



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Ολική
Ποιότητα

**ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ ΙΔΡΥΣΕΩΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΟΙΝΟΥ**

**Διπλωματική Εργασία της
Σεβαστής Μ. Στεργενάκη**

Πτυχίο Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Πειραιάς 2006

Αφιερώνεται στην Οικογένεια μου και στο Σταύρο

Η παρούσα μελέτη σκοπιμότητας είναι για εκπαιδευτικούς σκοπούς επομένως κάποια από τα στοιχεία που περιέχει μπορεί να μην είναι απολύτως ακριβή.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

| | |
|---|------------|
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι..... | 1 |
| 1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ..... | 2 |
| 1.2 ΣΥΝΟΨΗ ΑΝΑΛΥΣΕΩΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΩΝ MARKETING..... | 3 |
| 1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ | 8 |
| 1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ..... | 10 |
| 1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 14 |
| 1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ..... | 16 |
| 1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΓΗΠΕΔΑ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ | 19 |
| 1.8 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ..... | 20 |
| 1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ..... | 21 |
| 1.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ | 25 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ..... | 27 |
| 2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 28 |
| 2.2 ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 29 |
| 2.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ..... | 30 |
| 2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ..... | 33 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ..... | 34 |
| 3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ | 35 |
| 3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ | 46 |
| 3.3 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΟΙΝΟΥ | 65 |
| 3.4 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ..... | 74 |
| 3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ..... | 78 |
| 3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.. | 88 |
| 3.7 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ MARKETING | 92 |
| 3.8 Η ΤΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ MARKETING | 101 |
| 3.9 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ | 115 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙV..... | 125 |
| 4.1 ΤΟ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟ ΠΡΟΪΟΝ | 126 |
| 4.2 ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΟΙΝΟΥ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑ..... | 127 |
| 4.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ ... | 128 |
| 4.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ..... | 140 |
| 4.5 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ..... | 141 |
| 4.6 MARKETING ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ..... | 142 |
| 4.7 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ..... | 145 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ V | 152 |
| 5.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΟΝΑΔΑΣ..... | 153 |

| | | |
|---------------------------|---|------------|
| 5.2 | ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ | 155 |
| 5.3 | ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ..... | 158 |
| 5.4 | Η ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ | 158 |
| 5.5 | ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ | 162 |
| 5.6 | ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ..... | 164 |
| 5.7 | ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ | 172 |
| 5.8 | ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | 173 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI..... | | 175 |
| 6.1 | ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ..... | 176 |
| 6.2 | ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΡΟΗΣ | 177 |
| 6.3 | ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ | 179 |
| 6.4 | ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ..... | 180 |
| 6.5 | ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ..... | 184 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ VII | | 194 |
| 7.1 | ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ & ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ..... | 195 |
| 7.2 | ΣΤΡΑΤΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ | 199 |
| 7.3 | ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ | 201 |
| 7.4 | ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ..... | 202 |
| 7.5 | ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ | 203 |
| 7.6 | ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 203 |
| 7.7 | ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ..... | 211 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ VIII..... | | 213 |
| 8.1 | ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ..... | 214 |
| 8.2 | ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ | 215 |
| 8.3 | ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΤΟΠΟΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ | 216 |
| 8.4 | Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ (ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ) | 220 |
| 8.5 | ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ – ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.... | 223 |
| 8.6 | ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ | 224 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ IX..... | | 226 |
| 9.1 | ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ..... | 227 |
| 9.2 | ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 228 |
| 9.3 | ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ | 236 |
| 9.4 | ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ | 237 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ X | | 239 |
| 10.1 | ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ..... | 240 |
| 10.2 | ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ..... | 241 |
| 10.3 | ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ..... | 242 |
| 10.4 | ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ..... | 243 |
| 10.5 | ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ | 245 |
| 10.6 | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ..... | 248 |
| 10.7 | ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ..... | 250 |

| | |
|--|------------|
| 10.8 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ..... | 255 |
| 10.9 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ | 263 |
| ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ | 265 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 270 |

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

| | |
|---|-----------|
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.2.1</i> | <i>4</i> |
| <i>Γενικό Ισοζύγιο Παραγωγής – Χρήσης Οίνου στην Ελλάδα (1988 – 2003)</i> | <i>4</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.4.1</i> | <i>5</i> |
| <i>Προβλεπόμενη Φαινομενική Κατανάλωση στις Αγορές Στόχους.....</i> | <i>6</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.4.2</i> | <i>6</i> |
| <i>Προβλεπόμενα Μερίδια Αγοράς.....</i> | <i>6</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.1</i> | <i>7</i> |
| <i>Προβλεπόμενο Πρόγραμμα Παραγωγής.....</i> | <i>7</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.2</i> | <i>7</i> |
| <i>Προβλεπόμενα Έσοδα από Πωλήσεις.....</i> | <i>8</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.2</i> | <i>8</i> |
| <i>Προβλεπόμενα Έξοδα Λειτουργίας Marketing</i> | <i>8</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3.1.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Συνολικό Κόστος Υλικών και Εφοδίων.....</i> | <i>10</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.1</i> | <i>10</i> |
| <i>Ποσοστό Χρησιμοποιούμενης Πραγματικής Δυναμικότητας</i> | <i>10</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.2</i> | <i>13</i> |
| <i>Κόστος Ανέγερσης Κτιρίου και Μηχανολογικού Εξοπλισμού</i> | <i>13</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6.1.....</i> | <i>16</i> |
| <i>Ανάγκες σε Ανθρώπινους Πόρους.....</i> | <i>16</i> |
| <i>(Κατά τη Λειτουργική Φάση)</i> | <i>16</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6.2.....</i> | <i>19</i> |
| <i>Ετήσιο Προϋπολογιστικό Κόστος Εργασίας</i> | <i>19</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9.1.1</i> | <i>22</i> |
| <i>Κόστος Επένδυσης.....</i> | <i>22</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9.2.1</i> | <i>23</i> |
| <i>Κόστος Παραγωγής.....</i> | <i>23</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9.3.1</i> | <i>23</i> |
| <i>Μίγμα Χρηματοδότησης</i> | <i>23</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3.2.1</i> | <i>31</i> |
| <i>Εισφορές Μετόχων</i> | <i>31</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3.3.1</i> | <i>31</i> |
| <i>Βιογραφικά Υποστηρικτών του Σχεδίου</i> | <i>31</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.1</i> | <i>39</i> |
| <i>Ελληνικά Κρασιά Ελεγχόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΟΠΕ)</i> | <i>39</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.2</i> | <i>40</i> |
| <i>Ελληνικά Κρασιά Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας (ΟΠΑΠ)</i> | <i>40</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.3</i> | <i>41</i> |
| <i>Απογραφή αμπελουργικών εκτάσεων ανά περιφέρεια (2003).....</i> | <i>41</i> |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.4</i> | <i>43</i> |
| <i>Κατανομή διαφημιστικών δαπανών κρασιού ανά ΜΜΕ (1999-2003).....</i> | <i>43</i> |

| | |
|--|-----|
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.5</i> | 43 |
| <i>Κατανομή διαφημιστικών δαπανών σαμπάνιας ανά ΜΜΕ (1999-2003)</i> | 43 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1.1</i> | 47 |
| <i>Γενικό Ισοζύγιο Παραγωγής – Χρήσης Οίνου στην Ελλάδα (1988 – 2003)</i> | 47 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1.2</i> | 48 |
| <i>Ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση Οίνου (1988 – 2003)</i> | 48 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.1</i> | 51 |
| <i>Εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2004)</i> | 51 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.2</i> | 52 |
| <i>Γεωγραφική κατανομή παραγωγής οίνου (2000-2004)</i> | 52 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.3</i> | 53 |
| <i>Εξέλιξη των αποθεμάτων οίνου στην Ελλάδα(1989-2003)</i> | 53 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.4</i> | 54 |
| <i>Αποθέματα οίνου στην Ελλάδα ανά κατηγορία προϊόντων (2002-2003)</i> | 54 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.5</i> | 56 |
| <i>Ανάλυση συνολικής εγχώριας παραγωγής οίνου ανά κατηγορία (1988-2004)</i> | 56 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.6</i> | 56 |
| <i>Κατανομή παραγωγής οργανωμένων οινοποιειών (1999-2004)</i> | 56 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.4.1</i> | 57 |
| <i>Πωλήσεις των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου στην Ελλάδα(1999-2003)</i> | 58 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.7.1</i> | 63 |
| <i>Προβλεπόμενη Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση</i> | 63 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.7.2</i> | 65 |
| <i>Προβλεπόμενη Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση Μπύρας</i> | 65 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1.1</i> | 66 |
| <i>Εξέλιξη των εισαγωγών οίνου (1999-2003)</i> | 66 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1.2</i> | 69 |
| <i>Ανάλυση των εισαγωγών ανά χώρα προέλευσης (2001 -2003)</i> | 69 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2.1</i> | 71 |
| <i>Εξέλιξη των εξαγωγών οίνου (1999-2003)</i> | 71 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2.2</i> | 72 |
| <i>Ανάλυση των εξαγωγών ανά χώρα προορισμού (2001-2003)</i> | 72 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.3.1</i> | 73 |
| <i>Προβλεπόμενες Εξαγωγές</i> | 74 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4.1.1</i> | 75 |
| <i>Κατανάλωση Οίνου στη Γερμανία</i> | 75 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6.2.1</i> | 90 |
| <i>Δείκτες Οικονομικού Κλίματος (1990-2003=100) εποχικά εξομαλυσμένοι</i> | 90 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7.2.1</i> | 98 |
| <i>Προβλεπόμενα Μερίδια Αγοράς</i> | 98 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7.2.2</i> | 98 |
| <i>Προβλεπόμενες Πωλήσεις</i> | 98 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8.1.1</i> | 103 |
| <i>Μίγμα Προϊόντων</i> | 103 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8.2.1</i> | 105 |
| <i>Τιμές Προϊόντων ανά Φιάλη (σε Ευρώ)</i> | 105 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.1.1</i> | 116 |
| <i>Προβλεπόμενα Ποσοτικά Στοιχεία Πωλήσεων</i> | 116 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.1.2</i> | 116 |
| <i>Προβλεπόμενος Κύκλος Εργασιών</i> | 116 |

| | |
|---|-----|
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.1 | 118 |
| Τιμολογιακή Πολιτική | 118 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.2 | 119 |
| Κατανομή τζιρου ανά πελάτη | 119 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.3 | 119 |
| Προμήθειες Πελατών ανά έτος για την Προώθηση των Πωλήσεων | 119 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.4 | 120 |
| Πωλήσεις Φιαλών | 120 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.5 | 121 |
| Συνολικό Προβλεπόμενο Κόστος στην Εγχώρια Αγορά από εκπτώσεις | 121 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.6 | 122 |
| Κόστος Εκπτώσεων σε Είδος για την εξωτερική αγορά | 122 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.7 | 122 |
| Συνολικό Κόστος Τιμολογιακής Πολιτικής | 122 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.8 | 123 |
| Ετήσιες Δαπάνες Διαφήμισης – Προβολής | 123 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.3.1 | 124 |
| Κόστος Διανομής – Διάθεσης Προϊόντων | 124 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.4.1 | 124 |
| Συνολικό Κόστος Marketing | 124 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.2.1 | 132 |
| Πρόσθετα κατά την παραγωγή Οίνου | 132 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.3.1 | 135 |
| Ανάγκες της υπό ίδρυση μονάδας σε νερό | 135 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.3.2 | 135 |
| Απαιτούμενη Ηλεκτρική Ενέργεια | 135 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.1.1 | 146 |
| Απαιτούμενες Ποσότητες Πρώτης Ύλης | 146 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.1.2 | 146 |
| Κόστος Πρώτης Ύλης | 146 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.2.1 | 147 |
| Κόστος Βοηθητικών Υλών | 147 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.3.1 | 148 |
| Κόστος Νερού | 148 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7.3.2 | 148 |
| Κόστος Ηλεκτρισμού | 148 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.4.1 | 149 |
| Κόστος Υλικών Συσκευασίας ανά φιάλη | 149 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.4.2 | 149 |
| Συνολικό Κόστος Συσκευασίας | 149 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.5.1 | 149 |
| Κόστος Στολών Εργασίας | 149 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.1 | 150 |
| Μεταβλητά και Σταθερά Κόστη Πρώτων Υλών και Λοιπών Εφοδίων | 150 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.2 | 151 |
| Υπολογισμός Μοναδιαίου Μεταβλητού Κόστους (Φιάλες 187 ml) | 151 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.3 | 151 |
| Υπολογισμός Μοναδιαίου Μεταβλητού Κόστους (Φιάλες 750 ml) | 151 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.4 | 151 |
| Καταλογισμός Σταθερού Κόστους στις Παραγόμενες Φιάλες | 151 |

| | |
|--|-----|
| ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.5 | 152 |
| <i>Επιβάρυνση κόστους Πρώτων υλών και των Λοιπών εφοδίων ανά παραγόμενη φιάλη.</i> | 152 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.1 | 153 |
| <i>Προβλεπόμενες Πωλήσεις της υπό Ίδρυση Μονάδας.</i> | 153 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.2 | 153 |
| <i>Συνολικές Προβλεπόμενες Πωλήσεις σε Λίτρα.</i> | 153 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.3 | 154 |
| <i>Ποσοστό Χρησιμοποιούμενης Πραγματικής Δυναμικότητας</i> | 154 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8.1 | 174 |
| <i>Κόστος Ανέγερσης Κτιρίου, Εξοπλισμού και Μελετών ISO, HACCP</i> | 174 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.1 | 186 |
| <i>Γενικά έξοδα Λειτουργίας Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης.</i> | 186 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.2 | 187 |
| <i>Αμοιβές Προσωπικού: Διοικητική Λειτουργία</i> | 187 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.3 | 188 |
| <i>Αποσβέσεις Εξοπλισμού Διοικητικής Λειτουργίας</i> | 188 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.4 | 189 |
| <i>Γενικά Έξοδα Διοικητικής – Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας</i> | 189 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.5 | 189 |
| <i>Κόστος Αμοιβής Προσωπικού τμήματος Marketing</i> | 189 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.6 | 190 |
| <i>Γενικά Έξοδα Λειτουργίας Marketing.</i> | 190 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.7 | 191 |
| <i>Υπολογισμός Κόστους Συντήρησης</i> | 191 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.8 | 192 |
| <i>Αποσβέσεις ενσωματωμένες στο Κόστος Παραγωγής</i> | 192 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.9 | 192 |
| <i>Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα</i> | 192 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.3.1 | 193 |
| <i>Συνολικά Γενικά Έξοδα</i> | 193 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.3.2 | 193 |
| <i>Γενικά Έξοδα χωρίς Αποσβέσεις</i> | 193 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.2.1 | 195 |
| <i>Ανάγκες σε Ανθρώπινους Πόρους</i> | 195 |
| <i>(Κατά τη Λειτουργική Φάση)</i> | 195 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2.1 | 199 |
| <i>Προσωπικό που θα προσληφθεί.</i> | 199 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.3.1 | 202 |
| <i>Υπολογισμός Ετήσιου Κόστους Εκπαίδευσης.</i> | 202 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.1 | 204 |
| <i>Κόστος Εργασίας Γενικού Διευθυντή</i> | 204 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.2 | 205 |
| <i>Κόστος Εργασίας διευθύντριας οικονομικών - προσωπικού</i> | 205 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.3 | 206 |
| <i>Κόστος Εργασίας Διευθυντή Marketing</i> | 206 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.4 | 206 |
| <i>Κόστος Εργασίας Διευθυντή Παραγωγής</i> | 206 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.5 | 207 |
| <i>Κόστος Εργασίας Υπαλλήλων Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης</i> | 207 |
| ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.6 | 207 |

| | |
|---|-----|
| <i>Κόστος Εργασίας Υπαλλήλων Απόφοιτων Τ.Ε.Ι.</i> | 207 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.7</i> | 208 |
| <i>Κόστος Εργασίας Υπαλλήλων Απόφοιτων Α.Ε.Ι.</i> | 208 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.8</i> | 209 |
| <i>Κόστος Εργασίας Θυρωρού – Φύλακα εργοστασίου</i> | 209 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.9</i> | 209 |
| <i>Κόστος Εργασίας Καθαρίστριας εργοστασίου</i> | 209 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.10</i> | 210 |
| <i>Κόστος Εργασίας Εργατοτεχνιτών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης</i> | 210 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.11</i> | 210 |
| <i>Κόστος Εργασίας Ψυκτικού</i> | 210 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.12</i> | 211 |
| <i>Κόστος Ανειδίκευτων Εργατών</i> | 211 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.7.1</i> | 211 |
| <i>Ετήσιο Προϋπολογιστικό Κόστος Εργασίας</i> | 211 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 7.7.2</i> | 212 |
| <i>Άμεσο και Έμμεσο Κόστος Εργασίας</i> | 212 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3.1</i> | 219 |
| <i>Πίνακας Σταθμίσεως και Βαθμολογήσεως διαφόρων τόπων Εγκατάστασης</i> | 219 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 8.4.1</i> | 222 |
| <i>Πίνακας Σταθμίσεως και Βαθμολογήσεως διαφόρων οικοπέδων</i> | 222 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 8.5.1</i> | 223 |
| <i>Επιχορηγήσεις – Επιδότησεις Αναπτυξιακού Νόμου</i> | 223 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 8.6.1</i> | 225 |
| <i>Κόστος Απόκτησης Οικοπέδου</i> | 225 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.1.1</i> | 228 |
| <i>Κόστος Προεπενδυτικών – Προλειτουργικών Μελετών</i> | 228 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.4.1</i> | 230 |
| <i>Προλειτουργικό Κόστος Σύστασης της Εταιρίας</i> | 230 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.9.1</i> | 233 |
| <i>Προλειτουργικό Κόστος Αμοιβών Προσωπικού</i> | 233 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.10.1</i> | 234 |
| <i>Προλειτουργικό Κόστος Marketing και Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας</i> | 234 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 9.4.1</i> | 238 |
| <i>Προλειτουργικό Κόστος Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου</i> | 238 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2.1</i> | 241 |
| <i>Κόστος Επένδυσης</i> | 241 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.1</i> | 242 |
| <i>Ελάχιστες Απαιτήσεις Ενεργητικού και Παθητικού</i> | 242 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.2</i> | 243 |
| <i>Κεφάλαιο Κίνησης</i> | 243 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.1</i> | 244 |
| <i>Κόστος Πιθανών Μορφών Χρηματοδότησης</i> | 244 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.2</i> | 245 |
| <i>Μίγμα Χρηματοδότησης της Επένδυσης</i> | 245 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.1.1</i> | 245 |
| <i>Κόστος Παραγωγής</i> | 245 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.2.1</i> | 247 |
| <i>Συνοπτικός Πίνακας Υπολογισμού Συνολικών Αποσβέσεων</i> | 247 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6.1.2</i> | 248 |

| | |
|--|-----|
| <i>Καταστάσεις Εισοδήματος</i> | 248 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6.2.1</i> | 249 |
| <i>Πίνακας Ταμειακών Ροών</i> | 249 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6.3.1</i> | 250 |
| <i>Ισολογισμοί</i> | 250 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.1.1</i> | 251 |
| <i>Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης</i> | 251 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.2.1</i> | 252 |
| <i>Συντελεστής Απόδοσης Κεφαλαίου</i> | 252 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.3.1</i> | 253 |
| <i>Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης</i> | 253 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.4.1</i> | 254 |
| <i>Καθαρή Παρούσα Αξία Επένδυσης</i> | 254 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.5.1</i> | 255 |
| <i>Αριθμοδείκτες</i> | 255 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.1.1</i> | 257 |
| <i>Υπολογισμός Νεκρού Σημείου</i> | 257 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.2.1</i> | 258 |
| <i>Ανάλυση Ευαισθησίας 1</i> | 258 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.2.2</i> | 259 |
| <i>Ανάλυση Ευαισθησίας 2</i> | 259 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.1</i> | 260 |
| <i>Σενάρια Αντίδρασης Ανταγωνιστών</i> | 260 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.2</i> | 260 |
| <i>Υπολογισμός Καθαρής Ταμειακής Ροής</i> | 261 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.3</i> | 261 |
| <i>Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 1</i> | 261 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.4</i> | 262 |
| <i>Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 2</i> | 262 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.5</i> | 262 |
| <i>Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 3</i> | 262 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.6</i> | 262 |
| <i>Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 4</i> | 262 |
| <i>ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.7</i> | 263 |
| <i>Σταθμισμένη Καθαρή Παρούσα Αξία</i> | 263 |

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

| | |
|--|----|
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3.1</i> | 9 |
| <i>Απαιτούμενα Υλικά και Εφόδια για την Παραγωγή</i> | 9 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4.1</i> | 11 |
| <i>Εξέλιξη της Απασχολούμενης Δυναμικότητας</i> | 11 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4.2</i> | 12 |
| <i>Γενικό Λειτουργικό Σχεδιάγραμμα</i> | 12 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.5.1</i> | 14 |
| <i>Οργανόγραμμα Εταιρίας</i> | 14 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.5.2</i> | 15 |
| <i>Μερισμός Εξόδων</i> | 15 |

| | |
|---|-----|
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.1.1</i> | 47 |
| <i>Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση</i> | 47 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.2.1</i> | 49 |
| <i>Μερίδια Εγχώριας Κατανάλωσης</i> | 49 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.2.2</i> | 50 |
| <i>Μερίδια Εγχώριας Κατανάλωσης</i> | 50 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.3.1</i> | 51 |
| <i>Εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2004)</i> | 51 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.3.2</i> | 53 |
| <i>Γεωγραφική κατανομή παραγωγής οίνου (2000-2004)</i> | 53 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.5.1</i> | 60 |
| <i>Μερίδια Αγοράς</i> | 60 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.7.1</i> | 64 |
| <i>Προβλεπόμενη Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση</i> | 64 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.1.1</i> | 66 |
| <i>Εξέλιξη των εισαγωγών οίνου (1999-2003)</i> | 66 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.2.1</i> | 71 |
| <i>Εξέλιξη των εξαγωγών οίνου (1999-2003)</i> | 71 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.3.1</i> | 74 |
| <i>Προβλεπόμενες Εξαγωγές</i> | 74 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5.2.1</i> | 79 |
| <i>Ανάλυση Porter</i> | 79 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9.2.1</i> | 117 |
| <i>Προβλεπόμενη Κατανομή Κατανάλωσης Κρασιού</i> | 117 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9.2.2</i> | 118 |
| <i>Προβλεπόμενη Κατανομή Κατανάλωσης Πελατών ανάλογα με την τιμολογιακή πολιτική</i> | 118 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.1</i> | 127 |
| <i>Βασικά Βήματα Παραγωγικής Διαδικασίας</i> | 127 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.2</i> | 128 |
| <i>Απαιτούμενα Υλικά και Εφόδια Εργοστασίου</i> | 128 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5.1</i> | 141 |
| <i>Διάγραμμα Ροής Προμηθειών</i> | 141 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1.1</i> | 155 |
| <i>Εξέλιξη της Απασχολούμενης Δυναμικότητας</i> | 155 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4.4.1</i> | 162 |
| <i>Γενικό Λειτουργικό Σχεδιάγραμμα</i> | 162 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.2.1</i> | 178 |
| <i>Διάγραμμα Λειτουργικής Ροής</i> | 178 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.3.1</i> | 179 |
| <i>Οργανόγραμμα Εταιρίας</i> | 179 |
| <i>ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.5.1</i> | 185 |
| <i>Μερισμός Εξόδων</i> | 185 |

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επίκουρο καθηγητή κύριο Δημήτρη Α. Γεωργακέλλο για την ανεκτίμητη βοήθεια και καθοδήγησή του. Επιπροσθέτως, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και Διοίκηση Ολικής Ποιότητας του Πανεπιστημίου Πειραιά. Ευχαριστώ πολύ τον Διευθυντή της “Καιρ Α. Ε.” κύριο Α. Γλυνό και το Διευθύνοντα Σύμβουλο της “Οινάμπελος Α.Ε” κύριο Ε. Ασκιτζή για τα πολύτιμα στοιχεία και τις πληροφορίες που μου παραχώρησαν.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, Μιχάλη και Αντιγόνη για τη βοήθεια και τη στήριξη που μου προσέφεραν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ I

Σύνοψη της Μελέτης της Σκοπιμότητας

1.1 ΣΥΝΟΨΗ ΤΟΥ ΙΣΤΟΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Οι υποστηρικτές του σχεδίου αποφάσισαν από κοινού να διερευνήσουν τη βιωσιμότητα και τη δυνατότητα δημιουργίας ενός εργοστασίου παραγωγής οίνου τον Αύγουστο του 2005. Το Σεπτέμβριο του 2005 ανέθεσαν στη Στεργενάκη Σεβαστή την εκπόνηση Μελέτης Σκοπιμότητας σχετικής με την επένδυση που είχαν την πρόθεση να πραγματοποιήσουν. Τον Ιανουάριο του 2006 η μελέτη τελείωσε με θετικό πόρισμα για τη βιωσιμότητα της επένδυσης.

Υποστηρικτές του σχεδίου είναι :

- § Ο κύριος Μιχαηλίδης Σταύρος
- § Ο κύριος Γεωργίου Νικόλαος
- § Η κυρία Παπαδοπούλου Μαρία και
- § Ο κύριος Οικονόμου Γιάννης

Οι παραπάνω θα είναι οι τέσσερις μέτοχοι της επιχείρησης που πρόκειται να ιδρυθεί και θα απαρτίζουν και τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου.

Η εταιρία που θα δημιουργηθεί θα έχει Νομική Μορφή Ανώνυμης Εταιρίας. Η επωνυμία της θα είναι “Νέκταρ Ανώνυμη Εμπορική Εταιρία” και ο διακριτικός της τίτλος θα είναι :”Νέκταρ Α. Ε.”.

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ορίζεται σε 1.783.293€ το οποίο διαιρείται σε 20.000 ονομαστικές μετοχές, ονομαστικής αξίας 89,16€ έκαστη και θα καταβληθεί σε μετρητά από τους μετόχους της εταιρίας.

Βασικός στόχος των υποστηρικτών του σχεδίου είναι η δημιουργία ενός σύγχρονου εργοστασίου οίνου που θα παράγει υψηλής ποιότητας κρασιά γνωστά τόσο στην

Ελληνική όσο και στη Διεθνή Αγορά και θα ξεχωρίζει για την άμεση ικανοποίηση των πελατών και τις σύγχρονες μεθόδους διοίκησης.

Η επιχείρηση θα εγκατασταθεί σε περιοχή που να παράγεται άριστης ποιότητας πρώτη ύλη. Συγκεκριμένα, η εγκατάσταση της υπό ίδρυση μονάδας θα γίνει στη Δυτική Μακεδονία στο Νομό Γρεβενών.

1.2 ΣΥΝΟΨΗ ΑΝΑΛΥΣΕΩΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΘΕΜΑΤΩΝ MARKETING

1.2.1 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου

Ο κλάδος Τροφίμων και Ποτών καθώς επίσης και ο υποκλάδος της Οινοποιίας βρίσκονται στη φάση της ωρίμανσης με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να είναι ιδιαίτερα έντονος. Βασικός στόχος των επιχειρήσεων του κλάδου, προκειμένου να επιβιώσουν, είναι να αποσπάσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς ενώ οι νέες επιχειρήσεις κάνουν προσπάθειες για διείσδυση στην αγορά.

Ο κλάδος της οινοποιίας είναι ανομοιογενής, τόσο ως προς το μέγεθος, όσο και ως προς τον τρόπο οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας, και κατακερματισμένος. Αποτελείται από μεγάλο αριθμό παραγωγικών μονάδων, οι περισσότερες εξ αυτών μικρομεσαίου μεγέθους, που έχουν την παραγωγή οίνου ως αποκλειστική δραστηριότητα τις περισσότερες φορές. Παράλληλα δραστηριοποιούνται στον κλάδο και μερικές μεγάλες οινοποιητικές επιχειρήσεις με μεγάλη ποικιλία προϊόντων και σημαντικές εξαγωγές, οι οποίες ενίοτε συμπληρώνουν τη γκάμα των προϊόντων τους και με ορισμένα εισαγόμενα προϊόντα. Οι εν λόγω εταιρίες καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας αγοράς κρασιού, έχουν μακρόχρονη παρουσία στον κλάδο και τα προϊόντα τους είναι δημοφιλή. Με την παραγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων ασχολείται και μεγάλος αριθμός συνεταιριστικών μονάδων, που παράγουν μεγάλες ποσότητες συνεργαζόμενες με τοπικούς καλλιεργητές και μικρούς παραγωγούς. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται εδραίωση στην αγορά και ορισμένων μονάδων περιορισμένης παραγωγής.

Χαρακτηριστικό του κλάδου γενικότερα είναι το επίπεδο ποιότητας των παραγομένων προϊόντων. Οι έλεγχοι που πραγματοποιούνται σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και η μακρόχρονη παράδοση της ελληνικής αμπελοκαλλιέργειας και οινοποίησης, κατατάσσουν το ελληνικό κρασί σε σημαντική θέση από άποψη ποιότητας στην εγχώρια, αλλά και στην ευρωπαϊκή αγορά.

Η αγορά του οίνου διακρίνεται στην «κρύα» η οποία περιλαμβάνει τους χώρους μαζικής εστίασης διασκέδασης και στη «ζεστή» η οποία αφορά την οικιακή κατανάλωση. Η διανομή των προϊόντων του κλάδου πραγματοποιείται απευθείας από τις επιχειρήσεις ή μέσω χονδρεμπόρων και εταιριών Logistics.

1.2.2 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνονται αναλυτικά τα στοιχεία για το μέγεθος της εγχώριας αγοράς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.2.1
Γενικό Ισοζύγιο Παραγωγής – Χρήσης Οίνου στην Ελλάδα (1988 – 2003)*

| ΟΙΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΓΧΩΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ | ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ | ΕΞΑΓΩΓΕΣ | ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΓΧΩΡΙΑ ΧΡΗΣΗ | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ-ΑΠΩΛΕΙΕΣ | ΕΓΧΩΡΙΑ ΦΑΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ |
|-----------------|---------------------------|-----------|----------|---------------------|------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| 1988-1989 | 4.345 | 23 | 792 | -333 | 3.909 | 513 | 3396 |
| 1989-1990 | 4.532 | 56 | 1.207 | -273 | 3.654 | 456 | 3198 |
| 1990-1991 | 3.526 | 60 | 720 | -12 | 2.878 | 255 | 2623 |
| 1991-1992 | 4.016 | 83 | 601 | 613 | 2.885 | 290 | 2595 |
| 1992-1993 | 4.050 | 58 | 533 | 233 | 3.342 | 482 | 2860 |
| 1993-1994 | 3.378 | 59 | 620 | -1.035 | 3.902 | 778 | 3124 |
| 1994-1995 | 3.051 | 50 | 641 | -250 | 2.710 | 362 | 2348 |
| 1995-1996 | 3.875 | 50 | 650 | -285 | 3.560 | 360 | 3200 |
| 1996-1997 | 4.105 | 60 | 700 | 379 | 3.086 | 450 | 2636 |
| 1997-1993 | 3.980 | 50 | 670 | 211 | 3.159 | 543 | 2611 |
| 1998-1999 | 3.826 | 50 | 670 | 144 | 3.350 | 392 | 2958 |
| 1999-2000 | 3.680 | 60 | 700 | -99 | 3.139 | 271 | 2868 |
| 2000-2001 | 3.558 | 70 | 750 | -169 | 3.047 | 300 | 2747 |
| 2001-2002 | 3.475 | 114 | 320 | 49 | 3.318 | 376 | 2942 |
| 2002-2003 | 3.098 | 184 | 306 | 183 | 2.793 | 327 | 2466 |
| 00 000L | | | | | | | |

Πηγή : Υπουργείο Γεωργίας

* Τα στοιχεία που αναφέρονται στον πίνακα αυτό αφορούν τις αντίστοιχες οινικές περιόδους (από την 1^η Σεπτεμβρίου του εκάστου έτους μέχρι την 3^η Αυγούστου του επομένου).

Την πενταετία 1988/89-1992/93 η εγχώρια ετήσια φαινομενική κατανάλωση ήταν 2.934 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα κατά μέσο όρο, ενώ την πενταετία 1993/94-1997/98 μειώθηκε στα 2.782 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα. Τέλος, την τελευταία πενταετία 1998/99-2002/03 η μέση ετήσια κατανάλωση οίνου ήταν 2.796 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, παρουσιάζοντας ελάχιστη αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη πενταετία.

1.2.3 Αγορές Στόχοι

Η επιχείρηση πρόκειται να εγκατασταθεί σε Νομό στον οποίο δεν θα υπάρχει άλλο εργοστάσιο παραγωγής κρασιού. Αρχικός στόχος είναι η διείσδυση στη συγκεκριμένη αγορά και η απόσπαση μεριδίου από τους ηγέτες του κλάδου. Δεύτερος στόχος του marketing είναι η απόσπαση μικρού μεριδίου από τους ηγέτες του κλάδου από την λοιπή εγχώρια αγορά. Αγορά στόχο αποτελεί και το εξωτερικό και συγκεκριμένα η Γερμανία στην οποία τα ελληνικά κρασιά είναι ήδη διαδεδομένα. Τέλος, η επιχείρηση στοχεύει να αποσπάσει ένα μικρό μερίδιο αγοράς από την αγορά της μπίρας η οποία αποτελεί υποκατάστατο του κρασιού. Η αγορά της μπίρας στην Ελλάδα είναι ανερχόμενη. Στόχος της υπό ίδρυση μονάδας είναι η εφαρμογή επιθετικής στρατηγικής marketing με την εισαγωγή ενός καινοτομικού προϊόντος στην αγορά το οποίο θα ικανοποιεί παρόμοιες ανάγκες με αυτές των καταναλωτών της μπίρας.

1.2.4 Πρόβλεψη της Φαινομενικής Κατανάλωσης στις Αγορές στόχους και Προβλεπόμενα Μερίδια Αγοράς

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται η πρόβλεψη για τη Φαινομενική Κατανάλωση στις αγορές στόχους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.4.1

Προβλεπόμενη Φαινομενική Κατανάλωση στις Αγορές Στόχους*

| ΕΤΗ | ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΟΙΝΟΥ | ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ | ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΟΙΝΟΥ |
|------|---------------------|----------------------|-----------------------|
| 2004 | 264.448.000 | 468.452.240 | 19.723.005 |
| 2005 | 262.027.000 | 482.505.807 | 19.803.285 |
| 2006 | 259.606.000 | 496.980.981 | 19.883.565 |
| 2007 | 257.185.000 | 511.890.411 | 19.963.845 |
| 2008 | 254.765.000 | 527.247.123 | 20.044.125 |
| 2009 | 252.344.000 | 543.064.537 | 20.124.405 |
| 2010 | 249.923.000 | 559.356.473 | 20.204.685 |
| 2011 | 247.503.000 | 576.137.167 | 20.284.965 |
| 2012 | 245.082.000 | 593.421.282 | 20.365.245 |

σε L

Τα μερίδια αγοράς που προβλέπεται να αποσπάσει η υπό ίδρυση μονάδα φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα και είναι αντίστοιχα με τα αναμενόμενα άλλων περιπτώπου ίδιου μεγέθους νεοεισερχόμενων εταιριών στον κλάδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.4.2 Προβλεπόμενα Μερίδια Αγοράς

| ΕΤΗ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΟΙΝΟΥ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ |
|------|--|---|--|
| 2008 | 0,00004 | 0,0008 | 0,003 |
| 2009 | 0,00005 | 0,0011 | 0,004 |
| 2010 | 0,00005 | 0,0011 | 0,005 |
| 2011 | 0,00005 | 0,0011 | 0,006 |
| 2012 | 0,00005 | 0,0012 | 0,008 |

1.2.5 Στρατηγικές που πρόκειται να εφαρμοστούν

Προκειμένου να αποσπαστούν τα προαναφερόμενα μερίδια αγοράς, θα εφαρμοστούν οι κατάλληλες στρατηγικές. Συγκεκριμένα, τόσο για την εγχώρια αγορά οίνου όσο και για τη Γερμανική, θα εφαρμοστεί στρατηγική ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα θα εφαρμοστεί στρατηγική ποιοτικής διαφοροποίησης και δημιουργίας καλής φήμης η οποία θα εστιάζεται στην ποιότητα, την επιπλέον απόδοση και την επωνυμία των

* Η πρόβλεψη τόσο για την εγχώρια αγορά οίνου όσο και για τη Γερμανική Αγορά Οίνου έγινε με τη μέθοδο της προβολής τάσης και με βάση τα στοιχεία για την Φαινομενική Κατανάλωση του Υπουργείου Γεωργίας. Η πρόβλεψη για την αγορά μπύρας έγινε με βάση τα πορίσματα σχετικής μελέτης του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ).

προϊόντων. Όσον αφορά την αγορά μπύρας, θα εφαρμοστεί στρατηγική επέκτασης της αγοράς και εστίασης στον καταναλωτή της μπύρας. Σκοπός της υπό ίδρυση μονάδας είναι να δημιουργήσει ένα προϊόν το οποίο θα υποκαταστήσει την κατανάλωση της μπύρας. Ο στόχος αυτός μπορεί να πραγματοποιηθεί εάν το παραγόμενο προϊόν συντελεί στην ικανοποίηση ανάλογων αναγκών με αυτών που ικανοποιεί η μπύρα. Συνεπώς, η εταιρία θα εστιάσει στις συγκεκριμένες ανάγκες με στόχο να τις ικανοποιήσει με τα δικά της προϊόντα.

1.2.6 Παρουσίαση του Προγράμματος Παραγωγής, των Εσόδων από τις Πωλήσεις και των εξόδων του Marketing

Στους Πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζεται το Προβλεπόμενο Πρόγραμμα Παραγωγής της υπό ίδρυση μονάδας για την επόμενη πενταετία, τα Προβλεπόμενα Έσοδα από τις πωλήσεις και το Προβλεπόμενο Κόστος της λειτουργίας του Marketing.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.1
Προβλεπόμενο Πρόγραμμα Παραγωγής

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | Μονάδα μέτρησης | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|---------------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Τοπική / Εγχώρια Αγορά Κρασιού | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 95.976 | 108.708 | 105.480 | 108.336 | 103.584 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 146.496 | 165.924 | 161.004 | 165.360 | 158.112 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 10.104 | 11.448 | 11.100 | 11.400 | 10.908 |
| Κρασί Παλαιώσης | φιάλες 750 ml | 43.000 | 84.000 | 100.000 | 100.000 | 120.000 |
| Σύνολο | | 295.576 | 370.080 | 377.584 | 385.096 | 392.604 |
| Τοπική / Εγχώρια Αγορά Μπύρας | | | | | | |
| | φιάλες 187 ml | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |
| Εξωτερική Αγορά | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 17.480 | 20.520 | 22.800 | 19.000 | 38.000 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 26.680 | 31.320 | 34.800 | 29.000 | 58.000 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 1.840 | 2.160 | 2.400 | 2.000 | 4.000 |
| Κρασί Παλαιώσης | φιάλες 750 ml | 30.000 | 50.000 | 70.000 | 100.000 | 120.000 |
| Σύνολο Εξαγωγών | | 76.000 | 104.000 | 130.000 | 150.000 | 220.000 |
| Σύνολο φιαλών 750 ml | | 371.576 | 474.080 | 507.584 | 535.096 | 612.604 |
| Σύνολο φιαλών 187 ml | | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.2

Προβλεπόμενα Έσοδα από Πωλήσεις

| ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | ΤΙΜΗ ΠΩΛ./ΜΟΝ. | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | 4,11 | 394.461 | 446.790 | 433.523 | 445.261 | 425.730 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | 4,99 | 731.015 | 827.961 | 803.410 | 825.146 | 788.979 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | 4,52 | 45.670 | 51.745 | 50.172 | 51.528 | 49.304 |
| Κρασί Παλαίωσης Εμφιαλ. | 6,46 | 277.780 | 542.640 | 646.000 | 646.000 | 775.200 |
| Σύνολο Τοπικής / Εγχώριας Αγορά Κρασιού | | 1.448.926 | 1.869.136 | 1.933.105 | 1.967.935 | 2.039.213 |
| Σύνολο Τοπική / Εγχώρια Αγορά Μπ | 0,80 | 88.000 | 96.000 | 104.000 | 112.000 | 120.000 |
| Συνόλο Εσωτερικής Αγοράς | | 1.536.926 | 1.965.136 | 2.037.105 | 2.079.935 | 2.159.213 |
| ΕΞΑΓΩΓΕΣ | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | 4,40 | 76.912 | 90.288 | 100.320 | 83.600 | 167.200 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | 5,28 | 140.870 | 165.370 | 183.744 | 153.120 | 306.240 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | 4,81 | 8.850 | 10.390 | 11.544 | 9.620 | 19.240 |
| Κρασί Παλαίωσης Εμφιαλ. | 6,75 | 202.500 | 337.500 | 472.500 | 675.000 | 810.000 |
| Σύνολο Εξαγωγών | | 429.133 | 603.547 | 768.108 | 921.340 | 1.302.680 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ | | 1.966.059 | 2.568.683 | 2.805.213 | 3.001.275 | 3.461.893 |
| ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ | | 21,83% | 23,50% | 27,38% | 30,70% | 37,63% |

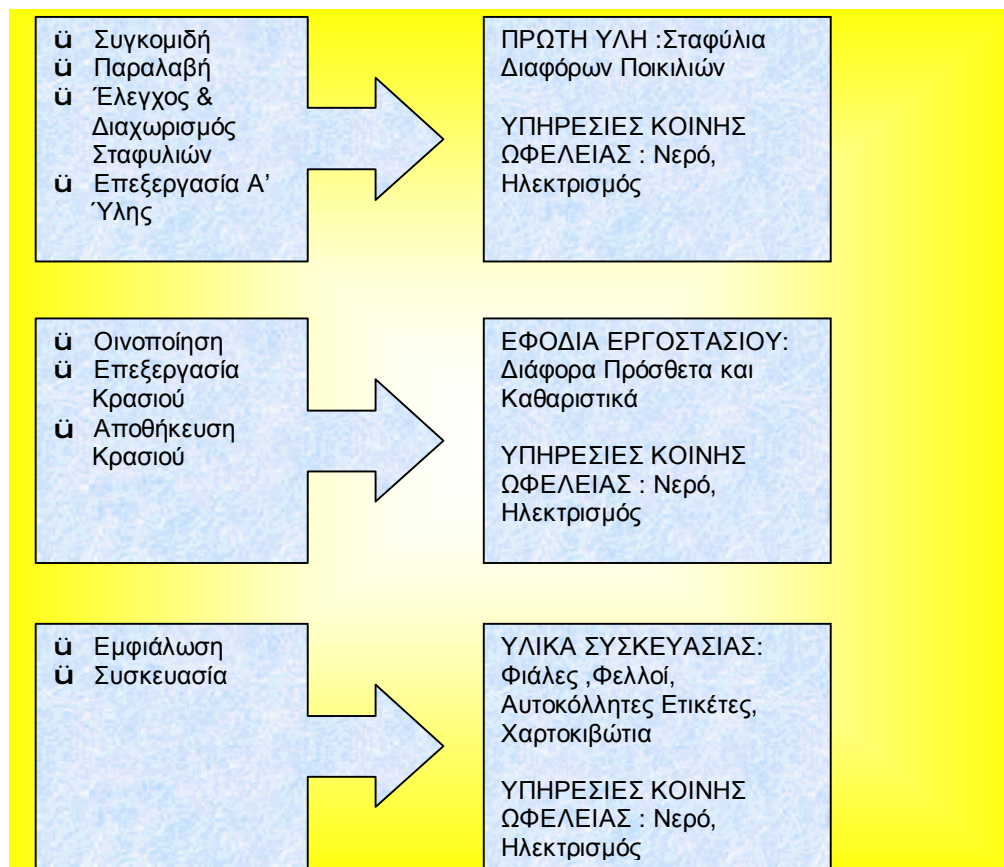
ΠΙΝΑΚΑΣ 1.2.6.2

Προβλεπόμενα Έξοδα Λειτουργίας Marketing

| ΕΙΔΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|-------------------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Κόστος Τιμολογιακής Πολιτικής | 503.460 | 645.586 | 671.162 | 686.886 | 719.426 |
| Κόστος Διαφήμισης - Προβολής | 68.812 | 89.904 | 98.182 | 105.045 | 121.166 |
| Κόστος Διανομής - Διάθεσης | 397.076 | 499.052 | 518.896 | 531.812 | 557.673 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 969.348 | 1.234.542 | 1.288.240 | 1.323.742 | 1.398.265 |

1.3 ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

Στο ακόλουθο διάγραμμα φαίνονται οι βασικές φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας και οι απαιτούμενα εφόδια σε κάθε φάση.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3.1
Απαιτούμενα Υλικά και Εφόδια για την Παραγωγή

Η βασική πρώτη ύλη που πρόκειται να χρησιμοποιήσει το εργοστάσιο είναι το σταφύλι (ακατέργαστο αγροτικό προϊόν). Η υπό ίδρυση μονάδα θα χρειάζεται περίπου 400 τόνους ετησίως δηλαδή το 3,6% της συνολικής παραγωγής της Δυτικής Μακεδονίας. Η ποσότητα σταφυλιού που πρόκειται να χρησιμοποιήσει η επιχείρηση αποτελεί πολύ μικρό ποσοστό της συνολικής παραγωγής με αποτέλεσμα να μην εντοπίζονται προβλήματα στη διαθεσιμότητα της πρώτης ύλης. Επιπροσθέτως, οι υποστηρικτές του σχεδίου έχουν πραγματοποιήσει προκαταρκτικές επαφές με τους προμηθευτές τόσο της πρώτης ύλης, όσο και των υλικών συσκευασίας και των βοηθητικών υλών έτσι ώστε να εξασφαλίσουν τη διαθεσιμότητα όλων των εφοδίων.

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται το συνολικό κόστος των Υλικών και Εφοδίων με το οποίο πρόκειται να επιβαρυνθεί η επιχείρηση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.3.1
Συνολικό Κόστος Υλικών και Εφοδίων

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΚΟΣΤΗ | | | | | |
| Κόστος Πρώτης Ύλης | 273.824 | 359.308 | 397.889 | 437.893 | 513.987 |
| Χημικά - Διάφορα Πρόσθετα | 2.283 | 2.884 | 3.090 | 3.262 | 3.720 |
| Κόστος Υλικών Συσκευασίας | 172.593 | 216.089 | 231.667 | 244.822 | 278.205 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | 448.700 | 578.281 | 632.646 | 685.976 | 795.911 |
| ΣΤΑΘΕΡΑ ΚΟΣΤΗ | | | | | |
| Καθαριστικά - Απολυμαντικά | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 |
| Ετήσιο κόστος Νερού | 2.198 | 2.873 | 3.186 | 3.481 | 4.109 |
| Ετήσιο Κόστος Ηλεκτρικής Ενέργειας | 5.726 | 7.275 | 8.008 | 8.701 | 10.144 |
| Κόστος Στολών Εργασίας | 892 | 892 | 892 | 892 | 991 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΕΡΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | 10.244 | 12.468 | 13.514 | 14.502 | 16.672 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ, ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΥΛΩΝ & ΕΦΟΔΙΩΝ | 451.020 | 580.601 | 634.966 | 688.296 | 798.330 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ | 7.924 | 10.148 | 11.194 | 12.182 | 14.253 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | 458.944 | 590.749 | 646.160 | 700.478 | 812.582 |
| σε Ευρώ | | | | | |

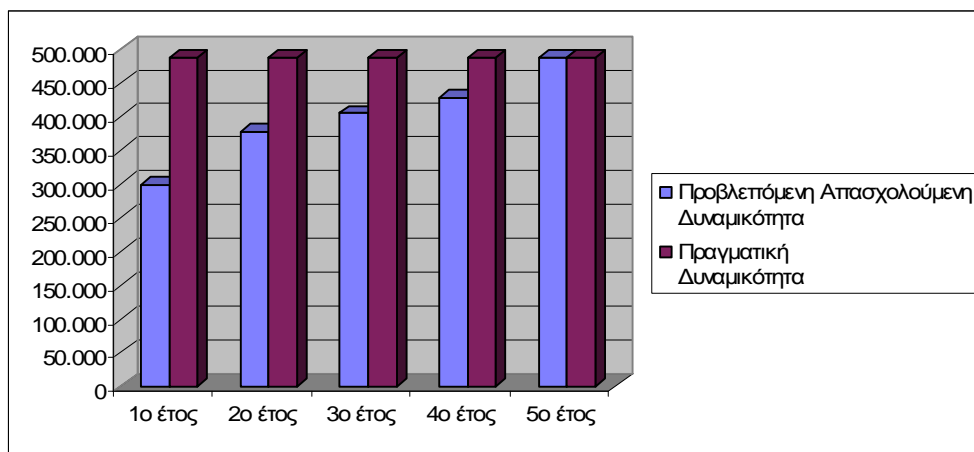
1.4 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

Η απασχολούμενη δυναμικότητα για την πρώτη πενταετία λειτουργίας θα είναι ίση με τις προβλεπόμενες πωλήσεις σε Λίτρα. Η ονομαστική δυναμικότητα του εργοστασίου θα είναι 550.000 L ενώ η πραγματική δυναμικότητα θα είναι 487.505 L (με την προϋπόθεση ότι το εργοστάσιο θα δουλεύει οχτάωρη βάρδια πέντε ημέρες την εβδομάδα).

Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται το ποσοστό χρησιμοποίησης της πραγματικής δυναμικότητας και στο διάγραμμα που ακολουθεί η εξέλιξη της απασχολούμενης δυναμικότητας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.1
Ποσοστό Χρησιμοποιούμενης Πραγματικής Δυναμικότητας

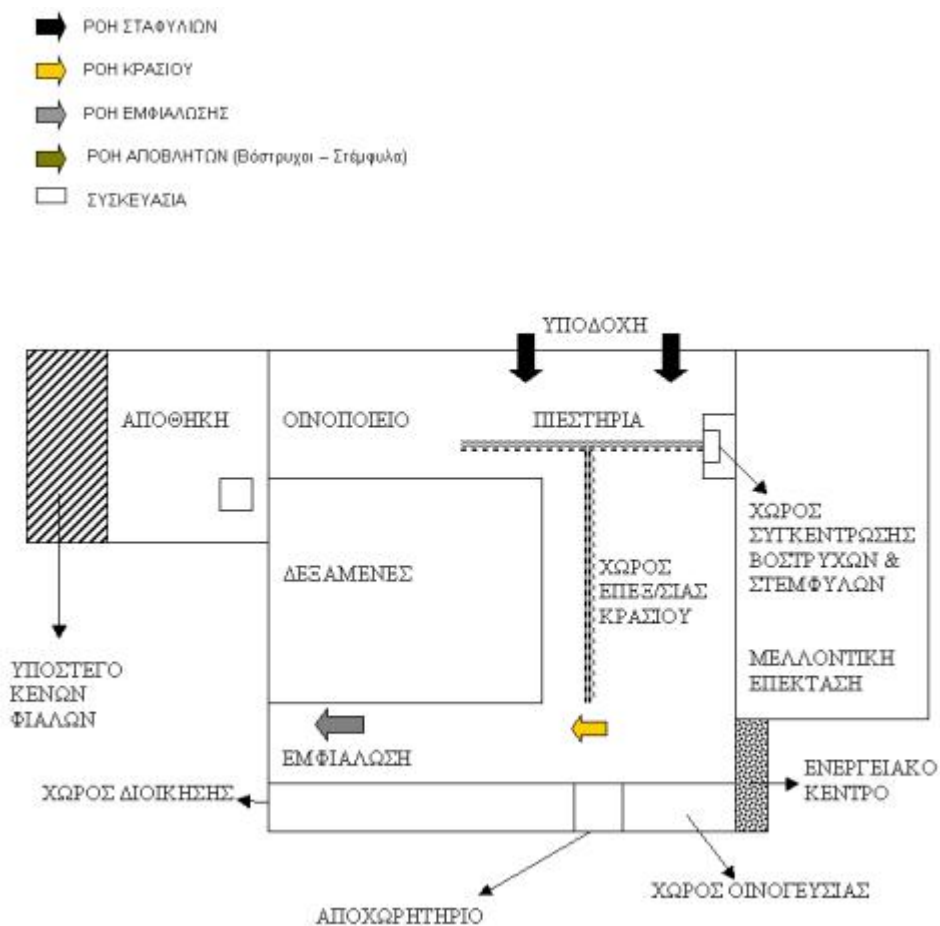
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ποσοστό χρησιμοποιούμενης πραγματικής δυναμικότητας | 61,38% | 77,54% | 83,08% | 87,69% | 100,00% |



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4.1
Εξέλιξη της Απασχολούμενης Δυναμικότητας

Προκειμένου να γίνει επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας εξετάστηκε και αναλύθηκε η συνδρομή διαφόρων παραγόντων όπως η στρατηγική που πρόκειται να εφαρμοστεί καθώς επίσης και οι επικρατούσες κοινωνικοοικονομικές και οικολογικές συνθήκες. Η εταιρία θα δώσει έμφαση στην ποιότητα, όχι μόνο του παραγόμενου προϊόντος αλλά και των συνοδευόμενων με αυτό υπηρεσιών. Στόχοι της υπό ίδρυση μονάδας αποτελούν το διαφοροποιημένο προϊόν και η αξιοπιστία. Προκειμένου να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι, αναγκαία είναι η εφαρμογή υψηλής τεχνολογίας με δυνατότητα συνεχούς και ποιοτικού ελέγχου η οποία θα εξασφαλίσει τη μείωση των ελαττωματικών προϊόντων και γενικά την παραγωγή προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Επιπρόσθετα, η εταιρία θα δραστηριοποιηθεί στην Ελλάδα στην οποία το κόστος εργασίας είναι ιδιαίτερα υψηλό. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα τα αυτοματοποιημένα εργοστάσια να θεωρούνται περισσότερο συμφέρουσα λύση αφού απασχολούν λιγότερους εργαζόμενους. Τέλος η περιβαλλοντική επίδραση έχει ληφθεί πολύ σοβαρά υπόψη στην επιλογή της τεχνολογίας λόγω της ισχυρής περιβαλλοντικής συνείδησης των φορέων της εταιρίας αλλά και τον συνυπολογισμό των πιθανών αντιδράσεων από περιβαλλοντικές οργανώσεις αλλά και κατοίκους της περιοχής στην οποία πρόκειται να εγκατασταθεί η εταιρία. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, αποφασίστηκε η μονάδα να υιοθετήσει πλήρως αυτοματοποιημένες μεθόδους παραγωγής, με δικά της χημικά εργαστήρια. Τα μηχανήματα τα οποία αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθούν στην επιχείρηση, θα είναι πλήρως αυτοματοποιημένα και εξελιγμένα. Τέλος, θα εγκατασταθεί και σύστημα συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακα με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος, και την υψηλή ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος.

Στο παρακάτω Διάγραμμα παρουσιάζεται το Γενικό Λειτουργικό Σχεδιάγραμμα της μονάδας που πρόκειται να δημιουργηθεί.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.4.2
Γενικό Λειτουργικό Σχεδιάγραμμα

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται αναλυτικά το κόστος ανέγερσης κτιρίου και του μηχανολογικού εξοπλισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.4.2
Κόστος Ανέγερσης Κτιρίου και Μηχανολογικού Εξοπλισμού

| Α/Α | ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ | σε Ευρώ |
|------------------------|--|------------------|
| 1 | Κτίρια | 829.000 |
| 1.1 | Ανέγερση κτιρίων | 740.000 |
| 1.2 | Ανελκυστήρας | 26.000 |
| 1.3 | Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις | 50.000 |
| 1.4 | Ύδρευση | 7.000 |
| 1.5 | Αποχέτευση | 6.000 |
| 2 | Μηχανολογικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός | 1.217.000 |
| 2.1 | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός μεταποίησης και συσκευασίας | 890.000 |
| 2.1.1 | Μηχανήματα | 350.000 |
| 2.2.2 | Δεξαμενές | 380.000 |
| 2.2.3 | Βαρέλια | 160.000 |
| 2.2 | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για κατάψυξη και ψύξη | 200.000 |
| 2.3 | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για την προστασία του περιβάλλοντος | 88.000 |
| 2.3.1 | Σύστημα συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακος από δεξαμενές ζυμώσεως γλεύκους | 88.000 |
| 2.4 | Εξοπλισμός γραφείων και χώρων προσωπικού | 14.000 |
| 2.4.1 | Η/Υ, Φωτοαντιγραφικό, Εκτυπωτές, Scanner, εγκατάσταση δικτύου προγραμμάτων, fax | 10.000 |
| 2.4.2 | Πρόγραμμα Εμπορικής Διαχείρισης | 4.000 |
| 2.5 | Άλλοι εξοπλισμοί και μηχανήματα | 25.000 |
| 2.5.1 | Εξοπλισμός Εργαστηρίου | 25.000 |
| 3 | Έργα διαμόρφωσης χώρων | 7.500 |
| 3.1 | Πυροπροστασία | 3.000 |
| 3.2 | Διαμόρφωση εξωτερικού Χώρου | 4.500 |
| 4 | Λοιπές δαπάνες | 65.000 |
| 4.1 | Αμοιβές πολιτικού μηχανικού | 65.000 |
| 5 | Μεταφορικά Μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 37.500 |
| 5.1 | Μεταφορικά μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 7.500 |
| 5.2 | Περονόφορα μηχανήματα | 30.000 |
| 6 | Λοιπός Εξοπλισμός Εργοστασίου | 3.000 |
| 6.1 | Έπιπλα χώρων διοίκησης | 3.000 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | | 2.159.000 |

Η απόκτηση της τεχνολογίας θα γίνει με ολική αγορά και τα έξοδα για την πιστοποίηση των μηχανημάτων θα πληρωθούν εφ' άπαξ. Στον κλάδο της οινοποίησης συνηθίζεται ο συγκεκριμένος τρόπος απόκτησης. Ύστερα από μελέτη της διαθέσιμης τεχνολογίας και των κινήσεων και σχετικών αποφάσεων των υπόλοιπων εταιριών του

κλάδου, αποφασίστηκε η συνεργασία με μία από τις εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις για γραμμές παραγωγής και εργαστηριακό εξοπλισμό οινοποιιών. Ύστερα από την προ-αναφερθείσα έρευνα τεχνολογίας αποφασίστηκε η συνεργασία με τον Όμιλο Εταιριών: Γιαννουκάκης Α.Ε. - Ντεφραντσέσκι Ελλάς - CONSTRINOX M.&A. Γιαν-νουκάκης Α.Ε.. Ο Όμιλος θα αναλάβει επίσης τη διαχείριση του έργου ανέγερσης και εγκατάστασης των μηχανημάτων στη νέα μονάδα.

1.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

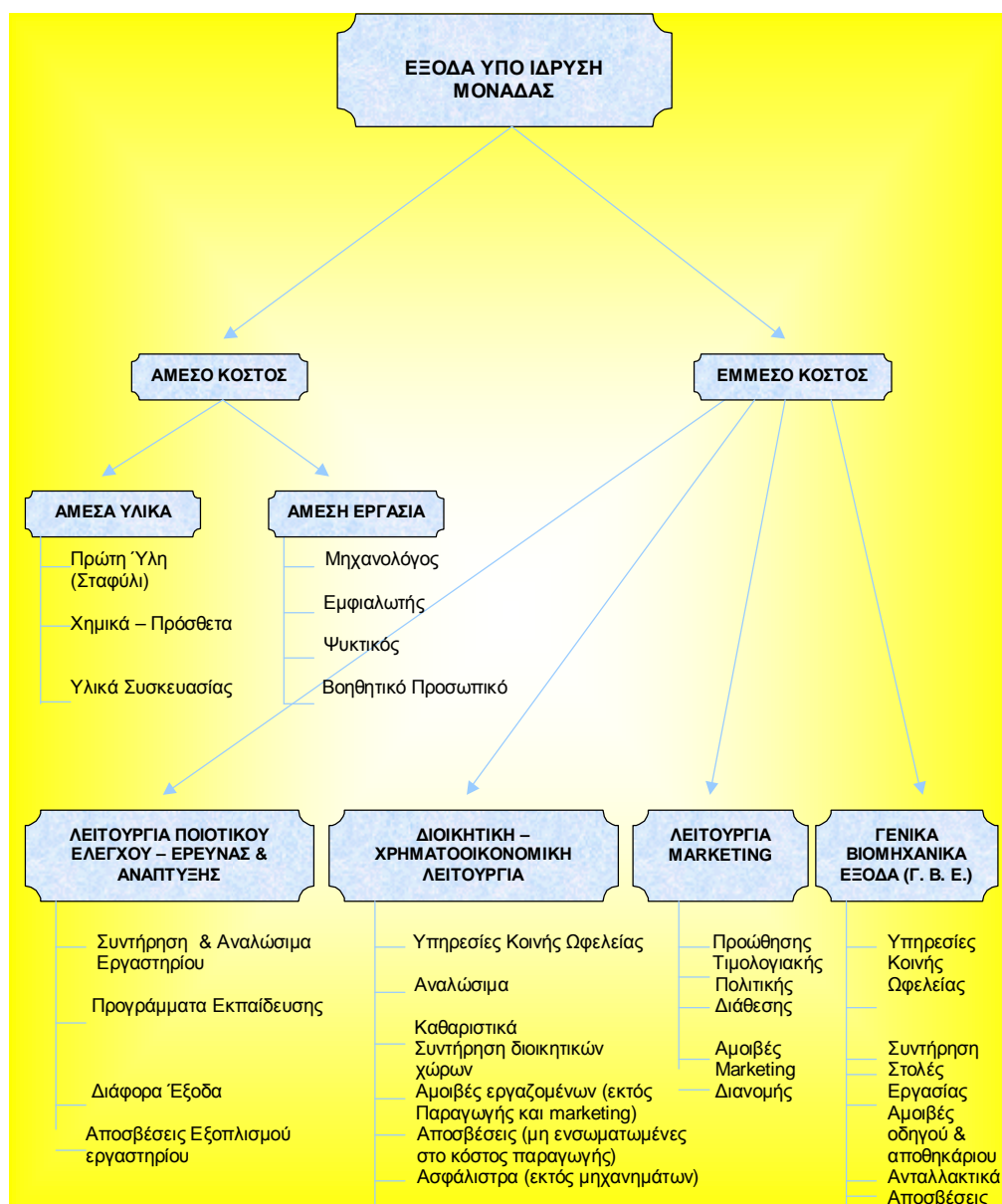
Στο ακόλουθο Διάγραμμα παρουσιάζεται το οργανόγραμμα της νέας εταιρίας και τα κυριότερα τμήματα της:



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.5.1
Οργανόγραμμα Εταιρίας

Οι εταιρία θα διοικείται από το Διοικητικό Συμβούλιο το οποίο θα απαρτίζεται από τους 4 μετόχους της εταιρίας. Οι 4 μέτοχοι θα είναι τοποθετημένοι στις 4 διευθυντικές θέσεις (Διευθύνων Σύμβουλος, Υπεύθυνος Διοικητικών και Οικονομικών Υ-

πηρεσιών, Υπεύθυνος Marketing και Υπεύθυνος Παραγωγής). Το Διοικητικό Συμβούλιο θα λαμβάνει όλες τις αποφάσεις, θα αντιπροσωπεύει την εταιρία και θα διαχειρίζεται την περιουσία.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.5.2
Μερισμός Εξόδων

Τα έξοδα της μονάδας θα καταταχθούν σε δύο βασικές κατηγορίες:

- ύ Τα άμεσα έξοδα: αυτά που σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της παραγωγής και
- ύ Τα έμμεσα έξοδα τα οποία στηρίζουν τη λειτουργία του εργοστασίου και δεν σχετίζονται άμεσα με την παραγωγή

Τα άμεσα έξοδα θα υποδιαιρεθούν σε δύο κατηγορίες τα άμεσα υλικά και την άμεση εργασία. Τα έμμεσα έξοδα θα ομαδοποιηθούν σε κέντρα κόστους λαμβάνοντας υπόψη το προβλεπόμενο οργανόγραμμα, τον προβλεπόμενο τρόπο λειτουργίας και τις μελλοντικές ανάγκες σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα.

1.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Με βάση το πρόγραμμα παραγωγής, το μέγεθος της υπό ίδρυση παραγωγικής μονάδας, την επιλογή τεχνολογίας, την ανάλυση των αντικειμενικών σκοπών της επιχείρησης και το γενικό οργανόγραμμα εντοπίστηκαν οι ανάγκες (κατά τη λειτουργική φάση) σε ανθρώπινους πόρους οι οποίες παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα :

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6.1
Ανάγκες σε Ανθρώπινους Πόρους
(Κατά τη Λειτουργική Φάση)*

| ΤΜΗΜΑ | ΑΝΑΓΚΕΣ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ |
|--|--|
| Γενική Διεύθυνση– Ποιοτικός Έλεγχος - Έρευνα και Ανάπτυξη | 1 Γενικός Διευθυντής : Υπεύθυνος τόσο για τη γενική εποπτεία της επιχείρησης όσο και για τον ποιοτικό έλεγχο και την ανάπτυξη της εταιρίας 1 Υπάλληλος : υπεύθυνος για τη γραμματειακή υποστήριξη της διεύθυνσης Βοηθητικό Προσωπικό : το εργοστάσιο θα |

* Το εργοστάσιο θα λειτουργεί 40 ώρες την εβδομάδα - πενθήμερη οχτάωρη λειτουργία

| | |
|---|---|
| | <p>απασχολεί 2 υπαλλήλους ως βοηθητικό προσωπικό, ένα θυρωρό και έναν υπεύθυνο για την καθαριότητα του εργοστασίου</p> |
| <p>Τμήμα Διοικητικών και Οικονομικών Υπηρεσιών</p> | <p>1 Διευθυντής : Υπεύθυνος για την ορθή χρηματοοικονομική λειτουργία, την κοστολόγηση, τη μηχανογράφηση και τη διοίκηση των ανθρώπινων πόρων</p> <p>1 Υπάλληλος : Βοηθός του Οικονομικού Διευθυντή</p> |
| <p>Τμήμα Marketing</p> | <p>1 Διευθυντής : Υπεύθυνος για τις προβλέψεις των πωλήσεων, την έρευνα αγοράς, το στρατηγικό σχεδιασμό και την ορθή λειτουργία του τμήματος</p> <p>1 Υπάλληλος : Υπεύθυνος για την παραγγελιοληψία από τους χονδρέμπορους και τη συνεργαζόμενη εταιρία logistics</p> <p>1 Υπάλληλος : Υπεύθυνος για την προώθηση των πωλήσεων και τις Δημόσιες Σχέσεις της εταιρίας</p> <p>1 Υπάλληλος : Υπεύθυνος για τις εξαγωγές της εταιρίας</p> |
| <p>Τμήμα Παραγωγής</p> | <p>1 Διευθυντής : Υπεύθυνος για την κατάρτιση του προγράμματος παραγωγής, την επιλογή προμηθευτών και τη σωστή λειτουργία του τμήματος</p> <p>1 Υπάλληλος (Υπεύθυνος Προμηθειών): Υπεύθυνος για τις επαφές με τους προμηθευτές, την εξεύρεση εναλλακτικών πηγών προμηθειών και τον έλεγχο των τιμών των</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>εισερχομένων υλικών</p> <p>1 Υπάλληλος (Υπεύθυνος Αποθήκης): Υπεύθυνος για την παρακολούθηση των αποθεμάτων, τον ποσοτικό έλεγχο των εισερχομένων υλικών και την ενημέρωση του τμήματος ποιοτικού ελέγχου για την παραλαβή υλικών</p> <p>Τεχνικό Προσωπικό : Αναγκαία για τη λειτουργία του εργοστασίου και την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας είναι η ύπαρξη τεχνικού προσωπικού και συγκεκριμένα ενός μηχανολόγου, ενός ψυκτικού, ενός εμφιαλωτή και ενός χειριστή περονοφόρων οχημάτων. Ο μηχανολόγος που θα προσληφθεί θα αναλάβει και τη διεύθυνση του τμήματος παραγωγής</p> <p>Εργάτες : από το πρώτο μέχρι το τέταρτο έτος στην παραγωγή θα απασχολούνται 3 εργάτες, το πέμπτο έτος θα προσληφθεί ένας επιπλέον εργάτης</p> |
|--|---|

Οι διευθυντικές θέσεις θα καλυφθούν από τους μετόχους της εταιρίας. Τη Γενική Διεύθυνση, τον Ποιοτικό Έλεγχο και την ανάπτυξη της εταιρίας θα αναλάβει ο κύριος Μιχαηλίδης Σταύρος, τη διεύθυνση του Marketing θα αναλάβει ο Γεωργίου Νικόλαος τη διεύθυνση του τμήματος Οικονομικών θα αναλάβει η κυρία Παπαδοπούλου Μαρία, τέλος, τη διεύθυνση του τμήματος παραγωγής πρόκειται να αναλάβει ο κύριος Οικονόμου Γιάννης.

Όσον αφορά τις υπόλοιπες ανάγκες σε εργαζόμενους, η κυρία Παπαδοπούλου Μαρία, η οποία θα είναι και υπεύθυνη προσωπικού, θα αναλάβει την οργάνωση όλων των απαραίτητων διαδικασιών για την προσέλκυση και στρατολόγηση του προσωπικού.

Συνολικά θα προσληφθούν 15 εργαζόμενοι, ενώ τον πέμπτο χρόνο θα προσληφθεί ένας επιπλέον εργάτης για το τμήμα παραγωγής. Λαμβάνοντας υπόψη τις προκαταρκτικές επαφές των υποστηρικτών της επένδυσης με το γραφείο απασχόλησης στην περιοχή εγκατάστασης, το υψηλό ποσοστό της ανεργίας στην συγκεκριμένη περιοχή και το γεγονός ότι τα απαιτούμενα προσόντα των υποψηφίων εργαζομένων δεν είναι ιδιαίτερα εξεζητημένα, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι δεν θα παρουσιαστεί πρόβλημα διαθεσιμότητας των απαιτούμενων ανθρώπινων πόρων.

Το Ετήσιο Προϋπολογιστικό Κόστος Εργασίας φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.6.2
Ετήσιο Προϋπολογιστικό Κόστος Εργασίας

| ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Γενικός Διευθυντής | 29.630 | 30.394 | 30.394 | 30.394 | 31.022 |
| Διευθύντρια Οικονομικών – Προσωπικού | 20.710 | 21.484 | 21.484 | 21.484 | 22.246 |
| Διευθυντής Marketing | 19.821 | 19.821 | 20.522 | 20.522 | 20.522 |
| Διευθυντής Παραγωγής | 17.063 | 17.063 | 18.485 | 18.485 | 18.485 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης | 35.769 | 35.769 | 35.769 | 37.034 | 37.034 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Τ.Ε.Ι. | 25.998 | 25.998 | 25.998 | 26.918 | 26.918 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Α.Ε.Ι. | 26.826 | 26.826 | 26.826 | 27.774 | 27.774 |
| Θυρωρός – Φύλακας Εργοστασίου | 16.729 | 16.729 | 18.393 | 18.393 | 18.393 |
| Καθαρίστρια Εργοστασίου | 16.123 | 16.123 | 16.693 | 16.693 | 16.693 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - εμφιαλωτής | 14.438 | 14.438 | 14.438 | 14.943 | 14.943 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - οδηγός | 14.438 | 14.438 | 14.438 | 14.943 | 14.943 |
| Εργατοτεχνίτης απόφοιτος Τ.Ε.Ι. - ψυκτικός | 15.684 | 15.684 | 15.684 | 16.232 | 16.232 |
| Εργάτες | 41.763 | 41.763 | 41.763 | 43.225 | 57.146 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 294.992 | 296.530 | 300.886 | 307.040 | 322.351 |

1.7 ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΓΗΠΕΔΑ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η μονάδα πρόκειται να εγκατασταθεί στη Δυτική Μακεδονία και συγκεκριμένα στο Νομό Γρεβενών. Το Οικόπεδο το οποίο θα αγοραστεί βρίσκεται στο 2ο χιλιόμετρο Γρεβενών – Κοζάνης. Η επιλογή του τόπου εγκατάστασης έγινε λαμβάνοντας υπόψη διάφορους παράγοντες. Ο σημαντικότερος παράγοντας που επηρέασε την επιλογή ήταν η διαθεσιμότητα ποιοτικής πρώτης ύλης. Άλλοι παράγοντες που επηρέασαν την επιλογή ήταν η αποδοχή της επένδυσης από τους κατοίκους, η διαθεσιμότητα του εργατικού δυναμικού, η γειτνίαση με τοπική αγορά, η τεχνική υποδομή της περιοχής, τα κίνητρα για επενδύσεις στην περιοχή, το αναπτυξιακό αποτέλεσμα που θα προσφέρει η επιχείρηση στην περιοχή και το κλίμα και κατά πόσο αυτό θα επηρεάσει την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης.

Η επιλογή του Οικοπέδου έγινε με βάση το κόστος, τη γειτνίαση με την εθνική οδό, τη σύνδεση με αστικές συγκοινωνίες και την τεχνική υποδομή του Οικοπέδου.

Το εργοστάσιο παραγωγής οίνου είναι χαμηλής περιβαλλοντικής όχλησης. Ωστόσο, έχουν ληφθεί όλα τα απαραίτητα μέτρα έτσι ώστε να μην έχει καμιά αρνητική επίδραση στο περιβάλλον.

Το συνολικό κόστος με το οποίο θα επιβαρυνθεί η επιχείρηση για την αγορά του Οικοπέδου υπολογίζεται ότι θα φτάσει τα 26.728€.

1.8 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Οι πρώτες ενέργειες για τη δημιουργία της νέας εταιρίας θα ξεκινήσουν το Μάρτιο του 2006 ενώ η έναρξη της παραγωγής υπολογίζεται γύρω στις 21 Σεπτεμβρίου του 2007. Κρίσιμες για το χρόνο εκτέλεσης του σχεδίου δράσεις θεωρούνται η σύσταση της εταιρίας και η λήψη αδειών, ενέργειες οι οποίες θα ξεκινήσουν το Μάρτιο του 2006 και υπολογίζεται ότι θα διαρκέσουν 1 μήνα. Επιπροσθέτως, κρίσιμες δράσεις είναι η κατασκευαστική περίοδος, η οποία υπολογίζεται ότι θα διαρκέσει 6 μήνες και θα ξεκινήσει το Μάιο του 2006 και η εγκατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού η

οποία υπολογίζεται ότι θα έχει διάρκεια 6 μήνες επίσης και θα ξεκινήσει το Δεκέμβριο του 2006.

Η εταιρία που θα εγκαταστήσει το μηχανολογικό εξοπλισμό θα είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση του έργου της κατασκευαστικής περιόδου και της εγκατάστασης του μηχανολογικού εξοπλισμού και δεσμεύεται ότι η διάρκεια υλοποίησης των παραπάνω δράσεων δεν θα ξεπεράσουν τα προαναφερόμενα όρια.

Κατά την περίοδο της εκτέλεσης του επενδυτικού σχεδίου, η επιχείρηση προβλέπεται να επιβαρυνθεί με προλειτουργικά έξοδα ύψους 169.920€.

1.9 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

1.9.1 Συνολικό Κόστος της Επένδυσης

Το κόστος της συνολικής επένδυσης αποτελείται από το κόστος του μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού, το κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού, το κόστος και τα έξοδα για την προετοιμασία και την αγορά του οικοπέδου, το κόστος των διαφόρων μελετών που εκπονήθηκαν, το σύνολο των προλειτουργικών δαπανών και το αναγκαίο Κεφάλαιο Κίνησης *. Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται το κόστος της συνολικής επένδυσης.

* Το Κεφάλαιο Κίνησης υπολογίζεται απαλλαγμένο από πιστωτές (απαλλαγμένο βραχυπρόθεσμης χρηματοδότησεως) γι' αυτό θα πρέπει να καλύπτεται από μετοχικά κεφάλαια ή μακροπρόθεσμο δανεισμό και θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στον υπολογισμό του κόστους της επένδυσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9.1.1 Κόστος Επένδυσης

| ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | ΠΟΣΟ ΣΕ ΕΥΡΩ | ΣΧΕΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ |
|---|------------------|------------------|
| A. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ | 2.355.648 | |
| 1. ΟΙΚΟΠΕΔΑ ΚΑΙ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΑΥΤΩΝ | 26.728 | 8.6.1 |
| Αγορά Οικοπέδου | 23.653 | 8.6.1 |
| Φόρος Μεταβίβασης | 2.602 | 8.6.1 |
| Νομικά Έξοδα | 237 | 8.6.1 |
| Συμβολαιογραφικά Έξοδα | 237 | 8.6.1 |
| 2. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ | 1.257.500 | 5.8.1 |
| Παραγωγής | 890.000 | 5.8.1 |
| Βοηθητικός ¹ | 262.500 | 5.8.1 |
| Έξοδα για τεχνολογία προστασίας του περιβάλλοντος | 88000 | 5.8.1 |
| Λοιπός Εξοπλισμός ² | 17000 | 5.8.1 |
| 3. ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ | 901.500 | 5.8.1 |
| Ανέγερση κτιρίων | 740.000 | 5.8.1 |
| Ανελκυστήρας | 26.000 | 5.8.1 |
| Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις | 50.000 | 5.8.1 |
| Υδρευση | 7.000 | 5.8.1 |
| Αποχέτευση | 6.000 | 5.8.1 |
| Έργα διαμόρφωσης χώρων | 7.500 | 5.8.1 |
| Αμοιβές πολιτικού μηχανικού | 65.000 | 5.8.1 |
| 4. ΠΡΟΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ | 169.920 | 9.4.1 |
| Κόστος Σύστασης Εταιρίας και Λήψης Αδειών | 62.393 | 9.4.1 |
| Κόστος Προσέλκυσης και Στρατολόγησης Προσωπικού | 12.766 | 9.4.1 |
| Κόστος Προλειτουργικού Marketing και Προμήθειας Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας | 10.762 | 9.4.1 |
| Κόστος Δοκιμαστικής Λειτουργίας | 2.000 | 9.4.1 |
| Κόστος μελετών | 82.000 | 9.4.1 |
| B. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | 1.578.315 | 10.3.2 |
| Γ. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ: ΚΟΣΤΟΣ | 3.933.963 | |

1.9.2 Συνολικό Κόστος Παραγωγής

Η εκτίμηση του κόστους Παραγωγής βασίζεται στις απαιτήσεις της εφικτής κανονικής δυναμικότητας που επιτυγχάνεται υπό κανονικές συνθήκες εργασίας, λαμβάνοντας υπόψη τη δυναμικότητα του εγκαταστημένου μηχανολογικού εξοπλισμού και τεχνικών συνθηκών της μονάδας, όπως οι κανονικές διακοπές λειτουργίας, οι αιφνίδιες διακοπές, οι αργίες, η συντήρηση, οι αλλαγές εργαλείων και εξαρτημάτων, οι σχεδιασμένες βάρδιες και οι αδιαιρετότητες ορισμένων μηχανών, καθώς και τα πιθανά άχρηστα που θα παράγονται.

Το κόστος παραγωγής αποτελείται από το εργοστασιακό κόστος και τα γενικά έξοδα τα οποία είναι μερισμένα στις διάφορες λειτουργίες. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται αναλυτικά ο προϋπολογισμός του κόστους παραγωγής για τα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας της μονάδας

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9.2.1
Κόστος Παραγωγής

| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ | ΣΧΕΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A. Εργοστασιακό Κόστος | | 522.957 | 652.537 | 708.090 | 763.520 | 885.076 |
| Άμεσα Υλικά ¹ | 4.7.6.1 | 448.700 | 578.281 | 632.646 | 685.976 | 795.911 |
| Άμεση Εργασία ² | 7.7.2 | 74.256 | 74.256 | 75.443 | 77.544 | 89.166 |
| B. Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα | 6.5.3.2 | 50.925 | 98.472 | 99.752 | 113.413 | 117.882 |
| Κόστος Εργοστασίου (A+B) | | 573.881 | 751.009 | 807.842 | 876.934 | 1.002.959 |
| Γ. Γενικά Έξοδα Λειτουργιών | 6.5.3.2 | 1.160.350 | 1.429.583 | 1.484.139 | 1.522.643 | 1.601.569 |
| Κόστος Λειτουργίας Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης | 6.5.3.2 | 8.004 | 8.207 | 8.296 | 8.517 | 8.641 |
| Κόστος Διοικητικής & Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας | 6.5.3.2 | 124.842 | 128.678 | 128.746 | 130.171 | 134.450 |
| Κόστος Λειτουργίας Marketing | 6.5.3.2 | 1.027.504 | 1.292.698 | 1.347.098 | 1.383.955 | 1.458.478 |
| Δ. Έξοδα Λειτουργίας (A+B+Γ) | | 1.734.232 | 2.180.592 | 2.291.981 | 2.399.577 | 2.604.528 |
| E. Αποσβέσεις | | 218.747 | 218.747 | 218.747 | 218.747 | 218.747 |
| Z. Συνολικό Κόστος Παραγωγής | | 1.952.979 | 2.399.339 | 2.510.728 | 2.618.324 | 2.823.275 |

1.9.3 Χρηματοδότηση του Επενδυτικού Σχεδίου

Η χρηματοδότηση της επένδυσης θα γίνει με Ίδια Κεφάλαια και Κρατική Επιχορήγηση. Σύμφωνα με το Νέο Αναπτυξιακό Νόμο, είναι δυνατή η χρηματοδότηση του 55% του συνολικού ποσού της επένδυσης (εξαιρουμένου του κόστους του οικοπέδου). Το υπόλοιπο κόστος της επένδυσης θα χρηματοδοτηθεί με Ίδια Κεφάλαια και συγκεκριμένα με εισφορά των μετόχων σε χρήμα. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται το Μίγμα Χρηματοδότησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.9.3.1
Μίγμα Χρηματοδότησης

| ΜΙΓΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | ΠΟΣΟ ΣΕ ΕΥΡΩ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|---|---------------------|----------------|
| Κρατική Επιχορήγηση | 2.150.671 | 54,67% |
| Εισφορά Μετοχικού Κεφαλαίου (Κεφάλαιο ΙΙ) | 1.783.293 | 45,33% |

1.9.4 Αξιολόγηση της Επένδυσης

Προκειμένου τα αποτελέσματα από την αξιολόγηση της επένδυσης να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο αξιόπιστα, χρησιμοποιήθηκαν μία σειρά από μεθόδους αξιολόγησης. Συγκεκριμένα, λαμβάνοντας υπόψη τη μέθοδο Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης, του Συντελεστής Απόδοσης Κεφαλαίου, τη Μέθοδο του Ε-

σωτερικού Συντελεστή Απόδοσης και της Καθαρής Παρούσας Αξίας η επένδυση κρίνεται συμφέρουσα.

1.9.5 Αβεβαιότητα

Όλα τα επενδυτικά σχέδια περιλαμβάνουν κίνδυνο (ρίσκο) και αβεβαιότητα. Για διάφορους λόγους, το κόστος, τα οφέλη, και οι αποδόσεις των σχεδίων συνήθως διαφέρουν εκείνων που προγραμματίστηκαν. Κάποια διαφοροποίηση από το πρόγραμμα θα πρέπει πάντα να αναμένεται λόγω της αβεβαιότητας στην εκτίμηση του μελλοντικού κόστους. Εφαρμόζοντας τεχνικές όπως η ανάλυση ευαισθησίας, η ανάλυση του νεκρού σημείου και η ανάλυση σεναρίων έγινε προσπάθεια μείωσης της αβεβαιότητας.

Λαμβάνοντας υπόψη την ευαισθησία των μεταβλητών που επηρεάζουν την κερδοφορία και την αποδοτικότητα της επένδυσης, την ανάλυση του νεκρού σημείου και την πραγματοποίηση διάφορων σεναρίων φτάνουμε στο συμπέρασμα ότι η επένδυση είναι πράγματι συμφέρουσα.

