



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

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Οικονομική αξιολόγηση μικρών και μεσαίου μεγέθους μονάδων
σαλιγκαροτροφίας στην Ελλάδα»**

ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α. ΤΑΤΑΡΙΔΗΣ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Πέτρος Σολδάτος, Καθηγητής Γ.Π.Α. (επιβλέπων)
Ιωσήφ Μπιζέλης, Αναπλ. Καθηγητής Γ.Π.Α.
Μαριάνθη Χατζηιωάννου, Λέκτορας Παν. Θεσσαλίας

Αθήνα 2012



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

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Οικονομική αξιολόγηση μικρών και μεσαίου μεγέθους μονάδων
σαλιγκαροτροφίας στην Ελλάδα»**

ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α. ΤΑΤΑΡΙΔΗΣ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Πέτρος Σολδάτος, Καθηγητής Γ.Π.Α. (επιβλέπων)
Ιωσήφ Μπιζέλης, Αναπλ. Καθηγητής Γ.Π.Α.
Μαριάνθη Χατζηιωάννου, Λέκτορας Παν. Θεσσαλίας

Αθήνα 2012

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Οικονομική αξιολόγηση μικρών και μεσαίου μεγέθους μονάδων
σαλιγκαροτροφίας στην Ελλάδα»**

ΓΕΩΡΓΙΟΣ Α. ΤΑΤΑΡΙΔΗΣ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Πέτρος Σολδάτος, Καθηγητής Γ.Π.Α. (επιβλέπων)
Ιωσήφ Μπιζέλης, Αναπλ. Καθηγητής Γ.Π.Α.
Μαριάνθη Χατζηιωάννου, Λέκτορας Παν. Θεσσαλίας

Αθήνα 2012

Σε όσους με υποστήριξαν όλα αυτά τα χρόνια

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου σε όλους εκείνους που συνέβαλαν ουσιαστικά, άμεσα ή έμμεσα, στην ολοκλήρωση της παρούσας μεταπτυχιακής εργασίας.

Αρχικά θέλω να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα της μεταπτυχιακής μου ερευνητικής εργασίας κ. Σολδάτο Πέτρο, καθηγητή του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, για την διαρκή βοήθεια που μου παρείχε. Επίσης θέλω να ευχαριστήσω την συνεπιβλέπουσα της εργασίας μου κ.α. Χατζηγιάννου Μαριάνθη, λέκτορα του Πανεπιστημίου της Θεσσαλίας, για την άμεση ανταπόκριση της στη συνεργασία μας.

Επίσης θέλω να ευχαριστήσω τις αρμόδιες κρατικές αρχές για την άμεση ανταπόκριση τους και βοήθεια που μου παρείχανε. Συγκεκριμένα τη Γενική Διεύθυνση Ζωικής Παραγωγής του Υ.Α.Α.Τ. καθώς επίσης και το τμήμα Εξωτερικού Εμπορίου της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Τέλος θέλω να ευχαριστήσω όλους αυτούς τους ανθρώπους, επιχειρηματίες και παραγωγούς, που δραστηριοποιούνται στον χώρο της σαλιγκαροτροφίας και διέθεσαν μεγάλο μέρος από τον πολύτιμο χρόνο τους ώστε να μου δώσουν την όποια βοήθεια που ήταν απαραίτητη ώστε να εκπονηθεί η παρούσα μεταπτυχιακή έρευνα.

Περιεχόμενα

Περίληψη	11
Εισαγωγή	15
1 Το προϊόν σαλιγκάρι	16
1.1 Χερσαία γαστερόποδα της Ελλάδας	17
1.2 Το σαλιγκάρι <i>Cornu aspersum</i>	20
1.3 Η διατροφική αξία του σαλιγκαριού	22
2 Γενική επισκόπηση της αγοράς	25
2.1 Παραγωγή	27
2.2 Κατανάλωση	29
2.3 Εμπόριο σαλιγκαριών	30
3 Ανάλυση Περιβάλλοντος	35
3.1 Ανάλυση P.E.S.T.	36
3.2 Ανάλυση Porter	42
3.3 Δομή του κλάδου	48
3.4 Ανάλυση S.W.O.T.	54
4 Απαιτήσεις υγιεινής σαλιγκαριών	59
5 Εταιρική Στρατηγική	61
6 Στρατηγική Μάρκετινγκ	63
6.1 Αγορά διάθεσης	64
6.2 Μείγμα Μάρκετινγκ	66
6.3 Προβλέψεις πωλήσεων	69
7 Τεχνικές και οργανωτικές διαδικασίες	70
7.1 Προετοιμασία-εγκατάσταση	72
7.2 Πρώτος κύκλος (χρόνος) παραγωγικής διαδικασίας	81
7.3 Δεύτερος κύκλος (χρόνος) παραγωγικής διαδικασίας	85
7.4 Απαιτήσεις σε ενέργεια	89

7.5 Απαιτήσεις σε εργασία	91
8 Χρηματοοικονομική ανάλυση-αξιολόγηση μεγέθους 14.000τ.μ. μονάδας σαλι- γκαροτροφίας	93
8.1 Δαπάνες και κόστη επιχείρησης	94
8.2 Μοντέλο	99
8.3 Αξιολόγηση	104
9 Συμπεράσματα	110
Βιβλιογραφία	115

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1.1 Σαλιγκάρια του είδους *Cornu aspersum*

Εικόνα 7.1 Περιφράξεις παρτεριών εκτροφείου

Εικόνα 7.2 Σαλιγκάρια προς πώληση

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1 Σύγκριση της διατροφικής αξίας του κρέατος των σαλιγκαριών με το κρέας βοδινού, πουλερικών και ιχθύων

Πίνακας 2.1 Η κατανομή των μονάδων εκτροφής σαλιγκαριών και έκταση σε στρέμματα που καταλαμβάνουν

Πίνακας 2.2 Προέλευση και διάθεση των κυριότερων εδώδιμων σαλιγκαριών στην Ελληνική αγορά

Πίνακας 2.3 Συνολικές εισαγωγές σαλιγκαριών

Πίνακας 2.4 Συνολικές εξαγωγές σαλιγκαριών

Πίνακας 2.5 Εισαγωγές σαλιγκαριών

Πίνακας 2.6 Εξαγωγές σαλιγκαριών

Πίνακας 2.7 Αξία σαλιγκαριών σε €

Πίνακας 2.8 Ποσότητες σαλιγκαριών σε κιλά

Πίνακας 6.1 Προβλέψεις πωλήσεων για εκτροφείο 14στρ.

Πίνακας 8.1 Κόστος πάγιων κεφαλαίων

Πίνακας 8.2 Κόστος πωληθέντων

Πίνακας 8.3 Λειτουργικά έξοδα

Πίνακας 8.4 Κατανομή εργασίας σε ώρες κατά τον πρώτο κύκλο (χρόνο) παραγωγής για εκτροφείο 14στρ.

Πίνακας 8.5 Κατανομή εργασίας σε ώρες κατά τους επόμενους κύκλους (χρόνους) παραγωγής για εκτροφείο 14στρ.

Πίνακας 8.6 Αποθέματα

Πίνακας 8.7 Αποσβέσεις

Πίνακας 8.8 Χρηματοδότηση

Πίνακας 8.9 Φόροι

Πίνακας 8.10 Ισολογισμός

Πίνακας 8.11 Κατάσταση αποτελεσμάτων

Πίνακας 8.12 Κατάσταση ταμειακών ροών

Πίνακας 8.13 Καθαρή Παρούσα Αξία

Πίνακας 8.14 Ε.Α.

Πίνακας 8.15 Περίοδος αποπληρωμής

Πίνακας 8.16 Απόδοση επένδυσης

Πίνακας 8.17 Οικονομικά αποτελέσματα W.C.S.

Πίνακας 8.18 Κ.Π.Α. και Ε.Α. W.C.S.

Πίνακας 8.19 Περίοδος αποπληρωμής W.C.S.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 3.1 Porter analysis

Σχήμα 3.2 Δομή του κλάδου

Σχήμα 3.3 S.W.O.T. ανάλυση

Σχήμα 3.4 S.W.O.T. ανάλυση εκτροφείου σαλιγκαριών

Σχήμα 8.1 Αγροτεμάχιο 14στρ.

Βασικές έννοιες και συντομογραφίες

Γ.Δ.Α.Α.: Γενική Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης

Γ.Δ.Ζ.Π.: Γενική Διεύθυνση Ζωικής Παραγωγής

Γ.Δ.Κ.: Γενική Διεύθυνση Κτηνιατρικής

Γ.Ο.Ε.Υ.Ρ.: Γραφείο Οικονομικών Εμπορικών Υποθέσεων Ρώμης

Ε.Α.: Εσωτερικός Βαθμός Επένδυσης

Ε.Ε.: Ευρωπαϊκή Ένωση

ΕΛ.ΣΤΑΤ.: Ελληνική Στατιστική Αρχή

Ι.Ο.Β.Ε.: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών

Κ.Κ.: Κόστος Κεφαλαίου

Κ.Π.Α.: Καθαρή Παρούσα Αξία

ΣΤΡ: Στρέμμα/τα

Τ.Ε.Ε.: Τμήμα Εξωτερικού Εμπορίου

Υ.Α.Α.Τ.: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

Υ.Α.Α.Ν: Υπουργείο Ανάπτυξης Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας

Περίληψη

Η παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία έχει ως κύριο σκοπό να αξιολογήσει και να αναλύσει λεπτομερώς επιχειρήσεις-μονάδες εκτατικού (ανοικτού) συστήματος εκτροφής σαλιγκαριών, από χρηματοοικονομικής άποψης συναρτήσει των τεχνικών και οργανωτικών απαιτήσεων των μονάδων αυτών.

Συγκεκριμένα θα αξιολογηθεί μια μονάδα, 14.000τ.μ.. εκτατικής εκτροφής σαλιγκαριών. Ο λόγος που έγινε η επιλογή αυτή ως προς την έκταση της είναι ότι στην Ελλάδα οι περισσότερες σαλιγκαροτροφικές εκμεταλλεύσεις που ακολουθούν το εκτατικό σύστημα εκτροφής έχουν περίπου αυτό το μέγεθος (σύμφωνα και με τα δεδομένα του Υπουργείου). Επίσης είναι διότι μια τέτοια μονάδα μπορεί να θεωρηθεί ως επιχείρηση που προσφέρει στον ιδιοκτήτη της υπό φυσιολογικές συνθήκες απολαβές σε βάθος χρόνου που στη χώρα μας θεωρούνται ως κύριο εισόδημα.

Αρχικά θα γίνει μια αναφορά στο σημαντικότερο στοιχείο αυτής της παραγωγικής διαδικασίας, στο σαλιγκάρι, και συγκεκριμένα στο είδος *Cornu aspersum* (συνώνυμο *Helix aspersa*) που χρησιμοποιείται κυρίως στις μονάδες εκτροφής σαλιγκαριών στη χώρα μας. Θα γίνει αναφορά στη βιολογική φύση του είδους αυτού καθώς επίσης και σε διάφορες άλλες λεπτομέρειες που το χαρακτηρίζουν.

Έπειτα θα γίνει μια γενική επισκόπηση της αγοράς πάνω στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας στη χώρα μας. Συγκεκριμένα θα γίνει αναφορά στις μονάδες που ασχολούνται με την εκτροφή σαλιγκαριών, όπως επίσης στο εμπόριο των σαλιγκαριών που κάνει η χώρα μας με βάση τους επίσημους κρατικούς φορείς.

Κατόπιν θα αναλυθεί το όλο περιβάλλον, εσωτερικό και εξωτερικό, που αποτελείται από πολλούς και σημαντικούς παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν άμεσα και έμμεσα την επιχείρηση- εκτροφείο σαλιγκαριών. Επίσης θα προσδιοριστεί η κύρια αποστολή της επιχείρησης-μονάδας, για την ακρίβεια ο λόγος ύπαρξης της. Έπειτα θα προσδιοριστεί η στρατηγική του Μάρκετινγκ που θα έχει μια τέτοια νέα επιχείρηση-μονάδα, δηλαδή πως θα προγραμματίσει και θα προβλέψει ότι η δημιουργία μιας τέτοιας επιχείρησης- μονάδας θα έχει ανταπόκριση στην αγορά ώστε να είναι βιώσιμη και προσοδοφόρα. Παρακάτω θα αναλυθεί το όλο επιχειρησιακό σχέδιο της επιχείρησης-μονάδας όπου θα αναφέρονται οι τεχνικές, υλικές και οργανωτικές απαιτήσεις της.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η εγκατάσταση εκτροφείων σαλιγκαριών αφενός μεν απαιτεί επιστημονική γνώση και τεχνολογική ειδίκευση αφετέρου μακροχρόνιο σχεδιασμό τόσο στην επιστημονική όσο και στην τεχνολογική έρευνα (Χατζηϊωάννου, 2011).

Τέλος θα γίνει μια χρηματοοικονομική ανάλυση της μονάδας εκτροφής σαλιγκαριών. Συγκεκριμένα θα γίνει αναφορά στη χρηματοδότηση της επιχείρησης-μονάδος καθώς επίσης θα γίνει χρήση χρηματοοικονομικού μοντέλου ώστε να προσδιοριστεί οικονομικά η επιχείρηση-μονάδα. Με τα στοιχεία αυτά, θα αξιολογηθούν τα αποτελέσματα, και θα προκύψουν κάποια ανάλογα συμπεράσματα σχετικά με τις μονάδες εκτατικής εκτροφής σαλιγκαριών στη χώρα μας.

Η παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία πραγματοποιήθηκε με προσωπικές συνεντεύξεις σε επιχειρηματίες εκτροφής σαλιγκαριών, σε ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας. Επίσης με επισκέψεις σε μονάδες εκτροφής σαλιγκαριών καθώς και σε συνεργασία με τις αρμόδιες κρατικές αρχές.

Abstract

The present dissertation has as main aim the evaluation of business-units using the extensional system of snail farming, by financial view according to the technical and organizational requirements of these units.

Specifically, it will be evaluated a unit of 14 acres of extensional snail farming. The reason of this choice is that in Greece using extensional snail farming production have this size (according to the data of the ministry). Also a snail farming with this size is a business which can offer to its owner under normal conditions income which can be considered in our country as main income.

At first there will be a reference to the most important element of this production process, the snail, namely the kind *Cornu aspersum* (ex *Helix aspersa*) mainly used on farms in our country. Reference will be made to the organic nature of this species as well as various other arrangements which characterize it.

Also there will be an overview of the market of the snail industry in our country. Specific reference will be made to units occupied in snail farming, and also the snail trade of our country according to official government departments.

Then it will be analyzed the environment, interior and exterior, which consists of many important factors that may affect directly and indirectly the snail farming-business. Also it will be determined the primary purpose of business-unit, the reason of its existence. Then it will be determined marketing strategy which will have a new snail farm-business, how to plan and predict that the creation of such a business-unit will respond to the market to be sustainable and profitable. Below it will be analyzed the entire business, stating the technical, physical and organizational requirements.

It should be noted that the installation of snail farming firstly require scientific knowledge and technological specialization other long-term planning in both the scientific and technological research.

Finally it will be a financial analysis of the snail farming unit. Specific reference will be made to fund the business-unit and also will be a use of a financial model to determine the economic-business unit. With this information, the results will be evaluated and there will be conclusions regarding the facilities of extensive breeding snails in our country.

The present dissertation carried out by personal interviews to snail farming entrepreneurs, business owners operating in the field of snail farming and visits to units as well as in collaboration with the relevant government authorities.

Εισαγωγή

Στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής συγκυρίας που επικρατεί τα τελευταία χρόνια, υπάρχει μια διαρκής τάση των ανθρώπων που κατοικούν σε αυτή στο να αναζητήσουν νέες λύσεις για να καλύψουν τις βιοποριστικές τους ανάγκες. Έτσι λοιπόν τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας μια από αυτές τις λύσεις είναι η στροφή προς τον πρωτογενή τομέα, ζωικής ή φυτικής παραγωγής. Συγκεκριμένα μια από αυτές τις λύσεις, που τυγχάνει να είναι μίγμα φυτικής και ζωικής παραγωγής, είναι η δημιουργία μονάδος εκτατικού συστήματος εκτροφής σαλιγκαριών.

Για τη χώρα μας η κατανάλωση και η παραγωγή του σαλιγκαριού δεν είναι κάτι καινούργιο. Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του σαλιγκαριού είναι αυτά που το κάνουν να συνεχίζει να είναι μια ελκυστική επιλογή πρωτογενούς παραγωγής. Αυτός είναι και ο λόγος που τα τελευταία χρόνια υπάρχει έκδηλο ενδιαφέρον για τη δημιουργία μονάδας εκτροφής σαλιγκαριών.

Το σαλιγκάρι επίσης δεν είναι κάτι καινούργιο ούτε για τις χώρες του εξωτερικού και αποτελεί για πολλά χρόνια τροφικό είδος. Από τον 19^ο αιώνα κιόλας άρχισε να καταναλώνεται με εντατικούς ρυθμούς. Στις μέρες καταναλώνεται από εκατομμύρια ανθρώπους σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Επίσης μέρος της παγκόσμιας παραγωγής σαλιγκαριών διατίθεται σε φαρμακοβιομηχανίες και σε εταιρίες καλλυντικών (Χατζηιωάννου, 2011).

Η παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία γίνεται με σκοπό να προσεγγίσει και να αναλύσει ζητήματα πάνω στη δημιουργία μονάδας εκτατικού συστήματος εκτροφής σαλιγκαριών. Δηλαδή με ποιες προϋποθέσεις μπορεί μια τέτοια επιχειρηματική μονάδα να έχει μεγάλη διάρκεια ζωής. Όπως επίσης κάτω από ποιες συνθήκες και συγκύριες μπορεί μια τέτοια μονάδα να είναι προσοδοφόρα για τον παραγωγό-επιχειρηματία.

1. Το προϊόν σαλιγκάρι

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μια αναφορά στο σημαντικότερο στοιχείο αυτής της μεταπτυχιακής ερευνητικής εργασίας, στο προϊόν σαλιγκάρι. Το σαλιγκάρι παρουσιάζει τα δικά του ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και στοιχεία που το κάνουν να διαφέρει και να ξεχωρίζει.

Αρχικά θα γίνει μια αναφορά στα είδη των χερσαίων γαστερόποδων που ζούνε στη χώρα μας. Κατόπιν θα γίνει μια αναφορά στο είδος του σαλιγκαριού *Cornu aspersum*. Το είδος αυτού του σαλιγκαριού είναι ευρέως διαδεδομένο και χρησιμοποιείται για πολλά χρόνια στα εκτροφεία της χώρας μας.

Τέλος θα γίνει μια αναλυτική περιγραφή της διατροφικής αξίας του σαλιγκαριού. Δηλαδή στον σημαντικότερο παράγοντα που κάνει το σαλιγκάρι να ξεχωρίζει μέσα στον κλάδο των κρεάτων και γενικά στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων.



Εικόνα 1.1 Σαλιγκάρια του είδους *Cornu aspersum*

1.1 Χερσαία γαστερόποδα της Ελλάδας

Στα χερσαία Γαστερόποδα, ανήκουν τα γνωστά μας σαλιγκάρια με το κέλυφος, αλλά και οι γυμνοσάλιαγκες με ανύπαρκτο ή ατροφικό. Τα σαλιγκάρια με κέλυφος έχουν ένα ενιαίο όστρακο με κωνικό ή κυπελλόμορφο σχήμα. Τα βρίσκουμε σε όλους τους βιότοπους, προτιμούν υγρές περιοχές, ενώ αντίθετα δεν αντέχουν την ξηρασία. Επίσης προτιμούν ασβεστούχα εδάφη, γιατί το ασβέστιο είναι απαραίτητο στην κατασκευή του κελύφους τους, ενώ αποφεύγουν τα όξινα (με χαμηλό pH) εδάφη. Τρέφονται με νεκρή φυτική ουσία αλλά και με χλωρά φυτά, όπως φύλλα, βλαστούς και προκαλούν σοβαρές ζημιές στα φυτά που προσβάλλουν (Hickman/Roberts/Larson, 2001).

Η Ελλάδα και η Ισπανία είναι οι πλουσιότερες χώρες της Ευρώπης σε χερσαία σαλιγκάρια. Αυτό οφείλεται στην πολύ μεγάλη βιοτική και αβιοτική ποικιλομορφία που εμφανίζει ο ελληνικός χώρος. Τα ποικίλα οικοσυστήματα, το ανάγλυφο, το κλίμα, η μακροχρόνια δράση του ανθρώπου και η γεωλογική εξέλιξη έπαιξαν και συνεχίζουν να παίζουν καθοριστικό ρόλο στην παρουσία και την ποικιλότητα των σαλιγκαριών στην Ελλάδα (Ελληνική Ζωολογική Εταιρία, 2009).

Με τα μέχρι σήμερα δεδομένα η ελληνική χερσαία μαλακοπανίδα περιλαμβάνει 680 είδη σαλιγκαριών, που ανήκουν σε 38 οικογένειες. Η πιο πλούσιες οικογένειες, κατά σειρά, είναι τα Clausiliidae, τα Zonitidae, τα Hygromiidae, τα Helicidae και τα Epidae. Η κατανομή των χερσαίων σαλιγκαριών στον ελληνικό χώρο εμφανίζει μεγάλη μωσαϊκότητα και ανομοιομορφία από περιοχή σε περιοχή. Από το σύνολο των ειδών, ελάχιστα εξαπλώνονται σε όλη την Ελλάδα, περίπου 30 είδη (4%). Όλα τα άλλα έχουν πιο εντοπισμένη εξάπλωση, μόνο σε νησιά του Αιγαίου ή μόνο στη βόρεια Ελλάδα ή μόνο δυτικά της Πίνδου. Για παράδειγμα, η μαλακοπανίδα της βόρειας Ελλάδας έχει ελάχιστες ομοιότητες, ακόμη και σε επίπεδο γένους, με τα νησιά του νοτίου Αιγαίου ή την Κρήτη (Ελληνική ζωολογική εταιρία, 2009).

Από τα 680 είδη που συναντώνται στην Ελλάδα τα μισά (55%) είναι ενδημικά της Ελλάδας. Το ποσοστό αυτό είναι από τα υψηλότερα ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες. Τα περισσότερα ενδημικά είδη έχουν μικρή έως πάρα πολύ μικρή εξάπλωση. Ζουν σε όλα τα οικοσυστήματα και τους οικοτόπους που συναντώνται στην Ελλάδα,

από το επίπεδο της θάλασσας μέχρι την κορυφή του Ολύμπου, κυρίως όμως σε περιοχές όπου υπάρχει ασβέστιο στο υπόστρωμα. Τα σαλιγκάρια στην Ελλάδα εμφανίζουν και βιολογική ποικιλομορφία, που οφείλεται κατά κύριο λόγο στις έντονες κλιματικές διαφορές που εμφανίζονται στον ελληνικό χώρο και στην πλαστικότητα του βιολογικού κύκλου των σαλιγκαριών. Έτσι τα χερσαία σαλιγκάρια στη κεντρική και βόρεια χώρα είναι δραστήρια κατά κανόνα από την άνοιξη μέχρι τα μέσα του φθινοπώρου, ενώ στη νότια Ελλάδα είναι δραστήρια από τα πρωτοβρόχια μέχρι τα μέσα-τέλη της άνοιξης (Ελληνική ζωολογική εταιρία, 2009).

Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν τα χερσαία σαλιγκάρια είναι η καταστροφή των βιοτόπων τους, κυρίως από ανθρώπινες δραστηριότητες. Επειδή αρκετά από τα είδη που συναντώνται στην Ελλάδα έχουν πολύ περιορισμένη εξάπλωση, η καταστροφή του βιοτόπου τους μπορεί να έχει άμεσες συνέπειες στην εξαφάνιση κάποιου είδους. Επίσης, η εισαγωγή ξένων ειδών μπορεί να επηρεάσει τη μαλακοπανίδα της χώρας, κυρίως λόγω μεταφοράς παρασίτων (Ελληνική ζωολογική εταιρία, 2009).

Τα είδη των σαλιγκαριών θα είναι, σε όλο τον κόσμο πάνω από 4000. Από αυτά, πάρα πολλά είναι εγκλιματισμένα στην Ελλάδα και αρκετά μπορούν να χαρακτηριστούν εδώδιμα.

Τα φαγώσιμα σαλιγκάρια (χοχλιοί), ανήκουν όλα στην οικογένεια Helicidae. Αφθονούν σε ασβεστολιθικά εδάφη, αφού το ασβέστιό τους είναι απαραίτητο για το κέλυφός τους και άλλες δομές του σώματός τους (Σταικού, 2008).

Το σαλιγκάρι είναι ένα ζώο που ανήκει στο φύλλο **Μαλάκια** όπου όπως αναφέρει η λέξη, πρόκειται για οργανισμούς με μαλακό σώμα, χωρίς εσωτερικό σκελετό. Το σώμα τους είναι ένα είδος σακιδίου που περιέχει τα εσωτερικά όργανα. Επίσης ανήκει στην **ομοταξία Γαστερόποδα**, η ετυμολογία της λέξης (από τα αρχαία ελληνικά γαστήρ = κοιλιά και πους = πόδι) περιγράφει το χαρακτηριστικό του ζώου αυτού, το οποίο έρπει σε μια μυϊκή βάση που μοιάζει με κοιλιά. Επιπροσθέτως ανήκει στην **υφομοταξία Πνευμονοφόρα**, όπου η ανάπτυξη της πνευμονικής δραστηριότητας είναι αναμφίβολα μια εξέλιξη κάποιων γαστερόποδων, τα οποία προσάρμοσαν τη ζωή τους στο χερσαίο περιβάλλον, ξεχωρίζοντας έτσι από την πλειοψηφία των μαλακίων που βρίσκονται στο νερό. Ανήκουν στη **βαθμίδα Στυλομματοφόρα**, όπου από τα αρχαία ελληνικά (στύλος και όμμα και φέρω), είναι ζώα που φέρουν τα μάτια τους στην κορυφή των κεραίων (Hickman/Roberts/Larson, 2001).

Η εκτροφή σαλιγκαριών είναι ένας καινοτόμος κλάδος της ζωικής παραγωγής με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης στον ελληνικό χώρο. Τα περισσότερα δεδομένα στη διεθνή βιβλιογραφία αφορούν στην εκτροφή του *Cornu aspersum*, ενός είδους με έντονο εμπορικό ενδιαφέρον στην Ελλάδα και την Ευρώπη (Λαζαρίδου-Δημητριάδου Μ. & Κάττουλας Μ, Daguzan, 1989, Elmslie, 1989, Dupont-Nivet et al 2000, Koentzopoulos E. & Staïkou A., 2007, Στάικου κ.α. 2008, Χατζηιωάννου κ.α. 2008). Από τα εδώδιμα σαλιγκάρια η εντατική εκτροφή είναι δυνατή και οικονομικά κερδοφόρα για τον κρητικό κοχλιό (*Cornu aspersum*) διότι παρουσιάζει αφενός έντονο εμπορικό ενδιαφέρον στην Ελλάδα και την Ευρώπη και αφετέρου ταχύτερη ανάπτυξη σε σύγκριση με τα άλλα είδη της οικογένειας (Στάικου κ.α. 2008, Χατζηιωάννου, 2011). Τα εκτρεφόμενα σαλιγκάρια δεν υστερούν σε διατροφική αξία και στα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά από τα αντίστοιχα ελεύθερης συλλογής ενώ διαφοροποιούνται σε ορισμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά (Χατζηιωάννου κ.α. 2008, Βερύλλης κ.α. 2010).

