



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΒΑ)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ
ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
ΑΠΟΦΛΟΙΩΜΕΝΗΣ ΚΑΙ ΤΕΜΑΧΙΣΜΕΝΗΣ ΝΩΠΗΣ
ΠΑΤΑΤΑΣ

ΔΗΜΑΚΑΡΕΑ ΜΑΡΙΑ ΜΔΕ1302

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2015

Αφιερώνεται στην κόρη μου

**ΠΡΟΜΕΛΕΤΗ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ
ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΑΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
ΑΠΟΦΛΟΙΩΜΕΝΗΣ ΚΑΙ ΤΕΜΑΧΙΣΜΕΝΗΣ ΝΩΠΗΣ ΠΑΤΑΤΑΣ**

ΜΑΡΙΑ ΔΗΜΑΚΑΡΕΑ

Σημαντικοί όροι: Καινοτομία, Τεχνολογία, Επένδυση, Γεώμηλο

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα μελέτη αφορά στην πρόταση για τη δημιουργία μιας μονάδας με αντικείμενο την αποφλοιώση και τον τεμαχισμό νωπής πατάτας, καθώς και τη συσκευασία της, μιας επιχείρησης που ως στόχο έχει να καλύψει τις ανάγκες των ξενοδοχειακών και λοιπών μονάδων εστίασης της νήσου Κω, αλλά και της ευρύτερης περιοχής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

Η συγκεκριμένη επιχείρηση έχει σκοπό να συμβάλλει τα μέγιστα στην ανάπτυξη της περιοχής, που με τη δημιουργία της εν λόγω μονάδας θα παράσχει θέσεις εργασίας για αρκετά άτομα και θα ταυτιστεί η μονάδα με έννοιες όπως η ανάπτυξη, η παραγωγικότητα και η καινοτομία. Η δημιουργία μιας νέας παραγωγικής μονάδας με ένα πρόγραμμα εφικτό και συνεπές με ολόκληρο το αναπτυξιακό πρόγραμμα της χώρας, θα δώσει ώθηση στην οικονομία και ανάπτυξη στη συγκεκριμένη περιοχή εγκατάστασης. Οπότε και το κοινωνικό όφελος θα είναι τεράστιας σημαντικότητας.

Για το σχεδιασμό της παρούσας επενδυτικής πρότασης λήφθηκαν υπόψη μια σειρά από παράγοντες της περιοχής χωροθέτησης του έργου, καθώς και η κάλυψη εξυπηρέτησης των αναγκών της αγοράς. Γενικά, η χωροθέτηση του έργου γίνεται σε μια περιοχή όπου α) υπάρχει μεγάλη δυνατότητα παραγωγής Α΄ υλών, β) υπάρχει μεγάλη ζήτηση των παραγόμενων προϊόντων τόσο στο σημείο επένδυσης όσο και στα γειτονικά νησιά, γ) δεν υπάρχει ανταγωνισμός και δ) η χρήση τεχνολογίας έντασης παραγωγής θα επιτρέψει τη διατήρηση κόστους σε χαμηλά επίπεδα με συνέπεια την αυξημένη κερδοφορία άρα και βιωσιμότητα της επένδυσης.

Η προτεινόμενη επένδυση ενισχύει ένα νέο πρότυπο νησιωτικής επιχειρηματικότητας, συμβάλλοντας θετικά στην τοπική παραγωγή και στην μεταποίηση αγροτικών προϊόντων και ειδικότερα στη μεταποίηση γεωμήλων της τοπικής παραγωγικής βάσης. Στην περιοχή επένδυσης η παραγωγή τυποποιημένων και μεταποιημένων αγροτικών προϊόντων παραμένει σε χαρακτηριστικά χαμηλά επίπεδα, όχι μόνο από άποψη όγκου, αλλά και από άποψη προστιθέμενης αξίας.

Η μελέτη, επίσης, περιλαμβάνει την παράθεση των οικονομικών στοιχείων όπως αυτά έχουν καταγραφεί και τις προβλεπόμενες οικονομικές καταστάσεις και αποτελέσματα για την επόμενη πενταετία. Για τις προβλέψεις αυτές ελήφθησαν υπόψη οι συνθήκες που επικρατούν στην αγορά την παρούσα χρονική περίοδο και πάρθηκαν αποφάσεις με βάση τη σωστή στελέχωση του ανθρωπίνου δυναμικού. Από την παράθεση των οικονομικών στοιχείων διαπιστώνεται ότι η επιχείρηση διαθέτει σημάδια που την καθιστούν όχι απλώς βιώσιμη, αλλά με τη σωστή οικονομική πολιτική και όλες αυτές τις Στρατηγικές Διοίκησης και Μάρκετινγκ που θα ακολουθηθούν, θα κριθεί ως μία δύναμη στο χώρο της νωπής, τεμαχισμένης και συσκευασμένης πατάτας, κατέχοντας το μονοπώλιο στην αγορά.

Με τη μελέτη σκοπιμότητας καθορίζονται οι γενικές προϋποθέσεις του προτεινόμενου προγράμματος, πόσο καλά δηλ. οι φυσικοί πόροι της χώρας και οι διευκολύνσεις που παρέχονται στη τοποθεσία της επένδυσης στηρίζει τις ανάγκες του υπό μελέτη σχεδίου, όσον αφορά τη διαθεσιμότητα, την ποιότητα και την προσβασιμότητα των εισροών που έχει ανάγκη η προτεινόμενη παραγωγική μονάδα σε πρώτες ύλες, μεταφορές, εργασία, χώρος κτλ. Επίσης, καθορίζεται η σωστή κλίμακα των διαφόρων λειτουργιών, όπως σύγχρονη τεχνολογία για τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας, δηλ. μειωμένες απαιτήσεις εισροών ανά μονάδα εκροών. Γίνεται καταγραφή των σωστών συντελεστών εισροών, το συγκριτικό κόστος παραγωγής με βάση το τεχνικό μέρος της μελέτης και την έρευνα της αγοράς σε ανά μονάδα κόστος παραγωγής με ανάλυση όλων των συντελεστών κόστους σε πρώτες ύλες, Μάρκετινγκ, αποσβέσεις και φόρους. Για το λόγο αυτό περιέχεται η χρηματοοικονομική όψη και δομή του σχεδίου, με ανάλυση του νεκρού σημείου, για να εντοπιστεί η ελάχιστη δυναμικότητα λειτουργίας, όπου το πρόγραμμα θα είναι οικονομικά εφικτό.

Επιπλέον, καθορίζεται η διαθέσιμη και η σχεδιαζόμενη υποδομή, η διαθεσιμότητα του εργατικού δυναμικού, η διοικητική στρατηγική (management) της επιχείρησης που αποτελεί μείζονος σπουδαιότητας και για το Μάρκετινγκ, δρώντας καταλυτικά για την επιτυχία ή την αποτυχία του προγράμματος.

Με βάση όλα τα παραπάνω γίνεται σαφές ότι τα οφέλη από το συγκεκριμένο σχέδιο επένδυσης είναι πολλά και ιδιαίτερης σημαντικότητας, εν καιρώ οικονομικής κρίσης, διότι θα ενισχυθεί η αναπτυξιακή ψυχολογία και θα δημιουργηθούν θετικές επιπτώσεις στη μικροοικονομία της χώρας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θέλω να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον καθηγητή κύριο Γεωργακέλλο Δημήτριο, επιβλέπων της διπλωματικής μου εργασίας, για την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχε κατά τη διάρκεια της εκπόνησής της. Επίσης, θέλω να ευχαριστήσω θερμά την οικογένειά μου για τη συμπαράσταση και την συμβολή τους για το σύνολο του μεταπτυχιακού προγράμματος, το οποίο παρακολούθησα.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3-1: Συνήθη διατροφικά στοιχεία διαφορετικών πιάτων πατάτας ανά 100 γρ.....	24
Πίνακας 3-2: Αριθμός κλινών για τη Ρόδο, Κω και Κάρπαθο (2010).....	26
Πίνακας 3-3: Στοιχεία (προϊόντος – υποπροϊόντος πατάτας) ανάλυσης παγκόσμιου εμπορίου.....	32
Πίνακας 3-4: Κατηγορίες ξενοδοχειακών μονάδων στην Κω.....	40
Πίνακας 3-5: Μονάδες εστίασης στην Κω.....	41
Πίνακας 3-6: πρόβλεψης φαινομενικής κατανάλωσης πατάτας στη νήσο Κω...44	
Πίνακας 3-7: Ανάλυση προϊόντος και αγοράς.....	66
Πίνακας 3-8: Boston Consulting Group.....	67
Πίνακας 3-9: Ενδεικτική τιμή πώλησης.....	69
Πίνακας 3-10: MKT Budget.....	72
Πίνακας 3-11: Διαθέσιμα MME στην Κω.....	72
Πίνακας 3-12: Συνολικά έσοδα προγράμματος για την 5ετία (2016-2020).....	73
Πίνακας 3-13: Συνολικές Πωλήσεις και Συνολικό Κόστος Μάρκετινγκ.....	74
Πίνακας 4-1: Ποσότητες εισροών (ανά έτος).....	82
Πίνακας 4-2: Πηγές εισροής ανά είδος.....	84
Πίνακας 4-3: Συνολική αναγκαία ποσότητα-ανά μονάδα κόστος-συνολικό κόστος.....	87
Πίνακας 4-4: Αναμενόμενο κόστος για την 5ετία (2016-2020).....	88
Πίνακας 5-1: Μηχανολογικός εξοπλισμός και συνολικό κόστος.....	106
Πίνακας 5-2: Λοιπός εξοπλισμός και συνολικό κόστος.....	107
Πίνακας 5-3: Κόστος ολοκλήρωσης των υποδομών.....	114
Πίνακας 5-4: Κόστος μελετών.....	116
Πίνακας 5-5: Συνοπτικά κόστη της μονάδας.....	117

Πίνακας 6-1: Γενικά έξοδα επιχείρησης για το 1 ^ο έτος (2016) – εκτίμηση.....	128
Πίνακας 6-2: Πρόβλεψη Γενικών εξόδων ανά έτος (5ετία).....	129
Πίνακας 7-1: Διευθύνσεις και τμήματα της εταιρείας και τίτλοι σπουδών προσωπικού.....	136
Πίνακας 7-2: Περιγραφή θέσεων εργασίας.....	137
Πίνακας 7-3: Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι ηλικίας 25 ετών και άνω.....	142
Πίνακας 7-4: Κατώτατα όρια αποδοχών εργαζόμενοι ηλικίας μέχρι 25 ετών...	143
Πίνακας 7-5: Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι ηλικίας 25 ετών και άνω.....	144
Πίνακας 7-6: Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι ηλικίας μέχρι 25 ετών.....	145
Πίνακας 7-7: Ανάλυση κόστους προσωπικού κατά τον 1 ^ο χρόνο λειτουργίας.	148
Πίνακας 7-8: Εκτίμηση Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού (ανά έτος).....	149
Πίνακας 8-1: Συντελεστές βαρύτητας των κριτηρίων επιλογής τοποθεσίας.....	156
Πίνακας 8-2: Βαθμολόγηση των δύο εναλλακτικών περιοχών με κλίμακα (0- 10).....	157
Πίνακας 9-1: Εκτίμηση κόστους επένδυσης για την εκτέλεση του έργου.....	165
Πίνακας 10-1: Αρχικό πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης.....	168
Πίνακας 10-2: Υπολογισμός Αναγκών της μονάδας σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης.....	170
Πίνακας 10-3: Τελικός Υπολογισμός Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης (2016)...	172
Πίνακας 10-4: Συνολικό Κόστος Επένδυσης.....	173
Πίνακας 10-5: Πηγές Χρηματοδότησης της Επένδυσης.....	174
Πίνακας 10-6: Εξυπηρέτηση Τραπεζικού Δανεισμού.....	175
Πίνακας 10-7: Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής (2016- 2020).....	176
Πίνακας 10-8: Διαχρονική Εξέλιξη Απαιτήσεων σε Αποθέματα (2016-2020)..	177
Πίνακας 10-9: Διαχρονική Εξέλιξη Απαιτήσεων σε Κεφάλαιο Κίνησης (2016- 2020).....	177

Πίνακας 10-10: Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσεως (2016-2020).....	178
Πίνακας 10-11: Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών (2016-2020).....	179
Πίνακας 10-12: Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Τέλους (2016-2020).....	181
Πίνακας 10-13: Υπολογισμός Καθαρών Κερδών Επιχείρησης – Μη συμπεριλαμβανομένων των Τόκων (€).....	183
Πίνακας 10-14: Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών Επιχείρησης (€)....	183
Πίνακας 10-15: Υπολογισμός Καθαρών Κερδών συν Τόκους (€).....	184
Πίνακας 10-16: Υπολογισμός Συντελεστών Απόδοσης Κεφαλαίου (€).....	184
Πίνακας 10-17: Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (€).....	186
Πίνακας 10-18: Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (€).....	187
Πίνακας 10-19: Καταμερισμός Μεταβλητών και Σταθερών Εξόδων (2016)....	190

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 3-1: Μεριδία τοπικής αγοράς επιχειρήσεων του κλάδου (2012).....	27
Διάγραμμα 3-2: Πατάτα – εξέλιξη των τιμών 2005-2011.....	35
Διάγραμμα 3-3: Πατάτες – εξέλιξη του δείκτη των τιμών.....	36
Διάγραμμα 3-4: Πατάτα και τρόπος διαμόρφωσης της τιμής.....	36
Διάγραμμα 3-5: Πατάτα και ανάλυση της τιμής.....	37
Διάγραμμα 3-6: Τιμές λιανικής για τις πατάτες.....	38
Διάγραμμα 3-7: Μεικτό περιθώριο κέρδους πατάτας για μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ.....	38
Διάγραμμα 3-8: Κύκλος ζωής του κλάδου.....	39
Διάγραμμα 3-9: Τμηματοποίηση B2B (Επιχείρηση προς Επιχείρηση).....	62
Διάγραμμα 3-10: Αντιληπτική χαρτογράφηση.....	63
Διάγραμμα 5-1: Η διάταξη για την παραγωγή.....	95
Διάγραμμα 5-2: Τοπογραφικό διάγραμμα και διάγραμμα κάλυψης.....	112
Διάγραμμα 5-3: Τομές και όψεις του κτιρίου.....	112
Διάγραμμα 5-4: Κατόψεις της μονάδας.....	113
Διάγραμμα 6-1: Οργανόγραμμα της Διοίκησης.....	120
Διάγραμμα 6-2: Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Πωλήσεων.....	122
Διάγραμμα 6-3: Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού.....	122
Διάγραμμα 6-4: Οργάνωση της Διεύθυνσης Παραγωγής.....	123
Διάγραμμα 6-5: Οργανόγραμμα Επιχείρησης.....	125
Διάγραμμα 7-1: Οργανόγραμμα εταιρείας πατάτας Diamond.....	146
Διάγραμμα 9-1: Διάγραμμα GANTT.....	164

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	
Ευχαριστίες.....	I
Κατάσταση Πινάκων.....	II
Κατάσταση Διαγραμμάτων.....	V
Κεφάλαιο 1: ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	1
1.1. Βασική ιδέα και ιστορικό του Προγράμματος.....	2
1.2. Ανάλυση αγοράς και Μάρκετινγκ.....	2
1.3. Πρώτες Ύλες και Άλλα Εφόδια.....	3
1.4. Μηχανολογικά και Τεχνολογία.....	3
1.5. Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα.....	4
1.6. Ανθρώπινοι Πόροι.....	4
1.7. Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης, Περιβάλλον.....	4
1.8. Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Έργου.....	5
1.9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	5
1.10. Συμπεράσματα.....	5
Κεφάλαιο 2: ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ.....	7
2.1. Ιστορική αναδρομή της πατάτας (Γεωμήλου) παγκοσμίως.....	8
2.1.1. Η εισαγωγή της πατατοκαλλιέργειας στην Ελλάδα.....	9
2.1.1.1. Οι πρώτοι Έλληνες καλλιεργητές πατάτας.....	9
2.2. Το ιστορικό του Προγράμματος.....	10
2.3. Σκοπός της επιχείρησης.....	12
2.4. Μετοχική Σύμβαση.....	13
2.5. Σκοπός μελέτης σκοπιμότητας.....	14
2.6. Φορέας εκπόνησης της μελέτης και φορέας που παρήγγειλε τη μελέτη.....	14
Κεφάλαιο 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	15
3.1. Ο Ορισμός της αγοράς και η ανάλυση της δομής της.....	16
3.1.1. Προϊόντα.....	17

3.1.2. Πελάτες.....	25
3.1.3. Ανταγωνιστές.....	27
3.1.4. Προμηθευτές.....	28
3.1.5. Δίαυλοι Διανομής.....	31
3.2. Γενικά χαρακτηριστικά του κλάδου των οπωροκηπευτικών.....	31
3.3. Ανάλυση της εγχώριας αγοράς της πατάτας.....	33
3.3.1. Συνολικό Μέγεθος Αγοράς πατάτας στην Κω.....	40
3.3.2. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης.....	42
3.3.3. Προσδιορισμός Μελλοντικής ζήτησης.....	43
3.4. Ανάλυση του Εξωτερικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος.....	44
3.4.1. Πολιτικοί Παράγοντες.....	45
3.4.2. Οικονομικοί Παράγοντες.....	48
3.4.3. Κοινωνικοί Παράγοντες.....	49
3.4.4. Τεχνολογικοί Παράγοντες.....	51
3.5. Ανάλυση του Ανταγωνιστικού περιβάλλοντος.....	52
3.5.1. Ανάλυση των πέντε δυνάμεων σύμφωνα με τον PORTER.....	53
3.5.1.1. Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων.....	53
3.5.1.2. Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών.....	54
3.5.1.3. Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών.....	54
3.5.1.4. Απειλή από Υποκατάστατα Προϊόντα.....	55
3.5.1.5. Ένταση Ανταγωνισμού μεταξύ Υφιστάμενων Επιχειρήσεων.....	55
3.5.1.5. Δύναμη των Stake Holders.....	56
3.5.2. SWOT ανάλυση.....	56
3.6. Η Στρατηγική του Μάρκετινγκ.....	59
3.6.1. Σκοποί και Στόχοι της υπό ίδρυσης Μονάδας.....	59
3.6.2. Στοχοθέτηση (Targeting).....	61
3.6.3. Τοποθέτηση (Positioning).....	62
3.7. Η Τακτική του Μάρκετινγκ.....	64

3.7.1. Προϊόν.....	64
3.7.1.1. Μίγμα προϊόντος.....	66
3.7.2. Τιμή.....	68
3.7.3. Διανομή.....	69
3.7.4. Προώθηση.....	70
3.8. Έσοδα από Πωλήσεις.....	72
3.9. Το Πρόγραμμα της Παραγωγής.....	73
Κεφάλαιο 4: ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ.....	75
4.1. Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και των εφοδίων.....	76
4.1.2. Εφόδια Μονάδας Παραγωγής.....	78
4.2. Απαιτούμενες ποσότητες Εισροών.....	82
4.3. Διαθεσιμότητα και Πηγές Προμήθειας.....	83
4.3.1. Διαθεσιμότητα Υλικών.....	83
4.3.2. Πηγές Προμηθειών.....	84
4.3.3. Κριτήρια Επιλογής Πρώτων Υλών και Άλλων Εφοδίων.....	84
4.4. Επιλογή και Αξιολόγηση των Προμηθευτών.....	85
4.5. Πρόγραμμα προμηθειών.....	86
4.6. Υπολογισμός του Κόστους Πρώτων Υλών και άλλων εφοδίων.....	88
Κεφάλαιο 5: ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ.....	89
5.1. Προγραμματισμός Τεχνολογίας.....	90
5.1.1. Ανάλυση της Παραγωγικής Διαδικασίας.....	91
5.1.2. Απαιτούμενη Τεχνολογία και διαθέσιμες επιλογές.....	93
5.2. Απαιτούμενη Τεχνολογία – Διαθέσιμες Επιλογές.....	93
5.2.1. Επιλογή Τεχνολογίας.....	93
5.2.2. Κριτήρια Επιλογής Τεχνολογίας.....	93
5.3. Μηχανολογικός Εξοπλισμός.....	93
5.3.1. Περιγραφή Μηχανολογικού Εξοπλισμού.....	93
5.4. Κόστος Μηχανολογικού Εξοπλισμού και Τεχνολογίας και τρόπος	

απόκτησής τους.....	105
5.5. Έργα Πολιτικού Μηχανικού.....	108
5.5.1. Προετοιμασία και Ανάπτυξη του Χώρου Εγκατάστασης.....	108
5.5.2. Διαμόρφωση και προετοιμασία εσωτερικού και εξωτερικού χώρου της κτιριακής εγκατάστασης.....	108
5.6. Κόστος Έργων Πολιτικού Μηχανικού.....	113
Κεφάλαιο 6: ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ.....	118
6.1. Οργάνωση και Διαχείριση της Μονάδας.....	119
6.1.1. Οργανωσιακές Λειτουργίες.....	120
6.1.2. Οργανωσιακή Δομή.....	123
6.2. Εντοπισμός των Κέντρων Κόστους.....	125
6.2.1. Κέντρα Κόστους Παραγωγής.....	126
6.2.2. Κέντρα Κόστους Υποστήριξης – Εξυπηρέτησεως.....	126
6.2.3. Κέντρα Κόστους Διοίκησης και Χρηματοοικονομικών.....	127
6.3. Γενικά Έξοδα.....	127
Κεφάλαιο 7: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ.....	130
7.1. Η σημαντικότητα της επιλογής του ανθρωπίνου δυναμικού.....	131
7.1.1. Εκτίμηση του συνόλου των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους.....	131
7.1.2. Περιγραφή καθηκόντων (job description).....	132
7.1.3. Περιγραφή θέσεως (job specification).....	135
7.1.4. Εκπόνηση προγράμματος εκπαίδευσης	139
7.1.5. Καθορισμός πολιτικής πρόσληψης ανθρωπίνου δυναμικού.....	140
7.1.6. Εκτίμηση κόστους ανθρωπίνου δυναμικού.....	141
7.2. Καθορισμός των αναγκών σε ανθρωπινό δυναμικό.....	143
7.3. Υπολογισμός κόστους ανθρωπίνου δυναμικού ετησίως.....	145
Κεφάλαιο 8: ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ...148	
8.1. Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της Νέας Μονάδας.....	150
8.2. Αναζήτηση και Επιλογή Τοποθεσίας.....	151

8.2.1. Βασικές Απαιτήσεις Επιλογής Τοποθεσίας.....	151
8.2.2. Χαρακτηριστικά Στοιχεία Εναλλακτικών Τοποθεσιών.....	153
8.2.3. Αξιολόγηση Εναλλακτικών Τοποθεσιών.....	156
Κεφάλαιο 9: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΈΡΓΟΥ.....	158
9.1. Στόχοι του Προγραμματισμού Εκτελέσεως του Έργου.....	159
9.2. Δραστηριότητες και Δεδομένα.....	160
9.3. Εκτίμηση του Κόστους Εκτελέσεως του Προγράμματος.....	164
Κεφάλαιο 10: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	166
10.1. Έκταση και Στόχοι της Χρηματοοικονομικής Αξιολόγησης.....	167
10.2. Ανάλυση του Συνολικού Κόστους της Επένδυσης.....	168
10.3. Χρηματοδότηση του Επενδυτικού Σχεδίου.....	173
10.4. Ανάλυση του Συνολικού Κόστους της Παραγωγής.....	175
10.4.1. Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής.....	175
10.4.2. Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης.....	176
10.5. Ανάλυση των Λογιστικών Καταστάσεων.....	178
10.5.1. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης.....	178
10.5.2. Πίνακας χρηματικών ροών.....	179
10.5.3. Ισολογισμός.....	180
10.6. Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση της Επένδυσης.....	182
10.6.1. Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης.....	182
10.6.2. Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης του Κεφαλαίου.....	184
10.6.3. Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας.....	185
10.6.4. Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης.....	186
10.7. Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση σε Συνθήκες Αβεβαιότητας.....	188
10.7.1. Ανάλυση «Νεκρού» Σημείου.....	189
10.7.2. Ανάλυση Ευαισθησίας.....	191
10.8. Οικονομική Αξιολόγηση – Επιδράσεις στην Εθνική Οικονομία.....	192
Βιβλιογραφία.....	193

Ελληνική.....	193
Ξενόγλωσση.....	193
Μελέτες.....	194
Διαδίκτυο.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΣΥΝΟΨΗ ΜΕΛΕΤΗΣ

1.1. Βασική ιδέα και Ιστορικό Προγράμματος

Η παρούσα προμελέτη σκοπιμότητας, σαν στόχο έχει την μελέτη και εξέταση ιδρύσεως μιας μονάδας παραγωγής αποφλοιωμένης και τεμαχισμένης νωπής πατάτας. Η υπό εξέταση μονάδα που φέρει το όνομα «Κωνσταντίνος Δεριζιώτης Μονοπρόσωπη ΙΚΕ», θα εδρεύει στην Δημοτική Κοινότητα Πυλίου της Κω, στην οποία θα έχει και την κύρια δραστηριότητά της. Το ενδιαφέρον για την εκπόνηση της εν λόγω προμελέτης εκδηλώθηκε το 2014. Από την μεταπτυχιακή φοιτήτρια Δημακαρέα Μαρία για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Η ολοκλήρωση της παρούσας προμελέτης τοποθετείται στα τέλη του Μαρτίου 2015.

1.2. Ανάλυση Αγοράς και Μάρκετινγκ

Η υπό μελέτη επιχείρηση δραστηριοποιείται στον κλάδο των Οπωροκηπευτικών και ειδικά αναφέρεται στον υποκλάδο επεξεργασίας και συντήρησης νωπής πατάτας. Κατατάσσεται στον κώδικα (Κ.Α.Δ. 2008).

Η νωπή πατάτα έχει μεγάλη ζήτηση τόσο από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και επιχειρήσεις σίτισης όσο και από τα νοικοκυριά. Σύμφωνα με έρευνες της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εστιατορικών και Συναφών Επαγγελμάτων (2012) της Κω, όπου καταγράφονται όλα τα ξενοδοχειακά συγκροτήματα και επιχειρήσεις σίτισης του νησιού και μετά από δειγματοληπτική τηλεφωνική έρευνα της εταιρείας ερευνών Omicron Poll, προέκυψε ότι καθημερινά σε ένα ξενοδοχείο καταναλώνονται από 400kg – 1.200kg νωπής πατάτας, αναλόγως της δυναμικότητας και της συμφωνίας με τους τουριστικούς πράκτορες (all inclusive – ή απλή διαμονή). Επίσης η ζήτηση για πατάτα στα καταστήματα μαζικής εστίασης κυμαίνεται από 40kg – 80kg νωπής πατάτας καθημερινά για τους μήνες από Μάιο έως και Οκτώβριο. Και η εβδομαδιαία ζήτηση για νωπές πατάτες στα νοικοκυριά της Κω κυμαίνεται από 4kg – 8kg.

Η φαινομενική κατανάλωση της πατάτας στην Κω παρουσιάζει μικρή αυξητική τάση την τελευταία διετία. Συγκεκριμένα, το 2013 άγγιξε τα 39.100.000 κιλά, ενώ το 2014 έφτασε τα 40.301.000 κιλά.

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο της πατατοβιομηχανίας στη νήσο Κω είναι σχεδόν ανύπαρκτος. Λειτουργούν μόνο δύο οικοτεχνίες, όπου χρησιμοποιούνται ελάχιστα τεχνητά μέσα και η παραγωγή γίνεται κυρίως μέσω χειρωνακτικής εργασίας. Παράγονται νωπές, τεμαχισμένες πατάτες, οι οποίες διανέμονται καθημερινά σε

ξενοδοχεία, καλύπτοντας μέρος των αναγκών τους, λόγω των μειωμένων δυνατοτήτων παραγωγής της οικοτεχνίας.

Η εν λόγω επιχείρηση αναμένεται να σημειώσει έσοδα από πωλήσεις κατά την εξεταζόμενη πενταετία (2016-2020), που θα φτάσουν το 2016 τα 840.000 ευρώ, το 2017 τα 882.000 ευρώ, το 2018 τα 926.100 ευρώ, το 2019 τα 972.405 ευρώ και το 2020 τα 1.021.025,25 ευρώ.

1.3. Πρώτες Ύλες και Άλλα Εφόδια

Κατά την επεξεργασία και συντήρηση νωπής πατάτας, οι απαραίτητες πρώτες ύλες που απαιτούνται είναι οι κόνδυλοι της πατάτας, σακούλες για την τυποποίηση του προϊόντος, υλικά καθαριότητας, ιματισμός, και άλλα αναλώσιμα υλικά και εφόδια (υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, ανταλλακτικά, καύσιμα κ.α.).

Η επιλογή των κατάλληλων πηγών προμήθειας πρώτων υλών, απαιτεί από την υπό μελέτη μονάδα να θεσπίσει παραμέτρους που αφορούν ποιότητα, προέλευση, τιμή, φήμη προμηθευτή, πρώτες ύλες πιστοποιημένες κ.α. Το κόστος των πρώτων υλών και των άλλων εφοδίων αναμένεται να ανέλθει στα 421.546,55 ευρώ συνολικά για το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης (2016).

1.4. Μηχανολογικά και Τεχνολογία

Είναι ιδιαίτερης σημαντικότητας για την υπό μελέτη μονάδα, να δοθεί ειδικό βάρος στην τεχνολογία που σχετίζεται με την δραστηριότητα της επεξεργασίας και κοπής νωπής πατάτας, ώστε να ακολουθεί τις νέες τεχνολογικές τάσεις και αλλαγές. Η τεχνολογία και ειδικά η καινοτομία είναι δυνατόν να επηρεάσουν την δομή του ανταγωνισμού, δημιουργώντας εμπόδια στην είσοδο νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων στον κλάδο ή αντίθετα να ενθαρρύνει την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο.

Ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα επιλεγεί θα πρέπει να είναι ο κατάλληλος και ικανός να καλύψει την παραγωγική δυναμικότητα της μονάδας. Το συνολικό κόστος του μηχανολογικού εξοπλισμού αναμένεται να ανέλθει σε 249.690 ευρώ και για τον λοιπό εξοπλισμό σε 37.083,25 ευρώ. Το κόστος των έργων του πολιτικού μηχανικού ανέρχεται στα 238.220,25 ευρώ, ενώ το κόστος των μελετών και υπηρεσιών υποστήριξης φτάνει τα 81.920,46 ευρώ.

1.5. Οργάνωση Μονάδας και Γενικά Έξοδα

Η καλύτερη οργάνωση και διοίκηση της μονάδας απαιτεί τον καθορισμό των οργανωσιακών λειτουργιών της. Αυτές χωρίζονται στην Γενική Διεύθυνση της μονάδας, στις διευθύνσεις Μάρκετινγκ & Πωλήσεων, Οικονομικού Προγραμματισμού και Παραγωγής), οι οποίες έχουν υπό την εποπτεία τους τα τμήματα Προώθησης, Διανομής, Τιμολόγησης, Λογιστηρίου, Ελέγχου & Φύλαξης, Ποιοτικού Ελέγχου, Διαχείρισης Αποθηκών και Συντήρησης Επισκευών. Επικεφαλής της οργανωσιακής δομής της μονάδας είναι ο Πρόεδρος και Γενικός Δ/ντής.

Τα γενικά έξοδα της μονάδας αναμένονται το πρώτο έτος της λειτουργίας της να ανέλθουν σε 54.000 ευρώ.

1.6. Ανθρώπινοι Πόροι

Η αποτελεσματική και ομαλή λειτουργία της μονάδας έγκειται στην απόκτηση ικανών εργαζομένων που θα στελεχώσουν την μονάδα, ώστε να ενεργοποιηθούν και οι λοιποί συντελεστές παραγωγής και να επιτευχθούν οι στόχοι της. Αναφορικά με τις ανάγκες της υπό μελέτης μονάδας σε εργαζομένους, αυτοί ανέρχονται σε 14 στο σύνολό τους. Το συνολικό κόστος του ανθρώπινου δυναμικού κατά το πρώτο έτος (2016), αναμένεται να ανέλθει σε 80.000 ευρώ. Επίσης, δεν υπάρχει επιπρόσθετο κόστος του ανθρωπίνου δυναμικού, κατά την φάση πριν την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης, διότι αυτό επιβαρύνει την εταιρεία που θα προμηθεύσει με μηχανολογικό εξοπλισμό τη μονάδα.

1.7. Τοποθεσία, Χώρος Εγκατάστασης, Περιβάλλον

Αφότου έγινε ενδελεχή έρευνα και σύγκριση εναλλακτικών τοποθεσιών, η υπό εξέταση μονάδα θα δραστηριοποιείται στον Άγιο Πέτρο (τοποθεσία Μπουκολιά) της δημοτικής κοινότητας Πυλίου. Είναι μία αγροτική περιοχή του νησιού της Κω στον νομό Δωδεκανήσου και πληροί στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τις απαιτήσεις και τις προϋποθέσεις της υπό εξέτασης μονάδας.

1.8. Προγραμματισμός Εκτέλεσης του Έργου

Ο προγραμματισμός εκτέλεσης του έργου περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες και τις απαραίτητες εργασίες, ούτως ώστε το επενδυτικό σχέδιο να φτάσει στο στάδιο της λειτουργίας της επιχείρησης. Η διεκπεραίωση όλων των απαραίτητων εργασιών από το στάδιο της προμελέτης σκοπιμότητας μέχρι και το στάδιο έναρξης λειτουργίας της επιχείρησης, αναμένεται να έχει διάρκεια 10 μήνες. Το κόστος εκτέλεσης του προγράμματος, το οποίο αποτελεί δαπάνη προπαραγωγικής φύσεως, πρόκειται να ανέλθει σε 45.500 ευρώ.

1.9. Χρηματοοικονομική Ανάλυση και Αξιολόγηση της Επένδυσης

Η βιωσιμότητα της υπό εξέταση επιχείρησης κρίνεται από την χρηματοοικονομική ανάλυση της επένδυσης, μέσω της εκτίμησης των εισροών και εκροών της και της αξιολόγησής για να κριθεί αν το επενδυτικό σχέδιο είναι ελκυστικό για τον επενδυτή.

Κατόπιν υπολογισμών το συνολικό κόστος της επένδυσης θα ανέλθει στα 765.602,26 ευρώ, εκ των οποίων τα 652.413,96 ευρώ αποτελούν το πάγιο ενεργητικό και τα 113.188,30 ευρώ το καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Επίσης, αναμένεται το συνολικό κόστος παραγωγής να φτάσει τα 624.987,94 ευρώ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης (2016).

Η χρηματοδότηση της επιχείρησης θα γίνει μέσω τραπεζικού δανεισμού (κατά 5%), μέσω ιδίων κεφαλαίων (κατά 30%) και μέσω επιχορήγησης από το ΕΣΠΑ (κατά 65%). Έχει υπολογιστεί ότι η ετήσια δόση του δανείου αναμένεται να είναι 7.784,64 ευρώ. Το καθαρό κέρδος για την υπό μελέτη επιχείρηση αναμένεται να φτάσει τα 159.108,93 ευρώ κατά το πρώτο έτος λειτουργίας, τα 183.193,98 ευρώ για το 2017, τα 206.115,46 ευρώ για το 2018, τα 232.799,59 ευρώ για το 2019 και τέλος τα 261.065,79 ευρώ για το έτος 2020.

Η προτεινόμενη επένδυση ενισχύει ένα νέο πρότυπο νησιωτικής επιχειρηματικότητας και συμβάλλει θετικά στην τοπική παραγωγή και στην μεταποίηση αγροτικών προϊόντων και ειδικότερα στη μεταποίηση γεωμήλων της τοπικής παραγωγικής βάσης.

1.10. Συμπεράσματα

Η παρούσα επένδυση είναι ιδιαίτερα ελκυστική για τον επενδυτή και έχει θετικά αποτελέσματα τόσο σε χρηματοοικονομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο. Η

επιχείρηση αναμένεται να έχει κέρδη κατά την πενταετία 2016-2020 και στόχος της είναι να εξασφαλίσει την εμπιστοσύνη και την προτίμηση του πελάτη προς αυτήν και θα την επιτύχει με την άριστη ποιότητα που θα έχουν τα προϊόντα της και στο να παραδίδονται στον κατάλληλο χρόνο και τόπο, ούτως ώστε να εδραιωθεί και να αναπτυχθεί στον κλάδο των οπωροκηπευτικών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ ΚΑΙ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

2.1. Ιστορική αναδρομή της πατάτας (γεωμήλου) παγκοσμίως (Καλιού Κατερίνα ΤΟ ΒΗΜΑ, 2012, σελ. 18)

Το Στρώχνον το κονδυλόρριζον (*Solanum tuberosum*) υφίσταται προ χιλιάδων ετών. Ο τόπος γέννησης είναι η ορεινή περιοχή μεταξύ Νότιου Περού και Βορειοανατολικής Βολιβίας.

Η καλλιέργεια και η συγκομιδή της πατάτας αποδείχθηκαν πανεύκολες, ακόμη και με απουσία γεωργικών εργαλείων, ενώ η αποδοτικότητά της ανά στρέμμα και η προσαρμοστικότητά της στο κλίμα και στο υψόμετρο υπήρξαν εξαιρετικές. Από τις Άνδεις και τους Ίνκας (οι οποίοι είχαν ανακαλύψει μεθόδους αποθήκευσης προκειμένου να τη συντηρούν άθικτη επί μία δεκαετία), η πατάτα ταξίδεψε στη Γηραιά Ήπειρο μαζί με τον χρυσό και το ασήμι των ισπανών κονκισταδόρες και τελικά αποδείχθηκε πολυτιμότερη αυτών. Η άφιξή της στην Ευρώπη, συνοδευόμενη από χλιαρή υποδοχή, τοποθετείται στα μέσα του 16ου αιώνα. Η εξάπλωσή της και η ανθεκτικότητά της σε εξωγενείς παράγοντες την κατέστησαν πανάκεια κατά της θνησιμότητας.

Οι πατάτες τάισαν την ατμομηχανή της βιομηχανικής επανάστασης εξίσου με το κάρβουνο, τροφοδοτώντας τις αυτοκρατορίες που μεσουράνησαν ως τον 20ο αιώνα. Γιατί ο μεν άνθρακας υπήρξε το καύσιμο για την αυτοματοποίηση των πάντων στα μέσα του 19ου αιώνα, τα δε γεώμηλα παρείχαν το «καύσιμο» για την πληθυσμιακή έκρηξη (από 1 δις το 1700 στα 7 δις σήμερα) και την άνοδο του λεγόμενου «δυτικού κόσμου». Η πατάτα αποτελούσε μια φθηνή πηγή ενέργειας πλούσια σε θερμιδική και θρεπτική αξία για τους αποστεωμένους πληθυσμούς της επαρχίας και τους εργάτες των ανερχόμενων αστικών κέντρων με τις 16ωρες βάρδιες, πανεύκολη στην καλλιέργεια, αλλά και στην προετοιμασία της.

Στις μέρες μας χάρη στη θετική ανταπόκριση των πελατών αναδείχθηκαν σε κορυφαία σύμβολα της παγκοσμιοποίησης και οι πολυεθνικές αλυσίδες φαστ-φούντ εξελίχθηκαν στους μεγαλύτερους καταναλωτές πατάτας στον πλανήτη, ενδεικτικά, στα McDonald's καταναλώνονται περισσότεροι από 1.450.000 τόνοι «french fries» ετησίως. Καραβιές μεταναστών που διέσχισαν τον Ατλαντικό ευθύνονται άλλωστε για τη διάδοση του γεώμηλου στις ΗΠΑ, και ουσιαστικά για την επιστροφή του στην αμερικανική ήπειρο, από όπου ξεκίνησε το ταξίδι του χιλιάδες χρόνια πριν.

Και από τις φάρμες και τους αγρούς των πέντε ηπείρων (μόνο στην Ανταρκτική δεν καλλιεργείται), η πατάτα μεταπήδησε και σε άλλα, καλλιτεχνικά χωράφια. Ο Βαν Γκογκ

της αφιέρωσε το αριστούργημά του, τους «Πατατοφάγους» (1885, Μουσείο βαν Γκογκ, Άμστερνταμ).

Στο όνομά της έχουν στηθεί αγάλματα και έχουν οικοδομηθεί μουσεία, από το Μόναχο ως το Αϊντάχο. Προς τιμήν της διοργανώνονται κάθε χρόνο παγκόσμια συνέδρια. Ακόμη και ολόκληρα έτη έχουν αφιερωθεί από τον ΟΗΕ (το 2008, για την ακρίβεια). Η μυθιστορηματική ιστορία της μετρά χιλιάδες έτη, διανύει χιλιάδες χιλιόμετρα και κατά πολλές έννοιες άλλαξε τον κόσμο.

2.1.1. Η εισαγωγή της πατατοκαλλιέργειας στην Ελλάδα *(Βασίλης Σιακωτός, Μνημοσύνη, 2001-2002, σελ. 315-332)*

Η ελληνική περίπτωση της πατάτας ξεκίνησε επεισοδιακά, αν και με τη συνήθη καθυστέρηση στην αφομοίωση των ξενόφερτων τάσεων. Κοσμοπολίτης και πολυταξιδεμένος, ο εκ Ρωσίας κυβερνήτης Ιωάννης Καποδίστριας έκρινε ότι ο κόνδυλος της πατάτας αποτελούσε την ιδανική λύση για την επιβίωση του ταλαιπωρημένου από τις εχθροπραξίες πληθυσμού του νεοφώτιστου τότε ελληνικού κράτους. Γι' αυτό και διέταξε να ξεκινήσει η εισαγωγή πατάτας από γειτονικές περιοχές και η καλλιέργειά της. Σκοντάφτοντας στη γενική απροθυμία και καχυποψία, κατέφυγε σε ένα τέχνασμα, κλειδαμπάρωσε το εξωτικό τρόφιμο σε μια φρουρούμενη αποθήκη και φρόντισε να χαλαρώνει τα μέτρα φύλαξης τη νύχτα. Έτσι, μιμούμενος τα κόλπα των βετεράνων του ζητήματος από την Πρωσία ως τη Γαλλία, κατάφερε να κεντρίσει τη φιλοπερίεργη φύση του κόσμου. Πάντως, η Αργολική Αρχαική Βιβλιοθήκη Ιστορίας και Πολιτισμού φιλοξενεί μια ελαφρώς διαφορετική, σαφώς πιο τεχνοκρατική και στοιχειοθετημένη, εκδοχή των γεγονότων. Η μόνη επιβεβαιωμένη αλήθεια είναι ότι η γη της Τίρυνθας φιλοξένησε τα πρώτα γεώμηλα της ελληνικής επικράτειας, ενώ στα Επτάνησα ευδοκίμούσαν ήδη πριν από την Επανάσταση. Κάπως έτσι φθάσαμε στις πατάτες Νευροκοπίου, Θήβας, Τριπόλεως και Νάξου κ.ο.κ.

2.1.1.1. Οι πρώτοι Έλληνες καλλιεργητές πατάτας *(Χάρολντ Πάσσαμ, Κων/νος Ακουμιανάκης, Αλέξης Αλεξόπουλος, Wordpress.com, ό.π, 2010)*

Οι πρώτες μεμονωμένες απόπειρες εισαγωγής στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν από Έλληνες έμπορους της διασποράς. Ο Χρήστος Μάνος από το Μελένικο, έμπορος στη Βιέννη αναφέρεται ότι το 1790 καλλιεργούσε πατάτες στην ιδιαίτερη πατρίδα του, τις οποίες εισήγαγε από την Αυστρία. Στον ελλαδικό χώρο η πατάτα ήταν γνωστή στις

Ιόνιες νήσους πριν από την επανάσταση του '21. Στην Κέρκυρα φαίνεται ότι η πρώτη καλλιέργεια έγινε το 1800, από τον γαιοκτήμονα Γεώργιο Αρλιώτη, από τους Χωρεπισκόπους της Κέρκυρας (του τις είχε στείλει ένας φίλος του από την Τεργέστη). Ένα μήνα μετά ξαναφύτεψε άλλες που τις είχαν εισάγει Άγγλοι αξιωματικοί. Σε ιταλικά έγγραφα της Ιονίου Πολιτείας του 1811 αναφέρεται το ενδιαφέρον για τη διάδοση αυτής της καλλιέργειας.

Το 1812 οι Γάλλοι έφεραν στην Κέρκυρα από την Τουλόν φορτίο πατατών για σπορά και ενεθάρρυναν την καλλιέργεια λόγω της σιτοδείας εκείνης της χρονιάς. Το 1817 εκδόθηκε στην Κέρκυρα φυλλάδιο με τον τίτλο «Καλλιέργεια των γεωμήλων», Σ. Παραμυθιώτη. Ο Γεώργιος Αντωνόπουλος είναι ο πρώτος, πριν από τον Καποδίστρια, ο οποίος εισήγαγε την πατάτα στα όρια του Ελληνικού κράτους, ενημερώνοντας το 1825 το Βουλευτικό Σώμα της Επαναστατικής Κυβερνήσεως εξυμνώντας τα οφέλη της καλλιέργειας του νέου φυτού και ενημερώνει πως ο ίδιος την καλλιεργεί στο Ναύπλιο, ενώ έχει προμηθεύσει σπόρους τους κατοίκους του Άργους και τον φρούραρχο της Ακροκορίνθου.

Στο νέο ελληνικό κράτος η πατάτα εισήχθη ως καλλιέργεια και τροφή, χάρη στο τεράστιο ενδιαφέρον του κυβερνήτη Καποδίστρια, για τον εκσυγχρονισμό της γεωργίας. Τα πρώτα φυτά πατάτας φύτεψαν αρχές Μάιου στην Αίγινα. Το 1828 γίνεται η συγκομιδή των πρώτων πειραματικών σοδειών και σε διάφορα άλλα μέρη της Ελλάδας όπως η Μεσσηνία και η Αργολίδα.

Τα ιστορικά στοιχεία δείχνουν τη μεγάλη ευκολία με την οποία εισήχθη η καλλιέργεια της πατάτας σε διάφορα μέρη της Ελλάδας, παρά τις αρχικές δυσκολίες λόγω έλλειψης τεχνικών γνώσεων και δυνατοτήτων ή ακαταλληλότητας των εδαφών. Εκείνη την εποχή μεγάλο μέρος του πληθυσμού κυριολεκτικά λιμοκτονούσε και γι αυτό δεν μπορεί να είχε αντίρρηση στην καλλιέργεια αυτής της τόσο εύγευστης και θρεπτικής τροφής.

2.2. Το ιστορικό του προγράμματος

Ο επενδυτής του εν λόγω σχεδίου είναι από το 2004 ιδρυτής και ιδιοκτήτης της εταιρείας Κωνσταντίνος Δεριζιώτης Ο.Ε. (διακριτικός τίτλος Omicron Strategy), η οποία δραστηριοποιείται στο χώρο παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών marketing, προώθησης πωλήσεων και διαχείρισης έργων (αναπτυξιακών, αλλά και Δημόσιας Διοίκησης) και της εταιρείας Omicron Poll, η οποία εξειδικεύεται σε θέματα έρευνας αγοράς και δημοσκοπήσεων.

Κατά συνέπεια ο επενδυτής διαθέτει:

- ▶ Υψηλή τεχνογνωσία στο πεδίο marketing και προώθησης πωλήσεων, στοιχεία τα οποία είναι απαραίτητα για την προβολή της επιχείρησης, της στοχοποίησης και επίτευξης πωλήσεων, δράσεις που θα έχουν σαν αποτέλεσμα την εδραίωση και βιωσιμότητα της επιχείρησης.
- ▶ Υψηλή τεχνογνωσία στην οργάνωση και διοίκηση αναπτυξιακών έργων, απαραίτητα στοιχεία για την επιτυχή υλοποίηση της επένδυσης.
- ▶ Μεγάλη εμπειρία σε θέματα έρευνας αγοράς, στοιχείο απαραίτητο για τη σωστή τοποθέτηση των προϊόντων στην τοπική αγορά και την οριοθέτηση του ανταγωνισμού και των τιμών πώλησης.

Το προτεινόμενο επενδυτικό σχέδιο αναφέρεται στην ίδρυση εταιρείας με αντικείμενο την αποφλοιώση και τον τεμαχισμό νωπής πατάτας και τη συσκευασμένη διάθεσή της στα ξενοδοχεία και τις μονάδες εστίασης της νήσου Κω, αλλά και της ευρύτερης περιοχής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.

Η υπό σύσταση εταιρεία θα έχει ως έδρα της τη Δημοτική Κοινότητα Πυλίου της Κω και η νομική της μορφή θα είναι Μονοπρόσωπη ΙΚΕ Κωνσταντίνος Δεριζιώτης.

Τεχνολογική Καινοτομία

Ο κύριος Κωνσταντίνος Δεριζιώτης με καταγωγή από το Πυλί της Κω και γνωρίζοντας καλύτερα από τον καθένα τις ιδιαίτερες ανάγκες της περιοχής, αλλά και ευρύτερα, ένωσε τις δυνάμεις του με σπουδαίους συνεργάτες για να δημιουργήσει μια νέα εταιρεία, η οποία δεν θα εισάγει απλώς στη γραμμή παραγωγής την πρώτη ύλη βλ. πατάτα και απλώς θα την τυποποιεί μετά την κοπή της, αλλά θα καινοτομεί τεχνολογικά με τη συμβολή της αύξησης της διατηρησιμότητας του τελικού προϊόντος. Με τον τρόπο αυτό θα επιμηκύνεται ο χρόνος ζωής στο ψυκτικό θάλαμο μέχρι 5 ημέρες, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα τόσο για την υγιεινή των τροφίμων, αλλά παράλληλα δίνοντας την ικανότητα στη μονάδα καλύτερου προγραμματισμού, ώστε να μπορέσει η μονάδα να ανταποκριθεί σε αυξημένη ζήτηση τις περιόδους αιχμής.

Η μέθοδος αυτή συνιστά τεχνολογική καινοτομία σε σχέση με τις παραδοσιακές γραμμές παραγωγής αποφλοιωμένων τεμαχίων πατάτας, γιατί δεν επιτρέπει ενζυμικές αλλοιώσεις στην τεμαχισμένη πατάτα και συντηρείται σε συνθήκες απουσίας οξυγόνου.

Αυτό φυσικά είναι και το «Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα» του προϊόντος που το κάνει μοναδικό και ξεχωριστό και το οποίο έλειπε από τα ελληνικά δεδομένα.

Έτσι, γίνεται μια προσπάθεια ανάπτυξης και εμπορίας ενός προϊόντος καταρχήν στην περιοχή της Κω, με στόχο την περαιτέρω δραστηριοποίηση σε άλλα νησιά της Δωδεκανήσου, αλλά και σε όλη την Ελλάδα.

Η επιλογή της έδρας δεν υπήρξε τυχαία. Το Πυλί της Κω είναι μια περιοχή που παρέχει πλεονέκτημα στην καλλιέργεια υψηλής ποιότητας πατάτας.

Επίσης, η στήριξη της τοπικής κοινωνίας, η οποία επιτυγχάνεται μέσω των κοινωνικών επαφών και των προσλήψεων ανθρωπίνου δυναμικού από την ευρύτερη περιοχή της Κω, αποτελεί προωθητική δύναμη μείζονος σημασίας. Η επιτυχία αυτής της προσπάθειας θα αποδείξει ότι η εταιρεία «Κωνσταντίνος Δεριζιώτης – Μονοπρόσωπη ΙΚΕ» θα συμβάλλει όχι μόνο στην κάλυψη των καταναλωτικών αναγκών σε τοπικό επίπεδο, αλλά και στη στρατηγική αναπτυξιακών επενδύσεων που έχει ανάγκη η χώρα.

Ο κύριος Κωνσταντίνος Δεριζιώτης είναι άτομο δυναμικό και δραστήριο, αποφασισμένο να αξιοποιήσει δημιουργικά τόσο την τεχνολογία, όσο και τις ευκαιρίες που αναδύονται από την αγορά, καθώς και τις επαφές του. Βασισμένος στη συνεχώς διευρυνόμενη ζήτηση για ποιοτική πατάτα έλαβε την απόφαση να επενδύσει σε μια νέα μονάδα αποφλοιώσης και τεμαχισμού νωπής πατάτας, καθώς και στη συσκευασμένη διάθεσή της στα ξενοδοχεία και τις μονάδες εστίασης της Κω.

2.3. Σκοπός της επιχείρησης

Η επιχείρηση έχει ως σκοπό τη δημιουργία μιας κερδοφόρας δραστηριότητας στον κλάδο των οπωροκηπευτικών και ειδικά της πατάτας που παραπέμπει στην γευστική, τοπική πατάτα της Κω. Η αξία της, λοιπόν, δεν είναι μόνο διατροφική. Η τέλεια προσαρμογή της πατάτας στο ελληνικό κλίμα και κυρίως στο κλίμα της Κω, την καθιστά ιδανική επιλογή για την παραγωγή και εμπορία της, αφού είναι ανθεκτική στις κοινές ασθένειες και δεν χρειάζεται ιδιαίτερη κατεργασία του εδάφους.

Η αναπαραγωγή του γεώμηλου είναι εύκολη υπόθεση, γιατί είναι ανθεκτικό στις ασθένειες και τις αντίξοες συνθήκες. Μπορείς να το φυτέψεις σε ένα χωράφι και αυτό να αναπαραχθεί γρήγορα.

Επίσης, υπάρχει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον από τον κόσμο. Η ζήτηση είναι πολύ μεγάλη και από το εσωτερικό (ελληνική αγορά), αλλά και από το εξωτερικό. Όλοι ενδιαφέρονται για την υγεία τους και για ένα τρόφιμο που είναι ευεργετικό όπως η πατάτα.

Η επιχείρηση αρχικά θα λειτουργήσει ως χονδρεμπορική επιχείρηση, χωρίς να συμμετάσχει σε κάποιο τοπικό δίκτυο επιχειρήσεων, διότι κατά την έρευνα αγοράς δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη τέτοιου δικτύου.

Ο επενδυτής ως γνώστης του marketing και των προωθητικών ενεργειών, μετά την ίδρυση της μονάδος θα προσπαθήσει να δημιουργήσει δίκτυο τοπικών παραγωγών και την καθιέρωση κοινού brand name με προϊόντα τα οποία πληρούν τις προδιαγραφές ασφάλειας τροφίμων και ποιότητας, ώστε να μπορέσει να ενισχυθεί η αγορά και να αναδειχτούν τα τοπικά προϊόντα.

Προσθετικά στα πλάνα της επιχείρησης είναι μετά την κάθετη δραστηριοποίηση στην παραγωγή νωπής τεμαχισμένης πατάτας και την καθιέρωσή της στην αγορά, σε επόμενο στάδιο και εφόσον οι απαιτήσεις των πελατών δεν καλύπτονται από την ίδια παραγωγή, να στραφεί στην εμπορία και διάθεση για την ευρύτερη περιοχή της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Η δράση αυτή θα καλυφθεί με την αγορά φορτηγού ψυγείου και μεταφορά των προϊόντων από τα σημεία παραγωγής στα Δωδεκάνησα, ιδιαίτερα στις περιοχές με υψηλή τουριστική κίνηση.

Τέλος, αναλόγως των συνθηκών της τοπικής αγοράς η επιχείρηση έχοντας υποδομές και πελατολόγιο θα μπορέσει να επεκταθεί σε χονδρική διάθεση και άλλων προϊόντων για την κάλυψη αναγκών τους.

2.4. Μετοχική σύνθεση

Η επιχείρηση «Κωνσταντίνος Δεριζιώτης – Μονοπρόσωπη ΙΚΕ» αποτελεί μια μονοπρόσωπη εταιρεία και μοναδικός μέτοχος κατά 100% είναι ο κύριος Κωνσταντίνος Δεριζιώτης. Η εταιρεία υποστηρίζεται από την επιλογή της κατάλληλης οργανωτικής δομής για την ομαλή και ορθή λειτουργία της. Ο τύπος της οργάνωσής της έχει τμηματοποιηθεί κατά τέτοιο τρόπο που να καλύπτει τα τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά μιας σωστής επιχείρησης, όπως:

- ▶ Προγραμματισμό
- ▶ Οργάνωση
- ▶ Διεύθυνση
- ▶ Έλεγχο
- ▶ Συντονισμό

2.5. Σκοπός προμελέτης σκοπιμότητας

Η παρούσα μελέτη σκοπιμότητας έγινε για να υποβληθεί ως πρόταση στα πλαίσια ενός προγράμματος του ΕΣΠΑ με θέμα «Αγροτική ανάπτυξη της Ελλάδας (ΠΑΑ) 2007-2013, Άξονας 4, Τοπικό πρόγραμμα προσέγγισης Leader της ΑΝ.ΔΩ. Α.Ε. Υπομέτρο L123 – Αύξηση της αξίας των γεωργικών και δασοκομικών προϊόντων».

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα επιχορηγεί νέες επενδύσεις έως και 65% του συνολικού τους κόστους και θα κατατεθεί στην αρμόδια περιφέρεια Δωδεκανήσου, στη δ/ση ανάπτυξης πρωτογενούς τομέα, για ενίσχυση χρηματοδότησης της προτεινόμενης επένδυσης από το παραπάνω πρόγραμμα του ΕΣΠΑ, στον τομέα των αγροτικών προϊόντων.

2.6. Φορέας εκπόνησης της μελέτης και φορέας που παρήγγειλε τη μελέτη

Την εν λόγω προμελέτη σκοπιμότητας ανέλαβε να διεκπεραιώσει η τελειόφοιτη μεταπτυχιακή φοιτήτρια Δημακαρέα Μαρία στα πλαίσια της ολοκλήρωσης του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Σκοπός της φοιτήτριας είναι να διαπιστωθεί η σκοπιμότητα και κατ'επέκταση η βιωσιμότητα της εν λόγω επένδυσης. Όσον αφορά το κόστος της προμελέτης σκοπιμότητας είναι μηδενικό και αυτό διότι γίνεται για πανεπιστημιακούς σκοπούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1. Ορισμός της αγοράς και ανάλυση της δομής της

Η υπό μελέτη επιχείρηση δραστηριοποιείται στην αποφλοιώση και τον τεμαχισμό νωπής πατάτας και τη συσκευασμένη διάθεσή της και ανήκει στον κλάδο των οπωροκηπευτικών και συγκεκριμένα στον υποκλάδο της επεξεργασίας και συντήρησης νωπής πατάτας. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της ΕΣΥΕ ο συγκεκριμένος κλάδος κατατάσσεται στον κώδικα (Κ.Α.Δ. 2008).

Είναι ιδιαίτερης σημασίας ο πλήρης ορισμός της δομής της αγοράς στην οποία θα εισέλθει η υπό μελέτη επιχείρηση. Η δομή της αγοράς στην οποία σκοπεύει να εισέλθει καθορίζεται από πέντε βασικά στοιχεία, τα οποία σχετίζονται μεταξύ τους: τα προϊόντα, τους πελάτες, τους ανταγωνιστές, τους προμηθευτές, και τους διαύλους διανομής. Εν συνεχεία θα δούμε αναλυτικότερα το καθένα από τα προαναφερόμενα στοιχεία.

3.1.1. Προϊόντα

Η πατάτα είναι ένα από τα κυριότερα λαχανικά στον κόσμο γιατί παράγει ανά μονάδα έκτασης περισσότερη ξηρά ουσία, υδατάνθρακες και πρωτεΐνες σε σύγκριση με όλα τα κύρια δημητριακά.

Σε αναπτυγμένες χώρες εμφανίζεται στην αγορά σε πολλές μορφές κατανάλωσης όπως: φρέσκιες, χύμα ή σε συσκευασία, κατεψυγμένες, προτηγανισμένες, παστεριωμένες, αλλά και σε μορφές επεξεργασμένες, όπως νιφάδες για πουρέ, τηγανητές (chips) κλπ. Έτσι η εμφάνιση του κονδύλου αποκτά μια ιδιαίτερη αξία που σηματοδοτεί την ευρύτερη ποιότητα όλων αυτών των προϊόντων. Αντίθετα σε χώρες υπό ανάπτυξη το σημαντικό στοιχείο ποιότητας, είναι η θρεπτική αξία της πατάτας ανεξάρτητα από την εμφάνισή της. Όλα τα στοιχεία που καθορίζουν την ποιότητα της πατάτας είτε αναφέρονται στην εμφάνιση των κονδύλων είτε αναφέρονται στην θρεπτική αξία, εξαρτώνται από την ποικιλία, τις εδαφοκλιματικές συνθήκες και τις συνθήκες αποθήκευσης.