1.9.6 Εθνική Οικονομική Αξιολόγηση

Τα οφέλη από εθνική και κοινωνικοοικονομική σκοπιά που δημιουργούνται από την υλοποίηση της επένδυσης είναι τα ακόλουθα:

- Ανακατανομή εισοδήματος, περιφερειακή ανάπτυξη και συμβολή στη μείωση της ανεργίας λόγω της εγκατάστασης του εργοστασίου σε μειονεκτική περιοχή
- Έμμεση Χρηματοδότηση Κοινωνικών Δαπανών από τα μελλοντικά κέρδη της εταιρίας
- Αύξηση των εξαγωγών και μείωση των εισαγωγών : συμβολή στη βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου
- Συμβολή στην προβολή της Ελλάδας σαν ποιοτική οιοπαραγωγική χώρα στη Γερμανία αρχικά και Διεθνώς αργότερα

ύ Βελτίωση αποδοτικότητας και ποιότητας των αμπελώνων στο Νομό Γρεβενών

1.10 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρά το γεγονός ότι ο Κλάδος της Οινοποιίας στην Ελλάδα είναι κορεσμένος, με βάση τη Χρηματοοικονομική Ανάλυση και την Αξιολόγηση της Επένδυσης, η συγκεκριμένη επένδυση αναμένεται ότι θα αποφέρει κέρδη.

Τα τελευταία χρόνια, παρά το γεγονός ότι ο κλάδος της οινοποιίας στην Ελλάδα είναι κορεσμένος και η ζήτηση είναι πτωτική, παρατηρείται η δημιουργία κερδοφόρων επιχειρήσεων της ίδιας ή παρόμοιας μορφής με αυτή που προτείνεται στο συγκεκριμένο επενδυτικό σχέδιο. Κύρια χαρακτηριστικά αυτών των επιχειρήσεων είναι η έμφαση στην ποιότητα, η προσπάθεια καθετοποίησης της παραγωγής (διατηρώντας ειδικές σχέσεις με τους παραγωγούς) και ο περιορισμένος όγκος παραγωγής.

Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την άντληση των στοιχείων είναι αξιόπιστες και οι προβλέψεις ιδιαίτερα συντηρητικές, σε όλες τις επενδύσεις υπάρχει αβεβαιότητα η οποία με διάφορες μεθόδους μπορεί να μειωθεί όχι όμως και να εξαλειφθεί.

Η αντιδράσεις των ανταγωνιστών μπορούν να ληφθούν υπόψη αλλά δεν είναι δυνατόν να υπολογιστούν με ακρίβεια. Οι προβλέψεις τόσο της ζήτησης, όσο και των εξόδων εμπεριέχουν στοιχεία κινδύνου. Οι αντιδράσεις και οι προτιμήσεις των καταναλωτών μπορούν να εκτιμηθούν αλλά είναι αδύνατον να ελεγχθούν.

Όλα τα επιχειρηματικά σχέδια εμπεριέχουν κίνδυνο ο οποίος είναι αδύνατο να ελεγχθεί. Βασικό μειονέκτημα όλων των επενδυτικών σχεδίων, όπως και του συγκεκριμένου, είναι η αδυναμία υπολογισμού με ακρίβεια του επιχειρηματικού κινδύνου. Επιπροσθέτως, η είσοδος σε κορεσμένη αγορά αποτελεί μειονέκτημα του επενδυτι-

κού σχεδίου γιατί αυξάνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο αφού η αντίδραση των ανταγωνιστών είναι αδύνατο να υπολογιστεί.

Συμπερασματικά, λαμβάνοντας υπόψη τη χρηματοοικονομική ανάλυση και την αξιολόγηση της επένδυσης, η επένδυση συνίσταται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

Βασική Ιδέα και Ιστορικό του Προγράμματος

2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη μία στροφή προς την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων σε όσο το δυνατόν χαμηλότερες τιμές. Οι εποχές έχουν αλλάξει όπως και οι αντιλήψεις των καταναλωτών. Μέχρι και την προηγούμενη δεκαετία οι καταναλωτές προτιμούσαν τα φθηνότερα προϊόντα και είχαν συνδέσει την ποιότητα με τις υψηλές τιμές. Σήμερα, στόχος του καταναλωτή είναι να αγοράζει το προϊόν με τη μεγαλύτερη αξία: αυτό που θα συνδυάζει υψηλή ποιότητα και χαμηλή τιμή.

Κύρια στρατηγική της Ευρώπης προκειμένου να αντεπεξέλθει στον έντονο ανταγωνισμό από τις τρίτες χώρες είναι η έμφαση στην ποιότητα. Ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις προσανατολισμένες στην πολιτική της ποιότητας δημιουργούνται και επιβιώνουν σε αντίθεση με αυτές που επιδιώκουν το πρόσκαιρο κέρδος και προσανατολίζονται στην ελαχιστοποίηση του κόστους.

Η νέα αυτή πραγματικότητα επηρεάζει και πρόκειται να επηρεάσει ακόμη περισσότερο και τον κλάδο του κρασιού τόσο στην Ελλάδα όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι καταναλωτές πρόκειται να προσανατολίζονται προς τα ποιοτικά κρασιά και ενώ η συνολική ζήτηση αναμένεται να μειωθεί, η ζήτηση για ποιοτικό κρασί αναμένεται να αυξηθεί όπως επίσης και τα συνολικά έσοδα του κλάδου παγκοσμίως.

Η Ελλάδα είναι μία οινοπαραγωγική χώρα. Το κλίμα της παρέχει τις δυνατότητες για την παραγωγή εξαιρετικά ποιοτικών αμπελώνων. Η έλλειψη γνώσεων και καθοδήγησης των αμπελουργών έχει ως αποτέλεσμα την υποβάθμιση της ποιότητας της πρώτης ύλης και τη διόγκωση του κόστους. Η παραγωγή κρασιών ιδιαίτερα υψηλής ποιότητας (“Μεγάλα Κρασιά”) στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά περιορισμένη λόγω της λανθασμένης πολιτικής των διοικήσεων των εργοστασίων παραγωγής οίνου και της άγνοιας των αμπελουργών. Τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη γίνονται προσπάθειες καθοδήγησης των αμπελουργών με σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας και της αποδοτικότητας των αμπελώνων. Στην Ελλάδα δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην

αύξηση της αποδοτικότητας της αγροτικής εκμετάλλευσης και στη δημιουργία σύγχρονων αυτοματοποιημένων εργοστασίων επεξεργασίας γεωργικών υλών. Λαμβάνοντας υπόψη τις τάσεις της εποχής, εντοπίζεται η ευκαιρία δημιουργίας εργοστασίου που θα συνεργάζεται με αμπελουργούς με οργανωμένους αμπελώνες και που θα στοχεύει στην παραγωγή ποιοτικά διαφοροποιημένου και διεθνώς αναγνωρισμένου κρασιού.

Οι υποστηρικτές του συγκεκριμένου επενδυτικού σχεδίου έχουν την κατάλληλη εμπειρία και επάρκεια γνώσεων για τη δημιουργία ενός πρωτοποριακού εργοστασίου προσανατολισμένου στην ποιότητα. Ύστερα από μελέτη της αγοράς και των γενικότερων οικονομικών συνθηκών εντόπισαν την ευκαιρία για τη δημιουργία ενός τέτοιου εργοστασίου στην Ελλάδα και για αυτό το λόγο αποφάσισαν να υλοποιήσουν τη συγκεκριμένη επένδυση.

2.2 ΓΕΝΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Βασικός στόχος των υποστηρικτών του σχεδίου είναι η δημιουργία ενός σύγχρονου εργοστασίου οίνου που θα παράγει υψηλής ποιότητας κρασιά γνωστά τόσο στην Ελληνική όσο και στη διεθνή αγορά και θα ξεχωρίζει για την άμεση ικανοποίηση των πελατών και τις σύγχρονες μεθόδους διοίκησης.

Η επιχείρηση που πρόκειται να ιδρυθεί, θα διέπεται από τις αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Αυτός ο τρόπος οργάνωσης θα προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση αφού θα συντελέσει στην παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας, στην εκμηδένιση των ελαττωματικών και στο χαμηλό κόστος. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση θα είναι σε θέση να μεγιστοποιήσει την αξία των παραγόμενων προϊόντων συνδυάζοντας την ανώτερη δυνατή ποιότητα στη χαμηλότερη δυνατή τιμή.

Η επιχείρηση θα είναι μικρομεσαία και οι εγκαταστάσεις της θα είναι για περιορισμένη παραγωγή, αφού στόχος της είναι η ποιότητα και όχι η ποσότητα. Οι εγκαταστά-

σεις και ο εξοπλισμός θα είναι σύγχρονος και το εργοστάσιο θα είναι αυτοματοποιημένο. Η εταιρία θα εγκατασταθεί σε περιοχή στην οποία δεν θα υπάρχει άλλο εργοστάσιο οίνου και στην οποία θα έχει άμεση πρόσβαση σε ποιοτικές πρώτες ύλες.

Η υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να εισέλθει σε μία ήδη κορεσμένη αγορά και στόχος της είναι να διεισδύσει στον κλάδο αποσπώντας μερίδια αγοράς από δυνατούς και εδραιωμένους ανταγωνιστές. Το μερίδιο που πρόκειται να αποσπάσει θα είναι ιδιαίτερα μικρό, έτσι ώστε να αποφευχθεί – όσο αυτό είναι δυνατό – η αντίδραση των ανταγωνιστών στην είσοδο. Επενδυτική ευκαιρία η οποία έχει αναγνωριστεί και πρόκειται να εκμεταλλευτεί είναι η άσκηση ανταγωνισμού και η απόσπαση μικρού μεριδίου αγοράς από ένα από τα βασικά υποκατάστατα του κρασιού, τη μπύρα, της οποίας η αγορά στην Ελλάδα είναι ανερχόμενη και ιδιαίτερα κερδοφόρα. Το μερίδιο από την αγορά της μπύρας θα το αποσπάσει λανσάροντας ένα πρωτοποριακό προϊόν: κρασί χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ συσκευασμένο σε φιάλες των 187 ml και διαθέσιμο σε όλα τα σημεία πώλησης μπύρας με τιμή κοντά σε αυτή του ανταγωνιστικού προϊόντος. Αγορές στόχοι θα αποτελέσουν τόσο η εγχώρια αγορά όσο και η Γερμανική αγορά κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας, ενώ μακροπρόθεσμο στόχο αποτελούν η κατάκτηση της Ευρωπαϊκής αλλά και της Διεθνούς αγοράς.

2.3 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΙΑ

2.3.1 Η Ταυτότητα της Νέας Εταιρίας

Η εταιρία που θα δημιουργηθεί θα έχει Νομική Μορφή Ανώνυμης Εταιρίας. Η επωνυμία της θα είναι “Νέκταρ Ανώνυμη Εμπορική Εταιρία” και ο διακριτικός της τίτλος θα είναι :”Νέκταρ Α. Ε.”. Η Εταιρία πρόκειται να ιδρυθεί το 2007 και η έδρα της θα είναι στο 2ο χιλιόμετρο Γρεβενών – Κοζάνης, στο Δήμο Γρεβενών. Οι ιδρυτές της θα είναι ο κύριος Μιχαηλίδης Σταύρος, ο κύριος Γεωργίου Νικόλαος, η κυρία Παπαδοπούλου Μαρία και ο κύριος Οικονόμου Γιάννης οι οποίοι θα αποτελούν και Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρίας.

2.3.2 Μετοχικό Κεφάλαιο

Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ορίζεται σε 1.783.293€ το οποίο διαιρείται σε 20.000 ονομαστικές μετοχές, ονομαστικής αξίας 89,16€ εκάστη, καταβλητέο σε μετρητά από τους μετόχους της εταιρίας. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται η εισφορά κάθε μετόχου και το ποσοστό συμμετοχής του στο μετοχικό κεφάλαιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3.2.1
Εισφορές Μετόχων

| ΜΕΤΟΧΟΙ | ΠΟΣΟ ΕΙΣΦΟΡΑΣ | ΜΕΤΟΧΕΣ | ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ |
|--------------------|----------------------|----------------|---------------------------|
| Μιχαηλίδης Σταύρος | 713.317 | 8.000 | 40% |
| Γεωργίου Νικόλαος | 356.659 | 4.000 | 20% |
| Παπαδοπούλου Μαρία | 356.659 | 4.000 | 20% |
| Οικονόμου Γιάννης | 356.659 | 4.000 | 20% |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.783.293 | 20.000 | 100% |

2.3.3 Οι Υποστηρικτές του Σχεδίου

Υποστηρικτές του σχεδίου είναι οι 4 μέτοχοι που φαίνονται στον παραπάνω πίνακα. Παρακάτω παρατίθενται τα συνοπτικά βιογραφικά των υποστηρικτών του σχεδίου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3.3.1
Βιογραφικά Υποστηρικτών του Σχεδίου

| ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ | |
|---------------------------------------|---|
| Επώνυμο: | Μιχαηλίδης |
| Όνομα: | Σταύρος |
| Πατρώνυμο: | Νικόλαος |
| Μητρώνυμο: | Μαρία |
| Έτος γέννησης: | 1972 |
| Τόπος γέννησης: | Αθήνα |
| Τόπος Κατοικίας: | Αθήνα |
| Επάγγελμα: | Οινολόγος - Χημικός Μηχανικός |
| Οικ. Κατάσταση: | Έγγαμος – Δύο Παιδιά |
| Γραμμ. Γνώσεις: | Απόφοιτος Ανώτατης Σχολής: Τμήμα Χημικών Μηχανικών με ειδικευση στην Οινολογία Κάτοχος Μεταπτυχιακού Διπλώματος: στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας |
| Γνώση Ξένων Γλωσσών: | Αγγλικά |
| Επαγγελματική Δραστηριότητα: | Έχει εργαστεί ως Οινολόγος και Χημικός Μηχανικός σε εργοστάσιο παραγωγής οίνου για 8 έτη ενώ παράλληλα εκτελούσε καθήκοντα προϊσταμένου του τμήματος παραγωγής. |
| Μελλοντική Καθήκοντα στη Νέα Εταιρία: | Γενικός Διευθυντής, Υπεύθυνος Ποιοτικού Ελέγχου και Υπεύθυνος Έρευνας και Ανάπτυξης |

| ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ | |
|---------------------------------------|---|
| Επώνυμο: | Γεωργίου |
| Όνομα: | Νικόλαος |
| Πατρώνυμο: | Γεώργιος |
| Μητρώνυμο: | Ελένη |
| Έτος γέννησης: | 1977 |
| Τόπος γέννησης: | Θεσσαλονίκη |
| Τόπος Κατοικίας: | Θεσσαλονίκη |
| Επάγγελμα: | Σύμβουλος Επιχειρήσεων |
| Οικ. Κατάσταση: | Έγγαμος - 1 Παιδί |
| Γραμμ. Γνώσεις: | Απόφοιτος Ανώτατης Σχολής: Τμήμα Marketing Κάτοχος Μεταπτυχιακού Διπλώματος: στη Διοίκηση Επιχειρήσεων |
| Γνώση Ξένων Γλωσσών: | Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά |
| Επαγγελματική Δραστηριότητα: | Έχει εργαστεί ως σύμβουλος επιχειρήσεων σε θέματα Marketing σε διάφορες επιχειρήσεις για 6 χρόνια |
| Μελλοντική Καθήκοντα στη Νέα Εταιρία: | Διευθυντής τμήματος Marketing |

| ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ | |
|---------------------------------------|---|
| Επώνυμο: | Παπαδοπούλου |
| Όνομα: | Μαρία |
| Πατρώνυμο: | Ιωάννης |
| Μητρώνυμο: | Μαρία |
| Έτος γέννησης: | 1975 |
| Τόπος γέννησης: | Αθήνα |
| Τόπος Κατοικίας: | Αθήνα |
| Επάγγελμα: | Οικονομολόγος |
| Οικ. Κατάσταση: | Έγγαμη |
| Γραμμ. Γνώσεις: | Απόφοιτος Ανώτατης Σχολής: Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής Κάτοχος Μεταπτυχιακού Διπλώματος: στη Διοίκηση Ανθρώπινων Πόρων |
| Γνώση Ξένων Γλωσσών: | Αγγλικά, Γερμανικά |
| Επαγγελματική Δραστηριότητα: | Έχει εργαστεί ως Οικονομολόγος για 8 έτη σε πολυεθνική εταιρία |
| Μελλοντική Καθήκοντα στη Νέα Εταιρία: | Διευθύντρια Οικονομικών - Υπεύθυνη Προσωπικού |

| ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ | |
|---------------------------------------|--|
| Επώνυμο: | Οικονόμου |
| Όνομα: | Γιάννης |
| Πατρώνυμο: | Νικόλαος |
| Μητρώνυμο: | Αφροδίτη |
| Έτος γέννησης: | 1978 |
| Τόπος γέννησης: | Φλώρινα |
| Τόπος Κατοικίας: | Βόλος |
| Επάγγελμα: | Μηχανολόγος - Μηχανικός |
| Οικ. Κατάσταση: | Έγγαμος |
| Γραμμ. Γνώσεις: | Απόφοιτος Ανώτατης Σχολής: Τμήμα Μηχανολόγων - Μηχανικών |
| Γνώση Ξένων Γλωσσών: | Αγγλικά |
| Επαγγελματική Δραστηριότητα: | Έχει εργαστεί ως Μηχανολόγος σε εργοστάσιο παραγωγής οίνου για 4 έτη |
| Μελλοντική Καθήκοντα στη Νέα Εταιρία: | Διευθυντής Παραγωγής |

2.4 ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ

Οι Υποστηρικτές του σχεδίου αποφάσισαν από κοινού να διερευνήσουν τη βιωσιμότητα και τη δυνατότητα δημιουργίας ενός εργοστασίου παραγωγής οίνου τον Αύγουστο του 2005. Το Σεπτέμβριο του 2005 ανέθεσαν στη Στεργενάκη Σεβαστή την εκπόνηση Μελέτης Σκοπιμότητας σχετικής με την επένδυση που είχαν την πρόθεση να πραγματοποιήσουν. Τον Ιανουάριο του 2006 η μελέτη τελείωσε με θετικό πόρισμα για τη βιωσιμότητα της επένδυσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ III

Ανάλυση της Αγοράς & Marketing

3.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ

3.1.1 Ιστορική Αναδρομή, Παρόν & Μέλλον της Οινοποιίας στην Ελλάδα

Η καλλιέργεια των αμπελιών στη χώρα μας έρχεται από τα βάθη της ιστορίας, ενώ η τέχνη της αμπελουργίας πρωτοεμφανίστηκε στην αρχαία Ελλάδα πριν 4.000 χρόνια περίπου. Από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, ο καταναλωτής έτρεφε μια ξεχωριστή εκτίμηση σε προϊόντα μιας ορισμένης γεωγραφικής προέλευσης. Στον αμπελοοινικό ιδιαίτερα τομέα, η τάση αυτή ξεκίνησε από την ομηρική εποχή, με τον περίφημο - εκείνη την περίοδο - μαρώνειο οίνο. Στη συνέχεια ο κατάλογος πληθαίνει συνεχώς με το θάσιο, τον ακάνθιο, τον μενδαίο, τον αριούσιο, τον ικάριο, τον σάμιο, τον κρη-τικό, τον πεπαρήθιο και τόσους άλλους. Στη βυζαντινή εποχή συνεχίζεται με τη χω-ρίς προηγούμενο αναγνώριση για τις Μαλβαζίες του Αιγαίου Πελάγους, που γοητεύουν τους καταναλωτές των μεσογειακών χωρών. Έτσι φτάνουμε στον εικοστό αιώνα, με τις γνωστές σήμερα ονομασίες προέλευσης οίνου, αλλά και με την έντονη παρουσία αλκοολούχων ποτών που περιγράφονται με γεωγραφικά ή και παραδοσιακά ονόματα, όπως «τσικουδιά» ή «τσικουδιά Κρήτης», η «τσιπούρο» ή «τσιπούρο Τίρναβου», «ούζο» ή «ούζο Μακεδονίας» κ.τ.λ. Η μεγάλη ποικιλία των εδαφοκλιματολογικών παραγόντων που επικρατούν στην χώρα μας, όπως είναι η σύσταση και το ανάγλυφο του εδάφους, η μεγάλη ηλιοφάνεια, η επίδραση της θάλασσας και γενικά το ήπιο κλίμα ευνοούν την καλλιέργεια της αμπέλου και διαμορφώνουν το υψηλό ποιοτικό δυναμικό του ελληνικού αμπελώνα.

Οι περιβαλλοντικοί αυτοί παράγοντες σε συνδυασμό με τη μεγάλη γεωγραφική διασπορά και την πολυμορφία ενός αμπελώνα που εκτείνεται κατά 65% σε νησιωτικές, ημιορεινές και ορεινές περιοχές, οδηγούν στην παραγωγή πλήθους τοπικών οίνων χαρακτηριστικών του τόπου καταγωγής τους.

Στον ελληνικό αμπελώνα μπορούν να ευδοκιμήσουν πάνω από 300 γηγενείς ποικιλίες αμπέλου, αρκετές από τις οποίες ήταν γνωστές από την αρχαιότητα, οι οποίες συμβάλουν σημαντικά στην ιδιαιτερότητα των ελληνικών οίνων. Στις ξεχωριστές αυτές ποικιλίες πρέπει να προστεθεί ένας σεβαστός αριθμός διεθνών ποικιλιών αμπέ-

λου, που έχουν άριστη προσαρμογή στο ελληνικό κλίμα και έδαφος, ενώ οινοποιούνται μόνες ή σε συνδυασμό με τις αυτόχθονες – οδηγώντας στην παραγωγή μεγάλης γκάμας κρασιών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Το κρασί είναι ένα προϊόν διεθνώς συνυφασμένο σε πολύ μεγάλο βαθμό με την Ελλάδα και τον ελληνικό πολιτισμό. Παρά τις προσπάθειες που καταβλήθηκαν μέσω της Κοινοτικής νομοθεσίας για τον έλεγχο της παραγωγής, τον προσανατολισμό της προς την ποιότητα, καθώς και τις παρεμβάσεις στην αγορά, οι τομείς της αμπελουργίας και του οίνου βρίσκονται ακόμη αντιμέτωποι με έναν διαρκώς αυξανόμενο ανταγωνισμό.

3.1.2 Κλάδος Τροφίμων και Ποτών : Υποκλάδος Οινοποιίας

§ Ορισμός της Αγοράς

Ο κλάδος της Οινοποιίας (Υποκλάδος του Κλάδου Τροφίμων και Ποτών) στην Ελλάδα κατέχει σημαντική θέση στην ευρύτερη αγορά των ποτών και ασχολείται με την παραγωγή Οίνου, Σαμπάνιας και Λοιπών Αφρωδών Οίνων.

§ Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου

Ο κλάδος της οινοποιίας είναι ανομοιογενής, τόσο ως προς το μέγεθος, όσο και ως προς τον τρόπο οργάνωσης της παραγωγικής διαδικασίας, και κατακερματισμένος. Αποτελείται από μεγάλο αριθμό παραγωγικών μονάδων, οι περισσότερες εξ αυτών μικρομεσαίου μεγέθους, που έχουν σαν αποκλειστική δραστηριότητα τις περισσότερες φορές την παραγωγή οίνου. Παράλληλα δραστηριοποιούνται στον κλάδο και μερικές μεγάλες οινοποιητικές επιχειρήσεις με μεγάλη ποικιλία προϊόντων και σημαντικές εξαγωγές, οι οποίες ενίοτε συμπληρώνουν τη γκάμα των προϊόντων τους και με ορισμένα εισαγόμενα προϊόντα. Οι εν λόγω εταιρίες καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας αγοράς κρασιού, έχουν μακρόχρονη παρουσία στον κλάδο και τα προϊόντα τους είναι δημοφιλή. Με την παραγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων ασχολείται και μεγάλος αριθμός συνεταιριστικών μονάδων, που παράγουν μεγάλες

ποσότητες συνεργαζόμενες με τοπικούς καλλιεργητές και μικρούς παραγωγούς. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται εδραίωση στην αγορά και ορισμένων μονάδων περιορισμένης παραγωγής.

Χαρακτηριστικό του κλάδου γενικότερα είναι το επίπεδο ποιότητας των παραγομένων προϊόντων. Οι έλεγχοι που πραγματοποιούνται σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς και η μακρόχρονη παράδοση της ελληνικής αμπελοκαλλιέργειας και οινοποιίας, κατατάσσουν το ελληνικό κρασί σε σημαντική θέση από άποψη ποιότητας στην εγχώρια, αλλά και στην ευρωπαϊκή αγορά.

Όσον αφορά τον εισαγωγικό τομέα, ο αριθμός των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα περιορισμένος. Οι περισσότερες επιχειρήσεις ασχολούνται γενικότερα με την εισαγωγή τροφίμων και ποτών. Οι επιχειρήσεις αυτές διαθέτουν κυρίως επώνυμα προϊόντα του κλάδου και παραδοσιακά είδη άλλων χωρών, όπως η σαμπάνια και τα λοιπά αφρώδη κρασιά τα οποία είναι ευρέως γνωστά στο καταναλωτικό κοινό, δραστηριοποιούνται κυρίως δε, στον τομέα της χονδρικής πώλησης.

Ο κλάδος Τροφίμων και Ποτών καθώς επίσης και ο Υποκλάδος της Οινοποιίας βρίσκονται στη φάση της ωρίμανσης με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να είναι ιδιαίτερα έντονος. Βασικός στόχος των επιχειρήσεων του κλάδου, προκειμένου να επιβιώσουν, είναι να αποσπάσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς ενώ οι νέες επιχειρήσεις κάνουν προσπάθειες για διείσδυση στην αγορά. Επιπροσθέτως, στόχος των επιχειρήσεων του κλάδου είναι η μετατόπιση του ανταγωνισμού από τις τιμές στην ποιότητα, έτσι ώστε να αποφευχθεί ο «Πόλεμος Τιμών». Η αγορά Οίνου στην Ελλάδα είναι κορεσμένη. Εντούτοις, λόγω της υψηλής ποιότητας των παραγομένων προϊόντων είναι δυνατή η αύξηση της Φαινομενικής Κατανάλωσης μελλοντικά, η οποία θα προκύψει από σταδιακή μείωση των εισαγωγών και αύξηση των εξαγωγών οίνου.

§ Περιγραφή των Προϊόντων του Κλάδου

Σημαντικό κριτήριο διάκρισης των κρασιών αποτελεί η αμπελουργική ζώνη προέλευσης του κρασιού και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με αυτή. Με βάση το θεσμικό πλαίσιο που ισχύει στην Ευρωπαϊκή Ένωση διακρίνονται οι εξής κατηγορίες προϊόντων :

- ◆ Οίνοι Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή (VQPRD). Τα κρασιά «Ονομασίας Προέλευσης», όπως είναι γνωστά, προέρχονται από αυστηρά καθορισμένη και αναγνωρισμένη αμπελουργική ζώνη, ενώ προσδιορίζονται αυστηρά η ποικιλία, η τοποθεσία, η καλλιεργητική τεχνική, ακόμη και η στρεμματική απόδοση του αμπελιού. Στη χώρα μας χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: στα Ο.Π.Ε., ήτοι «Ονομασία Προελεύσεως Ελεγχομένης» και στα Ο.Π.Α.Π., ήτοι «Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας».
- ◆ Οι Επιτραπέζιοι Οίνοι (εξαιρουμένων των γλυκών και αφρωδών οίνων) προέρχονται από περιοχές και ποικιλίες που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις που καθορίζει ο νόμος για να χαρακτηρισθούν «Ονομασίας Προέλευσης», όμως ο διαχωρισμός αυτής της κατηγορίας δεν παραπέμπει κατ' ανάγκη σε ποιοτική διαφοροποίηση.
- ◆ Η παραγωγή των Τοπικών Οίνων ακολουθεί αυστηρότερες προδιαγραφές, γεγονός που τους διαφοροποιεί από τους κοινούς Επιτραπέζιους Οίνους.

Η πρώτη ύλη είναι οι ρώγες του σταφυλιού που περιέχουν σάκχαρα, καθώς επίσης οργανικά οξέα και νερό. Από αυτές συλλέγεται ο μούστος με διάφορες μεθόδους. Το παραδοσιακό πατητήρι δεν χρησιμοποιείται πλέον. Τη θέση του έχουν καταλάβει διάφορα μηχανήματα που συνήθως λειτουργούν συνθλίβοντας το σταφύλι ανάμεσα σε περιστρεφόμενους κυλίνδρους. Το οινόπνευμα που περιέχει το κρασί παράγεται από τα σάκχαρα του μούστου με την αντίδραση της αλκοολικής ζύμωσης. Η ζύμωση διαρκεί από 8-9 έως και 25 ημέρες, ανάλογα με την αρχική συγκέντρωση σακχάρων, τη θερμοκρασία στην οποία πολλαπλασιάζονται και δρουν οι μύκητες, το οξυγόνο που έχουν στη διάθεσή τους και άλλους παράγοντες. Συνήθως όσο πιο πολύ διαρκεί η ζύμωση, τόσο πιο πολλά αρώματα ζύμωσης θα περιέχει το κρασί. Η ωρίμανση των κρασιών εξαρτάται από το είδος και την ποικιλία από την οποία προέρ-

χονται. Διαφορετικά είδη κρασιού έχουν διαφορετική διάρκεια ζωής κάτω από διαφορετικές ιδανικές συνθήκες ωρίμανσης και συντήρησης. Πολλά κόκκινα κρασιά δεν είναι κατάλληλα για κατανάλωση πριν «μαλακώσουν» στο βαρέλι, ενώ τα λευκά κρασιά συνήθως δεν χρειάζονται, ούτε αντέχουν, την ωρίμανση στο βαρέλι. Μετά την ενδεχόμενη ωρίμανση ακολουθεί η παλαίωση στη φιάλη με ευθύνη όχι του οινοποιού, αλλά του αγοραστή - καταναλωτή.

Η σαμπάνια (αφρώδης οίνος της γαλλικής Καμπανίας) και τα λοιπά αφρώδη κρασιά χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη υψηλών συγκεντρώσεων διοξειδίου του άνθρακα εντός της φιάλης, η οποία τελεί υπό πίεση. Το διοξείδιο αυτό δεν εισάγεται επιπρόσθετα στο μπουκάλι όπως γίνεται με τα αναψυκτικά, αλλά παράγεται κατά την αλκοολική ζύμωση και για να μείνει εγκλωβισμένο στο μπουκάλι χρησιμοποιούνται διάφορες μέθοδοι.

Στους Πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται τα ελληνικά κρασιά ονομασίας προελεύσεως.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.1
Ελληνικά Κρασιά Ελεγχόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΟΠΕ)

| A/A | Ονομασία | Είδος Κρασιού | Ποικιλίες Αμπέλου |
|---------------------------------|-----------------------|---------------|------------------------------|
| Πελοπόννησος | | | |
| 1 | Μαυροδάφνη Πατρών | Κόκκινο Γλυκό | Μαυροδάφνη, Κορινθιακή |
| 2 | Μοσχάτο Πατρών | Λευκό Γλυκό | Μοσχάτο Λευκό |
| 3 | Μοσχάτο Ρίου | Λευκό γλυκό | Μοσχάτο Λευκό |
| Επάνησα | | | |
| 4 | Μαυροδάφνη Κεφαλονιάς | Κόκκινο γλυκό | Μαυροδάφνη, Κορινθιακή |
| 5 | Μοσχάτο Κεφαλονιάς | Λευκό γλυκό | Μοσχάτο Λευκό |
| Νησιά Ανατολικού Αιγαίου | | | |
| 6 | Μοσχάτο Λήμνου | Λευκό γλυκό | Μοσχάτο Αλεξανδρείας |
| 7 | Σάμος | Λευκό γλυκό | Μοσχάτο Λευκό |
| Δωδεκάνησα | | | |
| 8 | Μοσχάτο Ρόδου | Λευκό γλυκό | Μοσχάτο Λευκό, Μοσχάτο Trani |

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.2
Ελληνικά Κρασιά Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας
(ΟΠΑΠ)

| A/A Ονομασία | Είδος Κρασιού | Ποικιλίες Αμπέλου |
|------------------------|---------------------------------|---|
| | Μακεδονία - Θράκη | |
| 1 Αμύνταιο | Κόκκινο Ξηρό Ροζέ Αφρώδες | Ξινόμαυρο Ξινόμαυρο |
| 2 Γουμένισσα | Κόκκινο Ξηρό | Ξινόμαυρο, Νεγκόσκα |
| 3 Νάουσα | Κόκκινο Ξηρό | Ξινόμαυρο |
| 4 Πλαγιές του Μελίτωνα | Λευκό Ξηρό Κόκκινο Ξηρό | Ροδίτης, Ασύρτικο, Αθήρι Αημιό, Cabernet Sauvignon και Cabernet franc |
| | Θεσσαλία | |
| 5 Αγχιάλος | Λευκό Ξηρό | Ροδίτης Σαββατιανό |
| 6 Ραψάνη | Κόκκινο Ξηρό | Ξινόμαυρο, Κρασάτο, Σταυρωτό |
| 7 Μενεσικόλα | Κόκκινο Ξηρό | Μαύρο Μεσενικόλα |
| | Ήπειρος | |
| 8 Ζίτσα | Λευκό Αφρώδες | Ντεπίνα |
| | Πελοπόννησος | |
| 9 Μαντινεία | Λευκό Ξηρό | Μοσχοφίλερο |
| 10 Νεμέα | Κόκκινο Ξηρό - Γλυκό | Λγιωρίτικο |
| 11 Πάτρα | Λευκό Ξηρό | Ροδίτης |
| | Επάνησα | |
| 12 Ρομπόλα Κεφαλληνίας | Λευκό Ξηρό | Ρόμπολα |
| | Κρήτη | |
| 13 Αρχάνες | Κόκκινο Ξηρό | Κοτσιφάλι, Μανδηλαριά |
| 14 Δάφνες | Κόκκινο Ξηρό - Γλυκό | Λιάτικο |
| 15 Πεζά | Κόκκινο Ξηρό Λευκό Ξηρό | Κοτσιφάλι, Μανδηλαριά Βηλάννα |
| 16 Σητεία | Κόκκινο Ξηρό - Γλυκό | Λιάτικο |
| | Κυκλάδες | |
| 17 Πάρος | Κόκκινο Ξηρό | Μονεμβασιά, Μανδηλάρι |
| 18 Σαντορίνη | Λευκό Ξηρό Λευκό Γλυκό | Ασύρτικο, Αηδάνι, Αθήρι Ασύρτικο, Αηδάνι |
| | Νησιά Ανατολικού Αιγαίου | |
| 19 Αήμνος | Λευκό Ξηρό | Μοσχάτο Αλεξάνδρειας |
| | Δωδεκάνησα | |
| 20 Ρόδος | Λευκό Ξηρό Κόκκινο Ξηρό | Αθήρι Μανδηλαριά |

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

§ Η πρώτη ύλη – Καλλιεργούμενες Εκτάσεις

Στον πρωτογενή τομέα δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός αγροτικών εκμεταλλεύσεων με χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα, οι οποίες καλύπτουν σχετικά μικρό μέρος των συνολικά καλλιεργούμενων εκτάσεων. Οι μεγάλες οиноβιομηχανίες ελέγχουν σημαντικό ποσοστό των καλλιεργούμενων εκτάσεων και της εγχώριας παραγωγής οίνου.

Στον πίνακα 3.1.2.3 παρουσιάζεται το μέγεθος των αμπελουργικών εκτάσεων, ανά περιφέρεια για την περίοδο 2001-2002, σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας. Σημειώνεται ότι στην κατηγορία των επιτραπέζιων οίνων, συμπεριλαμβάνονται και οίνοι με γεωγραφική ένδειξη, ενώ το σύνολο των εκτάσεων περιλαμβάνει και ποικιλίες διπλής χρήσης που κατά συνήθεια οινοποιούνται.

Όπως προκύπτει από τον πίνακα, οι εκτάσεις αμπελώνων ανήλθαν σε 80.794 εκτάρια την περίοδο 2001-2002, εκ των οποίων το 81% περίπου (65.287 εκτάρια) αφορούσε επιτραπέζιους οίνους και το υπόλοιπο 18% (15.507 εκτάρια) αφορούσε οίνους ονομασίας προέλευσης. Η Πελοπόννησος, η Αττική, η Δυτική Ελλάδα και η Κρήτη συγκεντρώνουν την πλειοψηφία των αμπελουργικών εκτάσεων. Όσον αφορά ειδικά τα κρασιά ονομασίας προέλευσης, η καλλιέργεια πραγματοποιείται κυρίως στην Πελοπόννησο και στο Αιγαίο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.3
Απογραφή αμπελουργικών εκτάσεων ανά περιφέρεια (2003)*

| Περιφέρεια | VQPRD | Επιτραπέζιοι Οίνοι | Σύνολο |
|--|---------------|--------------------|--------------------------|
| Ανατολική Μακεδονία – Θράκη | | 0 | 1.789 |
| Κεντρική Μακεδονία | 1.147 | 3.177 | 4.324 |
| Δυτική Μακεδονία | 650 | 1.597 | 2.247 |
| Θεσσαλία | 568 | 4.186 | 4.754 |
| Ήπειρος | 140 | 731 | 871 |
| Ιόνια Νησιά | 331 | 3.361 | 3.692 |
| Δυτική Ελλάδα | 1.148 | 9.899 | 11.047 |
| Στερεά Ελλάδα | 0 | 8.625 | 8.625 |
| Πελοπόννησος | 3.701 | 9.544 | 13.245 |
| Αττική | 0 | 11.525 | 11.525 |
| Βόρειο Αιγαίο | 2.263 | 555 | 2.818 |
| Νότιο Αιγαίο | 3.213 | 2.332 | 5.545 |
| Κρήτη | 2.346 | 7.968 | 10.314 |
| Σύνολο | 15.507 | 65.287 | 80.794 |
| Εκτάσεις: σε εκτάρια (1 εκτάριο = 10 στρέμματα) | | | |
| | | | Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας |

* VQPRD / ΟΠΑΠ : Οίνοι Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή

§ Διάκριση των Πελατών

Η αγορά του οίνου διακρίνεται στην «κρύα» η οποία περιλαμβάνει τους χώρους μαζικής εστίασης διασκέδασης και στη «ζεστή» η οποία αφορά την οικιακή κατανάλωση.

§ Δομή των Αναγκών των Πελατών

Η Κατανάλωση Οίνου είναι συνυφασμένη τόσο με την Ικανοποίηση Κοινωνικών αναγκών όσο και με την Ικανοποίηση των Αναγκών του «Εγώ». Σύμφωνα με τη θεωρία του Maslow περί ιεράρχησης των αναγκών, οι Κοινωνικές ανάγκες σχετίζονται με την Κοινωνική Ένταξη και Αποδοχή ενώ οι Ανάγκες του «Εγώ» με την ψυχολογική κατάσταση του ατόμου και την αναγνώριση του από το κοινωνικό σύνολο. Οι κοινωνικές ανάγκες κατατάσσονται στο αμέσως χαμηλότερο επίπεδο από τις ανάγκες του «Εγώ» στην Πυραμίδα Ιεράρχησης των Αναγκών του Maslow, ενώ και οι δύο κατηγορίες αναγκών συναντώνται σε καταναλωτές που δραστηριοποιούνται σε οργανωμένες και αναπτυγμένες κοινωνίες.

Το κρασί καταναλώνεται σε κοινωνικές εκδηλώσεις, χώρους μαζικής εστίασης και είναι συνυφασμένο με την «καλή ζωή» και την «καλοπέραση». Συνεπώς, συνδέεται με την Ικανοποίηση Κοινωνικών Αναγκών. Επιπρόσθετα, η κατανάλωση ακριβών, καλής ποιότητας και εκλεκτών ποικιλιών κρασιών προσδίδει κύρος στους καταναλωτές και ικανοποιεί τη ψυχολογική τους ανάγκη για καταξίωση και αναγνώριση. Όσο η κοινωνία μας αναπτύσσεται, τόσο η ανάγκη για ικανοποίηση ανώτερων αναγκών (κοινωνικών, ψυχολογικών, αυτοπραγμάτωσης) θα αυξάνεται αφού η ικανοποίηση των βιοποριστικών αναγκών θα θεωρείται δεδομένη. Συνεπώς, όσο η κοινωνία μας αναπτύσσεται η ζήτηση για κρασί θα αυξάνεται.

§ Κίνητρα για την Αγορά Κρασιού

Η σύγχρονη άποψη για στροφή προς ένα πιο υγιεινό τρόπο διατροφής και διαβίωσης σε συνδυασμό με τα πορίσματα διαφόρων επιστημονικών ερευνών σύμφωνα

με τα οποία η λογική χρήση οίνου, κυρίως ερυθρού, προάγει την υγεία και προστατεύει τον οργανισμό από διάφορες παθήσεις αποτελούν κίνητρα για αγορά και κατανάλωση οίνου. Αποτέλεσμα των νέων αυτών τάσεων, είναι η αύξηση στην κατανάλωση οίνου και η δημιουργία νέων ευκαιριών.

§ Διαφημιστική Δαπάνη Οίνου

Ο κλάδος της οινοποιίας χαρακτηρίζεται από χαμηλές διαφημιστικές δαπάνες στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), σε σχέση με την ευρύτερη αγορά οινοπνευματωδών ποτών στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, την πενταετία 1999 - 2003, το μέσο ποσοστό συμμετοχής των κρασιών στη συνολική διαφημιστική δαπάνη των ποτών ήταν 2,64%, ενώ για τη σαμπάνια το αντίστοιχο ποσοστό ανήλθε στο 0,24%. Η διαχρονική εξέλιξη των δαπανών αυτών για την τελευταία πενταετία, καθώς και η κατανομή τους μεταξύ της τηλεόρασης, του ραδιοφώνου, των περιοδικών και των εφημερίδων παρουσιάζεται στον πίνακες 3.1.2.4 και 3.1.2.5 για το κρασί και τη σαμπάνια αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.4
Κατανομή διαφημιστικών δαπανών κρασιού ανά ΜΜΕ (1999-2003)

| Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Ραδιόφωνο | Εφημερίδες |
|------------------|-----------|-----------|----------------------------------|------------|
| 1999 | 801 | 281.661 | 0 | 367.169 |
| 2000 | 270.807 | 905.153 | 24.742 | 553.741 |
| 2001 | 104.353 | 1.191.623 | 79.089 | 242.422 |
| 2002 | 255.721 | 919.113 | 109.689 | 305.303 |
| 2003 | 247.406 | 1.136.460 | 168.395 | 376.445 |
| <i>Ποσά σε €</i> | | | <i>Πηγή : Media Services A.E</i> | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1.2.5
Κατανομή διαφημιστικών δαπανών σαμπάνιας ανά ΜΜΕ (1999-2003)

| Έτος | Τηλεόραση | Περιοδικά | Ραδιόφωνο | Εφημερίδες |
|------------------|-----------|-----------|----------------------------------|------------|
| 1999 | 0 | 52.508 | 0 | 47.058 |
| 2000 | 60.631 | 61.068 | 0 | 0 |
| 2001 | 6.087 | 75.045 | 0 | 0 |
| 2002 | 7.908 | 142.297 | 0 | 7.714 |
| 2003 | 2.778 | 218.218 | 0 | 0 |
| <i>Ποσά σε €</i> | | | <i>Πηγή : Media Services A.E</i> | |

Η συνολική διαφημιστική δαπάνη κρασιού εμφάνισε αξιόλογη άνοδο την περίοδο 1999 - 2000 (170%), ενώ τα επόμενα έτη παρουσίασε διακυμάνσεις, ανερχόμενη σε €1.928,7 χιλ. το 2003. Το διαφημιστικό μέσο που απέσπασε τα μεγαλύτερα ποσοστά ήταν τα περιοδικά με μερίδιο συμμετοχής από 52% έως 74% περίπου και ακολούθησαν οι εφημερίδες, με ποσοστό που κυμάνθηκε μεταξύ του 15% και 57%. Έπεται η τηλεόραση με ποσοστό που δεν ξεπέρασε το 16% και τέλος, το ραδιόφωνο με μερίδιο που έφτασε μέχρι και το 9% περίπου. Μεγάλες μεταβολές στη διαφημιστική δαπάνη παρουσιάστηκαν το διάστημα 1999-2000, όπου όλα τα μέσα παρουσίασαν μεγάλη αύξηση, ενώ στη συνέχεια εμφανίστηκαν αυξομειώσεις ανά έτος.

Όσον αφορά τη σαμπάνια, η διαφημιστική δαπάνη εμφανίζεται ανοδική τη συγκεκριμένη πενταετία, με μόνη εξαίρεση το έτος 2001. Συγκεκριμένα, η μέση ετήσια αύξηση ήταν 22%. Το 1999 το ποσό που δαπανήθηκε συνολικά ήταν €99,6 χιλ. ενώ το 2003 έφτασε τα €221 χιλ. Το μέσο που απέσπασε τα μεγαλύτερα μερίδια σε αυτή την περίπτωση ήταν τα περιοδικά, με ποσοστό που ξεπέρασε το 50%. Η τηλεόραση εμφάνισε μικρή συμμετοχή τα τελευταία 3 χρόνια, ενώ τα άλλα μέσα δεν προτιμούνται για την προβολή του συγκεκριμένου προϊόντος.

§ Διανομή Προϊόντων και Πιστωτική Πολιτική

Η δομή και το μέγεθος των επιχειρήσεων διαδραματίζουν αποφασιστικό ρόλο στον τρόπο διακίνησης των προϊόντων τους. Ο έντονος ανταγωνισμός που επικρατεί στον κλάδο της οινοποιίας έχει επηρεάσει τον τρόπο οργάνωσης και τη διάρθρωση του δικτύου διανομής των επιχειρήσεων. Οι εταιρίες επιδιώκουν τη διεύρυνση του δικτύου τους, με σκοπό την απόκτηση νέων σημείων πώλησης και την καλύτερη κάλυψη της εγχώριας αγοράς.

Οι μεγάλες μονάδες του κλάδου έχουν αναπτύξει δικά τους δίκτυα διανομής, προμηθεύοντας απευθείας τα κυριότερα σημεία της «κρύας» αγοράς και μεγάλες αλυσίδες super market, πρατήρια ποτών και κάβες, ενώ τα υπόλοιπα σημεία της αγοράς εξυπηρετούνται από χονδρεμπόρους - πρατηριούχους. Οι τελευταίοι από-τελούν και το κυριότερο κανάλι διανομής των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα κα-

λύπτουν σημαντικό μέρος των πωλήσεων σε περιοχές εκτός των μεγάλων αστικών κέντρων (κυρίως νησιά). Στην εγχώρια αγορά κρασιού εκτιμάται ότι οι κάβες καλύπτουν το 35% περίπου των πωλήσεων.

Η σημαντική ανάπτυξη των αλυσίδων super market έχει εντείνει τον υφιστάμενο ανταγωνισμό σε επίπεδο εμπορίου, καθώς συγκεντρώνουν συνεχώς μεγαλύτερο μέρος της συνολικής αγοράς. Ειδικότερα, τα super market εκτιμάται ότι καλύπτουν ποσοστό 25% περίπου των πωλήσεων κρασιού, παρουσιάζοντας ανοδική πορεία. Τα super market εκτιμάται ότι αριθμούν πάνω από 3.000 σημεία πώλησης σήμερα, ενώ ανάπτυξη γνωρίζουν και τα καταστήματα Cash & Carry και Discount Stores. Επισημαίνεται ότι τα συγκεκριμένα σημεία πώλησης εξυπηρετούν αφενός την οικιακή κατανάλωση, και αφετέρου τα μικρά σημεία της «κρύας» αγοράς (ταβέρνες, ψητοπωλεία, εστιατόρια κλπ.), γεγονός που οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι προσφέρουν τα συγκεκριμένα προϊόντα σε χαμηλές τιμές.

Οι διάφορες παροχές (εκπτώσεις, πιστώσεις κλπ.) από τις εταιρίες του κλάδου προς το λιανεμπόριο διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και τους όρους που επικρατούν στην τοπική αγορά. Οι εκπτώσεις διαμορφώνονται ανάλογα με το προϊόν, τον τρόπο πληρωμής, την ποσότητα παραγγελίας και γενικότερα τον πελάτη και το είδος της συμφωνίας μεταξύ των δυο μερών. Επίσης, υπάρχουν κλιμακούμενες παροχές ανάλογα με το ύψος των πωλήσεων που πραγμα-τοποιήθηκαν, παροχές σε είδος ανάλογα με το μέγεθος της παραγγελίας και καταβολή των εξόδων προβολής στο τέλος κάθε περιόδου (με τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών). Οι μεγαλύτερες μονάδες εφαρμόζουν πολιτική εκπτώσεων που κατά μέσο όρο δεν ξεπερνά το 40%-45%.

Οι χορηγούμενες πιστώσεις από τις μεγάλες κυρίως παραγωγικές μονάδες κυμαίνονται μεταξύ 4-6 μηνών. Σημειώνεται ότι οι υψηλότερες πιστώσεις παρέχονται σε περιόδους με χαμηλότερη ζήτηση και σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να ξεπεράσουν και τους οκτώ μήνες.

3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

3.2.1 Συνολικό Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς

Στο Κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η εγχώρια αγορά οίνου κατά την περίοδο 1988-2003. Τα στοιχεία που αναφέρονται στο κεφάλαιο αυτό αφορούν τις αντίστοιχες οινικές περιόδους (από την 1^η Σεπτεμβρίου του εκάστου έτους μέχρι την 31^η Αυγούστου του επομένου).

Η συνολική εγχώρια χρήση οίνου την περίοδο 1988-2003 παρουσίασε διακυμάνσεις και διαμορφώθηκε σε 2.793 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα την περίοδο 2002-2003, έναντι 3.909 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το 1988-1989.

Η κατανάλωση οίνου στη χώρα μας κυμαίνεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα σε σύγκριση με τις οινοπαραγωγικές χώρες της Ευρώπης, παρουσιάζοντας μικρές αυξομειώσεις ανά έτος, οι οποίες δεν μεταβάλλουν ουσιαστικά το συνολικό της μέγεθος. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα 3.2.1.1 και το αντίστοιχο διάγραμμα, η εγχώρια κατανάλωση οίνου παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 4,4% και διαμορφώθηκε σε 2.466 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το 2002-2003 από 2.958 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το 1988-1989. Την πενταετία 1988/89-1992/93 η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση ήταν 2.934 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα κατά μέσο όρο, ενώ την πενταετία 1993/94-1997/98 μειώθηκε στα 2.782 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα. Τέλος, την τελευταία πενταετία 1998/99-2002/03 η μέση ετήσια κατανάλωση οίνου ήταν 2.796 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, παρουσιάζοντας ελάχιστη αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη πενταετία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1.1
Γενικό Ισοζύγιο Παραγωγής – Χρήσης Οίνου στην Ελλάδα (1988 – 2003)

| ΟΙΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΓΧΩΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗ | ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ | ΕΞΑΓΩΓΕΣ | ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ | ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΓΧΩΡΙΑ ΧΡΗΣΗ | ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ-ΑΠΩΛΕΙΕΣ | ΕΓΧΩΡΙΑ ΦΑΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ |
|-----------------|---------------------------|-----------|----------|---------------------|------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| 1988-1989 | 4.345 | 23 | 792 | -333 | 3.909 | 513 | 3396 |
| 1989-1990 | 4.532 | 56 | 1.207 | -273 | 3.654 | 456 | 3198 |
| 1990-1991 | 3.526 | 60 | 720 | -12 | 2.878 | 255 | 2623 |
| 1991-1992 | 4.016 | 83 | 601 | 613 | 2.885 | 290 | 2595 |
| 1992-1993 | 4.050 | 58 | 533 | 233 | 3.342 | 482 | 2860 |
| 1993-1994 | 3.378 | 59 | 620 | -1.035 | 3.902 | 778 | 3124 |
| 1994-1995 | 3.051 | 50 | 641 | -250 | 2.710 | 362 | 2348 |
| 1995-1996 | 3.875 | 50 | 650 | -285 | 3.560 | 360 | 3200 |
| 1996-1997 | 4.105 | 60 | 700 | 379 | 3.086 | 450 | 2636 |
| 1997-1998 | 3.980 | 50 | 670 | 211 | 3.159 | 543 | 2611 |
| 1998-1999 | 3.826 | 50 | 670 | 144 | 3.350 | 392 | 2958 |
| 1999-2000 | 3.680 | 60 | 700 | -99 | 3.139 | 271 | 2868 |
| 2000-2001 | 3.558 | 70 | 750 | -169 | 3.047 | 300 | 2747 |
| 2001-2002 | 3.475 | 114 | 320 | 49 | 3.318 | 376 | 2942 |
| 2002-2003 | 3.098 | 184 | 306 | 183 | 2.793 | 327 | 2466 |

00 000L

Πηγή : Υπουργείο Γεωργίας



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.1.1
Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση

Η εγχώρια αγορά οίνου υπερκαλύπτεται από τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα, γεγονός που διαμορφώνει το βαθμό εισαγωγικής διείσδυσης, δηλαδή την ποσότητα εισαγωγών ως προς την κατανάλωση, σε χαμηλά επίπεδα. Οι εισαγωγές διαμορφώθηκαν μεταξύ 50-70 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το διάστημα 1992-2001. Την τελευταία διετία όμως παρουσίασαν αυξητική πορεία και ανήλθαν σε 184 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα την περίοδο 2002-2003, αυξάνοντας τον βαθμό εισαγωγικής διείσδυσης σε επίπεδα της τάξης του 7,5%. Οι εξαγωγές οίνου κυμαίνονταν την περίοδο 1995-2001 μεταξύ 650-750 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα. Την τελευταία όμως διετία οι εξα-

γωγές μειώθηκαν, φτάνοντας τα 306 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα την περίοδο 2002-2003. Ο κυριότερος προορισμός των ελληνικών οίνων είναι οι χώρες της Ευρώπης.

Στον πίνακα 3.2.1.2 εμφανίζεται η κατά κεφαλή κατανάλωση οίνου για το διάστημα 1988-2003. Την περίοδο 2002-2003 η κατά κεφαλή κατανάλωση οίνου διαμορφώθηκε στα 22,6 λίτρα, σημειώνοντας πτώση 16% περίπου σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο (26,9 λίτρα). Το εν λόγω μέγεθος του 2002-2003 είναι το χαμηλότερο της εξεταζόμενης περιόδου, με εξαίρεση το 1994-1995 (22,5 λίτρα / άτομο)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.1.2
Ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση Οίνου (1988 – 2003)

| Έτος | Κατά κεφαλήν κατανάλωση | Μεταβολή (%) |
|---------|-------------------------|--------------|
| 1988/89 | 33,8 | - |
| 1989/90 | 31,6 | -6,51 |
| 1990/91 | 25,6 | -18,99 |
| 1991/92 | 25,1 | -1,95 |
| 1992/93 | 27,6 | 9,96 |
| 1993/94 | 30 | 8,7 |
| 1994/95 | 22,5 | -25 |
| 1995/96 | 30,5 | 35,56 |
| 1996/97 | 25,2 | -17,38 |
| 1997/98 | 24,8 | -1,59 |
| 1998/99 | 27,4 | 10,48 |
| 1999/00 | 26,5 | -3,28 |
| 2000/01 | 26,1 | -5,28 |
| 2001/02 | 26,9 | 7,17 |
| 2002/03 | 22,6 | -15,99 |

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας ICAP

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση μπύρας στη χώρα μας κυμαίνεται σε σταθερά υψηλότερα επίπεδα από τα αντίστοιχα του οίνου. Ειδικότερα, το 1990 η κατά κεφαλή κατανάλωση μπύρας ήταν 41 λίτρα ανά άτομο, ενώ η αντίστοιχη κατανάλωση οίνου ήταν 31,6 λίτρα. Το 1995 η αντίστοιχη κατανάλωση ήταν 40 λίτρα ανά άτομο για την μπύρα και 22,5 λίτρα ανά άτομο για το κρασί, ενώ το 2002 ήταν 38 λίτρα για την μπύρα και 26,9 για το κρασί. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στη χαμηλότερη τιμή της μπύρας, στην ποικιλία σημείων λιανικής πώλησης που διατίθεται, καθώς και στην υπαίθρια κατανάλωσή της σε γήπεδα και καντίνες, συναυλίες κλπ.

3.2.2 Ανάλυση της Εγχώριας Αγοράς

Η κατανάλωση οίνου καλύπτεται κυρίως από τα εγχωρίως παραγόμενα προϊόντα, δεδομένης της επάρκειας της εγχώριας παραγωγής. Αναφορικά με την κατηγορία κρασιών, σημειώνεται ότι τα λευκά κρασιά καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης οίνου, με ποσοστό που διαμορφώθηκε στο 65% περίπου το 2003, ακολουθώντας όμως πτωτική πορεία. Τα ερυθρά και ερυθρωπά κρασιά καλύπτουν το υπόλοιπο 35%, παρουσιάζοντας αυξητικές τάσεις. Τα ερυθρά κρασιά υπερέχουν σαφώς, ενώ το μερίδιο των ερυθρωπών εκτιμάται ότι δεν ξεπερνά το 10% στη συνολική αγορά. (Διάγραμμα 3.2.2.1)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.2.1
Μερίδια Εγχώριας Κατανάλωσης

Σχετικά με τους τύπους του οίνου, σημειώνεται ότι τα επιτραπέζια κρασιά, καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής αγοράς οίνου, με ποσοστό που αγγίζει το 90% περίπου τα τελευταία χρόνια. Σε αυτά συμπεριλαμβάνονται οι τοπικοί οίνοι, οι οίνοι ονομασίας κατά παράδοση, όπως είναι η ρετσίνα. Η ρετσίνα εμφανίζει πτωτική πορεία τα τελευταία χρόνια, σύμφωνα δε με εκτιμήσεις το μερίδιό της διαμορφώθηκε σε επίπεδα που δεν υπερβαίνουν το 10% της συνολικής αγοράς. Τα κρασιά Ονομασίας Προέλευσης, κατέχουν περιορισμένο μερίδιο στη συνολική αγορά οίνου, το οποίο εκτιμάται ότι είναι της τάξης του 20%.

Το κρασί που προορίζεται για χύμα διάθεση κάλυψε το 55% περίπου της συνολικής εγχώριας αγοράς οίνου το 2003, ενώ το εμφιαλωμένο εκτιμάται ότι κατέλαβε το 45%, με τάση όμως που διαγράφεται αυξητική. (Διάγραμμα 3.2.2.2)

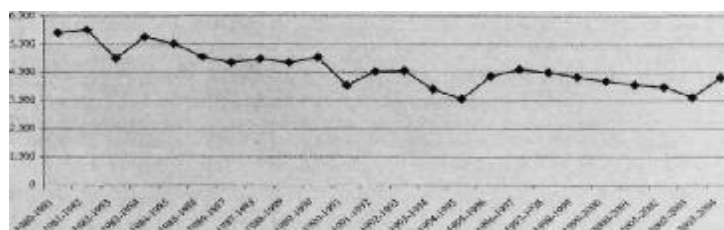


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.2.2
Μερίδια Εγχώριας Κατανάλωσης

3.2.3 Μέγεθος Εγχώριας Παραγωγής

§ Μέγεθος Εγχώριας Παραγωγής

Με την παραγωγή οίνου ασχολείται σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρού μεγέθους. Η εξέλιξη της παραγωγής οίνου στην Ελλάδα τη χρονική περίοδο 1980/81-2003/04 παρουσιάζεται στον πίνακα 3.2.3.1 και στο αντίστοιχο διάγραμμα. Στα εν λόγω στοιχεία αναφέρεται χωριστά το μέγεθος της παραγωγής των οργανωμένων οινοποιείων, καθώς και το ποσοστό συμμετοχής τους στο σύνολο της παραγόμενης ποσότητας οίνου. Επισημαίνεται ότι η καταγραφή της ετήσιας εγχώριας παραγωγής πραγματοποιείται στο τέλος της οινικής περιόδου, η οποία διαρκεί από την 1^η Σεπτεμβρίου κάθε έτους μέχρι την 31^η Αυγούστου του επόμενου έτους.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.3.1
Εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2004)

Το μέγεθος της συνολικής εγχώριας παραγωγής οίνου διαφέρει από το αντίστοιχο μέγεθος των οργανωμένων οινοποιείων, καθώς περιλαμβάνει και την οικιακή οινοποίηση, η οποία εμπεριέχει και την αυτοκατανάλωση. Το γεγονός αυτό δικαιολογεί και τις διακυμάνσεις της συνολικής παραγωγής οίνου που εμφανίζονται ανά έτος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.1
Εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής οίνου (1980-2004)

| Οιδική περίοδος (από 1/9- 31/8) | Σύνολο εγχώριας παραγωγής οίνου | Σύνολο παραγωγής οργανωμένων οινοποιείων | Συμμετοχή (%) Οργανωμένων οινοποιείων |
|------------------------------------|------------------------------------|--|---|
| 1980-1981 | 5.395 | 2.601 | 48 |
| 1981-1982 | 5.500 | 2.847 | 52 |
| 1982-1983 | 4.500 | 2.838 | 63 |
| 1983-1984 | 5.250 | 3.047 | 58 |
| 1984-1985 | 5.070 | 3.350 | 67 |
| 1985-1986 | 4.538 | 3.038 | 67 |
| 1986-1987 | 4.342 | 2.692 | 62 |
| 1987-1988 | 4.475 | 2.875 | 64 |
| 1988-1989 | 4.345 | 3.346 | 77 |
| 1989-1990 | 4.532 | 3.142 | 69 |
| 1990-1991 | 3.526 | 2.658 | 75 |
| 1991-1992 | 4.016 | 2.075 | 74 |
| 1992-1993 | 4.050 | 2.681 | 66 |
| 1993-1994 | 3.392 | 2.184 | 64 |
| 1994-1995 | 3.051 | 1.901 | 62 |
| 1995-1996 | 3.850 | 1.930 | 50 |
| 1996-1997 | 4.109 | 2.699 | 66 |
| 1997-1998 | 3.987 | 2.426 | 61 |
| 1998-1999 | 3.826 | 2.508 | 66 |
| 1999-2000 | 3.680 | 2.368 | 64 |
| 2000-2001 | 3.558 | 2.501 | 70 |
| 2001-2002 | 3.477 | 2.366 | 68 |
| 2002-2003 | 3.098 | 2.223 | 72 |
| 2003-2004 | 3.671 | 2.680 | 73 |
| Ποσότητα σε 00 000 L | | Πηγή : Υπουργείο Γεωργίας | |

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα 3.2.3.1 παρατηρούνται διακυμάνσεις στην εγχώρια παραγωγή οίνου. Η γενικότερη τάση που διαγράφεται όμως τις τελευταίες δε-

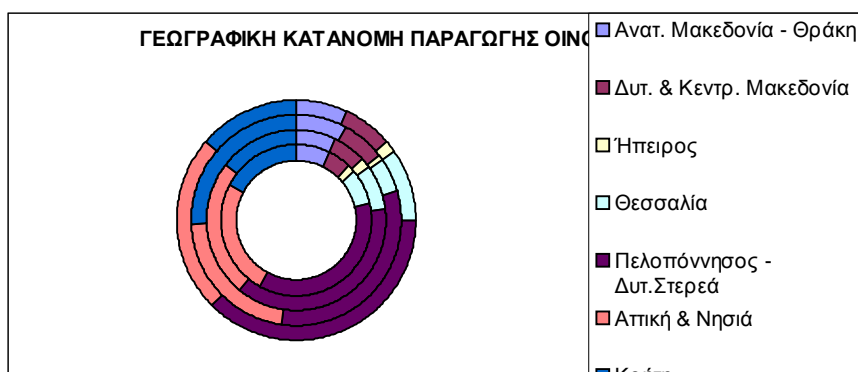
καετίες είναι ελαφρώς πτωτική (περίπου 1,5% ετησίως κατά μέσο όρο). Η παραγωγή των οργανωμένων οινοποιείων εκτιμάται την περίοδο 2005-2006 σε ελαφρώς υψηλότερα επίπεδα σε σχέση με το 1980-1981. Οι μεγάλες ετήσιες αυξομειώσεις στην παραγωγή οίνου μπορούν επίσης να αποδοθούν και στις καιρικές συνθήκες που επικρατούν κάθε φορά, οι οποίες άλλοτε ευνοούν την παραγωγή, ενώ άλλοτε όχι. Σε επίπεδα πενταετίας, ο μέσος όρος της εγχώριας παραγωγής οίνου την περίοδο 1999-2004 ήταν 3.523 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα περίπου, μειωμένος κατά 6,4% σε σύγκριση με την αμέσως προηγούμενη πενταετία.

§ Διάρθρωση Παραγωγής Οίνου ανά Γεωγραφικό Διαμέρισμα

Στον πίνακα 3.2.3.2 και στο αντίστοιχο διάγραμμα παρουσιάζεται η διάρθρωση της παραγωγής οίνου ανά γεωγραφικό διαμέρισμα, για την περίοδο 2000-2004. Η περιφέρεια της «Πελοποννήσου-Δυτικής Στερεάς» κατείχε το μεγαλύτερο μερίδιο στη συνολική παραγωγή οίνου την εξεταζόμενη περίοδο, με ποσοστό μεταξύ 31,8% και 37,8%. Ακολουθεί η «Αττική & Νησιά» με ποσοστό 22,2%-24,9% για την ίδια περίοδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.2
Γεωγραφική κατανομή παραγωγής οίνου (2000-2004)

| Γεωγραφικό Διαμέρισμα | 2000-2001 | | 2001-2002 | | 2002-2003 | | 2003-2004 | |
|----------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|----------------------------------|-------|
| | Ποσότητα | % | Ποσότητα | % | Ποσότητα | % | Ποσότητα | % |
| Ανατ. Μακεδονία & Θράκη | 254.600 | 7,16 | 255.500 | 7,35 | 241.650 | 7,8 | 251.420 | 6,85 |
| Δυτ. & Κεντρ. Μακεδονία | 182.800 | 5,14 | 199.690 | 5,74 | 201.820 | 6,52 | 245.880 | 6,7 |
| Ήπειρος | 57.200 | 1,61 | 67.500 | 1,94 | 33.100 | 1,07 | 61.460 | 1,67 |
| Θεσσαλία | 269.500 | 7,58 | 279.500 | 8,04 | 155.800 | 5,03 | 356.900 | 9,72 |
| Πελοπόννησος & Δυτ. Σιερέα | 1.298.500 | 36,5 | 1.314.000 | 37,79 | 985.000 | 31,8 | 1.383.500 | 37,69 |
| Αττική & Νησιά | 866.740 | 24,93 | 863.580 | 24,83 | 687.296 | 22,19 | 872.750 | 23,78 |
| Κρήτη | 608.200 | 17,1 | 497.500 | 14,31 | 793.100 | 25,6 | 498.750 | 13,59 |
| | 3.557.540 | 100 | 3.477.270 | 100 | 3.097.766 | 100 | 3.670.660 | 100 |
| Ποσότητα σε 00 L | | | | | | | Πηγή : Υπουργείο Γεωργίας | |



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.3.2
Γεωγραφική κατανομή παραγωγής οίνου (2000-2004)

§ Αποθέματα Οίνου

Η εξέλιξη του συνολικού μεγέθους των αποθεμάτων οίνου παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς η ετήσια μεταβολή τους επηρεάζει το συνολικό μέγεθος της αγοράς. Στον πίνακα 3.2.3.3 παρουσιάζεται το μέγεθος των συνολικών αποθεμάτων οίνου για την περίοδο 1989-2003. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, το μέγεθος των αποθεμάτων παρουσιάζει σημαντικές ετήσιες διακυμάνσεις. Την 1.8.2003 τα αποθέματα οίνου στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν σε 2.037 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα έναντι 1.855 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, του προηγούμενου έτους, σημειώνοντας άνοδο 9,8%. Μάλιστα παρατηρείται ότι τα αποθέματα του 2003 ήταν υψηλότερα από το 1994 και έπειτα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.3
Εξέλιξη των αποθεμάτων οίνου στην Ελλάδα(1989-2003)

| Έτος | Ποσότητα | Μεταβολή |
|----------|----------|----------|
| 1.9.1989 | 1.990 | - |
| 1.9.1990 | 1.717 | -13,72 |
| 1.9.1991 | 1.704 | -0,76 |
| 1.9.1992 | 2.317 | 35,97 |
| 1.9.1993 | 2.550 | 10,06 |
| 1.9.1994 | 1.464 | -42,59 |
| 1.9.1995 | 1.215 | -17,01 |
| 1.9.1996 | 1.122 | -7,65 |
| 1.9.1997 | 1.501 | 33,78 |
| 1.9.1998 | 1.712 | 14,06 |
| 1.9.1999 | 1.568 | -8,41 |
| 1.9.2000 | 1.469 | -6,31 |
| 1.8.2001 | 1.903 | 29,5 |
| 1.8.2002 | 1.855 | -2,5 |
| 1.8.2003 | 2.037 | 9,8 |

Ποσότητα: σε 00 000 L Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

Σχετικά με τη διάρθρωση του όγκου των αποθεμάτων, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος του συνολικού μεγέθους είναι συγκεντρωμένο στην παραγωγή, ενώ το εμπόριο καλύπτει μικρό μέρος του εν λόγω μεγέθους, όπως διαφαίνεται και από τα στοιχεία του πίνακα 3.2.3.4 Οι λευκοί οίνοι παρουσιάζουν υψηλότερα αποθέματα, καθώς καλύπτουν το 64% περίπου του όγκου των αποθεμάτων στην παραγωγή και το 63% του συνολικού όγκου των αποθεμάτων την 1.8.2002. Με βάση τη διάκριση σε επιτραπέζιους και ΟΠΑΠ οίνους, σύμφωνα με τα στοιχεία προκύπτει ότι τα περισσότερα αποθέματα καλύπτονται από επιτραπέζιους οίνους χωρίς γεωγραφική ένδειξη, ενώ τα αποθέματα οίνων Ονομασίας Προέλευσης κατέχουν το μικρότερο μερίδιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.4
Αποθέματα οίνου στην Ελλάδα ανά κατηγορία προϊόντων (2002-2003)

| Κατηγορία Οίνου | 1.8.2002 | | | 1.8.2003 | | |
|---|-----------------------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|---------------------------------|
| | Ερυθροί/ Ερυθρωποί | Λευκοί | Σύνολο | Ερυθροί/ Ερυθρωποί | Λευκοί | Σύνολο |
| Αποθέματα στην Παραγωγή | | | | | | |
| Επιτραπέζιοι οίνοι χωρίς γεωγραφική ένδειξη | 254.219 | 770.237 | 1.024.456 | 347.801 | 598.426 | 946.227 |
| Επιτραπέζιοι οίνοι με γεωγραφική ένδειξη | 121.765 | 154.516 | 276.281 | 103.918 | 322.264 | 426.182 |
| VOPRD | 196.898 | 103.091 | 299.989 | 163.852 | 176.868 | 340.720 |
| Σύνολο (στην παραγωγή) | 572.882 | 1.027.844 | 1.600.726 | 615.571 | 1.097.558 | 1.713.129 |
| Αποθέματα στο Εμπόριο | | | | | | |
| Επιτραπέζια οίνοι χωρίς γεωγραφική ένδειξη | 81.576 | 99.019 | 180.595 | 98.834 | 136.563 | 235.397 |
| Επιτραπέζιοι Οίνοι με Γεωγραφική Ένδειξη | 11.244 | 12.413 | 23.657 | 10.473 | 13.798 | 24.271 |
| VQPRD | 22.339 | 7.827 | 30.166 | 31.579 | 6.918 | 38.497 |
| Σύνολο (στο εμπόριο) | 115.159 | 119.259 | 234.418 | 140.886 | 157.279 | 298.165 |
| Γενικό σύνολο αποθεμάτων οίνου | 688.041 | 1.147.103 | 1.835.144 | 756.457 | 1.254.837 | 2.011.294 |
| Αποθέματα γλεύκους | 111 | 19.370 | 19.481 | 185 | 25.763 | 25.948 |
| Γενικό Σύνολο Αποθεμάτων | 688.152 | 1.166.473 | 1.854.625 | 756.642 | 1.280.600 | 2.037.242 |
| Ποσότητα σε 00 L | | | | | | <i>Πηγή :Υπουργείο Γεωργίας</i> |

§ Ανάλυση εγχώριας παραγωγής οίνου ανά κύρια κατηγορία προϊόντων

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας, όπως παρατίθενται στον πίνακα 3.2.3.5 οι λευκοί οίνοι αποτελούν την κυριότερη κατηγορία, καλύπτοντας ποσοστό 59%-80% της συνολικής παραγωγής οίνου κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου

(1988/89-2003/04). Το μέγεθος της παραγωγής της συγκεκριμένης κατηγορίας ανέρχεται σε 2.388 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα την περίοδο 2003-2004 από 2.196 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα που ήταν την περίοδο 2002-2003. Η παραγωγή ερυθρών οίνων εμφάνισε αυξομειώσεις την εξεταζόμενη χρονική περίοδο. Το 2003-2004 εμφανίζεται όμως αυξημένη παραγωγή φτάνοντας τα 1.283 εκατοντάδες χιλιάδες , έναντι 901 χιλ. εκατόλιτρων του προηγούμενου έτους. Από την ανάλυση της παραγωγής οίνου κατά βασικούς τύπους, διαφαίνεται ότι οι επιτραπέζιοι οίνοι καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής παραγωγής. Ειδικότερα, η παραγωγή επιτραπέζιων οίνων παρουσιάζει πτώση από το 1997 και έπειτα, με μόνη εξαίρεση την τελευταία οινική περίοδο (2003/2004), οπότε αυξήθηκε σε 3.299 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, έναντι 2.846 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα της προηγούμενης περιόδου.

Η παραγωγή οίνων Ονομασίας Προέλευσης (VQPRD), παρουσίασε διακυμάνσεις το εξεταζόμενο διάστημα, ενώ δεν φαίνεται να ξεπερνά τα 400 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, με μόνη εξαίρεση το 1989/1990. Την τελευταία περίοδο η παραγωγή τους παρουσιάζεται αυξημένη σε σχέση με το 2002/2003 κατά 48%, φτάνοντας τα 372 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.5
Ανάλυση συνολικής εγχώριας παραγωγής οίνου ανά κατηγορία (1988-2004)

| Οιλική Περίοδος | Ερυθροί-Ερυθρωποί Οίνοι | | | | Λευκοί Οίνοι | | | | Συμμετοχή | | |
|--------------------|-------------------------|-------|--------|-----------------------|--------------|-------|--------|------------------|---------------------|------------------------|---------------------|
| | Σύνολο | | | | | | | | Συνολική | Ερυθρών- | Συμμετοχή |
| | Επιτραπέζιοι | VQPRD | Λοιποί | Ερυθρών- Ερυθρωπών | Επιτραπέζιοι | VQPRD | Λοιποί | Σύνολο Λευκών | Εγχώρια Παραγωγή | Ερυθρωπών Οίνων (%) | Λευκών Οίνων (%) |
| 1988/89 | 1.333 | 158 | 2 | 1.493 | 2.586 | 203 | 63 | 2.852 | 4.345 | 34,4 | 65,6 |
| 1989/90 | 1.147 | 217 | 21 | 1.385 | 2.873 | 218 | 56 | 3.147 | 4.532 | 30,6 | 69,4 |
| 1990/91 | 894 | 147 | 26 | 1.067 | 2.231 | 181 | 47 | 2.459 | 3.526 | 30,3 | 69,7 |
| 1991/92 | 989 | 182 | 28 | 1.199 | 2.613 | 173 | 31 | 2.817 | 4.016 | 29,9 | 70,1 |
| 1992/93 | 851 | 80 | 28 | 959 | 2.693 | 156 | 242 | 3.091 | 4.050 | 23,7 | 76,3 |
| 1993/94 | 694 | 80 | 1 | 775 | 2.476 | 123 | 4 | 2.603 | 3.378 | 22,9 | 77,1 |
| 1994/95 | 544 | 92 | 5 | 641 | 2.251 | 131 | 28 | 2.410 | 3.051 | 21 | 79 |
| 1995/96 | 636 | 121 | 5 | 762 | 2.928 | 155 | 30 | 3.113 | 3.875 | 19,7 | 80,3 |
| 1996/97 | 725 | 145 | 10 | 880 | 3.013 | 164 | 48 | 3.225 | 4.105 | | 21,4 |
| 1997/98 | 664 | 152 | 0 | 816 | 2.930 | 191 | 43 | 3.164 | 3.980 | 20,5 | 79,5 |
| 1998/99 | 972 | 156 | - | 1.128 | 2.496 | 202 | - | 2.698 | 3.826 | 29,5 | 70,5 |
| 1999/00 | 955 | 101 | - | 1.056 | 2.432 | 192 | - | 2.624 | 3.680 | 28,7 | 71,3 |
| 2000/01 | 1.001 | 128 | - | 1.129 | 2.265 | 164 | - | 2.429 | 3.558 | 31,7 | 68,3 |
| 2001/02 | 1.244 | 165 | - | 1.409 | 1.921 | 145 | - | 2.066 | 3.475 | 40,5 | 59,5 |
| 2002/03 | 816 | 85 | - | 901 | 2.030 | 166 | - | 2.196 | 3.097 | 29,1 | 70,9 |
| 2003/04 | 1.116 | 167 | - | 1.283 | 2.183 | 205 | - | 2.388 | 3.671 | 34,9 | 65,1 |

Ποσότητα: σε 00 000 L

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

Στον πίνακα 3.2.3.6 παρουσιάζεται η ανάλυση της οργανωμένης εγχώριας παραγωγής οίνου (χωρίς τη χωρική οινοποίηση). Από τα στοιχεία προκύπτει ότι, το μερίδιο των επιτραπέζιων οίνων την τελευταία πενταετία διαμορφώθηκε μεταξύ 85,6% και 88,7% με ετήσιες διακυμάνσεις, ενώ οι οίνοι τύπου VQPRD, συγκέντρωσαν το 11,3%-14,4% της παραγωγής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.3.6
Κατανομή παραγωγής οργανωμένων οινοποιείων (1999-2004)

| Κατηγορία Οίνων | 1999/00 | | 2000/01 | | 2001/02 | | 2002/03 | | 2003/04 | |
|-----------------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|
| | Όγκος | % | Όγκος | % | Όγκος | % | Όγκος | % | Όγκος | % |
| Επιτραπέζιοι | 2.031 | 85.8 | 2.167 | 86.6 | 2.026 | 85.7 | 1.961 | 88.7 | 2.290 | 85.6 |
| VQPRD | 337 | 14,2 | 327 | 13.1 | 338 | 14.3 | 249 | 11.3 | 384 | 14.4 |
| Σύνολο Οίνου | 2.368 | 100 | 2.501 | 100 | 2.364 | 100 | 2.210 | 100 | 2.674 | 100 |

Ποσότητα: σε 00 000 L

Πηγή : Υπουργείο Γεωργίας

3.2.4 Πωλήσεις των Παραγωγικών Επιχειρήσεων του Κλάδου

Ο πίνακας 3.2.4.1 εμφανίζει τις πωλήσεις των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου για τη χρονική περίοδο 1999-2003. (Δεν εμφανίζονται οι πωλήσεις των εταιριών που λόγω της νομικής τους μορφής δεν υποχρεούνται σε δημοσίευση

των οικονομικών τους στοιχείων.) Οι πωλήσεις των παρουσιαζόμενων εταιριών αφορούν το σύνολο της δραστηριότητάς τους και όχι αποκλειστικά τα εξεταζόμενα προϊόντα. Βάσει των στοιχείων του πίνακα οι συνολικές πωλήσεις των εξεταζόμενων επιχειρήσεων εμφάνισαν αυξομειώσεις την συγκεκριμένη περίοδο. Το σύνολο των πωλήσεων αυτών, παρουσίασε μέση ετήσια αύξηση 9,5% την περίοδο 1999-2003. Πιο συγκεκριμένα το 2003 διαμορφώθηκε στα €297,8 εκ. έναντι €298,4 εκ. που ήταν το 2002 σημειώνοντας οριακή μείωση 0,2%. Η μεγαλύτερη ετήσια ποσοστιαία αύξηση παρουσιάστηκε το 2000 σε σχέση με το 1999 (18,52%). Εκτιμάται ότι οι πωλήσεις που προήλθαν αποκλειστικά από τα κρασιά των επιχειρήσεων του πίνακα, διαμορφώθηκαν το 2003 σε €252 εκ. περίπου, καλύπτοντας το 85% περίπου των συνολικών τους πωλήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.4.1

Πωλήσεις των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου στην Ελλάδα (1999-2003)

| Επωνυμία | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ ΕΥΑΓΓ. Α.Ε. | 40.022.847 | 41.855.120 | 42.913.751 | 43.126.523 | 42.859.390 |
| ΜΠΟΥΤ ΑΡΗΣ Ι. & ΥΙΟΣ | | | | | |
| ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. | 17.918.715 | 21.925.285 | 28.282.451 | 29.905.781 | 31.387.352 |
| ΚΟΥΡΤ ΑΚΗΣ Δ. | 27.195.771 | 28.079.237 | 29.635.817 | 29.835.091 | 29.928.138 |
| ΚΥΜΟΘΟΗ Α.Ε. | 17.736.622 | 14.089.711 | 21.151.718 | 26.268.803 | 28.250.217 |
| ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑΣ Ε. & ΥΙΟΣ | | | | | |
| Α.Ε.Β.Ε. | 19.134.609 | 20.233.092 | 23.192.727 | 27.048.331 | 26.078.250 |
| ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ | | | | | |
| ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. (1) | - | 22.365.197 | 16.177.159 | 23.894.458 | 21.314.781 |
| ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Β. Γ. | | | | | |
| Α.Β.Ε.Ε. | 15.059.789 | 14.644.619 | 14.475.558 | 14.042.816 | 13.559.347 |
| ΜΙΧΑΛΑΚΗ ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε. | 7.859.346 | 13.797.306 | 13.749.802 | 12.326.500 | 11.829.548 |
| ΦΑΡΜΑ ΑΤΑΛΑΝΤΗΣ | | | | | |
| ΑΓΡΟΤΙΚΗ Α.Ε. | 7.288.047 | 7.652.211 | 7.784.104 | 7.962.471 | 8.227.356 |
| ΚΑΒΙΝΟ Α.Β.Ε. | 5.184.188 | 6.341.147 | 7.582.226 | 8.556.881 | 7.920.677 |
| ΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ | | | | | |
| ΙΝΟ Α.Ε. (2) | - | - | - | 4.468.394 | 7.903.451 |
| ΕΥΒΟΙΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ | | | | | |
| Α.Ε. | 7.267.219 | 8.509.285 | 9.406.708 | 8.832.022 | 6.981.301 |
| Κ.Α.Ι.Ρ. Α.Γ.&Β.Ε. ΡΟΔΟΥ | 6.901.925 | 6.621.494 | 7.189.047 | 6.618.946 | 6.828.471 * |
| ΛΑΖΑΡΙΔΗ Κ. ΚΤΗΜΑ Α.Ε. | 3.394.594 | 4.455.381 | 4.848.472 | 8.596.369 | 6.005.194 |
| ΚΑΤΩΓΙ & ΣΤΡΟΦΙΛΙΑ Α.Ε. | 1.815.369 | 2.123.818 | 4.537.681 | 4.954.181 | 5.352.321 |
| EMERY ΟΙΝΟΙ ΠΟΤΑ | | | | | |
| Α.Β.Ε. | 2.661.682 | 2.993.588 | 3.418.064 | 3.576.686 | 3.601.565 |
| ΒΙΝΕΛΛΑΣ Α.Ε. | 2.640.490 | 1.960.343 | 1.956.444 | 2.897.492 | 3.473.170 |
| ΔΙΟΝΥΣΟΣ | | | | | |
| ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε. | 1.488.384 | 1.892.434 | 2.123.073 | 2.701.783 | 2.978.487 |
| ΥΙΝΟΒΟΝ Α.Ε. | 1.064.933 | 1.277.776 | 2.119.450 | 2.453.164 | 2.783.580 |
| ΛΑΦΑΖΑΝΗ ΑΦΟΙ & ΣΙΑ | | | | | |
| Ο.Α.Ε. | 1.745.720 | 1.857.640 | 1.919.582 | 2.400.492 | 2.661.903 |
| ΛΑΖΑΡΙΔΗΣ Ν. Α.Ε. | 2.475.331 | 3.468.382 | 2.553.589 | 2.586.381 | 2.640.073 |
| ΚΤΗΜΑ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ | | | | | |
| Α.Ε.Β.Ε. | 1.198.882 | 1.548.607 | 1.871.108 | 2.227.150 | 2.553.729 |
| ΚΡΕΤΑ ΟΛ ΥΜΠΙΑΣ Α.Ε. | 620.804 | 1.335.712 | 1.692.316 | 2.076.293 | 2.128.934 |
| ΣΚΟΥΡΑΣ Α.Ε. | 3.169.321 | 1.912.434 | 1.896.325 | 2.033.445 | 2.065.785 |
| ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ | | | | | |
| ΑΝΤΩΝΟΠΟΥΛΟΥ | | | 2.855.622 | 1.964.080 | 2.039.815 |
| ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. (3) | 1.817.426 | - | - | - | - |
| ΑΡΚΑΣ Α.Ε. | 1.348.340 | 1.573.508 | 1.641.683 | 1.739.258 | 2.001.859 |
| ΜΑΡΡΑΣ ΟΙΝΩΝ ΚΑΙ | | | | | |
| ΠΟΤΩΝ Α.Β.Ε.Ε. (4) | - | - | - | 218.913 | 1.426.157 |
| ΧΑΡΛΑΥΤΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ | | | | | |
| Ν. ΑΘΑΝΑΣΙΑ- | | 1.209.112 | 1.440.736 | 1.473.860 | 1.405.269 |
| ΔΗΣ Ε.Π.Ε. | 1.124.895 | | | | |
| ΓΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ | | | | | |
| Α.Β.Ε.Ε. | 549.074 | 881.629 | 1.157.506 | 1.379.295 | 1.318.357 |
| CELLAR Α.Ε.Β.Ε. | 1.140.939 | 1.162.298 | 1.163.509 | 1.191.796 | 1.312.066 |
| ΛΑΥΚΙΩΤΗΣ Α.Ε.Β.Ε. | 1.340.833 | 1.379.880 | 1.169.210 | 1.147.064 | 1.250.354 |
| ΟΙΝΟΜΕΣΣΗΝΙΑΚΗ Α.Ε. | 504.634 | 709.746 | 977.369 | 1.116.007 | 1.125.320 |
| Γ.Ε.Α. ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ | | | | | |
| | 686.001 | 800.047 | 901.317 | 1.001.291 | 1.048.347 |
| ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΓΚΛΙΝΑΒΟΣ - | | | | | |
| ΖΙΤΣΑ Α.Ε. | 640.021 | 727.613 | 919.366 | 903.557 | 975.064 |
| ARGO WINE | 86.823 | 99.128 | 224.945 | 613.836 | 916.191 |

Πηγή : Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί ICAP

Σημειώσεις Πίνακα 3.2.4.1

Μ.Δ: Μη διαθέσιμα στοιχεία

- * Σύμφωνα με δήλωση των υπευθύνων της επιχείρησης
Οι πωλήσεις του 2000 αφορούν το διάστημα από 1. 1.1999 - 30.6.2000, καθώς η διαχειριστική χρήση της
- 1 εταιρίας άλλαξε και καλύπτει το διάστημα από 1.7 κάθε έτους έως 30. 6 του επόμενου.
 - 2 Ιδρύθηκε το 200/. Η πρώτη χρήση καλύπτει το διάστημα 19.07.200/-30.06.2002.
 - 3 Η χρήση του 2001 καλύπτει το διάστημα 0/.0/.2000-30.06.2001.
 - 4 Ιδρύθηκε το 200/. Η πρώτη χρήση καλύπτει το διάστημα 22.11.200/-30.06.2002.
Η εταιρία βρισκόταν σε αδράνεια από το 1995 έως τα τέλη του 2000, ενώ ξεκίνησε την παραγωγή
 - 5 οίνων το Φεβρουάριο του 2001
Οι πωλήσεις του 2000 καλύπτουν το διάστημα 1.1.1999-30-6-2000, καθώς η διαχειριστική Χρήση της εταιρίας άλλαξε και καλύπτει το διάστημα από 1.7 κάθε έτους έως 30.6 του επόμενου.
Το 2003 η εταιρία συγχωνεύθηκε με την Βεγορίπης Α.Ε και τη Γενική Εταιρία Οίνων Α.Ε,
 - 6 δημιουργώντας την Κυρ-Γιάννη Α.Ε.
Οι πωλήσεις του 2000 καλύπτουν το διάστημα 1.1.1999-30-6-2000, καθώς η διαχειριστική χρήση της εταιρίας άλλαξε και καλύπτει το διάστημα από 1.7 κάθε έτους ως 30.6 του επόμενου.
Το 2003 η εταιρία συγχωνεύθηκε με την Κτήμα Κυρ-Γιάννη Α.Ε και την Γενική Εταιρία Οίνων Α.Ε δημιουργώντας την Κυρ-Γιάννη Α.Ε.
 - 7
 - 8 Το 2003 η επιχείρηση άλλαξε διαχειριστική χρήση η οποία κάλυψε το διάστημα 1.1.2003-30.6.2004.