1.2 Το σαλιγκάρι *Cornu aspersum*

Το γαστερόποδο του είδους *Cornu aspersum* (συνώνυμο *Helix aspersa*), είναι ένα από τα πιο γνωστά εδώδιμα σαλιγκάρια. Τα κοινά (εμπορικά) ονόματα είναι στα αγγλικά brown garden snail (το καφέ σαλιγκάρι των κήπων), στα γαλλικά petit gris (μικρό γκρι) ενώ στην Ελλάδα είναι περισσότερο γνωστό ως κρητικός κοχλίας (Χατζηιωάννου, 2011).

Το κέλυφος του *Cornu aspersum* έχει σχήμα σφαιρικό με τη μεγάλη διάμετρο να κυμαίνεται από 25 έως 40 mm και το ύψος από 25 έως 35 mm. Ο χρωματισμός της βάσης του κελύφους ποικίλλει από ανοιχτό κίτρινο μέχρι σκούρο καφέ. Πάνω στο κέλυφος υπάρχουν σκουρόχρωμες επιμήκεις ζώνες διαφόρων τύπων (ζιγκ-ζαγκ λωρίδες, διακεκομμένες, πιτσιλωτές κ.λπ.) και χρωματισμών (Madec/Daguzan, 1993).

Το *Cornu aspersum* αποτελεί ένα από τα πιο επιτυχημένα εξελικτικά είδη μεταξύ των πνευμονοφόρων γαστερόποδων, γεγονός που αποδίδεται στην εξαιρετική του προσαρμοστικότητα, η οποία είναι απόρροια των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του αναπαραγωγικού του συστήματος (π.χ. πολλαπλά ζευγαρώματα) και του βιολογικού του κύκλου. Το συγκεκριμένο είδος, είναι ερμαφρόδιτο και υποχρεωτικά ετερογονιμοποιούμενο, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στο αναπαραγωγικό του σύστημα όπως το πολλαπλό ζευγάρι (Koemtzopoulos/Staikou, 2007, Garefalaki, 2010).

Γενικά, προτιμά υγρές περιοχές με ήπιο κλίμα, μαλακό έδαφος και χαμηλό υψόμετρο, αν και μερικές φορές βρέθηκε σε υψόμετρο έως 1000 m (Gallo, 1986). Απαντά σε ένα ευρύ φάσμα βιότοπων, συμπεριλαμβανομένων των κήπων, των πάρκων, των αγρών, των διαχωριστικών φρακτών και των δασών. Προτιμά τα ασβεστούχα εδάφη για τη λήψη ασβεστίου το οποίο είναι απαραίτητο για την κατασκευή του κελύφους του και την αναπαραγωγική δραστηριότητα. Μπορεί να βρεθεί σε παλιά λατομεία, στη βλάστηση και επειδή απαιτεί ρωγμές για τη χειμέρια νάρκη, εμφανίζεται άφθονα κάτω από κισσούς στους τοίχους και κάτω από τις πέτρες ή τα τούβλα των κήπων (Δεσποτοπούλου, 2008).

Θεωρείται είδος μεσογειακής καταγωγής το οποίο, με τη βοήθεια του ανθρώπου, έχει διασπαρθεί σε εύκρατες και τροπικές περιοχές. Εκτός από τις παραμεσόγειες χώρες, είναι ευρύτατα διαδεδομένο στις ωκεάνιες χώρες της Δ. Ευρώπης (κυρίως στη Γαλλία), ενώ σποραδικά απαντά στην Κ. Ευρώπη, στη Β.

Αφρική και στην Α. Ασία. Από το 1859 το είδος αυτό έχει μεταφερθεί και στην Καλιφόρνια και από εκεί εξαπλώθηκε και σε άλλες δυτικές πολιτείες των Η.Π.Α.. Τα τελευταία χρόνια έχει μεταφερθεί και στη Ν. Αφρική, στο Μεξικό, στη Ν. Αμερική, και στην Αυστραλία. Απολιθώματα από το ανώτερο πλειόκαινο στη Β. Αφρική, καθώς επίσης και στη Ν. Γαλλία, στην Ισπανία και στην Κορσική δείχνουν κατανομή του και στη Δυτική Μεσόγειο (Χατζηιωάννου, 2011).

Στη χώρα μας είναι ευρύτατα διαδεδομένο στη νότια ηπειρωτική χώρα (από το νόμο Φθιώτιδας και νοτιότερα) και στα νησιά (ιδιαίτερα στην Κρήτη, και στα νησιά του Αιγαίου όπου εκεί η οικογένεια Helicidae καταλαμβάνει το 30% της συνολικής πανίδας των μαλακίων) (Μαρκάκης, 1990).

Οι φυσικοί πληθυσμοί του κυριότερου εκτρεφόμενου είδους που είναι το *Cornu aspersum* παρουσιάζουν έντονη ποικιλομορφία και αποτελούν σημαντικό απόθεμα που εκτός από την ανάγκη προστασίας και διατήρησης, μπορεί να αξιοποιηθεί στην παραγωγή εκτρεφόμενων σαλιγκαριών με ενδιαφέροντα γνωρίσματα που θα μπορούν να παρουσιάζουν πλεονεκτήματα ανταγωνιστικότητας σε εξειδικευμένες αγορές (Χατζηιωάννου, 2011).

Από το 1985 στην Ελλάδα τα φυσικά αποθέματα των εδώδιμων σαλιγκαριών έχουν αρχίσει να μειώνονται τόσο εξαιτίας της εντατικής συλλογής όσο και της υποβάθμισης του φυσικού τους περιβάλλοντος που προκαλείται από τη μη συντηρούμενη ανάπτυξη (αποψίλωση των δασών, εντατικοποίηση της αγροτικής καλλιέργειας, πυρκαγιές, επέκταση των αστικών περιοχών κ.λπ.) και από άλλες ανθρώπινες δραστηριότητες (Lazaridou-Dimitriadou, 1998).

Στη Ελλάδα το είδος *Cornu aspersum* είναι ευρύτατα διαδεδομένο στη νότια ηπειρωτική χώρα (από το νόμο Φθιώτιδας και νοτιότερα) και στα νησιά του Αιγαίου, ιδιαίτερα στην Κρήτη, όπου η οικογένεια Helicidae καταλαμβάνει το 30% της συνολικής πανίδας των μαλακίων. Η διάρκεια και η ένταση της ξηροθερμικής περιόδου του έτους που είναι χαρακτηριστικό του μεσογειακού κλίματος αυτών των περιοχών εξάπλωσης, αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη δραστηριότητα των σαλιγκαριών και καθορίζει τον βιολογικό τους κύκλο (Χατζηιωάννου, 2011).

Είναι πλέον επιβεβαιωμένο ότι το είδος *Helix aspersa* (*Cornu aspersum*) μπορεί να προσαρμοστεί και να αναπαραχθεί σε διαφορετικές κλιματολογικές και εδαφικές συνθήκες (Avagnina, 2011).

1.3 Η διατροφική αξία του σαλιγκαριού

Το σαλιγκάρι, είναι τρόφιμο υψηλής θρεπτικής αξίας, εύπεπτο, πλούσιο σε αμινοξέα και ανόργανα άλατα (Avagnina, 2011). Καταρχήν το κρέας των σαλιγκαριών αποτελεί μια λιχουδιά για τους γευσιγνώστες, αλλά συγκεντρώνει και αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλα κρέατα. Παρουσιάζει αφενός χαμηλή περιεκτικότητα σε θερμίδες και λίπη και αφετέρου υψηλή περιεκτικότητα σε ανόργανα θρεπτικά στοιχεία, απαραίτητα αμινοξέα και ευεργετικά λιπαρά οξέα. Οι τελευταίες έρευνες αναδεικνύουν το κρέας των σαλιγκαριών ως έναν από τους θετικούς διατροφικούς παράγοντες της μεσογειακής δίαιτας. Η υψηλή βιωσιμότητα των κατοίκων της Κρήτης και τα χαμηλά ποσοστά καρκίνου, συσχετίστηκαν και με τη συχνή κατανάλωση σαλιγκαριών, εκτός από το ελαιόλαδο (Χατζηγιωάννου, 2011).

Η θερμιδική αξία του κρέατος των σαλιγκαριών είναι 60-90 Kcal ανά 100gr κρέατος έτοιμου προς κατανάλωση, μικρότερη από το κρέας διάφορων ψαριών, πτηνών και θηλαστικών. Το περιεχόμενο σε πρωτεΐνη είναι υψηλό και κυμαίνεται από 10 έως 16% του νωπού βάρους. Το ποσοστό των λιπών αποτελεί το 0,5 έως 2% του ολικού νωπού βάρους και συνήθως είναι λίγο μεγαλύτερο στα νεαρά άτομα. Το περιεχόμενο σε νερό είναι υψηλό και ποικίλει από 73-89% (Χατζηγιωάννου, 2009).

Η ανάλυση της σύστασης των λιπιδίων δείχνει σχετικά υψηλό ποσοστό πολύ-ακόρεστων λιπαρών οξέων. Συγκεκριμένα τα συνολικά κεκορεσμένα λιπίδια (SFA) καταλαμβάνουν το 25,78%, τα μονοακόρεστα (MFA) αποτελούν το 18,55% και τα πολύ-ακόρεστα (PUFA) αποτελούν το υπόλοιπο 18% . Από τα πολύ-ακόρεστα ο λόγος Ω-3 /Ω-6 κυμαίνεται από 0,2 έως 2 που με βάση τις σύγχρονες διατροφικές απόψεις θεωρείται πάρα πολύ καλός και 5 συγκρίσιμος με τα ψάρια (από 0,5 έως 8). Επίσης, θα πρέπει να τονιστεί ότι το λίπος των σαλιγκαριών είναι ωφέλιμο, γιατί παρέχει στον οργανισμό τα Ω3 λιπαρά οξέα, τα οποία θεωρούνται απαραίτητα, καθώς ο άνθρωπος δε μπορεί να τα συνθέσει και γι' αυτό πρέπει να τα λάβει με τη διατροφή του. Είναι πολύ ευεργετικά για την υγεία του, γιατί θεωρούνται ότι παρεμποδίζουν την αθηροσκλήρωση και τη θρόμβωση και έχουν αντιφλεγμονώδεις επιδράσεις, προληπτικά σε αλλεργίες, κατάθλιψη, και άλλες ασθένειες του νευρικού συστήματος (Χατζηγιωάννου, 2009).

Όσον αφορά στα ανόργανα στοιχεία (μέταλλα) το κρέας των σαλιγκαριών αποτελεί καλή πηγή ασβεστίου, φωσφόρου, μαγνησίου, καλίου και νατρίου.

Ορισμένοι ερευνητές προτείνουν την κατανάλωση σαλιγκαριών ως εναλλακτική πηγή ασβεστίου και φωσφόρου, δυο συστατικών πολύ σημαντικών για την ανάπτυξη των οστών. Με δεδομένο ότι και τα ψάρια που καταναλώνονται με το κόκαλο είναι καλή πηγή ασβεστίου και φωσφόρου, αλλά λόγω και της σημαντικής περιεκτικότητας του κρέατος των σαλιγκαριών σε Ω3 λιπαρά οξέα, θα μπορούσαν τα σαλιγκάρια επάξια να τα αντικαταστήσουν, τουλάχιστον σε περιοχές που τα ψάρια δεν είναι διαθέσιμα. Επίσης, αποτελούν μια σημαντική πηγή αμινοξέων και ασβεστίου σε περιόδους νηστείας που δεν καταναλώνεται κρέας και γαλακτοκομικά προϊόντα. Όσον αφορά στα ιχνοστοιχεία, το κρέας των ειδών αυτών αποτελεί καλή πηγή σεληνίου (27,4 μg/100mg), παρέχοντας ουσιαστικά στον καταναλωτή το 50% της συνιστώμενης ημερήσιας ποσότητας που απαιτείται για πρόσληψη από μια ενήλικη γυναίκα (που είναι 50 μg/ ημέρα) και το 1/3 για ένα άνδρα. Το σελήνιο έχει ισχυρές αντιοξειδωτικές ιδιότητες προστατεύοντας από καρδιοπάθειες και καρκίνο (κυρίως του προστάτη), συμβάλλοντας επίσης στη λειτουργία του θυρεοειδή αδένος και του ανοσοποιητικού συστήματος (Χατζηιωάννου, 2009).

Εκτός όλων των παραπάνω αναφερθέντων, η σάρκα των σαλιγκαριών αποτελεί και σημαντική διαιτητική πηγή βιταμινών. Η νιασίνη είναι μια υδροδιαλυτή βιταμίνη του συμπλέγματος Β με ευεργετική επίδραση στο νευρικό και καρδιαγγειακό σύστημα. Είναι αξιοσημείωτα σταθερή και ανθεκτική στη θερμότητα, τη μαγειρική και την αποθήκευση των τροφίμων. Η περιεκτικότητα του κρέατός τους σε νιασίνη είναι 1,4 mg/100g βρώσιμου κρέατος και αντιστοιχεί σε κατανάλωση 50 g τυριού και 150 g από γιαούρτι, φακές ή πατάτες που θεωρούνται καλές πηγές αυτής της βιταμίνης. Πρέπει επίσης να τονιστεί ότι με τα αυγά του σαλιγκαριού παρασκευάζεται χαβιάρι άριστης ποιότητας (Χατζηιωάννου, 2009).

Το σαλιγκάρι είναι υψηλής αξίας προϊόν διατροφής. Συγκεντρώνει όπως προαναφέρθηκε αρκετά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλα κρέατα, αυτά που το κάνουν ιδιαίτερο είναι το χαμηλό θερμιδικό περιεχόμενό τους, η μικρή περιεκτικότητά τους σε λίπη, και η υψηλή περιεκτικότητά τους σε ανόργανα θρεπτικά στοιχεία, απαραίτητα αμινοξέα και λιπαρά οξέα. Στον παρακάτω πίνακα συγκρίνεται η διατροφική αξία του κρέατος των σαλιγκαριών με άλλα είδη κρεάτων, όπως είναι το βοδινό, πουλερικά και ιχθύες. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον **Πίνακα 1.1**:

	ΒΟΔΙΝΟ	ΠΟΥΛΕΡΙΚΑ	ΙΧΘΥΕΣ	ΣΑΛΙΓΚΑΡΙΑ
Θερμιδική αξία (kcal ανά 100g)	163	120	70	60 - 80
Πρωτεΐνες (%)	22,1	8,5	15	13,5
Λίπη (%)	11,5	12	1,5	0,5 - 0,8
Νερό (%)	72	70,6	81	83,8
Άλλα (%)	0,9	0,8	2,5	1,9

Πίνακας 1.1 Σύγκριση της διατροφικής αξίας του κρέατος των σαλιγκαριών με το κρέας βοδινού, πουλερικών και ιχθύων. (Πηγή: Cheney, 1988)

2. Γενική επισκόπηση της αγοράς

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα γίνει μια επισκόπηση της αγοράς του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας. Συγκεκριμένα η παραγωγή, η κατανάλωση και το εμπόριο (εισαγωγές- εξαγωγές) σαλιγκαριών ανά τον κόσμο την Ευρώπη και την Ελλάδα.

Στην παγκόσμια αγορά είναι ευρέως διαδεδομένα δύο συστήματα εκτροφής σαλιγκαριών. Το **κλειστού συστήματος (εντατικού) εκτροφής** σαλιγκαριών και το **ανοικτού συστήματος (εκτατικού) εκτροφής** σαλιγκαριών. Στη χώρα μας αλλά και στις περισσότερες χώρες το ιδιαίτερα διαδεδομένο είναι το ανοικτό σύστημα (εκτατικό) εκτροφής σαλιγκαριών. Ο λόγος αυτός είναι ότι όχι μόνο η δημιουργία μιας ανοικτού συστήματος μονάδος είναι πιο οικονομικά εφικτή από ότι μια κλειστού (εντατικού συστήματος εκτροφής), αλλά επίσης τα σαλιγκάρια δραστηριοποιούνται σε φυσιολογικές συνθήκες.

Σε αυτό το σημείο όμως πρέπει να αναφερθεί ότι στην παγκόσμια αγορά δεν εμπορεύονται μόνο σαλιγκάρια που προέρχονται από μονάδες εκτροφής σαλιγκαριών. Η παραγωγή σαλιγκαριών παγκοσμίως από τα εκτροφεία, αντιπροσωπεύει μόλις το 15-20% της συνολικής κατανάλωσης (Νικολαΐδης, Α., 2011). Η μεγαλύτερη ποσότητα των σαλιγκαριών που διακινούνται στην παγκόσμια αγορά προέρχονται από φυσικούς πληθυσμούς (Χατζηγιάννου, 2009).

Σε ορισμένες χώρες, ιδιαίτερα της Ευρώπης, λόγω της υπερσυλλογής, έχουν ήδη εξαφανιστεί τα περισσότερα εδάδιμα είδη. Στη Γαλλία και τη Γερμανία π.χ. κάποια από αυτά θεωρούνται προστατευόμενα είδη. Τα φυσικά αποθέματα των εδάδιμων σαλιγκαριών έχουν μειωθεί.. Αυτό αναπόφευκτα οδήγησε στην ίδρυση και ενίσχυση της εκτροφής σαλιγκαριών σε διάφορες χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, όπως η **Ιταλία**, η **Ισπανία**, ο **Καναδάς**, οι **Ηνωμένες Πολιτείες** και κυρίως η **Γαλλία**. Επίσης εκτροφές πραγματοποιούνται στην **Αυστραλία** (Begg, 2010).

Οι δύο κυριότερες περιοχές ενασχόλησης του πλανήτη με τον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας είναι η **Δυτική-Κεντρική Αφρική** και η **Δυτική Ευρώπη** (Νικολαΐδης, Α., 2011). Επίσης η **Γαλλία** είναι αυτή που εδώ και χρόνια παραμένει σε όλο τον κόσμο η πιο παραγωγική χώρα στον τομέα της σαλιγκαροτροφίας, με πάνω από **1.500.000 τόνους** επεξεργασμένου, εμπορευματοποιημένου και εξαγωγίμου προϊόντος σε όλο τον κόσμο (www.ethnos.gr).

Ωστόσο πρέπει να αναφερθεί ότι **δεν** υπάρχουν ακριβή στοιχεία για τον πραγματικό όγκο παραγωγής σαλιγκαριών σε παγκόσμιο επίπεδο. Το ίδιο ισχύει και για την χώρα μας. Σύμφωνα λοιπόν το Υ.Α.Α.Τ. για την χώρα μας **δεν** υπάρχει επίσημη καταγραφή της ετήσιας παραγωγής σαλιγκαριών που προέρχονται από τις μονάδες εκτροφής σαλιγκαριών.

2.1 Παραγωγή

Παραγωγή εξωτερικού

Πρώτη στην Ευρώπη στη παραγωγή σαλιγκαριών, προερχόμενη από εκτροφεία, είναι η **Ιταλία** της οποίας η παραγωγή από εκτροφεία το 2010 ήταν περί τους **13.370 τόνους** σαλιγκαριών και **955 τόνοι** προήλθαν από φυσική συλλογή. Συγκεκριμένα, στην Ιταλία λειτουργούν περίπου 6.000 εγκαταστάσεις εκτροφής, με έκταση **8.000 εκτάρια** ή **80.000 στρέμματα** και περίπου 90 εκ. ευρώ κύκλου εργασιών, για το σύνολο του κλάδου (Γ.Ο.Ε.Υ.Π., 2011). Τα τελευταία χρόνια, η σαλιγκαροτροφία από ιταλική κυρίως δραστηριότητα μετατράπηκε σε παγκόσμια. Το ιταλικό σύστημα ανοιχτού εκτροφείου, όπου χρησιμοποιεί μόνο φυτική τροφή, αναπτύχθηκε και συνεχίζει να αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς, σε όλη την Ευρώπη και πολλές άλλες χώρες εκτός της Ε.Ε. (Avagnina, 2011). Δεύτερη στην Ευρώπη στην παραγωγή σαλιγκαριών είναι η **Γαλλία** η οποία είναι η χώρα με τα περισσότερα εκτροφεία σαλιγκαριών, και η παραγωγής της είναι περί τους **12.000 τόνους** σαλιγκαριών ετησίως. Ακολουθεί στην τρίτη θέση η **Ισπανία** με ετήσια παραγωγή περί τους **2.000 τόνους** ετησίως (Νικολαΐδης, 2011).

Κυριότερες χώρες παραγωγής στην Αφρική είναι η **Νιγηρία**, η **Γκάνα** και η **Ακτή Ελεφαντοστού** όπου στην τελευταία η ετήσια παραγωγή από την εκτροφή σαλιγκαριών φτάνει τους 10.000 τόνους (Νικολαΐδης, 2011). Σε μια φτωχή χώρα όπως είναι η Νιγηρία η σαλιγκαροτροφία για τους εκεί πληθυσμούς είναι μια ευκαιρία. Με το χρόνο και με περισσότερη γνώση στις δραστηριότητες εκτροφής σαλιγκαριών καθώς και με περισσότερους ανθρώπους να εισέρχονται στην εκτροφή σαλιγκαριών, η καταπολέμηση της φτώχειας και η δυνατότητες μείωσης της θα έχουν αποτελέσματα (Aiyeloja/Ogunjinmi, 2010). Επίσης στην Αφρική εκτρέφεται για την παραγωγή φθηνής ζωικής πρωτεΐνης.

Στην **Αυστραλία** επίσης υπάρχει παραγωγή σαλιγκαριών όπου εκτρέφεται το είδος *Cornu aspersum*. Η ανοικτή εκτροφή σαλιγκαριών θεωρείται μια βιώσιμη αγροτική βιομηχανία στην Αυστραλία. Ορίζεται ως η αγροτική παραγωγή που είναι βασισμένη στην εμπορική ευκαιρία ότι το προϊόν αυτό θεωρείται μια νέα εμπορική παραγωγή στην Αυστραλία (Begg, 2010). Το είδος του σαλιγκαριού *Helix aspersa* (*Cornu aspersum*) είναι το μόνο σαλιγκάρι που επιτρέπεται με βάση νόμου να

παραχθεί στα εκτροφεία της Αυστραλίας. Η εισαγωγή άλλων ειδών σαλιγκαριών δεν επιτρέπεται (Australian Government, 2003).

Παραγωγή εσωτερικού

Σύμφωνα με τη Γ.Δ.Ζ.Π του Υ.Α.Α.Τ. σήμερα στην **Ελλάδα** δραστηριοποιούνται **136** μονάδες εκτροφής σαλιγκαριών. Από αυτές οι **75** είναι εκτατικού (ανοικτού) τύπου οι οποίες καταλαμβάνουν έκταση **481,50** στρεμμάτων, και οι **56** εντατικού (κλειστού) τύπου οι οποίες καταλαμβάνουν έκταση **93,19** στρεμμάτων. Η κατανομή των μονάδων εκτροφής σαλιγκαριών και η έκταση σε στρέμματα που καταλαμβάνουν ανά περιφέρεια στην Ελλάδα είναι σύμφωνα με τον **Πίνακα 2.1:**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΚΜ/ΕΩΝ	ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΤΥΠΟΥ	ΕΚΤΑΣΗ (ΣΤΡ)	ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΤΥΠΟΥ	ΕΚΤΑΣΗ (ΣΤΡ)
ΑΘΗΝΩΝ	3	2	4	1	1
Σ. ΕΛΛΑΔΑΣ	6	2	15,2	4	4
ΠΕΛΟΠ/ΣΟΥ	26	9	48,9	17	20,45
ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ	8	3	20	5	9
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	0	0	0	0	0
ΗΠΕΙΡΟΥ	12	11	96,2	1	6,56
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	12	9	53,05	3	3,5
Δ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	8	7	38,8	1	0
Κ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	39	18	116,8	16	32,28
Α. ΜΑΚ.-ΘΡΑΚΗΣ	20	13	85,8	7	14,4
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	0	0	0	0	0
Β. ΑΙΓΑΙΟΥ	1	1	3	0	0
ΚΡΗΤΗΣ	1	0	0	1	2
ΣΥΝΟΛΟ	136	75	481,75	56	93,19

Πίνακας 2.1 Η κατανομή των μονάδων εκτροφής σαλιγκαριών και έκταση σε στρέμματα που καταλαμβάνουν. (Πηγή: Γενική Διεύθυνση Ζωικής Παραγωγής.

2.2 Κατανάλωση

Κατανάλωση εξωτερικού

Η κατανάλωση σαλιγκαριών, σε σχέση με άλλα κρέατα ή ψάρια, είναι ακόμα πολύ χαμηλή. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι το σαλιγκάρι δεν ανήκει σε μια γνωστή οικογένεια τροφίμων (δηλαδή δεν έχει συγκεκριμένη ταυτότητα) και δημιουργεί στον καταναλωτή μια επιφύλαξη (Avagnina, 2011). Το 2007 η διεθνής κατανάλωση ήταν περί τους **420.000 τόνους**. Από αυτούς καταναλώνεται το 30% ως φρέσκο προϊόν, το 47% ως κατεψυγμένο και το 23% σε κονσέρβα (Νικολαΐδης, 2011).

Στην Ευρώπη η **Γαλλία** είναι η χώρα με την μεγαλύτερη κατανάλωση σαλιγκαριών που φτάνει τους **40.000 τόνους** ετησίως. Η κατανάλωση στη χώρα αυτή σύντομα θα πλησιάσει το 1κιλό ανά άτομο ανά έτος. (Νικολαΐδης, Α., 2011). Δεύτερη στην Ευρώπη σύμφωνα με στοιχεία του Γ.Ο.Ε.Υ.Ρ. στη κατανάλωση σαλιγκαριών είναι η **Ιταλία** όπου το 2010 ανήλθε στους **37.500 τόνοι**. Ακολουθεί τρίτη η Ισπανία με κατανάλωση **20.000 τόνους** ετησίως (Νικολαΐδης, 2011). Άλλες χώρες που καταναλώνουν επίσης σαλιγκάρια είναι η Πορτογαλία, το Βέλγιο, η Ολλανδία, η Γερμανία, η Αυστραλία, κ.α. (Νικολαΐδης, 2011).

Σε δασικές περιοχές υψηλού υψομέτρου της **Δυτικής Αφρικής**, συγκεκριμένα στη **Γκάνα**, **Νιγηρία** και **Ακτή Ελεφαντοστού**, το κρέας των σαλιγκαριών αποτελεί σημαντικό κομμάτι στη διαίτα των τοπικών πληθυσμών (Cobbinah/Vink/Onwuka, 2008).

Κατανάλωση εσωτερικού

Στη χώρα μας καταναλώνονται περί τους 500 τόνους σαλιγκάρια ετησίως (Νικολαΐδης, Α., 2011). Στην Ελλάδα, παρόλο τον χαμηλό αριθμό κατοίκων, καταγράφηκε η πιο υψηλή κατανάλωση «κατά κεφαλή»: περίπου 40.000 τόνοι το 2005, με κατανάλωση πάνω από 500 γραμμάρια ανά άτομο ετησίως (www.ethnos.gr).

Ωστόσο τα μεγάλα πολυκαταστήματα (super market) δεν διαθέτουν πλέον σαλιγκάρια μεταποιημένα σε συσκευασία όπως έκαναν στο παρελθόν, πράγμα που σημαίνει ότι στην Ελληνική αγορά τουλάχιστον δεν υπάρχει ιδιαίτερη ζήτηση των μεταποιημένων σαλιγκαριών. Σύμφωνα πάντως με το Υ.Α.Α.Τ. σήμερα στην Ελλάδα **δεν** υπάρχουν επίσημα στοιχεία για την κατανάλωση των σαλιγκαριών.

