

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών των Τμημάτων

Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων Και

Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής και Υδατοκαλλιεργειών



«Ολοκληρωμένη Διαχείριση Γαλακτοπαραγωγής και Γαλακτοκομικών Προϊόντων»

Μεταπτυχιακή διατριβή με τίτλο

«Μελέτη Βιωσιμότητας μικρών γαλακτοκομικών μονάδων»

Όνομα

Μάρκος Κ. Ψαρράκης

Επιβλέπων Καθηγητής

Μασούρας Θ.: Αναπληρωτής καθηγητής

Απρίλιος 2015

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Agricultural University of Athens



Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών των Τμημάτων

Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων Και

Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής και Υδατοκαλλιέργειών

Με τίτλο

«Ολοκληρωμένη Διαχείριση Γαλακτοπαραγωγής και Γαλακτοκομικών Προϊόντων»

«Μελέτη Βιωσιμότητας μικρών γαλακτοκομικών μονάδων»

Όνομα

Μάρκος Κ. Ψαρράκης

Εξεταστική επιτροπή:

Μασούρας Θ.: Επίκουρος καθηγητής

Μπιζέλης Ι.: Καθηγητής

Τσιμπούκας Κ.: Καθηγητής

Απρίλιος 2015

Φωτογραφία εξωφύλλου: <http://www.freegreatpicture.com/food-culture/milk-46726>

Περίληψη

Η γαλακτοκομία αποτελεί σημαντικό πυλώνα οποιασδήποτε οικονομίας. Η ανάπτυξη της λοιπόν, θα μπορούσε να συμβάλει ώστε να δοθεί μια λύση στα σύγχρονα προβλήματα της χώρας μας, όπως η ανεργία και το ελλειμματικό αγροτικό ισοζύγιο.

Στο πρώτο μέρος της πτυχιακής παρουσιάζονται γενικές και εισαγωγικές έννοιες σχετικές με τον κλάδο της γαλακτοκομίας τόσο σε διεθνές επίπεδο, όσο και σε Ευρωπαϊκό και Ελληνικό. Οι πληροφορίες συλλέχτηκαν από έγκυρους διεθνείς και εγχώριους οργανισμούς όπως οι FAO, IDF, EUROSTAT, ΕΛ.ΣΤΑΤ και ΕΛ.Ο.ΓΑ.Κ. . Τα στοιχεία αυτά έχουν σκοπό να δημιουργήσουν μια βάση γνώσεων απαραίτητες για την μετέπειτα ανάλυση.

Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται το ερευνητικό μέρος. Η συλλογή πληροφοριών μέσω ερωτηματολογίων, από αριθμό ατόμων αξιόλογο ώστε να επεξεργαστούν στατιστικά κρίθηκε σκόπιμο. Το δείγμα αποτέλεσαν όλες οι κατηγορίες ενδιαφερόμενων όπως νέοι άνεργοι, κτηνοτρόφοι απόφοιτοι γεωπονικών σχολών και μη, αλλά και επαγγελματίες του κλάδου. Σκοπός της αναζήτησης αυτής ήταν η διαπίστωση της τάσης των νέων να ασχοληθούν με την γαλακτοκομία, όπως και οι απόψεις τους σχετικά με τεχνικά και οικονομικά θέματα.

Ορμώμενοι από τα συμπεράσματα του δευτέρου μέρους, στο τρίτο μέρος γίνεται προσπάθεια να δοθεί μια πρόταση διεξόδου σε όσους ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με τον κλάδο, μέσω παρουσίασης μιας μελέτης περίπτωσης, μικρής σε μέγεθος και πολυπλοκότητα ώστε να γίνει περισσότερο κατανοητή.

Λέξεις κλειδιά: νέοι αγρότες, κτηνοτρόφοι, γαλακτοκομία, μικρές γαλακτοκομικές επιχειρήσεις ...

Agricultural University of Athens

Faculty of Food Science and Human Nutrition

Iera Odos 75, 11855 Athens

Post graduated studies

«Integrated Management of Milk Production and Milk Products»



« Study of sustainability of small-sized dairies»

Abstract

The domain of dairy is one of the most significant field of the economy. Nowadays , the development of this field may help our economy so as to overcome several current phenomena , such as unemployment and the deficit balance in rural production .

The first part of this thesis is introducing the reader to general terms and statistical data, that are collected from international and national organizations such as FAO, IDF, EUROSTAT, EL.STAT and EL.O.GA.K.

In the next step follows the presentation of the research. Data that are collected via questionnaires are being analyzed throw statistic methods, so as to lead to useful conclusions. The sample which was used is consisted of variety of persons such as young-unemployed persons, farmers, graduated agronomists, professionals in diary production. The goal of the research is to unveil the young persons' willing to be engaged in diary field.

Finally, using the results of the research, the third part is trying to give a proposal of setting up a new dairy firm, by giving more details and ideas throw an example of a small-sized company.

Keywords: *new farmers, dairy production, small-sized dairy company, questionnaire, sustainability, dairies,*

Πρόλογος

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όσους με βοήθησαν στην ολοκλήρωση της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, όπως και τον καθηγητή μου κ. Μασσούρα Θεόφιλο τόσο για την επιστημονική του καθοδήγηση όσο και την υπομονή του προκειμένου να παρουσιαστεί η εργασία. Ιδιαίτερα ευχαριστώ τους καθηγητές κ. Τσιμπούκα Κ. και Μπιζέλη Ι. για την βοήθειά τους.

Ιδιαίτερα ευχαριστώ το σύνολο των ατόμων, καθώς και επιχειρήσεων που απάντησαν στα ερωτηματολόγια που τους απέστειλα. Επίσης ευχαριστώ τον μηχανολόγο μηχανικό Μάριο Μάλο, για την βοήθειά του στα αντίστοιχα κεφάλαια, καθώς και την φοιτήτρια Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, Γεωργία Μάλο.

Τέλος, περισσότερες πληροφορίες για την πτυχιακή, θα βρει ο κάθε ενδιαφερόμενος στον προσωπικό διαδικτυακό τόπο, <http://www.galataki.blogspot.gr/>. Θα χαρώ ιδιαίτερα, εάν τυχόν λάθη και παραλείψεις, επισημανθούν από τους αναγνώστες, στον ίδιο ιστότοπο.

Αθήνα, Μάιος 2015

Πίνακας περιεχομένων

Περιεχόμενα	4	
Αρκτικόλεξα	8	
Περίληψη	9	
Abstract	10	
Μέρος 1: Γενικό		
«Θεωρητικό υπόβαθρο»		
1	Εισαγωγή	12
1.1	Το γάλα και η βιολογική του αξία	12
1.2	Ιστορική αναδρομή	13
2	Στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων σε διεθνές επίπεδο	14
2.1	Η παραγωγή γάλακτος	14
2.2	Η παραγωγή τυριών σε διεθνές επίπεδο	16
2.3	Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών	17
2.4	Ο κλάδος των γαλακτοκομικών σε διεθνές επίπεδο	19
3	Στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ευρώπη	20
4	Στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα	23
4.1	Η παραγωγή γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα	23
4.2	Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα	31
4.3	Ο κλάδος των γαλακτοκομικών στην Ελλάδα	33
5	Η μικρή οικογενειακή αγροτική παραγωγή ως μοχλός ανάπτυξης της μικρής κλίμακας γαλακτοκομίας	38
6	Η ίδρυση της γαλακτοκομικής μονάδας και νομικά εμπόδια	43
6.1	Δημιουργία φακέλου για κατάθεση στις αρμόδιες αρχές	43
6.2	Έγκριση και γνωστοποίηση σε άλλους φορείς	44
6.3	Εργαστήριο τροφίμων και ποτών	45
Μέρος 2: Ερευνητικό		46
«Η διαπίστωση της ανάγκης ανάπτυξης της μικρομεσαίας γαλακτοκομίας»		
2.1	Σκοπός- δομή και μέσα καταγραφής του ερωτηματολογίου	47
2.2	Αποτελέσματα	50
2.2.1	Σύνθεση δείγματος	50
2.2.2	Απόψεις για την γενική κατάσταση του κλάδου	51

2.2.3	Απόψεις σχετικά με την πιθανότητα εύρεσης εργασίας	52
2.2.4	Γνώσεις και δεξιότητες των ερωτώμενων	53
2.2.5	Επιθυμία δημιουργίας γαλακτοκομικής μονάδας	54
2.2.6	Κόστος δημιουργίας γαλακτοκομικής μονάδας	55
2.2.7	Προοπτικές εξέλιξης γαλακτοκομίας	59
2.2.8	Διάθεση για συνεταιριστική δημιουργία γαλακτοκομικής μονάδας	61
2.2.9	Άποψη των ερωτώμενων σχετικά με τις πηγές πληροφόρησης	63
2.2.10	Δημιουργία γαλακτοκομικής μονάδας και τραπεζικός δανεισμός	64
2.2.11	Η γνώση σχετικά με τα προγράμματα υποστήριξης των νέων επιχειρήσεων	65
2.2.12	Κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες για την δημιουργία μιας μονάδας	66
2.3	Γενικά συμπεράσματα ερευνητικού μέρους	67
Μέρος 3: Επιχειρηματικό Σχέδιο		69
«Παρουσίαση Μικρής Γαλακτοκομικής Μονάδας»		
3.1	Εισαγωγή	70
3.2	Στοιχεία σχετικά με την ταυτότητα της επιχείρησης	71
3.3	Οργανόγραμμα επιχείρησης, ανθρώπινο δυναμικό, αρμοδιότητες και μισθοδοσία	71
3.4	Παραγόμενα προϊόντα	75
3.5	Περιγραφή προϊόντων	76
3.5.1	Γιαούρτη παραδοσιακό πρόβειο	76
3.5.2	Γιαούρτι αγελάδος	76
3.5.3	Προδιαγραφές γιαουρτιού (βάσει ΚΤΠ)	76
3.5.4	Κεφαλοτύρι πρόβειο	77
3.5.5	Μυζήθρα	78
3.5.6	Κρέμα	78
3.5.7	Ρυζόγαλο	79
3.6	Πρώτες και βοηθητικές ύλες	80
3.6.1	Πρώτες ύλες	80
3.6.2	Βοηθητικές ύλες	80
3.7	Εξοπλισμός- υποδομή	81
3.8	Διαγράμματα παραγωγής προϊόντων	85
3.8.1	Γενικό διάγραμμα παραγωγής	85

3.8.2	Διάγραμμα ροής παραδοσιακού πρόβειου γιαουρτιού	87
3.8.3	Διάγραμμα ροής κεφαλοτυριού- μυζήθρας	89
3.8.4	Διάγραμμα ροής κρέμας και ρυζόγαλου	90
3.9	Ποιοτικός έλεγχος	91
3.10	Ανάλυση περιβάλλοντος επιχείρησης	92
3.10.1	Μάκρο- περιβάλλον	92
3.10.2	Μικρο- περιβάλλον	93
3.11	Ανάλυση SWOT	94
3.11.1	Δυνατά σημεία	94
3.11.2	Αδύναμα σημεία	95
3.11.3	Ευκαιρίες	96
3.11.4	Απειλές	96
3.12	Τμηματοποίηση της αγοράς στόχευση και τοποθέτηση	97
3.12.1	Τμηματοποίηση της αγοράς και στόχευση	97
3.12.2	Τοποθέτηση προϊόντων	98
3.13	Γενικοί στόχοι και στρατηγικές	99
3.13.1	Όραμα	99
3.13.2	Αποστολή	99
3.13.3	Αξίες	99
3.13.4	Εταιρικοί στόχοι	99
3.14	Μίγμα μάρκετινγκ	100
3.14.1	Στρατηγική προϊόντος	100
3.14.1.1	Το εμπορικό σήμα (brand name)	100
3.14.1.2	Πολιτική σήμανσης ή επωνυμίας	100
3.14.1.3	Η συσκευασία του προϊόντος	101
3.14.1.4	Ετικέτα ή σήμανση του προϊόντος	102
3.14.1.5	Κύκλος ζωής των προϊόντων	102
3.14.2	Στρατηγική τιμολόγησης	103
3.14.3	Στρατηγική συστήματος διανομής	104
3.14.4	Στρατηγική επικοινωνίας και προβολής	105
3.15	Χρονοδιαγράμματα υλοποίηση της επιχείρησης	105
3.16	Οικονομικά στοιχεία	109
3.16.1	Προϋπολογισμός επένδυσης	109

3.16.2	Κόστος παραγωγής	110
3.16.3	Στρατηγική τιμολόγησης και αξιολόγηση της επένδυσης	116
3.17	Πηγές χρηματοδότησης	118
3.18	Σχεδίαση μονάδας με 3D AutoCAD	119
	Συμπεράσματα	120
	Παραρτήματα	121
1	Πίνακες	122
2	Εικόνες	124
3	Διαγράμματα	124
4	Γραφήματα	125
5	Ερωτηματολόγιο (ερευνητικού μέρους)	127
6	Ερωτηματολόγιο (συνεντεύξεις επαγγελματιών)	132
7	Εφαρμογή HACCP/ISO σε γαλακτοκομική μονάδα	136
8	Ποιοτικοί έλεγχοι στο γάλα (βάση κανονισμού 853/2004)	141
9	Φωτογραφικό υλικό εξοπλισμού	142
	Βιβλιογραφία	146
	Σύντομο βιογραφικό φοιτητή	151

Αρκτικόλεξα

B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
BN	Billion
BRICS	Brazil, Russia, India, China, South Africa
CCP	Critical Control Point
DE, FR, CH, NL, DK, SE	Germany, France, Switzerland, Netherlands, Denmark, Sweden
DMK	Deutscher MilchKontor
EUROSTAT	European Statistics
FAO	Food and Agricultural Organization
FDA	Food and Drugs Organization (USA)
HACCP	Hazard Analysis of Critical Control Points
SWOT (ανάλυση)	Strengths Weaknesses Opportunities Threats (ανάλυση)
UHT	Ultra High Temperature (milk)
UN	United Nation
USD	United States Dollar
ΑΕ	Ανώνυμος Εταιρεία
ΑΕΒΕ	Ανώνυμη Εμπορική και Βιομηχανική Εταιρεία
ΑΕΠ	Ακαθόριστο Εθνικό Προϊόν
ΑΦΜ	Αριθμός Φορολογικού Μητρώου
ΓΠΑ	Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΛ.ΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική υπηρεσία
ΕΛΟΓΑΚ	Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος και Κρέατος
ΕΟΚ	Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
ΕΣΠΑ	Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς
ΕΤΕΑΝ	Εθνικό Ταμείο για την Επιχειρηματικότητα και την Ανάπτυξη
ΚΕΠ	Κέντρο Εξυπηρέτησης πολιτών
ΚΤΠ	Κώδικας Τροφίμων και Ποτών
ΟΑΕΔ	Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού
ΟΑΕΕ	Οργανισμός Ασφάλισης Ελευθέρων Επαγγελματιών
ΟΕ	Ομόρρυθμη Εταιρία
ΣΣΕ	Συλλογική Σύμβαση Εργασίας
ΣΤΑΚΟΔ	Στατιστική Ταξινόμηση των Οικονομικών Δραστηριοτήτων
ΥΠΑΑΤ	Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων
Υπηρεσίες ΓΕΜΗ	Υπηρεσίες του Γενικού Εμπορικού Μητρώου

Μέρος 1- Γενικό

Εισαγωγικές έννοιες και στατιστικά στοιχεία



Εικόνα1.1 : παραδοσιακό τυροκομείο στην Γαλλία (πηγή: La Fromagerie – Musée restaurant a Leysin)

1. Εισαγωγή

Γαλακτοκομία, *diary* (αγγλικά), *latteria* (ιταλικά), *produits laitiers* (γαλλικά), *molkerei* (γερμανικά), *zuivelfabriek* (ολλανδικά), *mandıra* (τουρκικά)

1.1 Το γάλα και η βιολογική του αξία

Το γάλα αποτελεί την αποκλειστική τροφή των νεογνών των θηλαστικών. Μέσω αυτού ο νέος οργανισμός λαμβάνει όλα εκείνα τα θρεπτικά συστατικά, που θα του επιτρέψουν να αναπτύξει όλους τους ιστούς μέχρις ενός σημείου.

Στο γάλα βρίσκονται θρεπτικά συστατικά όπως πρωτεΐνες (καζεΐνες και αλβουμίνες ρού), σάκχαρα (λακτόζη), λιπαρά οξέα, ανόργανα στοιχεία (Ca, P), ένζυμα, αντιμικροβιακές ουσίες με μεγάλη βιολογική αξία¹.

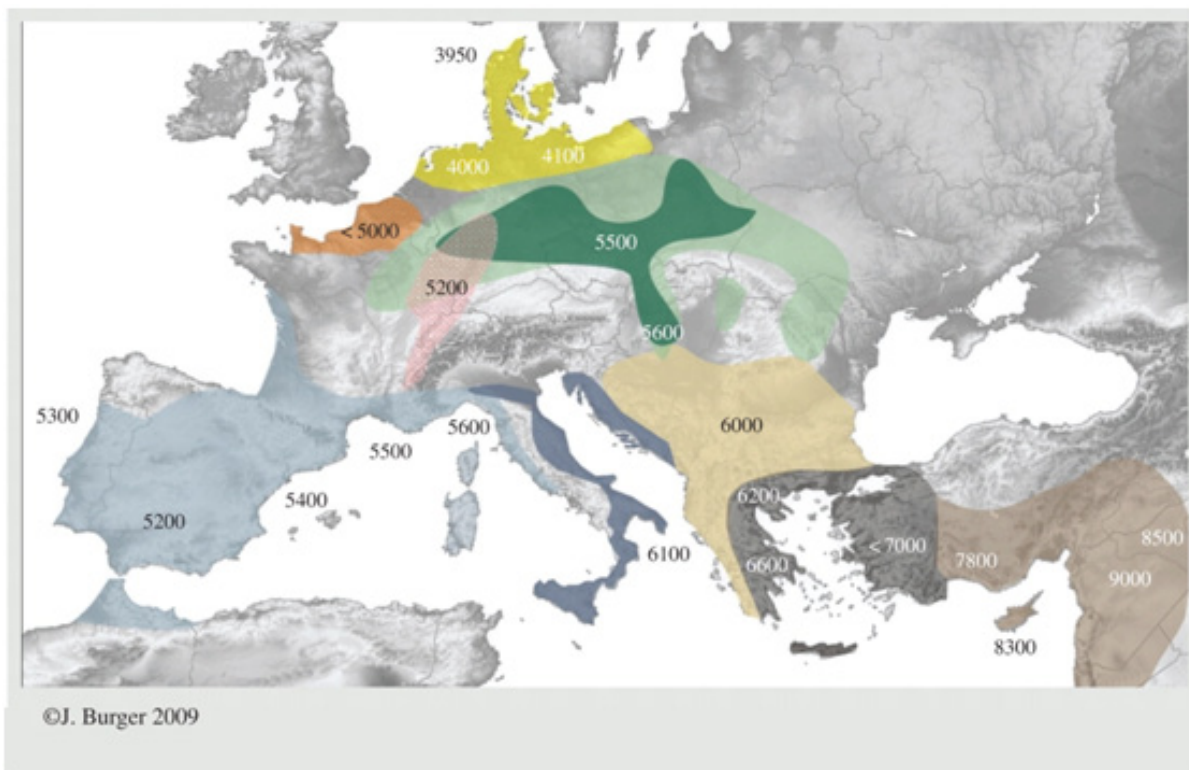
Ενώ το γάλα αποτελεί αποκλειστική τροφή των νεογνών, και ο οργανισμός τους το δέχεται ευχάριστα, δεν συμβαίνει το ίδιο και στους ενήλικες. Το τελευταίο οφείλεται στην αδυναμία του ενήλικου οργανισμού να παράξει το ένζυμο της λακτάση που είναι υπεύθυνο για την διάσπαση της λακτόζης² και την μετέπειτα απορρόφηση του σακχάρου. Σε απουσία του ενζύμου αυτού η λακτόζη και κατ' επέκταση το γάλα αποτελεί τροφή που προκαλεί δυσανεξία. Αντίθετα στα ζυμούμενα γαλακτοκομικά, και ειδικά στο τυρί, η υπολειμματική λακτόζη στο τελικό προϊόν είναι ελάχιστη, και τούτο διότι χρησιμοποιήθηκε από τους μικροοργανισμούς (λακτοβάκιλλους και στρεπτόκοκκους) και μετατράπηκε σε γαλακτικό οξύ.

¹ Καμινारीδης Στ. & Γκόλφω Μοάτσου (2009), Γαλακτοκομία, εκδ. Έμβρυο, 24

² Σμοκοβίτης Αθ. (1999), Φυσιολογία, εκδ. οίκος Αδελφών Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη, 719-721

1.2 Ιστορική αναδρομή

Το γάλα άρχισε να χρησιμοποιείται συστηματικά στην διατροφή των ανθρώπων μετά την επίτευξη της κατοικιδιοποίησης των μηρυκαστικών³ (περί τα 9000 π.Χ), στην περιοχή της Μεσοποταμίας. Η επικρατούσα άποψη⁴ είναι ότι οι λαοί αυτής της περιοχής που ήταν γεωργοί- κτηνοτρόφοι σταδιακά επικράτησαν επί των υπολοίπων ευρωπαϊκών λαών που έως τότε ήταν κυνηγοί- τροφосуλλέκτες (απόγονοι των *Homo sapiens*). Αυτή η μετάβαση έγινε σε βάθος χιλιετιών και μέχρι το τέλος της 3^{ης} χιλιετίας όλοι η Ευρώπη πια κατανάλωνε γάλα προερχόμενο από κατοικιδιοποιημένα μηρυκαστικά. Σε αυτή την περίοδο (6^η χιλιετία π.Χ) έχουμε και τις πρώτες πληροφορίες σχετικές με την τυροκόμιση (μάλλον μια τυχαία ανακάλυψη).



Εικόνα 1.2 : Η μετάβαση και επικράτηση των γεωργών- κτηνοτρόφων επί των κυνηγών-τροφосуλλεκτών (σε έτη πριν από εμάς), πηγή: Royal Society Publishing

³ Ρογδάκης Εμμ., (2002), Εγχώριες Φυλές Προβάτων, εκδ. Αγρότυπος, Αθήνα, 9-13

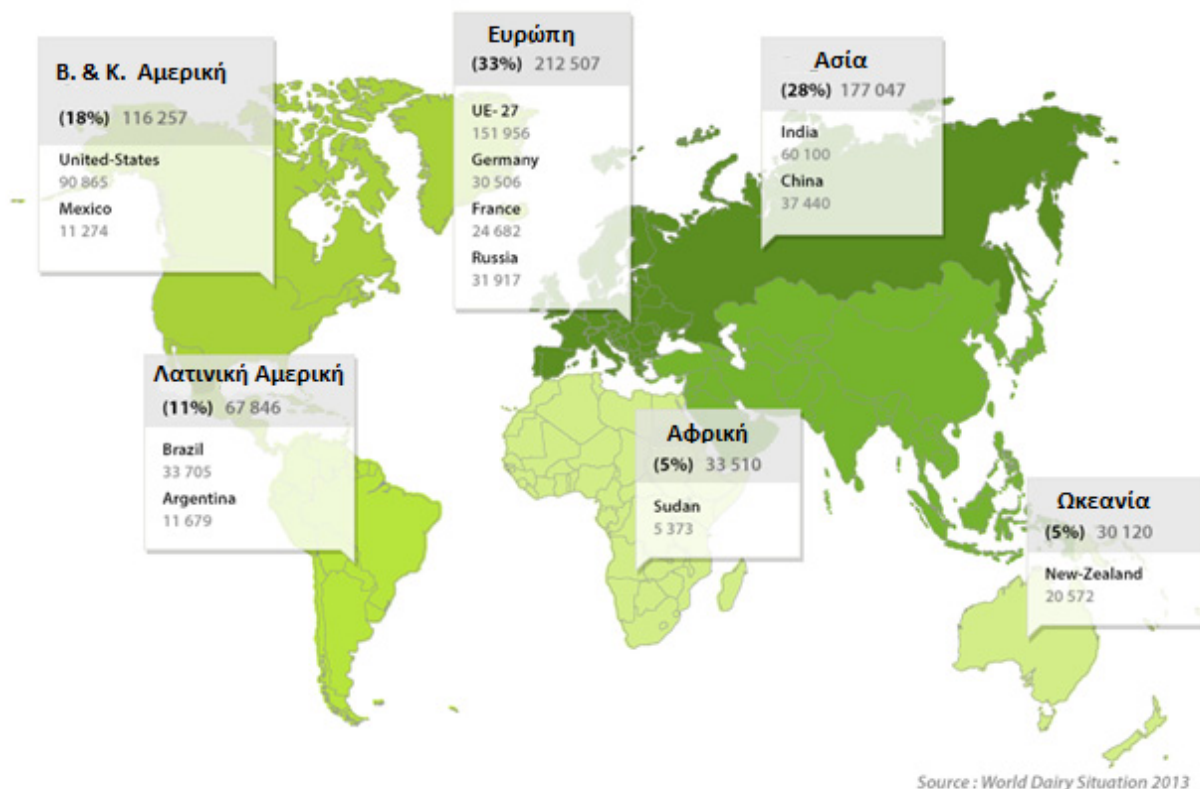
⁴ Pascale Gerbault et al, Evolution of lactase persistence: an example of human niche construction, 2011, Royal Society Publishing, 866-869

2. Στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων σε διεθνές επίπεδο

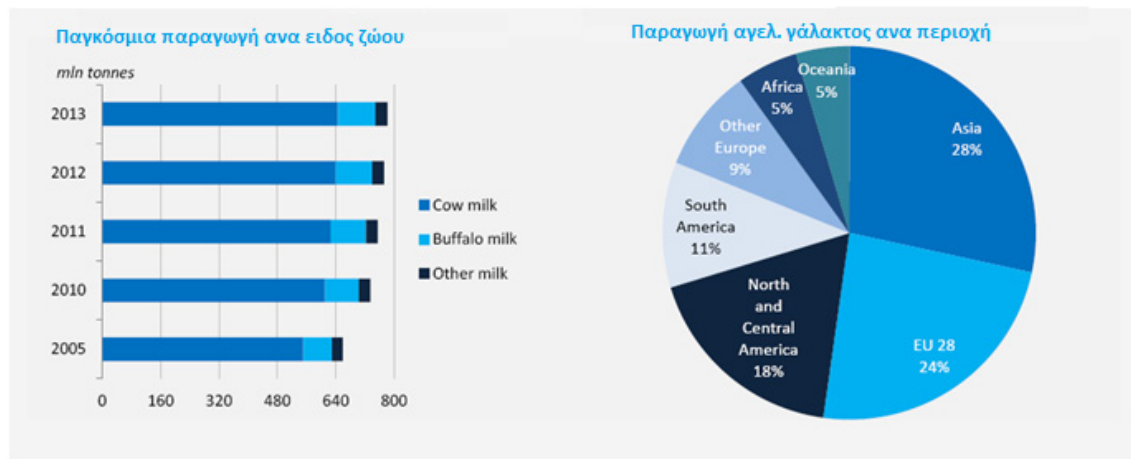
2.1 Η παραγωγή γάλακτος

Το γάλα είναι ένα διαδεδομένο προϊόν σε όλο τον κόσμο. Η κύρια παραγωγή είναι από αγελάδα, ακολουθείται από το βουβάλι, το πρόβατο και την αίγα. Η μεγαλύτερη παραγωγός γάλακτος χώρα είναι οι ΗΠΑ με ετήσια παραγωγή 90 εκατομμύρια τόνους, ακολουθείται από την Ινδία ενώ και οι ευρωπαϊκές χώρες (Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία) παράγουν μεγάλες ποσότητες γάλακτος.

Στην ευρωπαϊκή ένωση επιβάλλεται ανώτατο πλαφόν παραγωγής ανά χώρα (σύστημα ποσοστώσεων από το 1984) προκειμένου να επιδοτηθεί το παραγόμενο γάλα. Στην χώρα μας το μέγιστο παραγόμενο γάλα δεν επιτρέπεται να ξεπεράσει τα 860 χιλιάδες τόνοι. Αξίζει να μειώσουμε όμως ότι δεν εξαντλούμε αυτό το ποσό και μάλιστα τα τελευταία έτη έχουμε σταδιακή μείωση της παραγωγής.



Εικόνα 1.3: Η παγκόσμια παραγωγή γάλακτος ανά περιοχή (πηγή: IDF-2013)



Γράφημα 1.1: Η εξέλιξη της παραγωγής γάλακτος (αριστερά), κατανομή παραγωγής ανά ήπειρο (δεξιά), πηγή: IDF⁵

Σχετικά με την επάρκεια γάλατος, παρατηρούμε από τον πιο κάτω πίνακα, πως η Ευρώπη και η Αμερική είναι πλεονασματικές, σε αντίθεση με την Ασία που είναι ελλειμματική. Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη το πληθυσμιακό μέγεθος της Ασίας μπορεί να αντιληφθεί κανείς τις ανάγκες σε γάλα αυτής της ηπείρου. Σχετικά με την τιμή του γάλατος, η υψηλότερη παρατηρείται στην Ασία (70 λεπτά), ενώ την χαμηλότερη στην Αργεντινή (37 λεπτά).

Επάρκεια γάλακτος			Τιμές αγελαδινού γάλακτος		
Region	2005	2013	2013 (USD/100kg)	2012/13 (%)	
Asia	92%	90%	Argentina	36.98	+5.5%
Europe	106%	108%	Australia	46.33	+14.6%
EU	109%	110%	Brazil	45.42	+6.0%
Non-EU	101%	102%	China	70.00	+22.3%
North America	102%	110%	EU 28	48.49	+15.5%
South America	102%	102%	France	44.36	+13.0%
Africa	84%	87%	Germany	49.82	+21.2%
Central America	75%	80%	Netherlands	56.25	+21.2%
Oceania	245%	345%	Poland	40.97	+14.8%
World	100%	100%	India ^(C)	38.21	+0.5%
			New Zealand ^(D)	60.41	+30.3%
			Russia	47.43	-2.7%
			USA	44.09	+8.1%

^(C) Mixed (cow and buffalo) milk; refers to cooperative dairies only.
^(D) Includes advance and retrospective payments plus dividend.

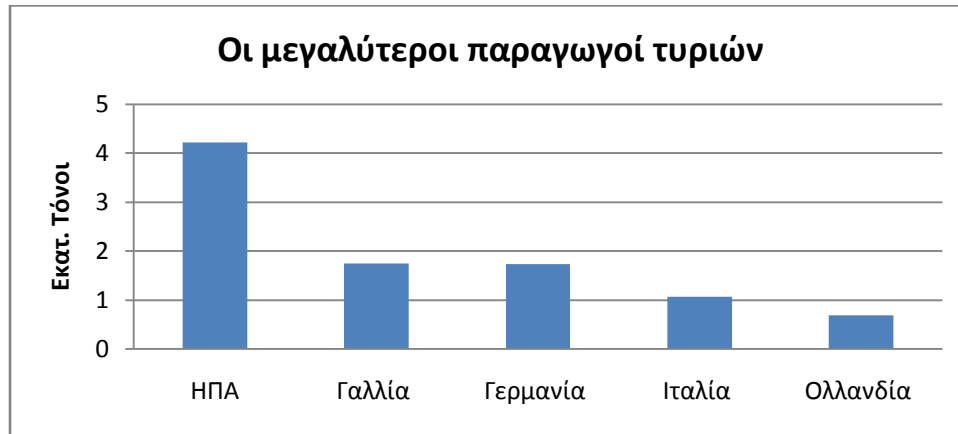
Πίνακας 1.2 (αριστερά): Πλεονάσματα και ελλείμματα στην παραγωγή γάλακτος σε ορισμένες περιοχές διεθνώς (πηγή: IDF)

Πίνακας 1.3 (δεξιά): Η τιμή γάλακτος σε διάφορες περιοχές διεθνώς (πηγή: IDF)

⁵ <http://www.idfa.org/docs/default-source/d-news/wds2014teaser.pdf?sfvrsn=2>

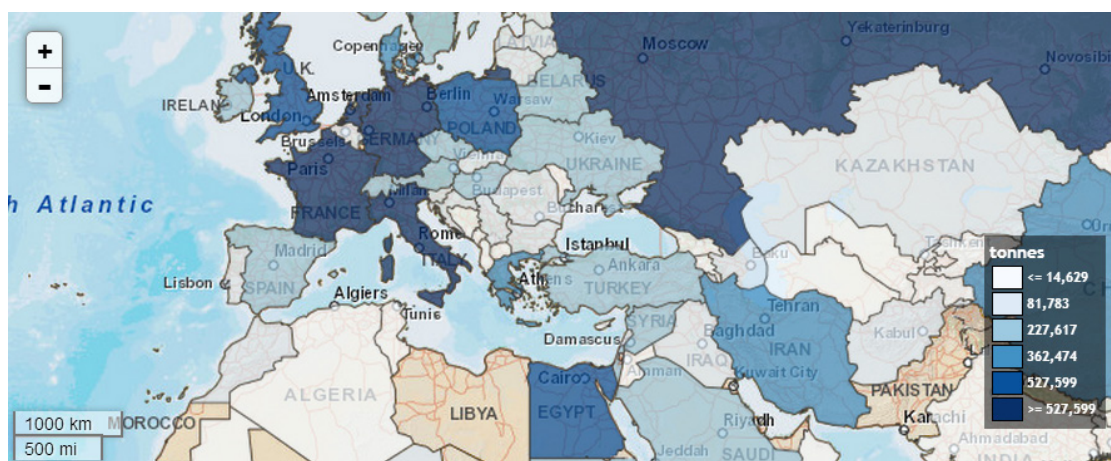
2.2 Παραγωγή τυριών σε διεθνές επίπεδο

Οι μεγαλύτερες παραγωγές χωρών διεθνώς σε τυρί⁶ είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες (4,22 εκατ. Τ.), η Γαλλία (1,74 εκατ. Τ.) η Γερμανία (1,73 εκατ. Τ.), η Ιταλία (1,06 εκατ. Τ.) και η Ολλανδία (683 χιλ. τ.), όπως φαίνονται στον παρακάτω πίνακα (FAO).



Γράφημα 1.2 : Οι 5 μεγαλύτεροι παραγωγοί τυριών διεθνώς (FAO⁷-2011)

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο διακρίνονται οι χώρες που αναφέρθηκαν σε προηγούμενη παράγραφο, ακολουθούμενες από την Αγγλία, την Πολωνία, την Ελλάδα και Ισπανία. Από τον χάρτη διακρίνεται η μικρή παραγωγή τυριών στα βαλκάνια, που θα μπορούσαν να θεωρηθούν δυνητικές αγορές για τα ελληνικά τυριά. Η Ρωσία αντίθετα εμφανίζει σχετικά μεγάλη συνολική παραγωγή (είναι μεταξύ των 10 μεγαλύτερων παραγωγών), όμως μικρή σχετικά ανά κάτοικο. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η Ρωσία σχεδόν διπλασίασε την παραγωγή τυριών κατά την δεκαετία 1999-2009 (από 364 χιλ. τ. σε 614 χιλ. τ. βάση στοιχείων FAO).



Εικόνα 1.4.: Η παραγωγή τυριών στην Ευρώπη και Μέση Ανατολή (πηγή: FAOSTAT-2011)

⁶ Αναφέρονται τα τυριά από αγελαδινό γάλα, πρόβειο και αίγαιο

⁷ FAOSTAT: <http://faostat3.fao.org/browse/Q/QP/E>

2.3 Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών

Η κατανάλωση γάλακτος (συνολική ποσότητα γάλακτος) κατά κεφαλή διακρίνεται σε 3 κατηγορίες (FAO):

- **Υψηλή** : >150 kg γάλα/έτος/ άτομο, σε περιοχές όπως Αρμενία, Ε.Ε, ΗΠΑ, Πακιστάν
- **Μέτρια**: 30-150 kg γάλα/έτος/ άτομο, σε περιοχές όπως Ιαπωνία, Β&Ν Αφρική, Λ. Αμερική
- **Χαμηλή**: <30 kg γάλα/ έτος/ άτομο σε περιοχές όπως Κίνα, Κεντρική Αφρική, Ν&Δ Ασία

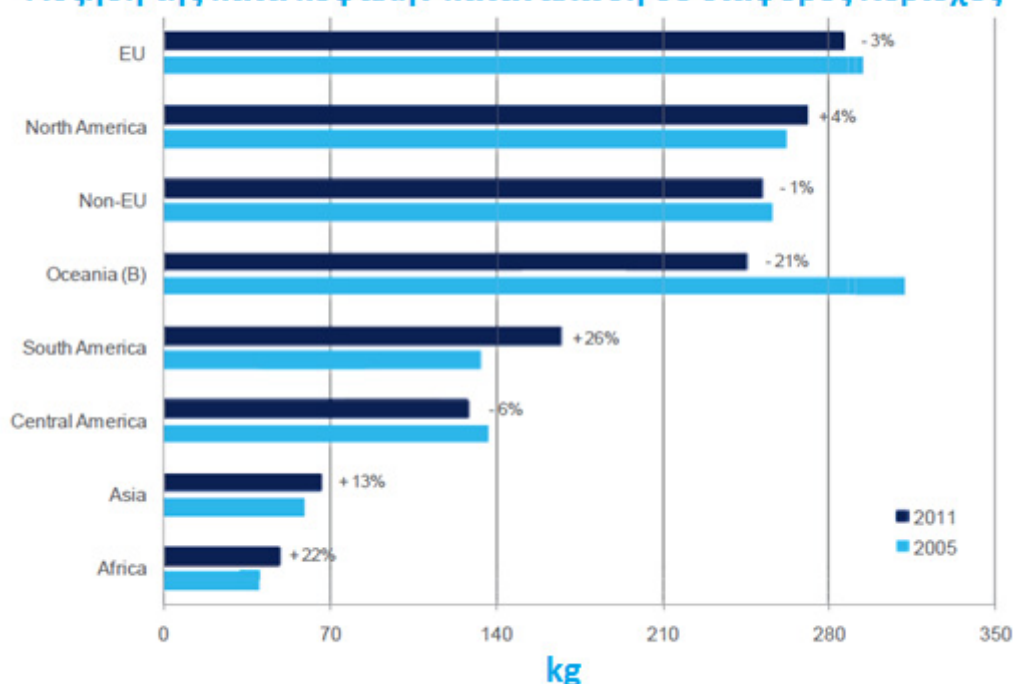
Η κατανάλωση γάλακτος τα επόμενα 20 χρόνια αναμένεται να αυξηθεί παγκοσμίως λόγω της αύξησης σε χώρες της νοτιοανατολικής Ασίας όπως η Κίνα. Παράλληλα σημειώνεται ραγδαία αύξηση των νέων γαλακτοπαραγωγών μονάδων, την ίδια στιγμή που στον δυτικό κόσμο έχουμε μείωση του συνολικού αριθμού των μονάδων (FAO γράφημα 5). Αποτέλεσμα αυτού είναι:

- Αύξηση της παγκόσμιας τιμής γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων
- Δυνατότητες εξαγωγής σε αυτές τις χώρες από τις χώρες με μεγάλη παραγωγή (Γερμανία, Γαλλία κλπ)
- Εξαγωγικές ευκαιρίες γαλακτοκομικών προϊόντων όπως γιαούρτη για χώρες όπως και η Ελλάδα



Γράφημα 1.3: Κατά κεφαλήν κατανάλωση γάλακτος διεθνώς (πηγή: Bulletin of International Dairy Federation 458/2012)

Αύξηση της κατα κεφαλήν κατανάλωση σε διάφορες περιοχές



Γράφημα 1.4: Ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων (πηγή: IDF 2012)

Μεγαλύτερη **κατανάλωση γάλακτος** διεθνώς⁸ παρατηρείται στην Ιρλανδία (135,6 λίτρα ανά άτομο), και ακολουθεί η Φινλανδία (128,3), η Εσθονία (120,9), και η Αγγλία (102,9). Η Ελλάδα παρουσιάζει μια μέτρια κατανάλωση γάλακτος (47,6), όπως και η Γαλλία (52,6), η Γερμανία (53,3) και η Ιταλία (52,7). Στον αντίποδα η μικρότερη κατανάλωση παρατηρείται στην Μογγολία (8,9), στην Κίνα (15,4), στην Τουρκία (16,0) και Ιράν (18,4).

Στις πρώτες θέσεις στην **κατανάλωση τυροκομικών**⁹ εμφανίζεται η Γαλλία (26,2 kg), Λουξεμβούργο (24,4 kg), Γερμανία (24,3 kg) και η Ελλάδα (23,4 kg). Στον αντίποδα βρίσκονται χώρες όπως Κίνα (0,1 kg), η Δημοκρατία της Νοτίου Αφρικής (1,5 kg), η νότια Κορέα (2,0 kg), η Ιαπωνία (2,1 kg) και η Ουκρανία (4,2 kg). Από τα παραπάνω φαίνεται η μικρή κατανάλωση γάλακτος σε ασιατικές χώρες, η οποία σε συνδυασμό με την οικονομική ανάπτυξη που παρατηρείται θα οδηγήσει σε αύξηση της παγκόσμιας ζήτησης τυροκομικών τα επόμενα χρόνια.

⁸ Πηγή: Government of Canada, αναδημοσίευση στο http://www.dairyinfo.gc.ca/pdf/consumption_global_milk_e.pdf (παράρτημα: πίνακας)

⁹ Πηγή: International Dairy Federation (IDF), Statistics Canada
Calculations done by AAFC-AID, Market Information Section (παράρτημα: πίνακας)

2.4 Ο κλάδος των γαλακτοκομικών σε διεθνές επίπεδο (μεγάλες επιχειρήσεις)

Οι μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου, βάση κατάταξης της Διεθνούς Ομοσπονδίας Γάλακτος, είναι από 14 χώρες, σε 4 ηπείρους, με κύκλο εργασιών άνω των 3 δισεκατομμυρίων USD. Πιο κάτω δίνονται οι επιχειρήσεις. (πηγή: IDF¹⁰)

Επιχείρηση	Χώρα	Κύκλο εργασιών (BN USD)
Nestle	CH	18.6
Lactalis	FR	17.5
Danone	FR	15.6
FrieslandCampina	NL	13.4
Arla Foods	DK- SE	10.3
DMK	DE	6.4
Sodiaal	FR	6.1
Bongrain	FR	5.5
Muller	DE	4.9
Glanbia	IE	4.4
Bel	FR	3.5
Tine	NO	3.4
Emmi	CH	3.1
Σύνολο		

Πίνακας 1.4: Οι μεγαλύτερες γαλακτοβιομηχανίες στην Ευρώπη

Στην βόρεια Αμερική υπάρχουν 9 επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών άνω των 3^{ων} δισεκατομμυρίων USD. Τα σκήπτρα κρατά η **Dean Foods** στις ΗΠΑ με 13,1 BN USD, ακολουθούν στην τέταρτη θέση η канаδική **Saputo** με 6,8 BN USD, και στην πέμπτη η μεξικάνικη **Lala** με BN USD.

Στην Ασία διακρίνονται 4 μόλις επιχειρήσεις. Στην πρώτη θέση είναι η Ιαπωνική **Meiji Dairies** (7,4 BN USD και στην τρίτη η κινέζικη **Mengniu** (5,8 BN USD).

Στην Ωκεανία υπάρχει μόνο μια επιχείρηση, στην Νέα Ζηλανδία, η **Fontera** και παρουσιάζει κύκλο εργασιών 15,3 BN USD.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ασία αυξάνουν σταθερά την παραγωγή τους, σε αντίθεση με την Β. Αμερική και τον Καναδά που παρουσιάζουν περιοδικές αυξομειώσεις. Στην Λατινική Αμερική η βραζιλιάνικη **LBR** έφτασε τα 1,7 BN USD κύκλο εργασιών.

Σημαντικές επίσης συγχωνεύσεις και εξαγορές παρατηρούμε, όπως η εξαγορά της Αγγλικής **Robert Wiseman Dairies** (BN USD) από την Γερμανική **Muller**. Από τις πιο δραστήριες επιχειρήσεις στην Ευρώπη είναι η **Arla**, η οποία μετά από σειρά συγχωνεύσεων και εξαγορών απέκτησε τις γερμανικές **HANSANO**, **Allgauland** και **MUH** την σουηδική **Milko**, και την βρετανική **Milklink**.

¹⁰ Bulletin of International Dairy Federation, 458/2012

3 Στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ευρώπη

Η Ευρώπη αποτελεί σημαντικό παραγωγό γάλακτος και γαλακτοκομικών στην κόσμο. Οι μεγαλύτεροι παραγωγοί είναι η Γερμανία¹¹, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο (εικόνα).



Γράφημα 1.5: Η συνολική παραγωγή γάλακτος στην Ευρώπη ανά κράτος μέλος (πηγή Eurostat)

Το τελευταίο έτος (2014) στην Ευρώπη παρουσιάστηκε η τάση για αύξηση της παραγωγής:

- γάλακτος (+5,1%)
- αποβουτυρωμένου γάλακτος σκόνης (+ 24,1%)
- γάλακτος σκόνης (+8%)

Ενώ μικρή μείωση παρατηρήθηκε στα οξυγάλατα.

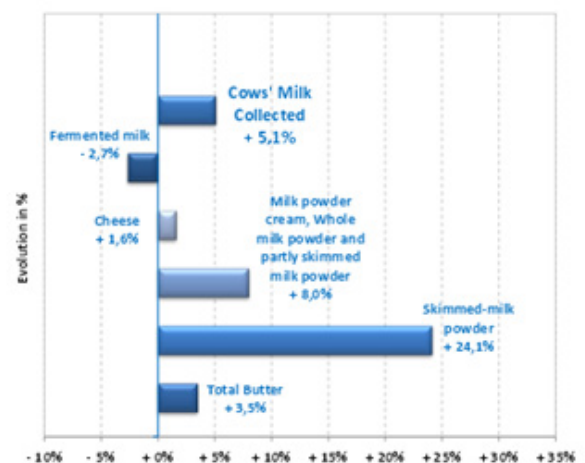
Το τυρί παρουσίασε μικρή αύξηση (+1,6)

Γράφημα 1.6: Μεταβολή της παραγωγής γαλακτοκομικών

των ετών 2013-2014 στην ΕΕ (28), (πηγή: Eurostat¹²)

διακυμάνσεις

Διακύμανση παραγωγής σε βασικά γαλακτοκομικά προϊόντα (2013-2014)



¹¹ http://ec.europa.eu/agriculture/milk/graph1-large_en.jpg

¹² http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/pdf/eu-production-main-dairy-products_en.pdf

Τα γαλακτοκομικά αποτελούν για την Ευρώπη σημαντικό εξαγωγικό προϊόν σε σχέση με τα υπόλοιπα αγροτικά προϊόντα, όπως φαίνεται και στον πίνακα που ακολουθεί.

Προϊόν	Εισαγωγές	Παραγωγή	Κατανάλωση	Εξαγωγές	μονάδες
Μοσχάρι	431	8000	8183	248	Kt cwe ¹³
Χοιρινό	52	21238	18906	2384	Kt cwe
Πτηνά	862	11130	10978	1014	Kt cwe
Γαλακτοκομικά¹⁴	45729	134387	123138	56978	Kt-milkeq
Αυγά	30	6540	6421	149	Kt egg-eq
Αιγοπρόβατα	412	1026	1230	208	Kt cwe
Άλλα (κουνέλια, κυνήγι, κλπ)	596	1169	1433	332	Kt cwe

Πίνακας 1.5: Τα γαλακτοκομικά προϊόντα σε σχέση με τα υπόλοιπα αγροτικά προϊόντα (εισαγωγές-εξαγωγές, πηγή: PBL- Netherlands Environmental Assessment Agency¹⁵)

Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ευρώπη, είναι σε σχετικά υψηλά επίπεδα. Η παραγωγή επαρκεί, και εξάγονται και αρκετές ποσότητες. Ο πίνακας που ακολουθεί δίνει στοιχεία σχετικά με την κατανάλωση διάφορων προϊόντων στην ΕΕ.

Προϊόν	Κατά κεφαλή κατανάλωση Kg/έτος
Γάλα	68,31
Τυρί	16,98
Βούτυρο	3,98
SMP ¹⁶	1,66
WMP ¹⁷	0,58
Επάρκεια	111,48 (%)
Πληθυσμός	509,717 (άτομα)

Πίνακας 1.6: Η κατά κεφαλή κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών στην ΕΕ(28) (πηγή: CLAL¹⁸ αναδημοσίευση από Eurostat 2013)

Η εξέλιξη των τιμών ποικίλει στα διάφορα είδη προϊόντων. Ο προσδιορισμός των τιμών γίνεται χρηματιστηριακά και μεταβάλλεται συνέχεια. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ο μέσος όρος της τιμής γάλακτος στην Γερμανία τον μήνα Δεκέμβριο καταγράφηκε στα 0,33 ευρώ/ λίτρο, στην Λιθουανία στα 0,2061, στην Πολωνία 0,3003. Στα τυροκομικά εμφανίζεται πτώση των τιμών τα τελευταία χρόνια, στα πιο διαδεδομένα τυριά. Ενδεικτικά αναφέρουμε στα παρακάτω διαγράμματα την εξέλιξη των τιμών της gouda στην Γερμανία.