Πηγή: Δημοσιευμένοι
Ισολογισμοί - ICAP

Την πρώτη θέση βάσει κύκλου εργασιών καταλαμβάνει σταθερά η εταιρία Τσάνταλης Ε. Α.Ε., με σημαντική διαφορά, με δεύτερη (για την περίοδο 2002-2003 μόνο) την Μπουτάρης Ι. & Υιός Οινοποιητική Α.Ε. Τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση των πωλήσεων της για την περίοδο 2002-2003 παρουσίασε η επιχείρηση Μάρρας Οίνων και Ποτών Α.Β.Ε.Ε. (+551%) και απόλυτη μεταβολή €1,2 εκ. Η Κτήμα Κ. Λαζαρίδη παρουσίασε πτώση στις πωλήσεις της την περίοδο 2002-2003 σε ποσοστό 30,1% και απόλυτη μεταβολή € -2,6 εκ., ενώ η Αχάϊα Κλάους Οινοποιητική Α.Ε. παρουσίασε πτώση που έφτασε το 10,8% και απόλυτη μεταβολή € -2,6 εκ.

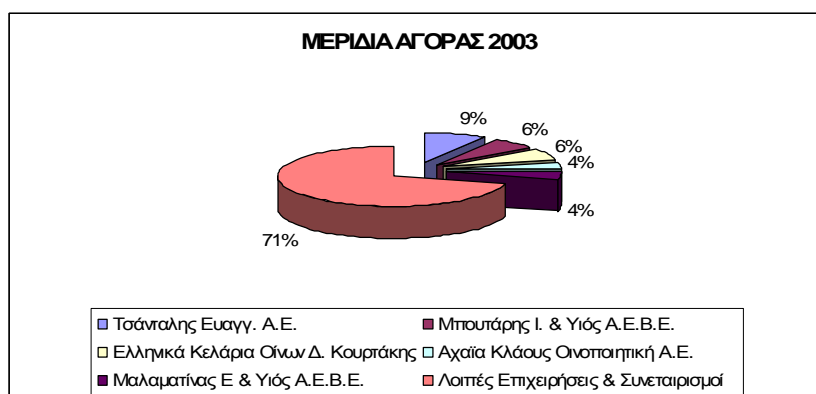
3.2.5 Μεριδία Αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων του κλάδου

Ο κλάδος της οινοποιίας στην Ελλάδα αποτελείται από μεγάλο αριθμό παραγωγικών μονάδων η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Το γεγονός ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις παράγουν χύμα κρασί, έχει ως αποτέλεσμα τα μερίδια που καταλαμβάνουν ακόμη και οι μεγάλες παραγωγικές μονάδες του

κλάδου να κυμαίνονται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Ο τομέας του εμφιαλωμένου κρασιού είναι περισσότερο συγκεντρωμένος, καθώς ελέγχεται από σχετικά λίγες, μεγάλου μεγέθους παραγωγικές μονάδες.

Ειδικότερα, στην **εγχώρια αγορά εμφιαλωμένων κρασιών** (εξαιρουμένων των εξαγωγών), οι εταιρίες Αχαΐα Κλάους Οινοποιητική Α.Ε. και Μαλαματίνας Ε. & Υιός Α.Ε.Β.Ε. εκτιμάται ότι κατέλαβαν από κοινού μερίδιο μεταξύ του 26%-27% το 2003. Η εταιρία Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης υπολογίζεται ότι κάλυψε το 9,5% περίπου της κατανάλωσης, ενώ το συγκεντρωτικό μερίδιο των επιχειρήσεων Μπουτάρης Ι.& Υιός Α.Ε.Β.Ε και Τσάνταλης Ευάγγ. Α.Ε. υπολογίζεται στο 13%-15% περίπου της εγχώριας αγοράς εμφιαλωμένων κρασιών.

Στο σημείο αυτό τονίζεται ότι τα ανωτέρω μεγέθη αγοράς προκύπτουν λαμβανομένης υπόψη της ποσότητας που διατίθεται από τις εν λόγω επιχειρήσεις στην εγχώρια αγορά. Δεδομένου ότι οι περισσότερες από αυτές είναι και οι μεγάλες εξαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου, η κατάταξή τους διαφοροποιείται με βάση τη συνολική τους παραγωγή. Σημειώνεται ότι οι πέντε προαναφερθείσες οινοβιομηχανίες κάλυψαν από κοινού 48,5%-51,5% της αγοράς εμφιαλωμένων κρασιών το 2003. Το υπόλοιπο τμήμα της αγοράς είναι κατακερματισμένο σε μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και συνεταιρισμών.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.5.1
Μερίδια Αγοράς

3.2.6 Βασικά Χαρακτηριστικά της Ζήτησης

§ Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Ζήτησης

Η ζήτηση του οίνου χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από εποχικότητα. Η περίοδος υψηλής κατανάλωσης ξεκινά τον Οκτώβριο κάθε έτους και διαρκεί περίπου 7 μήνες, μέχρι το Μάιο. Η υψηλότερη κατανάλωση παρατηρείται κατά τους χειμερινούς μήνες, ενώ τους θερινούς μήνες εμφανίζεται ύφεση στην αγορά, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται στα υποκατάστατα προϊόντα. Η αυξημένη κατανάλωση τους χειμερινούς μήνες οφείλεται στις θερμοκρασίες που επικρατούν, καθώς και στο γεγονός ότι στην περίοδο των εορτών τα γεύματα συνοδεύονται κατά κύριο λόγο από κρασί, ενώ ακόμη οι καταναλωτές επιλέγουν σε μεγάλο βαθμό να προσφέρουν και ως δώρο εμφιαλωμένο κρασί.

Το **διαθέσιμο εισόδημα** του καταναλωτή επηρεάζει τη ζήτηση για κρασί κυρίως ποιοτικά. Δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι οινοπαραγωγική χώρα, η κατανάλωση κρασιού είναι διαδεδομένη σε όλα τα εισοδηματικά στρώματα. Η αύξηση του εισοδήματος οδηγεί σε κατανάλωση καλύτερης ποιότητας κρασιού ή πιο σπάνιας ποικιλίας και λιγότερο στην αύξηση της συνολικής κατανάλωσης. Οι ισχύουσες οικονομικές συνθήκες επηρεάζουν την κατανάλωση κρασιού, καθώς μεταβάλλουν το διαθέσιμο εισόδημα. Σε περιόδους ύφεσης όπου το εισόδημα των καταναλωτών μειώνεται, περιορίζεται και η δαπάνη για ψυχαγωγία εκτός της οικίας. Η κατανάλωση κρασιού σε χώρους εστίασης περιορίζεται ή υποκαθίσταται από άλλα φθηνότερα ποτά (μπύρα, αναψυκτικά κλπ).

Ο καθοριστικός παράγοντας της ζήτησης για όλα σχεδόν τα προϊόντα, η **τιμή**, φαίνεται να επηρεάζει και τη ζήτηση κρασιού στην εγχώρια αγορά σε συνδυασμό και με τις τιμές των ανταγωνιστικών προϊόντων. Σε ορισμένες περιπτώσεις όμως η τιμή δεν είναι καθοριστικός παράγοντας ζήτησης. Όταν το κρασί γίνεται είδος πολυτελείας προερχόμενο από σπάνιες ποικιλίες και έχοντας υποστεί παλαίωση, η αύξηση της τιμής αντικατοπτρίζει την ιδιαίτερη αξία του και κατά συνέπεια δεν επηρεάζει τη ζήτηση για αυτό. Η τιμή επηρεάζεται και από τις εκάστοτε φορολογικές ρυθμίσεις που επιβάλλονται στο κρασί.

Το **μέγεθος του πληθυσμού** και ειδικότερα των ομάδων στις οποίες απευθύνεται το κρασί επηρεάζει τη ζήτηση και κατανάλωση του εξεταζόμενου προϊόντος. Επίσης ο **τουρισμός**, τόσο σε ποσοτικό όσο και σε ποιοτικό επίπεδο είναι παράγοντας που επιδρά στη ζήτηση.

Οι **προτιμήσεις, οι διατροφικές συνήθειες και τα καταναλωτικά πρότυπα** επιδρούν κάθε φορά διαφορετικά στη ζήτηση για τα προϊόντα του κλάδου και διαμορφώνονται με βάση μία σειρά παραγόντων, κοινωνικών και ψυχολογικών, που επηρεάζουν τον τρόπο συμπεριφοράς των καταναλωτών και κινούν την αγορά.

Η **διαφήμιση** επηρεάζει τη ζήτηση, κατευθύνοντας την σε συγκεκριμένα εμπορικά σήματα. Η διαφήμιση των προϊόντων του κλάδου πραγματοποιείται κυρίως μέσω των περιοδικών.

§ Σταθερότητα της Ζήτησης

Η ζήτηση οίνου επηρεάζεται σημαντικά από την εποχικότητα και κατά συνέπεια η κατανάλωσή του παρουσιάζει διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια του έτους. Η περίοδος υψηλής κατανάλωσης ξεκινά τον Οκτώβριο κάθε έτους και διαρκεί περίπου 7 μήνες, μέχρι το Μάιο. Η υψηλότερη κατανάλωση παρατηρείται κατά τους χειμερινούς μήνες, ενώ τους θερινούς μήνες εμφανίζεται ύφεση στην αγορά, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται στα υποκατάστατα προϊόντα (π.χ. μπύρα). Η αυξημένη κατανάλωση τους χειμερινούς μήνες οφείλεται στις θερμοκρασίες που επικρατούν, καθώς και στο γεγονός ότι στην περίοδο των εορτών τα γεύματα συνοδεύονται κατά κύριο λόγο από κρασί, ενώ ακόμη οι καταναλωτές επιλέγουν σε μεγάλο βαθμό να προσφέρουν και ως δώρο εμφιαλωμένο κρασί. Σε ορισμένες περιπτώσεις προϊόντων, όπως είναι ορισμένοι παραδοσιακοί τύποι κρασιού (π.χ. ρετσίνα) ή και τοπικοί οίνοι, οι διακυμάνσεις στη ζήτηση ευνοούνται και από τις μεταβολές στην τουριστική κίνηση.

3.2.7 Προσδιορισμός Εγχώριας Μελλοντικής Ζήτησης

§ Προσδιορισμός Εγχώριας Μελλοντικής Ζήτησης Οίνου

Ο προσδιορισμός της μελλοντικής ζήτησης θα γίνει λαμβάνοντας υπόψη τα ιστορικά στοιχεία της φαινομενικής κατανάλωσης οίνου στην Ελλάδα (Πίνακας 3.2.1.1). Η πρόβλεψη θα γίνει με τη μέθοδο της προβολής της γραμμικής τάσης. Η μέθοδος αυτή επιλέχθηκε ύστερα από σύγκριση διαφόρων μοντέλων πρόβλεψης. Η μέθοδος της προβολής γραμμικής τάσης είχε το μικρότερο στατιστικό σφάλμα, γι' αυτό και επιλέχθηκε. Η επιλογή του μοντέλου πρόβλεψης και η πρόβλεψη της ζήτησης έγιναν μέσω του στατιστικού προγράμματος "StatGraphics Plus 5.1" του οποίου το πόρισμα φαίνεται αναλυτικά στο παράρτημα. Η εξίσωση γραμμικής τάσης που θα χρησιμοποιηθεί για την πρόβλεψη είναι η ακόλουθη:

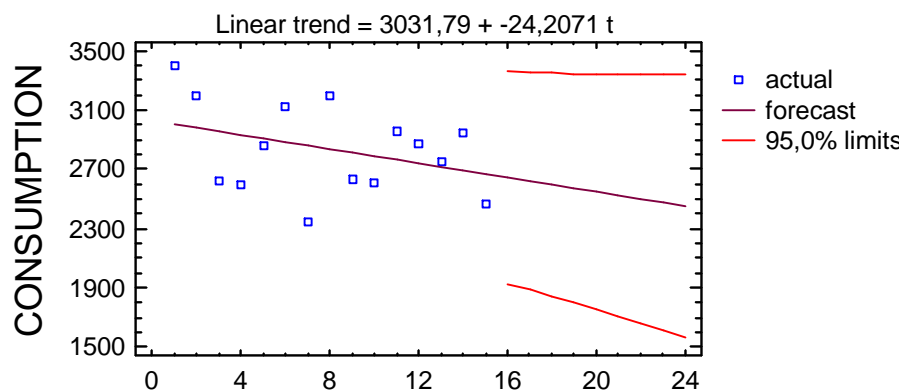
Linear Trend = 3031,79 – (24,2071 * t) και όπως φαίνεται έχει αρνητική τάση.

Η προβλεπόμενη Φαινομενική Κατανάλωση Οίνου φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα :

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.7.1
Προβλεπόμενη Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση

| ΕΤΗ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΕΓΧΩΡΙΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΟΙΝΟΥ |
|------|--|
| 2004 | 264.448.000 |
| 2005 | 262.027.000 |
| 2006 | 259.606.000 |
| 2007 | 257.185.000 |
| 2008 | 254.765.000 |
| 2009 | 252.344.000 |
| 2010 | 249.923.000 |
| 2011 | 247.503.000 |
| 2012 | 245.082.000 |

σε L



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2.7.1
Προβλεπόμενη Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση

§ Προσδιορισμός Εγχώριας Μελλοντικής Ζήτησης Μπύρας

Κύριο ανταγωνιστικό προϊόν του κρασιού είναι η μπύρα, την κατανάλωση της οποίας η υπό ίδρυση μονάδα στοχεύει να υποκαταστήσει. Συνεπώς, θα πρέπει να μελετηθεί και η μελλοντική ζήτηση της μπύρας.

Θετικές διαγράφονται οι προοπτικές της αγοράς ζύθου, σύμφωνα με μελέτη του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ). Στο διάστημα 1996-2001 η εγχώρια κατανάλωση μπύρας εξελίχθηκε σταθερά ανοδικά, από 384 εκατ. λίτρα το 1996 σε 438 εκατ. λίτρα το 2001, και ο Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής (ΜΕΡΜ) διαμορφώθηκε στο 3%. Περίπου διπλάσιος, ανήλθε σε 6,59%, ήταν ο ΜΕΡΜ της αξίας της αγοράς για την ίδια χρονική περίοδο, η οποία το 2001 ανήλθε σε 424.000.000€.

Συγκρινόμενη με τα ευρωπαϊκά μεγέθη, η εγχώρια κατά κεφαλήν κατανάλωση μπύρας, θεωρείται χαμηλή (39 λίτρα / άτομο το 2001) φθάνοντας μόλις το ήμισυ, περίπου, του αντίστοιχου μεγέθους της Ε. Ε. (80,4 λίτρα / άτομο). Θεωρητικά η υστέρηση που παρατηρείται δίνει χώρο για σημαντική ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια.

Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα του I.O.B.E., η ζήτηση της μπίρας θα συνεχίσει να αυξάνεται. Ως ρυθμός αύξησής της θα υπολογιστεί ο Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής (3%) της κατανάλωσης σε λίτρα την περίοδο 1996-2001.

Με βάση τις παραπάνω παραδοχές αλλά και τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας για την εγχώρια ζήτηση μπίρας το 2002, υπολογίζεται η παρακάτω προβλεπόμενη εγχώρια φαινομενική κατανάλωση μπίρας για τα επόμενα χρόνια:

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2.7.2
Προβλεπόμενη Εγχώρια Φαινομενική Κατανάλωση Μπίρας

| ΕΤΗ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΕΓΧΩΡΙΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΜΠΥΡΑΣ |
|------------|---|
| 2003 | 454.808.000 |
| 2004 | 468.452.240 |
| 2005 | 482.505.807 |
| 2006 | 496.980.981 |
| 2007 | 511.890.411 |
| 2008 | 527.247.123 |
| 2009 | 543.064.537 |
| 2010 | 559.356.473 |
| 2011 | 576.137.167 |
| 2012 | 593.421.282 |

σε L

3.3 ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΟΙΝΟΥ

Στην παρούσα ενότητα εξετάζεται η εξέλιξη εισαγωγών και εξαγωγών οίνου κατά την περίοδο 1999 - 2003, με βάση τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία των ετών 2001, 2002 και 2003 χαρακτηρίζονται ως προσωρινά, καθώς η οριστικοποίηση τους δεν έχει περατωθεί την περίοδο εκπόνησης της συγκεκριμένης μελέτης. Επίσης, τα εν λόγω στοιχεία αναφέρονται σε ημερολογιακά έτη και διαφέρουν από τα αντίστοιχα μεγέθη που παρουσιάζονται στα ισοζύγια παραγωγής / χρήσης οίνου, τα οποία αναφέρονται στην οινική περίοδο (Πίνακας 3.2.1.1).

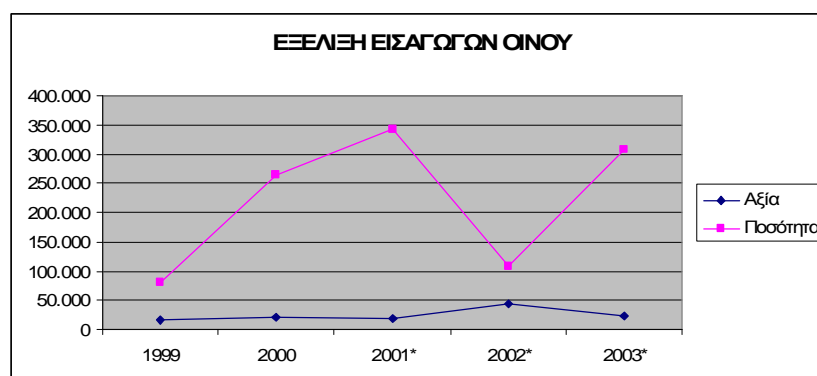
3.3.1 Εισαγωγές Οίνου - Κυριότερες Χώρες Προέλευσης

Στον πίνακα 3.3.1.1 και στο αντίστοιχο διάγραμμα παρουσιάζεται η εξέλιξη των εισαγωγών οίνου για την πενταετία 1999-2003. Συνολικά διαφαίνονται αυξομειώσεις στις εισαγωγές, τόσο από πλευράς ποσότητας, όσο και από πλευράς αξίας. Οι εισαγωγές παρουσίασαν σωρευτική αύξηση 279% σε ποσότητα και 43,1 % σε αξία το εξεταζόμενο διάστημα. Παρατηρείται ότι πραγματικά το τοπίο όσον αφορά στις εισαγωγές οίνου άλλαξε ριζικά από το 2000 και έπειτα, με απότομη αύξηση των εισαγομένων ποσοτήτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1.1
Εξέλιξη των εισαγωγών οίνου (1999-2003)

| Έτος | Αξία | Ποσότητα |
|-------|--------|----------|
| 1999 | 15.597 | 80.978 |
| 2000 | 19.924 | 264.473 |
| 2001* | 19.515 | 341.391 |
| 2002* | 43.936 | 107.177 |
| 2003* | 22.321 | 306.966 |

Αξία: σε €χιλ
Ποσότητα: σε 00 L
*** :Προσωρινά στοιχεία** **Πηγή: ΕΣΥΕ**



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.1.1
Εξέλιξη των εισαγωγών οίνου (1999-2003)

Αναφορικά με τις κατηγορίες οίνου, η ποσότητα της σαμπάνιας που εισήχθη στη χώρα κυμάνθηκε μεταξύ 4.100-4.700 εκατοντάδες λίτρα, με εξαίρεση το 2001 (2.740 εκατοντάδες λίτρα περίπου). Η εξέλιξη της αξίας των εισαγωγών σαμπάνιας δεν ήταν πάντα ανάλογη της ποσότητας, καταλαμβάνοντας ωστόσο σημαντική θέση επί της συνολικής αξίας εισαγωγών οίνου.

Πέρα από τη σαμπάνια, στα λοιπά αφρώδη κρασιά παρουσιάστηκε πτώση των εισαγωγών, σε γενικές γραμμές, από 22.122 εκατοντάδες λίτρα το 1999 στα 11.101 εκατοντάδες λίτρα το 2003, με μέση ετήσια μείωση 15,8%. Στην περίπτωση των λοιπών αφρωδών κρασιών, η αξία παρουσιάζεται ανάλογη της ποσότητας εμφανίζοντας αντίστοιχο ρυθμό μείωσης 16,9% ετησίως κατά μέσο όρο.

Τα λευκά κρασιά προστατευόμενης ονομασίας προελεύσεως (VQPRD) παρουσίασαν επίσης πτωτική πορεία έως το 2002, οπότε διαμορφώθηκαν σε 3.093 εκατοντάδες λίτρα από 7.956 εκατοντάδες λίτρα το 1999. Το 2003 παρουσίασαν μικρή μόνο ανάκαμψη, φτάνοντας στα 3.671 εκατοντάδες λίτρα. Γενικά τα λευκά κρασιά ονομασίας προελεύσεως κατέχουν μικρό ποσοστό της συνολικής ποσότητας εισαγομένων κρασιών, καλύπτοντας μόλις το 1,2% το 2003, ενώ η αξία τους κάλυψε το 4% του συνόλου.

Οι εισαγωγές ερυθρών κρασιών προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (VQPRD), κυμάνθηκαν (σε ποσότητα) μεταξύ 3.300-4.000 εκατοντάδες λίτρα την περίοδο 1999-2002, ενώ το έτος 2003 σημείωσαν αύξηση 89% στην ποσότητα και 57% στην αξία σε σχέση με το 2002. Η συγκεκριμένη κατηγορία κατέλαβε ποσοστό 13,5% στο σύνολο της αξίας των εισαγωγών το 2003, αλλά μόνο 2,3% στη συνολική εισαγόμενη ποσότητα οίνου το ίδιο έτος.

Τα λοιπά λευκά κρασιά είναι μια κατηγορία, της οποίας η ποσότητα εισαγωγών αυξάνεται σταθερά κάθε χρόνο. Συγκεκριμένα, το 1999 η ποσότητα που εισήγαγαν οι επιχειρήσεις ήταν 3.014 εκατοντάδες λίτρα ενώ το 2003 έφτασε τα 17.512 εκατοντάδες λίτρα, σημειώνοντας μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 55%. Η αξία σημείωσε

μέση ετήσια αύξηση 29% περίπου. Παρόλα αυτά το ποσοστό που κατέχει αυτή η κατηγορία στο σύνολο των εισαγομένων ποσοτήτων δεν ξεπέρασε το 12%.

Η επόμενη κατηγορία αφορά τα λοιπά ερυθρά κρασιά, η οποία και κατέχει τα μεγαλύτερα μερίδια στις εισαγωγές, παρουσιάζοντας ωστόσο σημαντικές διακυμάνσεις την εξεταζόμενη περίοδο. Τα ερυθρά κρασιά που δεν ανήκουν στην κατηγορία προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης, κατέλαβαν μερίδιο εισαγωγών που κυμάνθηκε την περίοδο 1999-2003 μεταξύ του 44% - 91 % επί του συνόλου της ποσότητας των εισαγωγών και 16%-74% επί της συνολικής αξίας. Το 2003 ανήλθαν σε 262.779 εκατοντάδες λίτρα, αξίας 9.370 χιλ. περίπου (σύμφωνα πάντα με τα προσωρινά στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας).

Η τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει τα κρασιά με αλκοολικό τίτλο που υπερβαίνει το 15% vol. Η κατηγορία αυτή κατέχει μικρό μερίδιο στη συνολική ποσότητα των εισαγομένων κρασιών (από 0,1 % έως 4,3%), με μόνη εξαίρεση το έτος 2000 όπου το ποσοστό αυτό έφτασε το 38%. Η εισαγόμενη ποσότητα των κρασιών αυτών διαμορφώθηκε σε 388 εκατοντάδες λίτρα περίπου το 2003.

Το σύνολο σχεδόν των εισαγωγών της περιόδου 2001 -2003, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 3.3.1.2, προήλθε από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (94%-99% των συνολικών εισαγωγών). Συγκεκριμένα, η ποσότητα οίνου που προήλθε από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ανήλθε σε 303 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το 2003 από 322 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το 2001. Η αντίστοιχη αξία διαμορφώθηκε σε €21.057 χιλ. το 2003 από €18.406 χιλ. το 2001.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.1.2
Ανάλυση των εισαγωγών ανά χώρα προέλευσης (2001 -2003)*

| Χώρες Προέλευσης | 2001* | | 2002* | | 2003* | |
|-----------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|
| | Αξία | Ποσότητα | Αξία | Ποσότητα | Αξία | Ποσότητα |
| Ιταλία | 9.798.442 | 298.146 | 4.607.075 | 69.483 | 6.928.797 | 161.608 |
| Ισπανία | 949.875 | 5.088 | 1.319.105 | 4.210 | 3.034.253 | 96.753 |
| Πορτογαλία | 1.034.359 | 2.439 | 619.479 | 768 | 1.219.693 | 22.800 |
| Γαλλία | 5.683.664 | 12.649 | 34.400.684 | 20.802 | 8.057.973 | 13.711 |
| Γερμανία | 740.331 | 3.244 | 1.071.972 | 5.534 | 1.484.342 | 7.585 |
| Ολλανδία | 6.774 | 28 | 180.729 | 2.010 | 88.764 | 352 |
| Βέλγιο | 49.864 | 194 | 186.751 | 367 | 48.672 | 248 |
| Μ. Βρετανία | 108.417 | 240 | 216.335 | 226 | 173.472 | 216 |
| Λουξεμβούργο | 0 | 0 | 0 | 0 | 8.112 | 94 |
| Άλλες Χώρες | 33.878 | 153 | 8.676 | 56 | 13.373 | 39 |
| Σύνολο Χωρών Ε.Ε. | 18.405.604 | 322.186 | 42.610.806 | 103.456 | 21.057.451 | 303.406 |
| Ρουμανία | 1.952 | 5 | 46.621 | 607 | 262.691 | 1.930 |
| Λετονία | 44.759 | 327 | 19.768 | 212 | 36.696 | 366 |
| Κύπρος | 729.888 | 17.190 | 865.214 | 1.918 | 145.545 | 362 |
| Βουλγαρία | 43.253 | 406 | 17.850 | 242 | 47.977 | 335 |
| Γεωργία | 0 | 0 | 0 | 0 | 36.839 | 193 |
| Αυστραλία | 29.980 | 18 | 52.106 | 53 | 202.439 | 149 |
| Χίλη | 17.256 | 19 | 50.574 | 76 | 98.594 | 68 |
| Μολδαβία | 20.699 | 423 | 33.110 | 198 | 34.606 | 43 |
| Ισραήλ | 3.983 | 22 | 11.333 | 40 | 12.158 | 40 |
| Νότια Αφρική | 1.879 | 4 | 11.962 | 18 | 44.993 | 32 |
| Αργεντινή | 5.167 | 5 | 2.112 | 4 | 34.757 | 14 |
| Νέα Ζηλανδία | 8.140 | 9 | 5.948 | 7 | 6.054 | 11 |
| Η.Π.Α | 87.019 | 171 | 32.396 | 5 | 59.979 | 10 |
| Άλλες χώρες | 115.411 | 606 | 176.536 | 341 | 240.237 | 6 |
| Σύνολο Τρίτων | 1.109.386 | 19.205 | 1.325.530 | 3.721 | 1.263.565 | 3.559 |
| Σύνολο | 19.514.990 | 341.391 | 43.936.336 | 107.177 | 22.321.016 | 306.965 |
| <i>Αξία: σε</i> | | | | | | |
| <i>Ποσότητα: σε 00 L</i> | | | | | | |
| <i>* Προσωρινά στοιχεία</i> | | | | | | Πηγή: ΕΣΥΕ |

Ειδικότερα η Ιταλία υπήρξε ο σημαντικότερος προμηθευτής οίνου για την Ελλάδα το 2003, καλύπτοντας το 53,3% (162 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα) των εισαγωγών από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το 52,6% του συνόλου των εισαγωγών το 2003. Ακολούθησε η Ισπανία με ποσοστό εισαγωγών 31,9% (97 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα) επί των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και 31,5% επί του συνόλου των εισαγωγών και η Πορτογαλία με μερίδιο 7,5% και 7,4% αντίστοιχα (23 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα). Το 2002 την πρώτη θέση κατείχε επίσης η Ιταλία με ποσοστό 64,8% (6,9 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα) επί του συνόλου των εισαγωγών και ακολούθησε η Γαλλία με αντίστοιχο μερίδιο 19,4% (20,8 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα).

* Διαφορές από τον προηγούμενο πίνακα οφείλονται σε διαφορετικό τρόπο υπολογισμού (οιλική περίοδος/ οινικό έτος)

Οι τρίτες χώρες κάλυψαν μικρό ποσοστό των συνολικών εισαγομένων ποσοτήτων την περίοδο 2001 - 2003. Η συνολική ποσότητα των εισαγωγών από τις χώρες αυτές διαμορφώθηκε το 2003 στα 3,5 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, ενώ το 2001 ήταν 19 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα. Η αντίστοιχη αξία ανήλθε σε € 1.264 χιλ. το 2003 από € 1.109 χιλ. το 2001. Η κυριότερη χώρα προέλευσης μεταξύ αυτών ήταν η Ρουμανία το 2003, καταλαμβάνοντας μερίδιο 54% επί των εισαγωγών από Τρίτες Χώρες (1,9 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα). Η Κύπρος αποτελεί επίσης κύριο προμη-θευτή από τις χώρες αυτές κατέχοντας την πρώτη θέση το 2002 και το 2001 με πο-σοστό 51,6% και 89,5% (1,9 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα και 17 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα).

3.3.2 Εξαγωγές Οίνου - Κυριότερες Χώρες Προορισμού

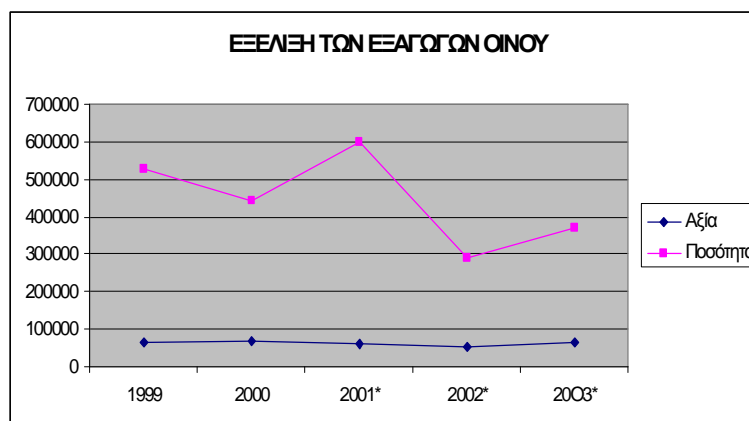
Στον πίνακα 3.3.2.1 και στο αντίστοιχο διάγραμμα παρουσιάζεται η πορεία των εξαγωγών οίνου κατά τη χρονική περίοδο 1999-2003, σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος.

Οι εξαγωγές παρουσίασαν διακυμάνσεις το εξεταζόμενο διάστημα γενικά όμως παρουσίασαν πτωτική τάση και διαμορφώθηκαν σε 370 χιλ. ΗΙ το 2003, από 527 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα το 1999 (σωρευτική μείωση της τάξης του 30%). Στο σημείο αυτό τονίζεται ότι το επίπεδο των εξαγωγών οίνου σημείωσε μεγάλη υποχώρηση σε σχέση με τις παλιότερες περιόδους. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος των εξαγομένων ποσοτήτων την τελευταία πενταετία διαμορφώθηκε σε 445,8 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα, έναντι αντίστοιχου μέσου όρου 557,7 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα της προηγούμενης πενταετίας. Το 2003 η αξία των εξαγωγών διαμορφώθηκε στα €65.320 χιλ., προσεγγίζοντας το αντίστοιχο μέγεθος του 1999.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2.1
Εξέλιξη των εξαγωγών οίνου (1999-2003)

| Έτος | Αξία | Ποσότητα |
|-------|--------|----------|
| 1999 | 65.696 | 526.639 |
| 2000 | 67.400 | 443.633 |
| 2001* | 58.738 | 598.236 |
| 2002* | 50.378 | 290.713 |
| 2003* | 65.320 | 370.023 |

Αξία: σε €χιλ.
Ποσότητα: σε 00 L
***Προσωρινά στοιχεία** **Πηγή: ΕΣΥΕ**



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.2.1
Εξέλιξη των εξαγωγών οίνου (1999-2003)

Αναφορικά με τις κατηγορίες των εξαγομένων προϊόντων οινοποιίας, τη μεγαλύτερη συμμετοχή στις εξαγωγές κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου, είχαν τα λοιπά ερυθρά κρασιά που δεν ανήκουν στην κατηγορία των κρασιών ονομασίας προέλευσης. Συγκεκριμένα, το 2003 κατείχαν μερίδιο συμμετοχής 43,5% (161 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα) επί της συνολικής ποσότητας των εξαγωγών, ενώ το 1999 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 30,5% (160,5 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα). Η αξία των εξαγωγών της συγκεκριμένης κατηγορίας προϊόντων διαμορφώθηκε το 2003 στα €28.543 χιλ. έναντι €21.827 χιλ. το 1999.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.2.2
Ανάλυση των εξαγωγών ανά χώρα προορισμού (2001-2003)*

| Χώρες Προέλευσης | 2001* | | 2002* | | 2003* | |
|-----------------------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|----------------|
| | Αξία | Ποσότητα | Αξία | Ποσότητα | Αξία | Ποσότητα |
| Γερμανία | 26.497.250 | 158.602 | 21.842.627 | 137.451 | 32.272.228 | 216.017 |
| Γαλλία | 5.639.083 | 44.400 | 2.511.353 | 15.708 | 6.471.848 | 39.795 |
| Βέλγιο | 2.401.987 | 231.081 | 2.429.163 | 12.137 | 2.979.690 | 15.148 |
| Μ. Βρετανία | 2.259.313 | 11.224 | 2.115.096 | 9.619 | 5.666.496 | 8.241 |
| Ολλανδία | 1.479.884 | 9.967 | 1.085.033 | 6.569 | 1.282.392 | 8.045 |
| Αυστρία | 1.258.960 | 6.109 | 1.096.472 | 5.815 | 1.416.632 | 6.805 |
| Δανία | 2.094.240 | 15.007 | 874.434 | 4.915 | 971.104 | 6.107 |
| Σουηδία | 2.105.981 | 5.476 | 506.755 | 2.853 | 969.501 | 4.728 |
| Ιταλία | 1.336.681 | 61.986 | 602.340 | 20.947 | 582.797 | 3.331 |
| Άλλες χώρες | 893.781 | 4.229 | 5.677.226 | 32.392 | 615.473 | 3.056 |
| Σύνολο Χωρών Ε.Ε | 45.967.160 | 548.081 | 38.740.499 | 248.406 | 53.228.161 | 311.273 |
| ΗΠΑ | 5.766.647 | 17.716 | 5.649.521 | 16.619 | 5.701.567 | 27.837 |
| Καναδάς | 2.677.373 | 13.151 | 1.926.392 | 9.815 | 2.310.512 | 11.234 |
| Πολωνία | 597.087 | 4.115 | 561.863 | 3.697 | 697.341 | 4.694 |
| Αυστραλία | 504.933 | 3.405 | 340.789 | 2.575 | 455.238 | 3.058 |
| Ελβετία | 674.128 | 2.274 | 648.574 | 1.884 | 560.282 | 1.955 |
| Κύπρος | 515.206 | 1.433 | 536.819 | 1.647 | 652.320 | 1.560 |
| Ιαπωνία | 604.778 | 1.350 | 479.203 | 966 | 426.291 | 1.515 |
| Τσεχία | 157.243 | 838 | 247.773 | 1.421 | 174.983 | 1.045 |
| Αλβανία | 128.271 | 890 | 102.998 | 831 | 147.697 | 1.041 |
| Νορβηγία | 290.239 | 2.425 | 159.378 | 704 | 182.492 | 864 |
| Ουγγαρία | 82.610 | 447 | 86.240 | 483 | 124.827 | 686 |
| Ρωσία | 125.517 | 440 | 6.825 | 54 | 19.552 | 214 |
| Λιθουανία | 0 | 0 | 0 | 0 | 40.293 | 203 |
| Νότια Κορέα | 0 | 0 | 0 | 0 | 58.675 | 187 |
| Μπαχάμες | 110.942 | 141 | 405.414 | 188 | 31.146 | 149 |
| Ιορδανία | 0 | 0 | 0 | 0 | 23.750 | 105 |
| Άλλες χώρες | 535.879 | 1.530 | 486.188 | 1.423 | 484.828 | 2.403 |
| Σύνολο Τρίτων Χωρών | 12.770.853 | 50.155 | 11.637.977 | 42.307 | 12.091.794 | 58.750 |
| Σύνολο Εξαγωγών | 58.738.013 | 598.236 | 50.378.476 | 290.713 | 65.319.955 | 370.023 |
| <i>Αξία: σε €</i> | | | | | | |
| <i>Ποσότητα: σε 00 L</i> | | | | | | |
| <i>* Προσωρινά στοιχεία</i> | | | | | | |

Πηγή: ΕΣΥΕ

Τα λευκά λοιπά κρασιά είναι η δεύτερη κυριότερη κατηγορία εξαγωγών, καταλαμβάνοντας μερίδιο επί της συνολικής ποσότητας των εξαγωγών 25,8% για το 1999 (136 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 2003 ήταν 27,6% (102 εκατοντάδες χιλιάδες λίτρα). Η αξία των εξαγωγών λευκών λοιπών κρασιών ανήλθε σε €18.689 χιλ. το 1999, ενώ το 2003 διαμορφώθηκε στα €16.000 χιλ. περίπου.

* Διαφορές από τον προηγούμενο πίνακα οφείλονται σε διαφορετικό τρόπο υπολογισμού (οικική περίοδος/ ονικό έτος)

Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών κατευθύνεται σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κυρίως στη Γερμανία την τελευταία διετία. Το 2001 το Βέλγιο αποτέλεσε την κυριότερη χώρα προορισμού. Μεταξύ των χωρών εκτός Ε.Ε, σημαντικές εξαγωγές πραγματοποιούνται στις Η.Π.Α και στον Καναδά (Πίνακας 3.4.2.2)

3.3.3 Προσδιορισμός Μελλοντικών Εξαγωγών

Η υπό ίδρυση μονάδα στοχεύει να εξαγάγει τα προϊόντα της στη Γερμανική αγορά γι' αυτό και πέρα από τον προσδιορισμό των μελλοντικών εξαγωγών θα ακολουθήσει και μία εκτίμηση της μελλοντικής Γερμανικής αγοράς. Τα τελευταία χρόνια κατά μέσο όρο το 45% των ελληνικών εξαγωγών σε κρασί έχει προορισμό τη Γερμανία (σύμφωνα με συμπεράσματα που έχουν εξαχθεί από τη διεθνή έκθεση Prowein : 6 – 8 Μαρτίου 2005) . Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία θα γίνει πρόβλεψη των συνολικών εξαγωγών και εκτίμηση των μελλοντικών εξαγωγών προς τη Γερμανία υπολογίζοντας το 45% των συνολικών εξαγωγών.

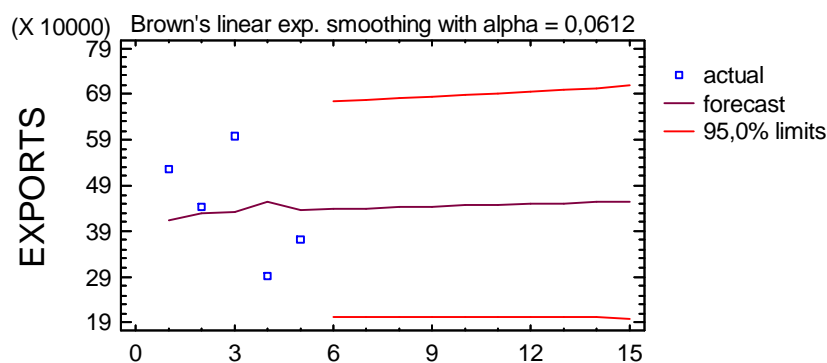
Η πρόβλεψη θα γίνει με τη μέθοδο της προβολής της γραμμικής τάσης ύστερα από εξομάλυνση των στοιχείων. Η μέθοδος αυτή επιλέχθηκε ύστερα από σύγκριση διαφόρων μοντέλων πρόβλεψης. Η μέθοδος της προβολής γραμμικής τάσης είχε το μικρότερο στατιστικό σφάλμα, γι' αυτό και επιλέχτηκε. Η επιλογή του μοντέλου πρόβλεψης και η πρόβλεψη της ζήτησης έγιναν μέσω του στατιστικού προγράμματος "StatGraphics Plus 5.1" του οποίου το πόρισμα φαίνεται αναλυτικά στο παράρτημα.

Οι προβλέψεις των εξαγωγών για τα επόμενα χρόνια φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3.3.1

Προβλεπόμενες Εξαγωγές

| ΕΤΗ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ | ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΡΟΣ ΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ |
|-------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 2004 | 43.828.900 | 19.723.005 |
| 2005 | 44.007.300 | 19.803.285 |
| 2006 | 44.185.700 | 19.883.565 |
| 2007 | 44.364.100 | 19.963.845 |
| 2008 | 44.542.500 | 20.044.125 |
| 2009 | 44.720.900 | 20.124.405 |
| 2010 | 44.899.300 | 20.204.685 |
| 2011 | 45.077.700 | 20.284.965 |
| 2012 | 45.256.100 | 20.365.245 |
| 2013 | 45.434.500 | 20.445.525 |
| σε L | | |



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3.3.1
 Προβλεπόμενες Εξαγωγές

3.4 ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών οίνου από την Ελλάδα έχει προορισμό τη Γερμανία. Στόχος της υπό ίδρυση μονάδας είναι να εξάγει ένα μέρος της παραγωγής της προς τη Γερμανία. Για αυτό το λόγο γίνεται και η ακόλουθη συνοπτική ανάλυση της Γερμανικής Αγοράς.

3.4.1 Ποσοτική Ανάλυση Γερμανικής Αγοράς

Η Γερμανική αγορά αποτελεί τη σημαντικότερη αγορά της Ε.Ε με 82 εκατομμύρια κατοίκους (38 εκατομμύρια νοικοκυριά) υψηλής αγοραστικής δύναμης με κατά κεφαλή εισόδημα περίπου 15.000 €. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Γερμανικής Στατιστικής υπηρεσίας η κατανάλωση σε κρασί και η κατά κεφαλήν κατανάλωση οίνου στη Γερμανία παρουσιάζει αυξητικές τάσεις. Τόσο η συνολική όσο και η κατά κεφαλήν κατανάλωση φαίνονται αναλυτικά στον Πίνακα 3.4.1.1

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4.1.1.
Κατανάλωση Οίνου στη Γερμανία

| Κατανάλωση Κρασιού | Μονάδα | 2002 | 2003 | 2004 |
|-------------------------|-----------|--------|--------|--------|
| Συνολική Κατανάλωση | 100.000 L | 19.913 | 19.925 | 20.047 |
| Κατά κεφαλήν Κατανάλωση | L | 24,1 | 24,1 | 24,3 |

Σύμφωνα με συμπεράσματα που έχουν εξαχθεί από τη διεθνή έκθεση Prowein (6 – 8 Μαρτίου 2005) που γίνεται κάθε χρόνο στο Duesseldorf της Γερμανίας, τα ερυθρά κρασιά ξεπερνούν σε κατανάλωση τα λευκά συμμετέχοντας με 49% και το λευκό πέφτει στο 44%, ενώ η κατανάλωση του ροζέ κυμαίνεται γύρω στο 7% της συνολικής κατανάλωσης.

Η Γερμανία παράγει κατά κύριο λόγο λευκό κρασί (68,5% των αμπελώνων της έχουν λευκές ποικιλίες), ενώ οι γερμανοί καταναλωτές προτιμούν τον ερυθρό οίνο. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα η ζήτηση για κόκκινο κρασί να είναι ιδιαίτερα υψηλή. Η Γερμανία είναι μία από τις μεγαλύτερες εισαγωγικές χώρες σε κρασί, ενώ στην Ευρώπη είναι η πρώτη εισαγωγική χώρα. Συνεπώς, η Γερμανία αποτελεί δελεαστική αγορά στόχο αφού το μέγεθος της είναι ιδιαίτερα μεγάλο.

Τα τελευταία χρόνια, η Γερμανία έχει αυξήσει τις εισαγωγές από τρίτες χώρες και ιδιαίτερα από τις Η. Π. Α. Συγκεκριμένα, οι συνολικές εισαγωγές από τις Η. Π. Α το 2001 ανέρχονται σε 25.020.000 λίτρα ενώ το 2002 φθάνουν τα 30.310.000 λίτρα, γεγονός που οφείλεται στη συνδρομή διαφόρων παραγόντων όπως την πτώση του δολαρίου με αποτέλεσμα την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των αμερικανικών προϊόντων και το επιθετικό marketing που εφαρμόστηκε από τις αμερικανικές επιχειρήσεις.

Βασικός στόχος της υπό ίδρυση μονάδας, είναι η υποκατάσταση μέρους των συνεχώς αυξανόμενων εισαγωγών της Γερμανίας από τις Η. Π. Α με ελληνικό κρασί. Ο στόχος αυτός είναι δυνατόν να επιτευχθεί με την εφαρμογή επιθετικού marketing από την υπό ίδρυση μονάδα και τη μεγιστοποίηση της αξίας του πωλούμενου προϊόντος.

3.4.2 Δομή της Γερμανικής Αγοράς και Κανάλια Διανομής και Προώθηση Ελληνικών Κρασιών στη Γερμανική Αγορά

Στη Γερμανική Αγορά τα μεγέθη των επιχειρήσεων είναι πολύ μεγαλύτερα από αυτά της Ελλάδας. Ένας από τους ηγέτες της αγοράς είναι η E & J Gallo η οποία έχει κύκλο εργασιών που κυμαίνεται γύρω στα 1900 δις Ευρώ και παράγει περίπου 500 εκατομμύρια λίτρα κρασί, ενώ στην τοπική αγορά ο Τσάνταλης έχει τζίρο 42,8 εκατομμύρια Ευρώ και ο Κουρτάκης 31,3 εκατομμύρια Ευρώ.

Η διανομή γίνεται είτε απευθείας σε super market και κάβες είτε μέσω χονδρεμπόρων όπως και στην Ελλάδα. Στόχος των επιχειρήσεων είναι να εξασφαλίσουν όσο το δυνατόν περισσότερα κανάλια διανομής με τη μικρότερη δυνατή επιβάρυνση. Η προώθηση των ελληνικών κρασιών στη Γερμανία γίνεται μέσω εκθέσεων (π.χ. έκθεση Prowein) ή δημοσιεύσεων σε γερμανικά περιοδικά και γενικά στο γερμανικό τύπο (π. χ περιοδικό Weinwelt : έχει φιλοξενήσει δημοσιεύσεις του Τσάνταλη).

3.4.3 Ελληνικές Επιχειρήσεις και Εξαγωγές στη Γερμανία

Ένα σημαντικό μέρος του τζίρου των Ελληνικών εταιριών είναι από εξαγωγές από 45% για τον Μπουτάρη έως και 60% για τον Τσάνταλη και μάλιστα το 50% από τις εξαγωγές αυτές είναι προς τη Γερμανική Αγορά.

Η Γερμανική αγορά δείχνει ισχυρή προτίμηση στα Ελληνικά κρασιά (κυρίως στα ερυθρά). Γίνονται εισαγωγές τόσο φθηνών κρασιών που τοποθετούνται κυρίως στα εκπαιδευτικά super market (τύπου Lidl) όσο και ακριβών ποιοτικών τα οποία πωλούνται τόσο σε super market και κάβες όσο και σε χώρους μαζικής εστίασης (π.χ ελληνικά εστιατόρια).

3.4.4 Έλληνες Μετανάστες στη Γερμανία – Προσδιοριστικός παράγοντας της ζήτησης για Ελληνικά Προϊόντα

Σύμφωνα με μελέτη που πραγματοποίησε το Ινστιτούτο Ερευνών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου του Μαινχάιμ, πρώτοι σε ελεύθερα επαγγέλματα και ιδρύσεις μικρών επιχειρήσεων (από τους μετανάστες της Γερμανίας) είναι η οι Έλληνες (το 15% των οικονομικά ενεργών Ελλήνων της Γερμανίας είναι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες και ελεύθεροι επαγγελματίες). Το μεγαλύτερο μέρος των μεταναστευτικών επιχειρήσεων επικεντρώνεται στον κλάδο της γαστρονομίας, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την προώθηση των ελληνικών κρασιών τόσο στην ελληνική ομογένεια όσο και στη Γερμανική αγορά γενικά.

Άλλος ένας βασικός παράγοντας ο οποίος επηρεάζει τη ζήτηση για ελληνικά προϊόντα στη Γερμανία είναι η άφιξη Γερμανών τουριστών στην Ελλάδα. Οι Γερμανοί τουρίστες συνηθίζουν να δοκιμάζουν τα εγχώρια προϊόντα και έπειτα να τα αναζητούν στη Γερμανική Αγορά με αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησής τους. Τέλος, οι Γερμανοί λατρεύουν την Ελληνική κουλτούρα και τον ελληνικό πολιτισμό. Γνωρίζουν την παράδοση της Ελλάδας στην παραγωγή οίνου και έχουν συνδέσει την Ελλάδα με την παραγωγή εξαιρετικά ποιοτικού οίνου.

3.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

3.5.1 Ανάλυση της Δομής του Ανταγωνιστικού Περιβάλλοντος

§ Ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης σε σύγκριση με Τρίτες Χώρες

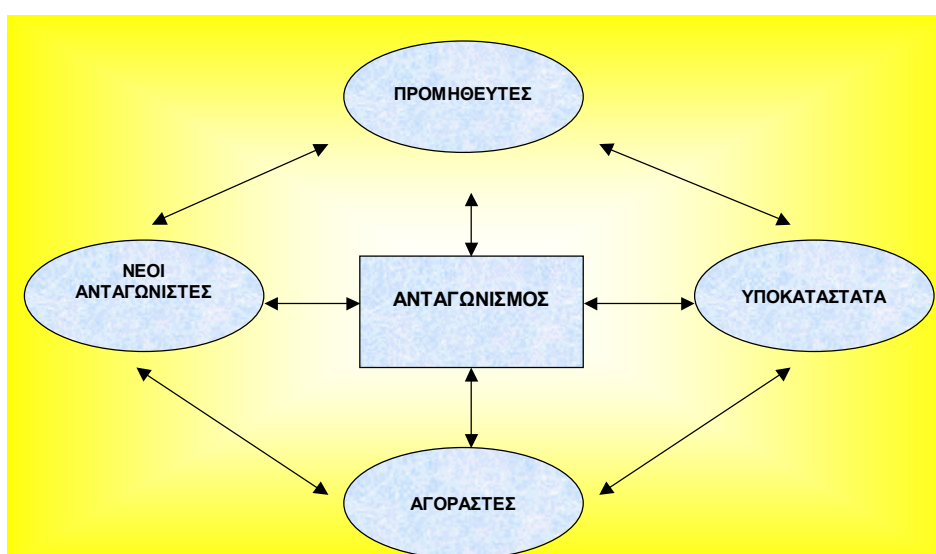
Η Ευρώπη καλείται να ανταγωνισθεί χώρες όπως η Χιλή, η Νότιος Αφρική, η Αυστραλία που δημιουργούν εκατομμύρια στρέμματα νέων αμπελώνων και επενδύουν δισεκατομμύρια για την κατάκτηση νέων αγορών. Η αρνητική οικονομική συγκυρία στην Ευρώπη, τα φθηνά τελικά προϊόντα από τις τρίτες χώρες λόγω του χαμηλού καλλιεργητικού κόστους και του χαμηλού κόστους της εργασίας γενικά, έχουν ως αποτέλεσμα τη μείωση των πωλήσεων των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων οίνου και την αύξηση των εισαγωγών από τρίτες χώρες. Ωστόσο, η εμπειρία και η παράδοση των Ευρωπαϊκών Επιχειρήσεων στην παραγωγή οίνου, η αυτοματοποιημένη εργασία, η ποιοτική πρώτη ύλη και το καταρτισμένο προσωπικό αποτελούν βασικά πλεονεκτήματα της Ευρωπαϊκής Βιομηχανίας Οίνου. Οι Ευρωπαϊκές Βιομηχανίες έχουν το βασικό πλεονέκτημα της ποιότητας, παράγουν προϊόντα διεθνούς φήμης, εξαιρετικά ποιοτικά. Στόχος θα πρέπει να είναι εφαρμογή στρατηγικής διαφοροποίησης, η μεγιστοποίηση της αξίας των παραγόμενων προϊόντων και η συνεχής έμφαση στην ποιότητα, έτσι ώστε όχι μόνο να ανακτηθούν χαμένα μερίδια αγοράς αλλά να αποσπαστούν και νέα.

§ Ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Αμπελοοινικού Τομέα

Ο αμπελοοινικός τομέας στην Ελλάδα αποτελεί σημαντικό παράγοντα της αγροτικής παραγωγής, της μεταποιητικής βιομηχανίας των εξαγωγών και της απασχόλησης του αγροτικού και του αστικού εργατικού δυναμικού. Δυνατά σημεία της Ελλάδας τα οποία τονώνουν ιδιαίτερα την ανταγωνιστικότητά της είναι εξαιρετική πρώτη ύλη που διαθέτει και η εμπειρία και εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού της οινοποίησης σε αντίθεση με αυτή της αμπελοργίας η οποία πρέπει να αντιμετωπιστεί με εξειδικευμένη εκπαίδευση των αμπελοουργών με στόχο την περαιτέρω βελτίωση των ποικιλιών των αμπελώνων και τη μεγιστοποίηση της απόδοσης τους. Ένα επιπλέον δυνατό σημείο της ελληνικής οινοποίησης είναι η πραγματοποίηση νέων επενδύσεων – με τη χρήση επιδοτήσεων από την Ε.Ε – και η δημιουργία αυτό-ματοποιημένων

εργοστασίων. Ωστόσο, η γήρανση των ελληνικών αμπελώνων και ο κατατεμαχισμός του ελληνικού αμπελουργικού κλήρου, αυξάνουν τα κόστη και μειώνουν την αποδοτικότητα της οινοποίησης στην Ελλάδα. Τα μειονεκτήματα αυτά δύναται να αντιμετωπιστούν σύντομα με την αναδιάρθρωση των ελληνικών αμπελώνων - Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “Αγροτική Ανάπτυξη – Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000 – 2006 “: Κανονισμοί (ΕΚ) 1260/99, 1275/99 & 1750/99 - η οποία έχει αρχίσει ήδη να πραγματοποιείται μετά από εφαρμογή της ειδικής ευρωπαϊκής νομοθεσίας.

3.5.2 Ανάλυση του Ανταγωνιστικού – Μίκρο Περιβάλλοντος



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5.2.1
Ανάλυση Porter

Σύμφωνα με τον Porter η ένταση του ανταγωνισμού σε ένα κλάδο εκφράζεται από τη δραστηριότητα και τη δύναμη των ανταγωνιστών που ήδη υπάρχουν μέσα στον κλάδο, το ύψος των εμποδίων εισόδου και εξόδου από τον κλάδο, τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των αγοραστών καθώς και την ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων και τον βαθμό που αυτά υποκαθιστούν το εξεταζόμενο προϊόν. Οι παραπάνω παράγοντες, αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και διαμορφώνουν το ανταγωνιστικό περιβάλλον μέσα στον κλάδο. Όσο πιο έντονος είναι ο ανταγωνισμός μέσα στον κλάδο τόσο μικρότερα είναι τα περιθώρια κέρδους και λιγότερο δελεαστικές οι επενδύσεις (σε αυτόν τον κλάδο).

§ Υπάρχοντες Ανταγωνιστές

I. Γενικά Πληροφοριακά Στοιχεία των Ανταγωνιστών

Στον βιομηχανικό κλάδο (δηλαδή χωρίς την αμπελουργία) συναντάται μια μικρή μονάδα παραδοσιακών και δυναμικών επιχειρήσεων με μεγάλο όγκο παραγωγής, ευρύ δίκτυο διανομής και υψηλές εξαγωγικές επιδόσεις, ενώ παράλληλα δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός οينوποιητικών συνεταιρισμών με μεγάλη εγκατεστημένη ιπποδύναμη, που παράγουν κυρίως χύμα προϊόντα και ως επί το πλείστον σε τοπικό επίπεδο, και των οποίων το αρχικά κυρίαρχο μερίδιο της αγοράς μειώνεται συνεχώς εξαιτίας της αναποτελεσματικής οργάνωσης και διοίκησης τους. Τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ, αναφέρουν ότι η παραγωγή των οργανωμένων οينوποιείων (σε αντίθεση με τη «χωρική» οينوποίηση, για την οποία δεν μπορεί παρά να γίνουν εκτιμήσεις και η οποία αντιστοιχεί σε κατεχοχήν χύμα παραγωγή – τουλάχιστον το 1/3 της συνολικής – με προβλήματα στην τυποποίηση και υποβαθμισμένο προϊόν) κατανέμεται ανάμεσα σε συνεταιριστικά και στα ιδιωτικά οينوποιεία σε αναλογία 40%-60%. Ταυτόχρονα, αναδεικνύεται μια νέα κατηγορία αξιόλογου αριθμού μικρών παραγωγών, οι οποίοι διαθέτουν δικά τους κτήματα και προηγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό και διεισδύουν δυναμικά στην αγορά με διευρυνόμενο δίκτυο διανομής και ποιοτικά προϊόντα.

Βασικοί Ανταγωνιστές της Επιχείρησης που πρόκειται να δημιουργήσουμε είναι οι επιχειρήσεις αυτές οι οποίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο και έχουν μεγάλο όγκο παραγωγής αφού στόχος της εταιρίας είναι να διεισδύσει στην αγορά αποσπώντας μερίδιο αγοράς από αυτούς. Επιπρόσθετα, ανταγωνιστές είναι και αυτοί που παράγουν υποκατάστατα προϊόντα όπως για παράδειγμα οι παραγωγοί μπίρας. Παρακάτω παρατίθενται τα γενικά στοιχεία των κυριότερων ανταγωνιστών της εταιρίας.

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ : “ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ ΕΥΑΓΓ Α.Ε.”

| | |
|----------------------|---|
| Έδρα Εταιρίας | Άγιος Παύλος Χαλκιδικής |
| Έτος Ίδρυσης | 1879 |
| Προσωπικό (Αριθμός) | 365 |
| Κύκλος Εργασιών 2003 | 42.859.390 € |
| Δραστηριότητα | Παραγωγή κρασιών και οινοπνευματωδών ποτών. |

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ : “ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ & ΥΙΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.”

| | |
|----------------------|--|
| Έδρα Εταιρίας | Νέα Μοναστηρίου 134, Θεσσαλονίκη |
| Έτος Ίδρυσης | 1879 |
| Προσωπικό (Αριθμός) | 225 |
| Κύκλος Εργασιών 2003 | 31.387.352 € |
| Δραστηριότητα | Παραγωγή κρασιών και μπίρας. Αποκλειστικές εισαγωγές και εμπόριο οινοπνευματωδών ποτών |

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ : “ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Δ. ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΑΡΙΑ ΟΙΝΩΝ Α.Ε”

| | |
|----------------------|---|
| Έδρα Εταιρίας | Μαρκόπουλο Αττικής |
| Έτος Ίδρυσης | 1895 |
| Προσωπικό (Αριθμός) | 260 |
| Κύκλος Εργασιών 2003 | 29.928.138 € |
| Δραστηριότητα | Παραγωγή κρασιών. Αποκλειστικές εισαγωγές και εμπόριο οινοπνευματωδών ποτών |

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ : “ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑΣ & ΥΙΟΣ Α.Ε.Β.Ε”

| | |
|----------------------|-----------------------|
| Έδρα Εταιρίας | Καλοχώρι Θεσσαλονίκης |
| Έτος Ίδρυσης | 1939 |
| Προσωπικό (Αριθμός) | 100 |
| Κύκλος Εργασιών 2003 | 26.078.250 € |
| Δραστηριότητα | Παραγωγή ρετσίνας |

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ : ”ΑΧΑΪΑ ΚΛΑΟΥΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. ”

| | |
|----------------------|--|
| Έδρα Εταιρίας | Πάτρα |
| Έτος Ίδρυσης | 1861 |
| Προσωπικό (Αριθμός) | 110 |
| Κύκλος Εργασιών 2003 | 21.314.781 € |
| Δραστηριότητα | Παραγωγή κρασιών, οινοπνευματωδών ποτών και αποσταγμάτων |

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ : “ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΪΑ Α.Ε.”

| | |
|----------------------|--|
| Έδρα Εταιρίας | Αθήνα |
| Έτος Ίδρυσης | 1963 |
| Προσωπικό (Αριθμός) | 1.400 |
| Κύκλος Εργασιών 2003 | 384.908.000 € |
| Δραστηριότητα | Παραγωγή και Εμπορία μπίρας και μεταλλικού νερού |

II. Στόχοι – Συμπεριφορά Ανταγωνιστών

Οι παραπάνω επιχειρήσεις έχουν κοινούς στόχους γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την ένταση του μεταξύ τους ανταγωνισμού. Κάθε μία από τις παραπάνω επιχειρήσεις στοχεύει να διατηρήσει και να αυξήσει, όσο αυτό είναι δυνατόν, το μερίδιο αγοράς της. Παράλληλα, προσπαθούν να υποκαταστήσουν μέρος των εισαγωγών με δικά τους προϊόντα ενώ στοχεύουν στην αύξηση των εξαγωγών τους.

Όλες οι παραπάνω επιχειρήσεις, τόσο οι οиноποιητικές όσο και η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσπαθούν να προσφέρουν την υψηλότερη ποιότητα στη χαμηλότερη δυνατή τιμή. Πρόκειται για εταιρίες με πελατοκεντρική προσέγγιση στις οποίες εφαρμόζονται σύγχρονοι τρόποι διοίκησης.

Οι παραπάνω εταιρίες επενδύουν μεγάλα ποσά με σκοπό τον εκσυγχρονισμό των εργοστασίων τους έτσι ώστε να ελαχιστοποιήσουν το κόστος να αυξήσουν την κερδοφορία τους.

III. Μίγμα Marketing Ανταγωνιστών

2 Προϊόν

- ρ Μεγάλο Μέγεθος Μίγματος Προϊόντων
- ρ Κάποιοι από τους ανταγωνιστές – Όμιλος Μπουτάρη, Αθηναϊκή Ζυθοποιία – έχουν μεγάλο Βάθος Μίγματος Προϊόντων
- ρ Δίνεται μεγάλη έμφαση στην ποιότητα αφού μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων και αποτελεί μοναδικό τρόπο για αύξηση των εξαγωγών.
- ρ Εκτός από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οι υπόλοιποι ανταγωνιστές δίνουν μεγάλο βάρος στη συσκευασία των παραγόμενων προϊόντων, επιλέγοντας πολυτελείς φιάλες που επηρεάζουν θετικά την αντίληψη του καταναλωτή για υψηλή ποιότητα του προϊόντος.

- ρ Όλες οι εταιρίες που έχουν προαναφερθεί παρέχουν δυνατότητα επιστροφής ελαττωματικών προϊόντων.

2 Τιμή

- ρ Όλοι οι ανταγωνιστές παρέχουν πιστώσεις (διάρκειας κατά μέσο όρο 70 ημέρες) των οποίων η διάρκεια αυξομειώνεται ανάλογα με τη διαπραγματευτική δύναμη του αγοραστή (οι μεγαλύτερες πιστώσεις δίνονται στις αλυσίδες super market – 5 Μήνες περίπου).
- ρ Όλοι οι ανταγωνιστές παρέχουν εκπτώσεις (όπως για παράδειγμα στην αγορά 10 κιβωτίων το 1 δίνεται δωρεάν κ.τ.λ). Λόγω της υψηλής διαπραγματευτικής δύναμης των αγοραστών οι εκπτώσεις είναι απαραίτητες έτσι ώστε η αγορά του προϊόντος να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο ελκυστική.
- ρ Στόχος όλων των ανταγωνιστών είναι η μεγιστοποίηση της αξίας του προσφερόμενου προϊόντος, δηλαδή η προσφορά προϊόντων στην υψηλότερη ποιότητα με την όσο το δυνατόν χαμηλότερη τιμή).

2 Προώθηση

- ρ Εφαρμόζεται πολιτική “μάρκας” από όλους τους ανταγωνιστές
- ρ Η διαφήμιση οίνου γίνεται κυρίως μέσω περιοδικών, εφημερίδων και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία στροφή προς την τηλεόραση. Η διαφήμιση της μπύρας γίνεται κυρίως μέσω της τηλεόρασης.
- ρ Συνηθίζεται να γίνεται προώθηση πωλήσεων με διοργάνωση εκδηλώσεων στους χώρους μαζικής εστίασης.

2 Τόπος

- ρ Δίαυλοι Διανομής : Για την “κρύα” αγορά η διανομή γίνεται απευθείας από τα εργοστάσια στις αλυσίδες super market, στις κάβες και στους χονδρέμπορους ενώ για τη “ζεστή” αγορά η διανομή γίνεται είτε έμμεσα από τα super market και τις κάβες είτε απευθείας από πρατήρια που συνήθως διαθέτουν τα εργοστάσια.
- ρ Σκοπός όλων των ανταγωνιστών είναι να έχουν ένα ιδιαίτερα πυκνό δίκτυο διανομής, έτσι ώστε να είναι δυνατή η άμεση εξυπηρέτηση των πελατών τους. Το πυκνό δίκτυο διανομής επηρεάζει έντονα την αποδοτικότητα της επιχείρησης. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ο Όμιλος Μπουτάρη και η εταιρία Τσάνταλης Ευαγγ Α.Ε. έχουν ιδιαίτερα πυκνά δίκτυα διανομής γεγονός που τις καθιστά ιδιαίτερα ανταγωνιστικές.

§ Νέοι Ανταγωνιστές – Δυνατότητα Εισόδου

Η είσοδος στον κλάδο θεωρείται σχετικά δύσκολη λόγω των οικονομιών κλίμακας. Οι ηγέτες του κλάδου διαθέτουν εκσυγχρονισμένα και πλήρως αυτοματοποιημένα εργοστάσια με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να μειώσουν δραματικά το κόστος παραγωγής. Στην περίπτωση απειλής εισόδου από νέο ανταγωνιστή, ο ανταγωνισμός εντείνεται ακόμη περισσότερο και οδηγείται σε “Πόλεμο Τιμών” από τον οποίο είναι αδύνατον να επιβιώσει ο νέος ανταγωνιστής. Ωστόσο, λόγω της φύσης του προϊόντος, η είσοδος στον κλάδο είναι δυνατόν να πραγματοποιηθεί στην περίπτωση που ο νέος ανταγωνιστής προσφέρει διαφοροποιημένο προϊόν συνδυασμένο με ποιοτικές διαφοροποιημένες υπηρεσίες.

§ Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Κύριοι προμηθευτές στον υποκλάδο της οινοποιίας είναι οι παραγωγοί της πρώτης ύλης, του σταφυλιού. Οι παραγωγοί, λόγω του μεγάλου αριθμού τους, δεν διαθέτουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη με αποτέλεσμα να εφαρμόζονται κυρίως οι όροι που προτείνονται από τους οινοπαραγωγούς. Στην περίπτωση που οι παραγωγοί ασχολούνται με την παραγωγή κάποιας σπάνιας ποικιλίας, αποκτούν μεγαλύτερη

διαπραγματευτική δύναμη και είναι σε θέση να πουλήσουν σε υψηλότερες τιμές και με ευνοϊκότερους όρους.

§ Υποκατάστατα Προϊόντα

Τα υποκατάστατα προϊόντα του κρασιού χωρίζονται σε 2 κατηγορίες, τα αλκοολούχα και τα μη αλκοολούχα. Τα υποκατάστατα προϊόντα ασκούν έμμεσο ανταγωνισμό. Κύρια αλκοολούχα υποκατάστατα, είναι αυτά με χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ όπως η μπύρα (π. χ. Heineken, Amstel, Μύθος κ. τ. λ) και τα RTDs: αλκοολούχα ποτά αναμειγμένα με αναψυκτικά (π.χ gordon space, bacardi breezer κ.τ.λ). Κύρια μη αλκοολούχα υποκατάστατα είναι τα αναψυκτικά και το νερό. Το υποκατάστατο προϊόν που ασκεί τον εντονότερο ανταγωνισμό είναι η μπύρα τόσο η εγχώρια όσο και η εισαγόμενη.

§ Αγοραστές

Οι αγοραστές χωρίζονται σε 3 κύριες κατηγορίες: τους χονδρέμπορους, τις κάβες και τις αλυσίδες super market. Οι αγοραστές έχουν πολύ μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη αφού αντιπροσωπεύουν και τη διαπραγματευτική δύναμη των καταναλωτών. Μεγαλύτερη δύναμη έχουν οι αλυσίδες super market λόγω του μικρού αριθμού τους. Το προϊόν είναι εύκολο να υποκατασταθεί από άλλα ανταγωνίσιμα ή υποκατάστατα γεγονός που αυξάνει ακόμη περισσότερο τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών. Επιπρόσθετα, η ευαισθησία των αγοραστών ως προς την τιμή είναι ιδιαίτερα μεγάλη, αφού στόχος είναι να μεγιστοποιήσουν την κερδοφορία τους αυξάνοντας τα περιθώρια κέρδους.

3.6 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Το εξωτερικό κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο θα δραστηριοποιείται η επιχείρηση η οποία σχεδιάζεται να δημιουργηθεί, έχει μελετηθεί και αναλυθεί προκειμένου να εντοπιστούν ενδεχόμενες ευκαιρίες και απειλές για το επενδυτικό σχέδιο.

3.6.1 Πολιτικοί Παράγοντες

Στην Ελλάδα ειδικά αλλά και στην Ευρώπη γενικά έχει οριστεί συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο το οποίο αφορά τόσο την Οινοπαραγωγή όσο και την Αμπελοκαλλιέργεια και θα πρέπει να ληφθεί υπόψη από κάθε επιχείρηση η οποία θα δραστηριοποιηθεί στο συγκεκριμένο τομέα.

§ Κοινή Οργάνωση της Αμπελοοινικής Αγοράς στην Ε.Ε.

Από την 1^η Αυγούστου 2000 εφαρμόζεται η νέα Κ.Ο.Α (Κοινή Οργάνωση Αγοράς), η οποία βασίζεται στον κανονισμό (ΕΚ) αριθμ. 1493/99 της 17ης Μαΐου 1999 περί κοινής οργάνωσης της αμπελοοινικής αγοράς. Στόχος της νέας Κ.Ο.Α. είναι να αναμορφωθεί και να απλουστευθεί η κοινή οργάνωση της αμπελοοινικής αγοράς, για να επιτευχθεί καλύτερη ισορροπία μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης στην κοινοτική αγορά και να βελτιωθεί μακροπρόθεσμα η ανταγωνιστικότητα του τομέα.

§ Επενδυτικά Σχέδια

Το καθεστώς των αναπτυξιακών νόμων και των ειδικών κοινοτικών κανονισμών προβλέπει οφέλη για τον κλάδο της οινοποιίας. Τα αναφερόμενα οφέλη συνίστανται σε επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις. Οι επενδύσεις οι οποίες πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του Νέου Αναπτυξιακού Νόμου χρηματοδοτούνται από το Πρόγραμμα Δημοσίων Επενδύσεων (Π.Δ.Ε) και την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και από την ίδια

συμμετοχή των επιχειρήσεων που πραγματοποιούν τις επενδύσεις αυτές. Η ίδια συμμετοχή του επενδυτή δεν μπορεί να είναι κατώτερη από το 40% του κόστους της επένδυσης. Οι επιχειρήσεις που δικαιούνται να κάνουν χρήση των διατάξεων του Αναπτυξιακού Νόμου είναι οι μεταποιητικές βιομηχανικές-βιοτεχνικές, τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων ειδικών κατηγοριών.

Για να υπαχθούν στις ενισχύσεις του Νέου Αναπτυξιακού Νόμου, οι επενδύσεις των παραπάνω επιχειρήσεων θα πρέπει να πληρούν τις εξής προϋποθέσεις:

- ü Οι επενδύσεις να υπερβαίνουν ένα ελάχιστο ποσό, ανάλογα με τη δραστηριότητα.
- ü Το τραπεζικό δάνειο θα είναι τουλάχιστον τετραετούς διάρκειας.

§ Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Αγροτική Ανάπτυξη - Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000-2006"

Οι στόχοι του Επιχειρησιακού Προγράμματος είναι:

- ü "Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής γεωργίας ενόψει των προκλήσεων ενός ολοένα και περισσότερο ανταγωνιστικού διεθνούς περιβάλλοντος"
- ü "Βιώσιμη και ολοκληρωμένη ανάπτυξη της υπαίθρου για να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα και η ελκυστικότητά της και να αποκατασταθεί η κοινωνική και οικονομική της λειτουργία" .
- ü "Διατήρηση και βελτίωση του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων της υπαίθρου"

3.6.2 Οικονομικοί Παράγοντες

Σύμφωνα με την Ε.Σ.Υ.Ε. μέχρι το 2004 και κατά τη διάρκεια της τελευταίας τριετίας, οι Επενδύσεις, το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, η Τελική Κατανάλωση, το Διαθέσιμο Εισόδημα, η Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία του Υποκλάδου της Οινοποιίας κινούνται με αυξητικούς ρυθμούς.

Σημείωση: Ο Δείκτης Οικονομικού Κλίματος (1990-2003=100) υπολογίζεται με βάση τους επιμέρους Δείκτες Επιχειρηματικών Προσδοκιών στη Βιομηχανία, τις Κατασκευές, το Λιανικό Εμπόριο και τις Υπηρεσίες καθώς και τον Δείκτη Εμπιστοσύνης στους Καταναλωτές

Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, DG Edfin

3.6.3 Κοινωνικοί Παράγοντες

Τόσο η αύξηση του Τουρισμού όσο και η στροφή προς ένα υγιεινό τρόπο διατροφής επηρεάζουν θετικά τη ζήτηση για κρασί. Φέτος, λόγω της αυξημένης προβολής της χώρας μας σε συνδυασμό με τη συνδρομή διαφόρων κοινωνικών, κλιματολογικών και οικονομικών συνθηκών και συγκυριών, παρατηρήθηκε αύξηση του τουρισμού η οποία συντέλεσε σε αύξηση της κατανάλωσης κρασιού στη χώρα. Τα επίπεδα του τουρισμού αναμένεται να αυξηθούν ακόμη περισσότερο μέσα στα επόμενα χρόνια, γεγονός που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη αφού ασκεί άμεση επιρροή στη διαμόρφωση της ζήτησης κρασιού. Επιπρόσθετα, τα τελευταία χρόνια, όπως έχει ήδη προαναφερθεί, έχει διαπιστωθεί μία στροφή προς τη μεσογειακή διατροφή και γενικά τα μεσογειακά είδη διατροφής. Το κρασί επωφελείται από αυτή τη στροφή και κερδίζει συνεχώς έδαφος. Οι νέες τάσεις και συνήθειες των καταναλωτών είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας ο οποίος πρέπει να λαμβάνεται υπόψη, να μελετάται και να αναλύεται έτσι ώστε να είναι δυνατή η πλήρης εκμετάλλευση των επιπτώσεων του.

3.6.4 Τεχνολογικοί Παράγοντες

Το τεχνολογικό επίπεδο των παραγωγικών μονάδων έχει βελτιωθεί σημαντικά – αν και στηρίζονται στα παραδοσιακά στάδια παραγωγής – και οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει πλήρως αυτοματοποιημένες μεθόδους παραγωγής, ενώ όλες οι επιχειρήσεις φαίνεται να διαθέτουν δικά τους χημικά εργαστήρια. Αντίθετα, φαίνεται

ότι ο τομέας που καθυστερεί είναι σχετικός με την πρωτογενή παραγωγή, δηλαδή την εφαρμοσμένη αμπελοοινική έρευνα. Πάντως, και σε αυτόν τον κλάδο διαπιστώνεται ο γνωστός διϋσμός της ελληνικής βιομηχανίας με την ύπαρξη ενός τομέα δυναμικών και εκσυγχρονισμένων τεχνολογικά και οργανωτικά επιχειρήσεων και ενός τομέα με παλαιό μηχανολογικό εξοπλισμό και μεθόδους οργάνωσης και λειτουργίας, που αφορά κυρίως τους συνεταιρισμούς και τη «χωρική» παραγωγή.

Σχετικά με την οινοποιία, οι επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ήδη προχωρήσει στον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό και στην αυτοματοποίηση της παραγωγής πλησιάζουν τα διεθνή πρότυπα σε πολύ ικανοποιητικό βαθμό. Παρ' όλο που τα στάδια παραγωγής παραμένουν τα ίδια, τα μηχανήματα που χρησιμοποιούνται ενσωματώνουν νέες τεχνολογίες, όπως ηλεκτρονικά συστήματα ελέγχου και επεξεργασίας της πρώτης ύλης (ανοξειδωτες σταφυλοδόχοι, πνευματικά πιεστήρια, δεξαμενές) καθώς και αυτοματοποιημένα εμφιαλωτήρια και συσκευαστήρια. Επίσης, χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο συστήματα ελεγχόμενης θερμοκρασίας των χώρων παραγωγής και παλαίωσης.

Όσον αφορά τους συνεταιρισμούς και τους μικρούς «οικιακούς» παραγωγούς, είναι επιτακτική η ανάγκη οι μεν πρώτοι να προχωρήσουν στον εκσυγχρονισμό των ήδη σημαντικών εγκαταστάσεων που διαθέτουν καθώς και στην καλύτερη οργάνωση των μονάδων, οι δε δεύτεροι να ενταχθούν σε πλαίσιο ποιοτικού ελέγχου της παραγωγής και της εμπορίας τους.

