



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ
ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ, ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΦΡΟΥΤΩΝ**

Δημήτριος Χ. Καπετάνιος

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Π. Αρτίκης, Αναπλ. Καθηγητής Παν. Πει.
Κ. Ηλιόπουλος, Αναπλ. Ερευνητής ΙΝ.ΑΓΡ.Ο.Κ.
Κ. Λιάπης, Αναπλ. Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Αθήνα, Φεβρουάριος, 2017



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ
ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΦΡΟΥΤΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ
ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ, ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΦΡΟΥΤΩΝ**

Δημήτριος Χ. Καπετάνιος

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Π. Αρτίκης, Αναπλ. Καθηγητής Παν. Πει.
Κ. Ηλιόπουλος, Αναπλ. Ερευνητής ΙΝ.ΑΓΡ.Ο.Κ.
Κ. Λιάπης, Αναπλ. Καθηγητής Παντείου Πανεπιστημίου

Αθήνα, Φεβρουάριος, 2017

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία αποτελεί διπλωματική εργασία στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος «Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας» του τμήματος Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης και του τμήματος Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής εργασίας, κύριο Παναγιώτη Αρτίκη, για την πολύτιμη καθοδήγηση του, την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και την βοήθεια στην ολοκλήρωση της μελέτης. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω για τη συμμετοχή τους στην επιτροπής αξιολόγησης και την κριτική ανάγνωση της μελέτης, τον κύριο Ηλιόπουλο Κωνσταντίνο και τον κύριο Λιάπη Κωνσταντίνο.

Θα ήθελα επίσης να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον Market Manager του τμήματος Φρέσκων Φρούτων και Λαχανικών του σουπερμάρκετ ΑΒ Βασιλόπουλος, κύριο Ηρακλή Χριστοδουλάκη, για το ενδιαφέρον του και τις πολύτιμες πληροφορίες.

Τέλος, οφείλω να ευχαριστήσω την οικογένεια μου, οι οποίοι ήταν δίπλα μου και με στήριζαν σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου μέχρι το τέλος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο κλάδος των οπωροκηπευτικών αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες της ελληνικής οικονομίας. Η ποιότητα των ελληνικών φρούτων και λαχανικών είναι εξαιρετική και εκτιμάται διεθνώς. Επίσης, ο τομέας των νωπών οπωροκηπευτικών είναι ένας παραδοσιακός εξαγωγικός τομέας για την Ελλάδα, ο οποίος παρά την κρίση καταγράφει εντυπωσιακές επιδόσεις, αποτελώντας το 32 % των συνολικών αγροτικών εξαγωγών της χώρας.

Αντικείμενο της παρούσας μελέτης, αποτελεί η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου για την επέκταση μονάδας παραγωγής φρούτων στον τομέα της τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίας φρούτων. Συγκεκριμένα στη μελέτη εξετάζεται όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίας φρούτων, με σκοπό την αντικειμενική προσέγγιση και την ποσοτική ανάλυση των παραγόντων που επιδρούν σε ένα τέτοιο εγχείρημα, καταλήγοντας σε συμπεράσματα που αφορούν τη βιωσιμότητα και την απόδοση της επένδυσης.

Τα στοιχεία στα οποία βασίστηκε η μελέτη προέρχονται από επιστημονικά άρθρα, ηλεκτρονικές πηγές, άρθρα εφημερίδων, στατιστικές υπηρεσίες και από στοιχεία που συλλέχτηκαν κατόπιν προσωπικής συνέντευξης με επιχειρηματίες του κλάδου.

Η μελέτη χωρίζεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος παρουσιάζονται κάποια βασικά ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία για τα καλλιεργούμενα είδη φρούτων, καθώς και στοιχεία που αφορούν τον τομέα της τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίας των οπωροκηπευτικών στην Ελλάδα. Στο δεύτερο μέρος, παρουσιάζονται η περιγραφή της επιχείρησης, η ανάλυση της επιχειρηματικής ιδέας και η ανάλυση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Στη συνέχεια, ακολουθούν η στρατηγική ανάλυση της επιχείρησης και το πρόγραμμα μάρκετινγκ. Ακολουθεί η ανάλυση της χρηματοοικονομικής κατάστασης της πρώτης πενταετίας λειτουργίας. Τέλος, σειρά έχει η αξιολόγηση της επένδυσης και η ανάλυση ευαισθησίας για την επιχείρηση με σκοπό τη συνολική αξιολόγηση του σχεδίου και την εξαγωγή των τελικών συμπερασμάτων.

Λέξεις κλειδιά: Οπωροκηπευτικά, Τυποποίηση φρούτων, Συσκευασία φρούτων, Εμπορία φρούτων, Χρηματοοικονομική ανάλυση, Καθαρή παρούσα αξία, Εσωτερικός βαθμός απόδοσης, Αριθμοδείκτες, Ανάλυση ευαισθησίας

ABSTRACT

The fruit and vegetables sector is one of the main pillars of the Greek economy. Greek fruit and vegetables are internationally recognized for their quality. Moreover, the sector of fresh fruit and vegetables is a traditionally exporting one and in spite of the economic crisis, it records impressive performance, accounting for 32% of total agricultural exports of the country.

The aim of the present study, is the development of a business plan for the expansion of a fruit production unit in standardization, packaging and trading of fruit. Specifically, the whole range of activities regarding standardization, packaging and trading are investigated, in order to quantitatively analyze the factors which, influence such a venture and finally leading to conclusions concerning the viability and the Return on Investment (ROI),

The input data of the study were collected from scientific articles, websites, newspaper articles, official offices' statistical data and from individual interviews with agricultural sector relevant entrepreneurs.

The study is divided into two sections. In the first one, some basic qualitative and quantitative data on the cultivated fruit species are presented, as well as some data on standardization, packaging and trading of fruit and vegetables in Greece. In the second section, the business plan is analyzed along with the internal and external business environment. Then, the business and marketing strategy analysis is presented followed by an analysis of the company's financial forecast over the next five years. Finally, a review of the investment is conducted and a sensitivity analysis, regarding the overall assessment of the business plan, is presented along with the conclusions.

Keywords: Fruit and Vegetables, Fruit Standardization, Fruit Packaging, Fruit trading, Financial Analysis, Net Present Value, Sensitivity Analysis

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT	5
ΜΕΡΟΣ Α.....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΦΡΟΥΤΑ.....	10
1.1 Εσπεριδοειδή	10
1.1.1 Βοτανολογικά	11
1.1.2 Πορτοκάλια	11
1.1.3 Μανταρίνια	14
1.1.4 Λεμόνια	15
1.1.5 Γκρέιπφρουτ.....	17
1.1.6 Στοιχεία Παραγωγής.....	18
1.2 Πυρηνόκαρπα.....	30
1.2.1 Βερικοκιά.....	30
1.2.2 Βοτανολογικά	31
1.2.3 Καλλιεργούμενες ποικιλίες βερικοκιάς	32
1.2.4 Στοιχεία Παραγωγής.....	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ – ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ – ΕΜΠΟΡΙΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ.....	47
2.1 Εισαγωγή	47
2.2 Βήματα	47
2.3 Εμπόριο Οπωροκηπευτικών.....	55
2.4 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου	57
2.5 Θεσμικό Πλαίσιο	58
2.6 Ανάλυση SWOT.....	59
2.7 Τάσεις και Προοπτικές	61
ΜΕΡΟΣ Β	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΡΕΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	64
1.1 Συνοπτική Περιγραφή Τρέχουσας Κατάστασης.....	64
1.1.1 Παραγόμενα Προϊόντα.....	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ.....	67
2.1 Συνοπτική Παρουσίαση Εγχειρήματος.....	67
2.2 Αποστολή και Όραμα	67
2.3 Νομική μορφή	68
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	69

3.1 Οργανόγραμμα Επιχείρησης.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	72
4.1 Ευρύτερο – μάκρο περιβάλλον.....	72
4.1.1 Αγροτροφικός τομέας.....	72
4.1.2 Ανάλυση PEST.....	73
4.2 Μίκρο περιβάλλον.....	75
4.2.1 Ανάλυση Porter:.....	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.....	79
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	81
6.1 Επιχειρησιακή Στρατηγική.....	81
6.2 Επιχειρηματική στρατηγική.....	81
6.3 Στρατηγικές επιμέρους λειτουργιών.....	81
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	84
7.1 Στόχοι Μάρκετινγκ.....	84
7.2 Προϊόν.....	84
7.3 Κανάλια διανομής.....	84
7.4 Τιμολογιακή πολιτική.....	85
7.4 Προώθηση.....	87
7.5 Προϋπολογισμός.....	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ - ΕΠΕΝΔΥΣΗ.....	89
8.1 Σύσταση του νομικού σχήματος και έναρξη του επιτηδεύματος.....	89
8.2 Μελέτη – Αδειοδότηση κτιριακής εγκατάστασης.....	94
8.3 Διαμόρφωση κτιριακών εγκαταστάσεων – Μηχανολογικός εξοπλισμός.....	94
8.4 Αγορά Οχημάτων.....	95
8.5 Εγκατάσταση συστήματος ασφαλείας και πιστοποίησης προϊόντων.....	95
8.6 Συνολικό ύψος επένδυσης.....	96
8.7 Μελλοντικές επενδύσεις.....	96
9. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ.....	97
9.1 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία προϊόντων.....	97
9.2 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία πωλήσεων.....	99
9.3 Σχέδιο χρηματοδότησης.....	100
9.4 Αποτελέσματα χρήσης πενταετίας.....	100
9.5 Προϋπολογιστικοί Ισολογισμοί.....	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ.....	107
10.1 Αριθμοδείκτες.....	107
10.2 Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ – NPV).....	110

10.3 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR)	112
10.4 Περίοδος Αποπληρωμής	113
10.5 Ανάλυση Νεκρού Σημείου	113
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ.....	115
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	119
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	120

Μέρος Α

ΜΕΡΟΣ Α

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΦΡΟΥΤΑ

1.1 Εσπεριδοειδή

Η σημασία των εσπεριδοειδών στη γεωργία και στην παγκόσμια οικονομία συνάγεται από την ευρεία εξάπλωση τους και τη μεγάλη παραγωγή. Τα εσπεριδοειδή καλλιεργούνται σε χώρες, που έχουν τροπικό και υποτροπικό κλίμα, κατάλληλο έδαφος, επαρκή υγρασία και είναι απαλλαγμένες από παγετούς. Η καλλιεργούμενη έκταση τους σε παγκόσμια κλίμακα υπολογίζεται σε 24 εκατομμύρια στρέμματα, της οποίας το 80 % ανήκει στις παραμεσόγειες περιοχές και στη Βόρειο και Κεντρική Αμερική, ενώ το υπόλοιπο 20 % κατανέμεται στην Άπω Ανατολή (10 %), Νότιο Αμερική (6 %) και σε άλλες χώρες του Νότιου ημισφαιρίου (4 %), συμπεριλαμβανομένων της Νοτίου Αφρικής και Αυστραλίας. Η παγκόσμια παραγωγή υπολογίζεται σε 67.398.000 μετρικούς τόνους. Για κάθε είδος αντιστοιχούν κατά προσέγγιση τα εξής ποσοστά: 65 % πορτοκάλια, 12% μανταρίνια, 10 % λεμόνια, 10 % γκρέιπφρουτ και 3 % λοιπά είδη. Οι παραμεσόγειες χώρες διαθέτουν 80 % της παραγωγής για κατανάλωση ως φρέσκο καρπό και το 20 % σε επεξεργασμένη μορφή, ενώ αντιθέτως η Βόρειο και Κεντρική Αμερική διαθέτουν μόνο το 20 % της παραγωγής σε φρέσκο καρπό και το 80 % σε επεξεργασμένη μορφή.

Τα εσπεριδοειδή ανήκουν στην οικογένεια Rutaceae, στην υποοικογένεια Aurantioideae, στη φυλή Citrae και στην υποφυλή Citrinae. Είναι ιθαγενείς της Νοτιοανατολικής Ασίας και ειδικότερα της Ανατολικής Ινδίας. Παρόλο που πολλές από τις υπάρχουσες ποικιλίες καλλιεργούνται από τους αρχαίους ακόμα χρόνους, οι προγεννήτορες των παραμένουν ακόμα άγνωστοι.

Στην Ευρώπη το πρώτο γνωστό είδος από τα εσπεριδοειδή ήταν η κιτριά. Η νεραντζιά ήταν γνωστή στους Άραβες, οι οποίοι διέδωσαν την καλλιέργεια της και στην Ανατολική Μεσόγειο και αργότερα σε Αφρική και Νότια Ευρώπη. Η λεμονιά και η φράπα διαδόθηκαν κατά τον ίδιο τρόπο. Η πορτοκαλιά εισήχθη από την Κίνα και διαδόθηκε στην Ευρώπη από τους Πορτογάλους κατά το δέκατο αιώνα. Η μανταρινιά δεν ήταν γνωστή στην Ευρώπη μέχρι τους νεότερους χρόνους. Το πρώτο δέντρο εισήχθη στην Αγγλία το 1805 από όπου διαδόθηκε και στις Μεσογειακές χώρες. Τα εσπεριδοειδή ήταν άγνωστα στο δυτικό ημισφαίριο μέχρι τον ερχομό του Κολόμβου, ο οποίος κατά το δεύτερο ταξίδι του το 1493 μετέφερε σπόρους από πορτοκάλια,

λεμόνια και κίτρα στην Ταϊτή. Οι περισσότερες ποικιλίες των διαφόρων ειδών εσπεριδοειδών που καλλιεργούνται σήμερα σε όλη την υφήλιο προήλθαν κυρίως από επιλογή και μεταλλαγές (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).

1.1.1 Βοτανολογικά

Τα εσπεριδοειδή ανήκουν στην οικογένεια Rutaceae. Τα εμπορικά καλλιεργούμενα εσπεριδοειδή ανήκουν στο γένος Citrus, τα οποία χαρακτηρίζονται από καρποκύτταρα με νόστιμο και αρωματικό χυμό, υπόξινο ή γλυκό και είναι απαλλαγμένα μερικώς ή εξ ολοκλήρου ελαιοσταγονιδίων με πικρή γεύση. Το είδος Citrus medica είναι η κιτριά, το Citrus limon η λεμονιά, το Citrus aurantium η νεραντζιά, το Citrus sinensis η πορτοκαλιά, το Citrus reticulate η μανταρινιά και το Citrus paradisi το γκρέιπφρουτ.

Τα καλλιεργούμενα εσπεριδοειδή είναι δέντρα μονόκορμα, που συνήθως εκφύονται από τον κορμό σε ύψος 60 – 120 εκατοστά. Η κόμη των φύλλων τους συνήθως έχει σχήμα σφαιρικό. Τα εσπεριδοειδή (εκτός της λεμονιάς) πέφτουν σε λήθαργο τον χειμώνα αλλά δεν αποβάλλουν τα φύλλα τους (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).

Τα εσπεριδοειδή παρότι είναι αείφυλλα, χαρακτηρίζονται από μία τάση συνεχούς ανανέωσης του φυλλώματος τους. Το μέγεθος των φύλλων ποικίλει ανάλογα με το είδος και οι μίσχοι τους μπορεί να φέρουν ή όχι πτερύγια (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).

Τα άνθη των εσπεριδοειδών χαρακτηρίζονται για το πλούσιο άρωμα τους και την ευχάριστη θέα με το λευκό τους χρώμα. Το μέγεθος των ανθών ποικίλει από 1,8 εκατοστά μέχρι 3,8 εκατοστά. Τα άνθη των εσπεριδοειδών είναι υπόγυνα και κατά κανόνα ερμαφρόδιτα (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).

1.1.2 Πορτοκάλια

Οι καλλιεργούμενες ποικιλίες πορτοκαλιάς γενικά κατατάσσονται σε τέσσερις ομάδες:

1. Την ομάδα των κοινών πορτοκαλιών
2. Την ομάδα των ομφαλοφόρων ποικιλιών.
3. Την ομάδα των αιματόχρωμων ποικιλιών
4. Την ομάδα των γλυκόχυμων ποικιλιών.

Καλλιεργούμενες ποικιλίες πορτοκαλιάς

Washington navel (μέρλιν)

Η ποικιλία αυτή εισήχθηκε στην Ελλάδα από την Καλιφόρνια των ΗΠΑ το 1824 από τον καθηγητή денδροκομίας Πάνο Αναγνωστόπουλο. Αντιπροσωπεύει το 58 % των πορτοκαλόδενδρων. Η συγκεκριμένη ποικιλία αναφέρετε λόγω της ευρείας διάδοσης της.

Ο καρπός της είναι μεγάλος και έχει σχήμα σφαιρικοωειδές ή ελλειψοειδές. Ο ομφαλός είναι μέτριος προς μεγάλος και μερικές φορές προεξέχει του καρπού. Ο φλοιός είναι μέτριος σε πάχος έως παχύς και ελαφρά κοκκώδης. Η σάρκα είναι τραγανή, τρυφερή, πλούσια σε άρωμα, γευστική και μετρίως χυμώδης. Οι μεμβράνες των καρπόφυλλων είναι πολύ λεπτές. Είναι άσπερμη ποικιλία, πρώιμης ωρίμανσης και ανθεκτική στις μεταφορές (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).



Εικόνα 1.1.2.1 Πορτοκάλι Washington navel (πηγή: www.gardenamerica)

Navelina (Dalmau)

Ο καρπός είναι μεγάλος και έχει σχήμα σφαιροωοειδές ή ελλειψοειδές. Ο φλοιός είναι δερματώδης. Ο ομφαλός δεν προεξέχει πολύ και είναι πιο κλειστός σε σχέση με άλλες ποικιλίες που ανήκουν στην ομάδα. Η σάρκα είναι λιγότερο τραγανή αλλά πιο χυμώδης. Ωριμάζει δύο έως τρεις εβδομάδες μετά την ποικιλία Washington navel διατηρείται καλύτερα πάνω στο δέντρο και για μακρότερο χρονικό διάστημα χωρίς να χάσει σε ποιότητα. Σαν δέντρο είναι ζωηρότερο της Washington navel και πιο παραγωγικό. Θεωρείται μία πολύ καλή ποικιλία. Κατά το Gonzalez – Sicilia, η ισπανική αυτή ποικιλία προέκυψε από μεταλλαγή της ποικιλίας Washington navel το 1948



Εικόνα 1.1.2.2. Πορτοκάλι Navelina (πηγή: www.green-food.net)

Newhall

Ο καρπός της είναι λίγο μικρότερος από την Washington navel σε μέγεθος και έχει σχήμα επίμηκες έως ελλειψοειδές. Ο χρωματισμός των καρπών είναι πορτολέρυθρος και η γεύση τους εκλεκτή. Ωριμάζει νωρίτερα από την Washington navel. Σαν δέντρο είναι λιγότερο ζωνηρό από αυτά της ποικιλίας Washington navel και τα φύλλα του δέντρου είναι ελαφρώς πιο πράσινα. Η ποικιλία προέκυψε από μεταλλαγή και καλλιεργείται λόγω της καλής εμφανίσεως, της γεύσης και της πρωιμότητας του καρπού (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).

Lane Late

Είναι μια νέα ποικιλία για την χώρα μας, προερχόμενη από την Αυστραλία, που εδώ και πολλές δεκαετίες έχει εισαχθεί στην Ισπανία και την Καλιφόρνια και έχει υποστεί αρκετές βελτιώσεις. Τα δέντρα είναι μετρίου μεγέθους, καλής παραγωγικότητας, και οι καρποί έχουν πολύ καλή πρόσφυση με τον ποδίσκο, έτσι ώστε η ποικιλία αυτή να υφίσταται ελάχιστες ζημιές από τις αυξημένες βροχοπτώσεις του χειμώνα. Οι καρποί μπορούν να διατηρηθούν στα δέντρα μέχρι τα τέλη Ιουνίου. Εφόσον οι εδαφοκλιματικές συνθήκες το επιτρέπουν και δεν υπάρχει το πρόβλημα κοκκίωσης, δίδει καλούς συνδυασμούς με τα υποκείμενα citrumelo Swingle, citrange Carrizo και την νεραντζιά. Η ποικιλία αυτή μπορεί να προωθηθεί στις βιολογικές καλλιέργειες γιατί δεν απαιτεί χρησιμοποίηση ορμονών προκειμένου να αντιμετωπιστεί το «water spot» (κηλίδα ύδατος) και η έντονη καρπόπτωση λόγω των βροχοπτώσεων. Η περιεκτικότητα των καρπών σε χυμό κυμαίνεται από 40-45 %, ενώ στα μέρλην η περιεκτικότητα κυμαίνεται από 33-35 % (Ευτύχης Πρωτοπαπαδάκης, 2006).

1.1.3 Μανταρίνια

Η μανταρινιά είναι το πιο ανθεκτικό στο ψύχος είδος από τα εμπορικής σημασίας εσπεριδοειδή. Οι καρποί της αντίθετα, λόγω του μικρού τους μεγέθους και του λεπτού φλοιού είναι πιο ευαίσθητοι στο ψύχος από τα πορτοκάλια, αλλά πιο ανθεκτικοί στη θερμότητα. Έτσι η μανταρινιά θεωρείται ευρύτερης κλιματικής προσαρμοστικότητας.

Καλλιεργούμενες ποικιλίες μανταρινιάς

Κλημεντίνη

Το μέγεθος του καρπού της ποικίλλει, από μικρό έως μέτριο και το σχήμα από σφαιρικό (ελαφρώς πλακέ) έως επίμηκες. Συνήθως φέρει μικρό ομφαλό. Ο φλοιός έχει μέτριο πάχος, είναι μετρίως συνεκτικός, λείος και αποσπάται εύκολα. Δε χαρακτηρίζεται από

το λεγόμενο φούσκωμα των καρπών, που συνήθως παρατηρείται μετά την ωρίμανση. Το χρώμα του είναι βαθύ πορτοκαλί έως κοκκινοπορτοκαλί, αλλά όχι έντονα κόκκινο. Η σάρα έχει χρώμα βαθύ πορτοκαλί, είναι τρυφερή, χυμώδης, γευστική με γλυκιά γεύση, αρωματική και υπόξινη. Διατηρείται πολύ καλά πάνω στο δέντρο, χωρίς να χάνει σε ποιότητα.

Σαν δέντρο είναι μέτριας ζωηρότητας, φέρει μικρά φύλλα και δεν έχει αγκάθια. Κατά τον Trabut προέκυψε ως ένα τυχαίο υβρίδιο σε μια μανταρινοφυτεία σπορόφυτων. Χαρακτηρίζεται από την μικρή ανάγκη σε ολική θερμότητα, για την ωρίμανση των καρπών της και την ευαισθησία των άσπερμων καρπών της στις μη ευνοϊκές συνθήκες. Σε περιοχές υψηλής ολικής θερμότητας ωριμάζει πολύ νωρίς, μεγάλους και εκλεκτής ποιότητας καρπούς. Έτσι θεωρείται η καλύτερη ποικιλία μανταρινιάς της Μεσογείου (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).



Εικόνα 1.1.3.1. Μανταρίνι Κλημεντίνη (πηγή: www.k-plants.gr)

1.1.4 Λεμόνια

Η λεμονιά καλλιεργείται σε μικρή έκταση στις ημιτροπικές και τροπικές χώρες λόγω των περιβαλλοντικών συνθηκών που επικρατούν. Οι ποικιλίες της λεμονιάς κατατάσσονται σε δύο ομάδες. Από τις ομάδες αυτές η μία περιλαμβάνει τα κοινά

λεμόνια ή τις οξύχυμες ποικιλίες και η άλλη τα γλυκολέμονα ή τις ποικιλίες με χαμηλή οξύτητα. Και οι δύο ομάδες χαρακτηρίζονται από πορφυρό χρωματισμό των οφθαλμών και των νεαρών βλαστήσεων.

Καλλιεργούμενες ποικιλίες λεμονιάς

Interdonato

Ο καρπός της έχει μεγάλο μέγεθος, σχήμα επίμηκες ή κυλινδρικό, κοντό λαιμό και ανεπτυγμένη κωνική (αιχμή θηλή), η οποία περιβάλλεται από αυλάκι. Ο φλοιός έχει μέτριο πάχος, είναι πολύ λείος και στιλπνός. Ο χρωματισμός της είναι κίτρινος κατά την ωρίμανση. Η σάρκα έχει χρώμα πρασινοκίτρινο, είναι τραγανή, πλούσια σε χυμό και ξινή γεύση (ελαφρώς πικρή). Είναι ποικιλία λιγόσπερμη, με παραγωγή κυρίως το φθινόπωρο και την άνοιξη. Θεωρείται η πρωιμότερη από τις Ιταλικές ποικιλίες.

Σαν δέντρο είναι ζωντανό, συνήθως χωρίς αγκάθια και μέτριας πυκνότητας φύλλωμα. Τα φύλλα είναι μεγάλα και μοιάζουν λίγο με τα φύλλα της κιτριάς. Είναι ποικιλία μετρίως παραγωγική και καλλιεργείται κυρίως για την πρωιμότητα της. Η ποικιλία θεωρείται υβρίδιο μεταξύ της λεμονιάς και της κιτριάς και κατάγεται από τη Nizza της Σικελίας (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).



Εικόνα 1.1.4.1. Λεμόνι Interdonato (πηγή: www.citrusi.com)

1.1.5 Γκρέιπφρουτ

Το γκρέιπφρουτ κατάγεται από τη δυτική Ινδία και πήρε το όνομα του από την ιδιομορφία του είδους που παράγει καρπούς σε ομάδες. Θεωρείται βέβαιο ότι προήλθε από τη φράπα, αλλά αν προέκυψε από φυσική μεταλλαγή ή από φυσικό υβριδισμό δεν είναι γνωστό. Σήμερα καλλιεργείται στις ΗΠΑ, στο Ισραήλ, στην Ισπανία, στην Αυστραλία, κ.α. Στη χώρα μας, αν και είναι γνωστό, δεν έτυχε μεγάλης εμπορικής διαδόσεως.

Το γκρέιπφρουτ σαν δέντρο είναι ζωηρό. Θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα σε μέγεθος εσπεριδοειδή, όταν καλλιεργείται υπό ευνοϊκές συνθήκες. Ακόμα θεωρείται ανθεκτικό στη θερμότητα, στο ψύχος και μερικώς στην καλλιεργητική αμέλεια. Επομένως, χαρακτηρίζεται από ευρεία κλιματική προσαρμοστικότητα, αλλά λόγω των αναγκών του σε θερμότητα για παραγωγή καρπών καλής ποιότητας καλλιεργείται σε περιοχές με ζεστό κλίμα.

Τα γκρέιπφρουτ χαρακτηρίζονται σε δύο ομάδες. Τα κοινά και τα αιματόχρωμα. Γενικά οι ένσπερμες ποικιλίες είναι πρώιμες ή μεσοπρώιμες, ενώ οι άσπερμες όψιμες.

Καλλιεργούμενες ποικιλίες Γκρέιπφρουτ

Foster (αιματόχρωμη ποικιλία)

Ο καρπός της έχει μέσο έως μεγάλο μέγεθος και σχήμα σφαιρικό έως πλακέ. Ο φλοιός έχει μέτριο πάχος και η επιφάνεια του είναι λεία. Το χρώμα του καρπού αρχικά είναι ανοιχτοκίτρινο, αλλά κάτω από ευνοϊκές συνθήκες λαμβάνει ρόδινη απόχρωση. Η σάρκα είναι λευκή, αλλά κάτω από ευνοϊκές συνθήκες λαμβάνει ρόδινη απόχρωση. Ακόμα είναι χυμώδης και γευστική. Είναι ποικιλία πολύσπερμη και μεσοπρώιμη. Σαν δέντρο είναι ζωηρό, μεγάλου μεγέθους και παραγωγικό. Η ποικιλία αυτή προέκυψε από μεταλλαγές της ποικιλίας Walters σε εσπεριδοφυτεία (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 2003).