¹³ Thousands Tones Carcass Weight Equivalent

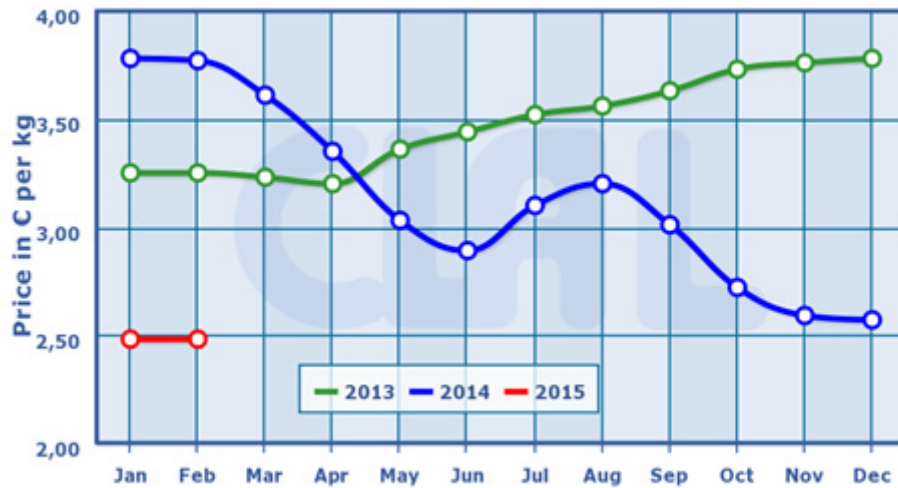
¹⁴ Αναφέρεται στο συνολικό χρησιμοποιούμενο γάλα

¹⁵ http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/Protein_Puzzle_Annexes.pdf

¹⁶ SMP: Skim Milk Powder (Cod. Eurostat MC226)

¹⁷ WMP: Whole Milk Powder (Cod. Eurostat MC224)

¹⁸ http://www.clal.it/en/?section=stat_ue15



Γράφημα 1.7: μεταβολή της τιμής του τυριού «gouda» στην Γερμανία τα έτη 2013 και 2014 (πηγή και περισσότερες πληροφορίες: CLAL.IT¹⁹ - 2015)

Σε αντίθετη πορεία βρίσκονται τα γαλλικά τυριά (Camembert, Cantal, Emmental, Comt), τα οποία το τελευταίο έτος παρουσιάζουν αύξηση των τιμών (πηγή: ranceAgriMer²⁰).

¹⁹ http://www.clal.it/en/index.php?section=gouda_k

²⁰ <https://www.rnm.franceagrimer.fr/>

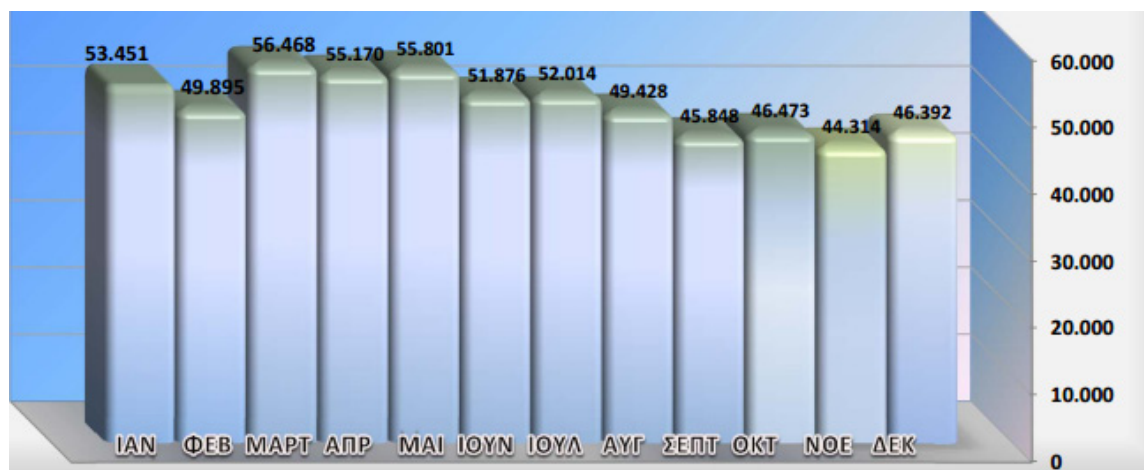
4 Στοιχεία παραγωγής και κατανάλωσης γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα

4.1 Η παραγωγή γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα βάσει στοιχείων ΕΛΟΓΑΚ και ΕΛΣΤΑΤ, η τιμή του προϊόντος και ο αριθμός των παραγωγών γάλακτος

Στην Ελλάδα σχετικά με την διαπίστωση της ακριβής ποσότητας παραγόμενου γάλακτος θα πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ του γάλακτος που εισέρχεται στην βιομηχανία, και καταγράφεται από τον ΕΛΟΓΑΚ, και της υπόλοιπης ποσότητας που δεν καταγράφεται άμεσα αλλά μπορεί να διαπιστωθεί στατιστικά και να αναζητηθεί στην ΕΛ.ΣΤΑΤ. Στο πρώτο μέρος λοιπόν περιγράφεται ότι συμβαίνει στην βιομηχανία και στην συνέχεια παρατίθενται στοιχεία από την ΕΛ.ΣΤΑΤ. τα πραγματικά στοιχεία λοιπόν (ΕΛ.ΣΤΑΤ) είναι σαφώς υψηλότερα από αυτά που διατίθενται στην βιομηχανία. Σε αυτή λοιπόν την διαφορά (ποσότητα γάλακτος) μπορεί να στοχεύσει η νέα γαλακτοκομική μονάδα, με δεδομένο ότι είναι δύσκολο να αποσπάσει παραγωγούς από την βιομηχανία.

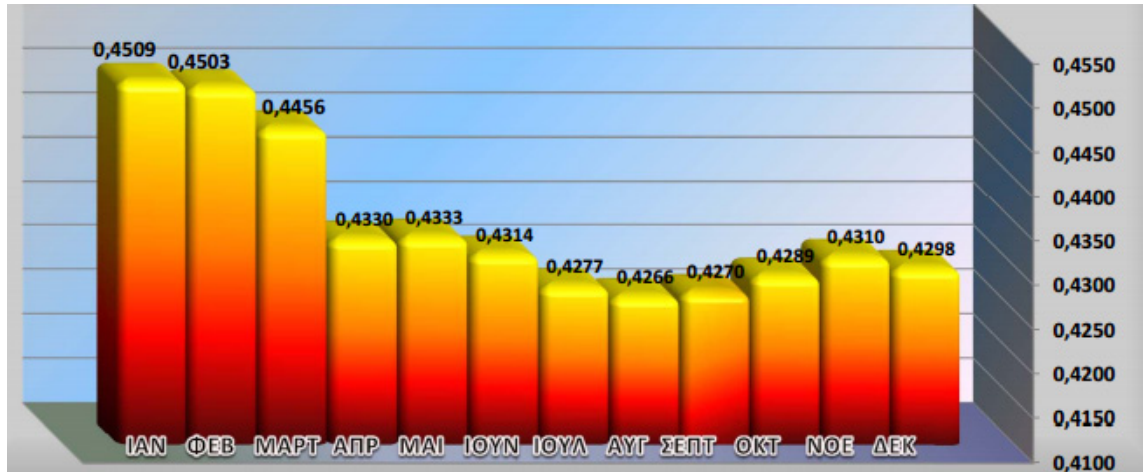
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛΟΓΑΚ

Κατά το 2013 στην Ελλάδα ο ΕΛΟΓΑΚ κατέγραψε 607,813 χιλιάδες τόνου **αγελαδινού** γάλακτος, κατά 5% λιγότερο σε σχέση με το 2012. Το 2014 κατεγράφη 607.130 τόνους. Η τιμή του γάλακτος κυμάνθηκε στα 0,4475 ευρώ ανά λίτρο το 2013, και το 2014 0,4349 μια ελαφριά μείωση (γράφημα 1&2).



Γράφημα 1.9: Ποσότητα αγελαδινού γάλακτος ανά μήνα του έτους 2014 στην Ελλάδα (πηγή: ΕΛΟΓΑΚ²¹)

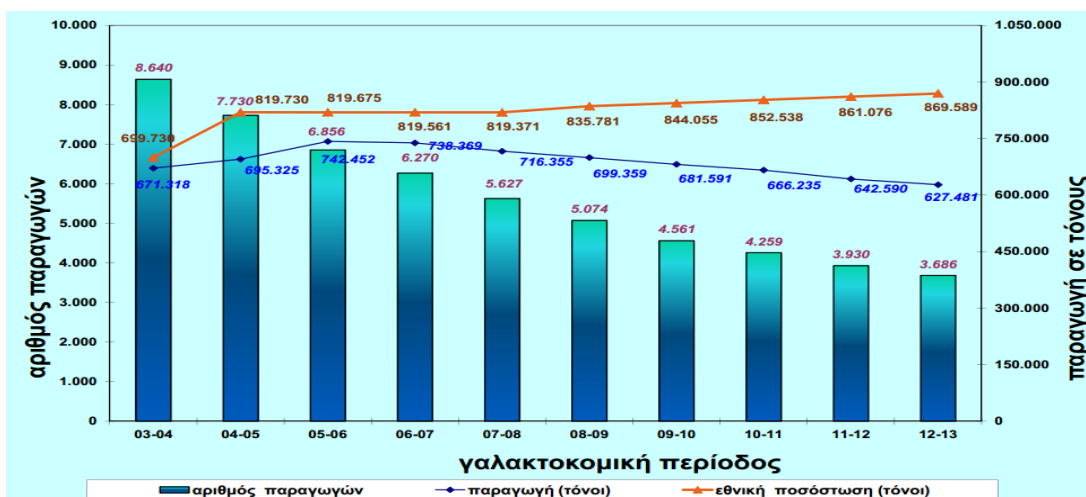
²¹ [http://www.elog.gr/\(S\(c4zs42jkhymwcn45nh4xqs45\)\)/Elogak/anaforesAgeladino.aspx?pagenb=20854](http://www.elog.gr/(S(c4zs42jkhymwcn45nh4xqs45))/Elogak/anaforesAgeladino.aspx?pagenb=20854)



Γράφημα 1.10: Η τιμή του αγελαδινού γάλακτος ανά μήνα του έτους 2014 στην Ελλάδα (πηγή: ΕΛΟΓΑΚ)

Αξίζει να σημειώσουμε πως η Ελλάδα κάλυπτε στο 92% των αναγκών της σε γάλα από την εγχώρια παραγωγή το 1975²² ενώ το 2000 το ποσοστό αυτό έπεσε στο 66%, με περεταίρω μείωση τα επόμενα χρόνια.

Η εξέλιξη του αριθμού των παραγωγών αγελαδινού γάλακτος παρουσιάζει σημαντική μείωση τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα ο αριθμός τους να έχει μειωθεί περισσότερο από το ήμισυ. Ταυτόχρονα έχουμε και μείωση της παραγωγής γάλακτος με ταυτόχρονη αύξηση των ποσοστώςσεων για την χώρα μας (γράφημα 3) . Αυτά τα δεδομένα δηλώνουν ότι η ελληνική αγελαδοτροφία έχει περιθώρια ανάπτυξης. Επίσης αξίζει να σημειώσουμε ότι η μείωση της παραγωγής ήταν μικρότερη αναλογικά του αριθμού των παραγωγών, που σημαίνει ότι οι παραγωγοί σήμερα είναι λιγότεροι σε αριθμό αλλά κατέχουν περισσότερες αγελάδες ο καθένας.

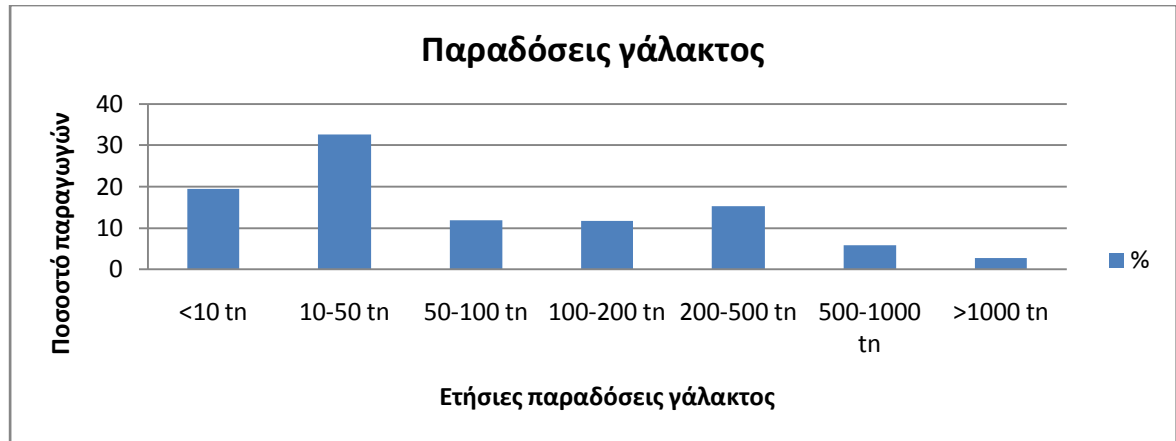


Γράφημα 1.11: Η εξέλιξη του αριθμού των παραγωγών, της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος και ποσοστώςσεων στην Ελλάδα (πηγή: Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός ΔΗΜΗΤΡΑ)

²² Κεχαγιάς Χρ. (2011), Γάλα: Επιστήμη, Τεχνολογία, και έλεγχοι για την διασφάλιση της ποιότητας, εκδ. όμιλος Ίων, 19-20

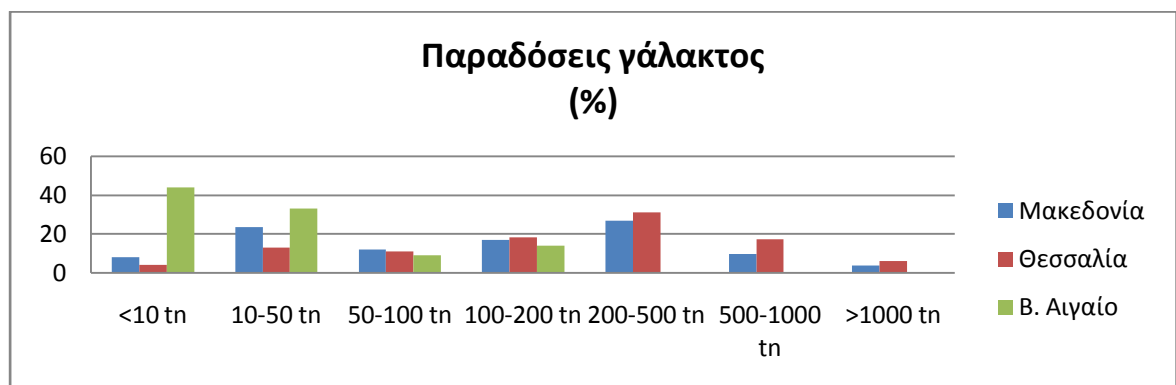
Με στοιχεία από τον ΕΛΟΓΑΚ (2010) ενδεικτικά αναφέρουμε ότι τον μήνα Ιανουάριο κατεγράφησαν 3.729 παραγωγοί αγελαδινού γάλακτος που διένειμαν το γάλα τους στην βιομηχανία. Ο αριθμός τους μειωνόταν σε μηνιαία βάση, με αποτέλεσμα τον Δεκέμβριο να καταγραφούν 3.490. Δηλαδή μια μείωση 239 παραγωγών σε ένα έτος.

Το μεγαλύτερο μέρος των παραγωγών (1163) παραδίδουν ποσότητες γάλακτος από 10 έως 50 τόνους ετησίως.



Γράφημα 1.11: Ποσοστό παραγωγών που παρέδωσαν συγκεκριμένες ποσότητες αγελαδινού γάλακτος το 2014 στην Ελλάδα (πηγή: ΕΛΟΓΑΚ, μετατροπή γραφήματος)

Σε νησιωτικές περιοχές οι περισσότεροι παραγωγοί παραδίδουν μικρές ποσότητες γάλακτος (ανά παραγωγό/έτος), σε αντίθεση με την κεντρική Μακεδονία και την Θεσσαλία όπου οι μονάδες είναι μεγάλης δυναμικότητας (ακόλουθο διάγραμμα). Από τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι σε περιοχές όπου οι μονάδες παράγουν μεγάλες ποσότητες γάλακτος είναι δύσκολο οι μικρές γαλακτοκομικές μονάδες να αποσπάσουν ποσοστό από την συνολική παραγωγή. Αντιθέτως, σε νησιωτικές περιοχές όπου «απουσιάζουν» οι μεγάλες αγελαδοτροφικές μονάδες, και οι αντίστοιχες γαλακτοκομικές μονάδες, μπορούν να αποσπάσουν το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς.



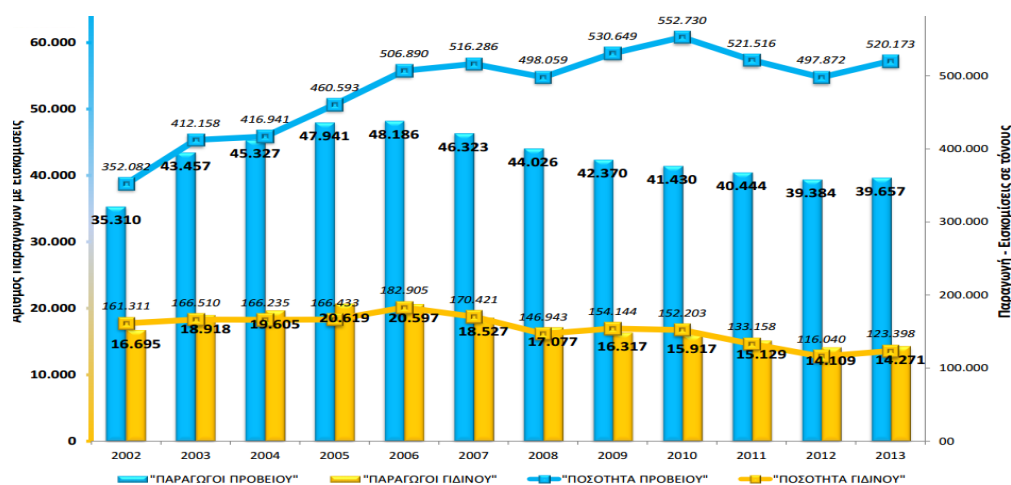
Γράφημα 1.12: Ποσοστό παραγωγών που παρέδωσαν συγκεκριμένες ποσότητες αγελαδινού γάλακτος το 2014 στις περιοχές της Μακεδονίας, της Θεσσαλίας και του Β. Αιγαίου (πηγή: ΕΛΟΓΑΚ, μετατροπή γραφήματος)

Το **πρόβειο** γάλα παρουσιάζει αύξηση τόσο στην ποσότητα παραγόμενου γάλακτος (δηλωθείσα ποσότητα) όσο και στην τιμή του. Ειδικότερα το 2003 η ποσότητα ανήλθε σε 413.000 τόνους και η μέση τιμή του στα 0,85 ευρώ ανά λίτρο, ενώ το 2013 η παραγωγή ανήλθε σε 520.000 τόνους και η τιμή του στα 0,95 (πηγή ΕΛΟΓΑΚ).

Η παραγωγή πρόβειου γάλακτος **ανά περιφέρεια**, παρουσιάζει μεγάλες διακυμάνσεις, με τις μεγαλύτερες παραγωγούς περιφέρειες την περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος (92.400 τόνοι) , της Θεσσαλίας (89.000 τόνοι) , της Κεντρικής Μακεδονίας (76.600 τόνοι) και της Ηπείρου (83.300 τόνοι), ενώ στον αντίποδα έχουμε την περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (624 τόνοι), τα Ιόνια Νησιά (4.700 τόνοι) και την Αττική (5.900 τόνοι) βάσει πηγών ΕΛΟΓΑΚ.

Το **γίδινο** γάλα, με την σειρά του παρουσιάζει μείωση της παραγωγής και ελαφρά αύξηση της μέσης τιμής. Ειδικότερα το 2003 η παραγόμενη ποσότητα ανήλθε σε 166.000 τόνους με μέση τιμή τα 0,49 ευρώ ανά λίτρο, ενώ το 2013 η ποσότητα ανήλθε στα 123.000 τόνους με μέση τιμή τα 0,57 ευρώ ανά λίτρο (πηγή: ΕΛΟΓΑΚ)

Ανά περιφέρεια τη μεγαλύτερη παραγωγή την έχει η Κεντρική Μακεδονία (28.500 τόνοι), η Θεσσαλία (18.500 τόνοι), η Πελοπόννησος (17.300 τόνοι), ενώ την μικρότερη παραγωγή συναντάμε στην Αττική (772 τόνοι) και στα Νησιά Νοτίου Αιγαίου (802 τόνοι)



Γράφημα 1.13 : Η εξέλιξη του αριθμού των παραγωγών αιγοπρόβειου γάλακτος και η παραγωγή γάλακτος (πηγή: ΕΛΟΓΑΚ)

Η εξέλιξη των **παραγωγών αιγοπρόβειου** γάλακτος παρουσιάζει σχετική μείωση τα τελευταία χρόνια. Μεγαλύτερη μείωση παρουσιάζει ο αριθμός των προβατοτρόφων, οι οποίοι από 47.941 το 2005, έφτασαν στους 39.657 το 2013. Στους παραγωγούς γίδινο γάλακτος η κατάσταση είναι παρόμοια, αφού από 20.597 το 2006 σήμερα υπάρχουν 14.271 (στοιχεία 2013-ΕΛΟΓΑΚ)

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΛ.ΣΤΑΤ

Το 2009 με στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ, σχετικά με τον αριθμό των εκμεταλλεύσεων, και τον αριθμό των κεφαλών (ζώων) κατεγράφησαν τα παρακάτω στοιχεία:

	Αριθμός εκμεταλλεύσεων	Αριθμός κεφαλών	Ζώα/εκμετάλλευση
Βοοειδή	16.679	648.067	38,8
Βουβάλια	130	3.716	28,6
Πρόβατα	91.933	9.156.821	99,6
Αίγες	71.585	4.213.230	58,9
Σύνολο	180.327	14.021.834	

Πίνακας 1.9: Εκμεταλλεύσεις και αριθμός ζώων στην Ελλάδα (2009: ΕΛ.ΣΤΑΤ, απογραφή Γεωργίας-Κτηνοτροφίας)

Από τα παραπάνω, γίνεται κατανοητή η μεγάλη σημασία της γαλακτοπαραγωγής για την οικονομία της χώρας μας, και η ανάγκη δημιουργίας γαλακτοκομικών εκμεταλλεύσεων, διότι ο επίσημος αριθμός αυτών είναι 796 (στοιχεία ΕΦΕΤ) αρκετά μικρότερος από τον συνολικό αριθμό των παραγωγών, που είναι αρκετά μεγαλύτερος (πάνω από 100 χιλιάδες).

Σχετικά με την παραγωγή γάλακτος από στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ έχουμε τα παρακάτω:

Είδος ζώου	Σε τόνους (2009)	Σε τόνους (2010)
Γάλα αγελάδων	802.814	799.682
Εγχώριων αβελτίωτων	11.463	12.516
Εγχώριων βελτιωμένων	469.223	466.403
Ξενικών	322.128	320.763
Γάλα βουβαλιών	108	109
Γάλα προβάτων	764.368	772.597
Οικόσιτων	64.459	63.594
Κοπαδιάρικων	657.395	666.469
Νομαδικών	42.515	42.534
Γάλα αιγών	483.889	471.682
Οικόσιτων	89.717	86.110
Κοπαδιάρικων	374.937	367.089
Νομαδικών	19.236	18.483
Σύνολο	2.051.180	2.044.071

Πίνακας 1.10: Η παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα (ΕΛ.ΣΤΑΤ: 2010)

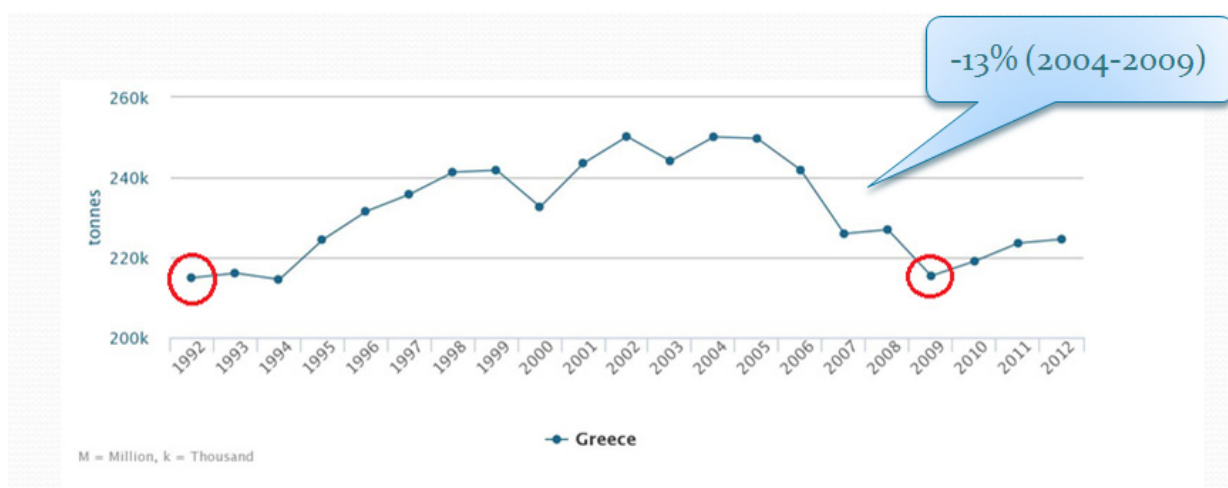
Σε σύγκριση με τα στοιχεία του ΕΛΟΓΑΚ για τα ίδια έτη, παρατηρείται διαφορά. Δηλαδή, από το σύνολο του γάλακτος που παράγεται, ένα μέρος (το μεγαλύτερο) διοχετεύεται στην βιομηχανία, και ένα άλλο μέρος όχι. Αυτό προφανώς χρησιμοποιείται σε μικρές γαλακτοκομικές μονάδες, ή για ίδια χρήση. Στην συνέχεια δίνεται στον παρακάτω πίνακα, οι διαφορές αυτές.

Είδος ζώου	2010: ΕΛ.ΣΤΑΤ	2010: ΕΛΟΓΑΚ	Διαφορά
Γάλα αγελάδων	802.814	673.897	128.917
Γάλα προβάτων	764.368	551.676	212.692
Γάλα αιγών	483.889	152.096	331.793
Σύνολο	2.051.072	1.377.669	673.402

Πίνακας 1.11: Παραγωγή γάλακτος βάση στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ & ΕΛΟΓΑΚ

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό, ότι ένα μεγάλο ποσοστό γάλακτος **δεν χρησιμοποιείται** από την βιομηχανία συστηματικά, αλλά χρησιμοποιείται σε μικρές μονάδες που δεν είναι καταγεγραμμένες (ΕΦΕΤ, ΕΛΟΓΑΚ), με αποτέλεσμα να παράγονται προϊόντα «αμφίβολης» ποιότητας. Εκτός αυτού, αυτές οι μονάδες, συνήθως δεν έχουν την ικανότητα ανάπτυξης δικτύου πωλήσεων, λόγω του μεγέθους τους, με αποτέλεσμα μακροχρόνια να είναι μη βιώσιμες. Αυτό όμως το θέμα, της ανάπτυξης των δικτύων πώλησης, θα αναλυθεί σε επόμενα κεφάλαια (τρίτο μέρος).

Η παραγωγή τυριών²³ στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί. Από το μέγιστο που παρουσίασε το 2002 με παραγωγή 250,209 χιλιάδες τόνους έφτασε το 2012 στα 224,560 χιλιάδες τόνους. Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2009 παρουσιάζει μια ελαφρά αύξηση (στοιχεία FAO-STAT).

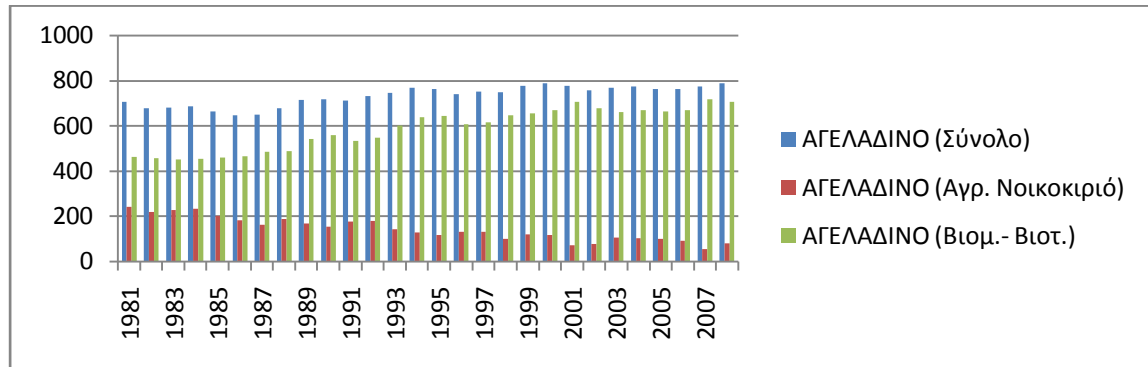


Γράφημα 1.14: Η εξέλιξη της παραγωγής τυριών στην Ελλάδα τα χρόνια 1992-2012 (στοιχεία FAO, μετατροπή γραφήματος)

Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι το ποσοστό του γάλακτος που παρέμενε στην ίδια την μονάδα σε σχέση με το ποσοστό το οποίο το έδινε στη βιομηχανία. Από τα διαγράμματα που ακολουθούν γίνεται σαφές, ότι τα τελευταία χρόνια το ποσοστό του γάλακτος που παραμένει στην μονάδα συνεχώς μειώνεται. Αυτό δείχνει τη φθίνουσα πορεία της οικογενειακής γαλακτοκομίας. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το 1981, από 705,2 χιλιάδες τόνους συνολικά παραγόμενου αγελαδινού γάλακτος, στην μονάδα έμεναν τα 243,1 χιλιάδες τόνους, και το υπόλοιπο 462 χιλιάδες τόνους κατευθυνόταν στην βιομηχανία, δηλαδή το 34,47% παρέμενε στην μονάδα.

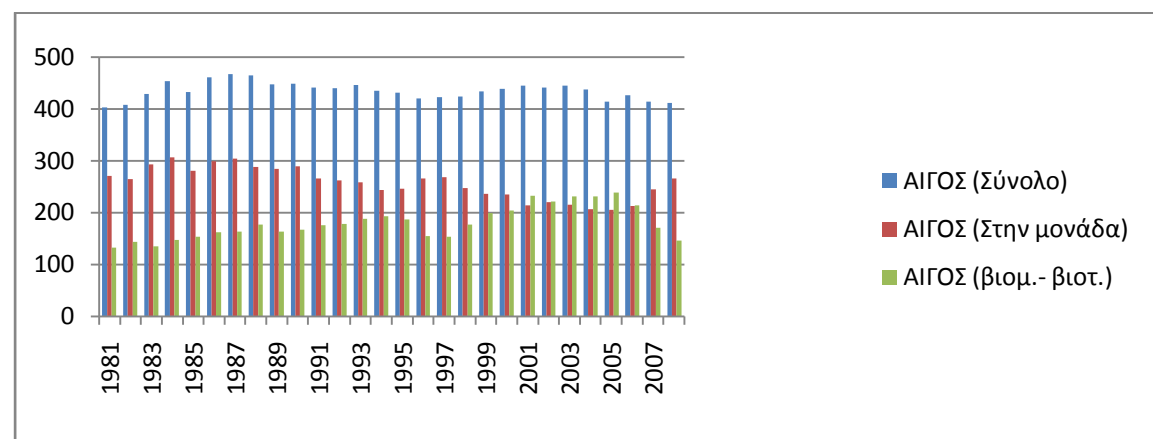
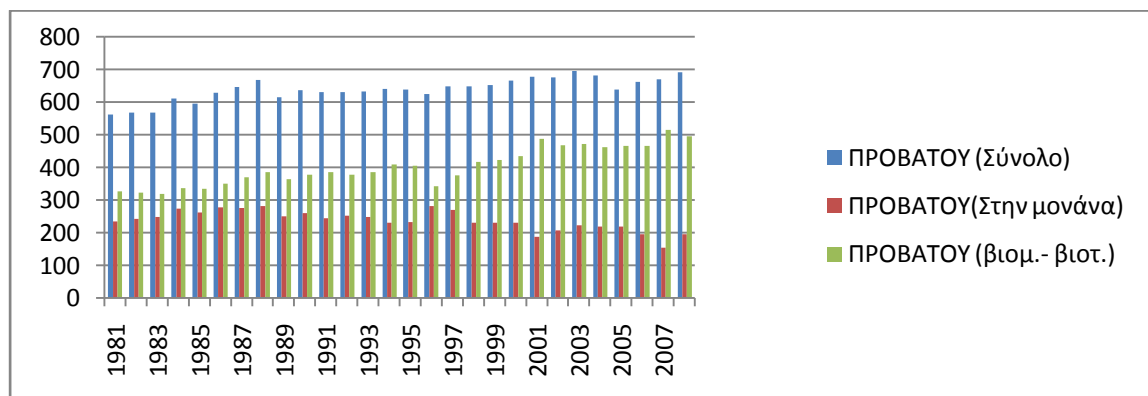
²³ Αναφέρονται τα τυριά από αγελαδινό γάλα, πρόβειο και αίγαιο

Αυτή η εξέλιξη (της αύξησης της απορρόφησης από την βιομηχανία) συνεχίστηκε καθόλα τα έτη από το 1981 (όπου έχουμε τα στατιστικά δεδομένα) μέχρι και σήμερα (τελευταία ενημέρωση το 2008).



Γράφημα 1.18: Διαχρονικά οι ποσότητες αγελαδινού γάλακτος που παρέμεναν στην μονάδα από το 1981 μέχρι το 2008 στην Ελλάδα (πηγή: ΥΠΑΤ²⁴)

Για το πρόβειο γάλα η εικόνα είναι διαφορετική. Είναι περισσότερη η ποσότητα που παρέμενε στην μονάδα.



Γράφημα 1.19: Διαχρονικά οι ποσότητες πρόβειου γάλακτος (επάνω) και αίγιου (κάτω) που παρέμεναν στην μονάδα από το 1981 μέχρι το 2008 στην Ελλάδα (πηγή: ΥΠΑΤ²⁵)

²⁴ http://www.minagric.gr/greek/agro_pol/gala.htm

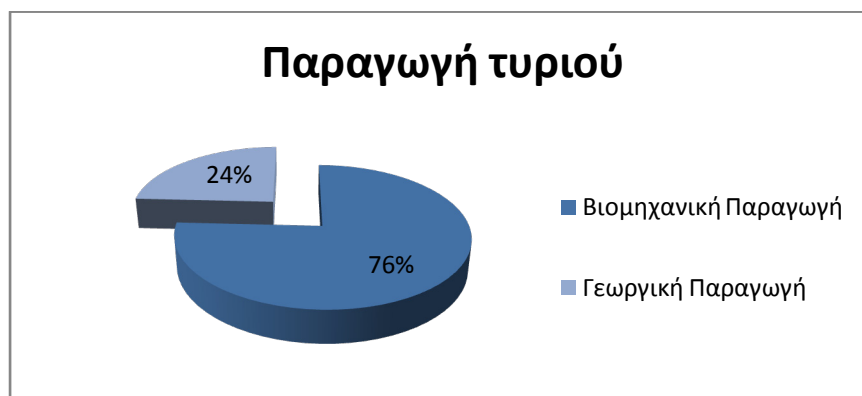
²⁵ http://www.minagric.gr/greek/agro_pol/gala.htm

Με στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ (2010²⁶), στην Ελλάδα παρήχθησαν συνολικά 181.253 τόνους γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως αναφέρονται στον πιο κάτω πίνακα.

Προϊόν	Ποσότητα (x τόνους)
Τυρί	
Μαλακό	122.236
Σκληρό	37.936
Βούτυρο	
Νωπό	1.472
Λιωμένο	506
Μυζήθρα	15.223
Κρέμα νωπή	5.128
Σύνολο	181.253

Πίνακας 1.12: Η παραγόμενη ποσότητα γαλακτοκομικών προϊόντων όπως κατεγράφησαν από την ΕΛ.ΣΤΑΤ (στοιχεία 2010)

Τέλος αξίζει να σημειώσουμε ότι, βάση κλαδικής μελέτης ICAP:2009, από το σύνολο των 243.693 τόνους τυρί, μόλις το 59.000 τόνους προέρχεται από την γεωργική παραγωγή, και το υπόλοιπο 184.693 τόνους παράγεται βιομηχανικά. Με στοιχεία ίδιας μελέτης προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο μέρος της παραγωγής μεταφέρεται στην βιομηχανία, και εγκαταλείπεται από την μικρή γεωργική παραγωγή.

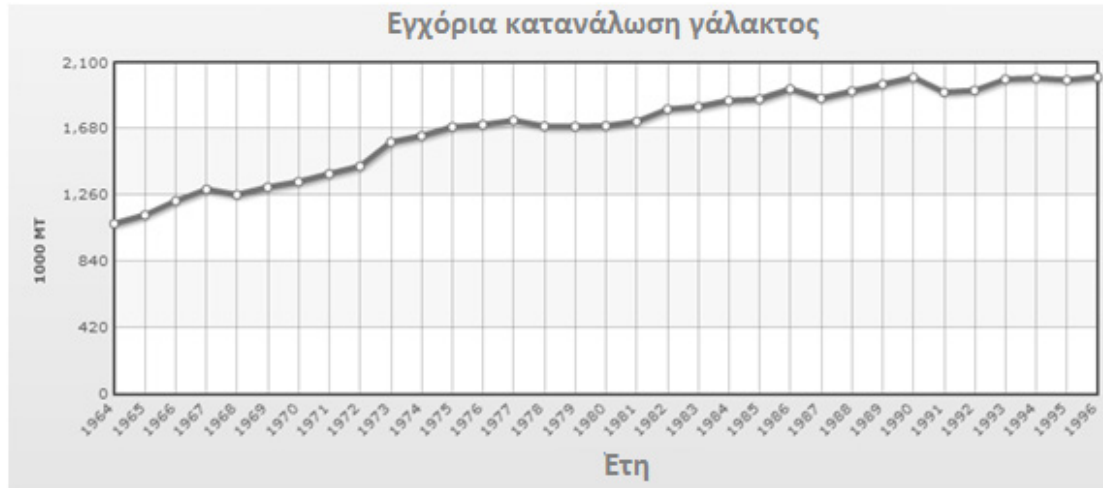


Γράφημα 1.20: Η παραγωγή τυριού σε βιομηχανική και γεωργική κλίμακα στην Ελλάδα (πηγή: ICAP-2009, κλαδική μελέτη)

²⁶ Τελευταία διαθέσιμα στοιχεία έτους 2010 (http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A1006&r_param=SPK41&y_param=2010_00&mytabs=0)

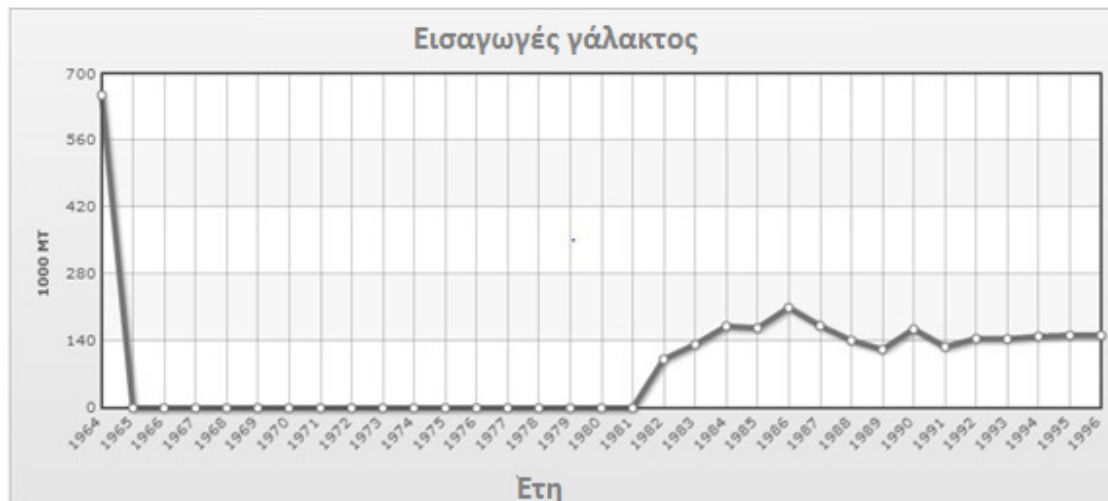
4.2 Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα

Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα παρουσιάζει σταδιακή αύξηση τις τελευταίες δεκαετίες, όπως φαίνεται και από το κάτωθι διάγραμμα.



Γράφημα 1.21: Εγχώρια κατανάλωση γάλακτος τις δεκαετίες από 1960 μέχρι 2000 (πηγή: Indexmundi)

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 1981, αμέσως μετά την είσοδο της Ελλάδας στην ΕΕ (τότε ΕΟΚ), αυξήθηκαν σε σημαντικό βαθμό οι εισαγωγές γάλακτος, γεγονός που δικαιολογείται λόγω άρσης δασμών (γράφημα 1.22).



Γράφημα 1.22: Οι εισαγωγές γάλακτος στην Ελλάδα (πηγή Indexmundi²⁷)

²⁷ <http://www.indexmundi.com/agriculture/?country=gr&commodity=milk&graph=imports>

Αντίστοιχα η αύξηση των εισαγωγών επέφερε μείωση (τα έτη 1981-1986) της εγχώριας παραγωγής (λόγω ανταγωνιστικότητας²⁸), όπως παρατηρείται από το κάτωθι γράφημα.



Γράφημα 1.23: Η εξέλιξη της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα (πηγή: FAO²⁹)

Η κατανάλωση τυροκομικών στην Ελλάδα είναι σε πολύ υψηλά επίπεδα, γεγονός που καθιστούν την χώρα μας, μερικές φορές, πρωταθλήτρια διεθνώς. Στον ακόλουθο πίνακα φαίνεται η κατανάλωση διάφορων προϊόντων.

Προϊόν	Κατανάλωση (x1000 TN)	Κατά κεφαλή
Γάλα	573	50,7
Βούτυρο	8	1
Τυρί	265	23,4

Πίνακας 1.13: Η κατανάλωση ορισμένων γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα (πηγή IDF-Bulletin of International Dairy Federation 458/2012, p. 115)

²⁸ Η άρση των δασμών λόγω εισόδου της χώρας στην ΕΟΚ, επέτρεψε την είσοδο ευρωπαϊκής προέλευσης γάλα χαμηλότερης τιμής, γεγονός το οποίο, σε συνδυασμό με την κακή απορρόφηση και διανομή των κοινοτικών ενισχύσεων, επέφεραν την συρρίκνωση της ελληνικής παραγωγής αγελαδινού γάλακτος, σε αντιδιαστολή με την αύξηση της κατανάλωσης των ίδιων ετών.

²⁹ <http://faostat3.fao.org/browse/Q/QI/E>

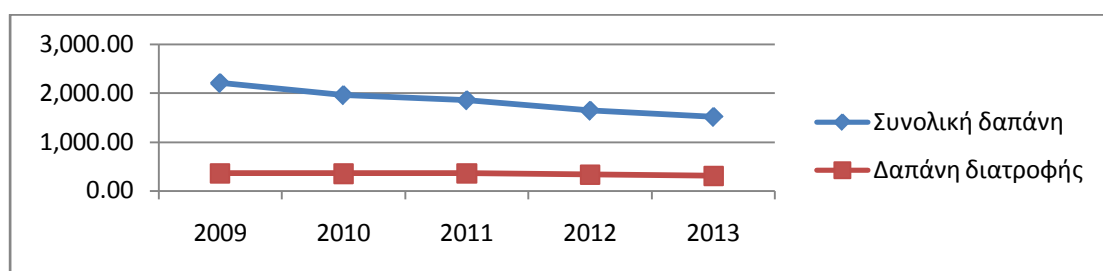
4.3 Ο κλάδος του γάλακτος και των γαλακτοκομικών στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται σε εθνική κλίμακα μικρός αριθμός γαλακτοκομικών επιχειρήσεων, οι οποίες διατηρούν μεγάλο τμήμα της αγοράς. Το υπόλοιπο καλύπτεται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως σε τοπικό επίπεδο, ή από εισαγωγικές επιχειρήσεις που διατηρούν υψηλό μερίδιο αγοράς κυρίως στο γάλα εβαπορέ, το μακράς διάρκειας, στην κρέμα γάλακτος και σε ορισμένα επώνυμα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Η ετήσια δαπάνη των νοικοκυριών σε γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα έχει περιοριστεί τα τελευταία χρόνια, και λόγω της οικονομικής κρίσης. Ειδικότερα παρατηρείται μείωση κατά 4,0% τα έτη 2011-2012, και περεταίρω μείωση κατά 5,5% τα έτη 2012-2013. Αξίζει να σημειώσουμε όμως ότι η μείωση στα γαλακτοκομικά δεν παρουσιάζει την ραγδαία πτώση των συνολικών δαπανών των νοικοκυριών ή ακόμη και των δαπανών για διατροφή. Στους πίνακες και στα διαγράμματα που ακολουθούν παρατηρείται ξεκάθαρα, αυτή η κατάσταση, βάση των ερευνών της ΕΛΣΤΑΤ (Έρευνες Οικογενειακού Προϋπολογισμού 2013-2014). Ο πίνακας και τα ακόλουθα διαγράμματα επεξεργάστηκαν βάση στοιχείων που συλλέχθηκαν από τα Δελτία Οικογενειακού Προϋπολογισμού³⁰.

Έτος	Συνολική δαπάνη		Δαπάνη διατροφής		Δαπάνη γαλακτοκομικών & αυγών	
	Αξία	%	Αξία	%	Αξία	%
2009	2.203,57	100	356,60	17,3	62,12	17,4
2010	1.956,42	100	351,67	18,0	59,85	17,0
2011	1.851,38	100	355,05	19,5	61,18	17,2
2012	1.637,10	100	328,57	20,1	58,72	17,9
2013	1.509,39	100	307,33	20,4	55,5	18,1

Πίνακας 1.14: Οι δαπάνες για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά σε σχέση με το σύνολο των δαπανών στην Ελλάδα (μετατροπή πίνακα)



Γράφημα 1.24: Οι δαπάνες διατροφής σε σχέση με το σύνολο των δαπανών στην Ελλάδα (2009-2013, μετατροπή διαγράμματος)

³⁰ Δελτία τύπου Έρευνας Οικογενειακού Προϋπολογισμού της ΕΛΣΤΑΤ για τα έτη 2009-2014, πηγή: <http://www.statistics.gr>



Γράφημα 1.25: Οι δαπάνες για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά στην Ελλάδα (2009-2013, μετατροπή γραφήματος)

Το μεικτό περιθώριο κέρδους του υποκλάδου των γαλακτοκομικών, παρουσίασε πτώση κατά την περίοδο 2009-2011 (πηγή: IOBE), κατά 6%, από 26,3 στο 20,3%. Το ποσοστό αυτό είναι μικρότερο από το μεικτό κέρδος του συνόλου του κλάδου των τροφίμων και των ποτών, που για το 2011 ήταν 25,7% (το μεγαλύτερο περιθώριο το έχουν τα ποτά με 40,3%)

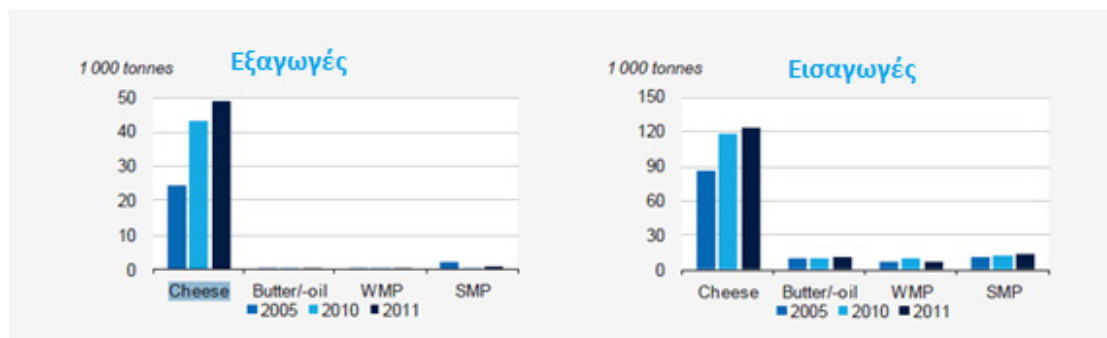
Η απασχόληση στον κλάδο των γαλακτοκομικών μειώθηκε σταθερά τα τελευταία χρόνια όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα:

Έτος	2008	2009	2010	2011	2012
Αρ. απασχολούμενων	14.340	13.994	14.901	10.862	10.765
Σύνολο κλάδου τροφίμων					106.536

Πίνακας 1.15: Η εξέλιξη του αριθμού των απασχολούμενων στον κλάδο τροφίμων στην Ελλάδα, πηγή: IOBE (2008-2012, μετατροπή πίνακα)

Η κατάταξη των μεγαλύτερων εταιριών του κλάδου λόγω των έντονων οικονομικών διακυμάνσεων (συγχωνεύσεως- εξαγορές) ποικίλει. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι οι μεγαλύτερες εταιρίες, είναι μεταξύ άλλων, η Vivartia ABEE, ΦΑΓΕ Βιομηχανία Γάλακτος, ΤΥΡΑΣ κ.λπ..