3.7 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ MARKETING

3.7.1 Σκοποί και Στόχοι της υπό Ίδρυση Μονάδας

§ Ανάλυση της υπό Ίδρυση Μονάδας

Η επιχείρηση που πρόκειται να ιδρυθεί θα διέπεται από τις αρχές της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας. Όλες οι διεργασίες που θα πραγματοποιούνται θα είναι καθορισμένες ενώ παράλληλα θα καθορίζονται και στόχοι για κάθε διεργασία, θα γίνεται εσωτερικός έλεγχος των διεργασιών και θα ελέγχονται οι αποκλίσεις από τους αρχικούς στόχους, τέλος θα γίνεται ανάδραση των πληροφοριών που θα προκύπτουν από τον έλεγχο των διεργασιών με σκοπό τη συνεχή βελτίωση της λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτός ο τρόπος οργάνωσης θα προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση αφού θα συντελέσει στην παραγωγή προϊόντων υψηλής ποιότητας, στην εκμηδένιση των ελαττωματικών και στο χαμηλό κόστος. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση θα είναι σε θέση να μεγιστοποιήσει την αξία των παραγόμενων προϊόντων συνδυάζοντας την ανώτερη δυνατή ποιότητα στη χαμηλότερη δυνατή τιμή. Η ποιότητα των προϊόντων και η εφαρμογή των αρχών της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας θα διασφαλιστούν με την εφαρμογή και πιστοποίηση συστήματος ποιότητας της σειράς ISO.

Το Marketing θα στηρίζεται στο προαναφερθέν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της εταιρίας. Η επιχείρηση θα προβάλλει το όνομα της και θα παρουσιαστεί σαν ένα σύγχρονο εργοστάσιο, το οποίο εφαρμόζει σύγχρονους τρόπους διοίκησης και οργάνωσης και εστιάζεται στην παραγωγή ποιοτικών προϊόντων στη χαμηλότερη δυνατή τιμή.

Η επιχείρηση θα είναι μικρομεσαία και οι εγκαταστάσεις της θα είναι για περιορισμένη παραγωγή, αφού στόχος της είναι η ποιότητα και όχι η ποσότητα. Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός θα είναι σύγχρονος και το εργοστάσιο θα είναι αυτοματοποιημένο.

Η εταιρία θα εγκατασταθεί σε περιοχή στην οποία δεν θα υπάρχει άλλο εργοστάσιο οίνου και στην οποία θα έχει άμεση πρόσβαση σε ποιοτικές πρώτες ύλες. Λόγω της απουσίας άλλου εργοστασίου στην περιοχή, ο εφοδιασμός των πρώτων υλών θα γίνεται με σχετικά ευνοϊκούς όρους.

Ιδιαίτερη βαρύτητα θα δοθεί στην έρευνα και ανάπτυξη, έτσι ώστε να είναι δυνατή η παρακολούθηση των εξελίξεων στους τομείς παραγωγής, εμπορίας κ.λ.π. η οποία θα οδηγήσει στην ανάλογη προσαρμογή των επενδυτικών προσπαθειών και των άλλων παρεμβάσεων στον τομέα της λειτουργίας της ώστε να είναι πάντα ανταγωνιστικό το προϊόν που θα παράγεται.

Η μονάδα θα χρησιμοποιήσει ένα μίγμα χρηματοδότησης το οποίο θα αποτελείται από Ίδια Χρηματοδότηση και Κρατική Επιδότηση. Με αυτόν τον τρόπο θα έχει το απαιτούμενο κεφάλαιο κίνησης και θα εξασφαλίσει την απαιτούμενη ρευστότητα έτσι ώστε να έχει ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη και να είναι σε θέση να αντεπεξέλθει τον ισχυρό ανταγωνισμό της αγοράς. Το προσωπικό θα είναι εξειδικευμένο, έτσι ώστε να επιτευχθεί η μέγιστη απόδοση. Το προσωπικό θα αποκτήσει εξειδίκευση πριν την έναρξη λειτουργίας της εταιρίας με μαθήματα που θα γίνουν από ειδικούς του κλάδου. Με αυτόν τον τρόπο, η υπό ίδρυση επιχείρηση θα γνωρίζει τις δυνατότητες και τις αδυναμίες των εργαζομένων της με αποτέλεσμα να είναι δυνατή η μέγιστη αξιοποίηση τους.

Η υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να κάνει είσοδο σε ήδη κορεσμένη αγορά και στόχος της είναι να διεισδύσει στον κλάδο αποσπώντας μερίδια αγοράς από δυνατούς και εδραιωμένους ανταγωνιστές. Το μερίδιο που πρόκειται να αποσπάσει θα είναι ιδιαίτερα μικρό, έτσι ώστε να αποφευχθεί – όσο αυτό είναι δυνατό – η αντίδραση των ανταγωνιστών στην είσοδο. Επενδυτική ευκαιρία η οποία έχει αναγνωριστεί και πρόκειται να εκμεταλλευτεί (από τη νέα μονάδα) είναι η άσκηση α-νταγωνισμού και η απόσπαση μικρού μεριδίου αγοράς από ένα από τα βασικά υποκατάστατα του κρασιού, τη μπύρα, της οποίας η αγορά στην Ελλάδα είναι ανερχόμενη και ιδιαίτερα κερδοφόρα.

Βασικό αδύνατο σημείο της υπό ίδρυση μονάδας, αλλά και κάθε επιχείρησης στην Ελλάδα, είναι η υψηλή φορολογία. Η εταιρία στοχεύει σε σχετικά χαμηλά περιθώρια κέρδους και στη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητάς της η οποία θα συντελέσει στη συρρίκνωση του κόστους έτσι ώστε να είναι ανταγωνίσιμη και στο εξωτερικό παρά τις υψηλές κρατικές επιβαρύνσεις.

§ Γενικοί Σκοποί και Στόχοι της υπό Ίδρυση Μονάδας

I. **Όραμα** : *“Η δημιουργία ενός σύγχρονου εργοστασίου Οίνου που θα παράγει υψηλής ποιότητας κρασιά γνωστά τόσο στην Ελληνική όσο και στη Διεθνή Αγορά και θα ξεχωρίζει για την άμεση Ικανοποίηση των Πελατών και τις Σύγχρονες μεθόδους Διοίκησης”*

II. **Αποστολή** : *“Αποστολή της υπό Ίδρυση Μονάδας είναι :*

• *Η γρήγορη διεκπεραίωση του χρόνου παραγγελιών*

• *Η εξασφάλιση σαφούς υπεροχής στην ποιότητα*

• *Η ταχύτερη διάθεση των προϊόντων στην αγορά, ιδιαίτερα στο εξωτερικό εμπόριο*

• *Η εξασφάλιση οργανωτικών και τεχνολογικών «πρωτοποριών» στο εσωτερικό της επιχείρησης*

III. Η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης θα βασιστεί στις ακόλουθες ενέργειες :

• Στην παραγωγή προϊόντων υψηλής και σταθερής ποιότητας

• Στην ποικιλία τελικών προϊόντων

• Στην ισχυροποίηση του ονόματος της εταιρίας

• Στην αντιμετώπιση πολυάριθμων παραγγελιών, στα πλαίσια περιορισμένου χρόνου παράδοσης

• Στην επένδυση προηγμένης τεχνολογίας

• Στην παρακολούθηση των εξελίξεων στους τομείς παραγωγής, εμπορίας κ.λ.π.

• Στην σταθερή και προσεκτική ανάπτυξη του δικτύου πωλήσεων της

• Στην μεγαλύτερη δυνατή καθετοποίηση στη λειτουργία της

IV. Η στρατηγική της επιχείρησης, θα έχει σαν γνώμονα την κάλυψη των απαιτήσεων των καταναλωτών και περιλαμβάνει:

- ü την προώθηση νέων ικανοτήτων στην παραγωγή ποιοτικού οίνου που να καλύπτει τις ανάγκες των καταναλωτών
- ü την απόκτηση ευέλικτου παραγωγικού εξοπλισμού για την αντιμετώπιση πολυάριθμων παραγγελιών, διαφορετικών τύπων και ειδών, στα πλαίσια περιορισμένου χρόνου παράδοσης, με ταυτόχρονη εξασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων
- ü την εξασφάλιση νέων δομών και οργάνωσης στη διοίκηση, την παραγωγή και την εμπορία προϊόντων (εσωτερικού και εξωτερικού)
- ü την ανάπτυξη της δημιουργικότητας, της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας της παραγωγής της, στο πλαίσιο ενός εξαιρετικά πυκνού δικτύου αλληλεπιδράσεων μεταξύ προμηθευτών, παραγωγών και διανομέων, που απαιτεί συνεχή εκσυγχρονισμό
- ü την εφαρμογή και πιστοποίηση συστήματος ποιότητας ISO

3.7.2 Στοχοθέτηση

§ Αγορά Στόχος

Η επιχείρηση πρόκειται να εγκατασταθεί σε Νομό στον οποίο δεν θα υπάρχει άλλο εργοστάσιο παραγωγής κρασιού. Αρχικός στόχος είναι η διείσδυση στη συγκεκριμένη αγορά και η απόσπαση μεριδίου από τους ηγέτες του κλάδου. Δεύτερος στόχος του marketing είναι η απόσπαση μικρού μεριδίου από τους ηγέτες του κλάδου από την λοιπή εγχώρια αγορά. Αγορά στόχο αποτελεί και το εξωτερικό και συγκεκριμένα η Γερμανία στην οποία τα ελληνικά κρασιά είναι ήδη διαδεδομένα. Τέλος, η επιχείρηση στοχεύει να αποσπάσει ένα μικρό μερίδιο αγοράς από την αγορά της μπίρας η οποία αποτελεί υποκατάστατο του κρασιού. Η αγορά της μπίρας στην Ελλάδα είναι ανερχόμενη. Στόχος της υπό Ίδρυση Μονάδας είναι η εφαρμογή επιθετικής στρατηγικής marketing με την εισαγωγή ενός καινοτομικού προϊόντος στην α-

γορά το οποίο θα ικανοποιεί παρόμοιες ανάγκες με αυτές των καταναλωτών της μπύρας.

§ Μερίδιο Αγοράς

Η εταιρία πρόκειται να δραστηριοποιηθεί σε 3 Αγορές : Τοπική σε συνδυασμό με την Εγχώρια Αγορά, Αγορά Μπύρας (με σκοπό να υποκαταστήσει την κατανάλωση της) και Ευρωπαϊκή Αγορά, επομένως στόχος της είναι να αποσπάσει μερίδια και από τις 3 αυτές αγορές. Μακροπρόθεσμος στόχος της υπό ίδρυση μονάδας είναι να γίνει διεθνώς γνωστή για την εξαιρετική ποιότητα των κρασιών της και να προβάλλει την Ελλάδα στο Εξωτερικό ως χώρα παραγωγής ποιοτικά εκλεκτών Οίνων. Συνεπώς, πρωταρχικός στόχος είναι να αυξάνει συνεχώς το μερίδιο αγοράς στις εξαγωγές κρασιού. Όσον αφορά την αγορά μπύρας, θα μπει δοκιμαστικά σε αυτήν κατά την πρώτη πενταετία της λειτουργίας της και το προσδοκώμενο μερίδιο αγοράς θα είναι ιδιαίτερα μικρό έτσι ώστε να μην δεχθεί πόλεμο κατά την είσοδο από τους πολύ ισχυρούς ανταγωνιστές της (η αγορά της μπύρας - σύμφωνα με μελέτη του I.O.B.E.- στην Ελλάδα είναι ολιγοπωλιακή με κυριότερο “παίκτη” την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η οποία κατά την περίοδο 1998 – 2001 κατέχει μερίδιο το οποίο ξεπερνάει το 90% και το οποίο την κάνει ιδιαίτερα ισχυρή στην αγορά). Σχετικά με την τοπική και εγχώρια αγορά, θα γίνει προσπάθεια να αποσπαστεί ένα πολύ μικρό μερίδιο αγοράς από τους κυριότερους ανταγωνιστές του κλάδου, το οποίο θα είναι όμως ιδιαίτερα προσοδοφόρο. Τα μερίδια που αναμένονται είναι αντίστοιχα με τα αναμενόμενα άλλων περίπου ίδιου μεγέθους νεοεισερχόμενων εταιριών στον κλάδο και παρουσιάζονται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7.2.1
Προβλεπόμενα Μεριδία Αγοράς

| ΕΤΗ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΟΙΝΟΥ | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ |
|------|--|---|--|
| 2008 | 0,00004 | 0,0008 | 0,003 |
| 2009 | 0,00005 | 0,0011 | 0,004 |
| 2010 | 0,00005 | 0,0011 | 0,005 |
| 2011 | 0,00005 | 0,0011 | 0,006 |
| 2012 | 0,00005 | 0,0012 | 0,008 |

Με βάση τα παραπάνω μερίδια αγοράς, οι προβλεπόμενες πωλήσεις (σε λίτρα) παρουσιάζονται αναλυτικά στον παρακάτω πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7.2.2
Προβλεπόμενες Πωλήσεις

| ΕΤΗ | ΕΓΧΩΡΙΑ / ΤΟΠΙΚΗ ΑΓΟΡΑ | | ΕΞΑΓΩΓΕΣ |
|------|--|--------------------------------------|-------------------------------------|
| | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΦΙΑΛΩΝ (187 ml) | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΦΙΑΛΩΝ 750 ml | ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ |
| 2008 | 20.570 | 221.682 | 57.000 |
| 2009 | 22.440 | 277.560 | 78.000 |
| 2010 | 24.310 | 283.188 | 97.500 |
| 2011 | 26.180 | 288.822 | 112.500 |
| 2012 | 28.050 | 294.453 | 165.000 |

σε L

3.7.3 Τοποθέτηση - Βασικές Στρατηγικές για την κατάκτηση των Μεριδίων Αγοράς

I. Τοπική και Εγχώρια Αγορά : Στρατηγική Ανταγωνισμού

Τόσο στην τοπική αγορά όσο και στην Εγχώρια η υπό ίδρυση μονάδα θα εφαρμόσει τη στρατηγική της διαφοροποίησης. Η Εταιρία πρόκειται να πουλάει εκλεκτής ποιότητας κρασιά τα οποία θα είναι γνωστά σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Αγορά και αργότερα και στη Διεθνή. Στόχος, είναι η παραγωγή “μεγάλων” κρασιών τα οποία θα έχουν κατακτήσει μετάλλια ποιότητας σε διεθνείς διαγωνισμούς. Συνεπώς, θα εφαρμοστεί ισχυρό marketing έτσι ώστε η ποιοτική υπεροχή να γίνει ευρέως γνωστή.

Στην εταιρία θα απασχολείται εξειδικευμένο και έμπειρο προσωπικό ικανό να δημιουργήσει ποιοτικά προϊόντα. Επιπρόσθετα, θα υπάρχει άμεση συνεργασία με τους προμηθευτές έτσι ώστε να εξασφαλίζουν ποιοτική πρώτη ύλη. Η εταιρία θα μεριμνήσει και για την εκπαίδευση των παραγωγών, έτσι ώστε να βελτιστοποιήσουν την παραγωγή τους. Η υπό ίδρυση μονάδα θα δαπανεί ποσά στην έρευνα και ανάπτυξη έτσι ώστε να είναι σε θέση να παράγει νέα κρασιά, αποδεκτά ποιοτικά και ανταγωνίσιμα στη διεθνή αγορά. Η διανομή θα γίνεται με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να ικανοποιούνται οι ανάγκες του πελάτη άμεσα και να είναι αντιληπτή η ποιότητα όχι μόνο στο ίδιο το προϊόν αλλά και σε οτιδήποτε σχετίζεται με την αγορά αυτού. Το προϊόν θα απευθύνεται σε καταναλωτικές ομάδες με ισχυρή αγοραστική δύναμη και ανελαστικότητα στην τιμή. Οι καταναλωτές θα είναι σε θέση να αντιληφθούν τη διαφοροποίηση τη συγκεκριμένης εταιρίας από τις άλλες του κλάδου και θα δείχνουν προτίμηση στη συγκεκριμένη μάρκα κρασιού.

Συνεπώς, η υπό ίδρυση μονάδα θα εφαρμόσει στρατηγική δημιουργίας καλής φήμης η οποία θα εστιάζεται :

- Στην ποιότητα
- Τη συνεχή βελτίωση και
- Την επωνυμία

II. Αγορά Μπίρας : Στρατηγική Επεκτάσεως της Αγοράς

Στην Αγορά της μπίρας θα εφαρμοστεί στρατηγική εστίασης σε συγκεκριμένο στόχο. Ο στόχος θα είναι οι καταναλωτές της μπίρας. Σκοπός της υπό ίδρυση μονάδας είναι να δημιουργήσει ένα προϊόν το οποίο θα υποκαταστήσει την κατά-νάλωση της μπίρας. Ο στόχος αυτός μπορεί να πραγματοποιηθεί εάν το παραγόμενο προϊόν συντελεί στην ικανοποίηση ανάλογων αναγκών με αυτών που ικανοποιεί η μπίρα. Συνεπώς, η εταιρία θα εστιάσει στις συγκεκριμένες ανάγκες με στόχο να τις ικανοποιήσει με τα δικά της προϊόντα.

Το Μίγμα marketing θα χρησιμοποιηθεί για την προσέλκυση νέων ομάδων πελατών και τη δημιουργία νέων συνηθειών.

III. Ευρωπαϊκή Αγορά : Στρατηγική Ανταγωνισμού

Στην Ευρωπαϊκή Αγορά, όπως και στην εγχώρια θα ακολουθηθεί η στρατηγική της διαφοροποίησης.

3.7.4 Στοιχειοθέτηση του Εμπορικού Σήματος της Εταιρίας

Η Μονάδα θα ονομασθεί “Οινοποιητική Νέκταρ Α.Ε”. Το όνομα της εταιρίας είναι εμπνευσμένο από την αρχαία μυθολογία και στόχος του είναι να μεταφέρει το μήνυμα της εξαιρετικής ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων. Το όνομα αυτό προβλέπεται να έχει επικοινωνιακό χαρακτήρα τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στην εξωτερική. Το όνομα αυτό υποδηλώνει την καταγωγή της εταιρίας και τη χώρα παραγωγής τους προϊόντος ενώ παράλληλα υπενθυμίζει στους αγοραστές και καταναλωτές την παράδοση της Ελλάδας στην παραγωγή οίνου, τον πολιτισμό και την υπεροχή στην ποιότητα.



Η εταιρία θα χρησιμοποιήσει δύο διαφορετικά λογότυπα. Όσον αφορά τα ποιοτικά και ακριβά κρασιά θα χρησιμοποιείται ως λογότυπο μία εικόνα με βαρέλια παλαίωσης, εικόνα άμεσα συνδεδεμένη με τα ποιοτικά κρασιά, σε συνδυασμό με το όνομα της εταιρίας γραμμένο με λατινικούς χαρακτήρες.



Όσον αφορά τις φιάλες των 187 ml θα χρησιμοποιηθεί ένα πιο απλό λογότυπο το οποίο θα έχει την εικόνα από μία μικρή φιάλη σε συνδυασμό με το όνομα της εταιρίας γραμμένο με λατινικούς χαρακτήρες.

Πάνω στις φιάλες θα υπάρχουν τα αντίστοιχα κατά περίπτωση λογότυπα. Επίσης θα αναγράφεται η ποικιλία του αμπελώνα από τον οποίο προέρχεται το παραγόμενο κρασί. Τα ονόματα των προϊόντων θα είναι εμπνευσμένα και αυτά από την αρχαία ελληνική ιστορία και μυθολογία έτσι ώστε να μεταφέρουν και αυτά ανάλογο επικοινωνιακό μήνυμα με αυτό του ονόματος της εταιρίας.

3.8 Η ΤΑΚΤΙΚΗ ΤΟΥ MARKETING

3.8.1 Το Προϊόν και η Πολιτική του Προϊόντος

Η υπό ίδρυση μονάδα θα παράγει οίνους τόσο λευκούς όσο και ερυθρούς. Οι ποικιλίες των σταφυλιών που θα χρησιμοποιήσει στην παραγωγική της διαδικασία θα είναι οι εξής:

I. Λευκές Ποικιλίες

- ü Αθήρι
- ü Ασύρτικο
- ü Μαλαγουζιά
- ü Chardonnay
- ü Sauvignon Blanc
- ü Riesling

II. Ερυθρές Ποικιλίες

- ü Λημνιό
- ü Μοσχόμαυρο
- ü Cabernet Sauvignon
- ü Merlot
- ü Syrah

Û Ξυνόμαυρο

III. Ροδόχρωμες Ποικιλίες

Û Ροδίτης

Û Gewurztraminer

Οι φιάλες των 187 ml θα περιέχουν κρασί προερχόμενο από τις ποικιλίες Ροδίτης και Αθήρι. Οι συγκεκριμένες ποικιλίες είναι φθηνότερες από τις υπόλοιπες λόγω της μεγάλης προσφοράς. Οι Λευκές ποικιλίες θα αναλογούν στο 38% περίπου της αγοράς πρώτων υλών, οι ερυθρές στο 58% αυτών ενώ οι ροδόχρωμες στο 4%. Οι παραπάνω ποικιλίες των πρώτων υλών θα συντελέσουν στην παραγωγή και συσκευασία αντίστοιχων ποικιλιών οίνου. Η ποικιλία Ροδίτης και ένα μέρος από την ποικιλία Αθήρι θα χρησιμοποιούνται για την παραγωγή οίνου που θα συσκευάζεται σε φιάλες των 187 ml, θα έχει χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ και θα προορίζεται για την υποκατάσταση της κατανάλωσης μπύρας. Οι υπόλοιποι οίνοι θα συσκευάζονται σε φιάλες των 750 ml και θα προορίζονται για την τοπική / εγχώρια αγορά και την ευρωπαϊκή. Επιπροσθέτως, θα παράγονται από τις παραπάνω ποικιλίες και κρασιά παλαίωσης. Τα κρασιά παλαίωσης θα παράγονται μέσα σε βαρέλια παλαίωσης και η παλαίωση θα διαρκεί από 2 έως 6 μήνες ανάλογα με το είδος κρασιού.

Η νέα μεταποιητική μονάδα θα συντελέσει στην παραγωγή ποιοτικών προϊόντων. Κατά την παραγωγή του οίνου ο πρωταρχικός στόχος είναι η προστασία του οίνου από την επαφή του με τον αέρα για να αποφευχθούν οι οξειδώσεις και οι αλλοιώσεις. Για τον λόγο αυτό θα γεμίζονται με διοξείδιο του άνθρακα όλοι οι κλειστοί χώροι στους οποίους θα επεξεργάζεται ο οίνος (δεξαμενές αποθήκευσης, σωληνώσεις μεταφοράς, φίλτρα, γραμμή εμφιάλωσης κλπ.) έτσι ώστε να δημιουργηθεί μία αδρανή ατμόσφαιρα προστατεύοντας τον οίνο και τους χώρους επεξεργασίας του από μολύνσεις και αλλοιώσεις.

Διοχετεύοντας το διοξείδιο του άνθρακα στον οίνο (κυρίως στους λευκούς οίνους) επιτυγχάνεται η προστασία από τις οξειδώσεις και βελτιώνονται τα γευστικά και α-

ρωματικά χαρακτηρίστηκα του. Ο τρόπος αυτός θα συμβάλει στην δημιουργία ενός τελικού προϊόντος με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα λόγω της ξεχωριστής του γεύσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8.1.1
Μίγμα Προϊόντων

| <u>ΤΥΠΟΣ Ι – ΦΙΑΛΕΣ 750 ml</u> | <u>ΤΥΠΟΣ ΙΙ – ΦΙΑΛΕΣ 187 ml</u> |
|---------------------------------------|--|
| Λευκά Εμφιαλωμένα Κρασιά | Λευκά Εμφιαλωμένα Κρασιά |
| Ερυθρά Εμφιαλωμένα Κρασιά | |
| Ροζέ Εμφιαλωμένα Κρασιά | |
| Κρασιά Παλαίωσης | |

Στόχος της επιχείρησης είναι το παραγόμενο προϊόν να καλύπτει τις ανάγκες των εν δυνάμει πελατών. Το μίγμα των προϊόντων θα χωρίζεται σε δύο βασικούς τύπους. Ο ένας τύπος θα προορίζεται τόσο για την τοπική / εγχώρια αγορά όσο και για την ευρωπαϊκή, ενώ ο άλλος θα προορίζεται για την αγορά μπίρας .

I. Πρώτος τύπος προϊόντων : τοπική / εγχώρια αγορά και ευρωπαϊκή

Πρόκειται για επιτραπέζιους ή τοπικούς οίνους εξαιρετικά ποιοτικούς. Απευθύνονται σε αγοραστικό και καταναλωτικό κοινό με υψηλή αγοραστική δύναμη και ανελαστικότητα στην τιμή. Οι καταναλωτές των συγκεκριμένων προϊόντων θα είναι προσανατολισμένοι προς το γόητρο, την ποιότητα, τη γευστική ικανοποίηση, την αισθητική.

Στον συγκεκριμένο τύπο προϊόντων θα δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα τόσο του κυρίως προϊόντος όσο και στην εμφάνιση αλλά και τις υπηρεσίες μετά την πώληση.

Ο συγκεκριμένος τύπος προϊόντων θα συσκευάζεται σε μοντέρνες φιάλες άριστης



ποιότητας, ανοιχτόχρωμες έτσι ώστε να φαίνεται το χρώμα του κρασιού, με πρωτότυπες χρωματιστές καλοτυπωμένες αυτοκόλλητες

ετικέτες σε πρωτότυπα σχήματα. Ο φελλός θα είναι άριστης ποιότητας και θα έχει διαστάσεις 24 X 45. Τα επιστόμια θα είναι διάφανα ώστε να διακρίνεται ο ποιοτικός φελλός. Τα προϊόντα ανά τακτά χρονικά διαστήματα θα συνοδεύονται από πολυτελείς συσκευασίες.

Σε περίπτωση ελαττωματικού προϊόντος, ο πελάτης θα έχει τη δυνατότητα επιστροφής και άμεσης αποζημίωσης του σε είδος, στην περίπτωση που το ελάττωμα είναι ήσσονος σημασίας, ή σε χρήμα στην περίπτωση που το ελάττωμα είναι μείζονος σημασίας. Η εξυπηρέτηση θα πρέπει να είναι άμεση έτσι ώστε να διαφυλαχτεί το κύρος της εταιρίας.

II. Δεύτερος τύπος προϊόντων : αγορά μπίρας

Πρόκειται για επιτραπέζιους Οίνους σε ιδιαίτερα χαμηλή τιμή που απευθύνονται σε καταναλωτικό κοινό με ελαστικότητα στην τιμή. Στόχος του προϊόντος είναι να ικανοποιήσει τις ανάγκες των καταναλωτών της μπίρας και να την υποκαταστήσει. Το προϊόν θα είναι χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ και ιδιαίτερα δροσιστικό. Θα έχει χαμηλή τιμή ώστε να ανταγωνίζεται τη μπίρα και ο καταναλωτής θα μπορεί να το αγοράσει από τα ίδια σημεία πώλησης από τα οποία μπορεί να αγοράσει και μπίρα, δηλαδή από χώρους μαζικής εστίασης, super market, mini market ακόμη και περίπτερα. Θα είναι συσκευασμένο σε φιάλες των 187 ml, με ειδικό πώμα που θα ανοίγει εύκολα έτσι ώστε να είναι δυνατή η κατανάλωση του και στην ύπαιθρο.



3.8.2 Η Τιμή και η Τιμολογιακή Πολιτική

§ Τιμή

Στο προϊόντα τύπου I θα εφαρμοστεί πολιτική υψηλών τιμών αφού πρόκειται για είδη πολυτελείας και οι καταναλωτές / αγοραστές είναι ανελαστικοί ως προς την τιμή. Θα προσφέρονται προϊόντα υψηλών προδιαγραφών σε μέτρια ως υψηλή τιμή (άνω των τεσσάρων Ευρώ), όχι όμως απαγορευτική, τέτοια ώστε να είναι ανταγωνίσιμη τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στην Ευρωπαϊκή αλλά και στη Διεθνή. Οι τιμές κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με τις τιμές προϊόντων αντίστοιχης ποιότητας των ανταγωνιστών.

Όσον αφορά τα προϊόντα τύπου II, θα πρέπει να προσφέρονται σε χαμηλή τιμή έτσι ώστε να είναι ανταγωνιστικά. Στόχος είναι η τιμή ραφιού να είναι περίπου ίση με αυτή της μπίρας, δηλαδή να μη ξεπερνά το 1 €

Η εταιρία θα εφαρμόσει πολιτική σταθερών τιμών για την επόμενη πενταετία. Στόχος της συγκεκριμένης πολιτικής είναι να εξασφαλιστούν συμβάσεις με στρατηγικούς πελάτες, (αλυσίδες super market, μεγάλα ξενοδοχεία και εστιατόρια, πελάτες εξωτερικού) χρησιμοποιώντας ως επιχείρημα το συνδυασμό της υψηλής ποιότητας σε συμφέρουσα αλλά και σταθερή τιμή παρά τις έντονες πληθωριστικές τάσεις που παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8.2.1
Τιμές Προϊόντων ανά Φιάλη (σε Ευρώ)

| ΕΙΔΟΣ ΟΙΝΟΥ | ΤΙΜΗ | ΕΙΔΟΣ ΟΙΝΟΥ | ΤΙΜΗ |
|--------------------------------|-------------|---------------------------------|-------------|
| ΤΥΠΟΣ Ι – ΦΙΑΛΕΣ 750 ml | | ΤΥΠΟΣ ΙΙ – ΦΙΑΛΕΣ 187 ml | |
| Εσωτερική Αγορά | | Εσωτερική Αγορά | |
| Λευκά Εμφιαλωμένα Κρασιά | 4,11 | Λευκά Εμφιαλωμένα Κρασιά | 0,80 |
| Ερυθρά Εμφιαλωμένα Κρασιά | 4,99 | | |
| Ροζέ Εμφιαλωμένα Κρασιά | 4,52 | | |
| Κρασιά Παλαίωσης | 6,46 | | |
| Εξωτερική Αγορά | | | |
| Λευκά Εμφιαλωμένα Κρασιά | 4,40 | | |
| Ερυθρά Εμφιαλωμένα Κρασιά | 5,28 | | |
| Ροζέ Εμφιαλωμένα Κρασιά | 4,81 | | |
| Κρασιά Παλαίωσης | 6,75 | | |

§ Τιμολογιακή Πολιτική

2 Γενική Τιμολογιακή Πολιτική

Γενικές Αρχές:

- I.** Ισχύοντες τιμοκατάλογοι είναι αυτοί της προηγούμενης παραγράφου
- II.** Όλα τα τιμολόγια έως 200 € εξοφλούνται τοις μετρητοίς
- III.** Όσα τιμολόγια άνω των 200 € εξοφλούνται τοις μετρητοίς δικαιούνται πρόσθετη έκπτωση 5% επί του τιμολογίου υπό την απαραίτητη προϋπόθεση ότι δεν υπάρχει ανοικτό χρεωστικό υπόλοιπο του πελάτη για τον οποίο εκδίδονται τα τιμολόγια.
- IV.** Η αποδοχή συνεργατών – χονδρεμπόρων θα γίνεται μόνο κάτω από τις ακόλουθες προϋποθέσεις:
 - ü Συμπλήρωση εγγραφής αίτησης από τον ενδιαφερόμενο
 - ü Προσκόμιση εμπραγμάτων ασφαλειών (Εγγυητικές Τραπέζης κλπ.)
 - ü Σύναψη σύμβασης αντιπροσωπείας όπου οι αναφερόμενοι όροι θα είναι απόλυτα δεσμευτικοί για αμφότερα τα μέρη
 - ü Πραγματοποίηση ύψους αγορών 35.000 € τουλάχιστον εντός ενός έτους. Ο υποψήφιος πρατηριούχος θα ξεκινάει με έκπτωση 15% επί του τιμολογίου και θα λαμβάνει τις πρόσθετα δικαιούμενες εκπτώσεις εφ' όσον καλύψει την αντίστοιχη κλίμακα τζίρου, με Πιστωτικό Σημείωμα στο τέλος του έτους. Από τον επόμενο χρόνο θα αντιμετωπίζεται πλέον ως κανονικός Πρατηριούχος.
- V.** Για καλύτερη διασφάλιση των εισπράξεων θα ζητηθούν από όλους τους μεγάλους, ή «επικίνδυνους» απ' ευθείας πελάτες εμπράγματα εγγυήσεις που θα καλύπτουν την εκάστοτε πίστωση του υπολοίπου τους (ανοικτό + αξιόγραφα) ή θα ασφαλιστούν οι πωλήσεις έναντι πιστωτικού κινδύνου σε ειδικούς φορείς.
- VI.** Εκτέλεση παραγγελιών σε πελάτες δεν θα πραγματοποιείται αν δεν υπερβαίνει το σύνολο των 10 κιβωτίων.

Εξαίρεση :

Σε ειδικές εκδηλώσεις (σωματείων, φορέων, γάμων κλπ.) μπορεί να εγκριθεί έκπτωση μέχρι 50% στις τιμές του ισχύοντος τιμοκαταλόγου για τις φιάλες των 750 ml και η πώληση γίνεται απευθείας από τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης, τοις μετρητοίς.

Παράβαση των Όρων Πώλησης :

Στην περίπτωση που ο πελάτης δεν τακτοποιήσει τον λογαριασμό του σύμφωνα με τους όρους που αποδέχθηκε, οι υπεύθυνοι του τμήματος Πωλήσεων θα πρέπει να αναστείλουν κάθε περαιτέρω εκτέλεση παραγγελιών προς το πελάτη ή, για όσο χρονικό διάστημα εκκρεμεί η τακτοποίηση, οι περαιτέρω πωλήσεις θα γίνονται αυστηρά τοις μετρητοίς.

Θα ειδοποιείται ο πελάτης για την υπάρχουσα εκκρεμότητα και θα του δίνεται μια χρονική διορία όχι μεγαλύτερη των 30 ημερών για τακτοποίηση της. Σε περίπτωση μη τακτοποίησης της η υπόθεση θα προωθείται εγγράφως στο Γεν. Διευθυντή της Εταιρείας που θα αποφασίζει τις μετέπειτα ενέργειες.

2 Τιμολογιακή Πολιτική κατά τμήμα αγοράς

I. Πρατηριούχοι (Χονδρέμποροι διανομείς σε χώρους μαζικής εστίασης, κάβες mini market, περίπτερα κτλ)

Η συγκεκριμένη πολιτική αφορά χονδρέμπορους που θα αγοράζουν από την υπό ίδρυση μονάδα προϊόντα με σκοπό την μεταπώληση τους σε τελικούς καταναλωτές.

Η Χρέωση θα γίνεται με τις τιμές του βασικού τιμοκαταλόγου. Οι πρατηριούχοι που δεν υπερβαίνουν τον ετήσιο τζίρο των 17.000 € δικαιούνται έκπτωση 15% για τις φιάλες των 750 ml και 5% για αυτές των 187 ml. Οι υπόλοιποι δικαιούνται έκπτωση 20% και 5% αντίστοιχα επί τιμολογίου, καθώς και πρόσθετες εκπτώσεις όπως :

ü 6% επί του καθαρού τζίρου για την κατηγορία προϊόντων τύπου I και 4% για την κατηγορία τύπου II με Π.Σ. (Πιστωτικό Σημείωμα) στο τέλος του έτους όταν οι καθαρές αγορές υπερβαίνουν τα 35.000 €. Η έκπτωση αυτή μπορεί να δοθεί και

για τις πραγματοποιηθείσες καθαρές αγορές έως τις 30.06. εφ' όσον υπερβαίνουν το ανωτέρω όριο.

- ü Σε περίπτωση επίτευξης στόχου – αύξησης ανάλογα με την κλίμακα αγορών τους δικαιούνται επιπλέον έκπτωση 3 % επί του συνολικού τζίρου με Π.Σ. στο τέλος του έτους ως εξής :

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8.2.2
Κλίμακα Αγορών

| ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΓΟΡΩΝ | ΑΥΞΗΣΗ ΣΕ ΤΖΙΡΟ |
|-----------------------|------------------------|
| 35.000 - 55.000 | 24% |
| 55.000 - 115.000 | 18% |
| 115.000 - και άνω | 12% |

Σε περίπτωση που οι καθαρές αγορές τους αυξηθούν όχι όμως όσο απαιτεί ο στόχος (αλλά τουλάχιστον άνω του 50% του στόχου) τότε όλοι θα δικαιούνται έκπτωσης 1% αντί 3%.

Για όσους εκ των χονδρεμπόρων διακινούν τα προϊόντα μονοπωλιακά θα ισχύουν τα προηγούμενα με την διαφορά ότι ο εκάστοτε στόχος θα υπολογίζεται στο 50% του στόχου εκείνων που βρίσκεται μεν στην ίδια κλίμακα αλλά δεν τα πωλούν μονοπωλιακά.

Τυχούσα μείωση των πωλήσεων τους πέραν του 10% για ένα έτος θα συμψηφίζεται ως ποσοστό με πιθανή αύξηση τους στο επόμενο έτος.

Οι παραπάνω πρόσθετες εκπτώσεις αφορούν μόνο προϊόντα σε φιάλες των 750 ml. Για τα προϊόντα σε φιάλες των 187 ml θα παρέχεται έκπτωση 10 % επί τιμολογίου.

- ü Οι Πρατηριούχοι θα έχουν πίστωση 3 μηνών και θα πρέπει στο τέλος κάθε μηνός να έχουν εξοφλήσει τα τιμολόγια που χρεώνονται μέσα στον μήνα με επιταγή λήξης 3 μήνες το αργότερο μετά από εκείνον που

πραγματοποίησαν τις αγορές τους. (π.χ από 1 - 3 Φεβρουαρίου θα εξοφλούνται τα τιμολόγια του Ιανουαρίου με επιταγή λήξης 15.04.01). Το ανοικτό τους υπόλοιπο κάθε μήνα δεν θα υπερβαίνει το 20% και το σύνολο του ανοικτού και κλειστού με επιταγές λογαριασμού το 50% του καθαρού τζίρου του προηγούμενου έτους εκτός εάν έχουν δώσει εμπράγματα εγγυήσεις για τα περαιτέρω ποσά.

- ü Θα υπογράφονται συμφωνητικά συνεργασίας από αμφότερα τα μέρη όπου θα αναφέρονται με σαφήνεια όλοι οι όροι συνεργασίας. Τα συμφωνητικά αυτά θα έχουν ισχύ ενός έτους

II. Χονδρέμποροι οι οποίοι πωλούν σε αλυσίδες super market και σε τοπικά super market

- ü Στους χονδρέμπορους οι οποίοι πωλούν σε αλυσίδες super market θα παρέχεται έκπτωση 10% επί του τιμολογίου και ανάλογα τον πελάτη 34 % έως 45 % (μετά την αφαίρεση του 10%) συνολικά ως έκπτωση τζίρου με πιστωτικό τιμολόγιο και ως προβολών με τιμολόγια παροχής υπηρεσιών αμφότερα στο τέλος του έτους. Πίστωση ανάλογα τον πελάτη από 100 έως 120 μέρες.
- ü Στους χονδρέμπορους οι οποίοι πωλούν σε τοπικά super market θα παρέχεται έκπτωση 15 -20 % επί του τιμολογίου, 5% έκπτωση τζίρου αν υπερβούν τα 8.000€ με πιστωτικό σημείωμα και 3% έκπτωση μόνιμης προβολής και προώθησης των προϊόντων με δικό τους Τιμολόγιο Παροχής Υπηρεσίας (Τ.Π.Υ), αμφότερες, στο τέλος του έτους και αφού αφαιρεθεί η έκπτωση του 15 - 20%

III. Έμποροι / Εισαγωγείς - Αντιπρόσωποι της μονάδας στο εξωτερικό

- ü Χρέωση με ειδικές τιμές τιμοκαταλόγου εξωτερικού σε νόμισμα Ευρώ (FOB).

ü Παρέχεται έκπτωση 6% σε είδος - στις 100 φιάλες (10 κιβώτια) 6 φιάλες δώρο) για ποσότητες μικρότερες των 1.200 κιβώτια περίπου (1 container) και πρόσθετο 4% με πιστωτικό σημείωμα στο τέλος του χρόνου αν η συνολικά αγορασθείσα ποσότητα υπερβεί τα 1.200 κιβώτια.

IV. Ειδικές Πωλήσεις

Για ελεγχόμενες εκδηλώσεις (συμπόσια, συνέδρια, γάμους κλπ.) παρέχονται εκπτώσεις κατά περίπτωση και κατά προϊόν 30-50%.

3.8.3 Προώθηση

Η επιχείρηση κατά κύριο λόγο θα εφαρμόζει στρατηγική διαφοροποίησης. Η ισχυροποίηση του ονόματός της είναι απαραίτητη αφού η υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να εφαρμόζει πολιτική “μάρκας” και στοχεύει στο επώνυμο προϊόν. Η ισχυροποίηση του ονόματος και εφαρμογή της προαναφερόμενης πολιτικής, προκειμένου να επιτευχθούν τόσο οι μεσοβραχυπρόθεσμοι όσο και οι μακροπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης, είναι δυνατή μόνο με επαρκής προώθηση και προβολή. Η προώθηση και η προβολή θα γίνεται με ένα συνδυασμό από το παρακάτω προωθητικό μίγμα :

I. Διαφημιστική υποστήριξη

Η διαφήμιση θα ανατεθεί σε διαφημιστική εταιρία η οποία θα πρέπει να κάνει ένα συνδυασμό από το παρακάτω διαφημιστικό μίγμα έτσι ώστε να προωθήσει τις πω-

λήσεις όλων των προϊόντων και να ισχυροποιήσει το όνομα της υπό ίδρυση μονάδας :

§ Διαφημιστικό Υλικό:

- ü Επιχειρηματικά Δώρα
- ü Ανοικτήρια , Σταχτοδοχεία , καλύμματα καταλόγων - menu - Ρεζερβέ
- ü Συσκευασίες δώρων διάφορες
- ü Πινακίδες ζωγραφιστές για τους κήπων των εστιατορίων
- ü Φωτογραφίες / αφίσες των προϊόντων
- ü Πολύπτυχα και δίπτυχα ενημερωτικά φυλλάδια σε 5 γλώσσες (αγγλικά, γαλλικά, ιταλικά, γερμανικά, ελληνικά)
- ü Portfolio με εικόνες / περιγραφή εταιρίας, οινοποιείου και προϊόντων
- ü Διαφημιστικά σποτ 30" - 35" των προϊόντων για TV και κινηματογράφο
- ü Διαφημιστικά μηνύματα ραδιοφώνου

§ Διαφημιστική Υποστήριξη μέσω:

- ü Ραδιοφώνου τοπικής εμβέλειας
- ü Διαφημιστικών καταχωρήσεων σε τουριστικούς οδηγούς, χάρτες, και φυλλάδια ξενοδοχείων
- ü Διαφημιστικών καταχωρήσεων σε έντυπα πανελλαδικής κυκλοφορίας
- ü Συνεχών πληροφοριακών δελτίων τύπου σε εφημερίδες - περιοδικά
- ü Κινηματογραφικών διαφημίσεων
- ü Εκδηλώσεων (συνεστιάσεις - ενημερώσεις κ.λ.π)

§ Συμμετοχή σε επιλεγμένα διαφημιστικά προγράμματα διαφόρων φορέων (π.χ. Ο.Π.Ε.)

II. Δημόσιες Σχέσεις

- ü Οργάνωση και εφαρμογή κατάλληλης επικοινωνιακής πολιτικής με τη συνεχή χρήση επίκαιρων πληροφοριακών δελτίων τύπου. Το κόστος είναι ιδιαίτερα χαμηλό διότι πολλά μπορούν να δημοσιευθούν δωρεάν και οι σχετικές ενέργειες μπορούν να αναληφθούν από τον υπεύθυνο επικοινωνιακής πολιτικής της Εταιρείας. Σε συνδυασμό με τη συμμετοχή σε κινήσεις/ εκδηλώσεις κοινωνικής υφής και ευαισθησίας θα δημιουργηθεί μια σημαντική ισχυρή εικόνα για την Εταιρεία
- ü Πραγματοποίηση βάσει οργανωμένων συνεχών προσωπικών επαφών και επισκέψεων των διενεργούντων τις δημόσιες σχέσεις σε όλα τα σημεία πώλησης κρασιού καθ' όλη την διάρκεια του έτους καθώς και των υπευθύνων της διεύθυνσης του Τμήματος πωλήσεων όποτε και όπου νομίζουν ότι ενδείκνυται.
- ü Δημιουργία επισκέψιμου Οινοποιείου και οργάνωση επισκέψεων και εκδηλώσεων
- ü Πρόσκληση δημοσιογράφων εσωτερικού/ εξωτερικού για την παρουσίαση προϊόντων και εγκαταστάσεων
- ü Χορηγίες

III. Προσωπικές Πωλήσεις

- ü Οργανωμένη προσφορά για τις ειδικές εκδηλώσεις (γιορτές κρασιού, εκδηλώσεις τουρισμού, συνέδρια, γάμοι κλπ.) μέσω προσωπικών επαφών και κλεισίματος συμφωνιών από την αρχή της σαιζόν με τους αρμόδιους φορείς, συλλόγους σωματεία κλπ.
- ü Προσωπικές επαφές με τους χονδρέμπορους και τους υπεύθυνους διανομής

IV. Προώθηση των Πωλήσεων

- ü Οργανωμένες προβολές στα μεγάλα αλλά και τα μικρά Super Market.
- ü Συμμετοχή σε σημαντικές εκθέσεις του εξωτερικού και εσωτερικού.
- ü Συμμετοχή σε διαγωνισμούς γευσηγνωσιών κρασιών

- ü Παροχή εκπτώτικων κουπονιών
- ü Διενέργεια κατάλληλων διαγωνισμών στην Έδρα και τη λοιπή Ελλάδα
- ü Ειδικά προωθητικά δώρα με το έμβλημα της εταιρίας
- ü Ενίσχυση πωλήσεων εξωτερικού με εκπτώτικα κουπόνια στους τουρίστες και στους υπεύθυνους των ταξιδιωτικών πρακτορείων
- ü Ηλεκτρονικό εμπόριο και γενικά εκμετάλλευση του "Internet"
- ü Δημιουργία «stands» σε βασικά σημεία πώλησης

3.8.4 Διανομή

I. Διανομή στην Έδρα της Εταιρίας

Η διανομή στην έδρα της εταιρίας και στον ευρύτερο νομό θα γίνεται μέσω χονδρεμπόρων οι οποίοι θα παραλαμβάνουν τα εμπορεύματα απευθείας από το εργοστάσιο. Οι χονδρέμποροι θα απολαμβάνουν προμήθεια ύψους 20%. Η εταιρία θα συνεργάζεται με δύο ειδών χονδρέμπορους, αυτούς που ασχολούνται με τον εφοδιασμό αλυσίδων super market και τοπικών super market και αυτούς που εφοδιάζουν τους χώρους μαζικής εστίασης, mini market, περίπτερα κ.τ.λ., στους οποίους θα εφαρμόζονται και οι προαναφερόμενες στην προηγούμενη παράγραφο τιμολογιακές πολιτικές. Όσον αφορά ειδικές πωλήσεις σε ελεγχόμενες εκδηλώσεις η διανομή θα γίνεται είτε από χονδρέμπορους είτε απευθείας από την εταιρία με παράδοση των προϊόντων από το εργοστάσιο.

Με αυτόν τον τρόπο διανομής, το κόστος είναι χαμηλότερο (αφού η επιχείρηση δεν θα προβεί στην αφορά μεταφορικών μέσων και στην πρόσληψη οδηγών) γεγονός που δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση για αυξημένα περιθώρια κέρδους. Επιπρόσθετα, η επιχείρηση απαλλάσσεται από τη φυσική διανομή των προϊόντων και περιορίζεται μόνο στην παραγγελιοληψία των χονδρεμπόρων με αποτέλεσμα το τμήμα marketing / εμπορικής διαχείρισης να ασχολείται με την προώθηση, τις δημόσιες σχέσεις και τον εξαγωγικό τομέα.

II. Διανομή στη Λοιπή Ελλάδα

Η διανομή στη λοιπή Ελλάδα θα γίνεται από εξειδικευμένη επιχείρηση. Οι λόγοι είναι αρκετοί και ουσιώδεις :

- ü Το περίπλοκο του προγραμματισμού
- ü Η δυσκολία συντήρησης του στόλου των οχημάτων
- ü Το υψηλό κόστος – αποθήκευσης – διανομής
- ü Το εξειδικευμένο προσωπικό

Οι επιχειρήσεις LOGISTICS έχουν την δυνατότητα να αναπτύξουν επιτυχώς δραστηριότητα στον τομέα, λόγω του ότι διανέμουν ταυτόχρονα προϊόντα πολλών εταιρειών μειώνοντας το κόστος, έχουν γνώση των χρόνων για τους προγραμματισμούς των δρομολογίων και διαθέτουν το κατάλληλο προσωπικό με την ανάλογη εξειδίκευση. Το κόστος αποθήκευσης τους είναι μικρότερο, λόγω του μεγαλύτερου όγκου εμπορευμάτων, της προγραμματισμένης ροής αυτών και της κάλυψης των χώρων εναλλακτικά ανάλογα με την εποχή και το είδος των αγαθών.

Η διανομή με αυτή τη μέθοδο θα συμβάλλει στη μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα (ταχύτητα, ασφάλεια, οικονομία) και το καλύτερο service, δηλαδή στην ποιοτική διανομή, η οποία πρέπει να είναι αναπόσπαστο κομμάτι ενός ποιοτικού προϊόντος. Συνεπώς αυτός ο τρόπος διανομής ενδείκνυται για την υπό ίδρυση μονάδα.

Η παραγγελιοληψία και τιμολόγηση θα γίνεται από την υπό ίδρυση μονάδα η οποία θα συνδέεται on line με την εταιρία logistic. Η τιμολόγηση θα γίνεται με βάση το τιμολόγιο και την αντίστοιχη τιμολογιακή πολιτική, αναλόγως τον πελάτη. Η επιχείρηση θα ενημερώνει την εταιρία logistic η οποία θα αναλαμβάνει τη διανομή και διάθεση της χρησιμοποιώντας τα διαθέσιμα στην αποθήκη της προϊόντα. Όταν τα απο-

θέματα της εταιρίας logistic φτάνουν σε κάποια προκαθορισμένα όρια, τότε κάνει παραγγελία από το εργοστάσιο η οποία είναι έτοιμη σε προκαθορισμένο αριθμό ημερών και την οποία η ίδια παραλαμβάνει.

Η εταιρία logistics θα πληρώνεται με ποσοστό 5% και 35.000 € το χρόνο για την αποθήκευση και τη διάθεση των προϊόντων. Παράλληλα, η εταιρία θα πληρώνει την αναλογούσα και προσυμφωνημένη προμήθεια στους χονδρέμπορους η οποία θα φτάνει το 20% του τζίρου τους.

III. Διανομή στο Εξωτερικό

Η διανομή στο εξωτερικό θα γίνεται με δύο τρόπους, είτε απευθείας με τους πελάτες είτε με τη μεσολάβηση χονδρεμπόρων – συνεργατών στο εξωτερικό. Στην περίπτωση που γίνεται απευθείας, η εταιρία θα δέχεται ηλεκτρονικά την παραγγελία (μέσω email) και θα την τιμολογεί (σε Ευρώ και με τιμές FOB) με βάση τα τιμολόγια για την εξωτερική αγορά και την αντίστοιχη τιμολογιακή πολιτική. Στη συνέχεια θα ενημερώνει τη συνεργαζόμενη μεταφορική εταιρία η οποία θα αναλαμβάνει τη μεταφορά και φόρτωση στο πλοίο των εμπορευμάτων. Το κόστος της μεταφοράς είναι ήδη ενσωματωμένο στις τιμές και υπολογίζεται κατά προσέγγιση σε 0,29 – 0,30€ ανά φιάλη. Ο πελάτης, θα παραλαμβάνει τα προϊόντα από το λιμάνι που θα έχει προκαθοριστεί με συμφωνία. Στην περίπτωση μεσολάβησης χονδρέμπορου, η επιχείρηση θα επιβαρύνεται και με προμήθεια αυτού ύψους 20%.

3.9 ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

3.9.1 Προβλεπόμενες Πωλήσεις

Μακροπρόθεσμος στόχος της εταιρίας όσον αφορά τις φιάλες των 750 ml είναι η αύξηση των πωλήσεων του κρασιού παλαίωσης, το οποίο είναι το ποιοτικότερο κρασί που προβλέπεται να παράγει η εταιρία και προσφέρει τα μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους. Το κρασί παλαίωσης τόσο στην εγχώρια όσο και στην εξωτερικά αγορά συσκευάζεται και πωλείται σε κιβώτια των 10 φιαλών.

Σχετικά με τις πωλήσεις στην εγχώρια αγορά, αυτές γίνονται σε κιβώτια των 12 φιαλών, ενώ για τις πωλήσεις που προορίζονται στο εξωτερικό θα γίνονται σε κιβώτια των 10 φιαλών.

Όσον αφορά τις φιάλες των 187 ml προβλέπεται να πωλούνται (αρχικά τουλάχιστον) μόνο στην Ελλάδα σε κιβώτια των 10 φιαλών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.1.1
Προβλεπόμενα Ποσοτικά Στοιχεία Πωλήσεων

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | Μονάδα μέτρησης | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Τοπική/ Εγχώρια Αγορά Κρασιού | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 95.976 | 108.708 | 105.480 | 108.336 | 108.584 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 146.496 | 165.924 | 161.004 | 165.360 | 158.112 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 10.104 | 11.448 | 11.100 | 11.400 | 10.908 |
| Κρασί Παλαίωσης | φιάλες 750 ml | 43.000 | 84.000 | 100.000 | 100.000 | 120.000 |
| Σύνολο | | 295.576 | 370.080 | 377.584 | 385.096 | 392.604 |
| Τοπική/ Εγχώρια Αγορά Μπίρας | φιάλες 187 ml | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |
| Εξωτερική Αγορά | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 17.480 | 20.520 | 22.800 | 19.000 | 38.000 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 26.680 | 31.320 | 34.800 | 29.000 | 58.000 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 1.840 | 2.160 | 2.400 | 2.000 | 4.000 |
| Κρασί Παλαίωσης | φιάλες 750 ml | 30.000 | 50.000 | 70.000 | 100.000 | 120.000 |
| Σύνολο Εξαγωγών | | 76.000 | 104.000 | 130.000 | 150.000 | 220.000 |
| Σύνολο φιαλών 750 ml | | 371.576 | 474.080 | 507.584 | 535.096 | 612.604 |
| Σύνολο φιαλών 187 ml | | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.1.2
Προβλεπόμενος Κύκλος Εργασιών

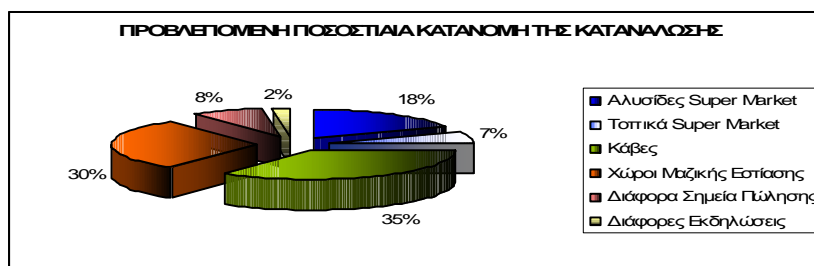
| ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | ΤΙΜΗ ΠΩΛ./ΜΟΝ. | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | 4,11 | 394.461 | 446.790 | 433.523 | 445.261 | 425.730 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | 4,99 | 731.015 | 827.961 | 803.410 | 825.146 | 788.979 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | 4,52 | 45.670 | 51.745 | 50.172 | 51.528 | 49.304 |
| Κρασί Παλαιώσης Εμφιαλ. | 6,46 | 277.780 | 542.640 | 646.000 | 646.000 | 775.200 |
| Σύνολο Τοπικής / Εγχώριας Αγορά Κρασιού | | 1.448.926 | 1.869.136 | 1.933.105 | 1.967.935 | 2.039.213 |
| Σύνολο Τοπική / Εγχώρια Αγορά Μπ | 0,80 | 88.000 | 96.000 | 104.000 | 112.000 | 120.000 |
| Συνόλο Εσωτερικής Αγοράς | | 1.536.926 | 1.965.136 | 2.037.105 | 2.079.935 | 2.159.213 |
| ΕΞΑΓΩΓΕΣ | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | 4,40 | 76.912 | 90.288 | 100.320 | 83.600 | 167.200 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | 5,28 | 140.870 | 165.370 | 183.744 | 153.120 | 306.240 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | 4,81 | 8.850 | 10.390 | 11.544 | 9.620 | 19.240 |
| Κρασί Παλαιώσης Εμφιαλ. | 6,75 | 202.500 | 337.500 | 472.500 | 675.000 | 810.000 |
| Σύνολο Εξαγωγών | | 429.133 | 603.547 | 768.108 | 921.340 | 1.302.680 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ | | 1.966.059 | 2.568.683 | 2.805.213 | 3.001.275 | 3.461.893 |
| ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ | | 21,83% | 23,50% | 27,38% | 30,70% | 37,63% |

3.9.2 Δαπάνες Προώθησης

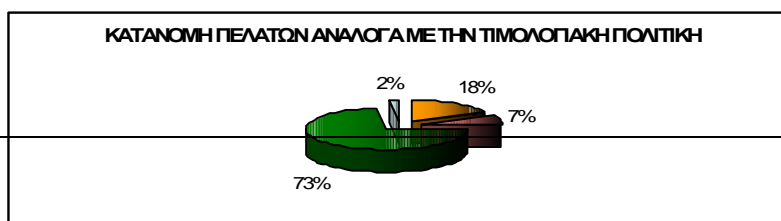
§ Τιμολογιακή Πολιτική

Προκειμένου να προωθηθεί η πώληση των προϊόντων εφαρμόζεται πολιτική εκπτώσεων η οποία έχει αναφερθεί σε προηγούμενη παράγραφο. Με βάση αυτήν την πολιτική προκύπτουν κάποια έξοδα προώθησης των πωλήσεων.

Σύμφωνα με προβλέψεις και με τα υπάρχοντα δεδομένα προγενέστερων μελετών αναμένεται η κατανομή της κατανάλωσης κρασιού τα επόμενα χρόνια να είναι η ακόλουθη :



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9.2.1
Προβλεπόμενη Κατανομή Κατανάλωσης Κρασιού



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.9.2.2
Προβλεπόμενη Κατανομή Κατανάλωσης Πελατών ανάλογα με την τιμολογιακή πολιτική

Ο επόμενος πίνακας εμφανίζει συνοπτικά την τιμολογιακή πολιτική που πρόκειται να εφαρμοστεί και έχει αναλυθεί σε προηγούμενη ενότητα (λαμβάνοντας υπόψη τα ανώτερα επίπεδα εκπτώσεων)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.1
Τιμολογιακή Πολιτική

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ | ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ |
|--|---|
| Super Market | Έκπτωση 10% στην τιμή και 39,5%(Μ.Ο) τζίρο |
| Τοπικά Super Market | Έκπτωση 17,5%(Μ.Ο.) στην τιμή και 8% τζίρο |
| Κάβες, Χώροι Μαζικής Εστίασης, Διάφορα Σημεία Πώλησης | 750 ml : Έπτωση 20% στην τιμή και 9% τζίρο 187 ml : Έκπτωση 15% στην τιμή και 4% τζίρο |
| Εκδηλώσεις | 750 ml : Έπτωση 40% (Μ.Ο) στην τιμή |
| Εξωτερικό | Στις 12.000 Φιάλες 720 Δώρο - πάνω από 12.000 φιάλες 4% Δώρο σε είδος |

Προκειμένου να υπολογιστεί το συνολικό κόστος που προκύπτει από την τιμολογιακή πολιτική που πρόκειται να εφαρμοστεί θα πρέπει να υπολογιστεί ο συνολικός τζίρος κατά έτος, και κατηγορία πελάτη και η συνολική αγορά φιαλών κατά έτος, προϊόν και κατηγορία πελάτη. Για την τοπική / εγχώρια αγορά και λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, προκύπτουν οι ακόλουθοι πίνακες. Όσον αφορά τις ειδικές εκδηλώσεις η κατανάλωση σε φιάλες των 187 ml προβλέπεται μηδενική με αποτέλεσμα να αυξάνεται κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες η κατανάλωση της κατηγορίας “κάβες, χώροι μαζικής εστίασης κ.τ.λ.”

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.2
Κατανομή τζίρου ανά πελάτη

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Σύνολο Τοπικής/ Εγχώριας Φιάλες 750 ml | 1.448.926 | 1.869.136 | 1.933.105 | 1.967.935 | 2.039.213 |
| Αλυσίδες Super Market | 260.807 | 336.444 | 347.959 | 354.228 | 367.068 |
| Τοπικά Super Market | 101.425 | 130.839 | 136.317 | 137.755 | 142.745 |
| Κάβες - Χώρα Μοζίκης Εστίασης- | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | 1.057.716 | 1.364.469 | 1.411.166 | 1.436.593 | 1.488.626 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 28.979 | 37.383 | 38.662 | 39.359 | 40.784 |
| Σύνολο Τοπική/ Εγχώρια Αγορά Φιάλες 187 ml | 88.000 | 96.000 | 104.000 | 112.000 | 120.000 |
| Αλυσίδες Super Market | 15.840 | 17.280 | 18.720 | 20.160 | 21.600 |
| Τοπικά Super Market | 6.160 | 6.720 | 7.280 | 7.840 | 8.400 |
| Κάβες - Χώρα Μοζίκης Εστίασης- | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | 66.000 | 72.000 | 78.000 | 84.000 | 90.000 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Ο επόμενος πίνακας δείχνει το σύνολο των προμηθειών που παίρνουν οι πελάτες ανά έτος με βάση την τιμολογιακή πολιτική.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.3
Προμήθειες Πελατών ανά έτος για την Προώθηση των Πωλήσεων

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΛΑΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Σύνολο Τοπικής/ Εγχώριας Φιάλες 750 ml | | | | | |
| Αλυσίδες Super Market | 103.019 | 132.896 | 137.444 | 139.920 | 144.988 |
| Τοπικά Super Market | 8.114 | 10.467 | 10.825 | 11.020 | 11.420 |
| Κάβες - Χώρα Μοζίκης Εστίασης- | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | 95.194 | 122.802 | 127.005 | 129.293 | 133.976 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Σύνολο Τοπική/ Εγχώρια Αγορά Φιάλες 187 ml | | | | | |
| Αλυσίδες Super Market | 6.257 | 6.826 | 7.394 | 7.963 | 8.532 |
| Τοπικά Super Market | 493 | 538 | 582 | 627 | 672 |
| Κάβες - Χώρα Μοζίκης Εστίασης- | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | 2.640 | 2.880 | 3.120 | 3.360 | 3.600 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 215.717 | 276.408 | 286.371 | 292.184 | 303.188 |

Προκειμένου να υπολογιστούν οι συνολικές εκπτώσεις θα πρέπει να υπολογιστούν οι συνολικές πωλήσεις φιαλών κατά είδος ανά πελάτη ανά χρόνο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.4
Πωλήσεις Φιαλών

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | Μονάδα μέτρησης | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|---------------------------------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Τοπική / Εγχώρια Αγορά Κρασιού | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 95.976 | 108.708 | 105.480 | 108.336 | 103.584 |
| Αλυσίδες Super Market | | 17.276 | 19.567 | 18.986 | 19.500 | 18.645 |
| Τοπικά Super Market | | 6.718 | 7.610 | 7.384 | 7.584 | 7.251 |
| Κάβες - Χώρα Μαζικής Εστίασης- | | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | | 70.062 | 79.357 | 77.000 | 79.085 | 75.616 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | | 1.920 | 2.174 | 2.110 | 2.167 | 2.072 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 146.496 | 165.924 | 161.004 | 165.360 | 158.112 |
| Αλυσίδες Super Market | | 26.369 | 29.866 | 28.981 | 29.765 | 28.460 |
| Τοπικά Super Market | | 10.255 | 11.615 | 11.270 | 11.575 | 11.068 |
| Κάβες - Χώρα Μαζικής Εστίασης- | | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | | 106.942 | 121.125 | 117.533 | 120.713 | 115.422 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | | 2.930 | 3.318 | 3.220 | 3.307 | 3.162 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | φιάλες 750 ml | 10.104 | 11.448 | 11.100 | 11.400 | 10.908 |
| Αλυσίδες Super Market | | 1.819 | 2.061 | 1.998 | 2.052 | 1.963 |
| Τοπικά Super Market | | 707 | 801 | 777 | 798 | 764 |
| Κάβες - Χώρα Μαζικής Εστίασης- | | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | | 7.376 | 8.357 | 8.103 | 8.322 | 7.963 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | | 202 | 229 | 222 | 228 | 218 |
| Κρασί Παλαίωσης | φιάλες 750 ml | 43.000 | 84.000 | 100.000 | 100.000 | 120.000 |
| Αλυσίδες Super Market | | 7.740 | 15.120 | 18.000 | 18.000 | 21.600 |
| Τοπικά Super Market | | 3.010 | 5.880 | 7.000 | 7.000 | 8.400 |
| Κάβες - Χώρα Μαζικής Εστίασης- | | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | | 31.390 | 61.320 | 73.000 | 73.000 | 87.600 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | | 860 | 1.680 | 2.000 | 2.000 | 2.400 |
| Κρασί 187 ml | φιάλες 187 ml | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |
| Αλυσίδες Super Market | | 19.800 | 21.600 | 23.400 | 25.200 | 27.000 |
| Τοπικά Super Market | | 7.700 | 8.400 | 9.100 | 9.800 | 10.500 |
| Κάβες - Χώρα Μαζικής Εστίασης- | | | | | | |
| Διάφορα Σημεία Πώλησης | | 82.500 | 90.000 | 97.500 | 105.000 | 112.500 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.5
Συνολικό Προβλεπόμενο Κόστος στην Εγχώρια Αγορά από εκπτώσεις

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | Τιμή και έπτωση ανά πελάτη | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|---|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Τοπική / Εγχώρια Αγορά Κρασιού | | | | | | |
| Λευκό Εμφιαλωμένο | 4,11 | 72.641 | 82.278 | 79.835 | 81.996 | 78.400 |
| Αλυσίδες Super Market | 0,41 | 7.083 | 8.023 | 7.784 | 7.995 | 7.644 |
| Τοπικά Super Market | 0,72 | 4.832 | 5.473 | 5.311 | 5.454 | 5.215 |
| Κάβες - Χώροι Μαζικής Εστίασης- Διάφορα Σημεία Πώλησης | 0,82 | 57.572 | 65.209 | 63.273 | 64.986 | 62.135 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 1,64 | 3.155 | 3.573 | 3.467 | 3.561 | 3.405 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | 4,99 | 134.662 | 152.521 | 147.998 | 152.003 | 145.340 |
| Αλυσίδες Super Market | 0,50 | 13.156 | 14.900 | 14.458 | 14.850 | 14.199 |
| Τοπικά Super Market | 0,87 | 8.953 | 10.140 | 9.840 | 10.106 | 9.663 |
| Κάβες - Χώροι Μαζικής Εστίασης- Διάφορα Σημεία Πώλησης | 1,00 | 106.707 | 120.858 | 117.274 | 120.447 | 115.168 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 2,00 | 5.847 | 6.622 | 6.426 | 6.600 | 6.311 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | 4,52 | 8.415 | 9.534 | 9.244 | 9.494 | 9.084 |
| Αλυσίδες Super Market | 0,45 | 822 | 931 | 903 | 928 | 887 |
| Τοπικά Super Market | 0,79 | 559 | 634 | 615 | 631 | 604 |
| Κάβες - Χώροι Μαζικής Εστίασης- Διάφορα Σημεία Πώλησης | 0,90 | 6.668 | 7.555 | 7.325 | 7.523 | 7.198 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 1,81 | 365 | 414 | 401 | 412 | 394 |
| Κρασί Παλαιώσης | 6,46 | 51.152 | 99.925 | 118.958 | 118.958 | 142.750 |
| Αλυσίδες Super Market | 0,65 | 4.997 | 9.762 | 11.621 | 11.621 | 13.946 |
| Τοπικά Super Market | 1,13 | 3.401 | 6.644 | 7.909 | 7.909 | 9.491 |
| Κάβες - Χώροι Μαζικής Εστίασης- Διάφορα Σημεία Πώλησης | 1,29 | 40.533 | 79.181 | 94.263 | 94.263 | 113.115 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 2,58 | 2.221 | 4.339 | 5.165 | 5.165 | 6.198 |
| Κρασί 187 ml | 0,80 | 12.562 | 13.704 | 14.846 | 15.988 | 17.130 |
| Αλυσίδες Super Market | 0,08 | 1.584 | 1.728 | 1.872 | 2.016 | 2.160 |
| Τοπικά Super Market | 0,14 | 1.078 | 1.176 | 1.274 | 1.372 | 1.470 |
| Κάβες - Χώροι Μαζικής Εστίασης- Διάφορα Σημεία Πώλησης | 0,12 | 9.900 | 10.800 | 11.700 | 12.600 | 13.500 |
| Διάφορες Εκδηλώσεις | 0,32 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | 279.432 | 357.962 | 370.881 | 378.439 | 392.704 |

Όσον αφορά τις εξαγωγές, με βάση την προαναφερθείσα τιμολογιακή πολιτική, δίνονται εκπτώσεις σε είδος (6% στις 12.000 φιάλες και 4% για φιάλες περισσότερες από 12.000) οι οποίες υπολογίζονται στον ακόλουθο πίνακα. Στον παρακάτω πίνακα θεωρείται ότι όλες οι παραγγελίες είναι μέχρι 12.000 φιάλες για να υπολογιστεί η μέγιστη έκπτωση).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.6
Κόστος Εκπτώσεων σε Είδος για την εξωτερική αγορά

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|--|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| ΜΕΣΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΦΙΑΛΗ (ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10) | 1,82 | 1,80 | 1,78 | 1,81 | 1,78 |
| Λευκό Εμφιαλωμένο Κρασί | 1.049 | 1.231 | 1.368 | 1.140 | 2.280 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΔΩΡΕΑΝ ΦΙΑΛΩΝ | 1.912 | 2.213 | 2.439 | 2.060 | 4.065 |
| Ερυθρό Εμφιαλωμένο | 1.601 | 1.879 | 2.088 | 1.740 | 3.480 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΔΩΡΕΑΝ ΦΙΑΛΩΝ | 2.918 | 3.378 | 3.723 | 3.144 | 6.204 |
| Ροζέ Εμφιαλωμένο | 110 | 130 | 144 | 120 | 240 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΔΩΡΕΑΝ ΦΙΑΛΩΝ | 201 | 233 | 257 | 217 | 428 |
| Κρασί Παλαιώσης | 1.800 | 3.000 | 4.200 | 6.000 | 7.200 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΔΩΡΕΑΝ ΦΙΑΛΩΝ | 3.281 | 5.392 | 7.490 | 10.842 | 12.837 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΔΩΡΕΑΝ ΦΙΑΛΩΝ | 8.311 | 11.216 | 13.909 | 16.262 | 23.534 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.7
Συνολικό Κόστος Τιμολογιακής Πολιτικής*

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Κόστος από προμήθειες πελατών για προώθηση πωλήσεων ως ποσοστά επί του τζίρου | 215.717 | 276.408 | 286.371 | 292.184 | 303.188 |
| Κόστος από προμήθειες πελατών για προώθηση πωλήσεων ως εκπτώσεις στις τιμές | 279.432 | 357.962 | 370.881 | 378.439 | 392.704 |
| Κόστος από προμήθειες πελατών για προώθηση πωλήσεων ως δωρεάν φιάλες | 8.311 | 11.216 | 13.909 | 16.262 | 23.534 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ | 503.460 | 645.586 | 671.162 | 686.886 | 719.426 |

§ Ετήσιες Δαπάνες Διαφήμισης – Προβολής

Οι ετήσιες δαπάνες διαφήμισης – προβολής, θα υπολογίζονται ετησίως ως ποσοστό επί των πωλήσεων. Συγκεκριμένα, ετησίως θα δαπανάται το 3,5% του τζίρου για τις εν λόγω δαπάνες (ανάλογο ποσοστό του χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό αντίστοιχων δαπανών των ανταγωνιστών). Οι ετήσιες δαπάνες φαίνονται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα.

* Τα παραπάνω κόστη είναι τα μέγιστα δυνατά που μπορεί να προκύψουν σύμφωνα με την τιμολογιακή πολιτική

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.2.8
Ετήσιες Δαπάνες Διαφήμισης – Προβολής

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΑΠΑΝΗΣ | % | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|-------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | | | | | | |
| Διαφημιστικές Καταχωρήσεις : | 25% | | | | | |
| Ταυρ. Οδηγίαί, χάρτες, περιοδικά, εφημερίδες | | 17.203 | 22.476 | 24.546 | 26.261 | 30.292 |
| Διαφήμιση μέσω χαρηνιών σε είδος | 4% | 2.752 | 3.596 | 3.927 | 4.202 | 4.847 |
| Διαφημιστικό Υλικό: | 35% | | | | | |
| Σταχτοδοχεία, Κατάλογα, Tire-bouchon, Ρεζερβέ | | 24.084 | 31.466 | 34.364 | 36.766 | 42.408 |
| Διαφημιστικές προβολές σε Κινηματογράφους | 5% | 3.441 | 4.495 | 4.909 | 5.252 | 6.058 |
| Διαφημιστικά σποτ σε ραδιόφωνο | 1% | 688 | 899 | 982 | 1.050 | 1.212 |
| Πινακίδες ζωγραφιστές | 7% | 4.817 | 6.293 | 6.873 | 7.353 | 8.482 |
| Τηλεοπτικά Διαφημιστικά σποτ κρασιών | 6% | 4.129 | 5.394 | 5.891 | 6.303 | 7.270 |
| Εκθέσεις | 3% | 2.064 | 2.697 | 2.945 | 3.151 | 3.635 |
| Διαγωνισμοί | 7% | 4.817 | 6.293 | 6.873 | 7.353 | 8.482 |
| Δημιουργία και συντήρηση ιστοσελίδας για πωλήσεις μέσω internet | 7% | 4.817 | 6.293 | 6.873 | 7.353 | 8.482 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 100% | 68.812 | 89.904 | 98.182 | 105.045 | 121.166 |

3.9.3 Δαπάνες Διανομής – Διάθεσης

§ Τοπική Αγορά

Η διανομή και διάθεση στην τοπική αγορά γίνεται από χονδρέμπορους οι οποίοι παραλαμβάνουν τα προϊόντα από το εργοστάσιο, συνεπώς η μόνη επιβάρυνση της επιχείρησης είναι η προμήθεια των χονδρεμπόρων 20% επί του τζίρου.

§ Εγχώρια Αγορά (πλην της τοπικής)

Η διανομή γίνεται κατά τον ίδιο τρόπο με την τοπική αγορά, με τη διαφορά ότι η αρχική διάθεση στους χονδρεμπόρους γίνεται από εταιρία logistic γεγονός που συνεπάγεται επιπλέον επιβάρυνση 5% επί του τζίρου και 35.000 € το χρόνο για την αποθήκευση και τη διάθεση των προϊόντων.

§ Ευρωπαϊκή Αγορά

Στην περίπτωση που μεσολαβούν χονδρέμποροι παίρνουν προμήθεια 20%. Το επιπλέον κόστος της μεταφοράς ενσωματώνεται στο προϊόν.

Από τις Πωλήσεις της εγχώριας – τοπικής αγοράς αναμένεται ότι το 40% θα πραγματοποιείται στην τοπική αγορά ενώ το υπόλοιπο στη λοιπή εγχώρια (το οποίο θα επιβαρύνεται και με την επιπλέον προμήθεια για την εταιρία logistic).

Από τις πωλήσεις στο εξωτερικό αναμένεται ότι μόλις το 10% θα γίνεται μέσω χονδρεμπόρων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.3.1
Κόστος Διανομής – Διάθεσης Προϊόντων

| ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| επιβάρυνση χωρίς εταιρία logistic (τοπική αγορά) | 122.954 | 157.211 | 162.968 | 166.395 | 172.737 |
| επιβάρυνση με εταιρεία logistic (εγχώρια αγορά) | 230.539 | 294.770 | 305.566 | 311.990 | 323.882 |
| επιβάρυνση με Χονδρέμπορο (εξωτερική αγορά) | 8.583 | 12.071 | 15.362 | 18.427 | 26.054 |
| επιβάρυνση χωρίς μεσάζοντα(εξωτερική αγορά) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ετήσια αμοιβή εταιρίας logistic | 35.000 | 35.000 | 35.000 | 35.000 | 35.000 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 397.076 | 499.052 | 518.896 | 531.812 | 557.673 |

3.9.4 Συνολικό Κόστος Marketing

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9.4.1
Συνολικό Κόστος Marketing

| ΕΙΔΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|-------------------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Κόστος Τιμολογιακής Πολιτικής | 503.460 | 645.586 | 671.162 | 686.886 | 719.426 |
| Κόστος Διαφήμισης - Προβολής | 68.812 | 89.904 | 98.182 | 105.045 | 121.166 |
| Κόστος Διανομής - Διάθεσης | 397.076 | 499.052 | 518.896 | 531.812 | 557.673 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 969.348 | 1.234.542 | 1.288.240 | 1.323.742 | 1.398.265 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

Πρώτες Ύλες και άλλα Εφόδια

4.1 ΤΟ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΟ ΠΡΟΪΟΝ

Γενικά το κρασί παράγεται από ολική ή μερική οινοπνευματική ζύμωση του γλεύκους των νωπών σταφυλιών. Από χημική άποψη ο οίνος είναι ένα μείγμα από νερό (85 – 90%), αιθυλική αλκοόλη (5-14%) και από άλλες ουσίες που προσδίνουν τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του όπως τρυγικό οξύ, γαλακτικό οξύ, τανίνη κ.τ.λ.

Η υπό ίδρυση μονάδα θα παράγει λευκούς, ροζέ και ερυθρούς οίνους από διάφορες ποικιλίες σταφυλιών καθώς επίσης και μια ειδική κατηγορία κρασιού εμφιαλωμένη σε φιάλες των 187ml χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ.

Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος (χρώμα, άρωμα και γεύση) διαφοροποιούνται ανάλογα με την ποικιλία του σταφυλιού που έχει χρησιμοποιηθεί ως πρώτη ύλη καθώς και την παραγωγική διαδικασία που ακολουθείται.

Κατά την παρασκευή του οίνου θα υπάρξουν προσθήκες τρυγικού οξέος, γαλακτικών βακτηρίων, SO₂, διαυγαστικών υλικών, ενζύμων ή άλλων ουσιών επιτρεπόμενων από την Ελληνική και Ευρωπαϊκή Νομοθεσία.

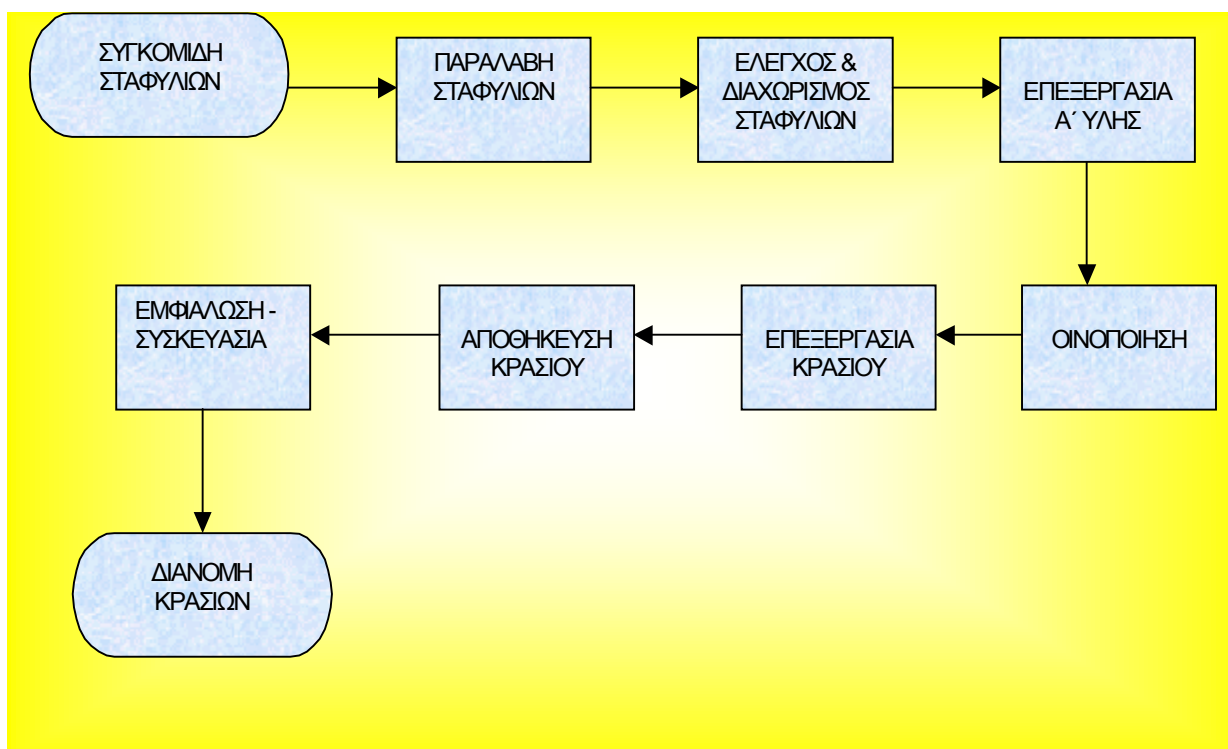
Η συσκευασία του οίνου θα γίνεται σε γυάλινες φιάλες των 750ml και των 187ml. Το προϊόν θα συσκευάζεται αυτοματοποιημένα σε περιβάλλον αδρανούς διοξειδίου του άνθρακα.

Η αποθήκευση θα γίνεται κάτω από ελεγχόμενες συνθήκες θερμοκρασίας (περίπου 16 °C). Η διανομή θα γίνεται μέσα σε κιβώτια συγκεκριμένων προδιαγραφών λόγω του εύθραυστου των γυάλινων φιαλών.