Εικόνα 1.1.5.1. Γκρέιπφρουτ Foster (πηγή: www.aggie-horticulture.tamu.edu)

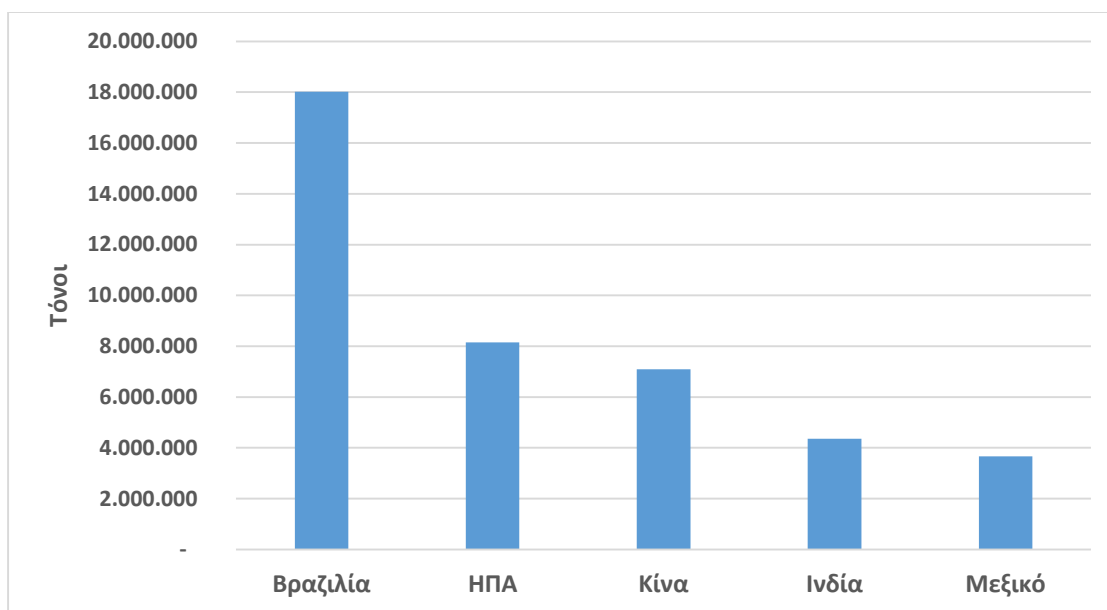
1.1.6 Στοιχεία Παραγωγής

Πορτοκάλια

Παγκόσμια παραγωγή

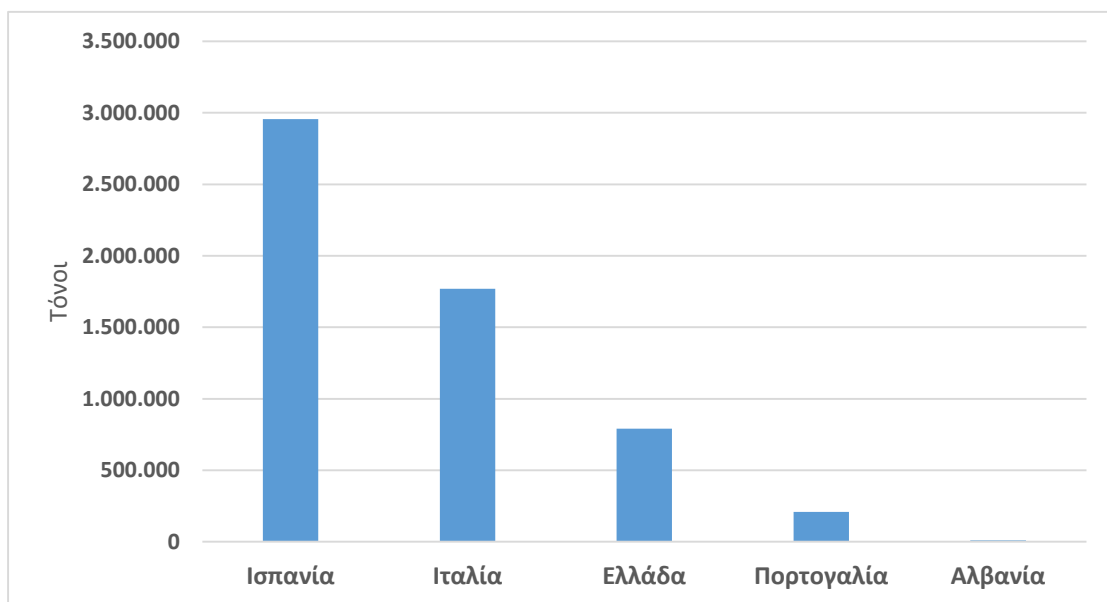
Η παγκόσμια παραγωγή πορτοκαλιών για το έτος 2012, σύμφωνα με στοιχεία του Faostat, ήταν 68.951.625 τόνους. Το 49,8 % της παραγωγής ήταν στην Αμερική, το 29,1 % στην Ασία, η Αφρική με 12,1 % το 8,3 % στην Ευρώπη και το 0,6 % στην

Ωκεανία. Η πρώτη παραγωγός χώρα ήταν η Βραζιλία με 18.012.560 τόνους, ακολουθούν οι ΗΠΑ με 8.148.343 τόνους, η Κίνα με 7.096.400 τόνους, η Ινδία με 4.360.400 τόνους και το Μεξικό με 3.666.790 τόνους.



Διάγραμμα 1.1.6.1. 5 πρώτες παραγωγί χώρες πορτοκαλιών παγκοσμίως, 2012
(πηγή: Faostat)

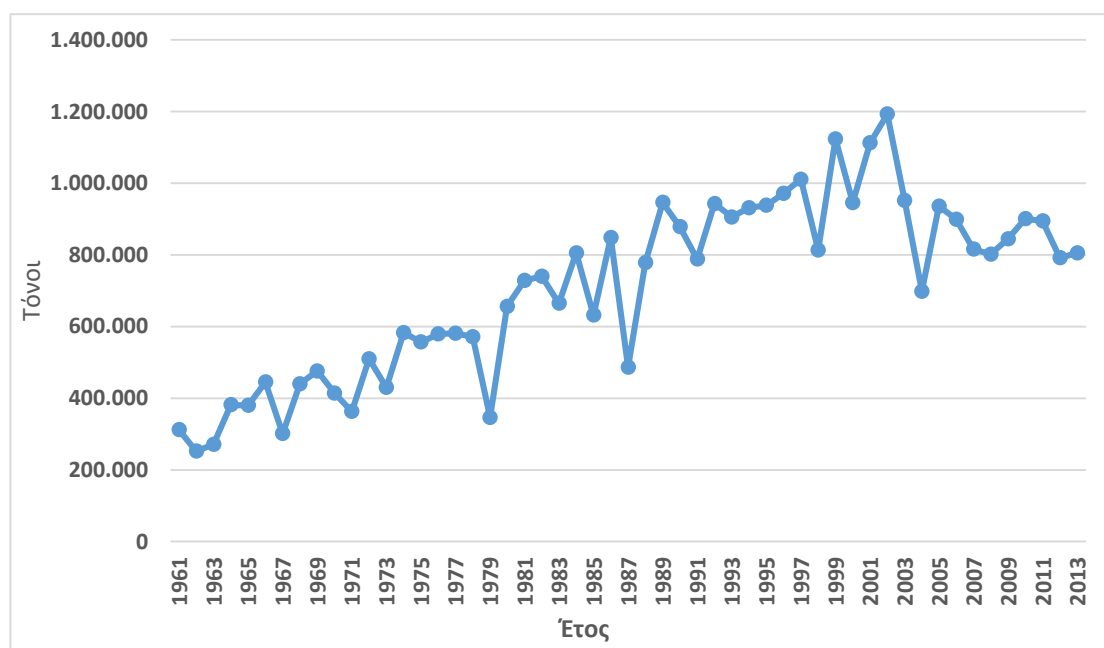
Η παραγωγή στην Ευρώπη για το έτος 2012 ήταν 5.750.268 τόνους. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 3^η θέση στον ευρωπαϊκό χάρτη με παραγωγή 791.600 τόνους, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, ενώ ακολουθούν η Πορτογαλία και η Αλβανία.



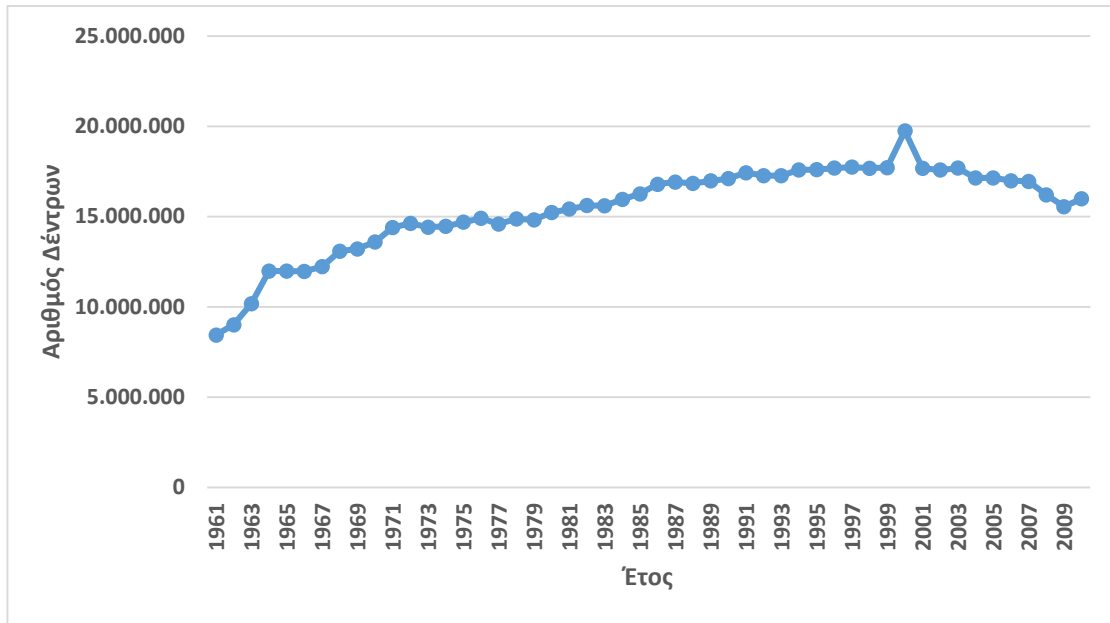
Διάγραμμα 1.1.6.2. 5 πρώτες παραγωγί χώρες πορτοκαλιών στην Ευρώπη, 2012
(πηγή: Faostat)

Εγχώρια Παραγωγή

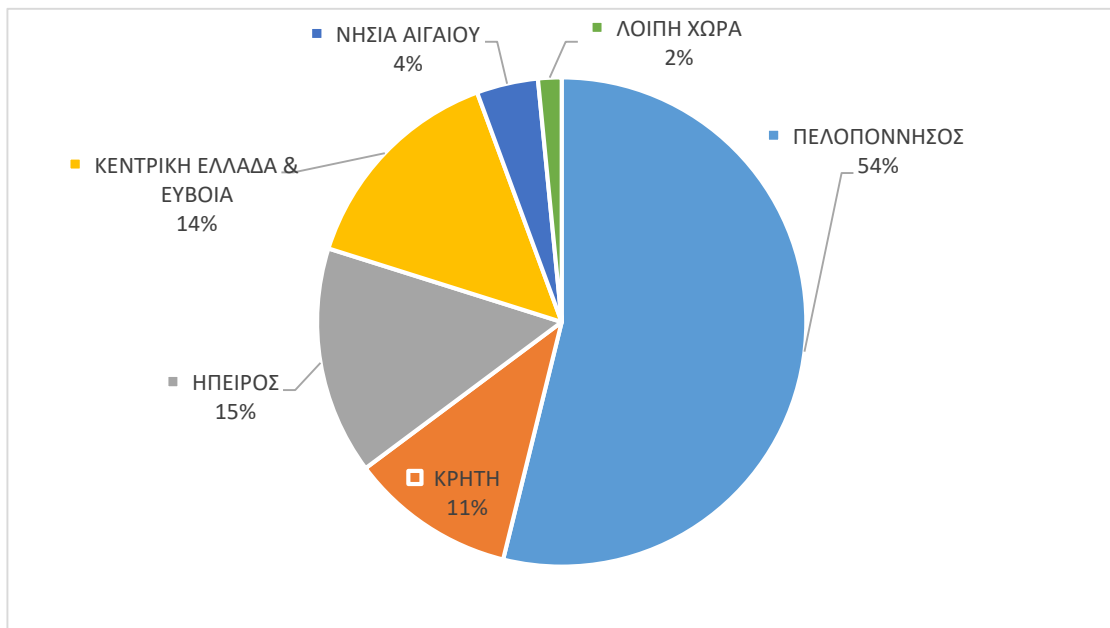
Τα σπουδαιότερα κέντρα παραγωγής πορτοκαλιών στην Ελλάδα είναι οι νομοί Λακωνίας, Αργολίδας, Κορινθίας, Άρτας, Χανίων, Αιτωλοακαρνανίας, Ηλείας και Μεσσηνίας. Η παραγωγή για το 2012 όπως προαναφέρθηκε ήταν 791.600 τόνους. Για το έτος 2010, σύμφωνα με το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, καλλιεργούνταν στην Ελλάδα 15.983.644 δέντρα πορτοκαλιάς. Στο διάγραμμα 1.1.6.3 απεικονίζεται η εγχώρια παραγωγή πορτοκαλιών από το έτος 1961 έως 2013 και στο διάγραμμα 1.1.6.4 ο αριθμός των δέντρων πορτοκαλιάς στην Ελλάδα για τα έτη 1961 έως 2010. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή το 2012 καλλιεργούνταν 12.041.603 δέντρα πορτοκαλιάς των οποίων η κατανομή φαίνεται στο διάγραμμα 1.1.6.5.



Διάγραμμα 1.1.6.3. Ύψος εγχώριας παραγωγής πορτοκαλιών σε τόνους '61 – '13
(πηγή: Faostat)



Διάγραμμα 1.1.6.4. Αριθμός δέντρων πορτοκαλιάς '61 – '10 (πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων)



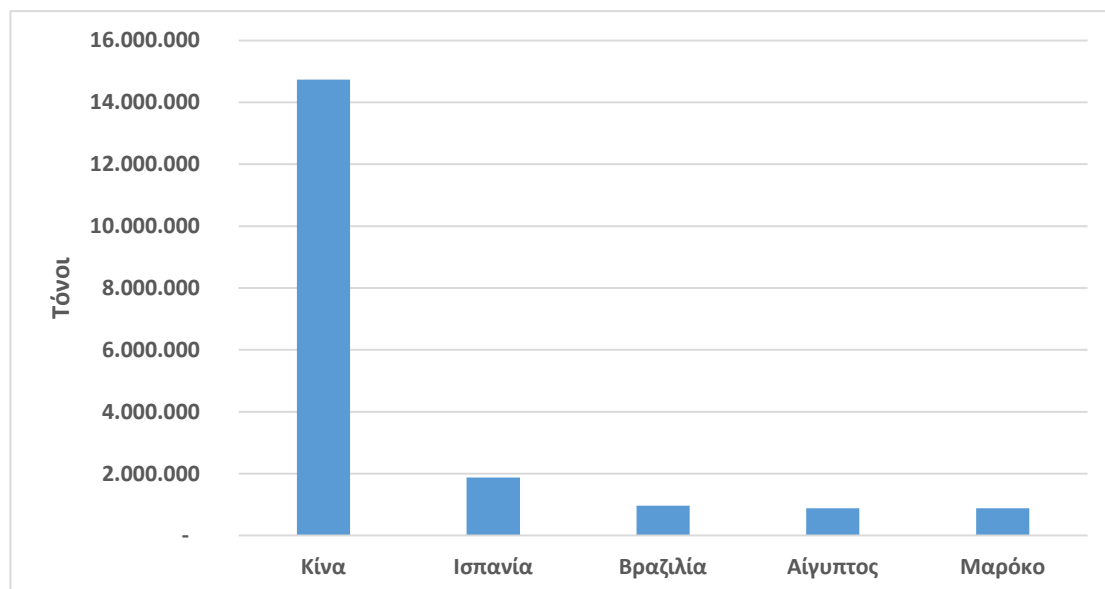
Διάγραμμα 1.1.6.5. Κατανομή δέντρων ανά νομό, 2012 (πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Μανταρίνια

Παγκόσμια παραγωγή

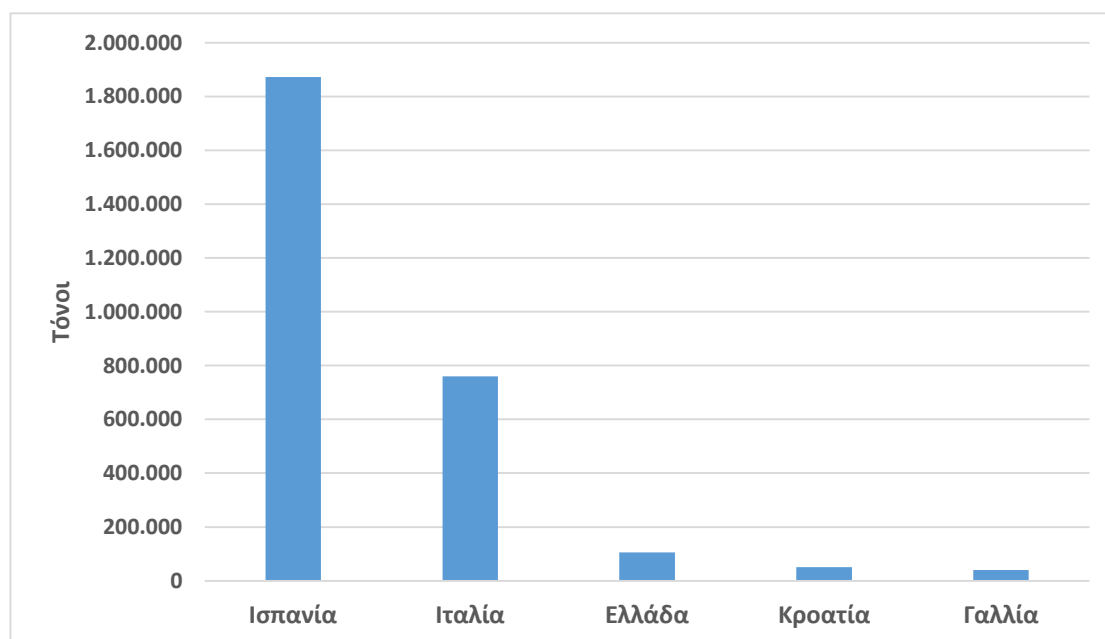
Η παγκόσμια παραγωγή μανταρινιών για το έτος 2012, σύμφωνα με στοιχεία του Faostat, ήταν 27.993.522 τόνους. Το 69,9 % της παραγωγής ήταν στην Ασία, το 11,5

% στην Αμερική, το 10,3 % στην Ευρώπη, το 8 % στην Αφρική και το 0,3 % στην Ωκεανία. Η πρώτη παραγωγός χώρα ήταν η Κίνα με 14.738.700 τόνους, ακολουθούν η Ισπανία με 1.872.400 τόνους, η Βραζιλία με 959.672 τόνους, η Αίγυπτος με 885.365 τόνους και το Μαρόκο με 877.111 τόνους.



Διάγραμμα 1.1.6.6. 5 πρώτες παραγωγί χώρες μανταρινιών παγκοσμίως, 2012
(πηγή: Faostat)

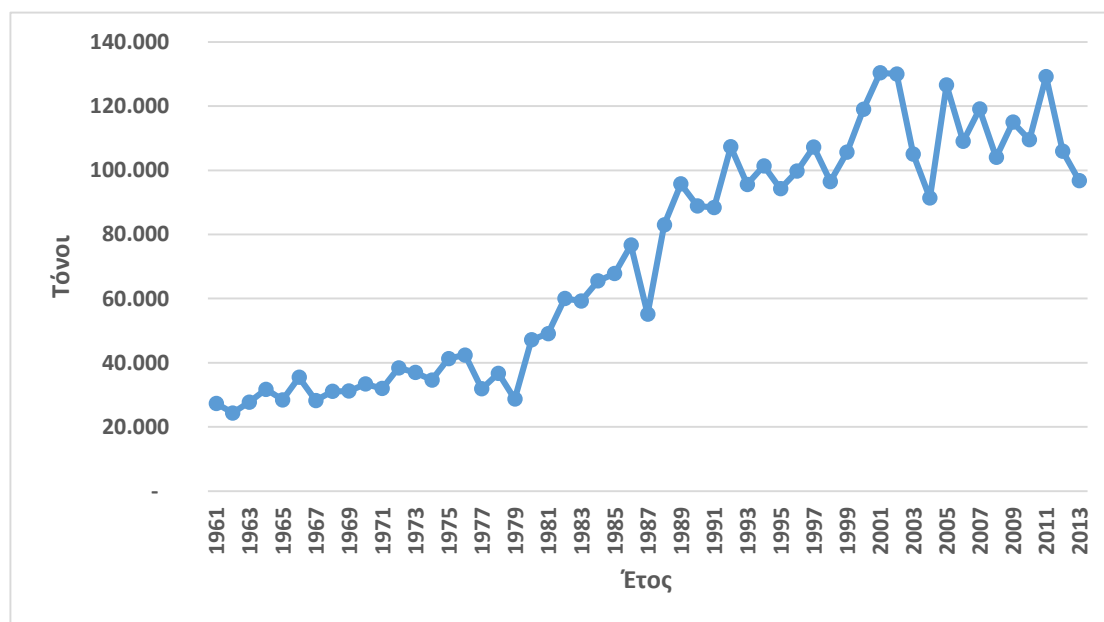
Η παραγωγή στην Ευρώπη για το έτος 2012 ήταν 2.872.397 τόνους. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 3^η θέση στον ευρωπαϊκό χάρτη με παραγωγή 105.900 τόνους, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, ενώ ακολουθούν η Κροατία και η Γαλλία.



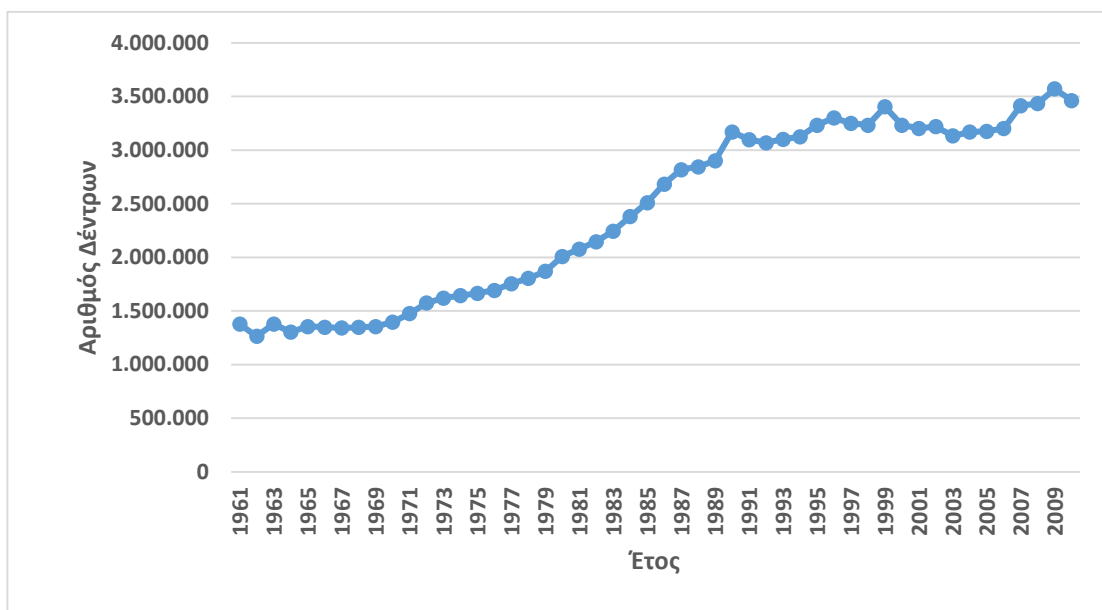
Διάγραμμα 1.1.6.7. 5 πρώτες παραγωγί χώρες μανταρινιών στην Ευρώπη, 2012
(πηγή: Faostat)

Εγχώρια Παραγωγή

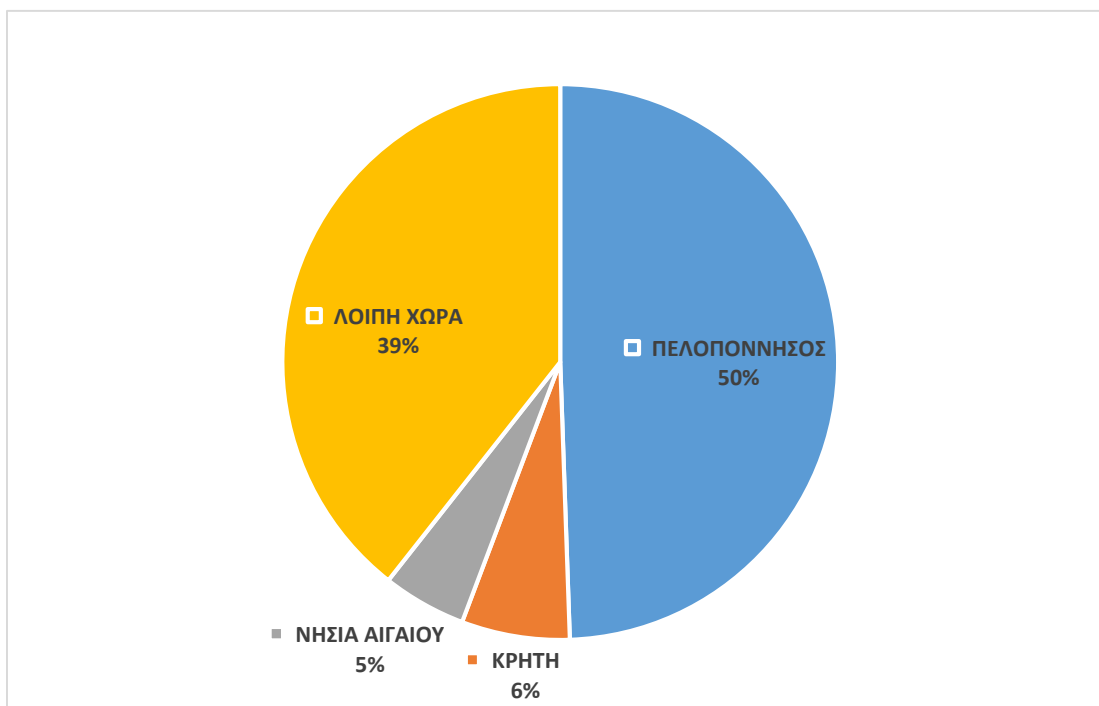
Τα σπουδαιότερα κέντρα παραγωγής μανταρινιών στην Ελλάδα είναι οι νομοί Αργολίδας, Άρτας, Δωδεκανήσων, Χίου και Χανίων. Η παραγωγή για το 2012 όπως προαναφέρθηκε ήταν 105.900 τόνους. Για το έτος 2010, σύμφωνα με το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, καλλιεργούνταν στην Ελλάδα 3.461.467 δέντρα μανταρινιάς. Στο διάγραμμα 1.1.6.8 απεικονίζεται η εγχώρια παραγωγή μανταρινιών από το έτος 1961 έως 2013 και στο διάγραμμα 10 ο αριθμός των δέντρων μανταρινιών στην Ελλάδα για τα έτη 1961 έως 2010. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή το 2012 καλλιεργούνταν 2.798.503 δέντρα μανταρινιάς των οποίων η κατανομή φαίνεται στο διάγραμμα 1.1.6.9.



Διάγραμμα 1.1.6.8. Ύψος εγχώριας παραγωγής μανταρινιών σε τόνους '61 – '13
(πηγή: Faostat)



Διάγραμμα 1.1.6.9. Αριθμός δέντρων μανταρινιάς '61 – '10 (πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων)

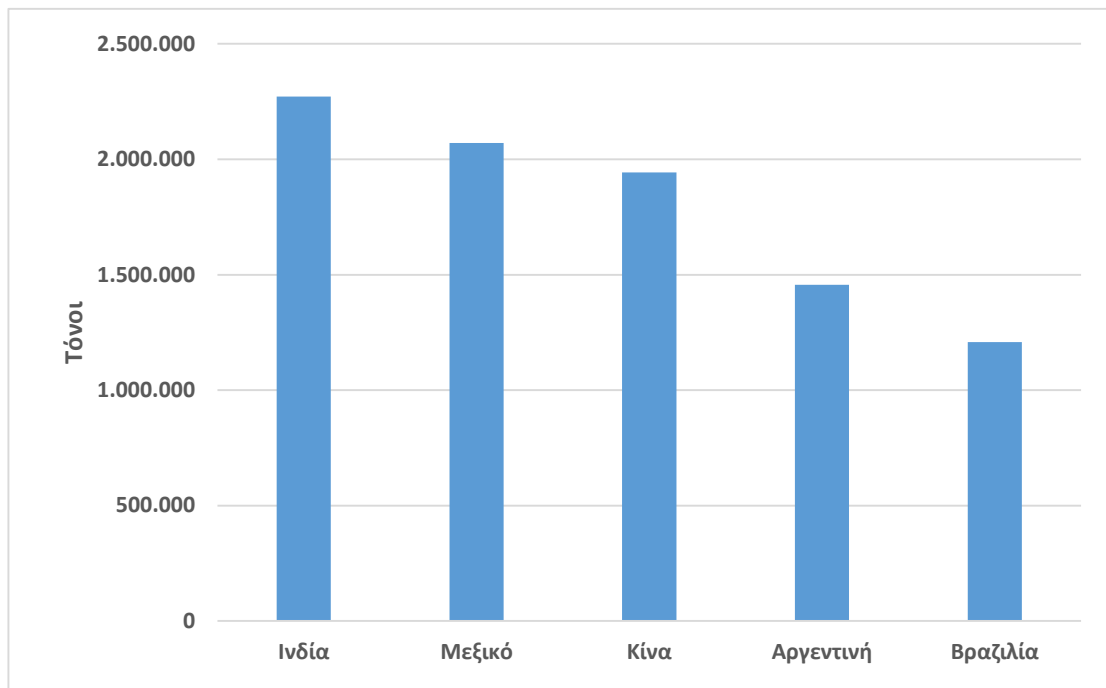


Διάγραμμα 1.1.6.10. Κατανομή δέντρων ανά νομό, 2012 (πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Λεμόνια

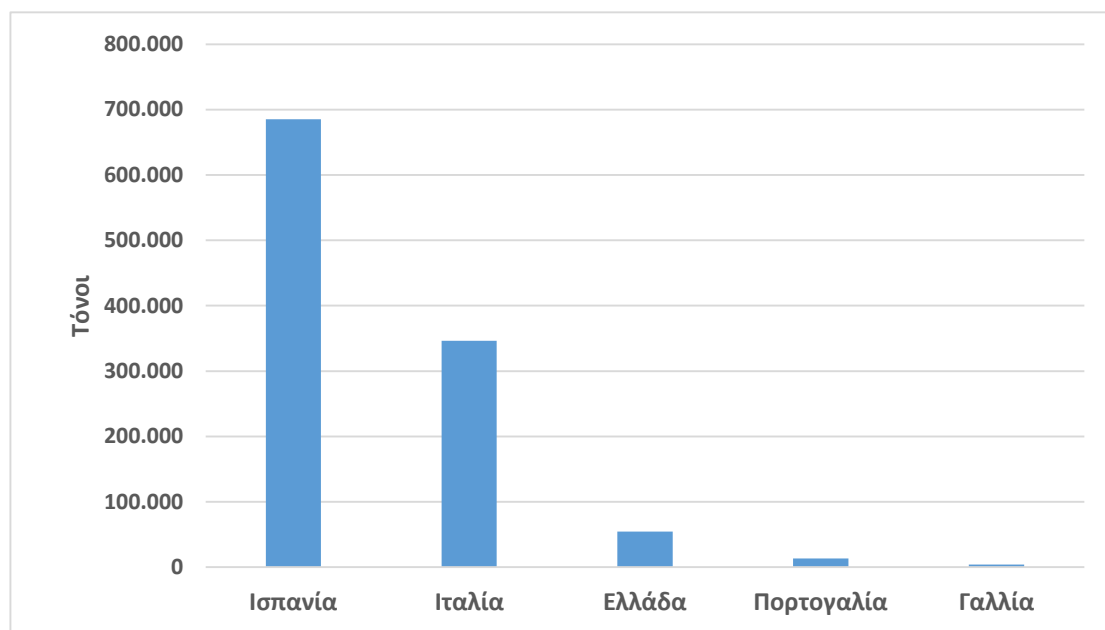
Παγκόσμια παραγωγή

Η παγκόσμια παραγωγή λεμονιών για το έτος 2012, σύμφωνα με στοιχεία του Faostat, ήταν 15.283.397 τόνοι. Το 42,2 % της παραγωγής ήταν στην Αμερική, το 41,5 % στην Ασία, , το 8,9 % στην Αφρική, το 7,2 % στην Ευρώπη και το 0,2 % στην Ωκεανία. Η πρώτη παραγωγός χώρα ήταν η Ινδία με 2.272.100 τόνοι, ακολουθούν το Μεξικό με 2.070.797 τόνοι, η Κίνα με 1.942.570 τόνοι, η Αργεντινή με 1.456.069 τόνοι και η Βραζιλία με 1.208.275 τόνοι.