2.3 Εμπόριο σαλιγκαριών

Εμπόριο εξωτερικού

Η μεγαλύτερη ποσότητα των σαλιγκαριών που διακινούνται στην παγκόσμια αγορά προέρχονται από φυσικούς πληθυσμούς. Ειδικότερα για την Ευρωπαϊκή αγορά τα σαλιγκάρια προέρχονται από τις χώρες της πρώην Ανατολικής Ευρώπης καθώς επίσης και από **Μαρόκο, Τουρκία, Ισπανία, Ελλάδα, Ινδονησία, Τυνησία, Αλβανία, Συρία** (Χατζηγιάννου, 2009).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω η **Γαλλία** είναι αυτή που εδώ και χρόνια παραμένει σε όλο τον κόσμο η πιο παραγωγική χώρα στον τομέα της σαλιγκαροτροφίας, με πάνω από **1.500.000 τόνους** επεξεργασμένου, εμπορευματοποιημένου και εξαγωγίμου προϊόντος σε όλο τον κόσμο. Η Γαλλία παίζει ένα κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου σαλιγκαριών. Κάποια από τα σαλιγκάρια που εισάγονται στη Γαλλία επεξεργάζονται και εξάγονται σε άλλες χώρες τις **Ευρώπης** ή της **Βόρεια Αμερικής**, συγκεκριμένα στις **Η.Π.Α.** όπου εισάγονται ετησίως χιλιάδες εκατομμύρια δολάρια σε αξία κρέας σαλιγκαριών. Άλλοι σπουδαίοι εισαγωγείς της είναι η **Γερμανία**, το **Βέλγιο**, η **Ολλανδία**, ο **Καναδάς**, η **Ελβετία**, η **Ιαπωνία**, η **Σουηδία**, η **Αυστρία**, η **Δανία** και η **Νότια Αφρική** (Cobbinah/Vink/Onwuka, 2008).

Στην **Ιταλία**, σύμφωνα με στοιχεία του Γ.Ο.Ε.Υ.Ρ. η ποσότητα που εμπορεύτηκε στην ιταλική επικράτεια ανήλθε στο σύνολο της σε **38.200 τόνους** εκ των οποίων το 35% (**13.370 τόνοι**) προερχόταν από την εγχώρια παραγωγή εκτροφής, το 2,5% (**955 τόνοι**) από τη φυσική συλλογή, όπου γίνεται σποραδικά ακόμα, ενώ το 62,5% (**23.875 τόνοι**) υπήρξε προϊόν εισαγωγής.

Ωστόσο υπάρχουν και άλλες χώρες ανάμεσα στις προαναφερθείσες χώρες που τροφοδοτούν την παγκόσμια αγορά με σαλιγκάρια όπως είναι η **Τουρκία**, η **Ρουμανία**, η **Αλγερία**, η **Τυνησία** όπως επίσης η **Ταϊβάν**, η **Ταϊλάνδη** και η **Κίνα**. Οι περισσότερες χώρες εμπορεύονται σαλιγκάρια Ευρωπαϊκών ειδών, συγκεκριμένα τα είδη *Helix aspersa*, *Helix pomatia* και *Helix lucorum* ενώ οι Ασιατικές χώρες εμπορεύονται το είδος *Achatina fulica* (Cobbinah/Vink/Onwuka, 2008).

Οι χώρες τις Δυτικής Αφρικής, **Γκάνα**, **Νιγηρία** και **Ακτή Ελεφαντοστού**, εμπορεύονται και αυτές σαλιγκάρια. Τα σαλιγκάρια εκεί συλλέγονται σε άγρια κατάσταση, συσκευάζονται σε σάκους, ξύλινα κιβώτια ή καλάθια και μεταφέρονται

προς πώληση στα κύρια σημεία κατά μήκος δρόμων ή στα αστικά κέντρα (Cobbinah/Vink/Onwuka, 2008).

Εμπόριο εσωτερικού

Στην Ελλάδα από τις αρχές του 1960 άρχισαν να πραγματοποιούνται οι πρώτες εξαγωγές σαλιγκαριών που προερχόταν από εγχώριους φυσικούς πληθυσμούς με προορισμό τη Γαλλία. Στη διάρκεια της δεκαετίας του '70 η αύξηση των εξαγωγών ήταν ραγδαία με αποτέλεσμα να ιδρυθούν στην χώρα μας εμπορικές επιχειρήσεις καθώς και βιομηχανικές και βιοτεχνικές μονάδες επεξεργασίας σαλιγκαριών. Στον **Πίνακα 2.2** παρουσιάζεται η προέλευση και ο τρόπος διάθεσης των σαλιγκαριών που διακινούνται στην Ελληνική αγορά. Το σύνολο σχεδόν των σαλιγκαριών που διακινούνται στην ελληνική αγορά είναι του γένους *Helix aspersa* (*Cornu aspersum*) (Χατζηιωάννου, 2009).

Πίνακας 2.2 Προέλευση και διάθεση των κυριότερων εδώδιμων σαλιγκαριών στην Ελληνική αγορά (ΠΗΓΗ: Euro stat).

ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ			ΔΙΑΘΕΣΗ		
ΕΙΔΗ	ΕΓΧΩΡΙΑ (ΣΥΛΛΟΓΗ)	ΕΙΣΑΓΩΜΕΝΑ (ΝΩΠΑ)	ΕΞΑΓΩΜΕΝΑ (ΝΩΠΑ)	ΕΓΧΩΡΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ (ΝΩΠΑ)	ΕΞΑΓΩΜΕΝΑ ΜΕΤΑΠΟΙΗΜΕΝΑ
<i>H. pomatia</i>	2%	98%	-	2%	100%
<i>C. aspersum</i>	100%	-	45%	20%	35%
<i>H. lucorum</i>	20%	80%	15%	5%	80%
<i>E. vermiculata</i>	100%	-	-	100%	-

Πίνακας 2.2

Το μεγαλύτερο μέρος των σαλιγκαριών (εισαγομένων και εγχώριας συλλογής) οδηγούνται στα εργοστάσια μεταποίησης, για επεξεργασία και στη συνέχεια για εξαγωγή. Η εγχώρια κατανάλωση αφορά νωπά σαλιγκάρια (Χατζηιωάννου, 2009).

Οι αυξανόμενες ανάγκες της εγχώριας βιομηχανίας μεταποίησης σαλιγκαριών σε συνδυασμό με τη σταδιακή εξάντληση των φυσικών πληθυσμών σαλιγκαριών,

έκανε επιτακτική την ανάγκη στις αρχές της δεκαετίας του '80 για εισαγωγές νωπών σαλιγκαριών από τρίτες χώρες (Γιουγκοσλαβία, Ουγγαρία, Ρουμανία κ.λπ.). Από το 1981 και μετά χιλιάδες τόνοι σαλιγκαριών εισάγονται κάθε χρόνο, όμως οι ποσότητες αυτές δεν είναι σταθερές και παρουσιάζουν έντονες διακυμάνσεις. Η εγκαθίδρυση του κλάδου εμπορίας και μεταποίησης σαλιγκαριών στη χώρα μας βασίστηκε στην ύπαρξη άφθονων ελληνικών φυσικών πληθυσμών. Η εξέλιξη του κλάδου στη διάρκεια τριών και πλέον δεκαετιών στηρίχθηκε στη συλλογή φυσικών πληθυσμών από γειτονικές Βαλκανικές χώρες λόγω χαμηλού κόστους συλλογής (Χατζηιωάννου, 2009).

Σύμφωνα με το Τ.Ε.Ε. της ΕΛ.ΣΤΑΤ. οι **εισαγωγές και εξαγωγές σαλιγκαριών της Ελλάδας σύμφωνα με την κωδική τους ονομασία (03.07.60.00) Σαλιγκάρια, έστω και χωρίς το όστρακό τους, ζωντανά, νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη (εκτός από τα θαλασσινά)**, από το 2002 μέχρι το 2011 διαμορφώθηκαν ως εξής σύμφωνα με τον **Πίνακα 2.3** και **2.4**:

Εισαγωγές	Σαλιγκάρια σε κιλά	Αξία κιλών σε €
2002	2.050.219	5.725.945€
2003	2.147.820	6.887.736€
2004	1.410.160	3.384.993€
2005	1.684.951	2.668.379€
2006	1.964.568	3.689.362€
2007	1.578.378	2.386.655€
2008	1.342.527	4.114.301€
2009	1.084.997	2.703.757€
2010	815.836	2.090.993€
2011	258.594	608.773€

Πίνακας 2.3 Συνολικές εισαγωγές σαλιγκαριών (Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

Εξαγωγές	Σαλιγκάρια σε κιλά	Αξία κιλών σε €
2002	380.858	2.060.190€
2003	258.416	1.267.614€
2004	104.045	561.908€
2005	446.292	2.051.665€
2006	412.111	1.930.222€
2007	206.803	1.129.423€
2008	377.593	2.176.785€
2009	167.361	842.974€
2010	182.150	799.283€
2011	124.610	591.439€

Πίνακας 2.4 Συνολικές εξαγωγές σαλιγκαριών (Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

Σύμφωνα πάλι με το Τ.Ε.Ε. της ΕΛ.ΣΤΑΤ. για το 2011 οι εισαγωγές και οι εξαγωγές των σαλιγκαριών (με την ίδια κωδική ονομασία) έγιναν από και προς τις παρακάτω χώρες σύμφωνα με τον **Πίνακα 2.5** και **2.6**:

Εισαγωγές 2011	Σαλιγκάρια σε κιλά (συνολικά και ανά χώρα)	Αξία κιλών σε € (συνολικά και ανά χώρα)
Χώρες	258.594	608.773€
Γαλλία	68.186	230.711€
Γερμανία	62.190	185.689€
Π.Γ.Δ.Μ.	119.151	114.291€
Ιταλία	9.065	78.063€
Βουλγαρία	2	19€

Πίνακας 2.5 Εισαγωγές σαλιγκαριών (Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

Εξαγωγές 2011	Σαλιγκάρια σε κιλά (συνολικά και ανά χώρα)	Αξία κιλών σε € (συνολικά και ανά χώρα)
Χώρες	111.941	591.439€
Λιθουανία	41.820	272.363€
Ρουμανία	20.580	126.084€
Κύπρος	44.604	100.609€
Γαλλία	12.090	65.800€
Ιταλία	5.516	26.583€

Πίνακας 2.6 Εξαγωγές σαλιγκαριών (Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

Επίσης σύμφωνα με στοιχεία της αντίστοιχης Στατιστικής Αρχής της Ιταλίας (I.STAT.), το διμερές εμπόριο της Ιταλίας με την Ελλάδα έχει ως εξής σύμφωνα με τον Πίνακα 2.7 και 2.8:

Έτη	Ιταλικές Εισαγωγές	% επί του συνόλου των Ιταλικών εισαγωγών	Ιταλικές Εξαγωγές	% επί του συνόλου των Ιταλικών Εξαγωγών
2007	55.471	0,91%	0	-
2008	20.000	0,39%	20.504	29,63%
2009	48.000	1,15%	29.980	36,77%
2010	84.791	2,21%	60.300	56,65%

Πίνακας 2.7: Αξία σαλιγκαριών σε € (Πηγή I.STAT)

Έτη	Ιταλικές Εισαγωγές	% επί του συνόλου των Ιταλικών εισαγωγών	Ιταλικές Εξαγωγές	% επί του συνόλου των Ιταλικών Εξαγωγών
2007	12.420	0,90%	0	-
2008	4.000	0,33%	2.097	20,96%
2009	9.600	0,99%	3.740	29,67%
2010	19.900	1,99%	7.720	49,89%

Πίνακας 2.8: Ποσότητες σαλιγκαριών σε κιλά (Πηγή I.STAT)

3. Ανάλυση Περιβάλλοντος

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει ανάλυση του περιβάλλοντος, εξωτερικού και εσωτερικού, που θα περιβάλλει την επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών. Οι καταστάσεις και οι συνθήκες μεταβάλλονται διαρκώς επηρεάζοντας άμεσα και έμμεσα την επιχείρηση-εκτροφείο. Συγκεκριμένα το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, τόσο το μακρο-περιβάλλον όσο και το μικρο-περιβάλλον (task environment ή κλάδος), που την επηρεάζουν έμμεσα στη λειτουργία της. Επίσης το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης είναι αυτό που την επηρεάζει άμεσα στη λειτουργία της.

Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης είναι ο χώρος όπου η διοίκηση της πρέπει να αναζητεί ευκαιρίες και πιθανές απειλές. Το εξωτερικό περιβάλλον διαχωρίζεται περαιτέρω σε δύο επιμέρους συνιστώσες, το ευρύτερο μακρο-περιβάλλον (το οποίο επηρεάζει την επιχείρηση αλλά και κάθε άλλη επιχείρηση που λειτουργεί στην ίδια π.χ. χώρα) και το μικρο-περιβάλλον (δηλαδή το άμεσο κλαδικό περιβάλλον της επιχείρησης) (Παπαδάκης, 2002).

Επίσης οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσαρμόζουν τη στρατηγική τους στο εξωτερικό περιβάλλον (Παπαδάκης, 2002). Δηλαδή η επιχείρηση πρέπει να μπορεί να αλλάζει και να εξελίσσει το εσωτερικό περιβάλλον της ώστε να μπορεί να ανταπεξέλθει στις όποιες ανάγκες και απαιτήσεις προκύπτουν.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί ότι το εξωτερικό περιβάλλον επηρεάζει έμμεσα την επιχείρηση-εκτροφείο μέσω του εσωτερικού περιβάλλοντος της.

3.1 Ανάλυση P.E.S.T.

Στην προσπάθεια τους να αναλύσουν το ευρύτερο μάκρο-περιβάλλον τα στελέχη αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα καθώς αυτό είναι πολυδιάστατο και κατά συνέπεια δύσκολο να αναλυθεί και να προβλεφθεί. Το ενδιαφέρον και η προσοχή των στελεχών θα πρέπει να εστιαστεί στις διαφαινόμενες τάσεις και σε εκείνα τα γεγονότα που είναι δυνατό να επηρεάσουν την επιχείρηση και τη στρατηγική της, είτε άμεσα είτε έμμεσα (Παπαδάκης, 2002).

Η **ανάλυση P.E.S.T.** είναι ένα στρατηγικό εργαλείο του Μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται για την ανάλυση του μάκρο-περιβάλλοντος μίας επιχείρησης. Με την έννοια του περιβάλλοντος δεν εννοούμε το φυσικό περιβάλλον αλλά τα συστήματα και τις δομές που περιβάλλουν μία επιχείρηση. Έτσι η ανάλυση P.E.S.T. αναλύει: Το πολιτικό περιβάλλον (Political), το οικονομικό περιβάλλον (Economical), το κοινωνικό περιβάλλον (Social) και τέλος το τεχνολογικό περιβάλλον (Technological). Στη συνέχεια θα αναλυθεί κάθε μια διάσταση ξεχωριστά.

Το **πολιτικό-νομικό** περιβάλλον (political-legal environment). Το περιβάλλον που ασκεί δύναμη και παρέχει περιορισμούς προστατευτικού νόμου και κανονισμούς. Το **οικονομικό** περιβάλλον (economic environment). Το περιβάλλον που ρυθμίζει την ανταλλαγή υλικών, χρημάτων, ενέργειας, και πληροφοριών. Το **κοινωνικό περιβάλλον** (Social environment). Το περιβάλλον που αφορά τις αξίες, τα ήθη και τα έθιμα της κοινωνίας. Το **τεχνολογικό** περιβάλλον (technological environment). Το περιβάλλον που παράγει και λύνει προβλήματα με εφευρέσεις και καινοτομίες (Wheelen/Hunger, 2012).

Αρχικά θα γίνει μια ανάλυση P.E.S.T. για την E.E. σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή διότι η χώρα μας αποτελεί με βάση τα σημερινά δεδομένα περιοχή μιας μεγαλύτερης ζώνης (E.E.) όπου ακολουθούν τα κράτη-μέλη κοινές πολιτικές και κατευθύνσεις. Έπειτα θα γίνει μια ανάλυση P.E.S.T. για την Ελλάδα σύμφωνα με την έκθεση του McKinsey & Company του Athens Office και τον I.O.B.E.

P.E.S.T. ανάλυση E.E.

Το **πολιτικό περιβάλλον** της E.E. Καθορίζεται άμεσα από την **Ευρωπαϊκή Επιτροπή**. Οι κύριες πολιτικές που ακολουθεί είναι η πολιτική της γειτονίας, της ελεύθερης κυκλοφορίας εμπορευμάτων εντός της E.E., της ανταγωνιστικότητας καθώς και της καινοτομίας. Το Ευρωπαϊκό όργανο *Γειτονίας και Εταιρικής Σχέσης* είναι υπεύθυνο για την εφαρμογή αυτών των πολιτικών. Επίσης η πολιτική που ακολουθεί για τις επιχειρήσεις είναι να προσφέρει *χρηματοδότηση, ωστόσο απαιτεί να είναι βιώσιμες και υπεύθυνες. Τέλος ακολουθεί πολιτική ενίσχυσης των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.*

Το **οικονομικό περιβάλλον** της E.E. Το περιβάλλον το οποίο επικρατεί στην E.E. χαρακτηρίζεται από ελεύθερη κυκλοφορία κεφαλαίων, αγαθών, υπηρεσιών καθώς και από ελεύθερη πρόσβαση στην αγορά. Επικρατεί ενιαία αγορά αγαθών και υπηρεσιών. Επίσης επικρατεί έντονη βιομηχανική ανταγωνιστικότητα. Για την ομαλή λειτουργία των παραπάνω αρμόδια αρχή της E.E. είναι η *Ευρωπαϊκή επιτροπή ανταγωνισμού.*

Επιπροσθέτως το οικονομικό περιβάλλον των κρατών της E.E. χαρακτηρίζεται από περιφερειακές ανισότητες και άνιση κατανομή εισοδήματος ανάμεσα σε αυτές. Η ανεργία της E.E. καταγράφεται στο 9,5%. Ο πληθωρισμός της E.E. καταγράφεται στο 3%, όπου ο δομικό πληθωρισμός (ο δείκτης τιμών καταναλωτή αν εξαιρεθούν τρόφιμα και καύσιμα) είναι στο 1,6%. Ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης της E.E. είναι στο 1,8%, εντός ζώνης του ευρώ € στο 1,6%.

Το **κοινωνικό περιβάλλον** της E.E. Σε κοινωνικό επίπεδο η E.E. κάνει χρήση της κοινωνικής ατζέντας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Ακολουθεί κοινωνικούς καθοριστικούς παράγοντες κατά των ανισοτήτων και καταπολεμεί τις κοινωνικές διακρίσεις.

Στις συνθήκες εργασίας απαιτεί υγεία, ασφάλεια και ισότητα μεταξύ των εργαζομένων. Τέλος υπάρχει συντονισμός των συστημάτων κοινωνικής ασφάλισης καθώς επίσης υπάρχει και το *Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο* που ενισχύει τα συστήματα αυτά.

Το **τεχνολογικό περιβάλλον** της E.E. Σε τεχνολογικό επίπεδο η E.E. κάνει χρήση υψηλής τεχνολογίας και υπηρεσιών έντασης γνώσης. Υιοθετεί οικολογικές καινοτομίες και τεχνολογίες. Η τεχνολογία και η καινοτομία βρίσκονται στο επίκεντρο των πολιτικών της E.E.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δημιουργήσει το *Ευρωπαϊκό ινστιτούτο καινοτομίας και τεχνολογίας* καθώς και το *Ευρωπαϊκό ινστιτούτο δεοντολογίας της επιστήμης* ώστε να εξελίσσεται το τεχνολογικό περιβάλλον σύμφωνα με τους κανόνες της επιτροπής. Επίσης η Ευρωπαϊκή στρατηγική προσανατολίζεται στις βιοεπιστήμες και τη βιοτεχνολογία.

P.E.S.T. ανάλυση Ελλάδας

Το **πολιτικό περιβάλλον** της Ελλάδας. Με τα σημερινά δεδομένα στη χώρα μας επικρατεί πολιτική σταθερότητα, ωστόσο υπάρχει έντονη γραφειοκρατία και μη επαρκής κρατική παρουσία.

Στη χώρα μας υπάρχει υπερπληθώρα νόμων. Ωστόσο η νομοθεσία είναι ισχυρή για την προστασία του περιβάλλοντος. Ασκείται πολιτική του ανταγωνισμού χωρίς ιδιαίτερη ύπαρξη κρατικού παρεμβατισμού. Επίσης υπάρχει ευέλικτη εργασιακή νομοθεσία.

Στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας το Υ.Α.Α.Τ. με δελτίο τύπου στις 20 Ιανουαρίου 2012 παρενέβη με ένα πλαίσιο με συγκεκριμένους άξονες. Συγκεκριμένα:

Το Υ.Α.Α.Τ., εκτιμώντας το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον και ειδικότερα των νέων, σχετικά με την εκτροφή και την παραγωγή σαλιγκαριών, θεωρείται αναγκαία την υπεύθυνη και συστηματική καθοδήγησή τους, έτσι ώστε να ενισχυθεί αυτή η επενδυτική δραστηριότητα αλλά και να αποφευχθούν, όσο είναι το δυνατό τα πιθανά άστοχα επιχειρηματικά ρίσκα.

Για το σκοπό αυτό, εκπονήθηκε ήδη από τις αρμόδιες Γ.Δ.Ζ.Π. και Γ.Δ.Κ. κείμενο πλαισίου, το οποίο θα καλύπτει με κατευθύνσεις-οδηγίες όλα τα στάδια από την εγκατάσταση και την εκτροφή, έως την εμπορία και την τελική διάθεση του προϊόντος στην αγορά, όπου περιλαμβάνει:

- Την καταχώρηση των μονάδων εκτροφής σαλιγκαριών σε επίπεδο περιφέρειας και χορήγηση σχετικού αριθμού-κωδικού καταχώρησης.
- Τη θεσμοθέτηση κανόνων τυποποίησης και συσκευασίας του τελικού προϊόντος.
- Τη δυνατότητα αύξησης της προστιθέμενης αξίας του τελικού προϊόντος, μέσω πιστοποίησης για τα σαλιγκάρια και καθορισμού προδιαγραφών όσον αφορά στην εκτροφή αυτών.

- Τη δυνατότητα ένταξης των εκτροφών σαλιγκαριού στις επιλέξιμες με μίσθωση διαθέσιμες κοινόχρηστες εκτάσεις με σκοπό την άσκηση της γεωργίας και της κτηνοτροφίας.

Το **οικονομικό περιβάλλον** της Ελλάδας. Η χώρα μας διανύει μια διαρκή οικονομική κρίση. Συγκεκριμένα υπάρχει κρίση ελλείμματος, χρέους και έλλειμμα παραγωγικότητας. Γενικά οι κλάδοι χαρακτηρίζονται από χαμηλή παραγωγικότητα. Επιπλέον υπάρχει υψηλή φοροδιαφυγή.

Η Ελλάδα επίσης έχει χαμηλή ανταγωνιστικότητα των προϊόντων που παράγει λόγω του ότι δέχεται ανταγωνισμό από χώρες με χαμηλότερο εργατικό κόστος. Επιπλέον οι μεγάλοι βαθμοί ρύθμισης στις αγορές αγαθών και υπηρεσιών έχουν προκαλέσει χαμηλότερη παραγωγικότητα.

Η ανεργία σύμφωνα με τον I.O.B.E. εκτιμάται στο 23,6% για το 2012 ενώ ο πληθωρισμός θα κινηθεί για το ίδιο έτος στο 1,5%. Τέλος η ύφεση στη χώρα μας εκτιμάται στο 8% και επιπλέον δεν έχει ρυθμό ανάπτυξης (αρνητικός ρυθμός ανάπτυξης).

Λόγο της παρούσας αρνητικής κατάστασης η τράπεζες δεν εγκρίνουν εύκολα την παροχή δανείων σε επιχειρήσεις λόγω των επισφαλειών που υπάρχουν. Οπότε και στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας, οι όποιες επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών δημιουργούνται και λειτουργούν, στηρίζονται αποκλειστικά και μόνο σε ίδια κεφάλαια και όχι ξένα λόγω της μη ικανότητας τους να δανειστούν από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Μολονότι επικρατεί αυτή η αρνητική οικονομική συγκυρία στην Ελλάδα το Υ.Α.Α.Τ. έχει προσφέρει τα εξής προγράμματα και επιδοτήσεις στις επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών. Συγκεκριμένα:

Η ίδρυση μονάδων εκτροφής σαλιγκαριών έχει ενταχθεί ως επιλέξιμη δραστηριότητα στα εξής προγράμματα:

- *Μέτρο 112 «Νέοι Αγρότες»* στο πλαίσιο του «Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013» του Υ.Α.Α.Τ.
- *Μέτρο 121 «Σχέδια Βελτίωσης»* στο πλαίσιο του «Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013» του Υ.Α.Α.Τ.
- *Επενδυτικός Νόμος 3908/2011 (ΦΕΚ 8/Α/1-2-2011) Υ.Α.Α.Ν.*

Η ίδρυση – επέκταση μονάδων μεταποίησης σαλιγκαριών έχει ενταχθεί ως επιλέξιμη δραστηριότητα στο *Μέτρο 123 Α* για την μεταποίηση και εμπορία

γεωργικών προϊόντων του «Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013» του Υ.Α.Α.Τ. Η παρακολούθηση της εξέλιξης των προγραμμάτων γίνεται στο πλαίσιο του «Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013» (Πηγή:www.minagric.gr).

Το **κοινωνικό περιβάλλον** της Ελλάδας. Γενικά στη χώρα μας λόγω της υπάρχουσας οικονομικής συγκύριας αποθαρρύνονται οι όποιοι επίδοξοι επιχειρηματίες να κάνουν επενδύσεις. Στον πληθυσμό υπάρχει άνιση κατανομή του εισοδήματος που έχει ως συνέπεια την εκδήλωση κοινωνικών ανισοτήτων.

Δημογραφικά η αναλογία πληθυσμού άνδρες-γυναίκες κυμαίνεται στο 49-51%. Υπάρχει έντονο το πρόβλημα της υπογεννητικότητας όπως επίσης και της αστικοποίησης. Στο μορφωτικό επίπεδο των Ελλήνων το 24% του πληθυσμού έχει ολοκληρώσει πανεπιστημιακές σπουδές όπως επίσης το 38% του πληθυσμού είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Ως συνέπεια των παραπάνω είναι λογικό να μειώνεται η τάση δημιουργίας νέων επενδύσεων. Παρόλαυτά σύμφωνα με το Υ.Α.Α.Τ. και άλλες πηγές από το 2008 μέχρι και σήμερα στον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας έγινε ακριβώς το αντίθετο. Συγκεκριμένα υπήρξε έκδηλο ενδιαφέρον με αποτέλεσμα την αύξηση των επιχειρήσεων-εκτροφείων σαλιγκαριών σε όλη την Ελλάδα. Αυτό έγινε διότι η εκτροφή σαλιγκαριών παρουσιάστηκε λανθασμένα ως κάτι το εύκολο και απλό. Αυτό συνετέλεσε ώστε η σαλιγκαροτροφία να θεωρηθεί, λανθασμένα και πάλι, ως μια εύκολη οικονομική λύση αποκατάστασης εν μέσω κρίσης. Το αποτέλεσμα της τάσης αυτής ήταν πολλές επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών να σταματήσουν την λειτουργία τους έχοντας μερικά από αυτά μόλις ένα έτος ζωής.