Σχετικά με τις **εξαγωγές**, ναυαρχίδα στον κλάδο των γαλακτοκομικών αποτελούν τα τυροκομικά με ραγδαία αύξηση τα τελευταία χρόνια. Από το ακόλουθο διάγραμμα φαίνεται ο διπλασιασμός σχεδόν των εξαγωγών τα τελευταία 10 χρόνια. Αύξηση παρατηρείται και στις **εισαγωγές**, με μικρότερο όμως ρυθμό αύξησης κατά τις περιόδους 2005-2010.

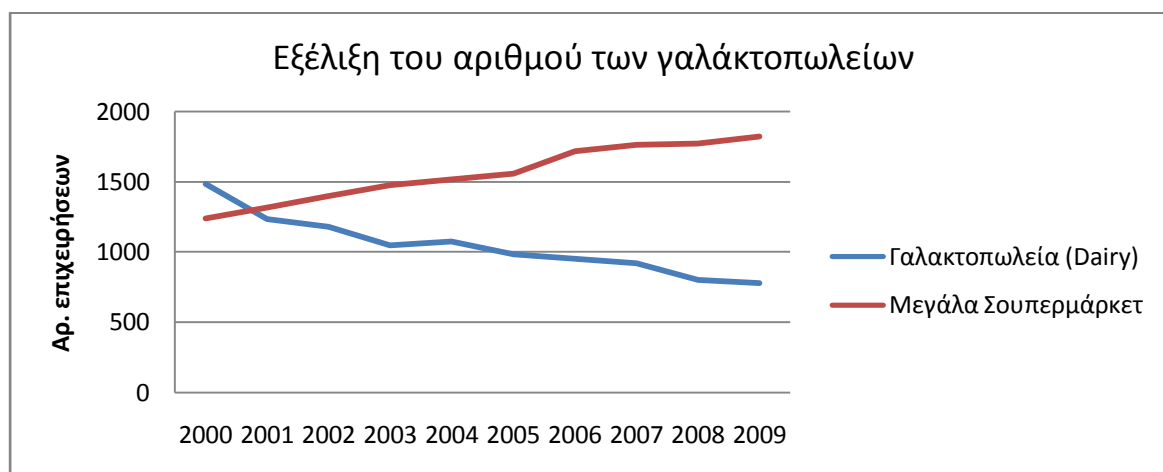


Γράφημα 1.26: Εισαγωγές- εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα (πηγή: IDF-Bulletin of International Dairy Federation 458/2012)

Τέλος αξίζει να σημειώσουμε ότι στην Ελλάδα όπως και σε άλλες χώρες, υπάρχουν σημεία πώλησης γάλακτος και γαλακτοκομικών, τα γαλακτοπωλεία (ο όρος συναντάται στα αγγλικά ως *Dairy*). Τα τελευταία όμως χρόνια παρατηρείται **ραγδαία μείωση** αυτών, όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα και μεταφορά των προϊόντων αυτών σε φούρνους και ζαχαροπλαστεία, εκτός των σούπερ μάρκετ. Ενδεικτικό είναι ότι τα έτη από το 2000 μέχρι το 2009 ο αριθμός τους υποδιπλασιάστηκε³¹. Βάση ίδιας μελέτης παρατηρείται αύξηση σημαντική των τυριών τυρογάλακτος, τα τελευταία 4-5 χρόνια.

Είδος καταστήματος	Εξέλιξη του αριθμού των καταστημάτων Πανελλαδικά									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Γαλακτοπωλεία	1488	1236	1181	1049	1076	984	955	921	803	780
Φούρνοι	7023	7683	8032	8292	8497	8491	8541	8590	8724	8781
Μεγάλα Σουπερμάρκετ ³²	1243	1320	1400	1480	1519	1563	1720	1767	1773	1825
Μικρά Σουπερμάρκετ ³³	2430	2444	2464	2475	2545	2576	2508	2472	2475	2489
Παντοπωλεία ³⁴	13648	13130	13231	13336	13405	13390	13365	13324	13326	13248

Πίνακας 1.16: Η εξέλιξη του αριθμού των καταστημάτων πανελλαδικά σε ορισμένες κατηγορίες επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένου και των Γαλακτοπωλείων (πηγή: ΙΕΛΚΑ, 2011, μετατροπή πίνακα)



Γράφημα 1.27: Η εξέλιξη του αριθμού των γαλακτοπωλείων και των μεγάλων Σουπερμάρκετ πανελλαδικά, για τα έτη 2000-2009 στην Ελλάδα (πηγή: ΙΕΛΚΑ, 2011, μετατροπή γραφήματος)

³¹ Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ), 2011, σελ. 14 (πηγή: http://www.ielka.gr/wp-content/uploads/2011/07/Lianemporio_trofimwn-kladiki_meleti_kai_katagrafi_syneisforas_stin_ethniki_oikonomia.pdf)

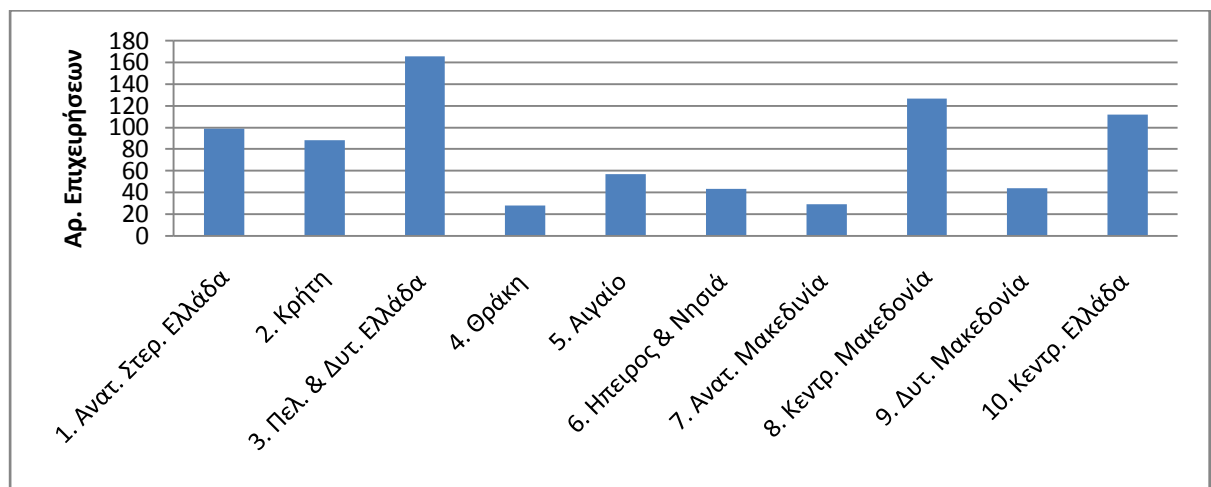
³² Μεγάλα σουπερμάρκετ: χώρος άνω των 400 m²

³³ Μικρά σουπερμάρκετ: χώρος μεταξύ 100-400 m²

³⁴ Παντοπωλεία: χώρος <100 m²

Στην Ελλάδα δραστηριοποιείται μεγάλος σχετικά αριθμός επιχειρήσεων στον χώρο της γαλακτοκομίας. Ειδικότερα με στοιχεία του ΕΦΕΤ δραστηριοποιούνται **793 γαλακτοκομικές επιχειρήσεις**³⁵ σε όλη την επικράτεια. Οι επιχειρήσεις αυτές με βάση τον ΣΤΑΚΟΔ³⁶ εντάσσονται στην κατηγορία « Παραγωγή Γαλακτοκομικών Προϊόντων (κωδικός: 10.5)», υποκατηγορία «Λειτουργία Γαλακτοκομείων και Τυροκομιών (κωδικός: 10.51-0) ». Με βάση στοιχεία του ΙΟΒΕ³⁷ οι επιχειρήσεις του συγκεκριμένου κλάδου αποτελούν το 5,5% του συνόλου των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στα τρόφιμα και τα ποτά, το οποίο όμως κατέχουν το 19,0% του συνολικού κύκλου εργασιών. Το μέγεθος των επιχειρήσεων ποικίλει από πολύ μεγάλες βιομηχανικού τύπου (ΑΕΒΕΕ) μέχρι πολύ μικρές οικογενειακού τύπου (ΟΕ). Οι περισσότερες εδράζουν στην βόρεια Ελλάδα, και ειδικότερα στις περιοχές της Θεσσαλονίκης, Πέλλας, Κοζάνης, Ροδόπης, Κιλκίς, Δράμας, Φλώρινας, κ.λπ.. Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται επίσης στην Θεσσαλία και στην Αττική.

Αναλυτική αναφορά όλων των επιχειρήσεων, όπως αυτές έχουν καταγραφεί από τον ΕΦΕΤ και επεξεργάστηκαν προσωπικά δίνονται στον πίνακα 1.17. Στο παρακάτω διάγραμμα δίνονται ενδεικτικά οι περιοχές με τις μεγαλύτερες συγκεντρώσεις εκμεταλλεύσεων ομαδοποιημένες γεωγραφικά (γεωγραφική ομαδοποίηση με βάση την ομαδοποίηση που χρησιμοποιεί το ΓΕΩΤΕΕ).



Γράφημα 1.28 : Κατανομή αριθμού γαλακτοκομικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα³⁸ (γράφημα, από επεξεργασία στοιχείων ΕΦΕΤ)

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται αναλυτικά οι επιχειρήσεις ανά νομό (οι εγκεκριμένες από τον ΕΦΕΤ).

³⁵ Εγκεκριμένες Επιχειρήσεις από τον ΕΦΕΤ:

³⁶ ΣΤΑΚΟΔ: Στατιστική Ταξινόμηση των Οικονομικών Δραστηριοτήτων, 2008, εναρμονισμένο με το σύστημα ταξινόμησης NACE Rev. 2 της ΕΕ

³⁷ http://www.iobe.gr/docs/research/RES_05_B_01032013REP_GR.pdf (μελέτη του κλάδου των τροφίμων και ποτών 2013)

³⁸ Ο πίνακας δημιουργήθηκε προσωπικά έπειτα από ανάλυση δεδομένων που συλλέχθηκαν από τον ΕΦΕΤ. Αναλυτικότερα η καταγραφή των περίπου 800 επιχειρήσεων, γίνεται στα παραρτήματα της μεταπτυχιακής διατριβής

Γεωγραφική περιοχή	Αρ. Επιχειρήσεων	Γεωγραφική περιοχή	Αρ. Επιχειρήσεων
Ανατ. Στερ. Ελλάδα		Θράκη	
Αττική και Πειραιάς	54	Ροδόπη	11
Φωκίδα	13	Ξάνθη	5
Βοιωτία	17	Εύρος	12
Εύβοια	15	Σύνολο	28
Σύνολο	99		
Κρήτη		Νησιά Αιγαίου	
Ηράκλειο	24	Χίος	6
Λασιθι	5	Κυκλάδες	17
Ρέθυμνο	34	Δωδεκάνησα	8
Χανιά	25	Λέσβος	24
Σύνολο	88	Σάμος	2
		Σύνολο	57
Πελ/σο & Δυτ. Στερεά		Ήπειρος και Νησιά	
Αχαΐα	18	Άρτα	6
Αργολίδα	25	Θεσπρωτία	10
Αρκαδία	22	Ιωάννινα	20
Ηλία	20	Λευκάδα	1
Λακωνία	8	Πρέβεζα	4
Μεσσηνία	15	Κέρκυρα	2
Ζάκυνθος	1	Σύνολο	43
Κεφαλληνία	15		
Κορινθία	8		
Αιτωλοακαρνανία	34		
Σύνολο	166		
Ανατ. Μακεδονίας		Δυτ. Μακεδονία	
Σέρρες	11	Κοζάνη	27
Δράμα	7	Καστοριά	3
Καβάλα	11	Γρεβενά	10
Σύνολο	29	Φλώρινα	4
		Σύνολο	44
Κεντρ. Μακεδονία		Κεντρ. Ελλάδα	
Πιερία	10	Καρδίτσα	8
Θεσσαλονίκη	55	Λάρισα	46
Πέλλα	14	Ευρυτανία	3
Κιλκίς	18	Τρίκαλα	17
Χαλκιδική	13	Μαγνησία	19
Ημαθία	17	Φθιώτιδα	19
Σύνολο	127	Σύνολο	112

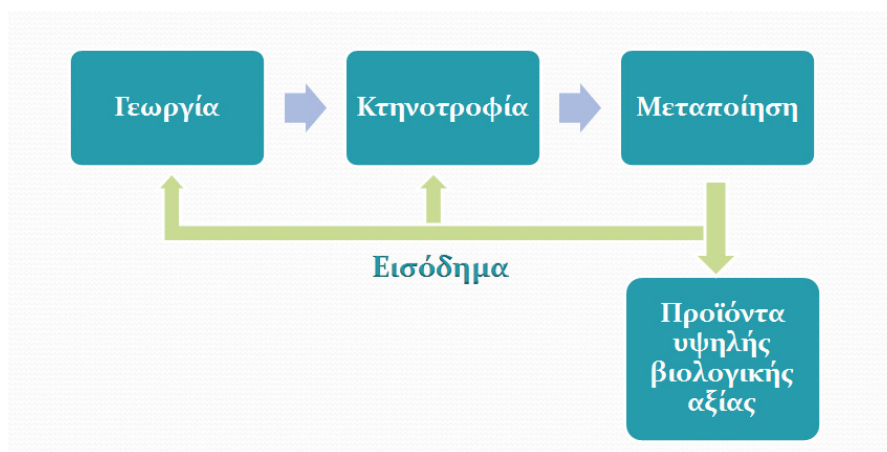
Πίνακας 1.17: Ο συνολικός αριθμός των γαλακτοκομικών επιχειρήσεων ανά νομό στην Ελλάδα

5. Η μικρή οικογενειακή αγροτική παραγωγή ως μοχλός ανάπτυξης της μικρής κλίμακας γαλακτοκομίας

Η οικογενειακή αγροτική παραγωγή μπορεί να στηρίξει και να στηριχτεί από την οικογενειακή γαλακτοκομική παραγωγή. Η αλυσίδα της διατροφής ξεκινά από την παραγωγή των αγροτικών προϊόντων, η χρησιμοποίησή τους από την κτηνοτροφία, στην συνέχεια τα παραγόμενα προϊόντα (γάλα) μεταποιούνται και προσφέρονται στους καταναλωτές.

Μέσω της διαδικασίας επιτυγχάνεται:

- Παραγωγή γεωργικών αγροτικών προϊόντων
- Παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων
- Αύξηση εισοδήματος γεωργών
- Αύξηση εισοδήματος κτηνοτρόφων
- Δημιουργία εισοδήματος για τους μεταποιητές
- Κάλυψη διατροφικών αναγκών
- Αυτάρκεια αγροτικών προϊόντων



Διάγραμμα 1.1: Η προσφορά της γαλακτοκομίας στην παραγωγική αλυσίδα (προσωπικό σχέδιο)

Στο τέλος της διαδικασίας αυτής παράγονται προϊόντα υψηλής βιολογικής αξίας. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα μπορούν να στηρίξουν και την τοπική οικονομία.

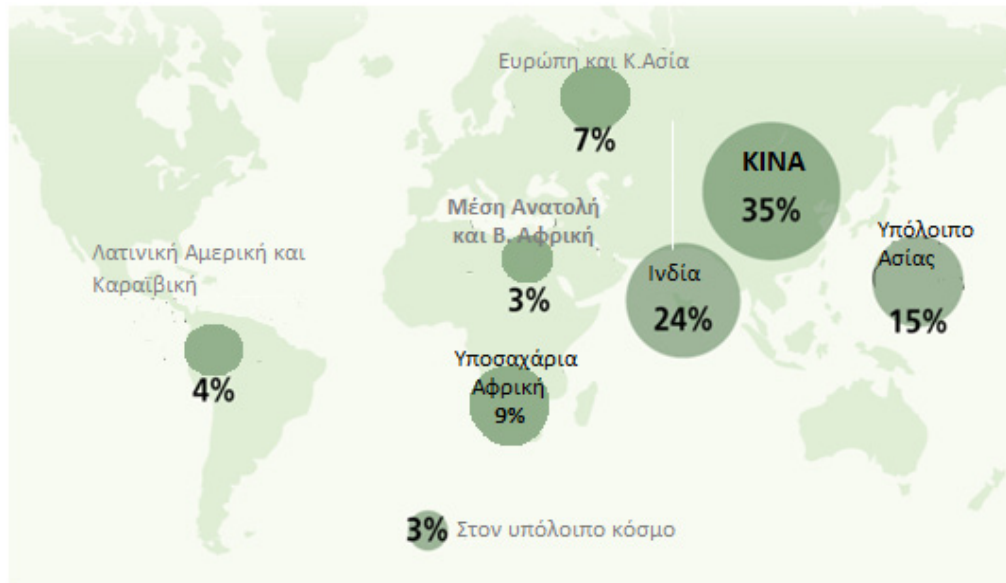
Για να τονιστεί η σημασία της μικρομεσαίας παραγωγής (αγροτικών προϊόντων) θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο FAO, τίμησε την **οικογενειακή αγροτική παραγωγή** το 2014, ως έτος αφιερωμένο σε αυτήν.

Με βάσει μελέτες του FAO³⁹ η οικογενειακή αγροτική παραγωγή προσφέρει το 70-80% της παγκόσμιας παραγωγής τροφίμων, ενώ το 7,5% προέρχεται από οικογενειακές επιχειρήσεις μέσα ή γύρο από τον αστικό ιστό. Σε κοινωνικό επίπεδο αρκεί να αναφερθεί ότι το 25% του πληθυσμού της Γής (1,6 δισεκατομμύρια άνθρωποι) απασχολούνται στην οικογενειακή αγροτική παραγωγή. Επίσης αυτού του

³⁹ <http://www.fao.org/resources/infographics/infographics-details/en/c/270462/>

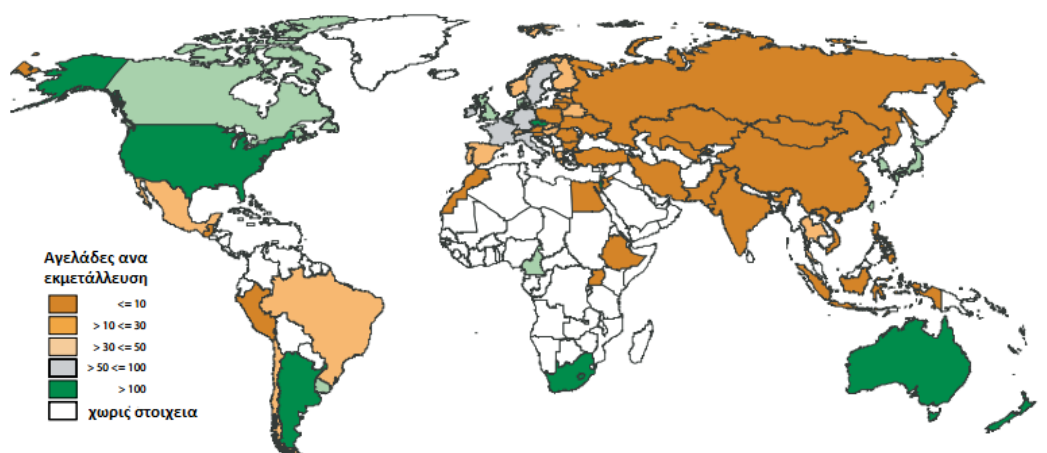
είδους αγροτική παραγωγή καταλαμβάνει το 70-80% της αγροτικής γης ενώ απορροφά το 70% του συνόλου του γλυκού νερού. Από οικολογική άποψη θεωρείται ότι η οικογενειακή αγροτική παραγωγή συμβάλει στην διατήρηση της βιοποικιλότητας λόγω της μεγάλης ποικιλίας χρησιμοποιούμενων οργανισμών, ενώ θεωρείται περιττό να αναφέρουμε πως η οικογενειακή αγροτική παραγωγή συμβάλει στην μείωση του φαινομένου του υποσιτισμού και της κακής διατροφής που παρατηρείται διεθνώς.

Στο ακόλουθο διάγραμμα παρατηρείται ότι μεγάλο ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού ασχολείται και επιβιώνει από την αγροτική παραγωγή.



Εικόνα 1.5 : Οι πληθυσμοί των αγροτών σε παγκόσμιο επίπεδο (πηγή: FAO-2014, μετατροπή εικόνας)

Βάση στοιχείων ίδιας πηγής, σε μεγάλο μέρος του πλανήτη, η μέση κτηνοτροφική εκμετάλλευση διαθέτει μικρός αριθμός ζώων. Σε Ευρωπαϊκό στην χώρα μας η μέση εκμετάλλευση διαθέτει από 10-30 ζώα, στα υπόλοιπα Βαλκάνια, στην Ουκρανία, και στην Πολωνία μικρότερος (<10 ζώα ανά εκμετάλλευση).



Εικόνα 1.6 : Αριθμός αγελάδων ανά εκμετάλλευση, διεθνώς (πηγή: FAO-2014, μετατροπή εικόνας)

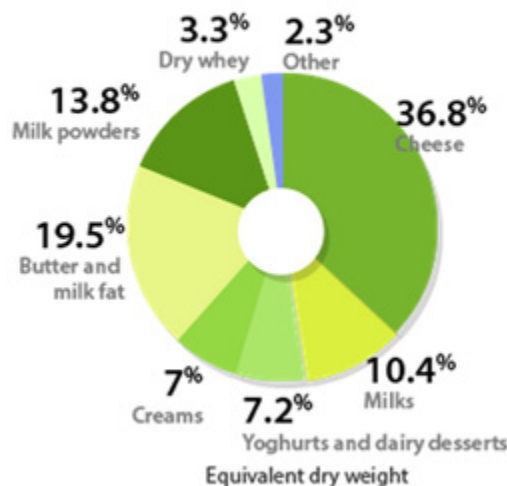
Για να ενισχυθεί η άποψη της ανάγκης για στήριξη της μικρής κλίμακας γαλακτοκομίας στην χώρα μας, θα παραθέσουμε σε συντομία το παράδειγμα της Γαλλίας.

Η Γαλλία στον τομέα της γαλακτοκομίας αποτελεί παράδειγμα, για το πώς μπόρεσε και συνεχίζει να είναι στην κορυφή στην παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Για να γίνει περισσότερο κατανοητή η κατάσταση, στην συνέχεια δίνονται ορισμένα στατιστικά στοιχεία.

Τα έσοδα του κλάδου, για το έτος 2013 ανήλθαν στα 27,2 δισεκατομμύρια ευρώ και οι ετήσιες επενδύσεις στα 1,040 δισεκατομμύρια. Το γάλα προέρχεται από 70.000 γαλακτοπαραγωγές μονάδες, που απασχολούν 250.000 άτομα. Ο τομέας του γάλακτος στην Γαλλία αντιπροσωπεύει το 13% της συνολικής αγροτικής παραγωγής. Το παραγόμενο γάλα συλλέγεται από τις μονάδες κατά μέσω όρο κάθε 48 ώρες, και επεξεργάζεται από επιχειρήσεις μεταποιητικές (μεταξύ των οποίων οι 5 μεγαλύτεροι όμιλοι βρίσκονται στους 25 μεγαλύτερους διεθνώς, βάση συνολικού κύκλου εργασιών), και το 45% του γάλακτος διανέμεται μέσω συνεταιρισμών (ένας θεσμός που στην Ελλάδα θεωρείται ξεπερασμένος, δύστυχος).

Η Γαλλία διαθέτει περίπου 1500 διαφορετικά γαλακτοκομικά προϊόντα, μεταξύ των οποίων 1200 τυριά. Από αυτά τα 45 είναι ΠΟΠ. Η παραγωγή τυριών απορροφά το 36,8% του συνολικού γάλακτος όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί

Χρήση γάλακτος στην Γαλλία



Γράφημα 1.29: Η χρήση του γάλακτος στην μεταποιητική βιομηχανία στην Γαλλία (πηγή: CNIEL, βασισμένο σε FranceAgriMer-2013)

Από το συνολικό ποσό γάλακτος το 40% καταλήγει σε κάποιο εξαγόμενο προϊόν. Η Γαλλία αποκομίζει 6,9 δισεκατομμύρια ευρώ από τις εξαγωγές γαλακτοκομικών, και το εμπορικό της πλεόνασμα αυξήθηκε κατά 71% τα έτη 2003-2013 (πηγή: European

Commission⁴⁰). Το τυρί το εξάγει κατά 64% σε χώρες εκτός Ε.Ε., και τα υπόλοιπα γαλακτοκομικά σε ποσοστό 67% εντός Ε.Ε.. Η Γαλλία παρουσιάζει μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων **μικρής δυναμικότητας** σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες στον κλάδο χώρες (Γερμανία, Ολλανδία). Για να γίνει κατανοητό παρατίθεται ο ακόλουθος πίνακας.

Κατανομή γαλακτοκομικών επιχειρήσεων					
	Είδος επιχ.	Πολύ μικρή	Μικρή- μεσαία	Μεγάλη	Σύνολο
Γαλλία	Αρ. επιχειρ.	1.041	369	52	1.462
	Ποσοστό (%)	71	25	4	100
Γερμανία	Αρ. επιχειρ.	261	155	37	453
	Ποσοστό (%)	58	34	8	100

Πίνακας 1.18: Κατανομή γαλακτοκομικών επιχειρήσεων στην Γαλλία και στην Γερμανία (πηγή: Eurostat SBS data 2005, μετατροπή πίνακα)

Το μέγεθος των επιχειρήσεων χαρακτηρίζεται βάση Ευρωπαϊκών προδιαγραφών όπως ακολουθεί.

Κατηγορία επιχείρησης	Κριτήρια κατηγοριοποίησης		
	Εργαζόμενοι (άτομα)	Κύκλος εργασιών (σε εκατ. ευρώ)	
Μεγάλη	>250		43
Μεσαία	50-249		11-43
Μικρή	10-49		2-10
Πολύ μικρή	<10		<2

Πίνακας 1.19: Κριτήρια κατηγοριοποίησης των επιχειρήσεων διεθνώς (πηγή: Europa Website/2005, μετατροπή πίνακα)

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι ο κλάδος των γαλακτοκομικών στην Γαλλία **βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις πολύ μικρές επιχειρήσεις**, γεγονός που θα μπορούσε να αξιοποιηθεί και από την χώρα μας, ώστε να κατευθυνθεί η ανάπτυξη της παραγωγής προς τις μικρές μονάδες (κίνητρα). Παρατηρούμε ότι οι μικρές μονάδες είναι όχι μόνο βιώσιμες αλλά αποτελούν την ραχοκοκαλιά της γαλακτοκομίας.

Στη χώρα μας υπάρχουν περιοχές, όπως στα νησιά, όπου λόγω της περιορισμένης δυνατότητας πρόσβασης, από και προς αυτές, η τοπική παραγωγή θα μπορούσε να απορροφηθεί από μικρές γαλακτοκομικές επιχειρήσεις. Τα θετικά στοιχεία της διαδικασίας αυτής μπορούν να συνοψιστούν πιο κάτω:

- Συντήρηση γαλακτοκομικών προϊόντων (π.χ. τυριά) και διάθεσή τους στην τουριστική περίοδο
- Αξιοποίηση της τοπική πλούσιας χλωρίδας
- Αύξηση του εισοδήματος των κατοίκων της περιφέρειας

⁴⁰ http://ec.europa.eu/agriculture/trade-analysis/map/2014-1_en.pdf

- Ενίσχυση της αποκέντρωσης, μέσω μεταφοράς πληθυσμών σε περιοχές που μπορούν να τους προσφέρουν εισόδημα
- Ενίσχυση του κλάδου της κτηνοτροφίας, μέσω απορρόφησης της τοπικής παραγωγής
- Συμβολή στην αύξηση της διατροφική ασφάλειας της χώρας
- Βελτίωση του αγροτικού εμπορικού ισοζυγίου μέσω αύξησης των εξαγωγών⁴¹

Στην χώρα μας υπάρχει γεωγραφική διακύμανση σχετικά με τις παραδόσεις γάλακτος ανά περιοχή. Έτσι λοιπόν στην Β. Ελλάδα οι μονάδες είναι μεγάλης δυναμικότητας και παραδίδουν μεγάλες ποσότητες γάλακτος ανά μονάδα. Αντίθετος σε νησιωτικές οι περισσότερες μονάδες παραδίδουν μικρές ποσότητες.

Ενδεικτικά παρατίθεται το ακόλουθο γράφημα:



Γράφημα 1.30: Παραδόσεις γάλακτος ανά έτος και ανά παραγωγό, Β. Αιγαίου (πηγή :ΕΛΟΓΑΚ-2014, μετατροπή γραφήματος)

Η παραπάνω παραγωγή θα μπορούσε να απορροφηθεί από την μικρής κλίμακας τοπική γαλακτοκομία. Με βάση στοιχεία της κλαδικής μελέτης της ICAP:2009 το 25% της συνολικής παραγωγής τυριών γίνεται μέσα στην αγροτική επιχείρηση και το υπόλοιπο 75% από την βιομηχανία. Αυτό το ποσοστό (της αγροτικής παραγωγής) μπορεί να ενισχυθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια.

Στην συνέχεια, στο επόμενο κεφάλαιο, θα γίνει προσπάθεια να παρουσιαστεί η διαδικασία ίδρυσης μιας μικρής γαλακτοκομικής μονάδας και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο ενδιαφερόμενος.

⁴¹ Σημειώνεται ότι στην Ελλάδα κατά το έτος 2011 εισήγαγε 120.000 τόνους τυριών και εξήγαγε 50.000 τόνους (πηγή: IDF-2012)

6. Η ίδρυση της γαλακτοκομικής μονάδας και νομικά εμπόδια

Η διαδικασία ίδρυσης μια μονάδας περνάει από ένα πολυδαίδαλο νομικό σύστημα το οποίο παρά τις αλληπάλληλες προσπάθειες απλούστευσής του, ακόμα αποτελεί χρονοβόρα και αποθαρρυντική διαδικασία. Η πληθώρα των νόμων, οι καταργήσεις και συμπληρώσεις διατάξεων από όλο το φάσμα της έννομης τάξης, ο κατακερματισμός των ελεγκτικών μηχανισμών, ο υγειονομικός κώδικας που στο μεγαλύτερο μέρος του ισχύει που είναι από το 1983, και πολλές διατάξεις του ΚΤΠ που ισχύουν από την δεκαετία του 50, είναι μόνο μερικά προβλήματα που θα αντιμετωπίσει ο ενδιαφερόμενος. Στην συνέχεια γίνεται προσπάθεια να δοθεί περιληπτικά η διαδικασία.

6.1 Δημιουργία φακέλου για κατάθεση στις αρμόδιες αρχές

Προκειμένου να λειτουργήσει μια γαλακτοκομική επιχείρηση απαιτείται **άδεια ίδρυσης** όπως και σε κάθε άλλη επιχείρηση. Αρμόδια αρχή για την έκδοση άδειας λειτουργίας είναι οι κατά τόπους **Κτηνιατρικές Διευθύνσεις των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων**. Σημειώνεται ότι κατά καιρούς αλλάζει τόσο ο τρόπος και οι προϋποθέσεις ίδρυσης όσο και οι εκάστοτε αρμόδιες αρχές⁴².

Αφού κατατεθεί ο φάκελος, ο ενδιαφερόμενος περιμένει ενημέρωση για την τύχη της αίτησης. Σε περίπτωση αποδοχής ο επιχειρηματίας ξεκινά την ίδρυση της επιχείρησης.

Τα προαπαιτούμενα που επισυνάπτονται στον φάκελο, διαφέρουν από μια περιφέρεια σε άλλη, γενικά όμως θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Αίτηση χορήγησης άδειας ίδρυσης/ λειτουργίας (χορηγείται από την υπηρεσία ή από τα ΚΕΠ)
- Τοπογραφικό διάγραμμα οικοπέδου (σε κλίμακα 1:500)
- Κάτοψη των εγκαταστάσεων με λεπτομερή περιγραφή των χώρων
- Πίνακας απαρίθμησης και περιγραφή τεχνικού εξοπλισμού των συσκευών και οργάνων με σχεδιάγραμμα τοποθέτησης τους στον χώρο
- Έκθεση τεχνικής περιγραφής της λειτουργίας της μονάδας
 - Διάγραμμα ροής της παραγωγής προϊόντος ή προϊόντων
 - Ημερήσια δυναμικότητα
 - Πρώτες ύλες
 - Τελικά προϊόντα
 - Αναφορά σε προϊόντα ΠΟΠ αν παράγονται

⁴²Το νομικό πλαίσιο βασίζεται στον : ΦΕΚ 1469/Β'/21.11.2002

- Προέγκριση χωροθέτησης⁴³ της μονάδας/ έγκριση περιβαλλοντικών όρων (από το Υπουργείο Περιβάλλοντος Χωροταξίας Και Δημοσίων Έργων)
- Έκθεση διαχείρισης αποβλήτων

Σημειώνουμε πως προέγκριση χωροθέτησης δεν απαιτείται σε περιπτώσεις που η επιχείρηση ιδρύεται σε βιομηχανικές περιοχές (ΒΙΠΕ).

6.2 Έγκριση και γνωστοποίηση σε άλλους φορείς

Αν ο φάκελος κριθεί ανεπαρκής η αίτηση απορρίπτεται και ο ενδιαφερόμενος καλείται να καταθέσει πάλι διορθωμένη αίτηση, εάν επιθυμεί.

Σε περίπτωση **αποδοχής της αίτησης** δίνεται η άδεια και ο ενδιαφερόμενος ξεκινά τις εργασίες. Σημειώνουμε πως τελική έγκριση λειτουργίας την λαμβάνει, αφού επιθεωρήσουν οι αρμόδιοι την επιχείρηση στο τελευταίο στάδιο κατασκευής, ή και ενδιάμεσα αν κριθεί σκόπιμο. Οι αρμόδιες αρχές είναι υποχρεωμένες να κοινοποιήσουν αυτή τους την απόφαση και σε άλλες υπηρεσίες όπως:

- ΕΛΟΓΑΚ (δημιουργία μητρώου επιχειρήσεων)
- ΕΦΕΤ
- Διεύθυνση περιβάλλοντος της κατά τόπου περιφέρειας
- Αρμόδια κτηνιατρική υπηρεσία
- ΟΠΕΓΕΠ (σε περιπτώσεις που παράγονται προϊόντα ΠΟΠ)
- Στον ενδιαφερόμενο (στην διεύθυνση κατοικίας του ή στα ΚΕΠ εάν εκεί έγινε η αίτηση)

Πιο κάτω δίνονται σχηματικά οι διαδικασίες που απαιτούνται και η πορεία της αίτησης (προσωπικό σχέδιο).



Διάγραμμα 1.2: Απαιτούμενες ενέργειες για την απόκτηση άδειας λειτουργίας γαλακτοκομικής μονάδας (προσωπικό σχέδιο)

⁴³ Ν 1650/1986 , ΚΥΑ 69269/5387/1990

Αξίζει να σημειώσουμε πως η διαδικασία σύνταξης και κατάθεσης του φακέλου μπορεί να γίνει από τον ίδιο τον ενδιαφερόμενο ή από κάποια μελετητική εταιρία. Η τελευταία επιλογή κρίνεται καλύτερη μιας και είναι περισσότερο ειδικευμένη και εξοικειωμένη με το αντικείμενο. Εκτός αυτού ο ενδιαφερόμενος μπορεί να διατηρήσει συνεργασία προκειμένου να διευκολυνθεί και στο μέλλον σε άλλα ζητήματα όπως έκδοση ISO ή HACCP ή ακόμα και επέκταση της επιχείρησης.

6.3 Εργαστήριο παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων

Σε περίπτωση που ο ενδιαφερόμενος θελήσει να δημιουργήσει προϊόντα τα οποία θα διοχετεύονται **απευθείας** στους καταναλωτές μέσω ίδιου ή άλλων λιανέμπορων, τότε η επιχείρηση εμπίπτει στις διατάξεις του **άρθρου 25 του Υγειονομικού Κώδικα (1983)**.

Το άρθρο επιβάλλει την τήρηση ορισμένων ελάχιστων προδιαγραφών σχετικά με την διαδικασία της ίδρυσης και της μονάδας. Στην συνέχεια δίνονται οι ελάχιστοι επιβεβλημένοι χώροι, για ένα εργαστήριο δυναμικότητας 10 ατόμων.

- Παρασκευαστήριο: 50 m²
- Διαμέρισμα πλύσης: 8 m²
- Αποθήκη α' ΥΛΩΝ: 10 m²
- Αποθήκη ετοιμών: 10 m²
- Αποθήκη ειδών συσκευασίας: 7 m²
- Αποδυτήρια: 10 m²
- WC προσωπικού: 2,5 m²
- Παραλαβής α' ΥΛΗΣ: 10 m²

Το ίδιο άρθρο προβλέπει για τις απαιτήσεις των υλικών κατασκευής, τα είδη υγιεινής, καθώς και παραπομπές σε **άρθρα του ΚΤΠ** σχετικά με τα υλικά συσκευασίας, επιτρεπόμενα υλικά κλπ.

Μέρος 2- Ερευνητικό

«Η διαπίστωση της ανάγκης ανάπτυξης της μικρομεσαίας γαλακτοκομίας: Οι απόψεις των ενδιαφερόμενων»



2.1 Σκοπός- δομή και μέσα καταγραφής του ερωτηματολογίου

Η συλλογή στοιχείων και η επεξεργασία τους αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο χρήσιμο σε κάθε επιστήμονα, που αποσκοπεί στην εξαγωγή συμπερασμάτων και προτάσεων σε κάθε επιστημονικό πεδίο.

Στην παρούσα εργασία κρίθηκε σκόπιμο, να δημιουργηθεί ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο θα απευθυνόταν σε κάθε ενδιαφερόμενο (εν δυνάμει και μη) στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων.

Ο σκοπός του ερωτηματολογίου είναι:

- Καταγραφή των ικανοτήτων των ενδιαφερόμενων σχετικά με τον κλάδο
- Καταγραφή της εικόνας που οι ίδιοι έχουν για την γαλακτοκομία
- Καταγραφή της διάθεσής τους για την ενασχόληση με την γαλακτοκομία, καθώς και οι ανασταλτικοί παράγοντες που τους αποτρέπουν.

Τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα του ερωτηματολογίου θα αποτελέσουν εφελκτήριο για το τρίτο μέρος της μεταπτυχιακής διατριβής, που θα είναι η παρουσίαση ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

Το ερωτηματολόγιο⁴⁴ χωρίστηκε σε τέσσερα μέρη:

- **Γενικές ερωτήσεις:** ερωτήσεις σχετικά με δημογραφικά στοιχεία, επαγγελματική και οικογενειακή κατάσταση του ενδιαφερόμενου, ειδικότερα:
 - Όνομα ενδιαφερόμενου
 - Η καταγωγή και η σημερινή διαμονή
 - Η εκπαίδευση (δευτεροβάθμια ή τριτοβάθμια, ενιαίο ή τεχνικό λύκειο)

⁴⁴ Διατίθεται ολόκληρο το ερωτηματολόγιο στην ηλ. διεύθυνση:
<https://docs.google.com/forms/d/1bD0noyRkk3IEbi64uYz6JdJHva75aaK8e1UGeJkgl-s/viewform>

- Οικογενειακή κατάσταση (έγγαμος ή άγαμος)
- Επαγγελματική κατάσταση (άνεργος, εργαζόμενος στον κλάδο ή όχι)
- **Ειδικές ερωτήσεις** σχετικά με την ικανότητες και δεξιότητες του ενδιαφερόμενου, όπως :
 - Η προηγούμενη εμπειρία με τον κλάδο
 - Τις ικανότητες και δεξιότητες στην παραγωγή γαλακτοκομικών
- **Ειδικές ερωτήσεις** σχετικά με την αντίληψη του ενδιαφερόμενου για τα προϊόντα του κλάδου των γαλακτοκομικών, όπως
 - Την γνώση του σχετικά με το πιο προϊόν θεωρείται περισσότερο κερδοφόρο
 - Πιο προϊόν θεωρεί ότι έχει περισσότερες προοπτικές ανάπτυξης
 - Την γνώση σχετικά με τις ενισχύσεις που δίνονται
 - Την γενική αντίληψη για την κατάσταση του κλάδου (πιθανότητες εύρεσης εργασίας)
 - Την κρίση του για την υπάρχουσα βιβλιογραφία (ελληνική και ξενόγλωσση)
 - Την κρίση του για τον ρόλο των αρμόδιων αρχών στην ενημέρωση των ενδιαφερόμενων
 - Το οικονομικό κόστος μιας οικογενειακού τύπου γαλακτοκομικής μονάδας κατά την κρίση του
- **Ερωτήσεις σχετικά με τις αποφάσεις** που ενδέχεται να πάρει μελλοντικά, όπως:
 - Τη διάθεσή του να δημιουργήσει μια γαλακτοκομική μονάδα,
 - Την οικονομική του δυνατότητα γι' αυτό τον σκοπό,
 - Οι ανασταλτικοί παράγοντες (γραφειοκρατία, οικονομική δυνατότητα
 - Την επιθυμία του να συνεταιριστεί με άλλους
 - Τη διάθεσή του για τραπεζικό δανεισμό (εάν θα είχε την δυνατότητα)

Για την καταγραφή των ερωτήσεων χρησιμοποιήθηκαν ηλεκτρονικές φόρμες της GOOGLE⁴⁵, οι οποίες αποθηκεύονται αυτόματα σε λογιστικά φύλλα. Ο ιστότοπος όπου είναι διαθέσιμη η φόρμα αναφέρεται στην υποσημείωση 45 (το ερωτηματολόγιο παρατέθηκε και στα παραρτήματα της διατριβής).

Για την ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Microsoft Excell, το SPSS.20 και το Statgraphics 5.

Το δείγμα αποτέλεσαν 116 άτομα, από όλες τις περιοχές της Ελλάδας. Στο ερωτηματολόγιο συμμετείχαν άτομα με τις εξής ιδιότητες:

- Άνεργοι
- Επαγγελματίες του κλάδου

⁴⁵ <https://docs.google.com/forms/d/1bD0noyRkk3IEbi64uYz6JdJHva75aaK8e1UGeJkgl-s/viewform>

- Επαγγελματίες από άλλους κλάδους
- Κτηνοτρόφοι
- Απόφοιτοι γεωπονικών σχολών
- Απόφοιτοι σχολών εκτός γεωπονικών επιστημών
- Απόφοιτοι ενιαίου λυκείου
- Απόφοιτοι τεχνικού λυκείου
- Άτομα με καταγωγή από πόλη ή επαρχία
- Άτομα με διαμονή σε πόλη ή επαρχία
- Άτομα που ασχολούνται ή όχι με τον κλάδο

Στο δείγμα συμμετείχαν άτομα με τις παρακάτω επαγγελματικές ιδιότητες:

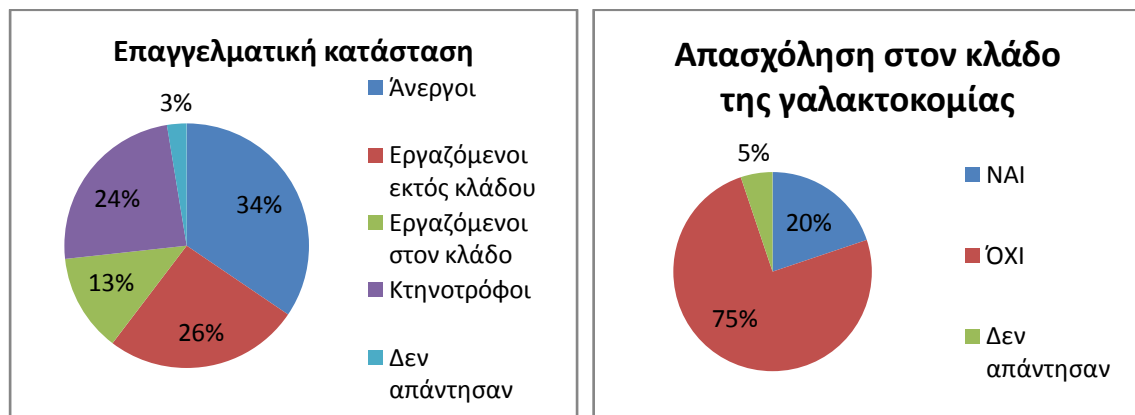
- Άνεργοι
- Επαγγελματίες του κλάδου
- Επαγγελματίες από άλλους κλάδους
- Κτηνοτρόφοι

Στην συνέχεια αναλύονται τα αποτελέσματα σε ξεχωριστά κεφάλαια.

2.2 Αποτελέσματα

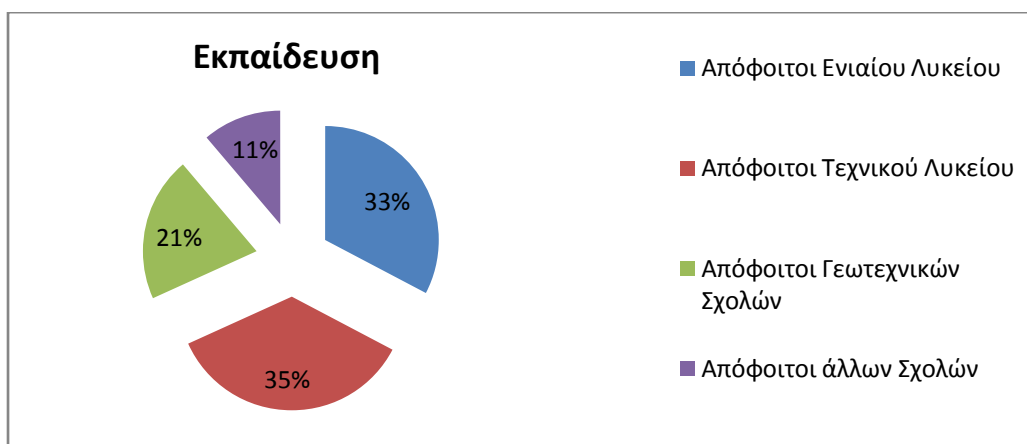
2.2.1 Σύθεση δείγματος

Στο ερωτηματολόγιο συμμετείχαν 116 άτομα. Στις παραγράφους που ακολουθούν δίνονται στοιχεία σχετικά με την επαγγελματική κατάσταση και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος.



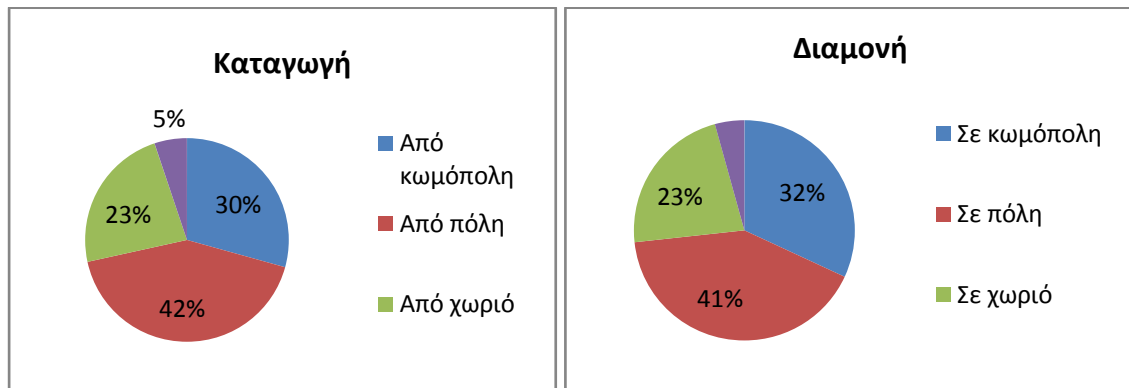
Γράφημα 2.1 (αριστερά): Κατανομή του δείγματος σε σχέση με τις επαγγελματικές ιδιότητες των ερωτηθέντων, Γράφημα 2.2 (δεξιά): Αριθμός ατόμων που απασχολούνται στον κλάδο

Από το σύνολο των ερωτηθέντων το μεγαλύτερο ποσοστό **δεν** ασχολούνται ενεργά στον κλάδο της γαλακτοκομίας, όπως αναλυτικά περιγράφεται στο γράφημα 2.1. Σχετικά με την εκπαίδευση των ατόμων έχουμε την πιο κάτω εικόνα :



Γράφημα 2.3: Κατανομή του δείγματος σε σχέση με την εκπαίδευσή τους

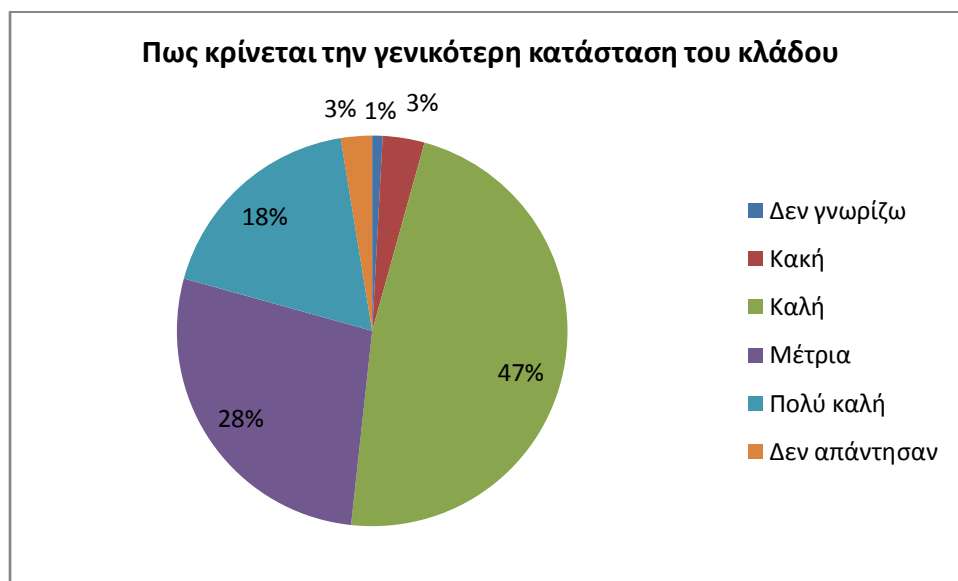
Η καταγωγή και διαμονή των ερωτηθέντων περιγράφεται στο ακόλουθο γράφημα



Γράφημα 2.4: Κατανομή του δείγματος σχετικά με την καταγωγή και τη διαμονή

2.2.2 Απόψεις για την γενική κατάσταση του κλάδου

Τα άτομα ερωτήθηκαν πως οι ίδιοι κρίνουν την κατάσταση του κλάδου των γαλακτοκομικών. Παρά την σχετικότητα της ερώτησης, κρίθηκε σκόπιμη, διότι με αυτόν των τρόπο θα μπορούσε να διαπιστωθεί η εικόνα που αντανακλά ο κλάδος, και την εν δυνάμει εμπιστοσύνη του κοινού σε αυτό. Τα αποτελέσματα ήταν ενθαρρυντικά, καθώς οι περισσότεροι θεώρησαν ότι ο κλάδος βρίσκεται σε καλή ή πολύ καλή κατάσταση.



