



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ

Κυριάκος Ε. Ρέππας

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Πέτρος Σολδάτος, Καθηγητής ΓΠΑ (επιβλέπων)
Αντώνιος Ζαμπέλας, Επίκ. Καθηγητής ΓΠΑ
Ευστάθιος Πανάγου, Λέκτορας ΓΠΑ

Αθήνα 2012



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

MBA in Agribusiness management

Διπλωματική εργασία Κυριάκου Ρέππα

Επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
ΤΥΠΟΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ**

Κυριάκος Ε. Ρέππας

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Πέτρος Σολδάτος, Καθηγητής ΓΠΑ (επιβλέπων)

Αντώνιος Ζαμπέλας, Επίκ. Καθηγητής ΓΠΑ

Ευστάθιος Πανάγου, Λέκτορας ΓΠΑ



ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το Ελληνικό ελαιόλαδο είναι το καλύτερο ποιοτικά σε όλον τον κόσμο, ενώ η Ελλάδα είναι η 3^η μεγαλύτερη παραγωγός ελαιολάδου παγκοσμίως. Παρά ταύτα, το 75% του Ελληνικού ελαιολάδου εξάγεται με μορφή χύμα στο εξωτερικό, με στόχο τον εξευγενισμό κυρίως Ιταλικού ελαιολάδου, ώστε αυτό με τη σειρά του να κατακτήσει τις αγορές του εξωτερικού.

Η μεσογειακή διατροφή αποτελεί πλέον άυλη πολιτιστική κληρονομιά και βασικό στοιχείο της είναι η αποκλειστική χρήση ελαιολάδου. Πολλές μελέτες έχουν δείξει την ευνοϊκή συσχέτιση του ελαιολάδου με την προδιάθεση και την πορεία διάφορων ασθενειών, με κυρίαρχες τα καρδιαγγειακά και διάφορες μορφές καρκίνου. Επιπρόσθετα το ελαιόλαδο είναι ένα νόστιμο λάδι, που συντροφεύει άριστα σαλάτες και φαγητά άρρηκτα συνδεδεμένα με την μεσογειακή διατροφή.

Η συγκεκριμένη μελέτη δεχόμενη τα παραπάνω ως επιχειρηματική ευκαιρία, προσδοκεί να συντάξει ένα καλά στημένο επιχειρηματικό σχέδιο - εργαλείο για όποιον επιχειρηματία θα ήθελε να ασχοληθεί με την εξαγωγή έξτρα παρθένου ελληνικού ελαιολάδου. Η σύσταση και η δραστηριότητα μιας μικρής τυποποιητικής μονάδας δυναμικότητας έως 400 τόνους/έτος είναι το αντικείμενο της μελέτης. Στόχος είναι η διεξοδική ανάλυση του κόστους και του προσδοκώμενου οφέλους του εγχειρήματος, καθώς και η στρατηγική της επιχείρησης και το σχέδιο μάρκετινγκ - προώθησης του ελαιολάδου.

Συμπερασματικά φαίνεται πως μια τέτοια επιχείρηση, αν στηθεί σωστά, έχει όλα τα προσδοκώμενα χαρακτηριστικά, που αποδεικνύουν την επιτυχία του εγχειρήματος.

Λέξεις - κλειδιά: Εξαγωγή ελαιολάδου, τυποποίηση ελαιολάδου, επιχειρηματικό πλάνο ελαιολάδου.



ABSTRACT

Greek olive oil is considered to have the best quality in the world, while Greece is the 3rd larger producer of olive oil in the world. Despite these facts, 75% of Greek olive oil is exploited as bulk abroad, in order to refine mostly Italian olive oil, so that this finally concur the world market.

Mediterranean Diet is now considered as cultural heritage and olive oil's exclusive use is one of its characteristics. Many studies have shown the beneficial association of olive oil with the predisposition and the process of many diseases, mostly for Cardiac Chronic disease and different types of cancer. Additionally olive oil is a tasty oil which accompanies perfectly salads and foods strongly associated with the Mediterranean Diet.

This study after considering the above to be a business opportunity, is expecting to conduct a good business plan – tool for any entrepreneur who would like to deal with Greek extra virgin oil exportation. The establishment of such a normative unit, which can produce up to 400 tones of olive oil per year is the object of this study. The target is in depth analysis of the cost and the profits of this enterprise as well as the strategic and marketing planning for the propulsion of olive oil.

In conclusion, if such an enterprise is set up properly, it seems to have all the expected characteristics that prove the success of this project.

Key – words: *olive oil exports, olive oil processing plant, business plan for olive oil*



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αν και στην Ελλάδα παράγεται έξτρα παρθένο ελαιόλαδο εξαιρετικής ποιότητας, εντούτοις μόνο μικρό μέρος αυτής της παραγωγής συσκευάζεται και τυποποιείται για εξαγωγή στο εξωτερικό.

Η Μεσογειακή Διατροφή τον τελευταίο καιρό έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον των διατροφικά ενήμερων καταναλωτών παγκοσμίως. Η αποκλειστική χρήση ελαιολάδου είναι ένα από τα χαρακτηριστικά αυτής της διατροφής. Ταυτόχρονα πολλοί γνωστοί σεφ σε όλον τον κόσμο χρησιμοποιούν το ελαιόλαδο ως προϊόν «γκουρμέ» για την Παρασκευή υγιεινών και νόστιμων πιάτων.

Η παρούσα μελέτη φιλοδοξεί να αναδείξει το διατροφικό προφίλ του ελαιολάδου και να αποδείξει την αποδοτικότητα του εγχειρήματος για το στήσιμο μιας μικρής εξαγωγικής τυποποιητικής μονάδας επώνυμου εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου.



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω αρχικά τη σύζυγο μου Βαρβάρα για το βάρος των υποχρεώσεων, που πήρε από τους ώμους μου. Χωρίς τη συμβολή της δεν θα είχα χρόνο και κουράγιο για όλο αυτό το ταξίδι. Επίσης, τους δυο μικρούς υιούς μου, που μου χάρισαν με χαρά το χρόνο, για να πραγματοποιήσω τη μελέτη μου, δεχόμενοι την απουσία μου.

Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω τις συμφοιτήτριές μου Αναγώστη Αφροδίτη και Γκότση Ζαχαρούλα για την πολύτιμη βοήθειά τους.

Τέλος, ευχαριστώ τον καθηγητή μου Κο Σολδάτο για την επίβλεψη και την εμπιστοσύνη, που έδειξε και δείχνει στο πρόσωπό μου.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ	- 1 -
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ	- 1 -
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ	- 1 -
ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟ ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	- 1 -
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	- 5 -
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	- 6 -
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	- 7 -
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	- 3 -
ABSTRACT	- 4 -
1. ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	- 9 -
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	- 9 -
1.2 ΣΚΟΠΟΙ	- 9 -
1.3 ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ	- 9 -
2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	- 11 -
2.1 ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	- 11 -
2.1.1 Σύσταση – Χαρακτηριστικά – Πλεονεκτήματα	- 11 -
2.1.2 Καλλιέργεια και ποιότητα ελαιολάδου στην Ελλάδα	- 13 -
2.1.3 Ιδιότητες στον ανθρώπινο οργανισμό	- 13 -
2.2 ΕΜΠΟΡΙΟ	- 15 -
2.2.1 Στατιστικά στοιχεία παγκόσμιας παραγωγής	- 15 -
2.2.2 Στατιστικά στοιχεία εγχώριας παραγωγής, εξαγωγής και κατανάλωσης	- 16 -
2.3 ΚΛΑΔΟΣ	- 17 -
2.3.1 Κλαδικές μελέτες	- 17 -
2.3.2 Μελέτη ανταγωνισμού	- 17 -
3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	- 18 -
3.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ	- 18 -
3.1.1 Τοποθεσία	- 18 -
3.1.2 Κτηριακές υποδομές	- 19 -
3.2 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	- 19 -
3.2.1 Οργανόγραμμα	- 19 -
3.2.2 Ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό	- 21 -
4. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥΣ	- 22 -
4.1 ΠΡΩΤΕΣ ΚΑΙ ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ	- 22 -
4.1.1 Οργάνωση και απαιτήσεις από τους συνεργαζόμενους παραγωγούς	- 22 -
4.1.2 Απαιτήσεις από τα συνεργαζόμενα ελαιοτριβεία	- 23 -
4.1.3 Βοηθητικές ύλες	- 23 -
4.1.4 Κόστος	- 23 -
4.2 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	- 24 -
4.2.1 Περιγραφή – Ανάγκες	- 24 -
4.2.2 Κόστος	- 25 -
4.3 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	- 25 -
4.3.1 Διάγραμμα ροής	- 25 -
4.3.2 Κόστος	- 26 -
4.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ	- 27 -
4.4.1 Κριτήρια ποιότητας ελαιολάδου	- 27 -
4.4.2 Οργανοληπτική αξιολόγηση	- 27 -
4.4.2 Χημικές αναλύσεις	- 28 -
4.4.3 Πιστοποιητικά ανάλογα με τη χώρα προορισμού	- 29 -
5. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	- 32 -



5.1. PEST ANALYSIS.....	32 -
5.1.1 Πολιτικό Περιβάλλον	32 -
5.1.2 Οικονομικό Περιβάλλον	33 -
5.1.3 Κοινωνικοπολιτιστικό Περιβάλλον.....	34 -
5.1.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον.....	35 -
5.2 PORTER ANALYSIS	36 -
5.2.1 Απειλή νέων ανταγωνιστών.....	36 -
5.2.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών.....	37 -
5.2.3 Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών.....	38 -
5.2.4 Απειλή υποκατάστατων προϊόντων.....	39 -
5.2.5 Ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων	40 -
5.3. SWOT ANALYSIS.....	42 -
5.3.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	42 -
5.3.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	42 -
5.3.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	43 -
5.3.4 ΑΠΕΙΛΕΣ	44 -
6. ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	47 -
6.1 PRODUCT.....	47 -
6.2 PLACE.....	47 -
6.3 PRICE.....	48 -
6.4 PROMOTION	48 -
7. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	50 -
7.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	50 -
7.1.1 Πωλήσεις-Κόστος πωληθέντων.....	50 -
7.1.2 Προϋπολογισμός της απαιτούμενης επένδυσης.....	50 -
7.1.3 Ανάλυση σταθερού λειτουργικού κόστους	51 -
7.1.4 Προβλέψεις τακτικών εξόδων	53 -
7.1.5 Προβλέψεις έκτακτων εξόδων.....	54 -
7.1.6 Προβλέψεις παραγωγής προϊόντων και πωλήσεων.....	54 -
7.1.7 Κατάρτιση ισολογισμών και καταστάσεων αποτελεσμάτων χρήσεων για τα επόμενα 5 έτη.....	55 -
7.1.8 Εκτίμηση Ταμειακών Ροών.....	57 -
7.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΕΙΚΤΩΝ.....	58 -
7.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΕΙΚΤΩΝ	58 -
7.2.1 Δείκτες κερδοφορίας.....	58 -
7.2.2 Δείκτες λειτουργικότητας.....	58 -
7.2.3 Αξιολόγηση της επένδυσης	59 -
7.2.4 Προσέλκυση κεφαλαίων – μόγλευση.....	59 -
7.2.5 Ανάλυση ευαισθησίας	59 -
8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	63 -
8.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ (key success factors).....	63 -
8.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	63 -
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	64 -
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	65 -
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ	67 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	68 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	68 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	69 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ.....	71 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV.....	72 -
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V.....	73 -
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΚΑΡΡΕΑ	73 -



1. ΣΚΟΠΟΙ ΚΑΙ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ελαιόλαδο βασικό συστατικό της Μεσογειακής Διατροφής είναι από τα βασικά προϊόντα της ελληνικής γης. Η ποιότητά του ελληνικού ελαιολάδου είναι η καλύτερη στον κόσμο, αλλά η τυποποίηση και η εξαγωγή του είναι ακόμα σε χαμηλά επίπεδα. Ο γράφων προέρχεται από αγροτική οικογένεια που παράγει ελαιόλαδο στην περιοχή της Μεσαράς στην Κρήτη και προσπαθεί με τη μελέτη αυτή να αποδείξει ότι είναι δυνατή η αξιοποίηση του ελαιολάδου, αφού τυποποιηθεί και εξαχθεί σε αγορές που ζητούν ελληνικά, ποιοτικά προϊόντα. Αφού λοιπόν αποδειχθεί η αξία του ελαιολάδου και γίνει μια σε βάθος ανάλυση των παραπάνω στοιχείων, θα γίνει μια προσπάθεια δημιουργίας επιχειρηματικού σχεδίου τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας, ώστε να μελετηθεί η δυνατότητα αξιοποίησης του «πράσινου χρυσού».

1.2 ΣΚΟΠΟΙ

Οι σκοποί της μελέτης είναι πολλαπλοί. Αρχικά θέλουμε να αποδείξουμε την αξία και τις ιδιότητες του ελαιολάδου. Στη συνέχεια θα μελετήσουμε την παγκόσμια παραγωγή και κατανάλωση, καθώς και τις δυνατότητες εγχώριας παραγωγής και διακίνησης. Τέλος θα εξετάσουμε διεξοδικά τη δημιουργία μιας τυποποιητικής μονάδας με στόχο τον έλεγχο των οικονομοτεχνικών χαρακτηριστικών και των δυνατοτήτων παραγωγής και διακίνησης που θα μπορεί με κατάλληλο στήσιμο να έχει.

1.3 ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

Για να επιτευχθούν τα παραπάνω θα παρουσιάσουμε ιστορικά στοιχεία για τη χρήση του ελαιολάδου και στη συνέχεια θα κάνουμε εκτενή βιβλιογραφική ανασκόπηση των χαρακτηριστικών και των ιδιοτήτων του ελαιολάδου για τον ανθρώπινο οργανισμό. Στη συνέχεια θα παρουσιάσουμε στοιχεία από κλαδικές μελέτες και παγκόσμιους φορείς, που αφορούν στο ελαιόλαδο, με στόχο τη διερεύνηση της αγοράς ελαιολάδου.

Αφού αποδείξουμε ότι υπάρχει όντως επιχειρηματική ευκαιρία, θα προβούμε σε αναλυτική καταγραφή της δημιουργίας μιας τέτοιας εταιρείας, αναλύοντας και προβλέποντας όλα τα δυνατά κόστη μιας τέτοιας επένδυσης. Θα γίνει έλεγχος για να δούμε αν τα κόστη αυτά συναντούνται και σε άλλες μελέτες ή σε ισολογισμούς άλλων εταιριών και θα φτιάξουμε πλάνο μάρκετινγκ.

Θα μελετήσουμε τα αδύνατα και τα δυνατά σημεία μιας τέτοιας επιχείρησης και θα βρούμε τις ευκαιρίες και τις απειλές από το περιβάλλον. Η ανάλυση Porter θα μας βοηθήσει να δούμε τον κλάδο και τις απειλές από το μικροπεριβάλλον και θα καταλήξουμε στο στρατηγικό σχεδιασμό.



Η στελέχωση και το διάγραμμα ροής των διαδικασιών τυποποίησης θα είναι το επόμενο βήμα. Σε κάθε βήμα θα γίνει πραγματική και διεξοδική κοστολόγηση, προσπαθώντας να προβλέψουμε όλα τα δυνατά κόστη. Η πρόβλεψη πωλήσεων θα είναι το τελευταίο βήμα πριν την οικονομοτεχνική ανάλυση.

Η οικονομοτεχνική ανάλυση θα μελετήσει λογιστικά και οικονομικά τη ροή χρήματος και τους δείκτες της επιχείρησης για βάθος 5 ετών. Στο τέλος θα γίνει ανάλυση ευαισθησίας και σχολιασμός.



2. ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

2.1 ΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

2.1.1 Σύσταση – Χαρακτηριστικά – Πλεονεκτήματα

Ελαιόλαδο είναι το έλαιο που λαμβάνεται από τους καρπούς του ελαιόδεντρου μετά από την πρώτη και δεύτερη συμπίεσή τους με τη μέθοδο της ψυχρής έκθλιψης (στην οποία δεν προστίθενται καθόλου χημικές ουσίες, ενώ χρησιμοποιείται μόνο μια μικρή ποσότητα θέρμανσης). Το ελαιόλαδο είναι προϊόν απολύτως φυσικό που μπορεί να καταναλωθεί μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία παραλαβής του. Αφομοιώνεται από τον οργανισμό κατά 98% ενώ αποδίδει τον ίδιο αριθμό θερμίδων με όλα τα άλλα φυτικά έλαια που είναι το 9,3 για κάθε γραμμάριο του.

Η καλλιέργεια του ελαιόδεντρου και η παραγωγή και χρήση του ελαιολάδου χρονολογούνται περίπου 7000 χρόνια πίσω. Στη Μινωική Κρήτη το 3000 π.Χ. υπάρχουν αποδείξεις για βιομηχανικής κλίμακας παραγωγή και εμπορία ελαιολάδου ⁽¹⁾. Στη θρησκευτική του διάσταση, το ελαιόλαδο αναφέρεται τόσο στην Παλαιά και Νέα Διαθήκη, στη Βίβλο, όσο και στο Κοράνι αποδεικνύοντας τη σημαντικότητα της θέσης του στη ζωή των λαών γύρω από τη Μεσόγειο.

Το ελαιόλαδο περιέχεται κυρίως από το περικάρπιο της ελιάς και έχει δυο φάσεις: τη σαπωνοποιήσιμη και τη μη σαπωνοποιήσιμη. Η πρώτη αποτελείται κυρίως από τριγλυκερίδια, μερικές γλυκερόλες, εστέρες λιπαρών οξέων, ελεύθερα λιπαρά οξέα και φωσφατίδες και αποτελεί περίπου το 85% του ελαιολάδου ⁽²⁾. Η τελευταία αποτελείται κυρίως από συστατικά όπως τοκοφερόλες, φυτοστερόλες, χρωστικές και φαινολικές ενώσεις, ενώ αποτελεί το 1-2% του ελαιολάδου.

Οι διαφορές του σε σχέση με τα υπόλοιπα λίπη και έλαια είναι ότι περιέχει μεγάλες ποσότητες μονοακόρεστων λιπαρών οξέων και ελάχιστες από κορεσμένα λιπαρά, όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1
Περιεκτικότητες λιπαρών οξέων σε διάφορα προϊόντα

	Κορεσμένα (%)	Μονοακόρεστα (%)	ω-6 (%)	ω-3(%)
Βούτυρο	45-55	35-55	1,5-2,5	0,5
Λαρδί	40-46	42-44	6-8	0,5-0,9
Ελαιόλαδο	8-14	65-83	6-15	0,2-1,5
Φυσιτέλαιο	17-21	40-70	13-28	-
Καλαμποκέλαιο	12-28	32-35	40-62	0,1-0,5



Σογιέλαιο	10-18	18-30	35-52	6.5-9
Ηλιέλαιο	5-13	21-35	56-66	-

Πηγή: *Viola P, Viola M. Virgin olive oil as a fundamental nutritional component and skin protector, Clin Dermatol. 2009 Mar-Apr;27(2):159-65.*

Το τυποποιημένο ελαιόλαδο, διατίθεται στην κατανάλωση σε τέσσερις βασικές κατηγορίες, Εξαιρετικό παρθένο Ελαιόλαδο, Παρθένο Ελαιόλαδο, Ελαιόλαδο αποτελούμενο από Εξευγενισμένα Ελαιόλαδα και Παρθένα Ελαιόλαδα & Πυρηνέλαιο, οι οποίες πρέπει να αναγράφονται στη συσκευασία του. Επιπλέον υπάρχουν και κάποιοι άλλοι τύποι ελαιολάδων με συγκεκριμένες ιδιαιτερότητες που προκύπτουν κυρίως από λιγότερη ή περισσότερη επεξεργασία στο τελικό προϊόν, όπως το αγουρέλαιο, τα ελαιόλαδα βιολογικής καλλιέργειας, τα αρωματικά ελαιόλαδα κ.α.

ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΟ ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Η πιο φυσική κατηγορία ελαιόλαδου με τέλειο άρωμα και γεύση. Η οξύτητά του δεν ξεπερνά το 0,80. Έχει έντονη φρουτώδη γεύση και άρωμα φρεσκοκομμένου καρπού ελιάς. Στην παρούσα μελέτη θα είναι το αποκλειστικό προϊόν πώλησης.

ΠΑΡΘΕΝΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Φυσικό ελαιόλαδο με ευχάριστη γεύση και οσμή του οποίου η οξύτητα κυμαίνεται έως 2°.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ - ΑΠΟΤΕΛΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ & ΠΑΡΘΕΝΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΑ

Μίγμα παρθένου και εξευγενισμένου (ραφινέ) ελαιόλαδου. Έχει ευχάριστη γεύση και οσμή, μοναδικό διακριτικό άρωμα ώριμων φρούτων και φρέσκιας ελιάς, χρώμα ανοικτό κιτρινοπράσινο και οξύτητα που δεν ξεπερνά το 1°.

ΠΥΡΗΝΕΛΑΙΟ

Λάδι που προέρχεται από την ανάμιξη ραφινρισμένου πυρηνέλαιου και παρθένου ελαιόλαδου (με εξαίρεση την κατηγορία ελαιόλαδου λαμπάντε), του οποίου η οξύτητα δεν ξεπερνά το 1ο και τα άλλα χαρακτηριστικά είναι σύμφωνα με αυτά που προβλέπονται για την εν λόγω κατηγορία. Η παραλαβή του λαδιού από τον πυρήνα της ελιάς και ο εξευγενισμός του, γίνεται κάτω από πολύ αυστηρές συνθήκες ελέγχου και έτσι διασφαλίζεται η άριστη ποιότητά του. Το Πυρηνέλαιο, έχει απαλή, ήπια γεύση. Θεωρείται ιδανικό για τηγάνισμα γιατί αντέχει στις υψηλές θερμοκρασίες.