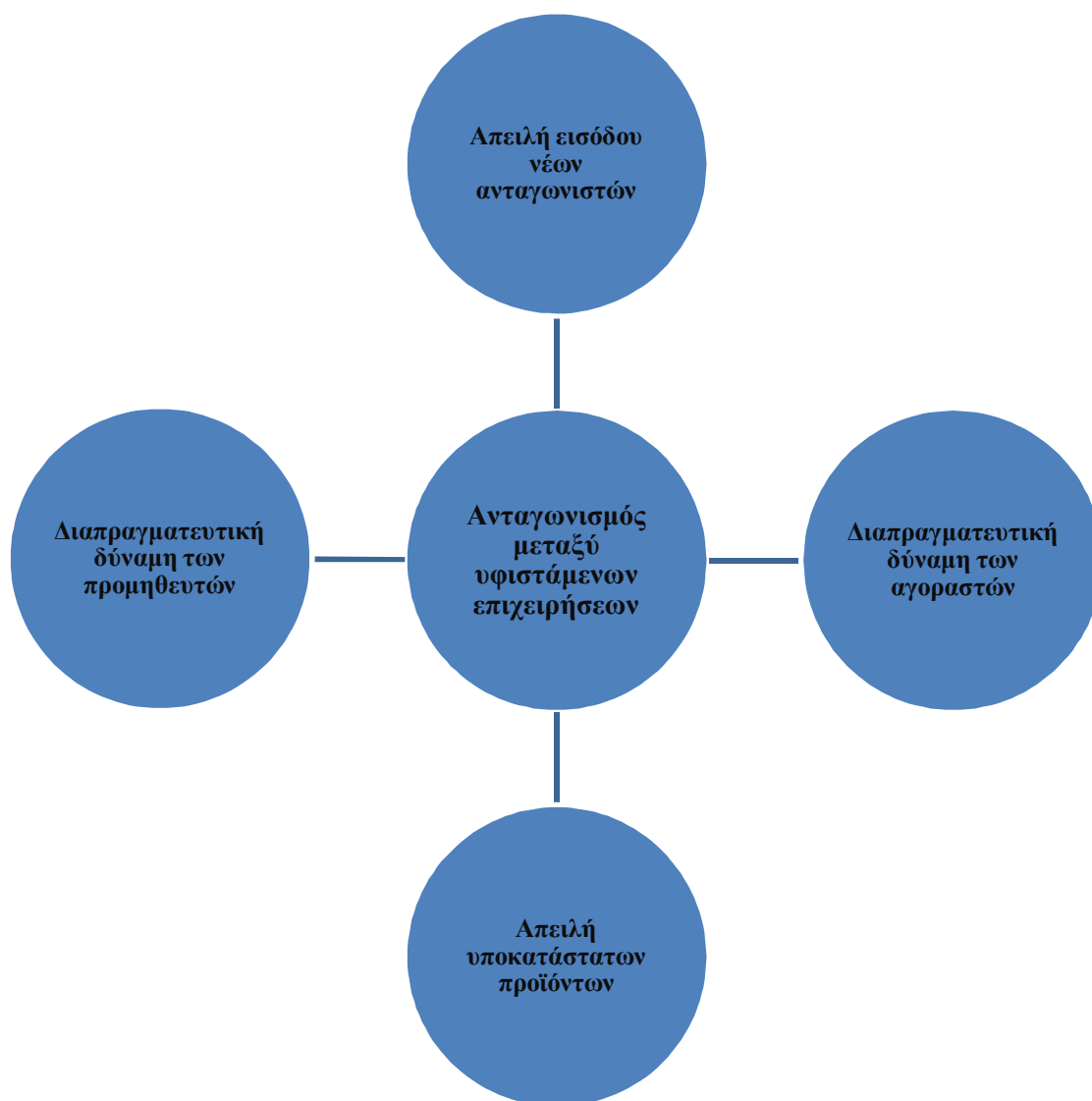
Εν κατακλείδι θα μπορεί να ειπωθεί ότι η εκτροφή σαλιγκαριών μπορεί να αποτελέσει μια εν δυνάμει κερδοφόρα επιχειρηματική δραστηριότητα, αρκεί όπως ήδη αναφερθεί, να βασιστεί σε εμπειριστατωμένη έρευνα τόσο όσον αφορά σε θέματα εκτροφής και καταλληλότητας της επιλεγμένης περιοχής δράσης, όσο και σε θέματα διασφάλισης της διάθεσης του παραγομένου προϊόντος στην εθνική ή διεθνή αγορά. Ως εκ τούτου θεωρείται **ότι οποιαδήποτε επιχειρηματική κίνηση θα πρέπει να γίνεται με σχεδιασμό και προσεκτικά βήματα** (Υ.Α.Α.Τ., 2012).

Το **τεχνολογικό περιβάλλον** της Ελλάδας. Στη χώρα μας πας υπάρχουν παραδοσιακοί τομείς με ώριμη τεχνολογία καθώς επίσης υπάρχουν επιχειρήσεις έντασης γνώσης. Παράλληλα υπάρχουν τεχνολογικοί φορείς όπως η *Εταιρεία Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Βιομηχανίας Τροφίμων*.

Στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας και συγκεκριμένα στα συστήματα εκτατικής εκτροφής έχουν υιοθετηθεί οι τεχνολογικές υποδομές που υπάρχουν στην γειτονική χώρα της Ιταλίας, όπου βρίσκονται οι μητρικές εταιρίες, η οποία είναι πρωτοπόρα στον συγκεκριμένο κλάδο με πολλά χρόνια παρουσίας.

3.2 Ανάλυση Porter

Παράλληλα με την ανάλυση του μάκρο-περιβάλλοντος, μια ολοκληρωμένη ανάλυση του ανταγωνιστικού μικρο-περιβάλλοντος της επιχείρησης είναι απαραίτητη για τον προσδιορισμό και τη διαμόρφωση άρτιας στρατηγικής. Αυτή η ανάλυση μπορεί να βοηθηθεί από αρκετές υφιστάμενες τεχνικές, μια από τις οποίες είναι το υπόδειγμα των πέντε δυνάμεων που αναπτύχθηκε από τον καθηγητή του Harvard Business School, Michael Porter. Συχνά το υπόδειγμα αυτό ονομάζεται δομική ανάλυση ενός κλάδου (structural analysis of an industry) ή πιο απλά, ανάλυση των πέντε δυνάμεων του Porter (Παπαδάκης, 2002). Το ανταγωνιστικό περιβάλλον κάθε επιχείρησης προσδιορίζεται από τις εξής δυνάμεις σύμφωνα με το **Σχήμα 3.1**:



Σχήμα 3.1 Porter analysis

Ακολουθεί μια περισσότερο αναλυτική παρουσίαση των προσδιοριστικών δυνάμεων (δυνάμεις Porter) του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Συγκεκριμένα:

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν την **απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστών** σε ένα κλάδο είναι οι οικονομίες κλίμακας, οι απαιτήσεις σε κεφάλαια, τα κοστολογικά πλεονεκτήματα ανεξάρτητα από το μέγεθος, η διαφοροποίηση του προϊόντος, η πρόσβαση στα κανάλια διανομής, οι νομικοί περιορισμοί και ο φόβος αντίδρασης από τις υπάρχουσες επιχειρήσεις (Παπαδάκης, 2002).

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν τη **διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών** είναι ο αριθμός των προμηθευτών, το μέγεθος και η σημασία του αγοραστή, ο βαθμός διαφοροποίησης των προϊόντων του προμηθευτή, η δυνατότητα υποκατάστασης των προϊόντων των προμηθευτών και η δυνατότητα κάθετης ολοκλήρωσης των προμηθευτών προς τα εμπρός (Παπαδάκης, 2002).

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν τη **διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών** είναι το μέγεθος του αγοραστή, ο αριθμός των προμηθευτών, πληροφορίες για το κόστος της εταιρίας, ευαισθησία των αγοραστών στην τιμή, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος και η κάθετη ολοκλήρωση των αγοραστών προς τα εμπρός (Παπαδάκης, 2002).

Οι παράγοντες που προσδιορίζουν την **απειλή από υποκατάστατα προϊόντα** είναι η ύπαρξη κοντινών υποκατάστατων, η επίδραση της τιμής και η τάση των καταναλωτών προς τα υποκατάστατα (Παπαδάκης, 2002).

Τέλος, οι παράγοντες που προσδιορίζουν την **ένταση ανταγωνισμού ανάμεσα στις υπάρχουσες επιχειρήσεις ενός κλάδου** είναι ο ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς, τα χαρακτηριστικά των ανταγωνιστών, τα υψηλά σταθερά κόστη και οι οικονομίες κλίμακας, οι προσπάθειες για την αύξηση μεριδίου αγοράς, η έλλειψη διαφοροποίησης στα προϊόντα και η ύπαρξη υψηλών εμποδίων εξόδου (Παπαδάκης, 2002).

Ακολουθεί μια παρουσίαση των προσδιοριστικών δυνάμεων (δυνάμεις Porter) του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαροτροφίας. Συγκεκριμένα:

Απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστών

Στον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας δεν υπάρχουν σημαντικοί παράγοντες ώστε να εμποδίζουν την είσοδο νέων επιχειρήσεων-εκτροφείων. Συγκεκριμένα δεν υπάρχουν στον κλάδο οικονομίες κλίμακας, ούτε ιδιαίτεροι νομικοί περιορισμοί καθώς επίσης η πρόσβαση στα κανάλια διανομής είναι εύκολη λόγω της μη κάλυψης της ζήτησης κυρίως στο εξωτερικό.

Ωστόσο στην Ελλάδα έτσι όπως είναι διαμορφωμένη η κατάσταση ο κυριότερος παράγοντας για να εισέλθει μια επιχείρηση στον κλάδο είναι η εξεύρεση κεφαλαίων. Όπως έχει αναφερθεί παραπάνω η συμμετοχή των κεφαλαίων στη δημιουργία της επιχείρησης είναι αποκλειστικά προερχόμενη από ίδια κεφάλαια, τα οποία εν μέσω οικονομικής κρίσης είναι δύσκολο και να εξευρεθούν όπως επίσης και να διατεθούν.

Έτσι, είναι δυνατό η είσοδος σε ένα νέο κλάδο να φαίνεται ελκυστική, αλλά οι απαιτήσεις σε κεφάλαια προκειμένου να είναι σε θέση η επιχείρηση να ανταγωνιστεί επιτυχώς τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις να είναι απαγορευτικές (Παπαδάκης, Β., 2002).

Οπότε λαμβάνοντας υπόψη το μόνο παράγοντα για να εισέλθει μια επιχείρηση στον κλάδο τις απαιτήσεις σε κεφάλαια μπορούμε να θεωρήσουμε ότι δεν είναι ιδιαίτερα εύκολο να εισέλθει μια νέα επιχείρηση με βάση και την οικονομική συγκυρία που επικρατεί.

Άρα η απειλή εισόδου νέων ανταγωνιστών μπορεί να χαρακτηριστεί ως μικρή.

Διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της επιχείρησης

Στην Ελλάδα όπως έχει προαναφερθεί σύμφωνα με το Υ.Α.Α.Τ. λόγω της επαναδραστηριοποίησης του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας τα τελευταία πέντε χρόνια προέκυψε ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που είχαν τον ρόλο του προμηθευτή (πρώτες ύλες, εξοπλισμό εκτροφείου, κ.α.) και παρόχου υπηρεσιών (τεχνογνωσίας, επίβλεψης, κ.α.) στις επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών.

Ο αυξημένος αυτός αριθμός προμηθευτών τους έχει οδηγήσει ώστε να προσφέρουν τα προϊόντα-υπηρεσίες τους σε όσο το δυνατό πιο προσιτές τιμές στους επιχειρηματίες-εκτροφείς σαλιγκαριών, όπως επίσης και ελκυστικά συμβόλαια ώστε να απορροφήσουν την όποια παραγωγή τους.

Οπότε λόγω του αυξημένου αριθμού προμηθευτών, της δυνατότητας υποκατάστασης των προϊόντων των προμηθευτών και της μη διαφοροποίησης ή

μοναδικότητας των προϊόντων-υπηρεσιών των προμηθευτών η διαπραγματευτική τους δύναμη μπορεί να χαρακτηριστεί ως μικρή.

Διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών της επιχείρησης

Οι κύριοι αγοραστές στο εσωτερικό είναι εστιατόρια, ξενοδοχειακές μονάδες και αγροτουριστικά καταλύματα. Επίσης αγοραστές κατά καιρούς είναι μεγάλα πολυκαταστήματα (super market) όπως επίσης και επιχειρήσεις επεξεργασίας και μεταποίησης σαλιγκαριών. Στην εξωτερική αγορά τα σαλιγκάρια αγοράζονται επίσης και από βιομηχανίες φαρμάκων και καλλυντικών.

Από τα παραπάνω που έχουν αναφερθεί στην γενική ανασκόπηση της αγοράς, η μη κάλυψη της συνολικής ζήτησης του εξωτερικού μειώνει την διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών.

Ένα επίσης στοιχείο που μειώνει τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών είναι τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προϊόντος (διατροφική αξία).

Επίσης το *Cornu aspersum* που προέρχεται από εκτροφεία είναι πιο περιζήτητο από τα υπόλοιπα σαλιγκάρια φυσικής διαλογής. Συγκρινόμενα με τα Ευρωπαϊκά είδη, το κρέας το Αφρικάνικών ειδών θεωρείται πιο ελαστικό και τα κελύφη τους είναι λιγότερο κατάλληλα για τη παρουσίαση του τελικού προϊόντος. Οι Ευρωπαίοι καταναλωτές γενικά προτιμούν σαλιγκάρια που σερβίρονται με το κέλυφος τους (Cobbinah, 2008).

Αν το προϊόν της επιχείρησης είναι διαφοροποιημένο και σημαντικό για τους πελάτες της, τότε αυτοί δεν έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη, γιατί είναι άμεσα εξαρτημένοι από την επιχείρηση (Παπαδάκης, 2002).

Στη χώρα μας πάντων η κατάσταση στο λιανικό εμπόριο θα ήταν η ίδια αλλά η ζήτηση των σαλιγκαριών δεν είναι τόσο μεγάλη σε σχέση με τις αγορές του εξωτερικού. Η ζήτηση στην Ελληνική αγορά προέρχεται κυρίως στο χονδρικό εμπόριο όπου (κυρίως εργοστάσια μεταποίησης) έχουν την ευχέρεια να επιλέξουν ανάμεσα σε σαλιγκάρια που προέρχονται από την εγχώρια αγορά αλλά και από κατά πολύ φθηνότερα σαλιγκάρια που προέρχονται από το εξωτερικό.

Άρα σύμφωνα με τα παραπάνω η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών μπορεί να θεωρηθεί ως μικρή στο εξωτερικό στη χώρα μας η κατάσταση μπορεί να θεωρηθεί διαφορετική ως προς το εμπόριο χονδρικής με της προαναφερθείσες επιχειρήσεις (αγοραστές) να έχουν κάποια δύναμη διαπραγμάτευσης.

Απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα

Η απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα προσεγγίζεται θεωρώντας το κρέας του σαλιγκαριού ως προϊόν που ανταγωνίζεται τα υπόλοιπα υποκατάστατα προϊόντα που είναι αποτέλεσμα παραγωγικής διαδικασίας κρέατος (βοδινό, πουλερικά, ιχθύες, χοιρινό) του ευρύτερου κλάδου παραγωγής κρεάτων.

Με βάση αυτήν την διάκριση σύμφωνα με τον **Πίνακα 1.1** το κρέας του σαλιγκαριού διατροφικά ξεχωρίζει και υπερτερεί έναντι των άλλων κρεάτων. Πράγμα που μπορεί να μειώσει την τάση των καταναλωτών προς τα υποκατάστατα προϊόντα. Από τη μια η μη ύπαρξη μεγάλης προσφερόμενης ποσότητας μπορεί να αποτελέσει παράγοντα αυξημένης κατανάλωσης τους από την άλλη καθώς η αυξημένη του τιμή λόγω χαμηλής προσφοράς σε διάφορα χρονικά διαστήματα μπορούν να κάνουν τους καταναλωτές να στραφούν σε υποκατάστατα προϊόντα.

Επίσης σημαντικός παράγοντας είναι τουλάχιστον για την Ελλάδα η μη κατάταξη του κρέατος του σαλιγκαριού στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών (διότι δεν έχει υιοθετηθεί τόσο έντονα όσο στο εξωτερικό η κατανάλωση σαλιγκαριού). Οπότε η απειλή υποκατάστασης τουλάχιστον για τη χώρα μας είναι σημαντικά αισθητή.

Ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις στο κλάδο

Σύμφωνα με τα δεδομένα του Υ.Α.Α.Τ. ο κλάδος της σαλιγκαροτροφίας τα τελευταία χρόνια επαναδραστηριοποιήθηκε. Αποτέλεσμα είναι να υπάρχει έντονος ρυθμός της αγοράς από το 2008 μέχρι και σήμερα. Ωστόσο τουλάχιστον ανάμεσα στις επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών δεν υπάρχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά καθώς επίσης δεν υπάρχει διαφοροποίηση των προϊόντων που παράγουν.

Ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει τον ανταγωνισμό σε έναν κλάδο είναι το μερίδιο αγοράς που κατέχει η κάθε επιχείρηση. Λόγο λοιπόν της μικρής παραγωγής από τα Ελληνικά εκτροφεία καθώς επίσης και από τη μεγάλη ζήτηση στη παγκόσμια αγορά σαλιγκαριών ο παράγοντας αυτός θεωρείται αμελητέος. Γενικά εξαιτίας του παράγοντα αδυναμία κάλυψης της ζήτησης στην αγορά του εξωτερικού, η ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις υφιστάμενες επιχειρήσεις (εκτροφεία εκτατικού τύπου) στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας μπορεί να χαρακτηριστεί ως μικρή.

Όμως το σαλιγκάρι *Cornu aspersum* ως προϊόν ανταγωνίζεται τα υπόλοιπα προϊόντα-είδη σαλιγκαριών που προέρχονται είτε από εκτροφεία σαλιγκαριών είτε

από φυσική διαλογή. Με βάση αυτά τα δεδομένα το σαλιγκάρι *Cornu aspersum* τουλάχιστον στην Ευρωπαϊκή αγορά όπως έχει προαναφερθεί προτιμάται από τους καταναλωτές έναντι των υπολοίπων ειδών φυσικής διαλογής. Επίσης, μελέτες από το Υπουργείο Γεωργίας, Αλιείας και Τροφίμων του Ηνωμένου Βασιλείου έχουν δείξει ότι τα νεαρά σαλιγκάρια *A. achatina* είναι πιο σαρκώδη και προσφέρονται περισσότερο σε σχέση με τα πιο ευνοημένα ευρωπαϊκά είδη. Εκφράζεται έτσι η ελπίδα ότι η διαπίστωση αυτή θα αυξήσει τη ζήτηση για τα είδη της Αφρικής (Cobbinah/Vink/Onwuka, 2008).

Ωστόσο, υπάρχουν στην Ελλάδα εργοστάσια μεταποίησης σαλιγκαριών τα οποία προτιμούν να αγοράζουν σαλιγκάρια φυσικής διαλογής προερχόμενα από το εσωτερικό καθώς και από χώρες του εξωτερικού. Ο κυριότερος λόγος που γίνεται αυτή η επιλογή είναι η αισθητή διαφορά των σαλιγκαριών στην τιμή.

Γενικά ο κυριότερος παράγοντας έχει να κάνει με την επίδραση της τιμής καθώς και με τη προσφορά σαλιγκαριών σε διάφορα χρονικά διαστήματα. Οπότε η ένταση και η ανταγωνιστικότητα ανάμεσα στα προϊόντα μπορεί να χαρακτηριστεί ως αρκετά αισθητή στον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας στην Ελλάδα λόγω της διάθεσης ανταγωνιστικών ειδών σαλιγκαριών σε πιο ελκυστικές τιμές.

3.3 Δομή του κλάδου

Ο διαχωρισμός των επιχειρήσεων και η κατανομή τους σε διάφορους κλάδους, ανάλογα με το αντικείμενο δραστηριότητας τους, είναι δημιούργημα των ερευνητών που αποσκοπεί στην καλύτερη μελέτη και κατανόηση των επιχειρήσεων και του εξωτερικού περιβάλλοντος. Τα όρια του κάθε κλάδου καθορίζονται από τα κριτήρια ταξινόμησης που έχουν χρησιμοποιηθεί (Παπαδάκης, 2002).

Ο κλάδος της σαλιγκαροτροφίας σε παγκόσμιο επίπεδο δεν είναι καταγεγραμμένος από κάποια επίσημη αρχή. Δεν υπάρχουν ακριβή στοιχεία για τους όγκους παραγωγής καθώς και για τις εκτάσεις που καλύπτουν.

Στη χώρα μας σύμφωνα με το Υ.Α.Α.Τ. ο κλάδος της σαλιγκαροτροφίας υπάρχει εδώ και 30 χρόνια. Όμως παρουσίαζε για πολλά χρόνια στασιμότητα. Ωστόσο παρόλο που η επαναδραστηριοποίηση του κλάδου τα τελευταία πέντε χρόνια ήταν έντονη οι επίσημοι κρατικοί φορείς δεν προχώρησαν στην πλήρη ανάλυση και καταγραφή του.

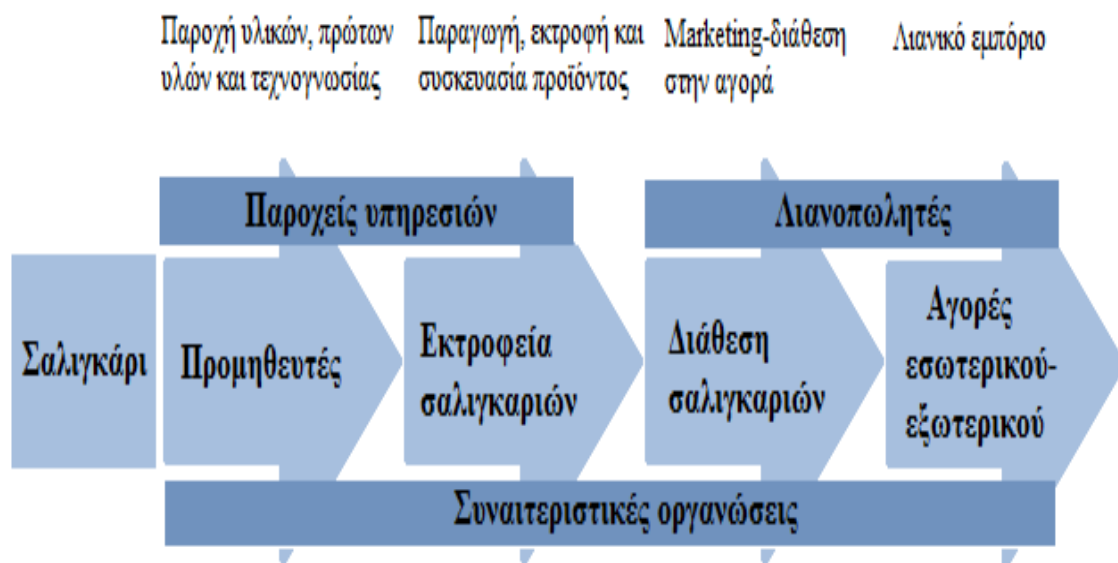
Ωστόσο με βάση τα στοιχεία από το Υ.Α.Α.Τ. και τις λοιπές πηγές που πήραν μέρος στην έρευνα αυτή όπως επίσης και από τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω ο κλάδος χαρακτηρίζεται από **πολύ μικρό αριθμό επιχειρήσεων-εκτροφείων** με αντίστοιχη εδαφική κάλυψη. Αυτό το συμπέρασμα προκύπτει επίσης από το ότι στην Ελλάδα που έχει έκταση **131.957km²** δραστηριοποιούνται **75 επιχειρήσεις-εκτροφεία** εκτατικού συστήματος παραγωγής με συνολική κάλυψη **481,75στρέμματα**. Αντίστοιχα στην Ιταλία που έχει έκταση **301.318km²**, που είναι δηλαδή **2,28 φορές** η χώρα μας, δραστηριοποιούνται **6.000 επιχειρήσεις-εκτροφεία** εκτατικού συστήματος παραγωγής με συνολική κάλυψη **8.000εκτάρια** ή **80.000στρέμματα**. Δηλαδή αυτό σημαίνει ότι **16.606 φορές** είναι μεγαλύτερη η έκταση που καλύπτουν τα εκτροφεία της Ιταλίας σε σχέση με αυτά της Ελλάδας, διαφορά αισθητά πολύ μεγάλη.

Επίσης λόγω της υιοθέτησης συγκεκριμένης μεθοδολογίας και διαδικασίας εκτροφής σαλιγκαριών από τις μονάδες παραγωγής, το Ιταλικό τύπου όπως ευρέως χαρακτηρίζονται τα συστήματα εκτατικής εκτροφής σαλιγκαριών, ο κλάδος μπορεί να χαρακτηριστεί από σχετική **ομοιογένεια** μεταξύ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται (κάποια από τα εκτροφεία εκτατικής παραγωγής στην Ελλάδα εκτός από το Ιταλικό σύστημα εκτροφής έχουν υιοθετήσει το Γαλλικό σύστημα

εκτροφής όπου παρουσιάζει κάποιες μικρές διαφορές ως προς τον τρόπο λειτουργίας του).

Η αναγνώριση των δυνάμεων και αδυναμιών ενός κλάδου, των ιδιομορφιών και ιδιαιτεροτήτων του, προσφέρει μια αναλυτική άποψη για το περιβάλλον της επιχείρησης. Είναι απαραίτητο στοιχείο η αποτύπωση και η γνώση, για μια νέα επιχείρηση εκτροφής σαλιγκαριών, του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας και το πλέγμα των ομάδων που βρίσκονται στη διαδικασία αυτή. Είναι προφανές ότι οι διαφορετικών συμφερόντων ομάδες του κλάδου αλληλεπιδρούν μεταξύ τους επηρεάζοντας η μια την άλλη.

Το **Σχήμα 3.2** που ακολουθεί δίνει μια γενική εικόνα της δομής του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας καθώς και του συμμετέχοντες σε αυτήν. Συγκεκριμένα:



Σχήμα 3.2 Δομή Κλάδου

Ακολουθεί μια λεπτομερής ανάλυση της δομής του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας του Σχήματος 3.2. Συγκεκριμένα:

Προμηθευτές

Το πρώτο στάδιο της δομής του κλάδου είναι οι προμηθευτές. Στη χώρα μας τα τελευταία πέντε χρόνια κατά την επαναδραστηριοποίηση του κλάδου δημιουργήθηκε νέος κύκλος επιχειρήσεων που ασχολείται με την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στις επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών. Κύριος σκοπός των προμηθευτών είναι να προμηθεύουν με υλικά, πρώτες ύλες και τεχνογνωσία τα εκτροφεία σαλιγκαριών.

Επίσης στη χώρα μας αρκετοί προμηθευτές έχουν διπλό ρόλο. Δηλαδή εκτός από προμηθευτές είναι και λιανοπωλητές. Αυτό το επιτυγχάνουν προσφέροντας στα εκτροφεία συμβόλαια που μαζί με τα αρχικά προϊόντα και υπηρεσίες που τους παρέχουν, δεσμεύονται να αγοράσουν και όλη τους την παραγωγή σε προσυμφωνημένη τιμή. Η δέσμευση αγοράς της παραγόμενης ποσότητας των εκτροφέων από τους προμηθευτές είναι και ένα τρόπος ώστε να τους πείσουν να γίνουν πελάτες τους. Όμως με αυτόν τον τρόπο μπορεί οι εκτροφείς να αποφεύγουν την όλη διαδικασία της αποστολής και πώλησης των προϊόντων τους, έχουν όμως ως συνέπεια να πωλούνε τα προϊόντα τους ακόμα και σε μισή τιμή (τιμές χονδρικής) σε σχέση με το λιανικό εμπόριο. Όπως επίσης υπάρχει ένα επιπλέον μειονέκτημα για τον επιχειρηματία-εκτροφέα, η εξάρτηση από τον προμηθευτή, με την υποχρέωση αγοράς υλικών & τεχνογνωσίας από αυτόν.