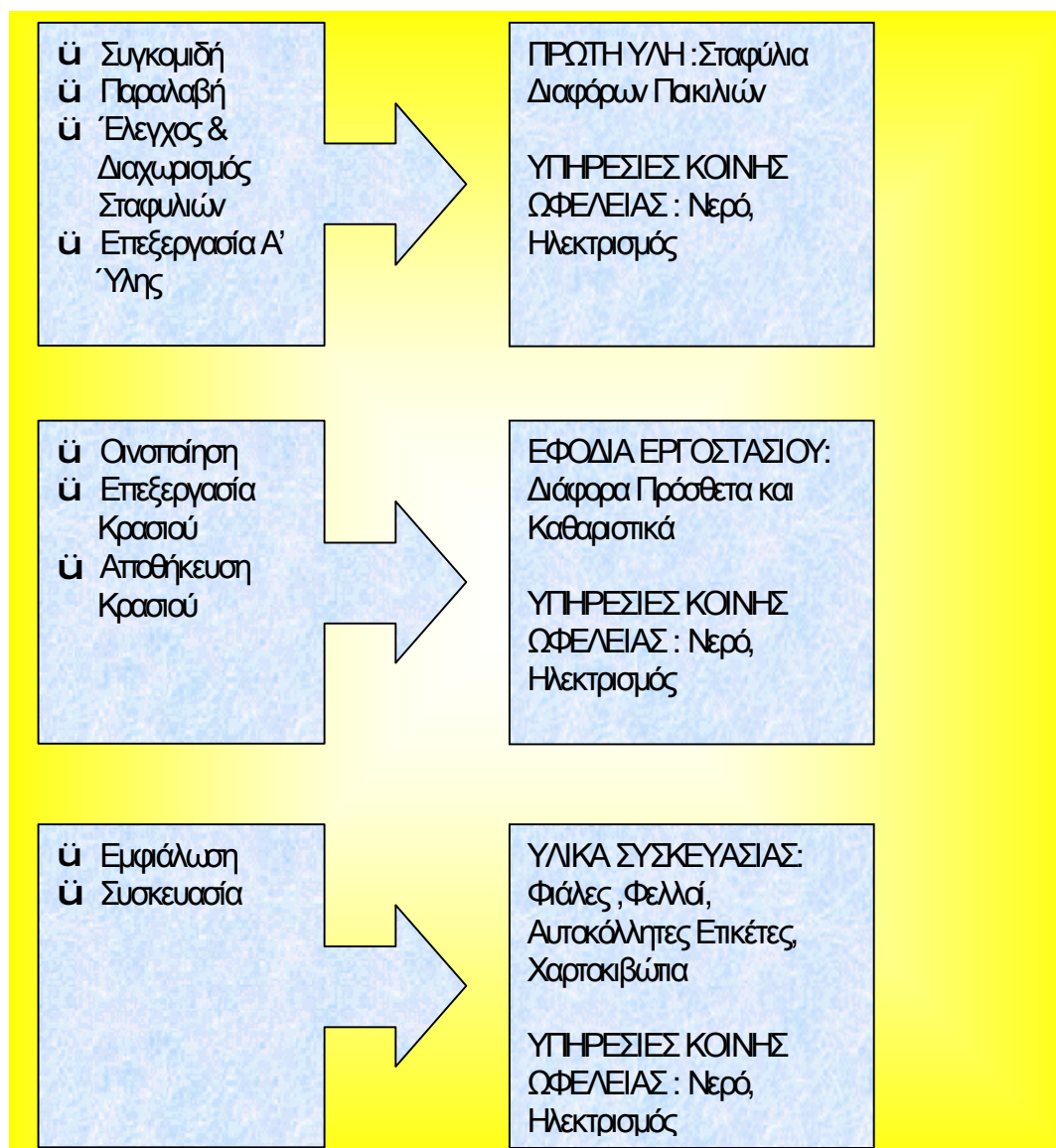
4.2 ΒΑΣΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΟΙΝΟΥ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΕ ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑ

Τα βασικά βήματα της Παραγωγικής Διαδικασίας φαίνονται στο ακόλουθο Διάγραμμα. Αναλυτική παρουσίαση της παραγωγικής Διαδικασίας θα γίνει στο Κεφάλαιο 5.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.1
Βασικά Βήματα Παραγωγικής Διαδικασίας



Τα απαιτούμενα εφόδια για την επίτευξη της παραγωγής φαίνονται στο ακόλουθο διάγραμμα :



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.2
Απαιτούμενα Υλικά και Εφόδια Εργοστασίου

4.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Τα υλικά και οι άλλες εισροές της μονάδας που πρόκειται να ιδρυθεί ταξινομούνται στις ακόλουθες κατηγορίες :

4.3.1 Πρώτες Ύλες

§ Διαθεσιμότητα της Πρώτης Ύλης

Η βασική πρώτη ύλη που πρόκειται να χρησιμοποιήσει το εργοστάσιο είναι το σταφύλι (ακατέργαστο αγροτικό προϊόν). Λόγω της αναδιάρθρωσης των Ελληνικών Αμπελώνων, οι διάφορες ποικιλίες έχουν κατηγοριοποιηθεί σε επιτρεπόμενες και συνιστώμενες. Το εργοστάσιο πρόκειται να χρησιμοποιεί σταφύλι διαφόρων ποικιλιών οι οποίες συνιστώνται από το Υπουργείο Γεωργίας. Συγκεκριμένα, η επιχείρηση θα χρησιμοποιήσει σταφύλι το οποίο θα προορίζεται για παραγωγή επιτραπέζιου οίνου και θα προέρχεται από τους αμπελώνες της Δυτικής Μακεδονίας και κατά προτίμηση του Νομού Γρεβενών. Σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας (2003) οι αμπελουργικές εκτάσεις στη Δυτική Μακεδονία οι οποίες προορίζονται για παραγωγή επιτραπέζιου οίνου υπολογίζονται σε 1.597 εκτάρια (15.970 στρέμματα) τα οποία έχουν απόδοση κατά μέσο όρο 70% και αποδίδουν περίπου 11.179 τόνους σταφύλι. Η υπό ίδρυση μονάδα θα χρειάζεται περίπου 400 τόνους ετησίως δηλαδή το 3,6% της συνολικής παραγωγής της Δυτικής Μακεδονίας. Η ποσότητα σταφυλιού που πρόκειται να χρησιμοποιήσει η επιχείρηση αποτελεί πολύ μικρό ποσοστό της συνολικής παραγωγής με αποτέλεσμα να μην εντοπίζονται προβλήματα στη διαθεσιμότητα της πρώτης ύλης.

Η επιχείρηση θα προτιμήσει να χρησιμοποιήσει ως πρώτη ύλη τα προϊόντα των ντόπιων παραγωγών επειδή:

- ü Πρόκειται για εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα
- ü Οι αμπελώνες της περιοχής είναι νέοι αναδιαρθρωμένοι κατά τα πρότυπα της Ε.Ε.
- ü Δεν υπάρχει άλλη οργανωμένη μονάδα στην περιοχή με αποτέλεσμα η εταιρία να προβλέπεται να έχει ιδιαίτερα ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη
- ü Ο έλεγχος των παραγωγών θα είναι πιο εύκολος λόγω της εγγύτητας των αμπελώνων

§ Εναλλακτική Πρώτη Ύλη

Το εργοστάσιο πρόκειται να εγκατασταθεί σε Νομό στον οποίο δεν υπάρχει άλλο εργοστάσιο οίνου. Συνεπώς, στόχος είναι να χρησιμοποιήσει την πρώτη ύλη της περιοχής. Στην περίπτωση που η εταιρία δεν μείνει ικανοποιημένη με τους ντόπιους παραγωγούς θα χρησιμοποιήσει σαν εναλλακτική πρώτη ύλη τα προϊόντα των παραγωγών των κοντινότερων περιοχών.

§ Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

Ο ποιοτικός έλεγχος θα γίνεται πριν την παραλαβή με έναρξη 10 έως 15 ημέρες πριν τον τρύγο. Τα σταφύλια θα ελέγχονται ως προς την ποικιλία / ποιότητά τους από τον ποιοτικό ελεγκτή (Γεωπόνος – Οινολόγος –στέλεχος της εταιρίας).

Με κάθε λήψη αντιπροσωπευτικού δείγματος θα προσδιορίζεται εργαστηριακά :

- Ο αρχικός βαθμός (baume)
- Τα σάκχαρα
- Η οξύτητα και
- Η τελευταία χρήση φυτοφαρμάκων / ζιζανιοκτόνων και αν υπάρχουν υπολείμματα στους καρπούς

Στην περίπτωση που υπάρχουν υπολείμματα φυτοφαρμάκων / ζιζανιοκτόνα η παρτίδα απορρίπτεται. Οι τιμές του αρχικού βαθμού, των σακχάρων και της οξύτητας διαφέρουν ανάλογα με την ποικιλία σταφυλιού. Θα καθορίζονται με κάθε παραγωγό (ανάλογα με τις ποικιλίες που θα παράγει) και θα εμπεριέχονται σε παράρτημα της σύμβασης του.

Ακολούθως, κατά την παραλαβή θα εξετάζεται οπτικά – μακροσκοπικά, με κατάλληλη δειγματοληψία, το ποσοστό των ακατάλληλων καρπών (σάπιοι καρποί που μπορεί να προκαλέσουν οξειδώσεις και μικροβιολογικές αλλοιώσεις) και αυτοί θα απορ-

ρίπτονται. Επίσης, για τις λευκές ποικιλίες θα ελέγχεται ξανά το baume και η ολική οξύτητα.

§ Ποσότητα

Αφού η παραλαμβανόμενη παρτίδα περάσει από τον ποιοτικό έλεγχο θα ζυγίζεται, προκειμένου να ελεγχθεί η συμφωνία της παραδοθείσης ποσότητας προς τις απαιτήσεις της αντίστοιχης σύμβασης που θα έχει υπογραφεί από την εταιρία και τον παραγωγό.

Η μέση ημερήσια παραλαβή της υπό ίδρυση μονάδας θα είναι 20 τόνοι. Συνεπώς, αφού η μέση διάρκεια τρυγητού είναι 20 ημέρες, η εταιρία θα έχει δυνατότητα παραλαβής μέχρι 400 τόνους.

§ Συμφωνίες με τους Παραγωγούς

Η εταιρία θα συνάπτει συμβάσεις με παραγωγούς οι οποίες θα ανανεώνονται ετησίως μετά την αξιολόγηση των παραγωγών με βάση τα στοιχεία του προηγούμενου έτους. Η εταιρία θα προμηθεύεται μόνο συγκεκριμένες ποικιλίες καρπών (οι οποίες έχουν αναφερθεί στο κεφάλαιο 3 παράγραφο 3.10.1), για τις οποίες θα έχουν οριστεί συγκεκριμένες προδιαγραφές. Όλοι οι παραγωγοί θα ελέγχονται κατά τη διάρκεια του έτους από Εδικό Εκπαιδευμένο Γεωπόνο – Οινολόγο (στέλεχος της εταιρίας). Οι παραγωγοί θα είναι υποχρεωμένοι να τηρούν όλες τις οδηγίες για τις καλλιέργειες τους που θα εκδίδει η εταιρία. Κατά την παραγωγική περίοδο, οι παραγωγοί θα ενημερώνουν έγκαιρα την εταιρία όταν είναι έτοιμοι για παράδοση του προϊόντος τους και θα μπαίνουν σε σειρά προτεραιότητας. Οι τιμές θα καθορίζονται σύμφωνα με τις επικρατούσες τιμές της αγοράς και οι ποσότητες θα προκαθορίζονται κάθε φορά που θα ανανεώνεται η σύμβαση, ανάλογα με τις ανάγκες της εταιρίας και τις δυνατότητες του παραγωγού.

§ Μεταφορά Πρώτης Ύλης και εκφόρτωση

Τα σταφύλια θα μεταφέρονται στο οινοποιείο σε τελάρια περίπου 17kg χωρητικότητας με φορητά αυτοκίνητα με βάρος φορτίου που δεν θα ξεπερνά τους 10 – 15 τόνους. Τα προϊόντα θα ξεφορτώνονται απευθείας στη σταφυλοδόχο από όπου θα οδηγούνται στο εκραγιστήριο. Οι παραγωγοί θα είναι υπεύθυνοι για την μεταφορά των προϊόντων τους και θα επιβαρύνονται με τα μεταφορικά έξοδα.

4.3.2 Εφόδια Εργοστασίου

§ Βοηθητικά Υλικά

Τα πρόσθετα που θα χρησιμοποιούνται κατά την παραγωγή οίνου (σύμφωνα με τον Κανονισμό 822/87 Ε.Ε.) φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.2.1
Πρόσθετα κατά την παραγωγή Οίνου *

| A/A | Ονομασία Πρόσθετου | Φάση | Χρησιμότητα |
|-----|-----------------------|------|-----------------------------------|
| 1 | Ζύμη | Γ | Αλκοολική Ζύμωση |
| 2 | Φωσφορική Αμμωνία | Γ | Δραστηριοποίηση Ζύμωσης |
| 3 | Εκχύλισμα Ζυμών | Γ | Δραστηριοποίηση Ζύμωσης |
| | Πηκτινολυτικά Ένζυμα | Γ, Ο | Διαυγαστικό / Σταθεροποιητικό & |
| 4 | | | Απολάσπωση |
| 5 | Γλυκοζιδάσες | | Ειδικό Άρωμα |
| 6 | Τρυγικό Οξύ | Γ, Ο | Αύξηση Οξύτητας |
| 7 | Διοξειδίο Θείου | Γ, Ο | Αντιοξειδωτικό, Αντισηπτικό |
| 8 | PPVP | | Μείωση Πολυφαινολών |
| 9 | Ζελατίνη | Γ, Ο | Διαυγαστικό/ Σταθεροποιητικό |
| 10 | Καζεϊνικό Κάλιο | Γ, Ο | Διαυγαστικό/ Σταθεροποιητικό |
| 11 | Μπετονίτης | Γ, Ο | Διαυγαστικό/ Σταθεροποιητικό |
| 12 | Σορβικό Κάλιο | Γ, Ο | Μυκητοκτόνο |
| 13 | L – ασκορβικό Οξύ | | Αντιοξειδωτικό |
| 14 | Κιτρικό Οξύ | Κ | Δέσμευση σιδήρου & Αντιοξειδωτικό |
| 15 | Σιδηροκυανιούχο Κάλιο | Κ | Αφαίρεση Σιδήρου, Χαλκού |
| 16 | Μετατρυγικό Οξύ | Κ | Προφύλαξη τρυγικών καταβυθίσεων |

* Γ : Γλεύκος Ο : Οινοποίηση Κ : Κρασί

Τα βοηθητικά υλικά χωρίζονται σε δύο υποκατηγορίες: τα διάφορα πρόσθετα που χρησιμοποιούνται στις φάσεις του γλεύκους, της οινοποίησης και του κρασιού (όταν έχει δημιουργηθεί το κρασί) και τα καθαριστικά – απορρυπαντικά που χρησιμοποιούνται για την καθαριότητα – απολύμανση των χώρων παραγωγής.

Τα καθαριστικά – απορρυπαντικά που θα χρησιμοποιούνται είναι βιομηχανικά καθαριστικά κατάλληλα για τρόφιμα.

§ Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

Τόσο τα πρόσθετα όσο και τα καθαριστικά – απορρυπαντικά θα αγοράζονται από πιστοποιημένους προμηθευτές έτσι ώστε να είναι εξασφαλισμένη η υψηλή ποιότητα. Τα καθαριστικά θα πρέπει να είναι κατάλληλα για τρόφιμα.

§ Μεταφορά και Αποθήκευση

Η μεταφορά των βοηθητικών υλικών θα γίνεται με ευθύνη των προμηθευτών. Το μεταφορικό κόστος θα είναι ενσωματωμένο στη συμφωνημένη τιμή. Η αποθήκευση των απορρυπαντικών - καθαριστικών, θα γίνεται σε ανεξάρτητους χώρους έτσι ώστε να μην υπάρχει επαφή με τα τρόφιμα.

§ Συμφωνίες με Προμηθευτές

Η εταιρία θα συνάψει συμβάσεις με τους προμηθευτές των βοηθητικών υλικών διάρκειας ενός έτους. Στο τέλος κάθε έτους θα αξιολογείται ο προμηθευτής, στην περίπτωση που οι προσυμφωνημένοι όροι δεν έχουν τηρηθεί τότε η σύμβαση θα διακόπτεται.

§ Προμηθευτές Βοηθητικών Υλικών

² Πρόσθετα και διάφορα Χημικά :

| |
|--|
| <p>ΧΡΗΣΤΟΣ ΚΑΡΓΟΠΟΥΛΟΣ ΣΑΝΤΑΡΟΖΑ 8 54627 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</p> |
| <p>ü Η εταιρία έχει πολυετή πείρα</p> <p>ü Βαθιά Γνώση του χώρου</p> <p>ü Κάποιοι από τους βασικούς ανταγωνιστές έχουν επιλέξει το συγκεκριμένο προμηθευτή</p> |

² Καθαριστικά – Απολυμαντικά :

| |
|--|
| <p>CHEMO A. E ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ 20 124 62, ΣΚΑΡΑΜΑΓΚΑΣ</p> |
| <p>Οι περισσότερες Ναυτιλιακές Εταιρείες και οι μεγαλύτερες Βιομηχανικές Μονάδες χρησιμοποιούν προϊόντα της CHEMO, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο αποτελεσματικότητα και οικονομία βασιζόμενοι σε σημαντικά κριτήρια όπως:</p> <p>ü Μείωση κόστους, χρόνου συντήρησης και χώρου αποθήκευσης</p> <p>ü Χαμηλή τοξικότητα, χαμηλή αναφλεξιμότητα και ήπιες οσμές</p> <p>ü Αποφυγή δυσμενών περιβαλλοντικών επιπτώσεων</p> |

4.3.3 Υπηρεσίες Κοινής Ωφελείας

ü Νερό: Η υπό ίδρυση μονάδα θα προμηθεύεται το νερό από τον κεντρικό αγωγό του δικτύου ύδρευσης. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνονται οι ετήσιες και τριμηνιαίες μέσες ανάγκες σε νερό. Οι απαιτήσεις σε Νερό αντιστοιχούν σε 7⁰/₀₀ της παραγωγής σε λίτρα (σύμφωνα με τις συνήθεις πρακτικές στην οινοποίηση).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.3.1
Ανάγκες της υπό ίδρυση μονάδας σε νερό

| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ετήσιες Απαιτήσεις σε Νερό (m ³) | 2.095 | 2.646 | 2.835 | 2.993 | 3.413 |
| Μέσες Τριμηνιαίες ανάγκες σε Νερό(m ³) | 524 | 662 | 709 | 748 | 853 |

ü Ηλεκτρισμός : Η μηχανολογική ισχύς των εγκαταστάσεων θα είναι P=100 Hp που είναι ίσες με 75,6 KWh. Η ηλεκτρική ενέργεια για την ενεργειακή τροφοδοσία του εργοστασίου φαίνεται στον παρακάτω πίνακα. Το εργοστάσιο θα είναι καταναλωτής από υποσταθμό με τροφοδοσία μέσης τάσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3.3.2
Απαιτούμενη Ηλεκτρική Ενέργεια

| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Μέσος Ημερήσιος χρόνος λειτουργίας μηχανών (h) | 4,79 | 6,05 | 6,48 | 6,84 | 7,80 |
| Μέσος Διμηνιαίος χρόνος λειτουργίας μηχανών (h) | 210,673 | 266,112 | 285,119 | 300,961 | 343,202 |
| Μέση Διμηνιαία κατανάλωση (kWh) | 15.927 | 20.118 | 21.555 | 22.753 | 25.946 |
| Μέση Διμηνιαία κατανάλωση στους χώρους εκτός παραγωγής (kWh) | 2.500 | 2.500 | 2.500 | 2.500 | 2.500 |
| Συνολική Μέση Διμηνιαία κατανάλωση (kWh) | 18.427 | 22.618 | 24.055 | 25.253 | 28.446 |

4.3.4 Υλικά Συσκευασίας, περιέκτες και παρόμοια

§ Κατηγορίες απαιτούμενων υλικών συσκευασίας

Προκειμένου η εταιρία να συσκευάσει το παραγόμενο υλικό θα πρέπει να προμηθευτεί τα παρακάτω υλικά συσκευασίας :

ü Φιάλες Οίνων 0,75 l και 0,187l

ü Φελλούς

ü Αυτοκόλλητες Ετικέτες

ü Χαρτοκιβώτια

§ Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

≥ Φιάλες

Υλικό κατασκευής : Φυσικό Γυαλί τύπου A (Τήξης σε 1500 °C Μορφοποίησης σε 1200 °C) κατάλληλο για συσκευασία τροφίμων κατά την Υγειονομική Διάταξη Ε.Ε. της 21^{ης} Μαρτίου 1972. Κατά CETIE (Centre International d' Emboutillage) τύπο Bordeaux.

Σχήμα : διαφορετικό ανάλογα με το παραγόμενο προϊόν

Χρώμα : διαφορετικό ανάλογα με το παραγόμενο προϊόν

≥ Φελλοί

Υλικό : Φυσικός Φελλός για φιάλες 0,75 l και κεφαλοφόροι για φιάλες 0,187 l

Απορροφητικότητα Νερού : max 20% του βάρους του σε 14 ώρες

Επιφανειακή Επεξεργασία : με παραφίνη

Συσκευασία : αποστειρωμένη σε 50 – 55 °C

Κάθε παρτίδα θα συνοδεύεται από έντυπο αναλύσεων φελλού το οποίο θα πιστοποιεί την απουσία μικροχλωρίδας

Δείγματα Φελλών :

Φυσικός Φελλός



Κεφαλοφόρος Φελλός



≥ Αυτοκόλλητες Ετικέτες

ü Η χρησιμοποιούμενη κόλλα πρέπει να είναι κατάλληλη για τρόφιμα

ü Άριστης Ποιότητας Εκτύπωσης

≥ Χαρτοκιβώτια

Πάχος Χαρτονιού : 455 gr / m²

Χαρακτηριστικά Εκτύπωσης χαρτοκιβωτίων :

ü Χωρίς ξεθώριασμα στην εκτύπωση

ü Χωρίς λερώματα στο χαρτοκιβώτιο

ü Με ομοιομορφία χρωμάτων

ü Με εκτυπωμένο Bar Code

§ Προμηθευτές Υλικών Συσκευασίας

≥ Φιάλες Οίνων – Φελλοί - Χαρτοκιβώτια

ΟΜΙΛΟΣ ΑΠΙΚΙΑΝ – ΑΠΙΚΙΑΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ Α. Ε.

ΤΣΙΜΙΣΚΗ 110

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Η εταιρία ιδρύθηκε και λειτουργεί στη Θεσσαλονίκη από το 1991, δραστηριοποιούμενη στο χώρο της εισαγωγής, εξαγωγής και εμπορίας κάθε είδους γυάλινης συσκευασίας (φιάλες – βάζα), πωμάτων, φυσικών φελλών για φιάλες κρασιών

και σαμπάνιας και γενικότερα διαφόρων ειδών υλικών συσκευασίας που προορίζονται για τον κλάδο Τροφίμων και Ποτών. Η Εταιρία φημίζεται για τη συνέπεια και την αξιοπιστία των συναλλαγών της, την υψηλή ποιότητα, την απεριόριστη ποικιλία και τη σταθερή διαθεσιμότητα των ειδών της, όσο και την εμπειρία και τη γνώση των αναγκών των επιχειρήσεων του κλάδου Τροφίμων και Ποτών. Είναι μόνιμος και σταθερός προμηθευτής ηγετικών, δυναμικών εγχώριων αλλά και πολυεθνικών επιχειρήσεων του κλάδου, γεγονός που πιστοποιεί και υπογραμμίζει το υψηλό επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχει.

2 Αυτοκόλλητες Ετικέτες

Lallas Labels
Φιλελλήνων 25
Τ. Κ. 65302
Καβάλα

Η εταιρία ιδρύθηκε το 1975, διαθέτει κάθετη μονάδα προεκτύπωσης (δημιουργία μακέτας, κατασκευή φιλμ, σχεδιασμός κοπτικών καλουπιών, κατασκευή εκτυπωτικών πλακών). Μεγάλος αριθμός των ελληνικών βιομηχανιών χρησιμοποιούν στα προϊόντα τους ετικέτες αυτής της εταιρίας, η οποία φημίζεται για την άμεση παράδοση και το συνδυασμό υψηλής ποιότητας και χαμηλής τιμής.

4.3.5 Ανακύκλωση Υλικών

Οι ιδρυτές της εταιρίας έχουν έντονη περιβαλλοντική συνείδηση και στόχος τους είναι η ίδρυση μίας μονάδας παραγωγής οίνου η οποία δεν θα επιβαρύνει το περιβάλλον. Προκειμένου να υλοποιηθεί ο παραπάνω στόχος θα ληφθούν μία σειρά από μέτρα.

Συγκεκριμένα, το Σύστημα Συλλογής και Ανάκτησης Διοξειδίου του Άνθρακος από Δεξαμενές Ζυμώσεως Γλεύκους (το οποίο πρόκειται να εγκατασταθεί στη μονάδα) θα οδηγεί το CO₂ στη μονάδα ανακτήσεως και έπειτα στη συσκευή καθαρισμού αερίων από όπου θα απαλλάσσεται από ακαθαρσίες έπειτα θα συμπιέζεται και θα διοχετεύεται σε ένα φίλτρο άνθρακος και τελικά σε ένα φίλτρο αποσμήσεως. Το καθαρό πλέον αέριο θα χρησιμεύει στην παραγωγική διαδικασία. Επιπρόσθετα, όλες οι δευτερεύουσες ύλες πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για λίπασμα.

4.3.6 Άλλα Εφόδια

§ Στολές Εργασίας

Οι εργαζόμενοι στο τμήμα παραγωγής θα πρέπει να φορούν ειδικές στολές έτσι ώστε να αποφευχθούν οι μεταδόσεις παθογόνων μικροοργανισμών στο παραγόμενο προϊόν. Συγκεκριμένα, οι εργαζόμενοι θα πρέπει να πλένουν συχνά τα χέρια τους με απολυμαντικό υγρό και να φορούν ειδικές στολές εργασίας (τζιν ολόσωμη φόρμα με βαμβακερή μπλούζα) : έτσι ώστε να πλένονται εύκολα σε υψηλές θερμοκρασίες και να έχουν μεγάλη αντοχή). Η στολή θα συνοδεύεται από παπούτσια (πλαστική γαλότσα) και καπέλο τα οποία οι εργαζόμενοι θα φορούν πριν από την είσοδο τους στο χώρο παραγωγής.

§ Προμηθευτής

Version ΕΠΕ

Θεοδώρου Γαζή 22-24

τ. κ. 54250

Θεσσαλονίκη

Η εταιρία ιδρύθηκε το 2000 εξαγοράζοντας το know how άλλων ειδικευμένων εταιριών του κλάδου. Δίνει ιδιαίτερο βάρος στο συνδυασμό υψηλής ποιότητας και χαμηλής τιμής.

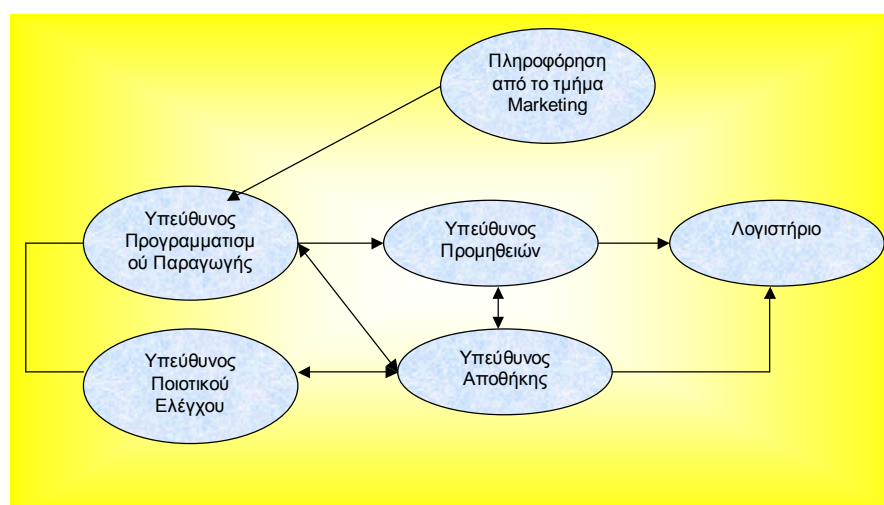
4.4 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ

| ΕΙΣΡΟΗ | ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΕΙΣΡΟΗ |
|--|--|
| ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ | ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ |
| Σταφύλι περιοχής Γρεβενών | Σταφύλι άλλων περιοχών |
| ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ | ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ |
| Πρόσθετα | Άλλα της ίδιας κατηγορίας |
| Καθαριστικά – Απολυμαντικά | Υπάρχουν πολλά καθαριστικά – απολυμαντικά διαφορετικής σύστασης με ίδια αποτελέσματα |
| ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΩΦΕΛΕΙΑΣ | ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΟΙΝΗΣ ΩΦΕΛΕΙΑΣ |
| Νερό | Δεν υπάρχει |
| Ηλεκτρισμός | Γεννήτριες με πετρέλαιο |
| ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ & ΠΕΡΙΕΚΤΕΣ | ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ & ΠΕΡΙΕΚΤΕΣ |
| Γυάλινες Φιάλες | Πλαστικές Φιάλες ή συσκευασία PET |
| Φυσικοί Φελλοί | Συνθετικοί Φελλοί ή πώματα τύπου CROWN |
| Αυτοκόλλητες Ετικέτες | Ετικέτες που θα συνοδεύονται από ειδική κόλλα |
| Χαρτοκιβώτια | Πλαστικά Κιβώτια |
| ΆΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ | ΆΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ |
| Τζιν ολόσωμη φόρμα εργασίας με βαμβακερή μπλούζα | Στολές Εργασίας από άλλο υλικό |

4.5 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Ο Παραγγελιολήπτης εσωτερικών πωλήσεων και ο υπεύθυνος εξαγωγικού τμήματος θα ενημερώνουν τον υπεύθυνο παραγωγής (αρμόδιο για τον προγραμματισμό παραγωγής) σχετικά με τα προγράμματα πωλήσεων. Αντίστοιχα ο υπεύθυνος του τμήματος παραγωγής θα προγραμματίζει τις ανάγκες σε Α', Β' ύλες και εφόδια γενικά και θα θέτει τα αντίστοιχα αποθέματα ασφαλείας. Αμέσως μετά θα γίνεται ενημέρωση του υπεύθυνου προμηθειών. Ο υπεύθυνος αποθήκης θα είναι επιφορτισμένος να παρακολουθεί και να ενημερώνει τις καρτέλες αποθεμάτων, πληροφορία η οποία θα πρέπει να είναι διαθέσιμη στον υπεύθυνο προμηθειών, προκειμένου αυτός να μπορεί να προγραμματίσει σωστά τις τμηματικές προμήθειες. Οι παραγγελίες προς τους προμηθευτές γίνονται από τον υπεύθυνο προμηθειών. Ο Υπεύθυνος Αποθήκης κατά την παραλαβή θα είναι επιφορτισμένος μόνο ως προς το ποσοτικό έλεγχο της παραγγελίας και την ταυτοποίηση των χαρακτηριστικών της. Ο ποιοτικός έλεγχος γίνεται από το τμήμα ποιοτικού ελέγχου. Ο Υπεύθυνος Αποθήκης θα ενημερώνει τους αντίστοιχους φορείς ελέγχου σχετικά με παραλαβές απαραίτητων Α' & Β' υλών & Εφοδίων. Ο Υπεύθυνος Προμηθειών θα ελέγχει τις τιμές των εισερχόμενων υλικών και θα ενημερώνει το λογιστήριο. Η καταχώρηση των τιμολογίων και ταυτοποίηση τιμών θα γίνεται από το λογιστήριο. Παρακάτω στο Διάγραμμα 4.5.1 παρουσιάζεται το διάγραμμα ροής των προμηθειών για την υπό ίδρυση μονάδα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.5.1



Διάγραμμα Ροής Προμηθειών

4.6 MARKETING ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Υπεύθυνος για την Εφαρμογή του Marketing Προμηθειών θα είναι ο Υπεύθυνος Προμηθειών. Οι προμήθειες είναι ο συνδετικός κρίκος της επιχείρησης με την εξωτερική αγορά, επηρεάζουν το κόστος, την ποιότητα και τη διαθεσιμότητα του τελικού προϊόντος και γενικά τη φήμη της εταιρίας. Η κερδοφορία και η επιβίωση της εταιρίας είναι άμεσα συνυφασμένα με αυτό το τμήμα. Για αυτό το λόγο, ο Υπεύθυνος Προμηθειών θα είναι ένα καταρτισμένο και ειδικά εκπαιδευμένο άτομο και ο σχεδιασμός και εφαρμογή του marketing των προμηθειών θα γίνει με ιδιαίτερη προσοχή.

Βασικοί στόχοι του Marketing Προμηθειών είναι :

- ü Η ελαχιστοποίηση του κόστους
- ü Η ελαχιστοποίηση του κινδύνου
- ü Η καλλιέργεια σχέσεων με τους προμηθευτές

§ **Ελαχιστοποίηση του Κόστους** : Ελαχιστοποίηση του κόστους δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση αγορά των φθηνότερων υλικών και εφοδίων. Οι χαμηλές τιμές συνήθως συνεπάγονται και χαμηλές ποιότητες. Τα χαμηλής ποιότητας υλικά και εφόδια οδηγούν στην παραγωγή χαμηλής ποιότητας προϊόντων και στην αύξηση των ελαττωματικών, αποτέλεσμα αντίθετο με τη γενική στρατηγική και τους στόχους της υπό ίδρυση μονάδας. Στόχος είναι η αγορά πρώτων, βοηθητικών υλών και εφοδίων με την υψηλότερη δυνατή ποιότητα στη χαμηλότερη δυνατή τιμή. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω ειδικών συμφωνιών που θα προβλέπουν ευνοϊκούς για την εταιρία όρους και εκπτώσεις επί των αγορών. Η διαπραγματευτική δύναμη της εταιρίας είναι μεγάλη λόγω του μεγάλου αριθμού των προμηθευτών. Συνεπώς, είναι δυνατόν ο Υπεύθυνος Προμηθειών να πετύχει ευνοϊκούς για την εταιρία όρους και εκπτώσεις στις αγορές οι οποίες θα μειώνουν το συνολικό κόστος των προμηθειών.

§ Ελαχιστοποίηση Κινδύνου : Μία σειρά κινδύνων όπως η χαμηλή ποιότητα των πρώτων, βοηθητικών υλών και εφοδίων και οι καθυστερημένες παραδόσεις από τους προμηθευτές οι οποίες μπορεί να έχουν σοβαρές συνέπειες για ολόκληρη την παραγωγή της μονάδας θα λαμβάνονται υπόψη και θα καθορίζουν την επιλογή των προμηθευτών της εταιρίας. Στόχος του Υπεύθυνου Προμηθειών θα είναι η επιλογή αξιόπιστων προμηθευτών. Προκειμένου ο Υπεύθυνος Προμηθειών να επιλέξει ένα νέο προμηθευτή θα λαμβάνει υπόψη του τις παρακάτω συνιστώσες :

- ü Την ταχύτητα εκτέλεσης των παραγγελιών
- ü Τη σωστή τιμολόγηση
- ü Την ικανότητα να αντιδρά στις απρόβλεπτες αλλαγές και να προσαρμόζεται με αυτές
- ü Τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων και των συνοδευόμενων με αυτά υπηρεσιών

Οι πιθανοί προμηθευτές θα βαθμολογούνται με βάση τις παραπάνω συνιστώσες και αυτοί με τις μεγαλύτερες βαθμολογίες θα προτιμώνται από την εταιρία. Επιπρόσθετα, ο Υπεύθυνος Προμηθειών θα κάνει διαρκή έρευνα αγοράς προκειμένου να είναι σε θέση να εντοπίζει πιθανούς προμηθευτές οι οποίοι είτε θα είναι ικανοί να πουλήσουν ίδια προϊόντα με τα ήδη προμηθευόμενα σε χαμηλότερες τιμές, είτε θα παράγουν και θα διανέμουν προϊόντα ανώτερης ποιότητας και τεχνολογίας. Στην περίπτωση εύρεσης τέτοιων προμηθευτών η εταιρία μετά τη λήξη των συμβάσεων με τους υπάρχοντες προμηθευτές θα κάνει νέες με τους νέους προμηθευτές.

Η υπό ίδρυση μονάδα θα εφαρμόσει το παραπάνω σύστημα με στόχο να ελαχιστοποιήσει τον κίνδυνο από τις προμήθειες και να επιλέξει τους καλύτερους προμηθευτές.

§ Καλλιέργεια Σχέσεων με τους προμηθευτές : Η εταιρία θα αναπτύξει και θα καλλιεργήσει σχέσεις με τους προμηθευτές της προκειμένου να μειώσει τους πι-

θανούς κινδύνους, να είναι δυνατός ο έλεγχος κάποιων συνθηκών και να βελτιστοποιήσει τη λειτουργία των προμηθειών έτσι ώστε να εξασφαλίσει τη δημιουργία ανταγωνιστικών προϊόντων και τη διανομή τους σε ανταγωνιστικές τιμές. Όσον αφορά τους παραγωγούς σταφυλιού, όπως έχει ήδη προαναφερθεί θα συνάψει συμβάσεις που θα καθορίζουν την ποσότητα, την τιμή και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της εισερχόμενης πρώτης ύλης. Η πρώτη ύλη θα έρχεται στο εργοστάσιο με ευθύνη και έξοδα των παραγωγών και θα παραλαμβάνεται από την εταιρία μία φορά το χρόνο κατά τη διάρκεια του τρύγου. Σχετικά με τα καθαριστικά και τα διάφορα χημικά, θα συναφθούν συμβάσεις με τους προμηθευτές που έχουν επιλεγεί. Θα καθοριστούν οι εισερχόμενες ποσότητες σύμφωνα με το πρόγραμμα παραγωγής και τη λειτουργία του εργοστασίου καθώς επίσης οι τιμές και η ποιότητα των εισερχόμενων βοηθητικών υλών. Οι προμηθευτές θα εφοδιάζουν την επιχείρηση μία φορά το τρίμηνο με τις εν λόγω προμήθειες και τα έξοδα και την ευθύνη της μεταφοράς θα φέρουν οι ίδιοι. Σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης για τα συγκεκριμένα υλικά, οι προμηθευτές θα πρέπει να ανταποκριθούν άμεσα έτσι ώστε να μη δημιουργηθούν προβλήματα στην παραγωγή. Οι συμβάσεις θα ανανεώνονται κάθε χρόνο αφού κάθε φορά θα προηγείται επαναξιολόγηση των προμηθευτών και έρευνα αγοράς για ύπαρξη νέων προμηθευτών. Οι ίδιοι όροι θα ισχύουν και για τους προμηθευτές τόσο των υλικών συσκευασίας και περιεκτών όσο και για τις στολές εργασίας. Η εταιρία θα προμηθεύεται υλικά συσκευασίας στην αρχή κάθε μήνα, ενώ στολές εργασίας δύο φορές το χρόνο, κάθε Σεπτέμβρη και κάθε Απρίλιο.

Στόχος της εταιρίας είναι να εφαρμόσει πολιτική σταθερών τιμών στις συμβάσεις της με τους προμηθευτές των βοηθητικών υλών, υλικών συσκευασίας και λοιπών εφοδίων έτσι ώστε να είναι δυνατή η εφαρμογή της πολιτικής των σταθερών τιμών στα παραγόμενα προϊόντα για την επόμενη πενταετία η οποία προβλέπεται να εφαρμοστεί. Η πολιτική σταθερών τιμών στις συγκεκριμένες προμήθειες είναι δυνατόν να εφαρμοστεί λόγω του μεγάλου αριθμού των προμηθευτών και την ύπαρξη υποκατάστατων, γεγονότα που ενισχύουν τη διαπραγματευτική δύναμη της υπό ίδρυση μονάδας. Όσον αφορά τις προμήθειες των πρώτων υλών (σταφυλιών) θα γίνονται με βάση τις επικρατούσες τιμές στην αγορά. Η επιχείρηση

δείχνει ισχυρό ενδιαφέρον για συγκεκριμένους παραγωγούς στην περιοχή των Γρεβενών, οι οποίοι καλλιεργούν εξαιρετικής ποιότητας αμπελώνες. Η εταιρία προτιμά τους συγκεκριμένους παραγωγούς λόγω της υψηλής ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος στη συγκεκριμένη περιοχή και της εγγύτητάς τους με το εργοστάσιο, γεγονός που διευκολύνει τους συχνούς επιτόπιους ελέγχους. Η ισχυρή προτίμηση προς συγκεκριμένους παραγωγούς, παρά την ύπαρξη εναλλακτικών προμηθευτών, μειώνει τη διαπραγματευτική δύναμη της εταιρίας, η οποία κατά τα άλλα είναι ιδιαίτερα ισχυρή λόγω της απουσίας άλλου εργοστασίου παραγωγής οίνου στην περιοχή. Η μειωμένη διαπραγματευτική δύναμη επιβάλλει την αγορά πρώτων υλών σε κυμαινόμενες τιμές, ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς, που προβλέπεται να αυξηθούν κατά το μέσο ρυθμό αύξησης του πληθωρισμού (περίπου 3,5%). Τέλος, σχετικά με τις Υπηρεσίες Κοινής Ωφελείας οι συμβάσεις είναι τυποποιημένες, η διάρκεια τους αόριστη και οι τιμές αυξάνονται κατά το μέσο ρυθμό αύξησης του πληθωρισμού (περίπου 3,5%).

4.7 ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΕΦΟΔΙΩΝ

Πηγές πληροφόρησης για τις τιμές και τα κόστη καθώς και τις απαιτούμενες ποσότητες αποτελούν οι επιλεγμένοι προμηθευτές, το Υπουργείο Γεωργίας, η Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών Αμυνταίου Φλωρίνης και Δωδεκανήσου καθώς επίσης και συνεντεύξεις από εργαζόμενους σε εργοστάσια παραγωγής οίνου αντίστοιχης δυναμικότητας και χρησιμοποιούμενης τεχνολογίας με την υπό ίδρυση μονάδα.

4.7.1 Κόστος Πρώτων Υλών

Οι πρώτες ύλες θα αγοράζονται στην τιμή που θα επικρατεί στην αγορά και θα καθορίζονται στην αρχή κάθε έτους. Προκειμένου να γίνει μία εκτίμηση τους κόστους των πρώτων υλών, θα χρησιμοποιηθούν οι επικρατούσες μέσες τιμές προσαυξημένες κάθε χρόνο κατά 3,5% (η προσαύξηση χρησιμοποιείται με σκοπό να υπολογιστούν οι πληθωριστικές τάσεις).

Οι φιάλες των 187 ml θα περιέχουν κρασί προερχόμενο από την ποικιλία Ροδίτης. Η ποικιλία Ροδίτης για τις φιάλες των 187 ml (χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ) προβλέπεται να έχει απόδοση περίπου 90%. Οι φιάλες των 750 ml χωρίζονται σε 4 βασικές κατηγορίες : τα λευκά κρασιά, τα ερυθρά, τα ροζέ και τα κρασιά παλαίωσης. Το 38% των προμηθευόμενων σταφυλιών θα προέρχονται από λευκές ποικιλίες, το 58% από ερυθρές και το 4% από ροδόχρωμες. Η απόδοση των σταφυλιών σε παραγωγή μούστου θα είναι περίπου 80%, ποσοστό σχετικά υψηλό λόγω της υψηλής ποιότητας των αμπελώνων. (Τα ποσοστά απόδοσης είναι τα ποσοστά που επικρατούν πρακτικά σε ανάλογες συνθήκες).

Σύμφωνα με τα παραπάνω οι απαιτούμενες ποσότητες και οι τιμές τους για την επόμενη πενταετία προβλέπονται στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.1.1
Απαιτούμενες Ποσότητες Πρώτης Ύλης

| ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ | ΤΙΜΕΣ / ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|
| | 1ο έτος | | 2ο έτος | | 3ο έτος | | 4ο έτος | | 5ο έτος | |
| | σε Ευρώ | σε Κιλά | σε Ευρώ | σε Κιλά | σε Ευρώ | σε Κιλά | σε Ευρώ | σε Κιλά | σε Ευρώ | σε Κιλά |
| Σταφύλια Λευκά | 0,56 | 132.675 | 0,58 | 169.125 | 0,60 | 180.876 | 0,63 | 192.246 | 0,65 | 218.437 |
| Σταφύλια Ερυθρά | 0,89 | 202.504 | 0,92 | 258.139 | 0,95 | 276.074 | 0,99 | 293.428 | 1,02 | 333.403 |
| Σταφύλια Ροδόχρωμα | 0,59 | 13.966 | 0,61 | 17.803 | 0,63 | 19.040 | 0,65 | 20.236 | 0,67 | 22.993 |
| Σταφύλια ποικιλίας Ροδίτης | 0,45 | 22.856 | 0,47 | 24.933 | 0,48 | 27.011 | 0,50 | 29.089 | 0,52 | 31.167 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | 372.000 | | 470.000 | | 503.000 | | 535.000 | | 606.000 |

Στον επόμενο Πίνακα φαίνεται αναλυτικά το κόστος της πρώτης ύλης σε Ευρώ κατ' είδος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.1.2
Κόστος Πρώτης Ύλης

| ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Σταφύλια Λευκά | 74.839 | 98.738 | 109.294 | 120.231 | 141.392 |
| Σταφύλια Ερυθρά | 180.479 | 238.115 | 263.572 | 289.946 | 340.977 |
| Σταφύλια Ροδόχρωμα | 8.193 | 10.809 | 11.965 | 13.162 | 15.479 |
| Σταφύλια ποικιλίας Ροδίτης | 10.314 | 11.645 | 13.057 | 14.554 | 16.139 |
| ΣΥΝΟΛΟ (€) | 273.824 | 359.308 | 397.889 | 437.893 | 513.987 |

Οι παραγωγοί επιβαρύνονται τα έξοδα μεταφοράς, συνεπώς δεν υπάρχει κάποια επιπλέον επιβάρυνση στο κόστος των πρώτων υλών.

4.7.2 Κόστος Βοηθητικών Υλών

Το μέσο κόστος για χημικά και διάφορα πρόσθετα είναι 0,00763 € ανά παραγόμενο λίτρο. Συνεπώς το προβλεπόμενο κόστος των χρησιμοποιούμενων χημικών ανάλογα με την ποσότητα η οποία προβλέπεται να παραχθεί φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα. Το κόστος προβλέπεται να παραμείνει σταθερό λόγω των συμβάσεων σταθερών τιμών που πρόκειται να υπογράψει ο υπεύθυνος προμηθειών.

Σχετικά με το κόστος των καθαριστικών – απολυμαντικών το σύνηθες κόστος είναι περίπου 1.428 € ετησίως. Το κόστος προβλέπεται να παραμείνει σταθερό λόγω των συμβάσεων σταθερών τιμών που πρόκειται να υπογράψει ο υπεύθυνος προμηθειών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.2.1
Κόστος Βοηθητικών Υλών *

| ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Χημικά - Διάφορα Πρόσθετα | 2.283 | 2.884 | 3.090 | 3.262 | 3.720 |
| Καθαριστικά - Απολυμαντικά | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 |
| ΣΥΝΟΛΟ (€) | 3.711 | 4.312 | 4.518 | 4.690 | 5.148 |

Ο ετήσιος όγκος παραγωγής σε λίτρα βάσει του οποίου υπολογίζεται το κόστος των χημικών φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΕ ΛΙΤΡΑ

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Σύνολο φιαλών 750 ml | 371.576 | 474.080 | 507.584 | 535.096 | 612.604 |
| Σύνολο φιαλών 187 ml | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |
| Συνολική Ποσότητα σε l | 299.252 | 378.000 | 404.998 | 427.502 | 487.503 |

4.7.3 Κόστος Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας

Το κόστος των Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας (νερό και ηλεκτρισμός) θα υπολογιστεί με βάση τα ισχύοντα τιμολόγια της Δ.Ε.Η. και της Δ.Ε.Υ.ΑΠ. προσαυξημένα κάθε χρόνο κατά 3,5% έτσι ώστε να ληφθούν υπόψη οι πληθωριστικές τάσεις. Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα τιμολόγια βιομηχανικής χρήσης της Δ.Ε.Η. η χρέωση είναι 0,0518 €/kWh ενώ σύμφωνα με το τιμολόγιο για βιομηχανική χρήση της Δ.Ε.Υ.ΑΠ. η χρέωση είναι 1,05 €/m³. Οι λογαριασμοί της Δ. Ε. Η έρχονται ανά δίμηνο ενώ της Δ.Ε.Υ.ΑΠ. ανά τρίμηνο. Στους πίνακες που ακολουθούν φαίνονται οι αντίστοιχες μεσες διμηνιαίες και τριμηνιαίες χρώσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.3.1
Κόστος Νερού

| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Κόστος m ³ | 1,05 | 1,09 | 1,12 | 1,16 | 1,20 |
| Μέσο τριμηνιαίο Κόστος σε Νερό (€) | 549 | 718 | 797 | 870 | 1.027 |
| Ετήσιο κόστος Νερού (€) | 2.198 | 2.873 | 3.186 | 3.481 | 4.109 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.3.2
Κόστος Ηλεκτρισμού

| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Κόστος kWh | 0,0518 | 0,0536 | 0,0555 | 0,0574 | 0,0594 |
| Κόστος Κατανάλωσης Ηλεκτρικής Ενέργειας στους χώρους εκτός παραγωγής ανά δίμηνο (€) | 129 | 134 | 139 | 144 | 149 |
| Κόστος Κατανάλωσης Ηλεκτρικής Ενέργειας στους χώρους εντός παραγωγής ανά δίμηνο (€) | 825 | 1.078 | 1.196 | 1.307 | 1.542 |
| Ετήσιο Κόστος Ηλεκτρικής Ενέργειας στους χώρους εκτός παραγωγής (€) | 777 | 804 | 832 | 861 | 892 |
| Ετήσιο Κόστος Ηλεκτρικής Ενέργειας στους χώρους εντός παραγωγής (€) | 4.949 | 6.471 | 7.176 | 7.839 | 9.252 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗΣ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ | 5.726 | 7.275 | 8.008 | 8.701 | 10.144 |

4.7.4 Κόστος Υλικών Συσκευασίας

Ύστερα από επαφή με τους προμηθευτές που έχουν επιλεγθεί προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία :

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.4.1
Κόστος Υλικών Συσκευασίας ανά φιάλη

| ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ | ΦΙΑΛΕΣ 750 ml | ΦΙΑΛΕΣ 187 ml |
|---------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Φιάλες | 0,3570 | 0,1785 |
| Φελλοί | 0,0355 | 0,0176 |
| Αυτοκόλλητες Ετικέτες | 0,0117 | 0,0060 |
| Χαρτοκιβώτια (κόστος ανά φιάλη) | 0,0004 | 0,0002 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 0,4046 | 0,2023 |
| σε Ευρώ | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.4.2
Συνολικό Κόστος Συσκευασίας

| ΕΙΔΟΣ ΦΙΑΛΗΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Φιάλη χωρητικότητας 750 ml | 150.340 | 191.813 | 205.368 | 216.500 | 247.860 |
| Φιάλη χωρητικότητας 187 ml | 22.253 | 24.276 | 26.299 | 28.322 | 30.345 |
| ΣΥΝΟΛΟ (€) | 172.593 | 216.089 | 231.667 | 244.822 | 278.205 |

4.7.5 Κόστος Στολών εργασίας

Η επιχείρηση θα παρέχει στους εργαζόμενους της στο τμήμα παραγωγής στολές εργασίας. Θα προμηθεύεται και θα παρέχει μία καλοκαιρινή και μία χειμωνιάτικη στολή που θα αποτελούνται από φόρμα εργασίας, εσωτερικό μπλουζάκι, παπούτσια και καπέλο. Το μέσο κόστος της στολής υπολογίζεται περίπου στα 50€ και υπολογίζεται (λόγω ειδικών συμβάσεων που πρόκειται να υπογραφούν με τον προμηθευτή) να παραμείνει σταθερό. Το τμήμα παραγωγής θα απασχολεί από τον πρώτο ως τον τέταρτο χρόνο 9 άτομα και τον πέμπτο 10. Το κόστος των στολών εργασίας για την επόμενη πενταετία φαίνεται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.5.1
Κόστος Στολών Εργασίας

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Κόστος Καλοκαιρινών Στολών (€) | 49,6 | 49,6 | 49,6 | 49,6 | 49,6 |
| Κόστος Χειμωνιάτικων Στολών (€) | 49,5 | 49,5 | 49,5 | 49,5 | 49,5 |
| Αριθμός απασχολούμενων στην Παραγωγή | 9 | 9 | 9 | 9 | 10 |
| ΣΥΝΟΛΟ (€) | 892 | 892 | 892 | 892 | 991 |

4.7.6 Συγκεντρωτικά Αποτελέσματα

Οι αγορές των πρώτων και βοηθητικών υλών και λοιπών εφοδίων γίνονται από εταιρίες στην Ελλάδα και όλες οι συναλλαγές γίνονται σε Ευρώ. Τα μεταβλητά κόστη (αυτά τα οποία μεταβάλλονται όταν μεταβάλλεται η παραγωγή) είναι τα κόστη της πρώτης ύλης, των πρόσθετων – χημικών και το κόστος των υλικών συσκευασίας. Σταθερά κόστη περιόδου τα οποία επιμερίζονται στο σύνολο των παραγόμενων μονάδων είναι το κόστος των καθαριστικών – απολυμαντικών, του νερού, του ηλεκτρισμού και των στολών εργασίας.

Στον Πίνακα που ακολουθεί φαίνεται συγκεντρωτικά το κόστος των Πρώτων Υλών και Εφοδίων και ο διαχωρισμός τους σε Μεταβλητά και Σταθερά Κόστη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.1
Μεταβλητά και Σταθερά Κόστη Πρώτων Υλών και Λοιπών Εφοδίων

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΚΟΣΤΗ | | | | | |
| Κόστος Πρώτης Ύλης | 273.824 | 359.308 | 397.889 | 437.893 | 513.987 |
| Χημικά - Διάφορα Πρόσθετα | 2.283 | 2.884 | 3.090 | 3.262 | 3.720 |
| Κόστος Υλικών Συσκευασίας | 172.593 | 216.089 | 231.667 | 244.822 | 278.205 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | 448.700 | 578.281 | 632.646 | 685.976 | 795.911 |
| ΣΤΑΘΕΡΑ ΚΟΣΤΗ | | | | | |
| Καθαριστικά - Απολυμαντικά | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 |
| Ετήσιο κόστος Νερού | 2.198 | 2.873 | 3.186 | 3.481 | 4.109 |
| Ετήσιο Κόστος Ηλεκτρικής Ενεργειας | 5.726 | 7.275 | 8.008 | 8.701 | 10.144 |
| Κόστος Στολών Εργασίας | 892 | 892 | 892 | 892 | 991 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΕΡΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | 10.244 | 12.468 | 13.514 | 14.502 | 16.672 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΩΤΩΝ, ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΥΛΩΝ & ΕΦΟΔΙΩΝ | 451.020 | 580.601 | 634.966 | 688.296 | 798.330 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ | 7.924 | 10.148 | 11.194 | 12.182 | 14.253 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | 458.944 | 590.749 | 646.160 | 700.478 | 812.582 |
| σε Ευρώ | | | | | |

Στους Πίνακες που ακολουθούν γίνεται υπολογισμός του Μοναδιαίου Μεταβλητού Κόστους (των φιαλών των 187 ml και 750 ml) και καταλογισμός του Σταθερού Κό-

στους στο σύνολο των παραγόμενων Φιαλών με σκοπό τον υπολογισμό της επιβάρυνσης του κόστους των πρώτων υλών και των λοιπών εφοδίων ανά παραγόμενη φιάλη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.2
Υπολογισμός Μοναδιαίου Μεταβλητού Κόστους (Φιάλες 187 ml)

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Σταφύλια ποικιλίας Ροδίτης | 10.314 | 11.645 | 13.057 | 14.554 | 16.139 |
| Χημικά - Πρόσθετα | 157 | 171 | 185 | 200 | 214 |
| Υλικά Συσκευασίας | 22.253 | 24.276 | 26.299 | 28.322 | 30.345 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟ ΚΟΣΤΟΣ | 32.724 | 36.092 | 39.542 | 43.076 | 46.698 |
| ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΙΑΛΩΝ | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |
| ΦΙΑΛΗ | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,31 | 0,31 |
| σε Ευρώ | | | | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.3
Υπολογισμός Μοναδιαίου Μεταβλητού Κόστους (Φιάλες 750 ml)

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Σταφύλια Λευκά - Ερυθρά - Ροδόχρωμα | 263.511 | 347.663 | 384.831 | 423.339 | 497.847 |
| Χημικά - Πρόσθετα | 2.126 | 2.713 | 2.905 | 3.062 | 3.506 |
| Υλικά Συσκευασίας | 150.340 | 191.813 | 205.368 | 216.500 | 247.860 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟ ΚΟΣΤΟΣ | 415.977 | 542.189 | 593.105 | 642.901 | 749.213 |
| ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΙΑΛΩΝ | 371.576 | 474.080 | 507.584 | 535.096 | 612.604 |
| ΜΟΝΑΔΙΑΙΟ ΜΕΤΑΒΛΗΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΦΙΑΛΗ | 1,12 | 1,14 | 1,17 | 1,20 | 1,22 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.4
Καταλογισμός Σταθερού Κόστους στις Παραγόμενες Φιάλες

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Καθαριστικά - Απολυμαντικά | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 | 1.428 |
| Ετήσιο κόστος Νερού | 2.198 | 2.873 | 3.186 | 3.481 | 4.109 |
| Ετήσιο Κόστος Ηλεκτρικής Ενεργειας | 5.726 | 7.275 | 8.008 | 8.701 | 10.144 |
| Κόστος Στολών Εργασίας | 892 | 892 | 892 | 892 | 991 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΣΤΑΘΕΡΑ ΚΟΣΤΗ | 10.244 | 12.468 | 13.514 | 14.502 | 16.672 |
| ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΙΑΛΩΝ | 481.576 | 594.080 | 637.584 | 675.096 | 762.604 |
| ΜΟΝΑΔΙΑΙΟ ΣΤΑΘΕΡΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΦΙΑΛΗ | 0,021 | 0,021 | 0,021 | 0,021 | 0,022 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7.6.5
Επιβάρυνση κόστους Πρώτων υλών και των Λοιπών εφοδίων ανά παραγόμενη φιάλη

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Μοναδιαίο Κόστος Φιαλών 187 ml | 0,321 | 0,321 | 0,321 | 0,331 | 0,332 |
| Μοναδιαίο Κόστος Φιαλών 750 ml | 1,141 | 1,161 | 1,191 | 1,221 | 1,242 |
| σε Ευρώ | | | | | |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

Μηχανολογία και Τεχνολογία

5.1 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟΤΗΤΑ ΜΟΝΑΔΑΣ

Το πρόγραμμα παραγωγής της υπό ίδρυση μονάδας εξαρτάται από τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά, από τη ζήτηση και τη στρατηγική marketing που πρόκειται να εφαρμοστεί καθώς επίσης και τη διαθεσιμότητα των απαιτούμενων εισροών. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται συνοπτικά οι εκτιμήσεις για τις μελλοντικές πωλήσεις της υπό ίδρυση μονάδας όπως αυτές έχουν προβλεφθεί στο τρίτο κεφάλαιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.1
Προβλεπόμενες Πωλήσεις της υπό Ίδρυση Μονάδας

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|---------------|-----------|---------|---------|---------|---------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Φιάλες 750 ml | 371.576 | 474.080 | 507.584 | 535.096 | 612.604 |
| Φιάλες 187 ml | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.2
Συνολικές Προβλεπόμενες Πωλήσεις σε Λίτρα

| ΠΡΟΙΟΝΤΑ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|---|-----------|---------|---------|---------|---------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Συνολικές Προβλεπόμενες Πωλήσεις (σε L) | 299.252 | 378.000 | 404.998 | 427.502 | 487.503 |

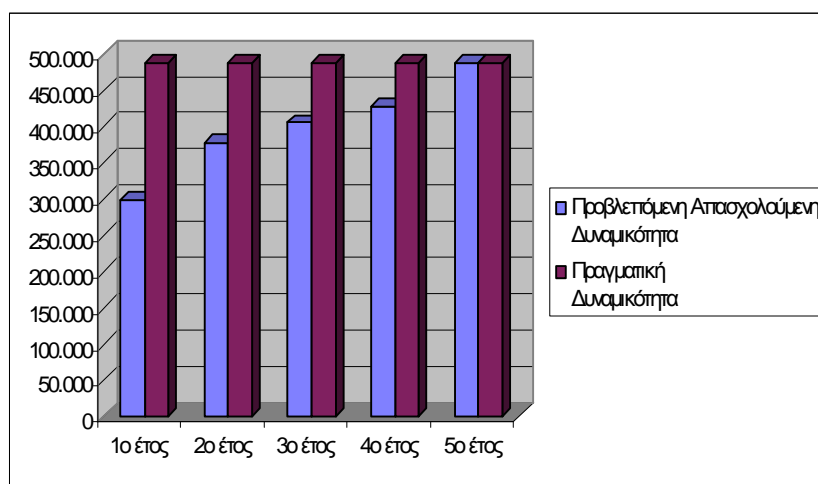
Η απασχολούμενη δυναμικότητα για την επόμενη πενταετία θα είναι ίση με τις προβλεπόμενες πωλήσεις σε Λίτρα. Η ονομαστική δυναμικότητα του εργοστασίου θα είναι 550.000 L ενώ η πραγματική δυναμικότητα θα είναι 487.505 L (με την προϋπόθεση ότι το εργοστάσιο θα δουλεύει οχτάωρη βάρδια πέντε ημέρες την εβδομάδα). Συνεπώς, τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, ο στόχος παραγωγής και πωλήσεων καλύπτει το 61% περίπου της πραγματικής δυναμικότητας της υπό ίδρυσης μονάδας.

Κατά τη διάρκεια των αρχικών παραγωγικών λειτουργιών η πλήρης απασχόληση της δυναμικότητας δεν είναι πραγματοποιήσιμη. Λόγω διαφόρων τεχνολογικών, παραγωγικών και εμπορικών δυσκολιών, τα περισσότερα επενδυτικά σχέδια αντιμετωπίζουν αρχικά προβλήματα που μπορούν να πάρουν τη μορφή βαθμιαίας μόνο αναπτύξεως των πωλήσεων και βραδείας διεισδύσεως στην αγορά, από την μια πλευρά, και πολλών προβλημάτων παραγωγής όπως τις ρυθμίσεις των πρώτων υλών, της εργασίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού για την επιλεγμένη τεχνολογία, από την άλλη. Ακόμα και αν επιτευχθεί η πλήρης παραγωγή τον πρώτο χρόνο, το marketing και οι πωλήσεις θα μπορούσαν να παρουσιάσουν συμφόρηση.

Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται το ποσοστό χρησιμοποίησης της πραγματικής δυναμικότητας και στο διάγραμμα που ακολουθεί η εξέλιξη της απασχολούμενης δυναμικότητας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1.3
Ποσοστό Χρησιμοποιούμενης Πραγματικής Δυναμικότητας

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ποσοστό χρησιμοποιούμενης πραγματικής δυναμικότητας | 61,38% | 77,54% | 83,08% | 87,69% | 100,00% |



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1.1
Εξέλιξη της Απασχολούμενης Δυναμικότητας

5.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

5.2.1 Περιγραφή της Τεχνολογίας που θα εφαρμοστεί

Η μονάδα θα υιοθετήσει πλήρως αυτοματοποιημένες μεθόδους παραγωγής, με δικά της χημικά εργαστήρια, γεγονός το οποίο θα συμβάλει στο να πλησιάσει τα διεθνή πρότυπα σε πολύ ικανοποιητικό βαθμό. Παρ' όλο που τα στάδια παραγωγής θα παραμείνουν τα ίδια, τα μηχανήματα που θα χρησιμοποιηθούν θα ενσωματώνουν νέες τεχνολογίες, όπως ηλεκτρονικά συστήματα ελέγχου και επεξεργασίας της πρώτης ύλης καθώς και αυτοματοποιημένα εμφιαλωτήρια και συσκευαστήρια.

Τα μηχανήματα τα οποία θα χρησιμοποιηθούν στην επιχείρηση θα είναι τα πιο εξελιγμένα και σύγχρονης τεχνολογίας που υπάρχουν στην αγορά. Το μεγαλύτερο μέρος του μηχανολογικού εξοπλισμού θα έχει τη δυνατότητα να χωριστεί σε κομμάτια ώστε να είναι εύκολος ο καθαρισμός τους και η μετακίνησή τους, ενώ θα προσφέρουν ασφάλεια στο προσωπικό. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός που πρόκειται να εγκατασταθεί θα δίνει τη δυνατότητα αυτόματου έλεγχου σε κάθε στάδιο της μεταποιητικής διαδικασίας καθώς και προσωπικού ελέγχου με τη χρήση οπτικών οθονών ελέγχου και δειγματοληπτών.

Στην υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να εγκατασταθεί εκτός από το σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό και σύστημα συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακα. Κατά την αλκοολική ζύμωση εκλύετε περίπου 10% κατά βάρος Διοξείδιο του Άνθρακα το οποίο θα διαχεόταν στην ατμόσφαιρα (περίπου 30 τόνοι αερίου) εφόσον η εταιρία δεν θα αγόραζε το απαραίτητο σύστημα συλλογής και ανάκτησης Διοξειδίου του άνθρακα. Με ειδικές χοάνες (απορροφητήρες) τοποθετημένες στα στόμια των δεξαμενών θα συλλέγεται το αέριο διοξείδιο του άνθρακα και με ειδική συσκευή συμπίεσης θα αποθηκεύεται σε ειδικές δεξαμενές υψηλής πίεσης.

Κατά την παραγωγή του οίνου ο πρωταρχικός στόχος είναι η προστασία του οίνου από την επαφή του με τον αέρα για να αποφευχθούν οι οξειδώσεις και οι αλλοιώσεις. Για τον λόγο αυτό, όλοι οι κλειστοί χώροι στους οποίους θα γίνεται επεξεργασία οίνου (δεξαμενές αποθήκευσης, σωληνώσεις μεταφοράς, φίλτρα, γραμμή εμφιάλωσης κλπ.) θα γεμίζονται με διοξείδιο του άνθρακα και θα δημιουργείται έτσι μία αδρανή ατμόσφαιρα προστατεύοντας τον οίνο και τους χώρους επεξεργασίας του από μολύνσεις και αλλοιώσεις. Διοχετεύοντας το διοξείδιο του άνθρακα στον οίνο (κυρίως στους λευκούς οίνους) θα εξασφαλιστεί η προστασία από τις οξειδώσεις και θα βελτιωθούν τα γευστικά και αρωματικά χαρακτηριστικά του παράγοντας ένα καινοτόμο προϊόν.

5.2.2 Περιβαλλοντική Επίδραση της Τεχνολογίας

Η νέα μονάδα με την επένδυση της δεν θα επιφέρει καμία αρνητική επίπτωση στο περιβάλλον. Συγκεκριμένα, το Σύστημα Συλλογής και Ανάκτησης Διοξειδίου του Άνθρακα από Δεξαμενές Ζυμώσεως Γλεύκους (που πρόκειται να εγκατασταθεί), θα οδηγεί το CO₂ στη μονάδα ανακτήσεως και έπειτα στη συσκευή καθαρισμού αερίων από όπου θα απαλλάσσεται από ακαθαρσίες, έπειτα θα συμπιέζεται και θα διοχετεύεται σε ένα φίλτρο άνθρακα και τελικά σε ένα φίλτρο αποσμήσεως. Το καθαρό πλέον αέριο θα χρησιμεύει στην παραγωγική διαδικασία.

Επιπρόσθετα, όλες οι δευτερεύουσες ύλες πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για λίπασμα. Τα νερά πλυσίματος δεξαμενών και γενικών χρήσεων θα διατίθενται σε σύστημα σηπτικής δεξαμενής και απορροφητικών βόθρων. Τα αστικά απορρίμματα θα περισυλλέγονται από την υπηρεσία καθαριότητας του δήμου στον οποίο πρόκειται να εγκατασταθεί η μονάδα.

Η επένδυση για την προστασία του περιβάλλοντος προβλέπεται να είναι της τάξης του 4% στο συνολικό κόστος της επένδυσης.

5.2.3 Λόγοι Επιλογής συγκεκριμένης Τεχνολογίας

Προκειμένου να γίνει επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας εξετάστηκε και αναλύθηκε η συνδρομή διαφόρων παραγόντων όπως η στρατηγική που πρόκειται να εφαρμοστεί καθώς επίσης και οι επικρατούσες κοινωνικοοικονομικές και οικολογικές συνθήκες. Η εταιρία πρόκειται να παράγει δύο ειδών προϊόντα. Το ένα είδος είναι προϊόντα ιδιαίτερα υψηλής ποιότητας ενώ το άλλο είναι προϊόντα μεσαίας ποιότητας σε σχετικά χαμηλή τιμή. Κύριοι άξονες της στρατηγικής η οποία πρόκειται να εφαρμοστεί είναι, η διαφοροποίηση και η δημιουργία ισχυρού ονόματος στην αγορά μέσω της εφαρμογής της πολιτικής της “μάρκας”. Η εταιρία θα δώσει έμφαση στην ποιότητα, όχι μόνο του παραγόμενου προϊόντος αλλά και των συνοδευόμενων με αυτό υπηρεσιών. Στόχοι της υπό ίδρυση μονάδας αποτελούν το διαφοροποιημένο προϊόν και η αξιοπιστία. Προκειμένου να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι αναγκαία είναι η εφαρμογή υψηλής τεχνολογίας με δυνατότητα συνεχούς και ποιοτικού ελέγχου η οποία θα εξασφαλίσει τη μείωση των ελαττωματικών προϊόντων και γενικά την παραγωγή προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Επιπρόσθετα, η εταιρία θα δραστηριοποιηθεί στην Ελλάδα στην οποία το κόστος εργασίας είναι ιδιαίτερα υψηλό. Αυτό, έχει ως αποτέλεσμα τα αυτοματοποιημένα εργοστάσια να θεωρούνται περισσότερο συμφέρουσα λύση αφού απασχολούν λιγότερους εργαζόμενους. Κυριότερος μακροπρόθεσμος στόχος της υπό ίδρυση μονάδας είναι η εδραίωση του ονόματός της στη Διεθνή Αγορά, ξεκινώντας τις εξαγωγές της από τη Γερμανία. Τα παραγόμενα προϊόντα θα πρέπει να είναι ανταγωνιστικά τόσο στην Γερμανική όσο και στη Διεθνή Αγορά γενικότερα. Η εταιρία θα πρέπει να χρησιμοποιήσει τις πιο σύγχρονες αυτοματοποιημένες διεργασίες για να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό στις αγορές που στοχεύει να δραστηριοποιηθεί. Τέλος η περιβαλλοντική επίδραση έχει ληφθεί πολύ σοβαρά υπόψη στην επιλογή της τεχνολογίας λόγω της ισχυρής περιβαλλοντικής συνείδησης των φορέων της εταιρίας αλλά και τον συνυπολογισμό των αντιδράσεων που μπορεί να προκληθούν από περιβαλλοντικές οργανώσεις αλλά και κατοίκους της περιοχής στην οποία πρόκειται να εγκατασταθεί η εταιρία, αντιδράσεων ικανών να σπιλώσουν το όνομα της εταιρίας. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, συ-

μπεραίνουμε ότι η άριστη τεχνολογία στη δεδομένη περίπτωση είναι αυτή που έχει ήδη επιλεγεί.

5.3 ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η υπό ίδρυση μονάδα μεριμνά για την τήρηση όλων των νόμων και των διατάξεων που αφορούν τη δραστηριότητα που πρόκειται να ασκήσει. Μία από αυτές είναι η Υπουργική Απόφαση 487 / Φ.Ε.Κ. 1219 / 4.10.2000 (Οδηγία 93 / 43 της Ευρωπαϊκής Κοινότητας), η οποία σημειώνει ότι οποιοσδήποτε μεταποιεί, παρασκευάζει, αποθηκεύει, μεταφέρει, διανέμει ή διακινεί τρόφιμα οφείλει να το πραγματοποιεί με υγιεινό και ασφαλή τρόπο και σύμφωνα με τις αρχές του Συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων & Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP). Η επιχείρηση σκοπεύει να προχωρήσει ένα βήμα παρακάτω και να πιστοποιηθεί για την τήρηση των αρχών του HACCP σύμφωνα με το πρότυπο Ε.Λ.Ο.Τ. 1416. Επίσης η εταιρία θα διαθέτει Σύστημα Διασφάλισης Ποιότητας κατά ISO 9001:2000 στο οποίο θα είναι ενσωματωμένο το σύστημα για το HACCP, αλλά και Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά ISO 14001:1996. Η εταιρία θα πιστοποιηθεί – μετά από δύο χρόνια λειτουργίας - για όλα τα παραπάνω πρότυπα από τον πιστοποιητικό φορέα Eurocert A.E. ο οποίος είναι διαπιστευμένος από το Εθνικό Συμβούλιο Διαπίστευσης (Ε.Σ.Υ.Δ.). Το σύνολο της συγκεκριμένης δαπάνης για την πιστοποίηση της εταιρίας κατά τα τρία παραπάνω πρότυπα ανέρχεται σε 8.000 € και θα επιδοτηθεί από το πρόγραμμα «ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΘΕΙΤΕ» του Υπουργείου Ανάπτυξης. Η σχετική αίτηση θα γίνει μετά από δύο έτη λειτουργίας της επιχείρησης όπως απαιτεί το Μέτρο 2.5 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα».

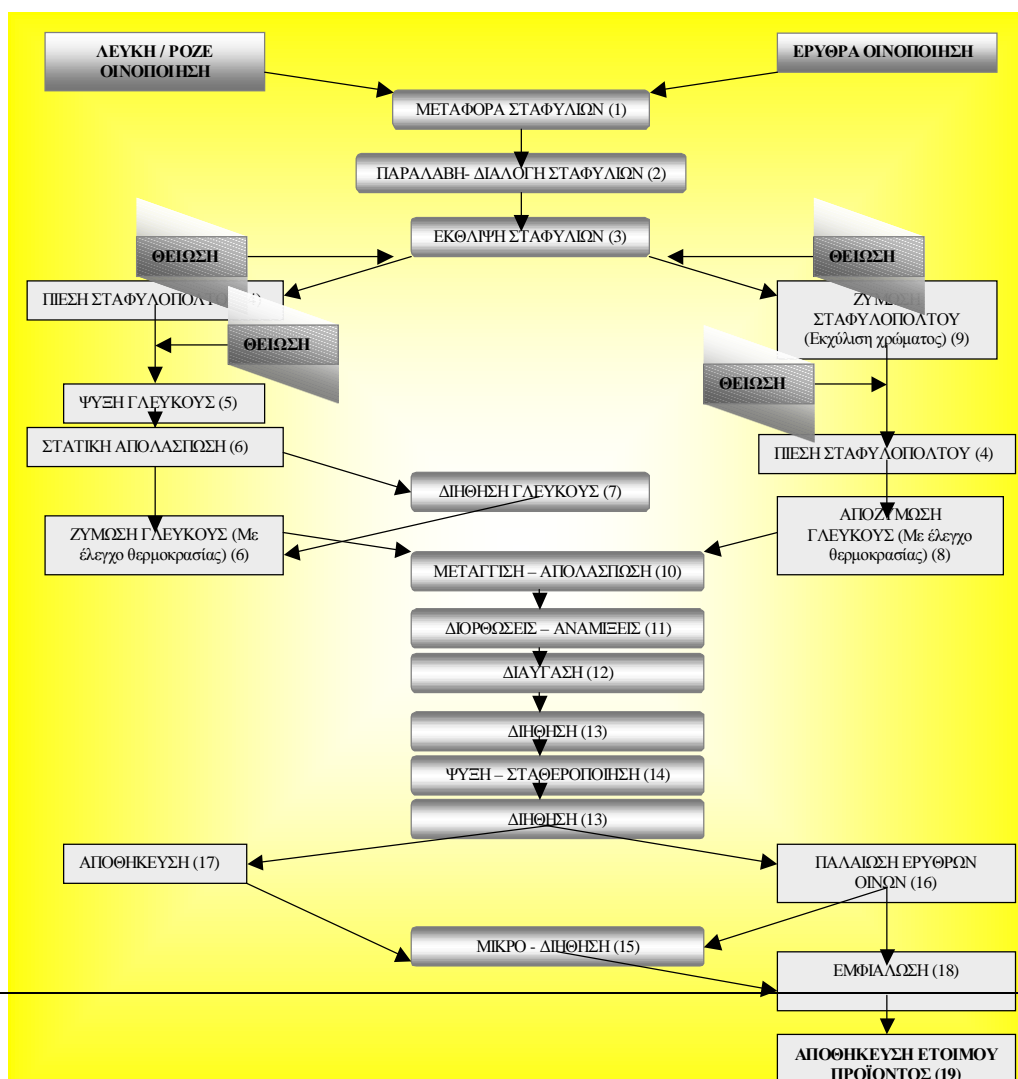
5.4 Η ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

5.4.1 Συνοπτική Περιγραφή της Παραγωγικής Διαδικασίας

Η παραγωγική διαδικασία στο οινοποιείο περιλαμβάνει την οινοποίηση και τη ζύμωση των σταφυλιών, σε δεξαμενές οινοποίησης, ακολούθως μεταφέρονται οι οίνοι στην κάβα παλαίωσης. Η τελική επεξεργασία και εμφιάλωση γίνεται στο τμήμα του

εμφιαλωτηρίου και μετά την τυποποίηση και συσκευασία προωθούνται στην αγορά. Συγκεκριμένα, τα σταφύλια οδηγούνται στην σταφυλοδόχο από όπου με μεταφορικούς ατέρμωνες κοχλίες τροφοδοτείται το εκραγιστήριο. Μετά το εκραγιστήριο ακολουθεί η παραμονή του σταφυλοπολλτού στις δεξαμενές ζύμωσης και ακολούθως τροφοδοτείται το πιεστήριο. Το παραγόμενο προϊόν μεταφέρεται στις δεξαμενές οινοποίησης και μετά τον τελικό διαχωρισμό αποθηκεύονται στην κάβα παλαίωσης βαρελιών – μπουκαλιών, μέχρι να μεταφερθεί για εμφιάλωση, τυποποίηση, αποθήκευση. Οι βόστρυχοι και τα στέμφυλα με άλλο κοχλία οδηγούνται σε ειδικό χώρο εκτός του οινοποιείου και χρησιμοποιούνται ως λίπασμα στους αμπελώνες, αφού θρυμματιστούν, για μηχανική βελτίωση του εδάφους και εμπλουτισμό με ιχνοστοιχεία. Απόβλητα υπάρχουν μόνο από τα λύματα του προσωπικού και την πλύση των δεξαμενών και χώρων του Οινοποιείου – Εμφιαλωτηρίου, που διατίθενται σε σύστημα σηπτικής δεξαμενής και απορροφητικών βόθρων.

5.4.2 Διάγραμμα Ροής της Παραγωγικής Διαδικασίας



5.4.3 Ανάλυση Παραγωγικής Διαδικασίας

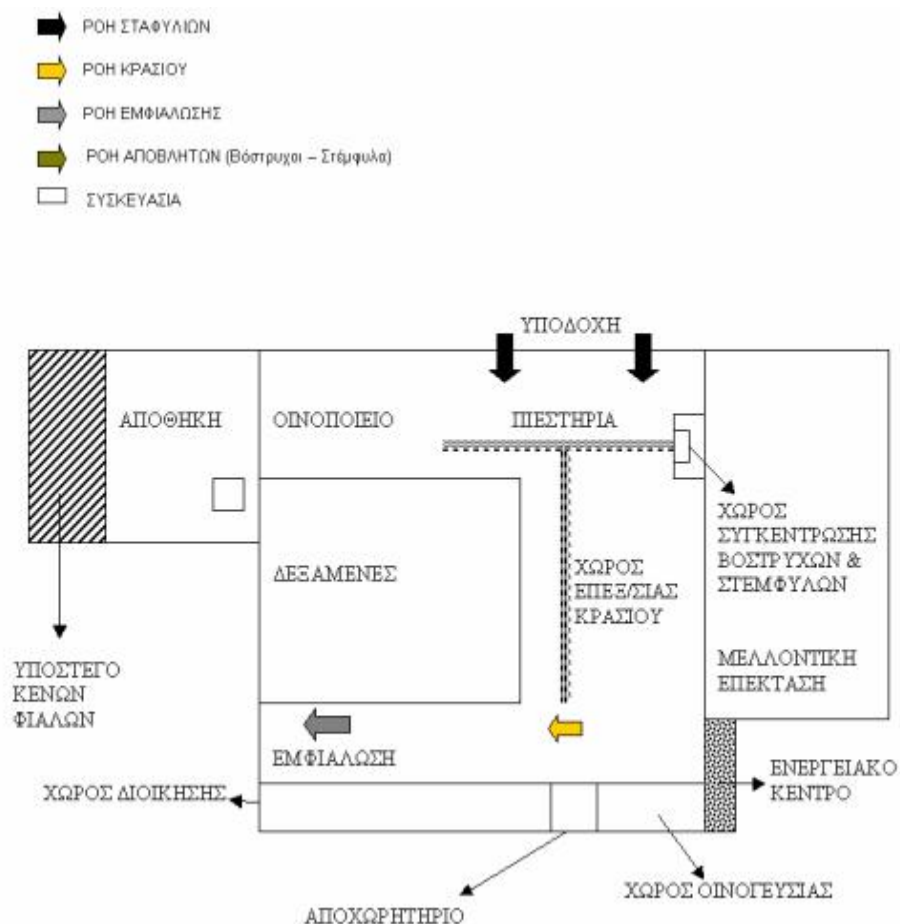
1. Η μεταφορά των σταφυλιών γίνεται με φορτηγά αυτοκίνητα
2. Η παραλαβή των σταφυλιών γίνεται ως εξής: τα οχήματα αδειάζουν τα σταφύλια χύμα σε ανοξειδωτή σταφυλοδόχο και με ατέρμονα ανοξειδωτο κοχλία οδηγούνται στην χοάνη του εκραγιστηρίου.
3. Με την έκθλιψη των σταφυλιών στο εκραγιστήριο γίνεται απομάκρυνση των βοστρύχων με ειδική μεταφορική ταινία ή απορροφητήρα. Ο σταφυλοπολτός οδηγείται με ειδική αντλία στο πνευματικό πιεστήριο.
4. Η πίεση του σταφυλοπολτού γίνεται στα πνευματικά πιεστήρια όπου, πεπιεσμένος αέρας από κεντρική μονάδα συμπίεσης, πιέζει τον σταφυλοπολτό μέσω ειδικής μεμβράνης και γίνεται η εκροή του γλεύκους.
5. Στο γλεύκος γίνεται προσθήκη αερίου SO₂ (100-150mg/l) και γεμίζονται ανοξειδωτες δεξαμενές με ψυκτικό μανδύα ο οποίος ψύχει το γλεύκος στους 10-12 °C.
6. Μετά από 12-16 ώρες το ψυγμένο γλεύκος έχει διαχωριστεί σε δύο μέρη. Το 50-60% είναι διαυγές γλεύκος και το υπόλοιπο 50-40% γλεύκος με κατακάθια (γλεύκος σύνλασπο).
7. Η διήθηση του γλεύκους γίνεται με δύο τρόπους:
 - i. Το γλεύκος που βγαίνει από το πνευματικό πιεστήριο διηθείται στο φίλτρο εφαπτομενικής διήθησης. Στο υπόλοιπο της διήθησης (περίπου το 10% του γλεύκους) προσθέτουμε σκόνη περλίτη και διηθούμε στο φίλτρο κενού.
 - ii. Στο σύνλασπο γλεύκος που προέρχεται από την στατική απολάσπωση προσθέτουμε σκόνη περλίτη και διηθούμε στο φίλτρο κενού.
8. Στο καθαρό γλεύκος αρχίζει η ζύμωση (με πιθανή προσθήκη ζυμών οινολογίας) η οποία ελέγχεται από τους ψυκτικούς μανδύες, στους 18-20 °C για τα ΛΕΥΚΑ και ΡΟΖΕ και 22-25 °C για τα ΚΟΚΚΙΝΑ, για όλη τη διάρκεια της ζύμωσης.
9. Στην ερυθρά οινοποίηση, μετά την έκθλιψη σταφυλιών (3), ο σταφυλοπολτός γεμίζει τις ειδικές δεξαμενές (ερυθροί οινοποιητές, οριζόντιοι ή κατακόρυφοι) όπου γίνεται η εκχύλιση των χρωστικών ουσιών.