Καθορισμός ποιότητας με βάση μορφολογικά χαρακτηριστικά (Κυριάκος Πατσάλος, Η καλλιέργεια της πατάτας, 2005, σελ. 2)

► *Μέγεθος-σχήμα*

Το μέγεθος του κονδύλου σηματοδοτεί το ποσοστό απώλειας κατά το καθάρισμα. Έτσι σε κονδύλους 200 g, η απώλεια φτάνει το 23%, ενώ σε κονδύλους 500 g, 16%. Μια άλλη παράμετρος μεγαλύτερης απώλειας είναι η μορφολογία των οφθαλμών. Όσο πιο επιφανειακά σχηματίζονται οι οφθαλμοί στον κόνδυλο τόσο μικρότερη είναι η απώλεια. Σε ότι αφορά το σχήμα υπάρχουν δύο κύρια σχήματα το σφαιρικό και το επίμηκες με αρκετά ενδιάμεσα σχήματα. Γενικότερα για παραγωγή chips προτιμώνται τα σφαιρικά σχήματα για ομοιόμορφη παραγωγή και συσκευασία. Αντίθετα ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια το επικρατέστερο σχήμα για κοινή πατάτα είναι το επίμηκες. Γι' αυτό δεν είναι τυχαίο ότι δύο ποικιλίες με επίμηκες σχήμα κονδύλων όπως η Σπούντα και η Λιζέτα κυριαρχούν στην ελληνική αγορά.

► *Υφή της περιδερμίδας (φλοιός)*

Το πάχος της περιδερμίδας συνδέεται με το βαθμό απώλειας κατά το καθάρισμα και εξαρτάται από την ποικιλία, τον τύπο του εδάφους, τις συνθήκες ανάπτυξης και την ωριμότητα των κονδύλων. Ένας σημαντικός παράγοντας διαφοροποίησης της υφής της περιδερμίδας είναι η κανονικότητα των ποτισμάτων. Έτσι ακανόνιστα ποτίσματα μπορεί να οδηγήσουν σε παραγωγή κονδύλων με τραχιά υφή.

► *Χρώμα σάρκας και περιδερμίδας*

Σε ότι αφορά στο χρώμα της περιδερμίδας, που μπορεί να κυμαίνεται από ανοικτό μπεζ μέχρι μαύρο και με διάφορους άλλους τόνους χρωμάτων όπως κόκκινο, μπλε, κίτρινο κλπ., αυτό δεν συναρτάται με την ποιότητα των κονδύλων, όπως αυτή περιγράφηκε παραπάνω. Ο βαθμός του κίτρινου ή πιο σκούρου χρωματισμού στην περιδερμίδα υποδηλώνει μεγαλύτερη περιεκτικότητα καροτενοειδών στον κόνδυλο, που κυμαίνεται από 14 - 343 mg/100g νωπού βάρους, καθώς και ανθοκυανών που αυξάνονται όσο σκουραίνει το χρώμα της περιδερμίδας. Κάτι αντίστοιχο σε μικρότερο βαθμό συμβαίνει και στη σάρκα του κονδύλου που όσο πιο κίτρινη είναι τόσο η αντίστοιχη περιεκτικότητα σε καροτενοειδή αυξάνεται. Σε καμία όμως περίπτωση δεν σηματοδοτεί καλύτερη ποιότητα στην πατάτα αφού αποτελεί ένα μικρό μόνο μέρος της συνολικής διατροφικής αξίας που μπορεί να έχει ο κόνδυλος.

► *Ελαττώματα του κονδύλου*

1. Πρασίνισμα.

Συμβαίνει όταν υπό την επίδραση υψηλών θερμοκρασιών και διάχυτου φωτισμού γίνεται μετατροπή των αμυλοπλαστών σε χλωροπλάστες, με ταυτόχρονη αύξηση των επιπέδων του αλκαλοειδούς σολανίνη στους κονδύλους. Όταν ο κόνδυλος πρασινίσει

δεν επανέρχεται ακόμα και αν εκτεθεί σε συνθήκες σκότους για διάστημα πάνω από ένα μήνα. Το αποτέλεσμα του πρασινίσματος είναι να αυξάνεται το ποσοστό απώλειας κατά το καθάρισμα, δεδομένου ότι πρέπει να αφαιρείται εκτός από το φλοιό και μεγάλο μέρος της πράσινης σάρκας.

2. Σχίσσιμο κονδύλου.

Ο σημαντικότερος γνωστός παράγοντας που συμβάλλει στο σχίσσιμο των κονδύλων είναι το στρες νερού, δηλαδή εναλλαγές περισσειας και στέρησης νερού. Ωστόσο η ένταση του φαινομένου εξαρτάται από την ποικιλία αλλά και από άλλους παράγοντες (π.χ. χρήση ορμονικών ζιζανιοκτόνων).

Ποικιλίες πατάτας (Πέτρος Μανταίος, Διαθεματική εργασία, 2008, σελ. 1,2)

Οι ποικιλίες της πατάτας καθορίζονται κυρίως από το εξωτερικό χρώμα της φλούδας της (κίτρινο, καφέ, ροζ, κόκκινο ή μωβ) αλλά και το χρώμα της σάρκας της (άλλοτε άσπρο, στο χρώμα του δέρματος ή ελαφρά κίτρινο) και σε κάθε περιοχή του κόσμου, έχουν αναπτυχθεί - επιλεγεί διαφορετικές ποικιλίες, οι οποίες ευδοκιμούν με τον καλύτερο τρόπο στις κατά τόπους εδαφολογικές και κλιματολογικές συνθήκες. Από τις ποικιλίες της πατάτας που καλλιεργούνται η κυριότερη που καλλιεργείται είναι η κίτρινη πατάτα (με μεγάλους κονδύλους με ελαφρά κίτρινη σάρκα) και η οποία εμφανίζεται σε όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου. Στην Ελλάδα καλλιεργείται η ποικιλία της Σπούντα. Οι κυριότερες ποικιλίες πατάτας είναι οι εξής:

► SPUNTA (ΣΠΟΥΝΤΑ)

Είναι η ποικιλία που καλλιεργείται στην Ελλάδα. Η Σπούντα είναι μια δυνατή παραδοσιακή ποικιλία γενικής χρήσης με ανοικτή κίτρινη σάρκα και κίτρινη επιδερμίδα. Είναι κατάλληλη για σχεδόν όλους τους τύπους των εδαφών και αναπτύσσεται καλά στα ζεστά κλίματα, ενώ έχει καλή ανθεκτικότητα στις αντίξοες συνθήκες.

► BANBA

Ποικιλία με πολύ μεγάλη παραγωγή. Έχει ομοιόμορφο σχήμα επίμηκες οβάλ με χρώμα επιδερμίδας φωτεινό κίτρινο και κίτρινη σάρκα. Παράγει μεγάλο ποσοστό εμπορεύσιμων κονδύλων. Αντέχει σε ξηρές συνθήκες, στα μηχανικά χτυπήματα και

έχει μεγάλη διατηρησιμότητα στην αποθήκη. Κατάλληλη για γενική χρήση (τηγάνι, φούρνο). Ιδανική για Βιολογική καλλιέργεια.

► BURREN

Μεσοπρώιμη ποικιλία πολύ μεγάλης παραγωγικότητας. Κόνδυλοι σχήματος επίμηκες (όπως Σπούντα)]. Χρώμα σάρκας υποκίτρινο πολύ μεγάλης διατηρησιμότητας κατά την αποθήκευση. Κρατάει τα ποιοτικά της χαρακτηριστικά. Δεν πρασινίζει στο χωράφι Είναι οικονομική στη φύτευση.

► EMMA

Ποικιλία πρώιμη (90 ημερών] υψηλής παραγωγής. Σχήμα στρόγγυλο, έχει επιδερμίδα τέλεια και απαλή με χρώμα κίτρινο. Έχει υπέροχη γεύση. Είναι ιδανική για τηγάνι και φούρνο. Αντέχει στα μηχανικά χτυπήματα και στις κοινές ασθένειες.

► ULTRA

Μεσοπρώιμη πολύ παραγωγική ποικιλία με γρήγορη κονδυλοποίηση. Καλλιεργείται σε όλους τους τύπους εδαφών χωρίς παραμορφώσεις. Ωραίο φύλλωμα με γρήγορη ανάπτυξη και καλή κάλυψη εδάφους. Έχει δυνατά στελέχη και αναβλαστάνει γρήγορα μετά από καταστροφή από παγετό. Έχει κίτρινη επιδερμίδα και ελαφρώς κίτρινη σάρκα. Έχει πολύ ωραία γεύση. Μπορεί να αποθηκευτεί για μεγάλο διάστημα σε πολύ δροσερές αποθήκες.

► SAFARI

Μεσοόψιμη ποικιλία, με πολύ υψηλή παραγωγή. Έχει καλή ανάπτυξη, πολύ εύρωστο φυτό με ωραίο φύλλωμα και καλή κάλυψη του εδάφους. Οι κόνδυλοί του είναι πολύ μεγάλοι, ωοειδείς, με μεγάλη ομοιομορφία στο μέγεθος και το σχήμα. Έχουν ωραία κίτρινη επιδερμίδα, όπου στην αρχή είναι λίγο σκούρα και κατά την ωρίμανση γίνεται κίτρινη με χρώμα σάρκας ανοικτό κίτρινο. Εξαιρετική στο μαγείρεμα, με ωραία γεύση. Η Safari μπορεί να αποθηκευτεί για μεγάλο διάστημα σε πολύ δροσερές συνθήκες, χωρίς πρόβλημα.

► BELLINI

Μέσης πρωιμότητας ποικιλία με γρήγορη κονδυλοποίηση. Έχει πολύ υψηλή παραγωγή. Έχει πολύ γρήγορη αρχική ανάπτυξη με ωραίο φύλλωμα και καλή κάλυψη του εδάφους, με δυνατά στελέχη. Αναβλαστάνει γρήγορα μετά από κάψιμο από παγετό, ενώ αντέχει σχετικά στους πρώιμους παγετούς. Έχει ανοιχτοκίτρινη επιδερμίδα και ελαφρά κίτρινη σάρκα. Είναι εξαιρετική στο μαγείρεμα, με ωραία γεύση. Η Bellini μπορεί να αποθηκευτεί για μεγάλο διάστημα σε πολύ δροσερές αποθήκες, χωρίς πρόβλημα.

Θρεπτική αξία πατάτας (EUFIC, *Οι ευεργετικές ιδιότητες της πατάτας*, 2010, σελ. 1)

Η πατάτα είναι μια πλούσια φυσική πηγή σε πολλά θρεπτικά συστατικά που ξεχωρίζει για τη μεγάλη διατροφική και της αξία. Η πατάτα είναι ένα κηπευτικό που αποτελείται από 80% νερό και 20% περίπου ξηρή ουσία.

Συγκεκριμένα, στα 100 γραμμάρια περιέχει 18 γραμμάρια υδατάνθρακες, 2 γραμμάρια πρωτεΐνη, 0,1 γραμμάρια λίπους, 1-3 γραμμάρια φυτικές ίνες, βιταμίνες Β και C και ανόργανα άλατα ασβεστίου, φωσφόρου, σιδήρου, καλίου και νατρίου. Μια μέτρια πατάτα περιέχει 0,11 μικρο-γραμμάρια θειαμίνη, 0,20 μικρογραμμάρια πυριδοξίνη και 1,4 μικρογραμμάρια Νιασίνη. Όταν η πατάτα τρώγεται με τη φλούδα της είναι καλή πηγή σε φυτικές ίνες που έχουν ευεργετικές ιδιότητες στον οργανισμό.

Σήμερα με τις νέες τάσεις της υγιεινής διατροφής που έχουν σαν πρότυπο την παραδοσιακή μας «Μεσογειακή Δίαιτα», η πατάτα όπως και τα λαχανικά βρίσκονται στη βάση της δομής της Πυραμίδας, τα οποία συστήνονται να καταναλώνονται καθημερινά.

Παρακάτω παρουσιάζονται οι σημαντικές, αλλά και ενδιαφέρουσες διατροφικές πλευρές της πατάτας, τις οποίες αξίζει να έχουμε υπόψη μας για τη συνεισφορά της στη διατήρηση μιας υγιεινής και ισορροπημένης δίαιτας.

► Όταν οι πατάτες είναι βραστές ή ψητές αποτελούν ουσιαστικά ένα τρόφιμο ελεύθερο λίπους. Το κύριο θρεπτικό συστατικό των πατατών που παρέχει ενέργεια είναι οι υδατάνθρακες, που είναι σε μορφή αμύλου. Οι υδατάνθρακες αποτελούν την πρωταρχική πηγή ενέργειας για το σώμα και θα πρέπει να παρέχουν τουλάχιστον τις μισές ημερήσιες θερμίδες. Το πλεονέκτημα της πρόσληψης υδατανθράκων από τις πατάτες είναι η λήψη και μιας αξιόλογης ποσότητας ορισμένων μικροθρεπτικών

συστατικών. Οι πατάτες περιέχουν μια μικρή ποσότητα πρωτεΐνης: περίπου 3 γραμμάρια ανά μία μέτρια μερίδα 180 γραμμαρίων βραστής πατάτας. Αν και η ποσότητα αυτή αποτελεί λιγότερο από το 10% των ημερήσιων απαιτήσεων για έναν ενήλικα, οι πατάτες είναι καλή πηγή των αμινοξέων λυσίνη και τρυπτοφάνη και, όταν συνδυάζονται με γάλα ή αβγά, δίνουν ένα τρόφιμο με πρωτεΐνη υψηλής ποιότητας.

► Οι πατάτες αποτελούν πηγή φυτικών ινών, οι οποίες συμβάλλουν στο αίσθημα κορεσμού και ενισχύουν την υγιή λειτουργία του γαστρεντερικού συστήματος. Μία μερίδα 180 γραμμαρίων βραστής πατάτας παρέχει περίπου 3 γρ. ινών, ποσότητα που αντιστοιχεί σε περισσότερο από 10% της συνιστώμενης ημερήσιας πρόσληψης, η οποία είναι 25 γρ. ινών ανά ημέρα. Κάποιοι απολαμβάνουν την πιο δυνατή γεύση της μαγειρεμένης πατάτας με τη φλούδα· στη μορφή αυτή οι πατάτες περιέχουν ακόμα περισσότερη ποσότητα ινών. Ωστόσο, πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή, ώστε να μην καταναλώνεται φλούδα που έχει αποχρωματιστεί ή έχει χτυπήματα. Η παρουσία κηλίδων πράσινου χρώματος αντικατοπτρίζει υψηλότερα επίπεδα γλυκοαλκαλοειδών, όπως η σολανίνη, ουσίες επιβλαβείς αν καταναλωθούν σε μεγάλες ποσότητες. Μια μικρή ποσότητα του αμύλου της πατάτας ανθίσταται στην πέψη, λέγεται «ανθεκτικό άμυλο» και αυτό συμβαίνει ιδιαίτερα, όταν οι πατάτες καταναλώνονται κρύες μετά το μαγείρεμα, όπως για παράδειγμα στην πατατοσαλάτα. Το «ανθεκτικό άμυλο» δρα στο σώμα με παρόμοιο τρόπο με αυτόν των φυτικών ινών και πιθανόν βοηθά στον έλεγχο του σακχάρου και των επιπέδων λιπιδίων στο αίμα.

► Οι πατάτες είναι μια αξιόπιστη πηγή βιταμίνης C, μία μέτρια βραστή πατάτα (180 γρ.) περιέχει περίπου 10 mg βιταμίνης C, ποσότητα που αντιστοιχεί στο 1/8 της ημερήσιας απαίτησης για έναν ενήλικα. Πρώιμες ποικιλίες πατατών, μάλιστα, περιέχουν περίπου τα διπλάσια επίπεδα έτσι, μια συνηθισμένη μερίδα από τέτοιες πατάτες καλύπτει περίπου το 1/4 της ημερήσιας απαίτησης σε βιταμίνη C για έναν ενήλικα. Αν και υπάρχουν πολλά φρούτα και χυμοί που περιέχουν βιταμίνη C, κανένα άλλο από τα αμυλούχα τρόφιμα που καταναλώνονται συνήθως δεν αποτελεί σημαντική πηγή της βιταμίνης αυτής όπως η πατάτα. Παρά το γεγονός ότι η βιταμίνη C είναι ευαίσθητη στη θέρμανση και αποσυντίθεται σε έναν βαθμό κατά το μαγείρεμα, αρκετή ποσότητα διατηρείται, ώστε να καθιστά τις μαγειρεμένες πατάτες μια χρήσιμη πηγή αυτού του θρεπτικού συστατικού. Η βιταμίνη C είναι απαραίτητη για τη διατήρηση υγιούς δέρματος, δοντιών, ούλων, μυών και οστών και συμβάλλει στην απορρόφηση του σιδήρου από τα φυτικά τρόφιμα, ο οποίος δεν είναι διαθέσιμος στο σώμα με άλλον τρόπο. Επιπρόσθετα, η βιταμίνη C δρα ως αντιοξειδωτικό στο σώμα. Ορισμένες πατάτες, μάλιστα, με κίτρινο, πορτοκαλί ή μωβ χρώμα, ιδιαίτερα οι γλυκοπατάτες,

περιέχουν σημαντικές ποσότητες και άλλων αντιοξειδωτικών ουσιών, όπως τα καροτένια και τα φλαβονοειδή.

► Υπάρχουν αρκετές διαφορετικές βιταμίνες του συμπλέγματος Β και οι πατάτες αποτελούν σημαντική πηγή αρκετών από αυτές. Μια μέτρια μερίδα βραστής πατάτας (180 γρ.) περιέχει περισσότερο από το 1/6 των ημερήσιων απαιτήσεων για έναν ενήλικα σε βιταμίνη Β₁, Β₆ και φυλλικό οξύ. Αυτές οι βιταμίνες του συμπλέγματος Β επιτελούν πολλές λειτουργίες στο σώμα, συμπεριλαμβανομένου του γεγονότος ότι είναι απαραίτητες για τον μεταβολισμό των υδατανθράκων προς παραγωγή ενέργειας, καθώς και στο ότι παίζουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση υγιούς δέρματος και νευρικού συστήματος. Το φυλλικό οξύ είναι απαραίτητο για την κυτταρική αύξηση και ανάπτυξη, γι' αυτόν τον λόγο η εξασφάλιση επαρκούς πρόσληψής του πριν και κατά τη διάρκεια της εγκυμοσύνης είναι ιδιαίτερα σημαντική. Το φυλλικό οξύ είναι, επίσης, απαραίτητο για την παραγωγή των ερυθρών αιμοσφαιρίων.

► Οι πατάτες αποτελούν σημαντική πηγή καλίου. Το κάλιο επιτελεί πολλές λειτουργίες, που συμπεριλαμβάνουν τη μυϊκή λειτουργία και συστολή, τη μετάδοση νευρικών ερεθισμάτων και τη ρύθμιση της αρτηριακής πίεσης. Οι πατάτες περιέχουν ποσότητες καλίου που είναι ισόποσες -ανά μονάδα βάρους- με αυτές που περιέχονται στα περισσότερα φρούτα και λαχανικά. Επειδή, μάλιστα, οι πατάτες καταναλώνονται συνήθως σε μεγαλύτερες ποσότητες, αποτελούν σημαντική και αξιόπιστη πηγή αυτού του θρεπτικού συστατικού. Οι πατάτες περιέχουν, επίσης, μικρές ποσότητες μαγνησίου και σιδήρου. Μια μέτρια μερίδα βραστής πατάτας (180 γρ.) παρέχει το 1/10 των ημερήσιων απαιτήσεων ενός ενήλικα σε μαγνήσιο και σίδηρο.

► Οι πατάτες από τη φύση τους δεν περιέχουν νάτριο (το οποίο με το χλώριο σχηματίζει αλάτι). Οι συστάσεις δημόσιας υγείας τονίζουν την προσοχή που πρέπει να δίνεται, ώστε η κατανάλωση αλατιού να μην είναι υψηλή, λόγω της συσχέτισης μεταξύ της πρόσληψης νατρίου και του κινδύνου αυξημένης αρτηριακής πίεσης (υπέρταση). Τα άλλα αμυλούχα τρόφιμα είναι, επίσης, φτωχά σε νάτριο, αλλά η περιεκτικότητα της πατάτας σε κάλιο είναι σημαντικά υψηλότερη σε σύγκριση, για παράδειγμα, με αυτή των ζυμαρικών. Ο συνδυασμός μιας υψηλής περιεκτικότητας σε κάλιο με μια χαμηλή σε νάτριο καθιστά τις πατάτες ένα υγιεινό τρόφιμο για όσους προσπαθούν να διαχειριστούν την αρτηριακή τους πίεση.

► Για όσους προσπαθούν να χάσουν βάρος, ή να αποφύγουν την πρόσληψη βάρους, οι πατάτες μπορούν να παίξουν βοηθητικό ρόλο. Μία μέτρια μερίδα βραστής, καθαρισμένης πατάτας (180 γρ.) περιέχει περίπου 140 θερμίδες, ενέργεια πολύ χαμηλότερη από το ενεργειακό περιεχόμενο στην ίδια ποσότητα βραστών ζυμαρικών

(286 θερμίδες) ή βραστό ρυζιού (248 θερμίδες). Ωστόσο, πρέπει να δίνεται προσοχή στο εξής: το ενεργειακό περιεχόμενο της πατάτας όταν έχει τηγανιστεί (βαθύ τηγάνισμα) μπορεί να είναι δύο έως τρεις φορές υψηλότερο από αυτό της βραστής ή ψητής πατάτας, με αποτέλεσμα η πατάτα σε αυτή τη μορφή να είναι λιγότερο κατάλληλη για άτομα που βρίσκονται σε δίαιτα απώλειας βάρους.

► Περισσότερα θετικά στοιχεία για αυτούς που προσπαθούν να αποφύγουν την πρόσληψη βάρους είναι το ότι οι πατάτες έχουν υψηλό δείκτη κορεσμού. Επειδή η ενεργειακή πυκνότητα, δηλαδή οι θερμίδες ανά γραμμάριο τροφίμου, της βραστής ή ψητής πατάτας είναι χαμηλή, η κατανάλωση μεγάλης ποσότητας δεν ισοδυναμεί με μεγάλη ενεργειακή πρόσληψη (περίπου 140 θερμίδες σε μία μέτρια μερίδα). Επομένως, οι πατάτες μπορούν να βοηθήσουν να νιώθουμε χορτασμένοι χωρίς να έχουμε υπερφαγία από ενεργειακή άποψη. Μια μελέτη για τις επιδράσεις κορεσμού διαφορετικών φαγητών έδειξε ότι οι πατάτες παρουσιάζουν τρεις φορές υψηλότερο βαθμό κορεσμού σε σύγκριση με την ίδια πρόσληψη θερμίδων από το λευκό ψωμί.

► Λόγω της ποικιλίας τρόπων με τους οποίους μπορεί να μαγειρευτούν οι πατάτες, το περιεχόμενο σε θρεπτικά συστατικά στα γεύματα με πατάτες είναι ιδιαίτερα μεταβλητό. Οι απώλειες θρεπτικών συστατικών κατά το μαγείρεμα εξαρτώνται από τη θερμοκρασία και τον χρόνο μαγειρέματος. Οι υδατοδιαλυτές βιταμίνες και τα ανόργανα στοιχεία, όπως οι βιταμίνες του συμπλέγματος Β, η βιταμίνη C και το κάλιο, διαρρέουν από τις πατάτες στο νερό κατά τον βρασμό. Όταν οι πατάτες βράζουν με τη φλούδα (αν και μετά το μαγείρεμα μπορεί να καθαριστούν και να καταναλωθούν χωρίς φλούδα), μειώνεται σημαντικά η απώλεια θρεπτικών συστατικών. Απώλειες θρεπτικών συστατικών συμβαίνουν και κατά την αποθήκευση. Οι γενικές οδηγίες συστήνουν την αποθήκευση της πατάτας σε συνθήκες ξηρού, σκοτεινού και δροσερού περιβάλλοντος. Ωστόσο, οι πατάτες δεν πρέπει να αποθηκεύονται σε χαμηλές θερμοκρασίες της τάξεως των 4°C, καθώς στις θερμοκρασίες αυτές μπορεί να αυξηθεί η παραγωγή ακρυλαμιδίου κατά το τηγάνισμα. Οι πατάτες που αναπτύσσουν πράσινες κηλίδες ή ξεκινούν να βλασταίνουν θα πρέπει να καθαρίζονται προσεκτικά ή να μην καταναλώνονται. Αν και το περιεχόμενο λίπους στις πατάτες είναι πολύ χαμηλό, τα πιάτα με πατάτες μπορεί να είναι πλούσια σε θερμίδες, αν υπάρχει προσθήκη λίπους κατά την προετοιμασία τους. Αυτό γίνεται, για παράδειγμα, σε τηγανητές πατάτες (βαθύ τηγάνισμα) και κρούστες που παρασκευάζονται με τυρί και κρέμα πλήρη σε λιπαρά.

► Ένας πολύ μικρός αριθμός ανθρώπων δεν μπορεί να ανεχθεί τη γλουτένη, η οποία είναι μια πρωτεΐνη που βρίσκεται στο σιτάρι και τη σίκαλη. Για ανθρώπους που χρειάζεται να ακολουθούν δίαιτα ελεύθερη γλουτένης, και, επομένως, δεν μπορούν να

καταναλώσουν κοινά φαγητά, συμπεριλαμβανομένων του ψωμιού, των ζυμαρικών και των περισσότερων δημητριακών πρωινού, οι πατάτες είναι ιδιαίτερα σημαντικό τρόφιμο. Οι πατάτες είναι ελεύθερες γλουτένης και, επομένως, μπορούν να καταναλωθούν ελεύθερα από ανθρώπους που χρειάζεται να αποφύγουν τη γλουτένη ή για άλλους λόγους δεν καταναλώνουν σιτάρι.

Πίνακας 3-1: Συνήθη διατροφικά στοιχεία διαφορετικών πιάτων πατάτας ανά 100 γρ.

	Βραστές πατάτες με φλούδα	Βραστές πατάτες καθαρισμένες	Ψητές πατάτες με φλούδα	Πουρές πατάτας με γάλα (7 γρ.) και βούτυρο (5 γρ.)	Τηγανητές πατάτες τύπου fast food
Ενέργεια (kcal)	66	77	85	104	280
Πρωτεΐνη (γρ.)	1.4	1.8	2.6	1.8	3.3
Υδατάνθρακες (γρ.)	15.4	17.0	17.9	15.5	34.0
Λίπος (γρ.)	0.3	0.1	0.1	4.3	15.5
Φυτικές ίνες (γρ.)	1.5	1.2	3.1	1.1	2.1
Κάλιο (mg)	460	280	547	260	650
Σίδηρος (mg)	1.6	0.4	0.9	0.4	1.0
Βιταμίνη Β ₁ (mg)	0.13	0.18	0.11	0.16	0.08
βιταμίνη Β ₆ (mg)	0.33	0.33	0.23	0.30	0.36
Φυλλικό οξύ (μg)	19	19	44	24	31
Βιταμίνη C (mg)	9	6	14	8	4

Πηγή: Food Standards Agency. McCance and Widdowson's the Composition of Foods, 6th summary edition. Cambridge: Royal Society of Chemistry (2002).

3.1.2. Πελάτες

Το μέγεθος της αγοράς στο οποίο στοχεύει η μονάδα παραγωγής νωπής πατάτας είναι αρκετά μεγάλο, δεδομένου ότι το προϊόν της έχει μεγάλη ζήτηση, τόσο από τον κλάδο των ξενοδοχειακών μονάδων όσο και από τον κλάδο των Εστιατορικών και συναφών επαγγελματιών. Καθώς, η πατάτα αποτελεί βασικό μέρος της διατροφής των Ελλήνων, αλλά και των τουριστών ανά τον κόσμο και για την κατανάλωσή τους δεν γίνεται διάκριση στα κοινωνικά στρώματα.

Το αγοραστικό κοινό του συγκεκριμένου προϊόντος θα είναι:

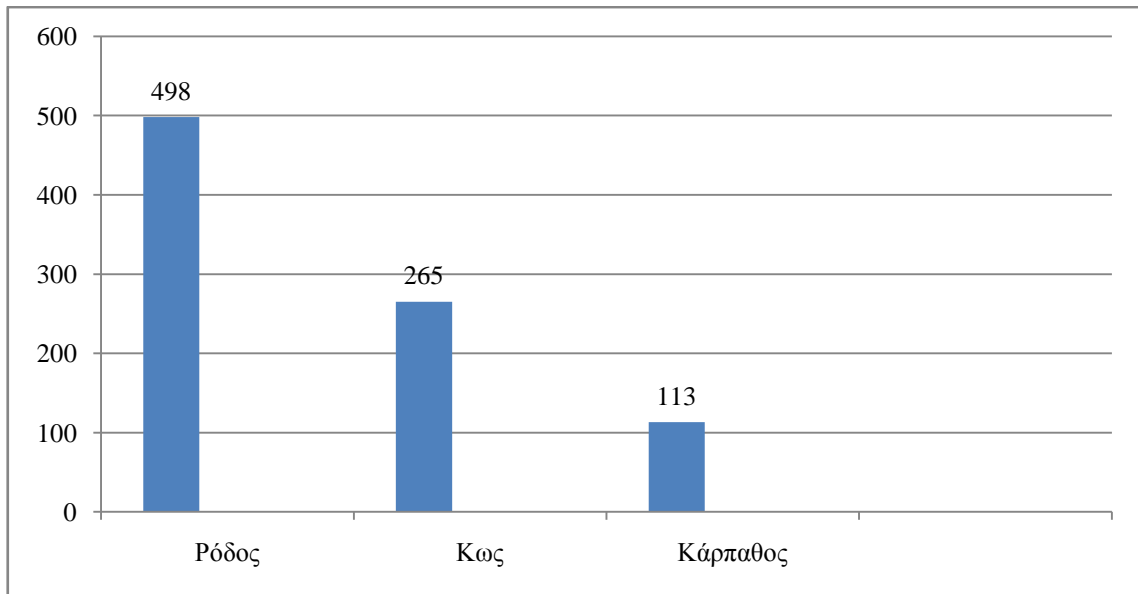
♦ Ξενοδοχειακές μονάδες

Βάσει μελέτης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (2010), υπάρχει έλλειψη προϊόντων νωπής πατάτας στην ευρύτερη περιοχή της Περιφέρειας και ως αποτέλεσμα αυτού είναι η εισαγωγή από άλλες αγορές και μάλιστα κατεψυγμένης πατάτας, η οποία έχει πολλές φορές αναφερθεί ως καρκινογόνος.

Στα Δωδεκάνησα υπάρχουν 1.041 ξενοδοχεία, όλων των κατηγοριών, με περίπου 140.000 κλίνες. Απ' αυτά τα 498 βρίσκονται στη Ρόδο, τα 265 στην Κω και τα 113 στην Κάρπαθο, με αριθμό κλινών 83.247, 44.765 και 5.395 αντίστοιχα. Ο μεγαλύτερος όγκος του προϊόντος του κλάδου θα διατίθεται στις ξενοδοχειακές μονάδες, που λόγω της προσέλευσης μεγάλου πλήθους τουριστών και ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες, θα επιτρέψει στην κάλυψη της υψηλής αυτής ζήτησης.

Κατόπιν δειγματοληπτικής τηλεφωνικής έρευνας (εταιρεία ερευνών Omicron Poll, Απρίλιος 2012) προέκυψε ότι καθημερινά σε ένα ξενοδοχείο καταναλώνονται από 400kg – 1200kg νωπής τεμαχισμένης πατάτας αναλόγως της δυναμικότητας και της συμφωνίας με τους τουριστικούς πράκτορες (all inclusive – ή απλή διαμονή, ενώ την τουριστική περίοδο αναμένεται να καταναλώνει 40.000 κιλά τελικού προϊόντος. Ο χρόνος τροφοδοσίας είναι μικρός και οι αποστάσεις επίσης μικρές. Στις ξενοδοχειακές μονάδες θα δίνονται συσκευασίες των 10 κιλών.

Πίνακας 3-2: Αριθμός κλινών για τη Ρόδο, Κω και Κάρπαθο (2010)



Πηγή: Μελέτη Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, 2010.

Κατόπιν δειγματοληπτικής τηλεφωνικής έρευνας (εταιρεία ερευνών Omicron Poll, Απρίλιος 2012) προέκυψε ότι καθημερινά σε ένα ξενοδοχείο καταναλώνονται από 400kg – 1200kg νωπής τεμαχισμένης πατάτας αναλόγως της δυναμικότητας και της συμφωνίας με τους τουριστικούς πράκτορες (all inclusive – ή απλή διαμονή, ενώ την τουριστική περίοδο αναμένεται να καταναλώνει 40.000 κιλά τελικού προϊόντος. Ο χρόνος τροφοδοσίας είναι μικρός και οι αποστάσεις επίσης μικρές. Στις ξενοδοχειακές μονάδες θα δίνονται συσκευασίες των 10 κιλών.

♦ Μονάδες εστίασης

Οποιοσδήποτε χώρος που προσφέρει φαγητό, θα είναι πελάτης της πατατοβιομηχανίας. Και αυτά ανά κατηγορία είναι: εστιατόρια, ταβέρνες, πιτσαρίες, κινέζικη κουζίνα, ιταλική κουζίνα, μεζεδοπωλεία, κέντρα εστίασης και διασκέδασης, ψητοπωλεία και φαστ φουντ, που ως κύριο γνώμονα τους έχουν την καλή ποιότητα και την δημιουργία αξίας στο πελατολόγιό τους. Οι συσκευασίες των 5 και 10 κιλών είναι οι πιο κατάλληλες γι' αυτούς τους πελάτες.

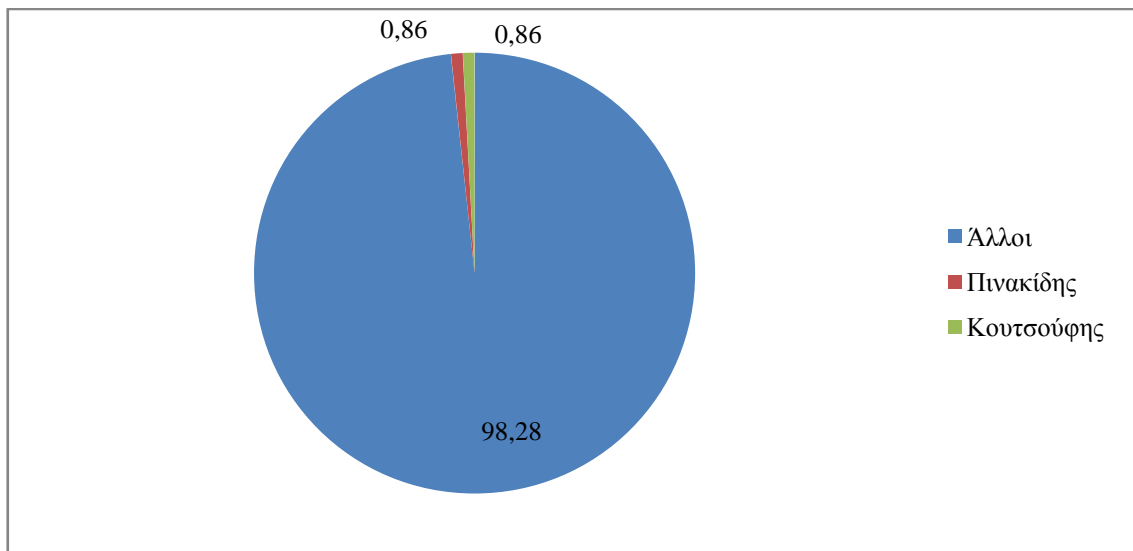
♦ Χονδρέμποροι – Λιανέμποροι

Ο ρόλος τους είναι η διάθεση της πατάτας στον τελικό καταναλωτή και θα διατίθεται τυποποιημένα σε συσκευασίες των 5 κιλών, που θα προορίζεται για διάθεση απευθείας στο καταναλωτικό κοινό.

3.1.3. Ανταγωνιστές

Ως ανταγωνισμό θα ορίσουμε τις επιχειρήσεις εκείνες που βρίσκονται στη νήσο Κω και στα γειτονικά της νησιά, διότι το κύριο χαρακτηριστικό του προϊόντος είναι ότι η πατάτα θα διατίθεται φρέσκια και ως αποτέλεσμα έχει να μη μπορεί να διατηρηθεί παραπάνω από 5 ημέρες σε θερμοκρασία ψυγείου.

Διάγραμμα 3-1: Μερίδια τοπικής αγοράς επιχειρήσεων του κλάδου (2012)



Πηγή: Έρευνα αγοράς, Omicron Poll, 2012.

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο της πατατοβιομηχανίας στη νήσο Κω είναι σχεδόν ανύπαρκτος. Λειτουργούν μόνο δύο οικοτεχνίες, όπου χρησιμοποιούνται ελάχιστα τεχνητά μέσα και η παραγωγή γίνεται κυρίως μέσω χειρωνακτικής εργασίας. Παράγονται νωπές, τεμαχισμένες πατάτες, οι οποίες διανέμονται καθημερινά σε ξενοδοχεία, καλύπτοντας μέρος των αναγκών τους, λόγω των μειωμένων δυνατοτήτων παραγωγής της οικοτεχνίας. Οι δύο ατομικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο νησί της Κω είναι οι εξής:

- ♦ Κουτσούφης Ηλίας (ατομική επιχείρηση), με δυναμικότητα 360 τόνους / έτος.
- ♦ Πινακίδης Απόστολος (ατομική επιχείρηση), με δυναμικότητα 360 τόνους / έτος.

Στα υπόλοιπα γειτονικά νησιά (ενδεικτικά αναφέρεται η Ρόδος) όπου λειτουργούν αντίστοιχα εκατοντάδες τουριστικές μονάδες και επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, δεν

υπάρχει καμία αντίστοιχη τοπική μονάδα παραγωγής, με αποτέλεσμα όλες οι ανάγκες να καλύπτονται με «εισαγωγές» τόσο από την ελληνική όσο και από τη διεθνή αγορά.

3.1.4. Προμηθευτές

Ο υπό εξέταση κλάδος είναι στενά συνδεδεμένος με την καλλιέργεια της πατάτας, καθώς αποτελεί την πρώτη ύλη για τη νωπή και τεμαχισμένη πατάτα. Είναι πολύ σημαντική, λοιπόν, η επιλογή κατάλληλων προμηθευτών, που θα μπορούν να καλύψουν την ζήτηση και τις απαιτήσεις της βιομηχανίας, παρέχοντας υψηλής ποιότητας πρώτης ύλης. Λαμβάνοντας υπόψη την ιδιόρρυθμη φύση που έχουν τα αγροτικά προϊόντα, είναι πολύ σημαντικό να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στη γεωλογία του εδάφους που γίνεται η φύτευση της πατάτας και οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην εκάστοτε περιοχή. Επομένως, η επιλογή του καταλληλότερου παραγωγού θα πρέπει να συνυπολογίζει τα παραπάνω κριτήρια εκτός από την τιμή. Γι' αυτό είναι πολύ σημαντικό να εξασφαλίζονται συνεργασίες με τους παραγωγούς εκείνους, όπου τα προϊόντα τους πληρούν τις κατάλληλες προδιαγραφές, έτσι ώστε να αποφεύγονται δυσκολίες στην παραγωγική διαδικασία.

Στην Κω υπάρχουν μεγάλες πεδινές εκτάσεις εκατοντάδων στρεμμάτων με σύσταση εδάφους κατάλληλη για καλλιέργεια πατάτας, οι οποίες σήμερα μένουν ακαλλιέργητες λόγω της αδυναμίας διάθεσης του προϊόντος σε επεξεργασμένη μορφή, όπως απαιτείται σήμερα στις σύγχρονες μονάδες μαζικής εστίασης.

♦ Ο επενδυτής ως γνώστης της περιοχής της Κω, αλλά και των προμηθευτών που δραστηριοποιούνται στο νησί, θα προχωρήσει στη σύναψη συμβολαίων με καλλιεργητές συμβατικής, αλλά και βιολογικής παραγωγής με βιοκαλλιεργητές του νησιού. Κατά τη φάση αυτή θα επιλεγούν συνεργάτες και καλλιέργειες, οι οποίες θα πληρούν τους όρους βιολογικής καλλιέργειας, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα παραγωγής και αυτής της κατηγορίας προϊόντων. Εκτιμάται ότι το 30% της συνολικής παραγωγής θα μπορεί να προέρχεται από βιολογικές καλλιέργειες.

♦ Η επιχείρηση έχοντας οργανωμένο σύστημα παραγωγής, θα μπορεί να προμηθεύεται πρώτες ύλες γύρω στο 50% από την τοπική αγορά της Κω, 20% από τη Βοιωτία και άνω του 30% του τελικού προϊόντος, οι οποίες είναι χαρακτηρισμένες ΠΟΠ (π.χ. Νάξου) και να διαθέτει στην αγορά παρτίδες με ειδική σήμανση.

Η Δυναμικότητα της γραμμής επεξεργασίας σε πλήρη απόδοση θα είναι 1000 κιλά/ώρα, δηλαδή 8.000 κιλά/ημέρα . Με δεδομένο ότι η ξηρά ουσία της πατάτας είναι

από 18,4 - 25,9 %, ως αποδεκτή απώλεια θεωρείται ένα ποσοστό 30% και το καθαρό τελικό προϊόν 70%.

Το τελικό προϊόν ανά ημέρα θα είναι 8.000 κιλά/ημέρα επί 0,70 που είναι το τελικό προϊόν, τότε έχουμε 5.600 κιλά /ημέρα, με περίοδο λειτουργίας 6 μηνών (από Μάιο-Οκτώβριο, 150 ημέρες), όπου είναι περίοδος λειτουργίας των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, που θα είναι οι κύριοι πελάτες της μονάδας και θα ισχύει: 5.600 κιλά/ημέρα επί 150 ημέρες ισούται με 840.000 κιλά τελικό παραγόμενο προϊόν ανά ετήσια περίοδο λειτουργίας.

Αυτό το τελικό προϊόν αντιστοιχεί σε νωπή πατάτα: 840.000 κιλά/έτος διαιρεμένο με 0,70 καθαρού προϊόντος ισούται με 1.200.000 κιλά/έτος πρώτης ύλης, με αποδεκτή απώλεια στην επεξεργασία 30% στο τελικό προϊόν.

Δηλαδή η μονάδα χρειάζεται για πλήρη λειτουργία να κλείσει συμβάσεις για 1.200.000 κιλά /έτος, με αποδεκτή ως μέση παραγωγή πατάτας ανά στρέμμα 5.000 κιλά/στρέμμα, 1.200.000 κιλά/έτος διαιρεμένο με 5.000 κιλά/στρ ισούται με 240 στρέμματα.

Η ανοιξιάτικη φύτευση γίνεται στις νότιες περιοχές από Ιανουάριο - Φεβρουάριο. Η διάρκεια συγκομιδής είναι κατά τους μήνες Μάιος-Ιούνιος, δηλαδή 90 - 120 ημέρες μετά την φυτεία. Η μέση στρεμματική απόδοση είναι 5.000 κιλά/στρ. Ένα ποσοστό 20% διατίθεται απευθείας από το χωράφι, ενώ η υπόλοιπη ποσότητα θα δίνεται τμηματικά.

Η τιμή αγοράς της πρώτης ύλης από τον παραγωγό παραδοτέα στη μονάδα θα είναι 0,30 ευρώ/κιλό.

Η τιμή πώλησης του τελικού προϊόντος θα είναι 1,00 ευρώ/κιλό. Θα πωλείται σε συσκευασίες εν κενό με βάρος 5 kg ή 10 kg. Η αποδεκτή διάρκεια ζωής του τελικού προϊόντος στον ψυκτικό θάλαμο ετοιμών, σε θερμοκρασία 4-6 C της μονάδας, θα είναι οι 5 ημέρες.

Η μέση κατανάλωση ενός ξενοδοχείου-πελάτη της μονάδας εκτιμάται (μετά από επιτόπια έρευνα και στοιχεία από την μελέτη της Περιφέρειας Δωδεκανήσου), ότι θα είναι 1.200 κιλά/ημέρα, ενώ την τουριστική περίοδο αναμένεται να φτάνει τα 40.000 κιλά τελικού προϊόντος.

Προμηθευτές

1. Ρούφας Δημήτριος (παραγωγός Κω), 100 καλλιεργήσιμα στρέμματα, με απόδοση 5 τόνοι / στρέμμα (υπάρχει σχετική σύμβαση).

2. Ξενίκας Φραντζής (παραγωγός Κω), 100 καλλιεργήσιμα στρέμματα, με απόδοση 5 τόνοι / στρέμμα.
3. Κατσέλης Δημήτριος (παραγωγός Νομού Βοιωτίας), 100 καλλιεργήσιμα στρέμματα, με απόδοση 5 τόνοι / στρέμμα.
4. Τριανταφύλλου Ιωάννης (παραγωγός Νάξου), 100 καλλιεργήσιμα στρέμματα, με απόδοση 5 τόνοι / στρέμμα.
5. ΕΑΣ Νάξου (Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου), 100 καλλιεργήσιμα στρέμματα, με απόδοση 5 τόνοι / στρέμμα.

Η διάθεση του προϊόντος θα γίνεται ως εξής:

Η επιχείρηση αρχικά θα λειτουργήσει ως χονδρεμπορική επιχείρηση, χωρίς να συμμετάσχει σε κάποιο τοπικό δίκτυο επιχειρήσεων, διότι κατά την έρευνα αγοράς (εταιρεία ερευνών Omicron Poll, Απρίλιος 2012) δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη τέτοιου δικτύου.

Ο επενδυτής αξιοποιώντας τις γνώσεις του στο marketing και τις προωθητικές ενέργειες, μετά την ίδρυση της μονάδας θα προσπαθήσει να δημιουργήσει δίκτυο τοπικών παραγωγών και να καθιερώσει κοινό brand name, με προϊόντα τα οποία πληρούν τις προδιαγραφές ασφάλειας τροφίμων και ποιότητας, ώστε να μπορέσει να ενισχυθεί η αγορά και να αναδειχθούν τα τοπικά προϊόντα.

Προσθετικά στα πλάνα της επιχείρησης είναι μετά την κάθετη δραστηριοποίηση στην παραγωγή νωπής τεμαχισμένης πατάτας και την καθιέρωσή της στην αγορά, σε επόμενο στάδιο και εφόσον οι απαιτήσεις των πελατών δεν καλύπτονται από την ίδια παραγωγή, να στραφεί στην εμπορία και διάθεση για την ευρύτερη περιοχή της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου. Η δράση αυτή θα καλυφθεί με την αγορά φορτηγού ψυγείου και την μεταφορά από σημεία παραγωγής στα Δωδεκάνησα και ιδιαίτερα στις περιοχές με υψηλή τουριστική κίνηση.

Τέλος, αναλόγως των συνθηκών της τοπικής αγοράς, η επιχείρηση έχοντας υποδομές και πελατολόγιο, θα μπορέσει να επεκταθεί σε χονδρική διάθεση και άλλων προϊόντων για την κάλυψη αναγκών τους.

3.1.5. Δίαυλοι διανομής

Η διανομή της πατάτας διαφέρει ανάλογα με τον τόπο εγκατάστασης της εν λόγω μονάδας, το μέγεθός της, τους πελάτες της και την πολιτική διανομής που ακολουθείται από τη μονάδα.

Η διανομή θα γίνεται με βάση την ημερήσια κατάρτιση του προγράμματος και την παράδοση του τελικού προϊόντος με το αυτοκίνητο – ψυγείο στις ξενοδοχειακές μονάδες, στις μονάδες εστίασης και στις αποθήκες των χονδρέμπορων/λιανέμπορων της περιοχής, στην περίπτωση που αυτές είναι εύκολα και οικονομικά προσβάσιμες. Οι όροι και ο τρόπος παράδοσης των εμπορευμάτων θα είναι εξ' αρχής προσυμφωνημένος, καθώς επίσης και ποιος θα επιβαρυνθεί το εκάστοτε κόστος.

Εντούτοις κάποιες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και χώροι εστίασης, διαθέτουν οι ίδιες ένα ολοκληρωμένο σύστημα διανομής, το οποίο περιλαμβάνει φορτηγό μεταφοράς και ιδιόκτητες αποθήκες. Η τακτική αυτή εξοικονομεί χρόνο και αν οι ποσότητες πωλήσεων είναι μεγάλες και χρήμα.

3.2. Γενικά χαρακτηριστικά του κλάδου των οπωροκηπευτικών

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας σε συνδυασμό με την παγκόσμια οικονομική κρίση που ξεκίνησε το 2007 και επέφερε σημαντικότερες αλλαγές και στη χώρα μας (στο επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον), παγίωσε τις συνεχείς μεταβαλλόμενες συνθήκες στην αγορά. Σε συνδυασμό με την οικονομική ύφεση και την αύξηση της ανεργίας, διαμορφώθηκε ένα αρκετά απαιτητικό πλαίσιο μέσα στο οποίο καλούνται να λειτουργήσουν οι επιχειρήσεις.

Το προφίλ του τομέα των οπωροκηπευτικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Τομέας Οπωροκηπευτικών στην Ε.Ε., 2003, σελ. 1,3)

Ο τομέας των οπωροκηπευτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης περιλαμβάνει παραγωγές φρούτων, λαχανικών, πατατών, σαλατικών, βοτάνων και καλλωπιστικών φυτών και ενσωματώνει φυτώρια, υπηρεσίες κηπουρικής, λιανοπωλητές ανεφοδιασμού κηπουρικής, κέντρα κήπου, ανθοπωλεία και αρχιτεκτονική τοπίου.

Ο τομέας των φρούτων και λαχανικών αξίζει περισσότερο από 50 δις ευρώ, αντιστοιχεί στο 18% της συνολικής αξίας της γεωργικής παραγωγής στην Ευρωπαϊκή Ένωση, με εκτιμώμενο κύκλο εργασιών περισσότερο από 120 δις ευρώ και περίπου 550.000 εργαζόμενους.

Προσφορά – ζήτηση και εμπορία

Ποσοστό 15% της αξίας της γεωργικής παραγωγής της Ευρωπαϊκής Ένωσης προέρχεται από τον κλάδο των οπωροκηπευτικών, ο οποίος προσφέρει ένα φάσμα νωπών και μεταποιημένων προϊόντων σε αξιοσημείωτη ποικιλία. Σε διάφορα κράτη τα οπωροκηπευτικά αντιπροσωπεύουν το ¼ περίπου της συνολικής γεωργικής εκροής, όπως στην Ισπανία, την Ιταλία, την Ελλάδα, την Πορτογαλία, τη Μάλτα και την Κύπρο. Σοβαρό, όμως, ρόλο διαδραματίζει το Βέλγιο, οι Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο Βασίλειο. Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί μείζονα αγορά για την παραγωγή τρίτων χωρών.

Η παγκόσμια παραγωγή οπωροκηπευτικών ανήλθε σε μόλις πάνω από 1.230 εκ. τόνους, ενώ τα λαχανικά σε 760 εκ. τόνους.

Η Ασία αποτελεί την κορυφαία περιοχή παραγωγής, με μερίδιο 61%, έπεται η Ευρωπαϊκή Ένωση (9%), η Βόρεια και Κεντρική Αμερική (9%), η Αφρική (8%) και η Νότια Αμερική (7%).

Αγορά πατάτας παγκόσμια

Σε παγκόσμιο επίπεδο, εκδηλώνεται τάση ισχυρής ανόδου της παραγωγής πατάτας. Σε ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες, το δυναμικό αύξησης της παραγωγής πατάτας φαίνεται να στρέφεται προς την αυξημένη εγχώρια κατανάλωση, ενώ σε άλλες χώρες αναπτύσσεται παραγωγή στραμμένη στις εξαγωγές.

Πίνακας 3-3: Στοιχεία (προϊόντος–υποπροϊόντος πατάτας) ανάλυσης παγκόσμιου εμπορίου

Ενδιαφέρον από:	Ανάπτυξη εμπορίου για τα επόμενα 20 χρόνια	Ως
ΗΠΑ	70%	Βιολογική
ΗΠΑ	45%	Οργανική
ΚΙΝΑ	32%	Κανονική
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	25%	Οργανική
ΙΑΠΩΝΙΑ	38%	Βιολογική
ΗΠΑ	55%	Κατεψυγμένη
ΚΑΝΑΔΑΣ	28%	Κατεψυγμένη

Πηγή: Παγκόσμιος Οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας (F.A.O), 2015

Η μεγαλύτερη αναδυόμενη κερδοφόρα αγορά πατάτας για την επόμενη 20ετία είναι ο Παναμάς, που η κατανάλωση αυξάνει αλματωδώς με απίστευτους ρυθμούς.

Για τα επόμενα χρόνια σχεδιάζεται αύξηση φόρων στην πατάτα παγκοσμίως, αλλά μεγάλες φοροαπαλλαγές για όποιον εμπορεύεται κατεψυγμένη πατάτα. Πάντως, η τάση είναι αυξανόμενη σε μεγάλα αστικά κέντρα για βιολογική πατάτα. Την τελευταία 5ετία έφτασε έως 65%.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ένας σημαντικός παραγωγός πατάτας και βασικός επιχειρηματίας, παρ' όλο που ο κλάδος λαμβάνει λίγη υποστήριξη για την προώθηση. Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο νούμερο ένα εξαγωγέας σπόρων στη Βόρεια Αφρική, γεωμήλων κατανάλωσης στη Ρωσία και μεταποιημένων εμπορευμάτων προς τη Νότια Αμερική και την Ασία».

Η αξία των εξαγωγών πατάτας έχει επίσης αυξηθεί κατά 75% τα τελευταία δέκα χρόνια, προς όφελος της οικονομίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, της καινοτομίας και της ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κατά την περίοδο εμπορίας 2014/2015 η συγκομιδή ήταν ανοδική έως και 7% σε σχέση με το 2013, για να φτάσει τους 27,5 εκατ. τόνους στις πέντε κύριες χώρες παραγωγής.

Στην αγορά οι τιμές πέφτουν και η κατάσταση γίνεται χειρότερη από τους εμπορικούς περιορισμούς που επέβαλε πρόσφατα η Ρωσική Ομοσπονδία. Η περίοδος εμπορίας 2015/2016 αναμένεται να είναι πιο περίπλοκη από ότι 2013/2014, επίσης, επειδή οι πέντε κύριες χώρες παραγωγής έχουν δει μια αύξηση της καλλιεργούμενης επιφάνειας του 3%, σε σύγκριση με τον μέσο όρο της τελευταίας πενταετίας.

Μακροπρόθεσμα, αναμένεται μια μεγάλη αύξηση στην παγκόσμια κατανάλωση πατάτας, αλλά κυρίως εκτός Ευρώπης.

3.3. Ανάλυση της εγχώριας αγοράς πατάτας (ΓΔΑ, Έκθεση Κλαδικής Έρευνας Οπωροκηπευτικών, 2010, σελ. 24-27)

Η πολιτική των οπωροκηπευτικών (και δη της πατάτας) της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κατ'επέκταση και της Ελλάδας βασίζεται σε τέσσερα κριτήρια:

- A) Την ποικιλομορφία των τύπων παραγωγής
- B) Την φθαρτή φύση του προϊόντος
- Γ) Την ανάγκη βελτίωσης της ποιότητας του προϊόντος
- Δ) Και τη σημασία του εμπορίου

Η πολιτική προσαρμόζεται διαρκώς στα νεότερα δεδομένα και στοχεύει στην ενθάρρυνση των παραγωγών να στρέφονται περισσότερο προς την αγορά.

Το καθεστώς της πατατοπαραγωγής στήριξε την παραδοσιακή παραγωγή, συχνά σε μειονεκτικές περιοχές, με τη χρήση μέτρων του είδους της ανάπτυξης της υπαίθρου. Οι προδιαγραφές εμπορίας (αποκαλούμενες ποιοτικά πρότυπα) έχουν διατυπωθεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση για τα προϊόντα που λέγονται νωπά και είναι πανομοιότυπες με τα πρότυπα της Οικονομικής Επιτροπής των Ηνωμένων Εθνών για την Ευρώπη. Ενθαρρύνουν το εμπόριο με τη διασφάλιση της ελεύθερης κυκλοφορίας της παραγωγής στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εκτός αυτής. Η εφαρμογή διεθνών προτύπων στις εγχώριες και παγκόσμιες αγορές μειώνει το κόστος των συναλλαγών σε όλη την έκταση της αλυσίδας πατάτας και αποτελεί μέσο πρόσδοσης προστιθέμενης αξίας.

Στον κλάδο των οπωροκηπευτικών, η πατάτα, αποτέλεσε και εξακολουθεί να αποτελεί έναν σημαντικό τομέα της βιομηχανίας τροφίμων και γενικότερα της ελληνικής βιομηχανίας. Αν και η Ελλάδα βρίσκεται εκτός των 20 πρώτων παραγωγών χωρών. Οι πατάτες πριν το 2005 παρουσίαζαν ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο. Παρόλα αυτά, η εικόνα του ισοζυγίου έχει βελτιωθεί την εξαετία 2005 – 2010, με τις εξαγωγές να ανακάμπουν σε βάρος των εισαγωγών. Η παραγωγή της πατάτας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη διαθεσιμότητα και το κόστος απόκτησης των μέσων παραγωγής (εισροές στην παραγωγή), όπως είναι το πολλαπλασιαστικό υλικό, τα λιπάσματα – εδαφοβελτιωτικά και τα φυτοφάρμακα, η αγορά και η συντήρηση γεωργικών μηχανημάτων, η ηλεκτρική ενέργεια και το πετρέλαιο. Σύμφωνα με τους Γενικούς Δείκτες Τιμών Εισροών γεωργίας – κτηνοτροφίας και Αμοιβής Συντελεστών Παραγωγής διαφαίνεται μια αύξηση στο κόστος παραγωγής το 2010 – 2011, η οποία προκύπτει αφενός μεν από την αύξηση κατηγοριών του μεταβλητού κόστους, που αφορούν στην ενέργεια (καύσιμα) και στα λιπάσματα και αφετέρου από την αύξηση στο σταθερό κόστος των παραγωγών, λόγω του κόστους των τόκων των δανείων, η οποία δεν αντισταθμίζεται από τη μείωση του εργατικού κόστους.

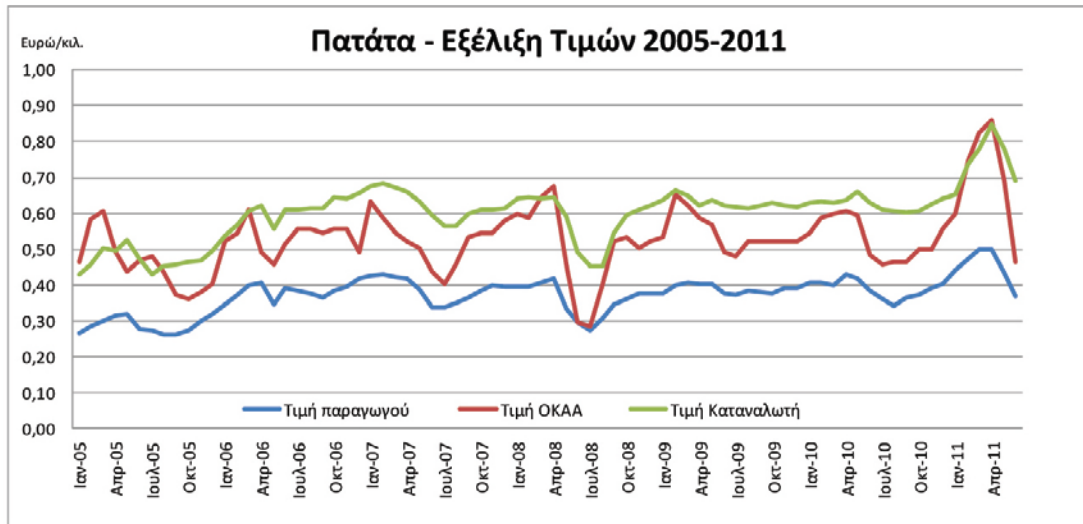
Η παραγωγή πατάτας κατανέμεται ως εξής: Το 27,82% προέρχεται από την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, το 13,45% από την Περιφέρεια Αν. Μακεδονίας Θράκης, το 12,67% από την Περιφέρεια Πελοποννήσου και το 11,12% από την Περιφέρεια Κρήτης.

Εφοδιαστική αλυσίδα

Οι τιμές και για τα τρία στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας της πατάτας παρουσιάζουν διαχρονικά αύξηση, με μεγαλύτερη αυτή της τιμής παραγωγού και μικρότερη την

αντίστοιχη χονδρεμπόρου. Προκύπτει, επίσης, σημαντική διακύμανση σε μηνιαία βάση και είναι υψηλότερες το χειμώνα (κυρίως τον Ιανουάριο) και χαμηλότερες το καλοκαίρι (Ιούνιο-Ιούλιο, ιδίως λόγω αυξημένης διαθέσιμης εγχώρια ποσότητας).

Διάγραμμα 3-2: Πατάτα – εξέλιξη των τιμών 2005-2011



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ / ΟΚΑΑ από τη ΓΔΑ

Κατά τους πρώτους μήνες του 2011, λόγω αυξημένων τιμών διεθνώς (γεγονός που οφείλεται στη μειωμένη παραγωγή της Ρωσίας), παρουσιάστηκαν και στη χώρα μας ιδιαίτερα αυξημένες τιμές (τιμή παραγωγού άνω των 0,5 ευρώ/κιλό, και τιμές καταναλωτή περίπου 0,9 ευρώ/κιλό). Σημειωτέον, επίσης, ότι από το 2012 έως σήμερα (δηλ. μετά την εξεταζόμενη περίοδο), η τιμή της πατάτας παρέμεινε σε υψηλά επίπεδα – γεγονός που οφείλεται, μεταξύ άλλων, στην περαιτέρω μείωση των εγχώριων καλλιεργούμενων εκτάσεων και στη μείωση της εγχώριας προσφοράς εν γένει, και στον περιορισμό της δυνατότητας εισαγωγών είτε από Γαλλία, λόγω του τρόπου εξόφλησης που ζητούν οι έμποροι από τους Έλληνες επιτηδευματίες (υψηλές εγγυήσεις ή/και μετρητά), είτε από Αίγυπτο, λόγω γεωπολιτικής αστάθειας που επικρατεί στην περιοχή.