Διάγραμμα 1.1.6.11. 5 πρώτες παραγωγί χώρες λεμονιών στο κόσμο, 2012
(πηγή: Faostat)

Η παραγωγή στην Ευρώπη για το έτος 2012 ήταν 1.106.362 τόνους. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 3^η θέση στον ευρωπαϊκό χάρτη με παραγωγή 54.600 τόνους, μετά την Ισπανία και την Ιταλία, ενώ ακολουθούν η Πορτογαλία και η Γαλλία.

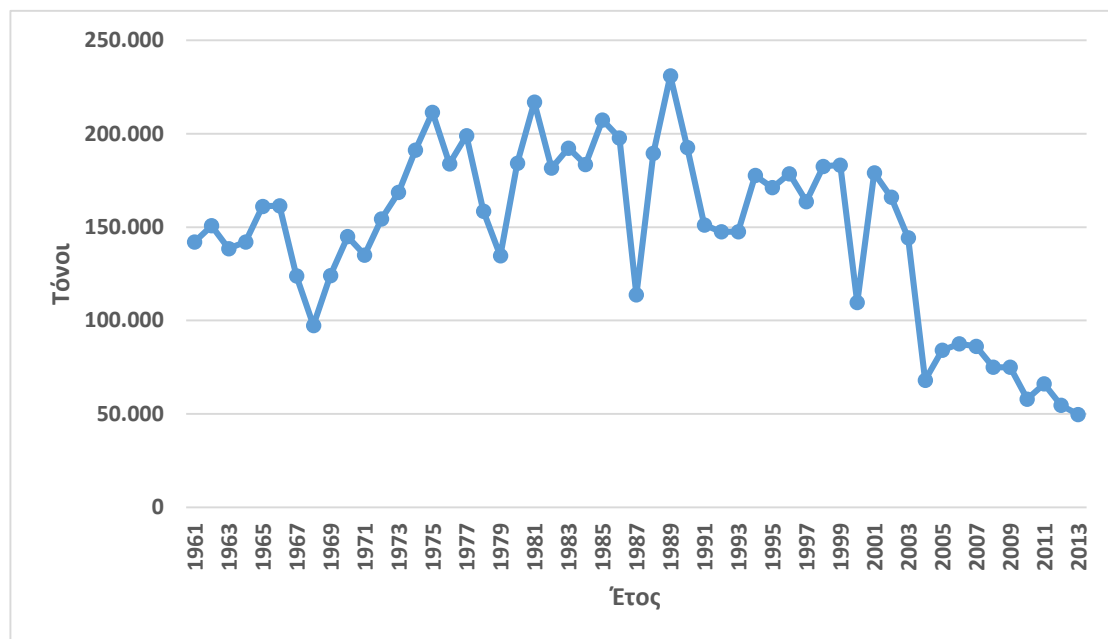


Διάγραμμα 1.1.6.12. 5 πρώτες παραγωγού χώρες λεμονιών στην Ευρώπη, 2012 (πηγή: Faostat)

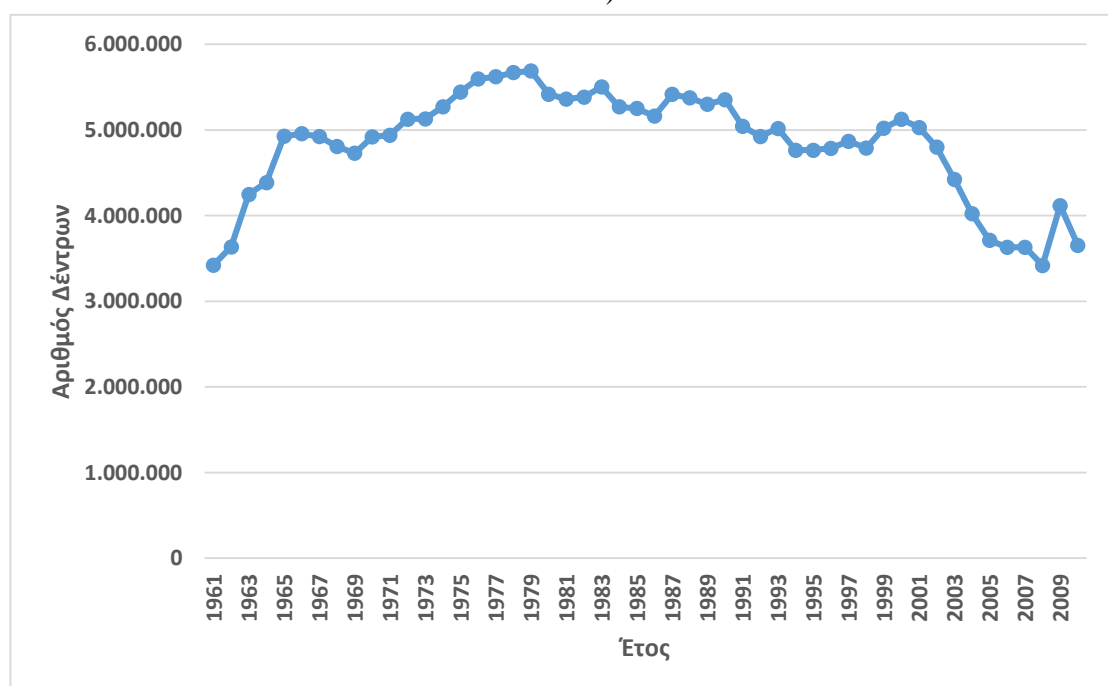
Εγχώρια Παραγωγή

Τα σπουδαιότερα κέντρα παραγωγής λεμονιών στην Ελλάδα είναι οι νομοί Κορινθίας, Αχαΐας, Αργολίδας, Ηλείας και Αιτωλοακαρνανίας. Η παραγωγή για το 2012 όπως προαναφέρθηκε ήταν 54.600 τόνους. Για το έτος 2010, σύμφωνα με το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, καλλιεργούνταν στην Ελλάδα 3.653.982 δέντρα λεμονιάς. Στο διάγραμμα 1.1.6.13 απεικονίζεται η εγχώρια παραγωγή λεμονιών από το έτος 1961 έως 2013 και στο διάγραμμα 1.1.6.15 ο αριθμός των δέντρων λεμονιάς στην Ελλάδα για τα έτη 1961 έως 2010. Σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή το 2012

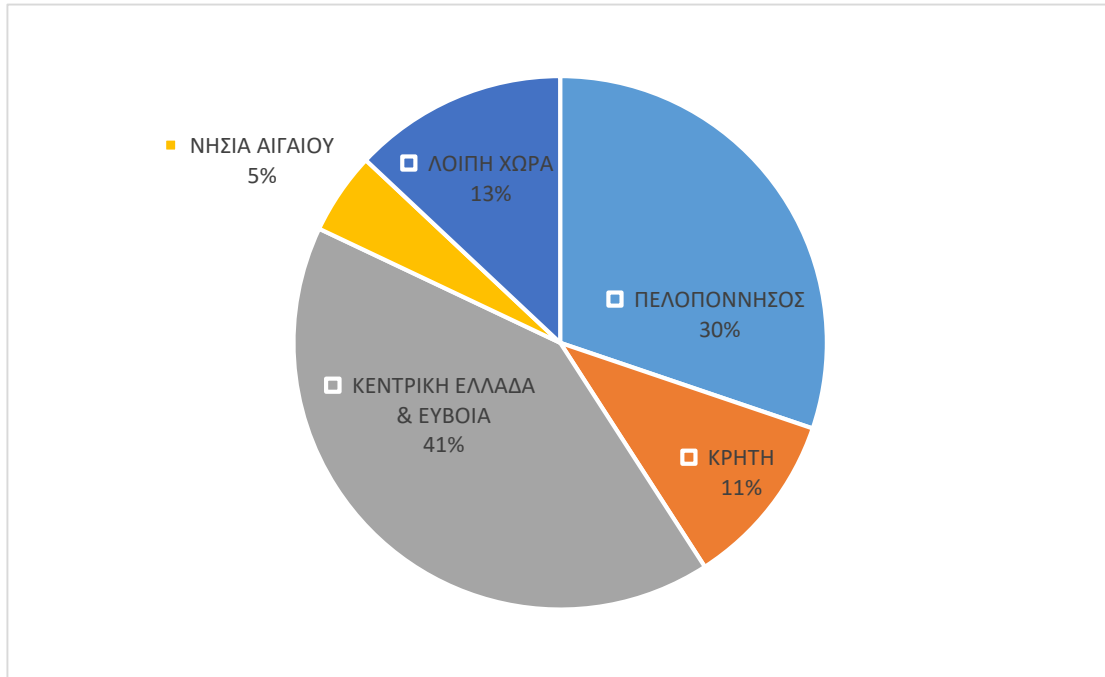
καλλιεργούνται 2.798.503 δέντρα λεμονιάς των οποίων η κατανομή φαίνεται στο διάγραμμα 1.1.6.16.



Διάγραμμα 1.1.6.13. Ύψος εγχώριας παραγωγής λεμονιών σε τόνους '61 – '13 (πηγή: Faostat)



Διάγραμμα 1.1.6.14. Αριθμός δέντρων λεμονιάς '61 – '10 (πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων)

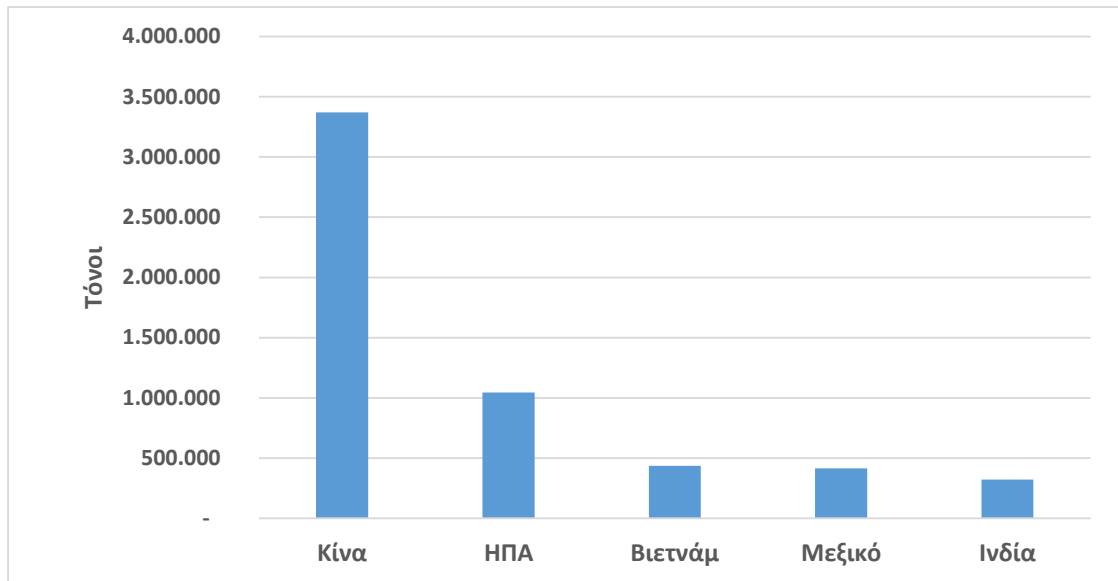


Διάγραμμα 1.1.6.15. Κατανομή δέντρων ανά νομό, 2012 (πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Γκρέιπφρουτ

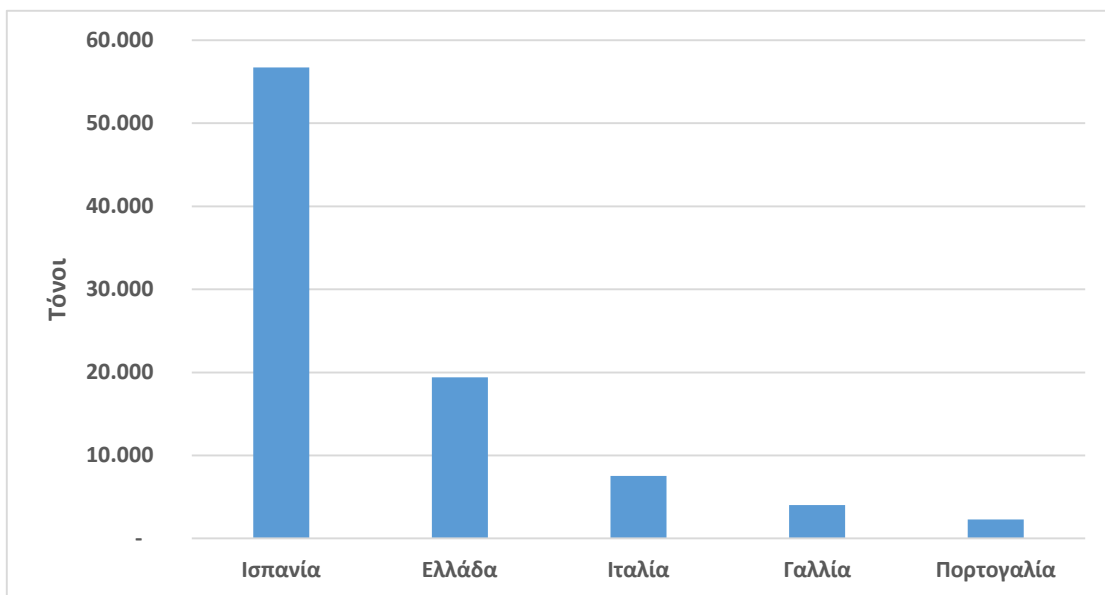
Παγκόσμια παραγωγή

Η παγκόσμια παραγωγή γκρέιπφρουτ για το έτος 2012, σύμφωνα με στοιχεία του Faostat, ήταν 8.267.947 τόνους. Το 63,1 % της παραγωγής ήταν στην Ασία, το 24,7 % στην Αμερική, , το 11 % στην Αφρική, το 1,1 % στην Ευρώπη και το 0,1 % στην Ωκεανία. Η πρώτη παραγωγός χώρα ήταν η Κίνα με 3.370.300 τόνους, ακολουθούν οι ΗΠΑ με 1.045.985 τόνους, το Βιετνάμ με 437.436 τόνους, το Μεξικό με 415.471 τόνους και η Ινδία με 322.500 τόνους.



Διάγραμμα 1.1.6.16. 5 πρώτες παραγωγού χώρες γκρέιπφρουτ στο κόσμο, 2012
(πηγή: Faostat)

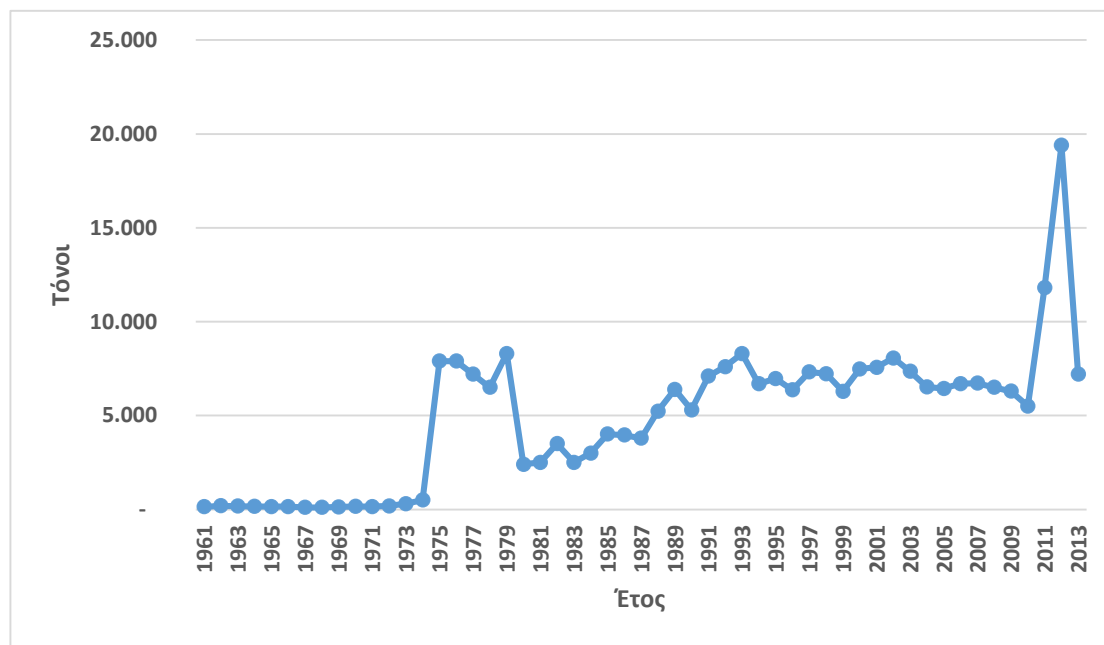
Η παραγωγή στην Ευρώπη για το έτος 2012 ήταν 89.984 τόνους. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 2^η θέση στον ευρωπαϊκό χάρτη με παραγωγή 19.400 τόνους, μετά την Ισπανία, ενώ ακολουθούν η Ιταλία, η Γαλλία και η Πορτογαλία.



Διάγραμμα 1.1.6.17. 5 πρώτες παραγωγού χώρες γκρέιπφρουτ στην Ευρώπη, 2012
(πηγή: Faostat)

Εγχώρια Παραγωγή

Η παραγωγή γκρέιπφρουτ στην Ελλάδα είναι περιορισμένη σε σχέση με τα άλλα εσπεριδοειδή και δεν υπάρχουν ακριβή στοιχεία σχετικά με τους νομούς κέντρα παραγωγής και τον αριθμό δέντρων. Η παραγωγή για το 2012 όπως προαναφέρθηκε ήταν 19.400 τόνους. Στο διάγραμμα 1.1.6.18 απεικονίζεται η εγχώρια παραγωγή γκρέιπφρουτ από το έτος 1961 έως 2013.



Διάγραμμα 1.1.6.18. Ύψος εγχώριας παραγωγής γκρέιπφρουτ σε τόνους '61 – '13
(πηγή: Faostat)

1.2 Πυρηνόκαρπα

1.2.1 Βερικοκιά

Η βερικοκιά κατάγεται από την κεντρική Ασία και βόρεια Κίνα. Εκεί στις ορεινές περιοχές της εύκρατης ζώνης καλλιεργείται επί χιλιετηρίδες. Από εκεί εξαπλώθηκε στον υπόλοιπο κόσμο φτάνοντας στην Ευρώπη κατά τον 1ο π.Χ. αιώνα όπου έγινε γνωστή σε Ιταλία και Ελλάδα. Στις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες διαδόθηκε αργότερα και στην Αμερική μεταφέρθηκε από τους πρώτους μετανάστες (Κωνσταντίνος Ποντίκης, 1996).

Στην Ελλάδα η βερικοκιά καλλιεργείται κυρίως στη Στερεά Ελλάδα, στην Εύβοια, στην Πελοπόννησο, στη Θεσσαλία και στη Μακεδονία. Πρώτοι νομοί στη χώρα σε επίπεδο καλλιεργουμένων εκτάσεων είναι η Εύβοια, η Αργολίδα, η Ηλεία, η Κορινθία, η Μεσσηνία, η Μαγνησία, η Χαλκιδική και το Ηράκλειο.

1.2.2 Βοτανολογικά

Η βερικοκιά ανήκει στην οικογένεια Rosaceae (υποοικογένεια Prunoideae), στο γένος Prunus L. και στο υπογένος Prunophora Foeke. Η καλλιεργούμενη βερικοκιά ανήκει στο είδος Prunus armeniaca L.

Η βερικοκιά είναι δένδρο φυλλοβόλο , μέσου έως μεγάλου μεγέθους με βλάστηση κυρίως πλαγιοκλαδή. Τα φύλλα είναι απλά, κατ' εναλλαγή, καρδιάσχημα, με πριονωτή περιφέρεια, μακρόμισχα, γυαλιστερά, βαθυπράσινα και αδενοφόρα . Οι οφθαλμοί του δέντρου διακρίνονται σε ξυλοφόρους και απλούς ανθοφόρους. Τα άνθη είναι λευκά ή λευκορόδινα και παράγονται πριν από την έκπτυξη των φύλλων από απλούς ανθοφόρους οφθαλμούς. Κάθε άνθος αποτελείται από πέντε σέπαλα, πέντε πέταλα, έναν ύπερο και περίπου τριάντα στήμονες . Ο καρπός είναι δρύπη, έχει σχήμα σφαιρικό ή ωοειδές με χαρακτηριστική κοιλιακή ραφή, εκτύρηνος ή συμπύρηνος. Ο φλοιός είναι λεπτός, κίτρινος με κόκκινη απόχρωση στις παρειές του καρπού. Η σάρκα είναι πορτοκαλί, ή κιτρινωπή, ή κιτρινοπορτοκαλί, συνεκτική ή μαλακή και χυμώδης. Ο πυρήνας είναι πεπλατυσμένος, λείος, με χαρακτηριστικά χονδρή κόψη με διπλή αύλακα στην κοιλιακή ραφή. Το σπέρμα είναι γλυκό ή πικρό, ανάλογα με την ποικιλία (Κωνσταντίνος Ποντίκης , 1996).



Εικόνα 1.2.2.1. Καρπός και πυρήνας βερικοκιάς (πηγή: www.organicfacts.net)

1.2.3 Καλλιεργούμενες ποικιλίες βερικοκιάς

Τύρβη

Ωρίμανση: 8 – 10 Ιουνίου

Δημιουργός:

ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ-Ινστιτούτο Φυλλοβόλων Δένδρων

Δέντρο:

Ζωηρότητα: Μεγάλη

Στάση: Πλαγιόκλαδη

Παραγωγικότητα: Πολύ μεγάλη και σταθερή, γρήγορη είσοδο στην καρποφορία

Εποχή άνθησης: 10-15 Μαρτίου

Ανθική συμβατότητα: Αυτογόνιμη

Συμπεριφορά στην ίωση “sharka”: Ανθεκτική

Καρπός:

Μέγεθος: Μέσος όρος 50 g

Σχήμα: Στρογγυλό

Χρωματισμός: Κίτρινο

Γεύση: Μέτρια, βελτιώνεται με την πρόοδο της ωρίμανσης. Καλή συνεκτικότητα σάρκας, καλή αντοχή στις μεταχειρίσεις

Προορισμός καρπού: Νωπή κατανάλωση και κονσερβοποίηση

Γενική εκτίμηση:

Παρουσιάζει ενδιαφέρον για την πρωιμότητα, την παραγωγικότητα και τη μεγάλη συνεκτικότητα του καρπού. Υστερεί ως προς τη γευστική ποιότητα η οποία βελτιώνεται με την πρόοδο της ωρίμανσης, γι’ αυτό η συγκομιδή δεν πρέπει να αρχίσει νωρίς (Παυλίνα Δρογούδη, 2014).



Εικόνα 1.2.3.1. Βερίκοκο Τύρβη (πηγή: www.pomologyinstitute.gr)

Μπεμπέκο

Ωρίμανση: 20-25 Ιουνίου

Δημιουργός:

Επιλογή του παραγωγού Μπεμπέκου, περιοχή Ασίνης Αργολίδας.

Δέντρο:

Ζωηρότητα: Μεγάλη

Στάση: Πλαγιόκλαδη

Παραγωγικότητα: Μεγάλη, με μικρές διακυμάνσεις από έτος σε έτος.

Ανθική συμβατότητα: Αυτογόνιμη

Συμπεριφορά στην ίωση “sharka”: Λίαν ευπαθής

Καρπός:

Μέγεθος: Μεγάλο (70-75 g)

Σχήμα: Στρογγυλό

Χρωματισμός: Ανοιχτό κίτρινο δίχως επίχρωμα

Γεύση: Καλή, αρωματική, χαμηλή οξύτητα και υψηλά Brix. Μεγάλη συνεκτικότητα σάρκας και μεγάλη αντοχή στις μεταχειρίσεις.

Προορισμός καρπού: Νωπή κατανάλωση, κονσερβοποίηση, βιομηχανία επεξεργασίας φρούτων.

Γενική εκτίμηση:

Προσαρμόζεται καλύτερα σε ξηροθερμικό περιβάλλον. Σε περιοχές με υπερβολική υγρασία εμφανίζει «υπολείμματα υπέρου» στη βάση του καρπού και προσβολή από κλαδοσπόριο γύρω από τον ποδίσκο. Καρπός άριστης ποιότητας για νωπή κατανάλωση και κονσερβοποίηση αλλά υστερεί ως προς τον χρωματισμό (Παυλίνα Δρογούδη, 2014).



Εικόνα 1.2.3.2. Βερίκοκα Μπεμπέκο (πηγή: k-plants.gr)

Orange Red

Ωρίμανση: 10-12 Ιουνίου

Δημιουργός:

Rutgers University New Jersey USA

Δέντρο:

Ζωηρότητα: Μεγάλη

Στάση: Πλαγιόκλαδη

Παραγωγικότητα: Μέτρια, καλύτερα αποτελέσματα σε οπωρώνες με εναλλασσόμενες σειρές με επικονιαστές.

Είσοδος στην καρποφορία: Πολύ αργή

Καρποφόρα όργανα: Λεπτοκλάδια και μακρείς κλάδοι στα νεαρά

δένδρα

Εποχή άνθησης: 10-12 Μαρτίου

Ανθική συμβατότητα: Αυτό-ασυμβίβαστη επικονιάζεται με Νιόβη, Νίκη, Tocot, Harcot και Τύρβη

Συμπεριφορά στην ίωση “sharka”: Ανθεκτική

Καρπός:

Μέγεθος: Μέσος όρος 63 g

Σχήμα: Στρογγυλό

Χρωματισμός: Πορτοκαλί με 40% κόκκινο επίχρωμα

Γεύση: Καλή που μειώνεται σε καρπούς μικρού μεγέθους. Μέτρια αντοχή σε μεταχειρίσεις

Προορισμός καρπού: Νωπή κατανάλωση

Γενική εκτίμηση:

Ποικιλία προβληματική για τον παραγωγό (δεν δίνει σταθερή παραγωγή, ανθικές ανωμαλίες κ.α.) (Παυλίνα Δρογούδη, 2014).



Εικόνα 1.2.3.3. Βερίκοκα Orange Red (πηγή: www.fowlernurseries.com)

Tom Cot

Ωρίμανση: Αρχές Ιουνίου

Δημιουργός:

Tom Toyama, Washington State University Research Foundation, Prose

Δικαιοπάροχος: Cot International

Δέντρο:

Ζωηρότητα: Μεγάλη

Στάση: Πλαγιόκλαδη

Παραγωγικότητα: Μέτρια προς καλή

Είσοδος στην καρποφορία: Μετά το δεύτερο έτος

Εποχή άνθησης: 10 Μαρτίου

Ανθική συμβατότητα: Αυτογόνιμη

Συμπεριφορά στην ίωση “sharka”: Ανθεκτική

Καρπός:

Μέγεθος: 2A – 3A.

Σχήμα: Ωοειδές

Χρωματισμός: Πορτοκαλί

Γεύση: Καλή, αρωματική, γλυκιά και λίγο όξινη.

Προορισμός καρπού: Νωπή κατανάλωση (Cot International, 2015).



Εικόνα 1.2.3.4. Βερίκοκα Tom Cot (πηγή: www.keepers-nursery.co.uk)

Νεράιδα

Ωρίμανση: 9 Ιουνίου (-11 ημέρες από την Μπεμπέκου)

Δημιουργός:

Ινστιτούτο Φυλλοβόλων Δένδρων, ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ

Δέντρο:

Ζωηρότητα: Μεγάλη

Βλάστηση: Πλαγιόκλαδη

Παραγωγικότητα: Μεγάλη και σταθερή

Ανθική συμβατότητα: Αυτογόνιμη

Συμπεριφορά στην ίωση Sharka: Ανθεκτική

Καρπός:

Μέγεθος: Μεγάλο (περίπου 65 g)

Σχήμα: Στρογγυλό

Χρωματισμός: Έντονο πορτοκαλί με κόκκινο επίχρωμα στην ηλιαζόμενη πλευρά

Γευστική ποιότητα: Πολύ καλή

Σάρκα: συνεκτική

Προορισμός καρπού: Κυρίως νοπή κατανάλωση

Γενική εκτίμηση:

Ποικιλία πρόιμη, παραγωγική, με καρπό μεγάλο, εύγευστο και ελκυστικό λόγω του έντονου κόκκινου επιχρώματος (Παυλίνα Δρογούδη, 2014).



Εικόνα 1. Βερίκοκα Νεράιδα (πηγή: www.pomologyinstitute.gr)

Bora

Ωρίμανση: 10 Ιουνίου (1^ο δεκαήμερο Ιουνίου)

Δημιουργός:

Bassi, Di.Pro.Ve., Milan, Italy

Δικαιοπάροχος: CRPV, Italy Στη χώρα μας διατίθεται με δικαιώματα διάθεσης από το φυτώριο Βίτρο Ελλάς Α.Ε.