Γράφημα 2.5: Η εντύπωση που έχει το κοινό σχετικά με την γενικότερη κατάσταση του κλάδου των γαλακτοκομικών

2.2.3 Απόψεις σχετικά με την πιθανότητα εύρεσης εργασίας

Σχετικά με την πιθανότητα εύρεσης εργασίας στον κλάδο των γαλακτοκομικών το κοινό ερωτήθηκε και έδωσε τις απαντήσεις⁴⁶:

1. Δεν γνωρίζω
2. Είναι δυσκολότερη από άλλους κλάδους
3. Είναι ευκολότερη από άλλους κλάδους
4. Είναι το ίδιο με άλλους κλάδους

Στην συνέχεια δίνονται τα αποτελέσματα όπως κατεγράφησαν:

Πιθανότητα εύρεσης εργασίας	Στο σύνολο	Άνεργοι	Εργαζόμενος εκτός κλάδο	Εργαζόμενος εντός κλάδο	Κτηνοτρόφοι
Δεν γνωρίζω	5	1	1	0	1
Δυσκολότερα από άλλους κλάδους	7	2	2	0	3
Ευκολότερα από άλλους κλάδους	35	9	6	6	14
Το ίδιο με τους άλλους κλάδους	63	21	19	8	9
Δεν απάντησαν	6	1	2	1	2
Σύνολο	116				

Πίνακας 2.1⁴⁷: Η πιθανότητα εύρεσης εργασίας βάση των απαντήσεων των ερωτώμενων (πίνακας και γράφημα)

Από το γράφημα παρατηρείται ότι οι περισσότεροι θεωρούν ότι η εύρεση εργασίας στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων, είναι ίδια με τους άλλους κλάδους ή ευκολότερη σε ποσοστό 84,4% (98/116 άτομα). Ειδικά στους κτηνοτρόφους το ποσοστό ανέρχεται στο 51,8% (14/27 άτομα). Το εύρημα αυτό έρχεται σε αντίθεση με την πραγματική κατάσταση, η οποία, όπως επισημάνθηκε στο πρώτο μέρος είναι ιδιαίτερα απογοητευτική, αφού στον κλάδο μειώθηκε η απασχόληση τα τελευταία 5 χρόνια κατά 40%

⁴⁶ Μέσα από την προεπιλεγμένες απαντήσεις στην φόρμα ερωτήσεων

⁴⁷ Το γράφημα δημιουργήθηκε με το πρόγραμμα Microsoft Excell 2007

2.2.4 Γνώσεις και δεξιότητες των ερωτώμενων

Στο ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μια ομάδα ερωτήσεων ώστε να διαπιστωθούν οι γνώσεις και οι δεξιότητες των ερωτηθέντων. Οι απαντήσεις βασίστηκαν στο τι πιστεύουν οι ίδιοι και δεν υποβλήθηκαν σε ερωτήσεις ώστε να διαπιστωθούν οι πραγματικές γνώσεις. Από τα αποτελέσματα μπορούμε να συμπεράνουμε την εντύπωση που έχουν οι διάφορες ομάδες για τον εαυτό τους. Αυτό το στοιχείο σε συνδυασμό με την κατηγορία στην οποία ανήκουν (κτηνοτρόφοι για παράδειγμα), μπορούν να μας οδηγήσουν σε συμπεράσματα σχετικά με την διάθεση αυτών να ασχοληθούν με την γαλακτοκομία.

Γνωρίζεται τον τρόπο παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων	Σύνολο	Κτηνοτρόφοι
Αρκετά	49	20
Ελάχιστα	35	2
Καθόλου	14	0
Πολύ	11	5
Δεν απάντησαν	7	1
Σύνολο	116	28
Πιστεύεται ότι έχετε τις δεξιότητες που απαιτεί ο κλάδος		
Αρκετά	55	22
Ελάχιστα	29	0
Καθόλου	11	0
Πολύ	15	6
Δεν απάντησαν	6	0
Σύνολο	116	28

Πίνακας 2.2: Γνώσεις και δεξιότητες των ερωτώμενων

Από τα δεδομένα προκύπτει το συμπέρασμα πως το 51,7% (60/116 άτομα) του συνόλου θεωρεί ότι γνωρίζουν αρκετά ή πολύ τη δημιουργία των γαλακτοκομικών προϊόντων. Το μεγάλο αυτό ποσοστό προκύπτει από το γεγονός ότι στο ερωτηματολόγιο συμμετέχουν πολλοί κτηνοτρόφοι και απόφοιτοι γεωπονικών σχολών, οι οποίοι έχουν έρθει σε επαφή κάποια στιγμή με την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Περίπου ίδια συμπεράσματα προκύπτουν και στην ερώτηση σχετικά με τις δεξιότητες που απαιτεί ο κλάδος.

Το ποσοστό των κτηνοτρόφων που απάντησαν ότι γνωρίζουν **αρκετά** ή **πολύ** για την παραγωγή των γαλακτοκομικών προϊόντων ανέρχεται στο 89,3% (25/28 άτομα). Αντίστοιχα σε ποσοστό 100% θεωρούν ότι έχουν τις απαιτούμενες δεξιότητες **αρκετά** ή **πολύ**.

2.2.5 Επιθυμία δημιουργίας γαλακτοκομικής μονάδας

Ίσως το κεντρικότερο σημείο στο ερωτηματολόγιο είναι αυτό, στο οποίο ζητείται να απαντήσουν οι ενδιαφερόμενοι, εάν θα δημιουργούσαν οι ίδιοι μια γαλακτοκομική μονάδα οικογενειακού τύπου. Η απάντηση είχε τρεις επιλογές:

- Ίσως
- Ναι
- Όχι

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται οι απαντήσεις όπως κατεγράφησαν για το σύνολο των ερωτηθέντων (116 άτομα), για τους κτηνοτρόφους (28 άτομα) και για τους ανέργους (40 άτομα).

Επιλογές	Σύνολο	Κτηνοτρόφοι	Άνεργοι
Ίσως	34	6	13
Ναι	51	18	10
Όχι	24	1	16
Δεν απάντησαν	7	3	1
Σύνολο	116	28	40

Πίνακας 2.3: Το ενδιαφέρον του κοινού για την δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι υπάρχει ένα ποσοστό 43,9% του συνόλου το οποίο θα επιθυμούσε να δημιουργήσει μια γαλακτοκομική μονάδα. Το υψηλό αυτό ποσοστό παρατηρείται λόγω της συμμετοχής στο δείγμα ατόμων που σχετίζονται με το αντικείμενο, όπως είναι οι κτηνοτρόφοι, οι ήδη εργαζόμενοι στον κλάδο, και γεωτεχνικοί.

Ακόμα πιο συντριπτικά είναι τα ευρήματα στους κτηνοτρόφους οι οποίοι σε ποσοστό 64,2% επιθυμούν να δημιουργήσουν μια μονάδα, ενώ μόλις στο 0,35% φτάνει το ποσοστό που δεν ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν. Με βάση τα παραπάνω μπορούμε εύκολα με ένα **στατιστικό έλεγχο**⁴⁸ χ^2 να διαπιστώσουμε εάν οι απαντήσεις που δοθήκαν διαφέρουν από τις αναμενόμενες, και με τι ποσοστό εμπιστοσύνης μπορούμε να ισχυριστούμε κάτι τέτοιο. Χρησιμοποιούνται οι απαντήσεις των κτηνοτρόφων και των ανέργων. Για την διαπίστωση αυτή χρησιμοποιώ τις παρακάτω υποθέσεις:

- **Μηδενική υπόθεση:** οι συχνότητες των τριών απαντήσεων **δεν είναι** διαφορετικές μεταξύ τους (αμφίπλευρος έλεγχος)
- **Εναλλακτική υπόθεση:** οι συχνότητες των τριών απαντήσεων **είναι** διαφορετικές μεταξύ τους

⁴⁸ Γίνετε καλή εφαρμογή της μεθόδου σε περιπτώσεις ποιοτικών δεδομένων

Απαντήσεις	Ίσως	Ναι	Όχι	Σύνολο
Αρ. κτηνοτρόφων	6	18	1	25*
Αναμενόμενες απαντήσεις ⁴⁹	8,33	8,33	8,33	

*3 δεν απάντησαν

$$\chi^2 = 18,33 \quad (1)$$

$$\text{Οι βαθμοί ελευθερίας } df=2 \quad (2)$$

$$\text{Και για επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας } (\alpha=0,01) \mathbf{9,21} \quad (3)$$

Προκύπτει τελικά από τα (1), (2) και (3) ότι $\chi^2=18,33>9,21$, επομένως απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση και δεχόμαστε την εναλλακτική. Δηλαδή οι συχνότητες των τριών απαντήσεων **είναι** διαφορετικές μεταξύ τους. Με άλλα λόγια μπορούμε να ισχυριστούμε, σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha=0,01$ ⁵⁰ ότι οι κτηνοτρόφοι έδωσαν απαντήσεις διαφορετικές από το αναμενόμενο, που θα ήταν 9 και στις 3 επιλογές (ίσως, ναι, όχι).

Ομοίως εργαζόμαστε για την κατηγορία των ανέργων.

Απαντήσεις	Ίσως	Ναι	Όχι	Σύνολο
Αρ. Ανέργων	13	10	16	39*
Αναμενόμενες απαντήσεις ⁵¹	13	13	13	

*1 δεν απάντησε

$$\chi^2 = 1,384 \quad (1)$$

$$\text{Οι βαθμοί ελευθερίας } df=2 \quad (2)$$

$$\text{Και για επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας } (\alpha=0,05) \mathbf{5,99} \quad (3)$$

Τελικά παρατηρείται ότι δεν μπορούμε σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,05$ (ή 95%) να υποστηρίξουμε ότι οι απαντήσεις θα διέφεραν από το αναμενόμενο. Δηλαδή δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση.

2.2.6 Κόστος δημιουργίας γαλακτοκομικής μονάδας

Σε συνέχεια της προηγούμενης παραγράφου είναι και το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας. Ρωτήθηκαν λοιπόν, ποιο πιστεύουν ότι είναι το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας οικογενειακού τύπου. Οι απαντήσεις είναι χωρισμένες σε 7 κλάσεις όπως φαίνονται πιο κάτω (σε ευρώ):

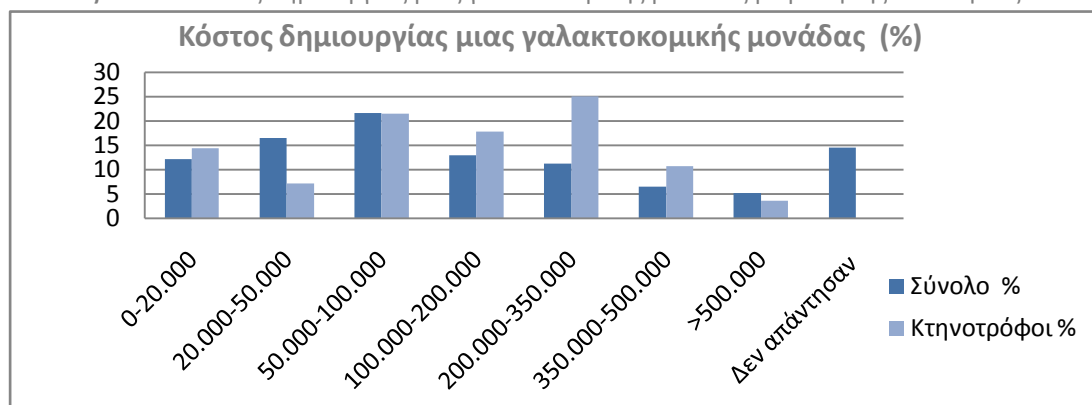
⁴⁹ Προκύπτουν από την διαίρεση του συνόλου των απαντήσεων με τον αριθμό των επιλογών

⁵⁰ Ή για πιθανότητα $1-\alpha=1-0,01=0,99$ ή 99%

- 0-20.000
- 20.000-50.000
- 50.000-100.000
- 100.000-200.000
- 200.000-350.000
- 350.000-500.000
- >500.000

Κόστος (ευρώ)	Σύνολο ⁵² (άτομα)	Σύνολο %	Κτηνοτρόφοι (άτομα)	Κτηνοτρόφοι %
0-20.000	14	12,07	4	14,3
20.000-50.000	19	16,4	2	7,1
50.000-100.000	25	21,6	6	21,5
100.000-200.000	15	12,9	5	17,8
200.000-350.000	13	11,2	7	25
350.000-500.000	7	6,4	3	10,7
>500.000	6	5,1	1	3,5
Δεν απάντησαν	17	14,5	0	0
Σύνολο	116	100	28	100

Πίνακας 2.4: Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού



Γράφημα 2.6 (από προηγούμενο πίνακα): Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού (οι απαντήσεις σε ποσοστά)

Από τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι στην ερώτηση σχετική με το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας υπάρχει σχετική σύγχυση. Αυτό οφείλεται:

- **Στην σχετικότητα της ερώτησης:** δεν καθορίζονται αυστηρά πλαίσια όπως μέγεθος μονάδας, δυναμικότητα κλπ...
- **Στην σχετική άγνοια του κοινού** για τις οικονομικές ανάγκες μιας επιχείρησης.

⁵² Στον αριθμό αυτό συμμετέχουν όλες οι κατηγορίες (μαζί με τους κτηνοτρόφους οι οποίοι αναλύονται και μόνοι τους σε διπλανή στήλη)

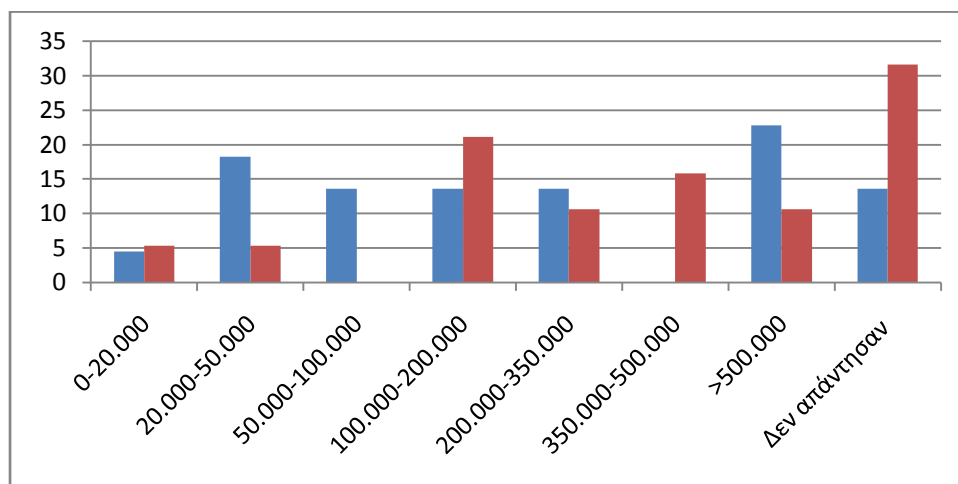
Περισσότερο ξεκάθαρο είναι το τοπίο στους κτηνοτρόφους, οι οποίου:

- Σε ποσοστό **64,5%** πιστεύουν πως μια μονάδα θα έχει κόστος δημιουργίας μεταξύ 50.000 και 350.000 ευρώ
- Μόλις το **21,4%** θεωρεί ότι θα έχει κόστος μέχρι 50.000 ευρώ, σε αντίθεση με το σύνολο (28,47%)
- Απάντηση έδωσαν όλοι οι ερωτηθέντες (είχαν όλοι άποψη)

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται οι απαντήσεις των αποφοίτων γεωπονικών σχολών, καθώς και των εργαζομένων στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων, για την ίδια ερώτηση.

	Απόφοιτοι Γεωπ. Σχολών		Εργαζόμενοι στον κλάδο	
	Απαντήσεις	%	Απαντήσεις	%
0-20.000	1	4,5	1	5,3
20.000-50.000	4	18,2	1	5,3
50.000-100.000	3	13,6	0	0
100.000-200.000	3	13,6	4	21,1
200.000-350.000	3	13,6	2	10,6
350.000-500.000	0	0	3	15,8
>500.000	5	22,7	2	10,6
Δεν απάντησαν	3	13,6	6	31,6
Σύνολο	22	100	19	100

Πίνακας 2.5 (πάνω) Γράφημα 2.7 (κάτω): Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού (απόφοιτοι γεωπονικών σχολών και εργαζόμενοι στον κλάδο των γαλακτοκομικών)



Συμπερασματικά μπορούμε να ισχυριστούμε τα εξής:

- Το 22,7% των αποφοίτων θεωρούν ότι μια μονάδα θα κόστιζε μέχρι 50.000 ευρώ. Το ποσοστό αυτό σε όσους εργάζονται στον κλάδο είναι στο 10,6%

- Το 27,2% των αποφοίτων θεωρούν ότι μια μονάδα θα κόστιζε από 100.000 μέχρι 500.000 ευρώ. Το ποσοστό αυτό σε όσους εργάζονται στον κλάδο είναι στο 37,5%.
- Γενικότερα μπορούμε να ισχυριστούμε ότι οι εργαζόμενοι στον κλάδο των γαλακτοκομικών θεωρούν ότι μια μονάδα θα κόστιζε περισσότερο σε σύγκριση με την άποψη των αποφοίτων γεωπονικών σχολών, και τούτο διότι έχουν περισσότερο επαφή με το περιβάλλον της μονάδας και τα κόστη της επιχείρησης.

Όπως παρατηρείται τα δείγματα έχουν διαφορετικό μέγεθος (22 και 19 άτομα αντίστοιχα) επομένως δεν μπορούμε εύκολα να αποφανθούμε αν τα δύο δείγματα διαφέρουν σε κάποιο επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας. Για τον λόγω αυτό θα εφαρμόσουμε τη δοκιμασία χ^2 για δύο ποιοτικές μεταβλητές.

Αρχικά ορίζονται οι υποθέσεις:

- **Μηδενική υπόθεση:** οι δυο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους.
- **Εναλλακτική υπόθεση:** οι δύο μεταβλητές είναι εξαρτημένες.

Χρησιμοποιώντας το πρόγραμμα Microsoft Excel 2007, διαπιστώνεται εύκολα εύκολα το χ^2 .

Επομένως:

$\chi^2=10,54$	(1)
Οι βαθμοί ελευθερίας $df=7$ ⁵³	(2)
Και για επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($\alpha=0,05$) 14,07	(3)

Επομένως δεχόμαστε την μηδενική υπόθεση. Δηλαδή οι απαντήσεις που έδωσαν και οι απόφοιτοι γεωπονικών σχολών και οι εργαζόμενοι στον κλάδο δεν διαφέρουν σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,05$ (ή 95%).

⁵³ Οι βαθμοί ελευθερίας για πίνακα 8x2 είναι 7 (df=7)

2.2.7 Προοπτικές εξέλιξης γαλακτοκομίας

Στο ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε μια ομάδα ερωτήσεων που είχαν ως σκοπό να διαπιστώσουν την άποψη των ενδιαφερόντων για τις προοπτικές εξέλιξης (από το 1 μέχρι το 5) του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων. Ειδικότερα ερωτήθηκαν για την προοπτική εξέλιξης των πιο κάτω κλάδων:

- Κλάδος των τυροκομικών
- Κλάδος των ζυμούμενων γαλακτοκομικών προϊόντων (γιαούρτι- οξυγάλατα0
- Άλλα προϊόντα με βάση το γάλα (κρέμα- ρυζόγαλο)

Πιο κάτω δίνονται οι σχετικές απαντήσεις:

Προοπτικές εξέλιξης	Βαθμός εξέλιξης ⁵⁴					Δεν απάντησαν	Σύνολο
	1	2	3	4	5		
Προοπτικές εξέλιξης τυροκομίας							
Σύνολο	4	45	42	14	9	2	116
Κτηνοτρόφοι	0	12	9	4	3	0	28
Επαγγελματίες ⁵⁵	0	6	6	1	2	0	15
Προοπτικές εξέλιξης ζυμούμενων προϊόντων							
Σύνολο	5	33	40	18	16	4	116
Κτηνοτρόφοι	1	10	9	3	5	0	28
Επαγγελματίες	0	4	6	2	3	0	15
Προοπτικές εξέλιξης άλλων γαλακτ. Προιν. (πχ κρέμα)							
Σύνολο	6	27	37	22	20	4	116
Κτηνοτρόφοι	2	8	10	4	3	1	28
Επαγγελματίες	0	3	3	4	5	0	15

Πίνακας 2.6: Προοπτικές εξέλιξης διάφορων κλάδων όπως καταγράφηκαν από διάφορες κατηγορίες ερωτηθέντων

Με βάση τα πιο πάνω μπορούμε να εξαγάγουμε τα εξής συμπεράσματα:

- Οι περισσότεροι αποκλείουν σχεδόν ότι **δεν** θα υπάρξει εξέλιξη στους κλάδους (μόλις το 3,4% του συνόλου το θεωρούν πιθανό στον κλάδο της τυροκομίας)

⁵⁴ Ο βαθμός εξέλιξης διαμορφώθηκε ως εξής:

1: δεν θα υπάρξει εξέλιξη, 2: θα υπάρξει πολύ μικρή εξέλιξη, 3 θα υπάρξει εξέλιξη αξιοσημείωτη, 4:θα υπάρξει μεγάλη εξέλιξη, 5:θα υπάρξει πολύ μεγάλη εξέλιξη

⁵⁵ Επαγγελματίες του κλάδου των γαλακτοκομικών (κυρίως εργαζόμενοι)

- Οι περισσότεροι θεωρούν ότι τα γαλακτοκομικά με βάση το γάλα όπως, κρέμα και ρυζόγαλο θα έχουν βαθμό εξέλιξης- ανάπτυξης (από 3-5⁵⁶)
 - 68,1% του συνόλου
 - **60,7%** των κτηνοτρόφων
 - **80%** των εργαζομένων στον κλάδο των γαλακτοκομικών
- Το ποσοστό του συνόλου που θεωρούν ότι η εξέλιξη θα είναι από καθόλου(βαθμός 1) έως πολύ μικρή (βαθμός 2), είναι:
 - 42,2% στα τυροκομικά
 - **33,6%** στο γιαούρτι (και υπόλοιπα οξυγάλατα)
 - **28,4%** στα υπόλοιπα προϊόντα με βάση το γάλα (κρέμα- ρυζόγαλο)

Με βάση τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι, συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι ο κλάδος των γαλακτοκομικών που αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια, και δεν είναι άλλος παρά εκείνο που παράγει κυρίως κρέμες και ρυζόγαλο, θεωρείται ότι θα έχει την μεγαλύτερη εξέλιξη. Αυτό διαπιστώνεται και στο σύνολο, όπου μόνο το 28,4% θεωρούν ότι θα είναι στάσιμο ή θα έχει μικρή εξέλιξη, αλλά και οι εργαζόμενοι του κλάδου θεωρούν ότι αυτός ο κλάδος θα έχει εξέλιξη αξιοσημείωτη έως πολύ μεγάλη σε ποσοστό 80%. Τα παραπάνω ευρήματα επιβεβαιώνονται και από συνεντεύξεις που έγιναν με παραγωγούς, οι οποίοι θεωρούν τα ανωτέρω προϊόντα ως τα περισσότερο κερδοφόρα και αυτά με τις περισσότερες προοπτικές ανάπτυξης.

Για την καλύτερη διερεύνηση πάνω σε αυτό το θέμα από το ερωτηματολόγιο εξάγαμε τα πιο κάτω δεδομένα, σχετικά με την επιθυμία των ερωτώμενων για δημιουργία γαλακτοκομικής μονάδας και του βαθμού εξέλιξης των κλάδων.

Βαθμολογία από 3-5 για κάθε κλάδο (προοπτική εξέλιξης)				
(%)				
Κατηγορία ερωτώμενων	Τυροκομικά προϊόντα	Γιαούρτη και οξυγάλατα	Κρέμες και ρυζόγαλα	Σύνολο (%)
Εργαζόμενοι στον κλάδο	54,5	63,6	72,7	73,3
Κτηνοτρόφοι	55,5	61,1	55,5	64,3

Πίνακας 2.7: Βαθμολογία βαθμού εξέλιξης (από 3 μέχρι 5) για κάθε κλάδο όσων ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν μια γαλακτοκομική μονάδα

Εάν προεκτείνουμε το συμπέρασμα της πρώτης παραγράφου, προσθέτοντας στοιχεία από τον πίνακα, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι από το ποσοστό εκείνων που επιθυμούν να δημιουργήσουν μια γαλακτοκομική μονάδα (73,3%των εργαζομένων στον κλάδο και 64,3% των κτηνοτρόφων), οι κτηνοτρόφοι θεωρούν ότι το γιαούρτι και τα οξυγάλατα θα έχουν μεγαλύτερη ανάπτυξη (61,1% από 3-5)ενώ οι εργαζόμενοι στον κλάδο των γαλακτοκομικών θεωρούν ότι ο κλάδος της κρέμας και του ρυζόγαλου έχει περισσότερες προοπτικές ανάπτυξης.

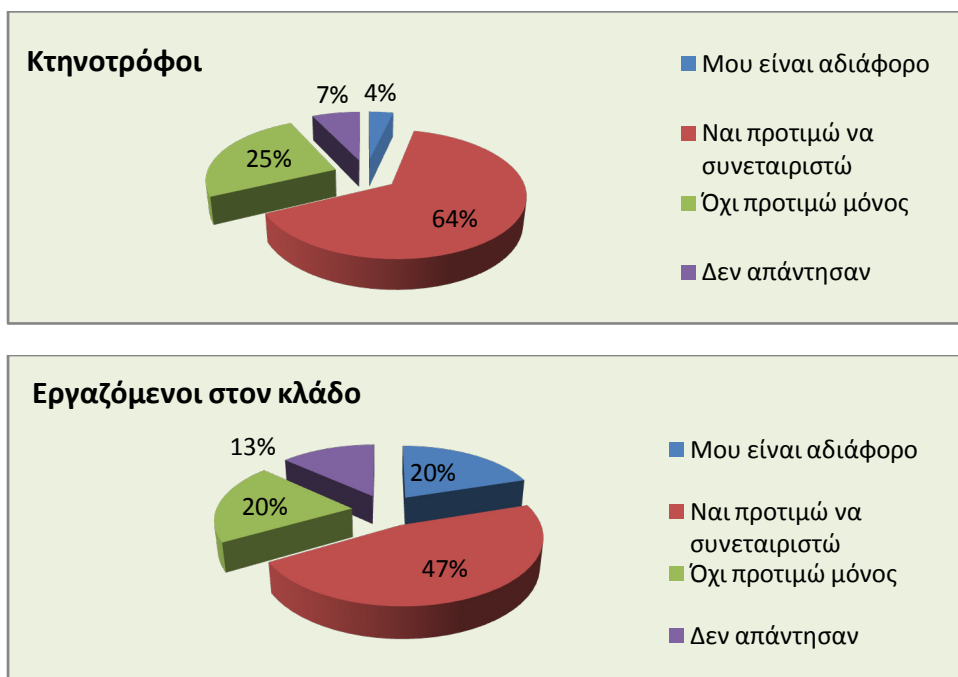
⁵⁶ Από 3: θα υπάρξει εξέλιξη αξιοσημείωτη μέχρι 5:θα υπάρξει πολύ μεγάλη εξέλιξη

2.2.8 Διάθεση για συνεταιριστική δημιουργία γαλακτοκομικής μονάδας

Στο ερωτηματολόγιο εντάχθηκε μια ερώτηση με σκοπό την διαπίστωση την διάθεσης των ερωτηθέντων, να συνεταιριστούν με άλλους ώστε να δημιουργήσουν μια γαλακτοκομική μονάδα. Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται τα δεδομένα.

Διάθεση για συνεργασία- συνεταιρισμό	Κτηνοτρόφοι		Εργαζόμενοι στον κλάδο	
	Άτομα	Ποσοστό (%)	Άτομα	Ποσοστό (%)
Μου είναι αδιάφορο	1	3,6	3	20
Ναι προτιμώ να συνεταιριστώ	18	64,2	7	46,6
Όχι προτιμώ μόνος	7	25	3	20
Δεν απάντησαν	2	7,1	2	13,3
Σύνολο	28	100	15	100

Πίνακας 2.8 (πάνω) και Γράφημα 2.8 (κάτω) : Διάθεση δημιουργίας μιας συνεταιριστικής μονάδας



Με βάση τον πίνακα προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα⁵⁷:

- Το μεγαλύτερο ποσοστό επιθυμούν να συνεταιριστούν ώστε να δημιουργήσουν μια γαλακτοκομική μονάδα σε ποσοστό
 - 64% των κτηνοτρόφων και
 - 47% των εργαζόμενων στον κλάδο
- Ένα μικρό μόνο ποσοστό επιθυμεί να δημιουργήσει μόνος του μια μονάδα
 - 25% των κτηνοτρόφων και
 - 20% των εργαζόμενων στον κλάδο

⁵⁷ Θα πρέπει να είμαστε επιφυλακτικοί στην ανάλυση σχετικά με τον δείγμα των εργαζομένων στον κλάδο των γαλακτοκομικών λόγω του μικρού μεγέθους (n=15)

Συγκρίνοντας τους δυο πληθυσμούς ως προς την επιθυμία τους να συνεταιριστούν, χρησιμοποιώντας την δοκιμασία χ^2 , προκύπτουν τα εξής:

Υποθέσεις για τους δύο πληθυσμούς:

- **Μηδενική υπόθεση:** οι απαντήσεις των 2 πληθυσμών **δεν** διαφέρουν μεταξύ τους
- **Εναλλακτική υπόθεση:** οι απαντήσεις διαφέρουν

$\chi^2 = 0,276662$	(1)
---------------------	-----

Οι βαθμοί ελευθερίας ⁵⁸ df=3	(2)
--	-----

Και για επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ($\alpha=0,05$) 7,81	(3)
--	-----

Επομένως αφού $\chi^2 = 0,276662 < 7,81$, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,05$, δεχόμαστε την μηδενική υπόθεση. Με άλλα λόγια και οι 2 πληθυσμοί επιθυμούν να συνεταιριστούν ώστε να δημιουργήσουν μια μονάδα.

⁵⁸ Για πίνακα 4x2, $df=(4-1)(2-1)=3$

2.2.9 Άποψη των ερωτώμενων σχετικά με τις πηγές πληροφόρησης

Στο ερωτηματολόγιο ενσωματώθηκαν μια σειρά από ερωτήσεις που είχαν ως σκοπό να διαπιστώσουν πως κρίνουν οι ενδιαφερόμενοι τις πηγές πληροφόρησης τόσο για την γαλακτοκομία γενικότερα όσο και για την δημιουργία μιας γαλακτοκομική μονάδας. Ειδικότερα:

- Απόψεις για την βιβλιογραφία γενικότερα (θέματα γαλακτοκομία)
- Απόψεις για την σχέση ελληνικής και ξένης βιβλιογραφία
- Απόψεις για την σχετική βιβλιογραφία για την δημιουργία μονάδας
- Απόψεις για την ενημέρωση που έχουν από τις δημόσιες αρχές

Συγκεντρωτικά πήραμε τα πιο κάτω δεδομένα:

	Γενικότερα για την γαλακτοκομία		Σχετικά με την δημιουργία μονάδας	
	Άτομα	Ποσοστό (%)	Άτομα	Ποσοστό (%)
Δεν γνωρίζω	10	8,6	10	8,6
Ελλιπείς	12	10,3	32	27,6
Ικανοποιητική	74	63,8	61	52,6
Πλήρη	15	12,9	5	12,9
Δεν απάντησαν	5	4,3	8	6,9
Σύνολο	116	100	116	100

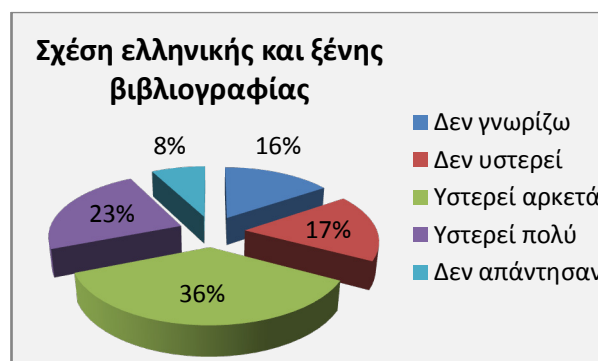
Πίνακας 2.9: Απόψεις των ερωτώμενων για την σχετική βιβλιογραφία

Με βάση τα παραπάνω προκύπτει, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό, θεωρούν ικανοποιητική την βιβλιογραφία που σχετίζεται με την γαλακτοκομία γενικότερα (63,8%), και μόνο το 10,3% θεωρεί ότι είναι ελλιπείς. Σχετικά με την βιβλιογραφία για την δημιουργία μιας μονάδας το 27,6% θεωρεί ότι είναι ελλιπείς.

Αξίζει να σημειώσουμε το γεγονός ότι το μικρό ποσοστό που δηλώνει ότι δεν γνωρίζει για το θέμα ή δεν απαντά στην ερώτηση (<20%), δικαιολογείται, διότι στο δείγμα συμμετέχουν σε μεγάλο ποσοστό κτηνοτρόφοι, γεωπόνοι και εργαζόμενοι στον κλάδο, που κατά κανόνα έχουν άποψη για το θέμα, σε αντίθεση με το γενικό σύνολο του πληθυσμού.

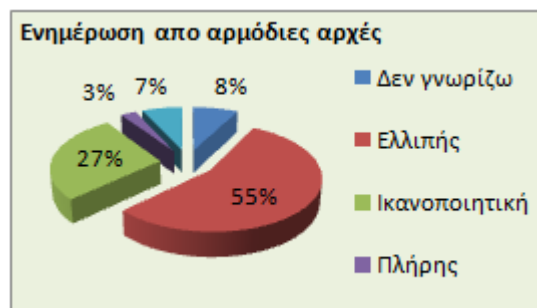
Σχετικά με την υστέρηση ή μη της ελληνικής βιβλιογραφίας σε σχέση με την ξένη οι περισσότεροι θεωρούν ότι υστερεί. Το ποσοστό αυτών που θεωρούν ότι υστερεί αρκετά ή πολύ είναι 69% (κυκλικό διάγραμμα δίπλα).

Γράφημα 2.9: Η σχέση ελληνικής και ξένης βιβλιογραφίας (διάγραμμα δεξιά)



Η ενημέρωση των ενδιαφερόμενων από τις αρμόδιες αρχές (υπουργείο, πανεπιστήμιο) θεωρείται από το σύνολο των ερωτηθέντων προβληματική. Ειδικότερα:

	Άτομα	Ποσοστό (%)
Δεν γνωρίζω	9	7,7
Ελλιπής	64	55,2
Ικανοποιητική	32	27,5
Πλήρης	3	2,6
Δεν απάντησαν	8	6,9
Σύνολο	116	100



Πίνακας 2.10 (αριστερά) και γράφημα 2.12 (δεξιά): Η αξιολόγηση της ενημέρωσης των ενδιαφερόμενων από τους αρμόδιους φορείς

Από τα δεδομένα του πίνακα συμπεραίνουμε ότι το 55,2%, θεωρούν ότι η ενημέρωση είναι ελλιπής, και το 27,5% ικανοποιητική. Μόλις το 2,6% θεωρούν την ενημέρωση πλήρης, επομένως είναι επιτακτική η προσπάθεια ενημέρωσης του κοινού σχετικά με την γνώση για την δημιουργία μιας μονάδας.

2.2.10 Δημιουργία γαλακτοκομικής μονάδας και τραπεζικός δανεισμός

Ένα ενδιαφέρον στοιχείο είναι το κατά πόσο, οι ενδιαφερόμενοι θα χρησιμοποιούσαν τον τραπεζικό δανεισμό προκειμένου να επιχειρήσουν στον κλάδο της γαλακτοκομίας. Στην ερώτηση αυτή υπήρχαν οι εξής επιλογές:

- Ναι
- Όχι
- Ναι αλλά με επιφυλάξεις

Τα δεδομένα δίνονται στον πιο κάτω πίνακα, για το σύνολο των ερωτώμενων και για τους κτηνοτρόφους. Οι απαντήσεις είναι επί των ατόμων που απάντησαν θετικά στη δημιουργία μονάδας⁵⁹ και όχι εκείνων που δεν ενδιαφέρονται.

	Σύνολο		Κτηνοτρόφοι	
	Άτομα	%	Άτομα	%
Ναι	9	13,8	3	12,5
Όχι	11	12,9	1	4,2
Ναι αλλά με επιφυλάξεις	65	76,4	20	83,3
Σύνολο	85	100	24	100

Πίνακας 2.11: Άτομα που δήλωσαν εάν θα χρησιμοποιούσαν ή όχι το τραπεζικό δανεισμό στη δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας

⁵⁹ Αυτοί που έδωσαν απάντηση «ναι» ή «ίσως» στην προοπτική δημιουργίας μονάδας

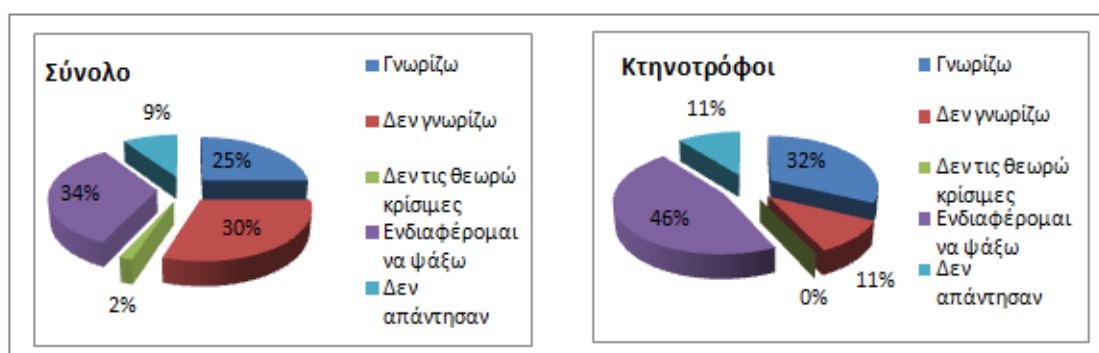
Μελετώντας τον πίνακα, συμπεραίνουμε ότι υπάρχει έντονη επιφύλαξη στην απόφαση για τραπεζικό δανεισμό. Μόλις το 13,8% του συνόλου και το 12,5 των κτηνοτρόφων θα προχωρούσαν ανεπιφύλακτα σε δανεισμό. Το 76,5% του συνόλου θα δανειζόταν αλλά με επιφυλάξεις. Το ποσοστό αυτό ανεβαίνει ακόμα περισσότερο στους κτηνοτρόφους, οι οποίοι θα δανειζόντουσαν με επιφυλάξεις, σε ποσοστό 83,3%.

2.2.11 Η γνώση σχετικά με τα προγράμματα υποστήριξης των νέων επιχειρήσεων όπως το ΕΣΠΑ

Ένα άλλο σχετικό ερώτημα που τέθηκε στο ερωτηματολόγιο ήταν για την πληροφόρηση που έχουν οι ενδιαφερόμενοι για τα προγράμματα όπως το ΕΣΠΑ. Τα δεδομένα των απαντήσεων δίνονται πιο κάτω:

	Σύνολο		Κτηνοτρόφοι	
	Άτομα	%	Άτομα	%
Γνωρίζω	29	25	9	32,1
Δεν γνωρίζω	35	30,2	3	10,7
Δεν τις θεωρώ κρίσιμες	2	1,7	0	0
Ενδιαφέρομαι να ψάξω	39	33,6	13	46,4
Δεν απάντησαν	11	9,5	3	10,7
Σύνολο	116	100	28	100

Πίνακας 2.12 (πάνω), γράφημα 2.13 (κάτω): Πληροφόρηση σχετικά με τα προγράμματα στήριξης των επιχειρήσεων (ΕΣΠΑ)



Από τα δεδομένα προκύπτει ότι:

- Οι κτηνοτρόφοι, γενικότερα, θεωρούν ότι είναι περισσότερο ενημερωμένοι από το υπόλοιπο σύνολο (32,1%)
- Ένα μεγάλο ποσοστό κτηνοτρόφων που δεν γνωρίζουν, ενδιαφέρονται να μάθουν (46,4%)
- Και τα δυο σύνολα (κτηνοτρόφοι και το σύνολο) θεωρούν ότι οι τα προγράμματα αυτά είναι κρίσιμα για την εξέλιξη της επιχείρησης

2.2.12 Κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες για την δημιουργία μιας μονάδας

Ένα κρίσιμο μέγεθος θεωρήθηκαν οι ανασταλτικοί προάγοντες για την δημιουργία μιας μονάδας, και τούτο διότι σε αυτά θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία στην συνέχεια της διατριβής. Στον πιο κάτω πίνακα δίνονται τα δεδομένα που κατεγράφησαν.

Ο ερωτώμενος απαντούσε μέσα από μια σειρά απαντήσεων πολλαπλής επιλογής:

- Γραφειοκρατία (η γενικότερη δυσκολία ίδρυσης και λειτουργίας μια μονάδας)
- Δεν έχω ανασταλτικούς παράγοντες
- Η αδυναμία τραπεζικού δανεισμού
- Η οικονομική αδυναμία από την πλευρά μου (δεν έχω τα χρήματα)
- Η πεποίθηση ότι δεν θα μπορώ να αντεπεξέλθω στις απαιτήσεις του εγχειρήματος

	Σύνολο ⁶⁰	
	Άτομα	%
Γραφειοκρατία	6	5,2
Δεν έχω ανασταλτικούς παράγοντες	1	0,8
Η αδυναμία τραπεζικού δανεισμού	5	4,3
Η οικονομική αδυναμία από πλευράς μου	88	75,9
Δεν έχω τις ικανότητες ⁶¹	7	6
Δεν απάντησαν	9	7,8
Σύνολο	116	100



Πίνακας 2.13 (αριστερά), γράφημα 2.14 (δεξιά): Κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες στην δημιουργία γαλακτοκομικής μονάδας

Από τον πίνακα και το διάγραμμα γίνεται φανερό πως ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας για την δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας είναι το οικονομικό (75,9%). Δηλαδή οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι δεν έχουν τα απαραίτητα χρήματα.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι στην απάντηση που έδωσαν ότι «δεν έχουν τις απαιτούμενες ικανότητες», το μικρό ποσοστό (7,8%) δικαιολογείται από το γεγονός ότι το δείγμα αποτελείται από άτομα σχετικά με τον κλάδο, σε μεγάλο ποσοστό⁶² (κτηνοτρόφοι, επαγγελματίες, γεωπόνοι)

⁶⁰ Τα στοιχεία αναφέρονται επί του συνόλου των ερωτώμενων (116 άτομα)

⁶¹ Ακριβή διατύπωση ερωτήματος: «η πεποίθηση ότι δεν θα μπορώ να αντεπεξέλθω στις απαιτήσεις του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων»

⁶² Βλέπε παράγραφο 3.3: κατανομή του δείγματος σε βασικές κατηγορίες

3. Γενικά συμπεράσματα ερευνητικού μέρους

Πιο κάτω δίνονται συγκεντρωτικά τα συμπεράσματα του ερευνητικού μέρους:

1. Το δείγμα από το οποίο προήλθε η ανάλυση αποτελούνταν από
 - Ανέργους (34%)
 - Επαγγελματίες σε διαφορετικούς κλάδους (26%)
 - Επαγγελματίες στην γαλακτοκομία (13%) } 37%
 - Κτηνοτρόφους (24%) }
2. Το 25% του συνόλου απασχολούνται ήδη στην γαλακτοκομία
3. Το 65% του συνόλου θεωρούν καλή ή πολύ καλή την κατάσταση στον κλάδο των γαλακτοκομικών, ενώ το 28% θεωρούν μέτρια την κατάσταση
4. Το 51,8% των κτηνοτρόφων θεωρούν ευκολότερη ή ίδια με άλλους κλάδους την εύρεση εργασίας στον συγκεκριμένο κλάδο
5. Το 89,3% των κτηνοτρόφων θεωρούν ότι έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις που απαιτούνται για την γαλακτοκομία
6. Το 43,9% του συνόλου απάντησαν πως είναι θετικοί στην δημιουργία μιας οικογενειακής γαλακτοκομικής μονάδας, ενώ το ποσοστό των κτηνοτρόφων ανέρχεται στο 64,2%. Για το πιο πάνω ποσοστό μπορούμε να ισχυριστούμε σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,01$ ότι διαφέρει από το αναμενόμενο. Δηλαδή οι κτηνοτρόφοι επιθυμούν να δημιουργήσουν μια μονάδα
7. Σε ποσοστό 64,5%, οι κτηνοτρόφοι πιστεύουν πως μια μονάδα θα έχει κόστος δημιουργίας μεταξύ 50.000 και 350.000 ευρώ. Για το ίδιο ερώτημα οι απόφοιτοι γεωπονικών σχολών φτάνουν στο 40,8%, ενώ οι εργαζόμενοι στον κλάδο στο 31,7%. Σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,05$ δεν μπορούμε να πούμε ότι οι απαντήσεις αυτών διέφεραν ουσιωδώς (απόφοιτοι και εργαζόμενοι στον κλάδο).
8. Από τις απαντήσεις των ερωτώμενων προκύπτει ότι το οι περισσότεροι θεωρούν ότι από τα γαλακτοκομικά προϊόντα, εκείνα που έχουν ως βάση το γάλα (κρέμες, ρυζόγαλα κλπ), θα έχουν μεγαλύτερα περιθώρια ανάπτυξης στο μέλλον
9. Το 64% των κτηνοτρόφων είναι θετικοί στο να συνεταιριστούν στην δημιουργία μιας μονάδας. Το ίδιο μπορούμε να πούμε και για τους εργαζόμενους στον κλάδο, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=0,05$
10. Οι περισσότεροι (επί του συνόλου) θεωρούν ικανοποιητική την ενημέρωση που λαμβάνουν από το internet σχετικά με την γαλακτοκομία γενικά (63,8%), ενώ σε ποσοστό 52,6% για την δημιουργία μιας μονάδας. **Το 55% θεωρεί**

ελλιπής την πληροφόρηση από τις αρμόδιες αρχές για την δημιουργία μιας μονάδας

11. Το 76,5 αυτών που ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν μια γαλακτοκομική μονάδα θα ήταν θετικό στον τραπεζικό δανεισμό ή θα είχαν επιφυλάξεις .
12. Το 46,4% των κτηνοτρόφων ενδιαφέρονται να μάθουν για τα προγράμματα στήριξης των νέων επιχειρήσεων (όπως το ΕΣΠΑ)
13. **Οι κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες που αποτρέπουν την δημιουργία μιας μονάδας είναι οι οικονομικοί λόγοι, σε ποσοστό 75,9%.**

Μέρος 3- Παρουσίαση Επιχειρηματικού Σχεδίου

Μικρής γαλακτοκομικής μονάδας



*Εικόνα: Η παραγωγή και η πώληση τυροκομικών στην Γαλλία στον ίδιο χώρο είναι συνηθισμένη
(πηγή: <http://fr.forwallpaper.com>)*

3.1 Εισαγωγή

Με αφορμή τα συμπεράσματα της προηγούμενης ενότητας, καθώς και το γενικό κλίμα που επικρατεί γύρο από την επιθυμία δημιουργίας μικρών γαλακτοκομικών μονάδων, από νέους αγρότες και μη, αποτέλεσαν εφελτήριο στην παρούσα εργασία ώστε να παρουσιαστεί μια περίπτωση («case study») μιας γαλακτοκομικής μονάδας.