Διάγραμμα 3-3: Πατάτες – εξέλιξη του δείκτη των τιμών



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ / ΟΚΑΑ από τη ΓΔΑ

Οι πατάτες είναι το προϊόν με τις μεγαλύτερες εισαγωγές και, επομένως, εμφανίζει το μικρότερο βαθμό αυτάρκειας σε σχέση με όλα τα υπό εξέταση προϊόντα της κλαδικής.

Οι δείκτες τιμών παραγωγού και καταναλωτή ακολουθούν την ίδια πορεία. Ενώ ο δείκτης τιμών χονδρεμπόρου κινείται σχετικά απομακρυσμένα σε σχέση με τα άλλα δύο στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας, ακολουθεί, επίσης, την ίδια τάση.

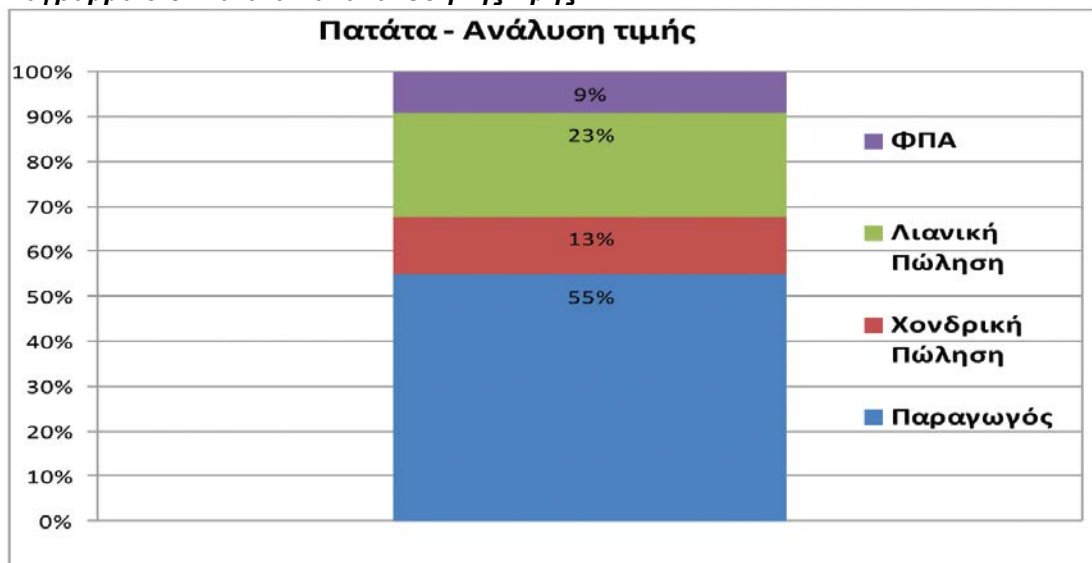
Για την εξεταζόμενη πάντα περίοδο (2005-2011), η τιμή παραγωγού ανέρχεται στο 55% της τελικής τιμής της πατάτας, η τιμή χονδρέμπορου στο 13%, ενώ η τιμή λιανικής στο 23% της τελικής τιμής του προϊόντος .

Διάγραμμα 3-4: Πατάτα και τρόπος διαμόρφωσης της τιμής



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων έτους 2010, ΕΛ.ΣΤΑΤ / ΟΚΑΑ / Παρατηρητηρίου Τιμών (Λαϊκή) από τη ΓΔΑ.

Διάγραμμα 3-5: Πατάτα και ανάλυση της τιμής



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων έτους 2010, ΕΛ.ΣΤΑΤ / ΟΚΑΑ / Παρατηρητηρίου Τιμών (Λαϊκή) από τη ΓΔΑ.

Ο ρόλος των χονδρεμπόρων στη διακίνηση πατάτας παραμένει σημαντικός, αν και μειούμενος διαχρονικά, ενώ ενισχύεται σταδιακά ο ρόλος των μεμονωμένων παραγωγών, οι οποίοι αποκτούν σταδιακά αμεσότερη πρόσβαση στα τελικά σημεία πώλησης. Οι χονδρέμποροι αντιστοιχούν σε 74% των προμηθειών των σούπερ μάρκετ (από 87% το 2005) και οι παραγωγοί σε 15% (από 8% το 2005).

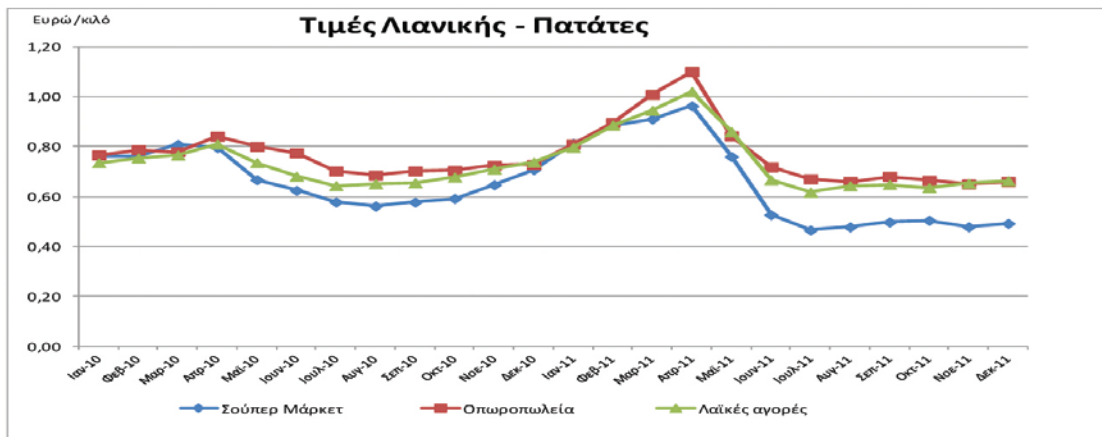
Το προϊόν της πατάτας πλήττεται εντονότερα σε σχέση με τα λοιπά οπωροκηπευτικά από το παραεμπόριο και τις «ελληνοποιήσεις». Και τούτο, διότι:

(α) υπάρχει πλεονάζουσα παραγόμενη ποσότητα σε φθηνότερες γειτονικές χώρες (π.χ. Αίγυπτος, Βουλγαρία),

β) το προϊόν είναι σχετικά ανθεκτικό και με δυνατότητες παρατεταμένης αποθήκευσης.

Διαχρονικά, τα σούπερ μάρκετ διαθέτουν την πατάτα σε συστηματικά φθηνότερες τιμές σε σύγκριση τόσο με τις λαϊκές αγορές όσο και με τα οπωροπωλεία (με τη διαφορά στην τιμή να είναι αρκετά σημαντική), διαπίστωση που δεν προκύπτει για κανένα άλλο από τα εξεταζόμενα προϊόντα. Αυτό εξηγείται κυρίως από τη δυνατότητα των σούπερ μάρκετ να κάνουν αγορές σε μεγάλους όγκους (λόγω ανθεκτικότητας του προϊόντος, με κατάλληλες συνθήκες αποθήκευσης), αλλά και να εισάγουν μεγάλες ποσότητες προϊόντων από το εξωτερικό (ιδίως την Αίγυπτο).

Διάγραμμα 3-6: Τιμές λιανικής για τις πατάτες

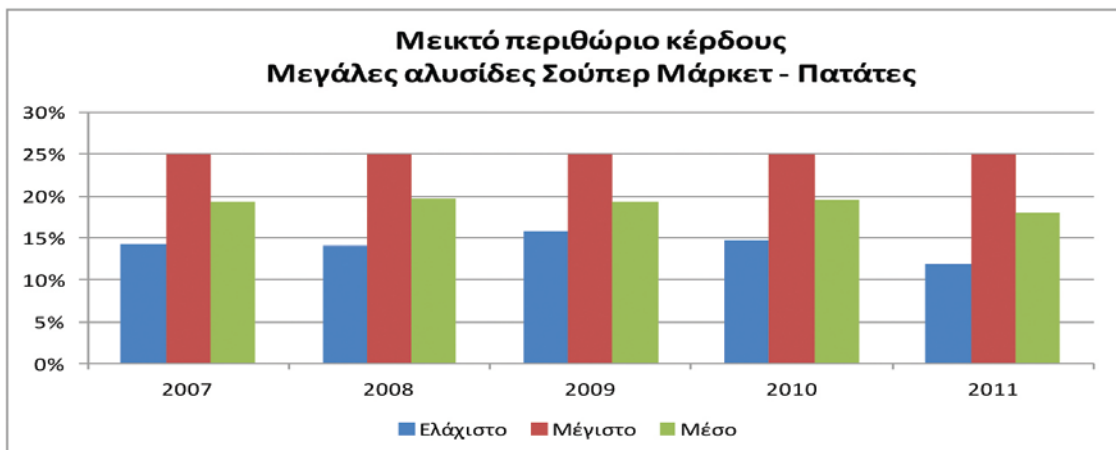


Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Παρατηρητηρίου Τιμών από τη ΓΔΑ

Το σταθμισμένο μεικτό περιθώριο κέρδους των σούπερ μάρκετ στις πατάτες κυμαίνεται διαχρονικά στο 20% περίπου, με σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά σούπερ μάρκετ (από 15% έως και 25%, το προϊσχύον ανώτερο επιτρεπόμενο όριο). Μεταξύ των μεγάλων αλυσίδων σούπερ μάρκετ, η τιμή της πατάτας δύναται να διαφέρει έως και 20 λεπτά το κιλό.

Με βάση τα εμπειρικά στοιχεία της οικονομετρικής ανάλυσης για την εξεταζόμενη περίοδο (2005-2011), προκύπτει ότι η αγορά της πατάτας χαρακτηρίζεται από συμμετρική μετακύλιση τιμής για όλα τα επίπεδα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι όποιες διαφορές ανάμεσα σε θετικές και αρνητικές μεταβολές των τιμών διορθώνονται, με αποτέλεσμα η προ μεταβολών ισορροπία να αποκαθίσταται σε σχετικά μικρό χρονικό διάστημα.

Διάγραμμα 3-7: Μεικτό περιθώριο κέρδους πατάτας για μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ



Πηγή: Επεξεργασία απαντήσεων ερωτηματολογίων από τη ΓΔΑ

Η διάρθρωση και οργάνωση της εφοδιαστικής αλυσίδας των οπωροκηπευτικών δεν είναι αποτελεσματική σε σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Ως εκ τούτου, η παραγωγή οπωροκηπευτικών σταδιακά συρρικνώνεται την τελευταία 20ετία, καθώς δεν επιτυγχάνονται οικονομίες κλίμακας σε σχέση με αντίστοιχες καλλιέργειες άλλων χωρών της Ευρώπης. Παράλληλα, στην αγορά δραστηριοποιείται δυσανάλογα μεγάλος αριθμός χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, με μικρό σχετικά μέγεθος και έλλειψη δυνατοτήτων συνεισφοράς υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας στην αλυσίδα.

Κύκλος ζωής του προϊόντος

Ο κλάδος των οπωρολαχανικών όπου ανήκει η πατάτα, βρίσκεται στο στάδιο της ωριμότητας.

Στάδιο Ωρίμανσης

Διάγραμμα 3-8: Κύκλος ζωής του κλάδου



Τα χαρακτηριστικά του σταδίου αυτού είναι η μείωση των τιμών, οι υψηλότερες πωλήσεις του προϊόντος, η συγχώνευση και η εξαγορά των επιχειρήσεων, η διαφήμιση που δίνει έμφαση στην υπενθύμιση του προϊόντος και στις παραλλαγές που βγαίνουν στην αγορά. Οι στρατηγικές που αρμόζουν για το στάδιο της ωριμότητας είναι η αύξηση του αριθμού των παραλλαγών του προϊόντος, η παραπέρα τμηματοποίηση της αγοράς και η έμφαση της έννοιας του συνολικού προϊόντος.

Όσον αφορά τις προοπτικές εξέλιξης του κλάδου σε όλη τη χώρα, δεν αναμένονται σημαντικές διαφοροποιήσεις (οριακές μόνο μεταβολές) την επόμενη διετία στο συνολικό μέγεθος της εγχώριας κατανάλωσης πατάτας.

3.3.1. Συνολικό μέγεθος αγοράς πατάτας στην Κω

Για τον σχεδιασμό της παρούσας επενδυτικής πρότασης ελήφθησαν υπόψη μία σειρά από παράγοντες της περιοχής χωροθέτησης του έργου (νήσος Κω), καθώς και η κάλυψη εξυπηρέτησης των αναγκών της αγοράς. Ειδικότερα:

1. Βάσει μελέτης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου υπάρχει έλλειψη προϊόντων νωπής πατάτας στην ευρύτερη περιοχή της Περιφέρειας και ιδιαίτερα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, λόγω προσέλευσης μεγάλου αριθμού τουριστών, με αποτέλεσμα να γίνεται εισαγωγή από άλλες αγορές και μάλιστα και κατεψυγμένης πατάτας, η οποία έχει αναφερθεί ως καρκινογόνος.

2. Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία, στα Δωδεκάνησα υπάρχουν 1.041 ξενοδοχεία, όλων των κατηγοριών, με περίπου 140.000 κλίνες. Απ' αυτά τα 498 βρίσκονται στη Ρόδο, τα 265 στην Κω και τα 113 στην Κάρπαθο, με αριθμό κλινών 83.247, 44.765 και 5.395 αντίστοιχα.

Πίνακας 3-4: Κατηγορίες ξενοδοχειακών μονάδων στην Κω

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	5*	4*	3*	2*	1*
Μονάδες	22	42	50	148	5
Δωμάτια	4.211	9.227	3.389	5.848	80
Κλίνες	9.046	18.257	6.686	10.950	158

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας, 2012

Μετά από δειγματοληπτική τηλεφωνική έρευνα της εταιρείας ερευνών Omicron Poll προέκυψε ότι καθημερινά σε ένα ξενοδοχείο καταναλώνονται από 400kg – 1.200kg νωπής πατάτας, αναλόγως της δυναμικότητας και της συμφωνίας με τους τουριστικούς πράκτορες (all inclusive – ή απλή διαμονή).

Πίνακας 3-5: Μονάδες εστίασης στην Κω

	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ
1	Εστιατόρια	80
2	Ταβέρνες	19
3	Πιτσαρίες	14
4	Κινέζικη κουζίνα	4
5	Ιταλική κουζίνα	3
6	Μεζεδοπωλεία	2
7	Κέντρα εστίασης και διασκέδασης	2
8	Ψητοπωλεία	1
9	Φαστ φούντ	1

Πηγή: Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατορικών και Συναφών Επαγγελματιών, 2012, Κως

Επίσης η ζήτηση για πατάτα στα καταστήματα μαζικής εστίασης κυμαίνεται από 40kg – 80kg νωπής πατάτας καθημερινά για τους μήνες από Μάιο έως και Οκτώβριο.

Και η εβδομαδιαία ζήτηση για νωπές πατάτες στα νοικοκυριά της Κω κυμαίνεται από 4kg – 8kg.

Τα ξενοδοχεία και τα καταστήματα μαζικής εστίασης προμηθεύονται τη νωπή τεμαχισμένη πατάτα από καταστήματα χονδρικού εμπορίου στην τιμή των 1,20 €/ kg.

Στη νήσο Κω λειτουργούν μόνο δύο οικοτεχνίες, όπου με ελάχιστα τεχνητά μέσα και κυρίως μέσω χειρωνακτικής εργασίας παράγονται νωπές και τεμαχισμένες πατάτες, οι οποίες διανέμονται καθημερινά σε ξενοδοχεία καλύπτοντας μέρος των αναγκών τους λόγω των μειωμένων δυνατοτήτων παραγωγής της οικοτεχνίας. Επίσης, η ίδρυση και λειτουργία μιας νέας και τελευταίας τεχνολογίας μονάδας θα συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη και ωφελιμότητα του τοπικού παραγωγικού ιστού, δημιουργώντας μία σειρά από θέσεις εργασίας μέσα στη μονάδα, αλλά και γενικότερα, θα υπάρξει τόνωση των σχετιζόμενων κλάδων για την καλλιέργεια της πατάτας.

Συμπερασματικά, η χωροθέτηση γίνεται σε μια περιοχή όπου υπάρχει μεγάλη δυνατότητα παραγωγής Α΄ υλών, υπάρχει μεγάλη ζήτηση των παραγόμενων προϊόντων τόσο στο σημείο επένδυσης όσο και στα γειτονικά νησιά, δεν υπάρχει ανταγωνισμός και η χρήση τεχνολογίας έντασης παραγωγής θα επιτρέψει τη

διατήρηση κόστους σε χαμηλά επίπεδα, με συνέπεια την αυξημένη κερδοφορία άρα και βιωσιμότητα της επένδυσης.

Στη συγκεκριμένη περιοχή υπάρχουν μεγάλες πεδινές εκτάσεις εκατοντάδων στρεμμάτων, με σύσταση εδάφους κατάλληλη για καλλιέργεια πατάτας, τα οποία σήμερα μένουν ακαλλιέργητα λόγω της αδυναμίας διάθεσης του προϊόντος σε επεξεργασμένη μορφή, όπως απαιτείται σήμερα στις σύγχρονες μονάδες μαζικής εστίασης.

Στα υπόλοιπα γειτονικά νησιά (ενδεικτικά αναφέρεται η Ρόδος), όπου λειτουργούν αντίστοιχα εκατοντάδες τουριστικές μονάδες και επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, δεν υπάρχει καμία αντίστοιχη τοπική μονάδα παραγωγής, με αποτέλεσμα όλες οι ανάγκες να καλύπτονται με «εισαγωγές» τόσο από την ελληνική όσο και από τη διεθνή αγορά.

Επίσης, η επισήμανση χρήσης ελληνικών τοπικών προϊόντων στο μενού των ξενοδοχείων, θα δώσει την ευκαιρία ανάδειξης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της τοπικής παραγωγής και θα ενισχύσει την καμπάνια «ελληνικό πρωινό».

3.3.2. Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης

Η συνολική ζήτηση των προϊόντων της νωπής πατάτας είναι ουσιαστικά ανελαστική ως προς το εισόδημα και τις μεταβολές των τιμών, δεδομένου ότι αποτελούν βασικό είδος διατροφής στην καθημερινότητα του Έλληνα, αλλά και παγκοσμίως. Όπως έχει ήδη αναφερθεί, οι κλάδοι της σίτισης και στέγασης, απορροφούν το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής των προϊόντων, καθώς επίσης και οι ποσότητες που διατίθενται για άμεση κατανάλωση από το κοινό, δηλαδή κατευθείαν στα νοικοκυριά.

Στη συνέχεια της παρούσας μελέτης, παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι παράγοντες που προσδιορίζουν τόσο την τρέχουσα όσο και τη μελλοντική ζήτηση.

- Καιρικές συνθήκες και ανθεκτικότητα

Οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην χώρα είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την παραγωγή και την ποιότητα της πατάτας. Οι περίοδοι ξηρασίας δεν ευνοούν την καλλιέργεια, ενώ οι βροχές θεωρούνται ευεργετικές για τα χωράφια, δεδομένου ότι η πλειοψηφία των χωραφιών δεν είναι αυτόνομα ποτιστικά.

- Δημογραφικοί Παράγοντες

Παρότι η ζήτηση της πατάτας είναι ανελαστική προς το εισόδημα των νοικοκυριών ως τώρα, επηρεάζεται από άλλους δημογραφικούς παράγοντες. Αν και δεν υπάρχουν επίσημα καταγεγραμμένα στοιχεία που να σχετίζουν τη ζήτηση με δημογραφικούς παράγοντες, το μορφωτικό επίπεδο, η ηλικία και η περιοχή διαμονής, παίζει κυρίαρχο ρόλο στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Άτομα με ανώτερο μορφωτικό επίπεδο φαίνεται να είναι περισσότερο ενημερωμένα για τις ευεργετικές ιδιότητες της πατάτας και τείνουν να το εντάσσουν στις διατροφικές τους συνήθειες. Γυναίκες που είναι νέες με άμεση επικοινωνία με το διαδίκτυο ενημερώνονται για τα διατροφικά χαρακτηριστικά που περιέχουν οι ποικιλίες της πατάτας και αναζητούν την πιο υγιεινή εκδοχή για αυτούς και τις οικογένειές τους. Την ίδια διατροφική αντίληψη παρουσιάζουν και οι καταναλωτές που ζουν σε μεγάλα αστικά κέντρα, οι οποίοι, εκτός των παραπάνω, έχουν κάνει μία στροφή προς τα βιολογικά προϊόντα, προσπαθώντας να επιβαρύνουν τον οργανισμό τους όσο το δυνατόν λιγότερο. Κάνουν τέτοιες υγιεινές επιλογές όχι μόνο για κατανάλωση στο σπίτι, αλλά αναζητούν υγιεινά προϊόντα ακόμα και σε χώρους εστίασης, χωρίς απαραίτητα να είναι κάποιος χώρος πολυτελείας.

Το εισόδημα αναφέρθηκε ως παράγοντας που δεν επηρεάζει ως τώρα την ζήτηση της φρέσκιας πατάτας, καθώς είναι οικονομικό και βρίσκεται σε κάθε νοικοκυριό ως βασικό συστατικό της καθημερινής του διατροφής. Εν τούτοις, η νέα παραγωγή φρέσκιας, κομμένης και τυποποιημένης πατάτας, η οποία έχει ευεργετικά διατροφικά συστατικά, θα έρθουν να ανατρέψουν κάποια δεδομένα στον κλάδο της πατατοβιομηχανίας και ίσως και τις προοπτικές του.

3.3.3. Προσδιορισμός μελλοντικής ζήτησης

Η πρόβλεψη της μελλοντικής ζήτησης αποτελεί ένα από τα πιο δύσκολα στοιχεία της έρευνας μάρκετινγκ, καθώς είναι αυτή που θα προσδιορίσει το μέγεθος του επενδυτικού σχεδίου και τους πόρους που απαιτούνται για την επιτυχή πορεία του. Επομένως, προκειμένου να προσδιοριστεί η εξέλιξη της μελλοντικής ζήτησης με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια, θα πρέπει να εξεταστούν οι ποιοτικές και ποσοτικές πληροφορίες της αγοράς.

Η φαινομενική κατανάλωση της πατάτας στην Κω παρουσιάζει μικρή αυξητική τάση την τελευταία διετία. Συγκεκριμένα, το 2013 άγγιξε τα 39.100.000 κιλά, ενώ το 2014 έφτασε τα 40.301.000 κιλά. Για την πρόβλεψη της επόμενης πενταετίας (2016-2020) χρησιμοποιήθηκαν τα δεδομένα μιας έρευνας της περιφέρειας Δωδεκανήσου για την

φαινομενική κατανάλωση των επόμενων 5 ετών, με βάση την τάση που υπάρχει για κατανάλωση πατάτας.

Πίνακας 3-6: πρόβλεψης φαινομενικής κατανάλωσης πατάτας στη νήσο Κω

2016	41.500.000 κιλά
2017	42.000.000 κιλά
2018	42.500.000 κιλά
2019	43.000.000 κιλά
2020	43.500.000 κιλά

Πηγή: Στοιχεία Περιφέρειας Δωδεκανήσου (2010)

Παραγωγή – ζήτηση

Η μέση κατανάλωση ενός Ξενοδοχείου - πελάτη της μονάδας με έδρα την ΚΩ εκτιμάται (μετά από επιτόπια έρευνα και στοιχεία από την μελέτη της Περιφέρειας Δωδεκανήσου) ότι θα είναι 1.200 κιλά /ημέρα, ενώ την τουριστική περίοδο αναμένεται να είναι 38.448.000 κιλά του τελικού προϊόντος.

Όσον αφορά την μέση κατανάλωση ενός καταστήματος σίτισης, επίσης κατά την τουριστική περίοδο κυμαίνεται στα 1.080 κιλά την ημέρα, ενώ το δμηνο της τουριστικής περιόδου φτάνουν συνολικά τα 194.400 κιλά.

Τέλος, τα νοικοκυριά για το συγκεκριμένο εξάμηνο καταναλώνουν περίπου 1.659.564 κιλά.

3.4. Ανάλυση του εξωτερικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Η επιχείρηση θα λειτουργήσει σε ένα ασταθές εγχώριο μακροοικονομικό περιβάλλον, με την οικονομία σε φάση ύφεσης, ενταγμένη στο περιβάλλον της ευρωζώνης. Τα εισοδήματα των Ελλήνων συρρικνώνονται διαρκώς και η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών έχει μειωθεί δραματικά.

Γενικότερα επικρατεί κλίμα αβεβαιότητας και ανησυχίας στο παγκόσμιο περιβάλλον, δημιουργώντας αστάθεια και στο ελληνικό γίγνεσθαι.

Η *PEST ανάλυση* είναι χρήσιμο εργαλείο στο στρατηγικό μάντζμεντ για την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων, καθώς βοηθάει στην καταγραφή και κατανόηση της υφιστάμενης κατάστασης της αγοράς και προσανατολίζει σωστά τον προγραμματισμό και την λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων. Προκειμένου να διαμορφωθεί μία πλήρης εικόνα του γενικευμένου περιβάλλοντος, θα αναλυθούν παρακάτω οι πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί και τεχνολογικοί παράγοντες.

3.4.1. ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Σε ότι αφορά την κυβερνητική σταθερότητα, η Ελλάδα δεν διαθέτει πλέον σταθερό πολιτικό περιβάλλον. Οι πολιτικές αναταραχές που διαδραματίζονται λόγω της αστάθειας στο πολιτικό και οικονομικό πεδίο της χώρας, επηρεάζουν τη λειτουργία όλων των οργανισμών, πόσο μάλλον τον κλάδο των σπωροκηπευτικών και δη τον υποκλάδο της επεξεργασίας και συντήρησης φρέσκιας πατάτας. Ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση στρατηγικής παίζει η στάση που διατηρεί η κυβέρνηση απέναντι στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και στη διευκόλυνση των επενδύσεων.

Το φορολογικό σύστημα αλλάζει, συνεχώς, και το έτος 2014 έγινε ριζική αλλαγή στις φορολογικές κλίμακες. Όλες οι επιχειρήσεις φορολογούνται με 26% έως 50.000 ευρώ εισόδημα και με 33% άνω των 50.000 ευρώ εισόδημα. Η τρέχουσα φορολογία είναι δυσμενής σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά για όλες τις επιχειρήσεις, περιλαμβανομένου και αυτές των σπωροκηπευτικών. Η αύξηση του ΦΠΑ και η προσπάθεια των επιχειρήσεων να μην αυξηθεί η τελική τιμή των προϊόντων, μείωσαν το περιθώριο κέρδους τους. Επίσης, υπάρχει καθυστέρηση επιστροφής ΦΠΑ από το κράτος στις επιχειρήσεις, δημιουργώντας αναξιοπιστία και ανασφάλεια στο ελληνικό εμπόριο.

Άλλος ένας αρνητικός παράγοντας στην ελληνική επιχειρηματικότητα είναι η πολυνομία στο φορολογικό σύστημα, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ξεκάθαρο μοντέλο φορολόγησης των επιχειρήσεων, λόγω της διαφορετικής οικονομικής πολιτικής των κυβερνήσεων.

Σύμφωνα, όμως, με τον επενδυτικό Νόμο 4146/2013 χορηγούνται ελκυστικά κίνητρα για την ίδρυση, την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων, σε όλους τους τομείς της οικονομίας, που υλοποιούνται στο σύνολό της ελληνικής επικράτειας από

επιχειρήσεις, ανεξάρτητα μεγέθους, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους ανερχόμενους κλάδους της οικονομίας. Ο κλάδος των οπωροκηπευτικών έχει πρόσφορο έδαφος για περαιτέρω επενδυτική δραστηριότητα στην Ελλάδα, λόγω περιβάλλοντος και κατάλληλου κλίματος για τις καλλιέργειες. Οπότε δημιουργούνται οι κατάλληλες προϋποθέσεις για την υλοποίηση επενδύσεων που αφορούν στην ανάπτυξη ανταγωνιστικότητας στη χώρα μας. Παρέχονται κίνητρα στις επιχειρήσεις επεξεργασίας και συντήρησης φρέσκιας πατάτας με φοροαπαλλαγές, επιδοτήσεις, leasing ή μείγμα αυτών ανάλογα με την επιλογή του επενδυτή.

Παρόλα τα παραπάνω, όμως, το περιβάλλον για ξένες επενδύσεις είναι αρκετά εχθρικό, λόγω της μεγάλης γραφειοκρατίας και της μεγάλης έλλειψης εμπιστοσύνης προς το ελληνικό κράτος, αποτρέποντας νέες επιχειρήσεις στο να εισέλθουν στο ελληνικό γίγνεσθαι.

Επιπλέον, ο Νόμος 703/1977 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού» εξασφαλίζει την ελεύθερη διακίνηση των προϊόντων στην ελεύθερη αγορά. Σύμφωνα με αυτόν απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και οποιασδήποτε μορφής εναρμονισμένη πρακτική τους, οι οποίες έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα την παρακώλυση, τον περιορισμό ή την νόθευση του ανταγωνισμού με τους παρακάτω τρόπους: τον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών ή άλλων όρων συναλλαγής, τον περιορισμό ή τον έλεγχο παραγωγής, της διαθέσεως, της τεχνολογικής αναπτύξεως ή επενδύσεων, την κατανομή των αγορών και την αδικαιολόγητη άρνηση πώλησης, αγορά ή άλλης συναλλαγής δυσχεραίνοντας τη λειτουργία του ανταγωνισμού.

Η περιβαλλοντική πολιτική επιδέχεται ιδιαίτερη μέριμνα από την κάθε χώρα ειδικά τα τελευταία χρόνια που η κλιματική αλλαγή, η καταπολέμηση της ατμοσφαιρικής ρύπανσης, η προστασία της βιοποικιλότητας και των οικοτόπων, η διαχείριση των αποβλήτων και άλλα τέτοια ζητήματα αποτελούν κρίσιμα θέματα προς άμεση επίλυση. Προκειμένου να διασφαλιστεί η συμμόρφωση, των εταιρειών που διαθέτουν στην αγορά οπωροκηπευτικά, στις περιβαλλοντικές επιταγές, η περιβαλλοντική νομοθεσία λειτουργεί ως εργαλείο οριοθέτησης υποχρεωτικών κανόνων συμμόρφωσης και περιλαμβάνει σειρά νομοθετημάτων, που θέτουν άμεσα και έμμεσα, όρους και όρια συμμόρφωσης. Ενδεικτικά αναφέρονται:

Η Οδηγία για την Περιβαλλοντική Ευθύνη (Environmental Liability), η οποία αφορά την πρόληψη και την αποκατάσταση της περιβαλλοντικής ζημίας, και αποτελεί την πρώτη κοινοτική νομοθετική πράξη με βασικό στόχο μεταξύ άλλων την εφαρμογή της Αρχής

«Ο Ρυπαίνων Πληρώνει». Η περιβαλλοντική ζημία, κατά την Οδηγία, μπορεί να αφορά το υδάτινο περιβάλλον, τα προστατευόμενα είδη και φυσικά ενδιαίτηματα και το έδαφος. Η υπευθυνότητα σε περίπτωση περιβαλλοντικής ζημίας (ακόμη και δυνητικής) συνεπάγεται την ανάληψη κόστους από την επιχείρηση για την κάλυψη δαπανών προληπτικών μέτρων ή μέτρων αποκατάστασης.

Η Οδηγία IPPC, για τον ολοκληρωμένο έλεγχο και πρόληψη της ρύπανσης από τη βιομηχανία, η οποία θέτει όρους και διαδικασίες για την έκδοση περιβαλλοντικών αδειών ενώ απαιτεί και την εφαρμογή Βέλτιστων Διαθέσιμων Τεχνικών για την πρόληψη και έλεγχο της ρύπανσης, εισάγοντας την παράμετρο του κόστους στον χαρακτηρισμό της Βέλτιστης Τεχνικής.

Το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης είναι μία μεθοδολογία συστηματοποίησης των διεργασιών μιας επιχείρησης, με σκοπό τη βελτίωση των περιβαλλοντικών και οικονομικών της επιδόσεων. Το Κοινοτικό Σύστημα Οικολογικής Διαχείρισης & Ελέγχου (κανονισμός EMAS) έχει ως στόχο την αξιολόγηση και αναβάθμιση των περιβαλλοντικών επιδόσεων των επιχειρήσεων και την μείωση στο ελάχιστο των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τη λειτουργία τους. Το Κοινοτικό Σύστημα EMAS βασίζεται στον κανονισμό (ΕΟΚ) 1836/93. Η πρωτοβουλία και η ευθύνη για την εφαρμογή του συστήματος ανήκουν αποκλειστικά και μόνο στην ενδιαφερόμενη επιχείρηση και η συμμετοχή στο Σύστημα είναι εθελοντική.

Το πρότυπο ISO 14001 αποτελεί μοντέλο για ένα Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (ΣΠΔ) που μπορεί να αξιολογηθεί και να πιστοποιηθεί από διαπιστευμένους φορείς πιστοποίησης. Σύμφωνα με το συγκεκριμένο πρότυπο, που εφαρμόζεται διεθνώς, εντοπίζονται οι διαδικασίες της εταιρείας που επιβαρύνουν το περιβάλλον, καθορίζονται οι στόχοι που οδηγούν στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων, ποσοτικοποιούνται και ορίζονται οι απαραίτητες διαδικασίες των οποίων η διαρκής εφαρμογή εξασφαλίζει την επίτευξή τους. Ελέγχονται, ώστε να επιτυγχάνεται η ικανοποιητική εφαρμογή τους και τέλος γίνονται οι κατάλληλες διορθωτικές κινήσεις.

Το Κοινοτικό Σύστημα απονομής οικολογικού σήματος ECO-LABEL βασίζεται στον κανονισμό (ΕΟΚ) 880/92. Απονέμεται σε βιομηχανικά προϊόντα βάσει ειδικών οικολογικών κριτηρίων και πιστοποιεί ότι τα συγκεκριμένα προϊόντα που φέρουν το ειδικό σήμα έχουν σε όλο τον «κύκλο ζωής» τους, λιγότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Όλες οι παραπάνω πιστοποιήσεις θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τις εταιρείες οπωροκηπευτικών και δη της πατάτας, οι οποίες θα πρέπει να λειτουργούν κάτω από

το σύστημα της προτυποποίησης και πιστοποίησης, αντιλαμβανόμενες το ευρωπαϊκό και παγκόσμιο γίνεσθαι.

Όσον αφορά την εργασιακή νομοθεσία στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί πιο ευέλικτες εργασιακές σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων και εργαζομένων, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να προσαρμόζουν τις διαδικασίες πρόσληψης και πληρωμής των εργαζομένων αναλόγως με τις ανάγκες τους. Αυτό σαφώς έχει από τη μία μεριά άμεση σχέση με τον υποκλάδο της πατάτας, όσον αφορά τους μισθούς των εργαζομένων της εκάστοτε επιχείρησης, αλλά και έμμεση, καθώς μειώνει την αγοραστική δυνατότητα του καταναλωτικού κοινού, το οποίο θα περιοριστεί στα απολύτως απαραίτητα.

3.4.2. Οικονομικοί παράγοντες

Το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον αποτελεί μία από τις σημαντικότερες μεταβλητές, καθώς επηρεάζει με τον ίδιο τρόπο μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις. Ορισμένα από τα οικονομικά γεγονότα που έχουν επηρεάσει και συνεχίζουν να επηρεάζουν το περιβάλλον των επιχειρήσεων είναι: ο πληθωρισμός, η ανεργία, η παγκοσμιοποίηση του ανταγωνισμού, η επιστροφή της Κίνας και της Ρωσίας στο εμπόριο με τη Δύση.

Οι δυσμενείς διεθνείς οικονομικές συνθήκες από το 2007 επηρέασαν και την Ελληνική οικονομία. Οι οικονομικές εξελίξεις το 2008 προσδιορίστηκαν κυρίως από δύο παράγοντες: από την αύξηση των τιμών του πετρελαίου και των εμπορευμάτων και από τις επιπτώσεις της κλιμακούμενης οικονομικής κρίσης, η οποία επηρέασε τις μακροοικονομικές μεταβλητές. Ωστόσο, η επιβράδυνση της αύξησης του ΑΕΠ φαίνεται περιορισμένη σε σύγκριση με τις προοπτικές σε διεθνές επίπεδο.

Για το Δεκέμβριο του 2013 το ποσοστό ανεργίας στην Ελλάδα έφτασε το 27,5% (1,349 εκατομμύρια) παρουσιάζοντας αύξηση κατά 2% περίπου σε σχέση με το 2012.

Ο δείκτης πληθωρισμού παρουσίασε μικρή αύξηση κατά το 2013 της τάξεως του 0,2%, αγγίζοντας το 1,7%. Στο 12,7% του ΑΕΠ διαμορφώθηκε το 2013 το δημοσιονομικό έλλειμμα της Ελλάδας. Το επίπεδο της ύφεσης στη χώρα για το 2013 ήταν της τάξης του 3,7%. Το κατά κεφαλήν εισόδημα στη χώρα μας για το έτος 2011 διαμορφώθηκε στα 18.747 (19.918 το 2010) ευρώ. Ενώ αυτό το ποσό μειώθηκε ραγδαίως με τις νέες συλλογικές συμβάσεις εργασίας, όπου ο βασικός μισθός κατοχυρώθηκε στα 510,95 για άγαμο ηλικίας κάτω των 25 ετών και 586,08 ευρώ για άνω των 25 ετών. Κατά τα έτη 2010-2013 ο αριθμός των απασχολούμενων μειώθηκε κατά 18,6% ως επακόλουθο της μείωσης κατά 20,8% του ΑΕΠ.

Επίσης, τα επιτόκια δανεισμού από τις τράπεζες είναι πολύ υψηλά (8%-9%), σε σχέση με τα επιτόκια άλλων ευρωπαϊκών χωρών (που είναι της τάξεως του 2,5%-3%).

Για το 2014 αναμένεται να είναι μικρή η επενδυτική δραστηριότητα στον υποκλάδο της επεξεργασίας και συντήρησης φρέσκιας πατάτας, καθώς το πρόβλημα ρευστότητας θα συνεχιστεί και για το εν λόγω έτος. Τα αυστηρά δημοσιονομικά μέτρα που αναλήφθηκαν υποχρεωτικά από τις ελληνικές κυβερνήσεις οδήγησαν την οικονομία της χώρας σε τεράστια ύφεση. Η οικονομική κρίση είχε ως αποτέλεσμα την μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των Ελλήνων πολιτών και συνεπώς την αδυναμία πολλών καταναλωτών να διαθέσουν χρήματα για την αγορά ακόμα και οπωροκηπευτικών. Οι περικοπές σε αγαθά που άλλοτε τα θεωρούσαν βασικά, έχει φέρει ισχυρές πιέσεις στον κλάδο των τροφίμων. Παρόλα αυτά όμως, ο κλάδος των οπωροκηπευτικών θα συνεχίσει να έχει δεσπόζουσα θέση στην ελληνική οικονομία, εμφανίζοντας ένα ποσοστό ανόδου σε ότι αφορά τις εξαγωγές.

3.4.3. Κοινωνικοί παράγοντες

Στόχος των επιχειρήσεων είναι να μπορέσουν να κατανοήσουν τις αλλαγές στον τρόπο ζωής, τη στάση των καταναλωτών σε συγκεκριμένες ενέργειες μάρκετινγκ, την κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων, τη δυνατότητα των γυναικών να έχουν ίσες ευκαιρίες με τους άνδρες, καθώς και την ολοκληρωτική αλλαγή που συμβαίνει στις συνθήκες εργασίας και την αλλαγή στη σύνθεση του πληθυσμού, σε σχέση πάντα με τον βαθμό στον οποίο επηρεάζουν όλα τα παραπάνω τη στάση της αγοράς στόχου απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχείρησης και στα προϊόντα που αυτή προσφέρει. Είναι, επίσης, σημαντική για μια επιχείρηση διατροφικών προϊόντων, η έγκαιρη πρόβλεψη των πολιτισμικών και κοινωνικών αλλαγών, ώστε να μπορέσει να αξιοποιήσει αποτελεσματικά τις νέες ευκαιρίες αλλά και να αντιμετωπίσει εγκαίρως απειλές που ενδεχομένως να προκύψουν. Στον υπό μελέτη κλάδο είναι αναγκαίο να προσδιοριστούν οι αλλαγές εκείνες στο lifestyle, στις πεποιθήσεις και στους ρόλους που αναπτύσσονται μέσα σε μια κοινωνία οι οποίες ασκούν άμεση αλλά και έμμεση επιρροή.

Σημαντικό ρόλο στον κλάδο των οπωρολαχανικών παίζει η διάρθρωση του πληθυσμού. Και αυτό γιατί η αγορά διαφοροποιείται ανάλογα με την ηλικία και το φύλο. Είναι δεδομένο ότι οι γυναίκες αποτελούν τους κυριότερους αγοραστές των οπωρολαχανικών, καθώς είναι αυτές οι οποίες μαγειρεύουν συνήθως, άρα έχουν και τη δυνατότητα της επιλογής. Φυσικά τα οπωρολαχανικά καταναλώνονται από όλες τις

ηλικίες και από τα δύο φύλα, και συγκεκριμένα η πατάτα, η οποία θεωρείται το αγαπημένο φαγητό όλων. Επίσης, η φρέσκια, τεμαχισμένη και τυποποιημένη πατάτα δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να μαγειρέψουν γρήγορα, εύκολα και χωρίς τη διαδικασία της κοπής της πατάτας, ένα εύγευστο και υγιεινό φαγητό.

Στις δημογραφικές αλλαγές, ο μέσος όρος ηλικίας αυξάνει συνεχώς και το προσδόκιμο όριο ζωής διαμορφώθηκε το 2009 στα 77,4 έτη για τους άνδρες και 82,6 έτη για τις γυναίκες. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την άνοδο της ποιότητας ζωής σε σχέση με παλαιότερα χρόνια, δείχνει ξεκάθαρα την στάση ζωής των Ελλήνων όσον αφορά τις καταναλωτικές τους συνήθειες. Πλέον ολοένα και περισσότεροι νέοι προσέχουν ιδιαίτερα τη διατροφή τους και επιθυμούν να καταναλώνουν φυσικά προϊόντα χωρίς συντηρητικά.

Τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΣΥΕ) δείχνουν ότι έχει αλλάξει η δομή της ελληνικής οικογένειας και σε κάθε νέα οικογένεια που δημιουργείται αντιστοιχούν 1,3 παιδιά, όταν ο δείκτης παλιότερα ήταν 2,3. Η υπογεννητικότητα, εκτός από την οικονομική κρίση, οφείλεται και στο ότι οι Έλληνες αργούν να σχηματίσουν οικογένεια. Τρεις στους δέκα συγκατοικούν με τους γονείς τους μέχρι τα 30, ενώ αρκετοί και μετά από αυτήν την ηλικία. Ενδεικτικό της κατάστασης είναι ότι τα μονομελή νοικοκυριά σχεδόν διπλασιάστηκαν στην τελευταία εικοσαετία, ενώ εκείνα με πέντε ή περισσότερα μέλη είναι σήμερα κατά 20% με 25% λιγότερα. Υπολογίσιμη είναι και η αύξηση των μονογονικών οικογενειών. Το 2009 στην Ελλάδα υπήρχαν περίπου 350.000 τέτοιες οικογένειες, από τις οποίες οι 290.000 είχαν για «αρχηγό» μητέρα και οι 60.000 «αρχηγό» πατέρα, οπότε οι γυναίκες είναι πλέον εκείνες που λαμβάνουν περισσότερες καθημερινές αγοραστικές αποφάσεις.

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής υπαγορεύει γρήγορους ρυθμούς πολλές ώρες εργασίας, αυξημένο άγχος και μείωση ελεύθερου χρόνου. Όλες αυτές οι καταστάσεις οδηγούν σε αλλαγές των καταναλωτικών συνηθειών των Ελλήνων.

Πρωτεύουσα προτεραιότητα για τους καταναλωτές είναι η επιδίωξη ενός υγιεινού τρόπου ζωής με σεβασμό στο περιβάλλον. Όλες οι τελευταίες έρευνες δείχνουν μία στροφή του καταναλωτικού κοινού προς τα βιολογικά ή φυτικά προϊόντα και μια τάση ανταπόκρισης του Έλληνα καταναλωτή απέναντι στις υπεύθυνες εταιρικές πρακτικές (πράσινο marketing), καθώς και ευαισθητοποίηση του κοινού σε περιβαλλοντικά ζητήματα. Έτσι η συστηματική αγορά πράσινων αγαθών (βλ. βιολογικά οπωρολαχανικά) είναι αυξητική παρόλη τη δύσχερή οικονομική κατάσταση. Θεωρείται πια επιλογή πρώτης προτεραιότητας και όχι «πολυτέλεια». Γι' αυτό συναντάμε όλο και περισσότερα ράφια με βιολογικά προϊόντα.

Επίσης, η επιλογή του σούπερ μάρκετ ως τόπος αγοράς οπωρολαχανικών δείχνει ότι συνδέονται άμεσα τα προϊόντα αυτά με την εύκολη προσβασιμότητα τους από τον καταναλωτή. Φαίνεται να κυριαρχεί η τάση για ενημέρωση και αγορά πιο υγιεινών τροφών. Αυτές οι κατηγορίες προϊόντων αναπτύσσονται ραγδαία.

Οι εκτιμήσεις για την μελλοντική πορεία των οπωρολαχανικών είναι θετικές. Το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα πράσινα και βιολογικά προϊόντα αυξάνεται με σχετικά γρήγορους ρυθμούς παρόλη την κρίση. Αυτό είναι απόρροια της συνεχής ενημέρωσης των καταναλωτών μέσω των ΜΜΕ και το διαδίκτυο για σωστές επιλογές στην κατανάλωση τροφίμων. Βέβαια, η κοινωνική ισορροπία ανατρέπεται και σε πολλές περιπτώσεις είναι ανεξέλεγκτη, που συνεπάγεται απρόβλεπτη μεταβολή στις προτεραιότητες των πολιτών.

3.4.4. Τεχνολογικοί παράγοντες

Οι εξελίξεις στο τεχνολογικό περιβάλλον είναι ραγδαίες τα τελευταία χρόνια. Συνεχώς, νέες τεχνολογίες ανακαλύπτονται, οι οποίες επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό το ρυθμό ανάπτυξης μιας οικονομίας και ειδικότερα μιας επιχείρησης. Νέες τεχνολογίες αλλάζουν τρόπους με τους οποίους τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες παράγονται, διατίθενται και προβάλλονται στην αγορά. Οι τεχνολογικές τάσεις που επικρατούν ή οι τεχνολογικές ανακαλύψεις που έρχονται στην επιφάνεια μπορούν να έχουν σημαντικό όφελος στη βιομηχανία της επεξεργασίας και συντήρησης φρέσκιας πατάτας. Ο εν λόγω κλάδος επηρεάζεται από τις τεχνολογικές εξελίξεις, καθώς οι επιχειρήσεις μπορούν να επωφεληθούν από την χρήση της τεχνολογίας και να αξιοποιήσουν την ιδιαίτερη εξειδίκευση και την καινοτομία τους στην τεχνολογία για να προσδώσουν περισσότερη αξία στους πελάτες τους μέσω διαφόρων συστημάτων ή να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα.

Στον κλάδο των οπωροκηπευτικών η τεχνολογική ανάπτυξη και πρόοδος είναι άμεσα συσχετισμένη με την καινοτομία και την πρωτοτυπία, καλύπτοντας τις ολοένα και αυξανόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Αυτό σημαίνει υψηλή ποιότητα στην έρευνα και ανάπτυξη προϊόντων, όπου όμως μόνο οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν να ανταποκριθούν, έχοντας αναπτύξει πολύ οργανωμένα τμήματα και επενδύοντας μεγάλα ποσά στον συγκεκριμένο τομέα, για να έχουν τον πρώτο λόγο λανσάροντας καινοτόμα προϊόντα. Επίσης, μεγάλη βάση δίνεται στη βελτίωση και εξέλιξη των Α' υλών που χρησιμοποιούνται από τις παραγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου.

Ο υποκλάδος της επεξεργασίας και συντήρησης νωπής πατάτας έχει βελτιωθεί με την εισαγωγή νέων μηχανημάτων, πιο σύγχρονων, τα οποία διευκολύνουν και επιταχύνουν την παραγωγή. Η αυτοματοποίηση των διαφόρων λειτουργιών εξοικονομεί ενέργεια και προσδίδει σταθερότητα σε ότι αφορά τα προϊόντα που παράγονται. Η πρόοδος της τεχνολογίας τροφοδοτεί συνεχώς τις επιχειρήσεις με νέες δυνατότητες. Η τεχνολογία έχει συμβάλλει, για παράδειγμα, στην εξέλιξη των συσκευασιών της πατάτας, είτε με τη χρήση τροποποιημένης ατμόσφαιρας, είτε με τις συσκευασίες κενού, είτε με την κατασκευή συσκευαστικών ειδών κατάλληλων για την ασφαλή μεταφορά και φύλαξη των προϊόντων και την διαμόρφωση της εικόνας τους.

Υπάρχει η τάση για αγορά οπωροκηπευτικών και γενικά η επιστροφή των ανθρώπων σε μια πιο υγιεινή διατροφή. Έτσι, οι ελληνικές εταιρείες εκμεταλλεύονται την τάση αυτή και αξιοποιούν τις άφθονες Α΄ ύλες που τους παρέχει η ελληνική χλωρίδα, τα οποία είναι αναγνωρισμένα διεθνώς για την εξαιρετική τους ποιότητα.

Συνεπώς, με την απαραίτητη ανάλυση των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων του εξωτερικού περιβάλλοντος, οι επιχειρήσεις ανακαλύπτουν κερδοφόρες ευκαιρίες, οι οποίες μπορούν να προσφέρουν διαρκή ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, προσδίδοντας ξεχωριστή θέση στον εκάστοτε βιομηχανικό κλάδο.

Βεβαίως, η ταχύτητα διάχυσης της τεχνολογίας για μία χώρα που θεωρείται ευρωπαϊκή και η Ευρώπη δίνει μεγάλη σημασία στην ψηφιακή σύγκλιση (πρόγραμμα ευρωπαϊκής ένωσης) για κάθε χώρα και υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών για την προσαρμογή των επιχειρήσεων στα νέα πράγματα και με δεδομένο ότι υπάρχει χρηματοδότηση μέσω ΕΣΠΑ όλων των ευρωπαϊκών χωρών, η Ελλάδα δεν έχει αφομοιωθεί πλήρως.

Επίσης, η Ελλάδα είναι από τις λίγες χώρες που δεν υπάρχει αντίστοιχος προϋπολογισμός σε αντίστοιχο κωδικό του κράτους στο κομμάτι της έρευνας. Υπάρχει διεθνής νομοθεσία για την προστασία της πατέντας, με εγγραφή και κατοχύρωση στο Υπουργείο Ανάπτυξης, αλλά γραφειοκρατικά ζητήματα δημιουργούν διαφόρων ειδών κωλυσιεργίες.

3.5. Ανάλυση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Συνεχίζοντας την ανάλυση κρίνεται σκόπιμο να δούμε πως το γενικευμένο περιβάλλον (βλ. PEST ANALYSIS), επηρεάζει το μικροπεριβάλλον και κατ'επέκταση τον κλάδο, άρα και την ίδια την επιχείρηση.

3.5.1. Ανάλυση των πέντε δυνάμεων σύμφωνα με τον PORTER

Υπάρχουν διάφορες δυνάμεις που επιδρούν στην ικανότητα ενός οργανισμού να ανταγωνίζεται. Ο Μάικλ Πόρτερ (Michael E. Porter) ανέπτυξε το μοντέλο των πέντε ανταγωνιστικών δυνάμεων, που δείχνει την ένταση του ανταγωνισμού σε μια βιομηχανία και καθορίζει την σχετική ελκυστικότητα και κατά συνέπεια την κερδοφορία της. Όπως προκύπτει, όσο εντονότερος είναι ο ανταγωνισμός τόσο λιγότερο ελκυστική είναι η βιομηχανία και το αντίστροφο. Μια εταιρεία, όπως παρουσιάζεται στο μοντέλο, αντιμετωπίζει τις κάτωθι εξωτερικές απειλές.

3.5.1.1. Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων

Ο υποκλάδος της επεξεργασίας και συντήρησης νωπής πατάτας ανήκει σε έναν κλάδο, βλ. οπωροκηπευτικά, που βρίσκεται σε ωριμότητα, οπότε θα έλεγε κανείς ότι δεν είναι αρκετά ελκυστικός και η απειλή από νεοεισερχόμενους δεν είναι μεγάλη.

Η μη διαφοροποίηση των προϊόντων, όμως, καθιστά εύκολη την είσοδο στον κλάδο καθώς μια μικρή εταιρία θα μπορούσε να προσφέρει κάτι καινοτομικό. Ωστόσο, λόγω των μεγάλων κεφαλαιακών απαιτήσεων, μόνο οι εταιρείες με υψηλό budget, σημαντική τεχνογνωσία στην παραγωγή, ευκολότερη πρόσβαση στις πρώτες ύλες, καθώς και στα κανάλια διανομής είναι εύκολο να μπουν στον κλάδο. Αυτό φυσικά δεν σημαίνει ότι μικρές επιχειρήσεις δεν μπορούν να εισέλθουν, απλά θα αντιμετωπίσουν περισσότερες δυσκολίες. Τέλος, ειδικά για την περίπτωση της Ελλάδας, η κρίση που επικρατεί αποτελεί ίσως ανασταλτικό παράγοντα για κάποιον που θα ήθελε να εισχωρήσει στον κλάδο.

Η χρήση της καινοτομίας και της τεχνογνωσίας στην παραγωγή είναι πολύ σημαντική για την επιτυχία μίας βιομηχανίας σε αυτό τον κλάδο. Επομένως, παρότι υπάρχει μεγάλο κίνητρο στους παραγωγούς πατάτας για την καλλιέργεια μεγάλων ποσοτήτων, πανελλαδικά λίγες είναι οι βιομηχανίες που μπορούν να αποθηκεύουν και να έχουν συνεχόμενη παραγωγή και να καλύπτουν όλες τις ανάγκες της αγοράς. Η προσέγγιση της αγοράς με ένα διαφοροποιημένο προϊόν είναι η μόνη λύση για μία επιτυχημένη είσοδο στον κλάδο.

3.5.1.2. Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών

Υπάρχει μεγάλη προσφορά και πληθώρα παραγωγών, όπου μπορούν να γίνουν διαπραγματεύσεις μαζί τους τόσο για την τιμή όσο και για την ποσότητα. Οι κύριοι προμηθευτές του κλάδου παρέχουν την βασική πρώτη ύλη που είναι η πατάτα. Λόγω της υπερπροσφοράς που επικρατεί στην καλλιέργεια πατάτας, οι περισσότερες βιομηχανικές μονάδες συνεργάζονται με πολλούς προμηθευτές παράλληλα. Έτσι, μπορούν να διαπραγματεύονται με τον καθένα χωρίς μεγάλο ρίσκο.

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της εγχώριας αγοράς, εξαρτάται κυρίως από την προσφορά, καθώς επίσης και από το μέγεθος και τον όγκο παραγγελίας της κάθε πατατοβιομηχανίας. Εν γένει, σημαντικός παράγοντας για την διαπραγμάτευση είναι οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν στην εκάστοτε περιοχή. Σε γενικές γραμμές πάντως, η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι σχετικά μικρή.

3.5.1.3. Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών

Η δύναμη των αγοραστών αναφέρεται στην δυνατότητα των πελατών να επηρεάζουν την τιμή και τους όρους της αγοράς. Οι πελάτες είναι, συνήθως, η πιο ανταγωνιστική δύναμη. Όπως είναι γνωστό, οι αγοραστές έχουν την τάση να πιέζουν τόσο για βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος όσο και για μείωση των τιμών τους, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί το περιθώριο του δικού τους κέρδους. Ψάχνουν για βιομηχανίες που μπορούν να τους παρέχουν προϊόντα που να αξίζουν τα χρήματα που διαθέτουν (value for money). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εντείνονται οι προσπάθειές για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, με στόχο την αύξηση της ικανοποίησής τους. Η ανταγωνιστική δύναμη των αγοραστών του υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης νωπής πατάτας είναι ισχυρή και μπορούν να επηρεάσουν άμεσα την αγορά.

Οι αγορές των ξενοδοχειακών και Εστιατορικών αγοραστών είναι ένα μεγάλο ποσοστό των συνολικών πωλήσεων του κλάδου και η διαπραγματευτική δύναμή τους είναι σημαντική, κυρίως λόγω του μεγέθους των επιχειρήσεων και του όγκου των παραγγελιών. Οι αγοραστές έχουν επαρκές μέγεθος ώστε να ζητούν χαμηλές τιμές και άλλες ευκολίες (πιστώσεις, καινοτομία), δεδομένου ότι αγοράζουν μεγάλες ποσότητες. Το προϊόν της πατάτας έχει μικρή διαφοροποίηση, καθιστώντας την επιλογή ως θέμα διαπραγμάτευσης της τιμής (price driven). Είναι αρκετά τυποποιημένα μεταξύ των

πωλητών και είναι πολύ εύκολο να βρεθούν όλοι οι εναλλακτικοί πωλητές. Έτσι, είναι οικονομικά εφικτό για τους αγοραστές να ακολουθήσουν την πρακτική να αγοράζουν από διάφορους προμηθευτές, ώστε να μπορούν να διαπραγματεύονται πολύ πιο εύκολα με τον καθένα ξεχωριστά, χωρίς φόβο και ρίσκο.

Επιπλέον, ο υπό μελέτη κλάδος αποτελείται από τους μεγάλους αριθμούς σχετικά μικρών πωλητών και σούπερ μάρκετς, οι οποίοι προμηθεύουν πατάτες στα νοικοκυριά. Σε αυτή την περίπτωση, οι καταναλωτές έχουν, επίσης, ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, αφού είναι χαμηλό το κόστος αλλαγής σε ανταγωνιστικές επωνυμίες ή υποκατάστατα προϊόντα.

3.5.1.4. Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

Τα υποκατάστατα παίζουν σημαντικό ρόλο όταν οι πελάτες ελκύονται από προϊόντα άλλων επιχειρηματικών τομέων. Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων σημαίνει ότι υπάρχει ένα όριο στις τιμές που μπορούν να θέσουν οι βιομηχανίες προτού οι καταναλωτές στραφούν προς τα υποκατάστατα προϊόντα. Ως υποκατάστατο προϊόν της φρέσκιας, τεμαχισμένης και τυποποιημένης πατάτας, θεωρείται η κατεψυγμένη ή και προτηγανισμένη πατάτα.

Επομένως, η απειλή των υποκατάστατων προϊόντων είναι έντονη, καθώς υπάρχουν άμεσα διαθέσιμα υποκατάστατα προϊόντα. Ωστόσο δεν μπορούν να συγκριθούν στην ποιότητα και στην θρεπτική αξία με την φρέσκια πατάτα, διότι έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί έχουν αποδείξει ότι οι κατεψυγμένες και προτηγανισμένες πατάτες επιφέρουν κινδύνους για την υγεία του καταναλωτή.

Τέλος, το κόστος αγοράς της φρέσκιας πατάτας σε σχέση με την κατεψυγμένη δεν έχει καμία διαφορά, οπότε δίνει και το συγκριτικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση να γίνει πρώτη επιλογή από τον πελάτη.

3.5.1.5. Ένταση ανταγωνισμού μεταξύ υφιστάμενων επιχειρήσεων

Ο υφιστάμενος ανταγωνισμός είναι η κεντρική και η κυριότερη δύναμη του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Παρόλα αυτά ο ανταγωνισμός γενικά στον κλάδο της επεξεργασίας και συντήρησης νωπής πατάτας είναι χαμηλός και η διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι πολύ εύκολη. Πανελλαδικά υπάρχουν λίγες και μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες παράγουν το συγκεκριμένο προϊόν. Στην περιοχή της Κω

και γενικά στα Δωδεκάνησα, οι εταιρείες είναι σχεδόν ανύπαρκτες. Βέβαια, λόγω των νέων διατροφικών συνηθειών η ζήτηση της φρέσκιας τυποποιημένης πατάτας αυξάνεται συνεχώς. Παράλληλα, το γεγονός ότι το προϊόν χαρακτηρίζεται από commodity, δηλαδή τα προϊόντα των ανταγωνιστών είναι ουσιαστικά πανομοιότυπα μεταξύ τους ή είναι ελάχιστα διαφοροποιημένα, έχει ως αποτέλεσμα η επωνυμία της βιομηχανίας μαζί με την παραγωγική της δυναμικότητα και τη δυνατότητα εισαγωγής στα κανάλια διανομής, να παίζουν τον κυριότερο παράγοντα επιλογής.