10. Μετά το τέλος της ζύμωσης γίνεται μετάγγιση και απολάσπωση για την απομάκρυνση των ιζημάτων της ζύμωσης.
11. Γίνεται διόρθωση της οξύτητας με προσθήκη τρυγικού οξέος και ανάμιξη των διαφόρων ποικιλιών.
12. Γίνεται προσθήκη μπεντονίτη για διαύγαση και απομάκρυνση των πρωτεϊνικών ενώσεων.
13. Ακολουθεί διήθηση σε φίλτρο με χρήση γης διατόμων ή περλίτη.
14. Ο οίνος καταψύχεται στους $-4,5\text{ }^{\circ}\text{C}$ και γίνεται σταθεροποίηση των τρυγικών αλάτων.
15. Η μικρό-διήθηση γίνεται με ειδικό φίλτρο μεμβράνης όπου γίνεται και η αποστείρωση του οίνου από μικροοργανισμούς.
16. Στους ερυθρούς οίνους γίνεται παλαίωση σε δρύινα βαρέλια για τουλάχιστον 6 μήνες σε μονωμένο χώρο με σταθερή θερμοκρασία και υγρασία.
17. Μετά την σταθεροποίηση με ψύξη ο οίνος αποθηκεύεται σε ανοξειδωτες δεξαμενές μέχρι να φθάσει στη θερμοκρασία περιβάλλοντος.
18. Οι οίνοι εμφιαλώνονται σε αυτόματη γραμμή εμφιάλωσης.
19. Τα έτοιμα προϊόντα αποθηκεύονται σε χώρο του οποίου η θερμοκρασία δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερη των $20\text{ }^{\circ}\text{C}$.

* για τις συσκευασίες των 187ml, πραγματοποιούνται οι παραπάνω διαδικασίες με τη διαφορά ότι χρησιμοποιείται μικρότερη αναλογία γλεύκους

5.4.4 Διάγραμμα Ροής Παραγωγής στους χώρους του Εργοστασίου

Το παρακάτω σχεδιάγραμμα καθορίζει τα βασικά χωροταξικά χαρακτηριστικά, τις γενικές θέσεις του μηχανολογικού εξοπλισμού και τους διάφορους βοηθητικούς χώρους καθώς και τις εγκαταστάσεις εξυπηρέτησης του εργοστασίου. Στο εν λόγω διάγραμμα αναφέρονται και οι χώροι των μελλοντικών επεκτάσεων. Πρόκειται για ένα προκαταρκτικό σχεδιάγραμμα το οποίο παρέχει μία χονδρική αντίληψη των έργων του πολιτικού μηχανικού καθώς επίσης και τις απαιτήσεις σε μηχανήματα.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4.4.1
Γενικό Λειτουργικό Σχεδιάγραμμα

5.5 ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

5.5.1 Τρόπος Απόκτησης της Τεχνολογίας

Η απόκτηση της τεχνολογίας θα γίνει με Ολική Αγορά και τα έξοδα για την πιστοποίηση των μηχανημάτων θα πληρωθούν εφ' άπαξ. Στον κλάδο της οινοποιίας συνηθίζεται ο συγκεκριμένος τρόπος απόκτησης. Ύστερα από μελέτη της διαθέσιμης τεχνολογίας και των κινήσεων και σχετικών αποφάσεων των υπόλοιπων εταιριών του κλάδου, αποφασίστηκε η συνεργασία με μία από τις εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και παρέχουν ολοκληρωμένες λύσεις για γραμμές παραγωγής και εργαστηριακό εξοπλισμό οινοποιιών. Ύστερα από την προαναφερθείσα έρευνα τεχνολογίας αποφασίστηκε η συνεργασία με τον Όμιλο Εταιριών: Γιαννουκάκης Α.Ε. - Ντεφραντσέσκι Ελλάς - CONSTRINOX M.&A. Γιαννουκάκης Α.Ε. Οι βασι-

κοί λόγοι οι οποίοι οδήγησαν στην απόφαση συνεργασίας με τον εν λόγω Όμιλο είναι :

- Η Εξειδίκευση του στην Οινοποιία (αναλαμβάνει τη μελέτη – σχεδιασμό και κατασκευή οινοποιείων)
- Η συνεργασία του με μεγάλους Οίκους του εξωτερικού
- Το πελατολόγιο (έχουν συνεργαστεί με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου οι οποίες διαθέτουν πλήρως αυτοματοποιημένα εργοστάσια)
- Αναλαμβάνουν και την εγκατάσταση και συντήρηση του μηχανολογικού εξοπλισμού και είναι υπεύθυνοι για οτιδήποτε σχετίζεται με τη λειτουργία του μηχανολογικού εξοπλισμού.

5.5.2 Όροι και Προϋποθέσεις των συμφωνιών για τη μεταβίβαση της Τεχνολογίας

Οι συμβατικοί όροι και προϋποθέσεις για την απόκτηση της τεχνολογίας που πρόκειται να εφαρμοστούν είναι οι ακόλουθοι :

- § Ο όμιλος με τον οποίο θα συνεργαστεί η εταιρία (ανάδοχος του έργου) θα είναι υπεύθυνος για τη μελέτη, προμήθεια μηχανημάτων, εγκατάσταση, μελέτη για διαθεσιμότητα αναγκαίων υλικών για τη λειτουργία των μηχανημάτων και γενικά οτιδήποτε έχει σχέση με την εγκατάσταση και λειτουργία του μηχανολογικού εξοπλισμού. Ο ανάδοχος θα επιβαρύνεται για τη μεταφορά, εγκατάσταση και ασφάλιση των μηχανημάτων για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας. Οι διάφοροι φόροι, δασμοί, εξασφάλιση δικαιωμάτων ιδιοκτησίας βαρύνουν τον ανάδοχο. Ο τύπος της σύμβασης που θα υπογραφεί μεταξύ του αναδόχου και της υπό ίδρυσης μονάδας θα είναι τύπου εκτέλεσης “με το κλειδί” (turn key).
- § Διάρκεια: από την ημέρα σύναψης της σύμβασης, ο ανάδοχος θα πρέπει σε 6 μήνες να έχει εγκαταστήσει τα μηχανήματα στην υπό ίδρυση μονάδα. Σε περίπτωση καθυστερήσεων θα επιβαρύνεται χρηματικά. Μόνο σε περίπτωση ανωτέρας βίας (φυσικών καταστροφών και πολέμου) θα είναι δυνατή η καθυστέρηση χωρίς χρηματική επιβάρυνση. Μετά την εγκατάσταση θα αναλάβει ο ίδιος τη λει-

τουργία των μηχανημάτων για μία οιοποιητική περίοδο έτσι ώστε να γίνει έλεγχος της αποδοτικότητας τη μονάδας. Η εταιρία θα επιβαρυνθεί μόνο με τα λειτουργικά έξοδα. Σε περίπτωση που δεν πραγματοποιηθούν οι αρχικοί προσυμφωνημένοι στόχοι, ο ανάδοχος θα επιβαρυνθεί για τις αναγκαίες τροποποιήσεις.

- § Εγγυήσεις: Ο ανάδοχος θα επιβαρυνθεί με όλα τα έξοδα για τη συντήρηση και τυχόν επιδιόρθωση του εξοπλισμού του εργαστηρίου για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης. Μετά το πέρας της εγγύησης των 12 μηνών η υπό ίδρυση μονάδα θα επιβαρύνεται με το κόστος συντήρησης και ανταλλακτικών το οποίο θα έχει προβλέψει ο ανάδοχος. Όσον αφορά το μηχανολογικό εξοπλισμό το κόστος της συντήρησης θα επιβαρυνθεί η υπό ίδρυση μονάδα από τον πρώτο χρόνο λειτουργίας.
- § Πρόσβαση σε Βελτιώσεις: Η υπό ίδρυση μονάδα θα έχει πρόσβαση σε βελτιώσεις του τεχνολογικού εξοπλισμού για χρονική διάρκεια 10 ετών. Σε περίπτωση που αποφασιστεί να γίνουν βελτιώσεις, θα επιβαρύνεται η εταιρία.
- § Πληρωμές: Η πληρωμή του μηχανολογικού εξοπλισμού θα γίνει δύο μήνες μετά το πέρας της εγγύησής του (μετά από 24 μήνες λειτουργίας).
- § Εκπαίδευση: Υπεύθυνος για την εκπαίδευση του προσωπικού θα είναι ο ανάδοχος του έργου. Η βασική εκπαίδευση θα διαρκέσει ένα μήνα και θα γίνει μετά την εγκατάσταση του εξοπλισμού, ενώ θα συνεχιστεί και κατά τη διάρκεια του πρώτου χρόνου λειτουργίας όταν αυτό κριθεί αναγκαίο. Σε περίπτωση βελτιώσεων του εξοπλισμού ο ανάδοχος θα πρέπει να αναλάβει τη συμπληρωματική εκπαίδευση των εργαζομένων.

5.6 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Η μονάδα για την σωστή λειτουργία της, σύμφωνα με τη μελέτη που έχει πραγματοποιήσει ο Όμιλος Εταιριών: Γιαννουκάκης Α.Ε. - Ντεφραντσέσκι Ελλάς - CONSTRINOX M.&A. Γιαννουκάκης Α.Ε. θα αγοράσει τον εξής μηχανολογικό εξοπλισμό:

5.6.1 Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός για Μεταποίηση και Συσκευασία



ÿ **Ταινία διαλογής σταφυλιών:** Η οποία θα διαθέτει αυξομειωτή στροφών και ειδική πασαρέλα τοποθέτησεως πλαστικών κιβωτίων, όπου θα αποστραγγίζεται η εκροή του γλεύκους από τα πλαστικά τελάρα.

ÿ **Απορραγιστήρας – Σπαστήρας του ιταλικού οίκου DELLA TOFFOLA SPA:**



Ο οποίος έχει μελετηθεί κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να προσφέρει μια μηχανή κατάλληλη για κάθε τύπο σταφυλιού. Τα σταφύλια συλλέγονται στην χοάνη συλλογής στο κάτω μέρος του απορραγιστήρα. Το σπασμένο προϊόν εισάγεται σε άλλο δοχείο το οποίο δεν χρησιμοποιεί κοχλία εξάτμισης που θα δημιουργούσε λάσπη στο μούστο.

ÿ **Αντλία σταφυλοπολτού του ιταλικού οίκου DELLA TOFFOLA SPA:** Η οποία θα αντλεί το σταφυλοπολτό από τον οινοποιητή χωρίς να αλλοιώνονται τα χαρακτηριστικά του.

ÿ **Πνευματικό πιεστήριο κλειστού τύπου του ιταλικού οίκου defranceschi SPA:** Η πρώτη ύλη θα εισέρχεται στο πνευματικό πιεστήριο κλειστού τύπου όπου θα στραγγίζεται, θα πιέζεται και θα εξέρχεται ο μούστος από τα στόμια εξόδου. Μια πόρτα θα επιτρέπει τόσο τη φόρτωση των σταφυλιών στα κιβώτια όσο και την εκφόρτωση του τελικού προϊόντος. Ο μούστος θα μεταφέρεται σε μια κατάλληλη λεκάνη ενώ τα πιεσμένα στέμφυλα θα γλιστράν από ολισθαίνουσες θυρίδες. Ένα πνευματικό κέντρο ελέγχου θα επιτρέπει τον έλεγχο της ροής του αέρα στον κύλινδρο, ενώ μία αντλία κενού υψηλής απόδοσης, θα επιτρέπει την άμεση εκτόνωση του θύλακα αέρα της μεμβράνης.

ÿ **Δεξαμενή συλλογής γλεύκους με ηλεκτρόδια και αντλία αποστολής γλεύκους στις δεξαμενές απολασπώσεως:** Η γλεύκους θα μεταφέρεται στη δεξαμενή συλλογής γλεύκους με ηλεκτρόδια και θα αποστέλλεται μέσω των αντλιών στις δεξαμενές απολασπώσεως.

ÿ **Αντλία γλεύκους** του ιταλικού οίκου della toffola.



ÿ **Μεταφορέα με κοχλία “V” 5 μέτρων** για την εκκένωση του πιεστήριου. Ο μεταφορέας θα εκκενώνει το πιεστήριο.

ÿ **Αναβατόριο με κοχλία “U” 6 μέτρων για την φόρτωση στέμφυλων.** Το αναβατόριο θα φορτώνει τα στέμφυλα και θα τροφοδοτεί το πιεστήριο.



ÿ **Εναλλακτήρας του ιταλικού οίκου della toffola SPA.** Ο εναλλακτήρας (ειδικός για τύπο ξηρής εκτονώσεως) συμπυκνώνει με ψυχρό νερό από τον πύργο ψύξεως το προϊόν.

ÿ **Φίλτρο με οριζόντιους δίσκους και χειροκίνητη εκφόρτωση** το οποίο θα φιλτράρει το προϊόν, ενώ θα διαθέτει και οπτικές ίνες φωτιζόμενες για τον έλεγχο των κρασιών.

ÿ **Φίλτρο πλακών με του ιταλικού οίκου della toffola SPA.** Το οποίο θα συλλέγει τις σταγόνες και θα διαθέτει οπτικές οθόνες ελέγχου για έλεγχο της πίεσης.

ÿ **Εμβολοφές αντλίες του ιταλικού οίκου ragazzini SRL**



ÿ **Ένα Σύνθετο Μηχάνημα** το οποίο μέσω της γραμμής εμφιαλώσεως με απόδοση 1000-1500 φιάλες /ώρα που



διαθέτει, θα ξεπλένει τις φιάλες, με φυσικό πόσιμο και θειώδες ανυδρίτου, θα τις συγκρατεί, θα τις στραγγίζει και μέσω της **ταινιομεταφοράς** θα τις μεταβιβάζει στον

σταθμό αφαιρέσεως του αέρα, θα ρυθμίζει το ύψος εργασίας της μηχανής ανάλογα με τη φιάλη αυτόματα, και θα τη μεταφέρει στην **αυτόματη περιστροφική γεμιστική μηχανή**. Η γεμιστική μηχανή θα διαθέτει



δεξαμενή υγιεινού τύπου η οποία θα εκκενώνει αυτόματα με 8 μπεκ στεγανού τύπου που θα διαθέτει και στην οποία θα υπάρχει βαλβίδα διαφυγής του μίγματος αδρανών αερίων και αέρος, και οπτική οθόνη παρατηρήσεως της στάθμησης των κρασιών. Το **σύστημα ρυθμίσεως της στάθμης και εισαγωγής των**



αδρανών αερίων, θα ρυθμίζει τον κενό χώρο μεταξύ της στάθμης κρασιού και του φελλού και θα απομακρύνει την περίσσεια του κρασιού σε εξωτερικά δοχεία. Η **αυτόματη μονοκεφαλή ταπνωτική φελλού**, θα προσανατολίζει τους φελλούς, θα τους μεταφέρει πάνω στα μπουκάλια και θα τους συσφίγγει με σφικτήρες, ενώ θα καθαρίζει την κεφαλή από πιθανές σκόνες. Οι φιάλες θα μεταφέρονται μέσω του **ταινιομεταφορέα εξόδου φιαλών**, ο οποίος θα ελέγχει την παρουσία ή την απουσία φελλών στη **γεννήτρια παραγωγής αζώτου**.

ÿ **Γεννήτρια παραγωγής αζώτου**. Η γεννήτρια θα απαλλάσσει από το οξυγόνο τις φιάλες, ενώ το υπόλοιπο αέριο πλούσιο σε άζωτο θα το συγκεντρώνει σε μία δεξαμενή.



ÿ **Σύνθετο μηχάνημα διανομής και θερμοσυρρικνώσεως καψυλλίων**. Το μηχάνημα θα διανέμει αυτόματα τα καψύλλια, ενώ θα καθαρίζει τον λαιμό της φιάλης και θα ελέγχει την ύπαρξη φελλού.

ÿ **Γραμμική αυτοκόλλητη ετικεττέζα του ιταλικού οίκου cirio germano & C.** από όπου περνούν θα οι φιάλες, για την επικόλληση των αυτοκόλλητων ετικετών κορμού και οπίσθιας.

ÿ **Ταινίες και τράπεζες τροφοδοσίας και συγκεντρώσεως**. Όπου οι φιάλες θα προστατεύονται με περιμετρικά κιγκλιδώματα όλα από ανοξείδωτο χάλυβα και θα συγκεντρώνονται στην περιστροφική τράπεζα συγκέντρωσης φιαλών.



ÿ **Δεξαμενές αποθηκείσεως**

ÿ **Δεξαμενές αποκαταστάσεως**



ÿ **Δεξαμενές ζυμώσεως**

ÿ **Δεξαμενές αποζυμώσεως ερυθρών οίνων**

ÿ **Δεξαμενές απολασπώσεως**

ÿ **Δεξαμενές σταθεροποιήσεως**

ÿ Οινοποιητές απλοί

ÿ **Αυτόματος Οινοποιητής τύπου Rossissimo:** Ο οινοποιητής Rossissimo είναι μια καινοτομία στον τομέα της παραγωγής κρασιού.

Ο συνδυασμός των εμβόλων με το σύστημα της επανακυκλοφορίας κάνουν την Rossissimo ιδανική για την παραγωγή κόκκινων κρασιών. Η καθολική αφαίρεση του χρώματος και του αρώματος από τα σταφύλια αναδεικνύουν τα χαρακτηριστικά του κρασιού. Αποτελεί επίσης το κατάλληλο μέσο για οινοποίηση ροζέ ή λευκού κρα-



σιού. Για την παραγωγή των κόκκινων κρασιών, η παραδοσιακή διαδικασία του πατήματος των σταφυλιών αντικαθίσταται από ένα σύστημα κινούμενων σπαστήρων μέσα σε πνευματικά έμβολα έτσι ώστε να διατηρείται η καλύτερη ποιότητα χρώματος και αρώματος χάρη στον εμβαπτισμό του καπέλου. Αυτό το αποτέλεσμα προκύπτει από τη διαβροχή του καπέλου με το φιλτραρισμένο γλεύκος. Ένα κεντρικό φίλτρο διατηρεί το γλεύκος ελεύθερο από φλοιούς, καρπούς και υπολείμματα, επιτρέπει την αφαίρεση του CO₂ που διαφορετικά θα διέλυε το καπέλο, καθιστά ικανό το συνολικό εμβαπτισμό του καπέλου χωρίς να το κατά-στρέφει, επιτρέπει το άδειασμα του φιλτραρισμένου γλεύκους δια μέσου μιας βαλβίδας

ολικής εκκένωσης, επιτρέπει την στατική απόστράγγιση των στέμφυλων για την παραγωγή ροζέ ή λευκού κρασιού.

ÿ **Δίκτυο Σωληνώσεων διανομής αερίου αδρανούς αζώτου**

ÿ **Διάδρομοι Εξυπηρέτησης**

ÿ **Τριακόσια Δρύινα Βαρέλια Παλαίωσης Οίνου:** Τα δρύινα βαρέλια θα έχουν



χωρητικότητα 225L Και θα είναι του οίκου Tonnellerie Demptos s.a. Γαλλίας. Τα βαρέλια θα είναι κατασκευασμένα από ξυλεία άριστης ποιότητας η οποία θα έχει υποστεί φυσική ξήρανση επί 24 μήνες πριν χρησιμοποιηθεί για την κατασκευή των βαρελιών. Τα βαρέλια θα είναι τύπου “transport” δηλαδή οι δούγκες θα

έχουν πάχος 22-27 mm και θα φέρουν 6-8 στεφάνια από γαλβανισμένο σίδηρο.

§ Χαρακτηριστικά των Δεξαμενών - Οινοποιητών

Οι παραπάνω ειδικές εγκαταστάσεις θα είναι κατασκευασμένες από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, με πιστοποιητικά προελεύσεως.

Το δίκτυο σωληνώσεως διανομής αερίου αδρανούς αζώτου θα εξασφαλίσει μια σταθερή πίεση αζώτου σε όλο το σύστημα και σε κάθε δεξαμενή, αποφεύγοντας την οξείδωση των κρασιών, λόγω επαφής τους με τον αέρα. Κατ' επιθυμία με το σύστημα αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί και μείγμα αζώτου με διοξείδιο του άνθρακα, το οποίο είναι διαλυτό στα υγρά. Και τα δύο αυτά αέρια είναι άχρωμα, άγευστα, άοσμα, μη τοξικά, απολύτως αδρανή και συστατικά της ατμόσφαιρας.

Οι εσωτερικές τους επιφάνειες είναι επεξεργασμένες με το σύστημα Lucidato, το οποίο επιτυγχάνει την μορφή καθρέπτη, μειώνοντας το κόστος εργασίας των δεξαμενών και προστατεύοντας άριστα το προϊόν.

5.6.2 Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός για Κατάψυξη και Ψύξη

- ü Ψύξη οινοποίησης
- ü Κλιματισμός Παλαίωσης Φιαλών
- ü Κλιματισμός Παλαίωσης Βαρελιών
- ü Κλιματισμός Οινοποιείου
- ü Κλιματισμός Αίθουσας Τυποποίησης
- ü Κλιματισμός Αίθουσας Ετοιμών Προϊόντων
- ü Κλιματισμός Χώρου Έκθεσης
- ü Κλιματισμός Αίθουσας Σεμιναρίων
- ü Γραφεία (ψύξη-θέρμανση)

5.6.3 Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για την προστασία του περιβάλλοντος

ü Σύστημα Συλλογής και Ανάκτησης Διοξειδίου του Άνθρακος από Δεξαμενές Ζυμώσεως Γλεύκους : Το CO₂ θα οδηγείται στη μονάδα ανακτήσεως και έπειτα στη συσκευή καθαρισμού αερίων από όπου θα απαλλάσσεται από ακαθαρσίες έπειτα θα συμπιέζεται και θα διοχετεύεται σε ένα φίλτρο άνθρακος και τελικά σε ένα φίλτρο αποσμήσεως. Το καθαρό πλέον αέριο θα χρησιμεύει στην παραγωγική διαδικασία.

5.6.4 Εξοπλισμός Εργαστηρίου

§ Μηχανήματα

ü **Αυτόματη Αποστακτική Μηχανή:** Οι προδιαγραφές της συσκευής αυτής θα είναι σύμφωνες με τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές. Η συσκευή θα περιέχει μία θέση απόσταξης (ανεξάρτητη συσκευή για κάθε θέση), θα έχει την δυνατότητα να παράγει απιονισμένο νερό (απόδοση περίπου 2,5 λίτρα /ώρα), ο χρόνος προθέρμανσης της θα είναι περίπου 4 λεπτά και το παραγόμενο απόσταγμα θα είναι κρύο.

ü **Φασματοφωτόμετρο**

ü **Αυτόματη Συσκευή Προσδιορισμού Θειώδους**

ü **Ένα Αγωγιγόμετρο – pH μέτρο – θερμόμετρο**

ü **Ένα Μαγνητικό Αναδευτήρα**

ü **Ένα Ζυγό**

ü **Ένα Διαθλασίμετρο Χειρός 0-25%**

ü **Ένα Επιτραπέζιο Θολερόμετρο**

ü **Ένα Ανακλασίμετρο**

§ Όργανα Μέτρησης

- ü Αλκοόμετρα
- ü Αραιόμετρα
- ü Θερμόμετρα: απλά αλκοόλης -10 °C/+50 °C
- ü Πάγκοι εργαστηρίου πλήρης

5.6.5 Μεταφορικά Μέσα Εσωτερικής Μεταφοράς

- ü Ηλεκτροκίνητα οχήματα πεζού χειριστού
- ü Περονοφόρο ανυψωτικό μηχάνημα: Ηλεκτροκίνητο

5.6.6 Εξοπλισμός γραφείων και χώρων προσωπικού

Σχετικά με τον εξοπλισμό των γραφείων και το χώρο του προσωπικού, η υπό ίδρυση μονάδα θα συνεργαστεί με την εταιρία Πουλιάδης Α.Ε., η οποία θα προμηθεύσει τη μονάδα με τον απαραίτητο εξοπλισμό. Ο προμηθευτής θα έχει την ευθύνη για τη μεταφορά. Η πληρωμή θα γίνει αμέσως μετά την εγκατάσταση, την οποία θα αναλάβει ο προμηθευτής. Επιπρόσθετα, την ευθύνη της μεταφοράς θα έχει ο προμηθευτής. Ο εξοπλισμός των γραφείων θα έχει δύο χρόνια εγγύηση.

Ο απαιτούμενος εξοπλισμός για την υπό ίδρυση μονάδα είναι ο ακόλουθος:

- ü Φωτοαντιγραφικό μηχάνημα
- ü Εκτυπωτές / Φαξ
- ü Σκάνερ
- ü Ηλεκτρονικοί υπολογιστές
- ü Εγκατάσταση δικτύου Server και τερματικών καθώς και λοιπός εξοπλισμός, HUBS, Windows 2000, Windows XP
- ü Εγκατάσταση Προγράμματος εμπορικής διαχείρισης

5.7 ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ

5.7.1 Χώρος Εγκατάστασης

Η υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να εγκατασταθεί σε οικόπεδο εμβαδού 6,200 m² (κεφάλαιο 8) έτοιμο για ανέγερση κτιρίου. Η εταιρία πρόκειται να εγκατασταθεί σε οικόπεδο στο οποίο οι συνδέσεις με το ηλεκτρικό ρεύμα, το νερό και το τηλέφωνο μέσω των δικτύων των Δ.Ε.Η., Δ.Ε.Υ.Α.Π. και Ο.Τ.Ε. έχουν πραγματοποιηθεί. Το Οικόπεδο θα εφάπτεται στην εθνική οδό. Το Οικόπεδο θα είναι εκτός σχεδίου πόλεως.

5.7.2 Κτίρια Μονάδας και άλλες Κατασκευές

Η μονάδα πρόκειται να εγκατασταθεί σε ένα ισόγειο με υπόγειο κτίριο. Τα στοιχεία δόμησης της υπό ανέγερση οικοδομής είναι τα εξής:

§ Υπόγειο: E=1010,94 m² αποτελούμενο από:

- ü Κάβα παλαίωσης φιαλών
- ü Κάβα παλαίωσης μπουκαλιών
- ü Χώρο δοκιμής κρασιών

Το υπόγειο θα έχει άμεση πρόσβαση με τον εσωτερικό χώρο με ράμπα

§ Ισόγειο: E=1,422.51 m² αποτελούμενο από:

- ü Χώρο διοίκησης
- ü Έκθεση και αποθήκη έτοιμων προϊόντων
- ü Χώρο οινογευσίας
- ü Αποθήκη φιαλών – πρώτων υλών - τυποποίηση
- ü Οινοποιείο

Η κατακόρυφη επικοινωνία με το υπόγειο θα γίνεται μέσω ενός κλιμακοστάσιου και ενός ασανσέρ.

Ο σκελετός του κτιρίου θα γίνει με οπλισμένο σκυρόδεμα C16/20 με οπλισμούς ποιότητας S500 και τα δάπεδα με Οπλισμένο σκυρόδεμα C16/20 με οπλισμούς 3#T092, οι εξωτερικές τοιχοποιίες θα είναι ύψους 2m και θα έχουν μόνωση wallmate πάχους 4 cm. Ο εσωτερικός χώρος του εργοστασίου θα χωρίζεται με γυψοχωρίσματα και δρομικές τοιχοποιίες. Στο Υπόγειο και στο Οινοποιείο θα χρησιμοποιηθεί βιομηχανικό δάπεδο ενώ στους λοιπούς χώρους πλακάκι εμαγιέ. Οι σκάλες του κτιρίου θα είναι μαρμάρινες. Στους κύριους χώρους θα χρησιμοποιηθούν ταμπλαδωτές δρύινες πόρτες ενώ στις αποθήκες και στα W.C πρεσαριστές. Τα εξωτερικά κουφώματα θα είναι από αλουμίνιο σειράς Euroρα 2000, και οι υαλοπίνακες θα είναι διπλοί ηχομονωτικοί. Στους δευτερεύοντες χώρους θα εφαρμοστούν ταπετσαρίες στους τοίχους, οι γυψοσανίδες θα σπατουλαριστούν και εξω-τερικά θα χρησιμοποιηθούν ακρυλικά μονωτικά χρώματα. Τα είδη υγιεινής που θα χρησιμοποιηθούν θα είναι πρώτης διαλογής.

5.8 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Ο Υπολογισμός του Κόστους της ανέγερσης του κτιρίου, του εξοπλισμού του εργοστασίου και των μελετών ISO και HACCP, λαμβάνοντας υπόψη τις εκτιμήσεις των συνεργαζόμενων προμηθευτών και τις τιμές που επικρατούν στην αγορά φαίνεται αναλυτικά στον πίνακα που ακολουθεί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8.1
Κόστος Ανέγερσης Κτιρίου, Εξοπλισμού και Μελετών ISO, HACCP

| Α/Α | | ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΔΑΠΑΝΩΝ | σε Ευρώ |
|------------------------|-------|--|------------------|
| 1 | | Κτίρια | 829.000 |
| | 1.1 | Ανέγερση κτιρίων | 740.000 |
| | 1.2 | Ανελκυστήρας | 26.000 |
| | 1.3 | Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις | 50.000 |
| | 1.4 | Ύδρευση | 7.000 |
| | 1.5 | Αποχέτευση | 6.000 |
| 2 | | Μηχανολογικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός | 1.217.000 |
| 2.1 | | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός μεταποίησης και συσκευασίας | 890.000 |
| | 2.1.1 | Μηχανήματα | 350.000 |
| | 2.2.2 | Δεξαμενές | 380.000 |
| | 2.2.3 | Βαρέλια | 160.000 |
| 2.2 | | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για κατάψυξη και ψύξη | 200.000 |
| 2.3 | | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για την προστασία του περιβάλλοντος | 88.000 |
| | 2.3.1 | Σύστημα συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακος από δεξαμενές ζυμώσεως γλεύκους | 88.000 |
| 2.4 | | Εξοπλισμός γραφείων και χώρων προσωπικού | 14.000 |
| | 2.4.1 | Η/Υ, Φωτοαντιγραφικό, Εκτυπωτές, Scanner, εγκατάσταση δικτύου προγραμμάτων, fax | 10.000 |
| | 2.4.2 | Πρόγραμμα Εμπορικής Διαχείρισης | 4.000 |
| 2.5 | | Άλλοι εξοπλισμοί και μηχανήματα | 25.000 |
| | 2.5.1 | Εξοπλισμός Εργαστηρίου | 25.000 |
| 3 | | Έργα διαμόρφωσης χώρων | 7.500 |
| | 3.1 | Πυροπροστασία | 3.000 |
| | 3.2 | Διαμόρφωση εξωτερικού Χώρου | 4.500 |
| 4 | | Λοιπές δαπάνες | 95.000 |
| | 4.1 | Αμοιβές πολιτικού μηχανικού | 65.000 |
| | 4.2 | Κόστος μελέτης για ISO, HACCP | 30.000 |
| 5 | | Μεταφορικά Μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 37.500 |
| | 5.1 | Μεταφορικά μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 7.500 |
| | 5.2 | Περονόφορα μηχανήματα | 30.000 |
| 6 | | Λοιπός Εξοπλισμός Εργοστασίου | 3.000 |
| | 6.1 | Έπιπλα χώρων διοίκησης | 3.000 |
| ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ | | | 2.189.000 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VI

Οργάνωση της Μονάδας και Γενικά Έξοδα

6.1 ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η οργανωτική δομή της νέας μονάδας προβλέπεται να σχεδιαστεί, όπως άλλωστε φαίνεται και από το γράφημα της επόμενης παραγράφου, με βασικότερο γνώμονα τη λειτουργική διαχείριση της επιχείρησης μέσα στα πλαίσια των διεθνών εξελίξεων. Οι ευοίωνες προοπτικές της υπό ίδρυση μονάδας δεν θα μπορούσαν παρά να στηριχθούν από μια σύγχρονη και αποτελεσματική οργανωτική δομή.

Η οργανωτική δομή της νέας εταιρίας θα διαθέτει σαφή διαχωρισμό των αρμοδιοτήτων, εξειδίκευση κατά λειτουργίες, άμεσο κεντρικό έλεγχο των δραστηριοτήτων και διευκόλυνση διαρθρωτικών κινήσεων, εφόσον απαιτούνται, και τέλος άμεση επικοινωνία προς τα κατώτερα επίπεδα οργάνωσης. Συγκεκριμένα, τα κύρια στοιχεία που θα χαρακτηρίζουν την οργανωτική και διοικητική φιλοσοφία της εταιρίας θα είναι:

- ü Ο επαγγελματισμός της διοίκησης, με την ανάθεση κύριων τομέων ευθύνης σε στελέχη υψηλού επιστημονικού επιπέδου και μακρόχρονης εμπειρίας σε ανάλογα θέματα
- ü Η καθιέρωση συμμετοχικών διαδικασιών στην λήψη αποφάσεων
- ü Η συνεχής παρακολούθηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και η άμεση λήψη στρατηγικών και λειτουργικών προσαρμοστικών αποφάσεων
- ü Η ευαισθησία στον ανθρώπινο παράγοντα και η συνεχής ανάπτυξή του
- ü Η έμφαση στην ποιότητα των προϊόντων και η εξυπηρέτηση των πελατών
- ü Ο υψηλός βαθμός της κοινωνικής ευθύνης της εταιρίας και η συνεχής προσπάθεια για την ενδυνάμωση του.

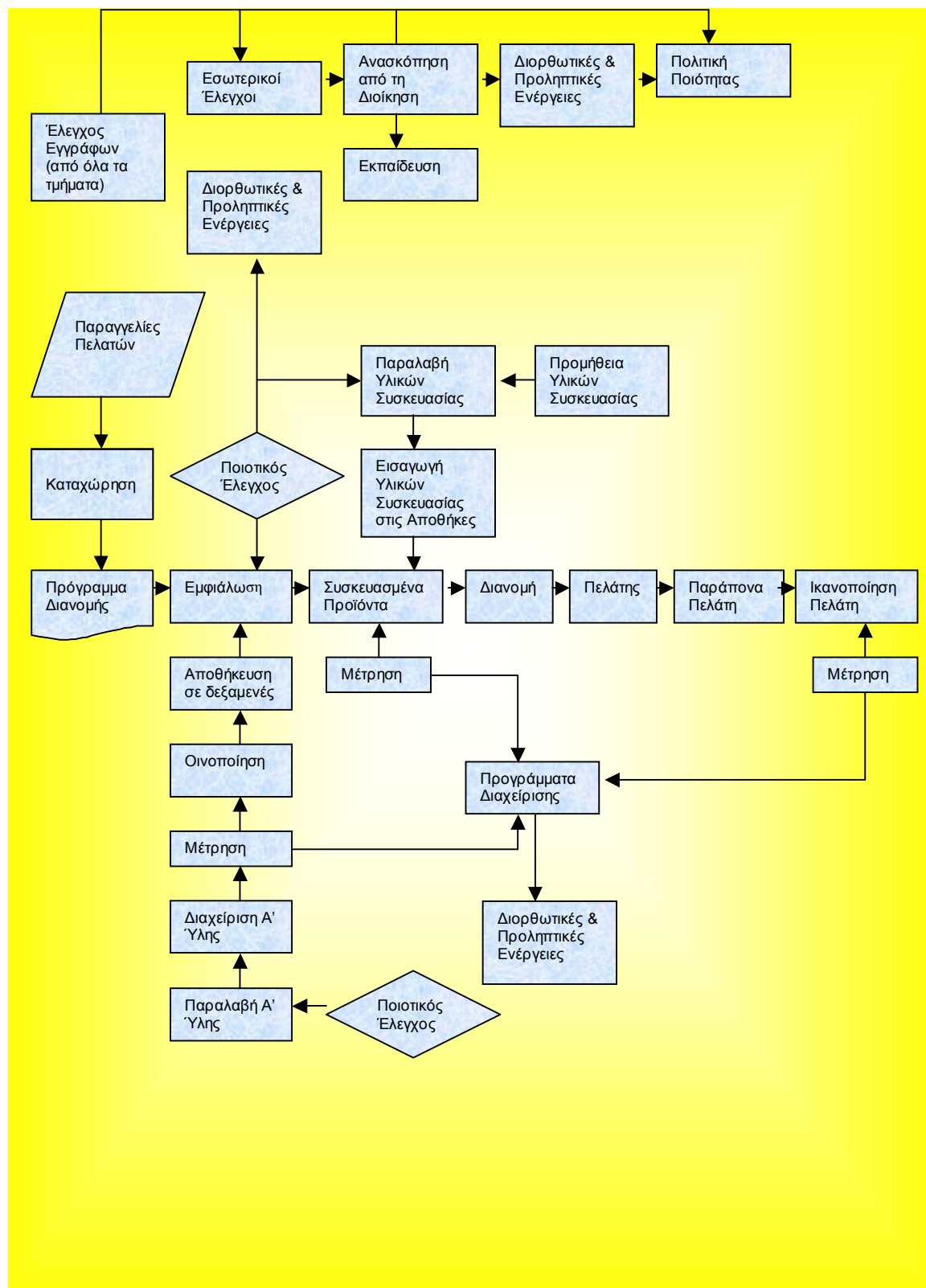
Η οργανωτική δομή συντίθεται από τις βασικές λειτουργικές περιοχές και τις κεντρικές υποστηρικτικές υπηρεσίες ή τμήματα. Η οργανωτική δομή θα είναι η πλέον κατάλληλη αφού θα εξασφαλίζει:

- ü τη σαφή κατανομή αρμοδιοτήτων και ευθυνών και τον αποτελεσματικό έλεγχο

- την ευελιξία και την προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες του περιβάλλοντος
- τον προγραμματισμό, την οργάνωση, τη διοίκηση, τον έλεγχο και τον συντονισμό κάθε νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας
- την αποδοτικότητα της λειτουργίας της εταιρίας
- τις προϋποθέσεις και τις ευκαιρίες για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού, στελεχιακού και μη, της εταιρίας.

6.2 ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΗΣ ΡΟΗΣ

Κύριο μέλημα της υπό ίδρυση μονάδας είναι η μέγιστη δυνατή ικανοποίηση των πελατών της. Στόχος της εταιρίας, προκειμένου να ικανοποιήσει τους μελλοντικούς της πελάτες είναι να προσφέρει σε αυτούς προϊόντα παραγόμενα κάτω από ελεγχόμενες συνθήκες Υγιεινής και Ασφάλειας τα οποία θα συνδυάζονται από ένα ποιοτικό πακέτο παροχής υπηρεσιών. Η διασφάλιση της ποιότητας τόσο στο παραγόμενο προϊόν όσο και στις συνοδευόμενες με αυτό υπηρεσίες είναι εφικτή με τη διενέργεια ποιοτικών ελέγχων. Η εξασφάλιση της ποιότητας του προϊόντος θα πραγματοποιηθεί με το συνδυασμό των αυτόματων ποιοτικών ελέγχων οι οποίοι θα διενεργούνται από τα μηχανήματα και τους ελέγχους όλων των εισροών (πρώτων και βοηθητικών υλών, υλικών συσκευασίας). Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών θα ελέγχεται με τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών η οποία θα πραγματοποιείται από το τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου. Στο διάγραμμα λειτουργικής ροής που ακολουθεί φαίνεται η έμφαση στους ποιοτικούς ελέγχους και η προ-σπάθεια για συνεχή βελτίωση με σκοπό την μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη.



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.2.1
Διάγραμμα Λειτουργικής Ροής

6.3 ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Παρακάτω παρατίθεται το οργανόγραμμα της νέας εταιρίας και παρουσιάζονται τα κυριότερα τμήματα της:



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.3.1
Οργανόγραμμα Εταιρίας

Οι εταιρία θα διοικείται από το Διοικητικό Συμβούλιο το οποίο θα απαρτίζεται από τους 4 μετόχους της εταιρίας. Οι 4 μέτοχοι θα είναι τοποθετημένοι στις 4 διευθυντικές θέσεις (Διευθύνων Σύμβουλος, Υπεύθυνος Διοικητικών και Οικονομικών Υπηρεσιών, Υπεύθυνος Marketing και Υπεύθυνος Παραγωγής). Το Διοικητικό Συμβού-

λιο θα λαμβάνει όλες τις αποφάσεις, θα αντιπροσωπεύει την εταιρία και θα διαχειρίζεται την περιουσία.

6.4 ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

6.4.1 Οργάνωση του Τμήματος Οικονομικών και Διοικητικών Υπηρεσιών

Η βασική αρμοδιότητα και υπευθυνότητα του τμήματος αυτού θα είναι ο σχεδιασμός, εισήγηση και εφαρμογή της οικονομικής πολιτικής της εταιρίας, καθώς και η φροντίδα για την εξασφάλιση της έγκαιρης, ασφαλούς και αξιόπιστης απεικόνισης όλων των οικονομικών της συναλλαγών.

Οι άμεσα αναφερόμενες υπηρεσίες του τμήματος αυτού είναι:

- ü Λογιστηρίου
- ü Κοστολόγησης
- ü Μηχανογράφησης
- ü Προσωπικού

Οι αρμοδιότητες του τμήματος αυτού είναι η τήρηση του λογισμικού συστήματος της εταιρίας και συνεχή βελτίωσή του, προκειμένου να εξασφαλίζεται η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των λειτουργικών αναγκών της. Ο συντονισμός των δραστηριοτήτων των συνεργατών του για την έγκαιρη και ορθή καταχώρηση των οικονομικών καταστάσεων και λοιπών αναφορών προκειμένου να εξασφαλίζεται η πιστή εφαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας και η έγκαιρη πληροφόρηση της διοίκησης της εταιρίας. Επίσης θα μεριμνά για τον έλεγχο, τους αναγκαίους υπολογισμούς και προώθηση για πληρωμή όλων των υποχρεώσεων της εταιρίας προς τους προμηθευτές, πιστωτές, εφορία κ.α. προκειμένου να εξοφλούνται αυτά εμπρόθεσμα και σύμφωνα με τους προβλεπόμενους όρους των σχετικών συμφωνιών / συμβάσεων. Θα μεριμνά για το σωστό υπολογισμό του κόστους των προϊόντων της εταιρίας ώστε να συμ-

βάλλει στη διαμόρφωση της τιμολογιακής πολιτικής, όπως αυτή χαράσσεται από την διοίκηση της εταιρίας. Τέλος μεριμνά για την σωστή εφαρ-μογή της πολιτικής προσωπικού που καθορίζεται από την διεύθυνση της εταιρίας, με σκοπό την εξυπηρέτηση των εργαζομένων, την δημιουργία καλού εργασιακού κλίματος και την διευκόλυνση της επικοινωνίας μεταξύ της διοίκησης και των εργαζομένων.

6.4.2 Οργάνωση του τμήματος Παραγωγής

§ Τμήμα Προμηθειών και Προγραμματισμού Παραγωγής

Το τμήμα παραγωγής είναι το τμήμα το οποίο θα συμβάλλει κατά μεγάλο ποσοστό στην εδραίωση του ονόματος της επιχείρησης στην αγορά. Βασικές του αρμοδιότητες θα είναι:

- Η αποτελεσματική οργάνωση, κατάλληλη να εγγυηθεί την άψογη λειτουργία των μέσων παραγωγής και την σωστή επεξεργασία του προϊόντος από το στάδιο της πρώτης ύλης μέχρι την τελική του φάση
- Η καλύτερη άσκηση των καθηκόντων που αφορούν το προσωπικό της παραγωγής
- Η δημιουργία κινήτρων για την αποδοτικότερη εργασία, επιμόρφωση και καλή συνεργασία των εργαζομένων
- Η έρευνα για την εξεύρεση προμηθευτών, η επιλογή τους και η διατήρηση επαφών με αυτούς
- Η έρευνα για την εξεύρεση εναλλακτικών λύσεων για τις προμήθειες
- Ο έλεγχος των τιμών και των ειδών των υλικών και εφοδίων που θα εισέρχονται στην επιχείρηση

§ Τμήμα Αποθήκης

Οι αρμοδιότητες του τμήματος αυτού θα είναι :

- ü Η αποθήκευση των ετοιμών γεωργικών προϊόντων καθώς και η επιμέλεια αυτών για την έγκαιρη φόρτωση και αποστολή στους πελάτες
- ü Η σωστή οργάνωση της αποθήκης της εταιρίας
- ü Η τάξη και καθαριότητα της αποθήκης
- ü Να ετοιμάσει τις προς παράδοση ποσότητες των παραγγελθέντων προϊόντων έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η ορθή και έγκαιρη ανταπόκριση στις απαιτήσεις των πελατών
- ü Να κάνει ποσοτικό έλεγχο των υλικών και εφοδίων που θα εισέρχονται στην επιχείρηση
- ü Να ενημερώνει το τμήμα ποιοτικού ελέγχου για την εισροή πρώτων υλών, υλικών και εφοδίων για τη διενέργεια ποιοτικού ελέγχου και των απαραίτητων μετρήσεων

6.4.3 Οργάνωση των πωλήσεων και των δικτύων διανομής

Το τμήμα αυτό είναι υπεύθυνο για τον καθορισμό της τιμολογιακής πολιτικής και του ελέγχου των εμπορικών δραστηριοτήτων της μονάδας. Αντικειμενικός στόχος είναι η επίτευξη σταθερής και πάντα ανοδικής πορείας των πωλήσεων, η ανάπτυξη καλής φήμης της εταιρίας και η αύξηση των πωλήσεων.

Θα έχει επίσης την πλήρη υπευθυνότητα για τα συμβαίνοντα στους χώρους ευθύνης της Διεύθυνσης φροντίζοντας για την τάξη και καθαριότητά τους και θα ευθύνεται για την γενικότερη κατάσταση διαφύλαξης των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης που αφορούν τις εμπορικές δραστηριότητες. Κύριες ευθύνες του τμήματος θα είναι :

- ü Να παρακολουθεί, συντονίζει και ελέγχει την εύρυθμη λειτουργία και συνεργασία της διεύθυνσης του με τους πελάτες, ώστε να εξασφαλίζεται η άριστη εξυπηρέτηση και τεχνική υποστήριξή τους.
- ü Να μεριμνά και να προτείνει την συνεχή εκπαίδευση των συνεργατών της για την ενημέρωση αυτών ώστε να είναι γνώστες των νέων τεχνικών και πωλήσεων της τεχνολογίας και των νέων ανταγωνιστικών αγροτικών προγραμμάτων στο εσωτερικό και εξωτερικό.
- ü Να παρακολουθεί, να εκτιμά, να αναλύει και να αποφασίζει όγκους, τιμές και όρια πιστώσεων ανά προϊόν όπως προτείνονται από τους συνεργάτες στα άλλα τμήματα έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η επαρκής κάλυψη των αναγκών των πελατών, ενώ οι όροι πώλησης να ανταποκρίνονται στις τρέχουσες συνθήκες αγοράς στο εσωτερικό και εξωτερικό.
- ü Να αναπτύσσει καλές σχέσεις με πελάτες, ανταγωνιστές και άλλους παράγοντες στην αγορά, συντελώντας στην καλή ανάπτυξη σχέσεων των υφιστάμενων του με τους πελάτες, ώστε να εξυπηρετούνται καλύτερα τα εταιρικά συμφέροντα.
- ü Να μεριμνά και να ελέγχει για την τήρηση και εφαρμογή της πιστωτικής πολιτικής της εταιρίας, προστατεύοντας στο ακέραιο τα δικαιώματά της.
- ü Να προγραμματίζει, συντονίζει και να εισηγείται ανάλογα με τις εκάστοτε διαθέσιμες ποσότητες ανά προϊόν και τύπο, την καλύτερη και αποδοτικότερη κατανομή του στην εσωτερική ή διεθνή αγορά, με τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα για την εταιρία.
- ü Να κάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες για την κάλυψη των δραστηριοτήτων marketing της επιχείρησης. Ο υπεύθυνος του συγκεκριμένου τμήματος θα φέρει την ευθύνη των σχέσεων και της συνεργασίας της επιχείρησης με πελάτες της καθώς επίσης και με τους μετόχους της. Επίσης θα φέρει την ευθύνη των σχέσεων με εξωτερικούς συνεργάτες και Υπηρεσίες.

6.4.4 Οργάνωση του τμήματος Ποιοτικού Ελέγχου και Ανάπτυξης

Στόχος του τμήματος Ποιοτικού Ελέγχου θα είναι να διασφαλιστεί η ποιότητα των προϊόντων και των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς επίσης και η ομαλή και από-

δοτική λειτουργία όλης της επιχείρησης. Αρμοδιότητες του εν λόγω τμήματος θα είναι :

- ü Ο έλεγχος όλων των αρχείων ποιότητας της επιχείρησης (Αρχεία Πελατών, Παραγωγής, Προδιαγραφών προϊόντων και υλικών, Αποθήκης, Ανασκόπησης συστήματος Διασφάλισης Ποιότητας, Τεκμηρίωσης συστήματος ποιότητας, Ελέγχου συστήματος HACCP, Εσωτερικών Ελέγχων, Καθορισμού και Επίτευξης Στόχων Ποιότητας, Διορθωτικών Ενεργειών, Κατάρτισης προσωπικού και Κατά-λογος εγκεκριμένων προμηθευτών) με σκοπό την ανασκόπηση της λειτουργίας της επιχείρησης και τον εντοπισμό προβλημάτων και λύσεων.
- ü Ο καθορισμός των προδιαγραφών των εισερχόμενων πρώτων υλών και εφοδίων
- ü Ο έλεγχος της ποιότητας των εισερχόμενων πρώτων υλών και εφοδίων
- ü Η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών και οι δημόσιες σχέσεις με τους πελάτες
- ü Ο έλεγχος της λειτουργίας των τμημάτων της επιχείρησης, η μέτρηση της αποδοτικότητας των τμημάτων και η εξεύρεση βελτιωτικών λύσεων σε περίπτωση κακής απόδοσης
- ü Η πραγματοποίηση εργαστηριακών ελέγχων με σκοπό τον έλεγχο της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος
- ü Η έρευνα με σκοπό τη δημιουργία νέων προϊόντων
- ü Η οργάνωση προγραμμάτων εκπαίδευσης

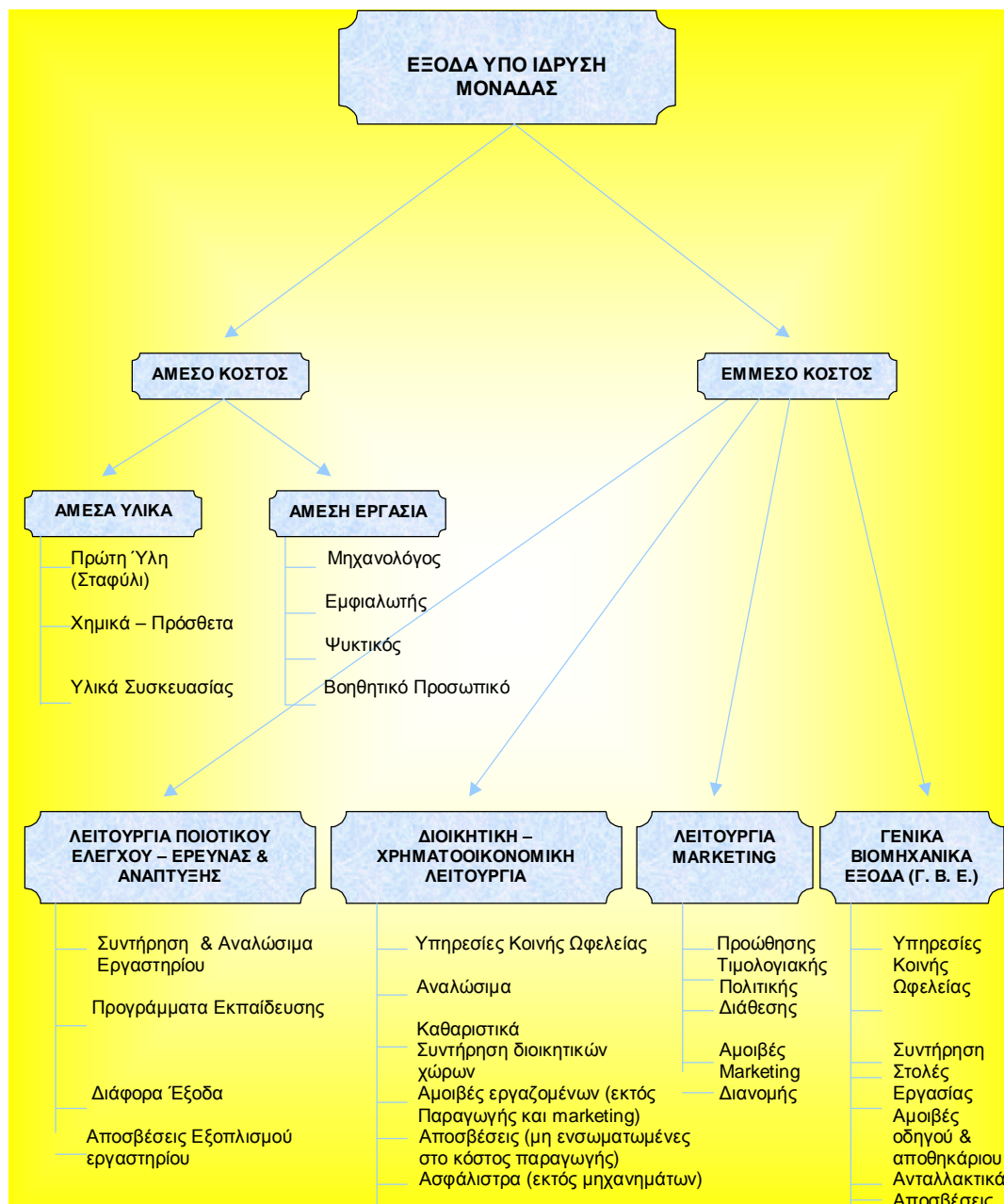
6.5 ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.5.1 Μερισμός Γενικών Εξόδων

Τα έξοδα της μονάδας κατατάσσονται σε δύο βασικές κατηγορίες:

- ü Τα άμεσα έξοδα : αυτά που σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της παραγωγής και
- ü Τα έμμεσα έξοδα τα οποία στηρίζουν τη λειτουργία του εργοστασίου και δεν σχετίζονται άμεσα με την παραγωγή

Τα άμεσα έξοδα υποδιαιρούνται σε δύο κατηγορίες τα άμεσα υλικά και την άμεση εργασία. Τα έμμεσα έξοδα ομαδοποιούνται σε κέντρα κόστους ανάλογα με τις ανάγκες και τον τρόπο λειτουργίας κάθε επιχείρησης. Στην υπό ίδρυση μονάδα τα έξοδα της επιχείρησης θα ομαδοποιηθούν (λαμβάνοντας υπόψη το προβλεπόμενο οργανόγραμμα, τον προβλεπόμενο τρόπο λειτουργίας και τις μελλοντικές ανάγκες) σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα :



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.5.1
Μερισμός Εξόδων

6.5.2 Υπολογισμός Γενικών Εξόδων

§ Γενικά Έξοδα Λειτουργίας Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης

- ü Συντήρηση Εργαστηρίου (ανταλλακτικά για μηχανήματα εργαστηρίου ή νέα εξαρτήματα): Η συντήρηση του εργαστηρίου θα υπολογιστεί από το δεύτερο έτος και έπειτα γιατί το πρώτο έτος καλύπτονται από τον προμηθευτή. Για το δεύτερο και τρίτο έτος το ετήσιο (σύμφωνα με εκτιμήσεις του προμηθευτή) κόστος συντήρησης υπολογίζεται στο 0,5% της επένδυσης και από το τέταρτο μέχρι το δέκατο έτος λειτουργίας στο 1% της επένδυσης.
- ü Το κόστος των αναλωσίμων του εργαστηρίου υπολογίζονται σε 2.070 €. (Το ποσό αυτό θα προσαυξάνεται ανάλογα με τον αναμενόμενο πληθωρισμό).
- ü Το κόστος των προγραμμάτων εκπαίδευσης φαίνεται αναλυτικά στο κεφάλαιο 7.
- ü Τα διάφορα έξοδα περιλαμβάνουν ταξίδια και συμμετοχή σε εκθέσεις με σκοπό την ενημέρωση των στελεχών για τις διεθνείς εξελίξεις σε τομείς σχετικούς με το αντικείμενό τους, συνδρομές σε ειδικά περιοδικά, κόστος για εκπόνηση μελετών και ερευνών και υπολογίζεται ετησίως στα 5.000 €.
- ü Οι ετήσιες αποσβέσεις του εξοπλισμού του εργαστηρίου (χρησιμοποιώντας σταθερή μέθοδο και το νόμιμο συντελεστή απόσβεσης 12%) είναι ίσες με 3.000€.

Στον ακόλουθο Πίνακα φαίνονται αναλυτικά τα κόστη της λειτουργίας Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης για την επόμενη πενταετία:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.1
Γενικά έξοδα Λειτουργίας Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης

| ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Συντήρηση Εργαστηρίου | 0 | 125 | 125 | 250 | 250 |
| Αναλώσιμα Εργαστηρίου | 2.070 | 2.142 | 2.217 | 2.295 | 2.375 |
| Προγράμματα Εκπαίδευσης | 934 | 939 | 953 | 972 | 1.016 |
| Διάφορα Έξοδα | 5.000 | 5.000 | 5.000 | 5.000 | 5.000 |
| Αποσβέσεις Εξοπλισμού εργαστηρίου | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 11.004 | 11.207 | 11.296 | 11.517 | 11.641 |
| σε Ευρώ | | | | | |

§ Γενικά Έξοδα Διοικητικής και Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας

- ü Το κόστος των Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας αποτελείται από το κόστος του ηλεκτρισμού, του νερού και τα τηλεφωνικά – τηλεγραφικά έξοδα. Το κόστος του ηλεκτρισμού (κόστος εκτός παραγωγής) φαίνεται αναλυτικά στον πίνακα 4.7.3.2. Το κόστος του νερού στους διοικητικούς χώρους του εργοστασίου υπολογίζεται 80 € ετησίως (με βάση το τιμολόγιο που έχει χρησιμοποιηθεί στο κεφάλαιο 4). Τέλος, τα τηλεφωνικά – τηλεγραφικά έξοδα υπολογίζονται να φτάνουν κατά μέσο όρο τα 1.242 € ετησίως (προσαυξημένα κατά το μέσο ετήσιο πληθωρισμό).
- ü Τα αναλώσιμα περιλαμβάνουν τη γραφική ύλη, τα αναλώσιμα των ηλεκτρονικών υπολογιστών και άλλα και το κόστος τους υπολογίζεται σε 621 € ετησίως προσαυξημένα κατά το μέσο ετήσιο πληθωρισμό.
- ü Το κόστος για καθαριστικά για τους διοικητικούς χώρους υπολογίζεται στο 5% του συνολικού κόστους για καθαριστικά όπως αυτά έχουν υπολογιστεί στο κεφάλαιο 4.
- ü Το κόστος της συντήρησης των διοικητικών χώρων υπολογίζεται σε 500 € ετησίως
- ü Οι αμοιβές των εργαζομένων παρατίθενται αναλυτικά στο κεφάλαιο 7 και για τη συγκεκριμένη λειτουργία είναι οι ακόλουθες:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.2
Αμοιβές Προσωπικού: Διοικητική Λειτουργία

| ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Γενικός Διευθυντής | 29.630 | 30.394 | 30.394 | 30.394 | 31.022 |
| Διευθύντρια Οικονομικών – Προσωπικού | 20.710 | 21.484 | 21.484 | 21.484 | 22.246 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης | 11.923 | 11.923 | 11.923 | 12.345 | 12.345 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απάρατοι Τ.Ε.Ι. | 12.999 | 12.999 | 12.999 | 13.459 | 13.459 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απάρατοι Α.Ε.Ι. | 13.413 | 13.413 | 13.413 | 13.887 | 13.887 |
| Θυρωρός – Φύλακας Εργοστασίου | 16.729 | 18.393 | 18.393 | 18.393 | 20.008 |
| Καθαρίστρια Εργοστασίου | 16.123 | 16.693 | 16.693 | 16.693 | 17.894 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 121.527 | 125.298 | 125.298 | 126.654 | 130.861 |

- ü Οι αποσβέσεις της διοικητικής λειτουργίας περιλαμβάνουν την απόσβεση του μέρους του κτιρίου που θα αναλογεί στους διοικητικούς χώρους (5% του συνολικού κτιρίου), του εξοπλισμού ψύξης (10% του συνολικού εξοπλισμού ψύξης –

κατάψυξης) του εξοπλισμού γραφείου, των επίπλων και του εξοπλισμού του εργαστηρίου. Αναλυτικά οι ετήσιες αποσβέσεις φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα :

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.3
Αποσβέσεις Εξοπλισμού Διοικητικής Λειτουργίας *

| ΕΙΔΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ | ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ | ΕΤΗΣΙΟ ΠΟΣΟ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ |
|---|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Κτίρια (5% συνολικών κτιρίων) | 41.450 | 0,05 | 2.073 |
| Εξοπλισμός Ψύξης (10% συνολικού) | 20.000 | 0,12 | 2.400 |
| Εξοπλισμός γραφείων και χώρων προσωπικού | 14.000 | 0,23 | 3.220 |
| Έπιπλα χώρων διοίκησης | 3.000 | 0,20 | 600 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | | 8.293 |

ü Η εταιρία θα κάνει ασφάλεια αστικής ευθύνης, πυρασφάλεια, ασφάλεια για πλημμύρες και σεισμούς. Το ετήσιο κόστος της ασφάλειας σύμφωνα με τις τιμές της αγοράς προβλέπεται να φτάσει τα 500 €

Στον ακόλουθο Πίνακα φαίνονται αναλυτικά τα κόστη της Διοικητικής – Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας για την επόμενη πενταετία:

* Οι συντελεστές απόσβεσης που έχουν χρησιμοποιηθεί είναι οι επιβαλλόμενοι από την Ελληνική Νομοθεσία και η μέθοδος απόσβεσης που χρησιμοποιήθηκε η σταθερή

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.4
Γενικά Έξοδα Διοικητικής – Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας

| ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ηλεκτρισμός | 777 | 804 | 832 | 861 | 892 |
| Νερό | 80 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| Τηλεφωνικά - Τηλεγραφικά | 1.242 | 1.285 | 1.330 | 1.377 | 1.425 |
| Αναλώσιμα | 621 | 643 | 665 | 689 | 713 |
| Καθαριστικά | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 |
| Συντήρηση Διοικητικών Χώρων | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Αμοιβές Εργαζομένων (εκτός λειτουργιών Παραγωγής & Marketing) | 121.527 | 125.298 | 125.298 | 126.654 | 130.861 |
| Αποσβέσεις μη ενσωματωμένες στο Κόστος Παραγωγής | 8.293 | 8.293 | 8.293 | 8.293 | 8.293 |
| Ασφάλιστρα | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Χρηματοοικονομικά Έξοδα | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 133.611 | 137.475 | 137.570 | 139.025 | 143.334 |
| σε Ευρώ | | | | | |

§ Γενικά Έξοδα Λειτουργίας Marketing

ü Το τμήμα Marketing θα απασχολεί συνολικά 4 εργαζόμενους. Τα καθήκοντά τους θα αναλυθούν διεξοδικά στο κεφάλαιο “Ανθρώπινοι Πόροι” (Κεφάλαιο 7). Συνεπώς ο προϋπολογισμός του τμήματος marketing επιβαρύνεται και με την αμοιβή του προσωπικού. Τα 3 από τα 4 άτομα θα αμείβονται με βασικό μισθό (Μικτά :732 € X 14 Μισθούς βάσει της συλλογικής σύμβασης εργασίας) ενώ το τέταρτο άτομο θα αμείβεται με Μικτά 1.000 € X 14 Μισθούς . Ο μισθός θα αυξάνεται με ποσοστό 3% ετησίως.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.5
Κόστος Αμοιβής Προσωπικού τμήματος Marketing

| ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Διευθυντής Marketing | 19.821 | 19.821 | 20.522 | 20.522 | 20.522 |
| Υπάλληλος Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης - Παραγγελιολήπτης | 11.923 | 11.923 | 11.923 | 12.345 | 12.345 |
| Υπάλληλος Γραφείου Απώφοιτα Τ.Ε.Ι. - Προώθηση Πωλήσεων | 12.999 | 12.999 | 12.999 | 13.459 | 13.459 |
| Υπάλληλος Γραφείου Απώφοιτα Α.Ε.Ι.- Υπεύθυνος Εξαγωγών | 13.413 | 13.413 | 13.413 | 13.887 | 13.887 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 58.156 | 58.156 | 58.857 | 60.213 | 60.213 |

Τα έξοδα της λειτουργίας Marketing έχουν υπολογιστεί αναλυτικά στο κεφάλαιο 3 και φαίνονται συνοπτικά στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.6
Γενικά Έξοδα Λειτουργίας Marketing*

| ΕΙΔΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ | ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ | | | | |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Κόστος Τιμολογιακής Πολιτικής | 503.460 | 645.586 | 671.162 | 686.886 | 719.426 |
| Κόστος Διαφήμισης - Προβολής | 68.812 | 89.904 | 98.182 | 105.045 | 121.166 |
| Κόστος Διανομής - Διάθεσης | 397.076 | 499.052 | 518.896 | 531.812 | 557.673 |
| Αμοιβές Προσωπικού Marketing | 58.156 | 58.156 | 58.857 | 60.213 | 60.213 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.027.504 | 1.292.698 | 1.347.098 | 1.383.955 | 1.458.478 |

§ Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα

- ü Το κόστος των Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας αποτελείται από το κόστος του ηλεκτρισμού και του νερού. Τα κόστη αυτά έχουν αναλυθεί στο κεφάλαιο 4. Συγκεκριμένα στον πίνακα 4.7.3.1 φαίνεται το κόστος του νερού ενώ στον πίνακα 4.7.3.2 του συνολικού ηλεκτρισμού (συμπεριλαμβανόμενου και αυτού των διοικητικών χώρων).
- ü Το κόστος των καθαριστικών ισούται με το 95% του συνολικού κόστους που αναγράφεται στον πίνακα 4.7.2.1
- ü Το κόστος της συντήρησης του μηχανολογικού εξοπλισμού χωρίζεται στο κόστος της τακτικής συντήρησης (καθημερινά στο τέλος της βάρδιας οι εργαζόμενοι της παραγωγής καθαρίζουν τα μηχανήματα για 1 ώρα), το κόστος της προβλεπτικής συντήρησης (η συντήρηση που γίνεται από το μηχανολόγο κατά τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας), το κόστος της μηχανολογικής συντήρησης (διενεργείται μία φορά το χρόνο μετά το τέλος της οινοπαραγωγής και διαρκεί 10 ημέρες), το κόστος της προληπτικής συντήρησης (2 φορές το χρόνο και διαρκεί 1 ημέρα κάθε φορά) και το κόστος της έκτακτης συντήρησης (επισκευή έκτακτων ζημιών). Ο υπολογισμός του κόστους της τακτικής, μηχανολογικής και προλη-

* Στα έξοδα της λειτουργίας Marketing του πίνακα 3.9.4.1 προστέθηκε και το κόστος της αμοιβής του προσωπικού (όπως αυτό υπολογίστηκε στο κεφάλαιο 7) που επιβαρύνει τη λειτουργία τη συγκεκριμένη λειτουργία

πτικής συντήρησης θα γίνει με βάση τα ημερομίσθια των εργαζομένων στην παραγωγή. Το κόστος της προβλεπτικής υπολογίζεται με βάση τα αναλώσιμα που χρησιμοποιούνται και έχουν ήδη συνυπολογιστεί στα γενικά έξοδα αφού το κόστος των καθαριστικών έχει υπολογιστεί. Το κόστος της έκτακτης συντήρησης θα υπολογιστεί ως ποσοστό 0,1% του κόστους των άλλων ειδών συντήρησης. Ο υπολογισμός του κόστους συντήρησης φαίνεται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.7
Υπολογισμός Κόστους Συντήρησης

| ΕΙΔΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ | ΔΙΑΡΚΕΙΑ | ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΑ ΑΝΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ | ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΑ |
|------------------------|-------------------|---|------------------------|-----------------------------------|
| Τακτική Συντήρηση | 1 ώρα καθημερινά | 37,5 | 4 | 150 |
| Μηχανολογική Συντήρηση | 10 ημέρες ετησίως | 10 | 4 | 40 |
| Προληπτική Συντήρηση | 2 ημέρες ετησίως | 2 | 4 | 8 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | 49,5 | 4 | 198 |
| Έκτακτη Συντήρηση | | 0,0495 | 4 | 0,198 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | 49,5495 | 4 | 198,198 |

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Κόστος Αμοιβών Άμεσης Εργασίας (κεφάλαιο 7) | 88.947 | 88.947 | 90.369 | 92.885 | 106.806 |
| Κόστος Συντήρησης | 14.691 | 14.691 | 14.926 | 15.341 | 17.641 |

- ü Το κόστος των στολών εργασίας φαίνεται αναλυτικά στον πίνακα 4.7.5.1
- ü Οι αμοιβές του οδηγού και του αποθηκάρου φαίνονται αναλυτικά στο κεφάλαιο 7
- ü Το κόστος των ανταλλακτικών υπολογίζεται από το 2^ο έτος και μετά γιατί πριν καλύπτεται από τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού. Το κόστος υπολογίζεται για το 2^ο και 3^ο έτος ως ποσοστό 1% επί του συνολικού κόστους της επένδυσης ενώ το 4^ο και 5^ο χρόνο ως ποσοστό 1,5%
- ü Οι αποσβέσεις της λειτουργίας παραγωγής περιλαμβάνουν την απόσβεση του μέρους του κτιρίου που θα αναλογεί στη παραγωγική διαδικασία (95% του συνολικού κτιρίου), του εξοπλισμού ψύξης (90% του συνολικού εξοπλισμού ψύξης – κατάψυξης), των εγκαταστάσεων και εξοπλισμού μεταποίησης και συσκευασίας, του συστήματος συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακα από δεξαμενές ζυμώσεως γλεύκους, των έργων διαμόρφωσης χώρου, των μεταφορικών μέ-

των εσωτερικής μεταφοράς και των λοιπών δαπανών (διαφόρων μελετών). Αναλυτικά οι ετήσιες αποσβέσεις φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα :

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.8
Αποσβέσεις ενσωματωμένες στο Κόστος Παραγωγής *

| ΕΙΔΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ | ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ | ΕΤΗΣΙΟ ΠΟΣΟ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ |
|--|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Κτίρια (95% συνολικών κτιρίων) | 787.550 | 0,05 | 39.378 |
| Εξοπλισμός Ψύξης (90% συνολικού) | 180.000 | 0,12 | 21.600 |
| Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός μεταποίησης και συσκευασίας | 890.000 | 0,12 | 106.800 |
| Σύστημα συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακος από i | 88.000 | 0,12 | 10.560 |
| Έργα διαμόρφωσης χώρων | 7.500 | 0,15 | 1.125 |
| Μεταφορικά Μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 37.500 | 0,12 | 4.500 |
| Λοιπές δαπάνες | 65.000 | 0,10 | 6.500 |
| ΣΥΝΟΛΟ σε Ευρώ | | | 190.463 |

ü Τα ασφάλιστρα του μηχανολογικού εξοπλισμού θα αρχίσουν να υπολογίζονται από τον 2^ο χρόνο (προηγουμένως πληρώνονται από τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού) και υπολογίζονται σε 1% της συνολικής επένδυσης

Στον ακόλουθο Πίνακα φαίνονται αναλυτικά τα Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.2.9
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα

| ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ηλεκτρισμός | 4.949 | 6.471 | 7.176 | 7.839 | 9.252 |
| Νερό | 2.198 | 2.873 | 3.186 | 3.481 | 4.109 |
| Καθαριστικά | 1.357 | 1.357 | 1.357 | 1.357 | 1.357 |
| Συντήρηση Χώρων Παραγωγής | 14.691 | 14.691 | 14.926 | 15.341 | 17.641 |
| Στολές Εργασίας | 892 | 892 | 892 | 892 | 991 |
| Αμοιβές Οδηγού & Αποθηκάριου | 26.361 | 26.361 | 26.361 | 27.288 | 27.288 |
| Ανταλλακτικά | 0 | 22.662 | 22.662 | 33.992 | 33.992 |
| Αποσβέσεις ενσωματωμένες στο κόστος παραγωγής | 190.463 | 190.463 | 190.463 | 190.463 | 190.463 |
| Ασφάλιστρα | 0 | 22.662 | 22.662 | 22.662 | 22.662 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 240.910 | 288.430 | 289.683 | 303.314 | 307.753 |

* Οι συντελεστές απόσβεσης που έχουν χρησιμοποιηθεί είναι οι επιβαλλόμενοι από την Ελληνική Νομοθεσία και η μέθοδος απόσβεσης που χρησιμοποιήθηκε η σταθερή

6.5.3 Συνολικά Γενικά Έξοδα

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται αναλυτικά το συνολικό κόστος των έμμεσων εξόδων της υπό ίδρυση μονάδας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.3.1
Συνολικά Γενικά Έξοδα

| ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Λειτουργία Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνα & Ανάπτυξη | 11.004 | 11.207 | 11.296 | 11.517 | 11.641 |
| Διοικητική & Χρηματοοικονομική Λειτουργία | 133.611 | 137.475 | 137.570 | 139.025 | 143.334 |
| Λειτουργία Marketing | 1.027.504 | 1.292.698 | 1.347.098 | 1.383.955 | 1.458.478 |
| Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα | 240.910 | 288.430 | 289.683 | 303.314 | 307.753 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.413.030 | 1.729.810 | 1.785.646 | 1.837.812 | 1.921.206 |
| σε Ευρώ | | | | | |

Στον ακόλουθο πίνακα διαχωρίζονται τα κόστη κάθε λειτουργίας από τις αποσβέσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5.3.2
Γενικά Έξοδα χωρίς Αποσβέσεις

| ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Λειτουργία Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνα & Ανάπτυξη | 8.004 | 8.207 | 8.296 | 8.517 | 8.641 |
| Αποσβέσεις Λειτουργίας Ποιοτικού Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 |
| Διοικητική & Χρηματοοικονομική Λειτουργία | 125.319 | 129.182 | 129.278 | 130.732 | 135.042 |
| Αποσβέσεις Διοικητικής & Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας | 8.293 | 8.293 | 8.293 | 8.293 | 8.293 |
| Λειτουργία Marketing | 1.027.504 | 1.292.698 | 1.347.098 | 1.383.955 | 1.458.478 |
| Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα | 50.448 | 97.967 | 99.220 | 112.852 | 117.291 |
| Αποσβέσεις Λειτουργίας Παραγωγής | 190.463 | 190.463 | 190.463 | 190.463 | 190.463 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΓΕΝΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ | | | | | |
| ΧΩΡΙΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ | 1.211.275 | 1.528.055 | 1.583.891 | 1.636.057 | 1.719.451 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ | 201.755 | 201.755 | 201.755 | 201.755 | 201.755 |
| ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ | 1.413.030 | 1.729.810 | 1.785.646 | 1.837.812 | 1.921.206 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VII

Ανθρώπινοι Πόροι

7.1 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ & ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ

7.1.1 Κατηγορίες Ανθρώπινων Πόρων

Οι ανθρώπινοι πόροι της υπό ίδρυση μονάδας θα διακρίνονται ανάλογα με την κατάρτιση, την εμπειρία, και την ποιοτική στάθμη της εργασίας που θα προσφέρουν ή του ρόλου που θα διαδραματίζουν σε :

- ü Διοικητικά Στελέχη (ανώτερα, μεσαία και κατώτερα)
- ü Υπαλλήλους (διαφόρων βαθμίδων και λειτουργικών ρόλων)
- ü Εργατικό Δυναμικό (ειδικευμένο, ημειδικευμένο και ανειδίκευτο)
- ü Βοηθητικό Προσωπικό

7.1.2 Προγραμματισμός Αναγκών σε Ανθρώπινους Πόρους

Με βάση το πρόγραμμα παραγωγής, το μέγεθος της υπό ίδρυση παραγωγικής μονάδας, την επιλογή τεχνολογίας (εντάσεως κεφαλαίου – αυτοματοποιημένο εργοστάσιο), την ανάλυση των αντικειμενικών σκοπών της επιχείρησης και το γενικό οργανόγραμμα εντοπίστηκαν οι ανάγκες (κατά τη λειτουργική φάση) σε ανθρώπινους πόρους οι οποίες παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα :

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1.2.1
Ανάγκες σε Ανθρώπινους Πόρους
(Κατά τη Λειτουργική Φάση)*

| ΤΜΗΜΑ | ΑΝΑΓΚΕΣ ΣΕ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ |
|---|---|
| Γενική Διεύθυνση– Ποιοτικός Έλεγχος - Έρευνα και Ανάπτυξη | 1 Γενικός Διευθυντής: Υπεύθυνος τόσο για τη γενική εποπτεία της επιχείρησης όσο και για τον ποιοτικό έλεγχο και την ανάπτυξη της εταιρίας |

* Το εργοστάσιο θα λειτουργεί 40 ώρες την εβδομάδα - πενθήμερη οχτάωρη λειτουργία

| | |
|---|---|
| | <p>1 Υπάλληλος: υπεύθυνη για τη γραμματειακή υποστήριξη της διεύθυνσης</p> <p>Βοηθητικό Προσωπικό : το εργοστάσιο θα απασχολεί 2 υπαλλήλους ως βοηθητικό προσωπικό, ένα θυρωρό και έναν υπεύθυνο για την καθαριότητα του εργοστασίου</p> |
| <p>Τμήμα Διοικητικών και Οικονομικών Υπηρεσιών</p> | <p>1 Διευθυντής : Υπεύθυνος για την ορθή χρηματοοικονομική λειτουργία, την κοστολόγηση, τη μηχανογράφηση και τη διοίκηση των ανθρώπινων πόρων</p> <p>1 Υπάλληλος : Βοηθός του Οικονομικού Διευθυντή</p> |
| <p>Τμήμα Marketing</p> | <p>1 Διευθυντής: Υπεύθυνος για τις προβλέψεις των πωλήσεων, την έρευνα αγοράς, το στρατηγικό σχεδιασμό και την ορθή λειτουργία του τμήματος</p> <p>1 Υπάλληλος: Υπεύθυνος για την παραγγελιοληψία από τους χονδρέμπορους και τη συνεργαζόμενη εταιρία logistics</p> <p>1 Υπάλληλος: Υπεύθυνος για την προώθηση των πωλήσεων και τις Δημόσιες Σχέσεις της εταιρίας</p> <p>1 Υπάλληλος: Υπεύθυνος για τις εξαγωγές της εταιρίας</p> |
| <p>Τμήμα Παραγωγής</p> | <p>1 Διευθυντής: Υπεύθυνος για την κατάρτιση του προγράμματος παραγωγής, την επιλογή προμηθευτών και τη σωστή</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>λειτουργία του τμήματος</p> <p>1 Υπάλληλος (Υπεύθυνος Προμηθειών): Υπεύθυνος για τις επαφές με τους προμηθευτές, την εξεύρεση εναλλακτικών πηγών προμηθειών και τον έλεγχο των τιμών των εισερχομένων υλικών</p> <p>1 Υπάλληλος (Υπεύθυνος Αποθήκης): Υπεύθυνος για την των αποθεμάτων, τον ποσοτικό έλεγχο των εισερχομένων υλικών και την ενημέρωση του τμήματος ποιοτικού ελέγχου για την παραλαβή υλικών</p> <p>Τεχνικό Προσωπικό : Αναγκαία για τη λειτουργία του εργοστασίου και την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας είναι η ύπαρξη τεχνικού προσωπικού και συγκεκριμένα ενός μηχανολόγου, ενός ψυκτικού, ενός εμφιαλωτή και ενός χειριστή περονοφόρων οχημάτων. Ο μηχανολόγος που θα προσληφθεί θα αναλάβει και τη διεύθυνση του τμήματος παραγωγής</p> <p>Εργάτες : από το πρώτο μέχρι το τέταρτο έτος στην παραγωγή θα απασχολούνται 3 εργάτες, το πέμπτο έτος θα προσληφθεί ένας επιπλέον εργάτης</p> |
|--|---|

Οι διευθυντικές θέσεις θα καλυφθούν από τους μετόχους της εταιρίας των οποίων τα βιογραφικά υπάρχουν στο κεφάλαιο 2. Τη Γενική Διεύθυνση, τον Ποιοτικό Έλεγχο

και την ανάπτυξη της εταιρίας θα αναλάβει ο κύριος Μιχαηλίδης Σταύρος, ο οποίος είναι χημικός μηχανικός με ειδίκευση στην Οινολογία και κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και στην Ολική Ποιότητα. Τη διεύθυνση του Marketing θα αναλάβει ο Γεωργίου Νικόλαος ο οποίος έχει αποφοιτήσει από τμήμα marketing και είναι κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στη διοίκηση επιχειρήσεων. Τη διεύθυνση του τμήματος Οικονομικών θα αναλάβει η κυρία Παπαδοπούλου Μαρία η οποία έχει αποφοιτήσει από σχολή Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής και είναι κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος στους ανθρώπινους πόρους. Τέλος, τη διεύθυνση του τμήματος παραγωγής πρόκειται να αναλάβει ο κύριος Οικονόμου Γιάννης ο οποίος είναι μηχανολόγος. Οι μέτοχοι της εταιρίας έχουν πολυετή εμπειρία η οποία αναφέρεται αναλυτικά στο κεφάλαιο 2.

Όσον αφορά τις υπόλοιπες ανάγκες σε εργαζόμενους, η κυρία Παπαδοπούλου Μαρία, η οποία θα είναι και υπεύθυνη προσωπικού, θα αναλάβει την οργάνωση όλων των απαραίτητων διαδικασιών για την προσέλκυση και στρατολόγηση του προσωπικού.

Κατά την προλειτουργική φάση θα πρέπει να προσληφθεί όσο προσωπικό σχετίζεται με τα προπαρασκευαστικά μέτρα που είναι αναγκαία για το ξεκίνημα και όσοι θα πρέπει να εκπαιδευτούν αλλά και να παρακολουθήσουν την κατασκευή των κτιρίων και την εγκατάσταση των μηχανημάτων που θα κληθούν μετά να θέσουν σε λειτουργία. Συνεπώς το διοικητικό και το τεχνικό προσωπικό θα πρέπει να έχει προσληφθεί νωρίς, ενώ λίγο πριν αρχίσει η παραγωγή θα πρέπει να προσληφθεί και το υπόλοιπο προσωπικό (εκτός από το βοηθητικό προσωπικό) προκειμένου να εκπαιδευτεί. Τα διοικητικά στελέχη είναι ήδη στη διάθεση της εταιρίας (αφού είναι οι μέτοχοι) και έχουν συμφωνήσει να αρχίσουν να αμείβονται ένα μήνα πριν την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας (όταν θα αρχίσουν να εργάζονται συστηματικά για την επιχείρηση). Ο ψυκτικός και ο εμφιαλωτής θα προσληφθούν κατά τη διάρκεια εγκατάστασης των μηχανημάτων (4 μήνες πριν την έναρξη της παραγωγής) έτσι ώστε να εκπαιδευτούν κατάλληλα (από τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού). Το υπόλοιπο προσωπικό (εκτός από το βοηθητικό προσωπικό) θα προσληφθεί προκειμένου να εκπαιδευτεί ένα μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής. Οι υπάλλη-

λοι θα εκπαιδευτούν από τα διοικητικά στελέχη ενώ οι εργάτες από το τεχνικό προσωπικό της επιχείρησης. Η προσέλκυση των εργαζομένων θα γίνει ένα μήνα πριν την ημερομηνία της επιθυμητής πρόσληψης. Οι εργαζόμενοι που θα προσληφθούν κατά τη διάρκεια της προλειτουργικής φάσης (πέρα από τα διοικητικά στελέχη) θα απασχολούνται 20 ώρες την εβδομάδα (ημιαπασχόληση) και θα αμείβονται με το μισό από τον προβλεπόμενο μισθό.