Η παρουσίαση ακολουθεί την εξής δομή:

- Στοιχεία σχετικά με την ταυτότητα της επιχείρησης
- Οργανόγραμμα επιχείρησης, στελέχωση και μισθοδοσία
- Παραγόμενα προϊόντα
- Πρώτες και βοηθητικές ύλες
- Εξοπλισμός- Υποδομή
- Διάγραμμα παραγωγής των προϊόντων
- Ποιοτικός έλεγχος
- Ανάλυση εξωτερικού και μικροπεριβάλλοντος
- Ανάλυση SWOT
- Τμηματοποίηση της αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος
- Στρατηγικές της επιχείρησης
- Μίγμα μάρκετινγκ
- Χρονοδιαγράμματα υλοποίησης της επιχείρησης
- Προϋπολογισμός επένδυσης
- Πηγές χρηματοδότησης
- Απόσβεση επενδεδιμένων κεφαλαίων
- Παρουσίαση μονάδας 3D

3.2 Στοιχεία σχετικά με την ταυτότητα της επιχείρησης

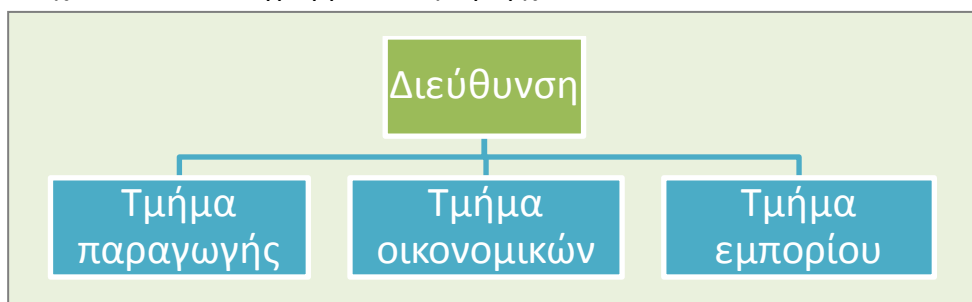
Η ταυτότητα της επιχείρησης περιγράφεται πιο κάτω :

Στοιχεία επιχείρησης	
Νομική μορφή	Ο.Ε.
Επωνυμία	«Γαλακτοκομική»
Έδρα	Κύμη Ευβοίας
Τηλέφωνο- Φαξ	Τηλεφωνικό κέντρο
Website	Ιστοσελίδα επιχείρησης
e-mail	e-mail επιχείρησης
Κλάδος	155.1: Λειτουργία γαλακτοκομείου και τυροκομείου
Προϊόντα	Γιαούρτη, κρέμα γάλακτος, κεφαλοτύρι,

Πίνακας 3.1: Βασικά στοιχεία της επιχείρησης

3.3 Οργανόγραμμα επιχείρησης, ανθρώπινο δυναμικό, αρμοδιότητες και μισθοδοσία

Βασικό στοιχείο είναι το μικρό και ευέλικτο σύστημα διαχείρισης της επιχείρησης. Στην συνέχεια δίνεται διαγραμματικά η ιεραρχία:



Διάγραμμα 3.1: Οργανόγραμμα επιχείρησης

Η στελέχωση με το προσωπικό περιγράφεται στον ακόλουθο πίνακα:

Θέση	Απασχολούμενοι	Προσόντα	Προϋπηρεσία (έτη)
Διεύθυνση παραγωγής	1	Α.Ε.Ι ή Τ.Ε.Ι (τεχν. Τροφ.)	Μεγαλύτερη από 3
Τυροκόμοι	2	Τεχνική εκπαίδευση	Μεγαλύτερη από 3
Οδηγοί	1	Επαγγελματικό δίπλωμα	Μεγαλύτερη από 3
Καθαρίστρια	1		
Σύνολο	5		

Πίνακας 3.2: Οι απασχολούμενοι στην επιχείρησης και η θέση τους

Η επιχείρηση λόγω μικρού μεγέθους δεν θα διαθέτει μόνιμο λογιστή αλλά θα συνεργάζεται συστηματικά με φοροτεχνικό γραφείο. Το ίδιο θα συμβαίνει και για νομικά θέματα, όπου θα συνεργάζεται σε μόνιμη βάση με δικηγορικό γραφείο. Η επικοινωνία θα γίνεται με τον **γενικό διευθυντή** της μονάδας. Οι αυξημένες αρμοδιότητες του γενικού διευθυντή, απαιτούν μεγάλη εμπειρία στον κλάδο των

γαλακτοκομικών (πάνω από 5 έτη), μεγάλη γνώση του αντικειμένου, και ευρύ φάσμα γνώσεων για την μονάδα, τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά.

Λόγω μικρού μεγέθους, ο γενικός διευθυντής θα ασκεί και τα καθήκοντα του διευθυντή παραγωγής, και διευθυντή πωλήσεων. Πιο κάτω δίνονται οι αρμοδιότητες κάθε θέσεις. Σημειώνεται ότι μελλοντικά την θέση του διευθυντή παραγωγής θα μπορεί να την καλύψει κάποιος τεχνολόγος τροφίμων.

Γενικός διευθυντής	Αρμοδιότητες
Γενικά καθήκοντα	<ul style="list-style-type: none"> • Καθορισμός στόχων • Συντονισμός και έλεγχος όλων των τμημάτων • Καθορισμό της μισθοδοσία- μόνους • Διεκπεραίωση υποθέσεων με τρίτους φορείς (κράτος, τράπεζες) • Προαγωγή της αρμονικής συνεργασία του προσωπικού • Τμηματοποίηση της αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος • Παρακολούθηση της αγοράς (εξελίξεις- τάσεις) και της φορολογικής νομοθεσίας
Οικονομικά θέματα	<ul style="list-style-type: none"> • Κατάρτιση προϋπολογισμού • Έλεγχος και τήρηση προϋπολογισμού • Επικοινωνία με το συνεργαζόμενο φοροτεχνικό γραφείο • Κοστολόγηση
Νομικά θέματα	<ul style="list-style-type: none"> • Νόμιμος εκπρόσωπος της επιχείρησης έναντι τρίτων • Επικοινωνία με εξωτερικό νομικό συνεργάτη (νομικές υποθέσεις, σύναψη συμβολαίων)
Μάρκετινγκ⁶³	<ul style="list-style-type: none"> • Στρατηγική προϊόντος: <ul style="list-style-type: none"> ○ Έλεγχος κύκλου ζωής των προϊόντων ○ Εισαγωγή νέων προϊόντων ○ Διαχωρισμός προϊόντων B2B & B2C • Στρατηγική τιμολόγησης <ul style="list-style-type: none"> ○ Καθορισμός τιμοκαταλόγου ○ Γενική στρατηγική για την είσοδο του προϊόντος στην αγορά • Στρατηγική συστήματος διανομής <ul style="list-style-type: none"> ○ Δημιουργία- διατήρηση και ανάπτυξη του δικτύου διανομής (ανταγωνιστές) • Στρατηγική επικοινωνίας και προβολής <ul style="list-style-type: none"> ○ Δημόσιες σχέσεις ○ Προβολή της επιχείρησης (διαφήμιση- ιστοσελίδα)

Πίνακας 3.3: Οι αρμοδιότητες του γενικού διευθυντή

⁶³ Οι στρατηγικές μάρκετινγκ θα αναλυθούν σε επόμενα κεφάλαια αναλυτικά

Διευθυντής παραγωγής	Αρμοδιότητες
Γενικά καθήκοντα	<ul style="list-style-type: none"> • Αρμονική συνεργασία με τους τυροκόμους • Δημιουργία αποδοτικού ωραρίου των τυροκόμων • Εκπαίδευση νέων υπαλλήλων/ πρακτική άσκηση
Πρώτες ύλες	<ul style="list-style-type: none"> • Παραλαβή γάλατος • Παραλαβή πρώτων υλών • Οπτικός έλεγχος των πρώτων υλών • Επισκέψεις στους παραγωγούς για άμεση
Γραμμή παραγωγής	<ul style="list-style-type: none"> • Οργάνωση της παραγωγής • Χρονοδιαγράμματα της παραγωγικής διαδικασίας • Τακτικός έλεγχος του μηχανολογικού εξοπλισμού • Βασικοί ποιοτικοί έλεγχοι
Ποιοτικός έλεγχος	<ul style="list-style-type: none"> • Συνεργασία με διαπιστευμένα εργαστήρια ποιοτικού ελέγχου για απαραίτητους ελέγχους (π.χ. ΕΛΟΓΑΚ)

Πίνακας 3.4: Οι αρμοδιότητες του διευθυντή παραγωγής

Από τα πιο σημαντικά τμήματα της επιχείρησης είναι αυτή των πωλήσεων, και αυτό διότι μέσω του **πωλητή** μπορεί να διατηρηθεί και να αναπτυχθεί το δίκτυο πωλήσεων με άμεσο αποτέλεσμα την αύξηση των κερδών. Επίσης ο πωλητής είναι ο εκπρόσωπος της επιχείρησης στους πελάτες, ο οποίος θα πρέπει να «πείσει για τα προϊόντα» του ή να ανατρέψει τις δυσμενείς απόψεις των πελατών για τα προϊόντα. Στον ακόλουθο πίνακα δίνονται οι βασικές του αρμοδιότητες.

Πωλητής	Αρμοδιότητες
Γενικά καθήκοντα	<ul style="list-style-type: none"> • Επισκέψεις στο προμηθευτές • Επισκέψεις τακτικές στους πελάτες B2B • Επισκέψεις τακτικές στους μεσάζοντες • Συνεργασία με τα υπόλοιπα τμήματα της επιχείρησης • Συνεργασία άμεση με τον οδηγό για καθορισμό χρονοδιαγραμμάτων παραλαβής και αποστολής προϊόντων (Logistics)
Πωλήσεις	<ul style="list-style-type: none"> • Συνεργασία με τον γενικό διευθυντή • Έρευνα αγοράς • Υλοποίηση των στρατηγικών μάρκετινγκ που διαμορφώθηκαν με τον γενικό διευθυντή • Διατήρηση και ανάπτυξη του δικτύου διανομής • Συνεργασία με μεσάζοντες • Καθήκοντα δημοσίων σχέσεων • Προβολή της επιχείρησης σε τρίτους

Πίνακας 3.5: Οι αρμοδιότητες του πωλητή της επιχείρησης

Η εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης εξαρτάται άμεσα από τις ικανότητες των τυροκόμων, οι οποίοι επωμίζονται όλη την παραγωγή. Χωρίς αυτούς δεν θα μπορούσε να λειτουργεί η επιχείρηση. Ενώ, στα περισσότερα επιχειρηματικά σχέδια δίνεται

μεγάλη σημασία στο «**ανώτερο ιεραρχικά προσωπικό**», τόσο στις σπουδές όσο και την προϋπηρεσία, δεν συμβαίνει το ίδιο με το «**κατώτερο ιεραρχικά προσωπικό**». Η εμπειρία έχει δείξει ότι η σωστή επιλογή των τυροκόμων, η καλή ανταμοιβή τους, η αναγνώριση τους στο εργασιακό περιβάλλον, επιφέρει πολλαπλά ωφέλει στην επιχείρηση (υπόθεση επιχείρησης *Piscines Ideals*⁶⁴). Εκτός αυτών, λόγω του μικρού μεγέθους της επιχείρησης, θα ζητηθεί πολλές φορές να γίνουν υπερβάσεις από τους εργαζόμενους, όπως υπερορίες, οι οποίες δεν θα γίνουν δεκτές από προσωπικό, το οποίο δεν είναι ευχαριστημένο από το εργασιακό περιβάλλον.

Στον πίνακα δίνεται η μισθοδοσία της επιχείρησης. Γενικότερα οι μισθοί είναι ελαφρός μεγαλύτεροι από τους επίσημους κατώτερους μισθούς. Αυτό αποφασίζεται, ώστε να δημιουργηθεί μια κουλτούρα εμπιστοσύνης ανάμεσα στην επιχείρηση και στους υπαλλήλους. Η επιχείρηση πρέπει γενικότερα να ακολουθεί μια σύγχρονη μορφή διοίκησης προσανατολισμένη στους ανθρώπινους πόρους, η οποία θα ενισχύει και θα επιβραβεύει την υπεραξία του προσωπικού⁶⁵. Ο εργαζόμενος που αντιλαμβάνεται ότι η επιχείρηση τον ανταμείβει για αυτά που προσφέρει:

- προλαμβάνει δυσάρεστες καταστάσεις στην παραγωγή
- διαφημίζει το προϊόν σε τρίτους
- αποδέχεται να στηρίξει την επιχείρηση σε δύσκολες καταστάσεις
- καταναλώνει από την επιχείρηση και προωθεί τα προϊόντα σε τρίτους
- δημιουργεί θετικό κλίμα σε πελάτες⁶⁶
- η δυσφήμιση που θα προκληθεί στο αγοραστικό κοινό από την πληροφορία ότι οι εργαζόμενοι είναι δυσαρεστημένοι θα είναι πολλαπλά δυσμενέστερη από το κόστος της, διότι και οι πελάτες είναι εργαζόμενοι σε άλλες επιχειρήσεις και ταυτίζονται με «κάθε υπάλληλο»

Για τον υπολογισμό των μισθών λαμβάνονται υπόψη οι επικροτούσες νομικές συνθήκες κατά το χρόνο διεκπεραίωσης της εργασίας. Στον καθορισμό του μισθού λαμβάνεται υπόψη εκτός από την ΣΣΕ, **οι κλαδικές συμβάσεις και οι τριετίες**. Τα λοιπά επιδόματα (γάμου, τέκνου, κ.λπ.) θα προστίθενται ανάλογα στους εργαζόμενους.

⁶⁴ Μελετώντας την περίπτωση της συγκεκριμένης επιχείρησης απεδείχθη ότι οι ευχαριστημένοι υπάλληλοι μέσω οικονομικών κινήτρων (μπόνους και επιπλέον οικονομικές ενισχύσεις) όχι μόνο δεν μείωσαν τις οικονομικές αποδόσεις της επιχείρησης αλλά τις αύξησαν (πηγή: Η συνέντευξη του Διευθύνοντα Συμβούλου Στέλιου Σταυρίδη στις 7/9/2007, η ιστοσελίδα της εταιρίας www.ideales.gr και το άρθρο του Χρ. Ιωάννου στην Ελευθεροτυπία 18/2/2007)

⁶⁵ Βάσει του διοικητικού πλέγματος Blake & Mouton μπορούμε να πούμε ότι το Μάνατζμεντ της εν λόγω επιχείρησης πρέπει να τοποθετηθεί στο πλέγμα ηγεσίας στην «**διοίκηση ομάδων**», δηλαδή στην μέγιστη ικανοποίηση του προσωπικού αλλά και την μέγιστο ενδιαφέρον για την παραγωγή. (πηγή: Katherine Miller, Οργάνωση και Επικοινωνία, εκδόσεις Δίαυλος, σελ. 86-88.

⁶⁶ Οι πελάτες που γνωρίζουν ότι οι υπάλληλοι είναι ευχαριστημένοι επιβραβεύουν την επιχείρηση στηρίζοντάς την, αγοράζοντας τα προϊόντα της και διαφημίζοντας την.

Θέση	Άτομα	Ελάχιστος μισθός (€)	Καταβληθέν μισθός (€)	Σύνολο (€)
Διευθυντής Παραγωγής	1	1330,27	1400,00	1400,00
Τυροκόμος	2	644,69	700,00	1.400,00
Οδηγός	1	920,00	960,00	960,00
Καθαρίστρια	1	644,00	700,00	700,00
Σύνολο	5			4.460,00

Πίνακας 3.6: Η μισθοδοσία της επιχείρησης

Όπως παρατηρείται από τον πιο πάνω πίνακα το συνολικό κόστος της μισθοδοσίας είναι 4.460 ευρώ μηνιαίως. Η μηνιαία επιβάρυνση, της επιπλέον του βασικού μισθού καταβολή είναι 277 ευρώ μηνιαίως. Τα σύνολο της μισθοδοσίας ανά έτος είναι **62.440 ευρώ** (14 μισθοί ετησίως).

Η επιχείρηση θα λειτουργεί 5 ημέρες την εβδομάδα, σε 8ωρη βάση. Το ωράριο αυτό θα το ακολουθούν όλοι οι υπάλληλοι. Οι τυχόν υπερωρίες θα προστίθενται στην μισθοδοσία.

3.4 Παραγόμενα προϊόντα

Η επιχείρηση επιλέγει να παράγει 4 σειρές προϊόντων με συνολικά 8 κωδικούς, όπου στην συνέχεια περιγράφονται:

- **Γιαούρτη πρόβειο παραδοσιακό**
 - Πλαστικοί περιέκτες 200 g
 - Περιέκτες (πήλινα) 900 g
- **Τυριά**
 - Κεφαλοτύρι συσκευασία κεφαλιού 5 kg (B2B, B2C)
 - Μυζήθρα
- **Ρυζόγαλο**
 - Απλό σε περιέκτες 200 g
 - Με γεύση σε περιέκτες 200 g
- **Κρέμα**
 - Πλαστικοί περιέκτες 200 g

3.5 Περιγραφή προϊόντων⁶⁷ (ΚΤΠ)

3.5.1 Γιαούρτι παραδοσιακό πρόβειο⁶⁸

«Γιαούρτι (πλήρες ή, κατά περίπτωση, Ημιαποβουτυρωμένο)... (όνομα ζώου)» χαρακτηρίζεται το προϊόν, το οποίο προκύπτει μετά από πήξη αποκλειστικά και μόνο νωπού γάλακτος και αντίστοιχης προς την ονομασία φύσης και προέλευσης, με την επίδραση καλλιέργειας ζύμης που προκαλεί ειδική γι' αυτό ζύμωση. Το γιαούρτι πρέπει να περιέχει λίπος και στερεό υπόλειμμα άνευ λίπους (ΣΥΑΛ) σε ποσοστό ανώτερο κατά 10% τουλάχιστον από τα όρια που καθορίζονται στο άρθρο 80 (παράγραφος 3) των αντίστοιχων ειδών γάλακτος, από τα οποία παρασκευαστικέ αυτό. Εκτός από τα είδη γάλακτος που περιλαμβάνονται στο άρθρο 80 (παράγραφος 3), επιτρέπεται η Παρασκευή πλήρους γιαουρτιού από μίγμα ίσων μερών νωπού γάλακτος αγελάδας και βουβάλου ή προβάτου

Η Παρασκευή «ημιαποβουτυρωμένου» γιαουρτιού επιτρέπεται αποκλειστικά και μόνο από ημιαποβουτυρωμένο γάλα προβάτου ή από ημιαποβουτυρωμένο γάλα βουβάλου (ΚΤΠ, άρθρο 82, παρ. 1).

3.5.2 Γιαούρτι αγελάδος (ΚΤΠ άρθ. 82-3)

«Γιαούρτι από Αγνό Γάλα Αγελάδος περιεκτικότητας σε λίπος 5% και άνω» χαρακτηρίζεται το γιαούρτι που παρασκευάζεται αποκλειστικά και μόνο από νωπό ή κατεψυγμένο γάλα αγελάδας, το οποίο έχει υποστεί προηγούμενα συμπύκνωση με βρασμό έτσι ώστε το τελικό προϊόν να περιέχει λίπος σε ποσοστό τουλάχιστον 5%. Απαγορεύεται, σαν παραπλανητική, η χρήση κάποιας άλλης επωνυμίας ή φράσης (π.χ. Γιαούρτι Σπέσιαλ, Έξτρα κ.λπ), ή και τοπωνυμίας (π.χ. Γιαούρτι Μανωλάδας κ.λπ) μόνης ή αναγραμμένης στην συσκευασία, κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να κυριαρχεί της υποχρεωτικής ένδειξης που αναφέρεται πιο πάνω.

3.5.3 Προδιαγραφές γιαουρτιού βάσει ΚΤΠ (άρθρο 82, παρ. 6)

Το γιαούρτι κάθε είδους όταν έρχεται στην κατανάλωση πρέπει να πληροί τους πιο κάτω όρους:

α) Να είναι συμπαγές, όχι πορώδες και η επιφάνεια της μάζας, εκτός από τον υμένα, να εμφανίζει την όψη αλάβαστρου.

⁶⁷ Η περιγραφή των προϊόντων βασίζεται στην ισχύουσα νομοθεσία όπως περιγράφεται στον **Κώδικα Τροφίμων και Ποτών**, τελευταίας έκδοσης, που παρουσιάζεται από το Γενικό Χημείο του Κράτους (<http://www.gcsf.gr/>)

⁶⁸ Πηγή ΚΤΠ: Κεφάλαιο ΙΧ (Γάλα, αυγά και προϊόντα από αυτά), Κεφ. 82 (Γιαούρτι 2009)

β) Το γιαούρτι που πωλείται σε δοχεία πρέπει να καλύπτεται πάντα με φύλλο από αδιάβροχο χαρτί ή άλλα από τα επιτρεπόμενα είδη.

γ) Απαγορεύεται η πώληση γιαουρτιού που έχει αντιληπτό ίζημα. Σε περίπτωση, που κατά την εξέταση, διαπιστωθεί τέτοιο ίζημα, πρέπει με μικροσκοπική εξέταση να διευκρινίζεται αν αυτό οφείλεται σε ξένες ουσίες προς το γιαούρτι.

δ) Απαγορεύεται η πώληση γιαουρτιού που έχει υποστεί και κάποια άλλη ζύμωση, εκτός από την ειδική γι' αυτό.

ε) Απαγορεύεται η διάθεση στην κατανάλωση γιαουρτιού του οποίου οι οργανοληπτικές ιδιότητες δεν είναι κανονικές και ευχάριστες.

στ) Απαγορεύεται η προσφορά για πώληση και γ διάθεση γενικά στην κατανάλωση, γιαουρτιού χρωματισμένου με οποιαδήποτε χρωστική ή κάποιο άλλο μέσο.

ζ) Απαγορεύεται η διάθεση στην κατανάλωση γιαουρτιού που περιέχει συντηρητικές ουσίες, γενικά.

η) Απαγορεύεται η Παρασκευή και διάθεση στην κατανάλωση γιαουρτιού που παρασκευαστικό από διατηρημένο γάλα γενικά, με εξαίρεση το αποστειρωμένο γάλα και το γάλα κατάψυξης.

θ) Απαγορεύεται η διάθεση στην κατανάλωση γιαουρτιού που περιέχει ζάχαρη.

3.5.4 Κεφαλοτύρι πρόβειο

Το κεφαλοτύρι είναι ένα σκληρό τυρί ωρίμανσης, που παράγεται σε όλη την Ελλάδα από πρόβειο ή κατσικίσιο γάλα (ή συνδυασμός αυτού) ή από αγελαδινό. Δεν είναι προϊόν ΠΟΠ. Κατά τον ΚΤΠ⁶⁹ τα τυριά αυτά ορίζονται ως:

« Τα τυριά αυτά είναι προϊόντα ωρίμανσης του πήγματος (στάλπης) που είναι απαλλαγμένο από το τυρόγαλα στον επιθυμητό κάθε φορά βαθμό και τα οποία παρασκευάστηκαν, με την επενέργειας πυτιάς ή άλλων ενζύμων που δρουν ανάλογα σε γάλα (νωπό ή παστεριωμένο, αγελάδος, προβάτου, κασίικας, βουβάλου και μίγματος αυτών) ή σε μερικώς αποβουτυρωμένο γάλα ή σε μίγμα αυτών ή/και σε μίγματα αυτών με κρέμα γάλακτος (αφρόγαλα)».

Στην συνέχεια δίνεται πίνακας, βάση του οποίου επιτρέπεται να αναγράφεται η ποιότητα κάθε σκληρού τυριού. Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε, ότι σε συνεντεύξεις με παραγωγούς, θεωρούν ξεπερασμένο τον τρόπο με τον οποίο κατηγοριοποιούνται τα τυριά, καθώς η άποψη ότι «όσο λιπαρότερο είναι το τυρί τόσο καλύτερο είναι» (που ίσχυε στα μέσα του προηγούμενου αιώνα) είναι λανθασμένη διότι σήμερα ο καταναλωτής δεν επιζητά το λιπαρό τρόφιμο που θα του προσφέρει

⁶⁹ ΚΤΠ: έκδοση 83-2, Μάιος 2011

πολλές θερμίδες (όπως συνέβαινε μεταπολεμικά) αλλά ενδεχόμενος αυτό με τα λιγότερα λιπαρά. Εκτός αυτού δημιουργείται αθέμιτος ανταγωνισμός μεταξύ των εισαγωγών (που δεν υποχρεώνονται σε αυτή την κατηγοριοποίηση) και των ελληνικών τυριών. Οι επαγγελματίες του κλάδου προσβλέπουν στην όσο το δυνατόν γρηγορότερη αναθεώρηση αυτού του άρθρου του ΚΤΠ (άρθρο 82).

Κατηγορίες	Προδιαγραφές	
	Υγρασία % (max)	Λίπος επί ξηρού % (min)
Εξαιρετική ποιότητα	35	47
Πρώτη ποιότητα	38	40
Δεύτερη ποιότητα	38	32
Μερικώς αποβουτυρωμένα	38	20-32

Πίνακας 3.7 : Ποιότητα σκληρών τυριών βάση ΚΤΠ

3.5.5 Μυζήθρα

Η μυζήθρα είναι ένα τυρί που προέρχεται από το τυρόγαλο. Βάση ΚΤΠ τα τυριά αυτά ορίζονται ως:

«Τυριά τυρογάλακτος χαρακτηρίζονται τα τυριά, τα οποία λαμβάνονται με ισχυρή θέρμανση τυρογάλακτος (με ή χωρίς οξίνιση) και με ή χωρίς την προσθήκη:

1. Γάλακτος (πρόσγαλα)
2. Γάλακτος και κρέμας γάλακτος (αφρόγαλα)
3. Βρώσιμου χλωριούχου νατρίου (κ. αλάτι)

Τα οποία μπορούν να διατεθούν νωπά (φρέσκα) [μερικά από αυτά μπορούν να διατεθούν και με μερική αφυδάτωση (ξερά) και άλλα κατόπιν ωρίμανσης] και των οποίων η υγρασία δεν υπερβαίνει το 70%»

Στον ακόλουθο πίνακα δίνονται οι ποιοτικές κατηγορίες της μυζήθρας:

Κατηγορίες	Προδιαγραφές	
	Υγρασία % (max)	Λίπος επί ξηρού % (min)
Εξαιρετική ποιότητα	60	70
Πρώτη ποιότητα	65	65
Δεύτερη ποιότητα	70	50
Μερικώς αποβουτυρωμένα	70	33,3-50

Πίνακας 3.8: Ποιότητα τυριών τυρογάλακτος βάση ΚΤΠ

3.5.6 Κρέμα (ΚΤΠ, άρθρο 84, παρ. 2)

Ως «κρέμα» χαρακτηρίζεται το προϊόν που παρασκευάζεται από νωπό, παστεριωμένο ή μη πλήρες γάλα, κρόκο αυγών, αμυλώδεις ουσίες και ζάχαρη. Αυτό πρέπει να περιέχει λίπος γάλακτος 4,0% τουλάχιστον, όπως έχει και τουλάχιστον ένα (1) κρόκο αυγού ανά χιλιόγραμμο έτοιμου προϊόντος.

Με εξαίρεση τον κρόκο αυγού απαγορεύεται η χρησιμοποίηση υλών που μπορούν να προκαλέσουν τεχνητή χρώση⁷⁰. Επιτρέπεται ο τεχνητός αρωματισμός της κρέμας με προσθήκη επιφανειακά σκόνης κανέλλας.

Σε περίπτωση προσθήκης άλλων αρωμάτων, διαφορετικής σύνθεσης υλικών κλπ, το παραγόμενο προϊόν θα φέρει την ένδειξη «επιδόρπιο». Η επιχείρηση επιλέγει κατά βούληση και ανάλογα με την ζήτηση, την σύνθεση έτσι ώστε να αποκτήσει περισσότερους κωδικούς. Το ίδιο θα ισχύει και στο ρυζόγαλο.

3.5.7 Ρυζόγαλο (ΚΤΠ, άρθρο 84, παρ. 1)

Ως «ρυζόγαλο» χαρακτηρίζεται το προϊόν που παρασκευάζεται από νωπό, παστεριωμένο ή μη πλήρες γάλα, ζάχαρη και ρύζι. Αυτό πρέπει να περιέχει λίπος γάλακτος 3,0% τουλάχιστον, όπως έχει. Απαγορεύεται η προσθήκη νερού κατά την Παρασκευή του ρυζόγαλου με οποιοδήποτε τρόπο.

Επιτρέπεται:

α) Η προσθήκη μικρής ποσότητας αμυλούχων ουσιών για Παρασκευή προϊόντος πυκνότερης εμφάνισης.

β) Η προσθήκη κρόκου αυγών

γ) Ο αρωματισμός επιφανειακά με σκόνη κανέλλας. Απαγορεύεται με εξαίρεση τον κρόκο αυγών, η χρησιμοποίηση υλών που μπορούν να προκαλέσουν τεχνητή χρώση.

δ) Η προσθήκη χυμών φρούτων, κομμάτια φρούτων, κακάο, καφέ κ.λπ. Τα προϊόντα αυτά πρέπει επί της συσκευασίας τους να αναγράφουν και την φράση: «Ρυζόγαλο με ... (το είδος της προσθήκης)» π. χ. «ρυζόγαλο με κακάο». «ρυζόγαλο με καφέ» κ.λπ.

⁷⁰ Κάθε άλλη προσθήκη που προβλέπεται στην παράγραφο 4 του άρθρου 84, θα πρέπει το προϊόν να έχει ονομασία «επιδόρπιο» (desert)

3.6 Πρώτες και βοηθητικές ύλες

3.6.1 Πρώτες ύλες

Η μονάδα θα χρησιμοποιεί γάλα αγελαδινό και πρόβειο από την ευρύτερη περιοχή της Κύμης. Ο υπολογισμός τις διαθέσιμης ποσότητας γάλακτος, προκύπτει, αν από το σύνολο του γάλακτος αφαιρέσουμε αυτό που δηλώνεται στον ΕΛΟΓΑΚ, που χρησιμοποιείται από την βιομηχανία.

Η ζητούμενη ποσότητα γάλακτος είναι πολύ μικρή (500 lt ημερησίως) η οποία μπορεί να συλλεχτεί από 2 προβατοτρόφους (100 πρόβατα έκαστος) και 2 αγελαδοτρόφους (10 αγελάδες έκαστος).

3.6.2 Βοηθητικές ύλες

Εκτός των πρώτων υλών η μονάδα θα χρειαστεί:

- **Καλλιέργειες**
 - Γιαουρτιού και κεφαλοτυριού : *Lactobacillus bulgaricus*,
Streptococcus thermophilus
- **Πυτιά ξερή, CaCl₂**
- **Αλάτι** για προσθήκη στις κρέμες, ρυζόγαλο και ξινόγαλα
- **Ρύζι**
- **Άμυλο**
- **Αρωματικά:** σκόνη κανέλας, διάφορα άλλα αρωματικά
- **Ζάχαρη**
- **Υλικά συσκευασίας:**
 - **Γιαούρτι:** πρόβειο
 - Πλαστικοί περιέκτες 200 g
 - Πήλινοι περιέκτες 1000 g
 - **Ρυζόγαλο και κρέμες:**
 - Πλαστικοί περιέκτες 200 g
 - **Γιαούρτι:** αγελάδος
 - Πλαστικοί περιέκτες 200 g
 - **Τυριά:** πλαστικές αεροστεγές συσκευασίες (VACUM)
- **Άλλα υλικά :**
 - Χάρτινες κούτες μεταφοράς
 - Παλέτες
 - Αυτοκόλλητα συσκευασιών

3.7 Εξοπλισμός- υποδομή

Η μονάδα θα στεγάζεται σε χώρο 400 m², που διαμορφώνεται όπως φαίνεται στο πιο κάτω πίνακα. Σημειώνεται ότι στο κεφάλαιο 16.4 (σελ. 120) της πτυχιακής δίνεται σχέδιο της εγκατάστασης (2D και 3DAutoCAD).

Χώροι	Μέγεθος (σε m ²)
Χώρος παραγωγικής διαδικασίας (παρασκευαστήριο)	40
Χώρος συντήρησης προϊόντων (ψυγείο)	20
Αποθήκη	20
Γραφείο- υποδοχή	30
Μη κατανεμημένοι χώροι	30
Θάλαμος επώασης	15
Ωριμαντήριο τυριών	15
Τουαλέτες (2)	15
Αποδυτήρια ιματιοφυλάκια ⁷¹	15
Σύνολο στεγασμένων χώρων	200
Προαύλιο (υποδοχής- παρκινγκ)	200
Σύνολο οικόπεδου	400

Πίνακας 3.9 : Διαμόρφωση χώρων που απαιτούνται για την μονάδα

Αξίζει να σημειώσουμε, πως υπάρχουν ελάχιστες απαιτήσεις, που επιβάλλονται από τον νόμο σχετικά με την διαρρύθμιση και τις επιφάνειες ενός παρασκευαστηρίου. Στην περίπτωση που εξετάζεται όλοι οι χώροι είναι μεγαλύτεροι από τις ελάχιστες απαιτήσεις του νόμου. Στην συνέχεια δίνονται οι προδιαγραφές αυτές για προσωπικό 10 ατόμων σύνολο, βάση **άρθρου 52 του υγειονομικού κώδικα (1983)**.

Ο απαιτούμενος υλικοτεχνικός εξοπλισμός δίνεται ακολούθως μαζί με το προβλεπόμενο κόστος αυτού. Σημειώνεται ότι κάποιες συσκευές που χρησιμοποιούνται σε ένα τμήμα μπορούν να χρησιμοποιηθούν και στο άλλο. Επίσης δίπλα από τον εξοπλισμό θα δίνεται η τιμή (στον ουσιαστικό εξοπλισμό), τα έτη χρήσης και η ετήσια απόσβεση.

Υπολογισμός αποσβέσεων

Η παραγωγική δαπάνη της απόσβεσης ορίζεται, ως το χρηματικό ποσό ίσο με την εκτιμώμενη ετήσια μείωση της αξίας των κεφαλαίων. Στην δική μας περίπτωση υπολογίζουμε της αποσβέσεις με την μέθοδο της σταθερής (ή ευθύγραμμης) απόσβεσης. Αρχικά υπολογίζουμε τις αποσβέσεις που θα επιμεριστούν αναλογικά σε κάθε τμήμα παραγωγής, και στην συνέχεια υπολογίζονται οι αποσβέσεις ανά τμήμα, όπως φαίνεται στους ακόλουθους πίνακες.

⁷¹ Οι ελάχιστοι απαιτούμενοι χώροι περιγράφονται στις ακόλουθες διατάξεις: Εγκ. οικ. 130532/31.7.1996 , Υ.Α. οικ. 32205/Δ10.96/2013, (ΦΕΚ 2562/Β/11.10.2013) , Π.Δ. της 14.3.1934, (ΦΕΚ 112/Α/22.3.1934, Υ.Α. Υ1γ/Γ.Π/οικ 96967/8-10-2012, ΦΕΚ 2718, τ.β', 8-10-2012] ,(πηγή: http://www.elinyae.gr/el/item_details.jsp?cat_id=756&item_id=2268)

Στους ακόλουθους πίνακες υπολογίζονται και οι αποσβέσεις του εξοπλισμού που θα χρησιμοποιηθούν στην συνέχεια στον υπολογισμό του κόστους παραγωγής των προϊόντων. Ως υπολειπόμενη αξία του εξοπλισμού επιλέγεται ενδεικτικά ένα κόστος 5%. Αυτό αντιπροσωπεύει την αξία που ο εξοπλισμός την στιγμή της αντικατάστασής του. Σημειώνουμε ότι η διάρκεια χρήσης εμπεριέχει το στοιχείο της υποκειμενικότητας, διότι η σωστή χρήση και συντήρηση ενός μηχανήματος μπορεί να παρατείνει τον χρόνο αντικατάστασής, πράγμα που θα επιδράσει θετικά στην μείωση του κόστους παραγωγής και κατ' επέκταση στην αύξηση της κερδοφορία της επιχειρήσεις.

Στον πίνακα που ακολουθεί δίνεται το κόστος και οι αποσβέσεις των εγκαταστάσεων και του γενικού εξοπλισμού καθώς και των τμημάτων της επιχείρησης. Στην συνέχεια αναλύονται το διεξοδικά.

	Κόστος	Αποσβέσεις/ έτος
Εγκαταστάσεις	68000	3177
Εξοπλισμός γενικής χρήσης	67595	4962
Εξοπλισμός τμήματος τυριού	6620	373
Εξοπλισμός τμήματος γιαουρτιού	4442	247,2
Εξοπλισμός τμήματος κρέμας-ρυζόγαλου	1392	100
Σύνολο	148049	

Πίνακας 3.10: Γενικά στοιχεία κόστους και αποσβέσεων της επιχείρησης

Στην συνέχεια δίνεται το κόστος και οι αποσβέσεις των εγκαταστάσεων που θα χρησιμοποιηθούν

Εγκαταστάσεις					
Κτηριακές εγκαταστάσεις (βιομηχανικού τύπου)		60000	30	0	2000
Ηλεκτρολογική εγκατάσταση	ΣΕΤ	2000	30	100	63,3
Γεννήτρια (+δεξαμενή καυσίμου)	1	500	15	25	31,6
Υδραυλική εγκατάσταση	ΣΕΤ	2000	30	100	63,3
Σύστημα συναγερμού-πυρανίχνευσης	1	500	25	25	19
ISO 22000:2005		3000	3	0	1000
Σύνολο		68000			3177

Πίνακας 3.11: Κόστος και αποσβέσεις εγκαταστάσεων

Ακλουθεί ο πίνακας με το κόστος και τις αποσβέσεις του εξοπλισμού γενικής χρήσης.

Εξοπλισμός Γενικής χρήσης	Ποσότη.	Αξία Αρχική	Έτη Χρήσης	Υπολ. αξία	Αποσβέσεις Ευρώ/έτος
Όχημα (Toyota Yaris Diesel)	1	13000	10	650	1235
Συλλογή γάλακτος					
Βυτίο γάλακτος-Toyota Hilux (single cab 4x2) (+βυτίο γάλακτος 1 TN)	1	25000	15	1250	1583
Παραλαβή γάλακτος					
Αντλία αναρροφήσεως	1	170	10	8,5	16,15
ψυκτική Δεξαμενή αποθήκευσης γάλακτος ⁷² (Westfalia Zero 2.510, μεταχειρ.)	2	3000	15	150	190
Διανομή προϊόντων					
Φορτηγό ψυγείο διανομής Fiat Fiorino (600 kg ωφέλιμο) +εγκατάσταση ψύξης Carrier)	1	15000	15	750	950
Εξοπλισμός γενικής χρήσης					
Φίλτρα					
Ψυκτικά μηχανήματα (για ψυκτικό θάλαμο)					
Ανοξείδωτος πάγκος εργασίας	3				
C.I.P. (χειροκίνητο)	1				
Καρότσι μεταφοράς	2				
Ζυγαριά	1				
Δίκτυο σωληνώσεων μεταξύ τμημάτων					
Βοηθητική αντλία	1				
Βοηθητικό πιστόλι γεμίσματος	2				
Ράφια ανοξείδωτα					
Κύκλωμα παρακολούθησης					
Κλιματιστικά	3				
Επαγγελματική λάντζα	1				
Σύνολο		10000	20	500	475
Εξοπλισμός ποιοτικού ελέγχου (για την εκκίνηση της μονάδας)					
Θερμόμετρο	3	45	3	0	15
Γαλακτοπυκνόμετρο	1	25	5	0	8,3
pH-μετρο	1	150	5	0	30
Τεστ αντιβιοτικών (200 δειγμάτων)	ΣΕΤ	50	1	0	50
Στήλη αφαλάτωσης	1	250	1	0	250

⁷² Δεξαμενή αγελαδινού γάλακτος και δεξαμενή πρόβειου γάλακτος (πηγή:
<http://www.traktorpool.gr/details/Milk-tanks/Westfalia-Zero-2510/2388698/>)

Σύνολο		475			353,3
Εξοπλισμός γραφείου					
Ηλεκτρονικός υπολογιστής (πλαίσιο)	1	300	5	0	60
Εκτυπωτής- τηλέφωνο- φαξ (πλαίσιο)	1	100	5	0	20
Γραφείο (IKEA)	1	100	10	0	10
Καρέκλα γραφείου (IKEA)	1	50	5	0	10
Καρέκλες υποδοχής (IKEA)	4	200	5	0	40
Βιβλιοθήκη (IKEA)	1	100	10	0	10
Ερμάριο (IKEA)	2	100	10	0	10
Σύνολο		950			160
Γενικό σύνολο		67595			4962

Πίνακας 3.12: Κόστος και αποσβέσεις εξοπλισμού γενικής χρήσης (που θα χρησιμοποιηθούν από όλα τα τμήματα)

Τέλος δίνεται το κόστος και οι αποσβέσεις ανά παραγωγικό τμήμα (τμήμα γιαουρτιού, τυριού και κρέμας- ρυζόγαλου).

Εξοπλισμός ανά τμήμα	Ποσότη.	Αξία Αρχική	Έτη Χρήσης	Υπολ. Αξία	Αποσβέσεις Ανά έτος
Τμήμα γιαουρτιού					
Ανοξείδωτος βραστήρας	1	500	20	25	23,75
Αντλία (Liverani Minor 40)	1	567,22	10	28,4	53,8
Πιστόλι γεμίσματος	1	25	3	1,25	7,9
Ανοξείδωτο καρότσι μεταφοράς	1	300	20	15	14,25
Επωαστικός θάλαμος (1500 θέσεων)	1	3000	20	150	142,5
Δοσομετρική Σύριγγα εμβολιασμού	2	50	10	0	5
Σύνολο τμήματος		4442			247,2
Τμήμα κρέμας - ρυζόγαλου					
Ανοξείδωτος βραστήρας	1	500	20	25	23,75
Αντλία (Liverani Minor 40)	1	567,22	10	28,4	53,8
Πιστόλι γεμίσματος παχύρευστων	1	25	3	1,25	7,9
Ανοξείδωτο καρότσι μεταφοράς	1	300	20	15	14,25
Σύνολο τμήματος		1392			100
Τμήμα τυριού					
Τυρολέβητας	1	1500	20	75	71,25
Τυροτράπεζα	1	300	20	15	14,25

Πιεστήριο (10 θέσεων InoxStyle- I.Θ. Κυριάκου)	1	4.450	25	222,5	169
Κόφτης χειρός	2	50	15	2,5	3,16
Σέσουλα ανοξείδωτη (2 kg)	2	20	10	1	1,9
Καλούπια (INOX)	12	200	15		13,3
Τσαντίλες		100	1	0	100
Σύνολο τμήματος		6620			373

Πίνακας 3.13: Εξοπλισμός μονάδας ανά τμήμα παραγωγής

3.8 Διαγράμματα παραγωγής προϊόντων

3.8.1 Γενικό διάγραμμα παραγωγής

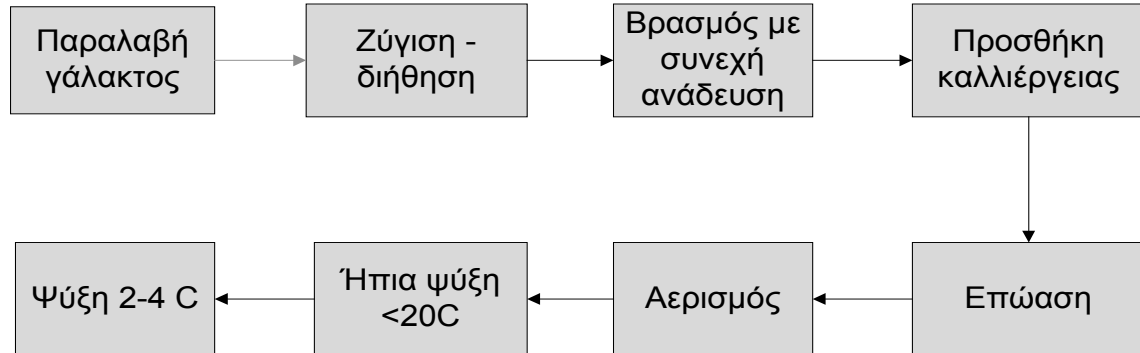
Προτού προχωρήσουμε αναλυτικά στην παρουσίαση των επιμέρους γραμμών παραγωγής χρήσιμο είναι να δοθεί ένα γενικό διάγραμμα της παραγωγής, ξεκινώντας με την παραλαβή γάλακτος από τους παραγωγούς και καταλήγοντας στην διανομή των προϊόντων. Η επιχείρηση θα μεταποιεί 500 lt γάλα/ ημέρα, 300 lt πρόβειο και 200 lt αγελαδινό. Στο σχήμα σημειώνεται με κόκκινο χρώμα οι ποσότητες αυτές καθώς και οι αναμενόμενες μέσες αποδόσεις.



Διάγραμμα 3.2: Γενικό διάγραμμα παραγωγής προϊόντων μονάδας (προσωπικό σχέδιο)

3.8.2 Διάγραμμα ροής παραδοσιακού πρόβειου και αγελαδινού γιαουρτιού

Στο ακόλουθο διάγραμμα δίνεται η διαδικασία παραγωγής πρόβειου γάλακτος και στην συνέχεια περιγράφονται σε συντομία τα στάδια.



Διάγραμμα 3.3: Παραγωγή πρόβειου γιαουρτιού

Παραλαβή γάλακτος

Το πρόβειο γάλα θα πρέπει να έχει λιποπεριεκτικότητα >5%. Ο χρόνος από την συλλογή μέχρι την είσοδο στην παραγωγική γραμμή θα πρέπει να είναι όσο συντομότερος, ώστε να διατηρηθεί η χαμηλή περιεκτικότητα σε μικροοργανισμούς.

Βρασμός

Το στάδιο αυτό του βρασμού αποσκοπεί σε:

- Παστερίωση γάλακτος
- Συμπύκνωση στερεών συστατικών μέσω εξάτμισης νερού

Το δεύτερο στοιχείο δίνει στο πρόβειο παραδοσιακό γιαούρτι καλύτερη υφή (ρεολογικό χαρακτηριστικό) με αποτέλεσμα το προϊόν να έχει περισσότερο πλούσια γεύση.

Ο βρασμός (>30min/>80°C) πρέπει να γίνει σε ειδικό βραστήρα με διπλά τοιχώματα και υπό συνεχή ανάδευση ώστε να μην «κολλάει» το γάλα στα τοιχώματα του σκεύους.

Ψύξη (45°C)

Μετά τον βρασμό το γάλα τοποθετείται σε πλαστικά κεσεδάκια (200 g) ή σε πήλινα σκεύη (900 γ) και αφήνεται να κρυώσει σταδιακά και ελεύθερα μέχρι να φτάσει στους 45° C. Σε αυτό το στάδιο δεν αναδεύεται προκειμένου να αφηθεί να δημιουργηθεί η επιδερμίδα (πέτσα).

Προσθήκη καλλιέργειας

Σε αυτό το στάδιο τα το γάλα εμβολιάζεται με την καλλιέργεια γιαούρτης που παίρνουμε, από γιαούρτη προηγούμενης ημέρας (φρέσκο). Οι καλλιέργειες είναι οι γνωστές:

- *Lactobacillus delbruekii ssp bulgaricus*
- *Streptococcus thermophilus*

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειώσουμε πως η εναρκτήρια καλλιέργεια της γιαούρτης είναι αυτή του *S. Thermophilus*, και στην συνέχεια δρα αυτή του *L. Bulgaricus*. Τέλος για την πτώση του pH κάτω από 5 και έως το 4,6 υπεύθυνος είναι ο *L. Bulgaricus*.

Επώαση

Μετά τον εμβολιασμό τα κεσεδάκια τοποθετούνται σε επωαστικό θάλαμο (43° C) και αφήνονται για όση ώρα χρειαστεί προκειμένου το pH στο επιθυμητό επίπεδο (συνήθως 2-3 ώρες). Κατά την διάρκεια της επώασης το γιαούρτι πρέπει να μείνει ακίνητο ώστε να αποφευχθεί η συναίρεση του, λόγω μετακίνησης. Σε αυτή την φάση απαιτείται καλός αερισμός των χώρων επώασης.