3.5.1.6. Η δύναμη των stake holders

Μεγάλη είναι η δύναμη των διαφόρων κυβερνήσεων πάνω στον κλάδο οι οποίες ορίζουν αρκετά αυστηρά τα όρια για το πως θα πρέπει να γίνεται η παραγωγική διαδικασία επεξεργασίας, συντήρησης και τυποποίησης της νωπής πατάτας. Θέτουν πολύ αυστηρές προδιαγραφές στη σύσταση των προϊόντων και το ποσοστό των μη φυσικών ουσιών που μπορούν να περιέχουν, ώστε να συνεχίζουν να θεωρούνται φρέσκα, ενώ επιβάλλουν την καταγραφή πάνω στη συσκευασία των ουσιών που περιέχουν με φθίνουσα σειρά ανάλογα με την περιεκτικότητα στην κάθε ουσία.

3.5.2. SWOT ανάλυση

Η ανάλυση SWOT είναι ένα ακόμα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού, το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης. Με λίγα λόγια, το βασικό και σημαντικό νόημα της μήτρας SWOT, είναι να ταιριάζει τις δυνάμεις με τις ευκαιρίες, από όπου θα προκύψουν οι ικανότητες της εταιρίας, να συνδέσει τις αδυναμίες και τις ευκαιρίες, όπου θα προκύψουν οι περιορισμοί, και μέσα από την σύνδεση των αδυναμιών και των απειλών θα εμφανιστούν τα παθητικά στοιχεία της εταιρίας, δηλαδή, όταν μια αδυναμία για μια εταιρία ταιριάζει με την απειλή της. Αν δεν υπάρχει η περίπτωση να μετατραπεί μια αδυναμία ή μια απειλή σε δύναμη ή ευκαιρία αντίστοιχα, τότε υπάρχει η δυνατότητα να ελαχιστοποιηθεί ή να αποφευχθεί.

A) ΔΥΝΑΜΕΙΣ

1. Άριστες συνθήκες παραγωγής, υψηλή ποιότητα προϊόντος.
2. Παγκόσμια μοναδικότητα Α΄ υλών (βλ. πατάτα Νάξου)
3. Τεχνολογική καινοτομία (αύξηση διατηρησιμότητας τελικού προϊόντος)
4. Υψηλή τεχνογνωσία της διοίκησης στο πεδίο Marketing & προώθησης πωλήσεων.
5. Υψηλή τεχνογνωσία της διοίκησης στην οργάνωση & διοίκηση αναπτυξιακών έργων
6. Μεγάλη εμπειρία σε θέματα έρευνας αγοράς.
7. Σημαντική θέση του αγροδιατροφικού τομέα στην οικονομία της χώρας και ύπαρξη σημαντικής παραγωγικής δυναμικότητας, που μπορεί να απορροφηθεί από μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες (υψηλός τουρισμός, υψηλή ζήτηση σε πατάτες).
8. Μη ύπαρξη ισχυρού ανταγωνισμού.
9. Χρηματοδότηση επιχείρησης από το ΕΣΠΑ.
10. Τα αρνητικά διαρθρωτικά χαρακτηριστικά της ελληνικής παραγωγής (νησιωτική περιοχή), μπορούν να μετατραπούν σε συγκριτικά πλεονεκτήματα, που θα συμβάλλουν καθοριστικά στην βιωσιμότητα και τη δημογραφική στήριξη προβληματικών περιοχών της χώρας.
11. Προσβάσιμο οδικό δίκτυο.
12. Προσβασιμότητα στα κανάλια διανομής (παραγωγούς και πελάτες).

B) ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

1. Εξάρτηση από την παγκόσμια παραγωγή πατάτας και τη διαμόρφωση της τιμής της.
2. Εσωστρεφής κλάδος με περιορισμένη δυνατότητα ένταξης νέων επιχειρήσεων.
3. Κίνδυνος από υποκατάστατα (κατεψυγμένη και προτηγανισμένη πατάτα).
4. Ανεπαρκής ενημέρωση των καταναλωτών για τα οφέλη που προκύπτουν από την κατανάλωση πατάτας (χαμηλές γνώσεις & δυνατότητες αναγνώρισης χαρακτηριστικών προϊόντος προέλευσης κτλ).
5. Ο ανταγωνισμός με φθηνά εισαγόμενα προϊόντα (π.χ. Τουρκία).

<p>13. Ελαχιστοποίηση χρόνου παράδοσης του προϊόντος, με γρήγορη εκτέλεση παραγγελιών (just in time).</p> <p>14. Τελευταίας τεχνολογίας μηχανήματα.</p> <p>15. Πιστοποίηση της ποιότητας των προϊόντων.</p> <p>16. Η θέση του νησιού στο κέντρο της Δωδεκανήσου παρέχει τη δυνατότητα εξαγωγής προϊόντων στα γύρω νησιά και στην Τουρκία.</p>	
<p style="text-align: center;"><u>Γ) ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ύπαρξη έντονου ενδιαφέροντος από παραγωγούς που θέλουν να διαθέσουν τα προϊόντα τους στην αγορά και από κατοίκους της περιοχής (εν δυνάμει εργατικό δυναμικό). 2. Ο μεγάλος αριθμός τουριστών που επισκέπτεται την περιοχή και η προβολή της μεσογειακής διατροφής αποτελεί μια σημαντική αγορά. 3. Η σύνδεση του νησιού με τον υγιεινό τρόπο ζωής & τις φαρμακευτικές ιδιότητες των φυτών, λόγω του Ιπποκράτη, δίνει μια εξαιρετική ευκαιρία στους παραγωγούς του νησιού να προβάλλουν τα προϊόντα τους. 4. Δυνατότητες αξιοποίησης της γεωργίας σε περίοδο σοβαρής οικονομικής κρίσης και έλλειψης ρευστότητας όπως η σημερινή, για την καταπολέμηση της ανεργίας & την ορθολογικότερη αξιοποίηση των περιορισμένων διαθέσιμων οικονομικών πόρων. 5. Η καλή τιμή της πατάτας σε συνδυασμό με τη θέση του νησιού 	<p style="text-align: center;"><u>Δ) ΑΠΕΙΛΕΣ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Επιδείνωση της οικονομικής κρίσης, με αρνητικές επιπτώσεις στη ζήτηση και τα περιθώρια κέρδους των επιχ/σεων του κλάδου. 2. Αύξηση του ανταγωνισμού μακροπρόθεσμα από τρίτες χώρες χαμηλού κόστους. 3. Αναποτελεσματικότητα κρατικού μηχανισμού, έλλειψη πολιτικής βούλησης για ανάπτυξη του κλάδου μέσω της αξιοποίησης των ισχυρών συγκριτικών πλεονεκτημάτων που υπάρχουν (δυσλειτουργίες των αρμόδιων υπηρεσιών, προβλήματα καταβολής επιχορηγήσεων & άλλων κινήτρων). 4. Ανεπάρκειες των μηχανισμών πιστοποίησης & εποπτείας & δυσκολίες συμμόρφωσης με τις απαιτούμενες προδιαγραφές ποιότητας, ασφάλειας, συσκευασίας, σήμανσης κτλ. 5. Προβλήματα στο αρδευτικό δίκτυο του νησιού. 6. Περιβαλλοντικές απειλές για την Α΄ ύλη. 7. Προβλήματα στον αγροτικό/γεωργικό

<p>στο κέντρο των Δωδεκανήσων, μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία για την ανάπτυξη του κλάδου.</p> <p>6. Η αύξηση & διαφοροποίηση των αναγκών της διατροφικής αλυσίδας</p> <p>7. Συνεχείς έρευνες για νέα προϊόντα.</p> <p>8. Πρόοδος τεχνολογίας (καινοτομίες, οικονομίες κλίμακας).</p>	<p>τομέα.</p>
--	---------------

3.6. Η στρατηγική του Μάρκετινγκ

Έπειτα από την ανάλυση της εγχώριας αγοράς ακολουθεί η περιγραφή της στρατηγικής μάρκετινγκ, όπου αναλύονται οι σκοποί και οι στόχοι της υπό μελέτης μονάδας παραγωγής πατάτας, η επιλογή της αγοράς και η τοποθέτηση του προϊόντος. Τρεις από τις σημαντικότερες περιοχές αποφάσεων στη στρατηγική μάρκετινγκ είναι το «τι διαφορετικό θα πουλάω», «σε ποιους απευθύνομαι» και «πως είναι αυτό το προϊόν στο μυαλό τους» σε σχέση με τα προϊόντα ανταγωνιστών. Αυτές οι περιοχές δεν αφορούν μόνο το μάρκετινγκ αλλά τη γενικότερη στρατηγική και θα αναλυθούν ξεχωριστά παρακάτω.

3.6.1. Σκοποί και στόχοι της υπό ίδρυσης μονάδας

Πρωταρχικός σκοπός της υπό μελέτης μονάδας είναι η επιτυχημένη διεξόδυσή της στην αγορά μέσω της στρατηγικής διαφοροποίησης ώστε να καταφέρει να επιβιώσει στο πολύπλοκο και πολυτάραχο επιχειρηματικό περιβάλλον. Άλλωστε, η πληρότητά του περιβάλλοντος και η δυνατότητα εισδοχής νέων επιχειρήσεων σε αυτόν τον κλάδο είναι ήδη δεδομένη και προτετελέσμενη.

Με την *στρατηγική διαφοροποίησης* θα προσφερθεί ένα προϊόν πατάτας διαφορετικό από αυτό των ανταγωνιστών. Δεδομένου, ότι οι ανάγκες των αγοραστών αλλάζουν κατά την πάροδο του χρόνου, είναι πλέον γνωστό ότι είναι σπουδαίο και πολύτιμο γι'αυτούς οι υγιεινές διατροφικές επιλογές. Συνεπώς, η υπό μελέτη βιομηχανία μεταφράζει τις προτιμήσεις αυτές σε προϊόντα, που είναι περισσότερο ελκυστικά από τα ήδη υπάρχοντα στην αγορά και τους τα προσφέρει. Ο τρόπος με τον οποίο το πράττει είναι χρησιμοποιώντας άριστη και πιστοποιημένη Α΄ ύλη (βλ. πατάτα Νάξου)

και παρέχοντας την καινοτομία μεγαλύτερης διάρκειας ζωής του προϊόντος με φυσικό τρόπο.

Σκοπός της παρούσας στρατηγικής είναι η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος με την προσέλκυση και διατήρηση αγοραστών με δυνατή προτίμηση στο συγκεκριμένο προϊόν. Βάσει της στρατηγικής διαφοροποίησης, τα προϊόντα παραγωγής αν και αναμενόταν να έχουν υψηλότερη τιμή, η τιμή θα είναι σε χαμηλά συγκριτικά επίπεδα και θα έχουν περισσότερες πωλήσεις λόγω διαφορετικότητας, έχοντας αγοραστές με μεγαλύτερη προτίμηση και αφοσίωση σε αυτά. Σε ότι αφορά βέβαια το μάρκετινγκ, ο σκοπός της διαφοροποίησης είναι να δημιουργήσει στην αντίληψη του πιθανού αγοραστή διαφορές από τα προϊόντα που είναι ήδη διαθέσιμα στην αγορά. Η αντίληψη του πελάτη είναι αυτή που μετράει περισσότερο, διότι αν ο αγοραστής δεν αντιλαμβάνεται την διαφορά μεταξύ των προϊόντων, η διαφορά αυτή δεν υπάρχει ακόμα και αν τα προϊόντα είναι διαφορετικά.

Μία ακόμα πρόκληση για την υπό ίδρυση μονάδα είναι να μεγιστοποιήσει την παραγωγή της, ακολουθώντας τα διεθνή πρότυπα του εμπορίου και στη συνέχεια, να δημιουργήσει σχέσεις με ξενοδόχους, μονάδες εστίασης, χονδρέμπορους - λιανέμπορους, οι οποίοι θα αποτελούν τους μόνιμους αγοραστές του προϊόντος της. Βασικό μέλημα είναι η αγορά σύγχρονου τεχνολογικού εξοπλισμού, καθώς, και η εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας και σύγχρονων μεθόδων οργάνωσης. Ως αποτέλεσμα αυτών είναι η μείωση του λειτουργικού κόστους της νέας παραγωγικής μονάδας και η παραγωγή προϊόντων σταθερής ποιότητας. Απώτερος σκοπός αυτών είναι η ζητούμενη ποσότητα τυποποιημένης πατάτας να είναι διαθέσιμη στον κάθε είδους πελάτη γρήγορα και αξιόπιστα. Η δημιουργία μίας τέτοιας σχέσης με τους αγοραστές αποτελεί κλειδί για την επιτυχία της επιχείρησης και χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια για να πραγματοποιηθεί, καθώς η αγορά αναζητεί παραγωγούς που προσφέρουν σταθερή ποσότητα και ποιότητα.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω θα λέγαμε ότι επιχείρηση έχει ως βασικό της γνώμονα τα εξής:

❖ **Σκοποί:** Σκοπός της εταιρείας είναι να ανταποκρίνεται όσο το δυνατόν καλύτερα στις αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών, να καλύπτει τις ανάγκες τους και να παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες που να καλύπτουν τις σύγχρονες διατροφικές συνήθειες.

❖ **Στόχοι:** Οι στόχοι της επιχείρησης είναι να εξασφαλίσει την εμπιστοσύνη και την προτίμηση του πελάτη προς αυτήν και θα την επιτύχει με την άριστη ποιότητα που θα έχουν τα προϊόντα της και στο να παραδίδονται στον κατάλληλο χρόνο και τόπο. Η επιχείρηση θα προσπαθεί να εφαρμόζει σωστά όλες τις απαιτούμενες διαδικασίες που αφορούν την ποιότητα της πατάτας, δηλαδή να γίνεται όσο πιο κατάλληλα η επεξεργασία του προϊόντος, να έχει την κατάλληλη συσκευασία, συντήρηση και αποθήκευση, καθώς επίσης να τοποθετείται με ασφάλεια στα μέσα μεταφοράς που πηγαίνουν στον πελάτη.

❖ **Όραμα:** Η παροχή σταθερής ποιότητας προϊόντων στους πελάτες της και η ενδυνάμωση της θετικής εικόνας της φρέσκιας πατάτας και του ωφέλους της προς τον καταναλωτή.

❖ **Αποστολή:** Είναι η έγνοια του Ανθρώπου.

- Άριστη συνεργασία με άριστους παραγωγούς.

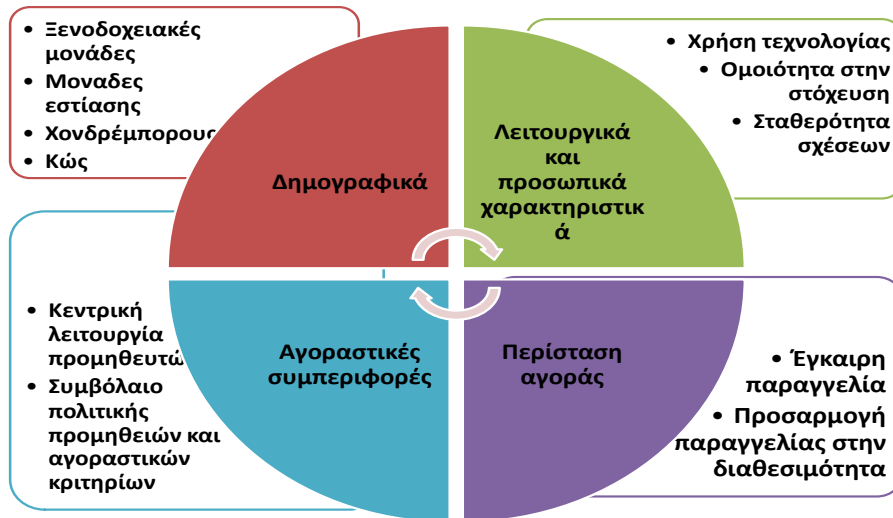
- Να συμμερίζεται τις ανάγκες των εργαζομένων της και να δημιουργεί το κατάλληλο περιβάλλον εργασίας.

- Παροχή υψηλών προδιαγραφών προϊόντος στους πελάτες της, ακολουθώντας τον κώδικα ποιότητας, διασφαλίζοντας έτσι την ικανοποίησή του. Οι πελάτες και οι επιθυμίες τους θα είναι ο οδηγός της επιχείρησης.

3.6.2. Στοχοθέτηση (TARGETING)

Η επιλογή του κατάλληλου τμήματος της αγοράς είναι το επόμενο στάδιο της στρατηγικής μάρκετινγκ. Αυτό το στάδιο είναι το πιο σημαντικό, καθώς καθορίζει ολόκληρη την τακτική που θα ακολουθηθεί. Γνωρίζοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τμήματος της αγοράς, θα είναι εφικτό να σχεδιαστεί η κατάλληλη συσκευασία στο προϊόν, να χρησιμοποιηθούν κερδοφόρες στρατηγικές τιμολόγησης, να επιλεγθεί το κατάλληλο δίκτυο διανομής και να επιλεγθούν τα μηνύματα που θα το προσεγγίσουν και θα το προσελκύσουν αποτελεσματικότερα.

Διάγραμμα 3-9: Τμηματοποίηση B2B (Επιχείρηση προς Επιχείρηση)



Για την πληρέστερη περιγραφή των καταναλωτών και των αναγκών τους (διευκολύνοντας την κατάστρωση μιας αποτελεσματικής στρατηγικής μάρκετινγκ), καθώς και την ευελιξία στην τμηματοποίηση με βάση τις συνεχές αλλαγές στην αγορά θα χρησιμοποιηθούν πολλαπλά χαρακτηριστικά ως βάσεις τμηματοποίησης. Η σημασία αυτής της τεχνικής είναι τεράστια, γιατί θα αποφευχθούν σπατάλες προς το καταναλωτικό κοινό που δεν ενδιαφέρεται και θα συγκεντρωθούν όλες οι προσπάθειες και οι πόροι της υπό μελέτη επιχείρησης στην αγορά – στόχο.

Ωστόσο, πρέπει να λαμβάνουμε υπόψη ότι ο συγκεκριμένος κλάδος κατά κύριο λόγο απευθύνεται σε ξενοδοχειακές μονάδες, μονάδες εστίασης και πολύ λιγότερο στους λιανεμπορικούς πελάτες. Οπότε, η τμηματοποίηση της αγοράς θα γίνει βάσει μίας κατηγορίας αγοράς που υπάρχει στον συγκεκριμένο κλάδο.

3.6.3. Τοποθέτηση (POSITIONING)

Με την τοποθέτηση, η διαδικασία σχεδιασμού της εταιρικής προσφοράς και εικόνας στοχεύει στο να κατακτήσει το προϊόν ένα ξεχωριστό μέρος στο μυαλό του κοινού στόχου. Η επιχείρηση θα πρέπει δηλαδή να τοποθετήσει με τέτοιο τρόπο το προϊόν της ώστε από τη μία οι λιανικοί πελάτες να αντιλαμβάνονται το κύριο όφελος που αποκομίζουν κατά την αγορά και από την άλλη οι βιομηχανικοί πελάτες να γνωρίζουν το λόγο για τον οποίο προτιμούν το συγκεκριμένο προϊόν.

Η υπό μελέτη επιχείρηση διαφέρει από τις ήδη υπάρχουσες στο κλάδο, όπως φαίνεται στον παρακάτω αντιληπτικό χάρτη. Οι αντιλήψεις των πελατών για τη σχέση ποιότητας/τιμής αποκωδικοποιούνται στον χάρτη και είναι εμφανής, ακριβώς που στοχεύει.

Διάγραμμα 3-10: Αντιληπτική χαρτογράφηση



Σε μία πετυχημένη τοποθέτηση προϊόντος, το καταναλωτικό κοινό πρέπει να έχει στο μυαλό του μία εικόνα, μία λέξη, μία φράση, την οποία με το που την ακούει/βλέπει, να ανακαλεί αυτόματα το συγκεκριμένο προϊόν. Στην προκειμένη περίπτωση, στόχος είναι οι καταναλωτές στο άκουσμα της λέξης νωπή τεμαχισμένη πατάτα να σκέφτεται την πατάτα της υπό μελέτη επιχείρησης ή στο άκουσμα της λέξης πατάτα Diamond να έρχεται στο μυαλό τους η συσκευασία της πατάτας. Επιπλέον, στοχεύεται να ταυτιστεί στο μυαλό του καταναλωτή το προϊόν με την άριστη ποιότητα, αφού ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα που θα μπορέσει να προβάλει είναι η ποιότητά του. Οι ευεργετικές ιδιότητές του προϊόντος στα θρεπτικά συστατικά του και ο τρόπος παραγωγής του, σε συνδυασμό με την πιστοποίηση ποιότητας, επιβεβαιώνουν τον καταναλωτή ότι αγοράζει ένα εύγευστο και υγιεινό προϊόν.

Το σλόγκαν της υπό μελέτης επιχείρησης θα πετύχει την τοποθέτηση που χρειάζεται. «Πατάτες Diamond. Διαμαντένια ποιότητα σε άριστη τιμή» και «Έτοιμες για ψήσιμο, γρήγορες και θρεπτικές» είναι τα μηνύματα που δείχνουν την ταυτότητα του προϊόντος

και το κάνουν να ξεχωρίζει από τα ήδη υπάρχοντα. Το τελικό αποτέλεσμα της τοποθέτησης είναι η επιτυχημένη δημιουργία μιας πελατοκεντρικής πρότασης αξίας και βασίζεται στις υγιεινές ιδιότητες της φρέσκιας πατάτας και στη διατήρησή της για περισσότερο χρονικό διάστημα εν ζωή σε σχέση με τις υπόλοιπες του εμπορίου, ώστε να αγοράσει το κοινό-στόχος το προϊόν. Αυτή η διαδικασία οδηγεί στη διαφοροποίηση του προϊόντος από τον ανταγωνισμό.

3.7. Η τακτική του Μάρκετινγκ

Στόχος της υπό προμελέτη επιχείρησης είναι να προσφέρει στην αγορά ένα επιτυχημένο προϊόν γι αυτό και θα υιοθετήσει και μία ανταγωνιστική τακτική του μάρκετινγκ, η οποία θα της επιτρέψει το σχεδιασμό ενός μίγματος μάρκετινγκ, που θα καταστήσει το προϊόν, στην αγορά-στόχο της επιχείρησης, ανώτερο από αυτό που προσφέρουν οι ανταγωνιστές. Το μίγμα μάρκετινγκ, που θα αναλυθεί παρακάτω, θα καθορίζει με σαφήνεια το μίγμα του προϊόντος, την στρατηγική τιμολόγησης, τους δίαυλους διανομής και τη στρατηγική προώθησης, σχεδιάζοντας έτσι το πρόγραμμα δράσης.

3.7.1. Προϊόν

Το προϊόν, παρόλο που αποτελεί μόνο ένα μέρος του μίγματος μάρκετινγκ, αντικατοπτρίζει την εστίαση της επιχειρηματικής ανταγωνιστικής προσπάθειας και την αντίληψη των πελατών. Θα πρέπει να αντιπροσωπεύει το ορατό αποτέλεσμα της διαδικασίας διερεύνησης των αναγκών της αγοράς-στόχου και να ανταποκρίνεται σε αυτές. Η σωστή διαχείριση των προϊόντων είναι πολύ σημαντική για τη συνολική επιχειρηματική στρατηγική μάρκετινγκ, επομένως, θα πρέπει να αναπτυχθεί σύμφωνα με τους μακροπρόθεσμους στόχους της αγοράς-στόχου, την επιθυμητή αποδοτικότητα, την τάση για ανάληψη κινδύνων, βάσει της δημοσιονομικής κατάστασης και τις απόψεις της μεταβαλλόμενης αγοράς. Αυτό οδηγεί σε ένα ουσιαστικά μικρότερο αριθμό των προϊόντων που επιλέγονται για να συνεχίσουν στο επόμενο βήμα της παραγωγής τους. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω και αφού το προϊόν της υπό μελέτη επιχείρησης συνάδει με το επιχειρηματικό της σχέδιο, μπορεί να προχωρήσει περαιτέρω.

- **Περιγραφή Πατάτας** (www.paragogi.net, πατάτα: τα μυστικά μιας καλλιέργειας που έχει προοπτικές, 2014)

Πατάτες υπάρχουν εδώ και σχεδόν 7.000 χρόνια και καλλιεργήθηκαν στην Κεντρική Αμερική από τους Ίνκας και μεταγενέστερα μεταφέρθηκαν στην Ευρώπη από τους Ισπανούς, όπως ήδη αναφέρθηκε. Σίγουρα στις πατάτες υπάρχουν πολλά στοιχεία που δεν μπορούν να παραβλεφθούν όσον αφορά τον τομέα της υγιεινής διατροφής. Καταρχήν δεν έχουν καθόλου λίπος και κατά συνέπεια καθόλου χοληστερόλη. Η πατάτα αποτελεί πηγή ανθεκτικού αμύλου που συμπεριφέρεται όπως τις φυτικές ίνες, σημαντικές για την γαστρεντερική λειτουργία. Στις πατάτες βρίσκονται διάφορες βιταμίνες Β συμπλέγματος (B complex), που είναι ιδιαίτερα ευεργετικές για το νευρικό σύστημα, για το υγιές δέρμα, την καρδιακή ευεξία και σίγουρα απαραίτητες στο μεταβολισμό των υδατανθράκων για την σωστή ενέργεια που χρειάζεται το σώμα. Επίσης είναι το μόνο άμυλο που φέρει βιταμίνη C, τις οποίες, οι αντιοξειδωτικές ιδιότητες είναι πολύ σημαντικές για την υγεία και το δέρμα, καταπολεμώντας τις ελεύθερες ρίζες. Οι αντιοξειδωτικές ικανότητες της πατάτας αυξάνονται περαιτέρω λόγω της παρουσίας των φλαβονοειδών και φαινόλων (όσο στο μπρόκολο και στο σπανάκι) που είναι σπουδαία στην πρόληψη του καρκίνου, αναπνευστικών και καρδιακών προβλημάτων. Ακόμα, η αρτηριακή πίεση επηρεάζεται θετικά από την παρουσία της πατάτας στη διατροφή μας, λόγω της αφθονίας της σε κάλιο, που σε συνδυασμό με το γεγονός ότι δεν έχει νάτριο, βοηθά ευεργετικά σε αυτό τον τομέα. Η παρουσία καλίου στην πατάτα συνεισφέρει θετικά και στη μυϊκή λειτουργία, εξίσου όσο το μαγνήσιο και το σίδηρο, που είναι παρόντα και αυτά σε μικρές ποσότητες. Η πατάτα είναι υδατάνθρακας, που πρέπει να αποτελεί την κύρια μορφή ενέργειας που χρειάζεται ο άνθρωπος, για να καλύψει τις ανάγκες του σώματος (τουλάχιστον το 50% των θερμίδων πρέπει να προέρχονται από υδατάνθρακες).

- **Κατηγορία προϊόντος**

Οι πατάτες που θα χρησιμοποιήσει ως Α΄ ύλη της η επιχείρηση, θα είναι πατάτες Α΄ διαλογής και αρίστης ποιότητας Νάξου, Κω και Βοιωτίας. Βάσει των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των περιοχών αυτών διεθνώς, καθιστούν το προϊόν της πατάτας μοναδικό και με ιδιαίτερα γευστικά χαρακτηριστικά (βλ. πατάτα ΠΟΠ Νάξου).

Το κριτήριο της κατηγοριοποίησης των προϊόντων γίνεται με κριτήριο το πώς βλέπουν οι καταναλωτές το προϊόν και κύριο χαρακτηριστικό τους είναι ότι αφιερώνει κάποιος χρόνο για να συλλέξει πληροφορίες από διάφορες πηγές για τα χαρακτηριστικά του που είναι διαθέσιμα κλπ. Η ανάλυση ολόκληρου του μίγματος μάρκετινγκ που ακολουθεί, βασίζεται και προσαρμόζεται στα χαρακτηριστικά της κατηγορίας προϊόντος.

3.7.1.1. Μίγμα προϊόντος

Το μίγμα προϊόντος περιλαμβάνει μία γραμμή προϊόντος που ικανοποιεί κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις ανάγκες της αγοράς στόχου, συμβάλλοντας στη μεγιστοποίηση των κερδών της υπό μελέτης επιχείρησης και στην επίτευξη των στόχων της.

Γραμμή Προϊόντος: Νωπές, τεμαχισμένες και τυποποιημένες πατάτες Diamond.

Βάθος της γραμμής προϊόντος: Πατάτες Diamond σε συσκευασίες των (5 και 10 kg).

Συνοχή: Πλήρη συνάφεια των προϊόντων από πλευράς παραγωγής και στρατηγικής.

Βάση της γραμμής, του βάθους και της συνοχής σε σχέση με την αγορά, η στρατηγική του προϊόντος είναι η διαφοροποίηση του προϊόντος. Κύρια χαρακτηριστικά αυτής της στρατηγικής είναι ότι οι πωλήσεις αυξάνονται χωρίς μεγάλη προσπάθεια και τα όρια αύξησης των πωλήσεων είναι αποτέλεσμα της διαδικασίας υιοθέτησης ενός προϊόντος.

Πίνακας 3-7: Ανάλυση προϊόντος και αγοράς

Προϊόν / Αγορά	Ίδιο	Νέο
Ίδια	Διείσδυση αγοράς	Ανάπτυξη προϊόντος
Νέα	Ανάπτυξη αγοράς	Διαφοροποίηση προϊόντος

Για την αξιολόγηση του προϊόντικού χαρτοφυλακίου χρησιμοποιείται η ανάλυση Boston Consulting Group. Βάσει των προϊόντικών χαρακτηριστικών φαίνεται πως το μίγμα των προϊόντων, παρότι βρίσκεται σε αναπτυσσόμενες αγορές, έχει χαμηλό μερίδιο αγοράς. Το «ερωτηματικό» που αντιπροσωπεύει το συγκεκριμένο προϊόν, αναφέρεται ουσιαστικά σε νέα προϊόντα που οι αγοραστές δεν έχουν ανακαλύψει σε ικανοποιητικό βαθμό. Τα προϊόντα «ερωτηματικά» έχουν υψηλές απαιτήσεις σε κόστη και χαμηλή απόδοση λόγω του χαμηλού μεριδίου αγοράς. Τα προϊόντα αυτά θα πρέπει να αυξήσουν το μερίδιό τους στην αγορά. Ο καλύτερος τρόπος για να χειριστεί κανείς ερωτηματικά είναι να επενδύσει σε μεγάλο βαθμό σε αυτά.

Πίνακας 3-8: Boston Consulting Group

Ρυθμός ανάπτυξης αγοράς / Μεριδίο αγοράς	Υψηλό	Χαμηλό
Υψηλός	Αστέρι	Ερωτηματικό
Χαμηλός	Αγελάδα	Σκύλος

- **Επωνυμία «Πατάτα Diamond»**

Το όνομα του προϊόντος είναι πολύ σημαντικό για την αναγνώριση μιας επιχείρησης, καθώς λειτουργεί ως εγγύηση στην αντίληψη του αγοραστή, προκαλεί συνειρμούς, συναισθήματα και σκέψεις για την ποιότητα του προϊόντος. Η σημασία του αποδίδει αυτό ακριβώς που στοχεύει ο επιχειρηματίας, στο να αντανakλά δηλαδή το συγκριτικό του πλεονέκτημα σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα. Παράλληλα, το σήμα που επιλέχθηκε είναι σύντομο, ευκολομνημόνευτο, προφέρεται εύκολα και ηχεί ευχάριστα. Τέλος, αρωγός στην προσπάθεια της εταιρείας θα είναι και το λογότυπο που θα χρησιμοποιείται.

Ο δεσμός μεταξύ του καταναλωτή και της επωνυμίας εξηγείται από ένα πλούσιο και προσβάσιμο δίκτυο μνήμης (ή νοητικής αναπαράστασης), που περιλαμβάνει τις σκέψεις και τα συναισθήματά του για τη μάρκα και τη σχέση της μάρκας με τον εαυτό του. Αν η επωνυμία καταφέρει να ταυτιστεί με τον τρόπο ζωής του καταναλωτή ο καταναλωτής θα δεθεί με την επωνυμία και θα αφοσιωθεί σε αυτή. Με την ταυτοποίηση της επωνυμίας, ο καταναλωτής αναπτύσσει την αίσθηση της ενότητας με το εμπορικό σήμα, την ίδρυση γνωστικών συνδέσεων που του δημιουργούν δεσμούς με τη μάρκα και με τον εαυτό του. Έτσι, οι λέξεις «Διαμαντένια ποιότητα» από το σλόγκαν της επωνυμίας βοηθά τόσο στην αναγνωρισιμότητα, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των αγοραστών για το προσφερόμενο προϊόν όσο και στο ταίριασμα του τρόπου ζωής και του «εγώ» του καταναλωτή με την επωνυμία.

Η ανοιξιάτικη φύτευση της πατάτας γίνεται στις νότιες περιοχές Ιανουάριο - Φεβρουάριο. Η διάρκεια συγκομιδής είναι Μάιος – Ιούνιος. Δηλαδή από την φύτευση είναι 90-120 ημέρες μετά την φυτεία. Η μέση στρεμματική απόδοση είναι 5.000 κιλ/στρ. Ένα ποσοστό 20% θα διατίθεται απευθείας από το χωράφι, ενώ η υπόλοιπη ποσότητα θα δίνεται τμηματικά.

Η τιμή αγοράς της πρώτης ύλης από τον παραγωγό παραδοτέα στη μονάδα θα είναι 0,30 ευρώ/κιλ. Θα αποθηκεύεται σε ψυκτικό θάλαμο-αποθήκη της μονάδας με διπλή οροφή και θερμοκρασία 4-8 C. Ο θάλαμος θα είναι σκοτεινός, με μηχανισμό ανανέωσης του αέρα και σχετική υγρασία 95% αλλά όχι με σταγονίδια. Η διάρκεια συντήρησης της Α΄ ύλης (κόνδυλοι πατάτας), θα είναι μέχρι 7 μήνες.

- **Συσκευασία**

Το 30% του τελικού προϊόντος θα συσκευάζεται σε συσκευασίες 5 κιλών και το 70% σε συσκευασίες των 10 κιλών. Τα υλικά συσκευασίας θα είναι σακούλες Vacuum με διαστάσεις σε χιλιοστά.

- 1) 200 mm x 300 mm με 1000 τεμ σακ. /κιλό για συσκευασία 5 κιλών πατάτας τελικού προϊόντος.
- 2) 400 mm x 500 mm με 500 τεμ σακ. /κιλό για συσκευασία 10 κιλών πατάτας.

Όλες οι συσκευασίες θα έχουν κοινά χαρακτηριστικά και προβλέπεται να έχουν εμφανή την επωνυμία και το εμπορικό σήμα της επιχείρησης. Θα αναγράφεται ξεκάθαρα το βάρος του προσφερόμενου προϊόντος, τα συστατικά του, η ημερομηνία λήξης αυτού, ο αριθμός σοδιάς από την οποία παράχθηκε, καθώς και η πιστοποιημένη ποιότητά του. Στις συσκευασίες της πατάτας θα αναγράφονται ξεκάθαρες οδηγίες χρήσης.

- **Αποθήκευση**

Το τελικό προϊόν (σάκοι των 5kg – 10kg αποφλοιωμένης και τεμαχισμένης πατάτας) θα συγκεντρώνονται και θα μεταφέρονται στον ψυκτικό θάλαμο αποθήκη, όπου θα διατηρούνται σε θερμοκρασία 4-6 C και απο εκεί σε διάστημα 5 ημερών θα μεταφέρονται στον τελικό πελάτη με το αυτοκίνητο ψυγείο της μονάδας.

3.7.2. Τιμή

Η τιμή του προϊόντος είναι το μοναδικό συστατικό από το μίγμα μάρκετινγκ που επιφέρει έσοδα στην επιχείρηση, χωρίς να δημιουργεί επιπλέον έξοδα, αλλά και αυτό που αλλάζει πιο εύκολα. Η «πατάτα Diamond» θα πρέπει να βασιστεί στην κατηγορία προϊόντος και στην στρατηγική που έθεσε εξ αρχής μέσω της τμηματοποίησης και τοποθέτησης για να ορίσει την τιμολογιακή στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσει.

Η υπό μελέτη επιχείρηση μπορεί να επιδιώξει το στόχο "Ηγέτης ποιότητας προϊόντος» μέσω της τιμολόγησης. Επισημαίνεται ότι η τιμολογιακή πολιτική της εταιρείας είναι ένας σημαντικός δείκτης της συνολικής εικόνας της εταιρείας και την ποιότητα των προϊόντων της. Επομένως, η τιμή του προϊόντος θα πρέπει να καθοριστεί με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που παρέχει το προϊόν και να είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τα υπόλοιπα συστατικά του μίγματος μάρκετινγκ.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι τιμές συμφωνούν με τις τιμές που χρεώνονται από τους κοντινούς ανταγωνιστές σε πανομοιότυπα στοιχεία, εκτός εάν οι πελάτες αντιλαμβάνονται τη διαφορά στην ποιότητα και την ποσότητα των πρόσθετων στοιχείων που παρέχονται. Οπότε, η τιμή προς πώληση διαμορφώθηκε όπως παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3-9: Ενδεικτική τιμή πώλησης

Ξενοδοχεία/Μονάδες εστίασης Χονδρέμποροι-Λιανέμποροι	
Πατάτες Diamond	1,00 ευρώ/κιλό

Όπως βλέπουμε η τιμή πώλησης του τελικού προϊόντος θα είναι 1,00 ευρώ/κιλό. Θα πωλείται σε συσκευασίες εν κενώ, με βάρος 5 χγρ ή 10 χγρ. Αποδεκτή διάρκεια ζωής του τελικού προϊόντος στον ψυκτικό θάλαμο των ετοιμών, σε θερμοκρασία 4-6 C της μονάδας, θα είναι 5 ημέρες.

Με αυτή την στρατηγική τιμολόγησης γεφυρώνεται το χάσμα μεταξύ των εσωτερικών δαπανών και της εξωτερικής αγοραστικής ζήτησης ώστε να επιτευχθεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

3.7.3. Διανομή

Ως προς την διαδικασία διανομής, που θα ακολουθήσει η επιχείρηση για την «πατάτα Diamond» είναι η χρησιμοποίηση ενός φορτηγού ψυγείου για τη μεταφορά του προϊόντος από το σημείο παραγωγής στα Δωδεκάνησα και ιδιαίτερα στις περιοχές με υψηλή τουριστική κίνηση.

Η διανομή των προϊόντων της εταιρείας θα γίνεται οδικώς με όχημα της ίδιας της εταιρείας και τα προϊόντα θα μεταφέρονται είτε στις αποθήκες μεγάλων ξενοδοχειακών

μονάδων, καταστημάτων εστίασης και λιανεμπόρων (καταστήματα πώλησης παραδοσιακών προϊόντων, καταστήματα πώλησης βιολογικών προϊόντων, χώροι μαζικής εστίασης, επιλεγμένα super market, παραδοσιακά παντοπωλεία) στην περίπτωση που αυτές είναι εύκολα και οικονομικά προσβάσιμες είτε σε αποθήκες εκλεκτών χονδρεμπόρων από όπου θα μπορούν να τα προμηθεύουν στους λιανοπωλητές. Κατά την μεταφορά απαιτείται φορτηγό συγκεκριμένων προδιαγραφών για το προϊόν και απαιτείται ο χώρος αποθήκευσης του χονδρέμπορου να είναι ειδικά διαμορφωμένος.

Φυσικά, ο χώρος εγκατάστασης της εταιρείας θα αποτελεί και χώρο πώλησης των προϊόντων της σε βιομηχανικούς πελάτες. Οι όροι μεταφορές των προϊόντων θα προσαρμόζεται ανάλογα με την εκάστοτε περίπτωση.

3.7.4. Προώθηση

Η υπό μελέτη επιχείρηση δρα σε ένα αυτάρκες ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο οποίο πρέπει να προβάλλει την διαφορετικότητά της και την υψηλή της ποιότητα. Επομένως, η προώθηση μέσω της *στρατηγικής έλξης* συνάδει με τους στόχους της επιχείρησης. Η προσοχή εστιάζεται στην αύξηση της ζήτησης για το προϊόν «πατάτα Diamond» και στην ανάπτυξη ισχυρού εμπορικού σήματος μέσω τοπικών διαφημίσεων, προώθησης πωλήσεων, εξυπηρέτησης πελατών, κλπ. Επειδή, το προϊόν είναι νέο χωρίς κάποιο ιστορικό πωλήσεων, η επιχείρηση θα πρέπει να πείσει τα πιθανά μέλη του δικτύου ότι το πρόγραμμα μάρκετινγκ το οποίο θα εφαρμόσει, θα αναπτύξει γρήγορα ισχυρή ζήτηση και αφοσίωση για το καινούργιο εμπορικό σήμα. Για να πειστούν τα πιθανά μέλη του δικτύου, θα πρέπει να διατεθούν πόροι για το πρόγραμμα μάρκετινγκ, ώστε να γίνει γνωστό το προϊόν και οι πελάτες να το αναζητούν.

Η επιχείρηση προκειμένου να καταφέρει να δημιουργήσει ζήτηση θα πρέπει να προχωρήσει σε ορισμένα βήματα προώθησης της πιστοποιημένης ποιότητας των προϊόντων της, επικεντρώνοντας τις κινήσεις της στα εξής:

- Διαφήμιση

Για την δημιουργία ενός ενιαίου και ολοκληρωμένου συστήματος προβολής, η επιχείρηση θα πρέπει να απευθυνθεί σε κάποιον ειδικό για τον σχεδιασμό του εμπορικού σήματος και του λογότυπου της «πατάτας Diamond», εταιρικών εντύπων και έντυπου διαφημιστικού υλικού. Ο σχεδιαστής θα πρέπει να δημιουργήσει κάτι που θα φαντάζει όμορφα σε όλες τις επιφάνειες, σε όλα τα υλικά και να τραβάει ευχάριστα

την προσοχή του ματιού, καθώς σε όλα τα σημεία που θα έρχεται σε επαφή ο πελάτης με το προϊόν θα αντικρίζει το ίδιο ακριβώς logo, ώστε να μην υπάρξει επικοινωνιακή σύγχυση. Λαμβάνοντας υπόψη τη φύση του προϊόντος η τοπική τηλεοπτική διαφήμιση είναι η ιδανική για να απευθυνθεί άμεσα και μαζικά στην αγορά στόχο. Πλέον, οι τιμές των διαφημίσεων έχουν πέσει πολύ τα τελευταία χρόνια, με κάποια τηλεοπτικά κανάλια να κάνουν μέχρι και 60% μείωση στις τιμές του τηλεοπτικού χρόνου (50 ευρώ τα 30 δευτερόλεπτα).

- ***Προώθηση πωλήσεων***

Για τους βιομηχανικούς πελάτες η παρουσία της επιχείρησης σε εμπορικές εκθέσεις θα επιτρέψει στους πελάτες να έχουν προσωπική εμπειρία με το προϊόν, ενώ παράλληλα είναι ένα οικονομικός τρόπος προβολής σε σχέση με την προσωπική πώληση.

- ***Digital Marketing***

Επιλέγοντας και το διαδίκτυο ως μέσο προβολής, η μονάδα διαθέτει ένα κανάλι πληροφοριών και πωλήσεων, με αυξημένη γεωγραφική εμβέλεια για να πληροφορεί και να προωθεί τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες. Επιπρόσθετα, μπορεί να συγκεντρώνει πλήρεις και πιο πλούσιες πληροφορίες για την αγορά και τους πελάτες, επιταχύνοντας την επικοινωνία μαζί τους. Στην ιστοσελίδα θα παρέχονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες για την επιχείρηση και τη δραστηριότητά της, την ιστορία και φιλοσοφία της, τα προϊόντα της και προτεινόμενες συνταγές. Μία φόρμα επικοινωνίας και παραπόνων θα διευκολύνει την επικοινωνία, προσελκύοντας όσους αναζητούν τέτοιες πληροφορίες στο διαδίκτυο.

Τέλος, είναι σημαντικό να αναγράφονται όλες οι πρόσθετες δραστηριότητες της επιχείρησης που θα μπορούσαν να την κάνουν περισσότερο αναγνωρίσιμη και να λειτουργούν ως εργαλείο δημοσίων σχέσεων.

Εκτός από την ιστοσελίδα η επιχείρηση θα πρέπει να έχει γενική παρουσία στο διαδίκτυο ακολουθώντας μία στρατηγική digital μάρκετινγκ.

Επομένως, ένα ποσό επί των πωλήσεων πρέπει να μοιραστεί, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3-10: MKT Budget

Μέθοδος	Ποσοστό MKT Budget
Τηλεοπτική καμπάνια	40%
Ραδιοφωνική καμπάνια	25%
Social Media	20%
Email	15%

Πίνακας 3-11: Διαθέσιμα MME στην Κώ

Τηλεοπτικά κανάλια για συνεργασία

• Αιγαίο TV

• TV COSMOS

• Δημοτική Τηλεόραση Κώ

Ραδιοφωνικοί σταθμοί για συνεργασία

• CITY 93

• KOS radio

Διαδικτυακές εφημερίδες

• ΔΗ-ΡΑ-Σ Κω

• Kos Voice (η φωνή της Κώ)

3.8. Έσοδα από πωλήσεις

Η φαινομενική εγχώρια κατανάλωση τεμαχισμένης και νωπής πατάτας για τους μήνες από Μάιο – Οκτώβριο του 2013 άγγιζε τα 39.100.000 κιλά, ενώ το 2014 ανήλθε στα 40.301.000 κιλά. Όσον αφορά στα επόμενα χρόνια η συνολική ζήτηση αναμένεται να κυμανθεί γύρω στα 41.000.000 κιλά το 2015, ενώ το 2016 προβλέπεται ότι θα φτάσει στα 41.500.000 κιλά, λόγω της αύξησης του τουρισμού στη χώρα μας και δη στην Κω. Η ονομαστική δυναμικότητα της υπό ίδρυση μονάδας παραγωγής τεμαχισμένης νωπής

πατάτας θα αγγίζει τους 5.600 κιλά/ημέρα * 150 ημέρες ισούται με 840.000 κιλά τελικό παραγόμενο προϊόν ανα ετήσια περίοδο λειτουργίας.

Η παραγωγή της πραγματικής δυναμικότητας της υπό ίδρυση μονάδας (840.000 κιλά) προς τη φαινομενική κατανάλωση (40.301.000 κιλά) ισούται με το μερίδιο της εγχώριας αγοράς το οποίο αναμένεται να κατακτήσει η «πατάτα Diamond» κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της, το οποίο και υπολογίζεται ότι θα είναι της τάξεως του 2,02%.

Στον πίνακα που ακολουθεί, φαίνεται η παραγωγική δυναμικότητα στην οποία θα στοχεύσει η υπό ίδρυση μονάδα κοπής και επεξεργασίας νωπής πατάτας από το έτος 2016 (πρώτο έτος λειτουργίας), έτσι ώστε να κερδίσει μερίδιο αγοράς της τάξης του 2,02%. Αξίζει να σημειωθεί κατά το 5^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης, η παραγωγική δυναμικότητα προβλέπεται να αγγίξει τα 1.021.025 κιλά (μερίδιο αγοράς 2,34%).

Πίνακας 3-12: Συνολικά έσοδα προγράμματος για την 5ετία (2016-2020)

	Πρόβλεψη φαινομενικής κατανάλωσης (σε κιλά)	Ποσότητα Πωλήσεων (σε κιλά)	Τιμή μονάδας	Πωλήσεις	Μερίδιο Αγοράς
2016	41.500.000	840.000	1,00	840.000,00	2,02%
2017	42.000.000	882.000	1,00	882.000,00	2,10%
2018	42.500.000	926.100	1,00	926.100,00	2,17%
2019	43.000.000	972.405	1,00	972.405,00	2,26%
2020	43.500.000	1.021.025	1,00	1.021.025,25	2,34%

3.9. Πρόγραμμα της παραγωγής

Το πρόγραμμα παραγωγής σχετίζεται άμεσα με την πρόβλεψη για τη συνολική ζήτηση και τις πωλήσεις. Με βάση λοιπόν τα στοιχεία του πίνακα 3-13, δηλαδή του προβλεπόμενου σχεδίου πωλήσεων καθώς και τις προβλεπόμενες δαπάνες για την υποστήριξη του σχεδίου μάρκετινγκ που θα ακολουθήσει η υπό ίδρυση επιχείρηση

μπορούμε να προχωρήσουμε και στον καθορισμό λεπτομερούς προγράμματος παραγωγής. Συγκεκριμένα, η παραγωγή θα στηριχθεί στις προβλεπόμενες πωλήσεις και θα κατανεμηθεί ομοιομερώς μέσα στο χρόνο, ξεκινώντας με περίπου 6 παραγωγές την εβδομάδα το πρώτο έτος και φθάνοντας μέχρι και 8 παραγωγές την εβδομάδα τα επόμενα έτη, καθώς θα αυξάνεται η παραγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης. Καταλήγοντας και συνδυάζοντας όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν στο παρόν κεφάλαιο, στον παρακάτω συγκεντρωτικό πίνακα περιλαμβάνεται και η διάθεση του 0,5 % επί των πωλήσεων για έξοδα μάρκετινγκ και προώθησης πωλήσεων. Με άλλα λόγια περιλαμβάνεται για το σύνολο των εξόδων μάρκετινγκ ένα 0,5% ετησίως επί του κύκλου εργασιών της επιχείρησης.

Πίνακας 3-13: Συνολικές Πωλήσεις και Συνολικό Κόστος Μάρκετινγκ

Έτος	Συνολικές Πωλήσεις	Συνολικό Κόστος ΜΚΤ
2016	840.000,00	4.200,00
2017	882.000,00	4.410,00
2018	926.100,00	4.630,50
2019	972.405,00	4.862,00
2020	1.021.025,25	5.105,10

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ

4.1.Χαρακτηριστικά των Πρώτων Υλών και των Εφοδίων

Η πατάτα, τα τελευταία τουλάχιστον 180 χρόνια, ήταν για τη χώρα μας μια καλλιέργεια που κάλυπτε βασικές διατροφικές ανάγκες. Σήμερα, αν και στη χώρα μας εισάγονται πατάτες από διάφορες γειτονικές χώρες, οι προοπτικές είναι καλές για εκείνον τον παραγωγό που οργανώνει σωστά την καλλιέργεια. Από την Κρήτη μέχρι το Νευροκόπι η πατάτα αποτελούσε μια από τις βασικές καλλιέργειες για επαγγελματίες αγρότες και μη. Αν και στη χώρα μας από την εποχή του Καποδίστρια υπάρχει σχετική εμπειρία, η καλλιέργεια έχει πολλά μυστικά που έχουν σχέση με την ποιότητα του προϊόντος, αλλά και με το ύψος της παραγωγής. Αν και από περιοχή σε περιοχή διαφέρουν τα δεδομένα τόσο για τη φύτευση όσο και για τη συγκομιδή, ο παραγωγός θα πρέπει να ακολουθήσει συγκεκριμένες πρακτικές κατά την προετοιμασία του εδάφους, αλλά και την επιλογή σπόρου.

Στις νότιες περιοχές της χώρας η φύτευση μπορεί να αρχίσει από το Δεκέμβριο, ωστόσο συνεχίζεται έως τον Απρίλιο στις βόρειες περιοχές. Είναι χαρακτηριστικό ότι στην Κεντρική Ελλάδα φυτεύεται το Φεβρουάριο, στην Τρίπολη, το Αμύνταιο, τη Μακεδονία και τη Θράκη το Μάρτιο, ενώ οι πιο γνωστές πατάτες της Νάξου και του Νευροκοπίου φυτεύονται το Μάιο. Ο χρόνος που απαιτείται από την ώρα της φύτευσης μέχρι τη συγκομιδή, κυμαίνεται από τρεις έως τέσσερις μήνες, ανάλογα με την ποικιλία και τις καιρικές συνθήκες που θα επικρατήσουν σε όλη τη διάρκεια του κύκλου της παραγωγής. Η πατάτα ευδοκίμει σε ελαφρά και βαθιά εδάφη, με άφθονη οργανική ουσία και με pH 5 έως 6,5.

Επιλογή σπόρου και φύτευση

Και αφού λυθεί το θέμα της σωστής προετοιμασίας του εδάφους, θα πρέπει να γίνει και σωστή επιλογή του πατατόσπορου. Ο σπόρος πρέπει να είναι πιστοποιημένος από τα καταστήματα γεωργικών εφοδίων, τα οποία λειτουργούν κατόπιν αδείας του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Για τη φύτευση χρησιμοποιούνται ολόκληροι οι κόνδυλοι. Τα φύτρα των κονδύλων πρέπει να είναι κοντόχοντρα και γερά, μήκους περίπου 1,5 εκατοστού. Το βάθος φύτευσης είναι 15 εκατοστά περίπου. Η φύτευση γίνεται όταν το έδαφος έχει θερμοκρασία πάνω από 5C. Η ιδανική θερμοκρασία για την ανάπτυξη των φυτών είναι μεταξύ 21-22 βαθμών Κελσίου. Χαμηλές θερμοκρασίες κατά τη διάρκεια της βλάστησης καθυστερούν την ανάπτυξη, ενώ συγχρόνως ευνοούν την ανάπτυξη βακτηριολογικών και μυκητολογικών ασθενειών.

Η φυτεία δεν αντέχει σε θερμοκρασίες κάτω του -1C, ενώ απαιτεί βροχοπτώσεις περίπου 400 χιλιοστών. Σε περίπτωση ξηρασίας και υψηλών θερμοκρασιών χρειάζεται πότισμα, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια ανάπτυξης των φυτών, μέχρι την έναρξη σχηματισμού των κονδύλων. Για το σχηματισμό των κονδύλων κατάλληλες θερμοκρασίες είναι 16-18C. Όταν αρχίζει ο σχηματισμός των κονδύλων, θερμοκρασίες πάνω από 21C μειώνουν τις αποδόσεις.

Ανάπτυξη

Για να είναι εξασφαλισμένη η γρήγορη και κανονική ανάπτυξη του φυτού, πρέπει ο σπόρος να τοποθετείται σε ευνοϊκό περιβάλλον. Το έδαφος πρέπει να είναι σχετικά φιλοχωματισμένο, να έχει κανονική υγρασία και να μην έχει μεγάλους σβόλους. Αν το έδαφος είναι πολύ στεγνό, τότε πρέπει να γίνει πριν την καλλιέργεια με περιστροφικές τσάπες ένα πότισμα του χωραφιού και να ακολουθήσει η φύτευση, όταν τούτο βρίσκεται σε κατάλληλη κατάσταση από πλευράς υγρασίας. Ανάλογα με το έδαφος γίνεται η άρδευση, ενώ η ποσότητα του νερού εξαρτάται από το ποσοστό της υγρασίας που έχει εκείνη τη στιγμή το χώμα, έτσι ώστε κατά την καλλιέργεια με περιστροφικές τσάπες να μη φαίνεται στην επιφάνεια ξηρό έδαφος. Ο τρόπος φυτέματος εξαρτάται και από τις ποικιλίες. Ποικιλίες, όπως η «Μαρφόνα», που κονδυλοποιούν ψηλά, ή άλλες που παράγουν μακριούς κονδύλους, όπως οι «Τιμάτε» και «Σπούντα», πρέπει να φυτεύονται πιο βαθιά, κοντά στα 20 εκατοστά. Γενικώς, το βάθος φυτέματος κυμαίνεται από 14 έως και 20 εκατοστά, ανάλογα με την ποικιλία.

Τύποι πατατοσπορέων

Όπου η πατατοκαλλιέργεια καλύπτει μεγάλη έκταση, οι διάφορες καλλιεργητικές εργασίες επιβάλλεται να γίνονται με μηχανικά μέσα. Κατά τα τελευταία χρόνια έχουν εισαχθεί και δοκιμαστεί διάφοροι τύποι πατατοσπορέων. Καλά αποτελέσματα έδωσε ο αυτόματος τύπος που εφαρμόζεται σε ελκυστήρα. Η πρακτική αυτή συστήνεται στις περιπτώσεις ποικιλιών που παράγουν μεγάλους κονδύλους, π.χ. Σπούντα, Λιζέτα, Μοντιάλ, Κάρα κ.ά. Οι αποδόσεις μπορούν να φτάσουν και τους 3 τόνους ανά στρέμμα, με την τιμή για τον παραγωγό να αγγίζει με δυσκολία τα 30 λεπτά ανά κιλό, ενώ υπάρχει και το πρόβλημα της διάθεσης, καθώς η ελληνική αγορά κατακλύζεται από πατάτες εισαγωγής από Αίγυπτο, Κύπρο κ.λπ.

Υψηλή θρεπτική αξία

Η πατάτα έχει συνδυαστεί με το ανθυγιεινό φαγητό, επειδή συνήθως σερβίρεται τηγανισμένη. Στην πραγματικότητα, όμως, πρόκειται για ένα πολύ θρεπτικό λαχανικό.

Μία μέση πατάτα (173 gr) έχει 163 θερμίδες, καθόλου λιπαρά, αποτελεί μία εξαιρετική πηγή καλίου (βοηθά στον έλεγχο της αρτηριακής πίεσης) και βιταμίνης C. Αποτελεί, επίσης, μία καλή πηγή φυσικών ινών, μαγνησίου, χαλκού, μαγνησίου, νιακίνης, βιταμίνης B6 και φολικού οξέως. Οι πατάτες αποτελούν, επίσης, πηγή χλωρογενικού οξέως, ενός φυτοχημικού που η έρευνα έχει αποδείξει ότι μπορεί να μπλοκάρει τη δημιουργία καρκινογενών νιτροσαμινάσων και να μειώσει το κίνδυνο καρκίνων στο ήπαρ (σुकώτι) και ορθό (κόλον).

Πρώτη υλη (κόνδυλοι νωπής πατάτας)

Η Δυναμικότητα της γραμμής επεξεργασίας σε πλήρη απόδοση είναι 1000 κιλώρα. Δηλαδή 8.000 κιλ/ημέρα. Με δεδομένο ότι η ξηρά ουσία της πατάτας είναι από 18,4 - 25,9 %, αποδεκτή απώλεια θεωρούμε ένα ποσοστό 30% και το καθαρό τελικό προϊόν θα είναι 70%. Μετά απ αυτό έχουμε: τελικό προϊόν ανά ημέρα 8.000 κιλά/ημ επί 0,70 ισούται με 5.600 κιλά/ημ. Με περίοδο λειτουργίας 6 μηνών από Μάϊο-Οκτώβριο (150 ημέρες), περίοδο λειτουργίας των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων που θα είναι οι κύριοι πελάτες της μονάδας θα ισχύει 5.600 κιλ/ημ επί 150 ημέρες ισούται με 840.000 κιλά τελικό παραγόμενο προϊόν ανα ετήσια περίοδο λειτουργίας. Αυτό το τελικό προϊόν αντιστοιχεί σε νωπή πατάτα 840.000 κιλ/έτος διαιρούμενο με 0,70 που είναι το καθαρό προϊόν, ισούται με 1.200.000 κιλά/έτος δηλαδή πρώτης ύλης, με αποδεκτή απώλεια στην επεξεργασία 30% στο τελικό προϊόν.

4.1.2. Εφόδια Μονάδας παραγωγής

Σε αυτό το σημείο θα γίνει μία λεπτομερής αναφορά στα υπόλοιπα εφόδια του εργοστασίου που είναι απαραίτητα για την επιτυχή λειτουργία της υπό μελέτη μονάδας πατατοβιομηχανίας. Σε πρώτη φάση θα αναφέρουμε το κάθε ένα από αυτά και τον ρόλο που έχει να παίξει στην παραγωγική διαδικασία, ενώ αργότερα θα αναφερθούμε και στις πηγές απόκτησης τούς αλλά και το κατά προσέγγιση κόστος τους.

Βοηθητικά Υλικά και Υπηρεσίες Κοινής Ωφελείας.

Ηλεκτρισμός: Λόγω της φύσης της παραγωγής και του πολύ σημαντικού ρόλου των μηχανημάτων σε αυτή, η απαιτήσεις σε ηλεκτρικό ρεύμα είναι μεγάλες. Επίσης εκτός από το κομμάτι της παραγωγής η ενέργεια θα χρησιμοποιείται στους χώρους αποθήκευσης, στις μηχανές συσκευασίας αλλά και γενικά σε όλους τους υπόλοιπους βοηθητικούς χώρους της μονάδας όπως τα γραφεία, τους χώρους στάθμευσης και

εστίασης των εργαζομένων κ.λ.π. Τέλος η ενέργεια θα χρησιμοποιείται και στο σύστημα κλιματισμού των χώρων παραγωγής και αποθήκευσης καθώς είναι σημαντικό η θερμοκρασία να διατηρείται σταθερή όλο τον χρόνο ώστε να μην επηρεάζεται το προϊόν αλλά και οι συνθήκες εργασίας των εργαζομένων.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι είναι πολύ σημαντικό η τροφοδότηση της μονάδας με ηλεκτρικό ρεύμα να είναι συνεχής. Για τον λόγο αυτό θα υπάρχει αυτόνομο σύστημα γεννητριών, στην περίπτωση που υπάρξει κάποιο πρόβλημα με την παροχή του ηλεκτρικού από την ΔΕΗ. Επίσης η ΔΕΗ θα είναι υποχρεωμένη να ενημερώνει για προγραμματισμένες διακοπές ρεύματος ώστε να υπάρχει ο χρόνος για την λήψη των απαραίτητων μέτρων σχετικά με την παραγωγή, τους εργαζομένους αλλά και για πιθανούς εναλλακτικούς τρόπους παροχής ηλεκτρικού ρεύματος που μπορεί να υπάρχουν στην περιοχή.