7.2 ΣΤΡΑΤΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρεται το προσωπικό που πρέπει να προσληφθεί, τα απαιτούμενα προσόντα του προσωπικού και η περίοδος κατά την οποία πρέπει να γίνει η πρόσληψη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2.1
Προσωπικό που θα προσληφθεί

| ΘΕΣΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ | ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΠΡΟΣΟΝΤΑ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΠΡΟΣΛΗΨΗΣ |
|---------------------------------------|---|--------------------------------------|
| 1 Γραμματέας Γενικής Διεύθυνσης | <ul style="list-style-type: none"> • Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση • Χρήση Η / Υ • Αγγλικά, Γερμανικά | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| Βοηθητικό Προσωπικό: 1 Καθαρίστρια | Εμπειρία στον καθαρισμό βιομηχανικών κτιρίων | Κατά την έναρξη της παραγωγής |
| Βοηθητικό Προσωπικό: 1 θυρωρός | Εμπειρία σε ανάλογη θέση | Κατά την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Βοηθός Οικονομικού Διευθυντή | <ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος Τ.Ε.Ι Λογιστικής • Χρήση Η / Υ | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Παραγγελιολήπτης | • Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |

| | | |
|--|---|---------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Χρήση Η/Υ | |
| 1 Υπεύθυνος Προώθησης Πωλήσεων | <ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης (Τ.Ε.Ι.) ή σχετικής σχολής • Χρήση Η/Υ | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Υπεύθυνος Εξαγωγών | <ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος Α.Ε.Ι. τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων • Άριστη Γνώση Γερμανικών και Αγγλικών • Χρήση Η/Υ | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Υπεύθυνος Προμηθειών | <ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος τμήματος Βιομηχανικής Διοίκησης (Α.Ε.Ι) ή σχετικής σχολής • Χειρισμός Η/Υ | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| Υπεύθυνος Αποθήκης | <ul style="list-style-type: none"> • Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση • Χρήση Η/Υ | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Ψυκτικός | <ul style="list-style-type: none"> • Τ.Ε.Ι Μηχανολόγων • 3 Χρόνια Προϋπηρεσία | 4 μήνες πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Εμφιαλωτής | <ul style="list-style-type: none"> • Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση • 3 Χρόνια Προϋπηρεσία | 4 μήνες πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 1 Χειριστής Περονοφόρων Οχημάτων | <ul style="list-style-type: none"> • Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση • 3 Χρόνια Προϋπηρεσία | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |
| 3 Εργάτες (το πέμπτο έτος θα προσληφθεί ένας επιπλέον εργάτης) | Ανειδίκευτοι Εργάτες οι οποίοι θα εκπαιδευτούν στο εργοστάσιο | 1 μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής |

Η εταιρία θα απευθυνθεί για την πρόσληψη του προσωπικού στην τοπική αγορά εργασίας. Η μονάδα θα εγκατασταθεί στη Δυτική Μακεδονία και συγκεκριμένα στο Νομό Γρεβενών (αιτιολόγηση της επιλογής του τόπου εγκατάστασης στο κεφάλαιο 8). Η Δυτική Μακεδονία έχει τον υψηλότερο δείκτη ανεργίας στην Ελλάδα. Ύστερα από επαφή με τα γραφεία του Ο.Α.Ε.Δ. της περιοχής, διαπιστώθηκε η διαθεσιμότητα των αναγκαίων κατηγοριών ανθρώπινων πόρων. Η διαδικασία προσέλκυσης θα αρχίσει ένα μήνα πριν την επιθυμητή ημερομηνία πρόσληψης και θα περιλαμβάνει τα ακόλουθα στάδια :

- Κοινοποίηση στον τύπο και στα γραφεία του Ο.Α.Ε.Δ της περιοχής της ανάγκης για πλήρωση θέσης, τα απαιτούμενα προσόντα και των αρμοδιοτήτων που θα έχει το άτομο που θα προσληφθεί
- Εξέταση έντυπης αίτησης των υποψηφίων από την υπεύθυνη προσωπικού
- Συνέντευξη Υποψηφίου στην οποία θα παρίσταται ο υποψήφιος, η υπεύθυνη προσωπικού και το σχετικό με τη θέση διευθυντικό στέλεχος
- Διενέργεια τεστ δεξιοτήτων και νοημοσύνης (αν αυτό κριθεί αναγκαίο για την επιλογή)
- Επιβεβαίωση των πληροφοριών που αφορούν το παρελθόν του υποψηφίου
- Επιλογή του κατάλληλου Υποψηφίου

7.3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Η συνεχής βελτίωση και η αύξηση της αποδοτικότητας των εργαζομένων στηρίζεται στη συστηματική εκπαίδευση τους. Πέρα από την κατάρτιση των εργαζομένων κατά την πρόσληψη, θα πραγματοποιείται και εκπαίδευση εργασίας με σκοπό την εμπέδωση των γνώσεων τους. Το κόστος των προγραμμάτων εκπαίδευσης θα υπολογιστεί με βάση τις συνολικές αμοιβές του προσωπικού. Συγκεκριμένα, από το συνολικό κόστος για όλο το χρόνο των μισθών όλων των εργαζομένων, θα υπολογιστεί μία επιπλέον ημέρα ως κόστος εκπαίδευσης. Το κόστος της εκπαίδευσης για την επόμενη πενταετία θα είναι το ακόλουθο:

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.3.1
Υπολογισμός Ετήσιου Κόστους Εκπαίδευσης

| | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Συνολικό Κόστος Εργασίας | 280.301 | 281.839 | 285.960 | 291.698 | 304.711 |
| Προγράμματα Εκπαίδευσης | 934 | 939 | 953 | 972 | 1.016 |

*Θεωρώ ότι κάθε μήνας έχει 25 εργάσιμες ημέρες και ο χρόνος έχει 300

.Η εκπαίδευση εργασίας, για τους τεχνικούς και τους υπαλλήλους, θα πραγματοποιείται τόσο από τα αρμόδια διοικητικά στελέχη όσο και από τον προμηθευτή της τεχνολογίας (για τους τεχνικούς) σε περίπτωση τεχνολογικών αλλαγών και βελτιώσεων. Οι εργάτες θα εκπαιδεύονται από τους τεχνικούς. Οι εργαζόμενοι, όταν αυτό κρίνεται αναγκαίο, θα παρακολουθούν και σεμινάρια εκτός του χώρου εργασίας τους με σκοπό τη διεύρυνση των γνώσεων τους. Τα διοικητικά στελέχη θα παρακολουθούν σεμινάρια και θα ενημερώνονται διαρκώς για τις διεθνείς εξελίξεις.

Το κόστος της αρχικής εκπαίδευσης του προσωπικού επιδοτείται εξολοκλήρου από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Εντούτοις, θα προϋπολογιστεί (στην επόμενη ενότητα), έτσι ώστε να αποφευχθούν πιθανά προβλήματα ρευστότητας. Το κόστος της κατάρτισης και προσαρμογής των εργαζομένων κατά τη πρόσληψη, θα ισούται με τη συνολική προληπτική δαπάνη για την αμοιβή προσωπικού.

7.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Στην εταιρία θα εφαρμόζονται προληπτικά μέτρα πυροπροστασίας. Οι εργαζόμενοι αμέσως μετά την πρόσληψη τους θα εκπαιδευτούν κατάλληλα έτσι ώστε να είναι σε θέση να προλαμβάνουν αλλά και να αντιμετωπίζουν ατυχήματα. Στο εργοστάσιο θα εφαρμόζονται όλες οι αρχές της ορθής βιομηχανικής πρακτικής, γεγονός το οποίο αφενός θα διασφαλίζει την ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος και αφετέρου θα συμβάλλει στην προστασία των εργαζομένων από ατυχήματα. Η διεύθυνση θα παρέχει στους εργαζόμενους στην παραγωγή, ειδικές στολές εργασίας, οι οποίες θα περιλαμβάνουν φόρμα, καπέλο και αντιολισθητικά υποδήματα οι οποίες θα προστατεύουν τους εργαζόμενους από ατυχήματα.

7.5 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Στόχος του τμήματος προσωπικού είναι να αποκτήσει επαρκώς καταρτισμένο εργατικό δυναμικό το οποίο να συνδέει τους ατομικούς με τους εταιρικούς στόχους. Αυτό, μπορεί να επιτευχθεί με την καλλιέργεια θετικού κλίματος και τη συστηματική εκπαίδευση του προσωπικού. Η καλλιέργεια θετικού κλίματος θα επιτευχθεί με οργάνωση συγκεντρώσεων των εργαζομένων και συνεχή και άμεση επαφή με τη διοίκηση. Η άμεση επαφή με τη διοίκηση είναι δυνατή λόγω του μικρού μεγέθους της μονάδας. Η διοίκηση, θα οργανώνει συγκεντρώσεις του προσωπικού στις οποίες θα συμμετέχει και η ίδια. Πέρα από τους στρατηγικούς στόχους κάθε τμήματος, θα καθορίζονται συχνά και λειτουργικοί στόχοι άμεσα επιτεύξιμοι έτσι ώστε να είναι δυνατή η μέτρηση της αποδοτικότητας κάθε τμήματος αλλά και κάθε εργαζόμενου ξεχωριστά καθώς και η λήψη βελτιωτικών μέτρων. Με αυτόν τον τρόπο θα εξασφαλιστεί η συνεχής βελτίωση της αποδοτικότητας. Σε περίπτωση που οι εργαζόμενοι δεν ανταποκρίνονται στους προκαθορισμένους στόχους και δεν κάνουν προσπάθειες βελτίωσης, θα απολύονται.

7.6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Το κόστος της εργασίας θα υπολογιστεί με βάση της ισχύουσες συλλογικές συμβάσεις εργασίας. Το κόστος της εργασίας θα επιβαρύνεται από τα έξοδα της κοινωνικής ασφάλισης και τα προβλεπόμενα επιδόματα. Οι εργαζόμενοι θα πληρώνονται μία φορά το μήνα και η αμοιβή τους θα κατατίθεται σε λογαριασμό της Εθνικής Τράπεζας μέχρι την τρίτη ημέρα του μήνα. Στον υπολογισμό του κόστους των αμοιβών λαμβάνονται υπόψη και οι άδειες που δικαιούνται οι εργαζόμενοι, γι' αυτό το λόγο υπολογίζονται 14 μισθοί ετησίως. Τα προβλεπόμενα κόστη φαίνονται στους ακόλουθους πίνακες.

§ Γενικός Διευθυντής : είναι οινολόγος οπότε θα αμειφθεί σύμφωνα με τη συλλογική σύμβαση οινολόγων όπως αυτοί ορίζονται από το Ν.1697/1987 (Π.Δ 17/18.2.2005):

Ο Γενικός Διευθυντής έχει Προϋπηρεσία 8 χρόνια τα οποία αυξάνονται κατά 2 λόγω της κατοχής μεταπτυχιακού τίτλου. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογι-

στούν η ασφάλιση (Μικτά ΙΚΑ TEAM 44,06%) και τα προβλεπόμενα επιδόματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

ü Επίδομα Γάμου : 10%

ü Επίδομα Τέκνων (5% το κάθε τέκνο) : 10%

ü Επίδομα Υπευθυνότητας : 18%

ü Επίδομα Ανθυγιεινής εργασίας (λόγω της εργασίας στο εργαστήριο) : 13%

Η συνολική επιβάρυνση από επιδόματα είναι 51%

Συνεπώς το κόστος εργασίας του γενικού διευθυντή για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.1
Κόστος Εργασίας Γενικού Διευθυντή

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑΤΑ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------|----------|------------------|-----------------|
| 1 ^ο | 1.085 | 553,35 | 478,05 | 2.116 | 29.630 |
| 2 ^ο | 1.113 | 567,63 | 490,39 | 2.171 | 30.394 |
| 3 ^ο | 1.113 | 567,63 | 490,39 | 2.171 | 30.394 |
| 4 ^ο | 1.113 | 567,63 | 490,39 | 2.171 | 30.394 |
| 5 ^ο | 1.136 | 579,36 | 500,52 | 2.216 | 31.022 |

§ Διευθύντρια Οικονομικών – Προσωπικού : με προϋπηρεσία 8 έτη η οποία αυξάνεται κατά δύο έτη λόγω της κατοχής μεταπτυχιακού τίτλου. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (Μικτά ΙΚΑ TEAM 44,06%) και τα προβλεπόμενα επιδόματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

ü Επίδομα Γάμου 10%

ü Επίδομα Πτυχίου Ανωτάτων Σχολών 18%

ü Επίδομα Διαχειριστικών Λαθών 5%

ü Επίδομα Προϊσταμένου Λογιστηρίου 10%

Η συνολική επιβάρυνση από επιδόματα είναι 43%

Συνεπώς το κόστος εργασίας της διευθύντριας οικονομικών - προσωπικού για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.2
Κόστος Εργασίας διευθύντριας οικονομικών – προσωπικού

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑΤΑ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------|----------|------------------|-----------------|
| 1 ^ο | 790,82 | 340,05 | 348,44 | 1.479 | 20.710 |
| 2 ^ο | 820,35 | 352,75 | 361,45 | 1.535 | 21.484 |
| 3 ^ο | 820,35 | 352,75 | 361,45 | 1.535 | 21.484 |
| 4 ^ο | 820,35 | 352,75 | 361,45 | 1.535 | 21.484 |
| 5 ^ο | 849,46 | 365,27 | 374,27 | 1.589 | 22.246 |

§ Διευθυντής Marketing : με προϋπηρεσία 6 έτη η οποία αυξάνεται κατά δύο έτη λόγω της κατοχής μεταπτυχιακού τίτλου. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (Μικτά ΙΚΑ TEAM 44,06%) και τα προβλεπόμενα επιδόματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

- ü Επίδομα Γάμου 10%
- ü Επίδομα Τέκνου 5%
- ü Επίδομα Πτυχίου Ανωτάτων Σχολών 18%
- ü Επίδομα Διεύθυνσης τμήματος 10%

Η συνολική επιβάρυνση από επιδόματα είναι 43%

Συνεπώς το κόστος εργασίας του διευθυντή marketing για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.3
Κόστος Εργασίας Διευθυντή Marketing

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑΤΑ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------|----------|------------------|-----------------|
| 1 ^ο | 757 | 325,45 | 333,48 | 1.416 | 19.821 |
| 2 ^ο | 757 | 325,45 | 333,48 | 1.416 | 19.821 |
| 3 ^ο | 784 | 336,96 | 345,27 | 1.466 | 20.522 |
| 4 ^ο | 784 | 336,96 | 345,27 | 1.466 | 20.522 |
| 5 ^ο | 784 | 336,96 | 345,27 | 1.466 | 20.522 |

§ **Διευθυντής Παραγωγής** : με προϋπηρεσία 4 έτη. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (Τ.Σ.Μ.Ε.Δ..Ε. 36,45%) και τα προβλεπόμενα επιδόματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

- υ Επίδομα Γάμου 10%
- υ Επίδομα Πτυχίου Ανωτάτων Σχολών 18%
- υ Επίδομα Διεύθυνσης τμήματος 10%

Η συνολική επιβάρυνση από επιδόματα είναι 38%

Συνεπώς το κόστος εργασίας του διευθυντή παραγωγής για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.4
Κόστος Εργασίας Διευθυντή Παραγωγής

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑΤΑ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------|----------|------------------|-----------------|
| 1 ^ο | 699 | 265,49 | 254,66 | 1.219 | 17.063 |
| 2 ^ο | 699 | 265,49 | 254,66 | 1.219 | 17.063 |
| 3 ^ο | 757 | 287,61 | 275,88 | 1.320 | 18.485 |
| 4 ^ο | 757 | 287,61 | 275,88 | 1.320 | 18.485 |
| 5 ^ο | 757 | 287,61 | 275,88 | 1.320 | 18.485 |

§ 3 Υπάλληλοι Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης : χωρίς προϋπηρεσία. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (Μικτά ΙΚΑ TEAM 44,06%) :

Συνεπώς το κόστος εργασίας των υπαλλήλων γραφείου δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.5
Κόστος Εργασίας Υπαλλήλων Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ | ΣΥΝΟΛΟ 3 ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ 3 ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|----------|--------|------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 ^ο | 591 | 260,47 | 852 | 2.555 | 35.769 |
| 2 ^ο | 591 | 260,47 | 852 | 2.555 | 35.769 |
| 3 ^ο | 591 | 260,47 | 852 | 2.555 | 35.769 |
| 4 ^ο | 612 | 269,68 | 882 | 2.645 | 37.034 |
| 5 ^ο | 612 | 269,68 | 882 | 2.645 | 37.034 |

§ 2 Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Τ.Ε.Ι. : χωρίς προϋπηρεσία. . Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (Μικτά ΙΚΑ TEAM 44,06%) :

Συνεπώς το κόστος εργασίας των υπαλλήλων γραφείου (απόφοιτων Τ.Ε.Ι) για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.6
Κόστος Εργασίας Υπαλλήλων Απόφοιτων Τ.Ε.Ι.

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΤΕΙ (13%) | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ | ΣΥΝΟΛΟ 2 ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ 2 ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------------------------------|----------|--------|------------------------------------|-----------------------------------|
| 1 ^ο | 591 | 76,85 | 260,47 | 929 | 1.857 | 25.998 |
| 2 ^ο | 591 | 76,85 | 260,47 | 929 | 1.857 | 25.998 |
| 3 ^ο | 591 | 76,85 | 260,47 | 929 | 1.857 | 25.998 |
| 4 ^ο | 612 | 79,57 | 269,68 | 961 | 1.923 | 26.918 |
| 5 ^ο | 612 | 79,57 | 269,68 | 961 | 1.923 | 26.918 |

§ 2 Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Α.Ε.Ι. : χωρίς προϋπηρεσία. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (Μικτά ΙΚΑ TEAM 44,06%) :

Συνεπώς το κόστος εργασίας των υπαλλήλων γραφείου (απόφοιτων Α.Ε.Ι.) για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.7
Κόστος Εργασίας Υπαλλήλων Απόφοιτων Α.Ε.Ι.

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ | | ΣΥΝΟΛΟ | ΣΥΝΟΛΟ 2 ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ 2 ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-------------------|----------|--------|------------------------------|-----------------------------|
| | | ΑΕΙ (18%) | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | | | |
| 1 ^ο | 591 | 106,41 | 260,47 | 958 | 1.916 | 26.826 |
| 2 ^ο | 591 | 106,41 | 260,47 | 958 | 1.916 | 26.826 |
| 3 ^ο | 591 | 106,41 | 260,47 | 958 | 1.916 | 26.826 |
| 4 ^ο | 612 | 110,18 | 269,68 | 992 | 1.984 | 27.774 |
| 5 ^ο | 612 | 110,18 | 269,68 | 992 | 1.984 | 27.774 |

§ Θυρωρός – Φύλακας Εργοστασίου : με 1 χρόνο προϋπηρεσία. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (BAPEA – TEAM Ειδικού Κινδύνου 50,66%) και τα προβλεπόμενα επιδόματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

ü Επίδομα Γάμου 10%

ü Επίδομα Επικίνδυνης Εργασίας 10%

Η συνολική επιβάρυνση από επιδόματα είναι 20%

Συνεπώς το κόστος εργασίας του θυρωρού – φύλακα του εργοστασίου(ο οποίος θα απασχολείται σε βραδινή βάρδια) για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.8
Κόστος Εργασίας Θυρωρού – Φύλακα εργοστασίου

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑΤΑ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------|----------|---------------------|--------------------|
| 1 ^ο | 700 | 140,04 | 354,72 | 1.195 | 16.729 |
| 2 ^ο | 700 | 140,04 | 354,72 | 1.195 | 16.729 |
| 3 ^ο | 770 | 153,96 | 389,99 | 1.314 | 18.393 |
| 4 ^ο | 770 | 153,96 | 389,99 | 1.314 | 18.393 |
| 5 ^ο | 770 | 153,96 | 389,99 | 1.314 | 18.393 |

§ Καθαρίστρια Εργοστασίου : με 1 χρόνο προϋπηρεσία. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (ΒΑΡΕΑ – TEAM Ειδικού Κινδύνου 50,66%) και τα προβλεπόμενα επιδόματα τα οποία είναι τα ακόλουθα:

ü Επίδομα Γάμου 10%

ü Επίδομα Ανθυγιεινής Εργασίας 6%

Η συνολική επιβάρυνση από επιδόματα είναι 16%

Συνεπώς το κόστος εργασίας της καθαρίστριας του εργοστασίου για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.9
Κόστος Εργασίας Καθαρίστριας εργοστασίου

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑΤΑ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-----------|----------|---------------------|--------------------|
| 1 ^ο | 691 | 110,56 | 350,06 | 1.152 | 16.123 |
| 2 ^ο | 691 | 110,56 | 350,06 | 1.152 | 16.123 |
| 3 ^ο | 715 | 114,47 | 362,44 | 1.192 | 16.693 |
| 4 ^ο | 715 | 114,47 | 362,44 | 1.192 | 16.693 |
| 5 ^ο | 715 | 114,47 | 362,44 | 1.192 | 16.693 |

§ 2 Εργατοτεχνίτες (εμφιαλωτής και χειριστής οχημάτων) δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης : με προϋπηρεσία 3 χρόνια. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (ΒΑΡΕΑ – TEAM Ε.Κ): 50,66%

Συνεπώς το κόστος εργασίας των 2 εργατοτεχνιτών για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.10
Κόστος Εργασίας Εργατοτεχνιτών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ | ΣΥΝΟΛΟ | |
|----------------|----------------|----------|--------|----------------------------|---------------------------|
| | | | | 2 ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΩΝ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | 2 ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΩΝ (ΕΤΗΣΙΟ) |
| 1 ^ο | 685 | 346,77 | 1.031 | 2.063 | 28.875 |
| 2 ^ο | 685 | 346,77 | 1.031 | 2.063 | 28.875 |
| 3 ^ο | 685 | 346,77 | 1.031 | 2.063 | 28.875 |
| 4 ^ο | 708 | 358,90 | 1.067 | 2.135 | 29.886 |
| 5 ^ο | 708 | 358,90 | 1.067 | 2.135 | 29.886 |

§ 1 Εργατοτεχνίτης (ψυκτικός) απόφοιτος Τ.Ε.Ι. : με προϋπηρεσία 3 χρόνια. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (ΒΑΡΕΑ – TEAM Ε.Κ): 50,66%

Συνεπώς το κόστος εργασίας του ψυκτικού για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.11
Κόστος Εργασίας Ψυκτικού

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΕΠΙΔΟΜΑ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ | | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ | ΣΥΝΟΛΟ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|-------------------|--|----------|--------|-----------------|
| | | ΤΕΙ (13%) | | | | |
| 1 ^ο | 685 | 88,99 | | 346,77 | 1.120 | 15.684 |
| 2 ^ο | 685 | 88,99 | | 346,77 | 1.120 | 15.684 |
| 3 ^ο | 685 | 88,99 | | 346,77 | 1.120 | 15.684 |
| 4 ^ο | 708 | 92,10 | | 358,90 | 1.159 | 16.232 |
| 5 ^ο | 708 | 92,10 | | 358,90 | 1.159 | 16.232 |

§ 3 Εργάτες και από τον Πέμπτο χρόνο 4: ανειδίκευτοι. Επί του Βασικού Μισθού θα υπολογιστούν η ασφάλιση (ΒΑΡΕΑ – TEAM Ε.Κ):50,66%

Συνεπώς το κόστος εργασίας των ανειδίκευτων εργατών για την επόμενη πενταετία φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.6.12
Κόστος Ανειδίκευτων Εργατών

| ΕΤΗ | ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ | ΑΣΦΑΛΙΣΗ | ΣΥΝΟΛΟ | ΣΥΝΟΛΟ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΡΓΑΤΕΣ (ΜΗΝΙΑΙΟ) | ΣΥΝΟΛΟ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΡΓΑΤΕΣ (ΕΤΗΣΙΟ) |
|----------------|----------------|----------|--------|---|--|
| 1 ^ο | 660 | 334,36 | 994 | 2.983 | 41.763 |
| 2 ^ο | 660 | 334,36 | 994 | 2.983 | 41.763 |
| 3 ^ο | 660 | 334,36 | 994 | 2.983 | 41.763 |
| 4 ^ο | 683 | 346,06 | 1.029 | 3.087 | 43.225 |
| 5 ^ο | 683 | 346,06 | 1.029 | 3.087 | |
| | 660 | 334,36 | 994 | 994 | |
| | | | | 4.082 | 57.146 |

7.7 ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στον Πίνακα που ακολουθεί φαίνεται το συνοπτικά το ετήσιο προϋπολογιστικό κόστος εργασίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.7.1
Ετήσιο Προϋπολογιστικό Κόστος Εργασίας

| ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Γενικός Διευθυντής | 29.630 | 30.394 | 30.394 | 30.394 | 31.022 |
| Διευθύντρια Οικονομικών – Προσωπικού | 20.710 | 21.484 | 21.484 | 21.484 | 22.246 |
| Διευθυντής Marketing | 19.821 | 19.821 | 20.522 | 20.522 | 20.522 |
| Διευθυντής Παραγωγής | 17.063 | 17.063 | 18.485 | 18.485 | 18.485 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης | 35.769 | 35.769 | 35.769 | 37.034 | 37.034 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Τ.Ε.Ι. | 25.998 | 25.998 | 25.998 | 26.918 | 26.918 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Α.Ε.Ι. | 26.826 | 26.826 | 26.826 | 27.774 | 27.774 |
| Θυρωρός – Φύλακας Εργοστασίου | 16.729 | 16.729 | 18.393 | 18.393 | 18.393 |
| Καθαρίστρια Εργοστασίου | 16.123 | 16.123 | 16.693 | 16.693 | 16.693 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - εμφιαλωτής | 14.438 | 14.438 | 14.438 | 14.943 | 14.943 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - οδηγός | 14.438 | 14.438 | 14.438 | 14.943 | 14.943 |
| Εργατοτεχνίτης απόφοιτος Τ.Ε.Ι. - ψυκτικός | 15.684 | 15.684 | 15.684 | 16.232 | 16.232 |
| Εργάτες | 41.763 | 41.763 | 41.763 | 43.225 | 57.146 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 294.992 | 296.530 | 300.886 | 307.040 | 322.351 |

Στον ακόλουθο πίνακα γίνεται διαχωρισμός τους άμεσου και του έμμεσου κόστους εργασίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.7.2
Άμεσο και Έμμεσο Κόστος Εργασίας

| ΑΜΕΣΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | | | | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Διευθυντής Παραγωγής - μηχανολόγος | 17.063 | 17.063 | 18.485 | 18.485 | 18.485 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - εμφιαλωτής | 14.438 | 14.438 | 14.438 | 14.943 | 14.943 |
| Εργατοτεχνίτης απόφοιτος Τ.Ε.Ι. - ψυκτικός | 15.684 | 15.684 | 15.684 | 16.232 | 16.232 |
| Εργάτες | 41.763 | 41.763 | 41.763 | 43.225 | 57.146 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 88.947 | 88.947 | 90.369 | 92.885 | 106.806 |
| ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ | | | | | |
| (αναλυτικός υπολογισμός κεφάλαιο 6) | 14.691 | 14.691 | 14.926 | 15.341 | 17.641 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 74.256 | 74.256 | 75.443 | 77.544 | 89.166 |
| ΕΜΜΕΣΟ ΚΟΣΤΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | | | | | |
| ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| Γενικός Διευθυντής | 29.630 | 30.394 | 30.394 | 30.394 | 31.022 |
| Διευθύντρια Οικονομικών – Προσωπικού | 20.710 | 21.484 | 21.484 | 21.484 | 22.246 |
| Διευθυντής Marketing | 19.821 | 19.821 | 20.522 | 20.522 | 20.522 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης | 35.769 | 35.769 | 35.769 | 37.034 | 37.034 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Τ.Ε.Ι. | 25.998 | 25.998 | 25.998 | 26.918 | 26.918 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Α.Ε.Ι. | 26.826 | 26.826 | 26.826 | 27.774 | 27.774 |
| Θυρωρός – Φύλακας Εργοστασίου | 16.729 | 16.729 | 18.393 | 18.393 | 18.393 |
| Καθαρίστρια Εργοστασίου | 16.123 | 16.123 | 16.693 | 16.693 | 16.693 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - οδηγός | 14.438 | 14.438 | 14.438 | 14.943 | 14.943 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 206.045 | 207.583 | 210.517 | 214.155 | 215.545 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ VIII

Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης, Περιβάλλον

8.1 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΣΕ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στο κεφάλαιο 3, πρωταρχικός στόχος της εταιρίας είναι η παραγωγή προϊόντος υψηλής ποιότητας συνοδευόμενο από ποιοτική παροχή υπηρεσιών. Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος αυτός είναι αναγκαία:

- ü Η εξασφάλιση εξαιρετικά ποιοτικής πρώτης ύλης : σταφύλια συγκεκριμένων ποικιλιών ιδιαίτερα ποιοτικών και δημοφιλών διεθνώς
- ü Η συστηματική διενέργεια ποιοτικού έλεγχου της πρώτης ύλης, της παραγωγικής διαδικασίας και γενικά όλων των διεργασιών που θα λαμβάνουν χώρα στη μονάδα
- ü Η πρόσληψη ικανών διοικητικών στελεχών

Οι ποικιλίες σταφυλιών που πρόκειται να χρησιμοποιηθούν, όπως αυτές έχουν μελετηθεί από το τμήμα marketing, στην Ελλάδα ευδοκιμούν στα Δωδεκάνησα, στην Κρήτη και στη Μακεδονία. Το εργοστάσιο πρέπει να εγκατασταθεί κοντά στην περιοχή που θα παράγεται η πρώτη ύλη έτσι ώστε να είναι δυνατός ο συστηματικός ποιοτικός έλεγχος της. Ο έλεγχος της παραγωγικής διαδικασίας θα πραγματοποιείται από τα αυτοματοποιημένα μηχανήματα που έχουν ήδη επιλεγθεί (κεφάλαιο 5), ενώ ο έλεγχος των υπόλοιπων διεργασιών θα διενεργείται συστηματικά χάρη στην εφαρμογή όλων των αρχών του ISO 9001 και την αποτελεσματική εσωτερική οργάνωση (κεφάλαιο 6). Τα διοικητικά στελέχη της εταιρίας έχουν ήδη επιλεγθεί, είναι κατάλληλα από άποψη εκπαίδευσης και εμπειρίας και ταυτίζονται με τους μέτοχους της εταιρίας. Οι μέτοχοι είναι διατεθειμένοι να εγκατασταθούν σε οποιαδήποτε περιοχή της Ελλάδας εξαιρουμένης της νησιωτικής προκειμένου να λειτουργήσει αποδοτικά η επιχείρηση που πρόκειται να ιδρύσουν. Συνεπώς, η εταιρία θα εγκατασταθεί στη Μακεδονία. Όσον αφορά τις ανάγκες στο υπόλοιπο εργατικό δυναμικό, είναι δυνατόν να ικανοποιηθούν σε οποιοδήποτε αστικό κέντρο. Η περιοχή εγκατάστασης που θα επιλεγθεί θα πρέπει να βρίσκεται κοντά στην εθνική οδό έτσι ώστε να υπάρχει άμεση πρόσβαση τόσο από προμηθευτές όσο και από πελάτες. Το κτίριο έχει υπολογιστεί σύμφωνα με μελέτες που έχουν γίνει από τον πολιτικό μηχανικό σε συνεργασία με τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού πρέπει να έχει

έκταση τουλάχιστον 6.000 m² (κεφάλαιο 5). Η επένδυση είναι χαμηλής περιβαλλοντικής όχλησης με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν απαγορεύσεις και ειδικοί περιορισμοί ως προς το χώρο εγκατάστασής της. Τέλος, η εταιρία πρέπει να εγκατασταθεί κοντά σε αστικό κέντρο έτσι ώστε να εγκατασταθούν εκεί τα διοικητικά στελέχη και να αντληθούν από εκεί οι υπόλοιποι ανθρώπινοι πόροι.

8.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σύμφωνα με την οδηγία 85/337 της Ε.Ο.Κ (παραρτήματα I, II και III) τα εργοστάσια παραγωγής οίνου είναι χαμηλής περιβαλλοντικής όχλησης και δεν είναι αναγκαία η διενέργεια περιβαλλοντικής μελέτης. Ωστόσο, πρόκειται να εφαρμοστεί πολιτική ελαχιστοποίησης αποβλήτων με στόχο την εκμηδένιση της περιβαλλοντικής όχλησης. Συγκεκριμένα, έχει προβλεφθεί (όπως έχει αναφερθεί στο κεφάλαιο 5) η αγορά και εγκατάσταση συστήματος συλλογής και εγκατάστασης διοξειδίου του άνθρακος από τις δεξαμενές ζυμώσεως γλεύκους το οποίο θα οδηγεί το διοξείδιο του άνθρακα στη μονάδα ανακτήσεως και έπειτα στη συσκευή καθαρισμού αερίων από όπου θα απαλλάσσεται από ακαθαρσίες και έπειτα θα συμπιέζεται και θα διοχετεύεται σε ένα φίλτρο άνθρακος και τελικά σε ένα φίλτρο αποσμήσεως. Το καθαρό πλέον αέριο θα χρησιμεύει στην παραγωγική διαδικασία.

Επιπρόσθετα, όλες οι δευτερεύουσες ύλες πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για λίπασμα. Τα νερά πλυσίματος δεξαμενών και γενικών χρήσεων θα διατίθενται σε σύστημα σηπτικής δεξαμενής και απορροφητικών βόθρων. Τα αστικά απορρίμματα θα περισυλλέγονται από την υπηρεσία καθαριότητας του δήμου στον οποίο θα εγκατασταθεί η μονάδα. Η υλοποίηση των παραπάνω δραστηριοτήτων θα εκμηδενίσουν την περιβαλλοντική όχληση της υπό ίδρυση μονάδας.

Τέλος, για να υπάρχει η μικρότερη δυνατή επίπτωση στο περιβάλλον εκτός της οργάνωσης και εφαρμογής ενός προγράμματος ελαχιστοποίησης αποβλήτων η επιχείρηση όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο θα προχωρήσει στην υιοθέτηση Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά ISO 14001:1996. Η εταιρία

θα πιστοποιηθεί – μετά από δύο χρόνια λειτουργίας ώστε να ενταχθεί στο Μέτρο 2.5 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» και να επιδοτηθεί- για την εφαρμογή του ISO 14001:1996 το οποίο είναι διεθνώς αναγνωρισμένο.

8.3 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΤΟΠΟΙ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ

Η βασική συνιστώσα που θα ληφθεί υπόψη για την επιλογή του τόπου εγκατάστασης είναι η διαθεσιμότητα της ποιοτικής πρώτης ύλης γιατί σε αυτή βασίζεται η βιωσιμότητα όλου του σχεδίου, Στην περιοχή της Μακεδονίας, οι ποικιλίες σταφυλιού που προτίθεται η εταιρία να χρησιμοποιήσει (σύμφωνα με τη στρατηγική που έχει αναλυθεί στο κεφάλαιο 3), ευδοκούν κυρίως στη Χαλκιδική, στη Φλώρινα και στα Γρεβενά (σύμφωνα με στοιχεία της ICAP). Συνεπώς, θα γίνει επιλογή του τόπου εγκατάστασης ανάμεσα σε αυτές τις περιοχές λαμβάνοντας υπόψη και τη συνδρομή και άλλων καθοριστικών για τη λειτουργία της επιχείρησης παραγόντων. Πριν να αναλυθούν οι υπόλοιποι παράγοντες πρέπει να αναφερθεί ότι οι αμπελώνες στην περιοχή της Χαλκιδικής είναι σχετικά γερασμένοι με αποτέλεσμα οι αποδοτικότητά τους να μειώνεται σταδιακά. Επιπρόσθετα, το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής χρησιμοποιείται από τους κυριότερους ανταγωνιστές του κλάδου γεγονός που δυσκολεύει την εγκατάσταση στη συγκεκριμένη περιοχή.

Άλλος σημαντικός παράγοντας ο οποίος θα επηρεάσει την περιοχή εγκατάστασης είναι ο βαθμός αποδοχής του σχεδίου από τους κατοίκους. Το εργοστάσιο θα πρέπει να εγκατασταθεί σε περιοχή που να μην επηρεάζει αρνητικά την ζωή των κατοίκων της περιοχής και να μη επιδρά αρνητικά στην αισθητική της περιοχής. Τόσο στη Φλώρινα όσο και στα Γρεβενά υπάρχουν περιοχές κατά μήκος του εθνικού οδικού δικτύου στις οποίες η εγκατάσταση βιοτεχνιών και βιομηχανιών είναι συνήθης και δεν παρατηρείται αντίδραση των κατοίκων της περιοχής. Αντιθέτως, η πιθανότητα εγκατάστασης βιοτεχνικής ή βιομηχανικής μονάδας αντιμετωπίζεται θετικά λόγω του ιδιαίτερα υψηλού δείκτη ανεργίας των περιοχών αυτών. Όσον αφορά τη Χαλκιδική, κατά μήκος του εθνικού δικτύου Θεσσαλονίκης – Χαλκιδικής και σε απόσταση τουλάχιστον δέκα χιλιομέτρων από τους δήμους η εγκατάσταση βιομηχανιών είναι συνήθης. Οι κάτοικοι της περιοχής της Χαλκιδικής, προτιμούν οι βιομηχανίες να εγκα-

θίστανται μακριά από τους δήμους λόγω της πιθανής τουριστικής και περιβαλλοντικής υποβάθμισης της περιοχής.

Η ύπαρξη κατάλληλου εργατικού δυναμικού κοντά στην περιοχή εγκατάστασης επηρεάζει κατά μεγάλο ποσοστό την επιλογή της τοποθεσίας. Τα διοικητικά στελέχη, όπως έχει ήδη αναφερθεί, έχουν ήδη επιλεγθεί και είναι διατεθειμένα να εγκατασταθούν σε οποιαδήποτε από τις παραπάνω περιοχές. Οι απαιτήσεις για το υπόλοιπο ανθρώπινο δυναμικό δεν είναι ιδιαίτερα εξειδικευμένες και με βάση τα στοιχεία που έχουν ληφθεί από τα τοπικά γραφεία του Ο.Α.Ε.Δ το απαιτούμενο εργατικό δυναμικό είναι διαθέσιμο και στις τρεις περιοχές.

Το εργοστάσιο καλό είναι να βρίσκεται κοντά σε αγορά η οποία να μην είναι κορεσμένη, έτσι ώστε να είναι δυνατή με το κατάλληλο marketing η εκμετάλλευση και της τοπικής αγοράς. Τόσο στο Νομό Φλώρινας όσο και στο Νομό Χαλκιδικής, έχουν ήδη εγκατασταθεί άλλα εργοστάσια παραγωγής οίνου. Στο Νομό Γρεβενών δεν υπάρχει εργοστάσιο αυτής της κατηγορίας παρά την εντατική καλλιέργεια σταφυλιού.

Η ύπαρξη τεχνικής υποδομής για την εγκατάσταση βιομηχανικής μονάδας σε μια περιοχή αποτελεί ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα επιλογής τόπου εγκατάστασης, γιατί στην περίπτωση που δεν υπάρχει η κατάλληλη υποδομή το κόστος εγκατάστασης διογκώνεται. Στους εξεταζόμενους Νομούς υπάρχει τεχνική υποδομή και δυνατότητα σύνδεσης τόσο με το δίκτυο Δ.Ε.Η. όσο και με το τοπικό δίκτυο Ύδρευσης και Αποχέτευσης. Στην περιοχή της Χαλκιδικής, λόγω του μεγάλου αριθμού των εγκατεστημένων μονάδων επί της εθνικής οδού η τεχνική υποδομή είναι καλύτερη. Ωστόσο, στην περιοχή των Γρεβενών, μετά την ίδρυση του Κέντρου Υποδοχής Επενδυτών και της Αναπτυξιακής Νομού Γρεβενών Α.Ε., οι διαδικασίες για την εγκατάσταση βιομηχανιών στην περιοχή έχουν επιταχυνθεί και η ύπαρξη τεχνικής υποδομής επί της εθνικής οδού (περιοχή συνήθους εγκατάστασης) έχει εξασφαλιστεί.

Άλλος ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να συνυπολογιστεί για την επιλογή του τόπου εγκατάστασης είναι η ύπαρξη κινήτρων για επενδύσεις. Τόσο ο Νομός

Γρεβενών όσο και ο Νομός Φλωρίνης εντάσσονται στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας η οποία με βάση τον Αναπτυξιακό Νόμο 3299/2004 όπως αυτός δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 261 / ΤΕΥΧΟΣ Α΄ / 23-12-2004 δικαιούται επενδυτικά κίνητρα. Λαμβάνοντας υπόψη τα χρηματοδοτικά προγράμματα που είναι σε ισχύ και το συνολικό επενδυτικό κόστος επιλέχθηκε ως καταλληλότερο μέτρο ο Αναπτυξιακός Νόμος. Ο Νομός Χαλκιδικής δεν εντάσσεται στον Αναπτυξιακό Νόμο, ενώ οι Νομοί Φλώρινας και Γρεβενών εντάσσονται και απολαμβάνουν επιπλέον επιδότηση ως μειονεκτικές και ορεινές Περιοχές.

Τόσο στο Νομό Γρεβενών όσο και στο Νομό Φλωρίνης θα επιτευχθεί ικανοποιητικό αναπτυξιακό αποτέλεσμα αφού η λειτουργία της επιχείρησης θα συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας. Επιπρόσθετα, όσον αφορά το Νομό Γρεβενών, η εγκατάσταση εργοστασίου παραγωγής οίνου στην περιοχή, θα ωφελήσει ιδιαίτερα τους τοπικούς παραγωγού σταφυλιού (δεν υπάρχει άλλο εργοστάσιο παραγωγής οίνου στο Νομό), αφού θα υπογράψουν συμβόλαια για την προμήθεια πρώτης ύλης στο εργοστάσιο και το εργοστάσιο θα δίνει προτεραιότητα στους τοπικούς παραγωγούς. Πολιτική της υπό ίδρυση μονάδας είναι η ποιότητα της πρώτης ύλης η οποία θα εξασφαλιστεί με την προσωπική σχέση με τους παραγωγούς, την επίβλεψη της παραγωγής τους και τα ευνοϊκά συμβόλαια.

Τέλος, άλλος ένας παράγοντας που θα ληφθεί υπόψη για την επιλογή του τόπου εγκατάστασης είναι το κλίμα. Στη Χαλκιδική το κλίμα είναι ιδιαίτερα ζεστό τους θερινούς μήνες με αποτέλεσμα να αυξάνονται τα κόστη για τη διατήρηση της κατάλληλης θερμοκρασίας συντήρησης του τελικού προϊόντος. Όσον αφορά το Νομό Φλώρινας και το Νομό Γρεβενών, εντοπίζονται χαμηλότερες θερμοκρασίες τόσο τους θερινούς όσο και τους χειμερινούς μήνες. Στη Φλώρινα εντοπίζονται ακραία καιρικά φαινόμενα κατά τη διάρκεια του χειμώνα και πολύ χαμηλές θερμοκρασίες γεγονός που μπορεί να επιδράσει αρνητικά τις καλλιέργειες, να δυσχεράνει τις μεταφορές και να αυξήσει το κόστος τους και να μειώσει την παραγωγικότητα του εργατικού δυναμικού.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, το Διοικητικό Συμβούλιο της υπό ίδρυση μονάδας (4 μέτοχοι), στάθμισαν και βαθμολόγησαν του υποψήφιους τόπους εγκατάστασης. Η στάθμιση και βαθμολόγηση η οποία έχει ως αποτέλεσμα την επιλογή του τόπου εγκατάστασης φαίνεται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3.1
Πίνακας Σταθμίσεως και Βαθμολογήσεως διαφόρων τόπων Εγκατάστασης

| ΟΜΑΔΑ ΕΠΙΣΤΗ | ΑΠΩΔΟΗ | | | | | | | ΣΥΝΟΛΟ | |
|---------------------------|----------------|------------------------|---------------------|----------------------|--------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------|
| | ΠΡΟΣΕΣ ΥΛΕΣ | ΣΧΕΔΙΟΛΟΓΟ ΚΑΤΟΙΚΟΣ | ΕΓΓΡΑΦΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ | ΓΕΙΤΝΑΣΙΑ ΜΕΛΕΤΡΑ | ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΩΔΟΜΗ | ΚΙΝΗΤΡΑΓΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΣ | ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ | ΚΙΝΗΜΑ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ | ΣΤΑΘΜΩΜΕΝΕΣ |
| ΠΕΡΙΟΧΗ: ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ | | | | | | | | | |
| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ | | | | | | | | | |
| ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ | 30 | 15 | 10 | 15 | 10 | 10 | 5 | 5 | 100 |
| Α ΜΕΛΟΣ | 8=240 | 5=75 | 8=80 | 5=75 | 9=90 | 0=0 | 5=25 | 6=30 | 615 |
| Β ΜΕΛΟΣ | 7=210 | 4=60 | 8=80 | 4=60 | 10=100 | 0=0 | 6=30 | 6=30 | 570 |
| Γ ΜΕΛΟΣ | 7=210 | 4=60 | 8=80 | 4=60 | 9=90 | 0=0 | 7=35 | 6=30 | 565 |
| Δ ΜΕΛΟΣ | 8=240 | 3=45 | 8=80 | 3=45 | 9=90 | 0=0 | 6=30 | 6=30 | 560 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | | | | | | | | 2310 |
| ΔΙΑ4 | | | | | | | | | 578 |
| ΠΕΡΙΟΧΗ: ΦΛΩΡΙΝΑ | | | | | | | | | |
| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ | | | | | | | | | |
| ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ | 30 | 15 | 10 | 15 | 10 | 10 | 5 | 5 | 100 |
| Α ΜΕΛΟΣ | 9=270 | 8=120 | 9=90 | 4=60 | 7=70 | 9=90 | 7=35 | 5=25 | 760 |
| Β ΜΕΛΟΣ | 9=270 | 9=135 | 10=100 | 4=60 | 7=70 | 9=90 | 8=40 | 5=25 | 790 |
| Γ ΜΕΛΟΣ | 9=270 | 9=135 | 10=100 | 3=45 | 8=80 | 9=90 | 8=40 | 5=25 | 785 |
| Δ ΜΕΛΟΣ | 8=270 | 9=135 | 10=100 | 4=60 | 7=70 | 9=90 | 8=40 | 5=25 | 790 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | | | | | | | | 3125 |
| ΔΙΑ4 | | | | | | | | | 781 |
| ΠΕΡΙΟΧΗ: ΓΡΕΒΕΝΑ | | | | | | | | | |
| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ | | | | | | | | | |
| ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ | 30 | 15 | 10 | 15 | 10 | 10 | 5 | 5 | 100 |
| Α ΜΕΛΟΣ | 9=270 | 8=120 | 9=90 | 8=120 | 8=80 | 9=90 | 8=40 | 8=40 | 860 |
| Β ΜΕΛΟΣ | 9=270 | 9=135 | 10=100 | 8=120 | 8=80 | 9=90 | 8=40 | 7=35 | 870 |
| Γ ΜΕΛΟΣ | 10=300 | 9=135 | 10=100 | 9=135 | 8=80 | 9=90 | 9=45 | 8=40 | 925 |
| Δ ΜΕΛΟΣ | 9=270 | 9=135 | 10=100 | 9=135 | 7=70 | 9=90 | 9=45 | 8=40 | 865 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | | | | | | | | 3530 |
| ΔΙΑ4 | | | | | | | | | 883 |

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, η υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να εγκατασταθεί στο Νομό Γρεβενών. Πέρα των βασικών θετικών χαρακτηριστικών που συγκεντρώνει αυτή η περιοχή, τα οποία επηρέασαν την επιλογή του τόπου εγκατάστασης, αξίζει να σημειωθεί ότι η θέση του Νομού Γρεβενών θα διευκολύνει τις συναλλαγές της εταιρίας τόσο με την Αθήνα όσο και με τη Θεσσαλονίκη αφού βρίσκεται ανάμεσα στα δύο αστικά κέντρα. Για αυτό το λόγο, η εταιρία θα είναι σε θέση να επι-

λέξει προμηθευτές και από τις δύο πόλεις χωρίς περιορισμούς. Η θέση του Νομού Γρεβενών φαίνεται στον ακόλουθο χάρτη.

ΧΑΡΤΗΣ 8.3.1
Θέση Νομού Γρεβενών



8.4 Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ (ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ)

Το Οικόπεδο που θα επιλεγθεί θα πρέπει να είναι κοντά σε αστικό κέντρο. Η εταιρία θα εγκατασταθεί λοιπόν κοντά στο μεγαλύτερο αστικό κέντρο του Νομού που είναι η πόλη των Γρεβενών. Μετά από έρευνα αγοράς και λαμβάνοντας υπόψη τις συνήθεις πρακτικές της περιοχής, αποφασίστηκε το Οικόπεδο να βρίσκεται επί της Εθνικής Οδού Γρεβενών – Κοζάνης μεταξύ 2^{ου} και 5^{ου} χιλιομέτρου (στο ύψος του Καλαμιτσίου). Η περιοχή αυτή συνδέεται με το κέντρο της πόλης των Γρεβενών με αστικές συγκοινωνίες. Σύμφωνα με στοιχεία της Αναπτυξιακής Εταιρίας Γρεβενών, στην περιοχή δραστηριοποιούνται οι περισσότερες βιομηχανικές και βιοτεχνικές μονάδες του Νομού, με αποτέλεσμα η εγκατάσταση μίας νέας μονάδας να μην προσβάλλει την αισθητική της περιοχής και να μην υπάρχει περίπτωση να προκαλέσει αντιδράσεις από τους κατοίκους (εφόσον πληροί όλες τις απαιτούμενες από το νόμο προδιαγραφές για τη λειτουργία της). Στην περιοχή εντοπίστηκαν 3 οικόπεδα προς πώληση κατάλληλα για βιομηχανική χρήση με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά :

§ Οικόπεδο 1 : στο 4ο χιλιόμετρο Γρεβενών – Κοζάνης

- ü Έκταση 7.000 m²
- ü Σύνδεση με αστικές συγκοινωνίες
- ü Εφαπτόμενο στην Εθνική Οδό
- ü Σύνδεση με επιχείρηση παροχής ηλεκτρισμού και νερού
- ü Κόστος 3,6€/m²

§ Οικόπεδο 2: στο 2ο χιλιόμετρο Γρεβενών – Κοζάνης

- ü Έκταση 6.200 m²
- ü Σύνδεση με αστικές συγκοινωνίες
- ü Εφαπτόμενο στην Εθνική Οδό
- ü Σύνδεση με επιχείρηση παροχής ηλεκτρισμού και νερού
- ü Κόστος 3,815€/m²

§ Στο Καλαμίτσι

- ü Έκταση 6.100 m²
- ü Πάροδος της Εθνικής Οδού
- ü Σύνδεση με επιχείρηση παροχής ηλεκτρισμού και νερού
- ü Κόστος 3,8 €/m²

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία και ορίζοντας συντελεστή στάθμισης ανάλογα με το πόσο σημαντικό είναι το κάθε χαρακτηριστικό βαθμολογήθηκαν τα παραπάνω οικόπεδα και επιλέχθηκε το κατάλληλο. Όταν κάποιο Οικόπεδο πληροί κάποια προδιαγραφή παίρνει βαθμό “10” ενώ όταν δεν την πληροί “0”. Στην περίπτωση του κόστους, με 10 βαθμολογήθηκε το φθηνότερο και 8 το ακριβότερο. Όσον αφορά το τρίτο οικόπεδο, πήρε βαθμό 9 στο τρίτο χαρακτηριστικό : “εφαπτόμενο στην εθνική οδό” γιατί βρίσκεται σε πάροδο. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα αποτελέσματα της βαθμολόγησης των Οικοπέδων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.4.1
Πίνακας Σταθμίσεως και Βαθμολογήσεως διαφόρων οικοπέδων

| ΟΜΑΔΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ | ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΑΣΤΙΚΕΣ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΕΣ | ΕΦΑΠΤΟΜΕΝΟ ΣΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΔΟ | ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΝΕΡΟ / ΗΛΕΚΤΡΙΣΜΟ | ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΑΘΜΙΣΜΕΝΗΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑΣ |
|--------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ | 40 | 15 | 35 | 100 |
| ΟΙΚΟΠΕΔΟ 1 | 8=320 | 10=150 | 10=350 | 920 |
| ΟΙΚΟΠΕΔΟ 2 | 9=360 | 10=150 | 10=350 | 960 |
| ΟΙΚΟΠΕΔΟ 3 | 10=400 | 0=0 | 9=315 | 815 |

Με βάση τα στοιχεία του πίνακα θα επιλεγεί το δεύτερο οικόπεδο για αγορά. Το παραπάνω οικόπεδο είναι κατάλληλο να καλύψει τη σημερινή και αναπτυξιακή ανάγκη της εταιρίας για ανέγερση βιοτεχνικού κτιρίου παρασκευής οίνου καθώς βρίσκεται εκτός σχεδίου πόλεως και είναι άρτιο και οικοδομήσιμο βάσει των όρων και περιορισμών δόμησης. Δεν υπάρχει αντίρρηση από αρχαιολογικής νομοθεσίας για την ανέγερση του κτιρίου. Τέλος, έχει εγκριθεί η μελέτη διαθέσεως λυμάτων για το αποχετευτικό σύστημα.

Ιδιοκτήτης του Οικοπέδου είναι ο κύριος Ζουγιαννίδης Χαράλαμπος με τον οποίο έχουν γίνει οι απαραίτητες επαφές και προκαταρκτικές συμφωνίες. Η υπό ίδρυση μονάδα έχει πραγματοποιήσει τις απαραίτητες μελέτες εδάφους και ειδικών κινδύνων (με ανάθεση σε αρμόδια εταιρία). Τα πορίσματα των μελετών ήταν θετικά για την εγκατάσταση βιομηχανικής μονάδας στην περιοχή και το κόστος τους έφτασε τα 4.000€ (Το κόστος της εδαφολογικής μελέτης λαμβάνεται υπόψη στο κεφάλαιο ΙΧ). Ο παρακάτω χάρτης απεικονίζει την περιοχή που πρόκειται να εγκατασταθεί η νέα μονάδα. Το μαύρο βέλος δείχνει το σημείο που βρίσκεται το Οικόπεδο.

ΧΑΡΤΗΣ 8.4.1
Θέση Οικοπέδου



8.5 ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ – ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα προγράμματα χρηματοδοτήσεων που είναι σε ισχύ, τη φύση της εταιρίας και του προϊόντος που πρόκειται παράγεται και το μέγεθος της επένδυσης, επιλέχθηκε ως καταλληλότερη λύση η χρηματοδότηση της επένδυσης μέσω του Νέου Αναπτυξιακού Νόμου: 3299/23.12.04. (Τα Αναπτυξιακά Προγράμματα ή το Πρόγραμμα Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου έχουν περιορισμούς ως προς το μέγεθος της επένδυσης και τον τόπο εγκατάστασης που δεν ικανοποιούν της ανάγκες της υπό ίδρυση μονάδας). Στόχοι του Νόμου αυτού είναι: η συμβολή στην επίτευξη των στόχων της περιφερειακής ανάπτυξης, η αύξηση των θέσεων απασχόλησης, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, η αναδιάρθρωση τομέων και κλάδων της παραγωγής, η αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών στον ελληνικό και τον ευρύτερο διεθνή χώρο και η συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος και την εξοικονόμηση ενέργειας. Τα είδη ενισχύσεων που παρέχει εναλλακτικά ο Νόμος είναι: επιχορήγηση ή και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης, φορολογική απαλλαγή ή επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης. Για την εφαρμογή των διατάξεων του νόμου η Επικράτεια κατανέμεται σε τέσσερις περιοχές: ΠΕΡΙΟΧΗ Α', ΠΕΡΙΟΧΗ Β', ΠΕΡΙΟΧΗ Γ' και ΠΕΡΙΟΧΗ Δ' (Δ1, Δ2, Δ3) και οι τομείς της οικονομικής δραστηριότητας κατανέμονται σε 5 τομείς. Συγκεκριμένα ο Νομός Γρεβενών κατατάσσεται στην Περιοχή Δ1 και το εργοστάσιο παραγωγής οίνου, όσον αφορά την οικονομική δραστηριότητα, στην ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 1 – Μεταποίηση. Οι παρεχόμενες από το Νόμο επιχορηγήσεις επιδοτήσεις (με βάση τον τόπο εγκατάστασης και την οικονομική δραστηριότητα) φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.5.1
Επιχορηγήσεις – Επιδοτήσεις Αναπτυξιακού Νόμου

| ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ | ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ |
|---|--------------------------------|
| Επιχορήγηση ή Επιδότηση leasing | 35% + 5%(νεοϊδρυόμενοι φορείς) |
| Φορολογική Απαλλαγή | 100% |
| Επιχορήγηση Κόστους Δημιουργούμενης Απαχόλησης | 40% |

Με βάση την οδηγία 75/268 και την τροποποίηση της με την οδηγία 185/148 ο Νόμος Γρεβενών κατατάσσεται στις “Μειονεκτικές και Ορεινές Περιοχές” με αποτέλεσμα να απολαμβάνει επιπλέον χρηματοδότηση. Συγκεκριμένα, το επιπλέον ποσοστό χρηματοδότησης είναι 15% επί του κόστους της επένδυσης. Με βάση τον αναπτυξιακό νόμο, το συνολικό ποσοστό επιχορήγησης – επιδότησης δεν πρέπει να ξεπερνάει το 55% του κόστους της επένδυσης. Σύμφωνα με το νόμο, επιλέξιμες δαπάνες προς επιδότηση είναι όλες που έχουν σχέση με τη δημιουργία της μονάδας εκτός από την αγορά του οικοπέδου (ανέγερση κτιρίου, μηχανολογικός εξοπλισμός, διάφορες μελέτες).

Με ομόφωνη απόφαση των μετόχων αποφασίστηκε να επιλεγθεί από τις εναλλακτικές λύσεις που προτείνει ο Νόμος η επιχορήγηση. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός πρόκειται να αγοραστεί, γιατί ύστερα από ανάλυση που έχει ήδη γίνει από τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού η επιλογή της αγοράς είναι περισσότερο συμφέρουσα από την απόκτηση με leasing. Η μονάδα θα είναι εντά-σεως κεφαλαίου (θα στηρίζεται στην αυτοματοποίηση), συνεπώς η επιχορήγηση κρίνεται περισσότερο συμφέρουσα από την επιδότηση των δημιουργούμενων θέσεων απασχόλησης. Τέλος, στην Ελλάδα, οι φορολογικοί συντελεστές για τις Ανώνυμες Εταιρίες τείνουν να μειώνονται με σκοπό την προσέλκυση νέων επενδυτών και τη δημιουργία ευνοϊκού επιχειρηματικού κλίματος, συνεπώς περισσότερο συμφέρουσα από τις προτεινόμενες εναλλακτικές λύσεις που προτείνει ο Αναπτυξιακός Νόμος είναι η επιχορήγηση. Τα ποσά της επιχορήγησης θα αναλυθούν στο κεφάλαιο 10.

8.6 ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ

Η αξία του Οικοπέδου που επιλέχθηκε να αγοραστεί είναι 23.653€. Το οικόπεδο θα πρέπει να μεταβιβαστεί στην εταιρία και έτσι η εταιρία θα επιβαρυνθεί με φόρο μεταβίβασης (9% επί της αντικειμενικής αξίας όταν αυτή είναι μικρότερη από 14.673€ και 11% όταν αυτή υπερβαίνει το προαναφερόμενο ποσό). Επιπλέον η εταιρία θα επιβαρυνθεί με νομικά έξοδα (1% επί της αντικειμενικής αξίας) και συμβο-

λαιογραφικά έξοδα (1% επί της αντικειμενικής αξίας). Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται το συνολικό κόστος από την αγορά του οικοπέδου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.6.1
Κόστος Απόκτησης Οικοπέδου

| ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ | ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ ΣΕ ΕΥΡΩ |
|--------------------------|---------------------------|
| Αγορά Οικοπέδου | 23.653 |
| Φόρος Μεταβίβασης | 2.602 |
| Νομικά Έξοδα | 237 |
| Συμβολαιογραφικά Έξοδα | 237 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 26.728 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΧ

Προγραμματισμός & Προϋπολογισμός Εκτελέσεως του Έργου

9.1 ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να οριστούν και να πραγματοποιηθούν όλες οι εκτός και εντός εργοστασίου εργασίες που είναι αναγκαίες για να φέρουν το επενδυτικό σχέδιο από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας στο στάδιο της λειτουργίας. Με αυτό τον τρόπο θα καταρτιστεί ένα χρονοδιάγραμμα σύμφωνα με το οποίο θα ενεργήσει η ομάδα επίβλεψης του έργου προκειμένου να αρχίσει η λειτουργία της επιχείρησης. Επιπρόσθετα, θα οριστούν και τα κόστη των αντίστοιχων δραστηριοτήτων που θα πραγματοποιηθούν στην προεπενδυτική περίοδο.

Μεταξύ του χρόνου λήψεως της απόφασεως για την επένδυση και του πραγματικού χρόνου ενάρξεως της παραγωγής μπορεί να διαρρεύσει σημαντικό χρονικό διάστημα. Η περίοδος αυτή περιλαμβάνει τις ακόλουθες κύριες δραστηριότητες :

- ü Προγραμματισμός Χρηματοδότησης
- ü Σύσταση της Ομάδας Εκτελέσεως του Έργου
- ü Σύσταση της Εταιρίας & Νομικές Απαιτήσεις
- ü Απόκτηση Γηπέδων
- ü Κατασκευή & Εγκατάσταση
- ü Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια και ανάθεση κατασκευής των μηχανολογικών
- ü Απόκτηση & Μεταφορά Τεχνολογίας
- ü Διαχείριση του επενδυτικού σχεδίου και Οργάνωση
- ü Προμήθεια Υλικών & Υπηρεσιών & Marketing πριν την παραγωγή
- ü Έναρξη & πλήρης παραγωγή μονάδας

9.2 ΣΤΑΔΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η εταιρία προγραμματίζεται να μπει στην κανονική διαδικασία λειτουργίας και παραγωγής το Σεπτέμβριο του 2007. Η πρώτη χρήση θα είναι υπερδωδεκάμηνη (θα διαρκέσει από 01/03/06 – 31/12/07) ενώ οι επόμενες χρήσεις της θα είναι δωδεκάμηνες και θα ξεκινούν και θα τελειώνουν με την έναρξη και το τέλος κάθε έτους. Η λειτουργία της εταιρίας θα ξεκινήσει με τη συλλογή της πρώτης ύλης (01/09/07 – 20/09/07). Ύστερα από τη συλλογή της πρώτης ύλης θα ξεκινήσει η παραγωγή στις 21 Σεπτεμβρίου του 2007. Η παραγωγή θα προορίζεται για ικανοποίηση της ζήτησης του επόμενου χρόνου (Ιανουάριος – Δεκέμβριος 2008).

9.2.1 Προεπενδυτικές Μελέτες

Προκειμένου να σχεδιαστεί και να οργανωθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο η λειτουργία της υπό ίδρυση μονάδας διενεργήθηκαν μία σειρά από προεπενδυτικές μελέτες.

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται αναλυτικά το κόστος των προεπενδυτικών – προλειτουργικών μελετών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.1.1
Κόστος Προεπενδυτικών – Προλειτουργικών Μελετών

| ΕΙΔΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ € |
|--|--------------------|
| Οικονομοτεχνική Μελέτη | 8.000 |
| Διαχείριση Έργου Μελέτης και Εγκατάστασης Εργοστασίου (Project Management) | 40.000 |
| Μελέτες ISO, HACCP | 30.000 |
| Μελέτη Εδάφους και Ειδικών Κινδύνων | 4.000 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 82.000 |

9.2.2. Προγραμματισμός Χρηματοδότησης

Η Χρηματοδότηση της Εταιρίας θα γίνει με :

- Εισφορά Μετοχικού Κεφαλαίου σε χρήμα από τους μετόχους στις 01/03/06 (κεφάλαιο 2).
- Επιδότηση από το Κράτος ποσοστού 55% του συνολικού κόστους της επένδυσης (εκτός από το κόστος του Οικοπέδου το οποίο δεν θεωρείται επιλέξιμη δαπάνη). Η παραλαβή 1/3 του συνολικού ποσού της κρατικής επιχορήγησης θα γίνει κατά τη διάρκεια της περιόδου 01/03/06-30/04/06 (έχει προηγηθεί υποβολή αίτησης και ένταξη της επένδυσης στον αναπτυξιακό νόμο). Τα υπόλοιπα 2/3 θα παραληφθούν μετά το πέρας της κατασκευαστικής περιόδου (1/3) και την εγκατάσταση των μηχανημάτων (1/3).

9.2.3 Σύσταση της Ομάδας Εκτελέσεως του Έργου

Η Ομάδα Εκτέλεσης του Έργου θα αποτελείται από τους μετόχους. Οι μέτοχοι ανάλογα με τη φάση εκτέλεσης του έργου θα υποβοηθούνται από κατάλληλους συνεργάτες τους οποίους έχουν ήδη επιλέξει (εταιρία εγκατάστασης μηχανολογικού εξοπλισμού, πολιτικό μηχανικό). Οι εν λόγω συνεργασίες θα καλύπτονται από συμβόλαια τα οποία θα υπογραφούν την περίοδο μεταξύ 01/03/06 – 30/04/06. Κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου θα υπογραφούν και κάποια ιδιωτικά συμφωνητικά με τους προμηθευτές που έχουν ήδη επιλεγεί και την εταιρία logistics. Οι μέτοχοι έχουν τις απαραίτητες γνώσεις έτσι ώστε να επιβλέψουν το Έργο. Συνεπώς, η επίβλεψη δεν επιβαρύνει την επένδυση με επιπλέον κόστη αφού οι Ιδιοκτήτες θα λάβουν μερίσματα από τα κέρδη της επιχείρησης όταν αυτή αρχίσει να λειτουργεί. Τα κόστη από την επίβλεψη των ειδικών συνεργατών συμπεριλαμβάνονται στο κόστος του μηχανολογικού εξοπλισμού και της ανέγερσης του κτιρίου (κεφάλαιο 5).

9.2.4. Σύσταση της Εταιρίας, Νομικές Απαιτήσεις & Λήψη Αδειών

Εφόσον αρχίζουμε μία νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, η σύσταση νέας εταιρίας είναι απαραίτητη. Θα πρέπει να γίνει σύσταση του καταστατικού της εταιρίας, δημοσίευση στην εφημερίδα της Κυβέρνησης (ΦΕΚ), εγγραφή της Εταιρίας στο Μη-τρώο Ανωνύμων Εταιριών καθώς και έναρξη της εταιρίας στην Εφορία Γρεβενών (Νόμος 2190 περί Ανωνύμων Εταιριών). Σε αυτό το στάδιο θα γίνει λήψη άδειας για τον τόπο εγκατάστασής, καθώς και άδειες για τη ρύθμιση των βιομηχανικών από-βλήτων. Απαραίτητες σε αυτό το στάδιο είναι οι Υπηρεσίες ενός Νομικού Συμβούλου έτσι ώστε να γίνουν όλες οι απαιτούμενες διαδικασίες σε σχετικά περιορισμένο χρονικό διάστημα. Τόσο η λήψη των αδειών όσο και η μεταβίβαση του Οικοπέδου καθώς και κάθε γραφειοκρατική υποχρέωση που επιβάλλεται για την έναρξη της εταιρίας αναμένεται να πραγματοποιηθεί μέσα σε χρονικό διάστημα 2 μηνών (01/03/06-30/04/06). Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται αναλυτικά το κόστος των προληπτικών δαπανών για τη σύσταση της εταιρίας, τις νομικές απαιτήσεις και τη λήψη αδειών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.4.1
Προληπτικό Κόστος Σύστασης της Εταιρίας *

| ΕΙΔΟΣ ΔΑΠΑΝΗΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ ΕΥΡΩ |
|---------------------------------|-----------------------|
| Συμβολαιογράφος | 30.512 |
| Νομικός Σύμβουλος | 15.256 |
| Δημοσιεύσεις σε Φ.Ε.Κ. | 824 |
| Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου | 15.256 |
| Πιστοποίηση Καταβολής Κεφαλαίου | 544 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 62.393 |

9.2.5. Απόκτηση Γηπέδων

Η απόκτηση του Οικοπέδου θα γίνει με αγορά (όπως έχει ήδη αναλυθεί στο κεφάλαιο 8). Κατόπιν θα πρέπει να γίνει Μεταβίβαση του Οικοπέδου καθώς επίσης και να πληρωθεί ο Φόρος Μεταβίβασης στην Αρμόδια Εφορία. Οι παραπάνω διαδι-

* Ο συμβολαιογράφος αμείβεται με ποσοστό 2% επί του μετοχικού κεφαλαίου, ο νομικός σύμβουλος αμείβεται με ποσοστό 1% επί του μετοχικού κεφαλαίου και ο φόρος συγκέντρωσης κεφαλαίου αντιστοιχεί στο 1% του μετοχικού κεφαλαίου. Τα έξοδα Δημοσίευσης και Πιστοποίησης Καταβολής Κεφαλαίου είναι πάντα σταθερά (ανεξάρτητα του ύψους του μετοχικού κεφαλαίου).

κασίες πρόκειται να πραγματοποιηθούν κατά την περίοδο 01/03/06-30/04/06. Το κόστος για την απόκτηση του γηπέδου φαίνεται αναλυτικά στον πίνακα 8.6.1 και αποτελεί μέρος του κόστους της επένδυσης.

9.2.6. Κατασκευή & Εγκατάσταση

Η κατασκευαστική περίοδος αναμένεται να διαρκέσει 6 μήνες. Πρόκειται να αρχίσει στις 01/05/06 και να τελειώσει στις 31/10/06.

Μετά το πέρας της κατασκευαστικής περιόδου αναμένεται να ληφθεί το 1/3 της κρατικής επιχορήγησης (31/10/06).

9.2.7 Λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια και ανάθεση κατασκευής των μηχανολογικών

Σε αυτό το στάδιο (01/11/06 – 30/11/06) ο διευθυντής παραγωγής σε συνεργασία με τον προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού που έχει επιλεγθεί θα κάνουν επανεξέταση της αγοράς της τεχνολογίας και θα λάβουν τις τελικές αποφάσεις για το μηχανολογικό εξοπλισμό της μονάδας. Στη συνέχεια, ο προμηθευτής του μηχανολογικού εξοπλισμού θα κάνει τα λεπτομερή μηχανολογικά σχέδια και θα έρθει σε επαφή με τους Οίκους παραγωγής του επιλεγμένου μηχανολογικού εξοπλισμού με τους οποίους συνεργάζεται. Οι διαδικασίες αυτές αναμένεται ότι θα διαρκέσουν ένα μήνα.

9.2.8 Απόκτηση & Μεταφορά Τεχνολογίας

Σε αυτό το στάδιο θα επιλυθούν όλα τα νομικά θέματα που σχετίζονται με τη μεταφορά της τεχνολογίας. Όσον αφορά τη μεταφορά της τεχνογνωσίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο προμηθευτής με συμφωνία που έχει ήδη υπογραφεί είναι υπεύθυνος για την εκπαίδευση των εργαζομένων.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι σύμφωνα με τη σύμβαση που θα υπογραφεί τα έξοδα μεταφοράς, εγκατάστασης, φόρων και δασμών των μηχανημάτων επιβαρύνουν τον προμηθευτή.

Η μεταφορά και εγκατάσταση των μηχανημάτων στο χώρο του εργοστασίου θα διαρκέσει 6 μήνες και θα αρχίσει στις 01/12/06.

Μετά το πέρας της εγκατάστασης των μηχανημάτων αναμένεται να ληφθεί το 1/3 της κρατικής επιχορήγησης (31/05/07).

9.2.9 Διαχείριση του επενδυτικού σχεδίου και Οργάνωση

Τη διαχείριση του έργου έχουν ήδη αναλάβει οι μέτοχοι οι οποίοι έχουν προαναφερθεί και οι οποίοι θα αποτελέσουν τον πυρήνα για τη διοίκηση της παραγωγικής μονάδας που θα δημιουργηθεί. Οι μέτοχοι που έχουν προαναφερθεί είναι επαρκώς καταρτισμένοι για τις θέσεις που πρόκειται να υποστηρίξουν με αποτέλεσμα να μην κρίνεται αναγκαία η εκπαίδευση τους. Οι μέτοχοι θα αρχίσουν να πληρώνονται ένα μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής (01/08/07) με μισό μισθό (θα θεωρηθεί ότι το συγκεκριμένο μήνα θα ημιαπασχολούνται).

Επιπρόσθετα, κρίνεται αναγκαία η πρόσληψη του προσωπικού (εκτός από το βοηθητικό προσωπικό) πριν την έναρξη λειτουργίας έτσι ώστε να είναι ομαλή η ένταξη τους στην επιχείρηση. Το προσωπικό θα πρέπει να εκπαιδευτεί κατάλληλα πριν από την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης ώστε να μην παρουσιασθούν αδυναμίες κατά τους πρώτους μήνες λειτουργίας.

Συγκεκριμένα, 2 εργαζόμενοι (ψυκτικός και εμφιαλωτής) θα προσληφθούν 4 μήνες πριν την έναρξη της παραγωγής (01/05/07) και οι διαδικασίες προσέλκυσης και επιλογής τους θα διαρκέσουν 1 μήνα και θα ξεκινήσουν από της 01/04/07. Οι υπόλοιποι εργαζόμενοι, εκτός από το βοηθητικό προσωπικό (καθαρίστρια και θυρωρός) θα

προσληφθούν ένα μήνα πριν την έναρξη της παραγωγής (01/08/07) και οι διαδικασίες προσέλκυσης και επιλογής τους θα διαρκέσουν 1 μήνα και θα ξεκινήσουν από της 01/07/07. Κατά τη διάρκεια της προλειτουργικής περιόδου οι εργαζόμενοι θα ημιαπασχολούνται (όπως έχει αναφερθεί στο κεφάλαιο 7) και θα αμείβονται με το μισό μισθό. Οι λεπτομέρειες για τον τρόπο εκπαίδευσης τους έχουν αναφερθεί στο κεφάλαιο 7. Η προσέλκυση και επιλογή τους θα γίνεται από το τετραμελές συμβούλιο των μετόχων, με αποτέλεσμα η επιχείρηση να επιβαρύνεται μόνο με τα έξοδα κοινοποίησης της θέσης εργασίας τα οποία θα ανέρχονται σε 50€ περίπου για κάθε κοινοποίηση. Η πρόσληψη του βοηθητικού προσωπικού θα γίνει με την έναρξη της λειτουργίας του εργοστασίου. Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται αναλυτικά το προλειτουργικό κόστος των αμοιβών του προσωπικού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.9.1
Προλειτουργικό Κόστος Αμοιβών Προσωπικού

| ΜΗΝΕΣ | 04.07 | 05.07 | 06.07 | 07.07 | 08.07 | ΣΥΝΟΛΟ |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| Αμοιβές Προσωπικού | | | | | | |
| Γενικός Διευθυντής | | | | | 1.058 | 1.058 |
| Διευθύντρια Οικονομικών – Προσωπικού | | | | | 740 | 740 |
| Διευθυντής Marketing | | | | | 708 | 708 |
| Διευθυντής Παραγωγής | | | | | 636 | 636 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (3) | | | | | 1.277 | 1.277 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Τ.Ε.Ι. (2) | | | | | 929 | 929 |
| Υπάλληλοι Γραφείου Απόφοιτοι Α.Ε.Ι. (2) | | | | | 958 | 958 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - εμφιαλωτής | | 516 | 516 | 516 | 516 | 2.063 |
| Εργατοτεχνίτης δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης - οδηγός | | | | | 516 | 516 |
| Εργατοτεχνίτης απόφοιτος Τ.Ε.Ι. - ψυκτικός | | 560 | 560 | 560 | 560 | 2.241 |
| Εργάτες (3) | | | | | 1.492 | 1.492 |
| Κόστος Προσέλκυσης | | | | | | |
| Κόστος Προσέλκυσης Ψυκτικού & Εμφιαλωτή | 50 | | | | | 50 |
| Κόστος Προσέλκυσης υπόλοιπου Προσωπικού (εκτός βοηθητικού προσωπικού) | | | | 50 | | 50 |
| Κόστος Προσέλκυσης Βοηθητικού Προσωπικού | | | | | 50 | 50 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | | | | | 12.766 |
| σε Ευρώ | | | | | | |

9.2.10 Προμήθεια Υλικών & Υπηρεσιών & Marketing πριν την παραγωγή

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2.10.1
Προλειτουργικό Κόστος Marketing και Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας*

| ΕΙΔΟΣ ΔΑΠΑΝΗΣ | % | ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ ΕΥΡΩ |
|---|-------------|-----------------------|
| Κόστος Προλειτουργικού Marketing | | |
| Διαφήμιση | 35% | 3.613 |
| Διαφημιστικό Υλικό | 20% | 2.064 |
| Δημόσιες Σχέσεις | 15% | 1.548 |
| Κόστος Ίδρυσης Δικτύου Διανομής | 25% | 2.580 |
| Έξοδα Ταξιδίων | 5% | 516 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 100% | 10.322 |
| Προλειτουργικό Κόστος Υπηρεσιών Κοινή Ωφελείας | | |
| Ηλεκτρισμός | | 200 |
| Νερό | | 60 |
| Τηλέφωνο | | 180 |
| ΣΥΝΟΛΟ | | 440 |
| ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ | | 10.762 |

Στον παραπάνω πίνακα αναλύεται το κόστος του προλειτουργικού Marketing και του κόστους των υπηρεσιών κοινής ωφελείας.

Η υπό ίδρυση μονάδα πρόκειται να εφαρμόσει στρατηγική διαφοροποίησης (κεφάλαιο 3) η οποία στηρίζεται στην εντατική προώθηση του προϊόντος και την προβολή του ονόματος της εταιρίας. Προκειμένου να είναι αποδοτικό το marketing, οι ενέργειες για την προβολή της εταιρίας και την προώθηση του προϊόντος θα ξεκινήσουν από την 1^η Ιουνίου. Συνεπώς, το προλειτουργικό marketing θα διαρκέσει 3 μήνες (01/06/07 – 31/08/07) και θα πραγματοποιηθεί από τον υπεύθυνο της λειτουργίας marketing (μέτοχο της εταιρίας). Οι συμφωνίες με τους προμηθευτές και οι προμήθειες των Υλικών πρόκειται να αρχίσουν την 1^η Απριλίου (για την προμήθεια Υπη-

* Το συνολικό κόστος του προλειτουργικού Marketing αντιστοιχεί σε ποσό ίσο με το 15% του ετήσιου κόστους Marketing που έχει προβλεφθεί για το πρώτο έτος λειτουργίας. (Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων του κλάδου υπολογίζουν με αυτόν τον τρόπο το κόστος του Προλειτουργικού Marketing). Το Κόστος των Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας υπολογίστηκε κατά προσέγγιση.

ρεσιών Κοινής Ωφελείας) και την 1^η Ιουλίου (για την προμήθεια υλικών) και να ολοκληρωθούν μέχρι της 20 Αυγούστου. Οι προμήθεια της πρώτης ύλης θα γίνει κατά τη διάρκεια του τρύγου (01/09/07 – 20/09/07). Το κόστος των προμηθειών των υλικών είναι μέρος του κεφαλαίου κίνησης και θα αναλυθεί στο κεφάλαιο 10.

9.2.11 Δοκιμαστική Λειτουργία

Από τις 21/08/07 – 31/08/07 η μονάδα θα λειτουργήσει δοκιμαστικά έτσι ώστε να εντοπιστούν οργανωτικά σφάλματα και ελλείψεις. Με τη δοκιμαστική λειτουργία θα αποφευχθούν σφάλματα και καθυστερήσεις που θα εμφανίζονταν κατά την κανονική λειτουργία και θα είχαν σαν αποτέλεσμα τη διόγκωση του κόστους παραγωγής και λειτουργίας. Τα διάφορα έξοδα της δοκιμαστικής λειτουργίας αναμένεται να ανέλθουν σε 2.000€, σύμφωνα με τις συνήθεις πρακτικές.

9.2.12 Έναρξη Λειτουργίας και πλήρης παραγωγή μονάδας

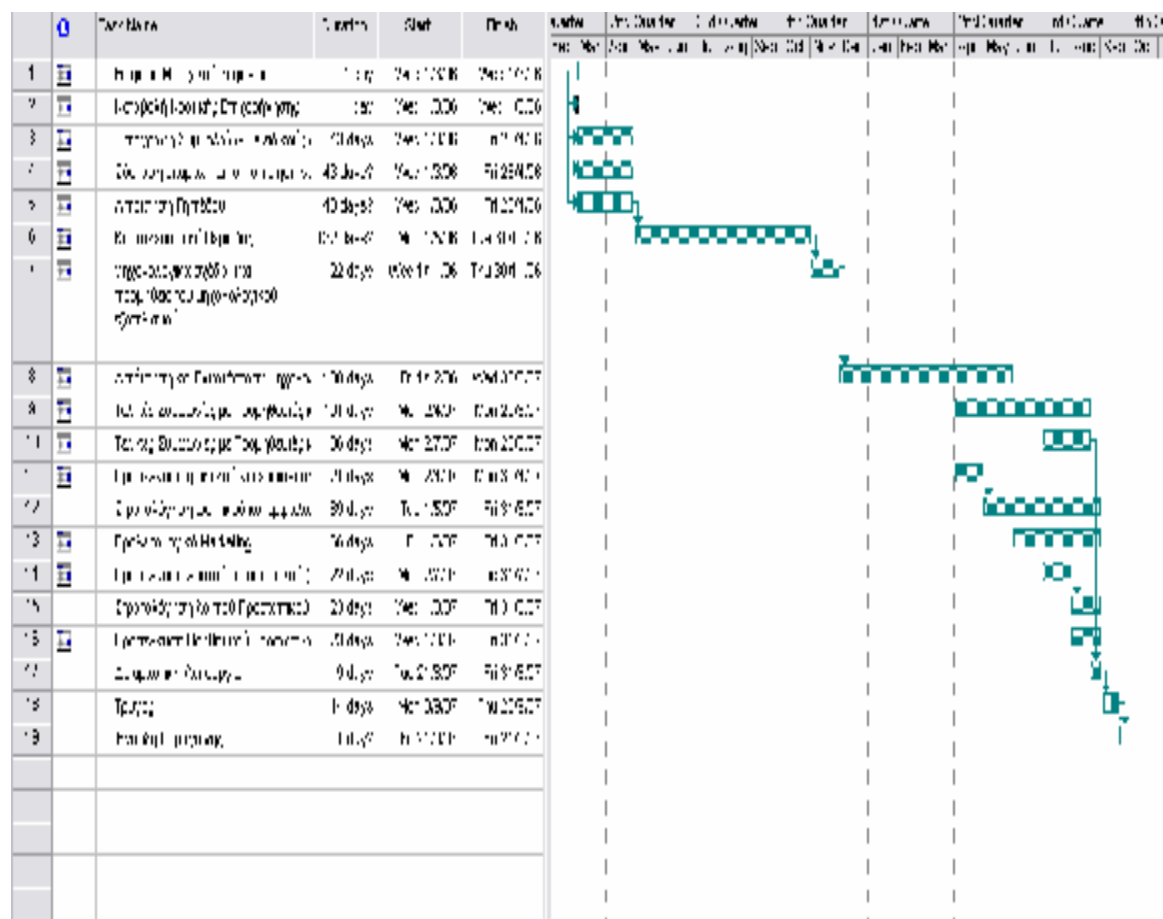
Η έναρξη της λειτουργίας της μονάδας αναμένεται να ξεκινήσει στις 01/09/07. Η λειτουργία θα ξεκινήσει με τη συλλογή της πρώτης ύλης (01/09/07 – 20/09/07) και θα συνεχιστεί με την παραγωγική διαδικασία. Η παραγωγική διαδικασία θα συνεχιστεί μέχρι το Δεκέμβριο και κατά τη διάρκειά της θα παραχθεί ο οίνος που πρόκειται να ικανοποιήσει την αναμενόμενη ζήτηση του επόμενου χρόνου. Μετά την παραγωγική διαδικασία, θα ακολουθήσει η ωρίμανση και συσκευασία του οίνου η οποία θα πραγματοποιείται σταδιακά κατά τη διάρκεια της χρήσης και ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες της αγοράς.