2.1.2 Καλλιέργεια και ποιότητα ελαιολάδου στην Ελλάδα

Η Ελλάδα είναι η 3^η μεγαλύτερη ελαιοπαραγωγός χώρα στον κόσμο (13%) μετά την Ιταλία (22%) και την Ισπανία (30%). Οι κλιματολογικές και οι εδαφολογικές συνθήκες στην Ελλάδα είναι ιδανικές για την καλλιέργεια ελιάς. Έτσι στη χώρα μας η απόδοση των καλλιεργειών ελιάς είναι περίπου 3 τόνοι καρπού ανά εκτάριο (όση και στην Ιταλία) έναντι 2,5 στην Ισπανία. Το μεγάλο πλεονέκτημα του Ελληνικού ελαιολάδου σε σχέση με τους ανταγωνιστές είναι η ποιότητα. Το 75% του παραγόμενου ελαιολάδου ετησίως είναι έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, όταν το ποσοστό αυτό στην Ιταλία είναι μόλις 45% και στην Ισπανία 30%.

2.1.3 Ιδιότητες στον ανθρώπινο οργανισμό

Από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα διάφορες μελέτες, με κύρια την μελέτη των επτά χωρών, έδειξαν ισχυρή συσχέτιση μεταξύ της διατροφής και της θνητότητας και της θνησιμότητας από διάφορες ασθένειες ⁽³⁾. Η Κρητική διατροφή του 1950 -1960 , που στην πορεία μετονομάστηκε σε Μεσογειακή Διατροφή, φάνηκε από τότε ότι προστατεύει τόσο από καρδιαγγειακά νοσήματα, όσο και από διάφορες μορφές καρκίνου. Γενικά οι πληθυσμοί που την εφαρμόζαν, φάνηκε να καταναλώνουν μικρές ποσότητες κορεσμένων λιπαρών οξέων και μεγάλες σε μονοακόρεστα και n-3 πολυακόρεστα λιπαρά οξέα. Ένα από τα χαρακτηριστικά αυτού του μοντέλου διατροφής είναι η χρήση ελαιολάδου, ως κύριας πηγής λιπαρών.

Έκτοτε πολλές μελέτες έχουν γίνει με σκοπό την απόδειξη αυτής της συσχέτισης ⁽⁴⁾, ⁽⁵⁾. Το ελαιόλαδο, όπως προαναφέρθηκε, περιέχει 98-99% τριγλυκερίδια και 1-2% μικροσυστατικά. Στα τριγλυκερίδια συναντώνται κυρίως μονοακόρεστα λιπαρά οξέα (κυρίως ολεϊκό), αλλά και πολυακόρεστα σε μικρότερες συγκεντρώσεις, ενώ τα κορεσμένα είναι σε αμελητέες συγκεντρώσεις. Τα υπόλοιπα συστατικά είναι βιταμίνη E, πολυφαινόλες και φλαβονοειδή και χλωροφύλλη ⁽⁶⁾, αλλά και σε πολύ μικρές συγκεντρώσεις άλλα πολύτιμα συστατικά, όπως αλοιφατικές αλκοόλες και τριτερπένια, σκουαλένιο, τοκοφερόλες (Κυρίως α-τοκοφερόλη), β-καροτενοειδή (β-καροτένιο και λουτεΐνη) ⁽⁷⁾.

Στην αντιοξειδωτική δράση των τελευταίων φαίνεται να οφείλονται οι ευεργετικές ιδιότητες του ελαιολάδου που συνοψίζονται στον Πίνακα 2:



ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Ελαιόλαδο και ευεργετικές ιδιότητες στον άνθρωπο

Biological Activity	Potential Clinical Target	References
Antioxidant activity	Cardiovascular and degenerative diseases	(7), (9), (9), (10), (11), (12), (13)
Anti-inflammatory activity	Inhibition of pro-inflammatory enzymes	(15), (16), (17)
Antimicrobial activity	Infectious diseases	(18), (19)
Anti-atherogenic activity	Coronary heart diseases, stroke	(20), (21)
Anti tumor activity	Various cancers	(16), (22), (23), (24)
Anti-hypertensive activity	Hypertension	(25), (26)
Increased vitamin A and β-carotene activity	Antiaging/skin protection	(14)
Increased immune activity	Infectious diseases; various cancers	(14)
Anti-allergic activity		(14)
Reduction in the levels of plasma cholesterol and oxidized LDL	Coronary heart diseases	(28), (29), (30)

Υπάρχουν μελέτες που υποδεικνύουν ότι τα μονοακόρεστα λιπαρά οξέα του ελαιολάδου αυξάνουν την HDL (καλή χοληστερόλη) και α-απολιποπρωτεΐνη, ενώ μειώνουν την LDL (κακή χοληστερόλη) και την β-απολιποπρωτεΐνη⁽³¹⁾.

Το 2004 ο Αμερικανικός φορέας ελέγχου τροφίμων και φαρμάκων (Food and Drug Administration FDA) επέτρεψε τον ισχυρισμό στις ταμπέλες των μπουκαλιών ελαιολάδου ότι: «η κατανάλωση 2 κουταλιών της σούπας (28gr) ελαιολάδου καθημερινά βελτιώνει τον κίνδυνο για καρδιοπάθεια εξαιτίας των μονοακόρεστων λιπαρών οξέων που περιέχει»⁽⁷⁾.

Παρά ταύτα έκτοτε έχουν υπάρξει κάποιες αναφορές και μελέτες που αντιτίθενται σε αυτό το συμπέρασμα, παρατηρώντας ότι μελέτες σε ζώα έχουν δείξει ότι η αντικατάσταση των λιπαρών στην τροφή με μονοακόρεστα λιπαρά οξέα δεν φέρνει το αναμενόμενο αποτέλεσμα στη διαδικασία της αθηροσκλήρωσης και άρα πρέπει να διερευνηθούν και άλλοι παράγοντες στην Μεσογειακή Διατροφή με καρδιοπροστατευτικό ρόλο⁽¹⁰⁾.

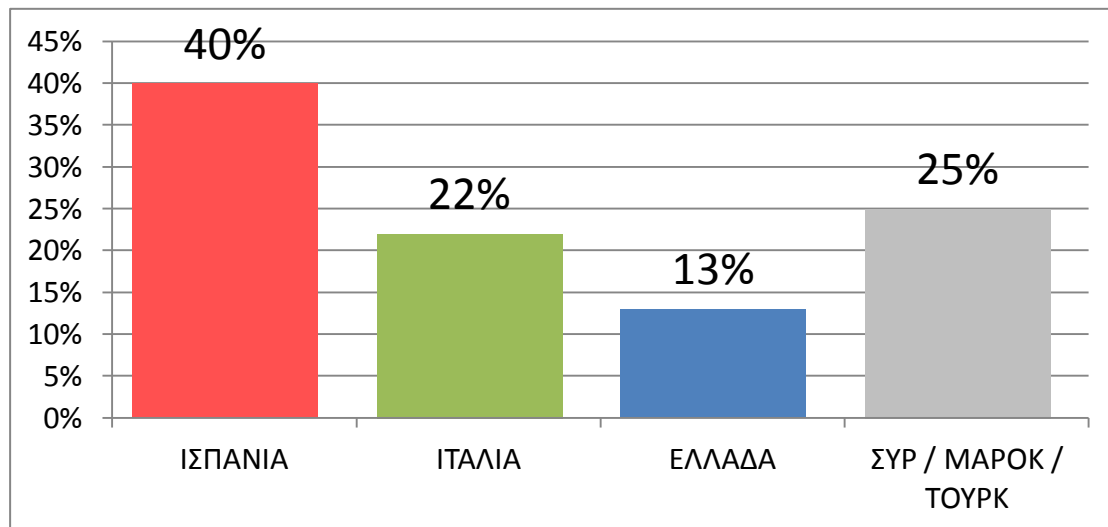


2.2 ΕΜΠΟΡΙΟ

2.2.1 Στατιστικά στοιχεία παγκόσμιας παραγωγής

Η παραγωγή και η διάθεση ελαιολάδου παγκοσμίως αποτελεί έναν κλάδο με σημαντική δυναμική διεθνώς τα τελευταία χρόνια. Η παγκόσμια κατανάλωση έχει αυξηθεί κατά 50% τα τελευταία 20 χρόνια ⁽¹⁵⁾. Τρεις χώρες, η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάδα συγκεντρώνουν πάνω από το 75% της παγκόσμιας παραγωγής και περίπου το 50% της παγκόσμιας κατανάλωσης ⁽¹⁶⁾. Στο διάγραμμα 1 φαίνονται τα ποσοστά παραγωγής των κυριότερων παραγωγικών χωρών παγκοσμίως:

Διάγραμμα 1
Ποσοστά Παγκόσμιας Παραγωγής

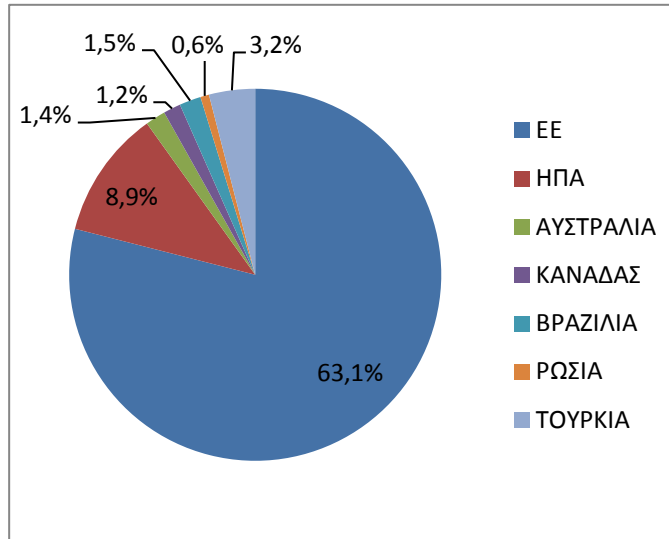


Πηγές: ΕΤΕ, Κλαδική μελέτη «Ελαιόλαδο: Προώθηση ποιότητας μέσω συγκέντρωσης και τυποποίησης», Σεπτέμβριος 201, FAO stat, International Olive Council

Η κατά κεφαλήν κατανάλωση σε μη παραδοσιακές χώρες, όπως η Κίνα, ο Καναδάς, οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής είναι ακόμη σε πολύ χαμηλό επίπεδο και προχωρά αυξανόμενη, δίνοντας απεριόριστες προοπτικές εμπορικής εκμετάλλευσης. Το μοντέλο Μεσογειακής Διατροφής αποτελεί τον κινητήριο μοχλό για την αύξηση κατανάλωσης στις μη παραδοσιακές χώρες. Στο διάγραμμα 2, φαίνεται το ποσοστό κατανάλωσης σε διάφορες χώρες παγκοσμίως, σε σχέση με την παγκόσμια παραγωγή τα τελευταία 7 χρόνια, όπως αυτές προκύπτουν από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιολάδου.



Διάγραμμα 2
Ποσοστό κατανάλωσης από το 2005-2012



Πηγή: *International Olive Council*

2.2.2 Στατιστικά στοιχεία εγχώριας παραγωγής, εξαγωγής και κατανάλωσης

Το μερίδιο της Ελλάδας στην παγκόσμια παραγωγή έχει πέσει στο 13% τη δεκαετία του 2000-2010, σε σχέση με το 17% τη δεκαετία του 1990-1999. Στην ίδια περίοδο η Ισπανία έφτασε τους 1,3 εκατομμύρια τόνους το 2009 από 0,75 εκατομμύρια τόνους την περίοδο 1990-1999, διαπλασιάζοντας την παραγωγή της. Η Ιταλία ακολούθησε το δρόμο της Ελλάδας στην παραγωγή (από 25% την δεκαετία 1990 στο 22% την δεκαετία 2000), διπλασίασαν όμως ταυτόχρονα τις εξαγωγές τυποποιημένου ελαιολάδου τη δεκαετία 2000, έναντι αύξησης μόνο 25% για την ίδια περίοδο για την Ελλάδα ⁽³⁶⁾.



2.3 ΚΛΑΔΟΣ

2.3.1 Κλαδικές μελέτες

Για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης μελετήθηκαν οι κλαδικές μελέτες του ελαιολάδου της ICAP του 2009 και της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδας του 2011. Στη 2^η δόθηκε ιδιαίτερη βαρύτητα αφενός διότι ήταν πιο πρόσφατη, αφετέρου διότι ήταν προσανατολισμένη στην αναγκαιότητα δυναμικής τυποποιητικής δραστηριότητας και αύξηση της εξαγωγικής δυναμικής της χώρας.

2.3.2 Μελέτη ανταγωνισμού

Στην Ελλάδα αν ο κλάδος παραγωγής ελαιοκάρπου και ελαιολάδου είναι κατακερματισμένος, στον τυποποιητικό τομέα κυριαρχεί μικρός αριθμός μεγάλων βιομηχανιών. Αν δούμε τη συνολική εικόνα τα ποσοστά τυποποίησης στο σύνολο της παραγωγής είναι μικρά και ανέρχονται στο 20% περίπου της εγχώριας παραγωγής, όταν στην Ιταλία είναι 75% και στην Ισπανία 50%. Οι αγορές του εξωτερικού απορροφούν το 1/3 της παραγωγής και από αυτό το 75% εξάγεται στο εξωτερικό, κυρίως στην Ιταλία, με τη μορφή χύμα ελαιολάδου.

Διεθνώς 4 ισπανικοί όμιλοι (SOS, Sovena, Acesur, Ybarra-Migasa) έχουν το 50% της διεθνούς διακίνησης ελαιολάδου. Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περίπου 120 εταιρείες. Το 60% του τυποποιημένου ελαιολάδου στην Ελλάδα διακινείται από 2 βιομηχανίες (Μινέρβα και Ελαΐς), ενώ υπάρχουν αρκετοί συνεταιρισμοί και μικρές οικογενειακές μονάδες που διεκδικούν μερίδιο αγοράς τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

Όσον αφορά στην εξαγωγική δραστηριότητα η Ελλάδα προωθεί στο εξωτερικό μόλις το 45% του επώνυμου τυποποιημένου ελαιολάδου (35.000 τόνοι ετησίως), ενώ το 40% αυτού καλύπτεται από 4 βιομηχανίες (Ελαΐς, Μινέρβα Γαΐα και Nutria). Το υπόλοιπο καλύπτεται κυρίως από συνεταιρισμούς.



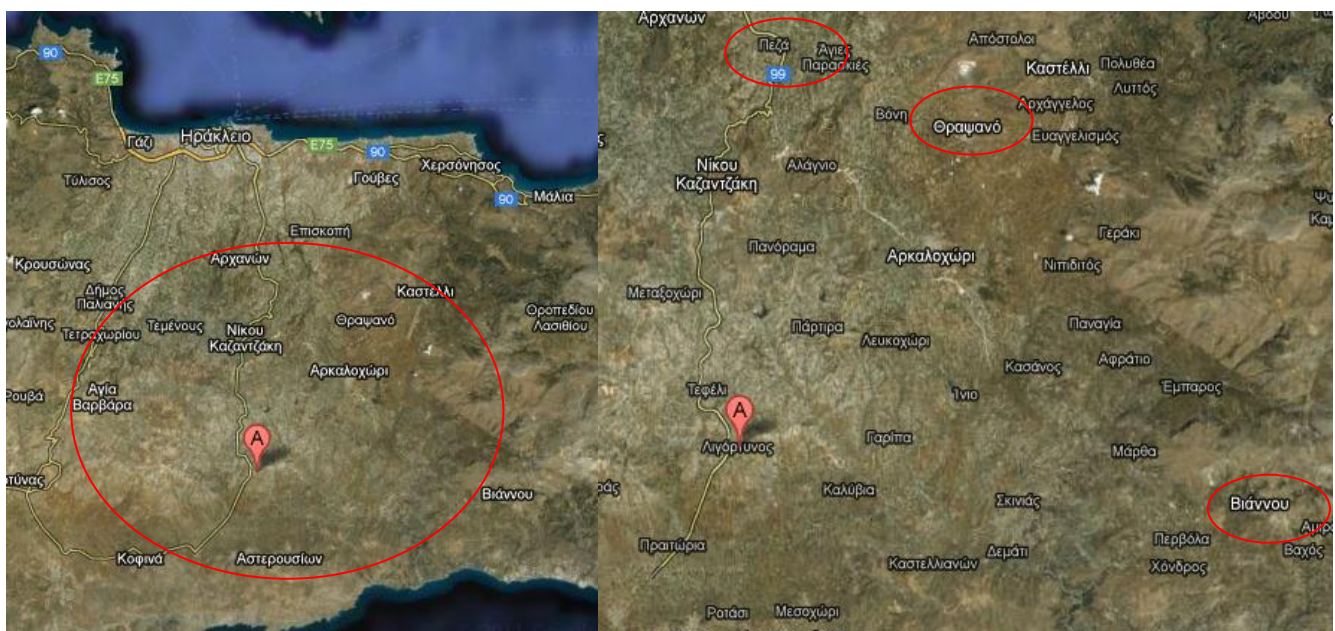
3. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Στη συνέχεια της μελέτης θα γίνει μια προσπάθεια σύνταξης ενός επιχειρηματικού πλάνου ίδρυσης και λειτουργίας μιας μικρής εξαγωγικής εταιρείας ελαιολάδου.

3.1 ΟΡΓΑΝΩΣΗ

3.1.1 Τοποθεσία

Η εταιρία θα δραστηριοποιηθεί στην περιοχή της Μεσσαράς στο Ηράκλειο της Κρήτης, η οποία φημίζεται για την ποιότητα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ελαιολάδου που παράγει. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι η περιοχή είναι ο τόπος παραγωγής 3 ΠΟΠ ελαιολάδων (Πεζών, Θραψανού και Βιάννου). Η οικογένεια του γράφοντος δραστηριοποιείται σε αυτήν την περιοχή από το 1923. Στόχος της εταιρίας θα είναι η συλλογή, τυποποίηση και εμπορία (εξαγωγή) έξτρα παρθένου ελαιολάδου με μεθόδους και συνθήκες τέτοιες που θα εξασφαλίζουν την εξαιρετική του ποιότητα και θα ικανοποιούν τις απαιτήσεις του τελικού καταναλωτή για ένα προϊόν με υψηλές ποιοτικές προδιαγραφές που θα συνδυάζει την εξαιρετική γεύση και διατροφική αξία του κρητικού ελληνικού ελαιολάδου. Αν και το λάδι της ευρύτερης οικογένειας δεν ξεπερνά τους 50 τόνους ετησίως, ο στόχος είναι η υπόλοιπη ποσότητα να συλλέγεται από γνωστούς παραγωγούς στην περιοχή, οι οποίοι θα τηρούν τις ίδιες προδιαγραφές καλλιέργειας με αυτές της οικογένειας. Διευκρινίζεται επίσης, ότι η συλλογή και η επεξεργασία της ελιάς δεν θα απασχολήσει την παρούσα μελέτη, αφού η κύρια δραστηριότητα της εταιρείας θα είναι η τυποποίηση και η εμπορία του ελαιολάδου.





Εικόνα 1: Η περιοχή δραστηριοποίησης Στην Μεσσαρά Κρήτης (με κύκλο οι περιοχές με ΠΟΠ ή ΠΕΠ ελαιόλαδα)

3.1.2 Κτηριακές υποδομές

Για τις ανάγκες στέγασης της εταιρείας θα ενοικιαστεί χώρος 350 m² στην Λυγόρτυνο στη Μεσσαρά έναντι 500€ το μήνα. Ο χώρος αυτός είναι ειδικά διαμορφωμένος για επιχείρηση ελαιολάδου, με ράμπα φορτοεκφόρτωσης και διαμορφωμένες αποθήκες (χρησιμοποιούνταν από εταιρεία διακίνησης ελαιολάδου).

3.2 ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

3.2.1 Οργανόγραμμα

Η εταιρεία αρχικά θα απασχολήσει τον ελάχιστο αριθμό ατόμων, ώστε να περιορίσει τα έξοδα λειτουργίας της. Στην πορεία όμως θα προβεί στην πρόσληψη ενός υπεύθυνου πωλήσεων και κάποιου ακόμα εργατή. Το οργανόγραμμα της νέας εταιρείας θα έχει την εξής δομή:



Εικόνα 2: Το βασικό οργανόγραμμα της εταιρείας



Ο ρόλος και οι υποχρεώσεις του κάθε τμήματος περιλαμβάνουν τα εξής:

Δ/νων σύμβουλος:

Χάραξη στρατηγικής

Συντονισμός και έλεγχος της ομάδας

Χρονοδιαγράμματα

Διαρκής τροφοδότηση της ομάδας με πληροφορίες

Χρηματοοικονομική διοίκηση

Δ/υση πωλήσεων:

Πωλήσεις και συνεργασία με το Δ/ντα για τις μέρες πληρωτέων και εισπρακτέων

Εκθέσεις και πολιτική πωλήσεων

Είσπραξη πληρωτέων

Μελέτη ανταγωνισμού

Διασυνδέσεις με εσωτερικό και εξωτερικό για έναρξη πωλήσεων

Δ/υση marketing:

PEST ANALYSIS

SWOT ANALYSIS

PORTER ANALYSIS

Marketing mix

Χάραξη στρατηγικής μαζί με τον Δ/ντα

Έλεγχος και προώθηση πωλήσεων

Δ/υση διασφάλισης ποιότητας (οι αρμοδιότητες αυτής της θέσης πάνε στο marketing)

Τι προδιαγραφές πρέπει να τηρεί το προϊόν και πως αυτές πιστοποιούνται;

Στήσιμο εργαστηρίου μέσα στην εταιρεία αν δυνατόν για αυτούς τους ελέγχους (αυτό τελικά δεν γίνεται γιατί το outsource είναι φθηνότερο)

Εύρεση εγχώριων και διεθνών διαγωνισμών για προσπάθεια απόσπασης βραβείου



Προτάσεις για τα απαιτούμενα διακιολογητικά πιστοποίησης

3.2.2 Ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό

Για να καλυφθούν οι παραπάνω ανάγκες, η εταιρεία θα προσλάβει έναν διαιτολόγο και ένα γεωπόνο με ειδίκευση στην οργάνωση και διαχείριση εταιριών τροφίμων και γεωργίας, καθώς και έναν μόνιμο εργάτη μετά από υπόδειξη του Δ/ντα Συμβούλου επιχείρησης εξαγωγών ελαιολάδου στην Καλαμάτα, που επισκεφτήκαμε.