Νερό: Όπως στις περισσότερες βιομηχανίες τροφίμων και ειδικά στην πατατοβιομηχανία, το νερό αποτελεί βασικό συστατικό της παραγωγής καθώς χρησιμοποιείται στην διαδικασία της πλύσης και καθαρισμού της πατάτας. Η πλύση της πατάτας, επιτρέπει τον πιο αποτελεσματικό καθαρισμό της από τυχόν χώματα και την σωστή τυποποίηση του προϊόντος στη συσκευασία, με τη λογική από την παραγωγή στην κατανάλωση. Το σύστημα πλύσης καθαρισμού της μονάδας παραγωγής απαιτεί σε ημερήσια βάση περίπου 10.000lt νερού για την παραγωγή της τεμαχισμένης πατάτας και για ατομική χρήση από το προσωπικό περίπου 1.000lt. Στη μονάδα θα εγκατασταθεί σύστημα, το οποίο με χρήση φυγοκεντρικού διαχωριστήρα, θα διαχωρίζει το άμυλο από τα νερά της πλύσης και θα προωθείται περαιτέρω για δημιουργία κόλλας, ενώ το νερό των πλύσεων θα επαναχρησιμοποιείται εκοικονομώντας έτσι σημαντική ποσότητα νερού (σε ποσοστό περίπου 20%). Το φυγοκεντρισμένο νερό των πλύσεων θα οδηγείται σε πλαστική δεξαμενή, όπου θα χρησιμοποιείται για καθαρισμό των WC για τον κήπο και τον περιμετρικό πράσινο φράκτη της μονάδας με τα δένδρα.

Με βάση τα παραπάνω είναι φανερό ότι η ποιότητα του νερού πρέπει να είναι σε επίπεδα που όχι μόνο να το καθιστούν πόσιμο αλλά και που να μην έχουν την παραμικρή επίπτωση στην υγεία του καταναλωτή.

Για τον λόγο αυτό θα προβλέπεται αποστολή δειγμάτων στο Γενικό Χημείο του Κράτους ώστε να διασφαλίζεται η ποιότητα της πατάτας.

Καύσιμα: Η επιχείρηση δεν θα έχει μεγάλη ανάγκη από καύσιμα καθώς το κομμάτι που

απαιτεί την μεγαλύτερη κατανάλωση, σε πετρέλαιο κυρίως, είναι της μεταφοράς των προϊόντων στους πελάτες μας.

Η αγορά πετρελαίου θα είναι απαραίτητη μόνο για την λειτουργία των γεννητριών που θα υπάρχουν, για την περίπτωση διακοπής του ηλεκτρικού ρεύματος και άμεσης επαναλειτουργίας των μηχανημάτων.

Υλικά Συσκευασίας

Το 30% του τελικού προϊόντος θα συσκευάζεται σε συσκευασίες 5 κιλών και το 70% σε συσκευασίες 10 κιλών. Τα υλικά συσκευασίας θα είναι σακούλες Vacuum με διαστάσεις σε χιλιοστά:

- 1) 200 mm X 300 mm με 1000 τεμ σακ. /κιλό για συσκευασία 5 κιλών πατάτας τελικού προϊόντος. Πρόβλεψη σε χρησιμοποιούμενη ποσότητα για το 1^ο έτος είναι 840.000 τελικό προϊόν επί 0,30 και ισούται με 252.000 διαιρεμένο με 5 που είναι τα κιλά, ισούται με 50.400 τεμάχια σακούλες Vacuum.
- 2) 400 mm X 500 mm με 500 τεμ σακ. /κιλό για συσκευασία 10 κιλών πατάτας. Δηλαδή οι ανάγκες σε υλικά συσκευασίας τη περίοδο λειτουργίας. Πρόβλεψη σε χρησιμοποιούμενη ποσότητα για το 1^ο έτος είναι 840.000 τελ. προϊόν επί 0,70 ισούται με 588.000 διαιρεμένο με 10 που είναι τα κιλά ισούται με 58.800 τεμάχια σακούλες Vacuum.

Στολές Εργαζομένων

Αν και το μεγαλύτερο κομμάτι της παραγωγικής διαδικασίας είναι αυτοματοποιημένο θα υπάρχει επαφή του ανθρώπινου παράγοντα με την πατάτα. Για τον λόγο αυτό είναι προφανές ότι όλοι όσοι εισέρχονται στους χώρους επεξεργασίας και συσκευασίας του προϊόντος θα πρέπει να φοράνε ορισμένες στολές, οι οποίες θα αποτελούνται από μία καθαρή ανοιχτόχρωμη φόρμα εργασίας, ένα κεφαλοκάλυμμα μίας χρήσεως και ένα ζευγάρι γάντια μίας χρήσεως.

Απορρυπαντικά-Απολυμαντικά

Η καθαριότητα των χώρων, του εξοπλισμού και γενικότερα της οποιασδήποτε επιφάνειας ή μέσου που έρχεται σε επαφή με το τελικό προϊόν είναι πολύ σημαντική. Καθώς όμως η πατάτα είναι τρόφιμο, δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί οποιοδήποτε απορρυπαντικό ή απολυμαντικό καθώς κάποια από αυτά μπορεί να περιέχουν χημικά στοιχεία που μπορεί να είναι επιβλαβή για την υγεία του καταναλωτή. Για τον λόγο αυτό παραθέτουμε τις ουσίες που μπορούν να έχουν τα καθαριστικά ώστε να θεωρούνται ασφαλή για να τα χρησιμοποιεί η μονάδα.

Απορρυπαντικά: Καθαρισμός όλων των επιφανειών, σκευών και γενικότερα του εξοπλισμού. Η χρήση θα γίνεται ταυτόχρονα με νερό το οποίο θα έχει θερμανθεί σε υψηλή θερμοκρασία. Τα συστατικά των απορρυπαντικών μπορεί να είναι οξέα, οργανικά (φωσφορικό) και ανόργανα (κιτρικό) όπως επίσης και αλκάλια, καυστικά (καυστική σόδα) και μη καυστικά (ανθρακικά αλκάλια). Απολυμαντικά: Χρήση μετά τον καθαρισμό των απορρυπαντικών για την καταστροφή μικροοργανισμών, οι οποίοι δεν μπορούν να απομακρυνθούν με απλά καθαριστικά και οι οποίοι μπορεί να είναι παθογόνοι και επιβλαβείς για τον ανθρώπινο οργανισμό. Τα συστατικά των απολυμαντικών μπορεί να είναι χημικές ενώσεις του Ιωδίου, του Χλωρίου, του Αμμωνίου αλλά μπορούν επίσης να περιέχουν και Φαινόλες. Να αναφέρουμε ότι και εδώ η χρήση των απολυμαντικών θα γίνεται συνδυαστικά με ζεστό νερό ή πεπιεσμένο αέρα και σύμφωνα με τα πρότυπα περί καθαρισμού.

Ανταλλακτικά

Τα αναγκαία ανταλλακτικά σε μία πατατοβιομηχανία δεν είναι πολλά καθώς τα περισσότερα μηχανήματα δεν παρουσιάζουν βλάβες ούτε φθείρονται εύκολα. Αλλά ακόμα και σε αυτές τις περιπτώσεις τα προβλήματα αυτά αντιμετωπίζονται με την συντήρηση των μηχανημάτων, παρά με την αλλαγή εξαρτημάτων τους. Έτσι τα μόνα ανταλλακτικά που θα μπορούσαμε να πούμε ότι χρειάζεται να υπάρχουν σε απόθεμα είναι οι κύλινδροι για τους ταινιοδρόμους και οι σωλήνες από τους οποίους θα περνάνε η ακατέργαστη πρώτη ύλη και η επεξεργασμένη πατάτα.

Υλικά για λοιπές ανάγκες

Για την σωστή λειτουργία της μονάδας πρέπει να υπάρχουν χώροι εστίασης, γραφεία, τουαλέτες και ιατρείο. Αν και μικρά σε κόστος σε σχέση με τις υπόλοιπες πρώτες ύλες και τα λοιπά εφόδια, πρέπει και αυτά να αναφερθούν και να υπολογιστούν καθώς είναι πολύ σημαντικό να υπάρχουν αναλώσιμα για την σωστή λειτουργία των χώρων αυτών, οι οποίοι είναι πολύ σημαντικοί για τους εργαζόμενους στην μονάδα, αλλά και γενικά για όσους βρίσκονται σε αυτήν.

4.2. Απαιτούμενες ποσότητες εισροών

Έχοντας αναφέρει σε θεωρητικό επίπεδο τις ανάγκες της μονάδας σε πρώτες ύλες, αλλά και σε λοιπά εφόδια, έτσι ώστε να είναι σε μεγάλο βαθμό σαφείς, σε δεύτερο στάδιο πρέπει να βρεθούν οι ποσότητες των υλικών αυτών, ώστε να ικανοποιείται ο

στόχος της τελικής προβλεπόμενης παραγωγής, χωρίς να υπάρξουν προβλήματα στην γενικότερη λειτουργία της μονάδας κατά την διάρκεια του έτους.

Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος θα πρέπει να υπάρχει επάρκεια στις απαιτούμενες ποσότητες των πρώτων αλλά και των βοηθητικών υλών, οι οποίες όμως θα πρέπει να έχουν υπολογιστεί εκ των προτέρων έτσι ώστε να μπορεί να υπολογιστεί το πρώτο ή βασικό κόστος για την παραγωγή 840.000 κιλών έτοιμης πατάτας για το πρώτο έτος μετά την δημιουργία της μονάδας. Στην πατατοβιομηχανία η πρώτη ύλη είναι η πατάτα, η οποία αντίθετα με άλλες πρώτες ύλες, έχει σημαντικά ποσοστά φύρας (30%) κατά την διαδικασία της επεξεργασίας για την μετατροπή της σε έτοιμο προϊόν. Για τον λόγο αυτό, τον πρώτο χρόνο που θα λειτουργήσει η μονάδα θα χρειαστεί 1.200.000 κιλά Α΄ ύλης. Έχοντας καταλήξει στις ποσότητες των πρώτων υλών, το επόμενο βήμα είναι να υπολογίσουμε τις ποσότητες των υπόλοιπων εφοδίων της μονάδας. Έτσι προκύπτει ο παρακάτω συγκεντρωτικός πίνακας με όλες τις απαραίτητες ποσότητες εισροών ανά έτος.

Πίνακας 4-1: Ποσότητες εισροών (ανά έτος)

ΕΙΣΡΟΕΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ / ΕΤΟΣ
Α΄ Ύλη – κόνδυλοι πατάτας	1.200.000 κιλά
Σακούλες Vacuum 20 x 30 για 5 κιλ	50.400 τεμάχια
Σακούλες Vacuum 40 x 50 για 10 κιλ	58.800 τεμάχια
Υλικά καθαριότητας	14.000 λίτρα
Ιματισμός	50 τεμάχια
Αναλώσιμα υλικά & γραφική ύλη, έντυπα	2.500 τεμάχια
Συντήρηση και ανταλλακτικά	10 τεμάχια
Νερό	11.000 λίτρα
Καύσιμα	5.000 λίτρα
Τηλεπικοινωνίες	Ετήσια σύνδεση
Ηλεκτρισμός	100.000 Kwh

4.3. Διαθεσιμότητα και πηγές Προμήθειας

Το πιο σημαντικό ίσως ζήτημα σε μία οποιαδήποτε μονάδα ή επιχείρηση που παράγει προϊόντα, είναι η διαθεσιμότητα των πρώτων και των βοηθητικών υλών που χρειάζεται, καθώς επίσης και η συνέχεια με την οποία μπορεί να τις προμηθεύεται. Αν υπάρξει πρόβλημα στις προμήθειες, τότε δημιουργούνται κενά στην παραγωγική διαδικασία και κατά συνέπεια καθυστερήσεις στην διανομή των προϊόντων, οι οποίες μπορούν να βλάψουν ανεπανόρθωτα την εικόνα της επιχείρησης.

4.3.1. Διαθεσιμότητα Υλικών

Έχοντας ήδη αναφέρει γιατί η παραγωγική διαδικασία της πατάτας πρέπει να είναι συνεχής, η πρώτη προϋπόθεση για να εξασφαλιστεί αυτή η κατάσταση είναι να υπάρχει επάρκεια κάποιων συγκεκριμένων εισροών.

Η κύρια και βασικότερη αυτών των εισροών είναι προφανώς η βασική πρώτη ύλη για πατάτα. Η πατάτα Sprunta έχει, μεταξύ άλλων, το πλεονέκτημα ότι είναι πολύ ανθεκτική όχι μόνο κατά την φύτευση, αλλά και κατά την αποθήκευση της.

Έτσι υπάρχει η δυνατότητα αγοράς μεγαλύτερων ποσοτήτων από τους παραγωγούς και διατήρηση της σε ειδικές αποθήκες.

Τέλος, υψηλή διαθεσιμότητα πρέπει να υπάρχει και σε αγαθά όπως το νερό και το ηλεκτρικό ρεύμα, καθώς χωρίς την συνεχή παροχή τους δεν μπορεί να υπάρξει αποδοτική παραγωγή του προϊόντος.

4.3.2. Πηγές Προμηθειών

Εκτός από την διαθεσιμότητα των προμηθειών, πολύ σημαντικό ρόλο παίζουν και οι πηγές τους, οι οποίες σε μεγάλες παραγωγικές μονάδες κάνουν την διαφορά στην τιμή αλλά και στην ποιότητα.

Στην παρούσα μελέτη, και δεδομένου ότι η μονάδα μας θα είναι μικρής δυναμικότητας, θα περιοριστούμε σε μία πιο γενική αναφορά των πιθανών προμηθευτών μας.

Έτσι στον παρακάτω πίνακα έχουμε:

Πίνακας 4-2: Πηγές εισροής ανά είδος

ΕΙΔΟΣ ΕΙΣΡΟΗΣ	ΠΗΓΗ ΕΙΣΡΟΗΣ
Α΄ Ύλη Πατάτα	ΕΑΣ Νάξου, Παραγωγοί Κω, Βοιωτίας, Νάξου
Σακούλες Vacuum	Βιομηχανίες Πλαστικού και Χαρτιού
Ιματισμός	Βιοτεχνίες Ειδικού Ρουχισμού
Υλικά καθαριότητας	Χημικές Βιομηχανίες
Αναλώσιμα υλικά & γραφική ύλη, έντυπα	Βιομηχανίες Χαρτικών
Συντήρηση & ανταλλακτικά	Βιομηχανίες μηχανολογικού εξοπλισμού
Τηλεπικοινωνίες	Εταιρεία Τηλεπικοινωνιών
Νερό	Εταιρεία Ύδρευσης Κω
Καύσιμα	Εταιρείες Διανομής Πετρελαιοειδών
Ηλεκτρισμός	ΔΕΗ

4.3.3. Κριτήρια επιλογής Α΄ Υλών & Άλλων Εφοδίων

Σε αυτό το σημείο, και αφού έχουμε αναφέρει την διαθεσιμότητα των προμηθειών αλλά και τις πηγές, στις οποίες θα στραφούμε για να τις αποκτήσουμε, πρέπει να γίνουν σαφή τα κριτήρια με τα οποία θα γίνει η επιλογή τους.

Σχετικά με τις πρώτες ύλες και όσον αφορά την πατάτα, μεγάλη έμφαση θα δοθεί στο κατά πόσο οι προμηθευτές - αγρότες ικανοποιούν τις προδιαγραφές κατά την παραγωγή, ώστε το προϊόν να είναι πραγματικά Α΄ ποιότητας.

Για τον ηλεκτρισμό, το νερό και το πετρέλαιο δεν υπάρχει μεγάλη διαφοροποίηση ως προς την τιμή, έτσι μας ενδιαφέρει κυρίως η συνέπεια και η συνέχεια ως προς την παροχή τους, από το οτιδήποτε άλλο. Επίσης το νερό πρέπει να είναι πόσιμο γιατί θα έρχεται πολύ συχνά σε επαφή με το προϊόν.

Τέλος, για όλα τα υπόλοιπα εφόδια τα οποία δεν επηρεάζουν το τελικό προϊόν αλλά αφορούν τα έξοδα λειτουργίας της μονάδας, βασικό κριτήριο επιλογής θα είναι η τιμή. Εξαιρέση θα αποτελεί η κύρια συσκευασία της πατάτας, όπου θα μας ενδιαφέρει η ποιότητα αλλά και η χρηστικότητα τους. Να αναφέρουμε ότι τα φάρμακα, τα απορρυπαντικά και τα απολυμαντικά αν και είναι πολύ σημαντικά, δεν παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές στην ποιότητα ώστε να δοθεί έμφαση σε κάτι άλλο εκτός από την τιμή.

4.4. Επιλογή και Αξιολόγηση των προμηθευτών

Ένα από τα πιο σημαντικά κομμάτια στις πρώτες αλλά και στις βοηθητικές ύλες εκτός από τον καθορισμό και την αξιολόγηση τους, είναι η επιλογή των προμηθευτών τους και η δημιουργία σχέσεων με την επιχείρηση. Για τον λόγο αυτό η μονάδα θα αξιολογήσει τους προμηθευτές όχι μόνο για τα προϊόντα τους, αλλά και για κάποια άλλα χαρακτηριστικά τα οποία είναι πολύ σημαντικά για την ύπαρξη καλών εμπορικών σχέσεων.

Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι τα εξής:

- α) Αξιοπιστία
- β) Συνέπεια
- γ) Γεωγραφική Θέση
- δ) Προσαρμοστικότητα
- ε) Δέσμευση στην Ποιότητα

Αρχικά με την **αξιοπιστία** αναφερόμαστε στην παράδοση των σωστών ποσοτήτων που έχουν παραγγελθεί, στον σωστό χρόνο και φυσικά στην καλύτερη δυνατή κατάσταση. Γενικά η αξιοπιστία είναι ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό ώστε να μην υπάρχουν καθυστερήσεις στην παραγωγή. Η **συνέπεια** του προμηθευτή αναφέρεται βασικά στην τήρηση των συμφωνηθέντων σχετικά με τον τρόπο πληρωμής, ειδικές προσφορές, επιστροφές προϊόντων που δεν ικανοποιούν τις προδιαγραφές κ.λ.π. Επίσης ένα πολύ κρίσιμο κριτήριο αξιολόγησης των προμηθευτών είναι και η **γεωγραφική θέση** τους, σε σχέση με την θέση της επιχείρησης. Ο λόγος για αυτό είναι κυρίως η μείωση του κόστους καθώς είναι λογικό το ότι ίδια προϊόντα σε ποιότητα και αξία, κοστίζουν διαφορετικά λόγω του μεταφορικού κόστους. Στο επιχειρησιακό περιβάλλον όπου η αβεβαιότητα είναι πολύ μεγάλη, η **προσαρμοστικότητα** είναι πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό. Ο προμηθευτής πρέπει να μπορεί να ανταποκρίνεται σε

μεταβολές των παραγγελιών ανάλογα με την αύξηση ή την μείωση της ζήτησης του προϊόντος. Η δυσκολία έγκειται στο ότι οι μεταβολές στις παραγγελίες εξαιτίας της ζήτησης δεν είναι προγραμματισμένες τις περισσότερες φορές.

Τέλος, η **δέσμευση στην ποιότητα** θα εξασφαλίσει το ότι η ποιότητα των προϊόντων του προμηθευτή ή δεν θα αλλάξει στο μέλλον ή θα γίνει καλύτερη. Έτσι μπαίνουν οι βάσεις για μία μακροχρόνια συνεργασία.

4.5. Πρόγραμμα Προμηθειών

Στο πρόγραμμα προμηθειών γίνεται μία πιο λεπτομερής ανάλυση με βάση τα όσα έχουμε πει μέχρι τώρα.

Έτσι για τον πρώτο χρόνο της λειτουργίας της μονάδας, στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται η συνολική αναγκαία ποσότητα, το ανά μονάδα κόστος και το συνολικό κόστος για κάθε μία από τις εισροές που έχουμε αναφέρει.

Πίνακας 4-3: Συνολική αναγκαία ποσότητα-ανά μονάδα κόστος-συνολικό κόστος

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ
Πρώτες ύλες			
Α΄ Ύλη – Κόνδυλοι Πατάτας	1.200.000 κιλά	0,30€/κιλό	360.000€
ΣΥΝΟΛΟ			360.000€
Βοηθητικά υλικά & άλλα εφόδια			
Σακούλες Vacuum 20 x 30 για 5κιλα	50.400 τεμάχια	0,06€/τεμ.	2.822,40€
Σακούλες Vacuum 40 x 50 για 10κιλα	58.800 τεμάχια	0,19€/τεμ.	10.936,80€
Υλικά καθαριότητας	14.000 λίτρα	0,21€/λίτρο	3.000€
Ιματισμός	50 τεμάχια	60€/τεμ.	3.000€
Αναλώσιμα υλικά & γραφική ύλη	12.500 τεμάχια	0,96€/τεμ.	12.000€
Συντήρηση ανταλλακτικά	& 10 τεμάχια		6.887,33€
Τηλεπικοινωνίες	σύνδεση	75€/σύνδεση μήνα	900€
Νερό	11.000 λίτρα	1€/λίτρο	11.000€
Καύσιμα	5.000 λίτρα	1,20€/λίτρο	6.000€
Ηλεκτρισμός	100.000 Kwh	0,05€/Kwh	5.000€
ΣΥΝΟΛΟ			61.546,53€
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ			421.546,55€

4.6. Υπολογισμός του κόστους Α΄ Υλών και Άλλων Εφοδίων

Στην τελευταία αυτή ενότητα παραθέτουμε το κόστος ανά κατηγορία για το πρώτο, αλλά και τα επόμενα πέντε έτη λειτουργίας της μονάδας. Οι τιμές έχουν υπολογιστεί με πληθωρισμό 1,8% κατά μέσο όρο, με δεδομένο ότι για το 2013 το ποσοστό ήταν στο -1,3%, το 2014 ήταν 1% και το 2015 προβλέπεται να φτάσει το 1,4%.

Έτσι για τα έτη 2016 μέχρι και το έτος 2020 έχουμε στον παρακάτω πίνακα το εξής αναμενόμενο κόστος:

Πίνακας 4-4: Αναμενόμενο κόστος για την 5ετία (2016-2020)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΕΤΟΣ				
	2016	2017	2018	2019	2020
Πρώτες Ύλες	360.000€	366.480€	373.076,64€	379.792,01€	386.628,26€
Δαπάνες υποδομών (ρεύμα, τηλ/νιες, καύσιμα)	22.900€	23.312,2€	23.731,81€	24.158,98€	24.593,84€
Υλικά Συσκευασίας	13.759,2€	14.006,86€	14.258,98€	14.515,64€	14.776,92€
Υλικά καθαριότητας	3.000€	3.054€	3.108,97€	3.164,86€	3.221,82€
Είδη Ένδυσης	3.000€	3.054€	3.108,97€	3.164,86€	3.221,82€
Δαπάνες συντήρησης & επισκευών	6.887,35€	7.011,32€	7.137,52€	7.265,99€	7.396,77€
Λοιπά Αναλώσιμα	12.000€	12.216€	12.435,88€	12.659,72€	12.887,59€
ΣΥΝΟΛΟ	421.546,55	426.080,38	436.858,77	444.722,06	452.727,02

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

5.1. Προγραμματισμός Τεχνολογίας

Δεδομένου ότι η παρούσα επένδυση αφορά σε παραγωγική μονάδα εύκολα διαπιστώνει κανείς την εξέχουσα σημασία των εγκαταστάσεων και των κτιριακών υποδομών που πρόκειται να υποστηρίξουν την παραγωγή. Συνεπώς, ένα από τα κριτήρια επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι η επιλογή της κατάλληλης τεχνολογίας.

Συγκεκριμένα, η πατατοβιομηχανία και δη η επεξεργασία, κοπή και τυποποίηση νωπής πατάτας αποτελεί έναν υποκλάδο, ο οποίος έχει αναπτυχθεί σχεδόν σε ολόκληρη τη υφήλιο. Δεδομένου ότι η πατάτα αποτελεί βασική τροφή ενός μεγάλου ποσοστού του παγκόσμιου πληθυσμού, υπήρξε έντονη η ανάγκη ανάπτυξης και εξέλιξης της εν λόγω τεχνολογίας. Ωστόσο, παρά τη γεωγραφική διασπορά των παραγωγικών μονάδων, η συντριπτική πλειοψηφία των μεθόδων παραγωγής και των τεχνολογικών μέσων είναι παρόμοια αν όχι πανομοιότυπη σε όλο τον κόσμο. Κατά συνέπεια οι επιλογές διαφορετικής τεχνολογίας είναι περιορισμένες και ο υποψήφιος επενδύτης έχει να εστιάσει κυρίως σε θέματα που αφορούν στην επιλογή του μηχανολογικού εξοπλισμού.

Η σχετικά εύκολη αποθήκευση της πατάτας δίνει τη δυνατότητα παραγωγής όλο το χρόνο, με σταθερό ρυθμό ή σχετικώς μεταβαλλόμενο ανάλογα με τις εποχιακές προβλέψεις ζήτησης. Το γεγονός αυτό διευκολύνει ιδιαίτερα την επιχείρηση, η οποία μπορεί να προγραμματίζει την παραγωγή, έπειτα από τη συλλογή της πρώτης ύλης της πατάτας. Επομένως οι παράγοντες που επηρεάζουν το πρόγραμμα παραγωγής στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι αρχικώς οι κλιματολογικές συνθήκες και εν συνεχεία οι συνθήκες ζήτησης.

Η εταιρία μετά την ολοκλήρωση των συμφωνιών με συγκεκριμένους παραγωγούς, από τους οποίους πρόκειται να προμηθευτεί την πρώτη ύλη, σκοπεύει να παράγει για το 2016 πατάτα Νάξου, Κω και Βοιωτίας Α΄ ποιότητας, της τάξης των 5.600 κιλών/ημέρα (ήτοι 840.000κιλά συνολικά για το έτος 2016). Το μικρό ποσοστό βασίζεται στο γεγονός ότι πρόκειται για νέο προϊόν. Για τα επόμενα έτη η παραγωγή θα προσεγγίζει σταδιακά τα ποσοστά των προβλέσεων του κεφαλαίου 3, αγγίζοντας το 2020 την ετήσια παραγωγή των 1.021.025 κιλών.

5.1.1. Ανάλυση της Παραγωγικής διαδικασίας

Η παραγωγική ικανότητα της μονάδας έχει σχεδιαστεί για 1.000kg/ώρα, με απασχόληση 6 ατόμων ανά βάρδια εργασίας στην παραγωγή. Η παραγωγική διαδικασία και τα στάδια που ακολουθούνται έχουν ως εξής:

1. Παραλαβή – αποθήκευση – έλεγχος ποιότητας

Η Α΄ Ύλη θα παραλαμβάνεται από τους παραγωγούς στο χώρο της μονάδας και αφού γίνει έλεγχος των προδιαγραφών ποιότητας και της συμμόρφωσης με τις φυτο-υγειονομικές προδιαγραφές, θα γίνεται αποθήκευση στον ειδικό χώρο – ψυγείο, σε θερμοκρασία 4-6 C. Ο αποθηκευτικός χώρος των Α΄ υλών θα είναι χωρισμένος σε δύο διαμερίσματα χωρητικότητας, για λόγους εξοικονόμησης ενέργειας. Ο διαχωρισμός θα γίνει με βάση την παραγωγική ικανότητα (1.000 kg/ώρα x 8 ώρες x 6 ημέρες = 48.000kg). Σε περίπτωση που απαιτηθεί λειτουργία δεύτερης βάρδιας ή οι παραγωγοί φέρουν μεγαλύτερες ποσότητες από την προγραμματισμένη ροή παραδόσεων ή αγοράσουν λόγω καλής τιμής μεγαλύτερες ποσότητες, θα αποθηκεύονται στο δεύτερο διαμέρισμα.

Σε κάθε παραλαβή (παρτίδα) θα γίνεται χημική ανάλυση για τον έλεγχο χρήσης φυτοφαρμάκων και μετά τη λήψη των απαντήσεων η παρτίδα θα αποδεσμεύεται για παραγωγή. Όλη η διαδικασία θα γίνεται με μέθοδο FIFO.

2. Παραγωγική διαδικασία

Τροφοδοσία γραμμής παραγωγής με Α΄ ύλη: Θα γεμίζεται το σιλό Α΄ υλών και στη συνέχεια ένα αναβατόριο θα τροφοδοτεί το σύστημα προγεμίσματος με ένα ιμάντα, που θα λειτουργεί συγχρονισμένα με ηλεκτρομειωτήρα στροφών.

Αποφλοιώση – πλύσιμο: Οι πατάτες θα οδηγούνται στον αποφλοιωτή που θα λειτουργεί με περιστρεφόμενο κύλινδρο από σμιρίδι και αφού καθαριστούν, θα μεταφέρονται σε δεξαμενή μέσω ενός αναβατορίου και θα οδηγούνται στην τράπεζα διαλογής.

Διαλογή – κοπή: Αριστερά και δεξιά της τράπεζας διαλογής θα βρίσκονται οι εργάτες που θα καθαρίζουν και θα απομακρύνουν τα ακατάλληλα προϊόντα και θα προωθούν τα κατάλληλα στο κοπτικό μέρος της γραμμής παραγωγής. Το κοπτικό μηχάνημα για πατάτες έχει δυναμικότητα 1.000 κιλ/ώρα.

Οι τεμαχισμένες πατάτες θα συγκεντρώνονται σε δεξαμενή – λουτρό με θειώδες διάλυμα για συντήρηση, που φέρει ανθρωποθυρίδα για καλό καθαρισμό. Από την

δεξαμενή, μέσω ενός αναβατορίου από ιμάντα με ηλεκτρομειωτήρα στροφών, θα οδηγούνται για στέγνωμα, με απομάκρυνση των μικρών τεμαχίων και τριμμάτων της τεμαχισμένης πατάτας.

Στράγγιση – ζύγιση: Μετά την διαλογή – κοπή, οι κομμένες πατάτες θα οδηγούνται στον ιμάντα στράγγισης, όπου με χρήση ανεμιστήρων θα στεγνώνουν πριν καταλήξουν στο τμήμα ζύγισης – συσκευασίας.

Ζύγιση – συσκευασία: Οι πατάτες θα ζυγίζονται αυτόματα και στη συνέχεια θα ακολουθεί η συσκευασία. Η συσκευασία θα γίνεται σε κενό αέρος σε σάκους των 5 κιλών και των 10 κιλών και θα επικολλάται σήμανση με την ημερομηνία παραγωγής και αριθμό παρτίδας (Lot Number).

Αποθήκευση: Το τελικό προϊόν (σάκοι των 5 kg – 10 kg αποφλοιωμένης και τεμαχισμένης πατάτας) θα συγκεντρώνεται και θα μεταφέρεται στον ψυκτικό θάλαμο – αποθήκη, όπου θα διατηρούνται σε θερμοκρασία 4-6 C και από εκεί σε διάστημα 5 ημερών θα μεταφέρονται στον τελικό πελάτη με το αυτοκίνητο – ψυγείο της μονάδας.

3. Λοιπές διαδικασίες

Για την πλήρη λειτουργία και ολοκλήρωση της διαδικασίας απαιτούνται και οι ακόλουθες υποστηρικτικές διαδικασίες:

Παραγγελιοληψία: Θα εκτελείται μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας B2B, Fax, τηλεφωνικής κλήσης, λήψης email και έντυπης παραγγελίας στον διανομέα.

Τιμολόγηση: Θα γίνεται με χρήση του λογισμικού εμπορικής διαχείρισης και του κατάλληλου εξοπλισμού.

Διανομή: Θα υπάρχει ημερήσια κατάρτιση προγράμματος και παράδοση με το αυτοκίνητο – ψυγείο.

Λογιστική παρακολούθηση: Θα υλοποιείται μέσω του λογισμικού γενικής λογιστικής.

Οι ακριβείς διαδικασίες θα σχεδιαστούν κατά την εκπόνηση της μελέτης ISO 9001 και ISO 22000, ώστε να πληρούνται τόσο οι κανόνες υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων όσο και οι κανόνες παροχής ποιοτικών υπηρεσιών.

Τέλος, θα ακολουθηθούν οι πρακτικές που απαιτούνται στην παραγωγική διαδικασία βάσει της περιβαλλοντικής μελέτης του συστήματος EMAS 14000 κατά την υλοποίηση του έργου.

5.2. Απαιτούμενη Τεχνολογία – Διαθέσιμες επιλογές

5.2.1. Επιλογή Τεχνολογίας

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η επιλογή της τεχνολογίας αποτελεί βασικό παράγοντα που θα καθορίσει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία της επένδυσης. Η διαθέσιμη τεχνολογία για την βιομηχανία επεξεργασίας, κοπής και τυποποίησης νωπής πατάτας είναι περιορισμένη. Παγκοσμίως είναι συγκεκριμένες η μέθοδοι παραγωγής. Κατά συνέπεια οι επενδυτές έχουν να επιλέξουν κατά βάση στο μηχανολογικό εξοπλισμό που θα υποστηρίξει την εν λόγω τεχνολογία.

5.2.2. Κριτήρια Επιλογής Τεχνολογίας

Τα βασικά κριτήρια σύμφωνα με τα οποία θα γίνει η επιλογή της τεχνολογίας για τη συγκεκριμένη μονάδα είναι τα εξής:

- Να είναι συμβατή υποστηρίζοντας τις ανάγκες του προγράμματος παραγωγής.
- Να είναι σύγχρονη και ταυτόχρονα δοκιμασμένη, ώστε να καλύπτονται επαρκώς οι ανάγκες των εγκαταστάσεων.
- Να παρέχει τη δυνατότητα για μελλοντική επέκταση και παραλλαγή του προγράμματος.
- Η σχέση κόστους/ωφέλειας να είναι όσο το δυνατόν καλύτερη.

5.3. Μηχανολογικός Εξοπλισμός

5.3.1. Περιγραφή Μηχανολογικού Εξοπλισμού

Σύμφωνα με τα παραπάνω ο επενδυτής έχει κυρίως να επιλέξει για θέματα που αφορούν στο μηχανολογικό εξοπλισμό. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός θα αποτελέσει ένα από τα βασικά συγκριτικά στοιχεία για την επιτυχία της επένδυσης, ενώ ταυτόχρονα θα μπορούσε να αποτελέσει συγκριτικό πλεονέκτημα στην εταιρία με τρεις τρόπους.

- λόγω του χαμηλού κόστους κτήσης , το οποίο κατά συνέπεια θα μεταφερθεί και στα συνολικά έξοδα της εταιρίας μέσω των αποσβέσεων
- λόγω της καινοτομικής φύσης της τεχνολογίας, η οποία θα συντελούσε είτε στα χαμηλά λειτουργικά έξοδα, είτε στην παραγωγή καινοτομικών ή ανώτερης ποιότητας προϊόντων
- συνδυασμός των δύο ανωτέρω

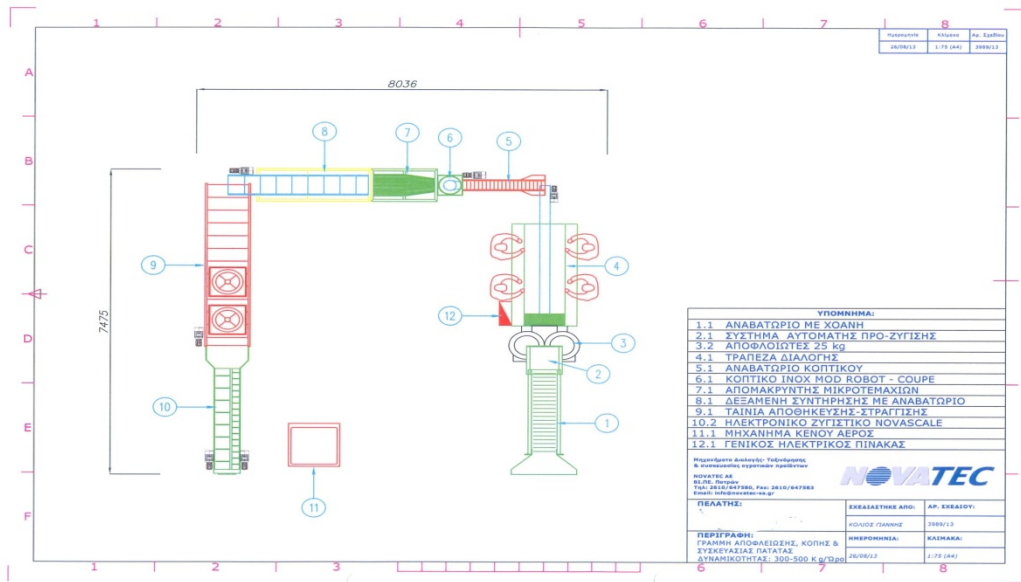
στη συγκεκριμένη περίπτωση ο επενδυτής έχει καταλήξει σε μηχανολογικό εξοπλισμό ο οποίος:

- υποστηρίζει το πρόγραμμα παραγωγής
- είναι εύκολος στη χρήση
- είναι αξιόπιστος ως προς τη λειτουργία
- υποστηρίζει την παραγωγή ποιοτικού προϊόντος
- είναι σχετικώς χαμηλής ενεργειακής κατανάλωσης
- είναι ιδιαίτερα οικονομικός ως προς την κτήση του

Έχει γίνει η επιλογή μίας ελληνικής εταιρίας από την Πάτρα (εταιρία NOVATEC), η οποία θα προμηθεύσει ένα ενιαίο σύστημα επεξεργασίας (αποφλοιώσης, κοπής, συσκευασίας) νωπής πατάτας. Η δυνατότητα παραγωγής είναι από 300 έως 500 κιλά/ώρα. Η τεχνολογία που χρησιμοποιεί είναι η πλέον σύγχρονη, ενώ η ενεργειακή κατανάλωση είναι αρκετά χαμηλή. Όλα τα μηχανήματα θα συνοδεύονται από εγχειρίδια χρήσης και συντήρησης στα ελληνικά και σχέδια του μηχανολογικού και ηλεκτρολογικού εξοπλισμού. Επίσης, συνοδεύονται από πιστοποιητικά CE και τηρούν τις προδιαγραφές απόκτησης των συστημάτων HACCP, ISO κλπ. Επίσης, η συγκεκριμένη εταιρεία διαθέτει πιστοποιητικό διαχείρισης ποιότητας ISO 9001: 2008 και τεχνική υποστήριξη – service. Το τμήμα τεχνικής υποστήριξης της NOVATEC θα προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες καλύπτοντας τις απαιτήσεις της μονάδας.

Σε πρώτη φάση παρουσιάζονται οι διατάξεις για την παραγωγή

Διάγραμμα 5-1: Η διάταξη για την παραγωγή



Τα τμήματα του συστήματος παραγωγής περιγράφονται αναλυτικά στη συνέχεια.

Αποψη γραμμής





Αναβατώριο τροφοδοσίας INOX: αποτελείται από σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, από έναν ιμάντα PROLINK και τακούνια για την προώθηση των πατατών και η κίνηση γίνεται με ηλεκτρομειωτήρα HP 0,75. Οι διαστάσεις του είναι πλάτος 500χλστ. και το μήκος του 2500χλστ. Θα γεμίζεται το σιλό Α' υλών και στη συνέχεια το αναβατώριο θα τροφοδοτεί το σύστημα προγεμίματος με ένα ιμάντα, που θα λειτουργεί συγχρονισμένα με ηλεκτρομειωτήρα στροφών.



Σύστημα αυτόματης προζύγισης INOX: αποτελείται από σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, από μηχανικό σύστημα ζύγισης για την τροφοδοσία του αποφλοιωτή με προϊόντα και ηλεκτροβαλβίδα με πιστόνι για το άνοιγμα και το κλείσιμο της πόρτας. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 500χλστ. και το πλάτος του 500χλστ.

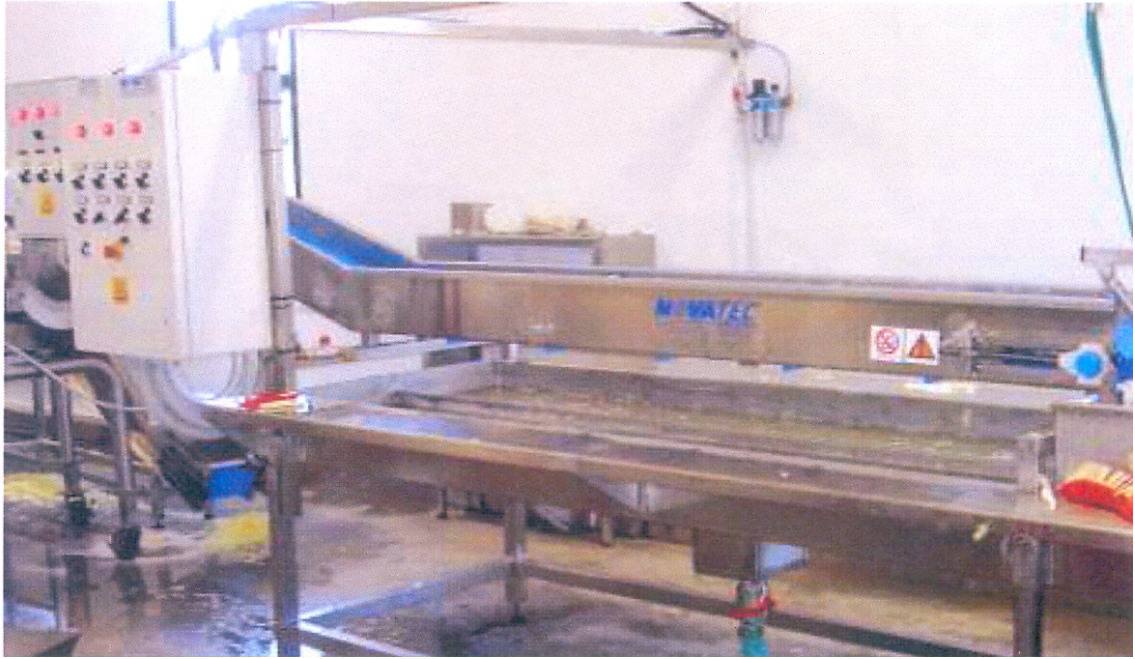




Αποφλοιωτές 25 KGR INOX: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, έναν περιστρεφόμενο εσωτερικά κύλινδρο από σμιρίδι για την αποφλοίωση των προϊόντων, ένα πιστόνι αέρος με χρονοδιακόπτη για το άνοιγμα και κλείσιμο των πορτών αυτόματα και η κίνηση γίνεται με ηλεκτρομειωτήρα HP 1,5 x 2 τεμ. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 800 χλστ. και το πλάτος του 500 χλστ. Οι πατάτες θα οδηγούνται στον αποφλοιωτή που θα λειτουργεί με περιστρεφόμενο κύλινδρο από σμιρίδι και αφού καθαριστούν, θα μεταφέρονται σε δεξαμενή μέσω ενός αναβατορίου και θα οδηγούνται στην τράπεζα διαλογής.

Τράπεζα διαλογής INOX: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, έναν ιμάντα PROLINK για την προώθηση των καθαρισμένων πατατών στο κοπτικό μηχάνημα και κίνηση με ηλεκτρομειωτήρα HP 0,5. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 2.500 χλστ. και το πλάτος του 800 χλστ. Αριστερά και δεξιά της τράπεζας διαλογής θα βρίσκονται οι εργάτες που θα καθαρίζουν και θα απομακρύνουν τα ακατάλληλα προϊόντα και θα προωθούν τα κατάλληλα στο κοπτικό μέρος της γραμμής παραγωγής.





Αναβατώριο κοπτικού INOX: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, έναν ιμάντα PROLINK και η κίνηση γίνεται με ηλεκτρομειωτήρα HP 0,5. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 1.500 χλστ. και πλάτος 200 χλστ.



Κοπτικό INOX MOD ROBOT – COUPE: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό. Το μηχάνημα δέχεται όλες τις διαστάσεις μαχαιριών για στικ, φέτες, ροδέλα κτλ. Η κίνηση γίνεται με ηλεκτρομειωτήρα HP 1,5 και δύο ταχύτητες κοπής (375 και 750 στροφές/λεπτό). Οι διαστάσεις του είναι μήκος 500 χλστ. και πλάτος 500 χλστ. Θα προωθούνται τα κατάλληλα προϊόντα στο κοπτικό μέρος της γραμμής παραγωγής. Το κοπτικό μηχάνημα για πατάτες έχει δυναμικότητα 1.000 κιλ/ώρα.



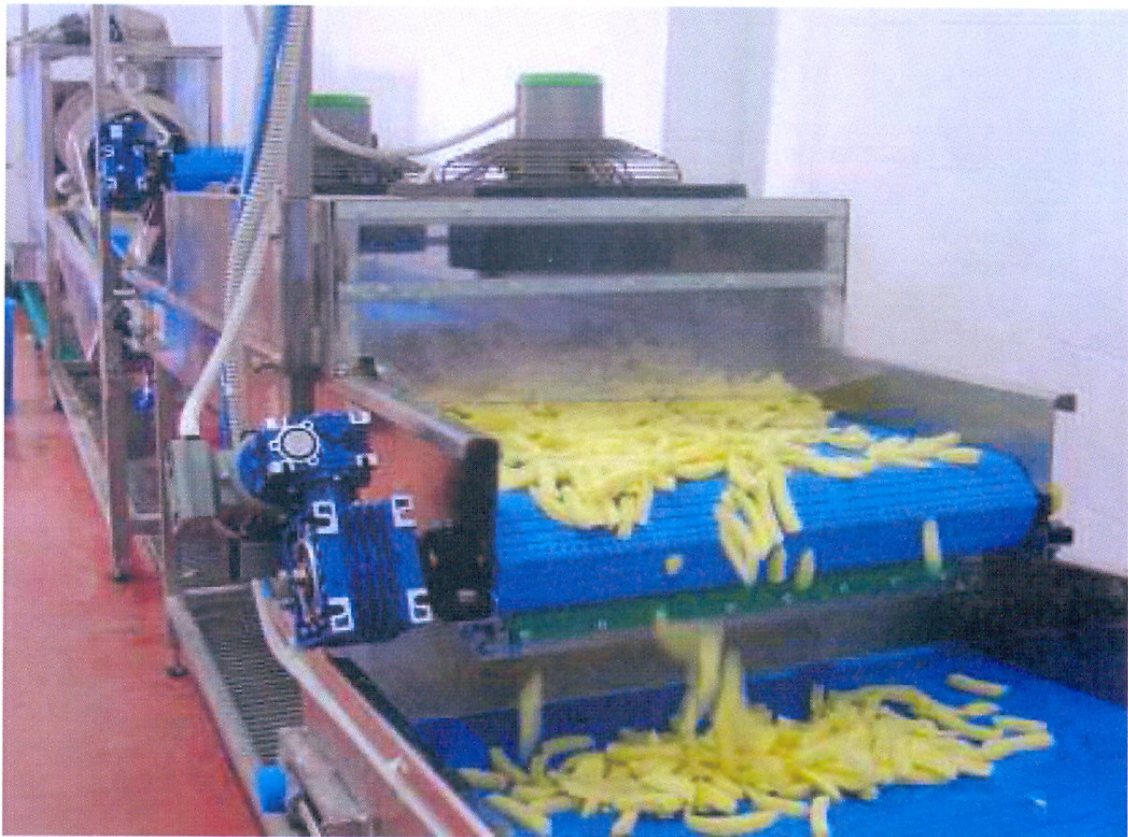
Απομακρυντής μικροτεμαχίων INOX: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό και η κίνηση γίνεται με ηλεκτρομειωτήρα HP 1,5. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 1.300 χλστ. και το πλάτος του 800 χλστ. Ο απομακρυντής είναι κατάλληλος για την απομάκρυνση των μικρών τεμαχίων και τριμμάτων της κομμένης πατάτας.



Δεξαμενή συντήρησης INOX: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό χωρητικότητας 500λίτρων περίπου και η κίνηση γίνεται με αυξομειωτήρα στροφών HP 0,5. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 2.200 χλστ και το πλάτος του 800 χλστ. Οι τεμαχισμένες πατάτες θα συγκεντρώνονται σε δεξαμενή – λουτρό με θειώδες διάλυμα για συντήρηση, που φέρει ανθρωποθυρίδα για καλό καθαρισμό.



Ταινία στράγγισης: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, έναν ιμάντα PROLINK για την προώθηση των προϊόντων, 2 ανεμιστήρες φυσικού αέρα για το στέγνωμα των προϊόντων HP 1,5 ο καθένας και η κίνηση γίνεται με αυξομειωτήρα στροφών HP 0,5, με βηματική κίνηση μέσω φωτοκυττάρου ελέγχου της εισερχόμενης ποσότητας. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 3.000 χλστ και το πλάτος του 800 χλστ. Μετά την διαλογή – κοπή, οι κομμένες πατάτες θα οδηγούνται στον ιμάντα στράγγισης, όπου με χρήση ανεμιστήρων θα στεγνώνουν πριν καταλήξουν στο τμήμα ζύγισης – συσκευασίας.



Ηλεκτρονικό ζυγιστικό μηχάνημα MOD NOVASCALE έως 10 KGR: αποτελείται από έναν σκελετό INOX AISI 304 από διαμορφωμένη λαμαρίνα και κοιλοδοκό, ένα αναβατώριο από δύο ιμάντες PROLINK με τακούνια για την προώθηση των προϊόντων στη χοάνη ζύγισης, ένα πιστόνι αέρος με ηλεκτροβαλβίδα για το άνοιγμα και το κλείσιμο της πόρτας, ένα ηλεκτρονικό σύστημα ζύγισης με ανοξειδωτή δυναμοκυψέλη (LOAD CELL), μία οθόνη για τον ακριβή καθορισμό του βάρους, ένα κομπρεσέρ αέρα 220V/2HP, 50lt και η κίνηση του αναβατωρίου γίνεται με δύο ηλεκτρομειωτήρες HP 0,5 ο καθένας. Οι διαστάσεις του είναι μήκος 3.500 χλστ και το πλάτος 600 χλστ. Το συγκεκριμένο μηχάνημα ζυγίζει και τοποθετεί σε σακούλα το έτοιμο κομμένο προϊόν.



Μηχάνημα κενού αέρος MARLIN 52: Για τη συσκευασία εν κενώ κάθε φορά με κομμένα προϊόντα χρησιμοποιείται το συγκεκριμένο μηχάνημα. Η ιπποδύναμή του είναι HP 3,63 m³ αντλία κενού και οι διαστάσεις του είναι πλάτος 900 χλστ και το μήκος 800 χλστ.



Γενικός ηλεκτρικός πίνακας χειρισμού & ελέγχου – ηλεκτρική εγκατάσταση: Ο γενικός ηλεκτρικός πίνακας έχει τις ανάλογες διαστάσεις και βαθμό προστασίας IP 54 και αποτελείται από υλικά ευρωπαϊκών προδιαγραφών, εσωτερική μανδάλωση και stop κατά μήκος της γραμμής. Για την ηλεκτρική εγκατάσταση θα χρησιμοποιηθούν καναλέτες, καλώδια και χελιφλέξ. Η ηλεκτρική εγκατάσταση θα ακολουθεί τους κανονισμούς της Ε.Ε.

5.4. Κόστος Μηχανολογικού Εξοπλισμού & Τεχνολογίας & τρόπος απόκτησής τους

Ο επενδυτής έχει καταλήξει στην αγορά του μηχανολογικού εξοπλισμού από την εταιρία NOVATEC με έδρα της την Πάτρα. Θα προμηθευτεί τις διατάξεις όλης της παραγωγικής διαδικασίας.

Η αγορά θα κοστίσει 249.690 € και τα μηχανήματα θα είναι διαθέσιμα σε 1 μήνα από την παραγγελία τους. Η αγορά θα πραγματοποιηθεί με καταβολή όλου του ποσού με την παραλαβή των μηχανημάτων. Στο ποσό περιλαμβάνονται και τα έξοδα μεταφοράς μέχρι τη βιομηχανική μονάδα.

Για τυχόν παραλείψεις ή αστοχίες κατά τη μεταφορά βαρύνεται αποκλειστικά ο προμηθευτής. Η συναρμολόγηση των ξεχωριστών τμημάτων των σιλό θα πραγματοποιηθεί από το ειδικό προσωπικό της προμηθεύτριας εταιρίας, το κόστος του οποίου συμπεριλαμβάνεται στο κόστος της συνολικής αγοράς.

Αναλυτικά το κόστος του μηχανολογικού εξοπλισμού είναι:

Πίνακας 5-1: Μηχανολογικός εξοπλισμός και συνολικό κόστος

Α/Α	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ (Είδος, τύπος, τεχνικά χαρακτηριστικά)	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕ ΦΠΑ
1	ΣΙΛΟ ΤΟΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ	1	4.500,00	5.535,00
2	ΑΝΑΒΑΤΩΡΙΟ ΣΙΛΟ	1	2.000,00	2.460,00
3	ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ-ΠΛΥΝΤΗΡΙΟ	1	5.000,00	6.150,00
4	ΑΝΑΒΑΤΩΡΙΟ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ ΙΝΟΧ	1	3.500,00	4.305,00
5	ΣΥΣΤΗΜΑ ΑΥΤΟΜΑΤΗΣ ΠΡΟΖΥΓΙΣΗΣ ΙΝΟΧ	1	2.500,00	3.075,00
6	ΑΠΟΦΛΟΙΩΤΕΣ MOD 56SSH 25 Kg ΑΓΓΛ.	2	17.000,00	20.910,00
7	ΔΕΞΑΜΕΝΗ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗΣ ΙΝΟΧ	1	6.000,00	7.380,00
8	ΤΡΑΠΕΖΑ ΔΙΑΛΟΓΗΣ ΙΝΟΧ	1	7.000,00	8.610,00
9	ΚΟΠΤΙΚΟ ΙΝΟΧ MOD.URSCHELD Diversa Cut sprin	1	42.000,00	51.660,00
10	ΑΝΑΒΑΤΩΡΙΟ ΚΟΠΤΙΚΟΥ ΙΝΟΧ	1	2.500,00	3.075,00
11	ΑΠΟΜΑΚΡΥΝΣΗ ΜΙΚΡΟΤΕΜΑΧΙΩΝ ΙΝΟΧ	1	8.500,00	10.455,00
12	ΔΕΞΑΜΕΝΗ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΙΝΟΧ	1	8.500,00	10.455,00
13	ΤΑΙΝΙΑ ΣΤΡΑΓΓΙΣΗΣ	1	6.500,00	7.995,00
14	ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΖΥΓΙΣΤΙΚΟ ΜΗΧΑΝΗΜΑ 2-10 KG	1	10.000,00	12.300,00
15	ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΚΕΝΟΥ ΑΕΡΟΣ POLAR 2-75	1	24.000,00	29.520,00
16	ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	1	7.000,00	8.610,00
17	ΜΕΤΑΦΟΡΑ – ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ - ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ	1	3.500,00	4.305,00
18	ΜΟΝΑΔΑ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ	1	43.000,00	52.890,00
ΣΥΝΟΛΟ			203.000,00	249.690,00

Πίνακας 5-2: Λοιπός εξοπλισμός και συνολικό κόστος

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ (Είδος, τύπος, τεχνικά χαρακτηριστικά)	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΚΟΣΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΜΕ ΦΠΑ
1	ΔΕΞΑΜΕΝΗ ΝΕΡΟΥ ΚΑΘΕΤΗ 1250 LT	1	168,00	206,64
2	ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ SOFT 300	1	4.510,00	5.547,30
3	ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ RBS - 100	1	450,00	553,50
4	LASER PRINTER MS310DN	1	125,00	153,75
5	DELL PC OPTIPLEX 3010	1	567,00	697,41
6	LASER PRINTER CS310DN	1	199,00	244,77
7	DELL PC NOTEBOOK LATITUDE E5530	1	780,00	959,40
8	ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΒΑΛ MOD. HPA	1	350,00	430,50
9	ΠΡΟΕΚΤΑΣΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ MOD HPA	1	165,00	202,95
10	ΣΥΡΤΑΡΟΘΗΚΗ ΜΕ ΤΡΙΑ ΣΥΡΤΑΡΙΑ	1	165,00	202,95
11	ΚΑΘΙΣΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ – ΥΨΗΛΗ ΠΛΑΤΗ	1	240,00	295,20
12	ΚΑΘΙΣΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ – ΜΕΣΑΙΑ ΠΛΑΤΗ	1	320,00	393,60
13	ΕΡΜΑΡΙΟ ΜΕ ΠΟΡΤΕΣ	1	295,00	362,85
14	ΦΟΡΤΗΓΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ NISSAN NV 200	1	13.760,98	16.926,01
15	ΤΕΛΟΣ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗΣ	1	754,00	927,42
16	ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΨΥΓΕΙΟΥ	1	7.300,00	8.979,00
ΣΥΝΟΛΟ			30.148,98	37.083,25

Επίσης για την κάλυψη του λοιπού εξοπλισμού ο επενδυτής δεν θα προβεί στην αγορά όλων των ειδών που χρειάζονται για να καλύψουν την μονάδα, λόγω της ήδη υπάρχουσας διαθεσιμότητας που έχει απο μεταχειρισμένα είδη από την εταιρεία ερευνών που έχει στην κατοχή του ο κύριος Κωνσταντίνος Δεριζιώτης.

Την αγορά των μηχανημάτων και του λοιπού εξοπλισμού, θα την πραγματοποιήσει η επιχείρηση κατά 30% με ίδια κεφάλαια, κατά 65% με επιχορήγηση από το πρόγραμμα LEADER και κατά 5% με τραπεζικό δανεισμό.

5.5. Έργα Πολιτικού Μηχανικού

5.5.1. Προετοιμασία & Ανάπτυξη του χώρου εγκατάστασης

Η μελέτη για τις κτιριακές υποδομές της βιομηχανίας επεξεργασίας πατάτας, όπως και κάθε μονάδας παραγωγής, είναι εξέχουσας σημασίας για την ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Είναι προφανές ότι πρέπει να εξασφαλίζουν όλες τις απαιτούμενες λειτουργίες που αναλύθηκαν στα προηγούμενα κεφάλαια, καθώς και να είναι σε θέση να υποστηρίξουν μελλοντικές προβλέψεις που αφορούν σε αύξηση της ζήτησης και εν μέρει αλλαγή της παραγωγικής διαδικασίας και διοίκησης. Ταυτόχρονα, είναι ζητούμενο η κατασκευή τους να προσεγγίζει το δυνατόν την ισορροπία ανάμεσα στην εξυπηρέτηση των αναγκών και το ελάχιστο οικονομικό κόστος υλοποίησης και συντήρησης, ώστε να καθιστούν την επένδυση συμφέρουσα. Οι κτιριακές υποδομές αποτελούν πάγια περιουσιακά στοιχεία της εταιρίας, επηρεάζοντας την οικονομική λειτουργία πέρα από τη διαδικασία παραγωγής. Συνεπώς, είναι αναγκαία η συνεργασία του μελετητή με τον εκάστοτε οικονομολόγο για τη σύνταξη της βέλτιστης μελέτης.

Στη συγκεκριμένη βιομηχανία, ο επενδυτής διαθέτει οικόπεδο εκτάσεως 5.060 τ.μ. και το εμβαδόν κάλυψης αντιστοιχεί στα 1.518 τ.μ., το οποίο κρίνεται κατάλληλο τόσο λειτουργικά για την ανέγερση των κτιρίων όσο και από πολεοδομικής εξέτασης. Σημειώνεται ότι στο οικόπεδο δεν υφίσταται κανένα άλλο κτίριο ή άλλου είδους κατασκευή που να μπορούσε να εκμεταλλευτεί ή να χρήζει κατεδαφίσεως. Επίσης, συνορεύει με επαρχιακή οδό γεγονός που εξασφαλίζει την πρόσβαση.

5.5.2. Διαμόρφωση και Προετοιμασία εσωτερικού & εξωτερικού χώρου της κτιριακής εγκατάστασης

Όπως προκύπτει από τα προηγούμενα κεφάλαια υπάρχει η απαίτηση για τη δημιουργία κτιρίου επιφανείας 400m², που θα χρησιμοποιείται για τη στέγαση της μονάδας επεξεργασίας γεωμήλων (αποφλοιώση και παραγωγή νωπής τεμαχισμένης πατάτας).