Δέντρο:

Ζωηρότητα: Μέση - μεγάλη

Βλάστηση: Κανονική - ορθόκλαδη

Παραγωγικότητα: Μεγάλη

Ανθική συμβατότητα: Μερικώς αυτογόνιμη

Συμπεριφορά στην ίωση Sharka: Ανθεκτική

Καρπός:

Μέγεθος: Μεγάλο

Σχήμα: Πεπλατυσμένο

Χρωματισμός: Έντονη κίτρινη επιδερμίδα

Γευστική ποιότητα: Όξινος φλοιός, ευχάριστη και αρωματική γεύση

Σάρκα: Συνεκτική

Προορισμός καρπού: Κυρίως νοπή κατανάλωση

Γενική εκτίμηση:

Ενδιαφέρουσα ποικιλία ως προς την πρόιμη ημερομηνία ωρίμανσης και τον καρπό που έχει μεγάλο μέγεθος και καλή γεύση. Ο καρπός κρατά καλά στο δένδρο και γι' αυτό μπορεί να συγκομιστεί όταν είναι πλήρως ώριμος και η οξύτητα του φλοιού έχει ισορροπηθεί με την γλυκύτητα της σάρκας. Ανθεκτική στην ίωση sharka (PPV). (Παυλίνα Δρογούδη, 2014).

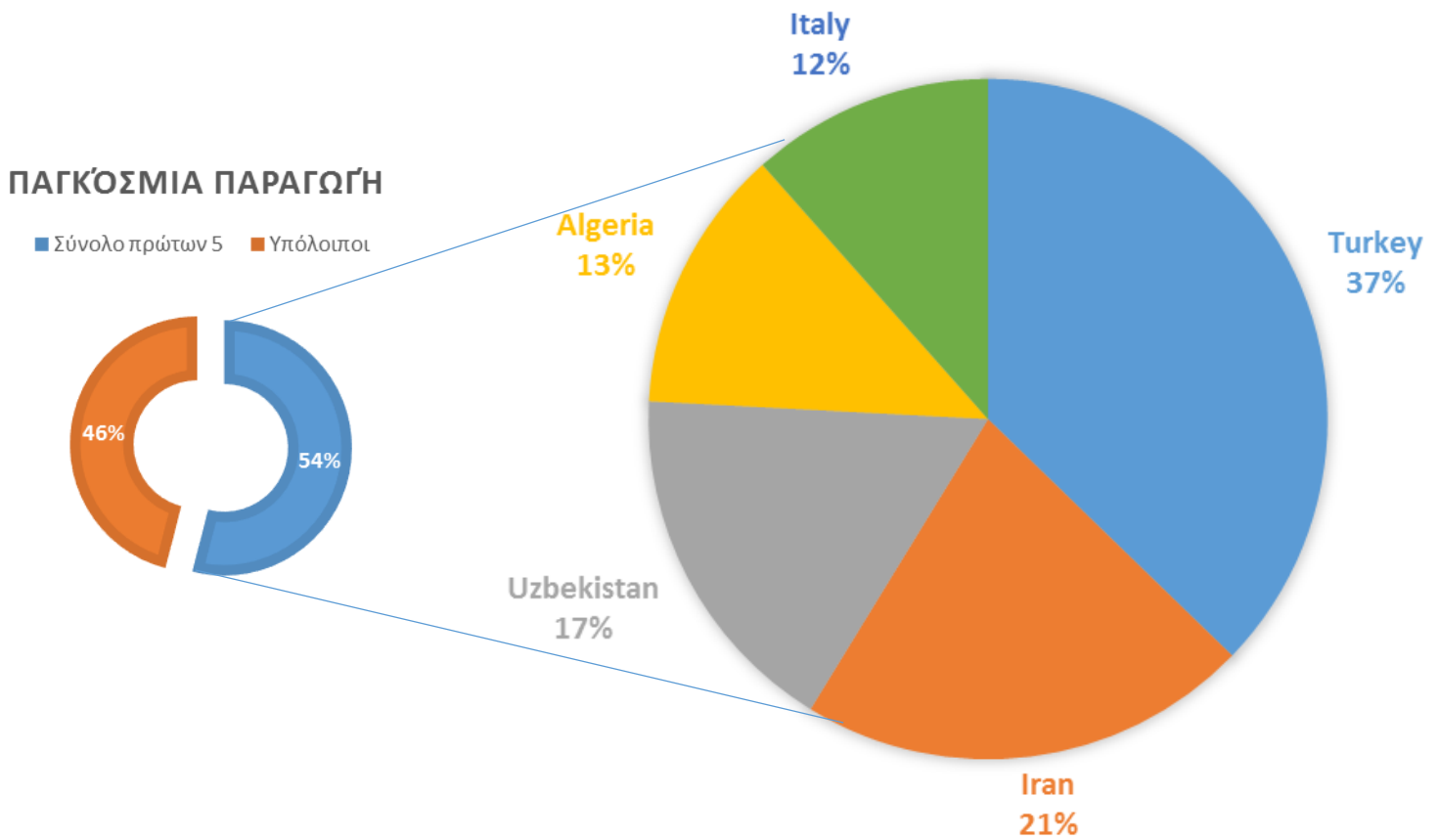


Εικόνα 1.2.3.6. Βερίκοκα Βορα (πηγή: www.vivaizanzi.it)

1.2.4 Στοιχεία Παραγωγής

Παγκόσμια Παραγωγή

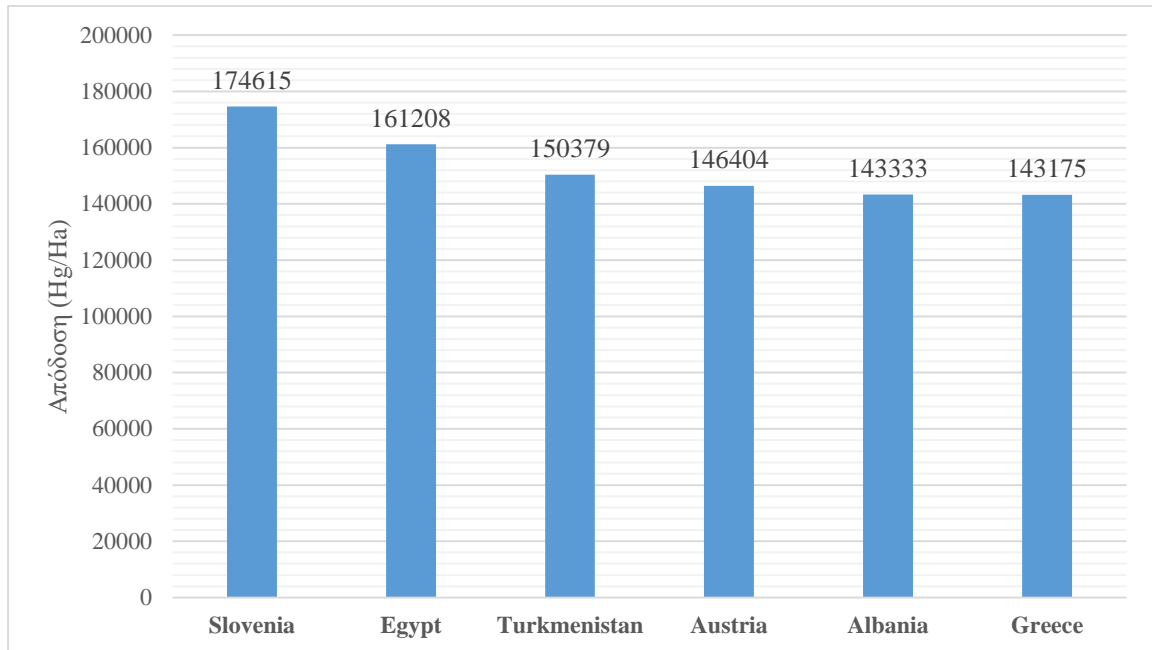
Η παγκόσμια παραγωγή για το έτος 2012 ήταν 3.956.640 τόνους. Η μεγαλύτερη παραγωγός χώρα ήταν η Τουρκία με ύψος παραγωγής 795.768 τόνους, ακολουθούμενη από το Ιράν, Ουζμπεκιστάν, Αλγερία και Ιταλία. Η Ελλάδα για το ίδιο έτος βρισκόταν στην 11^η θέση στον παγκόσμιο χάρτη ,μετά την Αίγυπτο, με παραγωγή ύψους 90.200 τόνους.



Διάγραμμα 1.2.4.1. Πρώτες 5 παραγωγί χώρες (Πηγή: Faostat)

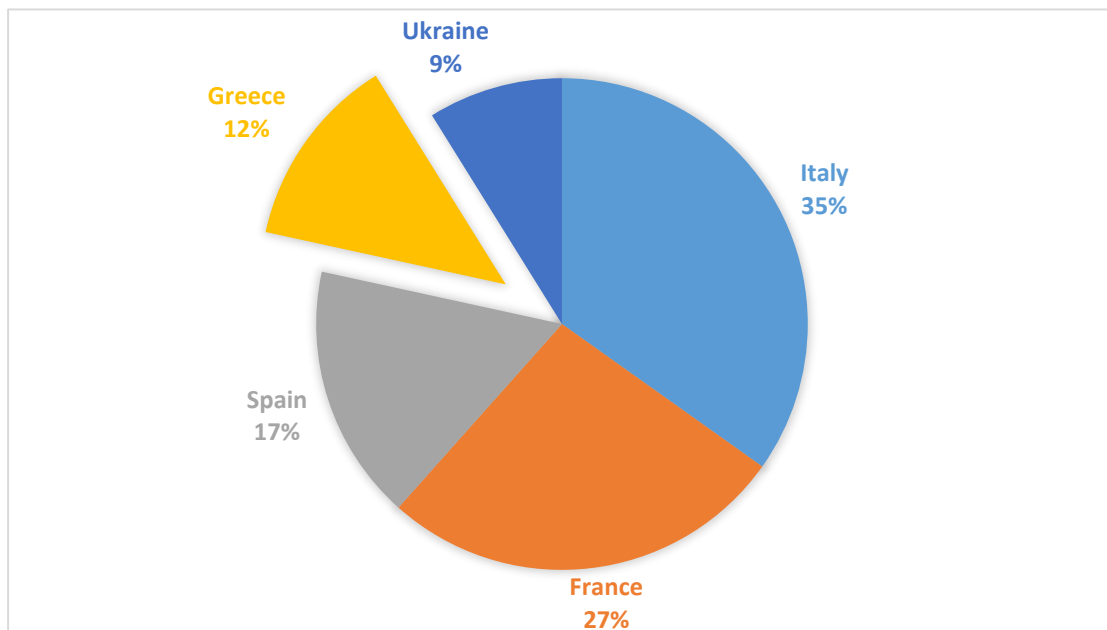
Όσο αφορά τις στρεμματικές αποδόσεις για το έτος 2012 η Ελλάδα βρίσκεται στην 6^η θέση μετά την Αλβανία με απόδοση 143.175 Hg/Ha (1 Hg = 100 g). Στο παρακάτω

διάγραμμα απεικονίζονται οι έξι αποδοτικότερες χώρες παγκοσμίως για το έτος 2012 σύμφωνα με τα στοιχεία του Faostat.



Διάγραμμα 1.2.4.2 Απόδοση (Hg/Ha) 6 πρώτων χωρών (πηγή: Faostat)

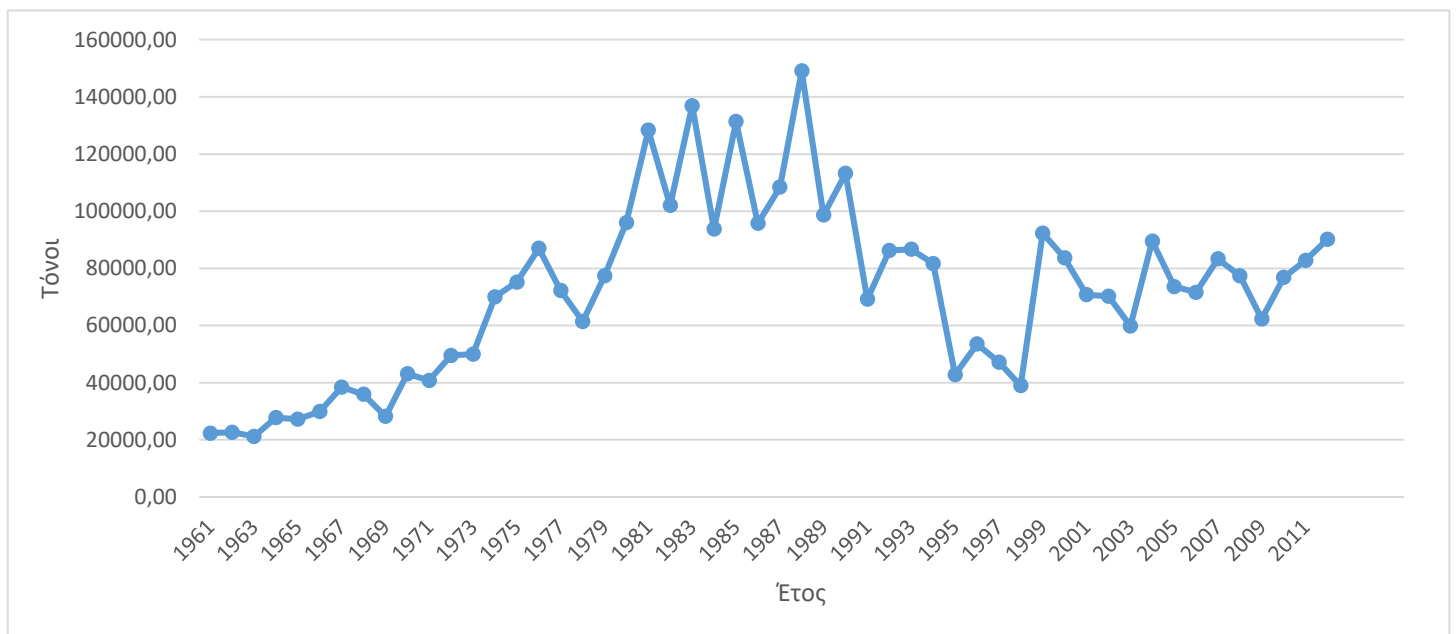
Ανάμεσα στις Ευρωπαϊκές χώρες, για το 2012, η Ελλάδα βρίσκεται στην 4^η θέση σε σχέση με την παραγωγή βερίκοκων. Στην 1^η θέση είναι η Ιταλία ακολουθούμενη από Γαλλία, Ισπανία, Ελλάδα και τέλος Ουκρανία.



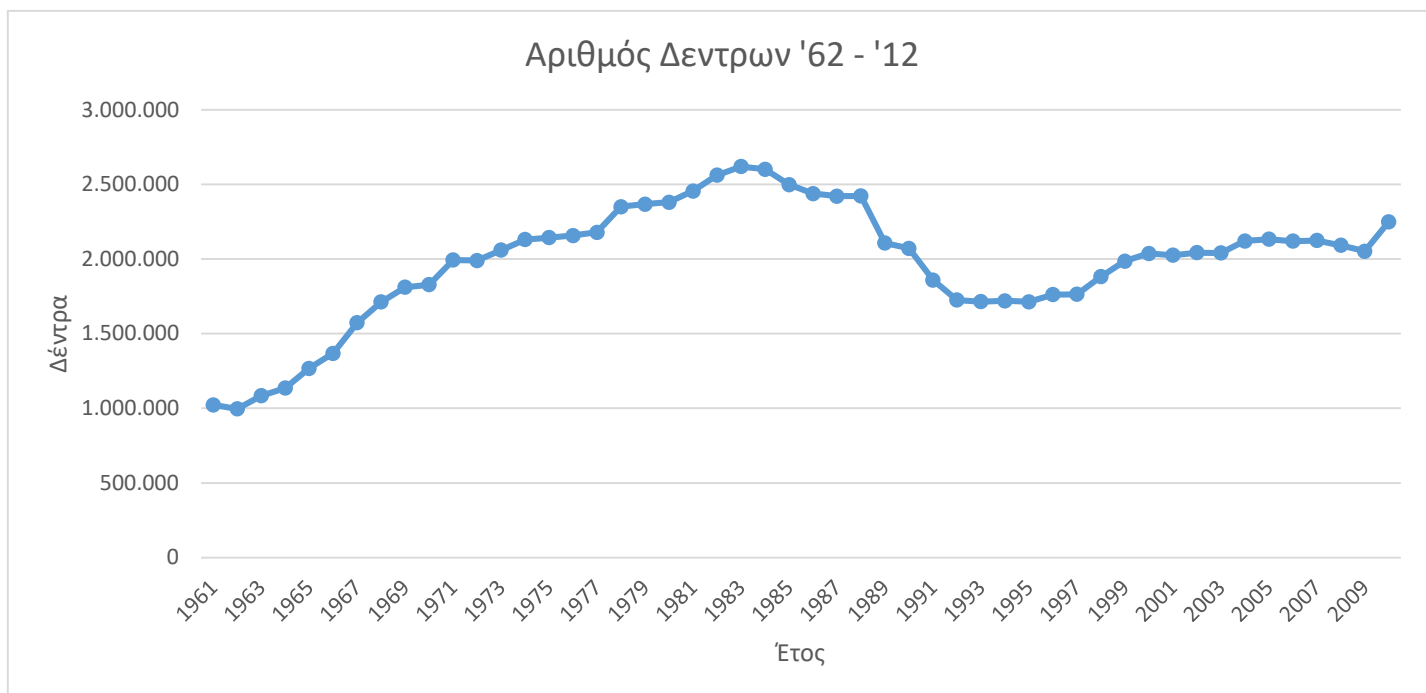
Διάγραμμα 1.2.4.3. 5 πρώτες Ευρωπαϊκές χώρες στην παραγωγή βερίκοκου, 2012
(πηγή: Faostat)

Εγχώρια Παραγωγή

Τα ύψος της παραγωγής για το έτος 2012 για την Ελλάδα ήταν 90.200 τόνους. Όπως προαναφέρθηκε στην Ελλάδα οι νομοί που καλλιεργείται κυρίως είναι Αργολίδας, Κορινθίας, Ηλείας, Μεσσηνίας, Ευβοίας, Μαγνησίας, Χαλκιδικής και Ηρακλείου. Το έτος 2012, σύμφωνα με το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, ο αριθμός των δέντρων βερίκοκιάς που καλλιεργούταν ήταν 2.249.592 δέντρα. Στα παρακάτω διαγράμματα φαίνονται το συνολικό εγχώριο ύψος παραγωγής βερίκοκων από το έτος 1961 έως το 2012 καθώς και ο αριθμός των δέντρων βερίκοκιάς τα έτη 1961 έως 2010

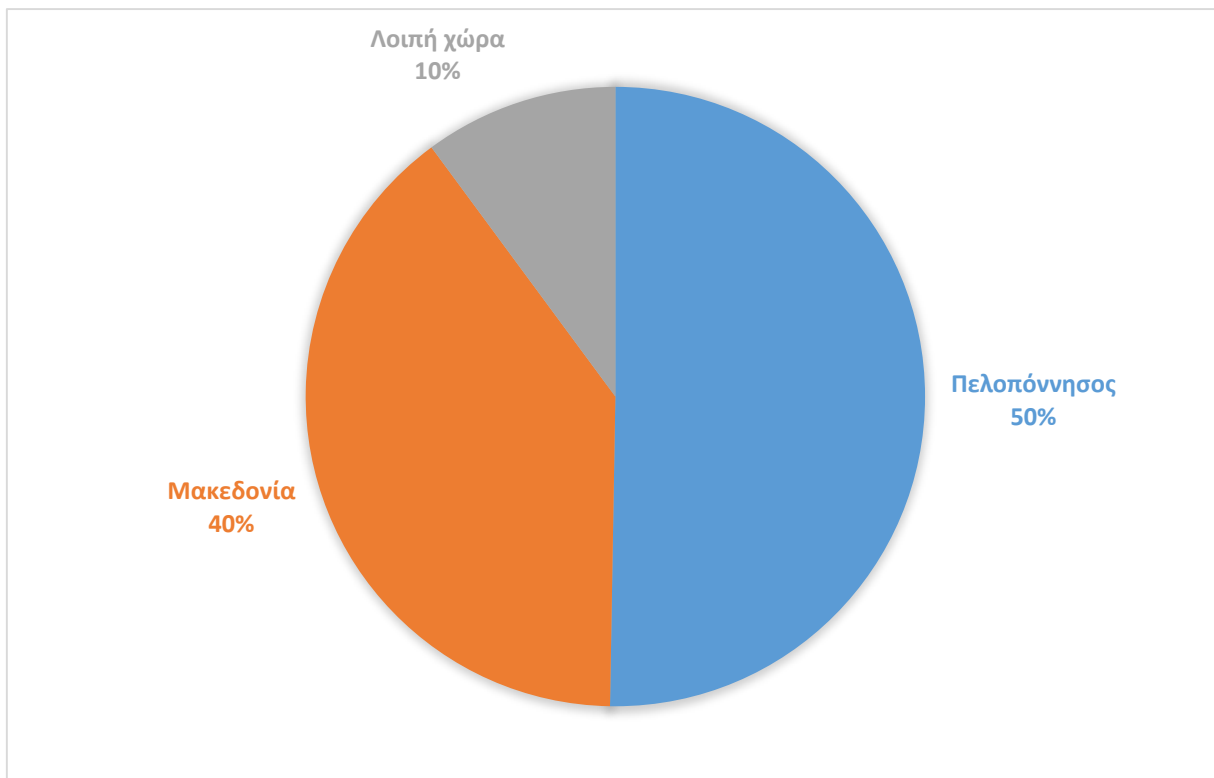


Διάγραμμα 1.2.4.4. Ύψος εγχώριας παραγωγής βερίκοκων σε τόνους '61 – '12 (πηγή: Faostat)



Διάγραμμα 1.2.4.5. Αριθμός δέντρων βερικοκιάς '61 – '10 (πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων)

Η συνολική καλλιεργούμενη έκταση βερικοκων στην Ελλάδα για το έτος 2012 ήταν 46.713 στρέμματα, με σύνολο 8.362 γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Πρωταγωνιστικό ρόλο στην παραγωγή διαδραματίζει η Πελοπόννησος με 23.485 στρέμματα και 3.507 εκμεταλλεύσεις. Στην συνέχεια στην περιοχή της Μακεδονίας καλλιεργούνται 18.501 στρέμματα με βερικόκα και 2.537 εκμεταλλεύσεις. Τέλος, στην υπόλοιπη χώρα καλλιεργούνται 4.727 στρέμματα και 2.318 εκμεταλλεύσεις.



Διάγραμμα 1.2.4.6. Καλλιεργούμενες εκτάσεις βερικοκιάς 2012 (πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή)

Ειδικότερα στην Πελοπόννησο, σύμφωνα πάλι με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, για το έτος 2007, το 49% των εκτάσεων καλλιέργειας βερικοκιάς βρίσκεται στον νομό Κορινθίας, το 48% στον νομό Αργολίδας και μόλις το 3 % στους νομούς Αρκαδίας, Μεσσηνίας και Λακωνίας. Οι νομοί Κορινθίας και Αργολίδας είναι και πρώτοι σε παραγωγή νομοί για όλη την χώρα, ακολουθούμενοι από τον νομό Χαλκιδικής. Η καλλιέργεια βερικοκιάς άρχισε τελευταία να επεκτείνεται και στους νομούς Ημαθίας, Πέλλας και Πιερίας για την τροφοδότηση των βιομηχανιών μεταποίησης που υπάρχουν στις περιοχές. Τα $\frac{3}{4}$ σχεδόν των καλλιεργούμενων εκτάσεων βερικοκιάς στη χώρα μας βρίσκεται σε πεδινές περιοχές. Το υπόλοιπο των εκτάσεων μοιράζεται σε ημιορεινές και ορεινές περιοχές με μικρό υψόμετρο.

Η διάρθρωση των ποικιλιών βερικοκιάς, στηρίζεται κυρίως στην ποικιλία Μπεμπέκο, που καταλαμβάνει και τη μεγαλύτερη έκταση στη χώρα μας και συμμετέχει με το 80 % περίπου στη συνολική παραγωγή βερίκοκων. Η ποικιλία Μπεμπέκο τροφοδοτεί σχεδόν κατά αποκλειστικότητα τις βιομηχανίες μεταποίησης βερίκοκου. (Χρήστος Διαμαντόπουλος, 2010). Τέλος, τα τελευταία χρόνια οι παραγωγοί τείνουν προς ποικιλίες με υψηλότερη εμπορική αξία και ανθεκτικότητα στην ίωση Sharka, όπως οι ποικιλίες Orange Red, Tom Cot και άλλες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ – ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ – ΕΜΠΟΡΙΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ

2.1 Εισαγωγή

Η τυποποίηση και η συσκευασία των προϊόντων μπορεί να είναι από πολύ απλή έως που σύνθετη, μπορεί να γίνει δηλαδή απλά μέσα στον αγρό ή σε εργοστάσια εφοδιασμένα με δαπανηρές εγκαταστάσεις. Αυτό εξαρτάται από την φύση του προϊόντος και την ανθεκτικότητα του. Προϊόντα ανθεκτικά στις μετασυλλεκτικές μεταχειρίσεις δέχονται συνήθως περισσότερες μεταχειρίσεις, ενώ αντίθετα προϊόντα που είναι ευαίσθητα συσκευάζονται απευθείας στον αγρό ή δέχονται ελάχιστες μετασυλλεκτικές μεταχειρίσεις. Προκειμένου να καταστεί δυνατή η τυποποίηση και η συσκευασία των προϊόντων χρειάζονται υλικά συσκευασίας, ανθρώπινο δυναμικό και μηχανολογικός εξοπλισμός (Μιλτιάδης Βασιλακάκης, 2010).

2.2 Βήματα

1) Μεταφορά προϊόντων στο συσκευαστήριο

Τα προϊόντα μεταφέρονται στο συσκευαστήριο μετά την συγκομιδή τους από τον αγρό, όπου γίνεται και η αξιολόγηση της ποιότητας και η εκτίμηση των σκάρτων προϊόντων.

2) Συντήρηση προϊόντων

Τα προϊόντα συντηρούνται ανάλογα για χρονικό διάστημα βραχύ, μέσο ή μακρύ ανάλογα με το είδος, την ποικιλία, την χρήση τους και την αγορά στην οποία απευθύνονται. Τοποθετούνται σε ψυκτικούς θαλάμους υπό τις κατάλληλες συνθήκες για το εκάστοτε προϊόν. Άσχετα από τη διάρκεια συντήρησης τα προϊόντα εξάγονται από το ψυγείο αφήνονται στο χώρο του συσκευαστηρίου για να προσαρμοστούν στον περιβάλλοντα χώρο του συσκευαστηρίου και αφού

στεγνώσουν οδηγούνται στη γραμμή διαλογής, τυποποίησης και συσκευασίας.



Εικόνα 2.2.1. Εσωτερικό ψυκτικού θαλάμου (πηγή: Alfa Cool Hellas)

3) Τυποποίηση

Τυποποίηση ενός αγροτικού προϊόντος ονομάζεται ο διαχωρισμός της όλης διακινούμενης ποσότητας του σε διάφορες ποιότητες και ο προσδιορισμός διαφορετικής τιμής για την κάθε ποιότητα (Χρίστος Καμενίδης, 2010).

Η τυποποίηση των νωπών οπωροκηπευτικών από την 1/1/2002 είναι υποχρεωτική και για τα προϊόντα που διακινούνται στη χώρα μας σύμφωνα με τον Καν. (ΕΚ) 1148/2001 όπως τροποποιήθηκε και ισχύει σήμερα από τον Καν. 543/2001 i. Η τυποποίηση διασφαλίζει τη νομιμότητα των συναλλαγών και τη διαφάνεια των αγορών ενώ απομακρύνει από την αγορά μη ικανοποιητικής ποιότητας προϊόντα. (Γεώργιος Πολυχρονάκης, 2014).

Από την πληθώρα των ποιοτικών χαρακτηριστικών που έχουν τα αγροτικά προϊόντα, εκείνο που συνήθως χρησιμοποιείται ως κριτήριο τυποποίησης του είναι ένα από τα σπουδαιότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, που έχουν ιδιαίτερη σημασία για τους καταναλωτές.

Στα νωπά αγροτικά προϊόντα χρησιμοποιούνται συνήθως τα παρακάτω ποιοτικά χαρακτηριστικά τους ως κριτήρια τυποποίησης τους:

- i. Το μέγεθος των προϊόντων, όπως η μέγιστη διάμετρος ισημερινής τομής στα ροδάκινα, που ορίζουν οι κανόνες ποιότητας της Ε.Ε.
- ii. Η δομή των προϊόντων, δηλαδή η σκληρότητα της σάρκας των προϊόντων. Έτσι υπάρχουν τα σκληρόσαρκα μήλα, τα τραγανά κεράσια, κ.ο.κ.
- iii. Η τρυφερότητα των προϊόντων, όπως συμβαίνει στην τυποποίηση του αρακά
- iv. Το ειδικό βάρος των προϊόντων
- v. Ο βαθμός ανάπτυξης των προϊόντων, όπως συμβαίνει στην τυποποίηση των καρότων (Χρίστος Καμενίδης, 2010).

Η τυποποίηση των οπωροκηπευτικών πραγματοποιείται συνήθως σε τρία βασικά στάδια, που είναι τα εξής:

- i. Το στάδιο της διαλογής, κατά το οποίο τα προϊόντα διαλέγονται σε κατάλληλα για εμπορία και σε ακατάλληλα, τα οποία αφαιρούνται και πετιούνται ή χρησιμοποιούνται για άλλους σκοπούς (π.χ. ζωοτροφές).
- ii. Το στάδιο του καθαρισμού, κατά το οποίο τα διαλεγμένα κατάλληλα προϊόντα απαλλάσσονται από κάθε είδους ξένη ύλη (χώματα κλπ.), είτε με υγρό καθαρισμό (πλύσιμο), είτε με στεγνό καθαρισμό (βούρτσισμα).
- iii. Το στάδιο της ταξινόμησης, κατά το οποίο τα διαλεγμένα και καθαρισμένα πλέον προϊόντα χωρίζονται σε ποιότητες (μεγέθη κλπ.), με τη βοήθεια διάφορων μηχανισμών (δακτύλους, φωτοκύτταρο κλπ.) (Χρίστος Καμενίδης, 2010).