Έτσι θα έχει Δ/ντα Σύμβουλο και Υπεύθυνο Marketing, οι οποίοι θα αναλάβουν τις πωλήσεις, αλλά και την επιστημονική υποστήριξη. Επιπλέον θα υπάρχει αρχικά part time απασχολούμενος εργάτης. Η λογιστική διαχείριση θα δοθεί σε εξωτερικό συνεργάτη. Στον 3^ο χρόνο ή νωρίτερα αν το επιτρέψουν οι συνθήκες, θα προσληφθεί επιπλέον άτομο ως υπεύθυνος πωλήσεων και ο εργάτης θα γίνει πλήρους απασχόλησης. Οι στόχοι της εταιρείας είναι να διπλασιαστούν οι πωλήσεις στο πέρας της 5ετίας και να προσληφθούν επιπλέον άτομα για επιπλέον ανάπτυξη.



4. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΟΥΣ

4.1 ΠΡΩΤΕΣ ΚΑΙ ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ

Η παραλαβή των πρώτων υλών του ελαιολάδου γίνεται από εξουσιοδοτημένο υπεύθυνο της επιχείρησης με δικαιοδοσία αποδοχής ή απόρριψης, ο οποίος και καταγράφει σε δελτίο ποσοτικής και ποιοτικής παραλαβής. Η κάθε παραλαβή συνοδεύεται από ποιοτικό έλεγχο και τα αποτελέσματα καταχωρούνται στο αρχείο κάθε δεξαμενής που τοποθετείται το ελαιόλαδο.

4.1.1 Οργάνωση και απαιτήσεις από τους συνεργαζόμενους παραγωγούς

Για να επιτευχθεί συγκεκριμένη ποιότητα ελαιολάδου η εταιρεία θα φροντίσει οι συνεργαζόμενοι παραγωγοί να τηρούν την εφαρμογή συγκεκριμένων πρακτικών, για την παραγωγή ελαιολάδου. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω φιλοπεριβαλλοντικών συστημάτων διαχείρισης, ενώ θα πρέπει στη συνέχεια να συνδυάζεται με σωστούς μετασυλλεκτικούς χειρισμούς, ώστε να δώσουν προϊόν, που θα εναρμονίζεται με τα κριτήρια ποιότητας ελαιολάδου της εταιρείας.

Τα κριτήρια αυτά παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω:

- ✓ Ποικιλία ελιάς: το ελαιόλαδο θα προέρχεται αποκλειστικά από ελιές τύπου «Κωροναίικη»
- ✓ Εντομολογικές - μυκητολογικές προσβολές: όλα τα φυτοφάρμακα που θα χρησιμοποιηθούν, καθώς και ο χρόνος χρήσης τους θα πρέπει να προσδιορίζονται απόλυτα από το Γεωπόνο της εταιρείας
- ✓ Καλλιεργητικές πρακτικές: οι χρόνοι και η συχνότητα ποτίσματος, το είδος, η συχνότητα και ο χρόνος λίπανσης θα πρέπει να προσδιορίζονται απόλυτα από το Γεωπόνο της εταιρείας
- ✓ Συγκομιδή: η συγκομιδή θα πρέπει να γίνεται όταν οι ελιές είναι ώριμες δηλαδή όταν πάνω από το 70% του ελαιοκάρπου είναι μωβ-μαύρο χρώμα. Ο τρόπος συγκομιδής και τα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν θα πρέπει να προσδιορίζονται απόλυτα από το Γεωπόνο της εταιρείας
- ✓ Μεταφορά: η μεταφορά προς το ελαιοτριβείο θα γίνεται είτε με υφασμάτινα (κανάβινα) τσουβάλια, είτε με ειδικά πλαστικά κοφίνια



μεταφοράς ανοικτού τύπου, ώστε να αποφεύγεται η επιβάρυνση του βαθμού Κ από τη χρήση πλαστικών τσουβαλιών.

- ✓ Αποθήκευση του ελαιοκάρπου (διάρκεια αποθήκευσης, συνθήκες): τα κοφίνια ή τα τσουβάλια θα μπορούν να φυλάσσονται σε καλά αεριζόμενο σκοτεινό χώρο το πολύ για 24 ώρες πριν τη σύνθλιψή τους.

4.1.2 Απαιτήσεις από τα συνεργαζόμενα ελαιοτριβεία

Στη συνέχεια είναι απαραίτητο τα συνεργαζόμενα ελαιοτριβεία να τηρήσουν κάποιες απλές αλλά σημαντικές διαδικασίες, που σαφώς δεν ανεβάζουν το κόστος και δεν είναι εκτός της καθημερινής πρακτικής τους, αλλά εξασφαλίζουν την ποιότητα που απαιτείται. Οι διαδικασίες αυτές αναφέρονται στην:

- ✓ Εξαγωγή ελαιολάδου στο ελαιουργείο (τύπος ελαιουργείου, συνθήκες καθαριότητας): τα συνεργαζόμενα ελαιοτριβεία πρέπει να έχουν ISO 22000 και να δίνουν ελαιόλαδο με τη μέθοδο της ψυχρής έκθλιψης με φυγοκέντρωση.
- ✓ Αποθήκευση ελαιολάδου: Ιδανικά θα ήταν θεμιτό τα συνεργαζόμενα ελαιοτριβεία να αποθήκευαν και να σφράγιζαν τις δεξαμενές με το ελαιόλαδο που έχει εγκριθεί από το Γεωπόνο της εταιρείας μέχρι τη χρήση του από την εταιρεία.

4.1.3 Βοηθητικές ύλες

Ως βοηθητικές ύλες θεωρούμε όλο το βοηθητικό υλικό που χρησιμοποιείται στα στάδια τυποποίησης καθώς όλα τα υλικά συσκευασίας που είτε έρχονται σε επαφή με το τρόφιμο, είτε όχι (πώματα, ετικέτες, χαρτοκιβώτια, περιέκτες). Οι χρησιμοποιούμενοι περιέκτες θα να είναι, γυάλινες φιάλες κατασκευασμένες από μακρομοριακό υλικό.

4.1.4 Κόστος

Το ελαιόλαδο θα συσκευάζεται σε γυάλινες φιάλες τύπου Marasca και στα εξής μεγέθη 250ml, 500ml, 750ml και 1lt. Η αναλογία των μεγεθών που θα



συσκευάζουμε θα διαμορφωθεί από τις παραγγελίες που θα έχουμε. Το κόστος των φιαλών και πωμάτων κυμαίνεται στα 0.14-0.20 € για την συσκευασία των 250 ml, στα 0.18-0.22 € για την συσκευασία των 500 ml, στα 0.24-0.26 € για την συσκευασία των 750ml και στα 0.32-0.36 € για την συσκευασία του 1 lt. Οι τιμές αυτές είναι ενδεικτικές και οι τελικές τιμές θα διαμορφώνονται ανάλογα με την ποσότητα αγοράς (παράρτημα 1).

4.2 ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Για να διεκπεραιωθούν οι εργασίες του τυποποιητηρίου θα πρέπει να αγοραστεί ο κατάλληλος εξοπλισμός. Ο εξοπλισμός θα έχει συγκεκριμένες προδιαγραφές οι οποίες περιγράφονται στο πίνακα 3, όπως και τα αντίστοιχα κόστη(παράρτημα 2).

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Περιγραφή μηχανολογικού εξοπλισμού

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ (ΕΙΔΟΣ, ΤΥΠΟΣ, ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡ/ΚΑ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΗΣ, ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ)	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (Τεμάχια)	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ (Ευρώ)
ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ/ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ			
1.	Δεξαμενή 3000L με πνευματικό καπάκι , ανοξείδωτη, με κωνικό πυθμένα, δύο βάνες, ανθρωποθυρίδα, τύπος inox πυθμένας- καπάκι 316, τοιχώματα 304, διάμετρος 1,4μ - ύψος 2,55μ, εργοστασίου MARCHISIO, προμηθευτής ΑΦΟΙ ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗ Α.Ε.Β.Ε.	1	2,550.00
2.	Φίλτρο λαδιού 40X40 με 30 πλάκες, δυναμικότητας 450-500 κιλά/ώρα, ισχύος 0,8HP, εργοστασίου TEM, προμηθευτής ΑΦΟΙ ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗ Α.Ε.Β.Ε.	1	3,910.00
3.	Γραμμή εμφιάλωσης για φιάλες γυαλιού με βιδωτό πώμα του εργοστασίου TEM τύπου RTV 1000 δυναμικότητας 450-500 φιαλών/ώρα πλήρως INOX, προμηθευτής ΑΦΟΙ ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗ Α.Ε.Β.Ε.	1	28,700.00
4.	Ετικετέζα μονής-διπλής όψης για αυτοκόλλητη ετικέτα σε ρολό, δυναμικότητας 400-450 φιάλες/ώρα, εργοστασίου SKRLJ, ισχύος 0,4HP, προμηθευτής ΑΦΟΙ ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗ Α.Ε.Β.Ε.	1	3,650.00
5.	ΚΑΨΥΛΛΙΕΡΑ ΧΕΙΡΟΚΙΝΗΤΗ ΑΝΩΞΕΙΔΩΤΗ, MARCHISIO, προμηθευτής ΑΦΟΙ ΓΑΒΡΙΗΛΙΔΗ Α.Ε.Β.Ε.	1	200.00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ			39,010.00

4.2.1 Περιγραφή –Ανάγκες

Η εταιρεία αγοράζει μηχανήματα με βάση τις ανάγκες της. Από τον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται ότι τα μηχανήματα έχουν ικανότητα παραγωγής περίπου



400-500 lt/ώρα. Με απλούς υπολογισμούς αυτό σημαίνει ότι σε οκτάωρη βάση μπορούν να τυποποιηθούν περί τους 3-4 τόνους ελαιολάδου την ημέρα. Στην πρόβλεψη των πωλήσεων η μέγιστη ανάγκη σε τόνους είναι οι 200 τόνοι το έτος, ποσότητα που με τα μηχανήματα αυτά είναι εφικτό να τυποποιηθεί το πολύ σε 4 έως 5 μήνες.

Διευκρινίζεται τέλος ότι το μοναδικό χειροκίνητο μηχάνημα είναι η καψυλλιέρα, δηλαδή το μηχάνημα που με τη βοήθεια της θερμότητας τοποθετεί το ασημένιο ή χρυσαφί περίβλημα πάνω από το πώμα. Η διαδικασία αυτή σύμφωνα και με τις συμβουλές της πωλήτριας εταιρείας μπορεί εύκολα να παραληφθεί, ενώ δεν απαιτείται η αγορά αυτόματου μηχανήματος το οποίο θα ανέβαζε χωρίς κάποιο σημαντικό όφελος το κόστος.

4.2.2 Κόστος

Όπως φαίνεται και στην παραπάνω ανάλυση το κόστος αγοράς των μηχανημάτων προσεγγίζει τις 39.000€. Σημειώνεται εδώ ότι η παρούσα προφορά έγινε από την εταιρεία «Αφοί Γαβριηλίδη ΑΕΒΕ» και αφορά σε τιμές καταλόγου. Δεν έχει γίνει προσπάθεια έκπτωσης ώστε το όποιο κέρδος προκύψει από αυτήν να ισοσκελίσει τυχόν έκτακτες δαπάνες που δεν είναι δυνατόν να προβλεφθούν.

4.3 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

4.3.1 Διάγραμμα ροής

Η διαδικασία τυποποίησης αποτελείται από συγκεκριμένα βήματα τα οποία περιγράφονται στο διάγραμμα ροής που ακολουθεί:

1. Παραλαβή και αποθήκευση πρώτων υλών

Το ελαιόλαδο μεταφέρεται με ειδικά φορτηγά μεταφοράς ελαιολάδου του ελαιοτριβείου. Στη συνέχεια αποθηκεύεται σε ανοξειδωτες δεξαμενές του τυποποιητηρίου. Κατά την μεταφορά αυτή ορίζονται οι παρτίδες αποθήκευσης και ελέγχεται η ποιότητα και η ποσότητα παραλαβής.

2. Παραλαβή βοηθητικών υλών και αποθήκευση

Οι βοηθητικές ύλες (μπουκάλια, τάπες, ετικέτες κλπ) τοποθετούνται άμεσα στην αποθήκη, χωρίς να μένουν εκτεθειμένα σε οποιοδήποτε σημείο στο χώρο παραγωγής ή αλλού.

3. Φιλτράρισμα



Με τον όρο αυτόν εννοούμε τον καθαρισμό του ελαιολάδου με χρήση βοηθητικής ύλης «Γης Διατόμων» για την απομάκρυνση κάθε ξένης ουσίας, μέσω της συσκευής φιλτραρίσματος που έχει αγοραστεί.

4. Τοποθέτηση περιεκτών

Τοποθετούνται οι περιέκτες στην μεταφορική ταινία εισόδου της αυτόματης μηχανής πλήρωσης.

5. Γέμισμα

Το γέμισμα γίνεται με χρήση ογκομετρικού κυλίνδρου ρυθμιζόμενης ταχύτητας με βαλβίδα πλήρωσης στην ίδια πάντα γραμμή παραγωγής.

6. Πωματισμός

Μετά το γέμισμα οι περιέκτες πωματίζονται αυτόματα στο μηχανήμα.

7. Επικόλληση ετικέτας

Αυτόματη τοποθέτηση ετικετών σε κάθε περιέκτη με την ετικετέζα. Η κάθε παρτίδα εμφιάλωσης πρέπει να έχει lot number μαζί με ημ/νία λήξης.

8. Τοποθέτηση σε χαρτοκιβώτια

Ενδεικτικά μπορεί να γίνει σύμφωνα με τον πίνακα 4:

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
Συσκευασίες σε χαρτοκιβώτια

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΧΑΡΤΟΚΙΒΩΤΙΩΝ
Φιάλη 250ml	24
Φιάλη 500ml	12
Φιάλη 750ml	12
Φιάλη 1l	12

9. Αποθήκευση και διανομή του τελικού προϊόντος

Μετά την ολοκλήρωση των έτοιμων παλετών, η κάθε παλέτα μεταφέρεται σε χώρο αποθήκευσης κι από εκεί σύμφωνα με τις παραγγελίες γίνεται η διανομή.

4.3.2 Κόστος

Η διαδικασία της τυποποίησης ξεκινάει μετά την αγορά του ελαιολάδου. Η τιμή αγοράς του ελαιολάδου κυμαίνεται μεταξύ 1.80-2.20 €. Τα κόστη των βοηθητικών υλών φαίνονται στο προηγούμενο κεφάλαιο (βλ κεφ 4.1.4).



4.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ

Ο ποιοτικός έλεγχος είναι από τις πιο σημαντικές διεργασίες για την εταιρεία. Ο τελικός καταναλωτής πρέπει να είναι βέβαιος ότι το προϊόν είναι απολύτως ασφαλές, έχει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που επιθυμούμε και δεν θα βρει διαφορετικό περιεχόμενο σε καμιά συσκευασία. Επιπλέον στις περισσότερες από τις χώρες του εξωτερικού είναι αναγκαίο να πιστοποιηθεί το προϊόν μας με διάφορα διεθνή πρότυπα. Για να γίνει αυτό είναι προαπαιτούμενη η αυστηρή διαδικασία ποιοτικού ελέγχου.

4.4.1 Κριτήρια ποιότητας ελαιολάδου

Τα κριτήρια ποιότητας ελαιολάδου έχουν σαν βάση τους τα κριτήρια ορθής παραγωγής ελαιολάδου:

- ✓ Ποιοτικές κατηγορίες ελαιολάδου στο εμπόριο (εξαιρετικό παρθένο, παρθένο κ.α.)
- ✓ ΠΟΠ – ΠΓΕ
- ✓ Αλλοιώσεις ελαιολάδου
- ✓ Σήμανση του ελαιολάδου
- ✓ Κίνδυνοι που απειλούν το ελαιόλαδο
- ✓ Ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων
- ✓ Ιχνηλασιμότητα
- ✓ Επιλογή πρώτων υλών (ελαιόλαδο, βοηθητικές ύλες, υλικά συσκευασίας)
- ✓ Ποιοτικοί δείκτες και χαρακτηριστικά του ελαιολάδου
- ✓ Σημεία ελέγχου κατά την τυποποίηση του ελαιολάδου
- ✓ Οργανοληπτική αξιολόγηση παρθένου ελαιολάδου

4.4.2 Οργανοληπτική αξιολόγηση

Η εταιρεία σκοπεύει να παράγει υψηλής ποιότητας προϊόντα. Για να γίνει αυτό γνωστό και αδιαμφισβήτητο γεγονός στον καταναλωτή θα πρέπει να προβεί σε διαδικασία οργανοληπτικής αξιολόγησης σε ανεξάρτητο φορέα. Μετά από έρευνα καταλήξαμε πως η οργανοληπτική αξιολόγηση του παρθένου ελαιολάδου είναι αναλυτική παράμετρος και αποτελεί ένα από τα τέσσερα κριτήρια ποιότητας του ελαιολάδου (796/2002/EK).



Σκοπός της αξιολόγησης είναι η ανίχνευση και περιγραφή των γευστικών και οσφραντικών χαρακτηριστικών του παρθένου ελαιολάδου και η κατάταξή του στις κατηγορίες εξαιρετικά παρθένο, παρθένο και μειονεκτικό, σύμφωνα με τη μέθοδο του Διεθνούς Συμβουλίου Ελαιολάδου IOC/T.20/Doc No 15 και τις τροποποιήσεις της, έτσι όπως ορίζεται από τον κανονισμό 2568/91, Παράγρ. I. Η μέθοδος χρησιμοποιεί ομάδα επιλεγμένων και εκπαιδευμένων δοκιμαστών (panel) και ειδικό λεξιλόγιο για τη βαθμολόγηση της αντιλαμβανόμενης έντασης των γευσιγνωστριών (οσμή και γεύση) ιδιοτήτων του ελαιολάδου. Για την οργανοληπτική αξιολόγηση του ελαιολάδου απαιτείται αίτηση του ενδιαφερομένου, διπλότυπο είσπραξης στον κωδικό 3535 της εφορίας αξίας 32 € και δείγμα 750ml σε γυάλινο, καθαρό και απαλλαγμένο από οσμές και υγρασία μπουκάλι. Το πιστοποιητικό αξιολόγησης αποστέλλεται ταχυδρομικά και με e-mail ή fax, όπως αιτείται ο ενδιαφερόμενος και αναφέρει την κατηγορία κατάταξης του ελαιολάδου.

4.4.2 Χημικές αναλύσεις

Οι χημικές αναλύσεις που αφορούν στα ποιοτικά κριτήρια του ελαιολάδου και είναι απαραίτητες για την κατάταξή του είναι:

- **Προσδιορισμός Οξύτητας:** Οξύτητα είναι το περιεχόμενο του ελαιολάδου σε ελεύθερα λιπαρά οξέα, και εκφράζεται σε γραμμάρια ελαϊκού οξέος για κάθε 100 γραμμάρια ελαίου.
- **Προσδιορισμός Αριθμού Υπεροξειδίων:** Ο Αριθμός Υπεροξειδίων είναι το μέτρο του βαθμού οξείδωσης του ελαιολάδου σε πρωταρχικό στάδιο, και χρησιμοποιείται για την διάκριση των εδώδιμων ελαίων από τα μειονεκτικά.
- **Φασματοφωτομετρική Εξέταση στο Υπεριώδες (K232, K270, ΔK):** Ο δείκτης K232 είναι ένα μέτρο οξείδωσης των συζευγμένων διενίων και των προϊόντων τους τα οποία απορροφούν στα 232 nm. Ο δείκτης K270 μετρά συζευγμένα τριένια και τα δευτερογενή προϊόντα της οξείδωσης μπορεί να παραχθούν και κατά την βιομηχανική επεξεργασία του ελαιολάδου και απορροφούν στα 270 nm.. Ο δείκτης ΔK χρησιμοποιείται και για τη διάκριση μεταξύ παρθένου ελαιολάδου και παρθένου ελαιολάδου σε ανάμειξη με ραφινέ ελαιόλαδο.

Με βάση τα αποτελέσματα των παραπάνω αναλύσεων το δείγμα ελαιολάδου κατατάσσεται σε μια από τις κατηγορίες *εξαιρετικό παρθένο, παρθένο* ή *μειονεκτικό*, σύμφωνα με το Παράρτημα I του Κανονισμού 2568/91.

Οι αναλύσεις αυτές μπορούν να πραγματοποιηθούν σε διαπιστευμένα από το ΕΣΥΔ, εργαστήρια ελαιολάδου (www.esyd.gr) και κοστίζουν: 30€ για τα έξοδα φακέλου και 20€/δείγμα.