Εκτροφεία σαλιγκαριών

Το επίκεντρο του παραπάνω πλέγματος είναι τα εκτροφεία σαλιγκαριών. Στην ουσία για να υπάρχει διάρκεια και συνέχεια στον κλάδο αυτόν πρέπει τα εκτροφεία να είναι παραγωγικά και αποδοτικά. Στη χώρα μας ακόμα ο αριθμός των εκτροφείων όπως έχει προαναφερθεί είναι πολύ μικρός.

Ένα εκτροφείο αρχικά έρχεται σε επαφή με έναν ή περισσότερους προμηθευτές ώστε να προετοιμάσει και να εγκαταστήσει την μονάδα παραγωγής του. Μετά τον δεύτερο χρόνο φυσιολογικής παραγωγικής διαδικασίας είναι σε θέση να διαθέσει τα σαλιγκάρια του στην αγορά, είτε στην εγχώρια είτε στο εξωτερικό. Λόγο της αυξημένης ζήτησης στο εξωτερικό ακόμα και μια όχι μεγάλη παραγωγή σε τόνους σαλιγκαριών μπορεί να καταφέρει να βρει μια αγορά αρκετά δελεαστική στην τιμή ώστε να αυξήσει τα κέρδη της η επιχείρηση-εκτροφείο.

Ωστόσο αυτό που έχει παρατηρηθεί στην Ελλάδα είναι ότι οι μεγάλοι παραγωγοί πολλές φορές επιλέγουν να κάνουν κάποιο συμβόλαιο-συμφωνία με έναν

μεγάλο προμηθευτή-λιανοπωλητή ώστε να εξασφαλίσουν την πώληση του όλου όγκο της παραγωγής τους καθώς επίσης και να γλιτώσουν τα όποια έξοδα της όλης διαδικασίας αποστολής και πώλησης των προϊόντων τους. **Στοιχείο που μας δείχνει ότι η ζήτηση δεν είναι πάντα μεγάλη στη χώρα μας.** Από την πλευρά τους οι μικροί παραγωγή πολλές φορές επιλέγουν μεν να διαθέσουν ένα κομμάτι της παραγωγής τους σε ένα προμηθευτή-λιανοπωλητή κάνοντας κάποιο συμβόλαιο από την άλλη όμως προσπαθούν να διαθέσουν και να πωλήσουν τα προϊόντα τους στην λιανική εγχώρια αγορά ώστε να μεγαλώσουν το κέρδος τους. Τέλος οι νέοι παραγωγοί που δεν γνωρίζουν αρκετά τόσο για το σαλιγκάρι κατά την παραγωγική διαδικασία όσο και την αγορά διάθεσης και προώθησης των προϊόντων τους επιλέγουν συνήθως να κάνουν κάποιο συμβόλαιο-συμφωνία με κάποιον προμηθευτή-λιανοπωλητή.

Ωστόσο να σημειωθεί ότι υπάρχουν επιχειρήσεις που είναι προμηθευτές, εκτροφείς και λιανοπωλητές ταυτόχρονα.

Διάθεση σαλιγκαριών

Τα συνηθέστερα κανάλια διανομής στην Ευρωπαϊκή αλλά και παγκόσμια αγορά είναι οι ιχθυόσκαλες, οι λαχαναγορές και οι εταιρίες τροφοδοσίας. Στη χώρα μας υπάρχουν και τα τρία αυτά είδη καναλιών διανομής με μεγαλύτερη παρουσία στις κεντρικές λαχαναγορές.

Ο τρόπος μεταφοράς τους είναι απλός διότι τοποθετούνται σε τελάρα ή σε άλλες συσκευασίες και μεταφέρονται με τα διαδεδομένα εμπορικά μέσα μεταφοράς (πλοία, φορτηγά οχήματα κ.α.)

Αγορές εσωτερικού-εξωτερικού

Όπως έχει προαναφερθεί οι δύο κυριότερες περιοχές ενασχόλησης του πλανήτη με τον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας είναι η Δυτική-Κεντρική Αφρική και η Δυτική Ευρώπη. Στην Ευρώπη πρωτοπόρα χώρα είναι η Γαλλία.

Στο λιανικό εμπόριο κύριοι αγοραστές και πωλητές (λιανοπωλητές) με τη σειρά τους σαλιγκαριών σε Ελλάδα και εξωτερικό είναι εστιατόρια, ξενοδοχειακές μονάδες, αγροτουριστικά καταλύματα και κατά περιόδους μεγάλα πολυκαταστήματα (super market). Στην εξωτερική αγορά εκτός από τα παραπάνω τα σαλιγκάρια αγοράζονται επίσης και από βιομηχανίες φαρμάκων και καλλυντικών.

Το μεγαλύτερο μέρος των σαλιγκαριών (εισαγομένων και εγχώριας συλλογής) οδηγούνται στα εργοστάσια μεταποίησης, για επεξεργασία και στη συνέχεια για εξαγωγή. Η εγχώρια κατανάλωση αφορά νωπά σαλιγκάρια (Χατζηγιάννου, Μ., 2009). Στην Ελλάδα υπάρχουν εδώ και πολλά χρόνια μονάδες μεταποίησης και επεξεργασίας σαλιγκαριών. Αυτές οι μονάδες αγοράζουν τα σαλιγκάρια σε τιμές χονδρικής από τους εκτροφείς της χώρας μας ή τα εισάγουν και τα διαθέτουν κατά την μεγαλύτερη ποσότητα τους στις αγορές του εξωτερικού.

Λοιπές ομάδες

Μέσα στον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας στη χώρα μας δημιουργήθηκαν και κάποιες οργανωμένες ομάδες. Συγκεκριμένα δημιουργήθηκαν συνεταιρισμοί εκτροφέων σαλιγκαριών καθώς και διάφοροι μεμονωμένοι ή σε ομάδες παροχής υπηρεσιών.

Συνεταιριστικές οργανώσεις

Ο ρόλος των Συνεταιριστικών Οργανώσεων στην άσκηση της αγροτικής πολιτικής είναι διπλός, διότι πρώτον παρέχουν προτάσεις υπό μορφή γνωμοδοτήσεων στα ανώτατα όργανα της αγροτικής πολιτικής και δεύτερον αναλαμβάνουν διάφορες δραστηριότητες στην άσκηση της αγροτικής πολιτικής. Ανάμεσα στις δραστηριότητες αυτές σημαντική θέση κατέχουν οι πιστωτικές εργασίες, οι προμηθευτικές εργασίες, η επεξεργασία γεωργικών προϊόντων και η συγκέντρωση και διαχείριση αγροτικών προϊόντων (Σέμος, 2004).

Ο συνεταιρισμός στηρίζεται στις αξίες της αυτοβοήθειας, της αυτεθύνης, της δημοκρατίας, της ισότητας, της ισοτιμίας και της αλληλεγγύης. Ακολουθώντας την παράδοση των πρωτεργατών, τα μέλη των συνεταιρισμών στηρίζονται στις ηθικές αξίες της εντιμότητας, της διαφάνειας, της κοινωνικής υπευθυνότητας και της φροντίδας για τους άλλους (Παπαγεωργίου, 2004).

Παράλληλα με την επαναδραστηριοποίηση του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας τα τελευταία χρόνια διάφοροι παραγωγοί ανά την Ελλάδα, όπως στην Κρήτη τη Θεσσαλία αλλά και σε άλλες περιοχές της χώρας μας, οργανώθηκαν και δημιούργησαν συνεταιριστικές οργανώσεις. Οι συνεταιριστικές οργανώσεις ανάλογα με τον αριθμό των εκτροφείων αλλά κυρίως με τον συνολικό όγκο παραγωγής που προσφέρουν αποκτούν και την αντίστοιχη δύναμη. Τόσο σε διαπραγματευτικό επίπεδο κατά την διάθεση και πώληση των προϊόντων τους διότι προσφέρουν

μεγαλύτερες ποσότητες όλοι οι εκτροφείς μαζί, όσο και σε επίπεδο μείωσης του κόστους σε υλικά, πρώτες ύλες και υπηρεσίες.

Γενικά η οργάνωση των εκτροφών σε συνεταιριστικές οργανώσεις μπορεί να τους ενισχύσει και να τους βοηθήσει ώστε να έχουν μια πιο επιτυχημένη παρουσία και δραστηριότητα στον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας. Στη χώρα μας οι συνεταιριστικές οργανώσεις στο κλάδο της σαλιγκαροτροφίας είναι σε πρώιμο στάδιο.

Παροχές υπηρεσιών

Μαζί με τις υπόλοιπες ομάδες που προέκυψαν από την επαναδραστηριοποίηση του κλάδου δημιουργήθηκαν και κάποιες ομάδες που παρέχουν υπηρεσίες στους εκτροφείς σαλιγκαριών.

Συγκεκριμένα είναι διάφορες ομάδες που απαρτίζονται από Γεωπόνους, Ζωολόγους, Βιολόγους ή και άλλους επιστήμονες που έχουν εμπειριστατωμένη γνώση πάνω στην εκτροφή σαλιγκαριών. Αυτές οι ομάδες παρέχουν συμβουλές, επίβλεψη και τεχνογνωσία στους εκτροφείς σαλιγκαριών ώστε να προλαμβάνουν και να αντιμετωπίζουν πιθανά προβλήματα που μπορούν να καταστρέψουν ακόμα και όλη τους την παραγωγή.

Όμως ώστε να ενισχυθούν ακόμα περισσότερο οι επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών θα έπρεπε τον ρόλο αυτόν να τον παρέχουν οι επίσημοι κρατικοί φορείς χωρίς να απαιτούν από τους εκτροφείς κάποια αμοιβή-αποζημίωση για την παροχή υπηρεσιών. Αυτή η άποψη είναι εφικτή διότι υπάρχουν Πανεπιστημιακά Ιδρύματα στη χώρα μας που μπορούν σε μεγάλο βαθμό να υποστηρίξουν τους παραγωγούς-εκτροφείς. Ήδη από τον Μάρτιο του 2012 το Υ.Α.Α.Τ. προχώρησε στην έκδοση οδηγιών προς τους εκτροφείς-παραγωγούς σαλιγκαριών.

3.4 Ανάλυση S.W.O.T.

Η ανάλυση S.W.O.T. είναι μια σχετικά απλή και πολύ διαδεδομένη στη χρήση της μέθοδος που παραθέτει τις δυνάμεις (strengths) και τις αδυναμίες (weaknesses) της επιχείρησης απέναντι στις ευκαιρίες (opportunities) και απειλές (threats) που καθορίζουν το εξωτερικό της περιβάλλον. Η μέθοδος ανάλυσης S.W.O.T. έχει το βασικό πλεονέκτημα ότι από τις καταστάσεις, που προκύπτουν, απορρέουν περισσότερο ή λιγότερο κατάλληλες στρατηγικές επιλογές για την επιχείρηση (Σιώμκος, 2004).

Στην ανάλυση S.W.O.T. συσχετίζονται, αφού κατανοηθούν και αναλυθούν, οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της επιχείρησης με τις ευκαιρίες και τις απειλές για αυτήν που προκύπτουν από το εξωτερικό της περιβάλλον. Οι δυνάμεις και οι αδυναμίες αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον (Σιώμκος, 2004).

Η επιτυχημένη εφαρμογή της ανάλυσης πολλές φορές στηρίζεται στην απλότητα της. Δηλαδή, η εφαρμογή της δεν προϋποθέτει ιδιαίτερες γνώσεις ούτε και τεχνικές ικανότητες. Αρκούν οι ουσιώδεις γνώσεις της βιομηχανίας και της επιχείρησης για τις όποιες πραγματοποιείται ο σχεδιασμός. Η ανάλυση S.W.O.T. επίσης επιτρέπει τη σύνθεση και την ολοκλήρωση-ενσωμάτωση διαφορετικών τύπων πληροφοριών τόσο ποσοτικών όσο και ποιοτικών. Προσφέρει και την ευκαιρία οργάνωσης των απαιτούμενων πληροφοριών, οι οποίες συνήθως είναι ευρέως γνωστές, αλλά παρέχει και τη δυνατότητα οργάνωσης πολύ πρόσφατων πληροφοριών. Αυτό χαρακτηρίζεται ως μια ευέλικτη μέθοδος (Σιώμκος, 2004).

Κατά την εφαρμογή της ανάλυσης S.W.O.T. κατασκευάζεται μια μήτρα με τέσσερα τετράγωνα και τον τίτλο του κάθε στοιχείου S.W.O.T. στην κορυφή του κάθε τετραγώνου, όπως στο υπόδειγμα στο **Σχήμα 3.3** (Σιώμκος, 2004):

STRENGTHS	WEAKNESSES
OPPORTUNITIES	THREATS

Σχήμα 3.3 S.W.O.T. ανάλυση

Ακολουθεί μια ανάλυση S.W.O.T. που αφορά μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών. Δηλαδή στο εσωτερικό περιβάλλον τις επιχείρησης οι δυνάμεις και οι αδυναμίες καθώς επίσης και στο εξωτερικό περιβάλλον της οι ευκαιρίες και οι απειλές που εντοπίστηκαν. Συγκεκριμένα:

Δυνάμεις

Η σημαντικότερη δύναμη που έχει μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών είναι το ίδιο το προϊόν, το σαλιγκάρι *Cornu aspersum*. Όπως έχει αναφερθεί το σαλιγκάρι είναι μια πλούσια τροφή σε θρεπτικά στοιχεία και συστατικά τα οποία το κάνουν να έχει ιδιαίτερη **διατροφική αξία** σε σχέση με άλλα υποκατάστατα και ανταγωνιστικά προϊόντα.

Ένας ακόμα λόγος που ισχυροποιείται το επιχείρημα ότι το προϊόν, σαλιγκάρι, είναι δύναμη της επιχείρησης-εκτροφείου είναι η **σπανιότητα** του στην ευρύτερη διεθνή αγορά. Δηλαδή ότι η επιχείρηση-εκτροφείο παράγει και έχει στη κατοχή της ένα σπάνιο προϊόν.

Το *Helix aspersa* (*Cornu aspersum*) αποτελεί ένα από τα πιο επιτυχημένα εξελικτικά είδη μεταξύ των πνευμονοφόρων γαστερόποδων, γεγονός που αποδίδεται στην εξαιρετική του **προσαρμοστικότητα**, η οποία είναι απόρροια των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του αναπαραγωγικού του συστήματος (π.χ. πολλαπλά ζευγαρώματα) και του βιολογικού του κύκλου (Σταικου, 2008). Το γεγονός αυτό κάνει το συγκεκριμένο είδος σαλιγκαριού να διαφέρει σε σχέση με τα άλλα είδη σαλιγκαριών ως προς την ευκολία εκτροφής του.

Το ζωικό κεφάλαιο αντικαθίσταται εύκολα σε περίπτωση καταστροφής (Νικολαΐδης, 2011).

Επιπλέον μια ακόμα σημαντική δύναμη, είναι ότι, όπως θα αναφερθεί και παρακάτω, η επιχείρηση μετά τον δεύτερο χρόνο παραγωγής σε φυσιολογικές συνθήκες έχει **υψηλές αποδόσεις κεφαλαίου** σε σχέση με το κόστος παραγωγής.

Αδυναμίες

Αρχικά μια σημαντική αδυναμία που παρουσιάζει μια επιχείρηση-εκτροφής σαλιγκαριών είναι το αρχικό **υψηλό κόστος εγκατάστασης** της μονάδος παραγωγής, σύμφωνα πάντα με την οικονομική συγκυρία που επικρατεί στην Ελλάδα. Η απαιτήσεις κεφαλαίου όπως έχει προαναφερθεί καλύπτονται αποκλειστικά και μόνο από ίδια κεφάλαια.

Μια ακόμα αδυναμία που παρουσιάζει μια επιχείρηση-εκτροφής σαλιγκαριών είναι η **υψηλή θνησιμότητα** του ίδιου του προϊόντος, του σαλιγκαριού, κατά την παραγωγική διαδικασία. Τόσο κατά την πρώτη τοποθέτηση των σαλιγκαριών (γεννήτορες) στο αγροτεμάχιο κατά τον εγκλιματισμό τους όσο και τα υπόλοιπα χρόνια παραγωγής εξαιτίας ακραίων καιρικών φαινομένων ή μη σωστών χειρισμών από τον εκτροφέα κατά την παραγωγική διαδικασία.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί, σύμφωνα με το Υ.Α.Α.Τ., ένα σύνθηδες φαινόμενο που ήταν καταλυτικός παράγοντας στην αποτυχία πολλών μονάδων παραγωγής σαλιγκαριών τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας. Η παραγωγική διαδικασία εκτροφής σαλιγκαριών απαιτεί **εξειδικευμένη γνώση και τεχνογνωσία**. Η όποια άγνοια πάνω στην παραγωγική διαδικασία και μη κάλυψη των αναγκών του εκτροφείου μπορούν εύκολα να οδηγήσουν στην αποτυχία της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών.

Ευκαιρίες

Η σημαντικότερη ευκαιρία που παρουσιάζεται στο εξωτερικό περιβάλλον μιας επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών είναι η **μη κάλυψης της ζήτησης στις αγορές του εξωτερικού** σε σχέση με την προσφορά στην ευρύτερη παγκόσμια αγορά σαλιγκαριών. Το ίδιο όπως αναφέρθηκε και παραπάνω συμβαίνει και στη χώρα μας όπου οι εισαγωγές ξεπερνάνε τις εξαγωγές σαλιγκαριών.

Επιπλέον όπως έχει προαναφερθεί τα **φυσικά αποθέματα των σαλιγκαριών έχουν μειωθεί** λόγω της φυσικής ανεξέλεγκτης διαλογής τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα για μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών να καταφέρει να προσφέρει την παραγωγή της σε μια ακόμα μεγαλύτερη αγορά.

Μια ακόμα ευκαιρία μιας επιχείρησης-εκτροφείου είναι ότι στην κουλτούρα των Ευρωπαίων, όπως έχει προαναφερθεί, έχει υιοθετηθεί η **προτίμηση σαλιγκαριών όπως το *Cornu aspersum*** (προτιμώνται σαλιγκάρια με το κέλυφος) σε αντίθεση με τα σαλιγκάρια που προέρχονται από χώρες τις Αφρικής. Άρα για μια επιχείρηση που βρίσκεται στη χώρα μας και στοχεύει κυρίως στην Ευρωπαϊκή αγορά η προτίμηση αυτή αποτελεί μια ευκαιρία.

Η περιορισμένη προσφορά του το κάνει να θεωρείται **έδεσμα πολυτελείας** (Avagnina, 2011). Δηλαδή στην αντίληψη των καταναλωτών το σαλιγκάρι κατέχει περίοπτη θέση.

Επίσης το σαλιγκάρι που προέρχεται από εκτροφεία μπορεί να διατεθεί ζωντανό στην αγορά το Φθινόπωρο, όπου αυτή την περίοδο στην Ελλάδα εξαιτίας

διατάγματος του Υ.Α.Α.Τ. απαγορεύεται η συλλογή σαλιγκαριών από τους φυσικούς πληθυσμούς. Οπότε προκύπτει μια εποχιακή ευκαιρία εξαιτίας της **ευνοϊκής** αυτής **νομοθεσίας** που έχει ως συνέπεια την μείωση της προσφερόμενης ποσότητας σαλιγκαριών στο σύνολο της αγοράς.

Τέλος ο **πολύ μικρός αριθμός των υπαρχουσών επιχειρήσεων-εκτροφείων** σαλιγκαριών που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας αποτελεί μια επίσης ευκαιρία.

Απειλές

Σοβαρότερη απειλή για μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα είναι ο ανταγωνισμός **λόγο χαμηλού κόστους από χώρες τις Αφρικής**.

Πλέον οι περισσότερες χώρες παρέχουν το ευρωπαϊκό είδος σαλιγκαριών *Helix aspersa (Cornu aspersum)*, *Helix pomatia* και *Helix lucorum*, ενώ οι ασιατικές χώρες παρέχουν *Achatina Fulica*. Τα σαλιγκάρια διατίθενται νωπά, κατεψυγμένα ή σε κονσέρβα. Τα Αφρικανικά είδη φέρουν περίπου το 1/3 της τιμής των ευρωπαϊκών ειδών (Cobbinah, 2008). Αυτό δηλαδή σημαίνει ότι τα σαλιγκάρια που προέρχονται από την Αφρική μπορούν να αποτελέσουν μια σοβαρή απειλή για μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα και παράγει το είδος σαλιγκαριού *Cornu aspersum*.

Τα σαλιγκάρια που προέρχονται από την Τυνησία και το Μαρόκο πωλούνται περί 1€ το κιλό και απειλούν τα Ελληνικά σαλιγκάρια (Νικολαΐδης, 2011). Αυτό δηλαδή σημαίνει ότι τα σαλιγκάρια που προέρχονται από τις χώρες αυτές (όπως επίσης και από γειτονικές χώρες τις Ελλάδας με αντίστοιχες τιμές) μπορούν να αποτελέσουν μια σοβαρή απειλή και να ανταγωνιστούν έντονα μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα και παράγει σαλιγκάρια τα οποία διαθέτει στην αγορά σε 4πλάσια τιμή.

Τα σαλιγκάρια που συλλέγονται στην Ελληνική ύπαιθρο πωλούνται σε χαμηλές τιμές (Avagnina, 2011). Αυτό κυρίως γίνεται από του χονδρεμπόρους και τα εργοστάσια μεταποίησης που πιέζουν τις τιμές. Οπότε αποτελεί έναν επιπλέον ανταγωνισμό στο περιβάλλον μια επιχείρησης-εκτροφείου λόγω του **χαμηλού κόστους των σαλιγκαριών που προέρχονται από φυσική διαλογή**.

Επιπλέον απειλή αποτελεί για μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών η **μη στήριξη από το κράτος** και η έλλειψη ενός κεντρικού σχεδιασμού, παρά τις προσπάθειες που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια. Αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί

είτε με επιδοτήσεις για τις μονάδες παραγωγής, είτε με έντονη παρουσία και καθοδήγηση των εκτροφείων που βρίσκονται στη χώρα μας.

Τέλος να αναφερθεί μια ακόμα απειλή που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών που προσφέρουν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τις πηγές τις έρευνας παρουσιάζονται προβλήματα και **καθυστερήσεις στα κανάλια διανομής** (π.χ. εμπορικά πλοία) **κατά την εξαγωγή** των προϊόντων.

Ακολουθεί στο **Σχήμα 3.4** μια μήτρα ανάλυσης S.W.O.T. όπου αναγράφονται συγκεντρωτικά τα στοιχεία που εντοπίστηκαν για μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα:

<p>ΔΥΝΑΜΕΙΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Διατροφική αξία προϊόντος • Σπανιότητα προϊόντος • Εξαιρετική προσαρμοστικότητα του σαλιγκαριού στο περιβάλλον • Εύκολη αντικατάσταση ζωικού κεφαλαίου • Υψηλές αποδόσεις κεφαλαίου 	<p>ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Υψηλό κόστος της αρχικής εγκατάστασης του εκτροφείου • Υψηλή θνησιμότητα προϊόντος • Απαιτήση εξειδικευμένης γνώσης και τεχνογνωσίας
<p>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Μη κάλυψη ζήτησης στο εξωτερικό • Μείωση σαλιγκαριών φυσικής διαλογής • Προτίμηση <i>Cornu aspersum</i> στην Ευρωπαϊκή αγορά • Έδρασμα πολυτελείας • Ευνοϊκή Νομοθεσία • Μικρός αριθμός επιχειρήσεων-εκτροφείων στην Ελλάδα 	<p>ΑΠΕΙΛΕΣ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανταγωνισμός από σαλιγκάρια προερχόμενα από άλλες χώρες. • Ανταγωνισμός από σαλιγκάρια φυσικής διαλογής • Μη στήριξη από το κράτος • Καθυστερήσεις στα κανάλια διανομής κατά τις εξαγωγές

Σχήμα 3.4 S.W.O.T. ανάλυση εκτροφείου σαλιγκαριών

4. Απαιτήσεις υγιεινής σαλιγκαριών

Τα σαλιγκάρια εξάγονται ζωντανά, ημιεπεξεργασμένα, επεξεργασμένα ή κονσερβοποιημένα. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Νομοθεσία πρέπει να προέρχονται από μονάδες (εγκαταστάσεις) οι οποίες είναι υποχρεωμένες να τηρούν τους Κανονισμούς έτσι ώστε να αποφεύγεται το ενδεχόμενο κινδύνου για την κατανάλωση των προϊόντων αυτών από τον άνθρωπο (**απόφαση 96/340/ΕΚ**).

Ο ποιοτικός έλεγχος των σαλιγκαριών περιλαμβάνει το μακροσκοπικό και εργαστηριακό έλεγχο. Ο μακροσκοπικός είναι ο έλεγχος που πραγματοποιείται στα ζωντανά σαλιγκάρια με σκοπό τη διαπίστωση του είδους και της κατάστασης στην οποία βρίσκονται π.χ. ζωντανά ή νεκρά, άρρωστα, ετοιμοθάνατα ή σε κατάσταση σήψης. Ο εργαστηριακός έλεγχος περιλαμβάνει τον μικροβιολογικό έλεγχο και πραγματοποιείται αμέσως μετά τη θανάτωση των ζωντανών σαλιγκαριών αλλά και κατά τη διάρκεια της μετέπειτα επεξεργασίας τους (μεταποίηση) με σκοπό την αναζήτηση της υγιεινολογικής τους κατάστασης, όπως των παθογόνων βακτηρίων και των μικροοργανισμών που επιδρούν στον χρόνο ζωής των ζωντανών αλλά και των επεξεργασμένων σαλιγκαριών. Οι παραπάνω διαδικασίες γίνονται από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς (Γ.Δ.Κ.)

Παρακάτω ακολουθούν οι κανόνες ορθής πρακτικής στην εκτροφή σαλιγκαριών.

Γενικές απαιτήσεις:

- Η υιοθέτηση πρακτικών και μέτρων που εξασφαλίζουν ότι τα τρόφιμα και οι πηγές τροφίμων παράγονται υπό τις ενδεδειγμένες συνθήκες υγιεινής.
- Η λήψη μέτρων έναντι των κινδύνων από το περιβάλλον.
- Ο έλεγχος των ανεπιθύμητων ουσιών, των επιβλαβών οργανισμών, των νόσων και μολύνσεων.
- Η υποχρέωση ενημέρωσης της αρμόδιας αρχής, εάν υπάρχει υπόνοια για την παρουσία ενός προβλήματος που μπορεί να επηρεάσει την ανθρώπινη υγεία.
- Οι κατάλληλες μέθοδοι παραγωγής, χειρισμού, αποθήκευσης και μεταφοράς. (Χατζηιωάννου, 2011.).

Απαιτήσεις προϊόντων ζωικής προέλευσης:

- Η εφαρμογή κατάλληλων διαδικασιών καθαρισμού και απολύμανσης για τους θαλάμους αναπαραγωγής, τα διχτυοκήπια πάχυνσης, τον εξοπλισμό, τους κλωβούς μεταφοράς και τα οχήματα.
- Η λήψη προληπτικών μέτρων κατά την εισαγωγή νέων ζώων στη μονάδα εκτροφής (γεννητόρων και γόνου σαλιγκαριών).
- Η ορθή χρήση κτηνιατρικών φαρμακευτικών προϊόντων και πρόσθετων ζωοτροφών.
- Η απομόνωση των ασθενών ζώων και η ενδεδειγμένη διάθεση νεκρών ζώων και των αποβλήτων.
- Η καθαριότητα των ζώων προς συγκομιδή,.
- Η εφαρμογή αποτελεσματικών προγραμμάτων καταπολέμησης των επιβλαβών οργανισμών.
- Προστατευτικά μέτρα για την πρόληψη της εισαγωγής λοιμωδών ασθενειών ή ασθενειών που μπορούν να μεταδοθούν στον άνθρωπο.
- Η εφαρμογή προγραμμάτων ελέγχου υγιεινής, προγραμμάτων ελέγχου ζωονόσων και προγραμμάτων παρακολούθησης της υγείας των εκτρεφόμενων σαλιγκαριών (Χατζηιωάννου, 2011).