Ήπια ψύξη

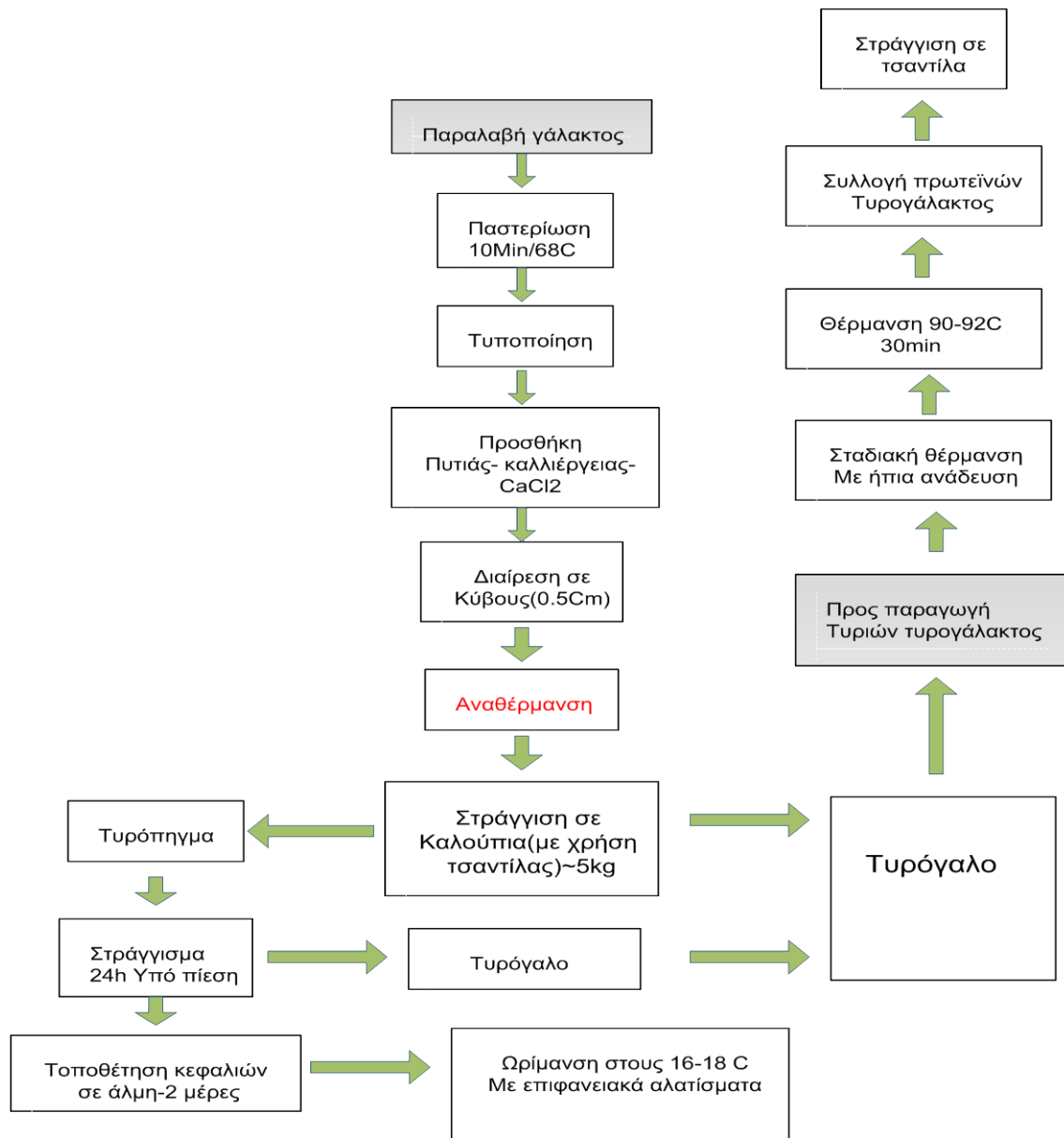
Μετά την επώαση και την πτώση του pH στο 4,6 λόγω της παραγωγής γαλακτικού οξέως από το μεταβολισμό της λακτόζης (παραμένει 30% υπολειμματική) και αφού η γιαούρτη έχει πήξη μεταφέρεται με προσοχή σε ψυχρό μέρος για μια πρώτη πτώση της θερμοκρασίας μέχρι στους 20° C.

Ψύξη

Μετά την πτώση της θερμοκρασίας στους 20° C η γιαούρτη μεταφέρεται σε ψυγείο με θερμοκρασίας <4° C, με κλειστό το κεσεδάκι με καπάκι (ακόμα καλύτερα αν υπάρχει δυνατότητα τροποποιημένης ατμόσφαιρας για αποφυγή ανάπτυξης μυκήτων), όπου και συντηρείται μέχρι την κατανάλωση.

3.8.3 Διάγραμμα παραγωγής κεφαλοτυριού και μυζήθρας

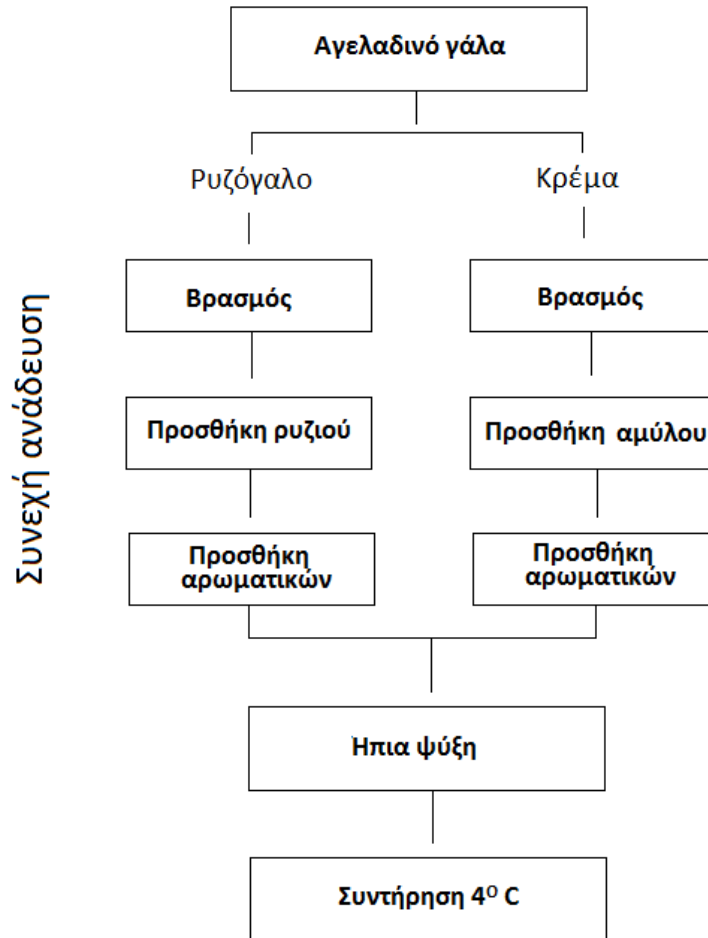
Στο ακόλουθο διάγραμμα δίνεται η διαδικασία παραγωγής κεφαλοτυριού. Το τυρόγαλο που αποβάλλεται το πρώτο 2ωρο συλλέγεται και προορίζεται για την παραγωγή **μυζήθρας**.



Διάγραμμα 3.4: Παραγωγή κεφαλοτυριού και μυζήθρας (προσωπικό σχέδιο)

3.8.4 Διάγραμμα ροής κρέμας και ρυζόγαλου

Στο ακόλουθο διάγραμμα δύνεται ο τρόπος παραγωγής κρέμας και ρυζόγαλου:



Διάγραμμα 3.5: Παραγωγή κρέμας και ρυζόγαλου (προσωπικό σχέδιο)

Αξίζει να σημειώσουμε ότι η επιχείρηση θα παράγει κρέμα και ρυζόγαλο (επιδόρπια), με διάφορες γεύσεις ανάλογα με την ζήτηση του κάθε προϊόντος. Με αυτό τον τρόπο μπορεί να εμπλουτίσει σε μεγάλο βαθμό την γκάμα των κωδικών της.

3.9 Ποιοτικός έλεγχος

Ο ποιοτικός έλεγχος περιλαμβάνει όλες εκείνες τις ενέργειες και κανόνες που εφαρμόζονται προκειμένου να εξασφαλιστεί η διασφάλιση της ποιότητας και αποτελεί βασική μέριμνα οποιασδήποτε επιχείρησης που χρησιμοποιεί ως πρώτη ύλη το γάλα, και αυτό διότι:

- Το γάλα περιέχει θρεπτικά στοιχεία ελκυστικά για τους μικροοργανισμούς
- Το γάλα αναπόφευκτα θα μολυνθεί από μικροοργανισμούς
- Στο γάλα μπορεί να υπάρχουν χημικές ουσίες (όπως αντιβιοτικά) που ενδεχομένως να καταστρέψουν την διαδικασία ζύμωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων όπως είναι το γιαούρτη και το τυρί
- Στην μικροβιακή χλωρίδα εκτός των επιθυμητών μικροοργανισμών μπορεί να υπάρχουν και επικίνδυνα παθογόνα.

Συνήθως διενεργούνται οι ακόλουθοι έλεγχοι:

- | | | |
|----------------------------------|---|----------------------------|
| • Ολική Μικροβιακή Χλωρίδα (ΟΜΧ) | } | συνήθεις έλεγχοι |
| • Αντιβιοτικά | | |
| • Λίπος | | |
| • Νοθεία για νερό | | |
| • Οξύτητα | | |
| • Αφλατοξίνες ⁷³ | } | μη συνήθεις έλεγχοι |
| • Κατάλοιπα φυτοφαρμάκων | | |
| • Μεταδοτικές ασθένειες | | |

Η επιχείρηση θα συνεργάζεται με εξωτερικό διαπιστευμένο εργαστήριο⁷⁴ σε μόνιμη βάση, για τους ελέγχους της ΟΜΧ, την νοθεία και τα αντιβιοτικά (περισσότερα στοιχεία παρατίθενται στα παραρτήματα).

Στην ίδια μονάδα θα γίνεται έλεγχος:

- **Οργανοληπτικό:** για διαπίστωση χρωμάτων και ξένων υλών, ανεπιθύμητης οσμής, και μη κανονικής υφής (πήγματα)
- **Οξύτητα**⁷⁵: μετράται με εξουδετέρωση οξέων με NaOH (N9)
- **pH:** αποτελεί βασικό μέλημα της επιχειρήσεις, καθώς κάθε αλλοίωση του γάλακτος έχει αντίκτυπο στην τιμή του pH (φυσιολογικό pH 6,6-6,7)
- **Θερμοκρασίας:** η θερμοκρασία από την παραλαβή μέχρι την επεξεργασία θα πρέπει να είναι <6° C.

⁷³ Σε άλλες χώρες θεωρείται έλεγχος ρουτίνας (π.χ. Ιταλία)

⁷⁴ Σε διαπιστευμένο εργαστήριο στην Χαλκίδα (πηγή: <http://tsapourniotis-labs.gr>)

⁷⁵ Η οξύτητα κατά την έξοδο από τον μαστό (αγελαδινό γάλα) είναι 10-12° D, και φτάνει φυσιολογικά στο 14-16° D. Γάλα πάνω από 18° D, θεωρείται ακατάλληλο για περαιτέρω επεξεργασία (πηγή: Καμιναρίδης Σ. & Μοάτσου Γ. «Γαλακτοκομία», εκδόσεις Έμβρυο, 2009, σελ. 123)

3.10 Ανάλυση περιβάλλοντος επιχείρησης

Βασικό στοιχείο ανάλυσης αποτελεί το περιβάλλον της επιχείρησης, τόσο το εξωτερικό μακρο- περιβάλλον όσο και το μικροπεριβάλλον στο οποίο εντάσσεται. Στην συνέχεια αναλύεται η κάθε παράμετρο.

3.10.1 Μάκρο- Περιβάλλον

Στο μακρο- περιβάλλον εντάσσεται το **φυσικό περιβάλλον**, η **γενικότερη οικονομική κατάσταση** της χώρας, τα **δημογραφικά στοιχεία**, το υφιστάμενο **νομικό και πολιτικό περιβάλλον**, καθώς και οι **τεχνολογικές εξελίξεις**.

Σχετικά με την οικονομική κατάσταση της χώρας τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζονται από έντονη ύφεση. Από το 2009 στην Ελλάδα μειώθηκε το ΑΕΠ κατά 25%, γεγονός που δηλώνει, ότι η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών μειώθηκε σημαντικά. Στον αντίποδα της παραπάνω κατάστασης είναι η αύξηση του τουρισμού των τελευταίων ετών. Αυτό έχει ως συνέπεια την αύξηση της ζήτησης των γαλακτοκομικών προϊόντων ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Ο πραγματικός πληθυσμός της χώρας είναι 10.940.777 άτομα (βάσει απογραφής 2011- ΕΛΣΤΑΤ⁷⁶). Λόγω μεγάλου ποσοστού ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας (ο πληθυσμός είναι γερασμένος), τα γαλακτοκομικά είναι λιγότερο επιθυμητά, επειδή η κατανάλωσή τους έχει συνδεθεί με καρδιακά προβλήματα. Το ποσοστό των αλλοδαπών στην Ελλάδα, κατά μεγάλο ποσοστό είναι από γειτονικές χώρες, στις οποίες τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι επίσης δημοφιλή. Το ίδιο συμβαίνει και με τους πληθυσμούς με μουσουλμανικό θρήσκευμα, οι οποίοι αρέσκονται στην κατανάλωση γαλακτοκομικών, ιδιαίτερο αυτών από πρόβειο γάλα. Τέλος λόγω ευεργετικής δράσης των γαλακτοκομικών προϊόντων στην υγεία των ατόμων, και ειδικά αυτά με χαμηλά λιπαρά και γιαούρτια με προβιοτικά αυξάνουν την ζήτησή τους.

Η Ελλάδα επωφελείται από διάφορα αναπτυξιακά προγράμματα από την ΕΕ⁷⁷, αλλά και από την εσωτερική νομοθεσία⁷⁸. Επίσης μεγάλο μέρος της νομοθεσίας γύρο από το γάλα και τα γαλακτοκομικά, είναι εξολοκλήρου κανονισμοί της ΕΕ, χωρίς να απαιτείται κύρωση από τις Ελληνικές αρχές.

Τα τελευταία στοιχεία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από όποιον επιθυμεί να ξεκινήσει μια μονάδα, διότι μπορεί να επωφεληθεί σε σημαντικό βαθμό.

Τέλος η ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου, βοηθά της επιχειρήσεις να αναπτύξουν ευκολότερα το δίκτυο πωλήσεών τους, καθώς και την αποτελεσματικότερη και οικονομικότερη προβολή τους.

⁷⁶ http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A1604&r_param=SAP01&y_param=2011_00&mytabs=0

⁷⁷ ΕΣΠΑ, Leader, Jeremy,

⁷⁸ ΕΤΕΑΝ, Ν.4146/2013(επενδυτικός νόμος)

3.10.2 Μικροπεριβάλλον

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει ανάπτυξη, με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων. Αυτό δεν επηρεάζει σημαντικά την γαλακτοκομική μονάδα που παρουσιάζεται διότι τα παραγόμενα προϊόντα δεν ανταγωνίζονται άμεσα τα προϊόντα των μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου.

Η επαφή με τους προμηθευτές όπως και τα δίκτυα διανομής, είναι εύκολη, καθώς η μονάδα απέχει μόλις 1 ώρα από την Χαλκίδα και 2 ώρες από την Αθήνα.

Η επιχείρηση έχει διαπραγματευτική ισχύ έναντι των προμηθευτών, και ιδιαίτερα των κτηνοτρόφων που την προμηθεύουν με την πρώτη ύλη, το γάλα, καθώς οι ίδιοι δεν μπορούν να αποθηκεύσουν το ευαίσθητο αυτό προϊόν. Εκμεταλλευόμενη αυτή την κατάσταση η επιχείρηση μπορεί να πετύχει καλύτερη ποιότητα γάλακτος⁷⁹. Το αντίθετο ισχύει όμως με την διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών, οι οποίοι, επειδή μπορούν να επιλέξουν να αντικαταστήσουν τα προσφερόμενα προϊόντα με άλλα, επιβάλλουν τους δικούς όρους.

Στοιχεία του μικροπεριβάλλοντος θα αναλυθούν και σε επόμενες ενότητες.

⁷⁹ Μικρότερη ΟΜΧ και απουσία αντιβιοτικών

3.11 Ανάλυση εσωτερικού- εξωτερικού περιβάλλοντος SWOT

Η **ανάλυση SWOT**⁸⁰ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) μπορεί να μας δώσει συνοπτικά πληροφορίες για το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Στον ακόλουθο πίνακα δίνεται ο πίνακας, και στην συνέχεια αναλύεται.

Ανάλυση εσωτερικού περιβάλλοντος (επιχείρηση)	
Δυνατά σημεία (S)	Αδύνατα σημεία (W)
<ul style="list-style-type: none">• Ευελιξία παραγωγής<ul style="list-style-type: none">○ Δυνατότητα παραγωγής διαφορετικών προϊόντων○ Δυνατότητα παραγωγής προϊόντων ελαφρώς διαφοροποιημένα• Σχετικά μικρό κεφάλαιο δημιουργίας και λειτουργίας της μονάδας• Ελάχιστα απόβλητα• χαμηλή διαπραγματευτική ισχύ των κτηνοτρόφων	<ul style="list-style-type: none">• Μη καινοτόμα προϊόντα• Εποχικότητα πρόβειου γάλακτος• Περιορισμένος χρόνος ζωής προϊόντων
Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος (αγοράς)	
Ευκαιρίες (O)	Απειλές (T)
<ul style="list-style-type: none">• Θετική προβολή των παραδοσιακών προϊόντων τα τελευταία χρόνια• Έλλειψη άμεσου ανταγωνισμού στον τομέα των γαλακτοκομικών στα συγκεκριμένα προϊόντα• Η μεσογειακή διατροφή υποστηρίζει τα παραγόμενα προϊόντα	<ul style="list-style-type: none">• Ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών• Ανάπτυξη παραδοσιακών προϊόντων και από μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου• Έμμεσος ανταγωνισμός• Η μείωση της αγοραστικής δύναμης των αγοραστών• Η σύνδεση των γαλακτοκομικών προϊόντων με καρδιαγγειακά νοσήματα.

Πίνακας 3.14: Ανάλυση SWOT

3.11.1 Δυνατά σημεία

Η επιχείρηση μπορεί να είναι ευέλικτη, μεταβάλλοντας την παραγωγή της ανάλογα με της συνθήκες. Έτσι θα μπορεί να προσφέρει τα προϊόντα στην εποχή με την μεγαλύτερη ζήτηση. Για παράδειγμα τους καλοκαιρινούς μήνες μπορεί να αυξήσει την παραγωγή κεφαλοτυριού και μυζήθρας, και να μειώσει την παραγωγή κρέμας και ρυζόγαλου. Το αντίθετο μπορεί να κάνει το χειμώνα. Ομοίως μπορεί να κάνει με το

⁸⁰ Σέργιος Δημητριάδης & Αλεξία Μ. Τζωρτζάκη, «Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές», εκδ. Rosili, σελ. 82-83

γιαούρτι, όπου το καλοκαίρι μπορεί να παράγει γιαούρτι αγελάδας και όχι πρόβειο λόγω εποχικότητας που εμφανίζει η παραγωγή γάλακτος. Τέλος η επιχείρηση μελλοντικά θα μπορεί να στραφεί και στην παραγωγή διαφορετικών προϊόντων ανάλογα με την παρατηρούμενη ζήτηση, όπως αντί/και κρέμας και ρυζόγαλου, ζελέ ή επιδόρπια⁸¹ με διαφορετικές γεύσεις, ακόμα και μουςταλευριάς. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η αλλαγή στην παραγωγική διαδικασία **δεν** θα απαιτεί ιδιαίτερα διαφορετικό εξοπλισμό, επομένως η αλλαγή αυτή δεν θα επηρεάζει ιδιαίτερα το κόστος)

Η παραγωγική διαδικασία δεν απαιτεί σχετικά ακριβό εξοπλισμό, όπως οι μεγάλες μονάδες του κλάδου (θα παρουσιαστεί σε επόμενο κεφάλαιο το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας της μονάδας)

Η μονάδα θα παράγει ελάχιστα απόβλητα, και αυτά μόνο από το τυρόγαλο του κεφαλοτυριού⁸² και από της πλύσεις της παραγωγικής διαδικασίας (CIP).

Η χαμηλή διαπραγματευτική ισχύ των παραγωγών μπορεί να χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση ώστε να πιέσει, πρωτίστως, για καλύτερη ποιότητα⁸³, και κατά δεύτερο ως μείωση της τιμής, διότι πρωταρχικός σκοπός είναι η καλή ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Άλλωστε τα περιθώρια κέρδους, όπως θα αναλυθούν στην συνέχεια, είναι αρκετά μεγάλα.

3.11.2 Αδύναμα σημεία

Βασική αδυναμία της μονάδας είναι ότι παράγει προϊόντα που δεν εμπεριέχουν το στοιχείο της καινοτομίας (παραδοσιακό γιαούρτη, κρέμες- ρυζόγαλο). Μελλοντικά όμως, όπως σημειώθηκε πιο πάνω, η μονάδα σταδιακά, μπορεί να αλλάξει το προφίλ των προϊόντων που παράγει και να στραφεί σε περισσότερο καινοτομικά, όπως προϊόντική σειρά Deluxe.

Η εποχικότητα του πρόβειου γάλακτος αποτελεί ένα σημαντικό μειονέκτημα, καθώς δεν μπορεί να υποστηριχθεί μια ενιαία και συνεχόμενη παραγωγή πρόβειου γιαουρτιού σε όλη την διάρκεια του έτους.

Ο περιορισμένος χρόνος «ζωής⁸⁴» των προϊόντων αποτελεί μειονέκτημα καθώς τα προϊόντα πρέπει να πωληθούν σχετικά γρήγορα (το αργότερο εντός 10 ημερών). Αυτό τα στοιχείο απαιτεί καλή οργάνωση των πωλήσεων, τμηματοποίηση της αγοράς, και σύναψη συμβολαίων μεταξύ των εμπλεκόμενων.

⁸¹ Τα προϊόντα με διαφορετικές γεύσεις δεν μπορούν να λέγονται κρέμα ή ρυζόγαλο βάσει ΚΤΠ, αλλά επιδόρπια.

⁸² Το παραγόμενο τυρόγαλο από την στράγγιση του κεφαλοτυριού χρησιμοποιείται για την παραγωγή μυζήθρας, επομένως το συνολικό οργανικό υπόλειμμα είναι πολύ μικρό.

⁸³ Γάλα με χαμηλότερη ΟΜΧ

⁸⁴ Shelf time

3.11.3 Ευκαιρίες

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή του καταναλωτικού κοινού προς προϊόντα παραδοσιακά, που όπως παρατηρείται από σχετικές έρευνες προάγουν και την υγεία του καταναλωτή (κυρίως από την πλευρά της ευεργετικής δράσης των προϊόντων ζύμωσης- μικροοργανισμοί, και όχι των κορεσμένων λιπαρών οξέων του γάλακτος και των γαλακτοκομικών). Επίσης στην **μεσογειακή διατροφή** τα γαλακτοκομικά προϊόντα κατέχουν σημαντική θέση (συνιστάται καθημερινή, αλλά μικρή κατανάλωση-4 μικρομερίδες).

Τα συγκεκριμένα παραδοσιακά προϊόντα δεν παράγονται σε μεγάλη κλίμακα από τις αντίστοιχες εταιρίες **Leader** και **Challenger** του κλάδου, λόγω περιορισμένου καταναλωτικού κοινού (η κρέμα και το ρυζόγαλο δεν έχουν μεγάλο κοινό- στόχο) αλλά και ιδιαιτερότητας στην παραγωγή του (όπως συμβαίνει στο πρόβειο γιαούρτι).

3.11.4 Απειλές

Η διαπραγματευτική ισχύ των αγοραστών⁸⁵ είναι ισχυρή διότι:

- Λόγω της οικονομικής κρίσης η δυνατότητα των επιχειρήσεων να πωλούν προϊόντα (και ειδικά τοις μετρητοίς) έχει μειωθεί⁸⁶
- Μπορούν να αντικαταστήσουν τα προϊόντα με άλλα από την αγορά (τα προϊόντα που παράγει δεν είναι καινοτόμα), τα λεγόμενα έμμεσα ανταγωνιστικά

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση της παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων (όπως το ξινόγαλα) από μεγάλες εταιρίες που στο παρελθόν έλειπαν από αυτή την αγορά. Αυτές οι κινήσεις αποτελούν μελλοντικές απειλές, δηλαδή εν δυνάμει ανταγωνιστές.

Η σύνδεση των γαλακτοκομικών με καρδιαγγειακά νοσήματα αποτελεί σημαντική απειλή για όλο τον κλάδο. Στα πλαίσια αυτής της εξέλιξης η επιχείρηση πρέπει να παρατηρεί τις εξελίξεις και να αναπτύξει σχέδιο, για παραγωγή προϊόντων με μειωμένα λιπαρά.

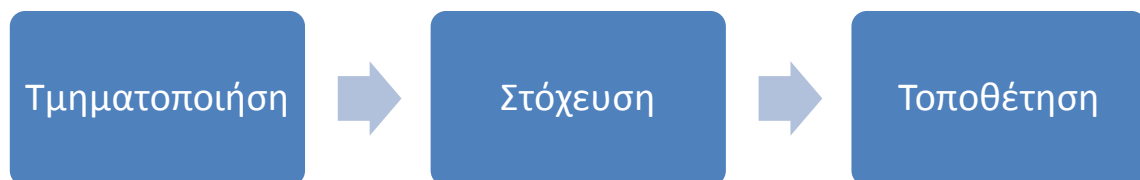
⁸⁵ Πρόκειται για: εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, παντοπωλεία, ξενοδοχεία, μεσάζοντες,... (θα αναλυθούν στο κεφάλαιο της διανομής)

⁸⁶ Μείωση του εθνικού εισοδήματος (ΑΕΠ)

3.12 Τμηματοποίηση της αγοράς και τοποθέτηση προϊόντος

Η επιχείρηση επιλέγει από την αρχή να παράξει προϊόντα τα οποία δεν έχουν ανταγωνιστικό ενδιαφέρον από μεγάλες επιχειρήσεις, με άλλα λόγια η επιχείρηση εφαρμόζει στρατηγική **διαφοροποιημένου μάρκετινγκ**⁸⁷ (differential marketing), με προϊόντα που θα απευθύνονται σε διαφορετικές ομάδες καταναλωτών (B2B&B2C καταναλωτές) και ταυτόχρονα **στρατηγική ειδίκευσης** (Nicher) για άλλα προϊόντα. Θα παράγει προϊόντα ειδικευμένα, που θα απευθύνονται σε ιδιαίτερο προφίλ καταναλωτών.

Για να μπορέσει η επιχείρηση να πετύχει την καλύτερη διείσδυση στην αγορά, θα πρέπει αρχικά να τμηματοποιήσει την αγορά της, να στοχεύσει στο κατάλληλο κοινό, και τέλος να τοποθετήσει τα προϊόντα. Στο ακόλουθο διάγραμμα δίνεται η σειρά των ενεργειών και στην συνέχεια αναλύεται το κάθε στάδιο.



Διάγραμμα 3.6: Ενέργειες μάρκετινγκ πριν την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας (πηγή⁸⁸)

3.12.1 Τμηματοποίηση της αγοράς και στόχευση

Η τμηματοποίηση της αγοράς αποτελεί βασικό εργαλείο μάρκετινγκ, διότι με αυτό τον τρόπο, το σύνολο των εν δυνάμει αγοραστών χωρίζεται σε κατηγορίες, και τα προϊόντα απευθύνονται σε αυτούς και μόνο. Η τμηματοποίηση⁸⁹ μπορεί να γίνει με πολλά κριτήρια, και στην υπό εξέταση περίπτωση επιλέγεται η τμηματοποίηση για τα B2C προϊόντα, βάση ψυχογραφικών κριτηρίων, και όχι βάσει οικονομικών ή άλλων κριτηρίων. Από το σύνολο της αγοράς επιλέγεται ένα μικρό μέρος αυτής, ώστε σε αυτό να στοχεύσει η επιχείρηση. Η παραγωγή λοιπόν θα απευθύνεται σε:

⁸⁷ Στρατηγικές στόχευσης: Δημητριάδης Σ & Τζωρτζάκη Α.Μ., «Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές Εφαρμογές», εκδόσεις Rosili, σελ. 183-186

^{88 88} Σέργιος Δημητριάδης & Αλεξία Μ. Τζωρτζάκη, «Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές», εκδ. Rosili, σελ. 173-176

⁸⁹ Σε περιπτώσεις μεγάλων αγορών χρησιμοποιούνται ηλεκτρονικά προγράμματα τμηματοποίησης όπως το analytics. Σε μικρές όμως επιχειρήσεις η τμηματοποίηση γίνεται εμπειρικά από τον αντίστοιχο έμπειρο υπεύθυνο

- καταναλωτές παραδοσιακών προϊόντων (B2C)
 - ηλικιωμένοι
 - τουρίστες
 - παιδιά
 - άτομα που προτιμούν ελληνικά προϊόντα
 - άτομα που προτιμούν τοπικά προϊόντα
- επαγγελματίες του κλάδου (B2B)
 - ζαχαροπλαστεία και φούρνοι
 - ξενοδοχεία και εστιατόρια για το πρωινό ή/και τα γεύματα

3.12.2 Τοποθέτηση προϊόντων

Αφού η επιχείρηση δημιούργησε τις ομάδες στόχου για τα προϊόντα της τότε επιλέγει να τα τοποθετήσει, όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η στόχευση και τοποθέτηση δεν αποκλείει την πώληση προϊόντων σε άλλες κατηγορίες.

Προϊόντα		Στόχευση						
		B2C				B2B		
Σειρές (5)	Κωδικοί (9)	Ηλικιωμένοι	Τουρίστες	Παιδιά	Προτίμηση Ελλην. Προϊόντων	Προτίμηση Τοπικών Προϊόντων	Ζαχαροπλαστεία και φούρνοι	Ξενοδοχεία
Πρόβειο γιαούρτι	200 g (πλαστ. δοχείο)	+	+		+	+	+	+
	900 g (πήλινο)	+			+	+	+	
Αγελαδινό γιαούρτι	200 g (πλαστ. δοχείο)	+	+		+	+	+	+
Κρέμα	Απλή (200 g)	+	+	+	+	+	+	+
	Με γεύση (200 g)	+	+	+	+	+	+	+
Ρυζόγαλο	Απλό (200 g)	+	+					
	Με γεύση (200 g)	+	+		+	+	+	+
Τυριά	Κεφαλοτύρι (5kg)		+	+	+	+		+
	Μυζήθρα (1 kg)		+		+	+		+

Πίνακας 3.15: τα προϊόντα της επιχείρησης και οι στόχευση αυτών

3.13 Γενικοί στόχοι και στρατηγικές

3.13.1 Όραμα

Σκοπός της επιχείρησης είναι να αξιοποιήσει τις ντόπιες πρώτες ύλες και να αναδείξει την αξία των παραδοσιακών προϊόντων. Η στήριξη της πρωτογενούς παραγωγής μέσω της αξιοποίησης πρόβειου ή αγελαδινού γάλακτος αποτελεί βασικό μέλημα της επιχείρησης.

3.13.2 Αποστολή

Η προσφορά παραδοσιακών προϊόντων, με υψηλή βιολογική αξία, τα οποία συμβάλουν στην στροφή του καταναλωτικού κοινού, προς μια διατροφή περισσότερο ισορροπημένη και υγιεινή, αποτελεί βασική αποστολή της επιχείρησης.

3.13.3 Αξίες

Αειφορία: η χρήση πρώτων υλών από την περιοχή δράσης της επιχείρησης συμβάλει την βιώσιμη ανάπτυξη και στον φυσικό τρόπο ανακύκλωσης των υλών.

Περιβάλλον: ο σεβασμός στο περιβάλλον αποτελεί βασικό μέλημα της επιχείρησης, και για να είναι συνεπείς με αυτή την αξία, θα χρησιμοποιεί με σύνεση αναλώσιμα, και θα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην διαχείριση των αποβλήτων⁹⁰.

3.13.4 Εταιρικοί στόχοι

Η επιχείρηση θέτει στόχους σχετικά με την οικονομική εξέλιξη της επιχείρησης. Για να πετύχει την ανάπτυξη αυτή θα θέσει στόχους:

- **Διείσδυσης στην αγορά:** αύξηση του μεριδίου αγοράς στις περιοχές που δραστηριοποιείται. Λόγω του μικρού μεγέθους της μονάδας, και της τοπικής της δράσης, δεν έχει νόημα η ανάλυση για όλη την γεωγραφική περιοχή του νομού ή όλης της Ελλάδας. Για να διαπιστωθεί ο βαθμός εξέλιξης της διείσδυσης, θα συγκρίνονται οι ετήσιες πωλήσεις και ο βαθμός ανάπτυξής τους
- **Διείσδυση σε νέες αγορές:** πρόκειται για την προσπάθεια ανάπτυξης της αγοράς και σε άλλες περιοχές. Αυτή η δράση θα γίνει μελλοντικά μαζί με την ανάπτυξη της επιχείρησης.

⁹⁰ Τα απόβλητα την μονάδας θα είναι:

- Απόβλητα συστήματος πλύσης (προς βιολογικό καθαρισμό)
- Εναπομένουσα ποσότητα τυρογάλακτος μετά την παραγωγή και της μυζήθρας

3.14 Μίγμα μάρκετινγκ

Το μίγμα μάρκετινγκ⁹¹ (marketing mix) αποτελεί το σύνολο εκείνων των ενεργειών-εργαλείων που πρέπει να κάνει η επιχείρηση προκειμένου να πετύχει την ανταπόκριση που θέλει από το κοινό-στόχο. Το μίγμα μάρκετινγκ, πιο γνωστό ως τα 4P⁹² περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες, οι οποίες αναλύονται στην συνέχεια:

- Προϊόν
- Τιμολόγηση
- Διανομή
- Επικοινωνία και προβολή

3.14.1 Στρατηγική προϊόντος

Τα προϊόντα που παράγει η επιχείρηση είναι «καταναλωτικά προϊόντα ευρείας κατανάλωσης». Στην συνέχεια δίνονται τα επιμέρους χαρακτηριστικά του προϊόντος:

3.14.1.1 Το εμπορικό σήμα (brand name)

Αποτελεί την αναγραφή πάνω στο προϊόν ενός εμπορικού σήματος. Το εμπορικό σήμα μπορεί να είναι μια ή περισσότερες λέξεις, γράμμα, σύμβολο, ακόμα και μια εικόνα. Το εμπορικό σήμα για να κατοχυρωθεί και να είναι αποκλειστικό, πρέπει να κατατεθεί στις αρμόδιες υπηρεσίες της **Δ/νσης Εμπορικής και Βιομηχανικής ιδιοκτησίας** της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου⁹³. Το εμπορικό σήμα θα πρέπει να συγκρατείται εύκολα στην μνήμη, και να υπονοεί την χρήση του προϊόντος. Τα εμπορικά σήματα που θεωρούνται «επιτυχημένα» είναι αυτά που διακρίνονται από απλότητα, ανθρωπιά και συνάφεια. Μαζί με το εμπορικό σήμα, μπορεί να προστεθεί και ένα σλόγκαν που θα ενισχύει την εικόνα του προϊόντος. Για τα προϊόντα της μονάδας προτείνεται «**Γαλακτοκομικά Κύμης, για ένα υγιεινό τρόπο ζωής**», και θα ακολουθεί ο κωδικός του προϊόντος, (γιαούρτι, κρέμα κλπ).

3.14.1.2 Πολιτική σήμανσης ή επωνυμίας

Η επιχείρηση επιλέγει την τον τρόπο σήμανσης ως «**οικογένεια μάρκας**» (family brand). Κάτω από το εμπορικό σήμα, θα ακολουθεί το όνομα της σειράς και στην συνέχεια το μεμονωμένο κωδικό, όπως φαίνεται στο παράδειγμα που ακολουθεί:

Εμπορικό σήμα	Σλόγκαν	Σειρά	Κωδικός
Γαλακτοκομικά Κύμης	«Για έναν υγιεινό τρόπο ζωής»	Πρόβειο	Γιαούρτη 200 g

Πίνακας 3.16 : Παράδειγμα κατάρτισης εμπορικού σήματος

⁹¹ <http://bizwriter.gr/2008/11/what-marketing-mix-is/comment-page-1/>

⁹² 4P: Product, Price, Place, Promotion

⁹³ Περισσότερες πληροφορίες στην Γενική γραμματεία εμπορίου (http://gge.gov.gr/?page_id=555)

3.14.1.3 Συσκευασία του προϊόντος

Η συσκευασία θα πρέπει να:

- Προστατεύει το προϊόν από καταστροφή ή ζημιά
- Βοηθά στην πώληση του προϊόντος (να είναι ελκυστική και να προωθεί το προϊόν)
- Να προσθέτει στο προϊόν πρακτική και χρηστική αξία (πήλινα δοχεία γιαουρτιού)
- Να διαφοροποιεί το προϊόν από τα άλλα ανταγωνιστικά

Στον ακόλουθο πίνακα δίνεται ενδεικτικά οι συσκευασίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν (στις υποσημειώσεις της σελίδας ^{94,95} βρίσκονται και τα εμπορικά καταστήματα που προμηθεύουν τέτοια υλικά).

Προϊόντα		
Σειρές (5)	Κωδικοί (9)	Συσκευασία
Πρόβειο γιαούρτι	200 g	Κεσεδάκι 240 ml ⁹⁴
	900 g	Κεσεδάκι πήλινο 1000 gr ⁹⁵
Αγελαδινό γιαούρτι	200 g	Κεσεδάκι 240 ml
Κρέμα	Απλή 200 g	Κεσεδάκι 240 ml
	Με γεύση 200 g	Κεσεδάκι 240 ml
Ρυζόγαλο	Απλό 200 g	Κεσεδάκι 240 ml
	Με γεύση 200 g	Κεσεδάκι 240 ml
Τυρί	Κεφαλοτύρι (5 kg)	Πλαστικό περίβλημα
	Μυζήθρα (1 kg)	Πλαστικό περίβλημα

Πίνακας 3.17: Παράδειγμα επιλογής συσκευασιών

⁹⁴<http://www.kuvelis.gr> (πλαστικά κεσεδάκια)

⁹⁵<http://www.kuvelis.gr> (πήλινα κεσεδάκια)

3.14.1.4 Ετικέτα ή σήμανση του προϊόντος

Η ετικέτα μπορεί να περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία

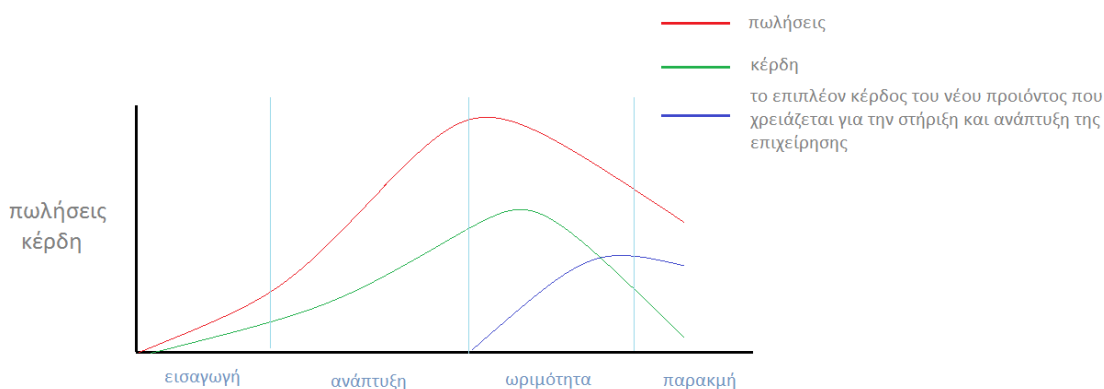
- Το εμπορικό σήμα
- Πληροφορίες για την ποιότητα του προϊόντος
- Περιγραφικό μέρος: δίνει πληροφορίες για το προϊόν, όπως από τι γάλα παράχθηκε, αν ήταν ελληνικό από την τοπική παραγωγή ή όχι, τον τρόπο συντήρησης, το βάρος του, τον αριθμό έγκρισης κ.α..
- Την επωνυμία και την διεύθυνση του παραγωγού

Το είδος της ετικέτας καθώς και το ανάλογο κόστος ποικίλει από πολύ απλές ετικέτες «προκάτ» πάνω στις οποίες γράφεται με μαρκαδόρο μαύρου χρώματος τα στοιχεία της ετικέτας, μέχρι σύνθετες ετικέτες σχεδιασμένες από έμπειρα γραφεία και σχεδιαστές. Ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι το κόστος 1000 προκατ ετικετών προσεγγίζει τα 70 ευρώ, ενώ ο σχεδιασμός μιας «καλής» ετικέτας φτάνει τα 500 ευρώ. Η επιχείρηση λόγω μικρού κύκλου εργασιών, επιλέγει μια ενδιάμεση λύση⁹⁶, που θα κοστίζει σχεδιαστικά 100 ευρώ, για το λογότυπο και 30 ευρώ η κάθε ετικέτα.

Για να τονιστεί ότι το προϊόν είναι **ελληνικό** μπορεί να χρησιμοποιηθεί διακριτικά πάνω στην συσκευασία ένα μικρό ετικετάκι με την ελληνική σημαία. Η επιβάρυνση του κόστους θα είναι σχεδόν ασήμαντο διότι το κόστος ανά 1000 σημαϊάκια είναι 10 ευρώ. Το δικαίωμα της χρήσης αυτής της σήμανσης, αποκτάται από εταιρία που πιστοποιεί προϊόντα, με κόστος που δεν ξεπερνά τα 50-100 ευρώ για το σύνολο της επιχείρησης.

3.14.1.5 Κύκλος ζωής των προϊόντων

Ο κύκλος ζωής του κάθε προϊόντος δίνεται στο διάγραμμα που ακολουθεί. Στην περίπτωση όμως της υπό εξέταση μονάδας, τα προϊόντα έχουν διαχρονική χρήση, λόγω της φύσης του ως εκ τούτου δεν μελετάται περισσότερο.



Γράφημα 3.1: Κύκλος ζωής προϊόντος (πηγή: Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α.Μ., «Μάρκετινγκ Αρχές Στρατηγικές Εφαρμογές» σελ 214, προσωπική μετατροπή διαγράμματος)

⁹⁶ http://www.fergadis.gr/corporate_identity.html

3.14.2 Στρατηγική τιμολόγησης

Η πολιτική τιμολόγησης αποτελεί την πλέον «ευαίσθητη» στρατηγική μάρκετινγκ, και αυτό για δύο βασικούς λόγους. Η τιμή αντανακλά σε έναν βαθμό τα κέρδη, και η όποια μεταβολή της τιμής θα μεταβάλει ανάλογα της ποσότητες πώλησης (ζήτηση-προσφορά). Τέλος η τιμή αποτελεί την πιο ευμετάβλητη παράμετρο του μίγματος μάρκετινγκ, και αυτό διότι με μια απόφαση αμέσως αλλάζει και η τιμή.

Η κάθε επιχείρηση επιλέγει έναν τρόπο τιμολόγησης το οποίο αποφασίζεται από την διοίκηση της εταιρίας (συνεργασία Marketing & Management). Υπάρχουν πολύπλοκα μοντέλα ώστε να αποφασιστεί η τιμολογιακή πολιτική όπως:

- 1) Η μέθοδος του νεκρού σημείου,
- 2) Τιμολόγηση με βάση το βαθμό απόδοσης των επενδυμένων κεφαλαίων(αφορά πολύ μεγάλες επιχειρήσεις) ,
- 3) Μέθοδοι βασισμένες στην αντίληψη των αγοραστών,
- 4) Μέθοδοι βασισμένες στον ανταγωνισμό και πολλές άλλες.

Όλες αυτές οι μέθοδοι αποσκοπούν, είτε στο να διεισδύσουν στην αγορά μέσω χαμηλής τιμής (πολιτική «διείσδυσης») ή να κάνουν εξάφρισα μέσω πολύ υψηλής τιμής (πολιτική «εξαφρίσματος»).

Η επιχείρηση που εξετάζουμε επιλέγει την τιμολόγηση «**κόστος- συν** (cost- plus)», που αποτελεί την πιο απλή μέθοδο τιμολόγησης, και εφαρμόζουν οι μικρές επιχειρήσεις. Για τον υπολογισμό της τιμής αρκεί να βρεθεί το κόστος του προϊόντος, και πάνω σε αυτό να προστεθεί ένα ποσοστό κέρδους.

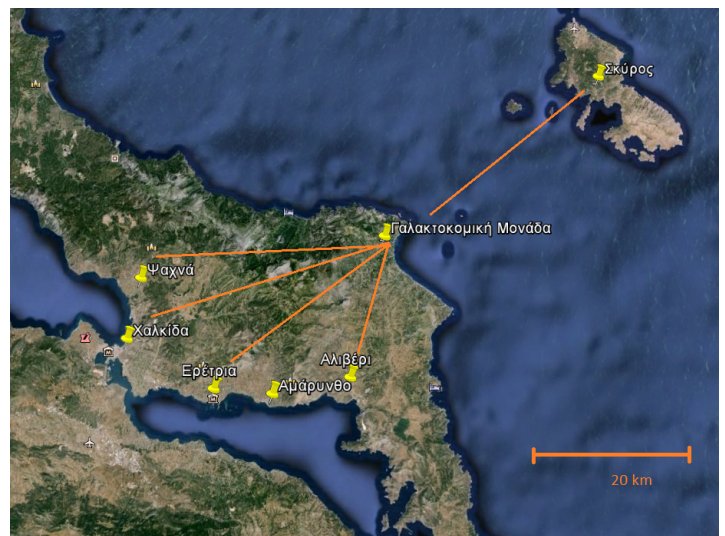
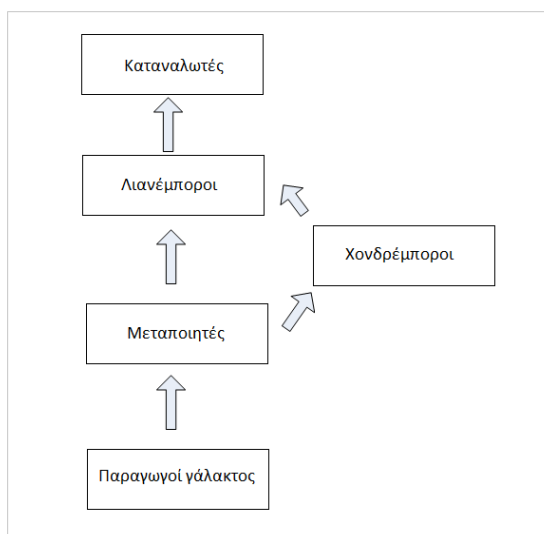
Αξίζει να σημειώσουμε ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα παρουσιάζουν **χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης**⁹⁷ ως προς την τιμή και το εισόδημα, πράγμα που δικαιολογείται από το γεγονός, ότι η ελληνική κοινωνία καταναλώνει τέτοια προϊόντα χωρίς να έχει την δυνατότητα να τα αντικαταστήσει με υποκατάστατα. Το στοιχείο αυτό διαπιστώθηκε και στο πρώτο μέρος της εργασίας, όπου η μείωση κατά 14% στα είδη διατροφής τα τελευταία 5 χρόνια, ακολουθείσθε από 12% μείωση στα γαλακτοκομικά και αυγά.

⁹⁷ http://old.helex.gr/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=335&Itemid=10587

3.14.3 Στρατηγική συστήματος διανομής

Η στρατηγική του συστήματος διανομής⁹⁸ αφορά την επιλογή και διαχείριση της φυσικής και εμπορικής ροής των προϊόντων της επιχείρησης- παραγωγού από αυτήν μέχρι τον τελικό αγοραστή. Η διανομή εξαρτάται από την συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις, τους μεσάζοντες (λιανέμποροι και χονδρέμποροι). Όπως και στην περίπτωση της τιμολόγησης έτσι και στην διανομή υπάρχουν διάφοροι τύποι, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, την στρατηγική διείσδυσης, τον βαθμό ειδίκευσης του δικτύου, τον βαθμό έντασης της διανομής κλπ.

Γενικότερα τα προϊόντα γάλακτος ακολουθούν την πορεία που περιγράφεται στο επόμενο διάγραμμα:



Διάγραμμα 3.7 (αριστερά) : Η διανομή των προϊόντων (τυπικό σχήμα, πηγή: Competitiveness of the EU Dairy Industry, Tacke G.M.L., 2009⁹⁹)

Εικόνα 2.1 (δεξιά): Οι περιοχές στοχεύσεις της μονάδας στον νομό Εύβοιας (Google Earth)

Στην δική μας περίπτωση επιλέγεται κατά κύριο τρόπο, η διανομή να γίνει από την μονάδα προς της επιχειρήσεις μέσω ανάπτυξης δικού της δικτύου .

Αυτή η επιλογή δεν αποκλείει την διανομή των προϊόντων και μέσω μεσαζόντων.

⁹⁸ Δημητριάδης Σ & Τζωρτζάκη Α.Μ., «Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές Εφαρμογές», εκδόσεις Rosili, σελ. 259-281

⁹⁹ http://www.academia.edu/6984084/Competitiveness_of_the_EU_dairy_industry

3.14.4 Στρατηγική επικοινωνίας και προβολής

Η προβολή μιας επιχείρησης μπορεί να γίνει με πολλούς τρόπους¹⁰⁰. Η επιχείρηση μπορεί να επιλέξει έναν ή περισσότερους τρόπους να προβληθεί (μίγμα προβολής) όπως 1) η διαφήμιση, 2) οι δημόσιες σχέσεις, 3) η προσωπική πώληση, 4) η προώθηση πωλήσεων και 5) το άμεσο μάρκετινγκ. Στην περίπτωση που εξετάζεται κρίνεται σκόπιμο να προβληθεί η εταιρία μέσω:

- **Προσωπική πώληση και άμεσο μάρκετινγκ:** ο πωλητής θα προωθεί το προϊόν στους πελάτες, θα τους ενημερώνει για τα υπόλοιπα προϊόντα της επιχείρησης και θα προωθεί και διαφημιστικό υλικό (ενημερωτικά φυλλάδια)
- **Διαφήμιση σε τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς:** αυτός ο τρόπος διαφήμισης είναι ο ιδανικός για τις μικρές επιχειρήσεις λόγω χαμηλού κόστους. Στο διαφημιστικό σποτ θα πρέπει να τονίζεται η τοπικότητα των προϊόντων και οι ελληνικές πρώτες ύλες. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στην Εύβοια δραστηριοποιούνται 30 ραδιοφωνικού σταθμοί, με τους 2 πιο κοντινούς σε ακτίνα 50 km, από την Κύμη.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι η μονάδα θα πρέπει να διαμορφώσει κατάλληλα τα γραφεία της ώστε να δέχεται επισκέψεις από πελάτες και συνεργάτες.