4.4.3 Πιστοποιητικά ανάλογα με τη χώρα προορισμού

Η εγκατάσταση ενός συστήματος ελέγχου και πρόληψης σε όλη την αλυσίδα χειρισμού των τροφίμων (πρωτογενής παραγωγή, μεταποίηση, εμπορία) αποτελεί, εκτός από νομοθετική απαίτηση, απαίτηση της ίδιας της αγοράς των τροφίμων. Ιδιαίτερα οι αλυσίδες super market και οι εξαγωγείς είναι αυστηροί όσον αφορά την εφαρμογή των ΣΔΑΤ όπως το ISO 22000 και η συμμόρφωση με τις αρχές HACCP του Codex Alimentarius, από τους προμηθευτές τους. Στα πλαίσια της πολιτικής που εφαρμόζει η εταιρεία και συγκεκριμένα όσο αφορά την ασφάλεια των προϊόντων, σκοπεύουμε να εφαρμόσουμε τα εξής πρότυπα:

- **ISO 22000:2005**, είναι ένα Σύστημα Διαχείρισης της Ασφάλειας των Τροφίμων (ΣΔΑΤ) το οποίο από το 2005, έχει διεθνή ισχύ και έρχεται να αντικαταστήσει το παλαιότερο ελληνικό πρότυπο ΕΛΟΤ 1416 που αφορά το σχέδιο HACCP. Το ISO 22000 εφαρμόζεται μόνο στις εταιρίες που χειρίζονται τρόφιμα (παραγωγή, εμπορία) ή παράγουν προϊόντα που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα (κατασκευαστές εξοπλισμού, υλικών συσκευασίας κλπ). Το πρότυπο αυτό δεν εστιάζει στα ποιοτικά χαρακτηριστικά, αλλά στην Ασφάλεια του Τροφίμου. Εξετάζει τους παράγοντες κινδύνου για την δημόσια υγεία που μπορούν να επηρεάσουν το τρόφιμο (π.χ. μικρόβια, χημικές ουσίες, ξένες ύλες) σε όλα τα στάδια της παρασκευής του και προτείνει τα κατάλληλα προληπτικά μέτρα για την αντιμετώπισή τους. Συνεπώς το ISO 22000 είναι ένα πρότυπο που δρα προληπτικά, προστατεύοντας την επιχείρηση από ζημιές λόγω απόρριψης προϊόντων, τροφικών δηλητηριάσεων κλπ αλλά και προτείνοντας ένα σχέδιο αντιμετώπισης κρίσεων. Σύμφωνα με τον κανονισμό 852/2004 για την υγιεινή των τροφίμων την αποκλειστική ευθύνη για την ασφάλεια των παραγόμενων τροφίμων έχει αποκλειστικά ο ίδιος ο επιχειρηματίας και η ευθύνη αυτή ΔΕΝ μεταβιβάζεται. Επομένως ένα εφαρμόσιμο και λειτουργικό Σύστημα Διαχείρισης της Ασφάλειας των Τροφίμων είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για την ικανοποίηση των νομοθετικών απαιτήσεων τόσο τυπικά, αλλά το κυριότερο και ουσιαστικά.
- **BRS food - (British Retail Consortium)**, ο Βρετανικός Οργανισμός Λιανεμπορίου (BRC) έχει εκδώσει αυτό το Τεχνικό Πρότυπο για τις επιχειρήσεις που παράγουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label), προϊόντα προς εξαγωγή και προϊόντα που απευθύνονται σε Super Markets. Το



πρότυπο αυτό έχει αναπτυχθεί για να βοηθήσει τους πωλητές λιανικής στην τήρηση των νομικών υποχρεώσεών τους και για να εξασφαλίσει υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών. Μερικά από τα πλεονεκτήματα και οφέλη που ένας Οργανισμός μπορεί να αποκομίσει από την πιστοποίηση του συστήματός του, βάσει των απαιτήσεων του εν λόγω προτύπου, αναφέρονται παρακάτω:

- ✓ Αυξημένη Ανταγωνιστικότητα
- ✓ Νέες συνεργασίες με μεγάλα supermarkets, που απαιτούν οι προμηθευτές τους να είναι πιστοποιημένοι κατά BRC. (Άνοιγμα στις εξαγωγές)
- ✓ Συμμόρφωση με νομικές και κανονιστικές απαιτήσεις
- **IFS (International Food Standard)**, το αυτό το τεχνικό πρότυπο για την ασφάλεια των τροφίμων έχει αναπτυχθεί από τη Γερμανική & Γαλλική Ένωση Πωλητών Λιανικής για τις επιχειρήσεις που, όπως και για το BRC, παράγουν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (private label), προϊόντα προς εξαγωγή και προϊόντα που απευθύνονται σε Super Markets.

Τα πρότυπα IFS και BRC έχουν πολλά κοινά στοιχεία. Οι επιχειρήσεις, μπορούν, εφόσον το επιθυμούν να συνδυάσουν την επιθεώρηση του IFS με αυτή του BRC, αποκομίζοντας έτσι τα οφέλη μιας συνδυαστικής επιθεώρησης, μέγιστης αποτελεσματικότητας και μειωμένης διάρκειας.

Το κόστος εφαρμογής τέτοιων συστημάτων δεν περιορίζεται μόνο στην αμοιβή του συμβούλου για την σύνταξη της μελέτης και την αμοιβή του Φορέα Πιστοποίησης για την επιθεώρηση και την έκδοση του Πιστοποιητικού, όπως συνήθως παρουσιάζεται. Η εφαρμογή ενός ΣΔΑΤ κατά περίπτωση περιλαμβάνει τις εξής επιβαρύνσεις για την επιχείρηση τροφίμων:

1. Κόστος αγοράς του προτύπου από τον αντίστοιχο φορέα (π.χ. ΕΛΟΤ, BRC, IFS κλπ)
2. Κόστος σύνταξης και εφαρμογής της μελέτης
3. Κόστος κτιριακών παρεμβάσεων για την συμμόρφωση των εγκαταστάσεων της επιχείρησης με τους Κανόνες Ορθής Υγιεινής Πρακτικής
4. Κόστος εγκατάστασης συστήματος απεντομώσεων – μυοκτονιών από κατάλληλη εταιρία με άδεια λειτουργίας από τις αρμόδιες Υγειονομικές Αρχές σε



ισχύ και η οποία να χρησιμοποιεί εγκεκριμένα σκευάσματα (συνήθως η επιβάρυνση είναι ετήσια, η συνεργασία θα πρέπει να ανανεώνεται κάθε χρόνο)

5. Κόστος πραγματοποίησης αναλύσεων α' υλών, τελικών προϊόντων και νερού σε διαπιστευμένο εργαστήριο ή στο εργαστήριο ποιοτικού ελέγχου της ίδιας της εταιρίας εφόσον υπάρχει (ο αριθμός, το είδος και η συχνότητα των αναλύσεων διαφέρει ανάλογα με το είδος της επιχείρησης)

6. Κόστος εγκατάστασης, εφαρμογής και επαλήθευσης συστήματος καθαρισμού π.χ. αγορά εγκεκριμένων ειδικών καθαριστικών, swab tests κλπ (η επιβάρυνση είναι συνεχής και διαφέρει ανάλογα με το μέγεθος και τις ανάγκες της εκάστοτε εταιρίας)

7. Κόστος διακρίβωσης οργάνων ελέγχου όπως τα θερμομέτρα και οι ζυγοί από κατάλληλο φορέα (ετήσια συνήθως επιβάρυνση)

8. Κόστος Πιστοποίησης από διαπιστευμένο Φορέα Πιστοποίησης. (η επιβάρυνση είναι ετήσια καθώς ο Φορέας πραγματοποιεί ετήσιο έλεγχο της εφαρμογής και καταλληλότητας του ΣΔΑΤ). Αναλυτικά:

ΠΡΟΤΥΠΟ	ΕΦΑΡΜΟΓΗ	ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ
ISO 22000	5000€	1500€
BRC/IFS	5000€	3000€



5. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

5.1. PEST ANALYSIS

5.1.1 Πολιτικό Περιβάλλον

Το θεσμικό πλαίσιο για την υγιεινή των τροφίμων σε επιχειρήσεις του τυποποιημένου ελαιολάδου συγκεντρώνεται γύρω από τον Κανονισμό 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 29 Απριλίου 2004. Σύμφωνα με τον κανονισμό αυτό όλες οι επιχειρήσεις που λειτουργούν στο χώρο των τροφίμων και των ποτών, οφείλουν σε τακτά χρονικά διαστήματα να εφαρμόζουν, να διατηρούν και να αναθεωρούν μια μόνιμη διαδικασία των συστημάτων διασφάλισης ποιότητας τροφίμων με βάση τις αρχές των διεθνών προτύπων του Συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (Hazard Analysis of Critical Control Points- HACCP). Ο συνδυασμός μάλιστα του συστήματος HACCP με το διεθνές αναγνωρισμένο πρότυπο ISO 9000 αυξάνει σε μεγάλο βαθμό την αποτελεσματικότητα ελέγχου των τροφίμων, ενώ για να μπορέσει μια επιχείρηση να εγκαταστήσει ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας σύμφωνα με τα πρότυπα του ISO 9000 πρέπει οπωσδήποτε να διαθέτει HACCP.

Σχετικά με τη νομοθεσία σε θέματα προστασίας του περιβάλλοντος, στην Ελλάδα είναι σε ισχύ ο Νόμος 1650/86 για την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ σε διεθνές επίπεδο έχουν αναπτυχθεί πρότυπα και ρυθμίσεις που αφορούν την ανάπτυξη και εφαρμογή Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (Environmental Management Systems – EMS) σε επιχειρήσεις κάθε τύπου.

Οι προδιαγραφές εμπορίας ελαιολάδου καθορίζονται από τον Κανονισμό 1019/2002.

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία η φορολογία των επιχειρήσεων έχει καθοριστεί στο 15% επί των κερδών. Η Ελλάδα εμφανίζει χαμηλή φορολογική ανταγωνιστικότητα, η οποία αποτελεί αντικίνητρο για προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων. Ευνοϊκό στοιχείο φαίνεται να είναι ο Επενδυτικός Νόμος 3299/2004 που αφορά στα κίνητρα ιδιωτικών επιχειρήσεων για την οικονομική ανάπτυξη και την περιφερειακή σύγκλιση. Ειδικότερα ο νόμος αυτός χορηγεί ελκυστικά κίνητρα για επενδύσεις άνω των 100.000 € σε όλους τους τομείς της οικονομίας που υλοποιούνται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας από επιχειρήσεις ανεξάρτητου μεγέθους, δίνοντας έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους ανερχόμενους κλάδους της οικονομίας, εξοικονομώντας για αυτές χρόνο και χύμα. Ο νόμος αυτός τροποποιήθηκε ελαφρά δύο χρόνια μετά και ως Νόμος 3522/2006 καλείται πλέον Νέος Επενδυτικός Νόμος. Το πολιτικό σκηνικό της χώρας μπορεί να χαρακτηριστεί με γερά δημοκρατικά θεμέλια και σταθερό, με την εναλλαγή των δύο μεγάλων πολιτικών κομμάτων στην κυβέρνηση.



5.1.2 Οικονομικό Περιβάλλον

Το κύριο χαρακτηριστικό των οικονομικών εξελίξεων την τελευταία διετία που επηρέασε καθοριστικά όλους τους κλάδους της οικονομίας και φυσικά και τον κλάδο του τυποποιημένου ελαιολάδου, είναι τόσο η διεθνής οικονομική κρίση λόγω της διεθνούς χρηματοπιστωτικής αναταραχής, όσο και η κρίση της ελληνικής οικονομίας.

Παρουσιάστηκαν δραματικές επιπτώσεις σε κάθε διαρθρωτικό κομμάτι της εγχώριας οικονομίας με το ΑΕΠ να μειώνεται κατά 6,3% (για το Β τρίμηνο του 2012), τον πληθωρισμό να κυμαίνεται από 2,4 (Νοέμβριος 2011) έως 1,7 (Αύγουστος 2012), και την ανεργία να ανεβαίνει συνεχώς από 17,7% (για το τρίτο τρίμηνο του 2011) στο 23,6% (Β 3μηνο του 2012). Μείωση εμφανίζουν γενικά η προσφορά χρήματος, το εισόδημα και οι πραγματοποιηθείσες επενδύσεις. Γενικότερα επικρατεί ένα κλίμα οικονομικής αστάθειας και καλλιεργείται από κάποιους κύκλους μια αίσθηση αβεβαιότητας για την παραμονή της Ελλάδας στο κοινό Ευρωπαϊκό νόμισμα, παρά το γεγονός ότι το τελευταίο διάστημα ο κίνδυνος αυτός φαίνεται να υποχωρεί.

Παρά την κρίση ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι δείκτες εμπορίου για τις εισαγωγές και τις εξαγωγές. Οι εισαγωγές σε ευρώ μειώθηκαν κατά 9,9% σε σύνολο έτους από Αύγουστο 2011-Αύγουστο 2012 σε σύγκριση με το ίδιο διάστημα για το 2010 -2011, ενώ αντίθετα οι εξαγωγές σε ευρώ αυξήθηκαν κατά 6% για το ίδιο διάστημα (πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία). Φαίνεται λοιπόν ότι η εξαγωγική δραστηριότητα ευνοείται από τις παρούσες οικονομικές συγκυρίες.

Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛ.ΣΤΑΤ.)
Χάρτης Ιστοχώρου | ΕΛ

ημέρωση για πληθωρισμό, ΑΕΠ, ανεργία, πληθυσμό, κλπ. - Τρόπος παροχής εθνικών και ευρωπαϊκών στατιστικών στοιχείων

Στατιστικά Θέματα

Βάση Στατιστικών Δεδομένων

Ψηφιακή Βιβλιοθήκη

Αίτημα Παροχής Στατιστικών Στοιχείων

Πρόσφατα Στατιστικά Στοιχεία

Στοιχείο	Περίοδος	Τιμή
Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (Πληθωρισμός)	Αύγ. 12/Αύγ. 11	1,7
Εναρμονισμένος Δείκτης Τιμών Καταναλωτή	Αύγ. 12/Αύγ. 11	1,2
Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Προσωρινά Στοιχεία)	Β' 3μηνο 2012	-6,3
Δείκτης Ανεργίας	Β' 3μηνο 2012	23,6
Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής	Ιούλ. 12/Ιούλ. 11	-5,0
Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο	Ιούν. 12/Ιούν. 11	-10,0
Δείκτης Τιμών Παραγωγού στη Βιομηχανία	Ιούλ. 12/Ιούλ. 11	3,8
Οικονομική Δραστηριότητα (όγκος)	Ιούν. 12/Ιούν. 11	-40,6%
Νόμισμα Πληθυσμός Απογραφής	2011	9.903.268
Αναπροσαρμογή Μισθωμάτων		
Βασικά Μεγέθη Απασχόλησης		

Εικόνα 3: Τα σημαντικότερα στατιστικά στοιχεία για την Ελλάδα τον Αύγουστο του 2012 (πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

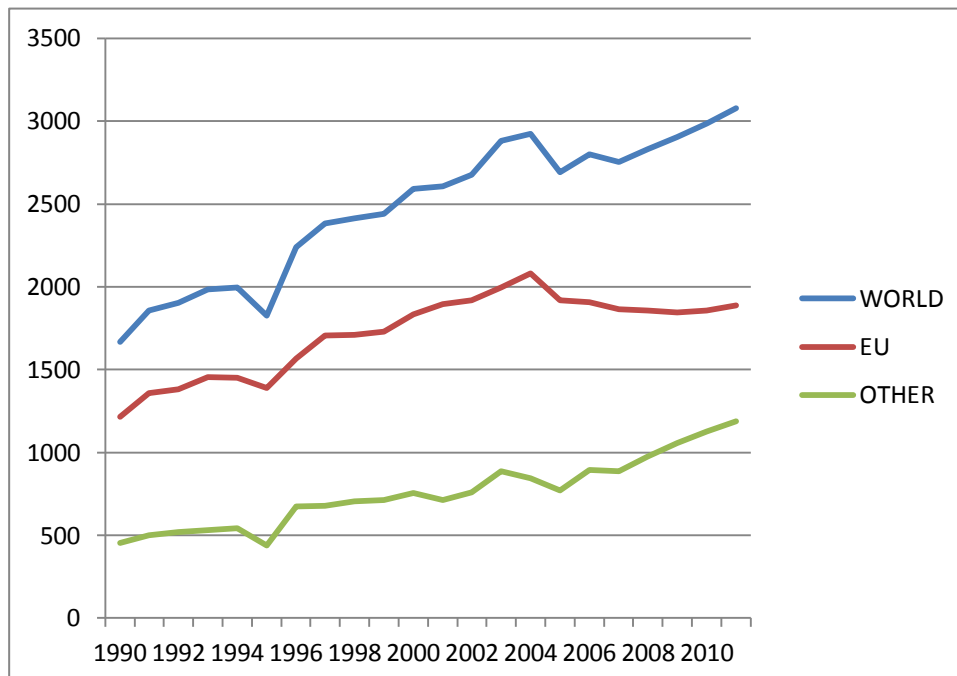


5.1.3 Κοινωνικοπολιτιστικό Περιβάλλον

Η χρήση του ελαιολάδου είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη στην Ελλάδα και ταυτισμένη απόλυτα με την ελληνική διατροφή, ενώ η ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση ανέρχεται περίπου σε 16 λίτρα (FAO stat). Οι Έλληνες καταναλωτές προμηθεύονται το λάδι κυρίως σε «χύμα» μορφή απευθείας από τους παραγωγούς. Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP το 43% της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης καλύφθηκε από χύμα ελαιόλαδο για το διάστημα 2009-2010. Στο ίδιο χρονικό διάστημα παρουσιάστηκε μείωση της εγχώριας κατανάλωσης ελαιολάδου κατά 6,1% με εντονότερη υποχώρηση στη ζήτηση του τυποποιημένου ελαιολάδου (9,3%).

Παγκοσμίως η χρήση ελαιολάδου αυξάνεται συνεχώς. Μετά από έλεγχο στα στατιστικά στοιχεία που παρέχονται από το International Olive Council, ότι η παγκόσμια κατανάλωση ελαιολάδου βαίνει αυξανόμενη. Μάλιστα ενώ η παραδοσιακοί καταναλωτές ελαιολάδου (EU) παρουσιάζουν σταθερότητα στην κατανάλωση, η παγκόσμια κατανάλωση συνεχίζει να αυξάνεται έντονα. Σε αυτό πιθανόν συμβάλει η εικόνα που εγκαθίσταται συστηματικά στο Δυτικό κόσμο ότι το ελαιόλαδο ως μέρος της Μεσογειακής Διατροφής είναι «υγιεινό».

Διάγραμμα 3
Κατανάλωση ελαιολάδου (χιλιάδες τόνοι)



Πηγή: *International Olive Council*



5.1.4 Τεχνολογικό Περιβάλλον

Πολλά ελαιοτριβεία έχουν υιοθετήσει νέο σύστημα εξαγωγής δύο φάσεων, βελτιώνοντας την ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος και μειώνοντας τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την παραγωγή.

Σε κάποιες ελαιοπαραγωγικές περιοχές του κόσμου δοκιμάζονται νέα είδη καλλιεργειών υψηλής αποδόσεις, όπου τα ελαιόδεντρα φυτεύονται σε μικρή απόσταση το ένα από το άλλο και διατηρούνται σε χαμηλό ύψος ώστε να διευκολύνεται η μηχανική συλλογή τους. Όμως υπάρχουν αμφιβολίες εάν το παραγόμενο ελαιόλαδο από αυτές τις καλλιέργειες είναι της ίδιας ποιοτικής αξίας με αυτό που παράγεται από τις παραδοσιακές καλλιέργειες.

Γενικότερα όμως τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σταθερότητα, αφού δεν υπάρχουν σημαντικές τροποποιήσεις ή αλλαγές στην χρησιμοποιούμενη τεχνολογία του κλάδου.



5.2 PORTER ANALYSIS

5.2.1 Απειλή νέων ανταγωνιστών

Στον κλάδο του ελαιολάδου δεν υπάρχουν θεσμικά εμπόδια εισόδου. Η πρόσβαση σε πρώτες ύλες και η τεχνολογία παραγωγής δεν χαρακτηρίζονται από μοναδικότητα ή αποκλειστικότητα που να δημιουργούν σοβαρά εμπόδια τεχνολογικού χαρακτήρα. Ωστόσο υψηλά εμπόδια εισόδου δημιουργούνται λόγω των πολλών γραφειοκρατικών διαδικασιών που απαιτούνται για την εφαρμογή της ισχύουσας νομοθεσίας και των ελεγκτικών μέτρων. Γενικότερα ένας νέος ανταγωνιστής θα είναι πάντα αντιμέτωπος με εμπόδια εισόδου. Τέτοια εμπόδια είναι:

✓ *Οικονομίες κλίμακας*

Στην περίπτωση μίας νεοεισερχόμενης επιχείρησης παρατηρούνται οικονομίες κλίμακας, αφού η δραστηριοποίηση συνήθως ξεκινά με μικρή παραγωγική ικανότητα που δημιουργεί σημαντικά μειονεκτήματα κόστους που γίνεται προσπάθεια να καλυφθούν μέσω υψηλότερων τιμών. Έτσι η είσοδος στον κλάδο γίνεται με μεγάλες εγκαταστάσεις, μεγάλο αριθμό προϊόντων, δυναμικές ενέργειες marketing και προβλέψεις για σημαντικά μερίδια αγοράς. Φυσικά προκαλούνται αντιδράσεις από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις ενώ οι απαιτήσεις σε αρχικό κεφάλαιο είναι ιδιαίτερα σημαντικές.

✓ *Κεφαλαιακές απαιτήσεις*

Η σπουδαιότερη επιχειρηματική επένδυση στον τομέα του τυποποιημένου ελαιολάδου αφορά στην παραγωγή. Απαιτείται δαπάνη μεγάλου ποσοστού των κεφαλαίων μιας νεοεισερχόμενης επιχείρησης για εγκαταστάσεις και σύγχρονα μηχανήματα παραγωγής, άριστης ποιότητας αναλώσιμων και πρώτων υλών και απόκτηση καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Σημαντικό ποσοστό κεφαλαίου απαιτείται και για την κατοχύρωση brand name και την εφαρμογή πιστοποιήσεων στη διαδικασία παραγωγής αλλά και στο τελικό προϊόν.

Όμως ένα καλό προϊόν πρέπει οπωσδήποτε να στηριχθεί από δυναμικές και αποτελεσματικές ενέργειες marketing που απαιτούν μεγάλη θυσία κεφαλαίου αλλά είναι απαραίτητες κυρίως στην περίπτωση μιας νεοεισερχόμενης επιχείρησης που προσδοκεί να αποσπάσει μερίδιο αγοράς από τους ανταγωνιστές της.

✓ *Διαφοροποίηση προϊόντος*

Στον κλάδο του τυποποιημένου ελαιολάδου δεν παρουσιάζεται διαφοροποίηση προϊόντων, επομένως το στοιχείο αυτό δεν αποτελεί σημαντικό εμπόδιο εισόδου στον κλάδο.



✓ *Πρόσβαση σε κανάλι διανομής*

Στον τομέα της τυποποίησης ελαιολάδου τα δίκτυα διανομής περιλαμβάνουν εισαγωγείς- χονδρέμπορους, supermarket και επιχειρήσεις που εντάσσονται στον κλάδο HO.RE.CA. Η δημιουργία ενός νέου μοναδικού καναλιού διανομής δεν είναι εύκολη, οπότε η νέα επιχείρηση πρέπει να εισχωρήσει στα ήδη υπάρχοντα. Αυτό απαιτεί εφαρμογή πολιτικής εκπτώσεων και προσφορών, αποτελεσματική διαφήμιση και υψηλή ποιότητα προϊόντος. Σημειώνεται ότι τα κανάλια διανομής είναι δεσμευμένα από τους υπάρχοντες ανταγωνιστές συνήθως με μακρά συμβόλαια συνεργασίας.