Η τυποποίηση με το να διαχωρίζει την όλη παραγόμενη και διακινούμενη ποσότητα ενός αγροτικού προϊόντος σε διάφορες ποιότητες και στην κάθε ποιότητα να καθορίζει διαφορετική τιμή, καθίσταται παράγοντας κοινωνικής δικαιοσύνης τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους παραγωγούς.

Έτσι, οι καταναλωτές ανάλογα με τις ποιότητες των προϊόντων που αγοράζουν πληρώνουν και τις αντίστοιχες τιμές και από την άλλη μεριά οι παραγωγοί, ανάλογα με τις ποιότητες των προϊόντων που παράγουν, πληρώνονται με

αντίστοιχες τιμές. Η τυποποίηση των αγροτικών προϊόντων γίνεται βασικό κίνητρο για τη βελτίωση και αύξηση της αγροτικής παραγωγής.

Ο βασικός ρόλος της τυποποίησης είναι να εναρμονίσει τις προσφερόμενες ποιότητες προς τις ζητούμενες. Δηλαδή, να διαχωρίσει την όλη διακινούμενη ποσότητα ενός προϊόντος σε διαφορετικές ποιότητες και να τις προσφέρει στους καταναλωτές. Έτσι, οι καταναλωτές θα μπορούν να αγοράσουν εκείνη την ποιότητα του προϊόντος την οποία επιθυμούν ή προσαρμόζεται καλύτερα προς τα εισοδήματά τους, πληρώνοντας ανάλογη τιμή. Επίσης οι παραγωγοί θα αμείβονται βάσει της ποιότητας που παράγουν. Αναμφισβήτητα, η τυποποίηση των αγροτικών προϊόντων δημιουργεί πολλά και σημαντικά πλεονεκτήματα προς όφελος των καταναλωτών, των παραγωγών, των φορέων εμπορίας και του κράτους (Χρίστος Καμενίδης, 2010).



Εικόνα 2.2.2. Γενική άποψη διαλογητηρίου - συσκευαστηρίου (πηγή: www.olimprias.gr)

4) Συσκευασία

Συσκευασία ενός αγροτικού προϊόντος ονομάζεται η τοποθέτηση του μέσα σε ειδικό υλικό, για να καταστεί δυνατή, ασφαλής και αποδοτική η διακίνηση του ως προς τους καταναλωτές (Χρίστος Καμενίδης, 2010).

Η συσκευασία δεν πρέπει να συγγέεται με την τυποποίηση. Τυποποίηση είναι ο ποιοτικός διαχωρισμός της όλης διακινούμενης ποσότητας ενός προϊόντος, ενώ συσκευασία είναι η τοποθέτηση του προϊόντος (τυποποιημένου ή όχι) μέσα σε κάποιο υλικό. Σκοπός της συσκευασίας είναι η μεταφορά των προϊόντων ως τους καταναλωτές, η προστασία των προϊόντων, η αποδοτική τους διακίνηση και η προώθηση των πωλήσεων των προϊόντων.

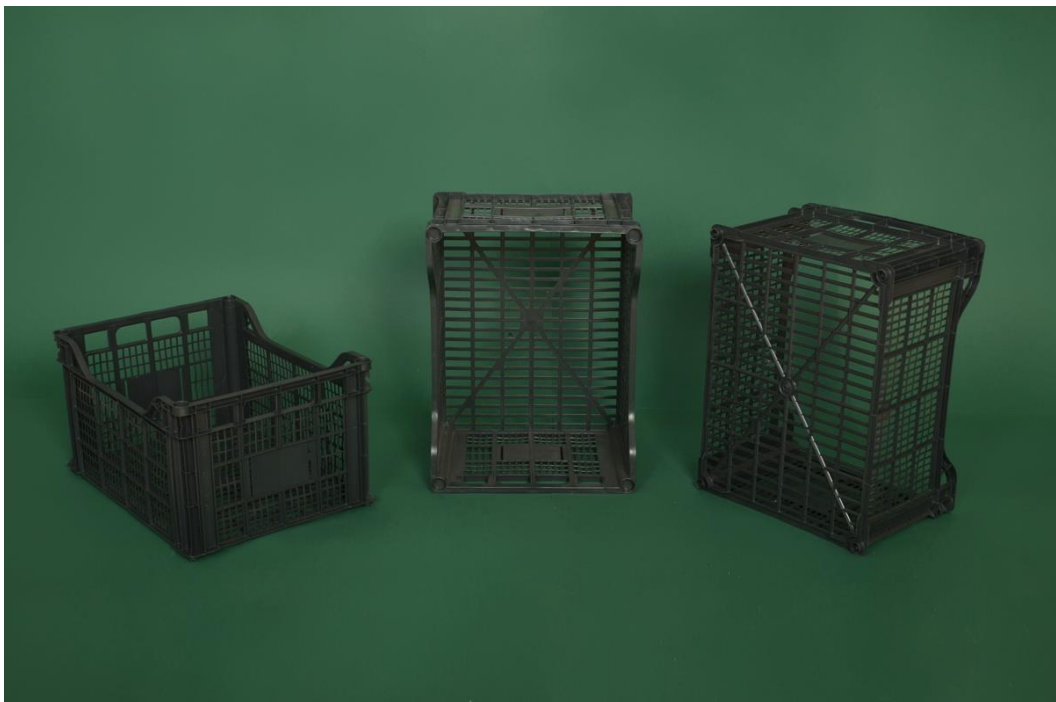
Τα αγροτικά προϊόντα συσκευάζονται σε διάφορους τύπους, ανάλογα με το είδος και το σκοπό που προορίζονται. Έτσι μπορεί να τοποθετηθούν σε κιβώτια (χάρτινα, πλαστικά ή ξύλινα), σε κεσεδάκι, σε σακούλες (χάρτινες ή πλαστικές), σε δίχτυ, κτλ. Η συσκευασία μπορεί να γίνεται με το χέρι, ημιαυτόματα ή και αυτόματα ανάλογα με τον τύπο της συσκευασίας και το είδος του προϊόντος.



Εικόνα 2.2.3. Χαρτοκιβώτιο (πηγή: packaging.tsavdaridisgroup.gr)



Εικόνα 2.2.4. Ξυλοκιβώτιο (πηγή: www.kivotia.gr)



Εικόνα 2.2.5. Πλαστικό κιβώτιο (πηγή: www.pelopack.gr)



Εικόνα 2.2.6. Κεσεδάκι (πηγή: www.pelopack.gr)



Εικόνα 2.2.7. Δίχτυ (πηγή: packaging.tsavdaridisgroup.gr)

5) Ταυτοποίηση

Ταυτοποίηση προϊόντος (product identification) ή σηματοποίηση προϊόντος (product branding) ονομάζεται ο προσδιορισμός της ταυτότητας του, με τη χρήση ονόματος, συμβόλου ή συνδυασμού αυτών (Χρίστος Καμενίδης, 2010).

Η ταυτοποίηση των αγροτικών προϊόντων μιας επιχείρησης είναι πολύ σπουδαία λειτουργία εμπορίας, γιατί συμβάλλει αποφασιστικά τόσο στην εύκολη αναγνώριση των προϊόντων της, όσο και την διαφοροποίηση τους από ομοειδή προϊόντα ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Έτσι, η ταυτοποίηση συντελεί στην προώθηση πωλήσεων των προϊόντων, ιδιαίτερα εκείνων των παραγωγών ή εμπόρων που παράγουν ή διακινούν εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα. Η ταυτοποίηση υποδηλώνει σοβαρότητα και είναι αποδεικτικό εμπιστοσύνης του παραγωγού ή εμπόρου προς το προϊόν που εμπορεύεται και τους πελάτες του.

2.3 Εμπόριο Οπωροκηπευτικών

Τα φρούτα και τα λαχανικά ανήκουν στην κατηγορία των τροφίμων και ως εκ τούτου υφίστανται όλους τους ελέγχους, όπως και τα άλλα τρόφιμα, προκειμένου να διασφαλιστεί η απαιτούμενη ποιότητα και υγιεινή για την ασφάλεια των καταναλωτών. Το εμπόριο των οπωροκηπευτικών στην Ελλάδα ρυθμίζεται από τις διατάξεις του Υπουργείου Εμπορίου σε συνάρτηση με τους κανονισμούς των Διευθύνσεων Γεωργίας που είναι φορείς του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Η πώληση των αγροτικών προϊόντων αρχίζει από τους παραγωγούς και καταλήγει στους καταναλωτές. Μπορεί να πραγματοποιηθεί απευθείας από τους παραγωγούς στους καταναλωτές (π.χ. λαϊκές αγορές) ή μέσω διαφόρων φορέων εμπορίας. Οι εταιρείες τυποποίησης – συσκευασίας νωπών οπωροκηπευτικών διαθέτουν τα είδη τους στην εγχώρια αγορά ή στο εξωτερικό. Στην εγχώρια αγορά δρουν είτε απευθείας στους λιανοπωλητές είτε μέσω χονδρέμπορων και τοπικών αντιπροσώπων. Στην Ευρωπαϊκή αγορά και στο εξωτερικό η διάθεση γίνεται μέσω χονδρέμπορων οι οποίοι στη συνέχεια προμηθεύουν τα σημεία λιανικής πώλησης.

Τα κανάλια διακίνησης των νωπών οπωροκηπευτικών στην εγχώρια αγορά είναι τα εξής:

1. Κεντρικές αγορές.

Πρόκειται για τα οργανωμένα σημεία χονδρεμπορικής πώλησης, τα σημαντικότερα από τα οποία είναι : α) Οργανισμός Κεντρικής Αγοράς Αθηνών Α.Ε. με 550 περίπου δραστηριοποιούμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και β) η Κεντρική Αγορά Θεσσαλονίκης Α.Ε., η οποία περιλαμβάνει 280 επιχειρήσεις. Σύμφωνα με στοιχεία παραγόντων που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά νωπών οπωροκηπευτικών, το μερίδιο των κεντρικών αγορών ανέρχεται σε 15 – 20 % επί του συνόλου διακινούμενων προϊόντων. Να σημειωθεί πως το 2004 το μερίδιο των κεντρικών αγορών υπολογιζόταν σε 20 – 25 %.

2. Χονδρικές επιχειρήσεις εκτός κεντρικών αγορών.

Πρόκειται για επιχειρήσεις που προμηθεύονται τα είδη τους από τους εγχώριους τυποποιητές ή τα εισάγουν από το εξωτερικό και στη συνέχεια τα διαθέτουν στα καταστήματα λιανικής πώλησης και σουπερμάρκετ. Το μερίδιο τους εκτιμάται 35 – 40 %.

3. Σουπερμάρκετ.

Τα σουπερμάρκετ προμηθεύονται τυποποιημένα οπωροκηπευτικά απευθείας από τις εταιρείες διαλογής – τυποποίησης, από χονδρεμπόρους ή πραγματοποιούν δικές τους εισαγωγές. Το μερίδιο των σουπερμάρκετ στη διακίνηση τυποποιημένων – συσκευασμένων νωπών οπωροκηπευτικών αυξάνεται συνεχώς τα τελευταία έτη και εκτιμάται περίπου στο 25 – 30 %. Στον νομό Αττικής και Θεσσαλονίκης υπολογίζεται ότι το μερίδιο των σουπερμάρκετ είναι υψηλότερο από τον μέσο όρο της χώρας. Να σημειωθεί πως το 2004 το μερίδιο των σουπερμάρκετ υπολογιζόταν σε 20 % περίπου.

4. Λαϊκές αγορές.

Σε δρόμους και πλατείες της χώρας επιτρέπεται ορισμένες μέρες και ώρες της εβδομάδας να πωλούνται, κατά κανόνα οπωροκηπευτικά προϊόντα, τα οποία πωλούνται απευθείας από τους παραγωγούς και ορισμένους επαγγελματίες πωλητές. Το μερίδιο διακίνησης είναι της τάξης του 15 – 20 % και είναι προϊόντα με πολύ χαμηλό βαθμό τυποποίησης. Να σημειωθεί πως το 2004 το μερίδιο των λαϊκών αγορών υπολογιζόταν σε 10 – 15 %. (ICAP, 2004, ICAP 2014).

Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση

Η ζήτηση των εξεταζόμενων προϊόντων επηρεάζεται άμεσα ή έμμεσα (τόσο σε μακροχρόνια όσο και σε βραχυχρόνια περίοδο) από διάφορους παράγοντες, όπως:

- Μεταβολές του Ακαθάριστου Εθνικού Εισοδήματος (ο παράγοντας αυτός επηρεάζει γενικότερα τη ζήτηση τροφίμων).
- Εποχικότητα (κυρίως σε ορισμένες κατηγορίες προϊόντων).
- Καιρικά φαινόμενα (επηρεάζουν ανάλογα τη διαθεσιμότητα των προϊόντων).
- Οι εισαγωγές φρούτων και λαχανικών που δεν παράγονται στην Ελλάδα, οι οποίες διευρύνουν τις διατροφικές επιλογές των καταναλωτών.
- Ο ρυθμός μεταβολής του αστικού πληθυσμού (υπάρχει σημαντική συσχέτιση της κατανάλωσης των τυποποιημένων – συσκευασμένων οπωροκηπευτικών με το ρυθμό μεταβολής του αστικού πληθυσμού) (ICAP 2014).

Δείκτες Τιμών

Πίνακας 2.3.1. Μέσος ετήσιος δείκτης τιμών καταναλωτή νωπών φρούτων και λαχανικών (2004 – 2013) (πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.)

Έτος	Νωπά Φρούτα		Νωπά Λαχανικά		Σύνολο Τροφίμων	
	Δείκτης	Μεταβολή	Δείκτης	Μεταβολή	Δείκτης	Μεταβολή
2004	94,21		91,64		86,19	
2005	82,83	-12,1%	86,16	-6,0%	86,66	0,5%
2006	81,12	-2,1%	87,55	1,6%	89,94	3,8%
2007	86,46	6,6%	92,63	5,8%	92,91	3,3%
2008	97,48	12,7%	93,45	0,9%	98,10	5,6%
2009	100,00	2,6%	100,00	7,0%	100,00	1,9%
2010	93,24	-6,8%	97,08	-2,9%	100,11	0,1%
2011	95,59	2,5%	103,75	6,9%	103,26	3,1%
2012	96,69	4,3%	105,67	1,9%	104,68	1,4%
2013	101,96	2,3%	104,27	-1,3%	104,92	0,2%
Έτος βάσης: 2009 = 100						

Ο δείκτης τιμών καταναλωτή στη γενική κατηγορία των τροφίμων παραμένει σε ανοδική τροχιά την τελευταία δεκαετία, με επιβράδυνση ωστόσο του αυξητικού ρυθμού τη διετία 2012 – 2013. Την περίοδο 2012 – 2013 ο ρυθμός μεταβολής του δείκτη τιμών των νωπών φρούτων ήταν υψηλότερος του αντίστοιχου των τροφίμων. Μείωση του δείκτη τιμών παρατηρείται μόνο στα λαχανικά το 2013.

2.4 Δομή και Διάρθρωση του Κλάδου

Ο κλάδος τυποποίησης και συσκευασίας νωπών οπωροκηπευτικών στη χώρα μας περιλαμβάνει πολύ μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και αρκετούς αγροτικούς συνεταιρισμούς οι οποίοι διαθέτουν ανάλογες εγκαταστάσεις (διαλογής – τυποποίησης και συσκευασίας των προϊόντων). Ο μεγάλος αριθμός των διαλογητηρίων υποδηλώνει μικρό βαθμό συγκέντρωσης στον κλάδο και οφείλεται κυρίως στον κατακερματισμό της πρωτογενούς παραγωγής και ,εν μέρει, στο σχετικά χαμηλό ύψος επένδυσης που απαιτείται για μια επιχείρηση για την είσοδο της στον κλάδο.

Λόγω του εξαγωγικού προσανατολισμού αρκετών επιχειρήσεων αλλά και των αυξημένων απαιτήσεων ποιότητας και εμφάνισης των προϊόντων στις ανεπτυγμένες αγορές της Ευρώπης, αρκετές επιχειρήσεις διαθέτουν σύγχρονες γραμμές διαλογής καθώς και πιστοποιημένα συστήματα τυποποίησης, συσκευασίας, διασφάλισης ποιότητας και υγιεινής.

Σύμφωνα με το Σύνδεσμο Ελληνικών Επιχειρήσεων Εξαγωγής – Διακίνησης Φρούτων Λαχανικών και Χυμών (Incofruit), ο πληθυσμός των διαλογητηρίων – συσκευαστηρίων εκτιμάται σε λιγότερα από 2.000, ωστόσο οι δραστήριες μονάδες είναι λιγότερες από 1.000. Η συνολική παραγωγική δυναμικότητα των εγχώριων μονάδων τυποποίησης είναι αρκετά μεγάλη, έτσι ώστε να μπορούν να επεξεργαστούν τουλάχιστον τριπλάσια ποσότητα παραγωγής νωπών οπωροκηπευτικών από την υφιστάμενη. Ο συνολικός αριθμός χονδρεμπορικών επιχειρήσεων νωπών οπωροκηπευτικών για το σύνολο της χώρας εκτιμάται σε 3.200 περίπου επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με την ΕΛ.ΣΤΑΤ. το 2008 καταγράφηκαν 2.394 επιχειρήσεις με «Υποστηρικτικές δραστηριότητες για τη φυτική παραγωγή» (περιλαμβάνονται και οι επιχειρήσεις τυποποίησης – συσκευασίας γεωργικών προϊόντων), οι οποίες παρουσίασαν συνολικές πωλήσεις 89,6 εκατομμύρια ευρώ €. Όσον αφορά τη δραστηριότητα του χονδρικού εμπορίου φρούτων και λαχανικών, το 2008 καταγράφηκαν 3.309 επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών 3.204,3 εκατομμύρια ευρώ €.

2.5 Θεσμικό Πλαίσιο

Η αγορά νωπών οπωροκηπευτικών προϊόντων υπόκειται από την Ευρωπαϊκή Ένωση σε καθεστώς ρυθμίσεων και παρεμβάσεων, τόσο όσον αφορά τους μηχανισμούς της αγοράς όσο και σε σχέση με την ποιότητα και την υγιεινή των προϊόντων που φτάνουν στον τελικό καταναλωτή. Οι γενικές προδιαγραφές για την κοινή οργάνωση των αγορών στον τομέα των οπωροκηπευτικών έχουν θεσπιστεί με τους κανονισμούς 1234/07 (22/10/2007) και 1182/07 (26/9/2007). Η θέσπιση της νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικής οδηγεί σε ριζικές αλλαγές τόσο στο ελληνικό όσο και στο κοινοτικό δίκαιο και εντοπίζεται στους παρακάτω κανονισμούς:

- Κανονισμός 1182/2007 (26/09/2007) για τη θέσπιση ειδικών κανόνων όσον αφορά τον τομέα των οπωροκηπευτικών.
- Κανονισμός 1580/2007 (21/12/2007) για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής των κανονισμών (ΕΚ) αριθ. 2200/96, (ΕΚ) αριθ. 2201/96 και (ΕΚ) αριθ. 1182/2007 του Συμβουλίου στον τομέα των οπωροκηπευτικών.
- Κανονισμός 1234/2008 (22/10/2007) για τη θέσπιση κοινής οργάνωσης των γεωργικών αγορών και ειδικών διατάξεων για ορισμένα γεωργικά προϊόντα.
- Κανονισμός 1221/2008 (5/12/2008) σχετικά με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1580/2007 για τη θέσπιση κοινών κανόνων εφαρμογής

των κανονισμών (ΕΚ) αριθ. 2200/96, (ΕΚ) αριθ. 2201/96 και (ΕΚ) αριθ. 1182/2007 του Συμβουλίου στον τομέα των οπωροκηπευτικών όσον αφορά τις προδιαγραφές εμπορίας.

- Κανονισμός 771/2009 για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) Αριθ. 1580/2007 σχετικά με ορισμένες προδιαγραφές εμπορίας στον τομέα των οπωροκηπευτικών.
- Κανονισμός 543/2011 της Επιτροπής της 7ης Ιουνίου 2011 για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1234/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους τομείς των οπωροκηπευτικών και των μεταποιημένων οπωροκηπευτικών.
- Κανονισμός 499/2014 της Επιτροπής της 11ης Μαρτίου 2014. Συμπλήρωση του κανονισμού 1308/2013 και 1306/2013 του ευρωπαϊκού κοινοβουλίου με την τροποποίηση του εκτελεστικού κανονισμού 543/2011 όσον αφορά τους τομείς των οπωροκηπευτικών.
- Νόμος 4015 (ΦΕΚ 21/9/2011). Θεσμικό πλαίσιο για τους αγροτικούς συνεταιρισμούς, τις συλλογικές οργανώσεις και την επιχειρηματικότητα του αγροτικού κόσμου.
- ΚΥΑ 257543/2006. Συμπληρωματικά μέτρα για την εφαρμογή του καν. 1148/2001 της επιτροπής των Ε.Κ. σχετικά με τους ελέγχους τήρησης των προδιαγραφών εμπορίας που εφαρμόζονται στον τομέα των νωπών οπωροκηπευτικών.
- ΚΥΑ 2533/63997/29-05-2013. Εφαρμογή του θεσμού του εγκεκριμένου εμπόρου στον τομέα των νωπών οπωροκηπευτικών.

2.6 Ανάλυση SWOT

Δυνατά Σημεία

- Τα οπωροκηπευτικά αποτελούν βασικό είδος της καθημερινής διατροφής και δεν υπάρχει υποκατάσταση των προϊόντων, παρά μόνο εντός των ορίων του κλάδου (μεταξύ διαφόρων οπωροκηπευτικών).
- Η στροφή πολλών καταναλωτών προς περισσότερο υγιεινή διατροφή, ενισχύει περαιτέρω τη ζήτηση για τα εξεταζόμενα προϊόντα.
- Η καλή ποιότητα των ελληνικών προϊόντων.

- Η διαμόρφωση της καταναλωτικής συνείδησης υπέρ των εγχωρίως παραγομένων προϊόντων έναντι των εισαγομένων, που ορισμένες φορές θεωρούνται αμφιβόλου ποιότητας (π.χ. μεταλλαγμένα), αποτελεί ένα ακόμη ισχυρό σημείο του κλάδου.

Αδύνατα Σημεία

- Οξύς ανταγωνισμός λόγω πληθώρας επιχειρήσεων. Ύπαρξη μεγάλου αριθμού μονάδων μικρού μεγέθους και χαμηλού τεχνολογικού επιπέδου.
- Μεγάλος αριθμός μεσαζόντων.
- Μη ύπαρξη ομαλών συνθηκών διαμόρφωσης των τιμών του παραγωγού, λόγω της μη οργανωμένης δράσης τους.
- Υψηλά έξοδα μεταφοράς για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις.
- Έλλειψη ποικιλιών για τη λειτουργία των παραγωγικών μονάδων όλο το χρόνο. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ασυνέχεια στις παραδόσεις σε πελάτες του εξωτερικού, οι οποίοι με τη σειρά τους απευθύνονται σε ανταγωνίστριες χώρες (π.χ. Ισπανία, Ιταλία).
- Ανταγωνισμός των εγχωρίως παραγόμενων προϊόντων από εισαγόμενα.
- Μη επαρκής παρακολούθηση της τήρησης της σχετικής νομοθεσίας από την πολιτεία. Αυτό, οδηγεί ορισμένες επιχειρήσεις στο να λειτουργούν χωρίς να εφαρμόζουν τα καθορισμένα πρότυπα, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού.

Ευκαιρίες

- Η περαιτέρω διεύρυνση των εξαγωγών (τόσο σε ποσότητα όσο και σε προσφερόμενες ποικιλίες).
- Η λήψη μέτρων από την πολιτεία με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων. Συστηματική προβολή – διαφήμιση των ελληνικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού.
- Η μεγάλη διείσδυση των τυποποιημένων – συσκευασμένων προϊόντων στην εγχώρια αγορά (περισσότερα σημεία πώλησης).
- Η διεύρυνση της εμπορικής περιόδου, μέσω της εφαρμογής καλλιεργητικών προγραμμάτων και δημιουργίας ζωνών καλλιέργειας κατά προϊόν και περιφέρεια (βελτίωση, εμπλουτισμός ποικιλιών των προϊόντων).

Απειλές

- Οι απρόσμενες και μη ελεγχόμενες καιρικές συνθήκες, οι οποίες επηρεάζουν τόσο τον όγκο της παραγωγής όσο και την ποιότητα των προϊόντων.
- Οι αυξανόμενες εισαγωγές οπωροκηπευτικών από τρίτες χώρες, με χαμηλό κόστος παραγωγής, τόσο στη χώρα μας όσο και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, απειλούν τα εγχωρίως παραγόμενα και κατ' επέκταση και εξαγόμενα, δημιουργώντας συνθήκες ανταγωνισμού και συμπίεσης των περιθωρίων κέρδους των επιχειρήσεων.
- Απρόβλεπτοι παράγοντες διατροφικής κρίσης, οι οποίοι μπορεί να επηρεάσουν και τις ελληνικές εξαγωγές.
- Η δυσκολία χρηματοδότησης των επιχειρήσεων και γενικότερα τα προβλήματα ρευστότητας και επισφάλειας της αγοράς, λόγω της οικονομικής ύφεσης.
- Διακίνηση μη τυποποιημένων οπωροκηπευτικών σε κιβώτια συσκευασίας χωρίς την απαραίτητη σήμανση (χωρίς την τήρηση κανόνων υγιεινής) και την προώθηση τους σε γειτονικές χώρες, δυσφημώντας έτσι τα ελληνικά προϊόντα (ICAP, 2014).

2.7 Τάσεις και Προοπτικές

Σύμφωνα με την έρευνα της ICAP που πραγματοποιήθηκε σε σημαντικό αριθμό εταιριών του κλάδου και σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων της αγοράς, δεν αναμένονται σημαντικές μεταβολές στη συνολική εγχώρια αγορά των νωπών οπωροκηπευτικών τα προσεχή έτη. Οι προοπτικές διαφαίνονται θετικές και στο επίπεδο των εξαγωγών, μετά την είσοδο της Ελλάδας σε νέες αγορές (π.χ. ακτινίδια στην Κίνα).

Στόχος των επιχειρήσεων είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας με σκοπό τη διατήρηση του μεριδίου τους στην αγορά αλλά και τη συνέχιση της αυξητικής πορείας των εξαγωγών. Δεδομένης της υπάρχουσας κατάστασης, οι άξονες στους οποίους εκτιμάται ότι θα πρέπει να κινηθούν οι επιχειρήσεις του κλάδου προκειμένου να αυξήσουν τις πωλήσεις τους είναι:

- Ενίσχυση της εξωστρέφειας (διεύρυνση των εξαγωγών) και διεξόδου σε νέες αγορές.
- Διεύρυνση της ποικιλίας των προϊόντων τους.

- Συστηματική και στοχευμένη διαφήμιση των ελληνικών αγροτικών προϊόντων στο εξωτερικό, με σημείο υπεροχής της ποιότητας τους.
- Διείσδυση σε περισσότερα σημεία λιανικής πώλησης στη εγχώρια αγορά.
- Εκσυγχρονισμός και εφαρμογή νέων τεχνολογιών στην επεξεργασία – τυποποίηση των προϊόντων, με σκοπό τη μείωση του κόστους τους (ICAP, 2014).

Μέρος Β

ΜΕΡΟΣ Β

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΡΕΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

1.1 Συνοπτική Περιγραφή Τρέχουσας Κατάστασης

Στην παρούσα φάση η επιχείρηση ασχολείται αποκλειστικά με την παραγωγή φρούτων τα οποία στην συνέχεια πωλούνται σε διαλογητήρια – συσκευαστήρια, κατά βάση της περιοχής. Τα καλλιεργούμενα φρούτα είναι εσπεριδοειδή και πυρηνόκαρπα. Οι καλλιεργούμενες εκτάσεις βρίσκονται στην περιοχή της Αργολίδας και αποτελούνται από ιδιόκτητες εκτάσεις καθώς και εκτάσεις με μίσθωση μακράς διάρκειας.

Πρόκειται για μία οικογενειακή επιχείρηση, όπου απασχολούνται τρία μέλη της οικογένειας καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Για την κάλυψη των καλλιεργητικών αναγκών χρησιμοποιείται περιστασιακά ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο τις περιόδους αιχμής (συγκομιδή προϊόντων) φτάνει και τους σαράντα εργαζόμενους.

1.1.1 Παραγόμενα Προϊόντα

Πυρηνόκαρπα

Όσον αφορά τα πυρηνόκαρπα καλλιεργούνται αποκλειστικά βερίκοκα. Οι καλλιεργούμενες ποικιλίες είναι οι:

1. Τύρβη
2. Μπεμπέκο
3. Orange Red
4. Tom Cot
5. Νεράιδα
6. Bora

Οι ποσότητες σε κιλά βερίκοκων των διαφόρων ποικιλιών που παράγονται παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1.1.1.1 Παραγόμενες ποσότητες βερίκοκων

Ποικιλία	Κιλά (Kg)	Ποσοστό (%)
Τύρβη	54.766	41,9%
Μπεμπέκο	52.331	40,0%
Orange Red	2.652	2,0%
Tom Cot	7.000	5,4%
Νεράιδα	7.027	5,4%
Bora	7.000	5,4%
Σύνολο	130.776	

Εσπεριδοειδή

Στα καλλιεργούμενα εσπεριδοειδή ανήκουν είδη πορτοκαλιάς, μανταρινιάς, λεμονιάς και γκρέιπφρουτ. Ο κύριος όγκος της παραγωγής είναι τα πορτοκάλια, μανταρίνια και λεμόνια.