3.15 Χρονοδιαγράμματα υλοποίησης της επιχείρησης

Στους ακόλουθους πίνακες δίνονται ομαδοποιημένες οι δράσεις που απαιτούνται για την ίδρυση της επιχείρησης.

Σε πρώτη φάση γίνονται ενέργειες για την σύσταση της επιχείρησης, και έρευνα αγοράς ώστε να διαπιστωθεί η παρουσία παραγωγών στην περιοχή, προμηθευτών, πελατών και η επικοινωνία μαζί τους για μελλοντική συνεργασία.

Τίτλος δράσης :	Ενέργειες σύστασης επιχείρησης και έρευνα αγοράς
Χρόνος υλοποίησης:	1/10/2015-1/12/2015
Διάρκεια:	2 μήνες
Προϋπολογισμός:	1000
	<ul style="list-style-type: none">• Νομικές ενέργειες (μέσω υπηρεσίας Γ.Ε.Μ.Η)<ul style="list-style-type: none">○ Απόκτηση ΑΦΜ○ Εγγραφή στο ΟΑΕΕ○ Φορολογική ενημερότητα○ Παράβολα σύστασης επιχείρησης• Μελέτες (απόβλητα)• Έρευνα αγοράς στην ακτίνα δράσης της επιχείρησης

¹⁰⁰ Δημητριάδης Σ & Τζωρτζάκη Α.Μ., «Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές Εφαρμογές», εκδόσεις Rosili, σελ. 285-319

- Επικοινωνία με τους παραγωγούς
- Επικοινωνία με τους εν δυνάμει πελάτες
- Επικοινωνία με τους μεσάζοντες

Αποτελέσματα: Νομική ίδρυση επιχείρησης

Πίνακας 3.18 : Ενέργειες σύστασης επιχείρησης και έρευνα αγοράς

Ακολουθεί η επιλογή του οικοπέδου, η έρευνα αγοράς αυτού, η καταλληλότητα για το είδος της επιχείρησης, η επικοινωνία με μεσίτες της περιοχής, η συλλογή προσφορών και τελικά η επιλογή.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι σε περίπτωση ύπαρξης ιδιόκτητου χώρου, το κόστος δημιουργίας της μονάδας θα μειωθεί αρκετά. Αυτό το στοιχείο ενδιαφέρει κυρίως ήδη κτηνοτρόφους οι οποίοι κατέχουν ιδιόκτητους χώρους. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να μεριμνήσουν:

- Για την καταλληλότητα του χώρου (επικλινές έδαφος)
- Πρόσβαση σε ηλεκτρικό ρεύμα, ύδρευση, επικοινωνιακή σύνδεση
- Οδική πρόσβαση
- Συγκοινωνιακή σύνδεση για την πρόσβαση του προσωπικού

Τίτλος δράσης : Αναζήτηση οικοπέδου¹⁰¹ για την μονάδα, 600-750m²

Χρόνος υλοποίησης: 1/12/2015-/2/2016

Διάρκεια: 2 μήνες

Προϋπολογισμός: 10000

- Έρευνα για τις νομικές απαιτήσεις ίδρυσης γαλακτοκομικής μονάδας (χωροθέτηση)
- Έρευνα για την επιλογή οικοπέδου (εάν δεν υπάρχει)
- Επιλογή και αγορά οικοπέδου

Αποτελέσματα: Απόκτηση οικοπέδου

Πίνακας 3.19 : αναζήτηση οικοπέδου

Ακολουθεί η κατασκευή των κτηριακών εγκαταστάσεων. Σε περίπτωση ύπαρξης ήδη κτηρίου τότε θα πρέπει να μετατραπεί κατάλληλα για την μονάδα. Για τον λόγω αυτό στα παραρτήματα της διατριβής παραθέτονται σχέδια από υπάρχουσες μονάδες, κυρίως του εξωτερικού. Για την μετατροπή του κτηρίου θα πρέπει όπως και στην περίπτωση του οικοπέδου, να αναζητηθούν οι απαιτήσεις της μονάδας και σε συνεργασία με έμπειρο τεχνικό προσωπικό να μετατραπεί ο χώρος. Σε περίπτωση ύπαρξης ήδη οικοπέδου και ήδη κτηριακής εγκατάστασης (συνήθως περιπτώσεις οργανωμένων κτηνοτρόφων) το τελικό κόστος θα είναι πολύ μειωμένο.

¹⁰¹ http://kathimerini.onweb.gr/media/PDF/times_oikopedon2013.pdf

Τίτλος δράσης :	Δημιουργία κτηριακών εγκαταστάσεων
Χρόνος υλοποίησης:	1/2/2016-1/6/2016
Διάρκεια:	4 μήνες
Προϋπολογισμός:	68000
	<ul style="list-style-type: none">• Έρευνα αγοράς<ul style="list-style-type: none">○ Κατασκευαστών○ Τεχνητών, ειδικών σε επαγγελματικές κατασκευές• Λήψη προσφορών• Αξιολόγηση προσφορών• Έναρξη κατασκευής• Σύνδεση ηλεκτρικού ρεύματος• Ύδρευση (από τον δήμο αν υπάρχει δυνατότητα ή κατασκευή γεώτρησης)• Σύστημα αποχέτευσης (ή/και μικρό βιολογικό καθαρισμό)• Τηλεφωνική σύνδεση (μαζί με σύνδεση internet)
Αποτελέσματα:	ολοκλήρωση κατασκευής κτηριακής εγκατάστασης

Πίνακας 3.20 : Δημιουργία κτηριακών εγκαταστάσεων

Ακολουθεί η επιλογή και η εγκατάσταση του εξοπλισμού, που αποτελεί το σημαντικότερο μέλημα στην κατασκευή της μονάδας, διότι αστοχία στην επιλογή του μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα κατά την παραγωγική διαδικασία. Στην συνέχεια δίνονται οι δράσεις.

Τίτλος δράσης :	Επιλογή και αγορά εξοπλισμού
Χρόνος υλοποίησης:	1/6/2016-1/8/2016
Διάρκεια:	2 μήνες
Προϋπολογισμός:	80050
	<ul style="list-style-type: none">• Έρευνα αγοράς εξοπλισμού• Συλλογή προσφορών• Συλλογή πληροφοριών για τον εξοπλισμό από άλλες πηγές (μεσάζοντες, προμηθευτές, άλλες μονάδες, εκθέσεις κλπ)• Επιλογή της κατάλληλης προσφοράς
Αποτελέσματα:	Αγορά και εγκατάσταση εξοπλισμού

Πίνακας 3.21 : Επιλογή και αγορά εξοπλισμού

Η επιλογή του προσωπικού θα πρέπει να ακολουθήσει την διαδικασία του ακόλουθου πίνακα:

Τίτλος δράσης :	Επιλογή προσωπικού
Χρόνος υλοποίησης:	1/8/2016-1/9/2016
Διάρκεια:	1 μήνας
Προϋπολογισμός:	
	<ul style="list-style-type: none">• Περιγραφή των θέσεων που θα καλυφτούν• Καταγραφή των απαιτήσεων για κάθε θέση• Ανακοίνωση της προσφοράς εργασίας¹⁰² (κυρίως στον τύπο της περιοχή, ΟΑΕΔ)

¹⁰² Για την κάλυψη των κενών θέσεων που απαιτούν ειδικές δεξιότητες θα πρέπει να αναζητηθούν και μέσω του κύκλου που θα συνεργάζεται η επιχείρηση όπως από τους προμηθευτές, τους μεσάζοντες κλπ

- Συλλογή βιογραφικών
- Διαδικασία συνεντεύξεων
- Επιλογή κατάλληλου ατόμου με αντικειμενικά και μόνο κριτήρια

Αποτελέσματα: Πρόσληψη προσωπικού

Πίνακας 3.22: Επιλογή και πρόσληψη προσωπικού

Τέλος, απομένει η τυπική έναρξη της λειτουργίας της μονάδας. Στον ακόλουθο πίνακα δίνονται οι δράσεις που απαιτούνται. Σημειώνεται ότι ορισμένες πιστοποιήσεις θα αποκτηθούν κατά την διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης.

Τίτλος δράσης : Έναρξη της παραγωγής

Χρόνος υλοποίησης: 1/9/2016 έναρξη παραγωγικής διαδικασίας

Διάρκεια:

Προϋπολογισμός: 5000

- Σύναψη συμφωνιών (συμβολαίων) με τους προμηθευτές- μεσάζοντες- πελάτες
- Δοκιμαστική λειτουργία της μονάδας με σκοπό:
 - Δοκιμή του εξοπλισμού
 - Εξοικείωση με τον εξοπλισμό
 - Συγχρονισμός της παραγωγής
 - Ανίχνευση προβλημάτων
 - Επίλυση προβλημάτων
 - Προμήθεια βοηθητικών υλών
 - Προμήθεια πρώτων υλών για την δοκιμαστική φάση λειτουργίας
 - Δοκιμαστικές μετρήσεις ποιοτικού ελέγχου
- Ίδρυση διαδικτυακού τόπου
 - Σχεδιασμός στατικής ιστοσελίδας¹⁰³
 - Εγκατάσταση ιστοσελίδας
- Οργάνωση δικτύου πωλήσεων
 - Πελάτες B2C
 - Πελάτες B2B
- Απόκτηση πιστοποίησης
 - **ISO 9001: 2008**, για την διασφάλιση της ποιότητας προϊόντων
 - Συλλογή προσφορών
 - Επιλογή εταιρίας πιστοποίησης
 - Υλοποίηση έργου (απαιτούνται 2 μήνες)
 - **«ελληνικότητα»** επιχείρησης (1 μήνας)

Αποτελέσματα: Πλήρη εξέλιξη της παραγωγής

Πίνακας 3.23 : Έναρξη και διατήρηση της παραγωγής

¹⁰³ Σε αυτή την φάση η επιχείρηση θα διαθέτει απλή στατική ιστοσελίδα (χωρίς δυνατότητες ηλεκτρονικού εμπορίου) η οποία θα φιλοξενηθεί δωρεάν στον πάροχο τηλεπικοινωνιών (50 mb δωρεάν από την Cyta, πηγή: <http://www.cyta.gr/el/forhome/2play>)

3.16 Οικονομικά στοιχεία

Στα επόμενα κεφάλαια θα γίνει προσπάθεια να αναλυθούν τα οικονομικά στοιχεία

3.16.1 Προϋπολογισμός επένδυσης

Στον ακόλουθο πίνακα δίνονται συγκεντρωτικά το είδος και τα κόστη των δράσεων που απαιτούνται για την δημιουργία της επιχείρησης. Στην συνέχεια δίνονται ενδεικτικά οι πηγές από όπου συλλέχτηκαν οι προσφορές.

	Τύπος Επένδυσης	Κόστος	Χρονοδιάγραμμα	Διάρκεια υλοποίησης	Κόστος
1	Ενέργειες σύστασης της επιχείρησης και έρευνα αγοράς		1/10/2015	2 μήνες	1000
2	Απόκτηση οικοπέδου		1/12/2015	2 μήνες	10.000
3	Δημιουργία κτηριακών εγκαταστάσεων		1/2/2016	4 μήνες	68.000
4	Αγορά και εγκατάσταση εξοπλισμού (όλος)		1/6/2016	2 μήνες	80050
5	Επιλογή προσωπικού		1/8/2016	1 μήνας	0
6	Έναρξη της παραγωγής		1/9/2016		2000
7	Απόκτηση ISO		1/9/2016	2	3000
	Σύνολο επένδυσης				164.000

Πίνακας 3.24 : Προϋπολογισμός ανά κατηγορία δράσης της υλοποίησης της επιχείρησης

3.16.2 Κόστος παραγωγής

Το κόστος παραγωγής ορίζεται κατά κανόνα, ως το σύνολο των παραγωγικών δαπανών που αναλογεί σε μια μονάδα ποσότητας ενός προϊόντων¹⁰⁴. Προτού προχωρήσουμε στην διαδικασία υπολογισμού του κόστους θα πρέπει να σημειώσουμε ότι επειδή ο υπολογισμός του βασίζεται στην εκτίμηση μεγάλου αριθμού παραγωγικών δαπανών ή στοιχείων του, η ακρίβεια των εκτιμήσεων δεν είναι πάντοτε η επιθυμητή, με αποτέλεσμα το υπολογιζόμενο κόστος να ανταποκρίνεται κατά προσεγγίσει μόνο ως προς το πράγματι αληθές .

Υπολογισμός Παραγωγικών Δαπανών

Για τον όσο το δυνατόν ορθότερο προσδιορισμό του κόστους παραγωγής ακολουθούνται τα εξής βήματα:

1. Δημιουργία πίνακα βασικών παραγωγικών δαπανών της μονάδας που θα επιμεριστούν στα παραγόμενα προϊόντα.
2. Δημιουργία πίνακα παραγωγικών δαπανών ανά τμήμα
3. Δημιουργία αναλυτικού πίνακα αναλώσιμων που χρησιμοποιούνται σε κάθε τμήμα
4. Επιμερισμός των δαπανών ανά προϊόν ανάλογα με τον όγκο που συμμετέχουν στο σύνολο της ποσότητας γάλακτος

Ο **επιμερισμός** θα γίνει με τον ακόλουθο τρόπο:

- Το πρόβειο γάλα διατίθεται μόνο 6 μήνες το χρόνο ή 150 εργάσιμες
- Το αγελαδινό διατίθεται όλο το χρόνο ή 260 εργάσιμες.

Με βάση τα παραπάνω το πρόβειο χρονικά δεσμεύει το 36,6% των γενικών δαπανών (μεταφορικά εργασία κλπ). Αξίζει να σημειώσουμε ότι ο επιμερισμός γίνεται θεωρώντας ότι για την μεταφορά, τα εργατικά, η συντήρηση κλπ, και των δύο ειδών γάλακτος είναι ίδια. Σε πραγματικές όμως συνθήκες το πρόβειο γάλα ίσως απαιτεί περισσότερα έξοδα συλλογής από το αγελαδινό. Αντίστοιχα το αγελαδινό δεσμεύει το 66,3% των γενικών παραγωγικών δαπανών.

Στην συνέχεια το κάθε προϊόν, κάθε τμήματος απορροφά αντίστοιχο μέρος δαπανών όσο η συμμετοχή του και σχετικά με τους τόκους έχουμε:

- Στις αποσβέσεις δεν υπολογίζονται τόκοι
- Οι τόκοι επί των κεφαλαίων των παραγωγικών δαπανών υπολογίζονται βάση επιτοκίου βραχυπρόθεσμου δανεισμού (7,9% τράπεζα Πειραιώς- κεφάλαιο κίνησης)

¹⁰⁴ Τσιμπούκας Κ., «Εισαγωγή στην Γεωργική Οικονομική», 2005, Πανεπιστημιακές εκδόσεις ΓΠΑ, σελ. 19-84

- Οι τόκοι μακροπρόθεσμου δανεισμού αφορούν τα δάνεια που λαμβάνονται για τις εγκαταστάσεις και για τον μόνιμο και ημιμόνιμο εξοπλισμό.

Υπολογισμός τοκοχρεολυσίων δανείου επένδυσης:

Η επιχείρηση δανείζεται το ποσό των 164.000 ευρώ, με επιτόκιο 6%, με αποπληρωμή τα 20 έτη, με σταθερό τοκοχρεολύσιο.

Ο υπολογισμός της τοκοχρεολυτικής δόσης γίνεται με τον τύπο:

$$T.\Delta = \varepsilon * (1 + \varepsilon)^V / (1 + \varepsilon)^V * K$$

Όπου: T.Δ. = Τοκοχρεολυτική δόση
 Ε = Επιτόκιο δανεισμού
 ν = περίοδος αποπληρωμής
 Κ = Κεφάλαιο

Τελικά προκύπτει **T.Δ. = 14.312 ευρώ**

Στον ακόλουθο πίνακα δίνεται η εξέλιξη των επόμενων 5 ετών:

ΈΤΟΣ	ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΣΙΟ	ΧΡΕΟΛΎΣΙΟ	ΤΟΚΟΣ	ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΧΡΕΟΛΥΣΙΟΥ
0				164000
1	14312	4472	9840	159528
2	14312	4740,32	9571,68	154787,68
3	14312	5024,74	9287,26	149762,94
4	14312	5322,23	8989,77	144440,71
5	14312	5645,56	8666,44	
...				
20	286240	164000	122240	0

Στις ακόλουθες ενότητες δίνονται οι παραγωγικές δαπάνες κάθε τμήματος ξεχωριστά, και παραγωγικές δαπάνες γενικές που θα επιμεριστούν στα τμήματα.

Στους ακόλουθους πίνακες δίνονται συγκεντρωμένες οι παραγωγικές δαπάνες και στους υπόλοιπους πίνακες δίνεται αναλυτικά ανά τμήμα.

Βασικές Παραγωγικές δαπάνες (1 ^ο έτος) Γενικές δαπάνες	Ετήσιο κόστος σε (ευρώ)
1. Ενοίκιο	
Εδάφους (ακάλυπτο)- 200 m ²	500
2. Αμοιβή εργασίας (σύνολο- 14 μισθοί)	62.440
3. Δαπάνη έργου μηχανημάτων	
4. Αξία υπηρεσιών τρίτων και γενικά έξοδα	
Πληρωμές τρίτων (δικηγόρο, φοροτεχνικό)	1.000
Μεταφορικά- καύσιμα (150+km/ημέρα)	5.000
Γενικά έξοδα (ηλεκτρισμό ...)	5.000
5. Απόσβεση κεφαλαίων (μόνιμων και ημιμόνιμων)	8.139

6. Συντήρηση κεφαλαίων- επισκευές	2.500
7. Ασφάλιστρα	
Ασφαλιστικές εισφορές εργαζομένων (ΙΚΑ-ΟΑΕΕ)	13.000
Ασφάλειες οχημάτων (3)	1.300
Άλλες ασφάλειες	2.000
8. Τόκοι κεφαλαίων¹⁰⁵ (7,9% Τράπεζα Πειραιώς)	3.663
9. Τοκοχρεολύσια (1^ο έτος)	14.312
Σύνολο	118.854

Πίνακας 3.25: Βασικές παραγωγικές δαπάνες

Ο επιμερισμός θα γίνει εξίσου στα τελικά προϊόντα ανάλογα με την συμμετοχή τους με την ακόλουθη σειρά:

- **Πρόβειο γάλα:** $118.854 * 33,66\% = 40.006$ ευρώ
 - Τμήμα τυριού: $40.006 * 66,6\% = 26.670$ ευρώ
 - Τμήμα γιαουρτιού: $40.006 * 33,33\% = 13.333$ ευρώ
- **Αγελαδινό γάλα:** $118.854 * 66,3\% = 78.835$ ευρώ
 - Τμήμα αγελαδινού γιαουρτιού: $78.835 * 25\% = 19.708$ ευρώ
 - Τμήμα κρέμας: $78.835 * 37,5\% = 29.563$ ευρώ
 - Τμήμα ρυζόγαλου: $78.835 * 37,5\% = 29.563$ ευρώ

Στην συνέχεια υπολογίζονται ανά τμήμα όλα τα αναλώσιμα:

Αναλώσιμα Τμήματος παραγωγής τυριού	Ετήσιο κόστος σε (ευρώ)
Αξία αναλίσκωμενων υλικών και υπηρεσιών	
Αξία υποπροϊόντων ¹⁰⁶ (μυζήθρα) 1500 kg (4€/ kg)	6000
Γάλα πρόβειο 30 TN (6 μήνες- 150 ημέρες) 0,9€/ kg	27000
Πυτιά	60
CaCl ₂ 7,5 kg	67,5
Καλλιέργειες γιαούρτης (από φρέσκο γιαούρτι)	
Συσκευασίες κεφαλιών τυριού (VACUUM)	1000
Αλάτι (200 kg)	100
Σύνολο (-το υποπροϊόν)	22227,5

Πίνακας 3.26: Ανάλυση αναλώσιμων τμήματος παραγωγής τυριού

Αναλώσιμα Τμήματος γιαουρτιού	Ετήσιο κόστος σε (ευρώ)
Πρόβειο γιαούρτι κυπελάκι 200 gr	
Γάλα πρόβειο 9 TN/ 0,9 €/kg (150 ημέρες)	8100
Καλλιέργειες γιαούρτης (από φρέσκο γιαούρτι)	360

¹⁰⁵ Δεν συνυπολογίζονται οι τόκοι επί των αποσβέσεων (υπολογίζονται το ήμισυ του τόκου)

¹⁰⁶ Η αξία των υποπροϊόντων αφαιρείται από τις παραγωγικές δαπάνες του συγκεκριμένου κλάδου (κεφαλοτύρι)

Πλαστικά κυπελάκια συσκευασίας (με καπάκι)	1875
Σύνολο	10335
Πρόβειο γιαούρτι πήλινο δοχείο 1 kg	
Γάλα πρόβειο 6 TN/ 0,9 ε/kg (150 ημέρες)	5400
Καλλιέργειες γιαούρτης (από φρέσκο γιαούρτι)	240
Πήλινα δοχεία πρόβειου γιαουρτιού	1800
Σύνολο	7440
Αγελαδινό γιαούρτι κυπελάκι 200 gr	
Γάλα αγελάδος 13 TN (όλο το έτος 260 ημέρες)	5850
Καλλιέργειες γιαούρτης (από φρέσκο γιαούρτι)	263
Πλαστικά κυπελάκια συσκευασίας (με καπάκι)	2600
Σύνολο	8713

Πίνακας 3.27: Ανάλυση αναλώσιμων τμήματος γιαουρτιού

Αναλώσιμα Τμήματος κρέμας- ρυζόγαλου	Ετήσιο κόστος σε (ευρώ)
Ρυζόγαλο (με τυπική συνταγή)	
Γάλα αγελαδινό 19,5 TN (όλο το έτος – 260 ημέρες)	8875
Ρύζι (8%)	565
Άμυλο (2%)	266
Ζάχαρη (10%)	1267
Αρωματικές ύλες	100
Πλαστικά κυπελάκια συσκευασίας (με καπάκι)	6305
Σύνολο	17378
Κρέμα (με τυπική συνταγή)	
Γάλα αγελαδινό 19,5 TN	8875
Άμυλο (5%)	1460
Ζάχαρη (10%)	1267
Αρωματικές ύλες	100
Πλαστικά κυπελάκια συσκευασίας (με καπάκι) (97500)	5603
Σύνολο	17305

Πίνακας 3.28: Ανάλυση αναλώσιμων τμήματος κρέμας- ρυζόγαλου

Στην συνέχεια δίνονται οι παραγωγικές δαπάνες ανά τμήμα συγκεντρωμένα:

Παραγωγικές δαπάνες Ανά τμήμα	Ετήσιο κόστος σε (ευρώ)
Τμήμα παραγωγής τυριών	
Αναλώσιμα	22227,5
Αποσβέσεις κεφαλαίων	373
Τόκοι κεφαλαίων	1785
Σύνολο τμήματος	24385
Τμήμα παραγωγής γιαουρτιού	
Αναλώσιμα	26488

Αποσβέσεις κεφαλαίων	247,2
Τόκοι κεφαλαίων	2112
Σύνολο τμήματος	28847
Τμήμα παραγωγής κρέμας- ρυζόγαλου	
Αναλώσιμα	34683
Αποσβέσεις κεφαλαίων	100
Τόκοι κεφαλαίων	2747,8
Σύνολο τμήματος	37530

Πίνακας 3.29: Παραγωγικές δαπάνες ανά τμήμα παραγωγής (συγκεντρωτικός πίνακας)

Παραγωγή τελικών προϊόντων ανά τμήμα και κόστος παραγωγής

Στους ακόλουθους πίνακες δίνονται τα τελικά προϊόντα που θα παραχθούν ανά τμήμα, οι παραγωγικές δαπάνες και το κόστος παραγωγής.

ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	
ΤΜΗΜΑ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ	
Παραγωγ. δαπ. από επιμερισμό (ανάλογα με την χρήση) (ευρώ)	26670
Δαπάνες αναλισκόμενου κεφαλαίου (ευρώ)	24385
Παραγωγικές δαπάνες (Σύνολο) (ευρώ)	51055
Ποσότητα παραγωγής (βάση απόδοσης) (kg)	5250
Κόστος παραγωγής (ανά kg κεφαλοτυριού) (ευρώ/kg)	9,7
ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ	
Γιαούρτι πρόβειο κυπελάκι 200 gr	
Παραγωγ. δαπ. από επιμερισμό (ανάλογα με την χρήση)(ευρώ)	8888
Αναλώσιμα (ευρώ)	10335
Παραγωγικές δαπάνες (Σύνολο) (ευρώ)	19223
Ποσότητα παραγωγής (βάση απόδοσης) (kg)	8100
Κόστος παραγωγής (ανά kg γιαούρτι) (ευρώ/kg)	2,37
Κόστος παραγωγής (ανά κυπελάκι 200 gr γιαούρτι) (ευρώ/ κυπελάκι)	0,47
Γιαούρτι πρόβειο σε πήλινο δοχείο 1 kg	
Παραγωγ. δαπ. από επιμερισμό (ανάλογα με την χρήση)(ευρώ)	4334
Αναλώσιμα (ευρώ)	7440
Παραγωγικές δαπάνες (Σύνολο) (ευρώ)	11774
Ποσότητα παραγωγής (βάση απόδοσης) (kg)	5400
Κόστος παραγωγής (ανά kg γιαούρτι) (ευρώ/kg)	2,18
Γιαούρτι αγελάδος σε κυπελάκι 200 gr	
Παραγωγ. δαπ. από επιμερισμό (ανάλογα με την χρήση)(ευρώ)	19708
Αναλώσιμα (ευρώ)	8731
Παραγωγικές δαπάνες (Σύνολο) (ευρώ)	28439
Ποσότητα παραγωγής (βάση απόδοσης) (kg)	11700
Κόστος παραγωγής (ανά kg γιαούρτι) (ευρώ/kg)	2,43
Κόστος παραγωγής (ανά κυπελάκι 200 gr γιαούρτι) (ευρώ/ κυπελάκι)	0,486
ΤΜΗΜΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΡΕΜΑΣ- ΡΥΖΟΓΑΛΟΥ	

Κρέμα	
Παραγωγ. δαπ. από επιμερισμό (ανάλογα με την χρήση)(ευρώ)	29563
Αναλώσιμα (ευρώ)	17305
Παραγωγικές δαπάνες (Σύνολο) (ευρώ)	46868
Ποσότητα παραγωγής (βάση απόδοσης) (kg)	22425
Κόστος παραγωγής (ανά kg κρέμας)(ευρώ/kg)	2,089
Κόστος παραγωγής (ανά κυπελάκι 200 gr κρέμας)(ευρώ/ κυπελάκι)	0,418
Ρυζόγαλο	
Παραγωγ. δαπ. από επιμερισμό (ανάλογα με την χρήση)(ευρώ)	29563
Αναλώσιμα (ευρώ)	17378
Παραγωγικές δαπάνες (Σύνολο) (ευρώ)	46941
Ποσότητα παραγωγής (βάση απόδοσης) (kg)	25350
Κόστος παραγωγής (ανά kg κρέμας)(ευρώ/kg)	1,85
Κόστος παραγωγής (ανά κυπελάκι 200 gr κρέμας)(ευρώ/ κυπελάκι)	0,37

Πίνακας 3.30: Υπολογισμός κόστους παραγωγής ανά προϊόν

3.16.3 Στρατηγική τιμολόγησης και αξιολόγηση της επένδυσης

Όπως έχει αναφερθεί και στο τμήμα της εργασίας σχετικά με την στρατηγική τιμολόγησης, επιλέγεται το σύστημα «κόστος- συν». Μετά από έρευνα αγοράς διαπιστώθηκαν οι ακόλουθες μέσες τιμές:

- Πρόβειο γιαούρτι σε πήλινο 1 kg: 3,5 ευρώ
- Πρόβειο σε κεσεδάκι: 0,85 ευρώ
- Αγελάδος σε κεσεδάκι: 0,65 ευρώ
- Κρέμα σε κεσεδάκι: 1 ευρώ
- Ρυζόγαλο: 1 ευρώ
- Κεφαλοτύρι: 11 ευρώ

Προϊόν	Κόστος παραγωγής Ανά τεμάχιο	Σύνολο έτους Τεμάχια	Τιμή πώλησης	Συνολικά έσοδα	Τιμολόγηση (+κόστους)	Κέρδη άνευ φόρων (έτος)
Πρόβειο κεσεδάκι	0,47	37500	0,7	26250	0,23	8625
Πρόβειο πήλινο (1kg)	2,18	5400	3	16200	0,82	4428
Γιαούρτι αγελάδος	0,486	41600	0,59	24544	0,10	4160
Κρέμα	0,41	112125	0,8	89700	0,39	43728
Ρυζόγαλο	0,37	126750	0,8	101400	0,43	54502
Κεφαλοτύρι	9,5	5250	10	52500	0,5	2625
Σύνολο				310594		113908

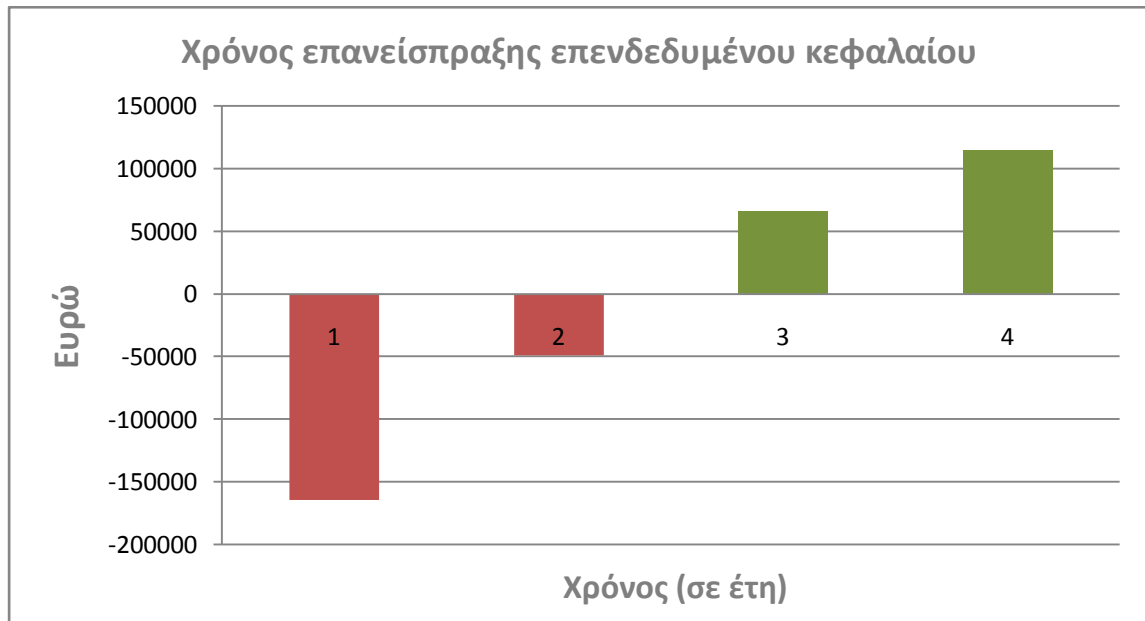
Πίνακας 3.31: Υπολογισμός τελικών τιμών, με την μέθοδο του «κόστος- συν», ετησίως

Σχετικά με την **αξιολόγηση της επένδυσης** υπάρχουν διάφοροι τρόποι. Εμείς επιλέγουμε τον τρόπο της αξιολόγησης με βάση τον χρόνο επανείσπραξης του κεφαλαίου. Για να γίνει ο υπολογισμός θεωρούμε ότι η επιχείρηση θα λειτουργεί τα επόμενα χρόνια όπως και στο πρώτο, και η επιβάρυνση με τα τοκοχρεολύσια θα είναι σταθερή ανά έτος. Επίσης κατά τον υπολογισμό των ταμειακών ροών (ΤΡ) στα έξοδα δεν υπολογίζονται τα ετήσια καταβαλλόμενα τοκοχρεολύσια. Έτσι λοιπόν:

- Ετήσια έσοδα: 310.594 ευρώ
 - Ετήσια έξοδα: 195.304 ευρώ
-
- **Ταμειακές ροές: 115.290 ευρώ**

Έτη	0	1	2	3
Υπολειπόμενη αξία επενδεδυμένου κεφαλαίου	-	-48710	66580	115290

Πίνακας 3.32: Χρόνος επανείσπραξης του υπενδεδυμένου κεφαλαίου



Γράφημα 3.2: Χρόνος επανείσπραξης του υπενδεδυμένου κεφαλαίου

Όπως φαίνεται στο πιο πάνω διάγραμμα η επιχείρηση αποσβένει το υπενδεδυμένο κεφάλαιο στο 3^ο έτος και αρχίζει να δίνει **μερίσματα** της τάξης των **66.580 ευρώ**, και η επιχείρηση αξιολογείται θετικά.

3.17 Πηγές χρηματοδότησης

Η χρηματοδότηση της επενδύσεως μπορεί να γίνει μέσω των ακόλουθων τρόπων:

- Με ίδια κεφάλαια
- Με τραπεζικό δανεισμό
- Με ιδιώτες επενδυτές (Business Angels)
- Με προγράμματα επιδοτήσεων (ΕΣΠΑ)
- Με συνδυασμό των ανωτέρων τρόπων

Στην συνέχεια αναλύονται σε συντομία οι πιο διαδεδομένοι τρόποι χρηματοδότησης.

Τραπεζικό δανεισμό

Ο τραπεζικός δανεισμός αποτελεί έναν κλασικό τρόπο χρηματοδότησης επιχειρήσεων. Οι τράπεζες κατά κανόνα δανείζουν επιχειρήσεις που λειτουργούν ενώ είναι επιφυλακτικές στην χρηματοδότηση ίδρυσής τους. Η τελευταία επιλογή απαιτεί σημαντικό ποσό ιδίων κεφαλαίων ή υποθήκης περιουσιακών στοιχείων. Σε κάθε περίπτωση για να πειστεί η τράπεζα για την μελλοντική βιωσιμότητα απαιτείται ένα αναλυτικό και αξιόπιστο επιχειρηματικό σχέδιο το οποίο θα αναλύσει σε βάθος. Αξίζει να σημειώσουμε ότι σε καινοτόμες επιχειρήσεις υπάρχει καλύτερη αντιμετώπιση από πιστωτές και με καλύτερο επιτόκιο.

ΕΣΠΑ

Το ΕΣΠΑ¹⁰⁷ αποτελεί τον μηχανισμό με το οποίο «μοιράζονται» τα Ευρωπαϊκά κονδύλια για την εξομάλυνση των ανισοτήτων στην Ε.Ε.. Το πλεονέκτημα του προγράμματος είναι ότι καλύπτει αρκετά μεγάλο ποσοστό της επένδυσης (40-60%). Ως μειονέκτημα μπορούμε να θεωρήσουμε ότι για να εκταμιευτούν χρήματα απαιτούνται παραστατικά αγορών (π.χ. εξοπλισμού) γεγονός που σημαίνει ότι πρέπει να γίνει πρώτα η επένδυση. Τέλος υπάρχει ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα που προκηρύσσεται το πρόγραμμα.

Business Angels¹⁰⁸

Αποτελεί έναν ιδιαίτερο τρόπο στήριξης νέων επιχειρήσεων από ήδη έμπειρους στον τομέα τους επαγγελματίες. Επενδύουν έως 200.000 ευρώ και αποκτούν πρόσβαση στην επιχείρηση αποσκοπώντας επίτευξη κεφαλαιακών αποδόσεων, και ενεργό ρόλο μετέχοντας στην διοίκηση της επιχείρησης.

¹⁰⁷ <https://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>

¹⁰⁸ <http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/>

3.18 Σχεδίαση μονάδας με 3D AutoCAD

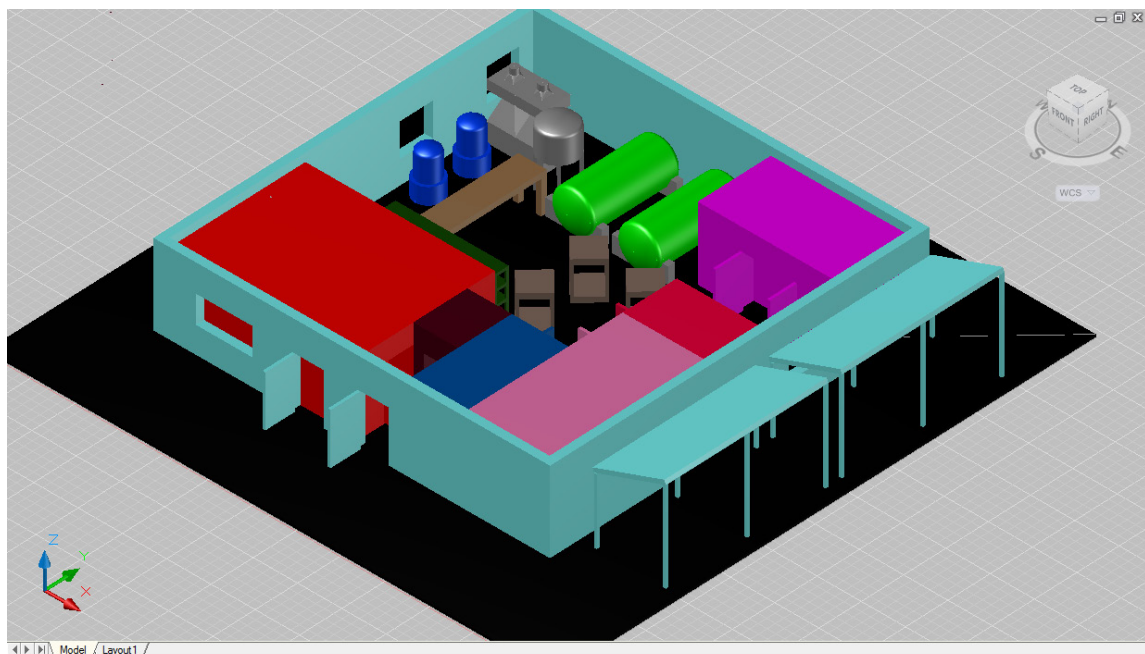
Για να γίνει περισσότερο κατανοητή η σχεδίαση της μονάδας, δημιουργήθηκε με την βοήθεια του προγράμματος AutoCAD 2010 τρισδιάστατο σχέδιο, με την τοποθέτηση του βασικού εξοπλισμού, όπως φαίνεται πιο κάτω:



Κάτοψη της μονάδας και του Βασικού εξοπλισμού

1. Γραφείο- υποδοχή
2. Χωρος απολύμανσης (είσοδο)
3. Είσοδος στην μονάδα
4. Αποδυτήρια- τουαλέτες
5. Ψυκτικός Θάλαμος
6. Οριμαντήριο τυριών
7. Αποθήκη αναλώσιμων
- 8,9. Δεξαμενές γάλακτος
10. Τυρολέβητας
11. Τυροτράπεζα
12. Πιεστήριο
- 13,14. Βραστήρες
15. Επαγγελματική λάντζα
16. Χώρος βοηθητικών ραφιών
- 17,18,19. Βοηθητικά καρότσια
20. Θερμοθάλαμος γιαουρτιού
- 21,22. Θέσεις πάρκινγκ φορτιγών

Εικόνα 3.1: Σχεδίαση βασικών χώρων της μονάδας και του εξοπλισμού (AutoCAD 2010, 2D)



Εικόνα 3.2: Σχεδίαση βασικών χώρων της μονάδας και του εξοπλισμού (AutoCAD 2010, 3D)

Συμπεράσματα

Στο πρώτο μέρος της μελέτης, κατά την συλλογή των πληροφοριών διαπιστώθηκε ότι μεγάλο μέρος της γαλακτοπαραγωγής διαχρονικά και σταδιακά μεταφέρεται από την μικρή και μεσαία μεταποίηση στην βιομηχανία γάλακτος. Αυτό το γεγονός, παρατηρείται τουλάχιστον τα τελευταία χρόνια, και περισσότερο έντονο στο αγελαδινό γάλα. Αυτή η μεταφορά γάλακτος προς την γαλακτοβιομηχανία δεν δημιούργησε συνθήκες ανάπτυξης του κλάδου συνολικά, αφού τα στατιστικά δεδομένα δείχνουν συρρίκνωση. Εκτός αυτού, η απασχόληση στον κλάδο, μόνο τα τελευταία 5 χρόνια μειώθηκε πάνω από 35%. Τέλος οι τιμές των προϊόντων είναι ακόμα αρκετά υψηλότερες από τις αντίστοιχες των εισαγόμενων.

Η προηγούμενη παράγραφο έδειξε ότι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των γαλακτοβιομηχανιών που εισάγουν προϊόντα στην χώρα μας τις καθιστούν σε πλεονεκτική θέση, και αυτό διότι, προμηθεύονται γάλα σε μικρότερες τιμές από τις αντίστοιχες ελληνικές και η μέση απόσταση για την συλλογή, διανομή και επιστροφή γάλακτος είναι πολύ μικρότερη.

Απέναντι σε αυτή την εξέλιξη η Ελλάδα θα μπορούσε να στραφεί προς την μικρή και μεσαία μεταποίηση. Το παράδειγμα της Γαλλίας, η οποία διαρθρώνει την παραγωγή της με πολύ μικρές επιχειρήσεις οικογενειακού τύπου μπορεί να εφαρμοστεί και στην Ελλάδα. Η ποιότητα και η ζήτηση των προϊόντων αυτών είναι αδιαμφισβήτητη. Η μικρή μεταποιητική μονάδα, που θα απευθύνεται στην τοπική αγορά και θα έχει άμεση επαφή με τον κτηνοτρόφο, θα μπορεί να αποκτήσει τα δικά της συγκριτικά πλεονεκτήματα. Η προβολή τα τελευταία χρόνια ενός σύγχρονου τρόπου ζωής, που περιλαμβάνει τα παραδοσιακά προϊόντα, και ιδίως τα γαλακτοκομικά, πρέπει να γίνει αντικείμενο εκμετάλλευσης από τον κλάδο.

Η αίσθηση ότι υπάρχει επιθυμία του κοινού, και ειδικά κτηνοτρόφων, να ασχοληθεί με την μεταποίηση, έγινε προσπάθεια να διαπιστωθεί και στατιστικά. Στο ερευνητικό μέρος της εργασίας διαπιστώθηκε η θέληση των ενδιαφερόμενων για την δημιουργία μιας μικρής μεταποιητικής μονάδας, οι ελλείψεις που έχουν σε γνώσεις και το ότι κρίνουν ελλιπή την πληροφόρηση και στήριξη από την πολιτεία.

Στο τρίτο μέρος δόθηκε ένα σχέδιο μιας μεταποιητικής μονάδας η οποία θα μπορούσε να απευθυνθεί στους ενδιαφερόμενους. Έγινε προσπάθεια να προταθεί μια επιχείρηση που το κόστος ίδρυσης και λειτουργίας της δεν θα ήταν απαγορευτικό στις παραπάνω ομάδες.

Οι συνθήκες της οικονομικής κρίσης των τελευταίων ετών, που ταλανίζουν και δοκιμάζουν την χώρα, παρακίνησε μεγάλες ομάδες ατόμων να ασχοληθούν και πάλι με την ύπαιθρο. Είναι ελπίδα όλων, η γαλακτοκομία, να μπορέσει να προσφέρει ευκαιρίες και διεξόδους στους νέους.