5.2.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών είναι:

✓ *Αριθμός των προμηθευτών*

Το πλήθος των εν δυνάμει προμηθευτών ελαιολάδου είναι πολύ μεγάλο και ο όγκος της παραγόμενης ποσότητας ιδιαίτερα σημαντική. Όμως όσο περισσότεροι είναι οι προμηθευτές τόσο περισσότερο διασπάται η διαπραγματευτική τους δύναμη, εφόσον βέβαια δεν λειτουργούν συντονισμένα μεταξύ τους. Πράγματι στην παραγωγή ελαιολάδου δραστηριοποιούνται όχι μόνο αγρότες αλλά και παραγωγοί που έχουν εξωγεωργικό κύριο επάγγελμα. Έτσι οι προμηθευτές είναι πολλοί σε αριθμό, με μικρές ποσότητες και συνήθως δρουν μεμονωμένα. Σε πολλές περιπτώσεις εμφανίζονται και αγροτικοί συνεταιρισμοί, που όμως δεν λειτουργούν αποτελεσματικά και χάνουν το πλεονέκτημα να αυξήσουν την διαπραγματευτική τους δύναμη μέσα από τη συγκέντρωση μεγάλων ποσοτήτων λαδιού.

Έτσι οι παραγωγοί αναγκάζονται να πουλούν το λάδι τους σε χαμηλές τιμές, που πολλές φορές ίσα που καλύπτουν τα έξοδα ελαιοκαλλιέργειας και συγκομιδής, μη έχοντας τελικά σημαντική διαπραγματευτική δύναμη.

✓ *Μέγεθος και σημασία αγοραστή*

Όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της επιχείρησης τυποποίησης και εμπορίας ελαιολάδου και όσο μακροβιότερη είναι η παρουσία της στον κλάδο, τόσο πιο φερέγγυος πελάτης είναι για τον προμηθευτή. Πολλές φορές οι προμηθευτές και οι επιχειρήσεις εμφανίζονται ως συνεργάτες, η σχέση των οποίων καθορίζεται από τις συμφωνίες για την ποιότητα, την τιμή, τους όρους παράδοσης κτλ. Η σύναψη συμφωνιών επικυρώνεται με την υπογραφή συμβολαίων που οριοθετούν τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της κάθε πλευράς. Με αυτόν τον τρόπο εξασφαλίζονται τόσο οι προμηθευτές, που καταφέρνουν να πουλήσουν τα προϊόντα τους όσο και οι αγοραστές που γνωρίζουν τη διαθεσιμότητα σε πρώτη ύλη.



✓ *Διαφοροποίηση προϊόντος*

Στον κλάδο του τυποποιημένου ελαιολάδου η πρώτη ύλη και το τελικό προϊόν είναι το ίδιο το ελαιόλαδο. Επομένως δεν υπάρχει καμία σημαντική διαφοροποίηση στο προϊόν. Χαρακτηριστικά όπως η ποικιλία του ελαιόδεντρου, η γεωγραφική προέλευση και η διαβαθμισμένη ποιότητα του ελαιολάδου ίσως διαφοροποιούν το προϊόν σε κάποιο βαθμό, πολλές φορές όμως η διάκριση αυτή δεν γίνεται αντιληπτή από τον καταναλωτή.

✓ *Δυνατότητα υποκατάστασης πωλούμενων προϊόντων*

Για την παραγωγή ελαιολάδου αποκλειστική πρώτη ύλη είναι ο ελαιόκαρπος που φυσικά δεν μπορεί να υποκατασταθεί. Βέβαια υπάρχουν πολλά έλαια φυτικής προέλευσης, όμως κανένα δεν μπορεί να γίνει υποκατάστατο του ελαιολάδου όταν ο στόχος είναι η εξασφάλιση προϊόντος ανώτερης ποιότητας και βιολογικής αξίας με αποδεδειγμένη θετική δράση στην ανθρώπινη υγεία και διατροφή.

✓ *Δυνατότητα κάθετης ολοκλήρωσης προμηθευτών προς τα εμπρός*

Σε θεωρητικό επίπεδο η κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός για τους προμηθευτές είναι δυνατό να συμβεί αλλά σε πρακτικό επίπεδο εμφανίζει πολλές δυσκολίες. Κάτι τέτοιο θα απαιτούσε μεγάλα κεφάλαια και καλή γνώση της αγοράς, και φυσικά ο κάθε μεμονωμένος παραγωγός δεν έχει τη δύναμη να εφαρμόσει ένα τέτοιο πλάνο.

Συνολικά η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών εμφανίζεται να είναι μειωμένη λόγω του μεγάλου αριθμού τους, της μεγάλης σημασίας του αγοραστή, της αδυναμίας κάθετης ολοκλήρωσης προς τα εμπρός και της μη διαφοροποίησης του προϊόντος.

5.2.3 Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών

Οι αγοραστές των προϊόντων σε έναν κλάδο επιθυμούν τη μείωση των τιμών αγοράς τους και την αύξηση της ποιότητάς τους.

Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών διαμορφώνεται από:

✓ *Μέγεθος αγοραστή*

Στον κλάδο της τυποποίησης ελαιολάδου οι αγοραστές έχουν σημαντικό ρόλο, αφού είναι οι ενδιάμεσοι ώστε να φτάσει το προϊόν στον τελικό καταναλωτή. Πρόκειται για τους χονδρέμπορους, τις αλυσίδες supermarket και τους μεγάλους πελάτες από τα HO.RE.CA. όσο μεγαλύτερη η ποσότητα που αγοράζουν τόσο μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη έχουν απέναντι στις επιχειρήσεις και δυνατότητα διεκδίκησης χαμηλότερων τιμών αγοράς.



✓ *Αριθμός προμηθευτών των αγοραστών*

Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών αυξάνεται επίσης όσο αυξάνεται και ο αριθμός των προμηθευτών που εμφανίζονται στην αγορά. Στον κλάδο του ελαιολάδου υπάρχουν λίγοι μεγάλοι προμηθευτές και αρκετοί μικρότεροι χωρίς όμως ο κλάδος να θεωρείται κορεσμένος.

✓ *Πληροφόρηση του αγοραστή*

Οι αγοραστές τυποποιημένου ελαιολάδου είναι επιχειρήσεις που διαθέτουν δομή και οργάνωση τέτοια που τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες για τις μεταβλητές της αγοράς του ελαιολάδου. Η πληροφόρηση αυτή για τη ζήτηση της αγοράς, των πραγματικών τιμών, των τιμών των προμηθευτών κτλ, είναι σίγουρα χρήσιμο εργαλείο στα χέρια των αγοραστών.

✓ *Χαρακτηριστικά του προϊόντος*

Το γεγονός ότι το ελαιόλαδο είναι ένα αδιαφοροποίητο προϊόν που οι αγοραστές μπορούν να το εξασφαλίσουν στην ίδια ποιότητα από πολλές επιχειρήσεις τυποποίησης, τους δίνει μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη.

✓ *Δυνατότητα καθετοποίησης προς τα πίσω από τους αγοραστές*

Η δυνατότητα κάθετης ολοκλήρωσης προς τα πίσω, ουσιαστικά είναι περιορισμένη για τους αγοραστές. Αυτό θα απαιτούσε μεγάλα κεφάλαια για τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό παραγωγής και τυποποίησης ελαιολάδου. Μια τέτοια προοπτική δεν είναι καθόλου ελκυστική για τους αγοραστές, αφού με την υφιστάμενη διαδικασία είναι απαλλαγμένοι από τα υψηλά κόστη παραγωγής ενώ μπορούν να απολαμβάνουν τα μεγάλα περιθώρια κέρδους που τους αφήνει η εμπορία του ελαιολάδου.

Συγκεντρώνοντας τα παραπάνω διαπιστώνουμε πως οι αγοραστές διαθέτουν ικανοποιητική διαπραγματευτική δύναμη λόγω του μεγέθους και της σημασίας τους καθώς και εξαιτίας της δυνατότητας πληροφόρησης και των χαρακτηριστικών του προϊόντος. Όμως ο ικανοποιητικός αριθμός προμηθευτών και η ασύμφορη καθετοποίηση προς τα πίσω για τους αγοραστές δημιουργούν μια ισορροπία στις δυνάμεις των δύο πλευρών.

5.2.4 Απειλή υποκατάστατων προϊόντων

Η ένταση της απειλής των υποκατάστατων προϊόντων καθορίζεται από :

✓ *Υπαρξη ικανοποιητικών υποκατάστατων*



Ως υποκατάστατα του ελαιολάδου μπορούν να θεωρηθούν πολλά άλλα φυτικής προέλευσης έλαια, όπως σπορέλαιο, αραβοσιτέλαιο, φοινικέλαιο, σογιέλαιο κτλ. Τα έλαια αυτά μπορούν να υποκαταστήσουν πλήρως τη χρήση του ελαιολάδου στην μαγειρική, όμως υστερούν σημαντικά απέναντί του σε βιολογική αξία και στη συμβολή της διατήρησης της υγείας του ανθρώπου.

✓ *Επίδραση τιμής*

Μια έντονη διαφορά της τιμής του υποκατάστατου ελαίου προς τα κάτω είναι πιθανό να στρέψει τις προτιμήσεις των καταναλωτών προς αυτό. Για την αποφυγή ενός τέτοιου ενδεχόμενου οι επιχειρήσεις οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους τις τιμές των ανταγωνιστικών υποκατάστατων προϊόντων προτού καθορίσουν το ύψος των τιμών των δικών τους προϊόντων.

Ειδικότερα για την Ελλάδα, το ελαιόλαδο και η χρήση του είναι απόλυτα συνυφασμένη με τη διατροφή των Ελλήνων και όσο οι τιμές διατηρούνται σε φυσιολογικά επίπεδα αυτό θα αποτελεί Νο1 επιλογή ανάμεσα στα διάφορα έλαια.

5.2.5 Ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων

Παράμετροι που επηρεάζουν την ένταση του ανταγωνισμού είναι:

✓ *Αριθμός και χαρακτηριστικά των ανταγωνιστών*

Στον κλάδο του τυποποιημένου ελαιολάδου δραστηριοποιούνται πολλές επιχειρήσεις μεγάλης, μέτριας και μικρής παραγωγικής δυνατότητας. Οι ανταγωνιστές πολλές φορές έχουν διαφορετικούς στόχους και ακολουθούν διαφορετικές στρατηγικές για την επίτευξή τους. Φυσικά δεν λείπουν και οι συγκρούσεις που τελικά ζημιώνουν τις επιχειρήσεις, αφού κάποιες φορές είναι σκόπιμη η διατήρηση της ενότητας ώστε να αποτελούν στο σύνολό τους δυνατό κρίκο στην αλυσίδα εμπορίας ελαιολάδου.

✓ *Ύψος σταθερού κόστους*

Όταν το σταθερό κόστος για την παραγωγή ενός προϊόντος είναι υψηλό, τότε δημιουργείται πίεση στις επιχειρήσεις ώστε να διαθέσουν το σύνολο της παραγωγής ακόμα και σε χαμηλότερες του κανονικού τιμές για να μην σημειωθούν απώλειες τζίρου.

✓ *Χαρακτηριστικά προϊόντος*

Όπως έχει ήδη αναφερθεί το ελαιόλαδο είναι αδιαφοροποίητο προϊόν, οπότε ο καταναλωτής ως κριτήριο για την επιλογή του έχει κυρίως την τιμή. Έτσι οι επιχειρήσεις μη έχοντας τη δυνατότητα να προσφέρουν σημαντικά διαφοροποιημένα



προϊόντα, οφείλουν να δώσουν έμφαση στη διαμόρφωση του επιπέδου των τιμών τους.

✓ *Υψος εμποδίων εξόδου*

Στον κλάδο του τυποποιημένου ελαιολάδου τα εμπόδια εξόδου είναι ιδιαίτερα υψηλά αφού τα στοιχεία του ενεργητικού μιας επιχείρησης είναι εξειδικευμένα στην παραγωγική αλυσίδα ενώ έχουν χαμηλή αξία ρευστοποίησης και υψηλό κόστος μεταποίησης.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι ο ανταγωνισμός των υφιστάμενων επιχειρήσεων έχει υψηλή ένταση.



5.3. SWOT ANALYSIS

5.3.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

A. Η εξαιρετική ποιότητα του προϊόντος

Το ελαιόλαδο που θα επιλέγεται και θα τυποποιείται στην επιχείρηση προέρχεται από παραδοσιακές ελαιοκαλλιέργειες και παράγεται σε **ελαιοτριβεία που χρησιμοποιούν σύγχρονες μεθόδους και φέρουν πιστοποιήσεις** για την διαδικασία που ακολουθούν, εξασφαλίζοντας έτσι την άριστη ποιότητά του. Οι απαραίτητοι εργαστηριακοί έλεγχοι θα επιβεβαιώνουν την εξαιρετική ποιότητα του ελαιολάδου και τα άριστα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά του, ενώ το προϊόν θα φέρει τις αντίστοιχες πιστοποιήσεις που θα διασφαλίζουν τον καταναλωτή.

B. ΠΟΠ προϊόν

Η επιχείρηση θα προμηθεύεται και θα τυποποιεί ελαιόλαδο από μια περιοχή που έχει κατοχυρώσει τον τίτλο ΠΟΠ (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης). Συνεπώς το προϊόν αφενός θα διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στα απλά ελαιόλαδα και αφετέρου θα μπορεί να αναμετρηθεί με ίσους όρους με τα υπόλοιπα ΠΟΠ ελαιόλαδα, αξιοποιώντας έτσι πλήρως το συγκριτικό πλεονέκτημα που το προσδίδει ο τίτλος ΠΟΠ.

Γ. Συμμετοχή σε διαγωνισμούς για το ελαιόλαδο

Δεδομένης της εξαιρετικής ποιότητας ελαιολάδου που σκοπεύει να εμπορευτεί η επιχείρηση προβλέπεται η συμμετοχή σε διαγωνισμούς για ελαιόλαδο όπου θα διεκδικείται με αξιώσεις η κατάκτηση κάποιας διάκρισης. Σε αυτήν την περίπτωση το προϊόν αποκτά ακόμα ένα συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στα ανταγωνιστικά προϊόντα.

5.3.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

A. Εύρεση χρηματοδότησης

Η πραγματικότητα που ισχύει στην παρούσα φάση στην Ελλάδα, με την οικονομία να βρίσκεται σε μια άκρως δυσμενή και ασταθή φάση, καθιστά ιδιαίτερα δύσκολη την εξεύρεση του απαραίτητου κεφαλαίου για την έναρξη οποιασδήποτε επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι ιδιώτες επενδυτές είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικοί στην τοποθέτηση των κεφαλαίων τους και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα παρέχουν δανεισμό θέτοντας πολύ αυστηρά κριτήρια και όρους επιβαρυντικούς για τις επιχειρήσεις.



B. Απουσία συνοχής στο προσωπικό

Παρά το γεγονός ότι στοχεύετε η στελέχωση της επιχείρησης να γίνει με ικανό και καταρτισμένο προσωπικό και η δημιουργία ξεκάθαρης δομής, υπάρχει ο κίνδυνος να χρειαστεί κάποιο χρονικό διάστημα ώστε να μπορέσει να λειτουργήσει η ομάδα αποτελεσματικά. Δεδομένου ότι όλοι μαζί θα ξεκινούν μια νέα συνεργασία απαιτείται κάποιος χρόνος ώστε να «κουρδιστούν» και να φτάσουν στο μέγιστο της αποδοτικότητάς τους.

Γ. Έλλειψη εμπειρίας

Η επιχείρηση σκοπεύει να ελέγξει και να συνυπολογίσει όλους τους παράγοντες και τους δυνητικούς κινδύνους που είναι πιθανό να προκύψουν κατά την υλοποίηση των σχεδίων της. Παρόλα αυτά δεδομένου ότι εισέρχεται σε έναν κλάδο για τον οποίο δεν διαθέτει προηγούμενη εμπειρία είναι πιθανό να εμφανιστούν δυσκολίες, παραλήψεις ή και λάθος επιλογές. Η σωστή προετοιμασία θα αμβλύνει την ένταση των επιπτώσεων από ένα τέτοιο ενδεχόμενο.

Δ. Μικρή παραγωγή

Δεδομένου ότι η επιχείρηση βρίσκεται στην έναρξη της δραστηριότητάς της, η παραγόμενη ποσότητα προβλέπεται να διατηρηθεί σε χαμηλά επίπεδα. Αυτό όμως δεν επιτρέπει στην επιχείρηση να εκμεταλλευτεί πλήρως της οικονομίες κλίμακας κατά την συνολική παραγωγική διαδικασία.

Ε. Διακύμανση τιμής ελαιολάδου

Ο καθορισμός της τιμής του ελαιολάδου εξαρτάται από ποικίλους παράγοντες και παρουσιάζει διακυμάνσεις. Αυτό είναι πιθανό να δημιουργήσει δυσκολίες στην επιχείρηση, τουλάχιστον μέχρι να μπορέσει να ισχυροποιήσει σε κάποιο βαθμό τη θέση της μέσα στο δίκτυο προμηθευτών και τα κανάλια διανομής.

Ζ. Απαιτείται δυναμική προώθηση

Όπως κάθε νέο προϊόν έτσι και το τυποποιημένο ελαιόλαδο της επιχείρησης χρειάζεται μια δυναμική είσοδο στην αγορά. Απαιτούνται δυναμικές και καλά συντονισμένες ενέργειες μάρκετινγκ ώστε να κερδίσει την προσοχή των καταναλωτών και να πεισθούν να το δοκιμάσουν.

5.3.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

A. Ανεκμετάλλευτη δυναμικότητα ελληνικού κλάδου τυποποιημένου ελαιόλαδου



Ο κλάδος της τυποποίησης ελαιολάδου στην Ελλάδα παρουσιάζει πολλά περιθώρια ανάπτυξης. Παρά την παρουσία πολλών εγχώριων τυποποιητηρίων τεράστια ποσότητα του ελληνικού παραγόμενου ελαιόλαδου εξάγεται σε χύμα μορφή στην Ιταλία. Και αυτό συμβαίνει παρά το γεγονός ότι η διεθνής ζήτηση σε ελαιόλαδο δεν είναι κορεσμένη.

B. Αναγνώριση της αξίας του ελληνικού ελαιολάδου και αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή των καταναλωτών στο ελαιόλαδο λόγω της ευαισθητοποίησής τους σε θέματα διατροφής και γενικότερης υγείας και ευεξίας. Το ελαιόλαδο έχει αρχίσει να κατακτά αγορές που δεν αποτελούσαν παραδοσιακούς στόχους. Ειδικότερα για το ελληνικό ελαιόλαδο έχει αναγνωριστεί η ποιοτική υπεροχή του έναντι στα ανταγωνιστικά προϊόντα από την Ιταλία και την Ισπανία.

Γ. Περιθώρια ανάπτυξης σε ξένες αγορές

Αφενός υπάρχουν παραδοσιακές αγορές ελαιολάδου, κυρίως στην Ευρώπη και την Β.Αμερική, με εδραιωμένα δίκτυα διανομής, που όμως με κατάλληλες στρατηγικές είναι δυνατή η διείσδυση σε αυτά. Αφετέρου στην αγορά ελαιολάδου εισέρχονται δυναμικά νέες χώρες που δείχνουν ενδιαφέρον για την κατανάλωση του προϊόντος και μάλιστα σε πολλές περιπτώσεις ως gourmet προϊόν, γεγονός που προσθέτει υπεραξία στο ελαιόλαδο.

Δ. Η Ελλάδα δημοφιλής προορισμός και παρουσία ελληνικής διασποράς

Η Ελλάδα αποτελεί έναν δημοφιλή παραδοσιακό προορισμό με πλήθος τουριστών. Αυτό δίνει τη δυνατότητα για συντονισμένες δράσεις σε συνεργασία με τα HO.RE.CA. ώστε να γνωρίσουν το ελληνικό ελαιόλαδο καταναλωτές από κάθε μεριά του πλανήτη. Επιπλέον το στοιχείο της ελληνικής διασποράς βρίσκεται έντονο σε διάφορα σημεία του κόσμου και αποτελεί ένα σίγουρο κανάλι επικοινωνίας για το ελληνικό ελαιόλαδο.

Ε. Συμμετοχή σε εκθέσεις

Δεκάδες εκθέσεις τροφίμων διοργανώνονται κάθε χρόνο σε πολλές χώρες δίνοντας τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να προβάλλουν τα προϊόντα τους και να έρθουν σε επαφή με πιθανούς αγοραστές. Αυτές πρέπει να αποτελέσουν βασικό εργαλείο της επιχείρησης στην προσπάθεια για σύναψη στρατηγικών συνεργασιών.

5.3.4 ΑΠΕΙΛΕΣ

A. Ισχυροί ανταγωνιστές



Στον τομέα του ελαιολάδου δραστηριοποιούνται πολλές επιχειρήσεις με μακρόχρονη παρουσία και εδραιωμένη θέση στην αγορά. Όλοι αυτοί οι εγχώριοι αλλά και διεθνείς ανταγωνιστές θα κάνουν ιδιαίτερα δύσκολο το θέμα της εισόδου της επιχείρησης σε κάποιες αγορές του κλάδου.

B. Υποκατάστατα έλαια

Παρά την αναμφισβήτητη υπεροχή του ελαιολάδου σε διατροφική αξία υπάρχουν πολλά άλλα φυτικά έλαια που μπορούν να το υποκαταστήσουν όπως το σογιέλαιο, το αραβοσιτέλαιο κτλ. Αυτό σε συνδυασμό με τη χαμηλότερη τιμή τους και την παραδοσιακή χρήση τους από διάφορους λαούς, δημιουργεί ευάλωτα σημεία για το ελαιόλαδο και τη χρήση του.

Γ. Ταχεία αύξηση της παγκόσμιας προσφοράς

Η παγκόσμια παραγωγή ελαιολάδου παρουσιάζει αύξηση, αφενός λόγω των βελτιωμένων καλλιεργητικών τεχνικών που εφαρμόζονται, όπως για παράδειγμα συμβαίνει στην Ισπανία, και αφετέρου λόγω της προσπάθειας χωρών όπως το Μαρόκο και η Τυνησία να μπουν στο παιχνίδι του ελαιολάδου πιο δυναμικά. Παρά τη χαμηλότερη ποιότητα του ελαιολάδου που προέρχεται από αυτές τις χώρες, το γεγονός της αύξησης της προσφερόμενης ποσότητας δημιουργεί πιέσεις στην τιμή του προϊόντος.