Τέλος απαιτούνται:

- Η χρήση και η ποιότητα των υδάτων.
- Η ορθή και ενδεδειγμένη χρήση φυτοπροστατευτικών προϊόντων.
- Πρακτικές και μέτρα για την αποφυγή της μόλυνσης με βιολογικούς, χημικούς ή φυσικούς κινδύνους, όπως μυκοτοξίνες, βαρέα μέταλλα, ραδιενεργό υλικό (Χατζηιωάννου, 2011).

5. Εταιρική Στρατηγική

Ο Alfred Chandler ορίζει τη στρατηγική ως τον καθορισμό των βασικών μακροχρόνιων στόχων και σκοπών μιας επιχείρησης, και την υιοθέτηση μιας σειράς πράξεων και τον προσανατολισμό των αναγκαίων μέσων για την πραγματοποίηση αυτών των στόχων (Παπαδάκης, 2002). Η στρατηγική αποτελεί ένα σχέδιο δράσης. Προκειμένου όμως αυτό το σχέδιο δράσης να εκτελεστεί, να υλοποιηθεί, απαιτεί μια σειρά πιο συγκεκριμένων δράσεων ή τακτικών, σχετικών μεταξύ τους (Σιώμοκος, 2004).

Η νέα αυτή επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών πρέπει να έχει συγκεκριμένο όραμα και αποστολή, όπου θα προσδιορίζει μέσα από μια συγκεκριμένη στρατηγική πως θα τα επιτύχει.

Όραμα

Το στρατηγικό όραμα είναι μια άποψη της μελλοντικής κατεύθυνσης μιας επιχείρησης και του δρόμου που θα ακολουθήσει. Είναι μια καθοδηγητική έννοια για το τι προσπαθεί να κάνει η επιχείρηση και για το τι προσπαθεί να γίνει η ίδια (Σιώμοκος, 2004).

Η νέα επιχείρηση έχει σαν όραμα τη παραγωγή σαλιγκαριών που στο μέλλον θα πωλούνται στη διεθνή και εγχώρια αγορά, αποτελώντας την πρώτη προτίμηση των αγοραστών-καταναλωτών σαλιγκαριών.

Αποστολή

Η αποστολή περιγράφει τις δραστηριότητες της επιχείρησης σε ότι αφορά τα προϊόντα, τις αγορές και τη χρησιμοποιούμενη τεχνολογία (Σιώμοκος, 2004).

Η νέα επιχείρηση έχει σαν αποστολή την εκτροφή μιας ικανοποιητικής ποσότητας σαλιγκαριών *Cornu aspersum*, και κατόπιν πώλησης της στην εγχώρια ή εξωτερική αγορά σε συμφέρουσες τιμές.

Ανταγωνιστική στρατηγική

Η ανταγωνιστική στρατηγική της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών θα βασίζεται στο ότι στη χώρα μας υπάρχει μικρός αριθμός εκτροφείων που κατά συνέπεια αυτό σημαίνει μικρές παραγόμενες ποσότητες σε σχέση με άλλες χώρες.

Στην Ελληνική αλλά και εξωτερική αγορά θα γίνει μια προσπάθεια διαφοροποίησης του είδους του σαλιγκαριού *Cornu aspersum*, έναντι των λοιπών σαλιγκαριών που προσφέρονται, είτε σε μεταποιημένη-επεξεργασμένη μορφή είτε στα άλλα είδη σαλιγκαριών. Επίσης μια ακόμα προσπάθεια διαφοροποίησης θα είναι έναντι των άλλων κρεάτων που κυκλοφορούν στην αγορά, όπου θα εστιάζεται στη διατροφική αξία του σαλιγκαριού.

Επιχειρησιακή στρατηγική

Η επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών θα εστιάσει στην όσο το δυνατό μεγαλύτερη παραγωγή σαλιγκαριών μειώνοντας όσο το δυνατό τους όποιους κινδύνους, μέσα από τη χρήση εξειδικευμένης γνώσης και τεχνογνωσίας, που θα προκαλέσουν απώλειες. Κατόπιν θα γίνει μια προσπάθεια ώστε να διατεθούν τα σαλιγκάρια σε μια συμφέρουσα για την επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών τιμή ώστε να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα της μονάδος και παράλληλα να έχει ο επιχειρηματίας-ιδιοκτήτης κέρδος σε σχέση με τα κεφάλαια που έχει διαθέσει.

6. Στρατηγική Μάρκετινγκ

Η συμπεριφορά του καταναλωτή είναι ένα συναρπαστικό, δυναμικό και ραγδαία εξελισσόμενο πεδίο του Μάρκετινγκ. Η συμπεριφορά του καταναλωτή μελετά τις ανθρώπινες αντιδράσεις σε προϊόντα (αγαθά, υπηρεσίες) και στο Μάρκετινγκ αυτών των προϊόντων. Εστιάζει δηλαδή στη μελέτη των διαδικασιών που ακολουθεί ο άνθρωπος προκειμένου να καταλήξει σε καταναλωτικές επιλογές, δηλαδή να αποφασίσει, να συμπεριφέρεται ως καταναλωτής. Επομένως, καθίσταται απαραίτητη η γνώση των προσδοκιών και της συμπεριφοράς του καταναλωτή για την ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών Μάρκετινγκ (Σιώμκος, 2002).

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει μια αναφορά για το ποια θα είναι η βασική στρατηγική Μάρκετινγκ της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών. Στην παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία γίνεται αναφορά για μια νέα επιχείρηση έκτασης 14 στρεμμάτων.

Συγκεκριμένα θα περιγραφεί με ποιόν τρόπο θα διαθέσει και θα προωθήσει μια νέα επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών τα προϊόντα της και σε ποια αγορά θα εστιάσει. Κατόπιν θα γίνει περιγραφή του μίγματος Μάρκετινγκ της νέας επιχείρησης. Στο τέλος παρατίθενται οι προβλέψεις των μελλοντικών πωλήσεων της επιχείρησης.

6.1 Αγορά διάθεσης

Η αγορά είναι το σύνολο όλων των πραγματικών και των πιθανών αγοραστών ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Η αγορά είναι το σύνολο των αγοραστών, ενώ ο κλάδος είναι το σύνολο των πωλητών. Το μέγεθος μια αγοράς εξαρτάται από το πλήθος των αγοραστών οι οποίοι θα μπορούσαν να υπάρχουν για μια συγκεκριμένη προσφορά της αγοράς. Οι πιθανοί αγοραστής για κάτι έχουν τρία χαρακτηριστικά: το ενδιαφέρον, το εισόδημα και την πρόσβαση. (Kotler/Armstrong/ Saunders/Wong, 2001).

Όπως έχει προαναφερθεί η αγορά των σαλιγκαριών είναι παγκόσμια με διαφόρων ειδών αγοραστής. Τα σαλιγκάρια αγοράζονται είτε ως βρώσιμα είτε ως πρώτες ύλες στις βιομηχανίες φαρμάκων και καλλυντικών.

Σε περίπτωση μιας μικρής επιχείρησης όπου η παραγόμενη ποσότητα σε τόνους θα είναι μικρή, η εστίαση θα γίνει αποκλειστικά και μόνο στην εσωτερική αγορά. Η σίγουρη λύση που δεν έχει κόστος προώθησης, διαφήμισης και αποστολής των προϊόντων είναι η διάθεση τους σε έναν μεγαλύτερο προμηθευτή-λιανοπωλητή, ομάδα που έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω για τον διπλό της ρόλο στον κλάδο της σαλιγκαροτροφίας και την προσφορά μιας συμφέρουσας αλλά όχι μεγάλης τιμής (τιμή χονδρικής). Επίσης μπορεί να διαθέσει τα προϊόντα της σε επιχειρήσεις που ασχολούνται με την μεταποίηση και επεξεργασία σαλιγκαριών. Τέλος μπορεί να απευθυνθεί στην τοπική αγορά επιδιώκοντας να έχει μεγαλύτερη τιμή πώλησης του προϊόντος (τιμή λιανικής).

Σε άλλη περίπτωση, δηλαδή σε μια μεγάλης έκτασης επιχείρησης όπου η παραγόμενη ποσότητα δεν θα θεωρείται μικρή, η εστίαση θα γίνει εκτός από την εγχώρια αγορά, στην αγορά του εξωτερικού. Και πάλι η σίγουρη λύση φυσικά που δεν έχει κόστος προώθησης, διαφήμισης και αποστολής των προϊόντων είναι και πάλι όπως προηγουμένως, η διάθεση τους σε έναν μεγαλύτερο προμηθευτή-λιανοπωλητή. Ωστόσο πρέπει να αναφερθεί ότι μια επιχείρηση εκτροφείου που έχει στην διάθεση της παραγωγή τουλάχιστον 10 τόνους σαλιγκαριών, μπορεί με διάφορους τρόπους να εντοπίσει αγορές κυρίως σε χώρες του εξωτερικού και πιο συγκεκριμένα στην Ευρώπη και να διαθέσει την παραγωγή της. Αυτό μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους προβολής των προϊόντων, κυρίως όμως όπως γίνεται και συνήθως στις μέρες μέσω διαδικτύου. Επίσης με τον ίδιο τρόπο μπορεί να διαθέσει τα προϊόντα της και

στην εγχώρια αγορά είτε σε επιχειρήσεις μεταποίησης και επεξεργασίας σαλιγκαριών είτε στο λιανικό εμπόριο.

Τέλος να αναφερθεί ότι μόνο μια πολύ μεγάλη επιχείρηση-εκτροφείο που παράγει μεγάλες ποσότητες σαλιγκαριών μπορεί να διαπραγματευτεί με την αγορά του εξωτερικού σε τιμές αρκετά συμφέρουσες. Επίσης μπορεί πιο εύκολα να εστιάσει και να διαθέσει τα προϊόντα της σε περισσότερα μέρη της αγοράς λόγω της μεγάλης ποσότητας που διαθέτει. Φυσικά όμως δεν αποκλείεται και μια μεγάλη επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών να διαθέσει τα προϊόντα της σε τιμές χονδρικής στις ομάδες των προμηθευτών-λιανοπωλητών που έχουν προαναφερθεί.

6.2 Μείγμα Μάρκετινγκ

Η στρατηγική αποτελεί μια κατευθυντήρια πρόταση η οποία παρέχει κάποιο χάρτη που καθοδηγεί την επιχείρηση στην επίτευξη των στόχων της. Προκειμένου να εφαρμοστεί η στρατηγική, θα πρέπει να μετατραπεί σε ένα υλοποιήσιμο πρόγραμμα Μάρκετινγκ, σχεδιασμένο ώστε να παρέχει υποστήριξη στο προϊόν ή την υπηρεσία. Κάτι τέτοιο πραγματοποιείται με το **μείγμα Μάρκετινγκ** (Σιώμκος, 2004). Τα κυριότερα στοιχεία που απαρτίζουν το μείγμα Μάρκετινγκ είναι τα 4Π ή αλλιώς το *Προϊόν*, η *Τιμή*, η *Προβολή* και η *Διανομή*.

Ακολουθεί το μείγμα Μάρκετινγκ για την περίπτωση της νέας επιχείρησης-εκτροφής σαλιγκαριών η οποία θα απευθύνεται στην αγορά του βρώσιμου σαλιγκαριού. Συγκεκριμένα:

Προϊόν

Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό στοιχείο που μπορούν να διακρίνουν οι καταναλωτές στο προϊόν-σαλιγκάρι είναι η διατροφική του αξία. Είναι δεδομένο ότι οι καταναλωτές σύμφωνα με τα πρότυπα της υγιεινής διατροφής που έχουν υιοθετηθεί στην σύγχρονη εποχή που ζούμε θα επιλέξουν το προϊόν αυτό για τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά που είναι επιστημονικά τεκμηριωμένα.

Ένα ακόμα χαρακτηριστικό που μπορούν επίσης να διακρίνουν οι καταναλωτές, της ευρωπαϊκής αγοράς κυρίως, στο προϊόν-σαλιγκάρι είναι η χώρα προέλευσης τους και στη προκειμένη περίπτωση είναι η Ελλάδα. Όπως έχει προαναφερθεί οι Ευρωπαίοι καταναλωτές έχουν προτίμηση σε είδη σαλιγκαριών όπως το *Cornu aspersum* που εντοπίζονται σε χώρες τις Ευρώπης.

Τελευταίο χαρακτηριστικό είναι ότι λόγω της σπανιότητάς του και των παραπάνω χαρακτηριστικών του θεωρείται προϊόν πολυτελείας.

Επομένως η επιλογή εστίασης όσον αφορά το προϊόν θα γίνει πάνω στα **ποιοτικά χαρακτηριστικά** του καθώς επίσης και στη **χώρα προέλευσης** του.

Τιμή

Η τιμή των σαλιγκαριών ποικίλει ανάλογα με την αγορά που διατίθενται, δηλαδή αγορές εσωτερικού ή εξωτερικού, καθώς επίσης από το είδος του εμπορίου που γίνεται, δηλαδή χονδρικό ή λιανικό εμπόριο.

Συγκεκριμένα το εύρος των τιμών χονδρικής στην Ιταλία, των σαλιγκαριών του είδους *Cornu aspersum* κυμάνθησαν σύμφωνα με το Γ.Ο.Ε.Υ.Ρ. για το 2010 από **3,00€ έως 5,5€**. Αναλυτικά για το είδος αυτό αναφέρθηκε, το εθνικό καθαρισμένο προϊόν εκτροφής από 3,80€ μέχρι 5,50€ ανά κιλό, το ξερό προϊόν καλοκαιρινής περιόδου από 4,00€ μέχρι 5,50€ ανά κιλό και το εισαγόμενο προϊόν από 3,00€ μέχρι 3,50€ ανά κιλό.

Στις τιμές λιανικής των μικρών ποσοτήτων, που πωλούνται από τον εκτροφέα στον πωλητή ή τον τελικό χρήστη είναι συνήθως αυξημένες κατά 50-60% σε σχέση με τις ανωτέρω, για όλα τα είδη. Για αυτό το λόγο, συνήθως, συνάπτονται απευθείας συμβόλαια με εστιατόρια, ιχθυοπωλεία κ.ά. Η τιμή του μεταποιημένου προϊόντος, αντιθέτως, είναι δύσκολα ποσοτικοποιήσιμη, δεδομένου ότι οι συσκευασίες και τα προϊόντα στο εμπόριο είναι συνήθως έτοιμα γεύματα, στα οποία το μαλάκιο αντιπροσωπεύει μόνο ένα μέρος του βάρους. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι τιμές αυξάνονται κατά 4 φορές σε σχέση με εκείνες του ζωντανού προϊόντος για την ίδια ποσότητα (Γ.Ο.Ε.Υ.Ρ., 2011). Σύμφωνα με τα δεδομένα αυτά οι τιμές που πωλούνται από τον εκτροφέα στον πωλητή ή τον τελικό χρήστη, δηλαδή στο λιανικό εμπόριο, σύμφωνα με τα παραπάνω κυμαίνονται περίπου από **6,00€ έως 10€**.

Στην χώρα μας οι τιμές δεν έχουν ιδιαίτερη διαφορά με αυτές του εξωτερικού που αναφέρθηκαν παραπάνω. Με τα φετινά δεδομένα και σύμφωνα με τις πηγές που πήραν μέρος σε αυτήν την έρευνα, όπως επίσης και με στοιχεία από τη διαφήμιση σαλιγκαριών από στο διαδίκτυο, το εύρος των τιμών χονδρικής κυμαίνεται από **3,80€ έως 4,00€** με την τάση η τιμή των σαλιγκαριών να σταθεροποιηθεί στο τέλος του έτους στα 4,00€. Η τιμή είναι ανοδική διότι η ομάδα των προμηθευτών-λιανοπωλητών που προαναφέρθηκε προσπαθεί να προσφέρει όλο και πιο δελεαστικές τιμές ώστε να μεγαλώσει τον αριθμό των πελατών-εκτροφείων που έχει, καθώς επίσης και λόγω της αυξημένης ζήτησης στις αγορές του εξωτερικού.

Στο λιανικό εμπόριο επίσης η Ελλάδα δεν παρουσιάζει ιδιαίτερες διαφορές με τις αγορές του εξωτερικού. Συνήθως επιχειρήσεις-εκτροφεία που διαθέτουν τα σαλιγκάρια τους στις αγορές του εξωτερικού σε εύρος τιμών από **4,00€ έως 6,00€**. Φυσικά αυτό για να το πετύχει μια επιχείρηση-εκτροφείο απαιτείται μεγάλη ποσότητα σαλιγκαριών, όπως επίσης απαιτείται ένα είδος πιστοποίησης των χαρακτηριστικών του προϊόντος, πράγμα που αυξάνει το κόστος διάθεσης του. Τέλος υπάρχουν επιχειρήσεις-εκτροφεία που προσφέρουν τα προϊόντα τους στην εγχώρια αγορά και συγκεκριμένα σε εστιατόρια. Το εύρος των τιμών κυμαίνεται κατά την

πώληση των σαλιγκαριών σε εστιατόρια είναι **6,00€ έως 8,00€** και με το κόστος μεταφοράς μπορεί να φτάσει **10,00€ έως 12,00€**. Το μειονέκτημα σε αυτήν την περίπτωση είναι η δυσκολία ανεύρεσης εστιατορίων, που συνήθως είναι πολυτελείας, που σερβίρουν σαλιγκάρια.

Προβολή

Ο συνηθέστερος τρόπος ώστε να προβληθεί μια επιχείρηση που εμπορεύεται και διαθέτει στην αγορά σαλιγκάρια είναι μέσω του διαδικτύου. Οι περισσότερες επιχειρήσεις-εκτροφεία σαλιγκαριών προβάλλουν το προϊόν τους μέσα από μοντέρνα σχεδιασμένες ιστοσελίδες. Επίσης ένας ακόμα τρόπος προβολής των προϊόντων τους είναι η παρουσία τους σε εκθέσεις βρώσιμων προϊόντων που προβάλλονται σπάνια και μη ευρέως διαδεδομένα προϊόντα.

Στην περίπτωση της νέας μικρής και μεσαίας επιχείρησης-εκτροφής σαλιγκαριών ο καλύτερος τρόπος προβολής των προϊόντων είναι μέσα από το **διαδίκτυο** σε σελίδα που είναι καταχωρημένη σε ηλεκτρονικές αγορές b2b και ηλεκτρονικούς καταλόγους εμπορικών επαφών. Αυτό φυσικά θα γίνει άμα η επιχείρηση αποφασίσει να διαθέσει όλη ή κομμάτι της παραγωγής της στο λιανικό εμπόριο και δεν διαθέσει την παραγωγή της σε προμηθευτή-λιανοπωλητή μέσο συμβολαίου.

Διανομή

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω η νέες αυτές επιχειρήσεις-εκτροφεία θα πουλάνε τα προϊόντα τους κυρίως στον προμηθευτή-λιανοπωλητή που θα τις κάνει την πιο συμφέρουσα προσφορά. Αυτό μπορεί μεν να προσφέρει στη νέα επιχείρηση την ασφάλεια απορρόφησης του παραγόμενου προϊόντος της, από την άλλη δε προκύπτει το μειονέκτημα ότι η νέα επιχείρηση δεν έχει τον έλεγχο των σημείων πωλήσεων των προϊόντων, δηλαδή δεν έχει κάποια σχέση και επαφή με την αγορά.

6.3 Προβλέψεις πωλήσεων

Οι προβλεπόμενες πωλήσεις για τις περιόδους που καλύπτει η αξιολόγηση των επενδύσεων αυτών, είναι από τα σημαντικότερα δεδομένα που πρέπει να εισαχθούν στο επιχειρηματικό μοντέλο γιατί πάνω σε αυτές τις προβλέψεις θα στηριχθούν τα αποτελέσματα του μοντέλου και η αξιολόγηση της επένδυσης. Η όσο το δυνατόν ακριβέστερη πρόβλεψη των πωλήσεων, όπως και κάθε είδους πρόβλεψη άλλωστε, είναι μια δύσκολη διαδικασία.

Ο τρόπος πρόβλεψης των πωλήσεων στην προκειμένη περίπτωση βασίζεται στην γνώμη των ανθρώπων που πήραν μέρος στην έρευνα, οι οποίοι έχουν πολύ μεγάλη εμπειρία στο χώρο της σαλιγκαροτροφίας, και επίσης παρότι ανήκουν σε διαφορετικές ανταγωνιστικές επιχειρήσεις έχουν ταύτιση απόψεων πάνω στο ζήτημα των πωλήσεων του προϊόντος αυτού. Έτσι λοιπόν δεχόμαστε ως δεδομένο ότι μια νέα επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών κατόπιν συμβολαίου με μια επιχείρηση προμηθευτή-λιανοπωλητή θα εξασφαλίσει την πώληση της ποσότητας σαλιγκαριών που θα παράγει το εκτροφείο.

Έτσι λοιπόν ένα ρεαλιστικό σενάριο είναι ότι η επιχείρηση-εκτροφείο των 14στρ., που εξετάζουμε στην παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία, θα έχει παραγωγή και διάθεση σαλιγκαριών της τάξεως των 800-900κιλών ανά στρέμμα στη δεύτερη χρονιά της παραγωγικής διαδικασίας, και από τις υπόλοιπες χρονιές παραγωγικής διαδικασίας 900-1.000κιλών ανά στρέμμα. Η παραγωγή αυτή θεωρείται μια φυσιολογική και αναμενόμενη ποσότητα. Δηλαδή η επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών των 14στρ. θα διαθέτει από την δεύτερη χρονιά συνολικά περίπου 11.200-12.600κιλά και από τις επόμενες 12.600-14.000κιλά σαλιγκαριών ετησίως.

Αναλυτικά ακολουθούν στον **Πίνακα 6.1** οι προβλέψεις των πωλήσεων της νέας επιχείρησης-εκτροφείου, που εξετάζουμε:

Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις σαλιγκαριών (κιλά)	800	12.000	13.500	13.500	14.000

Πίνακας 6.1 Προβλέψεις πωλήσεων για εκτροφείο 14στρ.

8. Χρηματοοικονομική ανάλυση-αξιολόγηση μεγέθους 14.000τ.μ. μονάδας σαλιγκαροτροφίας

Κύριο θέμα της παρούσας μεταπτυχιακής ερευνητικής εργασίας είναι η χρηματοοικονομική ανάλυση και αξιολόγηση μονάδας εκτροφής σαλιγκαριών.

Στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει η ανάλυση των οικονομικών απαιτήσεων της νέας επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών μεγέθους 14.000τ.μ. Μια τέτοια επένδυση για τα οικονομικά δεδομένα της χώρα μας καθώς επίσης και σύμφωνα με το Υ.Α.Α.Τ., θεωρείται στα πλαίσια του κλάδου της σαλιγκαροτροφία ως μια μεσαία επιχείρηση που μπορεί να αποδίδει κύριο εισόδημα για τον ιδιοκτήτη της.

Η νέα αυτή επιχείρηση όπως έχει προαναφερθεί θα ξεκινήσει τη λειτουργία της τον Φεβρουάριο του 2013. Η αναλύσεις που θα ακολουθήσουν θα είναι σε μια διάρκεια 5 ετών, που η νέα επιχείρηση έχει σκοπό να λειτουργήσει τουλάχιστον.

Αρχικά η νέα επιχείρηση θα εξετάσει τις διάφορες προσφορές και θα επιλέξει μια από αυτές. Δηλαδή η επιχείρηση θα επιδιώξει να υπογράψει ένα συμβόλαιο με μια επιχείρηση προμηθευτών που θα τις παρέχει το αρχικό ζωικό κεφάλαιο καθώς και άλλες πρώτες ύλες αλλά θα είναι δεσμευμένη να αγοράζει όλη τη παραγόμενη ποσότητα σαλιγκαριών σε προσυμφωνημένη τιμή κάθε χρόνο. Έτσι η επιχείρηση θα αποφύγει τα όποια έξοδα προώθησης των προϊόντων της καθώς και τον κίνδυνο μη πώλησης της παραγωγής της. Παράλληλα θα επιδιώξει εκτός από τα παραπάνω να της προσφέρεται και η απαραίτητη τεχνογνωσία και βοήθεια πάνω στην παραγωγική διαδικασία που τα πρώτα χρόνια λόγω έλλειψης εμπειρίας και γνώσεων θα είναι απαραίτητη.

Αρχικά θα παρουσιαστούν οι δαπάνες της επιχείρησης-εκτροφείου. Κατόπιν θα παρουσιαστεί και θα αναλυθεί το χρηματοοικονομικό μοντέλο της νέας αυτής επιχείρησης. Έπειτα θα γίνει αξιολόγηση της νέας επιχείρησης ώστε να προσδιοριστεί το κατά πόσο είναι συμφέρουσα μια τέτοια επένδυση. Τέλος θα αξιολογηθεί και ένα δεύτερο σενάριο (worst case scenario) λειτουργίας της επιχείρησης.

8.1 Δαπάνες και κόστη επιχείρησης

Στο υποκεφάλαιο αυτό αρχικά θα αναλυθούν οι ανάγκες της εγκατάστασης καθώς και τα πάγια της. Τα στοιχεία αυτά, που συμπεριλαμβάνουν κυρίως τεχνικές εγκαταστάσεις απαραίτητες ώστε να δημιουργηθεί και να λειτουργήσει το νέο εκτροφείο.

Όπως προαναφέρθηκε η νέα επιχείρηση εκτροφείο θα εγκατασταθεί σε ποτιστικό αγροτεμάχιο 14.000τ.μ., όπου οι διαστάσεις του θα είναι 200X70μέτρα και θα έχει περίμετρο 540μέτρα. όπως είναι στο **Σχήμα 8.1** που ακολουθεί. Ο αριθμός των παρτεριών που μπορούν να δημιουργηθούν στο συγκεκριμένο εμβαδό είναι 56 (34 πάχυνσης και 22 αναπαραγωγής).



Σχήμα 8.1 Αγροτεμάχιο 14στρ.

Κατόπιν θα αναλυθεί το ετήσιο κόστος των παραγόμενων ποσοτήτων σαλιγκαριών. Κυρίως κόστος σε ζωικό κεφάλαιο και σε πρώτες ύλες. Επίσης θα αναλυθούν τα ετήσια λειτουργικά κόστη της επιχείρησης με κυριότερο αυτό της αμοιβής εργασίας τις οποίες οι απαιτήσεις σε εργατοώρες παρουσιάζονται κατανεμημένες κατά τη διάρκεια του πρώτου και των υπολοίπων κύκλων(χρόνων) παραγωγής. Επίσης θα γίνει μια ανάλυση του ακριβή αριθμού των σαλιγκαριών στην αρχή και το τέλος του κάθε έτους καθώς και οι αξία τους σε €.