9.3 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Με βάση την προηγούμενη παράγραφο, οι δραστηριότητες που πρέπει να προγραμματιστούν χρονικά προκειμένου να εκτελεστεί το έργο είναι οι ακόλουθες:

- ü Προγραμματισμός Χρηματοδότησης
 - I. Εισφορά Μετοχικού Κεφαλαίου
 - II. Καταβολή Κρατικής Επιχορήγησης
- ü Υπογραφή Συμβολαίων με ειδικούς συνεργάτες
- ü Σύσταση εταιρίας και τακτοποίηση νομικών θεμάτων
- ü Απόκτηση Γηπέδου
- ü Κατασκευαστική Περίοδος
- ü Δημιουργία λεπτομερών μηχανολογικών σχεδίων και δραστηριοποίηση του προμηθευτή της τεχνολογίας για προμήθεια του μηχανολογικού εξοπλισμού
- ü Απόκτηση και Εγκατάσταση μηχανολογικού εξοπλισμού
- ü Τελικές Συμφωνίες με Προμηθευτές και Προμήθεια Υλικών και Υπηρεσιών
- ü Προσέλκυση ψυκτικού και εμφιαλωτή
- ü Στρατολόγηση ψυκτικού και εμφιαλωτή
- ü Προλειτουργικό Marketing
- ü Προσέλκυση λοιπού προσωπικού (εκτός του βοηθητικού)
- ü Στρατολόγηση λοιπού Προσωπικού
- ü Προσέλκυση Βοηθητικού Προσωπικού
- ü Δοκιμαστική Λειτουργία
- ü Τρύγος
- ü Έναρξη Παραγωγής

Στο διάγραμμα Gantt που ακολουθεί, φαίνεται ο χρονικός προγραμματισμός των παραπάνω δραστηριοτήτων.



9.4 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το Κόστος με το οποίο θα επιβαρυνθεί η επιχείρηση πριν από την έναρξη της κανονικής λειτουργίας της φαίνεται αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.4.1
Προλειτουργικό Κόστος Εκτέλεσης του Επενδυτικού Σχεδίου

| ΕΙΔΟΣ ΠΡΟΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΣΕ ΕΥΡΩ |
|--|-----------------------|
| Κόστος Σύστασης Εταιρίας και Λήψης Αδειών | 62.393 |
| Συμβολαιογράφος | 30.512 |
| Νομικός Σύμβουλος | 15.256 |
| Δημοσιεύσεις σε Φ.Ε.Κ. | 824 |
| Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου | 15.256 |
| Πιστοποίηση Καταβολής Κεφαλαίου | 544 |
| Κόστος Προσέλκυσης και Στρατολόγησης Προσωπικού | 12.766 |
| Κόστος Προσέλκυσης | 150 |
| Κόστος Στρατολόγησης Προσωπικού | 12.616 |
| Κόστος Προλειτουργικού Marketing και Προμήθειας Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας | 10.762 |
| Κόστος Προλειτουργικού Marketing | 10.322 |
| Κόστος Προμήθειας Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας | 440 |
| Κόστος Δοκιμαστικής Λειτουργίας | 2.000 |
| Κοστος Μελετών | 82.000 |
| Οικονομοτεχνική Μελέτη (Κεφάλαιο II) | 8.000 |
| Διαχείριση Έργου Μελέτης και Εγκατάστασης Εργοστασίου (Κεφάλαιο II) | 40.000 |
| Μελέτες ISO, HACCP (Κεφάλαιο II & V) | 30.000 |
| Μελέτη Εδάφους και Ειδικών Κινδύνων (Κεφάλαιο II & VIII) | 4000 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 169.920 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Χ

Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

10.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα γίνει χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση της επένδυσης λαμβάνοντας υπόψη τις προβλέψεις για τα πέντε πρώτα χρόνια λειτουργίας της υπό ίδρυση μονάδας. Σκοπός του κεφαλαίου είναι να εντοπιστούν οι δυνάμεις και αδυναμίες της επιχείρησης σε χρηματοοικονομικό επίπεδο έτσι ώστε να γίνουν άμεσα οι απαραίτητες βελτιώσεις και να αντισταθμιστεί, όσο είναι δυνατόν, ο επιχειρηματικός κίνδυνος. Το κεφάλαιο αυτό θα κρίνει τη βιωσιμότητα της επένδυσης και με βάση τα αποτελέσματα που θα εξαχθούν θα ληφθούν οι τελικές αποφάσεις.

Στο κεφάλαιο αυτό θα ακολουθήσουν πίνακες και ανάλυση που αφορούν τις παρακάτω περιοχές :

- § Κόστος Επένδυσης
- § Κεφάλαιο Κίνησης
- § Χρηματοδότηση του Προγράμματος
- § Κόστος Παραγωγής της υπό Ίδρυση Μονάδας
- § Προβλεπόμενες Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις:
 - ü Καταστάσεις Εισοδήματος
 - ü Ταμειακές Ροές
 - ü Ισολογισμοί
- § Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση Επένδυσης
 - ü Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης
 - ü Συντελεστής Απόδοσης Κεφαλαίου
 - ü Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας
 - ü Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης
 - ü Ανάλυση Αριθμοδεικτών
- § Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση σε συνθήκες αβεβαιότητας
 - ü Ανάλυση Νεκρού Σημείου
 - ü Ανάλυση Ευαισθησίας
 - ü Ανάλυση Πιθανοτήτων
- § Οικονομική Αξιολόγηση

10.2 ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται το κόστος της συνολικής επένδυσης. Το κόστος της συνολικής επένδυσης αποτελείται από το κόστος του μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού (κεφάλαιο V), το κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού (κεφάλαιο V), το κόστος και τα έξοδα για την προετοιμασία και την αγορά του οικοπέδου (κεφάλαιο VIII), το κόστος των διαφόρων μελετών που εκπονήθηκαν, το σύνολο των προλειτουργικών δαπανών (κεφάλαια II και IX) καθώς επίσης και το αναγκαίο Κεφάλαιο Κίνησης* (κεφάλαιο X).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2.1
Κόστος Επένδυσης

| ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΟΣΤΟΥΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | ΠΟΣΟ ΣΕ ΕΥΡΩ | ΣΧΕΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ |
|---|------------------|------------------|
| A. ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ | 2.355.648 | |
| 1. ΟΙΚΟΠΕΔΑ ΚΑΙ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΑΥΤΩΝ | 26.728 | 8.6.1 |
| Αγορά Οικοπέδου | 23.653 | 8.6.1 |
| Φόρος Μεταβίβασης | 2.602 | 8.6.1 |
| Νομικά Έξοδα | 237 | 8.6.1 |
| Συμβολαιογραφικά Έξοδα | 237 | 8.6.1 |
| 2. ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ | 1.257.500 | 5.8.1 |
| Παραγωγή | 890.000 | 5.8.1 |
| Βοηθητικός ¹ | 262.500 | 5.8.1 |
| Έξοδα για τεχνολογία προστασίας του περιβάλλοντος | 88000 | 5.8.1 |
| Λοιπός Εξοπλισμός ² | 17000 | 5.8.1 |
| 3. ΕΡΓΑ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ | 901.500 | 5.8.1 |
| Ανέγερση κτιρίων | 740.000 | 5.8.1 |
| Ανελκυστήρας | 26.000 | 5.8.1 |
| Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις | 50.000 | 5.8.1 |
| Υδρευση | 7.000 | 5.8.1 |
| Αποχέτευση | 6.000 | 5.8.1 |
| Έργα διαμόρφωσης χώρων | 7.500 | 5.8.1 |
| Αμοιβές πολιτικού μηχανικού | 65.000 | 5.8.1 |
| 4. ΠΡΟΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ | 169.920 | 9.4.1 |
| Κόστος Σύστασης Εταιρίας και Λήψης Αδειών | 62.393 | 9.4.1 |
| Κόστος Προσέλκυσης και Στρατολόγησης Προσωπικού | 12.766 | 9.4.1 |
| Κόστος Προλειτουργικού Marketing και Προμήθειας Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας | 10.762 | 9.4.1 |
| Κόστος Δοκιμαστικής Λειτουργίας | 2.000 | 9.4.1 |
| Κόστος μελετών | 82.000 | 9.4.1 |
| B. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | 1.578.315 | 10.3.2 |
| Γ. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ: ΚΟΣΤΟΣ | 3.933.963 | |

*Το Κεφάλαιο Κίνησης υπολογίζεται απαλλαγμένο από πιστωτές (απαλλαγμένο βραχυπρόθεσμης χρηματοδοτήσεως) γι' αυτό θα πρέπει να καλύπτεται από μετοχικά κεφάλαια η μακροπρόθεσμο δανεισμό και θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στον υπολογισμό του κόστους της επένδυσης.

¹ Ο βοηθητικός εξοπλισμός περιλαμβάνει τον εξοπλισμό κατάψυξης και ψύξης, τον εξοπλισμό εργαστηρίου και τα μεταφορικά μέσα εσωτερικής μεταφοράς

² Ο λοιπός εξοπλισμός περιλαμβάνει τον εξοπλισμό γραφείων και χώρων προσωπικού και τα έπιπλα των χώρων της διοίκησης

10.3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

Το Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης της επιχείρησης περιλαμβάνει το τρέχον ή κυκλοφορούν ενεργητικό μείον το τρέχον παθητικό. Συνιστά αναπόσπαστο μέρος των αρχικών κεφαλαιακών δαπανών που απαιτούνται για την υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου καθώς είναι απαραίτητο για τη χρηματοδότηση της λειτουργίας της μονάδας. Η έννοια του Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης εφαρμόζεται στον καθορισμό του ποσού και της φύσεως του τρέχοντος ενεργητικού που χρησιμοποιείται για να καλύψει το τρέχον παθητικό.

Στον Πίνακα που ακολουθεί φαίνονται οι ελάχιστες απαιτήσεις ενεργητικού και παθητικού οι οποίες αποτελούν τη βάση υπολογισμού του κεφαλαίου κίνησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.1
Ελάχιστες Απαιτήσεις Ενεργητικού και Παθητικού*

| | |
|-----------------------------------|---|
| α. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι | 100 ημέρες (μέσος όρος) στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις |
| β. Αποθέματα | |
| Πρώτες Ύλες | 120 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| Χημικά - Διάφορα Πρόσθετα | 30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| Υλικά Συσκευασίας και Περιέκτες | 60 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| Απορρυπαντικά - Απολυμαντικά | 90 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| Στολές Εργασίας | 180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής |
| Τελικά Προϊόντα | 15 ημέρες (μέσος όρος) στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις αποσβέσεις |
| γ. Μετρητά στο Ταμείο | 27 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον τις πρώτες ύλες και τις αποσβέσεις |
| δ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι | 80 ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων |

Στον πίνακα που ακολουθεί έχει γίνει υπολογισμός του Κεφαλαίου Κίνησης για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας με βάση τον αριθμό ημερών ελάχιστης κάλυψης των εισπρακτέων λογαριασμών, των αποθεμάτων, των μετρητών στο ταμείο και των πληρωτέων λογαριασμών. Ο αριθμός ημερών ελάχιστης κάλυψης προσδιορίζεται με βάση τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά.

* Ο Υπολογισμός του Κόστους Παραγωγής φαίνεται αναλυτικά στην ενότητα 10.5

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3.2
Κεφάλαιο Κίνησης

| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ | ΑΡΙΘΜΟΣ | | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος | ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ |
|---|--------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------------|
| | ΗΜΕΡΩΝ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ | | | | | | |
| | ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΕΩΣ | ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ | | | | | | |
| I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ | | | 1.066.014 | 1.359.953 | 1.461.065 | 1.561.217 | 1.758.146 | |
| A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι | 100 | 3,60 | 583.781 | 745.343 | 802.027 | 858.135 | 968.988 | |
| B. Αποθέματα | | | 193.293 | 247.686 | 267.801 | 287.825 | 327.381 | |
| α. Πρώτες Ύλες | 120 | 3,00 | 91.275 | 119.769 | 132.630 | 145.964 | 171.329 | |
| β. Χημικά - Διάφορα Πρόσθετα | 30 | 12,00 | 190 | 240 | 258 | 272 | 310 | |
| γ. Υλικά Συσκευασίας και Περιέκτες | 60 | 6,00 | 28.765 | 36.015 | 38.611 | 40.804 | 46.367 | |
| δ. Απορρυπαντικά - Απολυμαντικά | 90 | 4,00 | 357 | 357 | 357 | 357 | 357 | |
| ε. Στολές Εργασίας | 180 | 2,00 | 446 | 446 | 446 | 446 | 496 | |
| στ. Τελικά Προϊόντα | 15 | 24,00 | 72.260 | 90.858 | 95.499 | 99.982 | 108.522 | |
| Γ. Μετρητά στο ταμείο | 27 | 13,33 | 95.647 | 119.238 | 123.437 | 127.432 | 134.396 | |
| II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ | | | 101.547 | 130.734 | 142.989 | 155.052 | 179.830 | |
| A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι | | | 101.547 | 130.734 | 142.989 | 155.052 | 179.830 | |
| α. Υλικά και Εφόδια | 80 | 4,50 | 100.227 | 129.043 | 141.124 | 153.022 | 177.455 | |
| β. Υπηρεσίες (Κοινής Ωφελείας) | 60 | 6,00 | 1.321 | 1.691 | 1.866 | 2.030 | 2.375 | |
| III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ | | | 964.466 | 1.229.219 | 1.318.075 | 1.406.165 | 1.578.315 | 1.578.315 |
| ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ | | | | 264.753 | 88.856 | 88.090 | 172.150 | |
| IV. ΣΥΝΟΛΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ | | | 1.952.979 | 2.399.339 | 2.510.728 | 2.618.324 | 2.823.275 | |
| Μείον: Πρώτες Ύλες & άλλα εφόδια | | | 451.020 | 580.601 | 634.966 | 688.296 | 798.330 | |
| Υπηρεσίες | | | 7.924 | 10.148 | 11.194 | 12.182 | 14.253 | |
| Αποσβέσεις | | | 218.747 | 218.747 | 218.747 | 218.747 | 218.747 | |
| | | | 1.275.287 | 1.589.843 | 1.645.821 | 1.699.099 | 1.791.945 | |
| V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ | | | 95.647 | 119.238 | 123.437 | 127.432 | 134.396 | |

10.4 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Ύστερα από έρευνα της χρηματοδοτικής αγοράς στην Ελλάδα, οι πιθανοί τρόποι χρηματοδότησης της επένδυσης είναι οι ακόλουθοι:

- ü Χρηματοδότηση με Ίδια Κεφάλαια
- ü Χρηματοδότηση με Μακροπρόθεσμο Δανεισμό από Πιστωτικό Ίδρυμα
- ü Χρηματοδότηση με χρηματοδοτική Μίσθωση (leasing)
- ü Κρατική Επιχορήγηση

Στον κλάδο της Οινοποιίας η χρηματοδότηση με χρηματοδοτική μίσθωση δεν συνηθίζεται. Οι εταιρίες leasing που λειτουργούν στην Ελλάδα, δεν προσφέρουν ολοκληρωμένα πακέτα για τη χρηματοδότηση του συνολικού εξοπλισμού ούτε αναλαμβάνουν

νουν την ευθύνη επίβλεψης του έργου. Το κόστος της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι στα ίδια επίπεδα με την αγορά του εξοπλισμού (αφού τα επιτόκια για τη χρηματοδοτική μίσθωση κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με αυτά του μακροπρόθεσμου δανεισμού) με αποτέλεσμα σε περίπτωση επιλογής του συγκεκριμένου τρόπου χρηματοδότησης, η επιχείρηση να επιβαρύνεται και τα έξοδα επίβλεψης του έργου. Συνεπώς, η περίπτωση της χρηματοδοτικής μίσθωσης απορρίπτεται.

Συνεπώς οι πιθανοί τρόποι χρηματοδότησης της επένδυσης είναι τα ίδια κεφάλαια, η μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση και η κρατική επιχορήγηση*. Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται το κόστος των πιθανών τρόπων χρηματοδότησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.1
Κόστος Πιθανών Μορφών Χρηματοδότησης

| ΜΟΡΦΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ |
|---------------------------------|---|
| Ίδια Κεφάλαια | Επιτόκιο καταθέσεων 2% - 3% |
| Μακροπρόθεσμος Δανεισμός | Επιτόκιο της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας : 2,25% Εισφορά του Ν. 128/75:0,60% Περιθώριο - Κέρδος Τράπεζας : από 2% και άνω Έξοδα Δανείου: από 100€ και άνω Σύνολο : από 4,85% και άνω συν τα έξοδα δανείου |
| Κρατική Επιχορήγηση | Μηδενικό Κόστος |

Με βάση τον παραπάνω πίνακα, η περισσότερη συμφέρουσα μορφή χρηματοδότησης είναι η κρατική επιχορήγηση. Επιπρόσθετα, η χρηματοδότηση της επένδυσης με Ίδια Κεφάλαια (στην περίπτωση που αυτά είναι διαθέσιμα) είναι προτιμότερη από την επιλογή του μακροπρόθεσμου δανεισμού. Συνεπώς, το μίγμα χρηματοδότησης της υπό ίδρυση μονάδας θα αποτελείται από Ίδια κεφάλαια και Κρατική Επιχορήγηση και φαίνεται αναλυτικά στον πίνακα που ακολουθεί.

* Όπως έχει ήδη αναφερθεί στο κεφάλαιο VIII, η υπό ίδρυση μονάδα με βάση το νέο Αναπτυξιακό Νόμο μπορεί να λάβει επιχορήγηση του 55% του κόστους της επένδυσης (μη συμπεριλαμβανομένου του κόστους του οικοπέδου).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4.2
Μίγμα Χρηματοδότησης της Επένδυσης

| ΜΙΓΜΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ | ΠΟΣΟ ΣΕ ΕΥΡΩ | ΠΟΣΟΣΤΟ |
|---|---------------------|----------------|
| Κρατική Επιχορήγηση | 2.150.671 | 54,67% |
| Εισφορά Μετοχικού Κεφαλαίου (Κεφάλαιο ΙΙ) | 1.783.293 | 45,33% |

10.5 ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

10.5.1 Προϋπολογισμός του Κόστους Παραγωγής

Το κόστος παραγωγής αποτελείται από το εργοστασιακό κόστος και τα γενικά έξοδα τα οποία είναι μερισμένα στις διάφορες λειτουργίες (κεφάλαιο VI). Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται αναλυτικά ο προϋπολογισμός του κόστους παραγωγής για τα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας της μονάδας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.1.1
Κόστος Παραγωγής *

| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΚΟΣΤΟΥΣ | ΣΧΕΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A. Εργοστασιακό Κόστος | | 522.957 | 652.537 | 708.090 | 763.520 | 885.076 |
| Άμεσα Υλικά ¹ | 4.7.6.1 | 448.700 | 578.281 | 632.646 | 685.976 | 795.911 |
| Άμεση Εργασία ² | 7.7.2 | 74.256 | 74.256 | 75.443 | 77.544 | 89.166 |
| B. Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα | 6.5.3.2 | 50.448 | 97.967 | 99.220 | 112.852 | 117.291 |
| Κόστος Εργοστασίου (A+B) | | 573.404 | 750.505 | 807.310 | 876.372 | 1.002.367 |
| Γ. Γενικά Έξοδα Λειτουργιών | 6.5.3.2 | 1.160.827 | 1.430.087 | 1.484.671 | 1.523.205 | 1.602.160 |
| Κόστος Λειτουργίας Παισικαίου Ελέγχου – Έρευνας & Ανάπτυξης | 6.5.3.2 | 8.004 | 8.207 | 8.296 | 8.517 | 8.641 |
| Κόστος Διοικητικής & Χρηματοοικονομικής Λειτουργίας | 6.5.3.2 | 125.319 | 129.182 | 129.278 | 130.732 | 135.042 |
| Κόστος Λειτουργίας Marketing | 6.5.3.2 | 1.027.504 | 1.292.698 | 1.347.098 | 1.383.955 | 1.458.478 |
| Δ. Έξοδα Λειτουργίας (A+B+Γ) | | 1.734.232 | 2.180.592 | 2.291.981 | 2.399.577 | 2.604.528 |
| E. Αποσβέσεις | | 218.747 | 218.747 | 218.747 | 218.747 | 218.747 |
| Z. Συνολικό Κόστος Παραγωγής | | 1.952.979 | 2.399.339 | 2.510.728 | 2.618.324 | 2.823.275 |

* 1. Τα Άμεσα Υλικά είναι η πρώτη ύλη, τα διάφορα χημικά και πρόσθετα και τα υλικά συσκευασίας. Τα υπόλοιπα υλικά και εφόδια έχουν ληφθεί υπόψη κατά τον υπολογισμό του κόστους των Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων και των άλλων λειτουργιών

2. Η έμμεση εργασία έχει ληφθεί υπόψη κατά τον υπολογισμό του κόστους των Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων και των άλλων λειτουργιών

Η εκτίμηση του κόστους Παραγωγής βασίζεται στις απαιτήσεις της εφικτής κανονικής δυναμικότητας που επιτυγχάνεται υπό κανονικές συνθήκες εργασίας, λαμβάνοντας υπόψη τη δυναμικότητα του εγκαταστημένου μηχανολογικού εξοπλισμού και τεχνικών συνθηκών της μονάδας, όπως οι κανονικές διακοπές λειτουργίας, οι αιφνίδιες διακοπές, οι αργίες, η συντήρηση, οι αλλαγές εργαλείων και εξαρτημάτων, οι σχεδιασμένες βάρδιες και οι αδιαιρετότητες ορισμένων μηχανών, καθώς και τα πιθανά άχρηστα που θα παράγονται.

10.5.2 Υπολογισμός των Αποσβέσεων

Οι αποσβέσεις περιλαμβάνουν τις μη ταμειακές δαπάνες που αντιπροσωπεύουν την ετήσια απώλεια αξίας των παγίων επενδύσεων. Προκειμένου να γίνει ρεαλιστική αξιολόγηση των κερδών, οι αποσβέσεις, όπως φαίνεται και στον πίνακα 10.5.1.1, αποτελούν συστατικό στοιχείο του κόστους παραγωγής

Οι αποσβέσεις όπως έχει προαναφερθεί στο Κεφάλαιο VI, υπολογίζονται με βάση τη σταθερή μέθοδο απόσβεσης και με βάση συγκεκριμένα ποσοστά τα οποία ορίζονται από το Προεδρικό Διάταγμα 100/2000. Παρακάτω παρατίθεται ένας συνοπτικός πίνακας υπολογισμού των συνολικών ετήσιων αποσβέσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5.2.1
Συνοπτικός Πίνακας Υπολογισμού Συνολικών Αποσβέσεων

| A/A | ΕΙΔΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ | ΕΤΗΣΙΟ ΠΟΣΟ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ | ΣΧΕΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ |
|------------|---|------------------|-----------------------|-----------------------|------------------|
| 1 | Κτίρια | 829.000 | 5% | 41.450 | 5.8.1 |
| 1.1 | Ανέγερση κτιρίων | 740.000 | 5% | 37.000 | 5.8.1 |
| 1.2 | Ανελκυστήρας | 26.000 | 5% | 1.300 | 5.8.1 |
| 1.3 | Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις | 50.000 | 5% | 2.500 | 5.8.1 |
| 1.4 | Ύδρευση | 7.000 | 5% | 350 | 5.8.1 |
| 1.5 | Αποχέτευση | 6.000 | 5% | 300 | 5.8.1 |
| 2 | Μηχανολογικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός | 1.217.000 | | 147.580 | 5.8.1 |
| 2.1 | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός μεταποίησης και συσκευασίας | 890.000 | 12% | 106.800 | 5.8.1 |
| 2.1.1 | Μηχανήματα | 350.000 | 12% | 42.000 | 5.8.1 |
| 2.2.2 | Δεξαμενές | 380.000 | 12% | 45.600 | 5.8.1 |
| 2.2.3 | Βαρέλια | 160.000 | 12% | 19.200 | 5.8.1 |
| 2.2 | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για κατάψυξη και ψύξη | 200.000 | 12% | 24.000 | 5.8.1 |
| 2.3 | Εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για την προστασία του περιβάλλοντος | 88.000 | 12% | 10.560 | 5.8.1 |
| 2.3.1 | Σύστημα συλλογής και ανάκτησης διοξειδίου του άνθρακος από δεξαμενές ζυμώσεως γλεύκου | 88.000 | 12% | 10.560 | 5.8.1 |
| 2.4 | Εξοπλισμός γραφείων και χώρων προσωπικού | 14.000 | 23% | 3.220 | 5.8.1 |
| 2.4.1 | Η/Υ, Φωτοαντιγραφικό, Εκτυπωτές, Scanner, εγκατάσταση δικτύου προγραμμάτων, fax | 10.000 | 23% | 2.300 | 5.8.1 |
| 2.4.2 | Πρόγραμμα Εμπορικής Διαχείρισης | 4.000 | 23% | 920 | 5.8.1 |
| 2.5 | Άλλοι εξοπλισμοί και μηχανήματα | 25.000 | 12% | 3.000 | 5.8.1 |
| 2.5.1 | Εξοπλισμός Εργαστηρίου | 25.000 | 12% | 3.000 | 5.8.1 |
| 3 | Έργα διαμόρφωσης χώρων | 7.500 | 15% | 1.125 | 5.8.1 |
| 3.1 | Πυροπροστασία | 3.000 | 15% | 450 | 5.8.1 |
| 3.2 | Διαμόρφωση εξωτερικού Χώρου | 4.500 | 15% | 675 | 5.8.1 |
| 4 | Λοιπές δαπάνες | 65.000 | 10% | 6.500 | 5.8.1 |
| 4.1 | Αμοιβές πολιτικού μηχανικού | 65.000 | 10% | 6.500 | 5.8.1 |
| 4.2 | Κόστος μελέτης για ISO, HACCP | | 10% | 0 | 5.8.1 |
| 5 | Μεταφορικά Μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 37.500 | 12% | 4.500 | 5.8.1 |
| 5.1 | Μεταφορικά μέσα εσωτερικής μεταφοράς | 7.500 | 12% | 900 | 5.8.1 |
| 5.2 | Περονόφρα μηχανήματα | 30.000 | 12% | 3.600 | 5.8.1 |
| 6 | Λοιπός Εξοπλισμός Εργοστασίου | 3.000 | 20% | 600 | 5.8.1 |
| 6.1 | Έπιπλα χώρων διοίκησης | 3.000 | 20% | 600 | 5.8.1 |
| 7 | Προληπτικές Δαπάνες | 169.920 | 10% | 16.992 | 9.4.1 |
| 7.1 | Κόστος Σύστασης Εταιρίας και Λήψης Αδειών | 62.393 | 10% | 6.239 | 9.4.1 |
| 7.2 | Κόστος Προσέλκυσης και Στρατολόγησης Προσώπων | 12.766 | 10% | 1.277 | 9.4.1 |
| 7.3 | Κόστος Προληπτικού Marketing και Προμήθειας Υπηρεσιών Κοινής Ωφελείας | 10.762 | 10% | 1.076 | 9.4.1 |
| 7.4 | Κόστος Δοκιμαστικής Λειτουργίας | 2.000 | 10% | 200 | 9.4.1 |
| 7.5 | Κόστος μελετών | 82.000 | 10% | 8.200 | 9.4.1 |
| | ΣΥΝΟΛΟ | 2.328.920 | | 218.747 | |

10.6 ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Στις ακόλουθες υποενότητες παρατίθενται οι προβλεπόμενες χρηματοοικονομικές καταστάσεις για τις 6 πρώτες χρήσεις της υπό ίδρυση μονάδας – τα επόμενα 5 έτη λειτουργίας. Η πρώτη λογιστική χρήση όπως έχει προαναφερθεί (Κεφάλαιο ΙΧ) θα είναι υπερδωδεκάμηνη και θα διαρκέσει από την 1^η Μαρτίου του 2006 ως τη 31^η Δεκεμβρίου του 2007. Οι επόμενες χρήσεις θα είναι δωδεκάμηνες και θα ξεκινούν και θα τελειώνουν με την έναρξη και το τέλος κάθε έτους.

10.6.1 Καταστάσεις Εισοδήματος

Παρακάτω παρουσιάζονται οι προβλεπόμενες καταστάσεις εισοδήματος σε απλοποιημένη μορφή για την επόμενη πενταετία με σκοπό να υπολογιστεί το καθαρό εισόδημα ή έλλειμμα του επενδυτικού σχεδίου που δημιουργείται κάθε χρόνο. Υποτίθεται ότι τα αποθέματα των πρώτων υλών, των υλικών υπό καταργασία και των τελικών προϊόντων είναι τα ίδια στην αρχή και το τέλος κάθε λογιστικής περιόδου. Τα μερίσματα υποτίθεται ότι εξοφλούνται μέσα στη χρήση ενώ τα κέρδη που απομένουν ότι αποθεματοποιούνται. Στην πρώτη χρήση (01/03/06 – 31/12/07) η εταιρία δεν λειτουργεί και δεν έχει εισόδημα με αποτέλεσμα μη γίνεται προϋπολογιστική κατάσταση εισοδήματος για αυτή τη χρήση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6.1.2
Καταστάσεις Εισοδήματος *

| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|-----------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Έσοδα Πωλήσεων | 1.966.059 | 2.568.683 | 2.805.213 | 3.001.275 | 3.461.893 |
| Μείον :Κόστος Παραγωγής | 1.952.979 | 2.399.339 | 2.510.728 | 2.618.324 | 2.823.275 |
| Μικτό ή Φορολογητέο Κέρδος | 13.081 | 169.344 | 294.485 | 382.951 | 638.619 |
| Φόρος | 3.597 | 42.336 | 73.621 | 95.738 | 159.655 |
| Καθαρό Κέρδος | 9.483 | 127.008 | 220.864 | 287.214 | 478.964 |
| Μη διανεμόμενα Κέρδη | 9.483 | 127.008 | 220.864 | 287.214 | 478.964 |
| Συσσωρευμένα μη διανεμόμενα κέρδη | 9.483 | 136.491 | 357.355 | 644.568 | 1.123.532 |

* Ο συντελεστής Φορολογίας για τις Ανώνυμες Εταιρίες αναμένεται να μειώνεται κατά 2,5% από το 2008 μέχρι να γίνει 25%. Συνεπώς συντελεστής Φορολογίας το πρώτο έτος λειτουργίας 27,5% και τα επόμενα 25%.

10.6.2 Ταμειακές Ροές

Ο Παρακάτω Πίνακας δείχνει τις πηγές και τις εφαρμογές των κεφαλαίων. Συγκεκριμένα απεικονίζει (απλουστευμένα) ετήσιες ταμειακές εισροές και εκροές έτσι ώστε να είναι δυνατός ο χρηματοδοτικός προγραμματισμός της επένδυσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6.2.1
Πίνακας Ταμειακών Ροών

| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A. Χρηματικές Εισροές | 3.933.963 | 2.067.607 | 2.597.869 | 2.817.468 | 3.013.338 | 3.486.672 |
| 1.Σύνολο Χρηματικών Πόρων | 3.933.963 | | | | | |
| α.Μετοχικό Κεφάλαιο | 1.783.293 | | | | | |
| β.Επιχορήγηση | 2.150.671 | | | | | |
| 2.Τρέχον Παθητικό (Αυξήσεις) | | 101.547 | 29.186 | 12.255 | 12.062 | 24.779 |
| 3.Εισροές από Πωλήσεις | | 1.966.059 | 2.568.683 | 2.805.213 | 3.001.275 | 3.461.893 |
| B. Χρηματικές Εκροές | 2.355.648 | 3.022.589 | 2.735.614 | 2.685.461 | 2.814.214 | 3.179.858 |
| 1.Σύνολο Ενεργητικού | 2.355.648 | 1.066.014 | 293.939 | 101.112 | 100.153 | 196.928 |
| α.Ακινήτοποιήσεις που περιλαμβάνουν αντικαταστάσεις | 2.355.648 | | | | | |
| β.Τρέχον Ενεργητικό (Αυξήσεις) | | 1.066.014 | 293.939 | 101.112 | 100.153 | 196.928 |
| 2.Κόστος Λειτουργίας | | 1.952.979 | 2.399.339 | 2.510.728 | 2.618.324 | 2.823.275 |
| 3.Φόροι ενσωματωμένοι | | 3.597 | 42.336 | 73.621 | 95.738 | 159.655 |
| Γ.Πλεόνασμα / Έλλειμμα | 1.578.315 | -954.983 | -137.745 | 132.007 | 199.123 | 306.814 |
| Δ.Συσσωρευμένο Ταμειακό | | | | | | |
| Υπόλοιπο | 1.578.315 | 623.333 | 485.588 | 617.595 | 816.718 | 1.123.532 |
| Ε.Αποσβέσεις(μη ταμειακό έξοδο) | | 218.747 | 437.494 | 656.241 | 874.988 | 1.093.735 |
| ΣΤ.Συσσωρευμένο Ταμειακό | | | | | | |
| Υπόλοιπο μετά αποσβέσεων | 1.578.315 | 842.080 | 923.082 | 1.273.836 | 1.691.706 | 2.217.268 |

10.6.3 Ισολογισμοί

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται οι προβλεπόμενοι Ισολογισμοί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6.3.1
Ισολογισμοί

| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| A.Ενεργητικό (σύνολο) | 3.933.963 | 4.044.994 | 4.201.189 | 4.434.308 | 4.733.584 | 5.237.326 |
| 1.Τρέχον Ενεργητικό (Αθροιστικά) | 1.578.315 | 1.908.093 | 2.283.034 | 2.734.901 | 3.252.924 | 3.975.413 |
| α.Ισοζύγιο Μετρητών | 1.578.315 | 842.080 | 923.082 | 1.273.836 | 1.691.706 | 2.217.268 |
| β.Τρέχον Ενεργητικό | | 1.066.014 | 1.359.953 | 1.461.065 | 1.561.217 | 1.758.146 |
| β ₁ .Λογαριασμοί Εισπρακτέοι | | 583.781 | 745.343 | 802.027 | 858.135 | 968.988 |
| β ₂ .Αποθεματα | | 193.293 | 247.686 | 267.801 | 287.825 | 327.381 |
| β ₃ .Μετρητά στο ταμείο | | 95.647 | 119.238 | 123.437 | 127.432 | 134.396 |
| 2.Πάγιο Ενεργητικό (Καθαρής Απόσβεσης) | 2.355.648 | 2.136.901 | 1.918.154 | 1.699.407 | 1.480.660 | 1.261.913 |
| α.Πάγιες Επενδύσεις | 2.355.648 | 2.355.648 | 2.355.648 | 2.355.648 | 2.355.648 | 2.355.648 |
| α ₁ .Οικόπεδα | 26.728 | 26.728 | 26.728 | 26.728 | 26.728 | 26.728 |
| α ₂ .Μηχανολογικός και Λοιπός Εξοπλισμός | 1.257.500 | 1.257.500 | 1.257.500 | 1.257.500 | 1.257.500 | 1.257.500 |
| α ₃ .Κτίρια | 901.500 | 901.500 | 901.500 | 901.500 | 901.500 | 901.500 |
| α ₄ . Προπαραγωγικές Δαπάνες | 169.920 | 169.920 | 169.920 | 169.920 | 169.920 | 169.920 |
| β.Σωρευτικές Αποσβέσεις | | 218.747 | 437.494 | 656.241 | 874.988 | 1.093.735 |
| B.Παθητικό (σύνολο) | 3.933.963 | 4.044.994 | 4.201.189 | 4.434.308 | 4.733.584 | 5.237.326 |
| 1.Τρέχον Παθητικό | | 101.547 | 130.734 | 142.989 | 155.052 | 179.830 |
| 1 _α .Λογαριασμοί Πληρωτέοι | | 101.547 | 130.734 | 142.989 | 155.052 | 179.830 |
| 2.Μετοχικό Κεφάλαιο | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 |
| 3.Επιχορήγηση | 2.150.671 | 2.150.671 | 2.150.671 | 2.150.671 | 2.150.671 | 2.150.671 |
| 4.Αποθεματικά | 0 | 9.483 | 136.491 | 357.355 | 644.568 | 1.123.532 |

10.7 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Από την άποψη του επενδυτή, το κυρίαρχο επενδυτικό κριτήριο μεταξύ όλων των στόχων του επενδυτικού προγράμματος είναι η χρηματοοικονομική εφικτότητα του προγράμματος αυτού. Η χρηματοοικονομική εφικτότητα θα εξεταστεί στις ακόλουθες υποενότητες με διάφορες μεθόδους αξιολόγησης. Οι μέθοδοι που λαμβάνουν υπόψη τη διαχρονική αξία του χρήματος μέσω της προεξόφλησης των μελλοντικών ταμειακών ροών (Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης και Καθαρής Παρούσας Αξίας), είναι περισσότερο αντικειμενικές από τις άλλες μεθόδους (Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης, Συντελεστής Απόδοσης Κεφαλαίου). Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι μέθοδοι που στηρίζονται στην προεξόφληση λαμβάνουν υπόψη τόσο το μέγεθος, όσο και το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών που προσδοκούνται σε κάθε περίοδο ζωής της επένδυσης. Ωστόσο, η αξιολόγηση της επένδυσης θα ξεκινήσει με τις απλές μεθόδους και ανάλογα με τα

αποτελέσματα θα συνεχιστεί και με τις περισσότερο σύνθετες αλλά και αξιόπιστες μεθόδους έτσι ώστε να ληφθούν ορθές επενδυτικές αποφάσεις.

10.7.1 Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης

Η μέθοδος αυτή δίνει τον αριθμό των ετών που απαιτούνται για να επανεισπραχθεί το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης μέσω των καθαρών ταμειακών ροών του προγράμματος. Η συγκεκριμένη μέθοδος παρέχει μια ένδειξη του κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση η επένδυση πρόκειται να επανεισπραχθεί κατά τη διάρκεια του τέταρτου έτους λειτουργίας. Η περίοδος επανείσπραξης θεωρείται (σε σύγκριση με παρόμοιου μεγέθους επενδύσεις επιχειρήσεων του κλάδου) ιδιαίτερα ικανοποιητική.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.1.1
Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους της Επένδυσης

| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ταμειακό πλεόνασμα / έλλειμμα | 1.578.315 | -954.983 | -137.745 | 132.007 | 199.123 | 306814,16 |
| Αποσβέσεις(μη ταμειακό έξοδο) | | 218.747 | 437.494 | 656.241 | 874.988 | 1.093.735 |
| Καθαρή Ταμειακή Ροή | 1.578.315 | -736.236 | 299.749 | 788.248 | 1.074.112 | 1.400.549 |
| ΣΩΡΕΥΤΙΚΗ ΚΤΡ | 1.578.315 | 842.080 | 1.141.829 | 1.930.077 | 3.004.189 | 4.404.738 |
| ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ | 3.933.963 | | | | | |
| Η επένδυση θα επανεισπραχθεί κατά τη διάρκεια του τέταρτου έτους | | | | | | |

10.7.2 Συντελεστής Απόδοσης Κεφαλαίου

Ο συντελεστής απόδοσης είναι η σχέση του κέρδους της επιχείρησης με το επενδυμένο κεφάλαιο. Με βάση τους παρακάτω πίνακες η απόδοση είναι ιδιαίτερα ικανοποιητική. Το γεγονός ότι η απόδοση αυξάνεται διαρκώς κάνει την επένδυση περισσότερο δελεαστική. Στο πέμπτο έτος (έτος πλήρους δυναμικότητας) τα κέρδη φτάνουν το 9,15% του συνολικού κεφαλαίου και το 26,86% του μετοχικού, ποσοστά ιδιαίτερα ικανοποιητικά σε σύγκριση με τα στοιχεία για τους μέσους όρους του κλάδου. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων τη πενταετία 1999 – 2003 (σύμφωνα με μελέτη της ICAP) είναι 12,12% ενώ ο μέσος όρος αποδοτικότητας Απασχολούμενων Κεφαλαίων (Συνολικών Κεφαλαίων) τη πενταετία 1999 – 2003 (σύμφωνα με μελέτη της ICAP) είναι 10,49.

Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται ο υπολογισμός του συντελεστή απόδοσης κεφαλαίου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.2.1
Συντελεστής Απόδοσης Κεφαλαίου

| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| R = (Καθαρό Κέρδος + Τόκοι) * 100 / Συνολικό Κεφάλαιο | | | | | |
| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| R | 0,23 | 3,02 | 4,98 | 6,07 | 9,15 |
| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΠΙ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΜΕΝΟΥ ΜΕΤΟΧΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ | | | | | |
| R = (Καθαρό Κέρδος) * 100 / Μετοχικό Κεφάλαιο | | | | | |
| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| R | 0,53 | 7,12 | 12,39 | 16,11 | 26,86 |
| Καθαρό Κέρδος μετά Φόρων και Αποσβέσεων | 9.483 | 127.008 | 220.864 | 287.214 | 478.964 |
| ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ & Κ. Θ. | 4.044.994 | 4.201.189 | 4.434.308 | 4.733.584 | 5.237.326 |
| Μετοχικό Κεφάλαιο | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 | 1.783.293 |

10.7.3 Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (ΕΣΑ) συνιστά το επιτόκιο στο οποίο μηδενίζεται η Καθαρή Παρούσα αξία. Ο ΕΣΑ αντανακλά στο υψηλότερο επιτόκιο που θα μπορούσε ο επενδυτής να καλύπτει δίχως την ύπαρξη κίνδυνου απώλειας των ε-

πενδυμένων κεφαλαίων. Στη συγκεκριμένη περίπτωση ο ΕΣΑ (3,64%) είναι μεγαλύτερος από το Μέσο Σταθμικό Επιτόκιο (2,13%)*, συνεπώς η επένδυση θεωρείται συμφέρουσα. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται αναλυτικά ο υπολογισμός του ΕΣΑ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.3.1
Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης

| ΕΣΑ= $\sum_{t=0}^n (\text{ΕΙΣΡΟΕΣ}_t - \text{ΕΚΡΟΕΣ}_t) / (1 + \text{IRR})^t = 0$ | | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| t : Το έτος πραγματοποίησης του κόστους (χρηματικής εκροής) ή του οφέλους (χρηματικής εισροής) της επένδυσης | | | | | | |
| IRR : Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης | | | | | | |
| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| IRR ₁ | 1.578.315 | -736.236 | 299.749 | 788.248 | 1.074.112 | 1.400.549 |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 4,00% | | | | | |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 1,00 | 1,04 | 1,08 | 1,12 | 1,17 | 1,22 |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.578.315 | -707.919 | 277.135 | 700.750 | 918.155 | 1.151.149 |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | -16.378 | | | | | |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| IRR ₂ | 1.578.315 | -736.236 | 299.749 | 788.248 | 1.074.112 | 1.400.549 |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 3,50% | | | | | |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 1,00 | 1,04 | 1,07 | 1,11 | 1,15 | 1,19 |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.578.315 | -711.339 | 279.819 | 710.955 | 936.026 | 1.179.225 |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | 39.038 | | | | | |
| IRR = IRR₁ + ((ΘΚΠΑ * (IRR₂ - IRR₁))/(ΘΚΠΑ + ΑΚΠΑ)) | | | | | | |
| 3,64% | | | | | | |
| IRR1: Χαμηλό Επιτόκιο που έδωσε θετική Καθαρή Παρούσα Αξία (ΘΚΠΑ) | | | | | | |
| IRR2: Υψηλό Επιτόκιο που έδωσε αρνητική Καθαρή Παρούσα Αξία (ΑΚΠΑ) | | | | | | |
| ΘΚΠΑ: Θετική Καθαρή Παρούσα Αξία | | | | | | |
| ΑΚΠΑ: Αρνητική Καθαρή Παρούσα Αξία | | | | | | |

10.7.4 Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Πρόκειται για το πλέον συνηθισμένο μέτρο υπολογισμού της κερδοφορίας ενός επενδυτικού σχεδίου και ισούται με την αξία η οποία προκύπτει εάν προεξοφληθεί στο παρόν και για κάθε έτος χωριστά η καθαρή χρηματοροή του Επενδυτικού Σχεδίου, δηλαδή η διαφορά μεταξύ των μελλοντικών χρηματικών εισροών και των χρηματικών εκροών για ολόκληρο το χρονικό διάστημα της πιθανής οικονομικής ζωής του σχεδίου επένδυσης και προστεθούν αλγεβρικά τα αντίστοιχα ποσά. Η επένδυση θεωρείται συμφέρουσα στην περίπτωση που η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι θετική.

* **Μέσο Σταθμικό Επιτόκιο** : Το επιτόκιο προεξόφλησης αντιπροσωπεύει το μέσο σταθμισμένο κόστος των κεφαλαίων τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για την υλοποίηση και λειτουργία του επενδυτικού σχεδίου. Με βάση τις τρέχουσες τραπεζικές συνθήκες, το επιτόκιο προεξόφλησης θα είναι ίσο με 2,13% (επιτόκιο των Έντοκων Γραμματίων του Ελληνικού Δημοσίου ετήσιας Διάρκειας)

Η έννοια της Καθαρής Παρούσας Αξίας έχει ιδιαίτερη χρησιμότητα διότι εκφράζει στο παρόν όλες τις μελλοντικές ροές του σχεδίου επένδυσης, σύμφωνα με την μαθηματική σχέση:

$$ΚΠΑ = \sum_{t=0}^n (ΕΙΣΡΟΕΣ_t - ΕΚΡΟΕΣ_t) / (1+i)^t$$

Όπου:

§ i : είναι το επιτόκιο προεξόφλησης με βάση το οποίο γίνεται η προεξόφληση των χρηματικών ροών και η μετατροπή τους σε παρούσες αξίες στο έτος μηδέν, που είναι το έτος έναρξης υλοποίησης του επενδυτικού σχεδίου. Το επιτόκιο προεξόφλησης αντιπροσωπεύει το κόστος των κεφαλαίων τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για την υλοποίηση και λειτουργία του επενδυτικού σχεδίου. Με βάση τις τρέχουσες τραπεζικές συνθήκες, το επιτόκιο προεξόφλησης θα είναι ίσο με 2,13% (επιτόκιο των Έντοκων Γραμματίων του Ελληνικού Δημοσίου ετήσιας Διάρκειας)

§ t : είναι το έτος πραγματοποίησης του κόστους (χρηματικής εκροής) ή του οφέλους (χρηματικής εισροής) της επένδυσης

Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται αναλυτικά ο υπολογισμός της Καθαρής Παρούσας Αξίας. Η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι θετική, συνεπώς η επένδυση είναι συμφέρουσα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.4.1
Καθαρή Παρούσα Αξία Επένδυσης

| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---------------------------------------|----------------|----------|---------|---------|-----------|-----------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 1.578.315 | -736.236 | 299.749 | 788.248 | 1.074.112 | 1.400.549 |
| Μέσο Σταθμικό Κόστος Κεφαλαίου | 2,13% | | | | | |
| ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ | | | | | | |
| ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΗΣ | 1,00 | 1,02 | 1,04 | 1,07 | 1,09 | 1,11 |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.578.315 | -720.881 | 287.376 | 739.951 | 987.270 | 1.260.468 |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | 198.537 | | | | | |

10.7.5 Ανάλυση Αριθμοδεικτών

Στον πίνακα που ακολουθεί υπολογίζονται κάποιοι αριθμοδείκτες. Δεν γίνεται ιδιαίτερη ανάλυση σε αριθμοδείκτες γιατί αφορούν κυρίως την αξιολόγηση της λειτουργίας της επιχείρησης. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, που τα μεγέθη αποτελούν προβλέψεις, θα αναλυθούν κάποιοι δείκτες έτσι ώστε να αποκτηθεί μία γενική εικόνα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7.5.1
Αριθμοδείκτες

| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|--------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ΑΠΟΔΟΣΕΩΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ | | | | | | |
| 1.Καθαρά Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως / Πωλήσεις | | 0,005 | 0,049 | 0,079 | 0,096 | 0,138 |
| 2. Λειτουργικά Αποτελέσματα / Πωλήσεις | | 0,007 | 0,066 | 0,105 | 0,128 | 0,184 |
| 3.Καθαρά Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως / Μετοχικό Κεφάλαιο | | 0,005 | 0,071 | 0,124 | 0,161 | 0,269 |

§ Οι πρώτοι δύο δείκτες απεικονίζουν το καθαρό και το λειτουργικό περιθώριο κέρδους. Ο μέσος δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους του κλάδου την πενταετία 1999 – 2003 (σύμφωνα με μελέτη της ICAP) είναι 0,0065. Συνεπώς, οι προβλέψεις για το καθαρό περιθώριο κέρδους της υπό ίδρυση μονάδας είναι ικανοποιητικές. Αντίστοιχα, ο μέσος δείκτης λειτουργικού περιθωρίου κέρδους του κλάδου την πενταετία 1999 – 2003 (σύμφωνα με μελέτη της ICAP) είναι 0,00654. Συνεπώς οι προβλέψεις για το λειτουργικό περιθώριο κέρδους της υπό ίδρυση μονάδας είναι ικανοποιητικές.

§ Ο τελευταίος δείκτης απεικονίζει την αποδοτικότητα του Μετοχικού Κεφαλαίου που πρόκειται να επενδυθεί. Η αποδοτικότητα αναμένεται να αυξάνεται σταδιακά γεγονός που κάνει τη συγκεκριμένη επένδυση ιδιαίτερα δελεαστική. Ο μέσος δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων την πενταετία 1999 – 2003 (σύμφωνα με μελέτη της ICAP) είναι 12,12, συνεπώς οι προβλέψεις για την υπό ίδρυση μονάδα είναι ικανοποιητικές.

10.8 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΣΕ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Όλα τα επενδυτικά σχέδια περιλαμβάνουν κίνδυνο (ρίσκο) και αβεβαιότητα. Για διάφορους λόγους, το κόστος, τα οφέλη, και οι αποδόσεις των σχεδίων συνήθως διαφέρουν εκείνων που προγραμματίστηκαν. Κάποια διαφοροποίηση από το πρόγραμμα θα πρέπει πάντα να αναμένεται λόγω της αβεβαιότητας στην εκτίμηση του μελλοντικού κόστους. Προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν οι πιθανές αποκλίσεις, χρησιμοποιήθηκαν αξιόπιστες πηγές για την άντληση όλων των στοιχείων των προηγούμενων κεφαλαίων. Στις επόμενες υποενότητες θα γίνει προσπάθεια εντοπισμού των μεταβλητών που θα μπορούσαν να έχουν αποφασιστική επίδραση στην κερδοφορία του σχεδίου (ανάλυση ευαισθησίας) και αντιμετώπισης, όσο αυτό είναι δυνατό, της αβεβαιότητας (ανάλυση του νεκρού σημείου και ανάλυση πιθανοτήτων).

10.8.1 Ανάλυση Νεκρού Σημείου

Το Νεκρό Σημείο ορίζεται ως το σημείο που τα συνολικά έσοδα από τις πωλήσεις ισούνται με το προβλεπόμενο συνολικό κόστος. Το Νεκρό σημείο δείχνει το σημείο παραγόμενων / πωλούμενων μονάδων στο οποίο καλύπτονται τα σταθερά κόστη. Παραγωγή πάνω από το Νεκρό Σημείο θεωρείται συμφέρουσα για την επιχείρηση.

Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται ο υπολογισμός του Νεκρού Σημείου τα 5 πρώτα χρόνια λειτουργίας (κατά τη διάρκεια των οποίων προβλέπεται να χρησιμοποιείται διαφορετικό – αυξανόμενο ποσοστό της κανονικής δυναμικότητας).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.1.1
Υπολογισμός Νεκρού Σημείου*

| ΕΤΗ | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ποσοστό Χρησιμοποιούμενης Κανονικής Δυναμικότητας (από κεφάλαια III και V) | 61,38% | 77,54% | 83,08% | 87,69% | 100,00% |
| Συνολικός Αριθμός Φιαλών | 481.576 | 594.080 | 637.584 | 675.096 | 762.604 |
| Μέση Σταθμισμένη Τιμή* | 4,08 | 4,32 | 4,40 | 4,45 | 4,54 |
| Μέσο Σταθμισμένο Μοναδιαίο Μεταβλητό Κόστος* | 1,09 | 1,10 | 1,11 | 1,13 | 1,16 |
| Σταθερό Κόστος | 1.211.275 | 1.528.055 | 1.583.891 | 1.636.057 | 1.719.451 |
| Νεκρό Σημείο (συνολικό αριθμό φιαλών) | 404.387 | 473.910 | 481.702 | 493.721 | 509.001 |
| Νεκρό Σημείο Παραγωγής Φιαλών των 187ml (6% της συνολικής παραγωγής) | 24.263 | 28.435 | 28.902 | 29.623 | 30.540 |
| Νεκρό Σημείο Παραγωγής Φιαλών των 750ml (94% της συνολικής παραγωγής) | 380.124 | 445.476 | 452.800 | 464.098 | 478.461 |
| Ποσοστό Παραγωγής Δυναμικότητας Νεκρό Σημείο (κύκλου εργασιών) | 1.650.932 | 2.049.093 | 2.119.369 | 2.194.938 | 2.310.646 |
| Προβλεπόμενη Παραγωγή Φιαλών των 187 ml | 110.000 | 120.000 | 130.000 | 140.000 | 150.000 |
| Προβλεπόμενη Παραγωγή Φιαλών των 750 ml | 371.576 | 474.080 | 507.584 | 535.096 | 612.604 |
| Συνολική Προβλεπόμενη Παραγωγή Φιαλών | 481.576 | 594.080 | 637.584 | 675.096 | 762.604 |

Με βάση τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, η συνολική παραγωγή φιαλών βρίσκεται πάνω από το Νεκρό Σημείο, συνεπώς η λειτουργία της επιχείρησης προβλέπεται κερδοφόρα σε όλες τις χρήσεις. Το πρώτο έτος η παραγωγή φιαλών των 750 ml βρίσκεται κάτω από τα επίπεδα του Νεκρού Σημείου για τις αντίστοιχες φιάλες, με αποτέλεσμα να είναι ζημιογόνα. Οι ζημιές καλύπτονται από την παραγωγή φιαλών των 187 ml η οποία βρίσκεται πάνω από τα όρια του Νεκρού Σημείου. Κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας, οι πωλήσεις φιαλών των 750 ml προ-βλέπεται να κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα αφού η νέα επιχείρηση θα προσπαθεί να αποσπάσει μερίδια αγοράς από τους ανταγωνιστές της. Οι προβλέψεις για τα μερίδια αγοράς που προβλέπεται να αποσπαστούν είναι ιδιαίτερα συντηρητικές έτσι ώστε να μη δημιουργηθούν προβλήματα ρευστότητας. Με την πάροδο των χρόνων η φήμη της επιχείρησης θα ισχυροποιηθεί και οι πωλήσεις αναμένεται να αυξάνονται σταδιακά. Όσον αφορά τις φιάλες των 187 ml, προβλέπεται όπως έχει αναφερθεί στο κεφάλαιο

* 1. Η μέση σταθμισμένη τιμή και το μέσο σταθμισμένο μοναδιαίο μεταβλητό κόστος έχουν προκύψει με στάθμιση βάσει του όγκου παραγωγής των φιαλών.

2. Το μεταβλητό Κόστος αποτελείται από το κόστος των άμεσων υλικών και της άμεσης εργασίας ενώ το σταθερό κόστος από το κόστος των Γενικών Βιομηχανικών Εξόδων, το κόστος της λειτουργίας Marketing, της Διοικητικής Λειτουργίας καθώς και της λειτουργίας της Έρευνας και Ανάπτυξης

III να αποσπαστούν από την αγορά της μπίρας, από την οποία τα αναμενόμενα μερίδια αγοράς που αναμένεται να αποσπαστούν είναι ιδιαίτερα συντηρητικά επίσης.

Το πέμπτο έτος (πλήρης δυναμικότητα), η παραγωγή και των δύο τύπων φιαλών βρίσκεται πάνω από το Νεκρό Σημείο. Το Νεκρό σημείο του Κύκλου Εργασιών ανέρχεται στα 2.310.646€ που αντιστοιχούν σε συνολική παραγωγή 509.001 φιαλών (66,75% της παραγωγικής δυναμικότητας).

10.8.2 Ανάλυση Ευαισθησίας

Με την Ανάλυση Ευαισθησίας θα εξεταστούν οι μεταβλητές που επηρεάζουν την κερδοφορία της επιχείρησης. Με βάση τον τύπο : **Κέρδος = Τεμάχια Χ (Τιμή - Μεταβλητά έξοδα ανά τεμάχιο) - Σταθερά Έξοδα**, οι μεταβλητές που θα εξεταστούν είναι:

- ü Ζήτηση
- ü Τιμή
- ü Μοναδιαίο Μεταβλητό Κόστος
- ü Σταθερό Κόστος

Στον ακόλουθο πίνακα θα εξεταστεί η ευαισθησία της κερδοφορίας της επιχείρησης στην περίπτωση που μία από τις μεταβλητές αυτές αυξηθεί κατά 5%,(ενώ οι άλλες παραμένουν σταθερές) έτσι ώστε να εντοπιστούν οι μεταβλητές των οποίων η μεταβολή επηρεάζουν έντονα την κερδοφορία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.2.1 Ανάλυση Ευαισθησίας 1

| Κέρδος = Τεμάχια Χ (Τιμή - Μεταβλητά έξοδα ανά τεμάχιο) - Σταθερά Έξοδα | | |
|--|------------------|---------|
| Αύξηση Ζήτησης κατά 5% | Μεταβολή Κέρδους | 15,04% |
| Αύξηση Τιμής κατά 5% | Μεταβολή Κέρδους | 20,20% |
| Αύξηση του Μοναδιαίου Μεταβλητού Κό | Μεταβολή Κέρδους | -5,17% |
| Αύξηση του Σταθερού Κόστους | Μεταβολή Κέρδους | -10,04% |

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα η κερδοφορία της επιχείρησης εμφανίζει μεγαλύτερη ευαισθησία ως προς τις μεταβολές της τιμής. Επίσης μεγάλη ευαισθησία έχει και ως προς τις μεταβολές της ζήτησης. Συνεπώς μία επιθετική πολιτική από τους ανταγωνιστές κατά την είσοδο της υπό ίδρυση μονάδας στην αγορά, θα μπορούσε να επηρεάσει έντονα την κερδοφορία της. Για αυτό τον λόγο στην επόμενη ενότητα ακολουθεί ανάλυση σεναρίων αντίδρασης ανταγωνιστών και επίδρασης αυτών στο επενδυτικό σχέδιο.

Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα ποσοστά μέχρι τα οποία η επιχείρηση θα έχει τη δυνατότητα να μεταβάλλει μία από τις μεταβλητές –Ζήτηση, Τιμή, Μοναδιαίο Μεταβλητό Κόστος, Σταθερό Κόστος - κατά τη φάση της πλήρους απασχόλησης της δυναμικότητας. Οι υπολογισμοί έγιναν με βάση την εξίσωση του Νεκρού Σημείου : **Πωλούμενα Τεμάχια Χ Τιμή = Σταθερά Έξοδα + Συνολικά Μεταβλητά Έξοδα.**

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.2.2 Ανάλυση Ευαισθησίας 2

| Πωλούμενα Τεμάχια Χ Τιμή = Σταθερά Έξοδα + Συνολικά Μεταβλητά Έξοδα | | | |
|--|------------------|---------------|-------------------|
| | Αρχική Μεταβλητή | Νέα Μεταβλητή | Ποσοστό Μεταβολής |
| Ζήτηση | 762.604 | 573.739 | -24,77% |
| Τιμή | 4,54 | 3,42 | -24,77% |
| Μοναδιαίο Μεταβλητό Κόστος | 1,16 | 2,28 | 96,87% |
| Σταθερό Κόστος | 1.719.451 | 2.576.817 | 49,86% |

Τα παραπάνω ποσοστά μεταβολής των μεταβλητών είναι αρκετά υψηλά, ακόμη και αυτά της ζήτησης και της τιμής (υψηλή ευαισθησία). Τα υψηλά ποσοστά μεταβολής δίνουν μεγάλα περιθώρια για σφάλμα στην εκτίμηση των μεταβλητών και συνεπώς μειώνουν την αβεβαιότητα για την κερδοφορία της επένδυσης.

10.8.3 Ανάλυση Σεναρίων Αντίδρασης Ανταγωνιστών

Σε αυτή την ενότητα θα γίνει ανάλυση της πιθανής αντίδρασης των ανταγωνιστών σε περίπτωση εισόδου της υπό ίδρυση μονάδας στην αγορά και επίδρασή της αντίδρασης αυτής στην Καθαρή Παρούσα Αξία της Επένδυσης. Στον Πίνακα που ακολουθεί φαίνονται τα πιθανά σενάρια αντίδρασης των ανταγωνιστών, η πιθανότητα εμφάνισης του κάθε σεναρίου και η επίδραση του κάθε σεναρίου στην επιχείρηση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.1
Σενάρια Αντίδρασης Ανταγωνιστών

| Σενάρια Αντίδρασης Ανταγωνιστών | Πιθανότητα | Αποτελέσματα στην επένδυση |
|---|-------------------|--|
| Καμία Αντίδραση | 40% | Κανένα |
| Μείωση Τιμής | 30% | Μείωση μέσης τιμής πώλησης έστω 2% |
| Μέτρα προώθησης πωλήσεων | 20% | Μείωση όγκου πωλήσεων έστω 2% |
| Μείωση Τιμών και ενίσχυση μέτρων προώθησης πωλήσεων | 10% | Μείωση μέσης τιμής πώλησης & όγκου πωλήσεων έστω 2% |

Στον επόμενο πίνακα υπολογίζεται η καθαρά ταμειακή ροή που προβλέπεται να προκύψει σε κάθε ένα από τα παραπάνω σενάρια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.2

Υπολογισμός Καθαρής Ταμειακής Ροής

| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| Έσοδα από πωλήσεις | | | | | | |
| Έσοδα από πωλήσεις (σενάριο 1) | 0 | 1.966.059 | 2.568.683 | 2.805.213 | 3.001.275 | 3.461.89 |
| Έσοδα από πωλήσεις (σενάριο 2) | 0 | 1.926.738 | 2.517.309 | 2.749.109 | 2.941.250 | 3.392.65 |
| Έσοδα από πωλήσεις (σενάριο 3) | 0 | 1.926.738 | 2.517.309 | 2.749.109 | 2.941.250 | 3.392.65 |
| Έσοδα από πωλήσεις (σενάριο 4) | 0 | 1.888.203 | 2.466.963 | 2.694.126 | 2.882.425 | 3.324.80 |
| Μεταβολές στην Καθαρή Ταμειακή Ροή | | | | | | |
| Μεταβολές στην Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 1) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| Μεταβολές στην Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 2) | 0 | -39.321 | -51.374 | -56.104 | -60.026 | -69.23 |
| Μεταβολές στην Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 3) | 0 | -39.321 | -51.374 | -56.104 | -60.026 | -69.23 |
| Μεταβολές στην Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 4) | 0 | -77.856 | -101.720 | -111.086 | -118.851 | -137.09 |
| Καθαρή Ταμειακή Ροή | | | | | | |
| Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 1) | 1.578.315 | -736.236 | 299.749 | 788.248 | 1.074.112 | 1.400.54 |
| Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 2) | 1.578.315 | -775.557 | 248.375 | 732.144 | 1.014.086 | 1.331.31 |
| Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 3) | 1.578.315 | -775.557 | 248.375 | 732.144 | 1.014.086 | 1.331.31 |
| Καθαρή Ταμειακή Ροή (σενάριο 4) | 1.578.315 | -814.092 | 198.029 | 677.162 | 955.261 | 1.263.45 |

Στους ακόλουθους πίνακες υπολογίζονται οι Καθαρές Παρούσες Αξίες για κάθε σενάριο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.3
Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 1

| ΣΕΝΑΡΙΟ 1 | | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------|---------|---------|-----------|-----------|
| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 1.578.315 | -736.236 | 299.749 | 788.248 | 1.074.112 | 1.400.549 |
| ΑΠΟΔΟΣΗΣ | 2,13% | | | | | |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 1,00 | 1,02 | 1,04 | 1,07 | 1,09 | 1,11 |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.578.315 | -720.881 | 287.376 | 739.951 | 987.270 | 1.260.468 |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | 198.537 | | | | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.4
Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 2

| ΣΕΝΑΡΙΟ 2 | | | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 1.578.315 | -775.557 | 248.375 | 732.144 | 1.014.086 | 1.331.311 | |
| ΑΠΟΔΟΣΗΣ | 2,13% | | | | | | |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 1,00 | 1,02 | 1,04 | 1,07 | 1,09 | 1,11 | |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.578.315 | -759.382 | 238.123 | 687.285 | 932.098 | 1.198.155 | |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | -59.370 | | | | | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.5
Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 3

| ΣΕΝΑΡΙΟ 3 | | | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 1.578.315 | -775.557 | 248.375 | 732.144 | 1.014.086 | 1.331.311 | |
| ΑΠΟΔΟΣΗΣ | 2,13% | | | | | | |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 1,00 | 1,02 | 1,04 | 1,07 | 1,09 | 1,11 | |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.578.315 | -759.382 | 238.123 | 687.285 | 932.098 | 1.198.155 | |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | -59.370 | | | | | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.6
Υπολογισμός Καθαρής Παρούσας Αξίας Σεναρίου 4

| ΣΕΝΑΡΙΟ 4 | | | | | | | |
|--------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| ΕΤΗ | Έναρξη | 1ο έτος | 2ο έτος | 3ο έτος | 4ο έτος | 5ο έτος | |
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| ΚΑΘΑΡΗ ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ | 1.578.315 | -814.092 | 198.029 | 677.162 | 955.261 | 1.263.458 | |
| ΑΠΟΔΟΣΗΣ | 2,13% | | | | | | |
| Συντελεστής Προεξόφλησης | 1,00 | 1,02 | 1,04 | 1,07 | 1,09 | 1,11 | |
| Παρούσα Αξία ΚΤΡ | 1.005.782 | -576.100 | 231.537 | 668.161 | 949.654 | 1.308.127 | |
| Κόστος Επένδυσης | 3.933.963 | | | | | | |
| ΚΠΑ Επένδυσης | -346.803 | | | | | | |

Στον επόμενο πίνακα γίνεται υπολογισμός της Σταθμισμένης με βάση την πιθανότητα Καθαρής Παρούσας Αξίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8.3.7
Σταθμισμένη Καθαρή Παρούσα Αξία

| ΕΝΔΕΧΟΜΕΝΑ | ΚΠΑ (€) | ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΤΟΥ ΕΝΕΔΕΧΟΜΕΝΟΥ | ΚΠΑ ΣΤΑΘΜΙΣΜΕΝΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ |
|------------|----------|--|---|
| Σενάριο 1 | 198.537 | 40% | 79.415 |
| Σενάριο 2 | -59.370 | 30% | -17.811 |
| Σενάριο 3 | -59.370 | 20% | -11.874 |
| Σενάριο 4 | -346.803 | 10% | -34.680 |
| | | | 15.050 |

Λαμβάνοντας υπόψη την αντίδραση των ανταγωνιστών η επένδυση είναι συμφέρουσα. Με την ανάλυση του Νεκρού Σημείου, της Ευαισθησίας και των Πιθανοτήτων η αβεβαιότητα δεν έχει εξαλειφθεί. Στόχος των παραπάνω αναλύσεων είναι να εντοπιστούν οι ευαίσθητες μεταβλητές και να αναλυθεί κατά πόσο οι μεταβολές τους επηρεάζουν την κερδοφορία της επένδυσης. Μετά την ανάλυση που προηγήθηκε, συμπεραίνουμε ότι υπάρχουν σχετικά μεγάλα περιθώρια μεταβολής των μεταβλητών. Σε περίπτωση όμως που οι μεταβλητές υπερβούν τα περιθώρια αυτά, η επένδυση θα είναι επιζήμια. Ο κίνδυνος αυτός εμπεριέχεται σε όλες τις επενδύσεις και δεν είναι δυνατόν να εξαλειφθεί.

10.9 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Στην ενότητα αυτή θα καθοριστούν συνοπτικά τα καθαρά οφέλη από εθνική και κοινωνικοοικονομική σκοπιά που δημιουργούνται από την υλοποίηση της επένδυσης.

Βασική Στρατηγική της υπό ίδρυση μονάδας είναι η δημιουργία ποιοτικά διαφοροποιημένων προϊόντων ανταγωνίσιμων στις διεθνείς αγορές. Πρωταρχικός στόχος είναι η εξαγωγή ποιοτικών προϊόντων και η ισχυροποίηση της φήμης της εταιρίας στις διεθνείς αγορές δίνοντας έμφαση στην προέλευση της πρώτης ύλης και την εξαιρετική ποιότητα των ελληνικών κρασιών. Με αυτόν τον τρόπο θα προβληθεί η Ελλάδα σαν ποιοτική οινοπαραγωγική χώρα και θα ενδυναμωθεί ο κλάδος του κρασιού στην Ελλάδα. Η εταιρία πρόκειται να παράγει “Μεγάλα Κρασιά”. Στην Ελλάδα η παραγωγή κρασιών αυτής της ποιότητας είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Η παραγωγή “Μεγά-

λων Κρασιών”* θα υποκαταστήσει μέρος των εισαγωγών και θα αυξήσει τις εξαγωγές με αποτέλεσμα τη μελλοντική βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας.

Με βάση τη χρηματοοικονομική αξιολόγηση που έχει προηγηθεί η επένδυση αναμένεται ότι θα είναι βιώσιμη και κερδοφόρα. Τα αυξημένα κέρδη που αναμένονται θα συμβάλλουν έμμεσα στη χρηματοδότηση των κοινωνικών δαπανών. Παράλληλα, η εγκατάσταση της μονάδας σε μειονεκτική περιοχή (Δυτική Μακεδονία) θα συντελέσει στην ανακατανομή του εισοδήματος, στην περιφερειακή ανάπτυξη και στη μείωση της ανεργίας.

Επιπρόσθετα, θα ωφεληθούν οι αμπελουργοί της περιοχής. Στο Νομό Γρεβενών δεν υπάρχει εγκατεστημένο άλλο εργοστάσιο παραγωγής οίνου. Οι αμπελουργοί πωλούν τα προϊόντα τους σε εργοστάσια εγκατεστημένα σε άλλους νομούς, τα οποία ικανοποιούν τη ζήτησή τους από τους τοπικούς παραγωγούς και χρησιμοποιούν τους συγκεκριμένους παραγωγούς συμπληρωματικά και με καθόλου ευνοϊκούς όρους. Η υπό ίδρυση μονάδα θα συνάψει συμφωνίες με τους αμπελουργούς των Γρεβενών με τις οποίες θα δεσμεύεται για αγορά της παραγωγής τους. Η επιχείρηση θα καθοδηγεί τους αμπελουργούς έτσι ώστε να παράγουν υψηλής ποιότητας πρώτη ύλη συρρικνώνοντας το κόστος. Με αυτό τον τρόπο θα αυξηθούν τα περιθώρια κέρδους των αμπελουργών και θα βελτιωθεί η ποιότητα της παραγόμενης πρώτης ύλης.

* **“Μεγάλα Κρασιά”**: Είναι τα κρασιά ιδιαίτερα υψηλής ποιότητας τα οποία αποσπούν από τους οινολόγους σε διεθνείς διαγωνισμούς συνολικές βαθμολογίες άνω του 85/100. Η παραγωγής κρασιών αυτής της κατηγορίας στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά περιορισμένη.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πορίσματα Προγράμματος “StatGraphics Plus 5.1”

Η πρόβλεψη της εγχώριας φαινομενικής κατανάλωσης οίνου έγινε χρησιμοποιώντας το στατιστικό πρόγραμμα “StatGraphics Plus 5.1”. Παρακάτω παρατίθεται αναλυτικά το πόρισμα του προγράμματος για τη σύγκριση των στατιστικών μοντέλων και την τελική πρόβλεψη της Εγχώριας Φαινομενικής Κατανάλωσης Οίνου.

Forecasting - CONSUMPTION

Analysis Summary

Data variable: CONSUMPTION

Number of observations = 15

Start index = 1

Sampling interval = 1,0 year(s)

Forecast Summary

Forecast model selected: Linear trend = 3031,79 + -24,2071 t

Number of forecasts generated: 9

Forecast Table for CONSUMPTION

Model: Linear trend = 3031,79 + -24,2071 t

| Period | Data | Forecast | Residual |
|--------|--------|----------|----------|
| 1 | 3396,0 | 3007,58 | 388,417 |
| 2 | 3198,0 | 2983,38 | 214,624 |
| 3 | 2623,0 | 2959,17 | -336,169 |
| 4 | 2595,0 | 2934,96 | -339,962 |
| 5 | 2860,0 | 2910,75 | -50,7548 |
| 6 | 3124,0 | 2886,55 | 237,452 |
| 7 | 2348,0 | 2862,34 | -514,34 |
| 8 | 3200,0 | 2838,13 | 361,867 |
| 9 | 2636,0 | 2813,93 | -177,926 |
| 10 | 2611,0 | 2789,72 | -178,719 |
| 11 | 2958,0 | 2765,51 | 192,488 |
| 12 | 2868,0 | 2741,3 | 126,695 |
| 13 | 2747,0 | 2717,1 | 29,9024 |
| 14 | 2942,0 | 2692,89 | 249,11 |
| 15 | 2466,0 | 2668,68 | -202,683 |

| Period | Forecast | Lower 95,0% Limit | Upper 95,0% Limit |
|--------|----------|----------------------|----------------------|
| 16 | 2644,48 | 1929,05 | 3359,9 |
| 17 | 2620,27 | 1888,26 | 3352,27 |
| 18 | 2596,06 | 1845,96 | 3346,16 |
| 19 | 2571,85 | 1802,26 | 3341,45 |
| 20 | 2547,65 | 1757,24 | 3338,05 |
| 21 | 2523,44 | 1711,02 | 3335,86 |
| 22 | 2499,23 | 1663,69 | 3334,78 |
| 23 | 2475,03 | 1615,34 | 3334,71 |
| 24 | 2450,82 | 1566,05 | 3335,59 |

Παράρτημα

Models

- (A) Random walk with drift
(B) Linear trend = 3031,79 + -24,2071 t
(C) Simple moving average of 3 terms
(D) Simple exponential smoothing with alpha = 0,1051
(E) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0377

Estimation Period

| Model | RMSE | MAE | MAPE | ME | MPE |
|-------|---------|---------|---------|-------------|-----------|
| (A) | 438,819 | 333,571 | 12,0581 | 1,29928E-13 | -1,08713 |
| (B) | 290,98 | 240,074 | 8,59663 | 1,21266E-13 | -0,924804 |
| (C) | 307,471 | 256,722 | 9,46795 | -45,3333 | -2,59419 |
| (D) | 315,047 | 258,643 | 9,22185 | -9,46048 | -1,43058 |
| (E) | 321,332 | 258,881 | 9,21397 | -11,0183 | -1,50562 |

| Model | RMSE | RUNS | RUNM | AUTO | MEAN | VAR |
|-------|---------|------|------|------|------|-----|
| (A) | 438,819 | OK | OK | OK | OK | OK |
| (B) | 290,98 | OK | OK | OK | OK | OK |
| (C) | 307,471 | OK | OK | OK | OK | OK |
| (D) | 315,047 | OK | OK | OK | OK | OK |
| (E) | 321,332 | OK | OK | OK | OK | OK |

Key:

RMSE = Root Mean Squared Error

RUNS = Test for excessive runs up and down

RUNM = Test for excessive runs above and below median

AUTO = Box-Pierce test for excessive autocorrelation

MEAN = Test for difference in mean 1st half to 2nd half

VAR = Test for difference in variance 1st half to 2nd half

OK = not significant (p >= 0.05)

* = marginally significant (0.01 < p <= 0.05)

** = significant (0.001 < p <= 0.01)

*** = highly significant (p <= 0.001)

Η πρόβλεψη των εξαγωγών οίνου έγινε χρησιμοποιώντας το στατιστικό πρόγραμμα “StatGraphics Plus 5.1”. Παρακάτω παρατίθεται αναλυτικά το πόρισμα του προγράμματος για τη σύγκριση των στατιστικών μοντέλων και την τελική πρόβλεψη της Εξαγωγών Οίνου.

Forecasting - EXPORTS

Analysis Summary

Data variable: EXPORTS

Number of observations = 5

Start index = 1

Sampling interval = 1,0 year(s)

Forecast Summary

Forecast model selected: Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0613

Number of forecasts generated: 10

Forecast Table for EXPORTS

Model: Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0613

| Period | Data | Forecast | Residual |
|--------|----------|----------|-----------|
| 1 | 526639,0 | 413208,0 | 113431,0 |
| 2 | 443633,0 | 428405,0 | 15228,5 |
| 3 | 598236,0 | 431988,0 | 166248,0 |
| 4 | 290713,0 | 454143,0 | -163430,0 |
| 5 | 370023,0 | 436505,0 | -66481,7 |

| Period | Forecast | Lower 95,0% Limit | Upper 95,0% Limit |
|--------|----------|----------------------|----------------------|
| 6 | 438289,0 | 203311,0 | 673266,0 |
| 7 | 440073,0 | 203336,0 | 676810,0 |
| 8 | 441857,0 | 203265,0 | 680448,0 |
| 9 | 443641,0 | 203098,0 | 684183,0 |
| 10 | 445425,0 | 202834,0 | 688015,0 |
| 11 | 447209,0 | 202472,0 | 691946,0 |
| 12 | 448993,0 | 202011,0 | 695974,0 |
| 13 | 450777,0 | 201451,0 | 700102,0 |
| 14 | 452561,0 | 200792,0 | 704329,0 |
| 15 | 454345,0 | 200033,0 | 708656,0 |

Παράρτημα

Models

- (A) Random walk with drift
- (B) Linear trend = 585694,0 + -46615,2 t
- (C) Simple moving average of 3 terms
- (D) Simple exponential smoothing with alpha = 0,1468
- (E) Brown's linear exp. smoothing with alpha = 0,0613

Estimation Period

| Model | RMSE | MAE | MAPE | ME | MPE |
|-------|----------|----------|---------|-------------|----------|
| (A) | 204549,0 | 156111,0 | 41,6505 | 0,0 | -9,44886 |
| (B) | 112310,0 | 67916,7 | 16,175 | 8,14907E-11 | -4,10439 |
| (C) | 172311,0 | 153147,0 | 49,9455 | -153147,0 | -49,9455 |
| (D) | 132980,0 | 102455,0 | 25,0499 | 8585,05 | -5,31562 |
| (E) | 134039,0 | 104964,0 | 25,389 | 12999,2 | -4,28457 |

Model

| Model | RMSE | RUNS | RUNM | AUTO | MEAN | VAR |
|-------|----------|------|------|------|------|-----|
| (A) | 204549,0 | | | | | |
| (B) | 112310,0 | | | | | |
| (C) | 172311,0 | | | | | |
| (D) | 132980,0 | | | | | |
| (E) | 134039,0 | | | | | |

Key:

RMSE = Root Mean Squared Error

RUNS = Test for excessive runs up and down

RUNM = Test for excessive runs above and below median

AUTO = Box-Pierce test for excessive autocorrelation

MEAN = Test for difference in mean 1st half to 2nd half

VAR = Test for difference in variance 1st half to 2nd half

OK = not significant (p >= 0.05)

* = marginally significant (0.01 < p <= 0.05)

** = significant (0.001 < p <= 0.01)

*** = highly significant (p <= 0.001)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία

- § Καρβούνης Σ., Οικονομοτεχνικές Μελέτες: Μεθοδολογία – Τεχνικές – Θεωρία, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, 2000
- § Παπαδάκης Β., Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία – Τρίτη Έκδοση, Εκδόσεις Ευγ. Μπένου, 1999
- § Μάλιαρης Π., Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ – Γ Έκδοση, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, 2001
- § Βαρβάκης Κ., Κοστολόγηση και Κοστολογική Οργάνωση, Παπαζήση ΑΕΒΕ, 2003
- § Χυτήρης Λ., Οργανωσιακή Συμπεριφορά, Εκδόσεις INTERBOOKS, 1994
- § Αρτίκης Γ., Χρηματοοικονομική Διοίκηση Ανάλυση και Προγραμματισμός, Interbooks – 2003
- § Αρτίκης Γ., Αξιολόγηση Πάγιων Επενδύσεων, Interbooks
- § Λαζαρίδης Γ. & Παπαδόπουλος Δ., Χρηματοοικονομική Διοίκηση II
- § Λαζαρίδης Γ., Σύγχρονες Μορφές Χρηματοδότησης
- § Pinson L. and Jinnett J., How to write a Business Plan: Management and Planning Series, U.S. Small Business Administration, 1993
- § Porter M., Competitive Strategy, Free Press, 1998
- § Aczel A., Complete Business Statistics, The McGraw – Hill Companies, Inc, 2002
- § Horngren, Datar, Foster, Cost Accounting : A Managerial Emphasis, Pearson Education International
- § Εταιρία Ύδρευσης Αποχέτευσης Θεσσαλονίκης Α.Ε., Εταιρία Ανάπτυξης Ιδιωτικών Υποδομών Βορείου Ελλάδος (ΕΑΙΥΒΕ), & SIGMA Consultants ΕΠΕ, Εταιρία Συμβούλων Ανάπτυξης: Οδηγός Ορθής Πρακτικής για την Ελαχιστοποίηση Αποβλήτων στη Βιομηχανία Τροφίμων

Μελέτες

- § ICAP : “Κλαδική Μελέτη – Οινοποιία Αύγουστος 2004”
- § Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών : “Αποτελέσματα Ερευνών Οικονομικής Συγκυρίας”
- § Δρ. Κοτσερίδης Γιώργος: “Η εξέλιξη των Οίνων κατά την τρίτη Χιλιετία σύμφωνα με τις προβλέψεις μελέτης του Universite du Vin”
- § Global Agriculture Information Network : “Germany Wine Annual 2003”
- § Food & Agribusiness Research : “Wine is Business”, January 2003

Περιοδικά

- § Αμπελοοινικά Νέα
- § Το Αμπελοτόπι

Σεμινάριο

- § Σημειώσεις Σεμιναρίου : “Ο ποικιλιακός προσανατολισμός του ελληνικού αμπελώνα στο πλαίσιο μιας νέας αμπελοοινικής πολιτικής”

Πηγές

- § Εθνική Στατιστική Υπηρεσία (Ε.Σ.Υ.Ε.)
- § Κεντρική Κλαδική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελουργικών Προϊόντων (Κ.Ε.Ο.Σ.Ο.Ε.)
- § Αναπτυξιακή Εταιρία Δυτικής Μακεδονίας
- § Κέντρο Υποδοχής Επενδυτών Γρεβενών
- § Στοιχεία Πρωτογενούς Έρευνας

Συεντεύξεις

- § Συνέντευξη από το Γενικό Διευθυντή της “KAIP Α. Ε.” κύριο Γλυνό Αλέκο
- § Συνέντευξη από το Μηχανολόγο της “KAIP Α. Ε.” κύριο Γρηγοράκη Δημήτρη
- § Συνέντευξη από το Γενικό Διευθυντή της “Οινάμπελος Α. Ε.” : κύριο Ασκιτζί Έκτορα

Ιστοσελίδες στο Internet

- § www.eurostat.ec.eu.int
- § www.europages.net
- § www.defranceschi.gr
- § www.boutaris.gr
- § www.tsantali.gr
- § www.malamatina.gr
- § www.apikyan.com
- § www.anko.gr
- § www.angre.gr
- § www.economist.com
- § www.euro-info.gr
- § www.ggb.gr
- § www.plant-management.gr
- § www6.prowein.de