Δ. Υψηλή τιμή ελληνικού ελαιολάδου

Το ελληνικό ελαιόλαδο εμφανίζει το υψηλότερο κόστος παραγωγής συγκριτικά με αυτό των άλλων ελαιοπαραγωγικών χωρών. Αυτό σε συνδυασμό με την προσπάθεια εκμετάλλευσης της ποιοτικής του ανωτερότητας έχει ως αποτέλεσμα να καταλήγει στο ράφι σε υψηλότερη τιμή συγκριτικά με τα ανταγωνιστικά προϊόντα άλλων χωρών.

Ε. Μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή και το εισόδημα στις μη – παραδοσιακές αγορές

Εξαιτίας του φαινομένου ότι το ελαιόλαδο έχει εισέλθει στις μη παραδοσιακές αγορές ως προϊόν πολυτελείας εμφανίζει μεγαλύτερη ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή του και ως προς το εισόδημα των καταναλωτών. Χρειάζεται λοιπόν προσοχή ώστε το ελαιόλαδο να φτάνει στον τελικό καταναλωτή των χωρών αυτών σε μια τιμή που να εξισορροπεί τις παραμέτρους.

Ζ. Αδύναμες εθνικές στρατηγικές προώθησης

Παρά τις προσπάθειες της Ελλάδας μέσω των αρμόδιων φορέων να προωθηθεί το ελληνικό ελαιόλαδο στην παγκόσμια αγορά, αυτές μοιάζει να υστερούν σε σχέση με τις αντίστοιχες ενέργειες άλλων ελαιοπαραγωγικών χωρών. Ακόμα πιο συντονισμένες και δυναμικές δράσεις μάρκετινγκ σε εθνικό επίπεδο είναι



απαραίτητες και ευνοούν συνολικά τον διευρυμένο κλάδο του ελαιόλαδου, από την παραγωγή έως την εμπορία.

Έτσι οι επιχειρήσεις τυποποίησης ελαφρύνονται σε σημαντικό βαθμό από το ιδιαίτερα μεγάλο κόστος της ατομικής προώθησης, η προσπάθεια γίνεται πιο αποτελεσματική και προσφέρονται ευκαιρίες ανάπτυξης σε έναν τομέα της εγχώριας οικονομίας ιδιαίτερα σημαντικό.



6. ΜΕΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

6.1 PRODUCT

Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο από την Κρήτη με χαρακτήρα οικογενειακής φροντισμένης παραγωγής και επεξεργασίας. Συσκευασίες γυάλινων μπουκαλιών ιδιαίτερης αισθητικής 250-500-750-1000 και 2000ml. Θα δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην πιστοποίηση της ποιότητας του ελαιολάδου και θα υποστηριχθεί επιστημονικά με ειδικό σύμβουλο (διαιτολόγο-Διατροφολόγο) για τα ευεργετικά του χαρακτηριστικά με την υγεία και θα συνδεθεί με την Μεσογειακή Κρητική Διατροφή.

6.2 PLACE

Αγορές στόχοι:

Καναδάς: Το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο είναι το δεύτερο σημαντικότερο ελληνικό εξαγωγίμο προϊόν στον Καναδά(μετά από τις επιτραπέζιες ελιές), αντιπροσωπεύοντας το 11,44 % της συνολικής αξίας εξαγωγών μας στον Καναδά .

Βόρεια Αμερική: Σύναψη συνεργασίας με εταιρία διανομής gourmet προϊόντων στη Ν. Υόρκη και προώθηση μέσω των εντύπων που αφορούν την Ομογένεια .

Κίνα, Ιαπωνία: Το ελαιόλαδο αποτελεί ένα σχετικά νέο και άγνωστο διατροφικό προϊόν για τους τοπικούς καταναλωτές. Το μερίδιο κατανάλωσης του σε σχέση με τα υπόλοιπα βρώσιμα φυτικά έλαια είναι πολύ μικρό, λόγω της αναλογικά υψηλής τιμής του, του επικρατούντος διατροφικού προτύπου αλλά και της μη εξοικείωσης των καταναλωτών με τις ευεργετικές του ιδιότητες. Αντίθετα, είναι ευρύτερα γνωστό ως φαρμακευτικό προϊόν και καλλυντικό. Όμως η άνοδος του βιοτικού επιπέδου ενός σημαντικού κομματιού της κοινωνίας ευνοεί την αύξηση της κατανάλωσης ελαιολάδου, παρά τη σημαντική διαφορά τιμής, ως μια πιο υγιεινή εναλλακτική στα άλλα εδάδιμα έλαια. Η αύξηση αυτή αντανακλάται σε επίπεδο εισαγωγών ελαιολάδου, ενώ το ελληνικό ελαιόλαδο αποσπά ένα σημαντικό μερίδιο των εισαγωγών, σε μια αγορά ολιγοπωλιακή, ως προς τον αριθμό των προμηθευτριών χωρών. Οι προοπτικές που διανοίγονται είναι αναμφίβολα θετικές, παρότι θα πρέπει να επισημανθεί ότι στο βραχυ-μεσοπρόθεσμο διάστημα τα ελαιοκομικά προϊόντα θα παραμείνουν μια εξειδικευμένη αγορά (για καταναλωτές με υψηλό εισόδημα και καταναλωτική συμπεριφορά που λαμβάνει υπόψη τους κανόνες της υγιεινής διατροφής).

Ευρώπη: λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού και των υψηλών εμποδίων εισόδου στην ευρωπαϊκή αγορά, προτείνεται η διείσδυση σε επιλεγμένα σημεία πώλησης σε Μ . Βρετανία, Ολλανδία, Γερμανία , Σουηδία, Γαλλία, όπου υπάρχει Ελληνισμός.



Βουλγαρία: Παρουσιάζει αυξητικές τάσεις στην κατανάλωση ελαιολάδου. Η Ελλάδα έχει τετραπλασιάσει τις πωλήσεις ελαιολάδου στη Βουλγαρία την τελευταία τετραετία, αποτελώντας βασικό ανταγωνιστή της Ιταλίας στην τοπική αγορά.

Ελληνική αγορά: Προτείνεται η πώληση ελαιολάδου μέσω δικτύου διαιτολογικών γραφείων εκμεταλλευόμενοι τις γνωριμίες μέλους της ομάδας και του impact των διαιτολόγων στο ευαισθητοποιημένο κοινό. Έτσι δημιουργείται ένα μοναδικό κανάλι διανομής για την εγχώρια αγορά.

6.3 PRICE

Οι τιμές μας κινούνται στα πλαίσια της αγοράς του εγχώριου και του παγκόσμιου ανταγωνισμού, όπως αυτές προκύπτουν από τις κλαδικές μελέτες. Έτσι αποφασίζουμε τιμολογιακή πολιτική μελέτης ανταγωνισμού εισάγοντας το λάδι μας με τιμή 4€/λτ με στόχο τη διείσδυση σε εταιρίες που ενδιαφέρονται για ποιοτικό ελαιόλαδο. Όσο η αγορά δεν αντιδρά θετικά έχουμε το περιθώριο μείωσης της τιμής μέχρι 3,5€/λτ ανάλογα με τη ζήτηση και το μέγεθος των παραγγελιών και την απόσταση της χώρας από την Ελλάδα.

6.4 PROMOTION

Ουσιαστικά μας ενδιαφέρει η αγορά B2B. Απαιτείται λοιπόν η παρουσία μας σε διεθνείς κλαδικές εκθέσεις γιατί θα εξασφαλίσει:

- Την πληρέστερη ενημέρωση οποιουδήποτε ανά τον κόσμο που ενδιαφέρετε για συνεργασία με την εταιρία και τα προϊόντα μας.
- Την ανάδειξη των προϊόντων μας στους εμπόρους με τελικό στόχο πάντα την ικανοποίηση των τελικών καταναλωτών.
- Την διαμόρφωση επιχειρηματικών σχέσεων.
- Την επίτευξη αποδοτικών συμφωνιών εντός και εκτός Ελλάδας.
- Την ανταλλαγή απόψεων μεταξύ εμπλεκόμενων στο χώρο.
- Ανάπτυξη δικτύων διανομής στις μεγάλες αγορές όπως πχ Κίνας, Αμερικής, Καναδά.
- Ενημέρωση προς κάθε ενδιαφερόμενο.

Λόγο του περιορισμένου budget για τον πρώτο χρόνο λειτουργίας προτείνεται η παρουσία μας στη 25^η διεθνή έκθεση τροφίμων και ποτών IFDEX 2012 που



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
MBA in Agribusiness management

Διπλωματική εργασία Κυριάκου Ρέππα

Επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

διεξάγετε από 9 έως 11 Μάρτιου στο εκθεσιακό κέντρο Metropolitan Expo στην Αθήνα. Το κόστος συμμετοχής για ένα περίπτερο στην έκθεση ανέρχεται σε 170 ευρώ ανά τμ. Οπότε για ένα περίπτερο 16 τμ η εταιρία θα καταβάλει 2720 ευρώ.

Προτείνεται επίσης η παρουσία μας στη διεθνή έκθεση exproliva 2012 στην πόλη Χαέν της Ισπανίας από 11 έως 13 Μαΐου όπου θα παρουσιαστούν πολλές ευκαιρίες για συνεργασίες με εταιρίες διανομής από τις μεγαλύτερες αγορές. Το κόστος συμμετοχής μας και μετακίνησης για αυτή την αποστολή ανέρχεται σύμφωνα με τους υπολογισμούς σε 3800 ευρώ. Μεγάλης εμβέλειας από πλευράς ευκαιριών είναι και διεθνής έκθεση SIAL που πραγματοποιείται στο Παρίσι από 21 έως 25 Οκτωβρίου.

Για το 2013 εκτιμούμε ότι θα έχουμε συμμετοχή στην μεσογειακή έκθεση Ελαιοτεχνία όπου διεξάγετε κάθε δυο χρόνια στην Αθήνα και παρευρίσκονται τα μεγαλύτερα ονόματα στο χώρο της ελαιουργίας.

Δημιουργία μικρού φυλλαδίου που θα προσαρμόζεται στα μπουκάλια και θα αναγράφει τα πλεονεκτήματα του ελαιολάδου έναντι στα υπόλοιπα φυτικά έλαια, την ευεργετική του δράση στον ανθρώπινο οργανισμό και οδηγίες για την ορθή φύλαξη και συντήρησή του.

Συνεργασία με ξενοδοχειακές μονάδες της περιοχής με στόχο να υπάρχουν στα τραπέζια των εστιατορίων τους μπουκαλάκια των 60ml με την επωνυμία της εταιρίας. Επιπλέον να δίνονται ως αναμνηστικό δώρο συνοδευόμενα από διαφημιστικό έντυπο στους τουρίστες που κατάγονται κυρίως από τις αγορές στόχους, ώστε να γνωρίσουν το προϊόν μέσω τις γευστικής δοκιμής.



7. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

7.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

7.1.1 Πωλήσεις-Κόστος πωληθέντων

Αρχικά αναλύονται τα προβλεπόμενα έσοδα από τις πωλήσεις των προϊόντων στο εξωτερικό και στην Ελλάδα που αποτελούν αντικείμενο της σχεδιαζόμενης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα οι προβλέψεις πωλήσεων για τον 1^ο χρόνο ανέρχονται σε 70.000 lt και παρουσιάζεται πλάνο ανάπτυξης 10.000lt το πρώτο έτος. Ως τιμή πώλησης έχει υπολογιστεί ένα εύρος τιμών από 3,5 έως 4€/Lt με margin περίπου 30-35% όσο και του κλάδου. Τα έξοδα προβλέπονται στα 2-2,5€/lt. Πιο αναλυτικά προβλέπονται:

- ✓ 1,8-2,1€ /lt αγορά ελαιολάδου
- ✓ 0,2-0,3€ /lt κόστος μπουκαλιού και πόμα
- ✓ 0,2-0,3€/lt έξοδα ανά ετικέτα (προβλέπετε και μικρό σημειωματάριο σε κάθε μπουκάλι με τα πλεονεκτήματα του ελαιολάδου για την υγεία
- ✓ Για παραγγελίες άνω των 20.000lt το κόστος μεταφοράς βαραίνει την εταιρεία μας ενώ για μικρότερες αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Κόστος μεταφοράς 0,125€/lt για Καναδά με κοντέινερ γενικού σκοπού 1203 x 235 x 239 που χωρά 40 παλέτες ευρωπαϊκού τύπου (περίπου 20 τόνους ελαιολάδο συσκευασμένο.
- ✓ Το κόστος παλεταρίσματος είναι αμελητέο (> 0,01€/lt)
- ✓ Όλοι οι υπολογισμοί έχουν γίνει με 2,5€/ lt κόστος πωληθέντων

7.1.2 Προϋπολογισμός της απαιτούμενης επένδυσης

Οι ανάγκες της επένδυσης περιλαμβάνουν τα εξής έξοδα:

- ✓ Έξοδα μηχανημάτων τυποποίησης 40.000€
- ✓ Κτιριακές παρεμβάσεις, διαμόρφωση site και έξοδα ίδρυσης 15.000€
- Εξοπλισμός γραφείου 5.000€

Η Χρηματοδότηση θα γίνει από ιδιώτες επενδυτές και τα κεφάλαια που αναμένουμε να συγκεντρώσουμε είναι 140.000€. Υπάρχουν χρηματοδότες έως 200.000€ που δεν απαιτούν να ενταχθούν στο λειτουργικό κομμάτι της εταιρείας.



ΠΙΝΑΚΑΣ 5 Ανάλυση της επένδυσης

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Νέα επένδυση σε γη						
Νέα επένδυση σε κτήρια	5.000					
Νέα επένδυση σε μηχ.						
Εξοπλισμό	40.000					
Νέα επένδυση λοιπά	15.000					
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΝΕΑ ΕΠΕΝΔΥΣΗ (CAPEX)	60.000					
Ετήσια απόσβεση νέας επένδυσης	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000

7.1.3 Ανάλυση σταθερού λειτουργικού κόστους

Στη συνέχεια θα γίνει προσπάθεια πρόβλεψης του ετήσιου λειτουργικού κόστους της εταιρείας.

- Ανθρώπινο δυναμικό: τον 1^ο χρόνο 3 άτομα με μισθό 1700€ (Γεν. Δ/ντής & πωλήσεις) και 1400€ (Marketing & επιστημονική υποστήριξη) και 600€ (Εργατικό προσωπικό part time) μικτά με 13 μισθούς ετησίως και συνολικό κόστος 49.000€. Υπάρχει πρόβλεψη για bonus 2000€ ανά έτος. Στον 3^ο χρόνο προβλέπεται πρόσληψη 4^{ου} ατόμου ως υπεύθυνος πωλήσεων με μισθό 1200€ μικτά. Επίσης αναμένεται και πλήρης απασχόληση του εργατικού προσωπικού (1000€).
- Ο μισθός του λογιστή που θα γίνει out source θα είναι 300€ το μήνα και μπαίνει ως λοιπές δαπάνες, μαζί με διάφορα άλλα έξοδα (μεροκάματα εργατών κλπ) που αναμένονται σε ακόμα 300€ το μήνα.
- Υπολογίζεται ενοίκιο 500€ το μήνα για χώρο 300m² σε χώρο 2 στρεμμάτων στη Λυγόρτυνο.
- ΔΕΗ ΟΤΕ περίπου 200€ το μήνα (2500€/έτος)
- Τα κόστη Marketing 7000€ αφορούν στα έξοδα εκθέσεων και ταξιδιών για συμφωνίες ανά έτος.
- Προβλέπονται επίσης 3000€ για τις διαδικασίες πιστοποίησης που στην ανάλυση αναφέρονται ως δαπάνες πιστοποίησης.
- Τέλος προβλέπονται περίπου 5000€ ως έξοδα προώθησης της εταιρείας ανά έτος (internet, φυλλάδια, κάρτες κλπ)
- Οι λειτουργικές δαπάνες αναλύονται στον πίνακα που ακολουθεί:



STRATEGY v. 11.1

2012

2013

2014

2015

2016

2017

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ

ΔΑΠΑΝΕΣ *

ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ

ΔΑΠΑΝΕΣ

	78.500	80.500	80.500	101.500	101.500	101.500
Ανθρώπινο δυναμικό	49.000	51.000	51.000	72.000	72.000	72.000
Ενοίκια	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
ΔΕΗ - ΟΤΕ κλπ	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Διαφήμιση	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Marketing	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Δαπάνες πιστοποίησης	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Λοιπές δαπάνες	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000



7.1.4 Προβλέψεις τακτικών εξόδων

Στο σημείο αυτό θα γίνει προσπάθεια πρόβλεψης του κόστους πώλησης των προϊόντων. Το κόστος αυτό αποτελείται από επί μέρους συστατικά που είναι:

- **το κόστος για την αγορά λαδιού.** Σύμφωνα με τα δεδομένα του 2012 όπως αυτά προκύπτουν από το IOC για το 2012 (Παράρτημα III) η μέση τιμή αγοράς του ελαιολάδου είναι στο 1,8€/lt.
- **Το κόστος για την αγορά των περιεκτών και ετικέτας.** Αναφορικά με το Παράρτημα I οι τιμές αγοράς μπουκαλιών είναι κατά μέσο όρο (υπάρχουν τιμές για διάφορα μεγέθη) 0,2€/lt. Στο κόστος της ετικέτας υπολογίζονται και κάποια μικρά έξοδα για διαφημιστική προώθηση όπως δακτυλίδι με πληροφορίες στο λαιμό του μπουκαλιού και το κόστος ανεβαίνει στα 0,1€/lt.
- **Το κόστος παλετοποίησης και μεταφοράς.** Τα προϊόντα μας θα συσκευάζονται σε χαρτοκιβώτια και αυτά σε παλέτες μεταφοράς. Για το εξωτερικό θα χρησιμοποιηθούν κοντέινερ μεταφοράς εταιρειών logistics. Για παραγγελίες άνω των 20.000lt το κόστος μεταφοράς βαραίνει την εταιρεία μας ενώ για μικρότερες αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Το κόστος μεταφοράς (π.χ. για Καναδά) με κοντέινερ γενικού σκοπού 1203 x 235 x 239 που χωρά 40 παλέτες ευρωπαϊκού τύπου (περίπου 20 τόνους ελαιολάδο συσκευασμένο) υπολογίζεται στα 2500€ δηλαδή στα 0,125€/lt. Στην μελέτη αυτή το κόστος μεταφοράς βαραίνει τα προϊόντα μας (υπόθεση εργασίας ότι όλες οι παραγγελίες είναι άνω των 20 τόνων). Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι κάτι τέτοιο επιβαρύνει το κόστος πώλησης, αλλά θεωρείται ασφαλέστερο για τις προβλέψεις μας, από το να παραλειπόταν ακόμα και ποσοστιαία.

Για να ελεγχθεί η ορθότητα των υπολογισμών, πέραν της έρευνας αγοράς έγινε και desk research στο διαδίκτυο. Με στοιχεία από το Olive Oil Industry of Spain (37) διαπιστώνεται ότι το κόστος τυποποίησης που περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω πλυν της αγοράς λαδιού είναι της τάξης των 0,39-0,83€/lt (Παράρτημα IV). Στον πίνακα που ακολουθεί συγκεντρώνονται οι προβλέψεις αυτές για να χρησιμοποιηθούν στην πορεία της χρηματοοικονομικής ανάλυσης.

	min	max
ΑΓΟΡΑ ΛΑΔΙΟΥ	1.8	2.1
ΚΟΣΤΟΣ ΜΠΟΥΚΑΛΙΟΥ	0.2	0.3
ΚΟΣΤΟΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ	0.1	0.2
ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΛΕΤΟΠΟΙΗΣΗΣ	0.012	0.015
ΚΟΣΤΟΣ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	0.1	0.2
ΣΥΝΟΛΟ	2.2	2.8

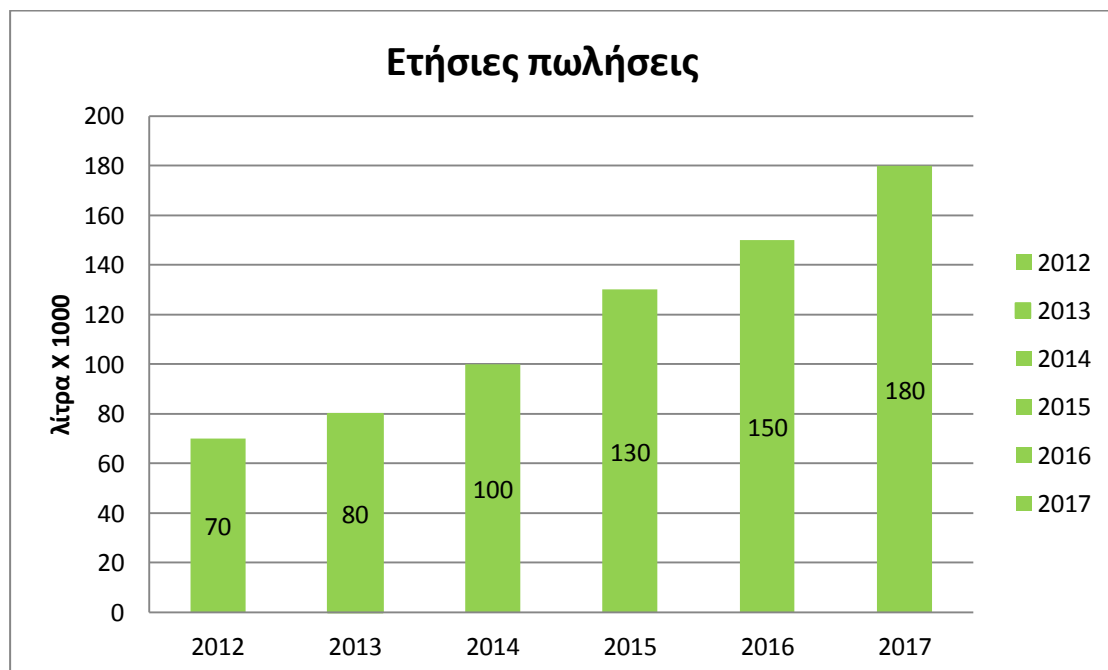


7.1.5 Προβλέψεις έκτακτων εξόδων

Η προσπάθεια πρόβλεψης έκτακτων εξόδων είναι μια ιδιαίτερα ευαίσθητη διαδικασία. Γενικά έχει γίνει προσπάθεια ορθολογισμού των εξόδων, ώστε να προσεγγιστεί η πραγματικότητα. Στην ανάλυση ευαισθησίας στο τέλος της μελέτης θα γίνει εκτενής αναφορά για την πρόβλεψη τέτοιων εξόδων. Για την χρηματοοικονομική ανάλυση που ακολουθεί σε βάθος 5ετίας, έχουν προβλεφθεί μεγαλύτερα ποσά από αυτά της αγοράς σχεδόν για το σύνολο των εξόδων, ώστε να εξαλειφθεί ο κίνδυνος έκτακτων μη προβλεπόμενων εξόδων (βλ κεφ 9.2.6 Ανάλυση ευαισθησίας).