Εγκαταστάσεις - πάγια

Η νέα επιχείρηση-εκτροφείο θα εγκατασταθεί σε ενοικιαζόμενο ποτιστικό αγροτεμάχιο. Εκεί θα κατασκευαστούν και θα εγκατασταθούν όλα τα απαραίτητα στοιχεία τα οποία δομούν ένα εκτροφείο. Συγκεκριμένα οι κύριες κεφαλαιουχικές δαπάνες για πάγιο εξοπλισμό θα είναι τα γεωργικά μηχανήματα, οι απαραίτητες περιφράξεις, οι τεχνικές εγκαταστάσεις όπως επίσης και ο αναγκαίος πρόσθετος εξοπλισμός, στοιχεία που είναι απαραίτητα για την λειτουργία του εκτροφείου, καθώς επίσης και έξοδα που έχουν να κάνουν κυρίως με τη διαμόρφωση του εδάφους του αγροτεμαχίου. Στον **Πίνακα 8.1** παρουσιάζονται οι δαπάνες σε πάγια της νέας επιχείρησης.

Συνολικό κόστος πάγιων κεφαλαίων σε €					
Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Κατηγορία παγίων					
Εγκαταστάσεις	36.167	0	0	0	0
Μηχανήματα	1.800	0	0	0	0
Διαμόρφωση εδάφους	3.810	0	0	0	0
Σύνολο κεφαλαιουχικών δαπανών	41.777	0	0	0	0

Πίνακας 8.1 Κόστος πάγιων κεφαλαίων

Κόστος πωληθέντων

Το κόστος πωληθέντων εκτός από το πρώτο έτος θα είναι περίπου σταθερό. Το πρώτο έτος αυτό που αλλάζει τα δεδομένα σε σχέση με τα επόμενα έτη είναι η αγορά του ζωικού κεφαλαίου καθώς και ο αριθμός του. Τα επόμενα έτη το κόστος θα είναι σταθερό, σε φυσιολογικές πάντα συνθήκες εκτροφής, διότι ο αριθμός των σαλιγκαριών θα είναι σταθερός άρα και οι απαιτήσεις τους σε πόρους επίσης σταθεροί. Το μόνο που θα έχει μικρή απόκλιση από χρόνο σε χρόνο θα είναι το κόστος για την συσκευασία τους διότι η απόδοση τους σε κιλά θα αλλάζει χρόνο με το χρόνο.

Επίσης απαραίτητο στοιχείο στην αρχή κάθε χρόνου θα είναι η αγορά των σπόρων που θα χρησιμοποιηθούν για την σπορά των παρτεριών. Αυτό διότι θα είναι μέσα στους όρους του συμβολαίου που έχει προαναφερθεί, με κάποιον προμηθευτή-λιανοπωλητή. Στον **Πίνακα 8.2** παρουσιάζεται το κόστος πωληθέντων ανά έτος.

Πωλήσεις και κόστος πωληθέντων						
Έτος	0	2013	2014	2015	2016	2017
Σαλιγκάρια σε κιλά	0	806	12.000	13.500	13.500	14.000
Κόστος πρώτων υλών παραγωγής						
Πρώτες ύλες (σπόροι)	0	673	1.712	1.712	1.712	1.712
Πρώτες ύλες (σιτηρέσιο)	0	248	630	630	630	630
Σκευάσματα εδάφους	0	1.960	1.960	1.960	1.960	1.960
Συσκευασία	0	64	960	1.080	1.080	1.120
Συνολικό κόστος πωληθέντων	0	2.945	5.262	5.382	5.382	5.422
Κόστος πωληθέντων ανά 1kg	0	3,65	0,44	0,40	0,40	0,39
Ετήσιες πωλήσεις σαλιγκαριών	0	3.224	48.600	55.350	56.025	60.200

Πίνακας 8.2 Κόστος πωληθέντων

Οι ετήσιες πωλήσεις σαλιγκαριών είναι αποτέλεσμα των συνολικών κιλών των σαλιγκαριών που προέκυψαν από την παραγωγική διαδικασία. Η τιμή χονδρικής των σαλιγκαριών τα τελευταία χρόνια είναι ανοδική και δεν έχει σημειώσει μειώσεις. Οπότε θεωρούμε ότι από το 2013 έως το 2017 παρατηρείται μια μικρή διαδοχική αύξηση των 0,20€. Δηλαδή από τα 4€ το κιλό το πρώτο έτος η τιμή σταδιακά καταλήγει στα 4,20€ το πέμπτο έτος.

Λειτουργικά έξοδα

Στα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης περιλαμβάνονται η αμοιβή εργασίας, το ενοίκιο, οι αμοιβές τρίτων καθώς και τα έξοδα σε ενέργεια. Στον **Πίνακα 8.3** παρουσιάζονται τα λειτουργικά έξοδα του εκτροφείου.

Λειτουργικά έξοδα					
Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Αμοιβή εργασίας	6.120	13.775	13.775	13.775	13.775
Αμοιβές τρίτων	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Ενέργεια	400	420	420	420	420
Ενοίκιο	700	700	700	700	700
Λοιπά έξοδα	1.400	1.400	1.400	1.400	1.400
Σύνολο λειτουργικών εξόδων	9.820	17.495	17.495	17.495	17.495

Πίνακας 8.3 Λειτουργικά έξοδα

Επίσης στον Πίνακα 8.4 και 8.5 παρουσιάζεται η κατανομή εργασίας κατά το διάστημα του πρώτου και των επομένων χρόνων παραγωγής διαδικασίας στο εκτροφείο των 14.000τ.μ. Το σύνολο των ωρών κατά το πρώτο έτος είναι 1224ώρες ενώ και το κάθε επόμενο έτος 2.755ώρες. Συγκεκριμένα:

Κατανομή εργασίας σε ώρες κατά τον πρώτο κύκλο (χρόνου) παραγωγής												
Εποχή	X	Άνοιξη			Καλοκαίρι			Φθινόπωρο			Χειμώνας	
Μήνας	Φ	M	A	M	I	I	A	Σ	O	N	Δ	I
Ωρες	28	132	168	168	168	168	168	168	177	08	08	08
Απασχολούμενοι	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Πίνακας 8.4 Κατανομή εργασίας

Κατανομή εργασίας σε ώρες κατά τους επόμενους κύκλους (χρόνους) παραγωγής												
Εποχή	X	Άνοιξη			Καλοκαίρι			Φθινόπωρο			Χειμώνας	
Μήνας	Φ	M	A	M	I	I	A	Σ	O	N	Δ	I
Ωρες	48	798	196	168	205	168	182	168	798	08	08	08
Απασχολούμενοι	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1

Πίνακας 8.5 Κατανομή εργασίας

Κατά τον πρώτο χρόνο της παραγωγικής διαδικασίας το κόστος εργασίας υπολογίζεται σύμφωνα με το νόμιμο ωρομίσθιο απασχολούμενου ανειδίκευτου εργάτη στο ποσό των 5€ ανά ώρα.

Αποθέματα

Τα αποθέματα σε μια επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών παρουσιάζουν κάποιες ιδιαιτερότητες. Το πρώτο έτος θα αγοραστεί το αρχικό ζωικό κεφάλαιο (γεννήτορες). Τα επόμενα έτη τα αποθέματα καθώς και όλα τα σαλιγκάρια που θα πωλούνται θα είναι αποτέλεσμα της αναπαραγωγής των αρχικών σαλιγκαριών. Αυτό σημαίνει ότι δεν θα απαιτηθεί ξανά να γίνει αγορά σαλιγκαριών. Η αποτίμηση των σαλιγκαριών που προκύπτουν κάθε χρόνο στο εκτροφείο γίνεται με βάση το κόστος των τροφών και των λοιπών στοιχείων που είναι απαραίτητα για την ανάπτυξή τους.

Στον Πίνακα 8.6 αναλύεται η ετήσια διακύμανση του πληθυσμού των σαλιγκαριών. Τόσο αυτών που προέρχονται από αγορά όσο και αυτών που είναι αποτέλεσμα αναπαραγωγής, συγκεκριμένα:

Αποθέματα					
Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Αριθμός σαλιγκαριών αρχή έτους	67.200	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Αριθμός σαλιγκαριών τέλος έτους	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Αριθμός σαλιγκαριών προερχόμενα από αγορά	67.200	0	0	0	0
Αριθμός σαλιγκαριών προερχόμενα από αναπ/γή	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Σαλιγκάρια προερχόμενα από αγορά σε €	15.456	0	0	0	0
Σαλιγκάρια προερχόμενα από αναπαραγωγή σε €	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300

Πίνακας 8.6 Αποθέματα

Τα σαλιγκάρια τα οποία πωλούνται το 2013, σύμφωνα με τον Πίνακα 8.2, είναι το 30% (το υπόλοιπο 70% υπολογίζεται ως θνησιμότητα) των αρχικών σαλιγκαριών που έχουν αγοραστεί. Τα σαλιγκάρια αυτά όμως έχουν αφήσει απογόνους που είναι αποτέλεσμα της αναπαραγωγής τους. Τα σαλιγκάρια-απόγονοι είναι αυτά τα οποία στο τέλος του έτους υπάρχουν στη μονάδα παραγωγής και αποτελούν το απόθεμα της επιχείρησης. Αυτά τα σαλιγκάρια θα αποτελέσουν τους μελλοντικούς γεννήτορες και θα προσφέρουν νέα σαλιγκάρια αλλά θα αποτελέσουν και το προϊόν που θα πωληθεί την επόμενη χρονιά.

Ο υπολογισμός 1.400.000 είναι ένα μέσος όρος σε σχέση με τον αριθμό των αυγών που γεννάει ένα σαλιγκάρι, την θνησιμότητα τους καθώς και τον πληθυσμό των σαλιγκαριών που δεν πρέπει να υπερβαίνει κάποια όρια ώστε να υπάρχει ομαλή παραγωγική διαδικασία.

8.2 Μοντέλο

Στο υποκεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται συνοπτικά το επιχειρησιακό μοντέλο της νέας επιχείρησης εκτροφής σαλιγκαριών.

Αρχικά θα αναλυθούν οι αποσβέσεις των παγίων. Κατόπιν θα διευκρινιστούν οι ανάγκες σε χρηματοδότηση και η πηγή της καθώς επίσης και η φορολόγηση της.

Κατόπιν θα γίνει ο ισολογισμός 5 ετών, συγκεκριμένα από το τέλος του πρώτου έτους (2013) έως το τέλος του πέμπτου έτους (2017) λειτουργίας του εκτροφείου.

Τέλος θα παρουσιαστούν η κατάσταση αποτελεσμάτων καθώς και η κατάσταση των ταμειακών ροών της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών για τα πέντε πρώτα χρόνια της λειτουργίας της.

Αποσβέσεις

Ως απόσβεση ορίζεται η εκτιμώμενη, σε ετήσια βάση, μείωση της αξίας ενός περιουσιακού στοιχείου. Η αξία αυτή αναφέρεται σε χρηματικούς όρους. Η μείωση της αξίας μπορεί να οφείλεται είτε στη πάροδο του χρόνου είτε στη φθορά λόγω συμμετοχής του στην παραγωγική διαδικασία είτε στην αλματώδη εξέλιξη της τεχνολογίας που απαξιώνει το συγκεκριμένο περιουσιακό στοιχείο (Τσουκαλάς, Σ., 2010). Οι αποσβέσεις των πέντε πρώτων παρουσιάζονται στον **Πίνακα 8.7**, και έχει επιλεγεί η σταθερή μέθοδος απόσβεσης.

Αποσβέσεις									
Κατηγορία παγίων	Κόστος σε €	Συντελεστής απόσβεσης	Έτη	Έτος					Αν/στο υπόλοιπο σε €
				2013	2014	2015	2016	2017	
Σύνολο αποσβέσεων									
Εγκαταστάσεις	36.167	5%	20	1.808	1.808	1.808	1.808	1.808	27.125
Μηχανήματα	1.800	10%	10	180	180	180	180	180	900
Διαμόρφωση αγρ/χίου	3.810	5%	20	191	191	191	191	191	2.858
Σύνολο παγίων	41.777	Ετήσιες αποσβέσεις		2.179	2.179	2.179	2.179	2.179	30.883
Συνολική ετήσια αξία παγίων				39.598	37.419	35.240	33.062	30.883	

Πίνακας 8.7 Αποσβέσεις

Χρηματοδότηση

Στον **Πίνακα 8.8** που ακολουθεί παρουσιάζεται η χρηματοδότηση της επιχείρησης για τα πέντε πρώτα έτη. Όπως έχει προαναφερθεί σε προηγούμενα κεφάλαια η νέα επιχείρηση θα στηριχθεί αποκλειστικά σε **ιδία κεφάλαια**. Αυτό προκύπτει λόγω της οικονομικής συγκυρίας που επικρατεί στην Ελλάδα και με την άρνηση των τραπεζικών ιδρυμάτων να εγκρίνουν δάνεια σε επιχειρήσεις εκτροφεία σαλιγκαροτροφίας.

Χρηματοδότηση					
Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Εισφορά ιδίων κεφαλαίων	90.000	0	0	0	0
Λήψη μακροχρόνιων δανείων	0	0	0	0	0
Λήψη βραχυπρόθεσμων δανείων	0	0	0	0	0
Λογαριασμός καταβεβλημένων ιδίων κεφαλαίων					
Αρχικό υπόλοιπο καταβεβλημένων ιδίων κεφαλαίων	0	90.000	90.000	90.000	90.000
Καταβεβλημένα ιδία κεφάλαια	90.000	0	0	0	0
Τελικό υπόλοιπο καταβεβλημένων ιδίων κεφαλαίων	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000

Πίνακας 8.8 Χρηματοδότηση

Φόροι

Στον **Πίνακα 8.9** υπολογίζονται οι φόροι πάνω στα κέρδη. Τα πρώτα χρόνια η επιχείρηση έχει φοροαπαλλαγή λόγω των εσόδων και ζημιών που έχει σε σχέση με το κεφάλαιο που έχει επενδύσει. Ο φόρος υπολογίζεται στο ποσό που απομένει στα κέρδη προ φόρων της κατάσταση αποτελεσμάτων που ακολουθεί. Και έχει χρησιμοποιηθεί ενιαίος συντελεστής φορολόγησης 15%.

Φόροι					
Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Φορολογικός συντελεστής	0%	15%	15%	15%	15%
Υπολογισμοί φόρου					
Αποτελέσματα προ φόρων	-22.876	23.664	30.294	30.969	35.104
Φορολογητέα κέρδη	0	788	30.294	30.969	35.104
Φόροι	0	118	4.544	4.645	5.266

Πίνακας 8.9 Φόροι

Ισολογισμός

Στον Πίνακα 8.10 παρουσιάζεται ο ισολογισμός των πέντε πρώτων χρόνων λειτουργίας της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών.

Ισολογισμός						
Έτος	0	2013	2014	2015	2016	2017
Πάγια	41.777	39.598	37.419	35.240	33.062	30.883
Αποθέματα ζωικού κεφαλαίου	15.456	4.300	4.300	4.300	4.300	4.300
Ταμείο	32.767	23.226	49.069	76.997	105.500	137.517
Σύνολο ενεργητικού	90.000	67.124	90.788	116.538	142.862	172.700
Κεφάλαιο						
Κεφάλαιο	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
Κέρδη	0	-22.876	788	26.538	52.862	82.700
Σύνολο υποχρεώσεων και καθαρής θέσης	90.000	67.124	90.788	116.538	142.862	172.700

Πίνακας 8.10 Ισολογισμός

Ο παραπάνω ισολογισμός αναφέρεται στο τέλος κάθε έτος (31/12). Το έτος 0 είναι θεωρητικά το αρχικό ενεργητικό και παθητικό της επένδυσης όπου έγινε η αγορά των εγκαταστάσεων (θεωρητική ημερομηνία 31/12/2012).

Κατάσταση αποτελεσμάτων

Στον Πίνακα 8.11 παρουσιάζεται η κατάσταση αποτελεσμάτων της επιχείρησης-εκτροφείου για τα πέντε πρώτα χρόνια λειτουργίας της.

Κατάσταση αποτελεσμάτων						
Έτος	0	2013	2014	2015	2016	2017
Πωλήσεις	0	3.224	48.600	55.350	56.025	60.200
Κόστος πωληθέντων	0	2.945	5.262	5.382	5.382	5.422
Μεικτό λειτουργικό κέρδος	0	279	43.338	49.968	50.643	54.778
Λειτουργικά έξοδα	0	9.820	17.495	17.495	17.495	17.495
Λειτουργικό αποτέλεσμα (I)	0	-9.541	25.843	32.473	33.148	37.283
Αναλώσεις ζωικού κεφαλαίου προερχόμενο από αγορά	0	11.156	0	0	0	0
Αποσβέσεις	0	2.179	2.179	2.179	2.179	2.179
Αποτελέσματα προ τόκων και φόρων	0	-22.876	23.664	30.294	30.969	35.104
Τόκοι δανείων	0	0	0	0	0	0
Τόκοι καταθέσεων	0	0	0	0	0	0
Αποτέλεσμα προ φόρων	0	-22.876	23.664	30.294	30.969	35.104
Φόροι	0	0	118	4.544	4.645	5.266
Αποτελέσματα μετά τους φόρους	0	-22.876	23.664	25.750	26.324	29.839
Διανομή κερδών	0	0	0	0	0	0
Καθαρά αποτελέσματα χρήσης	0	-22.876	23.664	25.750	26.324	29.839

Πίνακας 8.11 Κατάσταση αποτελεσμάτων

Θεωρητικά για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας δεν γίνεται διανομή κερδών.

Κατάσταση ταμειακών ροών

Στον Πίνακα 8.12 παρουσιάζεται η κατάσταση των ταμειακών ροών της επιχείρησης-εκτροφείου για τα πέντε πρώτα χρόνια λειτουργίας της.

Κατάσταση ταμειακών ροών						
Έτος	0	2013	2014	2015	2016	2017
Λειτουργικό αποτέλεσμα (I)	0	-9.541	25.843	32.473	33.148	37.283
Αγορά αποθεμάτων	15.456	0	0	0	0	0
Ταμειακές ροές από λειτουργικές δραστηριότητες	-15.456	-9.541	25.843	32.473	33.148	37.283
Κεφαλαιουχικές δαπάνες πάγια	41.777	0	0	0	0	0
Φόροι	0	0	118	4.544	4.645	5.266
Ταμειακές ροές πριν τις χρηματοοικονομικές ροές	-57.233	-9.541	25.843	27.929	28.503	32.017
Τόκοι δανείων	0	0	0	0	0	0
Τόκοι έσοδα	0	0	0	0	0	0
Ταμειακές ροές πριν τη χρηματοδότηση	-57.233	-9.541	25.843	27.929	28.503	32.017
Εισφορά εταιρικού κεφαλαίου	90.000	0	0	0	0	0
Ταμειακές ροές πριν τη διάθεση κερδών	32.767	-9.541	25.843	27.929	28.503	32.017
Διανομή κερδών	0	0	0	0	0	0
Ταμειακές ροές περιόδου	32.767	-9.541	25.843	27.929	28.503	32.017
Λογαριασμός ταμείου						
Αρχικό υπόλοιπο λογαριασμού ταμείου	0	32.767	23.226	49.069	76.997	105.500
Μεταβολές περιόδου λογαριασμού ταμείου	32.767	-9.541	25.843	27.929	28.503	32.017
Τελικό υπόλοιπο λογαριασμού ταμείου	32.767	23.226	49.069	76.997	105.500	137.517

Πίνακας 8.12 Κατάσταση ταμειακών ροών

8.3 Αξιολόγηση

Στο υποκεφάλαιο αυτό θα γίνει αξιολόγηση της επένδυσης στην επιχείρηση-εκτροφείο σαλιγκαριών ώστε να διασαφηνιστεί αν μια τέτοιου είδους επένδυση είναι βιώσιμη, συμφέρουσα και επικερδής.

Στις μεθόδους που χρησιμοποιούν την προεξόφληση των ταμειακών ροών συμπεριλαμβάνονται η Καθαρή Παρούσα Αξία και η Εσωτερική Απόδοση της επένδυσης (Σπαθής, Π., 1999). Έτσι λοιπόν και στην προκειμένη περίπτωση έχει επιλεγεί η χρήση της Κ.Π.Α. καθώς επίσης και του Ε.Α. ώστε να γίνει αξιολόγηση της επένδυσης.

Η Κ.Π.Α. της επένδυσης, παρουσιάζει τις ταμειακές ροές των πέντε πρώτων ετών λειτουργίας της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών, καθώς επίσης και τα επόμενα πέντε χρόνια λειτουργία της, όπου θεωρούμε ότι έχει σταθερές ταμειακές ροές. Το επιτόκιο προεξόφλησης των ταμειακών ροών, δηλαδή το κόστος κεφαλαίου λόγω του ότι είναι μια επένδυση θεωρητικά με αυξημένο κίνδυνο, προσδιορίζεται με 10%.

Κατόπιν γίνεται υπολογισμός του Ε.Α. για το πέμπτο και δέκατο έτος της λειτουργίας του εκτροφείου-επιχείρησης, και ο υπολογισμός του γίνεται με την χρήση επιτοκίου που μηδενίζει την Κ.Π.Α. τα συγκεκριμένα έτη, 2017 και 2022. Επίσης γίνεται αναφορά στην απόδοση της επένδυσης με βάση τους αντίστοιχους στην προκειμένη περίπτωση αριθμοδείκτες.

Τέλος γίνεται αξιολόγηση της επένδυσης έχοντας ως δεδομένο ένα διαφορετικό σενάριο λειτουργίας της με όχι και τόσο αποδοτικά για την επιχείρηση αποτελέσματα (worst case scenario).

Καθαρή Παρούσα Αξία

Στον Πίνακα 8.13 παρουσιάζεται η Κ.Π.Α. της επένδυσης της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών.

Καθαρή παρούσα αξία επένδυσης											
Έτος	Κ.Κ.	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ελάχιστη απαιτούμενη απόδοση	10%										
Λειτουργική ταμειακή ροή		-9.541	25.843	32.473	33.148	37.283	37.283	37.283	37.283	37.283	37.283
Φόροι		0	118	4.544	4.645	5.266	5.056	5.056	5.056	5.056	5.056
Ετήσιες ταμειακές ροές		-9.541	25.961	27.929	28.503	32.017	32.227	32.227	32.227	32.227	32.227
Συντελεστής προεξόφλησης		1,10	1,21	1,33	1,46	1,61	1,77	1,95	2,14	2,36	2,59
Καθαρή παρούσα αξία		-8.674	21.456	20.983	19.468	19.880	18.191	16.538	15.034	13.667	12.425
Κόστος αρχικής επένδυσης	57.233										
Ετήσια καθαρή παρούσα αξία		-65.907	-44.452	-23.468	-4.001	15.880	34.071	50.609	65.643	79.310	91.735
Συνολική καθαρή παρούσα αξία	91.735										

Πίνακας 8.13 Κ.Π.Α.

Στον παραπάνω πίνακα εκτός του ότι υπολογίζεται η Κ.Π.Α. των πρώτων 10 ετών λειτουργίας της επιχείρησης, ταυτόχρονα υπολογίζεται η καθαρή παρούσα αξία για κάθε έτος της επένδυσης ξεχωριστά.

Εσωτερικός βαθμός απόδοσης

Στον Πίνακα 8.14 παρουσιάζεται η Ε.Α. της επένδυσης της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών. Ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης πενταετίας και δεκαετίας είναι το Κ.Κ. το οποίο μηδενίζει την υπολογισμένη Κ.Π.Α. του 2017 καθώς και του 2022.

Έτος	5ετίας	10ετίας
Εσωτερικός βαθμός απόδοσης	17,5%	31,4%

Πίνακας 8.14 Ε.Α.

Περίοδος αποπληρωμής

Στον Πίνακα 8.15 παρουσιάζεται η περίοδος αποπληρωμής της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών όπου από το τέταρτο έτος γίνεται η αποπληρωμή της αρχικής επένδυσης.

Περίοδος αποπληρωμής					
Έτος	0	2013	2014	2015	2016
Κόστος επένδυσης	57.233				
Ετήσιες ταμειακές ροές		-9.541	25.961	27.929	28.503
Σωρευτικές ταμειακές ροές		-9.541	16.420	44.349	72.851

Πίνακας 8.15 Περίοδος αποπληρωμής

Αριθμοδείκτες

Στον Πίνακα 8.16 παρουσιάζεται η απόδοση της επένδυσης. Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων (R.O.E.), η απόδοση των συνολικών περιουσιακών στοιχείων της επένδυσης (R.O.T.A.), το περιθώριο λειτουργικού κέρδους (EBITDA margin) και του καθαρού κέρδους.

Ο δείκτης επιστροφή των ιδίων κεφαλαίων (R.O.E.) μετράει το βαθμό ανακύκλωσης των ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης με βάση τις πωλήσεις. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης αυτός τόσο καλύτερη είναι η θέση της επιχείρησης, διότι κάνει μεγάλες πωλήσεις με μικρό ύψος ιδίων κεφαλαίων και ενδεχομένως να έχουμε

αυξημένα κέρδη. Ο αριθμοδείκτης της απόδοσης των συνολικών περιουσιακών στοιχείων μετράει τον βαθμό χρησιμοποίησης των παγίων περιουσιακών στοιχείων από την επιχείρηση σε σχέση με τις πωλήσεις της. Επίσης παρέχει ένδειξη του εάν υπάρχει υπερεπένδυση σε πάγια. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης αυτός, τόσο πιο εντατική είναι η χρησιμοποίηση των παγίων περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις της. Μείωση του δείκτη αυτού διαχρονικά μπορεί να σημαίνει ότι υπάρχει υπερεπένδυση κεφαλαίων σε πάγια σε σχέση με την δυνατότητα της επιχείρησης για πωλήσεις (ο αριθμοδείκτης R.O.T.A. παρουσιάζει ιδιομορφία επειδή όπως προαναφέρθηκε θεωρητικά δεν έχει γίνει διανομή κερδών). Ο δείκτης που μετράει το περιθώριο λειτουργικού κέρδους μετράει την αποδοτικότητα των πωλήσεων από την κανονική δραστηριότητα της επιχείρησης, δηλαδή πόσο επικερδείς είναι οι δραστηριότητες των αγορών, της παραγωγής και διάθεσης της επιχείρησης. Τέλος ο δείκτης καθαρού κέρδους παρουσιάζει το ποσοστό καθαρού κέρδους που επιτυγχάνει μια επιχείρηση από τις πωλήσεις της. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης τόσο πιο επικερδής είναι η επιχείρηση (www.specisoft.gr).

Απόδοση επένδυσης					
Έτος	2013	2014	2015	2016	2017
Return on equity (R.O.E.)	-25,4%	26,3%	28,6%	29,2%	33,2%
Return on total assets (R.O.T.A.)	-34,1%	26,1%	26,0%	21,7%	20,3%
Περιθώριο λειτουργικού κέρδους (E.B.I.T.(DA) margin)	-296,0%	53,2%	58,7%	59,2%	61,9%
Καθαρού κέρδους	-709,6%	48,7%	46,5%	47,0%	49,6%

Πίνακας 8.16 Απόδοση επένδυσης

Worst case scenario

Στη περίπτωση της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών θα λάβουμε υπόψη ως άσχημο σενάριο τη μη αναμενόμενη παραγωγή σαλιγκαριών κατά τα δύο πρώτα χρόνια της λειτουργίας της. Η επιλογή αυτή έγινε διότι στο παρελθόν ήταν συχνό φαινόμενο στα εκτροφεία της χώρας μας οπότε μπορεί να θεωρηθεί ρεαλιστική. Το να θεωρηθεί ότι μειώθηκαν οι πωλήσεις είναι αδύνατο διότι έχουμε λάβει ως δεδομένο την υπογραφή συμβολαίου της επιχείρησης για δέσμευση όλης της παραγωγής με κάποιον προμηθευτή-λιανοπωλητή.

Στον **Πίνακα 8.17** μετά από υπολογισμό παρουσιάζονται τα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης καθώς και η απόδοση της επένδυσης. Αξιοσημείωτο είναι το υπόλοιπο του ταμείου το δεύτερο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος που όπως προτείνεται παραπάνω, στην ανάλυση της χρηματοδότησης, απαιτείται για μια τέτοια επένδυση κεφάλαιο ύψους 90.000€.