Στο κτίριο θα περιλαμβάνονται οι ακόλουθοι χώροι:

1. Ψυκτικός θάλαμος Α΄ ύλης με προθάλαμο επιφανείας συνολικής έκτασης 59,22m². Θα αποτελεί χώρο συγκέντρωσης της Α΄ ύλης, με δυνατότητα αποθήκευσης συσκευασμένων κονδύλων πατάτας για ανάγκες της μονάδας, προς λήψη παραγγελιών 2-3 εβδομάδων. Θα διαχωρίζεται κατά την είσοδο της Α΄ ύλης σε προθάλαμο επιφανείας 9,40 τ.μ., για να εξοικονομείται ενέργεια στον ψυκτικό θάλαμο κατά το άνοιγμα και κλείσιμο των θυρών.

2. Ψυκτικός θάλαμος επιφανείας 16,80m² για αποθήκευση του τελικού προϊόντος. Προβλέπεται η παραγωγή της προηγούμενης ημέρας να διακινείται στους πελάτες την επομένη της παραγωγής. Η δυνατότητα παραμονής του τελικού προϊόντος στον ψυκτικό θάλαμο μπορεί να είναι το αργότερο 5 ημέρες.

3. Χώρος παραγωγής & επεξεργασίας 248,64m², θα είναι ο κύριος χώρος επεξεργασίας της πατάτας με την διάταξη των μηχανημάτων, όπως φαίνεται στην κάτοψη που επισυνάπτεται, αλλά και στην προσφορά του προμηθευτή του μηχανολογικού εξοπλισμού.

Οι ανωτέρω χώροι θα πλαγιοκαλύπτονται με Panel πολυουρεθάνης, επενδυμένα με Plastisol και υγειονομικές γωνιές.

Επίσης, στο κτίριο προβλέπονται και οι ακόλουθοι χώροι:

- Γραφεία επιφανείας 23,03 m².
- Αποθήκη υλικών συσκευασίας επιφανείας 8,93 m².
- Διάδρομος επίσκεψης και πρόσβασης επιφάνειας 7,90 m², γιατί οι απαιτήσεις του συστήματος HACCP απαγορεύουν την απευθείας έξοδο από τον χώρο των WC στο χώρο επεξεργασίας των τροφίμων.
- WC επιφανείας 13,63 m².

Οι ανωτέρω χώροι πλαγιοκαλύπτονται με χωρίσματα γυψοσανίδας 1+1 με μόνωση πετροβάμβακα.

Στέγαστρα: θα κατασκευαστούν δύο μεταλλικά στέγαστρα διαστάσεων (5,55 * 5,40) m, τα οποία συνδέονται μεταξύ τους με στέγαστρο διαστάσεων (10,00 * 1,00), με επένδυση τραπεζοειδούς λαμαρίνας και ανεξάρτητη υδρορροή για την προστασία εισόδου στο κτίριο.

Εξωτερική πλαγιοκάλυψη κτιρίου: για την πλαγιοκάλυψη του κτιρίου (στις περιοχές που δεν αποτελούν περιοχές ψυκτικών θαλάμων) θα χρησιμοποιηθούν έγχρωμα χαλύβδινα πάνελ πετροβάμβακα, με διαμόρφωση στο εξωτερικό έλασμα και φανερή 1000/50mm. Το πάχος της μόνωσης προβλέπεται να είναι ίσο με 50mm και ικανό πάχος ελασμάτων, βαμμένα εσωτερικά και εξωτερικά σε RAL της αρεσκείας σας. Σε ότι αφορά την στερέωση των πάνελ θα χρησιμοποιηθούν αυτοδιάτρητοι κοχλίες, σύμφωνα με τις προδιαγραφές του κατασκευαστή.

Για την πλαγιοκάλυψη του κτιρίου (στις περιοχές που αποτελούν περιοχές ψυκτικών θαλάμων) θα χρησιμοποιηθούν έγχρωμα χαλύβδινα πάνελ πετροβάμβακα, με διαμόρφωση στο εξωτερικό έλασμα και φανερή 1000/100mm. Το πάχος της μόνωσης προβλέπεται να είναι ίσο με 100mm και ικανό πάχος ελασμάτων, βαμμένα εσωτερικά και εξωτερικά σε RAL. Σε ότι αφορά την στερέωση των πάνελ θα χρησιμοποιηθούν αυτοδιάτρητοι κοχλίες, σύμφωνα με τις προδιαγραφές του κατασκευαστή.

Ειδικά τεμάχια: σε όλους τους αρμούς και στα τελειώματα των επικαλύψεων (οροφής και πλαινών) θα χρησιμοποιηθούν ειδικά τεμάχια με κατάλληλο σχήμα και μορφή, σύμφωνα με τις αρχιτεκτονικές απαιτήσεις. Θα κατασκευαστούν από γαλβανισμένα ή έγχρωμα ελάσματα ικανού πάχους.

Κατακόρυφες υδρορροές: από τις οριζόντιες γαλβανιζέ υδρορροές του κτιρίου και ανά διαστήματα θα συνδέονται κατακόρυφοι πλαστικοί σωλήνες PVC 3 Atm (κατεβατά), κατάλληλης διαμέτρου, με τους οποίους τα όμβρια θα αποχετεύονται στον περιβάλλοντα χώρο.

Οριζόντιες υδρορροές: προβλέπεται η τοποθέτηση οριζόντιων γαλβανιζέ υδρορροών σε κάθε κοιλάδα της στέγης. Το υλικό κατασκευής τους θα είναι γαλβανιζέ χαλυβδοέλασμα, πάχους 1,50 mm στρατζαρισμένο με γεωμετρία, η οποία θα προκύψει από τον σχεδιασμό της στέγης. Η αποκατάσταση της συνέχειας των ελασμάτων θα γίνεται με συγκόλληση, εξασφαλίζοντας τη στεγάνωση τοπικά στις ραφές. Οι ανωτέρω υδρορροές είναι διπλού τοιχώματος (διπλό χαλυβδόφυλλο και μόνωση), προς αποφυγή υγροποίησης κατά την διάρκεια των πρωινών ή τις αποτομες μεταβολές θερμοκρασίας.

Εξωτερικές πόρτες: προβλέπεται η κατασκευή και τοποθέτηση τεσσάρων εξωτερικών μεταλλικών θυρών 1,00 x 2,15 m σε θέση που ορίζουν τα σχέδια της αρχιτεκτονικής μελέτης. Κάθε πόρτα έχει τα κάτωθι χαρακτηριστικά:

✓ Θυρόφυλλο κατασκευασμένο από γαλβανισμένα χαλυβδοελάσματα βαμμένα με ειδικό primer σε χρώμα off-white (με βάση το RAL9002), με μόνωση πετροβάμβακα εσωτερικά. Το τελικό χρώμα θα προκύψει από βαφή επιτόπου σύμφωνα με την αρχιτεκτονική μελέτη.

✓ Κάθε πόρτα θα έχει μπάρα πανικού και κλειδαριά.

Πόρτες προσωπικού απλές: προβλέπεται η κατασκευή και τοποθέτηση οκτώ πορτών, γραφείων – wc – χώρων εξυπηρέτησης προσωπικού, πρεσσαριστές, απλές, διαστάσεων (1,00 * 2,10)m, σε θέση που ορίζουν τα σχέδια της αρχιτεκτονικής μελέτης.

Πόρτες HACCP: προβλέπεται η κατασκευή και τοποθέτηση δύο πορτών (ανοιγόμενων) προδιαγραφών HACCP διαστάσεων (1,00 * 2,10)m σε θέση που ορίζουν τα σχέδια της αρχιτεκτονικής μελέτης.

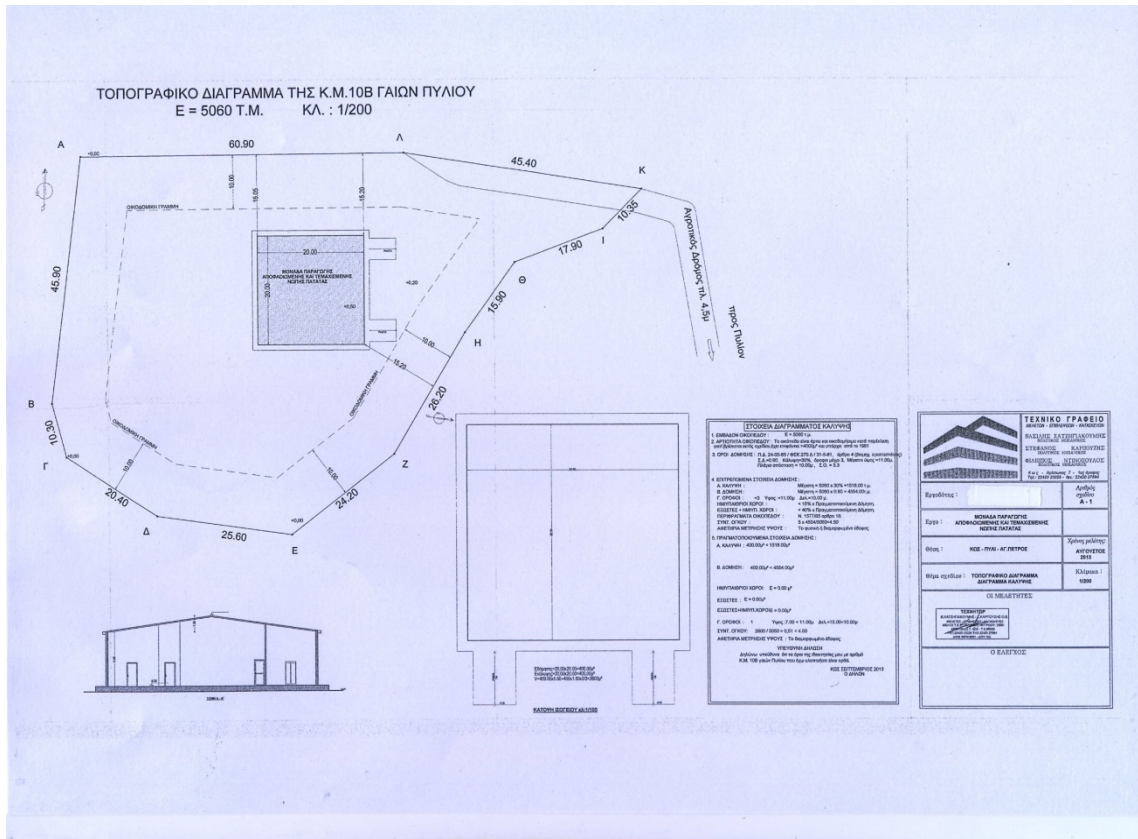
Πόρτες HACCP ψυκτικών θαλάμων: προβλέπεται η κατασκευή και τοποθέτηση τριών πορτών ψυκτικών θαλάμων (1,00 * 2,10)m σε θέση που ορίζουν τα σχέδια της αρχιτεκτονικής μελέτης.

Μεταλλική ανεμόσκαλα: για την πρόσβαση στην οροφή του κτιρίου προβλέπεται η κατασκευή κατακόρυφης μεταλλικής κλίμακας. Τα στοιχεία κατασκευής θα είναι χαλύβδινα ίδιας προδιαγραφής ποιότητας και βαφής με αυτά του μεταλλικού κτιρίου, ενώ προβλέπεται προστατευτική λάμα κυκλικής μορφής ανά 1 μέτρο σε όλο το ύψος της σκάλας. Η κατασκευή θα είναι βαμμένη σε χρώμα RAL.

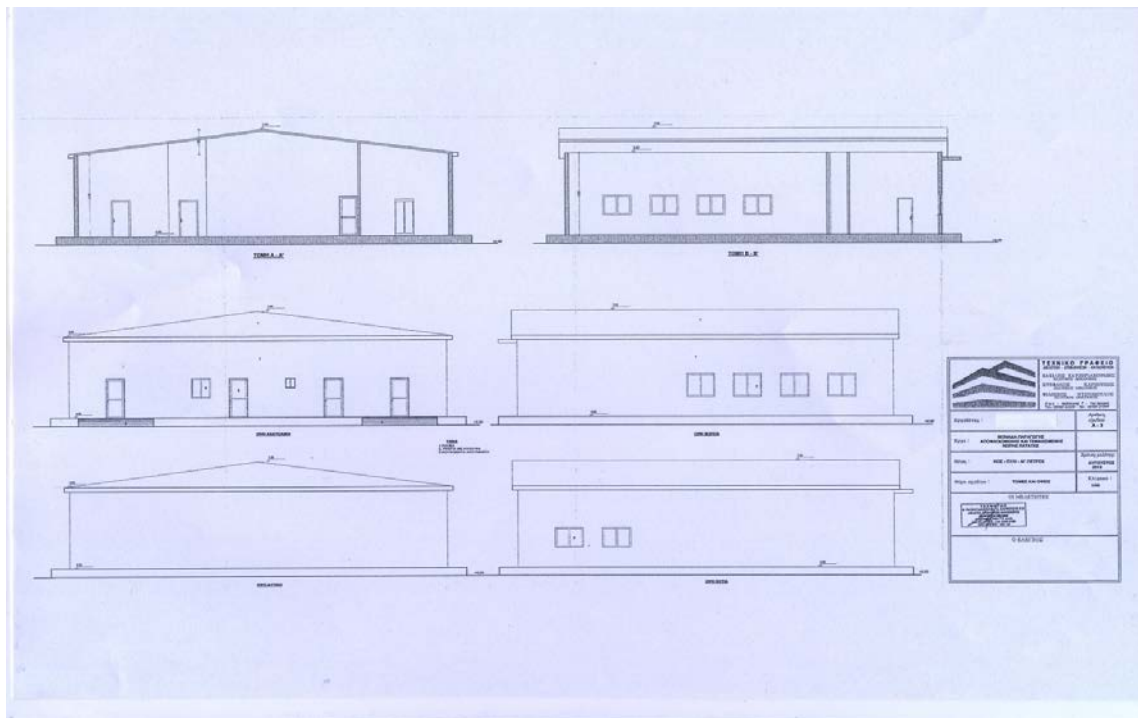
Θεμελιακή γείωση: σε όλη την περίμετρο της θεμελίωσης και σε στρώμα οπλισμένου σκυροδέματος, θα τρέχει αγωγός από γαλβανισμένο χάλυβα διατομής 3,5 * 30mm. Η όδευση που θα σχηματίζεται θα είναι κλειστή, σχηματίζοντας κλειστό δακτύλιο. Οι συνδέσεις του αγωγού μπορούν να γίνουν είτε δια κοχλιώσεως είτε δια συγκολλησεως.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται το τοπογραφικό διάγραμμα, το διάγραμμα κάλυψης, οι τομές και όψεις και οι κατόψεις της μονάδας.

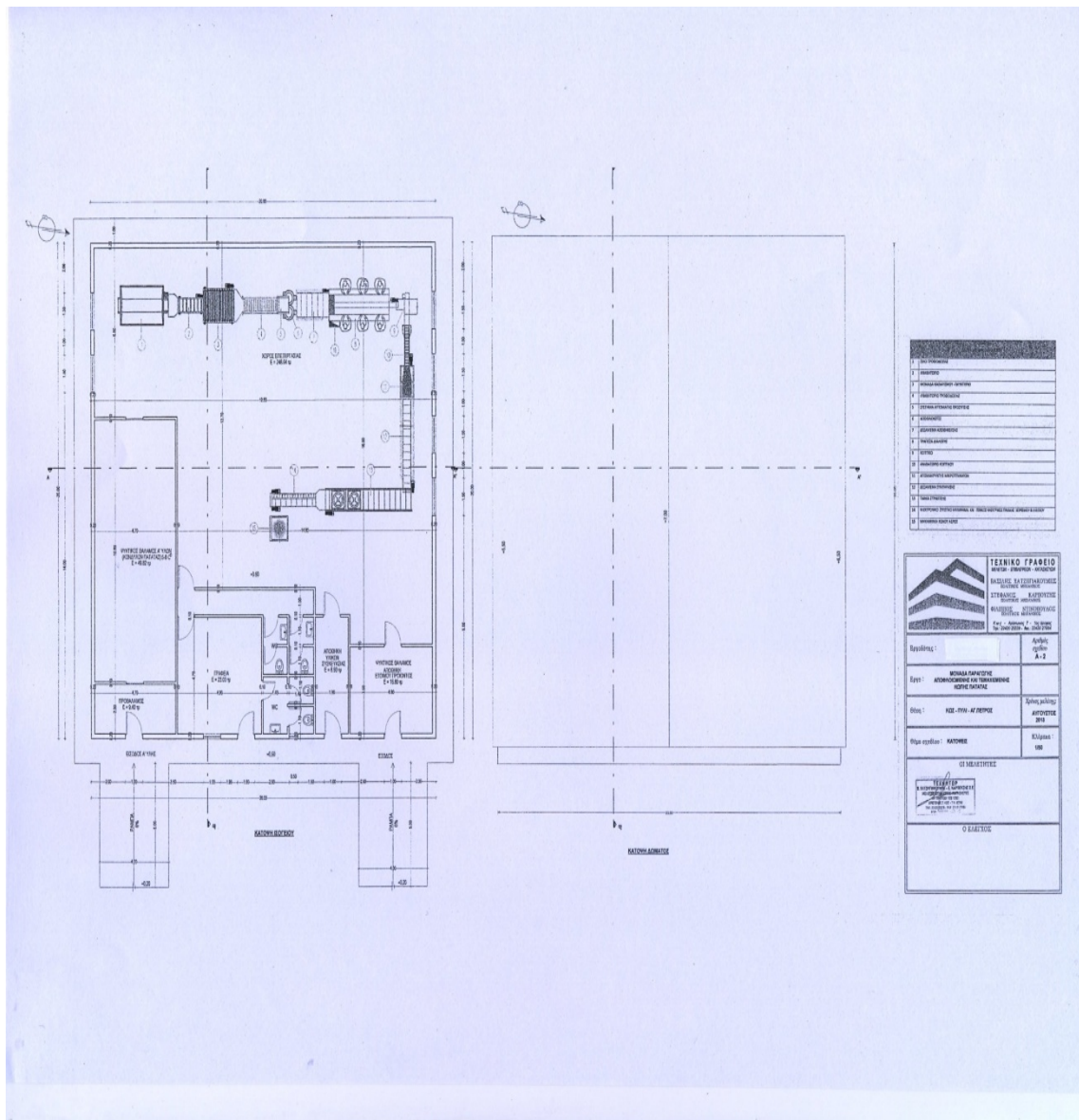
Διάγραμμα 5-2: Τοπογραφικό διάγραμμα και διάγραμμα κάλυψης



Διάγραμμα 5-3: Τομές και όψεις του κτιρίου



Διάγραμμα 5-4: Κατόψεις της μονάδας



5.6. Κόστος έργων πολιτικού μηχανικού

Το κόστος ολοκλήρωσης των υποδομών της εν λόγω βιομηχανίας παρουσιάζεται στον επόμενο πίνακα, με όλες τις εργασίες:

Πίνακας 5-3: Κόστος ολοκλήρωσης των υποδομών

Κατηγορία Δαπάνης	Είδος εργασίας	Ποσότη α	Τιμή μονάδας	Σύνολο	Συνολικό κόστος (με ΦΠΑ)
ΧΩΜΑΤΟΥΡΓΙΚΑ	Γενικές εκσκαφές γαιώδεις	350	7,00	2.450,00	3.013,50
	Επιχώσεις με προϊόντα εκσκαφής	160	7,00	1.120,00	1.377,60
	Ειδικές επιχώσεις	60	12,20	732,00	900,36
	3Α (Προμήθεια και διάστρωση)	60	21,50	1.290,00	1.586,70
	Σκυρα (Προμήθεια και διάστρωση)	55	29,00	1.595,00	1.961,85
	Μπετόν καθαριότητας (προμήθεια και διάστρωση)	183	10,00	1.830,00	2.250,90
	Θεμελίωση (C20/25)	62	275,00	17.050,00	20.971,50
	Εδαφόπλακα (C16/20)	87	175,00	15.225,00	18.726,75
	Βεράντες -Ράμπες (C16/20)	20	175,00	3.500,00	4.305,00
	Βιομηχανικό δάπεδο	524	5,50	2.882,00	3.544,86
	Εποξειδικό δάπεδο	363	18,50	6.715,50	8.260,07
	Μεταλλικός σκελετός	26500	1,82	48.230,00	59.322,90
	Οροφή Εξωτερική	405	25,50	10.327,50	12.702,83
	Πλαποκάλυψη εξωτερική	174	25,00	4.350,00	5.350,50
ΜΕΤΑΛΛΙΚΗ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΨΥΧΡΟ ΚΕΛΥΦΟΣ	πλαποκάλυψη 1000/100PL/SIM	196	37,00	7.252,00	8.919,96
	πλαποκάλυψη 1000/100PL/PL	165	39,60	6.534,00	8.036,82
	πλαποκάλυψη 1000/100PL/SIM	233	29,50	6.873,50	8.454,41
	πλαποκάλυψη 1000/100PL/PL	55	33,00	1.815,00	2.232,45
	Υδροροές μεταλλικές οριζόντιες	60	45,00	2.700,00	3.321,00
	Υδροροές PVC Κάθετες	36	24,00	864,00	1.062,72
	Τραπεζοειδής λαμαρίνα στεγ.	70	15,50	1.085,00	1.334,55

ΕΣΩΤ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΕΙΣ ΚΤΙΡΙΟΥ	Ειδικά τεμάχια εξωτερικά	390	14,00	5.460,00	6.715,80
	Ειδικά τεμάχια εσωτερικά	390	13,00	5.070,00	6.236,10
	Οροφή ψυκτικών θαλάμων	85	43,50	3.697,50	4.547,93
	Εσωτερική οροφή από ορυκτική ινα HACCP	315	26,00	8.190,00	10.073,70
	Πόρτες εσωτερικές πυροάντοχες	4	240,00	960,00	1.180,80
	Πόρτες εσωτερικές απλές	8	140,00	1.120,00	1.377,60
	Πόρτες ψυκτικών θαλάμων	2	1.150,00	2.300,00	2.829,00
	Πόρτες HACCP	2	350,00	700,00	861,00
	Επένδυση τοίχων και δαπέδων WC με πλακίδια	94	46,50	4.371,00	5.376,33
	Διπλό χώρισμα Γυψοσανίδας 2+2 με μόνωση πετροβάμβακα	55	25,00	1.375,00	1.691,25
	Γυψοσανίδα H=3,0 M	76	16,00	1.216,00	1.495,68
	ΣΥΝΟΛΟ			187.880,00	231.092,40
	Περίφραξη με σίτα και πασσάλους	305	19,00	5.795,00	7.127,85
ΣΥΝΟΛΟ			5.795,00	7.127,85	
ΚΟΣΤΟΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΩΝ			ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	
	ΣΥΝΟΛΟ ΚΤΙΡΙΑΚΩΝ ΕΡΓΩΝ		187.880,00	231.092,40	
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΡΓΩΝ ΥΠΟΔΟΜΗΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΧΩΡΟΥ		5.795,00	7.127,85	
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		193.675,0	238.220,25	

Εκτός απο το κόστος για τον μηχανολογικό εξοπλισμό, τα έργα υποδομής και του περιβάλλοντα χώρου, καθώς και των κτιριακών εγκαταστάσεων, υπάρχει και το κόστος των μελετών και διαφόρων άλλων υπηρεσιών υποστήριξης. Αναλυτικά παρατίθεται ο πίνακας με τις μελέτες και τα κόστη τους:

Πίνακας 5-4: Κόστος μελετών

Α/Α	ΜΕΛΕΤΕΣ	ΚΟΣΤΟΣ	ΦΠΑ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ
1	Μελέτες Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων (ΜΠΕ)	2.800,00	644,00	3.444,00
2	Μελέτη για έκδοση οικοδομικής άδειας	7.000,00	1.610,00	8.610,00
3	Μελέτη επίβλεψη - επιμετρήσεις	9.000,00	2.070,00	11.070,00
4	Πιστοποίηση συστήματος HACCP-Ο.Π LETRINA	4.500,00	1.035,00	5.535,00
5	START UP (10 ημέρες)	1.500,00	345,00	1.845,00
6	Μελέτη ηλεκτρολογική και σύνδεση με ΔΕΗ	2.000,00	460,00	2.460,00
7	Σχεδιασμός και Εγκατάσταση Συστήματος Διαχ/σης ποιότητας 9001 :2008	1.500,00	345,00	1.845,00
8	Σχεδιασμός και Εγκατάσταση Συστήματος Ασφάλειας Τροφίμων 22001:2005	5.000,00	1.150,00	6.150,00
9	Σχεδιασμός και Εγκατάσταση Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχ/σης 14001:2004	5.000,00	1.150,00	6.150,00
10	Πιστοποίηση Συστήματος Διαχ/σης ποιότητας 9001 :2008	4.500,00	1.035,00	5.535,00
11	Πιστοποίηση Περιβαλλοντικής Συστήματος Διαχ/σης 14001:2004	4.500,00	1.035,00	5.535,00
12	Δημιουργία Διαδικτυακού Τόπου	9.950,00	2.288,50	12.238,50
13	Ετήσιο κόστος Φιλοξενίας Ιστότοπου	150,00	34,50	184,50
14	Παροχή υπηρεσιών υποστήριξης συμβούλου	5.000,00	1.150,00	6.150,00
15	Υπηρεσίες Λογισμικού Η/Υ	3.000,00	690,00	3.690,00
16	Ετήσια Σύμβαση Νέων εκδόσεων Λογισμικού	902,00	207,46	1.109,46
17	Ετήσια Σύμβαση Τηλεφωνικής Υποστήριξης Πληροφορικής	300,00	69,00	369,00
ΣΥΝΟΛΟ		66.602,00	15.318,46	81.920,46

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθενται συνοπτικά τα κόστη της μονάδας:

Πίνακας 5-5: Συνοπτικά κόστη της μονάδας

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ	ΚΟΣΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ΜΕ ΦΠΑ)
1	ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ & ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΑ ΧΩΡΟΥ & ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	193.675,00	238.220,25
2	ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	233.148,98	286.773,25
3	ΜΕΛΕΤΕΣ - ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ	66.602,00	81.920,46
	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΟΝΑΔΑΣ	493.425,98	606.913,96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ & ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ

6.1. Οργάνωση και Διαχείριση της μονάδας

Στο παρόν κεφάλαιο θα αναλυθεί η οργανωσιακή δομή της επιχείρησης με τρόπο αναλυτικό, έτσι ώστε να είναι σαφής η λειτουργία του κάθε τμήματος μέσα στην μονάδα, όπως επίσης θα αναλυθούν και τα γενικά έξοδα της, τα οποία μπορεί να μην αφορούν άμεσα την παραγωγή του προϊόντος, την συσκευασία και τη διανομή του, αλλά είναι πολύ σημαντικά καθώς επηρεάζουν το κόστος της επένδυσης και κατά συνέπεια παίζουν σημαντικό ρόλο στο κατά πόσο θα γίνει αποδεκτή η επένδυση ή όχι. Για τον λόγο αυτό πρέπει να αναπτυχθεί μία μορφή οργάνωσης, η οποία να επιτρέπει την σωστή διαχείριση της μονάδας και να κάνει σαφή το ποιά είναι τα κέντρα κόστους μέσα σε αυτήν, έτσι ώστε να δοθεί έμφαση σε συγκεκριμένα σημεία στην αλυσίδα πρόσθεσης αξίας, τα οποία μπορούν να μας δώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να αυξήσουν την αποδοτικότητα της παραγωγής μας.

Επομένως, η οργάνωση είναι η διαδικασία, με την οποία το σύνολο των εργασιών που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης ταξινομείται σε επιμέρους καθήκοντα, κατανέμεται σε κατάλληλα στελέχη, στα οποία αναθέτονται παράλληλα οι σχετικές ευθύνες και διαθέτονται οι κατάλληλοι πόροι.

Συνεπώς, η οργάνωση εκφράζεται με τους εξής τρόπους :

-Οργανόγραμμα

-Καταμερισμό Εργασιών

-Εκχώρηση Εξουσίας

-Τμηματοποίηση

Γενικά ο σχεδιασμός της οργάνωσης δεν γίνεται με έναν μόνο τρόπο αλλά αντίθετα υπάρχουν πολλές μορφές, έτσι ώστε να προσαρμόζεται στον εκάστοτε τύπο επιχείρησης, ανάλογα με της ανάγκες και τους στόχους της.

Μια σωστή μορφή οργάνωσης εκτός από την καλή λειτουργία του οργανισμού δίνει την δυνατότητα για μείωση των εξόδων, αλλά και αύξηση της αποδοτικότητας, συνδυασμός που οδηγεί σε ένα πολύ ανταγωνιστικό προϊόν.

6.1.1. Οργανωσιακές λειτουργίες

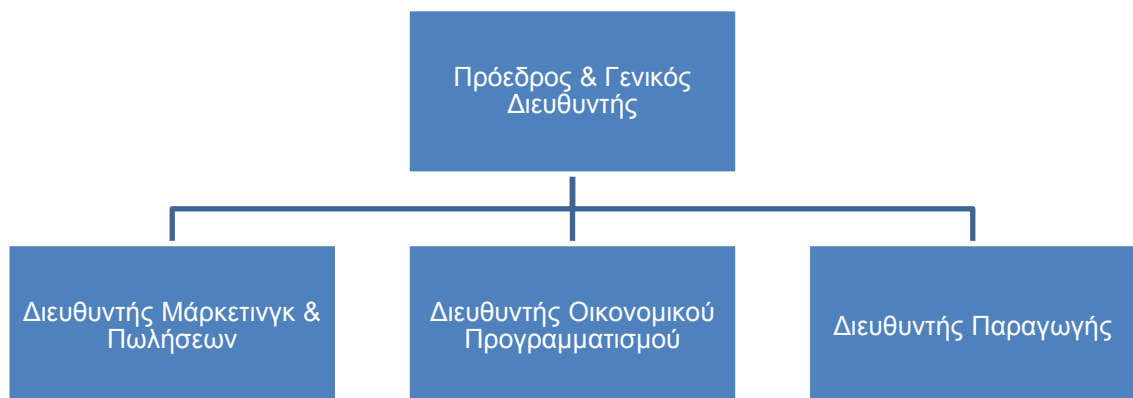
Οι λειτουργίες που θα υπάρχουν στην επιχείρηση δίνονται αναλυτικά σε αυτήν την παράγραφο έτσι ώστε να υπάρχει μια λεπτομερής εικόνα της οργάνωσης αλλά και των κέντρων κόστους.

Το κορυφαίο επίπεδο της μονάδας, η Διοίκηση, θα έχει ορίσει τον ίδιο τον Πρόεδρο και Γενικό Δ/ντη – ιδιοκτήτη της μονάδας, ως υπεύθυνο για όλη την επιχείρηση και συγκεκριμένα θα έχει την ευθύνη να ελέγχει και να συντονίζει τους υφιστάμενους Διευθυντές Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Οικονομικού Προγραμματισμού και Παραγωγής. Επίσης, στα καθήκοντά του θα είναι και ο μακροπρόθεσμος στρατηγικός σχεδιασμός. Οι παραπάνω διευθύνσεις θα πρέπει να απευθύνονται στον Γενικό Διευθυντή για κάθε πιθανό πρόβλημα που μπορεί να υπάρξει, καθώς επίσης θα πρέπει να υποβάλλουν μηνιαίες αναφορές, έτσι ώστε να μπορεί να γίνεται σωστός έλεγχος. Σε περίπτωση που οι διευθυντές δεν αναφέρουν άμεσα κάποιο επείγον περιστατικό θα έχουν την ευθύνη της εκάστοτε παράληψής τους.

Επίσης, πολύ σημαντικό ρόλο θα έχει η γραμματεία του Προέδρου, η οποία μεταξύ των άλλων καθηκόντων της, τα οποία θα περιλαμβάνουν την μηχανογράφηση, την αλληλογραφία και το τηλεφωνικό κέντρο, θα παρέχει λύσεις στον Πρόεδρο και Γενικό Δ/ντή, διευκολύνοντάς τον να έχει περισσότερο χρόνο για πιο απαιτητικές εργασίες.

Στο παρακάτω σχήμα φαίνεται το οργανόγραμμα της Διοίκησης, όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω.

Διάγραμμα 6-1: Οργανόγραμμα της Διοίκησης



Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Πωλήσεων

Η Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Πωλήσεων θα είναι μία από τις πιο σημαντικές διευθύνσεις της επιχείρησης, καθώς θα αποτελεί το βασικό τμήμα που θα ασχολείται με την προώθηση του προϊόντος, την διανομή αλλά και την τιμολόγηση, λειτουργίες οι οποίες για ένα νέο προϊόν στην αγορά είναι ίσως και οι πιο κρίσιμες για την επιτυχία του.

Επίσης όταν χρειάζεται θα αναλαμβάνει και την παραγγελία ερευνών αγοράς ώστε να γίνεται έλεγχος για την διείσδυση και την αναγνωρισιμότητα του προϊόντος.

Πιο συγκεκριμένα το *τμήμα Τιμολόγησης* θα ασχολείται με την όσο το δυνατόν καλύτερη τιμολόγηση των προϊόντων σε σχέση με τον ανταγωνισμό, την ζήτηση που υπάρχει, τις τάσεις της αγοράς, την αντίληψη του καταναλωτή για το προϊόν και γενικά τις αρχές του Μάρκετινγκ, οι οποίες είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνονται υπόψιν ειδικά για ένα προϊόν σε μια τόσο δύσκολη αγορά, το οποίο εμφανίζεται για πρώτη φορά.

Στο *τμήμα Προώθησης* θα γίνει η μεγάλη προσπάθεια διαφήμισης του προϊόντος και η τοποθέτηση του στην αγορά στόχο με ένα συγκεκριμένο προφίλ, το οποίο πρέπει να γίνει αντιληπτό από τον καταναλωτή, ώστε να το ξεχωρίσει και να το προτιμήσει.

Αν και ο ανταγωνισμός συγκεκριμένα στην νωπή και τυποποιημένη πατάτα στην Κω είναι μικρός έως ανύπαρκτος, ωστόσο δεν πρέπει να παραγνωρίζουμε τον κορεσμένο κλάδο της πατατοβιομηχανίας γενικότερα. Τέλος λόγω της χαμηλής τιμής του προϊόντος θα πρέπει το τμήμα Προώθησης να κινηθεί με συγκεκριμένο τρόπο στην αγορά.

Τέλος, στο *τμήμα Διανομής* θα γίνονται όλες οι ενέργειες, οι οποίες θα αφορούν την διανομή των προϊόντων στους πελάτες. Το τμήμα θα δέχεται παραγγελίες, θα κλείνει συμφωνίες και θα διαχειρίζεται γενικά τα της μετακίνησης των προϊόντων.

Επίσης, θα είναι υπεύθυνο και για τη λειτουργία του φορτηγού μεταφοράς της εταιρείας για την ικανοποίηση των πελατών της.

Με βάση τα παραπάνω έχουμε για την Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Πωλήσεων:

Διάγραμμα 6-2: Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Πωλήσεων



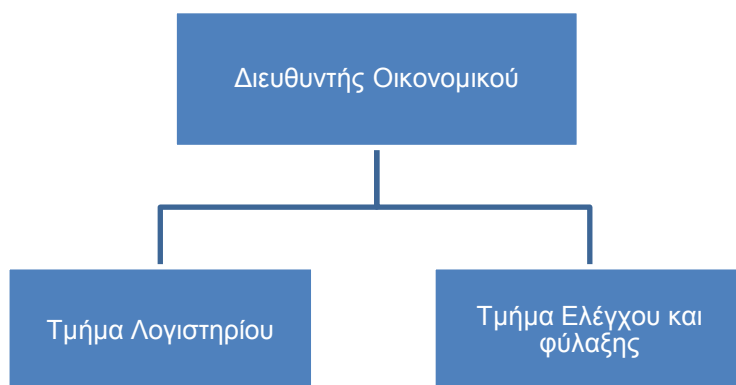
Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού

Στην Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού θα βρίσκονται το *τμήμα Λογιστηρίου και Χρηματοοικονομικών*, αλλά θα ανήκει και το *γραφείο Ελέγχου και Φύλαξης*. Το Λογιστήριο θα ασχολείται με την τήρηση των προβλεπόμενων λογιστικών βιβλίων, θέματα σχετικά με το ταμείο της επιχείρησης, την μισθοδοσία αλλά και την κοστολόγηση. Επίσης, θα παρέχει συμβουλές Χρηματοοικονομικής φύσεως, καθώς επίσης θα διαχειρίζεται και τις υποχρεώσεις της επιχείρησης προς Τράπεζες.

Επίσης σε αυτήν την Διεύθυνση θα υπάγεται και το γραφείο Ελέγχου και Φύλαξης της μονάδας, το οποίο θα ασχολείται με την παρακολούθηση των χώρων κατά την διάρκεια των εργασιών αλλά και μετά το πέρας του ωραρίου με σύστημα παρακολούθησης του χώρου αλλά και με φυσική παρουσία φύλακα ο οποίος θα διανυκτερεύει στην μονάδα.

Έτσι έχουμε για την Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού το εξής σχήμα :

Διάγραμμα 6-3: Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού



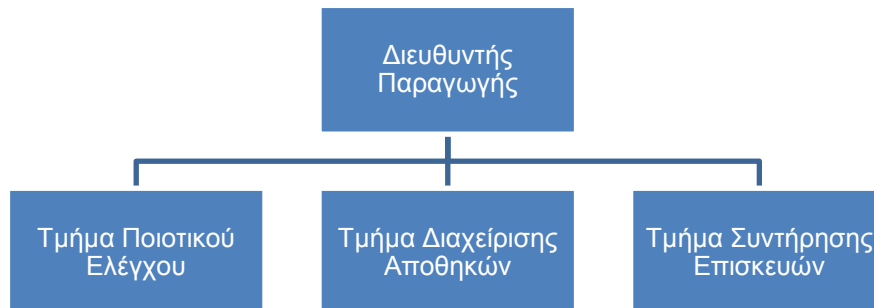
Διεύθυνση Παραγωγής

Τέλος, η Διεύθυνση Παραγωγής αφορά όλες τις διαδικασίες τις σχετικές με το προϊόν αλλά και την οργάνωση τους, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η επιχείρηση, ότι διαθέτει στην αγορά ένα αξιόλογο αγαθό, αλλά και ο πελάτης ότι το προϊόν που αγοράζει είναι άξιο της εμπιστοσύνης και των χρημάτων του.

Τα τμήματα που υπάρχουν σε αυτήν την Διεύθυνση είναι το *Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου*, το οποίο είναι υπεύθυνο για την διεξαγωγή συχνών ελέγχων των προϊόντων κατά την διάρκεια, αλλά και στο τέλος της παραγωγικής διαδικασίας, το *Τμήμα Διαχείρισης Αποθηκών*, το οποίο ασχολείται με την ορθή παραλαβή και αποστολή των προϊόντων, την οργανωμένη αποθήκευση τους ανά είδος καθώς και την εσωτερική διαχείριση τους και το *Τμήμα Συντήρησης – Επισκευών*, το οποίο θα φροντίζει για την καλή λειτουργία όλων των μηχανημάτων της μονάδας, έργο πάρα πολύ σημαντικό για μια επιχείρηση, η οποία στο μεγαλύτερο μέρος της βασίζεται σε μηχανήματα.

Στο παρακάτω σχήμα φαίνεται η οργάνωση της Διεύθυνσης Παραγωγής.

Διάγραμμα 6-4: Οργάνωση της Διεύθυνσης Παραγωγής



6.1.2. Οργανωσιακή Δομή

Όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη υποενότητα, η οργάνωση των λειτουργιών είναι από τα πιο σημαντικά αντικείμενα μέσα σε μία επιχείρηση, καθώς αυξάνει την παραγωγικότητα, μειώνει το κόστος σε κάθε σημείο πρόσθεσης αξίας στην αλυσίδα αξίας, αλλά και προσφέρει μία ξεκάθαρη εικόνα για την ιεραρχία και τα καθήκοντα του κάθε τμήματος μέσα στην επιχείρηση. Επίσης είδαμε αναλυτικά το έργο που επιτελεί το κάθε τμήμα για την λειτουργία της μονάδας, κάτω από ποιά διεύθυνση υπάγεται, ποιός είναι ο ρόλος του Προέδρου και Γενικού Διευθυντή και της Γραμματείας.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να πάρει την τελική μορφή του το οργανόγραμμα της επιχείρησης, καθώς θα πρέπει να φαίνεται ξεκάθαρα η κλίμακα της ιεραρχίας. Πριν όμως προχωρήσουμε στην γραφική απεικόνιση θα πρέπει να γίνουν κατανοητοί οι λόγοι που οδήγησαν στην επιλογή αυτής της μορφής και στον καθορισμό των λειτουργιών έτσι όπως αυτές παρουσιάστηκαν.

Το βασικότερο κριτήριο επιλογής μίας μορφής οργάνωσης είναι το κατά πόσο αυτό εξυπηρετεί την επιχείρηση που το χρησιμοποιεί.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η υπό μελέτη πατατοβιομηχανία θα εισέρθει σε έναν ευρύτερα κορεσμένο κλάδο, σε περίοδο οικονομικής κρίσης, με ένα προϊόν το οποίο δεν είναι νέο για την περιοχή και με τιμή πολύ ικανοποιητική για φρέσκια, κομμένη και τυποποιημένη πατάτα, αναμένεται να κυριαρχήσει άμεσα στο κοινό που στοχεύει.

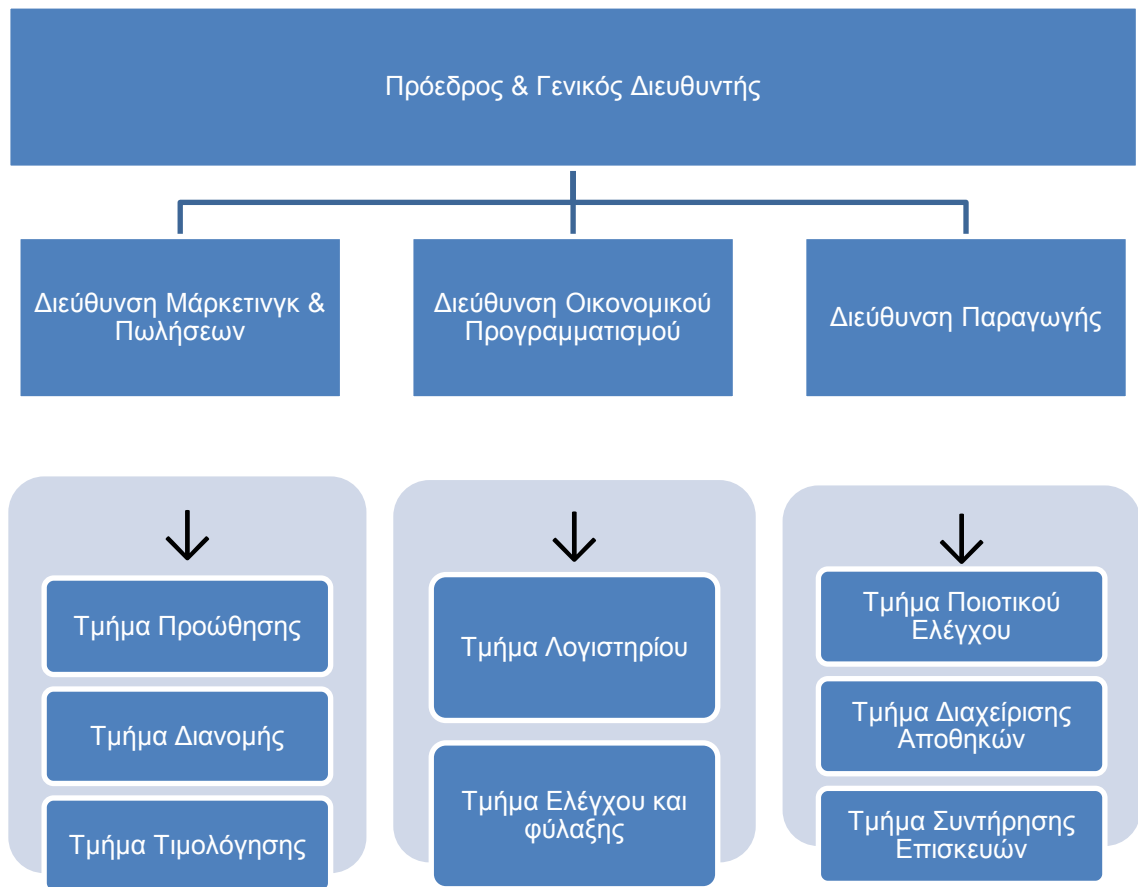
Δεδομένου λοιπόν του μικρού μεγέθους της επιχείρησης σε αρχικό επίπεδο δεν κρίνεται χρήσιμο να απασχολεί πολλούς εργαζόμενους, άρα δεν χρειάζεται να έχει και ένα σχέδιο οργάνωσης το οποίο να έχει πολλές διαφορετικές διευθύνσεις και πολλά τμήματα.

Κατά συνέπεια όπως είδαμε, σε σύγκριση με ένα τυπικό οργανόγραμμα, πολλές λειτουργίες έχουν συγχωνευτεί και κάποιες ακόμα έχουν καταργηθεί επειδή δεν κρίθηκαν ως αναγκαίες. Με αυτόν τον τρόπο, διατηρώντας δηλαδή την δομή της οργάνωσης μικρή και απλή, γίνεται πιο εύκολη η λειτουργία της κάθε διεύθυνσης και του κάθε τμήματος ενώ ταυτόχρονα μειώνεται και ο χρόνος για την διεκπεραίωση των ενεργειών που απαιτούνται καθημερινά από το προσωπικό.

Τα δύο παραπάνω προφανώς έχουν και σαν αποτέλεσμα την μείωση του κόστους και την αύξηση της αποτελεσματικότητας.

Στο παρακάτω σχεδιάγραμμα φαίνεται λοιπόν η τελική μορφή του οργανογράμματος, η οποία είναι πυραμιδοειδής, με την κορυφή να περιλαμβάνει τα ανώτερη διοίκηση, όλες τις διευθύνσεις στη μέση και τέλος στη βάση της πυραμίδας να βρίσκονται όλα τα τμήματα έτσι ώστε να είναι διακριτό σε ποιά διεύθυνση ανήκει το κάθε ένα.

Διάγραμμα 6-5: Οργανόγραμμα Επιχείρησης



6.2. Εντοπισμός των κέντρων κόστους

Σε αυτό το σημείο πρέπει να γίνει ένας διαχωρισμός του επενδυτικού σχεδίου σε κατηγορίες γενικών λειτουργιών που υπάρχουν μέσα στην επιχείρηση, οι οποίες την χαρακτηρίζουν. Αυτές οι κατηγορίες ονομάζονται Κέντρα Κόστους απο τον σκοπό που εξυπηρετούν και ο οποίος είναι ο εντοπισμός του κόστους σε κάθε κατηγορία ώστε να μπορεί να γίνει σωστός έλεγχος και αξιολόγηση της απόδοσής της.

Τα κέντρα κόστους χωρίζονται σε Κέντρα Κόστους Παραγωγής, Κέντρα Κόστους Συμπληρωματικών Υπηρεσιών και Κέντρα Κόστους Διοικητικού Προγραμματισμού. Στην συνέχεια θα γίνει ανάλυση σε αυτά τα τρία είδη. Για να διακριθούν με ευκολία χρησιμοποιείται το οργανόγραμμα της επιχείρησης.

6.2.1. Κέντρα κόστους παραγωγής

Τα Κέντρα Κόστους Παραγωγής είναι ουσιαστικά όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας. Έτσι για την μονάδα μας είναι :

- ▶ η παραλαβή της Α΄ ύλης (πατάτα)
- ▶ η αποθήκευση της Α΄ ύλης (πατάτα)
- ▶ ο έλεγχος ποιότητας της Α΄ ύλης (πατάτα)
- ▶ η τροφοδοσία της γραμμής παραγωγής με Α΄ ύλη
- ▶ η αποφλοιώση
- ▶ το πλύσιμο
- ▶ η διαλογή
- ▶ η κοπή
- ▶ η στράγγιση
- ▶ η ζύγιση
- ▶ η συσκευασία
- ▶ η αποθήκευση του έτοιμου προϊόντος

Έτσι κάθε ένα από αυτά τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας είναι και από ένα Κέντρο Κόστους, τα οποία στο τέλος της διαδικασίας και αφού έχει παραχθεί το προϊόν ενσωματώνονται στην τιμή του.

6.2.2. Κέντρα κόστους Υποστήριξης – Εξυπηρέτησεως

Τα Κέντρα Κόστους Υποστήριξης- Εξυπηρέτησεως περιλαμβάνουν όλες τις συμπληρωματικές υπηρεσίες για την καλή λειτουργία της μονάδας. Συγκεκριμένα αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει:

- **Μάρκετινγκ** (Προώθηση Προϊόντων, Έρευνες Αγοράς, κ.λ.π.).
- **Αποθήκες** (Αποθήκευση Έτοιμων Προϊόντων, Υλικών Συσκευασίας, Βελτιωτικών κ.λ.π.).

- **Μεταφορές Προϊόντων** (Αγορά ειδικού φορτηγού - ψυγείου για την παράδοση των προϊόντων).
- **Προμήθειες** (Πρώτων Υλών, Υλικών Συσκευασίας, Βελτιωτικών, Καθαριστικών, κ.λ.π.).
- **Έλεγχος Ποιότητας** (Τελικού Προϊόντος, Διαδικασίας Παραγωγής, κ.λ.π.).
- **Υπηρεσίες Κοινής Ωφέλειας** (Νερό, Ηλεκτρικό, Καύσιμα).
- **Λοιπές Υπηρεσίες** (Γραμματειακή Υποστήριξη κ.λ.π.).

6.2.3. Κέντρα κόστους Διοίκησης και Χρηματοοικονομικών

Όπως φαίνεται και από το όνομα τους αυτά τα Κέντρα αναφέρονται στον διοικητικό προγραμματισμό και στην αξιολόγηση της απόδοσης των χρηματικών πόρων. Έτσι σε αυτό το κομμάτι περιλαμβάνονται

-**Χρηματοοικονομικά** (Λογιστήριο, Προϋπολογισμός, κ.λ.π.)

-**Γενική Διοίκηση**

6.3. Γενικά έξοδα

Από το Συνολικό Κόστος που υπάρχει σε μια παραγωγική μονάδα από την στιγμή της λειτουργίας της, διακρίνουμε δύο μεγάλες κατηγορίες, το Άμεσο Κόστος και το Έμμεσο. Στο Έμμεσο Κόστος υπάρχει και η κατηγορία των Γενικών Εξόδων, η οποία θα αναλυθεί στη συνέχεια.

Το Άμεσο Κόστος, είναι μία κατηγορία με έξοδα που αφορούν την παραγωγή του προϊόντος και σχετίζονται με αυτήν με τρόπο άμεσο. Έτσι σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνονται το κόστος Πρώτων Υλών, το κόστος Εργασίας και γενικά τις δαπάνες που έχουν άμεση σχέση με την παραγωγή του προϊόντος.

Το Έμμεσο Κόστος, αντίστοιχα, αφορά όλα τα έξοδα τα οποία δεν έχουν άμεση σχέση με την παραγωγή του προϊόντος. Αυτά μπορεί να είναι είτε σχετικά με την παραγωγή του προϊόντος αλλά λόγω της δυσκολίας αντίληψης τους απο τον πελάτη να κρίνονται ως έμμεσο κόστος (όπως για παράδειγμα η ποσότητα νερού που υπάρχει για το

πλύσιμο της πατάτας, η οποία είναι όμως απειροελάχιστη για να την αντιληφθεί ο καταναλωτής), είτε να ανήκουν στην κατηγορία των Γενικών Εξόδων.

Τα Γενικά Έξοδα είναι ουσιαστικά όλα εκείνα τα έξοδα που δεν έχουν άμεση σχέση με το παραγόμενο προϊόν και δεν υπάρχουν καθόλου ως υλική υπόσταση στο προϊόν. Τα έξοδα αυτά αφορούν την επιχείρηση και την διοίκηση, και είναι συνήθως σχετικά με την συντήρηση του εξοπλισμού, δημοτικά τέλη, ασφάλιστρα, τηλεπικοινωνίες, κ.λ.π.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα γενικά έξοδα όπως υπολογίστηκαν για το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας. Λόγω της φύσης των Γενικών Εξόδων οι υπολογισμοί των ποσών έγιναν κατά προσέγγιση.

Πίνακας 6-1: Γενικά έξοδα επιχείρησης για το 1^ο έτος (2016) - εκτίμηση

ΕΙΔΟΣ ΕΞΟΔΟΥ	ΠΟΣΟ
Ασφάλιστρα	12.000
Δημοτικά Τέλη	2.000
Έξοδα Νομικών Υπηρεσιών	15.000
Επαγγελματικά Ταξίδια	6.000
Λοιπά Γενικά Έξοδα	19.000
ΣΥΝΟΛΟ	54.000

Τέλος στον επόμενο και τελευταίο πίνακα για αυτό το κεφάλαιο γίνεται μία πρόβλεψη για τα Γενικά Έξοδα της επιχείρησης για την επόμενη πενταετία. Η πρόβλεψη αυτή θα βασιστεί στην αναμενόμενη αύξηση του πληθωρισμού. Έτσι ο μέσος πληθωρισμός για την πενταετία αυτή αναμένεται να είναι στο 1,8%.

Βάσει λοιπόν αυτού του μέσου πληθωρισμού θα υπολογίσουμε και τα Γενικά Έξοδα στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 6-2: Πρόβλεψη Γενικών εξόδων ανά έτος (5ετία)

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΓΕΝΙΚΩΝ ΕΞΟΔΩΝ
2016	54.000
2017	54.972
2018	55.961,49
2019	56.968,79
2020	57.994,22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

7.1. Η σημαντικότητα της επιλογής του ανθρώπινου δυναμικού

Για να πραγματοποιηθεί το επενδυτικό σχέδιο και για να λειτουργήσει ως παραγωγική μονάδα, πρέπει να γίνει η στελέχωσή του με την πρόσληψη του κατάλληλου ανθρωπίνου δυναμικού, όπως διοικητικά στελέχη, υπαλλήλους, εργατικό δυναμικό (ειδικευμένο – ανειδίκευτο) και βοηθητικό προσωπικό (μαθητευόμενους, φύλακες κ.α.).

Το ανθρώπινο δυναμικό θα πρέπει να επιλεγεί με βασικό κριτήριο το οικονομικό κόστος και φυσικά το παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό, στο οποίο λειτουργούν όλες οι επιχειρήσεις.

Το κλειδί της επιτυχίας για την επιχείρηση θα είναι η ανταγωνιστικότητα, η παραγωγικότητα, η ποιότητα και εν τέλει η αποδοτικότητα. Οπότε θα πρέπει να επιλεγούν εργαζόμενοι με αξίες, ικανότητες, δεξιότητες, γνώσεις, συμπεριφορά και προσωπικότητα. Αυτοί θα αποτελέσουν το υλικό όπου θα αξιοποιήσει όλους τους συντελεστές παραγωγής, ώστε η επιχείρηση να επιτύχει τους στόχους της.

7.1.1. Εκτίμηση του συνόλου των αναγκών σε ανθρώπινους πόρους

Ο σχεδιασμός για τις ανάγκες σε επιτελικό και εργατικό προσωπικό για την προπαραγωγική φάση του σχεδίου, καθώς και για την εύρυθμη λειτουργία του έχει ως εξής:

Θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στη διεύθυνση παραγωγής και στη διεύθυνση του μάρκετινγκ, η οποία περιλαμβάνει σημαντικά κομμάτια όπως είναι οι πωλήσεις, η διανομή, η τιμολόγηση και η προώθηση του προϊόντος. Μια παραγωγική διαδικασία και μάλιστα υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως είναι η πατάτα Diamond απαιτεί ειδικευση και εμπειρία στη παραγωγή και τον έλεγχο ποιότητας.

Βασικά στρατηγικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών θα είναι η παραγωγή ενός προϊόντος πιστοποιημένου και παραγόμενου κάτω από τους αυστηρούς ελέγχους ISO, καθώς και η διαφοροποιημένη τιμή του και η άμεση ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη, με τα κατάλληλα κανάλια διανομής που θα διαθέτει.

Η επιχείρηση του κυρίου Κωνσταντίνου Δεριζιώτη θα επιλέξει την κατάλληλη οργανωτική δομή, τόσο για την εξυπηρέτηση των στόχων – σκοπών της εταιρείας όσο και για την ορθότερη λειτουργία της. Η οργανωτική – αρχιτεκτονική δομή της επιχείρησης είναι η μέθοδος συγκρότησης της δομής, της λειτουργίας και της διοίκησης αυτής. Οποιοσδήποτε τύπος οργάνωσης και αν εφαρμοζόταν, είναι απαραίτητη η

δημιουργία τμημάτων, με την λεγόμενη τμηματοποίηση, τα οποία είναι βασικό στοιχείο του οργανωτικού σχεδιασμού της επιχείρησης.

7.1.2. Περιγραφή καθηκόντων (JOB DESCRIPTION)

Ο Πρόεδρος και Γενικός Δ/ντής

Έχει την ευθύνη του γενικού συντονισμού και της εφαρμογής αποτελεσματικής διοικητικής και παραγωγικής διαδικασίας στην εταιρεία.

Τα καθήκοντα και οι αρμοδιότητες του είναι η εξασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας του εσωτερικού περιβάλλοντος, του συνεχούς - έγκαιρου προγραμματισμού και της αποτελεσματικής διοικητικής και παραγωγικής διαδικασίας της επιχείρησης. Επίσης, πρέπει να εποπτεύει τα τμήματα και να συνεργάζεται με τα στελέχη της επιχείρησης για την εκπλήρωση των υποχρεώσεών τους. Έχει δικαίωμα υπογραφής για οικονομικές συναλλαγές και προετοιμάζει θέματα ανάληψης, ανάθεσης και προγραμματισμού δράσεων. Είναι υπεύθυνος για τη συνεχή ενημέρωση Φορέων για την πορεία υλοποίησης των δράσεων και τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και παρακολούθηση του ετήσιου Business Plan της εταιρίας. Επίσης είναι υπεύθυνος για την πορεία υλοποίησης των δράσεων της εταιρίας, αλλά και για το σχεδιασμό και τη διαμόρφωση της πολιτικής για την οργάνωση και τον καθορισμό των αμοιβών του προσωπικού του. Επίσης, επιλέγει στόχους, είναι υπεύθυνος για τη διαδικασία καταμερισμού ανθρώπινων, τεχνολογικών και φυσικών πόρων σε επί μέρους δραστηριότητες που συμμετέχουν στην επίτευξη των στόχων και για τη διαδικασία συντονισμού της δράσης για μεγιστοποίηση της απόδοσης των κατανεμημένων πόρων. Στη Διοίκηση εντάσσεται και η Γραμματεία. Η διαδικασία της διοίκησης εμπεριέχει τέσσερις βασικές λειτουργίες :

- ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ : καθορίζονται στόχοι και σχεδιάζεται η δράση
- ΟΡΓΑΝΩΣΗ : διαμορφώνονται οι δομές
- ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ : καθοδηγείται, ενθαρρύνεται και ενεργοποιείται το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης, για την καλύτερη δυνατή επίτευξη των στόχων
- ΕΛΕΓΧΟΣ : μετρά επιτεύγματα και κατευθύνει την προσπάθεια πάνω σε επιλεγμένη πορεία.
- ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΣ : συντονισμός εργασιών για επίτευξη στόχων.

Διεύθυνση Παραγωγής

Είναι ο κυριότερος τομέας της επιχείρησης. Αποτελείται από τμήματα, τα οποία ασχολούνται με την κατάλληλη επεξεργασία των πρώτων υλών και την κατασκευή του προϊόντος της επιχείρησης, σύμφωνα με τις προδιαγραφές και με συγκεκριμένες τεχνικές μεθόδους. Ασχολείται με την οργάνωση, την βελτίωση των τεχνικών μεθόδων και τον καθορισμό της παραγωγικής διαδικασίας που απαιτεί οποιαδήποτε καινοτομία του προγράμματος παραγωγής.

Η Διεύθυνση Παραγωγής εμπεριέχει τις εξής βασικές λειτουργίες:

- **ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ - ΕΠΙΣΚΕΥΕΣ** : αποστολή και καθήκον την γρήγορη επισκευή του ηλεκτρομηχανολογικού εξοπλισμού και των ηλεκτρονικών, σε περίπτωση βλάβης, αλλά κυρίως την σωστή συντήρησή του, με περιοδικούς προληπτικούς ελέγχους, ώστε να μειωθούν και με στόχο να εξαλειφθούν οι παρουσιαζόμενες βλάβες του. Το τμήμα συντήρησης απαρτίζεται από συντηρητή ο οποίος έχει την ευθύνη της ορθής λειτουργίας του μηχανολογικού εξοπλισμού καθώς και των κτιριακών εγκαταστάσεων της επιχείρησης.
- **ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ** : ελέγχει ότι το προϊόν της επιχείρησης τόσο κατά τα διάφορα στάδια της παραγωγής όσο και όταν είναι έτοιμο προς πώληση (τελικός έλεγχος) είναι σύμφωνο με τις προδιαγραφές και πληρεί όλες τις προϋποθέσεις ποιότητας που ζητεί η αγορά. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να τονισθεί ότι **ο έλεγχος και η διασφάλιση της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος** θα ελέγχεται εσωτερικά, στο ειδικό χημείο που θα στεγάζεται εντός της μονάδας. Το τμήμα ελέγχου στελεχώνεται από γεωπόνο στην αρμοδιότητα του οποίου είναι η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στους παραγωγούς, και ενημέρωση τους αναφορικά με νέες καλλιεργητικές μεθόδους, φυτοφάρμακα, κτλ.
- **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΘΗΚΩΝ**: ασχολείται με τις προμήθειες παγίων (εγκαταστάσεις, μηχανήματα), ανταλλακτικών και βοηθητικών υλικών παραγωγής και πρώτων υλών.