7.1.6 Προβλέψεις παραγωγής προϊόντων και πωλήσεων

Για να γίνει πρόβλεψη πωλήσεων έγινε έρευνα ισολογισμών εταιρειών παρόμοιας δυναμικότητας με αυτήν που μελετάται στην παρούσα μελέτη. Στο παράρτημα V φαίνεται ο ισολογισμός μια τέτοιας εταιρείας. Σύμφωνα με τις προβλέψεις ο στόχος πωλήσεων είναι 70.000lt για το 1^ο έτος και αυξητική πορεία μέχρι τα 180.000lt. Είναι χρήσιμο να τονιστεί ότι η δυναμικότητα της μονάδας τυποποίησης είναι πάνω από 500.000lt/έτος. Οι στόχοι πωλήσεων φαίνονται στο διάγραμμα που ακολουθεί:





7.1.7 Κατάρτιση ισολογισμών και καταστάσεων αποτελεσμάτων
χρήσεων για τα επόμενα 5 έτη

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία οι προβλέψεις ισολογισμών και αποτελεσμάτων χρήσης για 5 έτη είναι:

ΠΙΝΑΚΑΣ 6
Ισολογισμοί 5ετίας

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	149.772	173.724	222.221	289.388	376.766	484.933
Πάγια μετά από αποσβέσεις (FA)	54.000	48.000	42.000	36.000	30.000	24.000
Αποθέματα (INV)	72.917	83.333	104.167	135.417	156.250	187.500
Εισπρακτέα (AR)	15.556	17.778	22.222	28.889	33.333	40.000
Μετρητά	7.299	24.613	53.833	89.083	157.183	233.433
ΠΑΘΗΤΙΚΟ&ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ	149.772	173.724	222.221	289.388	376.766	484.933
Κεφάλαιο (Cap)	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000
Αδιανέμητα κέρδη (RE)		22.613	68.333	131.333	215.933	319.933
Μακροχρόνια δάνεια (LTL)						
Βραχυχρόνια δάνεια (STL)						
Πληρωτέα (AP)	9.772	11.111	13.889	18.056	20.833	25.000
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (WC)	86.000	114.613	166.333	235.333	325.933	435.933



ΠΙΝΑΚΑΣ 7
Λογαριασμοί αποτελεσμάτων 5ετίας

Καθαρές πωλήσεις	280.000	320.000	400.000	520.000	600.000	720.000
- Κόστος πωληθέντων	175.000	200.000	250.000	325.000	375.000	450.000
= Μεικτό περιθώριο	105.000	120.000	150.000	195.000	225.000	270.000
+ Άλλα λειτουργικά έσοδα						
- Λειτουργικές δαπάνες	78.500	80.500	80.500	101.500	101.500	101.500
- Ετήσιες απόσβεσεις	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
=Κέρδη προ φόρων & τόκων (EBIT)	20.500	33.500	63.500	87.500	117.500	162.500
- Τόκοι έξοδα βραχυχρονίων	10.616					
- Τόκοι έξοδα μακροχρονίων						
+ Τόκοι έσοδα						
= Κέρδη προ φόρων (EBT)	9.884	33.500	63.500	87.500	117.500	162.500
- Φόροι		8.375	12.700	17.500	23.500	32.500
= Κέρδη μετά τους φόρους (EAT)		25.125	50.800	70.000	94.000	130.000
- Μέρισμα (DIV)		2.513	5.080	7.000	9.400	26.000
= Αδιανέμητα κέρδη (RE)		22.613	45.720	63.000	84.600	104.000



7.1.8 Εκτίμηση Ταμειακών Ροών

ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ

Από ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡ/ΤΕΣ	19.826	34.300	42.250	77.500	102.250
EBIT συν αποσβέσεις (EBITDA)	39.500	69.500	93.500	123.500	168.500
μείον καθ. τόκοι έξοδα (stl+ltl-inc)					
μείον φόροι πληρωθέντες	8.375	12.700	17.500	23.500	32.500
μείον αύξηση αποθεμάτων	10.416	20.833	31.250	20.833	31.250
μείον αύξηση εισπρακτέων	2.222	4.444	6.667	4.444	6.667
συν αύξηση πληρωτέων	1.339	2.778	4.167	2.778	4.167
Από ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡ/ΤΕΣ					
μείον δαπάνες επενδύσεων					
Από ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡ/ΤΕΣ	-2.513	-5.080	-7.000	-9.400	-26.000
Αύξηση κεφαλαίου					
συν αύξηση μακροχρονίων δανείων					
συν αύξηση βραχυχρονίων δανείων					
μείον πληρωμή μερίσματος	2.513	5.080	7.000	9.400	26.000
NET CASH IN	17.314	29.220	35.250	68.100	76.250
CASH FLOW	17.314	46.534	81.784	149.884	226.134
FREE CASH FLOW (Unlevered)	19.826	34.300	42.250	77.500	102.250



7.2 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΕΙΚΤΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 8
Σύνολο δεικτών 5ετίας

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ						
Περιθώριο κέρδους (EBIT / Sales)	7%	10%	16%	17%	20%	23%
\times Πωλήσεις / Συνόλ Ενεργητικού	1,87	1,84	1,80	1,80	1,59	1,48
= Επιστροφή στο σύνολο Ενεργητικού	14%	19%	29%	30%	31%	34%
ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ						
Επιστροφή Επενδ.Κεφάλ(EBT/CEmp) <small>στο</small>	7,1%	20,6%	30,5%	32,2%	33,0%	35,3%
Επιστροφή στα ίδια Κεφάλαια (EAT/Eqty)		15,5%	24,4%	25,8%	26,4%	28,3%
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ						
Γύρισμα αποθεμάτων	2	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
Γύρισμα εισπρακτέων	18	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Γύρισμα πληρωτέων	18	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ						
Γύρισμα Κεφαλαίου Κίνησης (φορές)	3,3	2,8	2,4	2,2	1,8	1,7

Δείκτες κερδοφορίας

Επιστροφή στο Επενδ.Κεφάλ (EBT/CEmp) ROCE	7,1%	20,6%	30,5%	32,2%	33,0%	35,3%
Επιστροφή στα ίδια Κεφάλαια (EAT/Eqty) ROE		15,5%	24,4%	25,8%	26,4%	28,3%

7.2.2 Δείκτες λειτουργικότητας

Περιθώριο κέρδους (EBIT / Sales)	7%	10%	16%	17%	20%	23%
\times Πωλήσεις / Συνόλ Ενεργητικού	1,87	1,84	1,80	1,80	1,59	1,48
=Επιστροφή στο σύνολο Ενεργητικού	14%	19%	29%	30%	31%	34%

Γύρισμα αποθεμάτων	2	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
Γύρισμα εισπρακτέων	18	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00



Γύρισμα πληρωτέων	18	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
-------------------	----	-------	-------	-------	-------	-------

7.2.3 Αξιολόγηση της επένδυσης

Παρ. Αξία συνολικής νέας επένδυσης =	60.000		ECONOMIC PROFIT VALUATION		
Περίοδος αποπληρωμής (έτη) =	< 3 Years				
ΚΠΑ 15-ετίας =	470.650		15-yr NPV (uFCF) =	191.396	
ΕΣΑ 15-ετίας =	44%		15-yr IRR (uFCF) =	26%	
EBIT (10 x) =	1.625.000				
Exit Sales (0.5 x) =	360.000				

7.2.4 Προσέλκυση κεφαλαίων – μόχλευση

Η προσέλκυση κεφαλαίων θα γίνει από ιδιώτες επενδυτές στους οποίους θα παρουσιαστεί το συγκεκριμένο σχέδιο. Αυτός είναι και ο λόγος που δίδονται τα μισά κέρδη κάθε χρόνο ως δικαιώματα (dividends). Οι ελληνικές τράπεζες στην παρούσα φάση δεν χρηματοδοτούν εύκολα νέες επιχειρήσεις. Ακόμα και στην περίπτωση που χρειαστεί κεφάλαιο κίνησης μεγαλύτερο του υπολογισμένου η επιχείρηση θα στραφεί σε βραχυπρόθεσμο δανεισμό.

7.2.5 Ανάλυση ευαισθησίας

Το σενάριο που αναλύθηκε παραπάνω δεν είναι το best case scenario. Θεωρείτε ένα πιθανό σενάριο με δυναμικό παρόν και μέλλον για την εταιρεία. Είναι σίγουρα ένα αισιόδοξο και καλά οργανωμένο σενάριο, που αποτελεί το πλέον ρεαλιστικό σενάριο με βάση τις προδιαγραφές που αναλύθηκαν στη μελέτη.

Θα ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να δούμε τη συμπεριφορά της χρηματοοικονομικής πρόβλεψης σε χειρότερο σενάριο και να σχολιαστούν όλες οι επιμέρους λεπτομέρειες, ώστε να προβλεφθεί η όποια ευαισθησία του εγχειρήματος.

Αν υποθεθεί ότι η επιχείρηση λοιπόν ξεκινά με τα ίδια έξοδα και το ίδιο οργανόγραμμα, αλλά οι πωλήσεις δεν ξεπερνούν τους 30 τόνους τον 1^ο χρόνο και η ανάπτυξη είναι χαμηλή αυξάνοντας τις πωλήσεις σε 50 τόνους το 2^ο χρόνο και σε 60,70,80 και 80 τόνους αντίστοιχα ως το 5^ο έτος. Με το δεδομένο ότι δεν πιάνονται οι στόχοι πωλήσεων δεν δίδονται τα μπόρους παραγωγικότητας, και δεν προσλαμβάνεται άλλο άτομο. Έτσι οι προβλέψεις για τους ισολογισμούς, τα αποτελέσματα χρήσης, τη ρευστότητα, και οι χρηματοοικονομικοί δείκτες υπολογίζονται όπως και παραπάνω. Καταλήγουμε λοιπόν στα εξής:



ΠΙΝΑΚΑΣ 8
Συνολικός πίνακας worst case scenario 5ετίας

ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	78.500	78.500	78.500	78.500	78.500	78.500
Ανθρώπινο δυναμικό	49.000	49.000	49.000	49.000	49.000	49.000
Δαπάνες προμηθειών						
Ταξίδια						
Ενοίκια	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
ΔΕΗ - ΟΤΕ κλπ	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
Διαφήμιση	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Δασμοί						
Marketing	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Δαπάνες πωλήσεων - Μεταφορές	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Λοιπές δαπάνες	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	145.500	137.444	147.968	169.742	196.691	219.411
Πάγια μετά από αποσβέσεις (FA)	54.000	48.000	42.000	36.000	30.000	24.000
Αποθέματα (INV)	42.000	52.083	62.500	72.917	83.333	83.333
Εισπρακτέα (AR)	9.000	11.111	13.333	15.556	17.778	17.778
Μετρητά	40.500	26.250	24.960	34.470	54.780	83.500
ΠΑΘΗΤΙΚΟ & ΚΑΘΑΡΗ ΘΕΣΗ	145.500	137.444	142.793	158.942	185.891	208.611
Κεφάλαιο (Cap)	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000
Αδιανέμητα κέρδη (RE)		-9.500	-140	14.620	40.180	62.900
Μακροχρόνια δάνεια (LTL)						
Βραχυχρόνια δάνεια (STL)						
Πληρωτέα (AP)	5.500	6.944	8.333	9.722	11.111	11.111
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (WC)	86.000	82.500	92.460	113.220	144.780	173.500
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ						
Καθαρές πωλήσεις	120.000	200.000	240.000	280.000	320.000	320.000
- Κόστος πωληθέντων	75.000	125.000	150.000	175.000	200.000	200.000
= Μεικτό περιθώριο	45.000	75.000	90.000	105.000	120.000	120.000
+ Άλλα λειτουργικά έσοδα						
- Λειτουργικές δαπάνες	78.500	78.500	78.500	78.500	78.500	78.500
- Ετήσιες απόσβεσεις	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000	6.000
= Κέρδη προ φόρων & τόκων (EBIT)	-39.500	-9.500	5.500	20.500	35.500	35.500
- Τόκοι έξοδα βραχυχρονίων (INTstl)	7.960					
- Τόκοι έξοδα μακροχρονίων (INTltl)						
+ Τόκοι έσοδα (INTinc)						



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

MBA in Agribusiness management

Διπλωματική εργασία Κυριάκου Ρέππα

Επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

= Κέρδη προ φόρων (EBT)	-47.460	-9.500	5.500	20.500	35.500	35.500
- Φόροι			1.100	4.100	7.100	7.100
= Κέρδη μετά τους φόρους (EAT)		-9.500	4.400	16.400	28.400	28.400
- Μέρισμα (DIV)			440	1.640	2.840	5.680
= Αδιανέμητα κέρδη (RE)		-9.500	3.960	14.760	25.560	22.720

Από ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡ/ΤΕΣ	-14.250	-850	11.150	23.150	34.400
EBIT συν αποσβέσεις (EBITDA)	-3.500	11.500	26.500	41.500	41.500
μείον καθ. τόκοι έξοδα (stl+ltl-inc)					
μείον φόροι πληρωθέντες		2.600	4.100	7.100	7.100
μείον αύξηση αποθεμάτων	10.083	10.417	10.417	10.417	10.417
μείον αύξηση εισπρακτέων	2.111	2.222	2.222	2.222	2.222
συν αύξηση πληρωτέων	1.444	1.389	1.389	1.389	1.389
Από ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡ/ΤΕΣ					
μείον δαπάνες επενδύσεων					
Από ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡ/ΤΕΣ		-440	-1.640	-2.840	-5.680
Αύξηση κεφαλαίου					
συν αύξηση μακροχρονίων δανείων					
συν αύξηση βραχυχρονίων δανείων					
μείον πληρωμή μερίσματος		1.040	1.640	2.840	5.680
NET CASH IN	-14.250	-1.290	9.510	20.310	28.720
CASH FLOW	-14.250	-15.540	-6.030	14.280	43.000
FREE CASH FLOW (Unlevered)	-14.250	-850	11.150	23.150	34.400

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

Περιθώριο κέρδους (EBIT / Sales)	-33%	-5%	2%	7%	11%	11%
× Πωλήσεις / Συνόλ Ενεργητικού	0,82	1,46	1,62	1,65	1,63	1,46
= Επιστροφή στο σύνολο Ενεργητικού	-27%	-7%	4%	12%	18%	16%

ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Επιστροφή στο Επενδ.Κεφάλ(EBT/CEmp)	-33,9%	-7,3%	9,7%	13,7%	20,3%	18,0%
Επιστροφή στα ίδια Κεφάλαια (EAT/Eqty)		-7,3%	7,7%	11,0%	16,2%	14,4%

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Γύρισμα αποθεμάτων	2	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40
Γύρισμα εισπρακτέων	13	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
Γύρισμα πληρωτέων	14	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00

ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ

Γύρισμα Κεφαλαίου Κίνησης (φορές)	1,4	2,4	2,3	2,3	2,1	1,7
-----------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

VALUATION



Παρ. Αξία συνολικής νέας επένδυσης = **60.000**
> 5

Περίοδος αποπληρωμής (έτη) = **Years**

ΚΠΑ 15-ετίας = **52.434**

ΕΣΑ 15-ετίας = **15%**

EBIT (10 x) = **355.000**

Exit Sales (0.5 x) = **160.000**

ECONOMIC PROFIT VALUATION

15-yr NPV

(uFCF) = **-80.120**

15-yr IRR

(uFCF) = 1%

Συμπερασματικά παρατηρείται ότι η παρούσα επιχείρηση έχει ανάγκη να πουλά πάνω από 60 τόνους/ έτος για να έχει κέρδη. Σε αυτό το κακό σενάριο οι περισσότεροι δείκτες μετά την 3ετία είναι θετικοί.



8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

8.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ (key success factors)

Στην Ελλάδα η κρίση δίδει ευκαιρία για εκμετάλλευση πόρων που μέχρι σήμερα ήταν ανεκμετάλλευτοι. Ένας από αυτούς είναι το ελαιόλαδο. Η εξαγωγή του ελαιολάδου σε χύμα μορφή πρέπει να ξεπεραστεί και το παρόν σχέδιο δείχνει, ότι με μια σχετικά μικρή επένδυση είναι δυνατό να τυποποιηθούν και να εξαχθούν σημαντικές ποσότητες ελαιολάδου, αφήνοντας σημαντικά κέρδη.

Οι στόχοι της εταιρείας πρέπει να ξεπερνούν τους 60 τόνους/έτος για να είναι κερδοφόρος επιχείρηση.

8.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ενδιαφέρον θα ήταν η μελέτη εταιρείας που θα χρησιμοποιούσε το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο (αφού δοκιμαστεί στην πράξη), και θα έστηνε τέτοιες επιχειρήσεις με τη μέθοδο της δικαιόχρησης σε πολλοί νομούς της Ελλάδας, όταν η κεντρική εταιρεία ασχολείται με την προώθηση και την εμπορία του τυποποιημένου ελαιολάδου από τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.



ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Περιεκτικότητες λιπαρών οξέων σε διάφορα προϊόντα ...σελ6
ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Ελαιόλαδο και ευεργετικές ιδιότητες στον άνθρωποσελ14
ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Περιγραφή μηχανολογικού εξοπλισμούσελ25
ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Συσκευασίες σε χαρτοκιβώτιασελ27
ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Ανάλυση της επένδυσηςσελ52



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. **Gooch.** Ten plus one things you may not know about olive. *Epikouria Magazine*. 2005, Fall-Spring 2005.
2. **Rahele G., et al.** Valuable Nutrients and Functional Bioactives in Different Parts of Olive (*Olea europaea* L.)—A Review. *Int J Mol Sci*. 2012, 13, pp. 3291–3340.
3. **A., Keys.** Seven Countries Study: A Multi variate Analysis of Death and Coronary Heart Disease. *Harvard University Press*. 1980.
4. **Trichopoulou A., et al.** Adherence to a mediterranean diet and survival in a Greek population. *N. Engl. J. Med.* 348, pp. 2599–2608.
5. **Kontogianni MD., et al.** The impact of olive oil consumption pattern on the risk of acute coronary syndromes: The CARDIO2000 case-control study. *Clin Cardiol*. 2007, 30.
6. **Yngve, A.** A Historical Perspective of the Understanding of the Link between Diet and Coronary Heart Disease. *Am J Lifestyle Med*. 2009, 3, pp. 35S-38S.
7. **Kochhar, S.P.** *The composition of frying oils*. Cambridge UK : Woodhead Publishing Ltd, 2001. pp. 87–114.
8. **Carlucio M.A., et al.** Phytochemicals. *Arterioscler. Thromb. Vasc. Biol*. 2003, 23, pp. 622-629.
9. **Perona J.S., et al.** The role of virgin olive oil components in the modulation of endothelial function. *J. Nutr.Biochem*. 2006, 17, pp. 429-445.
10. **Leenen R., et al.** Supplementation of plasma with olive oil phenols and extracts: Influence on LDL oxidation. *J. Agric. Food Chem*. 2002, 50, pp. 1290-1297.
11. **Carluccio M.A., et al.** Olive oil and red wine antioxidant polyphenols inhibit endothelial activation: Antiatherogenic properties of mediterranean diet phytochemicals. *Arterioscler. Thromb. Vasc*. 2003, 23, pp. 622-629.
12. **Fito M., et al.** Protective effect of olive oil and its phenolic compounds against low density lipoprotein oxidation. *Lipids*. 2000, 35, pp. 633-638.
13. **Masella R., et al.** Extra virgin olive oil biophenols inhibit cell-mediated oxidation of LDL by increasing the mRNA transcription of glutathione-related enzymes. *J. Nutr*. 2004, 134, pp. 785-791.
14. **Hashimoto T., et al.** An endogenous metabolite of dopamine, 3,4-dihydroxyphenylethanol, acts as a unique cytoprotective agent against oxidative stress-induced injury. *Free Radic. Biol. Med*. 2004, 36, pp. 555-564.
15. **Kohyama N., et al.** Inhibition of arachidonate lipoxygenase activities by 2-(3,4-dihydroxyphenyl) ethanol, a phenolic compound from olives. *Biosci. Biotechnol. Biochem*. 1997, 61, pp. 347-350.
16. **Petroni A., et al.** Inhibition of platelet aggregation and eicosanoid production by phenolic components of olive oil. *Thromb. Res*. 1995, 78, pp. 151-160.
17. **Trichopoulou A, Lagiou P.** Healthy traditional Mediterranean diet: An expression of culture, history and lifestyle. *Nutr. Rev*. 1997, 55, pp. 383-389.
18. **Lee O., LeeB.** Antioxidant and antimicrobial activities of individual and combined phenolics in *Olea europaea* leaf extract. *Bioresour. Technol*. 2010, Vol. 101, pp. 3751-3754.
19. **Tassou C.C., Nychas G.J.** Inhibition of *Staphylococcus aureus* by olive phenolics in broth and in a model food system. *J. Food Protect*. 1994, Vol. 57, pp. 120-124.