Έτος	0	2013	2014	2015	2016	2017
Σαλιγκάρια σε κιλά	0	806	1.000	12.000	13.500	14.000
Συνολικό κόστος πωληθέντων	0	2.945	4.382	5.262	5.382	5.422
Ετήσιες πωλήσεις σαλιγκαριών	0	3.224	4.050	49.200	56.025	60.200
Λειτουργικό αποτέλεσμα	0	-9.541	-17.827	26.443	33.148	37.283
Καθαρά αποτελέσματα χρήσης	0	-22.876	-20.006	24.264	29.116	29.839
Τελικό υπόλοιπο λογαριασμού ταμείου	32.767	23.226	5.399	31.842	63.137	95.154
Απόδοση επένδυσης						
Return on equity (R.O.E.)		-25,4%	-22,2%	27,0%	32,4%	33,2%
Return on total assets (R.O.T.A.)		-34,1%	-42,5%	34,0%	30,8%	26,9%
Περιθώριο λειτουργικού κέρδους (E.B.I.T.(DA) margin)		-296,0%	-440,2%	53,7%	59,2%	61,9%
Καθαρού κέρδους		-709,6%	-494,0%	49,3%	52,0%	49,6%

Πίνακας 8.17 Οικονομικά αποτελέσματα W.C.S.

Έπειτα στον **Πίνακα 8.18** παρουσιάζεται η Κ.Π.Α. κάθε έτους για πρώτα δέκα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης προσδιορίζοντας και πάλι το Κ.Κ. στο 10%. Επίσης υπολογίζεται ο Ε.Α. πενταετίας και δεκαετίας, καθώς επίσης και της επταετίας δηλαδή της χρονιάς που γίνεται θετική η Κ.Π.Α.

Καθαρή παρούσα αξία ανά έτος					
Κ.Κ. 10%	2013	2014	2015	2016	2017
	-65.907	-80.640	-60.773	-39.398	-19.518
	2018	2019	2020	2021	2022
	-1.326	15.211	30.245	43.913	56.338
Εσωτερικός βαθμός απόδοσης					
5ετίας		7ετίας		10ετίας	
1.6%		14.3%		21.2%	

Πίνακας 8.18 Κ.Π.Α. και Ε.Α. W.C.S.

Στον **Πίνακα 8.19** παρουσιάζεται η περίοδος αποπληρωμής της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών όπου από το πέμπτο έτος γίνεται η αποπληρωμή της αρχικής επένδυσης.

Περίοδος αποπληρωμής						
Έτος	0	2013	2014	2015	2016	2017
Κόστος επένδυσης	57.233					
Ετήσιες ταμειακές ροές		-9.541	-17.827	26.443	31.295	32.017
Σωρευτικές ταμειακές ροές		-9.541	-27.368	-925	30.370	62.387

Πίνακας 8.19 Περίοδος αποπληρωμής W.C.S.

9. Συμπεράσματα

Είναι γεγονός ότι ένας λόγος επαναδραστηριοποίησης του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας στην Ελλάδα οφείλεται στην οικονομική κρίση, η οποία επηρέασε αρνητικά το βιοτικό επίπεδο των ανθρώπων που την κατοικούν κάνοντας τους να αναζητούν λύσεις και ευκαιρίες. Θεωρήθηκε **λανθασμένα** ότι είναι μια σίγουρη και γρήγορη λύση στο πρόβλημα της εξεύρεσης εργασίας-εισοδημάτων. Όπως αναφέρθηκε στην παρούσα ερευνητική εργασία η εκτροφή σαλιγκαριών **απαιτεί συγκεκριμένη γνώση και τεχνογνωσία, καθώς επίσης σχεδιασμό και προσεκτικά βήματα.**

Αρχικά το προϊόν μιας τέτοιας επένδυσης είναι παγκοσμίως γνωστό και αναγνωρισμένο. Υπάρχουν πολλές χώρες στο εξωτερικό που μέσα στις διατροφικές τους συνήθειες υπάρχει η κατανάλωση των σαλιγκαριών. Οι καταναλωτές των σαλιγκαριών του εξωτερικού έχουν προσδώσει ιδιαίτερη θέση στο συγκεκριμένο προϊόν θεωρώντας το σε σχέση με άλλα προϊόντα **ανώτερο ποιοτικά**, γεγονός που κάνει μια επιχείρηση εκτροφής σαλιγκαριών να παράγει και να εμπορεύεται ένα ιδιαίτερο προϊόν. Ο κύριος λόγος που το σαλιγκάρι κερδίζει αυτή την θέση στον χώρο των προϊόντων είναι η επιστημονικά τεκμηριωμένη **υψηλή διατροφική του αξία**. Αξίζει να σημειωθεί ότι εξαιτίας των ανώτερων αυτών ποιοτικών χαρακτηριστικών που διαθέτει το σαλιγκάρι στο μέλλον η ζήτηση του στους διεθνείς κλάδους της βιομηχανίας φαρμάκων και καλλυντικών θα αυξηθεί αισθητά.

Αυτό που πρέπει όμως να σημειωθεί είναι ότι η μη ύπαρξη βρώσιμων σαλιγκαριών στα μεγαλύτερα και περισσότερα πολυκαταστήματα (super market) της χώρας μας, δημιουργεί το συμπέρασμα ότι οι καταναλωτές στην Ελλάδα δεν τοποθετούν το προϊόν σαλιγκάρι στην ίδια θέση των διατροφικών τους συνηθειών με αυτή που το τοποθετούν οι καταναλωτές στο εξωτερικό. Άρα **το προϊόν σαλιγκάρι δεν παρουσιάζει τόσο μεγάλη ζήτηση στην Ελλάδα όσο στις αγορές του εξωτερικού.**

Με βάση τα δεδομένα που αφορούν την παραγωγή και το εμπόριο των σαλιγκαριών, ηγετικές θέσεις κατέχουν η Ιταλία στην παραγωγή και η Γαλλία στην εμπορία των σαλιγκαριών. Η χώρα μας έχει υιοθετήσει την μέθοδο εκτροφής από την γειτονική χώρα της Ιταλίας και επίσης διατηρεί σε μεγάλο βαθμό εμπορικές σχέσεις μαζί της. Στην ουσία μπορεί να θεωρηθεί ότι οι μητρικές επιχειρήσεις-εκτροφεία των Ελληνικών επιχειρήσεων-εκτροφείων προέρχονται από την Ιταλία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προαναφέρθηκαν η γειτονική χώρα της Ιταλίας καλύπτει τις ανάγκες της σε σαλιγκάρια κατά κύριο λόγο από εισαγωγές (62.5%). Αυτό σημαίνει ότι δεν καλύπτεται η ζήτηση από την εγχώρια παραγωγή. Αυτό από την μια είναι προφανώς μια ευκαιρία, δηλαδή η ύπαρξης μιας ελκυστικής αγοράς εξαιτίας των μη επαρκών ποσοστών κάλυψης της ζήτησης. Από την άλλη όμως προκύπτει μια σημαντική παράμετρος ως προς την παραγωγή σαλιγκαριών στην πράξη. Συγκεκριμένα με βάση τα στοιχεία που έχουν προαναφερθεί η χώρα αυτή παράγει **13.370 τόνους** σαλιγκαριών από εκτροφεία που καλύπτουν έκταση **8.000 εκταρίων** ή **80.000 στρεμμάτων**, ή αλλιώς αυτό μπορεί να ερμηνευτεί ότι κατά μέσο όρο στην Ιταλία παράγονται 0,167 τόνοι ανά στρέμμα ή **167 κιλά ανά στρέμμα** (προφανώς υπάρχουν εκτροφεία που παράγουν τα αναμενόμενα κιλά αλλά υπάρχουν και εκτροφεία που αποτυγχάνουν να παράγουν σαλιγκάρια). Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι στην **εκτροφή σαλιγκαριών υπάρχει η πιθανότητα της αποτυχημένης παραγωγής** οπότε απαιτεί όπως έχει προαναφερθεί ιδιαίτερη γνώση και τεχνογνωσία. Δηλαδή η εκτροφή σαλιγκαριών μπορεί να θεωρηθεί ότι δεν είναι απλή που σημαίνει ότι **αποτελεί μια επιχείρηση υψηλού κινδύνου (υψηλό επενδυτικό ρίσκο)**. Αυτό επίσης είναι ένα γεγονός που προβλημάτισε έντονα και τις επιχειρήσεις-εκτροφεία στη χώρα μας με μη ευνοϊκά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα όπως παρουσιάζονται και στο σενάριο που θεωρείται ως δεδομένο η μη αναμενόμενη απόδοση του εκτροφείου (worst case scenario).

Στη χώρα μας ο κλάδος της σαλιγκαροτροφίας σε σχέση με τις προαναφερθείσες χώρες, βρίσκεται αρκετά πίσω ως προς την εξέλιξη του. Τόσο από την πλευρά των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται που είναι ακόμα σε μικρό αριθμό σε σχέση με τις άλλες χώρες, όσο και από την πλευρά του κράτους που δεν έχει χαράξει τις ανάλογες πολιτικές και κατευθύνσεις πάνω στον δραστήριο τα τελευταία χρόνια κλάδο της σαλιγκαροτροφίας.

Μια νέα επιχείρηση που επιλέγει να επενδύσει σε ένα εκτροφείο παραγωγής σαλιγκαριών πρέπει να λάβει υπόψη ότι εισέρχεται σε έναν **ιδιαίτερο και ιδιόμορφο κλάδο** που παρουσιάζει από τη μια ομοιογένεια ως προς τις επιχειρήσεις του, από την άλλη όμως υπάρχουν πολλές παράμετροι ανάμεσα στις διαφόρων συμφερόντων ομάδες τόσο ως προς την προμήθεια των αρχικών απαιτήσεων όσο ως προς την διάθεση των προϊόντων. Δηλαδή μια επιχείρηση που έχει επιτυχημένη πορεία στον κλάδο για κάποια χρόνια μπορεί να αποκτήσει στο μέλλον κάποια αυτονομία από προμηθευτές-μεσάζοντες ώστε να αυξήσει τα ετήσια έσοδα της. Αυτό φυσικά για να

επιτευχθεί απαιτεί ιδιαίτερη γνώση και σωστή ανάλυση του κλάδου, παράλληλα όμως πρέπει να αναφερθεί ότι μια τέτοια επιλογή αυξάνει το επενδυτικό ρίσκο της επιχείρησης (δυσκολίας εύρεσης αγορών πώλησης όπως και εισόδου στα κανάλια διανομής).

Από χρηματοοικονομικής άποψης προκύπτουν επίσης πολύ σημαντικά συμπεράσματα για μια νέα επιχειρηματική μονάδα εκτροφής σαλιγκαριών. Το πρώτο και σημαντικότερο στοιχείο είναι ότι η περίοδος αποπληρωμής του αρχικού επενδυμένου κεφαλαίου της επιχείρησης-εκτροφείου σαλιγκαριών γίνεται στο τέλος του τέταρτου έτους της επένδυσης. Το χρονικό αυτό διάστημα αποπληρωμής μπορεί να επηρεάσει μια επιχειρηματική επιλογή για τη δημιουργία ή όχι μιας τέτοιας επένδυσης. Γεγονός που προϋποθέτει παρουσία κεφαλαίου στο ταμείο μιας τέτοιας επιχείρησης λόγω της ανάγκης για ρευστότητα κυρίως τα δύο πρώτα χρόνια της παραγωγικής διαδικασίας της μονάδας. Επίσης το ζήτημα της ρευστότητας αποτελεί έναν επιπλέον και ιδιαίτερο κίνδυνο σε σχέση με την οικονομική συγκυρία που επικρατεί στη χώρα μας όπου τα τραπεζικά ιδρύματα δεν εγκρίνουν δάνεια. Όπως έχει ήδη προαναφερθεί η χρηματοδότηση μια τέτοιας επένδυσης στηρίζεται αποκλειστικά και μόνο σε **ιδία κεφάλαια** και μια επένδυση υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου δεν είναι ελκυστική εξαιτίας του γενικότερου οικονομικού περιβάλλοντος.

Επιπλέον αξιοσημείωτο συμπέρασμα είναι ότι εκτός από την πρώτη χρονιά λειτουργίας της μονάδος στα επόμενα χρόνια το κόστος πωληθέντων καθώς και τα λειτουργικά έξοδα είναι περίπου σταθερά. Αντιθέτως τα έσοδα του εκτροφείου παρουσιάζουν άνοδο τόσο λόγω της αύξησης της παραγωγής σαλιγκαριών σε κιλά όσο και από την εκτιμώμενη σταθερή αύξηση της τιμής πώλησης τους (φυσικά δεν είναι απολύτως δεδομένο ότι η τιμή θα είναι ανοδική). Να σημειωθεί ότι η πρόβλεψη των πωλήσεων αφορά μόνο πώληση των προϊόντων σε τιμές χονδρικής. Είναι δεδομένο ότι μια αντίστοιχη επιχείρηση μπορεί ανά πάσα στιγμή να προωθήσει τα προϊόντα της ή μέρος αυτών στο λιανικό εμπόριο. Στην παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία υιοθετήθηκε ένα συγκρατημένο σενάριο, δηλαδή η επιχείρηση θα προσφέρει την παραγόμενη ποσότητα της σε τιμές χονδρικής μέσω συμβολαίου σε προμηθευτή-λιανοπωλητή όπως έχει προαναφερθεί.

Επίσης η επιχείρηση εκτός από το πρώτο έτος δεν έχει ανάγκη από αγορά ζωικού κεφαλαίου λόγω της ετήσιας αναπαραγωγής των σαλιγκαριών. Δηλαδή κάθε τέλος έτους προκύπτουν αποθέματα που στην ουσία δεν αποτελούν χρηματική εκροή για την επιχείρηση.

Από την Κ.Π.Α. των δέκα ετών της επένδυσης, προκύπτει θετικό αποτέλεσμα που σημαίνει ότι **η επένδυση γίνεται αποδεκτή**. Επίσης υπολογίζεται η Κ.Π.Α. για κάθε έτος ξεχωριστά. Εκτός από την Κ.Π.Α. δέκα χρόνων λειτουργίας της μονάδος η υπολογισμένη Κ.Π.Α. των πέντε χρόνων λειτουργίας της μονάδος είναι επίσης θετική. Το κόστος κεφαλαίου προσδιορίζεται στο 10% λόγω του αυξημένου ρίσκου της επένδυσης, του κόστους των ιδίων κεφαλαίων που είναι δυσεύρετα εν μέσω κρίσης και επειδή η χρηματοδότηση από τραπεζικά ιδρύματα είναι αδύνατη.

Από τον Ε.Α. που μηδενίζει την Κ.Π.Α. τόσο για τα πρώτα πέντε χρόνια της επένδυσης όσο και για τα δέκα προκύπτει ότι και στις δύο περιπτώσεις είναι μεγαλύτερος από το Κ.Κ. που χρησιμοποιήθηκε κατά τον υπολογισμό της Κ.Π.Α. (17,5% > 10% και 31,4% > 10% αντίστοιχα για το πέμπτο και δέκατο έτος της επένδυσης) που σημαίνει ότι και πάλι **η επένδυση γίνεται αποδεκτή**.

Επιπροσθέτως πρέπει να σημειωθεί ότι με βάση τον αριθμοδείκτη R.O.E., όπως έχει και προαναφερθεί με βάση την βιβλιογραφία, η επένδυση σε εκτροφείο σαλιγκαριών παρουσιάζει μεγάλη επιστροφή ως προς τα ίδια κεφάλαια γεγονός που την χαρακτηρίζει ως **επένδυση αποδοτική**. Επίσης οι αριθμοδείκτες περιθώριου λειτουργικού κέρδους και καθαρού κέρδους βρίσκονται σε υψηλά ποσοστά που αυτό σημαίνει ότι, με βάση τα δεδομένα παραγωγής που παρουσιάζονται στην παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία, η παρούσα επένδυση στο εκτροφείο παραγωγής σαλιγκαριών είναι επικερδής.

Ωστόσο όπως προαναφέρθηκε λόγω της ιδιομορφίας της εκτροφής σαλιγκαριών ένα άσχημο σενάριο (worst case scenario) μπορεί να κάνει την επένδυση αυτή μη δελεαστική. Αυτό προκύπτει από το ότι η Κ.Π.Α. γίνεται θετική τον έβδομο χρόνο της επένδυσης και ο Ε.Α. πενταετίας είναι 1,6% < 10% που σημαίνει ότι μια τέτοια επένδυση δεν γίνεται αποδεκτή. Επίσης η περίοδος αποπληρωμής γίνεται από το πέμπτο έτος της επένδυσης στοιχείο μη ικανοποιητικό λόγω της ευρύτερης οικονομικής συγκυρίας. Επιπλέον σε ένα τέτοιο σενάριο υπάρχει μεγάλος **κίνδυνος ρευστότητας** δεδομένο που απαιτεί επιπλέον κεφαλαία. Αυτός ήταν και ο κύριος λόγος που επιχειρήσεις-εκτροφεία στη χώρα μας έπαυαν να υπάρχουν έχοντας μερικές από αυτές μόλις ένα ή δύο χρόνια λειτουργίας. Αυτό οφείλεται στο ότι δεν είχαν προβλέψει ότι υπάρχει περίπτωση να μην αποδώσει η παραγωγική δραστηριότητα της μονάδας τα αναμενόμενα κιλά σαλιγκαριών.

Εν κατακλείδι, με τα συμπεράσματα που προέκυψαν από τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν στη παρούσα μεταπτυχιακή ερευνητική εργασία, η προοπτική

δημιουργίας μια μονάδας εκτροφής σαλιγκαριών μπορεί από τη μια να παρουσιάζει υψηλές αποδόσεις όταν προκύπτει από την παραγωγική διαδικασία μια φυσιολογική ποσότητα σαλιγκαριών σε κιλά σε σχέση με την έκταση του εκτροφείου, από την άλλη όμως υπάρχει διαρκώς υψηλός επενδυτικός κίνδυνος λόγω των πολύ σημαντικών ιδιομορφιών και ιδιαιτεροτήτων της επιχείρησης αυτής και του περιβάλλοντος της. Οπότε το κύριο συμπέρασμα το οποίο προκύπτει είναι ότι σε καμία περίπτωση **δεν πρέπει να θεωρηθεί η δημιουργία επιχείρησης εκτροφής σαλιγκαριών ως μια εύκολη και πολύ αποδοτική επενδυτική λύση**. Αντιθέτως μια τέτοια επένδυση έχει σημαντικό βαθμό επικινδυνότητας, πρέπει να γίνει κατόπιν σχολαστικού και προσεχτικού σχεδιασμού, γνώσης των γενικών και ειδικών απαιτήσεων μιας τέτοιας μονάδας, καθώς επίσης και με τη σωστή αποτύπωση και αντίληψη των δεδομένων και ιδιαιτεροτήτων του κλάδου της σαλιγκαροτροφίας τόσο στη χώρα μας όσο και στη παγκόσμια αγορά. Με την υιοθέτηση αυτής της φιλοσοφίας μπορεί μια επένδυση σε εκτροφείο σαλιγκαριών να είναι βιώσιμη και προσοδοφόρα.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Ελληνική ζωολογική εταιρία, (2009). Το κόκκινο βιβλίο των απειλούμενων ζώων της Ελλάδας. Αθήνα: Υπουργείο Περιβάλλοντος Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής.
- Λαζαρίδου-Δημητριάδου, Μ., Κάττουλας, Μ.Ε., (1985). Τα εδώδιμα και εμπορεύσιμα σαλιγκάρια της Ελλάδας – Σαλιγκαροτροφία. Θεσσαλονίκη: Εκδ: Γιαχούδη-Γιαπούλη Ο.Ε.
- Νικολαΐδης, Α., (2011). Το σαλιγκάρι και η εκτροφή του. Αθήνα: Αγρότυπος Α.Ε.
- Καραθανάση, Γ., (2002). Χρηματοοικονομική Διοίκηση και Χρηματιστηριακές Αγορές. Αθήνα: Μπένου Γ.
- Παπαδάκης, Β., (2002). Στρατηγική των Επιχειρήσεων. Αθήνα: Εκδ. Ε. Μπένου.
- Παπαγεωργίου, Κ., (2004). Βιώσιμη Συνεταιριστική Οικονομία Θεωρία και Πρακτική. Αθήνα: Εκδ. Αθ. Σταμούλη.
- Σέμος, Α., (2004). Αγροτική πολιτική, πολιτική αγροτικών προϊόντων. Θεσσαλονίκη: Εκδ. Ζήτη.
- Σιώμοκος, Γ., (2002). Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ. Αθήνα: Εκδ. Αθ. Σταμούλη.
- Σιώμοκος, Γ., (2004). Στρατηγικό Μάρκετινγκ. Αθήνα: Εκδ. Αθ. Σταμούλη.
- Σπαθής, Π., (1999). Χρηματοοικονομική Διοίκηση Γεωργικών Επιχειρήσεων και Εκμεταλλεύσεων.
- Τσουκαλάς, Σ., (2010). Λογιστική Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας. Αθήνα: Εκδ. Στοχαστής.
- Τσουκαλάς, Σ., (2010). Οργάνωση και Διαχείριση Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων. Αθήνα: Εκδ. Στοχαστής.
- Χατζηγιάννου, Μ., Εξαδάκτυλος, Α., Παναγιωτάκη, Π., Λαζαρίδου, Μ., Νεοφύτου, Χ., (2008). Καθορισμός των ποιοτικών προδιαγραφών των εκτρεφόμενων σαλιγκαριών *Helix aspersa*. Τελική Έκθεση του ερευνητικού προγράμματος που χρηματοδοτήθηκε από το Ε.Π.Ε.Α.Ε.Κ. ΙΙ - ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ

Π (Μέτρο 2.2.3, ενίσχυση ερευνητικών ομάδων στα Πανεπιστήμια) του Υπουργείου Παιδείας και Θρησκευμάτων. σελ. 168.

- Χατζηιωάννου, Μ. (2011). Πανεπιστημιακές παραδόσεις για το μάθημα «Εκτροφή Γαστεροπόδων Αμφιβίων και Ερπετών» Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Βόλος 2011.
- Gallo, G. (1986). Σαλιγκαροτροφία. Αθήνα: Εκδ. Ψιγάλου.
- Hickman, P. Cl., Roberts L., Larson Al., (2001). Ζωολογία, ολοκληρωμένες αρχές Τόμος Α. 2^η έκδοση. Αθήνα: Εκδ. Ίων σελ.394-409.

Ξενόγλωσση

- Avagnina, G., (2011). Snail farming. Cherasco: International institute of snail farming of Italy.
- Daguzan, J., (1989). Snail rearing or heliciculture of *Helix aspersa* Muller. Slugs and Snails in World Agriculture, British Crop Protection Council Monograph, p. 41,165- 175.
- Elmslie, L.J. (1989). Snail farming in field pens in Italy. British Crop Protection Council Monograph, p.41,19-25.
- Garefalaki, M.-E., Triantafyllidis A., Abatzopoulos, T., Staikou, A., 2010. The outcome of sperm competition is affected by behavioural and anatomical reproductive traits in a simultaneously hermaphroditic land snail. *Journal of Evolutionary Biology* 23(5): 966-976
- Gogas, A., Hatzioannou, M., Lazaridou, M., (2003). Heliciculture of *Helix aspersa* in Greece, British Crop Protection Council Monograph (Slugs and snails in world agriculture, ed. I. Henderson).
- Koemtzopoulos, E., Staikou, A., 2007. Variation in spermathecal morphology

is independent of sperm competition intensity in populations of the simultaneously hermaphroditic land snail *Cornu aspersum*. *Zoology* 110: 139-146

- Lazaridou-Dimitriadou, M., Alpyanni E., Baka, M., Brouziotis T., Kifonidis, N., Mihaloudi, E., Sioula, D., Vellis, G., (1998). Growth, mortality and fecundity in successive generations of *Helix aspersa* Muller cultured indoors and crowding effects on fast-, medium-and slow-growing snails of the same clutch. *Journal of Molluscan Studies* p.64, 67–74.
- MADEC, L., DAGUZAN, J., (1993). Geographic variation in reproductive traits of *Helix aspersa* Muller studied under laboratory conditions. *Malacologia*. p. 35 (1), 99-117.
- Wheelen, T., Hunger, D., (2012). Strategic management and business policy. New Jersey: Pearson Education Inc.

Αρθρογραφία

Ελληνική

- Βερίλλης, Π., Χατζηιωάννου, Μ., Κουφοστάθη, Ε., Νεοφύτου, Χρ., (2010) Μορφολογική μελέτη ινιδίων κολλαγόνου μυϊκού ιστού άγριων και εκτρεφόμενων σαλιγκαριών *Helix aspersa*. *Πρακτικά 32^ο Επιστημονικού Συνέδριου Ελληνικής Εταιρείας Βιολογικών Επιστημών*.
- Γενική Διεύθυνση Ζωικής Παραγωγής, (2011). Η εκτροφή των σαλιγκαριών στην Ελλάδα. Αθήνα: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Σελ. 11-13.
- Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Ρώμης, (2011). Ο κλάδος της σαλιγκαροτροφίας στην Ιταλία. Σελ. 2-9.
- Στάικου, Α., Χατζηιωάννου Μ., Γαρεφαλάκη Μ-Ε, Καλύβα Σ., Κοεμτζόπουλος, Ε. και Νεοφύτου, Χ., Βιολογία αναπαραγωγής σε πληθυσμούς του χερσαίου γαστερόποδου *Helix aspersa* 4ο Πανελλήνιο

Συνέδριο "Σύγχρονες τάσεις της έρευνας στην Οικολογία" Βόλος Οκτώβριος 2008.

- McKinsey&Company, (2011). Η Ελλάδα 10 χρόνια μπροστά, προσδιορίζοντας το νέο μοντέλο ανάπτυξης της Ελλάδας. Αθήνα: Athens Office.

Ξενόγλωσση

- Aiyeloja, A., Ogunjinmi, A., (2010). Poverty alleviation potential of snail farming in Ondo state, Southwest Nigeria. Nigeria: International Journal of Agricultural and Biological Sciences 1:1 2010. p. 44.
- Australian Government-Rural Industries Research and Development Corporation., (2003). Farming edible snails-lessons from Italy. Canberra: Union Offset Printing. p. 4.
- Begg, S., (2009). Code of practice Australian free-range snail farming. Orange NSW: Union Offset. p. 1.
- Begg, S., (2010). Australian free-range snails marketing strategies. Orange NSW: Union Offset. p. 1.
- Cheney, S., (1988). Raising Snails. Beltsville: National Agricultural Library. p. 13.
- Cobbinah, J., Vink, A., Onwuka, B., (2008). Snail farming production, processing and marketing. Wageningen: Agromisa Foundation p. 63, 66-67.

Διπλωματικές εργασίες

Δεσποτοπούλου, Α., (2008). Καταγραφή του σταδίου του γεννητικού συστήματος των σαλιγκαριών *Helix aspersa (Cornu aspersum)* (F1 γενιά) που προέρχονται από μονάδα εκτροφής. Μεταπτυχιακή Διατριβή, Βόλος: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Μαρτάκη, Ε., (2011). Διαφορές στην κατανάλωση, πληθυσμιακές εκτιμήσεις και διατροφικές προτιμήσεις σε είδη γαστερόποδων. Πτυχιακή Διατριβή, Ηράκλειο: Α.Τ.Ε.Ι. Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας. Σελ. 13-14.

Ιστοσελίδες

www.ethnos.gr

www.europa.eu

www.eurostat.com

www.minagric.gr

www.snailfarming.net

www.specisoft.gr