Στο παραπάνω τμήμα εντάσσεται και η **Αποθήκη** στην οποία τοποθετούνται σε διαφορετικούς, οργανωμένους χώρους, ποσότητες προμήθειας είτε πρόκειται για πρώτη ύλη είτε για ανταλλακτικά ή βοηθητικά υλικά και ποσότητες τελικού παραγόμενου προϊόντος. Το τμήμα αποθήκης είναι από τα κυριότερα τμήματα της επιχείρησης αλλά και το απαιτητικότερο καθώς απαρτίζεται από αποθηκάρους και εργατοτεχνίτες.

Οι αποθηκάριοι θα είναι υπεύθυνοι για την ορθή παραλαβή και αποστολή των προϊόντων, την οργανωμένη αποθήκευση τους ανά είδος καθώς και την εσωτερική διαχείριση τους. Στις υποχρεώσεις τους είναι η παρακολούθηση του αποθέματος της αποθήκης αλλά και οι ασφαλείς διαδικασίες αποθήκευσης και μεταφοράς των προϊόντων, όπως και η διατήρηση των κανόνων υγιεινής των προϊόντων.

Οι αρμοδιότητες των εργατοτεχνιτών είναι η ασφαλής μεταφορά των εμπορευμάτων και η ορθή αποθήκευση τους με βάση τις οδηγίες των αποθηκάριων.

Διεύθυνση Μάρκετινγκ & Πωλήσεων

Γίνονται οι απαιτούμενες ενέργειες για την πώληση και την έγκαιρη παράδοση των προϊόντων της παραγωγής είτε απ' ευθείας μέσω κατάλληλης οργάνωσης, πωλητών, κλπ. ή και μέσω τοπικών αντιπροσώπων ή συνεργατών.

Συγκεκριμένα, παραγγελίες, συμφωνίες τιμών, χρόνου πληρωμής και χρόνου παράδοσης είναι αντικείμενο του τμήματος αυτού.

Γενικώς το τμήμα αυτό συνδέεται με την αγορά, είτε για πωλήσεις είτε για αγορές. Το συγκεκριμένο τμήμα στεγάζεται εντός της έδρας της επιχείρησης. Επίσης, η έρευνα Αγοράς (marketing), η παρακολούθηση της κίνησης του προϊόντος παραγωγής από άποψη ζήτησης και **διανομής, τιμολόγησης,** ποσότητας και ποιότητας, ανταγωνισμού, διαφήμισης και **προώθησης,** είναι αντικείμενο των υπηρεσιών αυτών που πληροφορούν την επιχείρηση για την χρησιμοποιούμενη τεχνολογία του ανταγωνισμού και τις προτιμήσεις και απαιτήσεις των καταναλωτών και εισηγούνται βελτιώσεις αλλά και αλλαγές στην παραγωγή με στόχο την αύξηση των πωλήσεων ανήκει στο τμήμα αυτό.

Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού

Η Οικονομική Δ/ση και το Λογιστήριο της επιχείρησης είναι το τμήμα το οποίο παρακολουθεί την κίνηση των οικονομικών απαιτήσεων και υποχρεώσεων της επιχείρησης. Φροντίζει για την έγκαιρη είσπραξη των απαιτήσεων (γραμμάτια, επιταγές, πιστωτικοί λογαριασμοί, κλπ.) εκδίδοντας τις σχετικές αποδείξεις εισπράξεως ή τιμολόγια, όπως επίσης φροντίζει και για την έγκαιρη εξόφληση των υποχρεώσεων της επιχείρησης εκδίδοντας τα σχετικά εντάλματα πληρωμής. Τηρεί τα προβλεπόμενα από τη φορολογική νομοθεσία λογιστικά βιβλία και κάνει σ' αυτά όλες τις υποχρεωτικές καταχωρήσεις. Ταυτόχρονα ασχολείται με θέματα μισθοδοσίας, κοστολογίου και ταμείου. Ο υπεύθυνος του λογιστηρίου θα συντονίζει τις εργασίες και θα μεριμνά για την ορθή λογιστική παρακολούθηση των λογιστικών καταστάσεων καθώς και τον

έλεγχο τους για αποφυγή τυχών σφαλμάτων στις λογιστικές εγγραφές, αλλά και την μισθοδοσία της επιχείρησης.

Επίσης ασχολείται με την είσπραξη των οφειλών από τους πελάτες και την εγγραφή όλων των τιμολογίων αγορών της επιχείρησης.

Φροντίζει ώστε να υπάρχει συμφωνία μεταξύ των λογαριασμών Γενικής Λογιστικής και Εμπορικής Διαχείρισης. Επίσης ελέγχει και φροντίζει να υπάρχει συμφωνία μεταξύ των μερίδων και θεωρημένων ισοζυγίων της αποθήκης. Η σύνταξη των δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων και των δηλώσεων Φ.Π.Α., όπως επίσης και η μηνιαία έκδοση θεωρημένων βιβλίων. Καταχωρεί τα έγγραφα τακτοποίησης και των προβλέψεων καθώς και είναι υπεύθυνος για το κλείσιμο των λογιστικών βιβλίων στο τέλος της χρήσης. Συντάσσει τα θεωρημένα βιβλία απογραφής εντός των προβλεπόμενων χρονικών ορίων όπως επίσης και τον ισολογισμό, την κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης, τον πίνακα διάθεσης αποτελεσμάτων καθώς και το προσάρτημα σύμφωνα με τις διατάξεις του κ.ν. 2190/20. Η προετοιμασία της ετήσιας δήλωσης φορολογίας εισοδήματος, της εκκαθαριστικής δήλωσης Φ.Π.Α., των οριστικών δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων από μισθωτές υπηρεσίες και των λοιπών ετήσιων δηλώσεων φόρου που απαιτούνται ανάλογα με την περίπτωση είναι κάποιες από τις σημαντικές αρμοδιότητες τους. Τέλος, προετοιμάζει τις ετήσιες συγκεντρωτικές καταστάσεις ΚΕΠΥΟ που προβλέπονται από τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων.

Τέλος, στη διεύθυνση αυτή εντάσσεται και το τμήμα Ελέγχου και φύλαξης της μονάδας, όπου θα απαρτίζεται από φύλακες, οι οποίοι θα φυλάσσουν την μονάδα και τον περιβάλλοντα χώρο επί 24ώρου βάσεως.

Εξωτερικοί Συνεργάτες

Απαραίτητη θεωρείται η σύναψη συνεργασιών με εξωτερικούς συνεργάτες, κυρίως για την διαχείριση του Νομικού τμήματος της επιχείρησης, την δημιουργία, οργάνωση και επεξεργασία της ιστοσελίδας της εταιρίας, καθώς και του κομματιού της καθαριότητας της μονάδας.

7.1.3. Περιγραφή θέσεως (JOB SPECIFICATION)

Στην Εταιρία θα απασχολούνται **14** άτομα

Οι Διευθύνσεις και τα τμήματα της εταιρείας είναι τα εξής:

Πίνακας 7-1: Διευθύνσεις και τμήματα της εταιρείας και τίτλοι σπουδών προσωπικού

» Γραμματεία Διοίκησης	1 άτομο
» Δ/ση Παραγωγής	1 άτομο
» Τμήμα Ποιοτικού ελέγχου	1 άτομο
» Τμήμα Διαχείρισης αποθηκών	2 άτομα
» Τμήμα Συντήρησης - Επισκευών	1 άτομο
» Δ/ση Μάρκετινγκ & Πωλήσεων	1 άτομο
» Τμήμα Τιμολόγησης	1 άτομο
» Τμήμα Διανομής	1 άτομο
» Τμήμα Προώθησης προϊόντων	1 άτομο
» Δ/ση Οικονομικού Προγραμματισμού	1 άτομο
» Τμήμα Λογιστηρίου	1 άτομο
» Τμήμα Ελέγχου & Φύλαξης	2 άτομα

Τίτλοι Σπουδών

» Α.Ε.Ι.	4 άτομα
» Τ.Ε.Ι.	6 άτομα
» Μέσης Εκπαίδευσης	4 άτομα

Πίνακας 7-2: Περιγραφή θέσεων εργασίας

Α/Α (ΑΤΟΜΑ)	Θέση
	Γραμματεία Διοίκησης
	Γραμματειακή υποστήριξη του Προέδρου και Γενικού Δ/ντή
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτη Τ.Ε.Ι. με γραμματειακές γνώσεις
	Διεύθυνση Παραγωγής
	Οργάνωση, την βελτίωση των τεχνικών μεθόδων και τον καθορισμό της παραγωγικής διαδικασίας που απαιτεί οποιαδήποτε καινοτομία του προγράμματος παραγωγής.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΑΕΙ με προϋπηρεσία τουλάχιστον 2 ετών σε αντίστοιχη θέση (Δ/ντης Παραγωγής)
	Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου
	Διασφάλιση της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΑΕΙ Γεωπονίας, με τουλάχιστον 2ετή προϋπηρεσία (Υπεύθυνος Ποιοτικού Ελέγχου)
	Τμήμα Διαχείρισης Αποθηκών
	<p>Ο αποθηκάριος θα είναι υπεύθυνος για την ορθή παραλαβή και αποστολή των προϊόντων, την οργανωμένη αποθήκευση τους ανά είδος καθώς και την εσωτερική διαχείριση τους.</p> <p>Ο εργατοτεχνίτης θα είναι υπεύθυνος για την χρήση και λειτουργία των μηχανημάτων παραγωγής και την ασφαλή μεταφορά των εμπορευμάτων.</p>

1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος Λυκείου ή υποχρεωτικής εκπαίδευσης
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτοι Επαγγελματικού Λυκείου, με προϋπηρεσία στον χειρισμό μηχανημάτων
	Τμήμα Συντήρησης - Επισκευών
	Έλεγχος για την καλή συντήρηση και λειτουργία των μηχανημάτων
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΤΕΙ τμήμα Μηχανολογίας
	Διεύθυνση Μάρκετινγκ & Πωλήσεων
	Πώληση και έγκαιρη παράδοση των προϊόντων της παραγωγής, παραγγελίες, συμφωνίες τιμών, χρόνου πληρωμής και χρόνου παράδοσης.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΑΕΙ με τουλάχιστον 2ετή προϋπηρεσία (Δ/ντης Πωλήσεων)
	Τμήμα Τιμολόγησης
	Παρακολούθηση της κίνησης του προϊόντος παραγωγής από άποψη ζήτησης και τιμολόγησης, ποσότητας και ποιότητας, σε σχέση με τον ανταγωνισμό
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΤΕΙ (Υπεύθυνος Τιμολόγησης)
	Τμήμα Διανομής
	Παρακολούθηση όλων των καναλιών διανομής και αν αυτά τροφοδοτούνται σωστά
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΤΕΙ (Υπεύθυνος Διανομής)
	Τμήμα Προώθησης Προϊόντος

	Δημιουργία προωθητικών ενεργειών με στόχο την αύξηση των πωλήσεων
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΤΕΙ (Υπεύθυνος Προώθησης Πωλήσεων)
	Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού
	Παρακολούθηση της κίνησης των οικονομικών απαιτήσεων και υποχρεώσεων της επιχείρησης.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΑΕΙ με 2ετή τουλάχιστον εμπειρία (Δ/ντης Οικονομικής Δ/νσης)
	Τμήμα Λογιστηρίου
	Τήρηση των προβλεπόμενων από τη φορολογική νομοθεσία λογιστικών βιβλίων και υποχρεωτικών καταχωρήσεων. Ταυτόχρονη απασχόληση με θέματα μισθοδοσίας, κοστολογίου και ταμείου.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Απόφοιτος ΤΕΙ Λογιστικής με προϋπηρεσία (Υπεύθυνος Λογιστηρίου)
	Τμήμα Ελέγχου & Φύλαξης χώρου
	Παρακολούθηση και φύλαξη του χώρου της μονάδας
2	<ul style="list-style-type: none"> • Μέσης ή Υποχρεωτικής εκπαίδευσης

7.1.4. Εκπόνηση Προγράμματος Εκπαίδευσης

Επιμορφωτικά Σεμινάρια

Ορισμένες ειδικότητες εργαζομένων θα χρειαστεί να παρακολουθήσουν επιμορφωτικά σεμινάρια, για τη σωστή λειτουργία και χρήση των μηχανημάτων. Την επιμόρφωση του προσωπικού θα την αναλάβει μια ειδική ομάδα ατόμων από την εταιρία όπου

αγοράστηκαν τα μηχανήματα **χωρίς κόστος**.

7.1.5. Καθορισμός πολιτικής πρόσληψης ανθρώπινου δυναμικού

Τα στελέχη που θα πλαισιώσουν την εταιρία θα πρέπει να διαθέτουν πέραν των τυπικών προσόντων μία σειρά από ικανότητες και δεξιότητες. Ειδικά δε για τα διευθυντικά στελέχη η εταιρία αναζητά άτομα που θα παρακινούν τους άλλους στο να εργάζονται με κοινό γνώμονα την καλή λειτουργία της επιχείρησης, διασφαλίζοντας αρμονικές σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων, οργανωτικότητα, πειθώ και επιρροή. Να μιλούν με ευχέρεια και να έχουν επικοινωνιακές δεξιότητες, καθώς επίσης να διαθέτουν επιχειρησιακές ικανότητες, γνωρίζοντας από στόχους, προγράμματα, καινοτομία και να μπορούν ανά πάσα στιγμή να λαμβάνουν αποφάσεις. Η λειτουργία της επιχείρησης ως μια ομάδα είναι το πιο σημαντικό δεδομένο και βασικό κριτήριο στην επιλογή του προσωπικού που θα το απαρτίζει.

Η επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού που θα απαρτίζει τη συγκεκριμένη μονάδα θα γίνει για τα Διευθυντικά Στελέχη, καθώς επίσης και των υπολοίπων εργαζομένων, μέσω αγγελίας σε εφημερίδα, όπου θα ζητείται να αποστέλλονται τα βιογραφικά των υποψηφίων και θα μελετώνται από τον Πρόεδρο της εταιρίας, ο οποίος διατελεί και χρέη Γενικού Δ/ντή.

Η επιλογή θα γίνει από τον ίδιο και θα ζητηθεί από αυτούς, οι οποίοι πληρούν τα χαρακτηριστικά όπου αναζητούνται για την πλήρωση κάθε θέσης να περάσουν από προσωπική συνέντευξη, για να διαπιστωθεί και από κοντά αν είναι οι κατάλληλοι.

Επίσης για 4 θέσεις οι οποίες έχουν να κάνουν με την πλήρωση των ακολούθων θέσεων:

1. Θέση Γραμματείας Διοίκησης, απόφοιτη ΤΕΙ.
2. Θέση υπευθύνου για το Τμήμα Τιμολόγησης, απόφοιτος ΤΕΙ.
3. Θέση υπευθύνου για το Τμήμα Διανομής, απόφοιτος ΤΕΙ.
4. Θέση υπευθύνου για το Τμήμα Προώθησης Προϊόντος, απόφοιτος ΤΕΙ.

η εταιρία θα ζητήσει να πληρωθούν οι θέσεις μέσω ενός 3ετούς προγράμματος του ΟΑΕΔ σε συνεργασία με κάποια ΚΕΚ και θα χρηματοδοτούνται εξ' ολοκλήρου από το συγκεκριμένο πρόγραμμα.

Οπότε το κόστος για την επιχείρηση για τις συγκεκριμένες θέσεις θα είναι μηδενικό. Αυτό θα έχει τεράστιο όφελος και για την ίδια την εταιρία, η οποία κατά την έναρξη της λειτουργίας της δεν θέλει να δαπανήσει υψηλό budget για μισθούς, αλλά και το γεγονός ότι θα προσλάβει νέους ανθρώπους, με όρεξη και σπουδές τις οποίες θα μπορέσουν να χρησιμοποιήσουν στην πράξη στον συγκεκριμένο κλάδο, θα επιφέρει ευημερία στην τοπική κοινωνία.

Όσον αφορά τον καθορισμό του μισθολογικού κλιμακίου, ασφάλειας υγείας, καθώς και των δώρων Χριστουγέννων, Πάσχα, καλοκαιριού, κάθε υπαλλήλου, θα δίδονται τα προβλεπόμενα από το νόμο τα οποία και θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο.

Τα Διευθυντικά Στελέχη θα έχουν ειδικό μισθολόγιο, το οποίο είναι κατ'αναλογία με την προϋπηρεσία και την εμπειρία τους. Όλοι οι υπάλληλοι θα συνάπτουν 6μηνες συμβάσεις.

Επίσης κάποιες άλλες συμφωνίες παραγωγικότητας σε πρώτη φάση δεν θα υπάρχουν, όπως μπόνους, αυτοκίνητα κτλ.

Όλοι οι εργαζόμενοι θα έχουν σταθερό ωράριο εργασίας (8ωρο).

Τέλος, η πληρωμή θα πραγματοποιείται την τελευταία ημέρα του μήνα μέσω τραπεζικού λογαριασμού στην Τράπεζα Πειραιώς.

7.1.6. Εκτίμηση κόστους ανθρώπινου δυναμικού

Η εκτίμηση του κόστους των εργαζομένων γίνεται σύμφωνα με τη Συλλογική Σύμβαση Εργασίας και τα στοιχεία έχουν αντληθεί από τη Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος.

Στον παρακάτω πίνακα δίδεται το κατώτερο όριο του συνόλου των αποδοχών ανά ηλικία, σύμφωνα με τα χρόνια προϋπηρεσίας και κατά ειδικότητα.

Τα στοιχεία αυτά θα συνεκτιμηθούν και θα υπολογιστούν σε επόμενο πίνακα αναλυτικά και με βάση τη δομή της επιχείρησης και την κάλυψη των αναγκών της.

Πίνακας 7-3: Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι ηλικίας 25 ετών και άνω

ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	586,08	0,00	586,08
3 συμπληρωμένα έως 6	586,08	58,61	644,69
6 συμπληρωμένα έως 9	586,08	117,22	703,30
9 συμπληρωμένα και άνω	586,08	175,82	761,90

ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΕΣ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟ ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΟ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0 έως 3	26,18	0,00	26,18
3 συμπληρωμένα έως 6	26,18	1,31	27,49
6 συμπληρωμένα έως 9	26,18	2,62	28,80
9 συμπληρωμένα έως 12	26,18	3,93	30,11
12 συμπληρωμένα έως 15	26,18	5,24	31,42
15 συμπληρωμένα έως 18	26,18	6,55	32,73
18 συμπληρωμένα και άνω	26,18	7,85	34,03

Πηγή: Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος

Πίνακας 7-4: Κατώτατα όρια αποδοχών εργαζόμενοι ηλικίας μέχρι 25 ετών

ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	510,95	0,00	510,95
3 συμπληρωμένα και άνω	510,95	51,10	562,05

ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΕΣ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟ ΣΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΟ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	22,83	0,00	22,83
3 συμπληρωμένα εως 6	22,83	1,14	23,97
6 συμπληρωμένα και άνω	22,83	2,28	25,11

Πηγή: Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος

7.1.7. Εκτίμηση κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού

Η εκτίμηση του κόστους των εργαζομένων γίνεται σύμφωνα με τη Συλλογική Σύμβαση Εργασίας και τα στοιχεία έχουν αντληθεί από τη Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος.

Στον παρακάτω πίνακα δίδεται το κατώτερο όριο του συνόλου των αποδοχών ανά ηλικία, σύμφωνα με τα χρόνια προϋπηρεσίας και κατά ειδικότητα.

Τα στοιχεία αυτά θα συνεκτιμηθούν και θα υπολογιστούν σε επόμενο πίνακα αναλυτικά και με βάση τη δομή της επιχείρησης και την κάλυψη των αναγκών της.

Πίνακας 7-5: Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι ηλικίας 25 ετών και άνω

ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΑΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	586,08	0,00	586,08
3 συμπληρωμένα έως 6	586,08	58,61	644,69
6 συμπληρωμένα έως 9	586,08	117,22	703,30
9 συμπληρωμένα και άνω	586,08	175,82	761,90

ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΕΣ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟ ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΟ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΑΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	26,18	0,00	26,18
3 συμπληρωμένα έως 6	26,18	1,31	27,49
6 συμπληρωμένα έως 9	26,18	2,62	28,80
9 συμπληρωμένα έως 12	26,18	3,93	30,11
12 συμπληρωμένα έως 15	26,18	5,24	31,42
15 συμπληρωμένα έως 18	26,18	6,55	32,73
18 συμπληρωμένα και άνω	26,18	7,85	34,03

Πηγή: Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος

Πίνακας 7-6: Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι ηλικίας μέχρι 25 ετών

ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	510,95	0,00	510,95
3 συμπληρωμένα & άνω	510,95	51,10	562,05

ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΕΣ

ΧΡΟΝΙΑ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	ΒΑΣΙΚΟ ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΟ	ΕΠΙΔΟΜΑ ΤΡΙΕΤΙΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΔΟΧΩΝ
0- έως 3	22,83	0,00	22,83
3 συμπληρωμένα εως 6	22,83	1,14	23,97
6 συμπληρωμένα και άνω	22,83	2,28	25,11

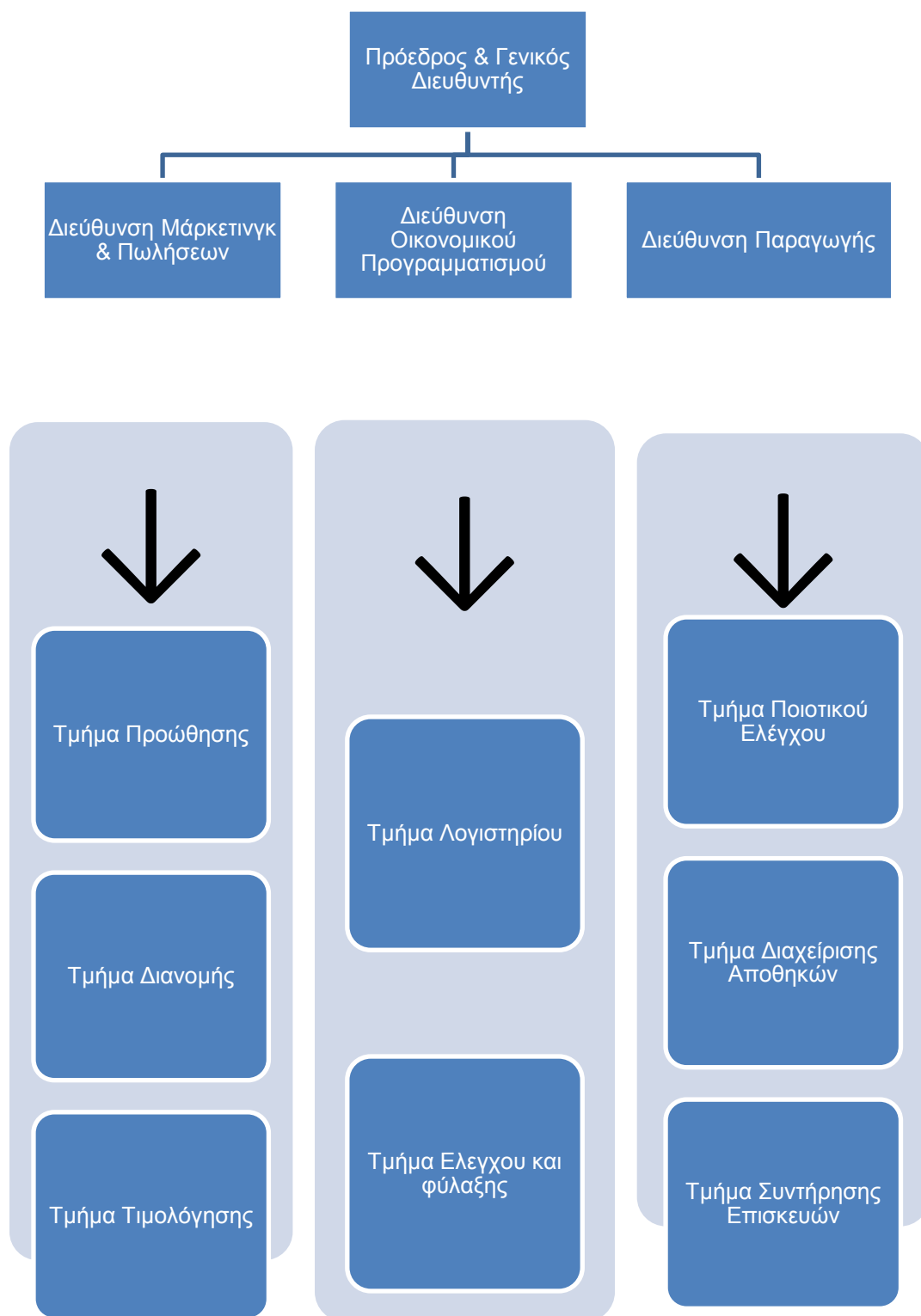
Πηγή: Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος

7.2. Καθορισμός των αναγκών σε Ανθρώπινο Δυναμικό

Το οργανόγραμμα της εταιρίας προσδιορίζει και καθορίζει τις ανάγκες της επιχείρησης για το ανθρώπινο δυναμικό.

Ο κάτωθι πίνακας παρουσιάζει το οργανόγραμμα της εταιρίας πατάτας Diamond.

Διάγραμμα 7-1: Οργανόγραμμα εταιρείας πατάτας Diamond



Καθορισμός των αναγκών σε ανθρώπινο δυναμικό ταξινομημένο σε εργατικό και επιτελικό.

ΕΠΙΤΕΛΙΚΟ

Γραμματεία Διοίκησης

- Απόφοιτη ΤΕΙ

Διεύθυνση Παραγωγής

- Απόφοιτος ΑΕΙ

Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου

- Απόφοιτος ΑΕΙ

Τμήμα Συντήρησης – Επισκευών

- Απόφοιτος ΤΕΙ

Διεύθυνση Μάρκετινγκ & Πωλήσεων

- Απόφοιτος ΑΕΙ

Τμήμα Τιμολόγησης

- Απόφοιτος ΤΕΙ

Τμήμα Διανομής

- Απόφοιτος ΤΕΙ

Τμήμα Προώθησης Προϊόντος

- Απόφοιτος ΤΕΙ

Διεύθυνση Οικονομικού Προγραμματισμού

- Απόφοιτος ΑΕΙ

Τμήμα Λογιστηρίου

- Απόφοιτος ΤΕΙ

ΕΡΓΑΤΙΚΟ

Τμήμα Διαχείρισης Αποθηκών

- 1 απόφοιτος Λυκείου
- 1 απόφοιτος Επαγγελματικού Λυκείου για χειρισμό μηχανημάτων

Τμήμα Ελέγχου & φύλαξης

- 2 άτομα απόφοιτοι Γυμνασίου ή Λυκείου

7.3. Υπολογισμός κόστους ανθρωπίνου δυναμικού ετησίως

Ο πίνακας 7-7 αναγράφει το κόστος κάθε εργαζόμενου ανά θέση στην επιχείρηση και το συνολικό ετήσιο κόστος για μισθούς, κατά τον 1^ο χρόνο λειτουργίας της εταιρίας. Τα ίδια οικονομικά στοιχεία θα έχουμε και για τα επόμενα 3 έτη τουλάχιστον.

Πίνακας 7-7: Ανάλυση κόστους προσωπικού κατά τον 1^ο χρόνο λειτουργίας

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΘΕΣΗΣ	ανθρωπομήνες	κόστος ανθρωπομήνα	/ ετήσιο κόστος
1	ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ (Διοίκηση)	8	0 (πρόγραμμα ΟΑΕΔ)	0
1	Δ/ΝΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ – Προϋπηρεσία 2 έτη (Δ/νση Παραγωγής)	8	1.600,00	12.800,00
1	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ – ΓΕΩΠΟΝΟΣ – Προϋπηρεσία 2 έτη (Τμήμα Ποιοτικού Ελέγχου)	8	1.300,00	10.400,00
2	ΑΠΟΘΗΚΑΡΙΟΙ (Τμήμα Διαχείρισης Αποθηκών)	8	800,00	6.400,00
1	ΕΡΓΑΤΟΤΕΧΝΙΤΗΣ (Τμήμα Συντήρησης Επισκευών)	8	1.300,00	10.400,00

	Δ/ΝΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ & ΠΩΛΗΣΕΩΝ –			
1	Προυπηρεσία 2 έτη (Δ/νση Μάρκετινγκ & Πωλήσεων)	8	1.600,00	12.800,00
1	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ (Τμήμα Τιμολόγησης)	8	0 (πρόγραμμα ΟΑΕΔ)	0
1	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (Τμήμα Διανομής)	8	0 (πρόγραμμα ΟΑΕΔ)	0
1	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (Τμήμα Προώθησης Πωλήσεων)	8	0 (πρόγραμμα ΟΑΕΔ)	0
1	Δ/ΝΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ			
1	(Δ/νση Οικονομικού Προγραμματισμού)	8	1.600,00	12.800,00
1	ΛΟΓΙΣΤΗΣ (Τμήμα Λογιστηρίου)	8	1.100,00	8.800,00
2	ΦΥΛΑΚΕΣ (Τμήμα Ελέγχου & Φύλαξης)	8	700,00	5.600,00
ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ				80.000,00

Πίνακας 7-8: Εκτίμηση Κόστους Ανθρώπινου Δυναμικού (ανά έτος)

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ευρώ)
2016	80.000
2017	81.440
2018	82.905,92
2019	84.398,22
2020	85.917,38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο

ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ – ΧΩΡΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ – ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

8.1. Εκτίμηση των αναγκών σε χώρους της νέας μονάδας

Οι ανάγκες που πρέπει να εξυπηρετηθούν από τους χώρους της νέας μονάδας έχουν περιγραφεί αναλυτικά στο κεφάλαιο 5, που περιλαμβάνει το μηχανολογικό εξοπλισμό και τα έργα πολιτικού μηχανικού.

Οι συνολικές διαστάσεις θα είναι τέτοιες ώστε να εξυπηρετούν την εύρυθμη λειτουργία ολόκληρης της μονάδας. Στον περιβάλλοντα χώρο θα κατασκευαστεί χώρος στάθμευσης για τις ανάγκες των εργαζομένων. Ταυτόχρονα πρέπει να έχει έκταση τέτοια που να εξασφαλίζει την τοποθέτηση των σιλό αποθήκευσης. (για την παραλαβή και αποθήκευση πρώτων υλών και για την αποθήκευση έτοιμου προϊόντος).

Επιπλέον, θα είναι διαμορφωμένος κατάλληλα ώστε να επιτρέπεται η ασφαλής και άνετη προσέλευση των φορητών αυτοκινήτων, για την φορτοεκφόρτωση των προϊόντων. Ο συνολικός χώρος θα περικλείεται με τοίχιο σκυροδέματος, ύψους 1,5 μέτρων σύμφωνα με τα πολεοδομικά πρότυπα. Ως εκ τούτου ο επενδυτής και μέσω της ανάλυσης του παρόντος πλάνου έχει καταλήξει στη χρησιμοποίηση υφιστάμενου οικοπέδου εκτάσεως 5 στρεμμάτων.

Επίσης, η επιχείρηση θα μεριμνήσει για την κατασκευή των κατάλληλων υποδομών, ώστε να είναι δυνατή η πρόσβαση ατόμων με ειδικές ανάγκες, κατασκευάζοντας τις κατάλληλες ράμπες εισόδου στις εγκαταστάσεις της.

8.2. Αναζήτηση και επιλογή τοποθεσίας

8.2.1. Βασικές απαιτήσεις επιλογής τοποθεσίας

Η επιλογή της γεωγραφικής θέσης στην οποία θα εγκατασταθεί η νέα μονάδα αποτελεί βασικό κριτήριο για την επιτυχία της επένδυσης. Κατά συνέπεια θεωρείται σκόπιμο να παρατεθούν μία σειρά από παράγοντες που σχετίζονται με την τοποθεσία και επηρεάζουν ολόκληρο το εγχείρημα. Οι παράγοντες αυτοί ανάλογα με τη σπουδαιότητά τους θα βαθμολογηθούν αναλόγως, κάτι που θα εξυπηρετήσει την ορθότερη και αντικειμενικότερη επιλογή τοποθεσίας. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι παράγοντες επιλογής.

Χιλιομετρική απόσταση από προμηθευτές.

Όπως είναι προφανές ζωτικό κομμάτι μίας παραγωγικής μονάδας είναι οι προμήθειες πρώτων υλών. Η απόσταση από τους παραγωγούς είναι ένα ζήτημα που μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία της επιχείρησης. Συγκεκριμένα, στην εν λόγω επιχείρηση η φύση των πρώτων υλών είναι τέτοια που δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στον παράγοντα που εξετάζουμε. Η πατάτα είναι σχετικά φθηνή πρώτη ύλη και κατά συνέπεια πρόσθετα έξοδα μεταφοράς θα επιβαρύνουν σημαντικά το συνολικό κόστος.

Διαθέσιμο εργατικό δυναμικό.

Η στελέχωση μίας εταιρίας αποτελούσε ανέκαθεν μείζον ζήτημα για όλους τους υποψήφιους επενδυτές. Στις μέρες μας λόγω της οικονομικής κρίσης είναι γεγονός ότι είναι ευκολότερη η εύρεση αξιόλογου και χαμηλού κόστους ανθρώπινου δυναμικού. Ωστόσο, η εταιρία θα απαρτίζεται και από διοικητικά στελέχη, τα οποία πέρα από τα οικονομικά κριτήρια θα εξετάσουν και άλλους παράγοντες ώστε να προσέλθουν στην επιχείρηση. Ένας από αυτούς τους παράγοντες είναι σίγουρα και η τοποθεσία. Κατά συνέπεια πρέπει να εξετασθεί με ιδιαίτερη προσοχή το διαθέσιμο εργατικό δυναμικό κάθε εναλλακτικής τοποθεσίας.

Κόστος κτήσης οικοπέδου.

Αδιαμφισβήτητα το κόστος κτήσης του οικοπέδου αποτελεί βασικό κριτήριο επιλογής. Το ιδανικό για τον επενδυτή είναι η επίτευξη του απόλυτου κλάσματος κόστους/ωφέλειας. Για το λόγο αυτό γίνεται και η συγκεκριμένη διαδικασία επιλογής τοποθεσίας, ώστε να συμψηφιστούν άρτια το κόστος με τους λοιπούς παράγοντες.

Απόσταση μεταφοράς έτοιμου προϊόντος.

Η απόσταση από την μονάδα προς τις ξενοδοχειακές μονάδες, τις μονάδες εστίασης και άλλους χονδρεμπόρους - λιανεμπόρους είναι ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για την επιχείρηση. Μακρινές αποστάσεις μπορεί να εκτοξεύσουν τα μεταφορικά έξοδα και κατά συνέπεια να συρρικνώσουν κατά πολύ το περιθώριο κέρδους.

Διαθεσιμότητα Μεταφορικών Διευκολύνσεων

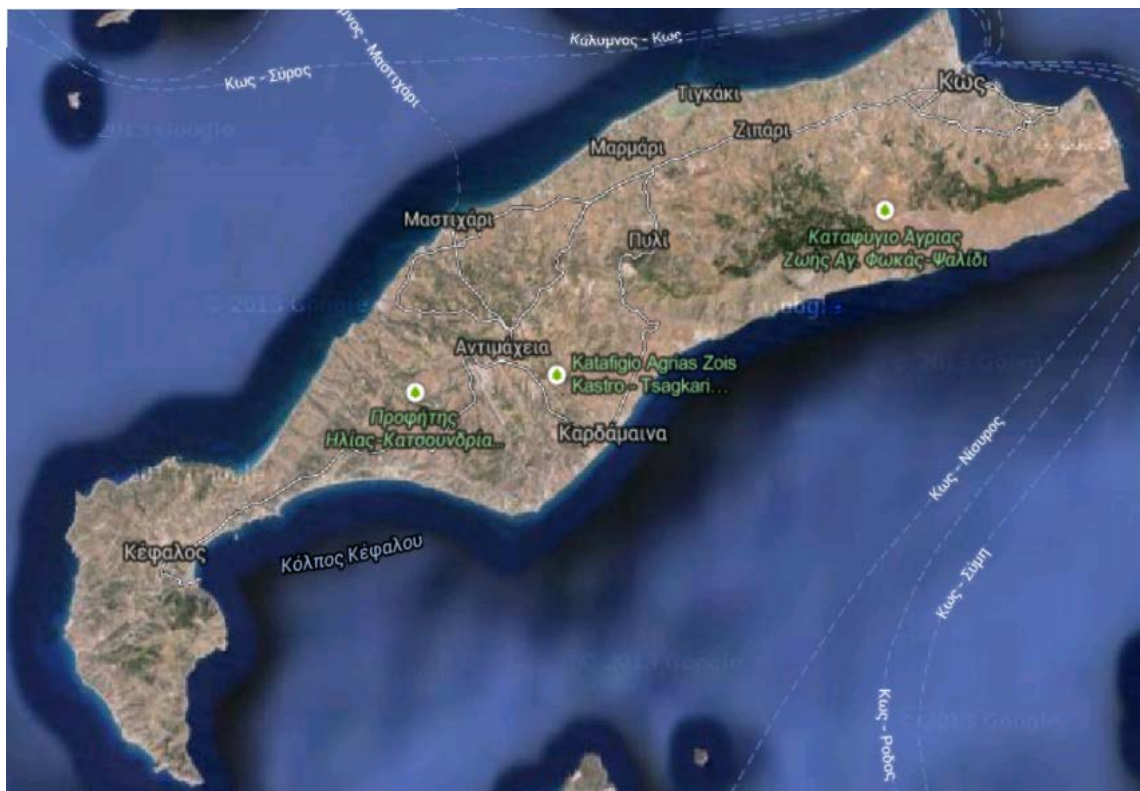
Ιδιαίτερα σημαντικό κριτήριο για την επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας για την νέα μονάδα είναι η διαθεσιμότητα μεταφορικών διευκολύνσεων. Λέγοντας μεταφορικές διευκολύνσεις εννοούμε τις οδικές υποδομές και τις ακτοπλοϊκές εγκαταστάσεις που θα εξυπηρετούν την προμήθεια πρώτων υλών και τη διάθεση του έτοιμου προϊόντος.

Διαθεσιμότητα υπηρεσιών κοινής ωφέλειας και τηλεπικοινωνιακών διευκολύνσεων.

Για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης είναι επιτακτική η ομαλή διάθεση υπηρεσιών κοινής ωφέλειας (νερό, ηλεκτρισμός), καθώς και εύκολη και χωρίς προβλήματα πρόσβαση σε τηλεπικοινωνιακό δίκτυο.

8.2.2. Χαρακτηριστικά στοιχεία εναλλακτικών τοποθεσιών

Για τον ορισμό εναλλακτικών περιοχών που θα φιλοξενήσουν την επένδυση εξετάστηκε ένα τμήμα του νησιού της Κώ. Ωστόσο, ο επενδυτής έχει καταλήξει στις εξής δύο επιλογές.



Άγιος Πέτρος – Κω

Ο Άγιος Πέτρος (τοποθεσία Μπουκολιά) της δημοτικής κοινότητας Πυλίου είναι μία αγροτική περιοχή του νησιού της Κω στον νομό Δωδεκανήσου. Στην περιοχή βρίσκονται αγροτεμάχια και το οικόπεδο ανήκει στον ίδιο τον επενδυτή, άρα δεν υπάρχει κόστος κτήσης του. Επίσης, βρίσκεται σε απόσταση μόλις 14,36 χιλ. από το λιμάνι της Κώ. Αναλυτικά βλέπουμε τα εξής:

Η δημοτική κοινότητα του Πυλίου έχει μόνιμους κατοίκους 7.130 και σύμφωνα με τα στοιχεία της ελληνικής στατιστικής υπηρεσίας και με βάση την τελευταία καταγραφή που έγινε στο νησί (πληθυσμός νησιού: 33.388), φαίνεται ότι υπάρχουν αρκετοί νέοι στην περιοχή, οι οποίοι θα μπορούσαν να συντελέσουν στην στελέχωση της μονάδας.

Οι εν δυνάμει πελάτες της επιχείρησης (βλ. ξενοδοχειακές μονάδες και μονάδες σίτισης) βρίσκονται στην περιοχή Μαρμάρι (2 χιλ.), Τιγκάκι (4,4 χιλ.), Ζιπάρι (5,5 χιλ.), Πόλη Κώ (14,3 χιλ.), Ζιά (5 χιλ.) και Καρδάμαινα (7,35 χιλ.).

Το χωράφι, επίσης, όπως προαναφέρθηκε είναι ιδιόκτητο, οπότε δεν υπάρχει κάποιο κόστος αγοράς ή ενοικίασης της συγκεκριμένης περιοχής και υπάρχει δίκτυο ύδρευσης και ηλεκτρικού ρεύματος. Μεταφορικές διευκολύνσεις δίνονται με την ύπαρξη της επαρχιακής οδού Κώ – Κεφάλου.

Ως μειονέκτημα θα μπορούσε να θεωρηθεί η μεγάλη απόσταση από τους προμηθευτές της Νάξου και της Βοιωτίας, αλλά λόγω της καθημερινής ύπαρξης ναυτιλιακής γραμμής στο νησί μειώνεται και αυτό το πρόβλημα.



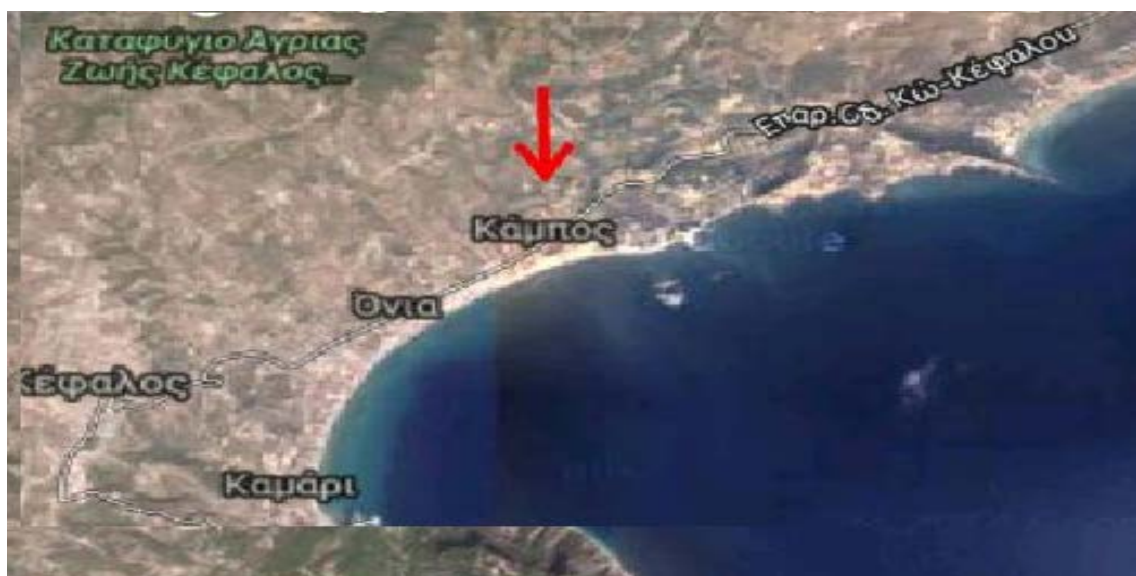


Κάμπος - Κώς

Ο Κάμπος της δημοτικής κοινότητας Κεφάλου βρίσκεται στην Κω, στον νομό Δωδεκανήσου και απέχει 32 χιλιόμετρα από την πόλη της Κω. Είναι επίσης αγροτική περιοχή, με αγροτεμάχια ποικίλων προϊόντων. Ο επενδυτής εξετάζει τη συγκεκριμένη εναλλακτική για το λόγο ότι ένας εκ των προμηθευτών του έχει αγροτεμάχιο εκτάσεως 100 στρεμμάτων στην περιοχή. Το τελευταίο αποτελεί και το μεγαλύτερο πλεονέκτημα για την επιλογή του Κάμπου.

Πιό αναλυτικά οι εν δυνάμει πελάτες της επιχείρησης (βλ. ξενοδοχειακές μονάδες και μονάδες σίτισης) βρίσκονται στην περιοχή Μαρμάρι (20 χιλ.), Τιγκάκι (23 χιλ.), Ζιπάρι (24 χιλ.), Πόλη Κώ (32 χιλ.), Ζιά (23 χιλ.) και Καρδάμαινα (14,27 χιλ.).

Επίσης, το οικόπεδο ανήκει στην δημοτική κοινότητα Κεφάλου, έχει πληθυσμό 6.826 ατόμων και υπάρχει έντονο εργασιακό ενδιαφέρον.



Το εν λόγω οικοπέδο έχει κόστος ενοικίασης (ετήσιο ενοίκιο 1.200€) και υπάρχει δίκτυο ύδρευσης και ηλεκτρικού ρεύματος και αυτό είναι ένα σημαντικό μειονέκτημα για την επιλογή του. Μεταφορικές διευκολύνσεις δίνονται με την ύπαρξη της επαρχιακής οδού Κώ – Κεφαλού.

8.2.3. Αξιολόγηση εναλλακτικών τοποθεσιών

Για την αξιολόγηση των 2 εναλλακτικών τοποθεσιών πρέπει να καθοριστούν οι συντελεστές βαρύτητας των κριτηρίων επιλογής που αναφέρθηκαν παραπάνω. Ακολουθεί σχετικός πίνακας με τους συντελεστές βαρύτητας.

Πίνακας 8-1: Συντελεστές βαρύτητας των κριτηρίων επιλογής τοποθεσίας

A/A	Παράγων	Συντελεστής Βαρύτητας
1	Απόσταση από προμηθευτές	10
2	Διαθέσιμο εργατικό δυναμικό	15
3	Κόστος κτήσης οικοπέδου	30
4	Απόσταση μεταφοράς έτοιμου προϊόντος	15
5	Διαθεσιμότητα μεταφορικών διευκολύνσεων	15
6	Διαθεσιμότητα υπηρεσιών κοινής ωφέλειας και τηλεπικοινωνιακών διευκολύνσεων	15
ΣΥΝΟΛΟ		100

Στη συνέχεια θα βαθμολογηθούν οι δύο εναλλακτικές περιοχές. Σημειώνεται ότι η βαθμολογία θα είναι της κλίμακας από 0-10. Το 10 δηλώνει την απόλυτη ικανοποίηση για την περιοχή ως προς το συγκεκριμένο παράγοντα, ενώ προφανώς το 0 δηλώνει τη μηδενική ικανοποίηση. Ακολουθεί ο σχετικός πίνακας.

Πίνακας 8-2: Βαθμολόγηση των δύο εναλλακτικών περιοχών με κλίμακα (0-10)

A/A	Παράγων	Αγιος Πέτρος – Κώ (1)	Κάμπος - Κώ (2)	Συντελεστής Βαρύτητας	Τελική βαθμολογία (1)	Τελική βαθμολογία (2)
1	Απόσταση από προμηθευτές	5	6	10	50	60
2	Διαθέσιμο εργατικό δυναμικό	8	7	15	120	105
3	Κόστος κτήσης οικοπέδου	10	2	30	300	60
4	Απόσταση μεταφοράς έτοιμου προϊόντος	9	5	15	135	75
5	Διαθεσιμότητα μεταφορικών διευκολύνσεων	9	9	15	135	135
6	Διαθεσιμότητα υπηρεσιών κοινής ωφέλειας και τηλεπικοινωνιακών διευκολύνσεων	10	10	15	150	150
ΣΥΝΟΛΟ				100	890	585

Όπως προκύπτει από την τελική βαθμολογία επιλέγεται η εναλλακτική του Αγίου Πέτρου – Κώ, για την ανέγερση της νέας παραγωγικής μονάδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΕΩΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

9.1. Στόχοι προγραμματισμού εκτελέσεως του έργου

Στόχος του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι ο καθορισμός του προγραμματισμού εκτελέσεως του υπό μελέτη επενδυτικού σχεδίου, καθώς και ο προϋπολογισμός των επιμέρους δραστηριοτήτων του. Ως εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου θεωρείται η πραγματοποίηση όλων των απαραίτητων επιμέρους εργασιών, εντός και εκτός του εργοστασίου, από το στάδιο της μελέτης σκοπιμότητας έως το στάδιο της λειτουργίας και την έναρξη της παραγωγικής διεργασίας.

Η περίοδος εκτελέσεως του προγράμματος περιλαμβάνει το χρόνο από την απόφαση για την επένδυση, μέχρι και την παραγωγή του τελικού προϊόντος. Η συγκεκριμένη αυτή φάση, περιλαμβάνει αρκετά στάδια, όπως είναι το στάδιο των διαπραγματεύσεων και της υπογραφής των συμβολαίων, το στάδιο των σχεδίων του προγράμματος, το στάδιο της κατασκευής και το στάδιο της θέσεως σε λειτουργία. Ως εκ τούτου είναι σαφές ότι ο σωστός προγραμματισμός εκτελέσεως του έργου είναι ζωτικής σημασίας για την επένδυση. Η αστοχία στη μελέτη προγραμματισμού, αλλά και η αδυναμία να ακολουθηθεί το πρόγραμμα είναι ικανά να εκτρέψουν το πλάνο από το δρόμο της επιτυχίας.

Ο προγραμματισμός εκτελέσεως του έργου γίνεται αρχικώς για να προσδιορίσει την εφικτότητα του ίδιου του εγχειρήματος, εξετάζοντας θέματα όπως χρονικοί περιορισμοί και έξοδα οργάνωσης μελετών κ.α.

Επιπλέον, κομμάτι του προγραμματισμού είναι και ο χρονικός προγραμματισμός με τον οποίο εξετάζεται η ομαλή ολοκλήρωση του έργου και οι τυχόν αποκλίσεις. Γενικότερα με τον προγραμματισμό δίνεται η δυνατότητα των επενδυτών και του υπεύθυνου ολοκλήρωσης του έργου να έχει μία ασφαλέστερη και πιο ευρεία εποπτεία ολόκληρου του πλάνου.

Κατά συνέπεια, ο προγραμματισμός και ο προϋπολογισμός της εκτελέσεως του παρόντος επενδυτικού σχεδίου θα περιλαμβάνει τα εξής βασικά στάδια:

- ❖ Καθορισμός του τύπου των εργασιών, εντός και εκτός των εγκαταστάσεων, οι οποίες είναι απαραίτητες για την εκτέλεση του επενδυτικού σχεδίου.
- ❖ Καθορισμός της λογικής αλληλουχίας των γεγονότων στις εργασίες του συνολικού έργου.

- ❖ Προετοιμασία ενός χρονοπρογράμματος εκτελέσεως του έργου, στο οποίο να απεικονίζονται ορθά, από απόψεως χρόνου, οι διάφορες εργασίες και να υφίστανται οι κατάλληλες χρονικές περίοδοι για την ολοκλήρωσή τους.
- ❖ Καθορισμός των πόρων που απαιτούνται για την ολοκλήρωση κάθε επιμέρους εργασίας και αναφορά του αντιστοίχου κόστους.
- ❖ Προετοιμασία ενός προϋπολογισμού εκτελέσεως του έργου και κατάσταση χρηματικών ροών, οι οποίες θα εξασφαλίσουν τη διαθεσιμότητα των απαραίτητων κεφαλαίων κατά τη διάρκεια της φάσεως εκτελέσεως του επενδυτικού σχεδίου.
- ❖ Τεκμηρίωση όλων των στοιχείων εκτελέσεως του έργου, τα οποία επιτρέπουν το χρονικό και χρηματοοικονομικό προγραμματισμό, καθώς και τον προγραμματισμό των προβλέψεων που έγιναν στις προηγούμενες φάσεις της παρούσας μελέτης.

9.2. Δραστηριότητες και δεδομένα

Αρχικώς, για τον κατάλληλο προγραμματισμό του έργου είναι αναγκαίος ο προσδιορισμός όλων των φάσεων ολοκλήρωσης του έργου. Οι περιγραφή των φάσεων πρέπει να περιλαμβάνει κόστος και χρονική διάρκεια. Το σημαντικότερο όλων ωστόσο είναι ο προσδιορισμός των συσχετίσεων μεταξύ των διαφόρων φάσεων. Το χρονοδιάγραμμα πρέπει να περιλαμβάνει αυτές τις συσχετίσεις οι οποίες πρέπει να μελετηθούν πολύ προσεκτικά, καθώς οι μεταβολές που επιφέρουν έχουν αντίκτυπο αρκετές φορές στη συνολική χρονική διάρκεια του έργου.

Συνεπώς διακρίνονται οι ακόλουθες φάσεις εκτελέσεως του έργου.

Σύσταση Ομάδας Εκτελέσεως του Έργου 1 μήνας

Ουσιαστικά αναφερόμαστε στην επιβλέπουσα ομάδα εκτέλεσης του έργου. Είναι υπεύθυνη για την ορθή τήρηση του χρονοδιαγράμματος, την οργάνωση των χώρων εργασιών εκτέλεσης, την τήρηση του οικονομικού προγραμματισμού, αλλά και την αντιμετώπιση όλων των απρόβλεπτων καταστάσεων που ενδέχεται να προκύψουν κατά τη διάρκεια των φάσεων

Σύσταση Εταιρείας και Νομικές Απαιτήσεις 1 μήνας

Κατά τη φάση αυτή του προγραμματισμού, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί η σύσταση της Κωνσταντίνος Δεριζιώτης Ο.Ε. και θα πρέπει να εντοπισθεί κάθε τοπικός, εθνικός και διεθνής κανονισμός και διάταξη που σχετίζεται με το παρόν σχέδιο, καθώς και κάθε νομική διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί και επιβάλλεται από τις αρχές της χώρας μας. Η σύσταση της συγκεκριμένης εταιρίας θα γίνει ακολουθώντας τα εξής τέσσερα βήματα:

- Υπογραφή συμφωνίας προθέσεων μεταξύ των συνεταιίρων για την ίδρυση εταιρείας.
- Διευθέτηση χρηματοδότησης και προσχέδια των εγγράφων που απαιτούνται από τις αρχές.
- Επίσημη αίτηση προς τις αρχές.
- Επίσημη άδεια και επίσημη κατοχύρωση της νέας εταιρίας.

Λεπτομερής Σχεδιασμός Μηχανολογικών / Λήψη Αδειών 2 μήνες

Στο στάδιο αυτό, θα πρέπει να σχεδιασθεί προσεχτικά ο μηχανολογικός εξοπλισμός που θα αποκτηθεί από την εταιρεία και θα λάβουν χώρα όλες οι απαραίτητες νομικές ενέργειες λήψης αδειών και εξαγοράς για την κατακύρωση, την απόκτηση και τη μεταφορά του εξοπλισμού αυτού, καθώς και την εξασφάλιση της τεχνολογίας.

Λεπτομερής Σχεδιασμός Έργων Πολιτικού Μηχανικού 1 μήνας

Παράλληλα με το σχεδιασμό και τις διαδικασίες αποκτήσεως του μηχανολογικού εξοπλισμού, θα πρέπει να γίνουν και οι ενέργειες που αφορούν τα αναφερθέντα σε προηγούμενο κεφάλαιο έργα πολιτικού μηχανικού. Έτσι, θα πρέπει να γίνει ιδιαίτερα λεπτομερής σχεδιασμός των συγκεκριμένων έργων και να ακολουθήσει η εξέταση και η εκτίμηση των διαφόρων προσφορών αναδόχου και η κατοχύρωση με ειδικό συμβόλαιο της προσφοράς που θα γίνει αποδεκτή.

Ενέργειες Χρηματοδότησεως 2 μήνες

Αφού ληφθεί η απόφαση για την υλοποίηση της επένδυσης και αφού έχει γίνει γνωστό το κόστος επένδυσης και το χρονοδιάγραμμα εκτελέσεώς της, θα πρέπει να γίνουν όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τη χρηματοδότηση του προγράμματος. Συγκεκριμένα, η εταιρία έχει σκοπό να λάβει δάνειο ύψους 172.700 €. Οι 2 μήνες είναι ικανό χρονικό διάστημα ώστε να γίνει η αξιολόγηση τη περίπτωσης με τους ευνοϊκότερους όρους και να ολοκληρωθεί η διαδικασία.

Κατασκευή και Εγκατάσταση 3 μήνες

Ο ρεαλιστικός προγραμματισμός υλοποίησης των κατασκευαστικών έργων, καθώς και η εγκατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού συνιστούν υψηλής σπουδαιότητας τμήμα της εκτελέσεως του παρόντος έργου. Αυτό, έγκειται στο γεγονός ότι κάθε καθυστέρηση κατά τη διάρκεια της κατασκευαστικής περιόδου θα έχει άμεση επίπτωση στις προβλέψεις κόστους και προσόδων που έγιναν στα πλαίσια της παρούσης μελέτης. Έτσι, στο συγκεκριμένο στάδιο θα πρέπει να προετοιμασθεί κατάλληλα ο χώρος εγκατάστασης και να γίνουν όλα τα απαραίτητα και προβλεπόμενα έργα πολιτικού μηχανικού, δίδοντας ιδιαίτερη προσοχή στον καθορισμό της σειράς των έργων και των κατασκευαστικών δραστηριοτήτων. Ο καθορισμός αυτός, θα πρέπει να γίνει σε σχέση με τις απαιτήσεις της υποδομής, καθώς και του προγράμματος αφίξεως και ανεγέρσεως των διαφόρων τμημάτων του μηχανολογικού εξοπλισμού.

Στελέχωση και Εκπαίδευση Ανθρωπίνου Δυναμικού 1 μήνας

Στο στάδιο αυτό, θα λάβουν χώρα όλες οι ενέργειες που απαιτούνται για τη στρατολόγηση του προβλεπόμενου ανθρωπίνου δυναμικού (τόσο εργατικού, όσο και επιτελικού - εποπτικού), το οποίο θα απασχολείται στη νέα επιχείρηση. Κατά το ίδιο χρονικό στάδιο, επίσης, θα γίνει και η προβλεπόμενη εκπαίδευση των εργοδηγών και των ειδικευμένων εργατών της παραγωγής, από την εταιρεία - προμηθευτή της τεχνολογίας και του μηχανολογικού εξοπλισμού.

Παραλαβή Εξοπλισμού και Έργων Πολιτικού Μηχανικού 3 μήνες

Εντός της παραπάνω χρονικής περιόδου, θα πρέπει να πραγματοποιηθεί μία σειρά ενεργειών, οι οποίες αφορούν στον έλεγχο, την επιθεώρηση και την παραλαβή του μηχανολογικού εξοπλισμού και των κάθε είδους έργων πολιτικού μηχανικού. Η συγκεκριμένη φάση του προγραμματισμού κρίνεται απαραίτητη, προκειμένου να γίνει εφικτή η ανεμπόδιστη λειτουργία της βιομηχανικής μονάδας.

Προμήθεια Εισροών 1 μήνας

Κατά τη διάρκεια του συγκεκριμένου σταδίου του προγραμματισμού, θα πρέπει να πραγματοποιηθούν όλες οι απαραίτητες ενέργειες για τον έλεγχο και την παραλαβή των προβλεπόμενων και απαιτητών εισροών κάθε είδους, που απαιτούνται για την ορθή λειτουργία του εργοστασίου.

Μάρκετινγκ πριν την Παραγωγή 2 μήνες

Όπως είναι λογικό, η προετοιμασία των πωλήσεων θα πρέπει να αρχίσει αρκετά νωρίτερα από την έναρξη της παραγωγικής διεργασίας, προκειμένου να εξασφαλισθεί ότι οι εκροές μπορούν, πράγματι, να πωληθούν, όπως προβλέπει το σχέδιο του μάρκετινγκ. Ειδικά, μπορεί να συσσωρεύονται αποθέματα αδιάθετων προϊόντων, τα οποία σαφώς θα επιφέρουν αρνητική επίδραση στο εμπορικό κέρδος της επιχείρησης.

Τελικές Ενέργειες 1 μήνας

Στην τελική φάση του προγραμματισμού, απαιτείται και ένα μικρό χρονικό διάστημα, κατά τη διάρκεια του οποίου θα πρέπει να γίνουν ορισμένες ενέργειες πριν από την έναρξη της λειτουργίας του εργοστασίου και την πλήρη παραγωγική διεργασία. Οι ενέργειες αυτές, αφορούν την εξοικείωση του ανθρωπίνου δυναμικού με τους χώρους των εγκαταστάσεων και την ουσιαστική ανάληψη των επιμέρους καθηκόντων, τη διενέργεια ορισμένων τεχνικών δοκιμών αποδόσεως της μονάδας.

Κατόπιν παρουσιάζεται το χρονοδιάγραμμα εκτέλεσης των εργασιών. Η συνολική διάρκεια εκτέλεσης του έργου εκτιμάται στους 10 μήνες.