20. **Carluccio M.A., et al.** Olive oil and red wine antioxidant polyphenols inhibit endothelial activation: Antiatherogenic properties of Mediterranean diet phytochemicals. *Arterioscler. Thromb. Vasc. Biol.* 2003, Vol. 23, pp. 622-629.
21. **Petroni A., et al.** Inhibition of platelet aggregation and eicosanoid production by phenolic components of olive oil. *Thromb. Res.* 1995, 78, pp. 151-160.
22. **Puerta R.D.L, et al.** Inhibition of leukocyte 5-lipoxygenase by phenolics from virgin olive oi. *Biochem. Pharmacol.* 1999, 57, pp. 445-449.
23. **Simopoulos, A.P.** The Mediterranean diets: What is so special about the diet of Greece? *J. Nutr.* 2001, 131, pp. 3065S–3073S.
24. **Andrikopoulos N.K., et al.** Oleuropein inhibits LDL oxidation induced by cooking oil frying by-products and platelet aggregation induced by platelet-activating factor. *Food Sci. Technol.* 2002, 35, pp. 479–484.
25. **Khayyal M.T., et al.** Blood pressure lowering effect of an olive leaf extract (*Olea europaea*) in L-NAME induced hypertension in rats. *Arzneimittelforschung.* 2002, 52, pp. 797–802.
26. **Somova L.I., et al.** ., Shode F.O., Ramnanan P., Nadar A. Antihypertensive, antiatherosclerotic and antioxidant activity of triterpenoids isolated from *Olea europaea*, subspecies *africana* leaves. *J. Ethnopharmacol.* 2003, 84, pp. 299–305.
27. **Viola P, Viola M.** Virgin olive oil as a fundamental nutritional component and skin protetor. *Clinical Dermatology.* March - April 2009, 2009, Vol. 159, 65.
28. **Viola P., Viola M.** Virgin olive oil as a fundamental nutritional component and skin protector. *Clin. Dermatol.* 2009, 27, pp. 159–165.
29. **Visioli F., et al.** Low density lipoprotein oxidation is inhibited in vitro by olive oil constituents. *Atherosclerosis.* 1995, 117.
30. **Ruano J., et al.** Phenolic content of virgin olive oil improves ischemic reactive hyperemia in hypercholesterolemic patients. *J. Am. Coll. Cardiol.* 2005, 46, pp. 1864-1868.
31. **Grundy, S.M.** Comparison of monounsaturated fatty acids and carbohydrates for lowering plasma cholesterol. *N Engl J Med.* 1986, 314(12).
32. **FDA.** *Health Claim Petition Docket No. 2003Q-0559: Monounsaturated fatty acids from olive oil and coronary heart disease.* Rome : FDA, 2004.
33. **Rudel, Chiara Degirolamo and Lawrence L.** Dietary Monounsaturated Fatty Acids Appear Not to Provide Cardioprotection. *Curr Atheroscler Rep.* 2010, 12, pp. 391-396.
34. International Oliveoil Council. *Διαδικτυακός τόπος του Διεθνούς Συμβουλίου για το Ελαιόλαδο.* [Online] Νοέμβριος 2011.
<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures>.
35. [Online] <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures>.
36. **Ελλάδος, Εθνική Τράπεζα.** *Κλαδική μελέτη: Ελαιόλαδο προώθηση ποιότητας μέσω συγκέντρωσης και τυποποίησης.* 2011.
37. **Keys, A.** Seven Countries Study: A Multi variate Analysis of Death and Coronary Heart Disease. *Harvard University Press.* 1980.



ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

34. International Oliveoil Council. *Διαδικτυακός τόπος του Διεθνούς Συμβουλίου για το Ελαιόλαδο*. Νοέμβριος 2011.

<http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures>.

35. <http://www.internationaloliveoil.org/estaticos/view/131-world-olive-oil-figures>

www.fao.org

www.oliveoil.gr

www.agroenos.com



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι



ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΙΔΩΝ ΥΑΛΟΥΡΓΙΑΣ
ΚΑΙ
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
ΤΗΛΕΟΜΟΙΟΤΥΠΙΚΟ ΜΗΝΥΜΑ

ΕΤΑΙΡΕΙΑ : Κα ΑΝΑΓΝΩΣΤΑΚΗ ΑΦΡΟΔΙΤΗ . ΑΠΟ : ΜΑΡΚΑΚΗ
ΕΛΛΗ
ΤΗΛ/ΦΑΧ : ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ : 17 /
01 / 12

Αγαπητοί κύριοι ,
Ύστερα τηλεφωνική μας επικοινωνία , είμαστε στην ευχάριστη θέση να σας
ανακοινώσουμε την προσφορά για τα είδη που σας ενδιαφέρουν .

ΕΙΔΟΣ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΤΙΜΗ	ΣΧΟΛΙΟ
MARASCA 250 UVAG	2100	0,20	Ιταλικό
	2400	0,14	Βουλγάρικο
MARASCA 500 UVAG	1360	0,2280	Ιταλικό
	1020	0,189	Βουλγάρικο
MARASCA 750 UVA	952	0,2699	Ιταλικό
	792	0,24	Βουλγάρικο
MARASCA 1000 UVAG	1456 (832+624)	0,365	Ιταλικό
	624	0,32	Βουλγάρικο
DORICA 250 UCAG	3246	0,148	Βουλγάρικο
DORICA 500 UVAG	1056	0,209	Βουλγάρικο
DORICA 750 UVAG	792	0,26	Βουλγάρικο



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
MBA in Agribusiness management

Διπλωματική εργασία Κυριάκου Ρέππα

Επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

ΠΩΜΑ ΑΛ. ΛΑΔΙΟΥ 31,5Χ24 ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΟΣ	2800	0,029	Ιταλικό
--	-------------	--------------	----------------

ΤΙΜΕΣ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ 23 %

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΙΣΧΥΟΥΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΠΟΥ ΜΑΣ ΑΝΑΦΕΡΑΤΕ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ .

ΤΟΠΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ : Στις αποθήκες σας
ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ : Κατόπιν συνεννόησης
ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ : Κατόπιν συνεννόησης
ΤΡΑΠΕΖΕΣ : ΕΘΝΙΚΗ 200/44043865 ΠΕΙΡΑΙΩΣ 5115-024453731

Σας ευχαριστούμε για την συνεργασία ,

Με Εκτίμηση

Αφοί Ανδρεας & Έλλη Μαρκάκη ΟΕ

ΑΦΟΙ ΑΝΔΡΕΑΣ & ΕΛΛΗ ΜΑΡΚΑΚΗ Ο.Ε ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ: ΘΕΣΗ ΛΟΥΖΙΤΑΝΙΑ
ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΣ 19300

ΤΗΛ / ΦΑΞ : 210-5580800 ΚΙΝ: 693-4734006 Email : afoimarkaki@otenet.gr Site: www.afoimarkaki.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ



Πίνακας ΙΙΙ. Συγκρίσεις Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή, περιόδου 2009-2012 (Αύγουστος)
(Έτος βάσης : 2009=100,0)

Έτος και μήνας	Γενικός δείκτης	Μεταβολή(%) από μήνα σε μήνα	Μεταβολή (%) με αντίστοιχο δείκτη προηγούμενου έτους	Αναπροσαρμογή μισθωμάτων (75%)	Μεταβολή (%) με δείκτη προηγούμενου Δεκεμβρίου	Μέσος δείκτης δωδεκαμήνου	Μεταβολή (%) μέσου δείκτη δωδεκαμήνου με αντίστοιχο δείκτη προηγούμενου δωδεκαμήνου
2009 : 1	98,68	-0,5	1,8	1,4	-0,5	98,95	4,0
2	97,78	-0,9	1,6	1,2	-1,4	99,07	3,7
3	99,73	2,0	1,3	1,0	0,6	99,18	3,5
4	100,03	0,3	1,0	0,8	0,9	99,26	3,2
5	100,27	0,2	0,5	0,4	1,1	99,30	2,8
6	100,20	-0,1	0,5	0,4	1,1	99,34	2,4
7	99,46	-0,7	0,6	0,5	0,3	99,39	2,1
8	98,73	-0,7	0,8	0,6	-0,4	99,45	1,8
9	100,60	1,9	0,7	0,5	1,5	99,51	1,4
10	101,11	0,5	1,2	0,9	2,0	99,62	1,2
11	101,61	0,5	2,0	1,5	2,5	99,78	1,2
12	101,78	0,2	2,6	2,0	2,6	100,00	1,2



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

MBA in Agribusiness management

Διπλωματική εργασία Κυριάκου Ρέππα

Επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής μονάδας ελαιολάδου

Μέσος ετήσιος	100,00	100,00	1,2
2010 : 1	101,03	-0,7	2,4	1,8	-0,7	100,20	1,3
2	100,49	-0,5	2,8	2,1	-1,3	100,42	1,4
3	103,65	3,1	3,9	2,9	1,8	100,75	1,6
4	104,87	1,2	4,8	3,6	3,0	101,15	1,9
5	105,71	0,8	5,4	4,1	3,9	101,61	2,3
6	105,43	-0,3	5,2	3,9	3,6	102,04	2,7
7	104,93	-0,5	5,5	4,1	3,1	102,50	3,1
8	104,20	-0,7	5,5	4,1	2,4	102,95	3,5
9	106,21	1,9	5,6	4,2	4,4	103,42	3,9
10	106,37	0,2	5,2	3,9	4,5	103,86	4,3
11	106,61	0,2	4,9	3,7	4,7	104,27	4,5
12	107,04	0,4	5,2	3,9	5,2	104,71	4,7
Μέσος ετήσιος	104,71	104,71	4,7
2011 : 1	106,28	-0,7	5,2	3,9	-0,7	105,15	4,9
2	104,90	-1,3	4,4	3,3	-2,0	105,52	5,1
3	108,32	3,3	4,5	3,4	1,2	105,91	5,1
4	108,99	0,6	3,9	2,9	1,8	106,25	5,0
5	109,19	0,2	3,3	2,5	2,0	106,54	4,9
6	108,95	-0,2	3,3	2,5	1,8	106,83	4,7
7	107,44	-1,4	2,4	1,8	0,4	107,04	4,4
8	105,94	-1,4	1,7	1,3	-1,0	107,19	4,1
9	109,45	3,3	3,1	2,3	2,2	107,46	3,9
10	109,56	0,1	3,0	2,3	2,4	107,72	3,7
11	109,73	0,2	2,9	2,2	2,5	107,98	3,6
12	109,63	-0,1	2,4	1,8	2,4	108,20	3,3
Μέσος ετήσιος	108,20	108,20	3,3
2012 : 1	108,75	-0,8	2,3	1,7	-0,8	108,41	3,1
2	107,10	-1,5	2,1	1,6	-2,3	108,59	2,9
3	110,13	2,8	1,7	1,3	0,5	108,74	2,7
4	111,07	0,8	1,9	1,4	1,3	108,91	2,5
5	110,71	-0,3	1,4	1,1	1,0	109,04	2,3
6	110,37	-0,3	1,3	1,0	0,7	109,16	2,2
7	108,88	-1,4	1,3	1,0	-0,7	109,28	2,1
8	107,78	-1,0	1,7	1,3	-1,7	109,43	2,1

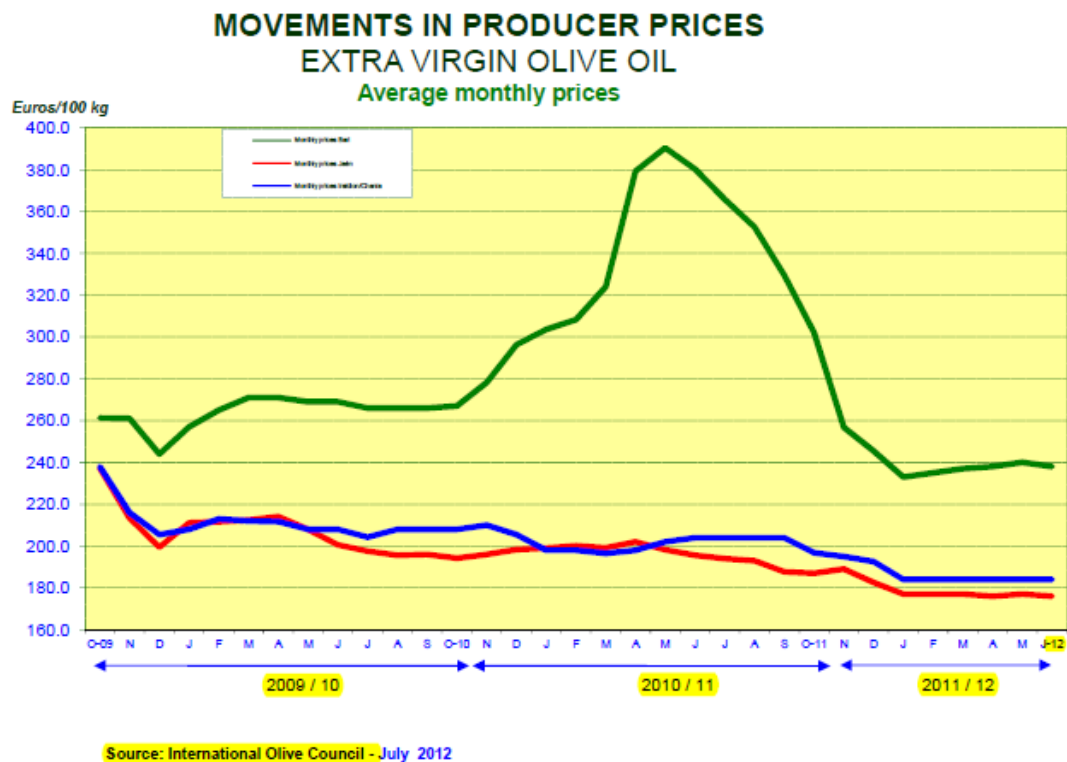
Σημείωση : 1. Οι δείκτες υπολογίζονται με άπειρα δεκαδικά ψηφία και δημοσιεύονται με στρογγυλοποίηση δύο δεκαδικών ψηφίων.

2. Οι ποσοστιαίες μεταβολές υπολογίζονται βάσει δεικτών με άπειρα δεκαδικά ψηφία και δημοσιεύονται με στρογγυλοποίηση ενός δεκαδικού ψηφίου.

Παρατήρηση : Η στήλη "αναπροσαρμογή μισθωμάτων (75%)" έχει προστεθεί από το έτος 2000, μετά τη δημοσίευση του Ν.2741/99, στον οποίο μνημονεύονται τα στοιχεία ΔΤΚ της ΕΣΥΕ, για την αναπροσαρμογή μισθωμάτων.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ



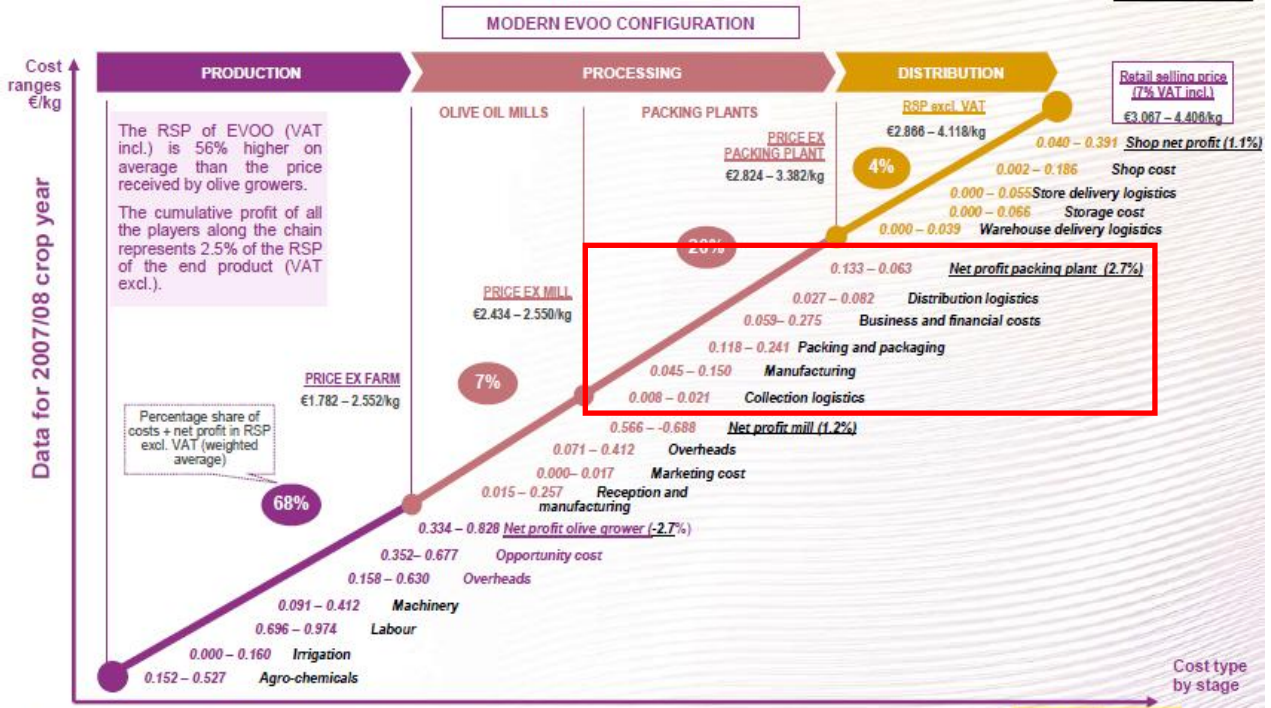


ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV

3. COST AND PRICE STRUCTURE

3.1. Outline of the cost and price structure

PRODUCTION IS THE STAGE THAT MOST HEAVILY INFLUENCES THE RSP OF EVOO (VAT EXCL.), CHIEFLY OWING TO THE HIGH COST OF LABOUR FOR OLIVE PRUNING AND HARVESTING



THE VALUE CHAIN AND PRICE FORMATION IN THE SPANISH OLIVE OIL SECTOR





ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
MBA in Agribusiness management
 Διπλωματική εργασία Κυριάκου Ρέππα
 Επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία τυποποιητικής εξαγωγικής
 μονάδας ελαιολάδου

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V

ΓΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΚΑΡΡΕΑ

PREMIUM QUALITY FOODS			
ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ			
ΓΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005 - 1η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (20/2/2004 - 31/12/2005) ΑΡ.Μ.Α.Ε. 66230/01/Α/9/9/97			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσό Κλειομένης χρήσεως 2005		ΠΑΘΗΤΙΚΟ
	Αξία Κτήμ.	Αποβέσεις	Αντιστ. Αξία
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ			
1. Εξόδα ιδρύσεως & α' εγκατ.	4.109,19	4.109,19	0,00
4. Λοπά εξόδα εγκαταστάσεως	3.465,00	3.465,00	0,00
	<u>7.574,19</u>	<u>7.574,19</u>	<u>0,00</u>
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. Ενωμίστες Ακινήτοποιήσεις			
6. Επιπλα & λοιπός εξοπλ.	12.044,68	10.477,16	1.567,42
Σύνολο Ακινήτοποιησεν (Γ II)	<u>12.044,68</u>	<u>10.477,16</u>	<u>1.567,42</u>
III. Συμμετοχές & άλλες μακρ/σμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις			
7. Λοιπές μακρ/σμες απαιτήσεις			4.276,61
Σύνολο Παγίου Ενεργητικού (Γ II+Γ III)			<u>5.844,03</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
I. Αποθέματα			
5. Προκ/δες για αγορά αποθ/των			<u>1.257,96</u>
II. Απατήσεις			
1. Πελάτες		184.716,48	
11. Χρεώστες διαφόροι		<u>52.891,53</u>	
			<u>237.608,01</u>
IV. Διαθέσιμα			
1. Ταμείο			430,83
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας			<u>12.375,06</u>
			<u>12.805,89</u>
Σύνολο Κυκλοφορούν Ενεργητικού (ΔI+ΔII+ΔIV)			<u>251.671,25</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Β+Γ+Δ)			<u>257.515,29</u>
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΙΣΜΟΥ ΑΠΟΤ/ΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ 31/12/2005 (20 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2004 - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005)			
I. ΑΠΟΤ/ΤΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ		Ποσό Κλειομένης χρήσεως 2005	
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις)		2.427.430,90	
Μείων: Κόστος πωλήσεων		<u>2.149.628,59</u>	
Καθαρά αποτίτλα (κέρδη) εκμίσσεως		278.802,31	
Πλέον: Άλλα έσοδα εκμίσσεως		<u>4.104,75</u>	
Σύνολο		<u>282.907,07</u>	
Μείων: 1. Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	152.480,20		
3. Έξοδα λειτουργίας διαθέσιμων	<u>41.620,29</u>	194.100,49	
Μερικά αποτίτλα (κέρδη) εκμίσσεως		<u>88.806,58</u>	
Πλέον: 4. Πιστωτικοί τόκοι & συν. έσοδα	91,60		
Μείων: 3. Χρεωστικοί τόκοι & συν. έσοδα	<u>15.950,92</u>	<u>15.859,32</u>	
Ολικά αποτίτλα (κέρδη) εκμίσσεως		<u>72.947,26</u>	
II. ΠΛΕΟΝ: ΕΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ			
1. Εκτακτα & ανόργανα έσοδα	6,50		
Μείων: 1. Εκτακτα & ανόργανα έξοδα	<u>10,25</u>	<u>-3,75</u>	
Οργανικά & έκτακτα αποτίτλα (κέρδη)		<u>72.943,51</u>	
Μείων: Σύνολο αποθβ. παγίων στοιχείων	18.051,35		
Μείων: Οι από αυτές ενσωμαίνες στο λειτουργικό κόστος	<u>18.051,35</u>	<u>0,00</u>	
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤ/ΤΑ (ΚΕΡΔΗ) ΧΡΗΣΕΩΣ προ φόρων		<u>72.943,51</u>	
			Ποσό Κλειομ. χρίσθ. 2005
Καθαρά αποτίτλα (κέρδη) χρίσθ.			72.943,51
Μείων: 1. Φόρος εισοδήματος			<u>25.656,96</u>
Κέρδη προς διάθεση			<u>47.286,55</u>
Η διάθεση των κερδών γίνεται ως εξής:			
1. Τακτικό αποθεματικό			2.364,33
2. Πρώτο μερίσμα			15.722,78
3. Πρόσθετο μερίσμα			29.157,22
8. Υπόλοιπα κερδών εις νέο			<u>42,22</u>
			<u>47.286,55</u>
			Κηροση, 28 Απριλίου 2006
			Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ. ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ ΤΟΥ Δ.Σ. & Δ'ΝΟΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
			ΑΝΑΝΙΑΣ ΚΑΡΑΧΑΝΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΜΑΚΡΗΣ
			Α.Δ.Τ. Σ 700247 Α.ΔΙΑΒ. Ν 871135
			Ο ΛΟΓΙΣΤΗΣ
			ΑΝΔΡΕΑΣ ΝΕΑΡΧΟΥ
			ΑΡ.ΑΔΕΙΑΣ 0901603/Α ΤΑΧΗΣ
			EUROACCOUNTING ΕΠΕ

Πηγή: Εφημερίδα ΕΞΠΡΕΣ 06/06/2006