Πορτοκάλια

Οι ποικιλίες πορτοκαλιών που παράγονται είναι οι:

1. Navelina (Dalmau)
2. Newhall
3. Lane Late

Οι ποσότητες σε κιλά πορτοκαλιών των διαφόρων ποικιλιών που παράγονται παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1.1.1.2 Παραγόμενες ποσότητες πορτοκαλιών

Ποικιλία	Κιλά (Kg)	Ποσοστό (%)
Navelina (Dalmau)	17.244	22,9%
Newhall	27.986	37,1%
Lane Late	30.193	40,0%
Σύνολο	75.423	100%

Μανταρίνια

Στη μανταρινιά καλλιεργείται μόνο μία ποικιλία, η κλημεντίνη. Οι ποσότητες σε κιλά μανταρινιών που παράγονται παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1.1.1.3 Παραγόμενες ποσότητες μανταρινιών

Ποικιλία	Κιλά (Kg)	Ποσοστό (%)
Κλημεντίνη	25.765	100%
Σύνολο	25.765	100%

Λεμόνια

Στη λεμονιά καλλιεργείται επίσης μόνο μία ποικιλία, η Interdonato. Οι ποσότητες σε κιλά λεμονιών που παράγονται παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1.1.1.4 Παραγόμενες ποσότητες λεμονιών

Ποικιλία	Κιλά (Kg)	Ποσοστό (%)
Interdonato	27372	100%
Σύνολο	27372	100%

Γκρέιπφρουτ

Στο γκρέιπφρουτ τέλος καλλιεργείται μόνο μία ποικιλία, η Foster. Οι ποσότητες σε κιλά γκρέιπφρουτ που παράγονται παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 1.1.1.4 Παραγόμενες ποσότητες γκρέιπφρουτ

Ποικιλία	Κιλά (Kg)	Ποσοστό (%)
Foster	5025	100%
Σύνολο	5025	100%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

2.1 Συνοπτική Παρουσίαση Εγχειρήματος

Το εν λόγω επιχειρηματικό σχέδιο αφορά στην επέκταση υφιστάμενης μονάδας παραγωγής φρούτων. Η ανωτέρω επιχειρηματική ιδέα προέκυψε ύστερα από το ενδιαφέρον επέκτασης της υφιστάμενης κατάστασης. Οι επιλογές ήταν αφενός η οριζόντια ολοκλήρωση και αφετέρου η κάθετη ολοκλήρωση προς τα εμπρός είτε προς τα πίσω. Ως εκ τούτου προέκυψε η ιδέα της κάθετης ολοκλήρωσης προς τα εμπρός. Συγκεκριμένα, πρόκειται για τη μελέτη επέκτασης της υπάρχουσας μονάδας παραγωγής φρούτων με τη σύσταση μονάδας τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίας φρούτων και την αξιολόγηση της συγκεκριμένης επένδυσης με σκοπό τη λήψη της βέλτιστης απόφασης για την πραγματοποίηση ή μη του εγχειρήματος.

2.2 Αποστολή και Όραμα

Το όραμα της επιχείρησης είναι η *συνεχής παροχή στους καταναλωτές με ελληνικά φρούτα εποχής υψηλής ποιότητας και γεύσης*. Αρχικά απευθύνεται σε καταναλωτές εντός των συνόρων της χώρας και σε βάθος χρόνου η επέκταση του πελατολογίου σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες.

Λειτουργικά, η αποστολή της επιχείρησης *επικεντρώνεται στην συνεχή παραγωγή και επιλογή ποιοτικών φρούτων και ακολουθώντας όλους τους κανόνες ποιότητας και ασφάλειας αυτά να καταλήγουν στην όσο το δυνατόν καλύτερη κατάσταση στον τελικό καταναλωτή*. Ιδιαίτερης σημασίας αποτελεί για την επιχείρηση και η δημιουργία αισθήματος ικανοποίησης και εμπιστοσύνης των πελατών ως προς τα προϊόντα και το όνομα της επιχείρησης. Ένα ακόμη μέρος της αποστολής της επιχείρησης είναι η ενσωμάτωση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που θα εκφράζεται διαρκώς με σεβασμό στο περιβάλλον, στα δικαιώματα των εργαζομένων και την προσφορά στην τοπική κοινωνία.

Οι επιμέρους στόχοι της επιχείρησης είναι οι εξής:

- Παροχή υψηλής ποιότητας φρούτων με τη χρήση σύγχρονου μηχανολογικού εξοπλισμού και καταρτισμένου προσωπικού
- Η ικανοποίηση των πελατών
- Η απόκτηση φήμης (brand awareness)
- Συνεχής ανάπτυξη σε νέες αγορές
- Συνεχής εξέλιξη και αναβάθμιση του μηχανολογικού εξοπλισμού

- Συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού
- Δημιουργία φιλικού και ευχάριστου περιβάλλοντος για το προσωπικό
- Ανάδειξη των ελληνικών φρούτων

2.3 Νομική μορφή

Η νομική μορφή της επιχείρησης θα είναι Ε.Π.Ε. Παρακάτω αναφέρεται πιο αναλυτικά η ροή των διαδικασιών που πρέπει να ακολουθηθούν για να γίνει η σύσταση μίας επιχείρησης με την νομική μορφή Ε.Π.Ε.

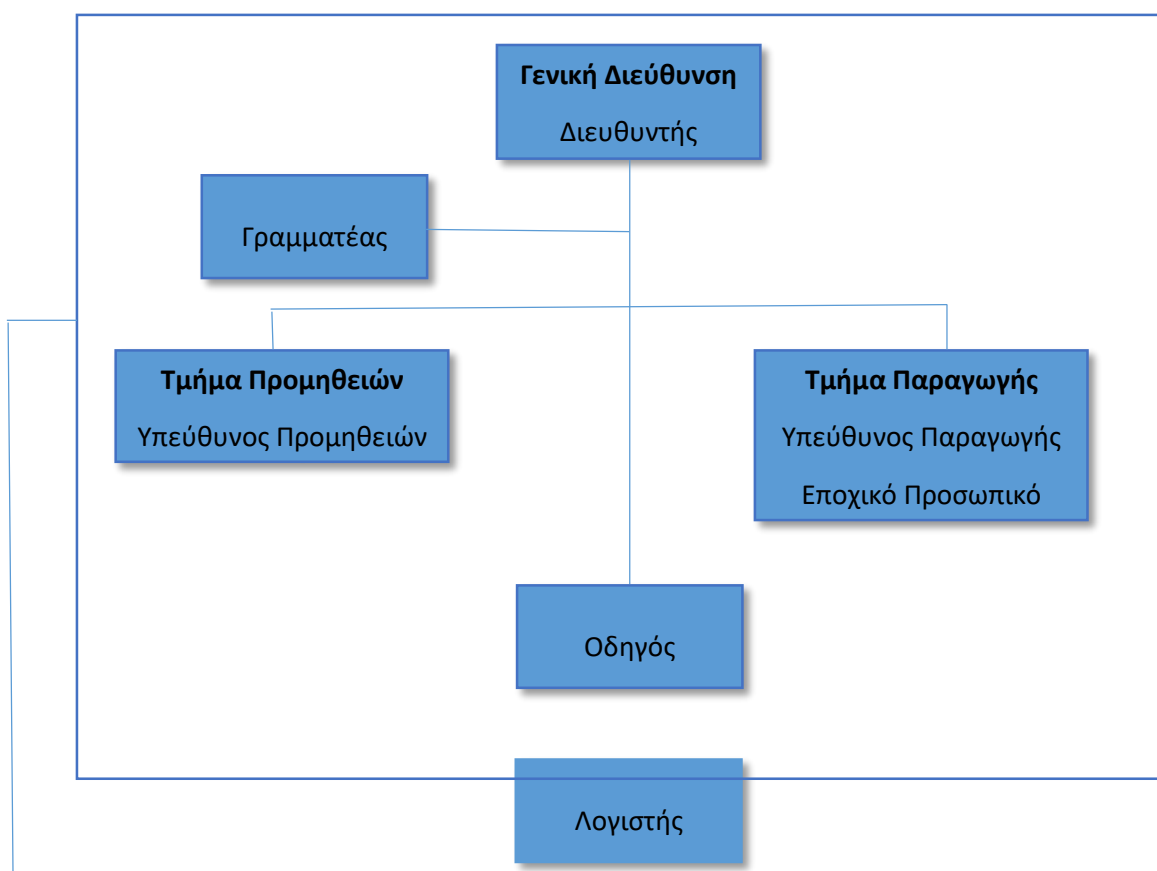
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

3.1 Οργανόγραμμα Επιχείρησης

Η επιχείρηση θα αποτελείται από τα ακόλουθα τμήματα:

- Γενική Διεύθυνση
 - Διευθυντής
 - Γραμματεία
- Τμήμα Προμηθειών
 - Υπεύθυνος Προμηθειών
- Τμήμα Παραγωγής
 - Υπεύθυνος Παραγωγής – Επιστάτης
 - Εποχικό Προσωπικό
- Λοιποί Συνεργάτες
 - Λογιστής
 - Οδηγός

Το οργανόγραμμα της επιχείρησης θα έχει την ακόλουθη μορφή:



➤ Ανθρώπινο Δυναμικό

Η επιχείρηση θα στελεχωθεί με ικανούς ανθρώπους οι οποίοι θα διαθέτουν γνώση και εμπειρία του αντικειμένου. Το προσωπικό που θα απασχολεί η επιχείρηση κατά βάση θα είναι εποχικό, το οποίο θα δεσμεύεται από την επιχείρηση για τις περιόδους της παραγωγής και θα επαναπροσλαμβάνεται την επόμενη περίοδο.

Ο γενικός διευθυντής είναι το πρόσωπο που θα ηγείται της εταιρίας καθώς επίσης θα είναι και υπεύθυνος να επικοινωνεί με τους πελάτες και να κανονίζει τις παραγγελίες. Ο διευθυντής προμηθειών κατέχει επίσης σημαντικό ρόλο, μίας και είναι αυτός που επιλέγει τα φρούτα και θα ελέγχει την ποιότητα τους, τα οποία στην συνέχεια θα τυποποιηθούν και συσκευαστούν. Ο γενικός διευθυντής καθώς και ο διευθυντής προμηθειών θα αμείβονται με 1.200 € μικτά ανά μήνα έκαστος, δηλαδή 14.400 € ετησίως. Ο διευθυντής παραγωγής είναι αρμόδιος για την σωστή και ασφαλή λειτουργία της διαδικασίας τυποποίησης και συσκευασίας. Ο μισθός του διευθυντή παραγωγής και το προσωπικό έχει συνυπολογιστεί στο κόστος πωληθέντων. Ο μισθός για τον γραμματέα ανέρχεται στα 600 € μικτά μηνιαίως (7.200 € ετησίως) και τέλος ο οδηγός με 800 € μικτά μηνιαίως (9.600 € ετησίως).

➤ Προϊόντα

Τα προϊόντα που θα προσφέρει η επιχείρηση είναι για αρχή τυποποιημένα και συσκευασμένα εσπεριδοειδή και βερίκοκα. Στο μέλλον υπάρχουν προοπτικές επέκτασης και σε άλλα είδη φρούτων, όπως π.χ. σταφύλια, τα οποία παράγονται στην ευρύτερη περιοχή. Σκοπός της επιχείρησης είναι να προσφέρει στον καταναλωτή όσο το δυνατόν φρεσκότερα και ποιοτικότερα ελληνικά φρούτα.

Λεπτομερέστερα τα προϊόντα που προσφέρονται είναι τα εξής:

- Πορτοκάλια:
 - Δίχτυ (1 Kg)
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Μανταρίνια:
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Λεμόνια:
 - Δίχτυ (1 Kg)
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Γκρέιπφρουτ:

- Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Βερίκοκα:
 - Πλαστικό κεσεδάκι (1 Kg)
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης είναι ο χώρος όπου η διοίκηση της πρέπει να αναζητεί ευκαιρίες και πιθανές απειλές. Το εξωτερικό περιβάλλον μπορεί να διαχωριστεί σε δύο επιμέρους συνιστώσες:

1. Το ευρύτερο – μάκρο περιβάλλον
2. Το μικρο περιβάλλον

4.1 Ευρύτερο – μάκρο περιβάλλον

4.1.1 Αγροτροφικός τομέας

Ο αγροτροφικός τομέας (δηλαδή ο αγροτικός τομέας και η μεταποίηση τροφίμων, ποτών και καπνού) συνέβαλε το 2014 κατά 7,2% στη συνολική Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία, έναντι 12% το 1995. Επιπλέον αντιπροσωπεύει το 15% της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα. Το εμπορικό ισοζύγιο προϊόντων του αγροτροφικού τομέα της Ελλάδος είναι ελλειμματικό. Τα προϊόντα του αγροτροφικού τομέα αποτελούν τη τρίτη μεγαλύτερη κατηγορία εξαγομένων προϊόντων με ποσοστό 19% του συνόλου των εξαγωγών, ενώ αποτελούν το 14% των εισαγωγών. Σχεδόν το 69% των εξαγωγών κατευθύνεται προς χώρες της Ε.Ε ενώ το 80% των εισαγωγών της συγκεκριμένης κατηγορίας προέρχεται από χώρες της Ε.Ε.

Η Ελλάδα συνεισφέρει το 3,0% της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας του αγροτικού τομέα της Ε.Ε. (Μ.Ο. 2012- 2014). Βέβαια η παραγόμενη προστιθέμενη αξία στην γεωργική παραγωγή της Ελλάδας υπολείπεται σημαντικά βασικών ανταγωνιστών. Επιπλέον, την τελευταία δεκαετία το αγροτικό εισόδημα στην Ελλάδα μειώθηκε κατά μέσο όρο σε ετήσια βάση κατά 0,4%, έναντι αύξησης 1,6% των χωρών της Ευρωζώνης. Η νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ), που ξεκίνησε ήδη από την 1η Ιανουαρίου 2015 και που ολοκληρώνεται το 2020, θα διαθέσει περισσότερα από 19,5 δισ. ευρώ στην Ελλάδα με προσανατολισμό την αύξηση της ποιότητας παραγωγής και την αύξηση των εξαγωγών.

Δεδομένου ότι ο αγροτροφικός τομέας αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας υπάρχουν σημαντικά περιθώρια προοπτικών και ανάπτυξης και ως εκ τούτου βελτίωσης του αγροτικού εισοδήματος στην Ελλάδα, ιδιαίτερα λαμβάνοντας υπόψη τις εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ΕΕ) για τις γεωργικές αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης την επόμενη δεκαετία.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις αναμένονται μεσοπρόθεσμα θετικοί ρυθμοί μεταβολής για το αγροτικό εισόδημα στην Ελλάδα, λαμβάνοντας υπόψη τις προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την περίοδο 2015-2024. Συγκεκριμένα, η εκτίμηση για την μέση αθροιστική μεταβολή για την Ελλάδα διαμορφώνεται στα επίπεδα του 9,0%. Κρίσιμη παράμετρος της μεταβολής του αγροτικού εισοδήματος παραμένει η διαμόρφωση του κόστους παραγωγής. Επίσης σε ότι αφορά τις προοπτικές της Ελλάδας σε σχέση με τις μεγάλες αγορές βασικών γεωργικών προϊόντων της ΕΕ η θετική συμβολή περιορίζεται, λαμβάνοντας υπόψη ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα συμμετέχουν στο 11,5% του συνόλου της γεωργικής παραγωγής, τα δημητριακά στο 10% και η ζωική παραγωγή στο 14,5%.

Μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις σε ότι αφορά την ανάπτυξη και τις προοπτικές του αγροτροφικού τομέα στη χώρα μας είναι η σταδιακή αναπροσαρμογή του παραγωγικού μοντέλου σε παραγωγή και διάθεση προϊόντων υψηλής ποιότητας, λαμβάνοντας υπόψη ότι η συγκεκριμένη αγορά αναμένεται να διευρυνθεί περαιτέρω, με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η μεταποίηση τροφίμων, χάρη στη διαθεσιμότητα πρώτων υλών, προϊόντων υψηλής ποιότητας και εξειδικευμένης τεχνογνωσίας στην Ελλάδα, παρουσιάζει πολλές δυνατότητες να αυξήσει την αξία και τις εξαγωγές της (Τράπεζα Πειραιώς, 2015).

4.1.2 Ανάλυση PEST

Το μάκρο-περιβάλλον περιλαμβάνει όλες τις περιβαλλοντικές δυνάμεις και καταστάσεις που επηρεάζουν κάθε επιχείρηση και οργανισμό στην οικονομία. Κατά την ανάλυση του χωρίζεται σε τέσσερις επιμέρους διαστάσεις : πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικοπολιτιστικό και τεχνολογικό περιβάλλον. Αναλύοντας το εξωτερικό της περιβάλλον μία επιχείρηση μπορεί να προβλέψει μελλοντικές τάσεις και να εκπληρώνει αποτελεσματικότερα τις απαιτήσεις του παρόντος και να προετοιμάζεται καλύτερα για τις μελλοντικές προκλήσεις. Για την ανάλυση του μάκρο-περιβάλλοντος χρησιμοποιείται η ανάλυση PEST (τα αρχικά των λέξεων Political, Economic, Social και Technological).

Πολιτικό περιβάλλον

Η κυβερνητική αστάθεια των τελευταίων ετών καθώς και οι ανά τακτά χρονικά διαστήματα εκλογές συνθέτουν ένα ασταθές πολιτικό περιβάλλον για την Ελλάδα.

Προσθέτοντας το φορολογικό και ασφαλιστικό σύστημα που αλλάζουν συνεχώς, δημιουργούν ένα περιβάλλον που πλήττει τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Οικονομικό Περιβάλλον

Μετά από μια περίοδο πέντε διαδοχικών τριμήνων με θετικούς ρυθμούς μεταβολής του Α.Ε.Π., από το β' εξάμηνο του 2015 η ελληνική οικονομία επανήλθε σε υφεσιακή τροχιά, η οποία μάλιστα δείχνει να εντείνεται το τρέχον έτος. Κατά το πρώτο τρίμηνο του 2016 το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Α.Ε.Π.) υποχώρησε κατά 0,5% σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο τρίμηνο, ενώ συγκρινόμενο με το (αντίστοιχο) πρώτο τρίμηνο του 2015, το Α.Ε.Π. κατέγραψε μείωση 1,4% (σε ετήσια βάση). Η πρωτοφανής συρρίκνωση του Α.Ε.Π. κατά την εξαετία της οικονομικής κρίσης έπληξε με σφοδρότητα την αγορά εργασίας, με την απασχόληση να καταγράφει εντυπωσιακή πτώση επί σειράν ετών.

Το Α' Τρίμηνο του 2016, οι απασχολούμενοι στην Ελλάδα αυξήθηκαν κατά 2,9% σε σχέση με τις αρχές του 2015, με τη συνολική απασχόληση να σημειώνει θετικές μεταβολές για 8 συνεχή τρίμηνα. Επίσης, το πλήθος των ανέργων κατέγραψε μείωση της τάξης του 6%, με συνέπεια το ποσοστό ανεργίας να περιοριστεί σε 24,9% στο Α' Τρίμηνο του 2016 (από 26,6% στις αρχές του 2015). Παρά τις θετικές αυτές εξελίξεις, βασικά προβλήματα που χρήζουν άμεσης αντιμετώπισης είναι το εντυπωσιακά υψηλό ποσοστό της μακροχρόνιας ανεργίας καθώς και της ανεργίας των νέων.

Η τραπεζική χρηματοδότηση για το 2014 έχει υποχωρήσει κατά 25% σε σχέση με το 2009, ενώ τον Μάιο του 2015 επιβλήθηκαν περιορισμοί στην μετακίνηση κεφαλαίων (capital controls) που απορύθμισαν περεταίρω την αγορά κεφαλαίων (ICAP, 2016).

Κοινωνικό περιβάλλον

Τα τελευταία έτη οι καταναλωτές παρουσιάζουν αλλαγές στην συμπεριφορά τους προσανατολιζόμενοι σε πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Ειδικότερα για τα τρόφιμα, σύμφωνα με τα συμπεράσματα της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ), για το 2013, εκτός από τα βασικά χαρακτηριστικά (γεύση, οσμή, κλπ.), οι καταναλωτές πλέον ζητούν από τα τρόφιμα και άλλα επιπλέον χαρακτηριστικά όπως να είναι υγιεινά, ασφαλή, να μην απαιτούν μεγάλο χρόνο προετοιμασίας και να γνωρίζουν τον τρόπο παρασκευής και προέλευσης του τροφίμου.

Τεχνολογικό περιβάλλον

Για την μεγιστοποίηση της παραγωγικότητας των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και την ελαχιστοποίηση της επίδρασης του περιβάλλοντος σε αυτές η τεχνολογία παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο. Οι τεχνολογία παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στα συστήματα συντήρησης και τυποποίησης των οπωροκηπευτικών με την χρήση αυτοματισμών για αύξηση της παραγωγικότητας.

Αξιοσημείωτη επίσης είναι η εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου τροφίμων. Το 2019 ο τζίρος του e-εμπορίου θα έχει διπλασιαστεί σε σχέση με το 2015 και θα αντιπροσωπεύει το 12% των συνολικών παγκόσμιων πωλήσεων του λιανεμπορίου (πηγή eMarketer).

4.2 Μίκρο περιβάλλον

Παράλληλα με την ανάλυση του ευρύτερου – μακρο περιβάλλοντος, μια ολοκληρωμένη ανάλυση του ανταγωνιστικού (μίκρο) 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 5 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, 2012).

Το κλαδικό περιβάλλον κάθε επιχείρησης προσδιορίζεται από τις εξής δυνάμεις:

1. Την απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων
2. Τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της επιχείρησης
3. Τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών της επιχείρησης
4. Την απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα
5. Την ένταση του ανταγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις του κλάδου.

4.2.1 Ανάλυση Porter:

Είσοδος Νέων Επιχειρήσεων στον Κλάδο

Η είσοδος νέων επιχειρήσεων στον κλάδο δεν αντιμετωπίζει ιδιαίτερες δυσκολίες, καθώς η συγκεκριμένη δραστηριότητα δεν έχει ιδιαίτερες απαιτήσεις σε ανθρώπινο κεφάλαιο ή σε μηχανολογικό εξοπλισμό. Το γεγονός αυτό επιτρέπει την παρουσία

μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων, αρκετές από τις οποίες είναι μικρού μεγέθους και χαμηλού τεχνολογικού επιπέδου.

Το θεσμικό πλαίσιο και οι κανονισμοί περί πιστοποίησης και ιχνηλασιμότητας των εξεταζόμενων προϊόντων, μπορεί να αποτελέσουν (ως ένα βαθμό) ανασταλτικό παράγοντα για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο.

Τέλος, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, το άνοιγμα της αγοράς με την ένταξη και άλλων χωρών δίνει τη δυνατότητα για μεγάλες εισαγωγές οπωροκηπευτικών από τρίτες χώρες, με αποτέλεσμα να δυσκολεύεται η είσοδος νέων ελληνικών επιχειρήσεων στις συγκεκριμένες αγορές του εξωτερικού. Επίσης, επηρεάζεται και το μερίδιο των ήδη υφιστάμενων ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων.

Κίνδυνοι από Υποκατάστατα Προϊόντα

Τα νωπά οπωροκηπευτικά αποτελούν βασικότατο είδος διατροφής, με πλούσια θρεπτικά συστατικά (μέταλλα, βιταμίνες, ιχνοστοιχεία κλπ.). Αυτό, σε συνδυασμό με την στροφή μέρους του καταναλωτικού κοινού σε υγιεινότερους τρόπους διατροφής, έχει σαν συνέπεια τα νωπά οπωροκηπευτικά να αποτελούν προϊόντα χωρίς υποκατάστατα.

Υποκατάσταση είναι πιθανό να υφίσταται εντός των ορίων του κλάδου, όπως για παράδειγμα μεταξύ διαφορετικών ποικιλιών φρούτων και λαχανικών, γεγονός που μπορεί να οφείλεται σε διακυμάνσεις (αυξομειώσεις) των τιμών των προϊόντων ή ακόμα και σε αλλαγή των καταναλωτικών προτιμήσεων. Η περίπτωση αυτή όπως είναι παροδική και δεν επιδρά μακροχρόνια στη συνολική ζήτηση των προϊόντων του κλάδου.

Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών

Προμηθευτές του κλάδου διαλογής – τυποποίησης και συσκευασίας νωπών οπωροκηπευτικών είναι οι παραγωγοί των σχετικών προϊόντων, οι οποίοι δεν φαίνεται να έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη, καθώς είναι πολλοί σε αριθμό και διασπαρμένοι σε όλη τη χώρα. Η ομαδοποιημένη λειτουργική οργάνωση τους δεν θεωρείται αναπτυγμένη και παραμένει στον κλασικό παλαιό τύπο των συνεταιρισμών. Γεγονός είναι ότι το ποσοστό συγκέντρωσης των παραγωγών αγροτικών προϊόντων είναι πολύ πιο χαμηλό σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, γεγονός που

ενδεχομένως δημιουργεί προβλήματα στον έλεγχο των συνθηκών παραγωγής των προϊόντων.

Διαπραγματευτική Δύναμη Αγοραστών

Οι κατηγορίες των προϊόντων των επιχειρήσεων του εξεταζόμενου κλάδου είναι οι χονδρέμποροι, τα καταστήματα λιανικής πώλησης (οπωροπωλεία, σουπερμάρκετ) και οι τελικοί καταναλωτές.

Οι χονδρέμποροι, αλλά και τα μεγάλα καταστήματα λιανικής πώλησης και ιδιαίτερα οι αλυσίδες σουπερμάρκετ έχουν σχετικά ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, λόγω της πληθώρας των επιχειρήσεων τυποποίησης – συσκευασίας, εκ των οποίων μπορούν να επιλέξουν την πιο συμφέρουσα για αυτούς συνεργασία.

Η θέση των αλυσίδων σουπερμάρκετ ενισχύεται ολοένα και περισσότερο, λόγω και του όγκου των συναλλαγών που πραγματοποιούν. Εκτιμάται δε ότι στο μέλλον τα σουπερμάρκετ θα αυξήσουν περαιτέρω τη συμμετοχή τους στη συνολική αγορά και διακίνηση φρούτων και λαχανικών, εις βάρος των ανεξάρτητων, κυρίως, σημείων πώλησης.

Οι ιδιώτες – καταναλωτές αποτελούν τους τελικούς αποδέκτες των προϊόντων των καταστημάτων λιανικής πώλησης και δε διαθέτουν ουσιαστική διαπραγματευτική δύναμη. Βεβαίως, η ύπαρξη πολλών σημείων πώλησης και πληθώρας προϊόντων στην αγορά (διαφορετικής τιμής και ποιότητας) τους οδηγεί στην πλέον συμφέρουσα για αυτούς επιλογή.

Ανταγωνισμός μεταξύ Επιχειρήσεων του Κλάδου

Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό, καθώς από την πλευρά της προσφοράς ο αριθμός των συσκευαστηρίων είναι πολύ μεγάλος. Η παραγωγική δυναμικότητα πολλών μονάδων τυποποίησης είναι υψηλή, έχοντας τη δυνατότητα να επεξεργαστούν μεγάλες ποσότητες νωπών οπωροκηπευτικών, δεδομένου ότι η δραστηριότητα αυτή χαρακτηρίζεται από εποχικότητα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα περιοδικά να παρατηρείται υψηλή προσφορά προϊόντων σε σχετικά χαμηλές τιμές, γεγονός που οδηγεί σε συμπίεση των περιθωρίων κέρδους των επιχειρήσεων του κλάδου.

Οι εισαγωγές τυποποιημένων οπωροκηπευτικών αποτελούν ένα ακόμη σημείο ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, θέτοντας ζητήματα ποιότητας, τιμών, υψηλού κόστους μεταφοράς κτλ. Τέλος, ο ανταγωνισμός εντείνεται περαιτέρω λόγω της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης, η οποία οδηγεί τους τελικούς καταναλωτές στον περιορισμό των ποσοτήτων αγοράς (ICAP, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

Το αρκτικόλεξο SWOT προκύπτει από τις αγγλικές λέξεις: **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities και **T**hreats. Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης όταν αυτή καλείται να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει με σκοπό την επίτευξη τους.

Η ανάλυση SWOT εξετάζει τα δυνατά και αδύνατα σημεία μιας επιχείρησης, τις ευκαιρίες και απειλές από το περιβάλλον που δραστηριοποιείται. Τα δυνατά και αδύνατα σημεία αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης καθώς προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει. Αντιθέτως οι ευκαιρίες και απειλές προκύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

Δυνατά σημεία:

Σημαντικό δυνατό σημείο της επιχείρησης είναι η γεωγραφική της τοποθέτηση. Αφενός, βρίσκεται κοντά από τα σημεία παραγωγής φρούτων όπως η Αργολίδα, Κορινθία και Λακωνία και αφετέρου βρίσκεται επίσης κοντά στο αστικό κέντρο της Αττικής, το οποίο είναι η μεγαλύτερη εγχώρια αγορά. Επιπλέον, οι συγκεκριμένες περιοχές παράγουν εσπεριδοειδή και βερίκοκα υψηλής ποιότητας και γεύσης σε σχέση με άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Ένα ακόμα δυνατό σημείο της επιχείρησης είναι πως εξασφαλίζεται ποιοτικά και ποσοτικά ένα μέρος της διακινούμενης ποσότητας, μιας και αυτό είναι ίδιας παραγωγής από τις αγροτικές εκμεταλλεύσεις της επιχείρησης. Επίσης, η επιχείρηση επιδιώκει συνεργασίες με τους ίδιους παραγωγούς, με τους οποίους έχει επαφές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, για την διασφάλιση των περεταίρω απαιτούμενων ποσοτήτων.

Ακόμα, η στελέχωση της επιχείρησης σε ικανές θέσεις, ιδιαίτερα του γενικού διευθυντή και διευθυντή προμηθειών, από ανθρώπους με γνώσεις και εμπειρία του αντικειμένου τόσο της παραγωγής των φρούτων όσο και της τυποποίησης – συσκευασίας.

Τέλος, η επιχείρηση θα διακινεί μόνο ελληνικά φρούτα, τα οποία προτιμούν οι καταναλωτές έναντι των εισαγόμενων, τα οποία θεωρούν αμφιβόλου ποιότητας και ασφάλειας.