Παραρτήματα

1. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Αριθμός πίνακα	Περιεχόμενα	Σελίδα
Μέρος 1ο		
1.1	Η παγκόσμια παραγωγή γάλακτος	14
1.2	Πλεονάσματα και ελλείμματα στην παραγωγή γάλακτος σε ορισμένες περιοχές, διεθνώς	15
1.3	Η τιμή γάλακτος σε διάφορες περιοχές διεθνώς	15
1.4	Οι μεγαλύτερες γαλακτοβιομηχανίες στην Ευρώπη	19
1.5	Τα γαλακτοκομικά προϊόντα σε σχέση με τα υπόλοιπα αγροτικά προϊόντα (εισαγωγές- εξαγωγές)	21
1.6	Η κατά κεφαλή κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών στην ΕΕ(28)	21
1.7	Κατανομή γαλακτοκομικών επιχειρήσεων στην Γαλλία και στην Γερμανία	23
1.8	Κριτήρια κατηγοριοποίησης των επιχειρήσεων διεθνώς	24
1.9	Εκμεταλλεύσεις και αριθμός ζώων στην Ελλάδα	27
1.10	Η παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα	27
1.11	Παραγωγή γάλακτος βάση στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ & ΕΛΟΓΑΚ	28
1.12	Η παραγόμενη ποσότητα γαλακτοκομικών προϊόντων όπως κατεγράφησαν από την ΕΛ.ΣΤΑΤ (στοιχεία 2010)	30
1.13	Η κατανάλωση ορισμένων γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα	32
1.14	Οι δαπάνες για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά σε σχέση με το σύνολο των δαπανών στην Ελλάδα	33
1.15	Η εξέλιξη του αριθμού των απασχολούμενων στον κλάδο τροφίμων στην Ελλάδα (2008-2012)	34
1.16	Η εξέλιξη του αριθμού των καταστημάτων πανελλαδικά σε ορισμένες κατηγορίες επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένου και των Γαλακτοπωλείων	35
1.17	Ο συνολικός αριθμός των γαλακτοκομικών επιχειρήσεων ανά νομό στην Ελλάδα	37
1.18	Κατανομή γαλακτοκομικών επιχειρήσεων στην Γαλλία και στην Γερμανία	41
1.19	Κριτήρια κατηγοριοποίησης των επιχειρήσεων διεθνώς	41
Μέρος 2^ο		
2.1	Η πιθανότητα εύρεσης εργασίας βάση των απαντήσεων των ερωτώμενων	52
2.2	Γνώσεις και δεξιότητες των ερωτώμενων	53
2.3	Το ενδιαφέρον του κοινού για την δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας	54
2.4	Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού	56
2.5	Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού (απόφοιτοι γεωπονικών σχολών και εργαζόμενοι στον κλάδο των γαλακτοκομικών)	57
2.6	Προοπτικές εξέλιξης διάφορων κλάδων όπως καταγράφηκαν από διάφορες κατηγορίες ερωτηθέντων	59
2.7	Βαθμολογία βαθμού εξέλιξης (από 3 μέχρι 5) για κάθε κλάδο όσων ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν μια γαλακτοκομική μονάδα	60
2.8	Διάθεση δημιουργίας μιας συνεταιριστικής μονάδας	61
2.9	Απόψεις των ερωτώμενων για την σχετική βιβλιογραφία	63

2.10	Η αξιολόγηση της ενημέρωσης των ενδιαφερόμενων από τους αρμόδιους φορείς	64
2.11	Άτομα που δήλωσαν εάν θα χρησιμοποιούσαν ή όχι τον τραπεζικό δανεισμό στην δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας	64
2.12	Πληροφόρηση σχετικά με τα προγράμματα στήριξης των επιχειρήσεων	65
2.13	Κυριότεροι ανασταλτικοί παράγοντες στην δημιουργία μονάδας	66
Μέρος 3^ο		
3.1	Βασικά στοιχεία της επιχείρησης	71
3.2	Οι απασχολούμενοι στην επιχείρησης και η θέση τους	71
3.3	Οι αρμοδιότητες του γενικού διευθυντή	72
3.4	Οι αρμοδιότητες του διευθυντή παραγωγής	73
3.5	Οι αρμοδιότητες του πωλητή της επιχείρησης	73
3.6	Η μισθοδοσία της επιχείρησης	75
3.7	Ποιότητα σκληρών τυριών βάση ΚΤΠ	78
3.8	Ποιότητα τυριών τυρογάλακτος βάση ΚΤΠ	78
3.9	Διαμόρφωση χώρων που απαιτούνται για την μονάδα	81
3.10	Γενικά στοιχεία κόστους και αποσβέσεων της επιχείρησης	82
3.11	Κόστος και αποσβέσεις εγκαταστάσεων	82
3.12	Κόστος και αποσβέσεις εξοπλισμού γενικής χρήσης	84
3.13	Εξοπλισμός μονάδας ανά τμήμα παραγωγής	85
3.14	Ανάλυση SWOT	94
3.15	Τα προϊόντα της επιχείρησης και οι στόχευση αυτών	98
3.16	Παράδειγμα κατάρτισης εμπορικού σήματος	100
3.17	Παράδειγμα επιλογής συσκευασιών	101
3.18	Ενέργειες σύστασης επιχείρησης και έρευνα αγοράς	106
3.20	Δημιουργία κτηριακών εγκαταστάσεων	107
3.21	Επιλογή και αγορά εξοπλισμού	107
3.22	Επιλογή και πρόσληψη προσωπικού	108
3.23	Έναρξη και διατήρηση της παραγωγής	108
3.24	Προϋπολογισμός ανά κατηγορία δράσης της υλοποίησης της επιχείρησης	109
3.25	Βασικές παραγωγικές δαπάνες	112
3.26	Ανάλυση αναλώσιμων τμήματος παραγωγής τυριού	112
3.27	Ανάλυση αναλώσιμων τμήματος γιαουρτιού	113
3.28	Ανάλυση αναλώσιμων τμήματος κρέμας- ρυζόγαλου	113
3.29	Παραγωγικές δαπάνες ανά τμήμα παραγωγής (συγκεντρωτικός πίνακας)	114
3.30	Υπολογισμός κόστους παραγωγής ανά προϊόν	115
3.31	Υπολογισμός τελικών τιμών, με την μέθοδο του «κόστος- συν», ετησίως	116
3.32	Χρόνος επανείσπραξης του υπενδεδυμένου κεφαλαίου	117

2. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Αριθμός εικόνας	Περιεχόμενα	Σελίδα
1.1	Παραδοσιακό τυροκομείο στην Γαλλία	12
1.2	Η μετάβαση και επικράτηση των γεωργών- κτηνοτρόφων επί των κυνηγών-τροφοσυλεκτών	13
1.3	Παγκόσμια παραγωγή γάλακτος ανά περιοχή	14
1.4	Η παραγωγή τυριών στην Ευρώπη και Μέση Ανατολή	16
1.5	Οι πληθυσμοί των αγροτών σε παγκόσμιο επίπεδο	39
1.6	Αριθμός αγελάδων ανά εκμετάλλευση, διεθνώς	39
3.1	Σχεδίαση βασικών χώρων της μονάδας και του εξοπλισμού (AutoCAD 2010, 2D)	119
3.2	Σχεδίαση βασικών χώρων της μονάδας και του εξοπλισμού (AutoCAD 2010, 3D)	119

3. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Αριθμός διαγράμματος	Περιεχόμενα	Σελίδα
Μέρος 1ο		
1.1	Η προσφορά της γαλακτοκομίας στην παραγωγική αλυσίδα	38
1.2	Απαιτούμενες ενέργειες για την απόκτηση άδειας λειτουργίας γαλακτοκομικής μονάδας	44
Μέρος 3ο		
3.1	Οργανόγραμμα επιχείρησης	71
3.2	Γενικό διάγραμμα παραγωγής προϊόντων μονάδας (προσωπικό σχέδιο)	86
3.3	Παραγωγή πρόβειου γιαουρτιού	87
3.4	Παραγωγή κεφαλοτυριού και μυζήθρας (προσωπικό σχέδιο)	89
3.5	Παραγωγή κρέμας και ρυζόγαλου (προσωπικό σχέδιο)	90
3.6	Ενέργειες μάρκετινγκ πριν την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας	97
3.7	Η διανομή των προϊόντων	104

4. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Αριθμός γραφήματος	Περιεχόμενα	Σελίδα
Μέρος 1ο		
1.1	Η εξέλιξη της παραγωγής γάλακτος και κατανομή παραγωγής ανά ήπειρο	15
1.2	Οι 5 μεγαλύτεροι παραγωγοί τυριών διεθνώς	16
1.3	Κατά κεφαλήν κατανάλωση γάλακτος διεθνώς	17
1.4	Ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων διεθνώς	18
1.5	Η παραγωγή γάλακτος στην Ευρώπη ανά κράτος μέλος (ΕΕ)	20
1.6	Μεταβολή της παραγωγής γαλακτοκομικών των ετών 2013-2014 (ΕΕ28)	20
1.7	Μεταβολή της τιμής του τυριού gouda στην Γερμανία τα έτη 2013 και 2014	22
1.8	Η χρήση του γάλακτος στην μεταποιητική βιομηχανία στην Γαλλία	23
1.9	Ποσότητα αγελαδινού γάλακτος ανά μήνα του έτους 2014 στην Ελλάδα	23
1.10	Η τιμή του αγελαδινού γάλακτος ανά μήνα του έτους 2014 στην Ελλάδα	24
1.11	Ποσοστό παραγωγών που παρέδωσαν συγκεκριμένες ποσότητες αγελαδινού γάλακτος το 2014 στην Ελλάδα	25
1.12	Ποσοστό παραγωγών που παρέδωσαν συγκεκριμένες ποσότητες αγελαδινού γάλακτος το 2014 στις περιοχές της Μακεδονίας, της Θεσσαλίας και του Β. Αιγαίου	25
1.13	Η εξέλιξη του αριθμού των παραγωγών αιγοπρόβειου γάλακτος και η παραγωγή γάλακτος	26
1.14	Η εξέλιξη της παραγωγής τυριών στην Ελλάδα τα χρόνια 1992-2012	28
1.15	Εγχώρια κατανάλωση γάλακτος τις δεκαετίες από 1960 μέχρι 2000	31
1.16	Οι εισαγωγές γάλακτος στην Ελλάδα	32
1.17	Η εξέλιξη της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα	32
1.18	Διαχρονικά οι ποσότητες αγελαδινού γάλακτος που παρέμεναν στην μονάδα από το 1981 μέχρι το 2008 στην Ελλάδα	29
1.19	Διαχρονικά οι ποσότητες πρόβειου γάλακτος και αίγιου που παρέμεναν στην μονάδα από το 1981 μέχρι το 2008 στην Ελλάδα	29
1.20	Η παραγωγή τυριού σε βιομηχανική και γεωργική κλίμακα στην Ελλάδα	30
1.21	Εγχώρια κατανάλωση γάλακτος τις δεκαετίες από 1960 μέχρι 2000	31
1.22	Οι εισαγωγές γάλακτος στην Ελλάδα, 1964-1996	31
1.23	Η εξέλιξη της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα	32
1.24	Οι δαπάνες διατροφής σε σχέση με το σύνολο των δαπανών στην Ελλάδα	33
1.25	Οι δαπάνες για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά στην Ελλάδα	34
1.26	Εισαγωγές- εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα	34
1.27	Η εξέλιξη του αριθμού των γαλακτοπωλείων και των μεγάλων Σουπερμάρκετ πανελλαδικά, για τα έτη 2000-2009 στην Ελλάδα	35
1.28	Κατανομή αριθμού γαλακτοκομικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα	36
1.29	Η χρήση του γάλακτος στην μεταποιητική βιομηχανία στην Γαλλία	40
1.30	Παραδόσεις γάλακτος ανά έτος και ανά παραγωγό, Β. Αιγαίου	42

Μέρος 2ο		
2.1	Κατανομή του δείγματος σε σχέση με τις επαγγελματικές ιδιότητες των ερωτηθέντων	50
2.2	Αριθμός ατόμων που απασχολούνται στον κλάδο	50
2.3	Κατανομή του δείγματος σε σχέση με την εκπαίδευσή τους	50
2.4	Κατανομή του δείγματος σχετικά με την καταγωγή και τη διαμονή	51
2.5	Η εντύπωση που έχει το κοινό σχετικά με την γενικότερη κατάσταση του κλάδου των γαλακτοκομικών	51
2.6	Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού	56
2.7	Το κόστος δημιουργίας μιας γαλακτοκομικής μονάδας με βάση της απαντήσεις του κοινού (απόφοιτοι γεωπονικών σχολών και εργαζόμενοι στον κλάδο των γαλακτοκομικών)	57
2.8	Διάθεση δημιουργίας μιας συνεταιριστικής μονάδας	61
2.9	Η σχέση ελληνικής και ξένης βιβλιογραφίας	63
Μέρος 3ο		
3.1	Κύκλος ζωής προϊόντος	102
3.2	Χρόνος επανείσπραξης του υπενδεδυμένου κεφαλαίου	117

5. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ (Ερευνητικού μέρους)

«Σχετικά με το ενδιαφέρον του κοινού (γεωτεχνικοί και μη), για την ενασχόλησή τους με τον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων»

Το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στα πλαίσια μεταπτυχιακής μελέτης του μεταπτυχιακού προγράμματος «Ολοκληρωμένη Διαχείριση Γαλακτοπαραγωγής και Γαλακτοκομικών Προϊόντων»

Ίδρυμα: Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Τμήματα: Επιστήμης Τροφίμων και Διατροφής του Ανθρώπου & Επιστήμη Ζωικής Παραγωγής και Υδατοκαλλιεργειών

Όνομα Φοιτητή: Ψαρράκης Μάρκος

Επιβλέπον Καθηγητής: Μασσούρας Θεόφιλος

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2015

Όνομα

(Προαιρετικό)

Καταγωγή

Διαμονή

Ασχολείστε με την γαλακτοκομία;

- Ναι
 Όχι

Εκπαίδευση

Οικογενειακή κατάσταση

Επαγγελματική κατάσταση

Έχετε ασχοληθεί με τον κλάδο της γαλακτοκομίας στο παρελθόν;

- Καθόλου
 Ελάχιστα
 Αρκετά
 Πολύ

Γνωρίζεται τον τρόπο δημιουργίας γαλακτοκομικών προϊόντων;

- Καθόλου

- Ελάχιστα
- Αρκετά
- Πολύ

Από την εκπαίδευση που έχετε λάβει θεωρείτε ότι μπορείτε να αντεπεξέλθετε στις απαιτήσεις του κλάδου των γαλακτοκομικών;

- Καθόλου
- Ελάχιστα
- Αρκετά
- Πολύ

Θεωρείται ότι έχετε τις δεξιότητες που απαιτεί ο κλάδος των γαλακτοκομικών;

- Καθόλου
- Ελάχιστα
- Αρκετά
- Πολύ

Θεωρείται την γενικότερη κατάσταση στον κλάδο της γαλακτοκομίας

- Κακή
- Μέτρια
- Καλή
- Πολύ καλή
- Δεν γνωρίζω

Βαθμολογήστε την προοπτική εξέλιξης στον κλάδο των τυροκομικών προϊόντων

1 2 3 4 5

Δεν θα υπάρχει εξέλιξη θα υπάρχει μεγάλη εξέλιξη

Βαθμολογήστε την προοπτική εξέλιξης στον κλάδο των ζυμούμενων προϊόντων γάλακτος (γιαούρτη, οξυγάλατα,...)

1 2 3 4 5

Δεν θα υπάρχει εξέλιξη θα υπάρχει μεγάλη εξέλιξη

Βαθμολογήστε την προοπτική εξέλιξης στον κλάδο των προϊόντων με βάση το γάλα (κρέμες, ρυζόγαλο,...)

1 2 3 4 5

Δεν θα υπάρχει εξέλιξη θα υπάρχει μεγάλη εξέλιξη

Θεωρείται ότι μια γαλακτοκομική μονάδα αποφέρει κέρδος στον ιδιοκτήτη;

- Καθόλου κέρδος
- Πολύ μικρό κέρδος
- Κέρδος που να την καθιστούν βιώσιμη

- Πολύ μεγάλο κέρδος
- Δεν γνωρίζω

Πως κρίνεται την πιθανότητα εύρεσης εργασίας(ως υπάλληλος) στον κλάδο των γαλακτοκομικών σε σύγκριση με τους άλλους κλάδους της αγροτικής παραγωγής

- Δυσκολότερα από άλλους κλάδους
- Το ίδιο με τους άλλους κλάδους
- Ευκολότερα από άλλους κλάδους
- Δεν γνωρίζω

Πως κρίνεται την σχετική βιβλιογραφία (πηγές πληροφόρησης όπως βιβλία, περιοδικά, άρθρα, internet,...), σε θέματα σχετικά με το γάλα και τα προϊόντα που προσφέρει:

- Ελλιπής
- Ικανοποιητική
- Πλήρης
- Δεν γνωρίζω

Πως κρίνεται την σχετική βιβλιογραφία (πηγές πληροφόρησης) για την δημιουργία ή (και) λειτουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας

- Ελλιπής
- Ικανοποιητική
- Πλήρης
- Δεν γνωρίζω

Πως κρίνεται την ελληνική βιβλιογραφία (πηγές πληροφόρησης) σε σχέση με την ξενόγλωσση

- Υστερεί πολύ
- Υστερεί αρκετά
- Δεν υστερεί
- Δεν γνωρίζω

Θεωρείτε ότι υπάρχει ικανοποιητική ενημέρωση από την πολιτεία (υπουργείο, άλλοι φορείς,...);

- Ελλιπής
- Ικανοποιητική
- Πλήρης
- Δεν γνωρίζω

Θα θέλατε να δημιουργήσετε μια γαλακτοκομική μονάδα μόνοι σας (με ίδια κεφάλαια ή με τραπεζικό δανεισμό);

- Όχι
- Ναι
- Ίσως

Θα προτιμούσατε να συνεταιριστείτε με άλλους ενδιαφερόμενους και να λειτουργήσετε μια γαλακτοκομική μονάδα (με ίδια κεφάλαια ή με τραπεζικό δανεισμό);

- Όχι προτιμώ μόνος
- Ναι προτιμώ να συνεταιριστώ
- Μου είναι αδιάφορο

Γνωρίζεται για αναπτυξιακά προγράμματα από τα οποία θα μπορούσατε να επωφεληθείτε (για παράδειγμα το ΕΣΠΑ)

- Δεν γνωρίζω
- Γνωρίζω
- Ενδιαφέρομαι να ψάξω
- Δεν τις θεωρώ κρίσιμες για μένα

Πόσα χρήματα θα δαπανούσατε για την δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας οικογενειακού τύπου (ίδρυση και λειτουργία):

(σε ευρώ)

- Δεν ενδιαφέρομαι να δημιουργήσω κάποια μονάδα γαλακτοκομική
- 0-20.000
- 20.000-50.000
- 50.000-100.000
- 100.000-200.000
- 200.000-350.000
- 350.000-500.000
- >500.000

Ποιος είναι ο βασικός ανασταλτικός παράγοντας για την δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας (οικογενειακού τύπου), για εσάς:

- Γραφειοκρατία (δυσκολία ίδρυσης και λειτουργίας της γαλακτοκομικής μονάδας)
- Η οικονομική αδυναμία από πλευράς μου (δεν έχω τα χρήματα)
- Η πεποίθηση ότι δεν θα μπορώ να αντεπεξέλθω στις απαιτήσεις του κλάδου των γαλακτοκομικών
- Η αδυναμία του τραπεζικού δανεισμού
- Δεν έχω ανασταλτικούς παράγοντες (θέλω να δημιουργήσω μια γαλακτοκομική μονάδα)

Αν είχατε δυνατότητα δανεισμού από τράπεζα θα επιχειρούσατε την δημιουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας

- Ναι
- Ναι αλλά με επιφυλάξεις
- Όχι

6. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ (Συνεντεύξεις επαγγελματιών)

"Ερωτηματολόγιο- Γαλακτοκομικές Επιχειρήσεις"

Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε επαγγελματίες του κλάδου (γαλακτοκομικές επιχειρήσεις) και πραγματοποιείται στα πλαίσια μεταπτυχιακής διατριβής (Ολοκληρωμένη Διαχείριση Γαλακτοπαραγωγής και Γαλακτοκομικών Προϊόντων) από τον μεταπτυχιακό φοιτητή στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ψαρράκη Μάρκο και υπεύθυνο μέλος ΔΕΠ Δρ. Μασσούρας Θ.

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2015

Επωνυμία

Όνομα

(Υπεύθυνου ή ιδιοκτήτη- Προαιρετικό)

Έδρα Μονάδας

(Περιοχή)

Σύνολο Εργαζομένων

(Μέλη οικογένειας και υπάλληλοι)

Πρώτη ύλη- γάλα

Από που προμηθεύεστε την πρώτη ύλη

- Είμαστε καθετοποιημένη μονάδα
- Απευθείας από κτηνοτρόφους της περιοχής
- Από ενδιάμεσους
- Από συνεταιρισμούς
- Από το εξωτερικό
- Άλλο:

Επιχείρηση

(Νομική μορφή)

- ΑΕ
- ΕΠΕ
- ΟΕ
- ΑΒΕΕ
- ΕΕ

Ο κύκλος εργασιών (τζίρος) της επιχείρησης είναι:

(ανά έτος σε ευρώ)

- <500.000
- 500.000-1.000.000
- >1.000.000

Είδος γάλακτος

(Τι είδος γάλα χρησιμοποιείται)

- Αγελαδινό
- Πρόβειο
- Αίγειο
- Άλλο:

Παραγόμενα προϊόντα

(τι προϊόντα παράγει η επιχείρησή σας)

- Εμφιαλωμένο γάλα (3,5%)
- Εμφιαλωμένο γάλα (1,5%)
- Κρέμα γάλακτος
- Γιαούρτη παραδοσιακό
- Γιαούρτη στραγγιστό
- Γιαούρτη με γεύσεις
- Ξινόγαλα
- Ξινόγαλα με γεύσεις
- Σοκολατούχο γάλα
- Ρυζόγαλο
- Κρέμες
- ΠΟΠ προϊόντα
- Τυριά σκληρά
- Τυριά μαλακά
- Άλλο:

Ποιο προϊόν από αυτά που παράγεται θεωρείται ότι είναι πιο επικερδές

Ποιό προϊόν από αυτά που παράγεται θεωρείται ότι είναι το λιγότερο επικερδές

Ποιο προϊόν σας θεωρείται ότι αντιμετωπίζει τον μεγαλύτερο ανταγωνισμό στην αγορά :

Ποιο προϊόν σας θεωρείται ότι αντιμετωπίζει τον μικρότερο ανταγωνισμό στην αγορά :

Τρόπος διανομής των προϊόντων

(πως πουλάτε τα προϊόντα σας)

- Απευθείας από το κατάστημα
- Στο κατάστημα και σε άλλους εμπόρους
- Απευθείας σε άλλους εμπόρους

Ακτίνα δράσης της επιχείρησης

(που πουλάτε τα προϊόντα σας)

- Στην τοπική αγορά
- Στην τοπική αγορά και εντός του νομού
- Στην τοπική αγορά και στην υπόλοιπη Ελλάδα
- Σε εμπόρους απευθείας
- Άλλο:

Το δίκτυο πώλησης των προϊόντων σας :

- Είναι επαρκές
- Δεν είναι επαρκές (χρειάζεται ανάπτυξη)

Πότε πληρώνεστε από τους πελάτες?

- Απευθείας
- Εντός του μηνός
- Εντός τριμήνου με επιταγή
- Εντός εξαμήνου με επιταγή
- Περιμένω περισσότερο από 6 μήνες να πληρωθώ
- Άλλο:

Συνήθως πως πληρώνεστε?

- Με μετρητά
- Με επιταγές

Κάθε πότε πληρώνεται τους προμηθευτές?

(κυρίως το γάλα)

- Μαζί με την παραλαβή του γάλακτος
- Εντός μηνός
- Εντός τριμήνου με επιταγή
- Εντός εξαμήνου με επιταγή
- Πληρώνω τους προμηθευτές σε περισσότερο από 6 μήνες
- Άλλο:

Οι εξάμηνες επιταγές (ή περισσότερο) πως γίνονται αποδεκτές από τους προμηθευτές σας

- δεν γίνονται αποδεκτές καθόλου
- Γίνονται αποδεκτές σε μικρό ποσοστό (λιγότερο από το 30% των προμηθευτών)
- Γίνονται αποδεκτές από το μεγαλύτερο ποσοστό (μέχρι και το 60% των προμηθευτών)
- Γίνονται αποδεκτές από όλους τους προμηθευτές

Έχετε αντιμετωπίσει περιπτώσεις όπου οι πελάτες δεν σας πλήρωσαν?

- Δεν μου έχει τύχει
- Μου έχει τύχει πολύ σπάνια (<1% των πελατών)
- Συμβαίνει συχνά (μέχρι και 5% των πελατών)
- Άλλο:

Διαθέτεται ιστοσελίδα

- Ναι
- Όχι

Το internet σας έχει βοηθήσει στο μάρκετινγκ

- Δεν το χρησιμοποιώ
- Το χρησιμοποιώ αλλά δεν είδα αξιοσημείωτα αποτελέσματα
- Το χρησιμοποιώ και με έχει βοηθήσει

Χρησιμοποιείται τραπεζικό δανεισμό

- Ναι
- Όχι

Αντιμετωπίζεται προβλήματα οικονομικής ρευστότητας

- Ναι
- Όχι

Αντιμετωπίζετε προβλήματα συσσώρευσης προϊόντων (στόκ);

- Όχι
- Ναι σε μικρό βαθμό
- Σε μεγάλο βαθμό αλλά το διαχειρίζομαι με επιτυχία
- Σε μεγάλο βαθμό και δυσκολεύομαι να το διαχειριστώ
- Άλλο:

7. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Η εφαρμογή HACCP/ISO σε γαλακτοκομική μονάδα

Το HACCP αποτελεί απαραίτητη διαδικασία (μη υποχρεωτική από άποψη νομική) στην λειτουργία μιας γαλακτοκομικής μονάδας, που η τήρησή του εξασφαλίζει την ομαλή και χωρίς προβλήματα λειτουργία της επιχείρησης.

Η πιστοποίηση HACCP δίνεται από ειδική ομάδα επιστημόνων που μελετά μεμονωμένα την κάθε επιχείρηση και είναι διαπιστευμένοι ώστε να χορηγούν την πιστοποίηση HACCP. Αποτελεί ουσιαστικά την εφαρμογή των κανόνων υγιεινής που επιβάλλει ο κανονισμός (ΕΚ)852/2004 της ΕΕ και εφαρμόζεται υποχρεωτικά.

Το HACCP έχει ως στόχο¹⁰⁹:

- Τον εντοπισμό των φυσικών, χημικών και μικροβιολογικών κινδύνων των τροφίμων που προάγονται σε μια επιχείρηση και
- Εφαρμογή των ειδικών υγειονομικών μέτρων και ελέγχου των κινδύνων (αυτοέλεγχος) που επηρεάζουν την ασφάλεια των παραγόμενων προϊόντων.

¹⁰⁹ Γενικός Οδηγός για την Εφαρμογή Συστήματος Βάση των Αρχών HACCP σε Μικρές Γαλακτοκομικές επιχειρήσεις, ΕΦΕΤ, 2012, σελ. 14

Η ομάδα σύνταξης του HACCP αφού πρώτα διαπιστώσει τα κρίσιμα σημεία ελέγχου (Critical Point), προτείνει τρόπους αποφυγής των κινδύνων, ή ελαχιστοποίησή τους, που για κάθε επιχείρηση είναι διαφορετικά.

Για να μπορέσει το HACCP να αποδώσει στην πράξη απαιτείται η πιστή και συνειδητή τήρησή του από όλους τους εμπλεκόμενους στην επιχείρηση, γεγονός το οποίο στην πράξη δεν παρατηρείται.

Υπάρχει πληθώρα επιχειρήσεων που κατέχουν το δικαίωμα πιστοποίησης HACCP, με **κόστος δημιουργίας** ενός τέτοιου συστήματος μεταξύ 3000 και 5000 ευρώ. Προτού προχωρήσει η επιχείρηση στην αγορά του μπορεί να ζητήσει μια αρχική προσφορά όπως το συνηθίζει ο οργανισμός πιστοποίησης TÜV¹¹⁰.

Η Ανάλυση Κινδύνων και τα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου αποτελεί μια σύγχρονη πιο ειδικευμένη διαδικασία, σε σύγκριση με τον ποιοτικό έλεγχο και την διασφάλιση της ποιότητας. Στην παραγωγική διαδικασία το HACCP που περιλαμβάνεται στον EN ISO 22000 έχει περάσει πλέον και στην νομοθεσία (ΕΚ 852/2004, ΕΚ 2073/2005,...). Οι βασικές επτά αρχές του HACCP δίνονται παρακάτω:

1. Συγκρότηση της ομάδας HACCP
2. Περιγραφή του προϊόντος
3. Περιγραφή του τρόπου χρησιμοποίησης του προϊόντος
4. Προετοιμασία του διαγράμματος ροής
5. Επιβεβαίωση του διαγράμματος ροής στην πράξη
 - 6.1 Καταγραφή (ανάλυση) όλων των πιθανών κινδύνων στα διάφορα στάδια της παραγωγής (**1^η αρχή**)
 - 6.2 Περιγραφή των κρίσιμων σημείων ελέγχου (ΚΣΕ)(**2^η αρχή**)
 - 6.3 Καθορισμός των κρίσιμων ορίων για κάθε ΚΣΕ (**3^η αρχή**)
 - 6.4 Εγκατάσταση των διαδικασιών παρακολούθησης για κάθε ΚΣΕ (**4^η αρχή**)
 - 6.5 Εγκατάσταση διορθωτικών ενεργειών για κάθε ΚΣΕ (**5^η αρχή**)
 - 6.6 Εγκατάσταση διαδικασιών επαλήθευσης για κάθε ΚΣΕ (**6^η αρχή**)
 - 6.7 Εγκατάσταση διαδικασιών εγγράφου τεκμηρίωσης και καταγραφής δεδομένων (**7^η αρχή**)

Στην συνέχεια δίνονται ενδεικτικά τα κρίσιμα σημεία ελέγχου σε μικρές γαλακτοκομικές επιχειρήσεις όπως παρατίθενται από τον ΕΦΕΤ.

Πριν ξεκινήσει οποιαδήποτε διαδικασία επεξεργασίας γάλακτος γίνεται η παραλαβή του από την επιχείρηση. Πιο κάτω δίνονται τα σημεία ελέγχου¹¹¹:

¹¹⁰ TÜV HELLAS: <http://www.tuv-nord.com/gr/el/food-safety/haccp-517.htm>

¹¹¹ Γενικός Οδηγός για την Εφαρμογή Συστήματος Βάση των Αρχών HACCP σε Μικρές Γαλακτοκομικές επιχειρήσεις, ΕΦΕΤ, 2012, σελ. 30

A. Παραλαβή νωπού γάλακτος

1. Οπτικός έλεγχος
2. Εργαστηριακός έλεγχος
3. Τηρηση των κανόνων υγιεινής στον χώρο παραλαβής

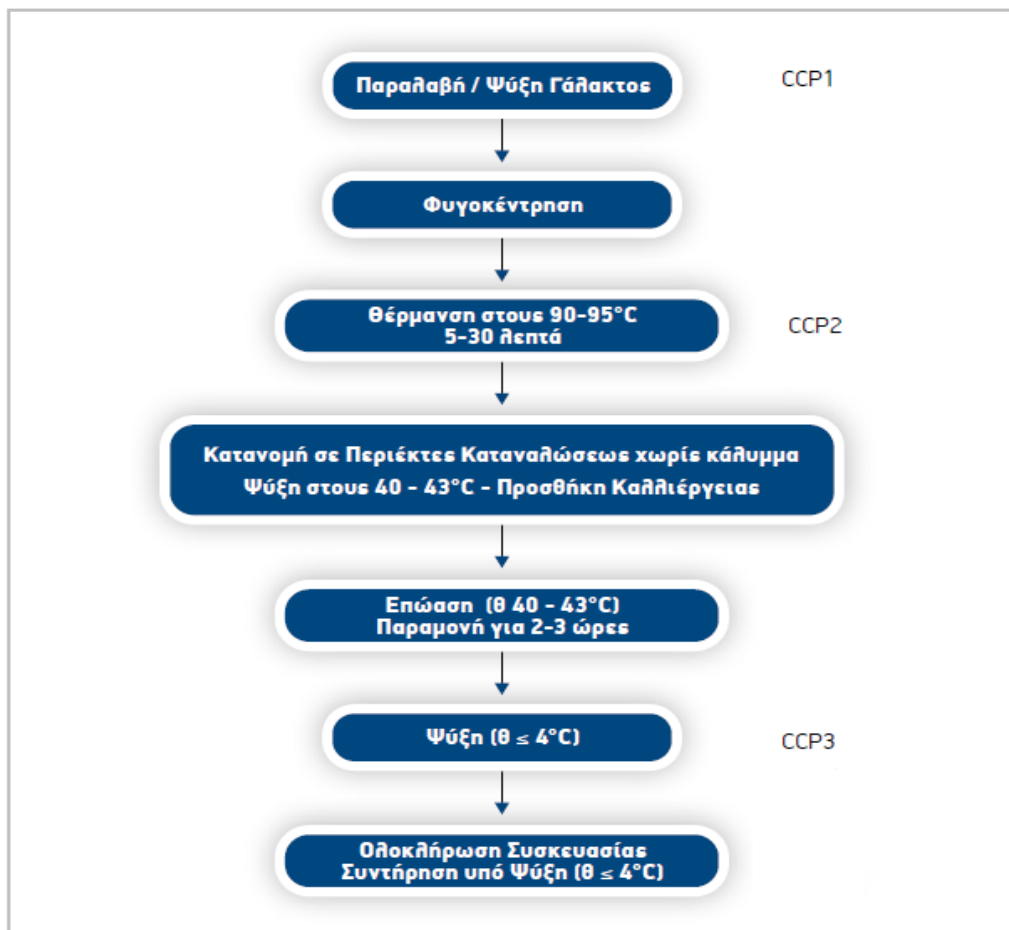


B. Αποθήκευση Γάλακτος

1. Καθαρισμός δεξαμενών και εργαλείων
2. Ψύξη $<6^{\circ}\text{C}$, αν η επεξεργασία του γάλακτος δεν ξεκινήσει εντός 4 ωρών απο το άρμεγμα

Διάγραμμα : Κρίσιμα σημεία ελέγχου κατά την παραλαβή του γάλακτος³

Στην συνέχεια ανάλογα με το παραγόμενο προϊόν εντοπίζονται τα ανάλογα σημεία ελέγχου. Στο διάγραμμα ροής της παραδοσιακής γιαούρτης, δίπλα σε κάθε στάδιο παραγωγής σημειώνονται τα κρίσιμα σημεία (CCP) και αναλύονται σε συντομία.



Διάγραμμα : Διάγραμμα ροής παραγωγής παραδοσιακής γιαούρτης¹¹²

Στα κρίσιμα σημεία θα πρέπει να τηρείται:

- **CCP1:** Διάγραμμα 1

- **CCP2:** Θέρμανση στους 85-90° C για 5-30 λεπτά με σκοπό:
 - Αδρανοποίηση ενζύμων
 - Μεταβολές στα συστατικά γάλακτος (αύξηση στερεών)
 - Προσοχή στις επιμόλυνσης από το περιβάλλον (έντομα, ξένες ύλες)
 - Καθημερινό σχολαστικό έλεγχο της καθαριότητας των σκευών που χρησιμοποιούνται
 - Έλεγχος της θερμοκρασίας και του χρόνου από υπεύθυνο γραμμής παραγωγής κατά το στάδιο αυτό

- **CCP3:** Κατά την συσκευασία και συντήρηση θα πρέπει:
 - Η διαδικασία θα πρέπει να γίνεται σε ασηπτικές συνθήκες περιβάλλοντος, για αποφυγή επιμολύνσεων
 - Προσοχή σε έντομα (σπεντομώσεις)
 - Πτώση ξένων υλών στους χώρους συσκευασίας
 - Τα πώματα των περιεκτών που θα τοποθετηθούν να είναι καινούργια και καθαρά (κίνδυνος επιμόλυνσης)
 - Το προσωπικό να διατηρεί τους ατομικούς κανόνες υγιεινής (μάσκα, ποδιά, ειδικά μανίκια, σκούφο)
 - Έλεγχος χώρου συντήρησης (θερμοκρασία <4° C)

6.2 ISO Γαλακτοκομικής Μονάδας

Ο **Διεθνής Οργανισμός Πιστοποίησης** είναι μια διεθνής οργάνωση δημιουργίας και έκδοσης προτύπων που αποτελείται από αντιπροσώπους των εθνικών οργανισμών τυποποίησης. Ο οργανισμός **ιδρύθηκε το 1947** και παράγει τα παγκόσμια βιομηχανικά και εμπορικά πρότυπα, τα επονομαζόμενα πρότυπα ISO. Ενώ ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης ορίζεται από τον ίδιο ως μη κυβερνητική οργάνωση, η ικανότητα του να θέτει πρότυπα τα οποία αργότερα οι κυβερνήσεις αποφασίζουν πως πρέπει να τηρούνται δια νόμων ή συνθηκών, τον καθιστά πιο ισχυρό από άλλες μη κυβερνητικές οργανώσεις και στην πράξη λειτουργεί σαν μια κοινοπραξία με ισχυρούς συνδέσμους με κυβερνήσεις. Μεταξύ αυτών που συμμετέχουν στον ISO, συγκαταλέγονται μεγάλες εταιρίες και τουλάχιστον ένα σωματείο προτυποποίησης από

¹¹² Γενικός Οδηγός για την Εφαρμογή Συστήματος Βάση των Αρχών HACCP σε Μικρές Γαλακτοκομικές επιχειρήσεις, ΕΦΕΤ, 2012, σελ. 61-62

κάθε κράτος μέλος. Στην Ελλάδα ο αντίστοιχος συνεργαζόμενος ελληνικός οργανισμός είναι ο ΕΛΟΤ.

Υπάρχουν πρότυπα που εφαρμόζονται σε γραμμές παραγωγής (συμπεριλαμβάνοντας και το HACCP) και άλλα σε προδιαγραφές των τελικών προϊόντων.

Στις γαλακτοκομικές επιχειρήσεις, όπως και στις υπόλοιπες επιχειρήσεις που εμπλέκονται στην αλυσίδα της παραγωγής και εμπορίας προϊόντων, εφαρμόζεται το πρότυπο **ELOT EN 22000:2005/HACCP**, το οποίο αποτελεί εξέλιξη- αντικατάσταση του παλαιότερου προτύπου της **ELOT 1416**. Το εν λόγω ISO αποτελεί Σύστημα Διαχείρισης της Ασφάλειας Τροφίμων.

Προκειμένου μια επιχείρηση να μπορέσει να λειτουργήσει είναι υποχρεωμένη να εφαρμόσει ένα τέτοιο σύστημα. Ενώ λοιπόν η πιστοποίηση δεν είναι απαραίτητη βάση νόμου, οι κανόνες ασφαλείας που απαιτεί είναι. Βάση του κανονισμού **(ΕΚ) 853/2004**¹¹³ (υποχρεωτικής εφαρμογής) οι επιχειρήσεις που απαιτείται η εφαρμογή τέτοιων κανόνων είναι αυτές που:

- Μεταποιούν
- Παρασκευάζουν
- Παράγουν
- Συσκευάζουν
- Μεταποιούν
- Διανέμουν
- Διακινούν

Τα οφέλη από την εγκατάσταση και λειτουργία ενός τέτοιου συστήματος είναι σημαντικά, και σε πολλές περιπτώσεις όπως στις εξαγωγικές επιχειρήσεις είναι απαραίτητα. Γενικά:

- Ενισχύει την φήμη της εταιρίας ως προς την ικανότητά της να προστατεύει τον καταναλωτή
- Μείωση απωλειών κατά την παραγωγή λόγω εφαρμογής προληπτικών μέτρων (κερδίζονται περισσότερες παρτίδες)
- Πλεονέκτημα έναντι αντιπάλων στις εξαγωγές
- Η επιχείρηση συνεργάζεται καλύτερα με τους φορείς ελέγχου από τις αρμόδιες αρχές λόγω της υπάρχουσας υποδομής σχετικά με την ασφάλεια
- Χρησιμοποιεί τα στοιχεία της μελέτης σε επόμενες μελέτες ή τα καταθέτει σε διάφορες αρχές
- Αποδεικνύεται η ευαισθησία της εταιρίας σε θέματα δημόσιας υγείας

Σε περιπτώσεις όπου το ISO 22000:2005/HACCP συμπληρώνεται από τους **Κανόνες ορθής βιομηχανικής πρακτικής (GMP)**, και από **Κανόνες ορθής υγιεινής πρακτικής (GHP)** τότε η επιχείρηση αποκτά ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων.

Την πιστοποίηση ISO 22000:2005/HACCP μπορεί να την αποκτήσει κανείς από εταιρίες πιστοποίησης (διαπιστευμένες) ή απευθείας από των ΕΛΟΤ¹¹⁴. Στα παραρτήματα της

¹¹³ Κανονισμός (ΕΚ) 852/2004 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (29/04/2004) Για την Υγιεινή των Τροφίμων (ΕΕ L 139 της 29ης Απριλίου 2004)

¹¹⁴ Πιστοποίηση Συστημάτων Διαχείρισης της Ασφάλειας Τροφίμων –ΕΛΟΤ, Ιστοσελίδα: http://www.elot.gr/45_ELL_HTML.aspx

μεταπτυχιακής διατριβής παρατίθεται φόρμα αίτησης για αποστολή στον ΕΛΟΤ προς έλεγχο και προσφορά για την πιστοποίηση.

Το κόστος μιας τέτοιας πιστοποίησης ανέρχεται στα 3000-5000 ευρώ όπως διαπιστώθηκε από τις συνεντεύξεις με τους επαγγελματίες του κλάδου.

8. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Ποιοτικοί έλεγχοι στο γάλα (ΕΕ 853/2004)

Στην χώρα μας είναι υποχρεωτικοί οι έλεγχοι της ποιότητας στο γάλα βάση τον 853/2004. Οι υποχρεωτικοί έλεγχοι ρουτίνας περιγράφονται στον ακόλουθο πίνακα:

Έλεγχοι	Περιοδικότητα (ελάχιστο)/μήνα
Χημικά ανάλυση συστατικών	1
ΟΜΧ	2
Σωματικά κύτταρα	1
Σημείο πήξεως	1
Αντιβιοτικά	1

Με βάση τον 853/2004 οι μέγιστες τιμές μικροβίων στους **30° C**, είναι για το **αγελαδινό 100.000 μικρόβια/ ml**, και για το **αιγοπρόβειο 1.500.000 μικρόβια/ ml**. Αναλυτικότερα τα στοιχεία δίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Είδος γάλακτος	μικρόβια/ ml/30° C
Περιεκτικότητα σε μικρόβια αγελαδινό γάλα	<100.000
Περιεκτικότητα σε μικρόβια για άλλα είδη	<1.500.000
Περιεκτικότητα σε μικρόβια για εκτός αγελάδων γάλα που δεν θα γίνει θερμική επεξεργασία	< 500.000
Νωπό γάλα αγελάδων που προορίζεται για γαλακτοκομικά προϊόντα	<300.000
Μεταποιημένο γάλα αγελάδων που προορίζεται για γαλακτοκομικά προϊόντα	<100.000

9. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Φωτογραφικό υλικό εξοπλισμού (οι φωτογραφίες προέρχονται κυρίως από την εταιρία Inox Style: Λάκκος Κάτσαρι, 19300, Ασπρόπυργος, πηγή: <http://food.inoxstyle.gr/>)

1. Διάφορες παγολεκάνες



2. Κάθετο πιεστήριο τυριών (10 θέσεων)



3. Τυρολέβητας



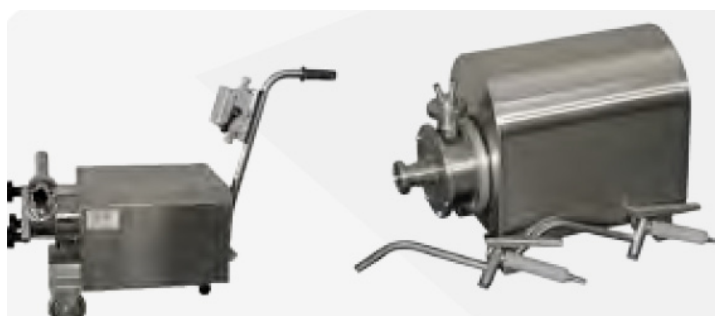
4. Βραστήρας κρέμας ρυζόγαλου (με αναδευτήρα)



5. Θερμοκολλητική μηχανή φιλμ κυπέλων



6. Αντλίες



7. Τυροτράπεζα



8. Καρότσια γιαουρτιού



9. Πιστόλι γεμίσματος



10. Κρεμάστρες μυζήθρας



Βιβλιογραφία

Βιβλία- Άρθρα

Bulletin of International Dairy Federation, 458/2012

Katherine Miller, Οργάνωση και Επικοινωνία, εκδόσεις Δίαυλος

Pascale Gerbault et al, *Evolution of lactase persistence: an example of human niche construction*, 2011, Royal Society Publishing

Δελτίο Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ), 2011

Δελτίο τύπου Έρευνας Οικογενειακού Προϋπολογισμού της ΕΛΣΤΑΤ, 2009,2010,2011,2012,2013,2014

ΕΦΕΤ, *Γενικός Οδηγός για την Εφαρμογή Συστήματος Βάση των Αρχών HACCP σε Μικρές Γαλακτοκομικές επιχειρήσεις*, 2012

ΕΦΕΤ, *Οδηγίες για την έκδοση αδειών λειτουργίας επιχειρήσεων τροφίμων ζωικής προέλευσης*, 2011

Καμινारीδης Στ. & Γκόλφω Μοάτσου, *Γαλακτοκομία*, 2009, Αθήνα, εκδ. Έμβρυο

Κεχαγιάς Χρ., *Γάλα: Επιστήμη, Τεχνολογία, και έλεγχοι για την διασφάλιση της ποιότητας*, Αθήνα, 2009, εκδ. όμιλος Ίων,

Κεχαγιάς Χρ., *Στοιχεία Τεχνολογίας & Έλεγχοι ποιότητας Γάλακτος & Γαλακτοκομικών Προϊόντων- Εργαστηριακό Εγχειρίδιο*, 2004, εκδ. όμιλος Ίων

Ρογδάκης Εμμ., *Εγχώριες Φυλές Προβάτων*, 2002, Αθήνα, εκδ. Αγρότυπος

Σέργιος Δημητριάδης & Αλεξία Μ. Τζωρτζάκη, *«Μάρκετινγκ, Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές»*, εκδ. Rosili

- Σμοκοβίτης Αθ., *Φυσιολογία*, 1999, Θεσσαλονίκη, εκδ. οίκος Αδελφών Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη
- Τσιμπούκας Κ., *Εισαγωγή στην Γεωργική Οικονομική*, 2005, Πανεπιστημιακές εκδόσεις ΓΠΑ
- Κώδικας τροφίμων και ποτών, 2009 (μαζί με μετέπειτα τροποποίησης)
- Καραϊωάννογλου Π.Γ., *Υγιεινή Εργοστασίων Επεξεργασίας Τροφίμων*, 1986, εκδ. Γαρταγάνη
- Ζαμπέλας Α., *Κλινική Διαιτολογία και Διατροφή με Στοιχεία Παθολογίας*, 2007, εκδ. Ιατρικές Εκδόσεις Π.Χ. Πασχαλίδη
- McCabe Warren L., Smith Julian C., Hariott Peter, *Βασικές Διεργασίες Χημικής Μηχανικής*, 2002, εκδ. Α. Τζιόλα & Υιοί ΑΕ
- Μπαλατσούρας Γ., *Μικροβιολογία Τροφίμων*, 2006, εκδ. Στυλιανός Βασιλειάδης
- John W. Fuquay, Patrick F. Fox, Paul L.H. McWEENEY, *Encyclopedia of Dairy Science*, 2nd Edition, 2011, Academic Press (Elsevier)
- Narongsak Chaiyabutr, *Milk Production*, 2012, Interchopen.com
- Μαμαλάκης Ι., *Ελληνικό Τυρί*, 2000, εκδ. Ελληνικά Γράμματα
- Μπιντζής Θ., Παπαδήμας Φ., *Τυρί*, εκδ. Ψυχογιός
- Ανυφαντάκης Εμμ., *Τυροκομία*, 2004, εκδ. Σταμούλης
- Μοάτσου Γκ., *Διατροφική Αξία και Βιολογικές Δράσεις του Γάλακτος*, 2010, Σημειώσεις ΔΠΜΣ, Μαθήματος Διατροφή του Ανθρώπου
- Ακτύπης Αν., Γεωργαλά Αικ., Ζωίδου Ευ., *Ποιοτικός Έλεγχος και Ασφάλεια Γάλακτος και Γαλακτοκομικών προϊόντων- Νομοθεσία*, Εργαστηριακές Σημειώσεις Μεταπτυχιακού Προγράμματος, 2014, εκδ. Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών

Λεξικά

- Λεξικό της Κοινής Νεοελληνικής*, 1998, εκδ. Ιδρύματος Μανόλη Τριανταφυλλίδη (Συλλογικό έργο)
- Μπαμπινιώτης Γ., *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*, 2012, εκδ. Κέντρο Λεξικολογίας
- Αγγλο-Ελληνικό Λεξικό- Ματζέντα- Χρυσή Έκδοση*, 2002, εκδ. Ματζέντα
- Εγκυκλοπαίδεια Δομή, 2004, εκδ. Δομή Α.Ε.
- Στρουθόπουλος Θ., *Γεωπονικό Λεξικό*, 2006, εκδ. Αγρότυπος

Νομοθεσία

ΦΕΚ 1469/Β'/21.11.2002

Ν 1650/1986

ΚΥΑ 69269/5387/1990

ΕΓΚ. ΟΙΚ.. 130532/31.7.1996

Υ.Α. οικ. 32205/Δ10.96/2013

ΦΕΚ 2562/Β/11.10.2013

Π.Δ. της 14.3.1934, (ΦΕΚ 112/Α/22.3.1934)

ΕΤΕΑΝ, Ν.4146/2013

Υ.Α. Υ1γ/Γ.Π/οικ 96967/8-10-2012, ΦΕΚ 2718, τ.β', 8-10-2012

(ΕΚ) αριθ. 852/2004

(ΕΚ) αριθ. 853/2004

(ΕΚ) αριθ. 854/2004

(ΕΚ) αριθ. 882/2004

ΟΔΗΓΙΑ 2004/41/ΕΚ

(ΕΚ) αριθ. 2076/2005

ΟΔΗΓΙΑ 96/23/ΕΚ

ΦΕΚ-528/Β/8-9-83

Ηλεκτρονικές πηγές

<http://www.idfa.org/docs/default-source/d-news/wds2014teaser.pdf?sfv>

<http://faostat3.fao.org/browse/Q/QP/E>

http://www.dairyinfo.gc.ca/pdf/consumption_global_milk_e.pdf

http://ec.europa.eu/agriculture/milk/graph1-large_en.jpg

http://ec.europa.eu/agriculture/milk-market-observatory/pdf/eu-production-main-dairy-products_en.pdf

http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/Protein_Puzzle_Annexes.pdf

http://www.clal.it/en/?section=stat_ue15

http://www.clal.it/en/index.php?section=gouda_k

<https://www.rnm.franceagrimer.fr/>

http://ec.europa.eu/agriculture/trade-analysis/map/2014-1_en.pdf

[http://www.elog.gr/\(S\(c4zs42jkhymwcn45nh4xqs45\)\)/Elogak/anaforesAgeladino.aspx?pagenb=20854](http://www.elog.gr/(S(c4zs42jkhymwcn45nh4xqs45))/Elogak/anaforesAgeladino.aspx?pagenb=20854)

http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A1006&r_param=SPK41&y_param=2010_00&mytabs=0

<http://www.indexmundi.com/agriculture/?country=gr&commodity=milk&graph=imports>

<http://faostat3.fao.org/browse/Q/QI/E>
http://www.minagric.gr/greek/agro_pol/gala.htm
<http://www.statistics.gr>
http://www.ielka.gr/wp-content/uploads/2011/07/Lianemporio_trofimwn-kladiki_meleti_kai_katagrafi_syneisforas_stin_ethniki_oikonomia.pdf
http://www.iobe.gr/docs/research/RES_05_B_01032013REP_GR.pdf
<http://www.tuv-nord.com/gr/el/food-safety/haccp-517.htm>
http://www.elot.gr/45_ELL_HTML.aspx
<http://www.fao.org/resources/infographics/infographics-details/en/c/270462/>
<https://docs.google.com/forms/d/1bD0noyRkk3IEbi64uYz6JdJHva75aaK8e1UGeJkgl-s/viewform>
www.ideales.gr
<http://www.gcsf.gr/>
http://www.elinyae.gr/el/item_details.jsp?cat_id=756&item_id=2268
http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A1604&r_param=SAP01&y_param=2011_00&mytabs=0
http://gge.gov.gr/?page_id=555
<http://www.kuvelis.gr>
http://www.fergadis.gr/corporate_identity.html
http://old.helex.gr/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=335&Itemid=10587
[http://www.cyta.gr/el/forhome/2play \)](http://www.cyta.gr/el/forhome/2play)
<https://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>
<http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/>
[http://food.inoxstyle.gr/\)](http://food.inoxstyle.gr/)
<http://www.eliasmamalakis.gr/cheese-history.asp>

Σύντομο Βιογραφικό σημείωμα φοιτητή

Όνομα φοιτητή	Ψαρράκης Μάρκος , Γεωπόνος
Τόπος διαμονής	Αθήνα, Κύθνου 42, 11255
Στοιχεία επικοινωνίας	psarrakismarcos@gmail.com (skype, linkIn)
Ακαδημαϊκές σπουδές	
<i>Msc</i>	
Ίδρυμα	Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Σχολή	Σχολή Τροφίμων Βιοτεχνολογίας και Ανάπτυξης
Τμήμα	Τμήμα Επιστήμης Τροφίμων και Διατροφής του Ανθρώπου
Τίτλος προγράμματος	«Ολοκληρωμένη Διαχείριση Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων»
Τίτλος διπλωματικής	«Μελέτη Βιωσιμότητας μικρών Γαλακτοκομικών Μονάδων»
<i>Bsc</i>	
Ίδρυμα	Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Σχολή	Σχολή Αγροτικής Παραγωγής Υποδομών και Περιβάλλοντος
Τμήμα	Τμήμα Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής και Υδατοκαλλιεργειών
Τίτλος διπλωματικής	«Η εκτροφή της όνου και η υγιεινή της»
Εμπειρία στον κλάδο	
Εργασιακή εμπειρία	Πρακτική άσκηση στο εργαστήριο Ανατομίας και Φυσιολογίας ΓΠΑ (ιολογία) Εργασία σε κτηνοτροφική μονάδα στον Ασπρόπυργο (χοιροτροφική μονάδα Παντελιάς Κ., ΟΕ)
Ενδιαφέροντα	Μουσική, περιβάλλον, ταξίδια, γαστρονομία ...