Διάγραμμα 9-1: Διάγραμμα GANTT

Α/Α	ΦΑΣΗ	ΜΗΝΑΣ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Σύσταση ομάδας εκτέλεσης του έργου		■									
2	Σύσταση εταιρείας και νομικές απαιτήσεις		■	■								
3	Μελέτη μηχανολογικών			■	■							
4	Μελέτη έργων Πολιτικού Μηχανικού				■	■						
5	Ενέργειες χρηματοδότησης					■	■	■				
6	Κατασκευή και εγκατάσταση						■	■	■			
7	Στελέχωση & εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού								■	■		
8	Παραλαβή εξοπλισμού & έργων Πολιτικού Μηχανικού									■	■	
9	Προμήθεια εισροών										■	
10	Μάρκετινγκ											■
11	Τελικές ενέργειες											■

9.3. Εκτίμηση του κόστους εκτελέσεως του προγράμματος

Σκοπός του προϋπολογισμού των εξόδων που δημιουργούνται κατά την εκτέλεση του έργου αποτελεί ο καθορισμός των απαραίτητων πόρων, αφού έχει ληφθεί η οριστική απόφαση για την έναρξη της λειτουργίας της μονάδας.

Κατά συνέπεια, θα πρέπει να υπολογιστεί το κόστος αυτών των πόρων βάσει του χρονοδιαγράμματος που περιγράφηκε και μέχρι τη χρονική στιγμή έναρξης της παραγωγικής διαδικασίας.

Η εκτίμηση του κόστους εκτελέσεως κεφαλαιοποιείται ως προπαραγωγικό κόστος, αποτελώντας τμήμα του συνολικού κόστους επένδυσης.

Έτσι, η εκτίμηση του κόστους επένδυσης σχετικά με την εκτέλεση του έργου παρουσιάζεται στον κάτωθι πίνακα.

Πίνακας 9-1: Εκτίμηση κόστους επένδυσης για την εκτέλεση του έργου

A/A	Δραστηριότητα	Κόστος (€)
1	Έξοδα σύστασης εταιρίας	500
2	Μελέτη μηχανολογικών	2.000
3	Μελέτη έργων Πολιτικού Μηχανικού	8.000
4	Ενέργειες για προμήθειες	25.000
5	Ενέργειες για προπαραγωγικό μάρκετινγκ	2.000
6	Λοιπές προκαταρτικές δαπάνες	8.000
	ΣΥΝΟΛΟ	45.500

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

10.1. Έκταση και στόχοι της χρηματοοικονομικής αξιολόγησης

Η επιβίωση μίας επιχείρησης και η ανάπτυξή της σε αυτό το τόσο ανταγωνιστικό περιβάλλον που υφίσταται στις μέρες μας, εξαρτάται από το βαθμό στον οποίο αναζητά ιδέες για τη δημιουργία νέων προϊόντων, για τη βελτίωση των υπαρχόντων προϊόντων, ή για την ελαχιστοποίηση του λειτουργικού της κόστους. Η διαδικασία της απόφασης για στρατηγικές επενδύσεις περιλαμβάνει τον εντοπισμό, την αξιολόγηση και την επιλογή μεταξύ εναλλακτικών προγραμμάτων, τα οποία είναι πιθανό να έχουν μεγάλο αντίκτυπο στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης.

Η απόφαση για μία επένδυση μπορεί να επηρεάσει την επιχείρηση σε τρία επίπεδα, στις δραστηριότητες στις οποίες εμπλέκεται, δηλαδή τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει, στο γεωγραφικό χώρο στον οποίο είναι διασπαρμένες οι δραστηριότητές της και στον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί.

Επομένως, η διαδικασία της απόφασης για στρατηγικές επενδύσεις πρέπει να γίνεται σωστά. Αν η επένδυση αποδειχθεί επιτυχημένη η επιχείρηση θα απολαμβάνει μεγάλα στρατηγικά και λειτουργικά πλεονεκτήματα. Από την άλλη όμως, αν η επένδυση αποδειχθεί λανθασμένη, είτε θα χαθεί μία μεγάλη ευκαιρία για την ανάπτυξη της επιχείρησης, είτε η επιχείρηση θα έχει σπαταλήσει σημαντικούς πόρους χωρίς να αποκομίσει κανένα όφελος (Adler, 2000).

Η *χρηματοοικονομική αξιολόγηση* αποτελεί ένα μικρό μέρος της όλης διαδικασίας, που περιστρέφεται γύρω από την έννοια των ταμειακών ροών της επένδυσης και αποτελεί ένα χρήσιμο αναλυτικό εργαλείο.

Η αξιολόγηση μίας επένδυσης συνολικά βασίζεται στη βαθιά κατανόηση της εταιρίας και του περιβάλλοντός της (αγορά), καθώς και σε θέματα στρατηγικής που η επιχείρηση, με υποκειμενικό τρόπο θέτει. Η χρηματοοικονομική αξιολόγηση περιλαμβάνει τις εξής δύο βασικές διαδικασίες: (α) τον εντοπισμό όλων των εσόδων (εισροών) και εξόδων (εκροών), που σχετίζονται με την επένδυση (cash flow analysis) και (β) τη χρήση μεθόδων και κριτηρίων, με βάση τα οποία οι παραπάνω εισροές και εκροές να μπορούν να αξιολογούνται (capital budgeting decision methods).

Η πρώτη διαδικασία, του εντοπισμού των αναμενόμενων εσόδων και εξόδων της επένδυσης, είναι η περισσότερο δύσκολη, εμπειρεύει τη μεγαλύτερη αβεβαιότητα για τα συμπεράσματα της αξιολόγησης και εμπλέκει άτομα ποικίλων εξειδικεύσεων, προκειμένου να σχεδιαστούν οι απαραίτητες «υποθέσεις εργασίας». Η δεύτερη διαδικασία έχει ένα αναλυτικό χαρακτήρα, που σκοπό έχει την επεξεργασία των

δεδομένων και των παραδοχών της πρώτης φάσης. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι η χρηματοοικονομική αξιολόγηση μίας επένδυσης βοηθά και δεν καθορίζει τη λήψη της σχετικής επιχειρηματικής απόφασης.

10.2. Ανάλυση του συνολικού κόστους της επένδυσης

Στη συνέχεια, είναι απαραίτητο να γίνει έλεγχος όλων των στοιχείων του κόστους που επιδρούν στη χρηματοοικονομική εφικτότητα του επενδυτικού σχεδίου. Τα στοιχεία αυτά έχουν περιγραφεί σε προηγούμενα κεφάλαια και αποτελούνται από τις δαπάνες που πραγματοποιούνται στην προεπενδυτική φάση, την εφαρμογή του επενδυτικού σχεδίου και το σύνολο των δαπανών που είναι απαραίτητες ώστε να ανταποκριθεί η νέα μονάδα στις ανάγκες της λειτουργικής φάσης.

Το συνολικό κόστος της επένδυσης προκύπτει από την παρακάτω σχέση:

Κόστος Επένδυσης = Πάγιο Ενεργητικό + Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Το αρχικό πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης απεικονίζεται στον παρακάτω πίνακα και αποτελείται από το κόστος των αρχικών παγίων επενδύσεων και τις προπαραγωγικές δαπάνες.

Πίνακας 10-1: Αρχικό πάγιο ενεργητικό της επιχείρησης

<u>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</u>	<u>ΚΟΣΤΟΣ (Σε €)</u>
A.ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	
Κατασκευές & Έργα πολιτικού μηχανικού	238.220,25
Μηχανολογικός εξοπλισμός	368.693,71
B.ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	
Έξοδα εκτελέσεως του προγράμματος	45.500
ΣΥΝΟΛΟ	652.413,96

Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης αφορά τους απαιτούμενους πόρους για την λειτουργία της μονάδας. Νοείται ως η διαφορά του τρέχοντος ενεργητικού μείον το τρέχον παθητικό. Το καθαρό κεφάλαιο κίνησης συνιστά ένα αναπόσπαστο μέρος των αρχικών απαιτούμενων κεφαλαιακών δαπανών για την υλοποίηση της επένδυσης, το οποίο είναι απαραίτητο για την χρηματοδότηση της λειτουργίας της μονάδας και αποτυπώνεται στην ακόλουθη σχέση:

Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης = Τρέχον Ενεργητικό – Τρέχον Παθητικό

Το τρέχον ενεργητικό είναι ίσο με το άθροισμα των αποθεμάτων, των εμπορεύσιμων χρεογράφων, των προπληρωμένων στοιχείων, των εισπρακτέων λογαριασμών και μετρητών. Το τρέχων παθητικό αποτελείται από τους πληρωτέους λογαριασμούς.

Ο υπολογισμός του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, απαιτεί αρχικά τον καθορισμό της ελάχιστης καλυψής ημερών (X) για το τρέχον ενεργητικό και για το τρέχον παθητικό. Στη συνέχεια, γίνεται παράθεση του κόστους για κάθε στοιχείο του τρέχοντος ενεργητικού και τρέχοντος παθητικού (A) και ακολουθεί ο καθορισμός του συντελεστή του κύκλου εργασιών (Y) για τα στοιχεία του τρέχοντος ενεργητικού και τρέχοντος παθητικού που έχουν προαναφερθεί, διαιρώντας με 360 (το σύνολο των ημερών ενός έτους) με τον αριθμό των ημερών της ελάχιστης κάλυψης ($Y=360/X$). Εν συνεχεία, τα δεδομένα του κόστους διαιρούνται με τους αντίστοιχους συντελεστές του κύκλου εργασιών ($B=A/Y$), ώστε να ληφθούν οι ανάγκες του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αφαιρώντας εν τέλει το τρέχον παθητικό από το τρέχον ενεργητικό.

Για να γίνει ο υπολογισμός των εισπρακτέων λογαριασμών (πελάτες) και των αποθεμάτων των τελικών προϊόντων, πρέπει πρώτα να έχει υπολογιστεί το αντίστοιχο επιμέρους ετήσιο κόστος παραγωγής, καθώς οι ημέρες ελάχιστης κάλυψης βασίζονται στο συγκεκριμένο κόστος. Επίσης, οι τόκοι που καταβάλλονται για την εξυπηρέτηση του δανείου θα αναλυθούν σε επόμενη ενότητα.

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας υπολογισμού των αναγκών της μονάδας σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

Πίνακας 10-2: Υπολογισμός Αναγκών της μονάδας σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΤΡΕΧΟΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι:	60 ημέρες στο ετήσιο παραγωγικό κόστος μείον αποσβέσεις και τόκοι
B. Αποθέματα:	
Πρώτες Ύλες & Εφόδια	60 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Ανταλλακτικά	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Στολές Εργασίας	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Σακούλες Vacuum 20 x 30 για 5κιλα	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Σακούλες Vacuum 40 x 50 για 10κιλα	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Υλικά καθαριότητας	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Αναλώσιμα υλικά & γραφική ύλη	180 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Καύσιμα	30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Υλικά Κοινωνικών Αναγκών	30 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής
Τελικά Προϊόντα	15 ημέρες στο αντίστοιχο επιμέρους κόστος παραγωγής μείον αποσβέσεις και τόκοι
Γ. Μετρητά στο Ταμείο	20 ημέρες στο ετήσιο κόστος παραγωγής μείον πρώτες ύλες & άλλα εφόδια, αποσβέσεις και τόκοι
Δ. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	120 ημέρες στο ετήσιο κόστος πρώτων υλών και άλλων εφοδίων
ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (ευρώ)	Πρώτο Έτος Λειτουργίας (2016)
1. Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια	421.546,55
2. Ανθρώπινο Δυναμικό	80.000
3. Γενικά έξοδα	54.000
4. Έξοδα Μάρκετινγκ	4.200
5. Χρηματοοικονομικά έξοδα	Περίοδος χάριτος
6. Αποσβέσεις	65.241,39
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	624.987,94

Επίσης υπολογίζονται οι συνολικές ετήσιες αποσβέσεις που αφορούν το πάγιο ενεργητικό, σύμφωνα με την οποία το αποσβεστέο κόστος (το οποίο είναι ίσο με το συνολικό αρχικό κόστος κτήσεως) διαιρείται με τον αριθμό 10 (το σύνολο των ετών της ωφέλιμης διάρκειας ζωής). Το αποτέλεσμα της διαίρεσης θα αποτελεί το ετήσιο ποσό της απόσβεσης. Ακολουθεί η σχέση που μας δίνει την ετήσια απόσβεση:

Ετήσια Απόσβεση = Αξία Κτήσης Παγίου Στοιχείου / Ωφέλιμη Ζωή

Κάνοντας αντικατάσταση στην ανωτέρω σχέση, υπολογίζεται ότι η ετήσια απόσβεση ισούται με : **Ετήσια Απόσβεση = 652.413,96 / 10 = 65.241,396**

Βάσει του ανωτέρω πίνακα 10-2, προκύπτει ο τελικός υπολογισμός του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, ο οποίος ακολουθεί παρακάτω:

Πίνακας 10-3: Τελικός Υπολογισμός Καθαρού Κεφαλαίου Κίνησης (2016)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (ευρώ)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΣΥΝΤ. ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΚΑΛΥΨΗΣ	ΑΝΑΓΚΕΣ 1 ^{ου} ΕΤΟΥΣ (2016) ευρώ
	A	X	Y	B
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				183.446,05
A. Λογ/σμοί Εισπρακτέοι	559.746,55	60	6	93.291,09
B. Αποθέματα				82.320,39
α. Πρώτες ύλες	360.000	60	6	60.000
β. Ανταλλακτικά	6.887,33	180	2	3.443,66
γ. Στολές εργασίας	3.000	180	2	1.500
δ. Καύσιμα	6.000	30	12	3.000
ε. Υλικά Κοι/κων Αναγκών	16.900	30	12	1.408,33
στ. Σακούλες συσκευασίας	10.936,80	180	2	5.468,4
ζ. Υλικά καθαριότητας	3.000	180	2	1.500
η. Αναλώσιμα υλικά & γραφική ύλη	12.000	180	2	6.000
θ. Τελικά Προιόντα	559.746,55	15	24	23.322,77
Γ. Μετρητά στο ταμείο	141.022,42	20	18	7.834,57
II ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ				
Δ. Λογαριασμοί πληρωτέοι	421.546,55	60	6	70.257,75
III ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I-II)				113.188,3
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ				624.987,94
Μείον: Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια				421.546,55
Αποσβέσεις				65.241,39
				138.200
V. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ				7.834,57

Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Οι προηγούμενες αναλύσεις του επιμέρους κόστους δίνουν τη δυνατότητα να γίνει υπολογισμός του συνολικού κόστους της επένδυσης. Το συνολικό κόστος της επένδυσης, προκύπτει από το άθροισμα του πάγιου ενεργητικού και του καθαρού κεφαλαίου κίνησης και παρουσιάζεται στον πίνακα 10-4.

Πίνακας 10-4: Συνολικό Κόστος Επένδυσης

Α/Α	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ%
1	Πάγιο Ενεργητικό	652.413,96	85,21%
2	Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης	113.188,3	14,78%
ΣΥΝΟΛΟ		765.602,26	100%

Προκύπτει, λοιπόν, από τον ανωτέρω πίνακα ότι το συνολικό κόστος της επένδυσης ανέρχεται στα 765.602,26 ευρώ. Επίσης, προκύπτει ότι το 85,21% του κόστους της εν λόγω επένδυσης αφορά τις πάγιες επενδύσεις, ενώ το 14,78% του κόστους αφορά το καθαρό κεφάλαιο κίνησης.

10.3. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το συνολικό κόστος της επένδυσης αναμένεται να καλυφθεί μέσω τριών συγκεκριμένων πηγών χρηματοδότησης, οι οποίες είναι:

- Επιχορήγηση μέσω ΕΣΠΑ (κονδύλι Ευρωπαϊκής Ένωσης για δημιουργία νέων επιχειρήσεων).
- Ίδια κεφάλαια του μετόχου
- Τραπεζικός δανεισμός

Σύμφωνα με τα παραπάνω προκύπτει ο πίνακας 10-5, όπου παρουσιάζονται οι πηγές χρηματοδότησης της επένδυσης.

Πίνακας 10-5: Πηγές Χρηματοδότησης της Επένδυσης

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΚΟΣΤΟΣ (€)	ΠΟΣΟ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ
Κρατική Επιχορήγηση	497.641,46	65%
Ίδια Κεφάλαια	229.680,67	30%
Τραπεζικός δανεισμός	38.280,11	5%
Σύνολο	765.602,26	100%

Η υπό μελέτη επιχείρηση θα χρειαστεί να λάβει τραπεζικό δάνειο ύψους 38.280,11 ευρώ. Η επιχείρηση αναμένεται να δανειστεί από την Τράπεζα Πειραιώς με ετήσιο σταθερό ονομαστικό επιτόκιο 6% και περίοδο αποπληρωμής έξι χρόνια και έτος έναρξης αποπληρωμής το 2017 (Ιανουάριο), καθότι θα δοθεί περίοδος χάριτος ενός έτους (2016). Ο τύπος του ανατοκισμού δείχνει τις υποχρεώσεις της εν λόγω επιχείρησης έναντι της τράπεζας:

$$A = P (A/P, i\%, N)$$

Όπου i = Επιτόκιο Δανείου

N = Περίοδοι Τοκισμού, ισούται με 6

A = Τιμή Ράντας

P = Παρούσα Αξία Χρήματος

$(A/P, i\%, N)$ = Συντελεστής Ανάκτησης Κεφαλαίου και ισούται με: $1 (1+i)^N / [((1+i)^N - 1)] = 0,20336$

Οπότε προκύπτει:

$$A = 38.280,11 * 0,203 = 7.784,64 \text{ ευρώ ετήσια δόση του δανείου}$$

Οι ετήσιες τοκοχρεωλυτικές υποχρεώσεις της επιχείρησης παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 10-6: Εξυπηρέτηση Τραπεζικού Δανεισμού

ΕΤΟΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΔΟΣΗ A	ΤΟΚΟΣ T = 6% * Y	ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ X = A - T	ΑΝΕΞΟΦΛΗΤΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ Y = Κεφάλαιο - X
2016	Περίοδος Χάριτος			38.280,11
2017	7.784,64	2.296,8	5.487,83	32.792,28
2018	7.784,64	1.967,53	5.817,1	26.975,18
2019	7.784,64	1.618,51	6.166,12	20.809,06
2020	7.784,64	1.248,54	6.536,09	14.272,97
2021	7.784,64	856,37	6.928,26	7.344,71
2022	7.784,64	440,68	7.343,95	0,76

10.4. Ανάλυση του Συνολικού Κόστους της Παραγωγής

Η ανάλυση του συνολικού κόστους παραγωγής καθίσταται σημαντικός παράγοντας για την εκτίμηση τόσο της αποδοτικότητας της υπό μελέτης μονάδας, όσο και για την βιωσιμότητα της επένδυσης. Πρέπει, λοιπόν, να γίνει ενδελεχής έλεγχος του εν λόγω κόστους, ώστε να διασφαλιστεί η άρτια λειτουργία της μονάδας, η βιωσιμότητα και η κερδοφορία.

10.4.1. Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής

Η εκτίμηση του συνολικού κόστους παραγωγής περιλαμβάνει το κόστος πρώτων υλών και εφοδίων, τα γενικά βιομηχανικά έξοδα, τα χρηματοοικονομικά έξοδα, το κόστος ανθρώπινου δυναμικού, τα έξοδα μάρκετινγκ και τις αποσβέσεις. Στον πίνακα 10-7 φαίνεται η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού κόστους παραγωγής για την πρώτη πενταετία λειτουργίας της μονάδας (2016-2020).

Πίνακας 10-7: Διαχρονική Εξέλιξη Συνολικού Κόστους Παραγωγής (2016-2020)

ΕΤΟΣ	ΠΡΩΤΕΣ & ΑΛΛΑ ΕΦΟΔΙΑ	ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	ΓΕΝΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	ΕΞΟΔΑ ΜΚΤ	ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
2016	421.546,55	80.000	54.000	4.200	-	65.241	624.987,94
2017	426.080,38	81.440	54.972	4.410	2.296,8	65.241	634.440,57
2018	436.858,77	82.905,9	55.961,4	4.630,5	1.967,53	65.241	647.565,6
2019	444.722,06	84.398,2	56.968,8	4.862	1.618,51	65.241	657.810,97
2020	452.727,02	85.917,3	57.994,2	5.105,1	1.248,54	65.241	668.233,65

Παρατηρείται αύξηση του συνολικού κόστους παραγωγής από το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας έως και το τελευταίο κατά 43.245,71 ευρώ. Το συνολικό κόστος παραγωγής κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της μονάδας, ανέρχεται σε 624.987,94 ευρώ, ενώ στο τέλος της πενταετίας (2020) ανέρχεται σε 668.233,65 ευρώ.

10.4.2. Υπολογισμός Αναγκών σε Καθαρό Κεφάλαιο Κίνησης

Ο υπολογισμός αναγκών σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι πολύ βασικός για τη βιωσιμότητα του επενδυτικού σχεδίου.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης των απαιτήσεων σε καθαρό κεφάλαιο κίνησης. Τα αποθέματα αποτελούν βασικό στοιχείο του καθαρού κεφαλαίου κίνησης.

Οι πίνακες 10-8 και 10-9 δείχνουν την διαχρονική εξέλιξη απαιτήσεων σε αποθέματα και σε κεφάλαιο κίνησης, αντίστοιχα.

Πίνακας 10-8: Διαχρονική Εξέλιξη Απαιτήσεων σε Αποθέματα (2016-2020)

ΕΤΗ	ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ
2016	82.320,39
2017	83.802,15
2018	85.310,58
2019	86.846,17
2020	88.409,40

Πίνακας 10-9: Διαχρονική Εξέλιξη Απαιτήσεων σε Κεφάλαιο Κίνησης (2016-2020)

ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ (€)				
	2016	2017	2018	2019	2020
I. ΤΡΕΧΟΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
A. Λογαριασμοί Εισπρακτέοι	93.291,09	94.970,3	96.679,7	98.420,01	100.191,57
B. Αποθέματα (Αθροιστικά)	82.320,39	83.802,1	85.310,5	86.846,17	88.409,40
Γ. Μετρητά στο Ταμείο	7.834,57	7.975,59	8.119,15	8.265,29	8.414,06
Δ. Σύνολο Τρεχ. Ενεργητικού	183.446	186.748	190.109	193.531	197.015
II. ΤΡΕΧΟΝ ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
A. Λογαριασμοί Πληρωτέοι	70.257,75	71.522,3	72.809,7	74.120,35	75.454,51
III. ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (I-II)					
	113.188,3	115.225	117.299	119.411,12	121.560,52
IV. ΣΥΝ/ΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ					
Μείον: Πρώτες Ύλες & Εφόδια	421.546,55	426.080	436.858	444.722,06	452.727,02
Αποσβέσεις & Τόκοι	65.241,39	67.538,1	67.208,9	66.859,9	66.489,93
	138.200	140.822	143.497	146.229,01	149.016,70
VI. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΜΕΤΡΗΤΑ	7.834,57	7.975,59	8.119,15	8.265,29	8.414,06

10.5. Ανάλυση των Λογιστικών Καταστάσεων

10.5.1. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως εμφανίζει το οικονομικό αποτέλεσμα, κέρδος ή ζημία, το οποίο η επιχείρηση πέτυχε κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου και στη συγκεκριμένη περίπτωση κατά την περίοδο 2016-2020, καθώς και τους προσδιοριστικούς παράγοντες που αφορούν αυτό το αποτέλεσμα.

Το αποτέλεσμα χρήσεως, προσδιορίζεται από τα έσοδα και τα έξοδα και την διαφορά αυτών. Στον πίνακα 10-10 φαίνονται τα στοιχεία αποτελεσμάτων χρήσεως για τα έτη από 2016-2020, κατά την λειτουργία της υπό εξέταση επιχείρησης.

Πίνακας 10-10: Προβλεπόμενες Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσεως (2016-2020)

	2016	2017	2018	2019	2020
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	840.000	882.000	926.100	972.405	1.021.025,25
Μείον:	624.987,94	634.440,57	647.565,6	657.810,97	668.233,65
Κόστος παραγωγής					
ΜΙΚΤΟ ΦΟΡΟΛΟΓΗΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	215.012,06	247.559,43	278.534,4	314.594,03	352.791,6
Μείον: ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ (26%)	55.903,13	64.365,45	72.418,94	81.794,44	91.725,81
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	159.108,93	183.193,98	206.115,46	232.799,59	261.065,79

Σύμφωνα με τον πίνακα 10-10 το καθαρό κέρδος αναμένεται να ανέλθει το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης στα 159.108,93 ευρώ. Το 2017 το καθαρό κέρδος αναμένεται να αυξηθεί και να φτάσει στα 183.193,98 ευρώ, το 2018 φτάνει στα 206.115,46 ευρώ, το 2019 στα 232.799,59 ευρώ και το 2020 αναμένεται να ανέλθει στα 261.065,79 ευρώ.

10.5.2. Πίνακας Χρηματικών Ροών

Ο πίνακας χρηματικών ροών είναι ιδιαίτερα χρήσιμος για την αξιολόγηση της εν λόγω επένδυσης, διότι περιγράφονται οι διάφορες μεταβολές των μόνιμων (κεφαλαίων και αποθεματικών) και των προσωρινών ή μεταβλητών κεφαλαίων (βραχυχρόνιες υποχρεώσεις και τραπεζικά δάνεια). Όλα τα παραπάνω διευκολύνουν τον προγραμματισμό του σχεδίου.

Πίνακας 10-11: Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών (2016-2020)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
A.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ	765.602,2	840.000	882.000	926.100	972.405	1.021.025,2
1.ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ(κεφάλαια χρηματοδοτήσεως)	765.602,2	0	0	0	0	0
2.ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	0	840.000	882.000	926.100	972.405	1.021.025,2
B.ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ	652.413,9	623.605,1	648.212,1	670.866	692.170,12	714.307,45
1.ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	652.413,9	0	0	0	0	0
2.ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	0	559.746,5	566.902,3	580.356,6	590.951,07	601.743,72
3.ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	55.903,13	64.365,45	72.418,94	81.794,44	91.725,81
4.ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΑ	0	0	7.784,64	7.784,64	7.784,64	7.784,64
5.ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	0	7.955,44	9.159,69	10.305,77	11.639,97	13.053,28
Γ.ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ (Α-Β)	113.188,3	216.394,8	233.787,8	255.233,9	280.234,88	306.717,80
Δ.ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	113.188	329.583,1	563.371,02	818.604,99	1.098.839,87	1.405.557,67

• Τακτικό αποθεματικό: 5% επί των κερδών

Από τον πίνακα 10-11 βλέπουμε το συσσωρευμένο ταμειακό για την χρονική περίοδο 2016-2020. Για το έτος 2015 έχουμε συσσωρευμένο ταμειακό 113.188,30 ευρώ, για το 2016 έχουμε 329.583,18 ευρώ, για το 2017 φτάνει τα 563.371,01 ευρώ, το 2018 το

συσσωρευμένο ταμειακό είναι στα 818.604,99, το 2019 είναι στα 1.098.839,87 ευρώ και για το 2020 φτάνει τα 1.405.557,67 ευρώ.

10.5.3. Ισολογισμός

Ο Ισολογισμός είναι ένας λογιστικός πίνακας που εμφανίζει τα περιουσιακά στοιχεία, τις υποχρεώσεις και τις απαιτήσεις μιας επιχείρησης σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Ως επιχειρηματική ή επαγγελματική περιουσία νοείται:

- ▶ Τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης
- ▶ Οι υποχρεώσεις της επιχείρησης
- ▶ Τα ίδια κεφάλαια ή καθαρή θέση της επιχείρησης

Ως περιουσιακά στοιχεία για μία επιχείρηση είναι το ενεργητικό, ενώ τα ίδια κεφάλαια ή οι υποχρεώσεις είναι το παθητικό της επαγγελματικής περιουσίας.

Η ισότητα που υπάρχει μεταξύ του ενεργητικού και του παθητικού εμφανίζεται ως ακολούθως:

Ενεργητικό = Παθητικό + Καθαρή Θέση

Σύμφωνα με τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα, οι λογαριασμοί του Ενεργητικού κατατάσσονται με βάση το κριτήριο ρευστότητας, δηλαδή παραθέτονται πρώτοι οι λογαριασμοί του μη Κυκλοφορούντος Ενεργητικού (π.χ. οικόπεδα, κτίρια, μηχανήματα) και μετά αυτοί του Κυκλοφορούντος (π.χ. εμπορεύματα, απαιτήσεις, χρεόγραφα, διαθέσιμα).

Οι λογαριασμοί του Παθητικού κατατάσσονται με βάση το χρόνο λήξης των ιδίων και των ξένων κεφαλαίων.

Έτσι, βλέπουμε πρώτα τους λογαριασμούς της Καθαρής Θέσης (π.χ. μετοχικό κεφάλαιο, αποθεματικό), ύστερα αυτών των μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων (π.χ. ομολογιακά δάνεια) και τέλος τους λογαριασμούς βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων (π.χ. γραμμάτια πληρωτέα).

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, ακολουθούν οι προβλεπόμενοι ισολογισμοί της επιχείρησης για την υπό μελέτη πενταετία (2016-2020) και παρατίθενται στην ακόλουθη κάθετη διάταξη:

Πίνακας 10-12: Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί Τέλους (2016-2020)

	2016	2017	2018	2019	2020
I.ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
A.ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1.ΠΡΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	45.500				
2.ΠΑΓΙΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	606.913,9				
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΑ	652.413,9	587.172,5	521.931,18	456.689,79	326.207,01
ΜΕΙΟΝ:ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	65.241,39	65.241,39	65.241,39	65.241,39	65.241,39
ΣΥΝΟΛΟ	587.172,5	521.931,1	456.689,79	391.448,4	260.965,62
B.ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ					
1.ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	82.320,39	83.802,15	85.310,58	86.846,17	88.409,40
2.ΠΕΛΑΤΕΣ	93.291,09	94.970,32	96.679,78	98.420,01	100.191,57
3.ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	7.834,57	7.975,59	8.119,15	8.265,29	8.414,06
ΣΥΝΟΛΟ	183.446	186.748	190.109,51	193.531,47	197.015,03
Γ.ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΜΕΤΡΗΤΩΝ	329.583,1	563.371	818.604,99	1.098.839,87	1.405.557,6
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.100.201	1.272.050	1.465.404,2	1.683.819,74	1.863.538,3
II.ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
A.ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1.ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	70.257,75	71.522,38	72.809,78	74.120,35	75.454,51
2.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΦΟΡΟΥΣ & ΤΕΛΗ	55.903,13	64.365,45	72.418,94	81.794,44	91.725,81
B.ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
1.ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ	38.280,11	32.792,28	26.975,18	20.809,06	14.272,97
Γ.ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΙΝΔΥΝΩΝ-ΕΞΟΔΩΝ	99.093,89	141.228,8	183.867,44	225.033,26	200.360,72
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	263.534,8	309.908,9	356.071,34	401.757,11	381.814,01
III.ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ					

1.ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	229.680,6	229.680,6	229.680,67	229.680,67	229.680,67
2.ΚΡΑΤΙΚΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	497.641,4	447.877,3	398.113,18	348.349,04	298.584,90
ΜΕΙΟΝ: ΑΝΑΛΟΓΟΥΣΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	49.764,14	49.764,14	49.764,14	49.764,14	49.764,14
3.ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	7.955,44	9.159,69	10.305,77	11.639,97	13.053,28
4.ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΡΔΩΝ ΕΙΣ ΝΕΟ	151.153,4	325.187,7	520.997,47	742.157,09	990.169,60
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΗΣ ΕΙΣ ΝΕΟ	(151.153)	(174.034)	(195.809)	(221.159)	(248.012)
ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	836.666	962.141,3	1.109.332,9	1.282.062,63	1.481.724,3
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ & ΚΑΘΑΡΗΣ ΘΕΣΗΣ	1.100.201	1.272.050	1.465.404,2	1.683.819,74	1.863.538,3

10.6. Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση της Επένδυσης

Είναι απολύτως σαφές ότι η βάση για το αν θα πραγματοποιηθεί η εν λόγω επένδυση βασίζεται στην χρηματοοικονομική του απόδοση επί του συνολικού κεφαλαίου επένδυσης και επί του μετοχικού κεφαλαίου, η οποία θα πρέπει να είναι υψηλή και σε ικανοποιητικό βαθμό. Για την αξιολόγηση της επένδυσης θα χρησιμοποιηθούν πολλές μέθοδοι, οι οποίες θα αναλυθούν παρακάτω.

10.6.1. Μέθοδος Επανείσπραξης του Κόστους Επένδυσης

Η μέθοδος επανείσπραξης του κόστους επένδυσης δίνει τα έτη που απαιτούνται, ώστε το κόστος του κεφαλαίου της αρχικής επένδυσης να επανεισπραχθεί, μέσω των καθαρών ταμειακών ροών. Παρακάτω ορίζεται η καθαρή ταμειακή ροή:

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Ταμειακές Εισροές – Ταμειακές Εκροές

Ή

Καθαρή Ταμειακή Ροή = Καθαρά Κέρδη + Αποσβέσεις

Οι ταμειακές εισροές (πωλήσεις, μείωση εργατικών κτλ.) περιλαμβάνουν τα διάφορα οφέλη που αναμένονται από την επένδυση, ενώ οι ταμειακές εκροές (συντήρηση μηχανημάτων, επισκευές, διαφήμιση κτλ.) περιλαμβάνουν ότι πρόκειται να συμβεί κατά

τη διάρκεια ζωής της επένδυσης. Στις εκροές δεν συνυπολογίζονται οι χρεωστικοί τόκοι του δανείου, γιατί συμπεριλαμβάνονται στο συντελεστή προεξόφλησης.

Εν συνεχεία ακολουθούν οι πίνακες υπολογισμού των καθαρών κερδών της επιχείρησης και του υπολογισμού των καθαρών ταμειακών ροών της επιχείρησης.

Πίνακας 10-13: Υπολογισμός Καθαρών Κερδών Επιχείρησης – Μη συμπεριλαμβανομένων των Τόκων (€)

ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΤΟΚΟΙ	ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	ΦΟΡΟΣ (26%)	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ
2016	840.000	624.987,94	-	215.012,06	55.903,13	159.108,93
2017	882.000	634.440,57	2.296,80	245.262,63	63.768,28	181.494,35
2018	926.100	647.565,60	1.967,53	276.566,87	71.907,38	204.659,49
2019	972.405	657.810,97	1.618,51	312.975,52	81.373,63	231.601,89
2020	1.021.025,25	668.233,65	1.248,54	351.543,06	91.401,19	260.141,87

Πίνακας 10-14: Υπολογισμός Καθαρών Ταμειακών Ροών Επιχείρησης (€)

ΕΤΟΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ (1)	ΠΡΟΣΘΕΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗ (2)	ΚΤΡ (1) + (2)	ΑΘΡΟΙΣΤΙΚΗ ΚΤΡ
2016	159.108,93	65.241,39	224.350,32	224.350,32
2017	181.494,35	65.241,39	246.735,74	471.086,06
2018	204.659,49	65.241,39	269.900,88	740.986,94
2019	231.601,89	65.241,39	296.843,28	1.037.830,22
2020	260.141,87	65.241,39	325.383,26	1.363.213,48

Σύμφωνα με τον πίνακα 10-14 προκύπτει ότι η επανείσπραξη του κόστους της επένδυσης θα πραγματοποιηθεί σε περίοδο 3 χρόνων και 1,5 μήνα περίπου. Παρατηρείται, ότι η περίοδος επανείσπραξης είναι ιδιαίτερα μικρή και την κάνει πολύ δελεαστική και θετική.

10.6.2. Μέθοδος Απλού Συντελεστή Απόδοσης του Κεφαλαίου

Η μέθοδος του απλού συντελεστή απόδοσης του κεφαλαίου εκφράζει τη σχέση του καθαρού ετήσιου κέρδους της επιχείρησης προς το επενδυμένο κεφάλαιο. Καθαρό κέρδος ορίζεται το κέρδος μετά τις αποσβέσεις, τους τόκους και τους φόρους. Οι συντελεστές που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση των επενδύσεων και τη λήψη αποφάσεων για επενδύσεις είναι οι εξής:

Ο συντελεστής απόδοσης επί του συνολικού απασχολούμενου κεφαλαίου

$$R = (\text{Καθαρό Κέρδος} + \text{Τόκοι}) * 100 / \text{Συνολικό Κεφάλαιο} \&$$

Ο συντελεστής απόδοσης επί του επενδυμένου μετοχικού κεφαλαίου

$$Re = \text{Καθαρό Κέρδος} * 100 / \text{Μετοχικό Κεφάλαιο}$$

Στη συνέχεια ακολουθεί ο πίνακας του υπολογισμού καθαρών κερδών συν τους τόκους και ο πίνακας υπολογισμού συντελεστών απόδοσης κεφαλαίου, από τους οποίους θα αντληθούν βασικά συμπεράσματα για την χρηματοοικονομική αξιολόγηση της εν λόγω επένδυσης.

Πίνακας 10-15: Υπολογισμός Καθαρών Κερδών συν Τόκους (€)

	2016	2017	2018	2019	2020
Καθαρά Κέρδη	159.108,93	183.193,98	206.115,46	232.799,59	261.065,79
Τόκοι	-	2.296,80	1.967,53	1.618,51	1.248,54
Σύνολο	159.108,93	185.490,78	208.082,99	234.418,10	262.314,33

Πίνακας 10-16: Υπολογισμός Συντελεστών Απόδοσης Κεφαλαίου (€)

	2016	2017	2018	2019	2020
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	159.108,93	183.193,98	206.115,46	232.799,59	261.065,79
ΚΕΦΑΛΑΙΟ			765.602,26		
R	20,78%	23,92%	26,92%	30,40%	34,09%
ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ	159.108,93	183.193,98	206.115,46	232.799,59	261.065,79
ΚΕΦΑΛΑΙΟ			229.680,67		
Re	69,27%	79,76%	89,74%	101,35%	113,66%

Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία φαίνεται ότι ο απλός συντελεστής απόδοσης (R) είναι για το έτος 2016 20,78%, για το 2017 23,92%, για το 2018 26,92%, για το 2019 30,40% και για το 2020 είναι 34,09%. Αντίστοιχα, ο συντελεστής απόδοσης επί του μετοχικού κεφαλαίου είναι για το 2016 69,27%, για το 2017 79,76%, για το 2018 89,74%, για το 2019 101,35% και για το 2020 είναι 113,66%.

Όπως φαίνεται και από τους δύο συντελεστές είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικοί, καθώς κινούνται σε υψηλά επίπεδα.

10.6.3. Μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας

Η Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) μιας επένδυσης ορίζεται ως η διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των n καθαρών ταμειακών ροών ΚΤΡ της επένδυσης, προεξοφλημένων στο παρόν με επιτόκιο i και του αρχικού κεφαλαίου K_0 που απαιτείται για να πραγματοποιηθεί η επένδυση σήμερα.

$$ΚΠΑ = \sum_{t=1}^n \frac{ΚΤΡ_t}{(1+i)^t} - K_0$$

- Σε περίπτωση που η παρούσα αξία των αναμενόμενων ταμειακών ροών από την επένδυση σήμερα είναι πιο υψηλή από το απαιτούμενο κόστος της επένδυσης, δηλαδή η $ΚΠΑ > 0$, τότε η επένδυση γίνεται αποδεκτή.
- Σε περίπτωση που η $ΚΠΑ = 0$, ο επενδυτής πρέπει να είναι αδιάφορος με βάση αυτό το κριτήριο επιλογής.
- Σε περίπτωση που η $ΚΠΑ < 0$, η επένδυση δεν πρέπει να γίνει αποδεκτή.

Σύμφωνα με τα ανωτέρω στοιχεία, καθώς και των ετήσιων καθαρών ταμειακών ροών της επιχείρησης, προκύπτει ο πίνακας 10-17, όπου χρησιμοποιείται κατάλληλο κόστος κεφαλαίου (15%), σύμφωνα και με τις προβλεπόμενες τραπεζικές συνθήκες.

Πίνακας 10-17: Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (€)

ΕΤΟΣ	ΚΤΡ (1)	ΣΠΑ _{15%,v} (2)	Παρούσα Αξία (1) * (2)
2016	224.350,32	0,8696	195.095,03
2017	246.735,74	0,7561	186.556,89
2018	269.900,88	0,6575	177.459,82
2019	296.843,28	0,5718	169.734,98
2020	325.383,26	0,4972	161.780,55
Συνολική Παρούσα Αξία			890.627,27

$$\text{ΚΠΑ} = \text{Συνολική ΠΑ} - \text{ΚΕ} = > \text{ΚΠΑ} = 890.627,27 - 765.602,26 = 125.025,01 > 0$$

Η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι θετική, επομένως η εν λόγω επένδυση είναι ιδιαίτερα ελκυστική και μπορεί να γίνει αποδεκτή. Φαίνεται μέσω της ΚΠΑ ότι η αποδοτικότητα των ταμειακών ροών της επιχείρησης είναι υψηλότερη από την ελάχιστη αποδεκτή απόδοση (15%).

10.6.4. Μέθοδος Εσωτερικού Συντελεστή Απόδοσης

Με την μέθοδο του εσωτερικού βαθμού απόδοσης δίνεται η δυνατότητα στον επενδυτή για την εσωτερική απόδοση της επένδυσης, η οποία είναι ο συντελεστής προεξόφλησης στον οποίο εξισώνεται το κόστος της επένδυσης με την παρούσα αξία των μελλοντικών καθαρών ταμειακών ροών.

$$\text{ΚΠΑ} = \sum [\text{ΚΤΡ}_T(\text{ΣΠΑ}_{k,v})] - \text{ΚΕ} = 0 \text{ ή } \sum [\text{ΚΤΡ}_T(\text{ΣΠΑ}_{k,v})] = \text{ΚΕ}$$

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης είναι το επιτόκιο στο οποίο η παρούσα αξία των ταμειακών εισροών της επιχείρησης ισούται με την παρούσα αξία των ταμειακών εκροών της επιχείρησης.

Διαδικασία υπολογισμού Εσωτερικού Βαθμού Απόδοσης

1. Γίνεται υπολογισμός των σχετικών καθαρών ταμειακών ροών της επιχείρησης.
2. Γίνεται η προεξόφληση των καθαρών ταμειακών ροών στο παρόν, όχι μόνο με το επιτόκιο αγοράς (15%), αλλά και με άλλα επιτόκια (ένα υψηλό και ένα χαμηλό επιτόκιο, IRR_1 και IRR_2 αντίστοιχα).

3. Εντοπίζεται ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης μέσω του τύπου:

$$IRR = IRR_1 + [\ThetaΚΠΑ*(IRR_2 - IRR_1) / \ThetaΚΠΑ + ΑΚΠΑ]$$

IRR = Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης (ΕΣΑ)

IRR₁ = το χαμηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης

IRR₂ = το υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης

ΘΚΠΑ = θετική καθαρή παρούσα αξία στο χαμηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης

ΑΚΠΑ = αρνητική καθαρή παρούσα αξία στο υψηλότερο επιτόκιο προεξόφλησης

Με βάση όλα τα ανωτέρω προκύπτει ο πίνακας 10-18 (εκτίμηση του εσωτερικού συντελεστή απόδοσης), χρησιμοποιώντας τρία εναλλακτικά προεξοφλητικά επιτόκια κεφαλαίου.

Πίνακας 10-18: Υπολογισμός Παρούσας Αξίας (€)

ΕΤΟ Σ	ΚΤΡ (1)	ΣΠΑ _{15%,N} (2)	ΣΠΑ _{18%, N} (3)	ΣΠΑ _{27%, N} (4)	ΠΑ (1) * (2)	ΠΑ (1) * (3)	ΠΑ (1) * (4)
2016	224.350,3	0,8696	0,8475	0,7874	195.095	190.136,89	176.653,4
2017	246.735,7	0,7561	0,7182	0,6200	186.556,8	177.205,60	152.976,1
2018	269.900,8	0,6575	0,6086	0,4882	177.459,8	164.261,67	131.765,6
2019	296.843,2	0,5718	0,5158	0,3844	169.734,9	153.111,76	114.106,5
2020	325.383,2	0,4972	0,4371	0,3026	161.780,5	142.225,02	98.460,97
Συνολική Παρούσα Αξία					890.627,3	826.940,94	673.962,7

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν είναι τα ακόλουθα:

$$IRR_1 = 18\% \rightarrow 826.940,94 - 765.602,26 = 61.338,68$$

$$IRR_2 = 27\% \rightarrow 673.962,7 - 765.602,26 = -91.639,56$$

$$\ThetaΚΠΑ = 61.338,68$$

ΑΚΠΑ = **91.639,56**

Ο Εσωτερικός Συντελεστής Απόδοσης προβλέπεται να είναι:

$$\begin{aligned} \text{IRR} &= 18\% + [61.338,68 (27\%-18\%) / (61.338,68+91.639,56)] = \\ &= 18\% + [61.338,68 * (9\%) / (61.338,68+91.639,56)] = \\ &= 18\% + 552.048,12\% / (61.338,68+91.639,56) = \\ &= 18\% + 3,60\% = 21,60\% \end{aligned}$$

Ο εσωτερικός συντελεστής απόδοσης είναι 21,60% και αποτελεί το υψηλότερο επιτόκιο, όπου θα μπορούσε ο επενδυτής να καλύψει, χωρίς να υπάρχει ο κίνδυνος της απώλειας επενδυμένων κεφαλαίων. Στην περίπτωση της υπό μελέτης επιχείρησης ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης είναι σε αρκετά ικανοποιητικό επίπεδο. Επομένως προκύπτει ότι η προτεινόμενη επένδυση κρίνεται ελκυστική και μπορεί να γίνει αποδεκτή.

10.7. Χρηματοοικονομική Αξιολόγηση σε Συνθήκες Αβεβαιότητας

Το επιχειρηματικό περιβάλλον στις μέρες μας είναι συνεχώς μεταβαλλόμενο και ευμετάβλητο. Οι κοινωνικο οικονομικές πιέσεις που υφίσταται η χώρα μας, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, επηρεάζουν τον κύκλο ζωής της κάθε επιχείρησης, τις τεχνολογικές εξελίξεις και φέρουν συνεχόμενες αλλαγές στο στελεχιακό δυναμικό των επιχειρήσεων.

Ως αβεβαιότητα νοείται η έλλειψη πληροφοριών σχετικά με μεταβλητές, οι οποίες υπεισέρχονται στη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Στο σύγχρονο γίνεσθαι οι επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα σε μεγάλο βαθμό.

Τα είδη αβεβαιότητας είναι τρία:

- Άγνοια
- Οικονομική απροσδιοριστία
- Κίνδυνος

Ο εκάστοτε επενδυτής σε περίπτωση κινδύνου μπορεί να έχει υπόψιν τα ακόλουθα:

- Μία επένδυση μπορεί να πραγματοποιηθεί αν και μόνο αν η προσδοκώμενη απόδοσή της είναι ικανή να ανταμείψει τον επενδυτή έναντι του πιθανού κινδύνου της επένδυσης.
- Ο κίνδυνος είναι συνυφασμένος με τις επιχειρήσεις και το περιβάλλον τους, επομένως θεωρείται δεδομένη η ύπαρξη του κινδύνου σε κάθε πρόταση επενδύσεων.

10.7.1. Ανάλυση «Νεκρού» Σημείου

Νεκρό σημείο (break even point – BEP) ονομάζεται το ποσό ακριβώς των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που μια επιχείρηση καλύπτει το σύνολο των εξόδων της, σταθερά (ενοίκια, εξοπλισμοί, ασφάλιστρα κτλ.) και μεταβλητά (πληρωμές εργαζομένων, υπερωρίες, λογαριασμοί ρεύματος κτλ.), μη πραγματοποιώντας κέρδος ή ζημιά. Εκφράζεται ως η αξία επί των πωλήσεων που πρέπει να κάνει η επιχείρηση, ώστε να μην έχει κέρδος ή ζημιά, ως ποσοστό επί των πωλήσεων, ως ποσότητα πωλήσεων και ως χρόνος (πόσο χρόνο θα χρειαστεί η επιχείρηση, ώστε να πουλήσει τον απαραίτητο αριθμό μονάδων προϊόντος, ώστε να μην έχει κέρδος ή ζημιά).

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, για τη διαδικασία ανάλυσης του νεκρού σημείου ισχύουν τα εξής:

Έσοδα Πωλήσεων = Κόστος Παραγωγής

Έσοδα Πωλήσεων = Όγκος πωλήσεων * Τιμή Μονάδας

Κόστος Παραγωγής = Σταθερά Έξοδα + Μεταβλητά Έξοδα ανά Μονάδα * Όγκος Πωλήσεων

Οπότε προκύπτουν οι ακόλουθες σχέσεις:

$$y = \tau * x \text{ και } y = \sigma + \mu * x$$

$$\tau * x = \sigma + \mu * x \rightarrow x = \sigma / \tau - \mu$$

Όπου:

X = όγκος των πωλήσεων

Y = αξία των πωλήσεων

T = τιμή ανά μονάδα

μ = μεταβλητά έξοδα

σ = σταθερά έξοδα

Στον πίνακα 10-19 γίνεται η ανάλυση του καταμερισμού μεταξύ των σταθερών και των μεταβλητών εξόδων για το πρώτο έτος λειτουργίας (2016) της υπό μελέτη μονάδας επεξεργασίας νωπής πατάτας.

Πίνακας 10-19: Καταμερισμός Μεταβλητών και Σταθερών Εξόδων (2016)

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΙΝΑΚΑΣ	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ (€)	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ (€)	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ (€)
Πρώτες ύλες & άλλα εφόδια		-	421.546,55	0,50
Ανθρώπινο Δυναμικό		36.000	44.000	0,05
Γενικά έξοδα		54.000	-	
Έξοδα Μάρκετινγκ		-	4.200	0,005
Χρηματοοικονομικά έξοδα		Περίοδος Χάριτος	-	
Αποσβέσεις		65.241,39	-	
Σύνολο		155.241,39	469.746,55	0,555

Βάσει των στοιχείων που προέκυψαν από τον πίνακα 10-19 και τον τύπο του νεκρού σημείου, έχουμε ακολουθήσει τον όγκο πωλήσεων του νεκρού σημείου:

$$x = \sigma / (\tau - \mu) = 155.241,39 / (1 - 0,555) = 348.857,05 \text{ κιλά πατάτας}$$

Αντίστοιχα, τα έσοδα από τις πωλήσεις στο «νεκρό» σημείο διαμορφώνονται ως εξής:

$$y = \tau * x = 1 * 348.857,05 = 348.857,05 \text{ ευρώ}$$

10.7.2. Ανάλυση Ευαισθησίας

Η ανάλυση ευαισθησίας είναι ιδιαίτερης σημαντικότητας για το παρόν επενδυτικό σχέδιο, λόγω της αντιμετώπισης του βαθμού αβεβαιότητας που εμπεριέχει. Έτσι, μπορούν να εντοπιστούν κρίσιμες μεταβλητές, οι οποίες μπορούν να επιφέρουν κίνδυνο στην επένδυση και να επηρεάσουν καταλυτικά τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα του σχεδίου και κατά συνέπεια τη βιωσιμότητα της επένδυσης. Ο τύπος υπολογισμού του **BEP** (Break-EvenPoint) της ανάλυσης ευαισθησίας είναι ο εξής:

$$\mathbf{BEP = \sigma / \varepsilon - \mu}$$

Όπου:

ε = έσοδα από πωλήσεις επιχείρησης

μ = συνολικά μεταβλητά έξοδα επιχείρησης

σ = συνολικά σταθερά έξοδα επιχείρησης

Οπότε:

$$\mathbf{BEP = 155.241 / (840.000 - 469.746,55) = 155.241 / 370.253,45 = 0,4192 \text{ ή } 41,92\%.$$

Επομένως, μετά από χρήση του 41,92% της παραγωγικής δυναμικότητάς της, η επιχείρηση φτάνει στο επίπεδο του BEP.

Κάνοντας ένα πιθανό σενάριο στην περίπτωση αύξησης του ανταγωνισμού στον κλάδο όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση, μειώνουμε την τιμή του προϊόντος κατά 20%, δηλαδή στα 0,80€ αντί της αρχικής τιμής του 1€. Τα έσοδα των πωλήσεων της επιχείρησης θα μειωθούν σε 672.000€, έναντι των 840.000€. Επίσης, μείωση θα παρουσιάσουν και τα έξοδα Μάρκετινγκ (τα οποία αποτελούν ποσοστό 0,5% επί των πωλήσεων) της επιχείρησης, επομένως τα μεταβλητά έξοδα της επιχείρησης θα φτάσουν τα 468.906,55€. Συνεπώς, για τη νέα τιμή θα ισχύει:

$$\mathbf{BEP = 155.241 / (672.000 - 468.906,55) = 0,76 \text{ ή } 76\%}$$

Έτσι, λοιπόν, σε μία μείωση της τιμής κατά 20%, η επιχείρηση για να καταφέρει να επιβιώσει, θα πρέπει να ξεπεράσει το 76% της παραγωγικής της δυναμικότητας. Όπως φαίνεται από τα παραπάνω στοιχεία η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να ανταπεξέλθει σε μία μείωση των τιμών της τάξης του 20%. Σημειώνεται ότι η εν λόγω επιχείρηση ήδη έχει υπολογίσει να προσφέρει προϊόντα σε χαμηλότερη τιμή από εκείνη του μέσου όρου του κλάδου.

Σημαντική είναι, επίσης, η ανάλυση ευαισθησίας της ελάχιστης αποδεκτής τιμής στην οποία είναι εφικτή η διάθεση της ποσότητας προϊόντων που προσφέρει η επιχείρηση, όταν επιτυγχάνεται πλήρης δυναμικότητα. Η ελάχιστη αποδεκτή τιμή προκύπτει από τα εξής:

Όγκος Πωλήσεων * Τιμή = Σταθερά Έξοδα + Συνολικά Μεταβλητά Έξοδα

$$840.000 * \tau = 155.241 + (421.546,55+44.000+3.360*\tau) \rightarrow$$

$$840.000 * \tau = 620.787,55+3.360*\tau \rightarrow 836.640*\tau = 620.787,55 \rightarrow$$

$\tau = 0,74$ ευρώ ανά μονάδα προϊόντος

Η ελάχιστη αποδεκτή τιμή ανά μονάδα προϊόντος για την επιχείρηση, ανέρχεται στα 0,74 ευρώ και αποτελεί την χαμηλότερη τιμή που μπορεί να αντέξει η επιχείρηση σε μια αναγκαστική μείωση τιμών λόγω του ανταγωνισμού.

10.8. Οικονομική Αξιολόγηση – Επιδράσεις στην Εθνική Οικονομία

Συνοψίζοντας τη χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση του παρόντος επενδυτικού σχεδίου, διαφαίνεται καθαρά ότι η επένδυση για την ίδρυση της μονάδας επεξεργασίας, κοπής και τυποποίησης νωπής πατάτας είναι ιδιαίτερα ελκυστική και κερδοφόρα. Οι επιδράσεις της σύστασης και λειτουργίας της νέας επιχείρησης θα είναι θετικές στην εθνική οικονομία, στον κλάδο και στην τοπική κοινωνία της Κω ειδικότερα.

Θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, που τόσο ανάγκη έχει η χώρα σήμερα και θα εξασφαλίσει να παράξει προϊόντα τέτοια που να καλύπτουν ένα μερίδιο της εγχώριας αγοράς, αποτρέποντας άλλες εταιρείες του εξωτερικού να εισάγουν ολοένα και μεγαλύτερες ποσότητες.

Από χρηματοοικονομική σκοπιά είναι επίσης ελκυστικό σχέδιο, διότι θα προσφέρει κέρδη στον ιδιοκτήτη και ικανοποιητικές αμοιβές στους εργαζομένους της επιχείρησης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Σωτήρης Καρβούνης, 1993, Μεθοδολογία Εκπονήσεως Οικονομοτεχνικών Μελετών, Σταμούλη
2. Δημήτριος Α. Γεωργακέλλος, 2014, Σημειώσεις: Μεθοδολογία Οικονομοτεχνικών Μελετών
3. Λεωνίδας Χυτήρης, 2001, Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων, Interbooks
4. Σπύρος Ζευγαρίδης, 1992, Διοίκηση & Εποπτεία προσωπικού, 4^η έκδοση, ORGANOPUBLICA
5. Πέτρος Μάλλιαρης, 2001, Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, 3^η έκδοση, Σταμούλη
6. Λεωνίδας Χυτήρης, 2006, MANAGEMENT (Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων), Interbooks
7. Αντωνία Πουλάκου Ευθυμιάτου, 1996, Εργατικό Δίκαιο, 3^η έκδοση
8. Κώστας Μ. Τζωρτζάκης, 1993, Γενικές Αρχές Μάρκετινγκ, 3^η έκδοση, ROSILI
9. Γεώργιος Δ. Γεωργόπουλος, 1993, Ανθρώπινες Σχέσεις στην εργασία, Σμπίλια
10. Γ. Πανηγυράκης, 2003, Στρατηγική Διοίκηση Επωνύμου Προϊόντος Α΄ & Β΄ τόμος, Σταμούλης
11. Κων/νος Δ. Τραχανάς, 1994, Οικονομική της Διοίκησης, Σταμούλης
12. Βασίλης Σιακωτός, 2001-2002, «Η διάδοση της πατάτας στον ελλαδικό χώρο», Μνημοσύνη, τομ.15
13. Κυριάκος Πατσαλός, 2005, Η καλλιέργεια της πατάτας

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

1. Philip Kotler, 2009, Marketing Management, 8^η έκδοση, INTERBOOKS
2. Thomas L. Wheelen & J. David Hunger, 2012, STRATEGIC MANAGEMENT & BUSINESS POLICY, 13^η έκδοση

ΜΕΛΕΤΕΣ

- 1.Κλαδική μελέτη ICAP, 2012, Εγχώρια παραγωγή τυποποιημένων νωπών οπωροκηπευτικών
- 2.Πέτρος Μανταΐος, 2008, Διαθεματική Εργασία με θέμα την πατάτα
- 3.Κλαδική έρευνα – Οπωροκηπευτικά, 2010, Επιτροπή Ανταγωνισμού, κλάδος οπωροκηπευτικών, Περίληψη Έκθεσης Κλαδικής Έρευνας Οπωροκηπευτικά – Παράρτημα Ι
- 4.Food Standards Agency. McCance and Widdowson's the Composition of Foods, 6th summary edition. Cambridge: Royal Society of Chemistry (2002).Συνήθη διατροφικά στοιχεία διαφορετικών πιάτων πατάτας
- 5.Μελέτη Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, 2010, Αριθμός κλινών για τη Ρόδο, Κω και Κάρπαθο
- 6.Έρευνα αγοράς, Omicron Poll, 2012, Μερίδια τοπικής αγοράς επιχειρήσεων του κλάδου
- 7.ΓΔΑ, 2010, Έκθεση Κλαδικής Έρευνας Οπωροκηπευτικών
- 8.Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ / ΟΚΑΑ από τη ΓΔΑ, 2012, Πατάτα – εξέλιξη των τιμών 2005-2011
- 9.Παγκόσμιος Οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας (F.A.O), 2015, Στοιχεία (προϊόντος–υποπροϊόντος πατάτας) ανάλυσης παγκόσμιου εμπορίου
- 10.Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατορικών και Συναφών Επαγγελματιών, 2012, Κως, Κατηγορίες ξενοδοχειακών μονάδων στην Κω
- 11.Μελέτη Περιφέρειας Δωδεκανήσου, 2010, πρόβλεψη φαινομενικής κατανάλωσης πατάτας στη νήσο Κω
- 12.Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος, 2015, Κατώτατα όρια αποδοχών – εργαζόμενοι
- 13.Anthea Mclutrye, 2015, Επιτροπή Γεωργίας & Ανάπτυξης της Υπαίθρου Ε.Ε., σχετικά με το μέλλον του τομέα της καλλιέργειας κηπευτικών στην Ευρώπη – Στρατηγικές ανάπτυξης
- 14.Φωτεινή Θωμαΐδου, 2013, Ίδρυμα Οικονομικών & βιομηχανικών ερευνών, Βιομηχανία τροφίμων και ποτών, Facts & Figures

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1. Καλιού Κατερίνα, ΤΟ ΒΗΜΑ, 2012, σελ. 18

<http://www.tovima.gr/vimagazino/views/article/?aid=449304>

2. Χάρολντ Πάσσαμ, Κων/νος Ακουμιανάκης, Αλέξης Αλεξόπουλος, 2010, www.Wordpress.com

3. Food and Agriculture Organization, 2010, FAOSTAT database, Food Balance Sheets. Available at <http://faostat.fao.org/site/368/DesktopDefault.aspx?PageID=368#ancor>

4. Ευρωπαϊκή Επιτροπή Γενική Διεύθυνση Γεωργίας, 2003, Ο Τομέας Οπωροκηπευτικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση, http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/horti/2003_el.pdf

5. Περιγραφή Πατάτας, 2014, πατάτα: τα μυστικά μιας καλλιέργειας που έχει προοπτικές, www.paragogi.net

6. EUFIC, Οι ευεργετικές ιδιότητες της πατάτας, 2010, <http://www.eufic.org/>

7. Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΣΥΕ), 2014, www.statistics.gr