Αδύνατα σημεία:

Μία από τις σημαντικότερες αδυναμίες της επιχείρησης είναι η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών της και ειδικότερα των σουπερμάρκετ όπου θα προμηθεύεται και το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής. Μία ακόμα αδυναμία είναι η αστάθεια των τιμών των αγροτικών προϊόντων, καθώς επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες. Τέλος, το μικρό μέγεθος της επιχείρησης και ο μικρός όγκος διακινούμενων προϊόντων, κυρίως τα πρώτα χρόνια λειτουργίας, καθιστούν την επιχείρηση ευάλωτη έναντι του ανταγωνισμού.

Ευκαιρίες:

Σημαντικότερη ευκαιρία αποτελεί η διεύρυνση δικτύου διανομής στο εξωτερικό και η διείσδυση σε νέες αγορές, με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων. Ακόμα, η διείσδυση σε νέες για την επιχείρηση εγχώριες αγορές σε άλλα μικρότερα αστικά κέντρα της χώρας.

Μια ακόμα ευκαιρία είναι η διεύρυνση της γκάμας προϊόντων σε άλλα καλλιεργούμενα φρούτα στην Ελλάδα, όπως σταφύλια.

Επίσης, η αύξηση της παραγωγικής δύναμης της επιχείρησης μέσω αγοράς ή μίσθωσης αγροτικής γης.

Τέλος, η μεγάλη διείσδυση των τυποποιημένων – συσκευασμένων προϊόντων στην εγχώρια αγορά.

Απειλές:

Κύρια απειλή για όλες τις επιχειρήσεις, αλλά κυρίως τις νέες είναι η παρατεταμένη οικονομική ύφεση με επακόλουθο τη συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών. Επιπρόσθετα, η έλλειψη ρευστότητας στην αγορά, η οποία οδηγεί στην αύξηση των επισφαλειών. Η φορολογική αστάθεια είναι επίσης απειλή για την επιχείρηση.

Μια ακόμα απειλή είναι οι μη ελεγχόμενες καιρικές συνθήκες οι οποίες επηρεάζουν τόσο τον όγκο της παραγωγής όσο και την ποιότητα. Τέλος, η κακή οικονομική κατάσταση του Έλληνα παραγωγού, πιθανόν στο μέλλον να επηρεάσει τις καλλιεργητικές φροντίδες που αυτός εκτελεί και να μειώσει επίσης τον όγκο της παραγωγής αλλά και την ποιότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πρωταρχικός στρατηγικός στόχος της επιχείρησης είναι η ίδρυση και λειτουργία μιας υγιούς μονάδας τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίας φρούτων. Ακόμα, σκοπός της επιχείρησης, όπως και κάθε νέας επιχείρησης, είναι η άμεση απόσβεση των κεφαλαίων τα οποία έχουν επενδυθεί. Η επιχείρηση θα πραγματοποιήσει κύκλο εργασιών 767.763 € το 1ο έτος λειτουργίας και με αύξηση από το 1ο στο 2ο έτος λειτουργίας 20 % των πωλήσεων και στη συνέχεια για τα επόμενα χρόνια 10 % προβλέπεται για το 5ο έτος κύκλος εργασιών 500 €. Τέλος, η απόσβεση του επενδυμένου κεφαλαίου πραγματοποιείται σε λιγότερο από 4 χρόνια.

6.1 Επιχειρησιακή Στρατηγική

Η επιχείρηση εφαρμόζει στρατηγική ανάπτυξης με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων και κατ' επέκταση των κερδών της. Πιο συγκεκριμένα ακολουθείται στρατηγική κάθετης ολοκλήρωσης προς τα εμπρός, μίας και από την παραγωγή φρούτων επεκτείνεται στην τυποποίηση, συσκευασία και εμπορία. Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση θα αποκτήσει παρουσία στον χώρο της διακίνησης νωπών φρούτων.

Κινητήρια δύναμη της στρατηγικής καθετοποίησης αποτελεί η ενδυνάμωση της ανταγωνιστικής θέσης της επιχείρησης. Η επιχείρηση έχει την δυνατότητα της προστασίας της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων, την προσφορά προϊόντων υψηλής ποιότητας και την μείωση των μεσαζόντων.

6.2 Επιχειρηματική στρατηγική

Η στρατηγική την οποία ακολουθεί η επιχείρηση σε επίπεδο διεύθυνσης είναι η στρατηγική βέλτιστου κόστους. Πρόκειται για μία υβριδική στρατηγική ανάμεσα σε αυτές της ηγεσίας κόστους και διαφοροποίησης, η οποία εστιάζει στην παροχή προϊόντων υψηλής ποιότητας ενώ ταυτόχρονα η τιμή τους κυμαίνεται σε αυτή των ανταγωνιστών. Μέσω αυτής της στρατηγικής η επιχείρηση αποκτά πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού, προσφέροντας καλύτερης αναλογίας ποιότητας / κόστους φρούτα στους πελάτες (Thompson et al., 2013) Στόχος της επιχείρησης ακολουθώντας αυτή τη στρατηγική είναι να λάβει υψηλό βαθμό πίστης, ικανοποίησης και αφοσίωσης από τους πελάτες που προσφέρει τα προϊόντα.

6.3 Στρατηγικές επιμέρους λειτουργιών

- Στρατηγική Marketing

Τιμολογιακή πολιτική: Οι τιμές πώλησης των αγροτικών προϊόντων καθορίζονται κατά βάση από το κόστος της πρωτογενούς τους παραγωγής. Έτσι η επιχείρηση ακολουθεί τιμολογιακή πολιτική που βασίζεται στο κόστος πώλησης των φρούτων από τον παραγωγό.

Διανομή: Η διανομή των προϊόντων από την επιχείρηση στους πελάτες της πραγματοποιείται με ιδιόκτητο φορτηγό ψυγείο, με σκοπό την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών.

Προώθηση: Το μίγμα προώθησης που θα χρησιμοποιηθεί περιλαμβάνει δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων μέσω συμμετοχής σε εκθέσεις, διαφήμιση μέσω έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου και δημιουργία ιστοσελίδας

Σχετικά με τη στρατηγική marketing ακολουθεί λεπτομερέστερη ανάλυση στο επόμενο κεφάλαιο.

- Οικονομική στρατηγική

Η επιχείρηση απαιτεί για την έναρξη λειτουργίας της επενδύσεις συνολικής αξίας 205.000 €. Μέρος από αυτές θα προέρχεται από ίδια κεφάλαια 100.000 € και τα υπόλοιπα από τραπεζικό δανεισμό 105.000 €.

- Στρατηγική παραγωγής

Η επιχείρηση προσφέρει στους πελάτες της φρέσκα, ποιοτικά και ασφαλή φρούτα. Για να επιτευχθεί αυτό, η επιχείρηση τηρεί αυστηρούς κανόνες υγιεινής στον χώρο παραγωγής αλλά και ελέγχους στα προϊόντα που αγοράζει από τους παραγωγούς. Τα προϊόντα που προορίζονται για τυποποίηση και συσκευασία θα πρέπει να συνοδεύονται από τα απαραίτητα έγγραφα πιστοποίησης της ασφάλειας τους (πιστοποίηση πρωτογενούς παραγωγής από τους αγρότες). Για αυτό το λόγο η επιχείρηση επιδιώκει την συνεργασία με συγκεκριμένους παραγωγούς. Για να επιτευχθεί αυτό η επιχείρηση εξοφλεί τους προμηθευτές - παραγωγούς άμεσα (σε λιγότερο από ένα μήνα), ώστε να είναι και αυτοί πρόθυμοι για συνεργασία και σε θέση να καλύπτουν τα έξοδα των καλλιεργητικών εργασιών.

- Στρατηγική ανθρώπινων πόρων

Το προσωπικό της επιχείρησης, κυρίως σε θέσεις ευθύνης όπως γενικός διευθυντής, διευθυντής προμηθειών και παραγωγής, στελεχώνεται από άτομα ικανά και

εξειδικευμένα τα οποία έχουν τις απαραίτητες γνώσεις του αντικειμένου. Το υπόλοιπο προσωπικό, το οποίο είναι κατά βάση εποχικό ανάλογα με τις παραγωγικές ανάγκες της επιχείρησης, επιλέγεται προσεκτικά και η επιχείρηση επιδιώκει τη συνεργασία με του ίδιους ανθρώπους κάθε φορά, οι οποίοι είναι εκπαιδευμένοι και γνώστες της παραγωγικής διαδικασίας.

- Στρατηγική R&D

Στην επιχείρηση δεν υπάρχει τμήμα R&D, παρόλα αυτά ο γενικός διευθυντής της επιχείρησης αναλαμβάνει να παρακολουθεί τις εξελίξεις στην αγορά και στην διαδικασία παραγωγής ώστε να προσθέτει τα αναγκαία καινοτόμα στοιχεία στην επιχείρηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

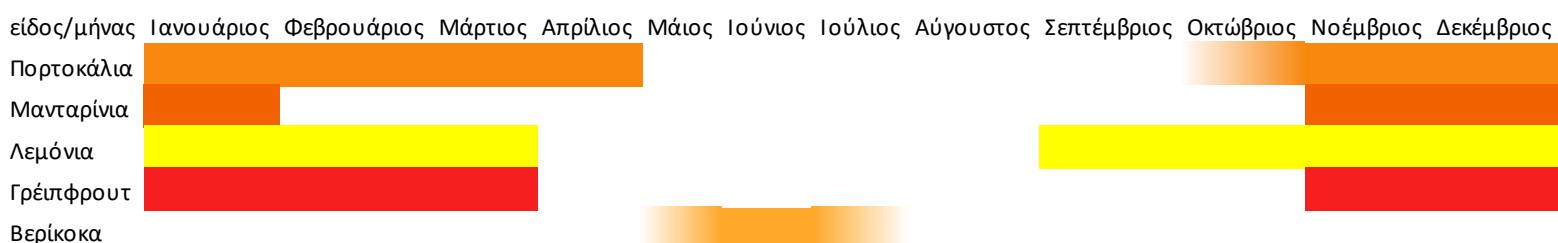
7.1 Στόχοι Μάρκετινγκ

Βασικός στόχος της επιχειρησιακής πολιτικής μάρκετινγκ είναι να αναπτυχθούν μακροπρόθεσμες σχέσεις συνεργασίας με τους πελάτες και να χτιστούν σχέσεις εμπιστοσύνης. Ακόμα, βασικός στόχος είναι η αύξηση των πωλήσεων της επιχείρησης 20 % για το 2^ο έτος λειτουργίας και 10 % για τα επόμενα έτη.

7.2 Προϊόν

Τα προϊόντα της επιχείρησης όπως αναφέρθηκε αναλυτικά στο κεφάλαιο 3.3 είναι τυποποιημένα νωπά οπωροκηπευτικά (εσπεριδοειδή και βερίκοκα) σε διάφορους τύπους συσκευασίας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί η επιχείρηση δίνει έμφαση στην προσφορά φρούτων υψηλής ποιότητας και φρέσκων. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι περίοδοι προσφοράς των προϊόντων.

Πίνακας 7.2.1. Ημερολόγιο προϊόντων



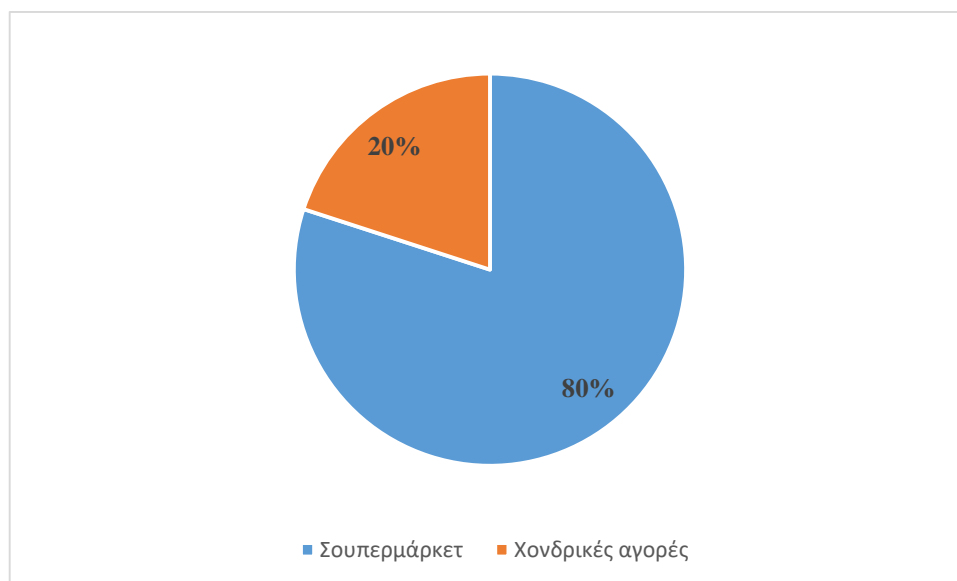
7.3 Κανάλια διανομής

Η μεγαλύτερη κατανάλωση τροφίμων άρα και οπωροκηπευτικών παρατηρείται στα αστικά κέντρα επομένως η επιχείρηση εστιάζει τη διανομή των προϊόντων της στην Αττική, το οποίο είναι το μεγαλύτερο εγχώριο αστικό κέντρο και γεωγραφικά κοντινότερο.

Η πρώτη κατηγορία αγοραστών της επιχείρησης είναι οι αλυσίδες σουπερμάρκετ της Αττικής, στις οποίες πραγματοποιείται το 80 % των συνολικών πωλήσεων. Τα σουπερμάρκετ όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο κατέχουν το 25 – 30 % της αγοράς νωπών οπωροκηπευτικών, με συνεχώς αυξητική τάση και στα μεγάλα

αστικά κέντρα (νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης) υπολογίζεται πως το ποσοστό αυτό είναι υψηλότερο.

Το υπόλοιπο 20 % των πωλήσεων της επιχείρησης πραγματοποιείται σε χονδρικές επιχειρήσεις εντός και εκτός των κεντρικών αγορών, οι οποίοι με τη σειρά τους θα διαθέτουν τα προϊόντα στους λιανέμπορους (πωλητές λαϊκών αγορών, οπωροπωλεία κτλ.).

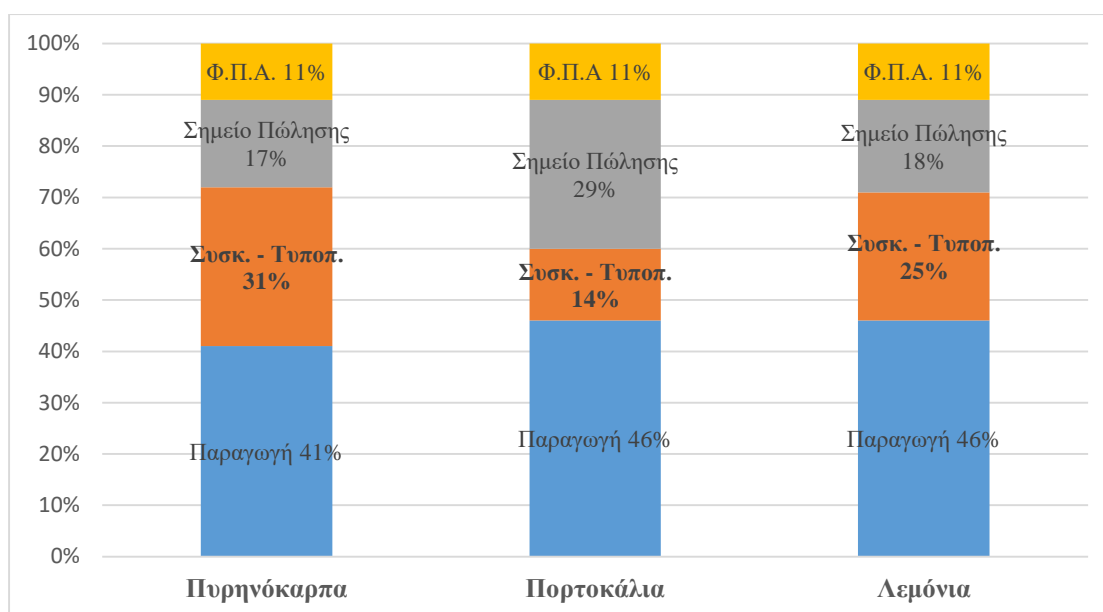


Γράφημα 7.3.1 Κατανομή πελατών

7.4 Τιμολογιακή πολιτική

Το μεγαλύτερο ρόλο στην διαμόρφωση της τιμής των νωπών οπωροκηπευτικών παίζει το κόστος παραγωγής αυτών. Βάση του κόστους αυτού κυμαίνονται και οι τιμές πώλησης από τους τυποποιητές – συσκευαστές καθώς και η τελική λιανική τιμή. Ειδικότερα η τελική τιμή κατά μέσο όρο εξαρτάται κατά 42 % από το κόστος παραγωγής, 27 % συσκευασία – τυποποίηση – διακίνηση, 27 % σημείο πώλησης και τέλος 11 % Φ.Π.Α. (σήμερα 13 %). Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η διαμόρφωση της τελικής τιμής του μέσου όρου, καθώς και των προϊόντων που ενδιαφέρουν την επιχείρηση.

Διάγραμμα 7.4.1 Διαμόρφωση τελικής τιμής



Ως εκ τούτου η τιμή πώλησης των προϊόντων της επιχείρησης εξαρτάται άμεσα από την τιμή πώλησης των προϊόντων από τον παραγωγό. Με βάση λοιπόν την τιμή αγοράς του κάθε προϊόντος, καθώς και το κόστος τυποποίησης - συσκευασίας ορίζεται και αυτή της πώλησης αυτού. Οι τιμές αγοράς των νωπών φρούτων παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.¹

Πίνακας 7.4.1 Τιμές αγοράς φρούτων ανά κιλό (€/Kg)

Προϊόν	Τιμή αγοράς
Πορτοκάλια Ναβαλίνες - Newhall	0,23 €
Πορτοκάλια Lane late	0,65 €
Μανταρίνια Κλημεντίνη	0,33 €
Λεμόνια Interdonato	0,50 €
Γκρέιπφρουτ Foster	0,40 €
Βερίκοκα Orange Red, Tomcot, Νεράιδες	1,35 €
Βερίκοκα Τύρβη Bora	0,90 €
Βερίκοκα Μπεμπέκο	0,50 €

¹ Θεωρείτε πως οι τιμές των φρούτων παραμένουν σταθερές για τα επόμενα 5 χρόνια.

Με βάση αυτές τις τιμές προκύπτουν και οι τιμές πώλησης από την επιχείρηση στους πελάτες της. Οι τελικές τιμές διαμορφώνονται από το είδος του προϊόντος, την εκάστοτε ποικιλία και τους χειρισμούς που χρειάζεται (π.χ. ψύξη) και είναι αναλογικές της τιμής πώλησης από τον παραγωγό. Αναλυτικά παρουσιάζονται στον πίνακα 7.4.2.

Πίνακας 7.4.2 Τιμές πώλησης φρούτων ανά κιλό (€/Kg)

Προϊόν	Τιμή πώλησης
Πορτοκάλια Ναβαλίνας - Newhall	0,42 €
Πορτοκάλια Lane late	0,99 €
Μανταρίνια Κλημεντίνη	0,59 €
Λεμόνια Interdonato	0,82 €
Γκρέιπφρουτ Foster	0,66 €
Βερίκοκα Orange Red, Tomcot, Νεράιδες	2,10 €
Βερίκοκα Τόρβη Bora	1,47 €
Βερίκοκα Μπεμπέκο	0,91 €

7.4 Προώθηση

Το μίγμα προώθησης που θα χρησιμοποιηθεί από την επιχείρηση περιλαμβάνει δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων μέσω συμμετοχής σε εκθέσεις, διαφήμιση μέσω έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου και δημιουργία ιστοσελίδας.

- Δημόσιες σχέσεις

Σε επίπεδο δημόσιων σχέσεων η επιχείρηση θα προσεγγίσει μεγάλες αλυσίδες σουπερμάρκετ καθώς και άλλους πωλητές χονδρικής πώλησης εντός ή εκτός των κεντρικών αγορών με την προοπτική συνεργασίας.

- Εκθέσεις

Η επιχείρηση θα συμμετάσχει σε εκθέσεις αρχικά που αφορούν την εγχώρια αγορά και στο μέλλον και εκθέσεις στο εξωτερικό με σκοπό τη συνεχή προσέγγιση νέων πελατών.

- Διαφήμιση

Όσον αφορά τον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο απευθύνεται σε περιοδικά και ιστοσελίδες του κλάδου με στόχο την ανάδειξη της επιχείρησης και της ποιότητας των προϊόντων της.

- Ιστοσελίδα

Δημιουργία επίσημης ιστοσελίδας με πλήρη περιγραφή των προϊόντων και εικονική ξενάγηση στους χώρους της επιχείρησης και παραγωγής των φρούτων.

7.5 Προϋπολογισμός

Ο προϋπολογισμός του μάρκετινγκ καλύπτει το κόστος δημοσίων σχέσεων, συμμετοχής σε εκθέσεις του κλάδου, διαφημίσεις στον τύπο του κλάδου και της ιστοσελίδας. Ο προϋπολογισμός του μάρκετινγκ για το 1^ο έτος λειτουργίας είναι 5.000 € και ακολουθεί αναλογική αύξηση με τις πωλήσεις, δηλαδή 20 % από το 1^ο στο 2^ο έτος και 10 % για τα επόμενα.

Πίνακας 7.5.1. Προϋπολογισμός μάρκετινγκ

Έτος	Προϋπολογισμός (€)
1	5.000 €
2	6.000 €
3	6.600 €
4	7.260 €
5	7.986 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ - ΕΠΕΝΔΥΣΗ

8.1 Σύσταση του νομικού σχήματος και έναρξη του επιτηδεύματος

Συνοπτική περιγραφή

Η συγκεκριμένη δράση αφορά τη σύσταση Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης, σύμφωνα με το Ν.3190/1995, προκειμένου να εξασφαλιστεί η σωστή και βιώσιμη λειτουργία της εταιρείας μας.

Προϋπολογισμός σε Ευρώ (€):

5.000 €

Μεθοδολογία υλοποίησης

1. Σύνταξη σχεδίου καταστατικού

Οι διαδικασίες σύστασης μιας Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης ξεκινούν από τη σύνταξη του Σχεδίου Καταστατικού της εταιρείας. Το καταστατικό αποτελεί νομικό έγγραφο της σύστασης της εταιρείας, αλλά επίσης προδιαγράφει όλα τα βασικά θέματα που αφορούν τις σχέσεις των μετόχων, τη διοίκηση της εταιρείας, ζητήματα που αφορούν τη διάρκεια ζωής της, αλλά και τη διάλυσή της. Η ελάχιστη πληροφορία που πρέπει να περιέχεται στο καταστατικό προσδιορίζεται από το άρθρο 6 του Ν.3190/1995. Το τυπικό ενός καταστατικού μπορεί να προσαρμοστεί ανάλογα με τις κατά περίπτωση ειδικές συνθήκες της εταιρείας.

2. Προέγκριση επωνυμίας

Για κάθε τύπο εταιρείας, εφόσον έχουν επιλεγθεί η επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος της νέας εταιρείας και εφόσον είναι γνωστοί ο σκοπός και ο τύπος της, είναι σκόπιμη μία επίσκεψη στο οικείο επιμελητήριο για να βεβαιωθούμε ότι η συγκεκριμένη επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος δεν έχουν ήδη δοθεί σε κάποια άλλη ΕΠΕ και δεν είναι σύμφωνα με τις απαιτήσεις του νόμου (άρθρο 6, Ν. 3190/1995). Κατά την επίσκεψή στο Επιμελητήριο, πρέπει να κατατεθεί συμπληρωμένη μία αίτηση και ένα παράβολο 35,00 ευρώ .

3. Δικηγορικός σύλλογος (μόνο σε περίπτωση που τίθεται ζήτημα υποχρεωτικής παράστασης δικηγόρου)

Στη συνέχεια και πριν την υπογραφή του καταστατικού ενώπιον συμβολαιογράφου, πρέπει να καταβληθεί στο Δικηγορικό Σύλλογο γραμμάτιο προείσπραξης για το συμπράττοντα δικηγόρο ο οποίος θα παρίσταται στην υπογραφή του καταστατικού. Η

παρουσία δικηγόρου κατά την υπογραφή του καταστατικού ΕΠΕ είναι υποχρεωτική από το νόμο (άρθρο 42, Ν.Π. 3026/1954) εφόσον το κεφάλαιο ξεπερνά τα ακόλουθα:

Με την παρ.1 άρθρ.37 Ν.2915/2001,ΦΕΚ Α 109,ορίζεται ότι: Τα ποσά που καθορίζονται στο εδάφιο 1 της παραγράφου 1 του άρθρου 42 του Κώδικα περί Δικηγόρων (Ν.Δ. 3026/1954), όπως ισχύει, ορίζονται από 1.7.2001 σε 29.347,0286 ευρώ για τις περιφέρειες των Δικηγορικών Συλλόγων Αθηνών και Πειραιά και σε 11.738,8114 ευρώ για τις περιφέρειες των λοιπών Δικηγορικών Συλλόγων της χώρας. Το ύψος του γραμματίου προείσπραξης για την αμοιβή του δικηγόρου είναι 1% για τα πρώτα πέντε εκατομμύρια του εταιρικού κεφαλαίου και 0,5% για όλο το υπόλοιπο ποσό. Το ύψος αυτό ορίζεται από το άρθρο 161 του Ν.Δ. 3026/1954.

4. Συμβολαιογράφος

Το επόμενο βήμα είναι η υπογραφή του Καταστατικού Συστάσεως της ΕΠΕ ενώπιον συμβολαιογράφου (άρθρο 6, παρ.1 3190/1995)

Στο συμβολαιογράφο πρέπει να προσκομισθούν:

- το Σχέδιο Καταστατικού,
- τα ΑΦΜ των μετόχων και οι ταυτότητές τους
- καθώς και το γραμμάτιο προείσπραξης από το Δικηγορικό Σύλλογο.

Το καταστατικό υπογράφεται από τα ιδρυτικά μέλη της ΕΠΕ και τον δικηγόρο,(εάν αυτός απαιτείται). Οι ιδρυτές μπορούν να παρίστανται και να υπογράψουν όλοι αυτοπροσώπως ή να αντιπροσωπευθούν με συμβολαιογράφο πληρεξούσιο από άλλα πρόσωπα (συνιδρυτές ή τρίτους) που θα υπογράψουν αντί για αυτούς. Όταν μεταξύ των συνιδρυτών υπάρχουν και νομικά πρόσωπα, αυτά εξουσιοδοτούν, μέσω των αρμοδίων οργάνων τους, τα κατάλληλα φυσικά πρόσωπα (που, βάσει καταστατικών διατάξεων μπορούν να λάβουν τέτοια εξουσιοδότηση) για να παραστούν ενώπιον του συμβολαιογράφου και να υπογράψουν το καταστατικό. Το ύψος της αμοιβής του συμβολαιογράφου για ένα απλό καθορίζεται από Αρ.πρωτ. Αριθ.40330/5.5.5005. Σκόπιμο είναι να παραδοθούν από τον συμβολαιογράφο 1 Επικυρωμένο αντίγραφο καταστατικού και 4 ακριβές αντίγραφα αυτού, για την συνέχεια των ενεργειών.

5. Δ.Ο.Υ. έδρας για πληρωμή Φόρου Συγκέντρωσης Κεφαλαίου

Μέσα σε δεκαπέντε ημέρες από την υπογραφή του καταστατικού, πρέπει να καταβληθεί στη ΔΟΥ έδρας ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου (ΦΣΚ), ο οποίος

ανέρχεται σε 1% επί του ύψους του μετοχικού κεφαλαίου (άρθρα 17-31, Ν. 1676/1986). Επίσης, θα πληρωθεί παράβολο Δημοσίου και ΤΑΠΕΤ, το κόστος των οποίων ανέρχεται σε 352,16 ευρώ. Το παράβολο αυτό αφορά τη μετέπειτα δημοσίευση της ανακοίνωσης της εταιρείας από το Εθνικό Τυπογραφείο. Για την καταβολή του ΦΣΚ πρέπει να προσκομισθούν:

- δύο αντίγραφα του καταστατικού
- επιταγή με το προδιαγραμμένο ποσό και δήλωση ΦΣΚ εις διπλούν.

Θα θεωρηθεί το καταστατικό και θα επιστραφεί το διπλότυπο καταβολής και το ένα από τα δύο αντίγραφα της δήλωσης ΦΣΚ.

6. Οριστικοποίηση της επωνυμίας στο Επιμελητήριο Ε.Π.Ε

Το καταστατικό θεωρημένο από την Δ.Ο.Υ. μετά την πληρωμή του Φ.Σ.Κ., προσκομίζεται με ένα επιπλέον φωτοαντίγραφο για τον έλεγχο και οριστικοποίηση της χρήσης της εταιρικής επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου (άρθρο 7 του Ν.2981/1992). Αφού γίνει ο σχετικός έλεγχος, θεωρείται το επικυρωμένο αντίγραφο για τον έλεγχο του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου.

Ταμείο Νομικών και Ταμείο Πρόνοιας Δικηγόρων

Το επικυρωμένο αντίγραφο στην συνέχεια υποβάλλεται στο Ταμείο πρόνοιας και στο Ταμείο Νομικών. Η εισφορά για το ταμείο Νομικών δεν παρακρατείται.

7. Πρωτοδικείο

Το σφραγισμένο από τη Δ.Ο.Υ., Επιμελητήριο Ταμείο Πρόνοιας Δικηγόρων και Ταμείο Νομικών, αντίγραφο της εταιρικής σύμβασης, με δύο ή περισσότερα επικυρωμένα αντίγραφα αυτής, υποβάλλονται στη Γραμματεία του Πρωτοδικείου με αίτηση του διαχειριστή ή ενός εταίρου, για καταχώρηση της εταιρικής σύμβασης στα τηρούμενα βιβλία των εταιρειών (το πολύ μέσα σε ένα μήνα από την υπογραφή του). Μετά την υποβολή αυτών, η Γραμματεία κρατά το θεωρημένο αντίγραφο για το αρχείο της και επιστρέφει τα επικυρωμένα αντίγραφα θεωρημένα για το ακριβές αντίγραφο του πρωτοτύπου που καταχωρήθηκε στα βιβλία εταιρειών του Πρωτοδικείου και με τον αύξοντα αριθμό αυτής της καταχώρησης. Με την καταχώρηση και την παραλαβή των θεωρημένων από το Πρωτοδικείο αντιγράφων ολοκληρώνεται το πρώτο στάδιο της διαδικασίας δημοσίευσης του Καταστατικού της Ε.Π.Ε.

8. Εθνικό Τυπογραφείο

Με επιμέλεια κάθε εταίρου ή διαχειριστή και με δαπάνες της εταιρείας, δημοσιεύεται στο τεύχος Ανωνύμων Εταιρειών και Εταιρειών Περιορισμένης Ευθύνης της Εφημερίδας της Κυβέρνησης ανακοίνωση για την καταχώρηση στο οικείο Μητρώο Εταιρειών Περιορισμένης Ευθύνης των πράξεων και των στοιχείων που υποβάλλονται σε δημοσιότητα, τροποποιούμενης ανάλογα της παρ. 3 του άρθρου 21 του Ν. 1599/1986 «Σχέσεις κράτους - πολίτη, καθιέρωση νέου τύπου ταυτότητας και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α 75/1986). Η βεβαίωση του Εθνικού Τυπογραφείου, στην οποία αναγράφεται ο αριθμός και η ημερομηνία του Φύλλου της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως, στο οποίο δημοσιεύεται η περίληψη, μαζί με το αντίγραφο της εταιρικής σύμβασης νομίμως επικυρωμένο από το αρμόδιο Πρωτοδικείο, προσκομίζονται από κάθε εταίρο ή διαχειριστή ενώπιον των αρμόδιων αρχών και παντός τρίτου συναλλασσομένου με αυτούς για κάθε νόμιμη χρήση προς απόδειξη της έναρξης λειτουργίας της επιχείρησης. Εντός τριών (3) εργασίμων ημερών το αργότερο από την ημερομηνία παραλαβής της περίληψης της εταιρικής σύμβασης, το Εθνικό Τυπογραφείο αναρτά στην ιστοσελίδα του περίληψη της εταιρικής σύμβασης, καθώς και τη σχετική βεβαίωση με τον αριθμό και την ημερομηνία του Φύλλου Εφημερίδας της Κυβερνήσεως στο οποίο αυτή δημοσιεύεται.

9. Ασφάλιση Φυσικών Προσώπων

Ασφάλιση όλων των Εταίρων της Εταιρείας στο αρμόδιο Υποχρεωτικό Ασφαλιστικό Ταμείο, που υπάγονται.

10. Δ.Ο.Υ. έδρας – έναρξη

Τα Νομικά Πρόσωπα υποβάλλουν στη Δ.Ο.Υ. έδρας τους εντός 30 ημερών από τη δημοσίευση της σύστασης τους τα παρακάτω δικαιολογητικά:

- Βεβαίωση εγγραφής σε επιμελητήριο.
- Βεβαίωση εγγραφής ή απαλλαγής των μελών από αρμόδιο Ασφαλιστικό Φορέα .
- Καταστατικό Θεωρημένο από το πρωτοδικείο.
- Το Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ).
- Τίτλος κυριότητας ή μισθωτήριο επαγγελματικής εγκατάστασης.
- Αντίγραφο της δήλωσης καταβολής φόρου συγκέντρωσης κεφαλαίου και το διπλότυπο πληρωμής.

- Άδεια εγκατάστασης ή λειτουργίας από τις αρμόδιες Υπηρεσίες του Υπ. Ανάπτυξης, όπου απαιτείται (αρθρ.3,4,5,27 ν.3325/2005).
- Φωτοτυπία Δελτίου Αστυνομικής Ταυτότητας Εταίρων
- Δήλωση έναρξης με τα έντυπα Μ3

Στο σημείο αυτό και αφού ο υπάλληλος της οικονομικής υπηρεσίας ελέγξει τα παραπάνω δικαιολογητικά, ορίζεται ελεγκτής, ο οποίος, μετά από ειδοποίηση, ελέγχει το χώρο της έδρας της εταιρείας. Μετά από τον έλεγχο, παρέχει την ειδική έκθεση αυτοψίας, την οποία προσκομίζει ο επενδυτής μαζί με τα παραπάνω, ξανά στην οικονομική υπηρεσία.

11. Επιμελητήριο

Εντός δύο μηνών από τη σύστασή της η εταιρεία πρέπει να εγγραφεί στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ).

Θα πρέπει να υποβληθούν σ' αυτό :

- ΑΙΤΗΣΗ- ΔΗΛΩΣΗ σε έντυπο, που χορηγείται από το Τμήμα Μητρώου του επιμελητηρίου, υπογεγραμμένη από τον ή τους Διαχειριστές της επιχείρησης.
- ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ΣΥΣΤΑΣΗΣ Ε.Π.Ε. και όλες τις ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΕΙΣ αυτού (αν έχουν γίνει), όπως έχει θεωρηθεί για την καταχώρισή του στο Πρωτοδικείο (σε φωτοτυπία).
- Φ.Ε.Κ (Φύλλο Εφημερίδος Κυβέρνησης), που δημοσιεύεται η ανακοίνωση κάθε περίληψης του καταστατικού της Ε.Π.Ε. ή (αν δεν έχει κυκλοφορήσει το ΦΕΚ) ΑΠΟΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟΥ, στην οποία να αναγράφεται ο αριθμός και η ημερομηνία του ΦΕΚ, στο οποίο θα δημοσιευθεί η περίληψη του συνυποβαλλόμενου καταστατικού.
- ΒΕΒΑΙΩΣΗ, που έχει εκδοθεί από την αρμόδια Δ.Ο.Υ., για την επίδοση δήλωσης ΕΝΑΡΞΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΙΤΗΔΕΥΜΑΤΟΣ (σε φωτοτυπία).
- ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ή ΔΙΑΒΑΤΗΡΙΟ ΕΟΚ ή ΑΔΕΙΕΣ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (προκειμένου για αλλοδαπούς από χώρες εκτός ΕΟΚ), όλων των Νομίμων εκπροσώπων της ΑΕ (σε φωτοτυπία).
- ΕΙΔΙΚΗ ΑΔΕΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ, που απαιτείται, να εκδοθεί, για άσκηση συγκεκριμένων δραστηριοτήτων.

12. ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΕΓΓΡΑΦΗΣ/ ΚΑΤΑΒΟΛΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ Ε.Π.Ε.

Η εγγραφή ολοκληρώνεται, το νωρίτερο, την επομένη ημέρα από την κατάθεση των δικαιολογητικών και αφού ολοκληρωθούν οι οικονομικές υποχρεώσεις (συνδρομές) των μελών προς το επιμελητήριο .

Το ΕΒΕΑ εισπράττει εγγραφή και πρώτη συνδρομή 150 € .

8.2 Μελέτη – Αδειοδότηση κτιριακής εγκατάστασης

Συνοπτική περιγραφή:

Όσο αφορά τις διαδικασίες αδειοδότησης καθώς και τα σχέδια της κτιριακής εγκατάστασης, θα υλοποιηθούν από αρμόδιο γραφείο μελετητών και μηχανικών αντίστοιχα.

Προϋπολογισμός σε Ευρώ (€): 25.000 €

8.3 Διαμόρφωση κτιριακών εγκαταστάσεων – Μηχανολογικός εξοπλισμός

Συνοπτική περιγραφή:

Η δράση αυτή αφορά την κατάλληλη διαμόρφωση του οικοπέδου, καθώς και η κατασκευή και διαμόρφωση χώρων σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης για την ομαλή αποθήκευση, τυποποίηση και συσκευασία των προϊόντων.

Προϋπολογισμός σε Ευρώ (€): 141.500 €

Αναλυτική Περιγραφή:

1. Αγορά οικοπέδου

Το οικόπεδο εγκατάστασης της μονάδας είναι έκτασης 1.500 τετραγωνικών μέτρων και βρίσκεται στην περιοχή του δήμου Άργους – Μυκηνών. Η αξία του οικοπέδου είναι 5.000 €.

2. Διαμόρφωση οικοπέδου

Πριν την έναρξη των εργασιών για την δόμηση των κτιριακών εγκαταστάσεων απαιτείται η διαμόρφωση του οικοπέδου. Το κόστος για τις χωματουργικές εργασίες και την διαμόρφωση του οικοπέδου είναι 1.500 €.

3. Κτιριακές εγκαταστάσεις

Η κατασκευή και διαμόρφωση των κτιριακών εγκαταστάσεων έχει σε εξειδικευμένη κατασκευαστική εταιρία, με σκοπό τη δημιουργία ενός λειτουργικού και χρηστικού χώρου με στόχο την εύκολη επίτευξη της μέγιστης δυναμικότητας της μονάδας.

Στη δράση αυτή οι απαιτούμενες μελέτες γίνονται από εμπειρογνώμονες της κατασκευαστικής εταιρείας. Δηλαδή η τοποθέτηση των κτιρίων στο οικόπεδο και η κατασκευή διαδρομών και χώρου παρκινγκ για την άνετη κίνηση των οχημάτων. Επίσης συμπεριλαμβάνεται και η εγκατάσταση ολοκληρωμένου συστήματος πυρασφάλειας σε όλους τους εσωτερικούς χώρους.

Η δράση αυτή περιλαμβάνει τις βάσεις του κτιρίου, τις ηλεκτρολογικές και υδραυλικές εργασίες, δάπεδο συνολικής επιφάνειας 200 τετραγωνικών μέτρων (από βιομηχανικό τσιμέντο με σύστημα απορροής), κτίριο με τοίχους τύπου πάνελ, ψυκτικό θάλαμο 80 τετραγωνικών μέτρων και την γραμμή συσκευασίας και τυποποίησης (σύνολο 135.000 €)

8.4 Αγορά Οχημάτων

Περιγραφή:

Για τις ανάγκες λειτουργίας της επιχείρησης απαιτείται και ένα φορτηγό - ψυγείο όχημα καθώς και ένα ηλεκτρικό περνοφόρο ανυψωτικό όχημα (κλάρκ). Τα οχήματα είναι μεταχειρισμένα και η τιμή κτήσης τους είναι 25.500 € και 7.000 € αντίστοιχα.

Προϋπολογισμός σε Ευρώ (€): 32.500 €

8.5 Εγκατάσταση συστήματος ασφαλείας και πιστοποίησης προϊόντων

Συνοπτική περιγραφή:

Η εγκατάσταση συστήματος ασφάλειας τροφίμων, είναι υποχρεωτική από την νομοθεσία και απαραίτητη, εφόσον σαν επιχείρηση επιδιώκουμε να είμαστε κοντά στον καταναλωτή με προϊόντα φρέσκα και ασφαλή.

Η εγκατάσταση συστήματος HACCP θα συνεχιστεί καθ' όλη την λειτουργία της επιχείρησης, καθώς είναι ένα σύστημα που συνεχώς βελτιώνεται και τροποποιείται σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ευρωπαϊκών και παγκόσμιων οργανισμών διασφάλισης τροφίμων (EFSA, FAO).

Προϋπολογισμός σε Ευρώ (€): 1.000 € (ετησίως)

Αναλυτική περιγραφή:

Για την εγκατάσταση του συστήματος πρέπει ο διευθυντής παραγωγής να ενημερώσει αρχικά και να εκπαιδεύσει έπειτα, όλο το προσωπικό της επιχείρησης, έτσι ώστε όλοι οι υπάλληλοι της επιχείρησης να εργάζονται όσο γίνεται πιο προσεχτικά.

Ο διευθυντής παραγωγής πρέπει να ορίσει τους κανόνες Ορθής Βιομηχανικής και Υγιεινής Πρακτικής, έτσι ώστε όλοι οι εργαζόμενοι που έρχονται σε άμεση επαφή με το προϊόν να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα και να μην επιμολύνουν το προϊόν. Οι Κανόνες περιέχουν οδηγίες ενδυμασίας, χρήση καθαριστικών πριν την εργασία στους χώρους τυποποίησης και συσκευασίας και ορθής συντήρησης των μηχανημάτων.

Ο διευθυντής μεριμνά ακόμα και για το πρόγραμμα Διασφάλισης της Ποιότητας των Προμηθευτών, με εργαστηριακούς ελέγχους στις πρώτες ύλες που παραλαμβάνει και με τα αντίστοιχα πιστοποιητικά που θα πρέπει να έχει ο εκάστοτε προμηθευτής σχετικά με το προϊόν που δίνει στην επιχείρηση.

8.6 Συνολικό ύψος επένδυσης

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το συνολικό ύψος της επένδυσης που αναλύθηκε παραπάνω, το οποίο ανέρχεται στα 205.000 €.

Πίνακας 8.6.1 Συνολικό ύψος επένδυσης

Δράση	Αξία
Σύσταση - Έναρξη επιχείρησης	5.000 €
Μελέτη - Αδειοδότηση κτιρίων	25.000 €
Διαμόρφωση εγκαταστάσεων - Μηχανολογικός εξοπλισμός	141.500 €
Αγορά οχημάτων	32.500 €
Σύστημα ασφαλείας και πιστοποίησης	1.000 €
ΣΥΝΟΛΟ	205.000 €

8.7 Μελλοντικές επενδύσεις

Η επιχείρηση προβλέπει το 4^ο έτος, να επενδύσει σε έναν ακόμα ψυκτικό θάλαμο ίδιας χωρητικότητας με τον πρώτο, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πωλήσεων. Για την επένδυση απαιτούνται 20.000 € για την κατασκευή του θαλάμου και 20.000 € για την διαμόρφωση των κτιριακών εγκαταστάσεων.

9. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

9.1 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία προϊόντων

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στο κεφάλαιο 3 τα προσφερόμενα προϊόντα είναι τα εξής:

- Πορτοκάλια:
 - Δίχτυ (1 Kg)
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Μανταρίνια:
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Λεμόνια:
 - Δίχτυ (1 Kg)
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Γκρέιπφρουτ:
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)
- Βερίκοκα:
 - Πλαστικό κεσεδάκι (1 Kg)
 - Χαρτοκιβώτιο (5 Kg)

Στην συνέχεια τα προϊόντα έχουν αναλυθεί περαιτέρω ανάλογα με την ποικιλία του κάθε είδους, μιας και ανάλογα με την εκάστοτε ποικιλία ορίζεται και η τιμή αγοράς και πώλησης αντίστοιχα.

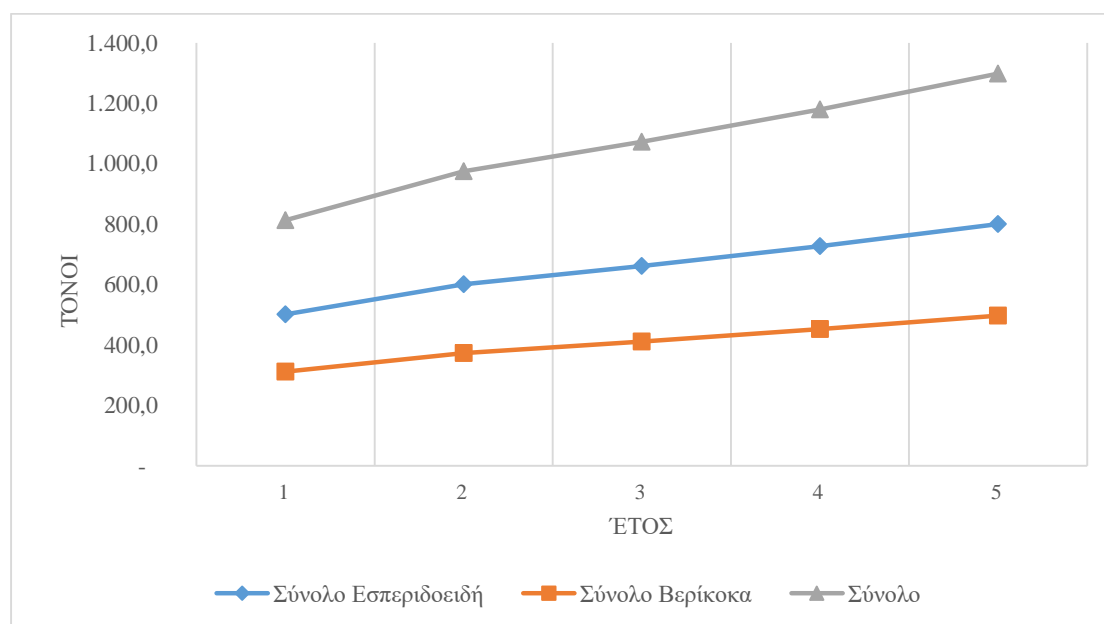
Όσον αφορά στα εσπεριδοειδή, τα πορτοκάλια χωρίζονται σε δύο ομάδες: ποικιλίας ‘navelina’ και ‘newhall’ και της ποικιλίας ‘lane late’. Τα μανταρίνια, λεμόνια και γκρέιπφρουτ δε χρειάζεται περαιτέρω διαχωρισμός σε ποικιλίες. Στη συνέχεια τα βερίκοκα χωρίστηκαν βάσει των χαρακτηριστικών τους και της αξίας τους σε τρεις κατηγορίες. Αρχικά βερίκοκα της ποικιλίας ‘μπεμπέκο’, βερίκοκα των ποικιλιών ‘τύρβη’ και ‘boga’ και τέλος βερίκοκα των ποικιλιών ‘orange red’, ‘tom cot’ και ‘νεράιδα’.

Η επιχείρηση με βάση τα προϊόντα ίδιας παραγωγής καθώς και της ζήτησης της αγοράς και τις απαιτήσεις της κάθε ποικιλίας προβλέπεται το πρώτο έτος λειτουργίας να εκμεταλλευτεί συνολικά 501,26 τόνους εσπεριδοειδών και 311,59 τόνους βερίκοκα, συνολικά 812,8 τόνους νωπών φρούτων. Η αύξηση της ποσότητας προς διάθεση υπολογίζεται στο 20 % από το 1^ο έτος στο 2^ο και μετά το 2^ο έτος λειτουργία ο ρυθμός αύξησης περιορίζεται στο 10 %. Στον πίνακα που ακολουθεί, φαίνονται αναλυτικά οι

ποσότητες για τα προϊόντα που θα πωληθούν από της επιχείρηση για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της.²

Πίνακας 9.1.1. Ποσότητες σε κιλά πωλήσεων

έτος		1	2	3	4	5
Πορτοκάλια Ναβαλίνες - Newhall	(Kg)	226.150,0	271.380,0	298.518,0	328.369,8	361.206,8
Πορτοκάλια Lane late	(Kg)	90.579,0	108.694,8	119.564,3	131.520,7	144.672,8
Μανταρίνια Κλημεντίνη	(Kg)	77.295,0	92.754,0	102.029,4	112.232,3	123.455,6
Λεμόνια Interdonato	(Kg)	82.116,0	98.539,2	108.393,1	119.232,4	131.155,7
Γκρέιπφρουτ Foster	(Kg)	25.125,0	30.150,0	33.165,0	36.481,5	40.129,7
Βερίκοκα Orange Red, Tomcot, Νεράιδες	(Kg)	83.395,0	100.074,0	110.081,4	121.089,5	133.198,5
Βερίκοκα Τύρβη Bora	(Kg)	123.532,0	148.238,4	163.062,2	179.368,5	197.305,3
Βερίκοκα Μπεμπέκο	(Kg)	104.662,0	125.594,4	138.153,8	151.969,2	167.166,1



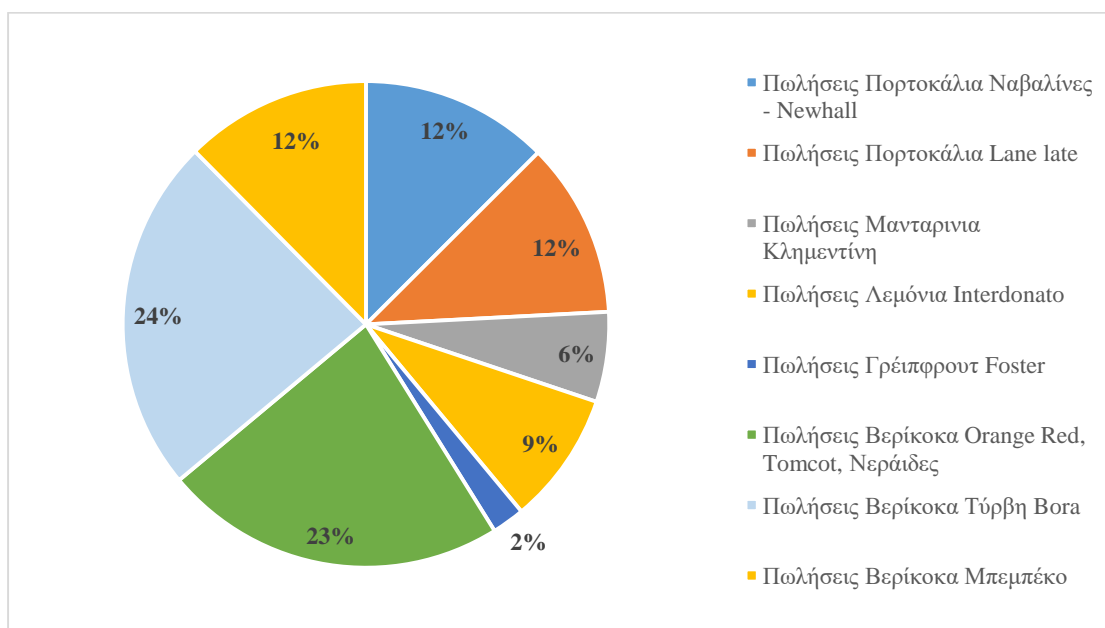
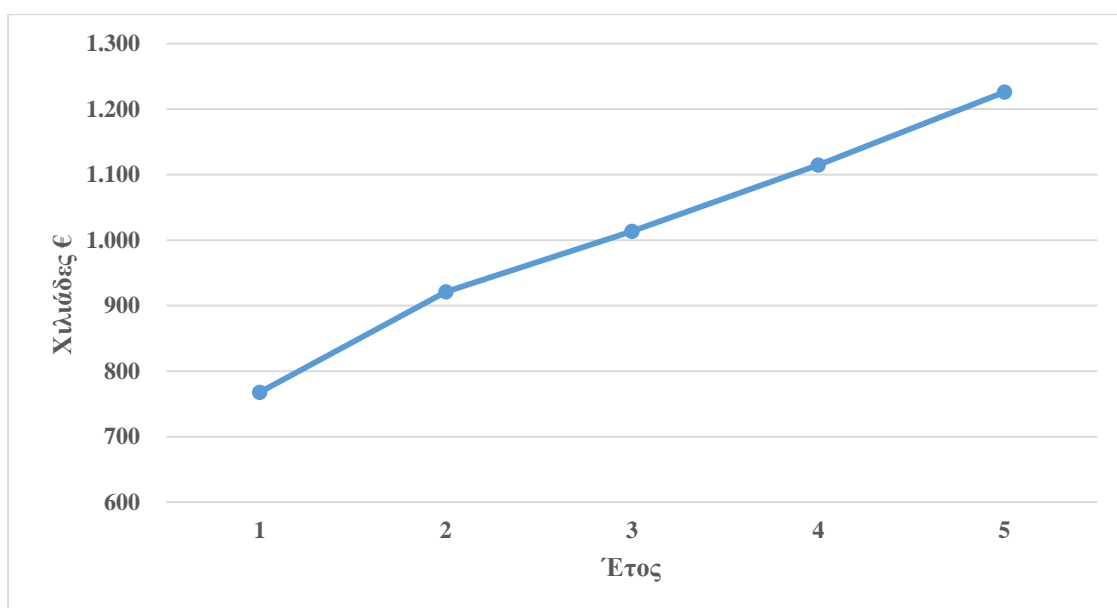
Γράφημα 9.1.1 Συνολικές ποσότητες πωλήσεων σε τόνους

² Τα προϊόντα παρουσιάζονται σε κιλά ανεξάρτητα το είδος συσκευασίας.

9.2 Προβλεπόμενα ποσοτικά στοιχεία πωλήσεων

Το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης οι πωλήσεις ανέρχονται στα 767.769 € και καταλήγουν το 5^ο έτος στα 1.226.272 €. Οι συνεισφορές του κάθε προϊόντος παρουσιάζονται στα παρακάτω γραφήματα, για το 1^ο. Τα ποσοστά συμμετοχής για κάθε προϊόν παραμένουν ίδια σε βάθος χρόνου, αφού η αύξηση των πωλήσεων είναι ίδια για όλα τα προϊόντα και δεδομένου πως οι τιμές των προϊόντων παραμένουν σταθερές.

Πίνακας 9.2.1 Κύκλος εργασιών (πωλήσεις) τα πέντε πρώτα χρόνια



Γράφημα 9.2.1. Ποσοστά συμμετοχής των πωλήσεων κάθε προϊόντος το 1^ο έτος

9.3 Σχέδιο χρηματοδότησης

Το συνολικό αρχικό κόστος της επένδυσης ανέρχεται στα 205.000 €. Η χρηματοδότηση προέρχεται κατά 100.000 € από ίδια κεφάλαια, ενώ τα υπόλοιπα 105.000 € θα καλυφθούν από τραπεζικό δανεισμό, με επιτόκιο δανεισμού 9 %. Το 4^ο έτος λειτουργίας πραγματοποιείται επανεπένδυση ύψους 80.000 €, η οποία χρηματοδοτείται εξολοκλήρου από τα κέρδη της επιχείρησης. Στο κεφάλαιο 8 παρουσιάζονται αναλυτικά οι επενδύσεις που απαιτούνται.

9.4 Αποτελέσματα χρήσης πενταετίας

Οι προβλέψεις που ακολουθούν αφορούν στον προσδιορισμό του κόστους πωληθέντων των προς πώληση προϊόντων, του μικτού κέρδους, τα έξοδα για λειτουργικές δαπάνες για την περίοδο της πρώτης πενταετίας λειτουργίας της επιχείρησης. Επίσης, υπολογίζονται οι ταμειακές ροές και τα αποτελέσματα χρήσης ετησίως κατά τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας.

Κόστος πωληθέντων

Το κόστος πωληθέντων (cgs) υπολογίζεται αθροίζοντας από την τιμή αγοράς για κάθε προϊόν και το κόστος τυποποίησης - συσκευασίας. Στο κόστος τυποποίησης - συσκευασίας συμπεριλαμβάνονται τα υλικά συσκευασίας, η ενέργεια που καταναλίσκεται, το κόστος συντήρησης (λειτουργία ψυκτικού θαλάμου) και το κόστος εργασίας. Το κόστος τυποποίησης - συσκευασίας για τα εσπεριδοειδή είναι 0,11 €/Kg προϊόντος, ενώ για τα βερίκοκα 0,15 €/Kg. Η διαφορά τους οφείλεται στις αυξημένες ενεργειακές ανάγκες συντήρησης των βερίκοκων κατά τους θερμούς καλοκαιρινούς μήνες.

Μικτό κέρδος

Το μικτό κέρδος προκύπτει αφού αφαιρεθεί από τις πωλήσεις το κόστος πωληθέντων. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το μικτό κέρδος, καθώς και το ποσοστό του κόστους πωληθέντων και μικτού κέρδους για την πρώτη πενταετία λειτουργίας της επιχείρησης.

Πίνακας 9.4.1 Μικτό κέρδος πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Πωλήσεις	767.763 €	921.316 €	1.013.448 €	1.114.792 €	1.226.272 €
Κόστος πωληθέντων	565.477 €	678.572 €	746.429 €	821.072 €	903.179 €
Μικτό κέρδος	202.287 €	242.744 €	267.018 €	293.720 €	323.092 €
Ποσοστό cgs	74%	74%	74%	74%	74%
Ποσοστό μικτού κέρδους	26%	26%	26%	26%	26%

Λειτουργικές δαπάνες

Για τον υπολογισμό των λειτουργικών δαπανών αθροίζονται:

- Μισθοδοσία προσωπικού αφορά το μόνιμο προσωπικό της επιχείρησης (Γενικός διευθυντής, διευθυντής προμηθειών, οδηγός, γραμματέας και εξωτερικός λογιστής). Το ετήσιο κόστος μισθοδοσίας ανέρχεται στα 46.800 €.
- Λειτουργικά έξοδα γραφείου που αφορά τα καθαριστικά, τη γραφική ύλη και τα αναλώσιμα γραφείου. Τα ετήσια λειτουργικά έξοδα γραφείου ανέρχονται στα 550 €.
- Πάγια έξοδα όπως ΔΕΗ (χωρίς τη δαπάνη ενέργειας για την τυποποίηση – συσκευασία), νερό και επικοινωνία. Τα ετήσια πάγια έξοδα υπολογίζονται στα 5.160 €.
- Τέλος τα έξοδα πωλήσεων, όπως διανομή (υπολογίζεται 0,04 € για κάθε κιλό και 3.000 € πάγια), τα έξοδα προώθησης (5.000 € για το 1^ο έτος και ακολουθούν αναλογική αύξηση με τις πωλήσεις) και έξοδα πιστοποίησης. Τα έξοδα πωλήσεων το 1^ο έτος είναι 41.514 € και το 5^ο 63.909 €.

Πίνακας 9.4.2 Λειτουργικές δαπάνες πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Μισθοδοσία	46.800 €	46.800 €	46.800 €	46.800 €	46.800 €
Λειτ. Δαπάνες γραφείου	550 €	550 €	550 €	550 €	550 €
Πάγια έξοδα	5.160 €	5.160 €	5.160 €	5.160 €	5.160 €
Έξοδα πωλήσεων	41.514 €	49.017 €	53.519 €	58.471 €	63.918 €
Σύνολο	94.024 €	101.527 €	106.029 €	110.981 €	116.428 €

Αποθέματα

Λόγω της φύσης των προϊόντων και τους στόχους της επιχείρησης στο να διαθέτει τα προϊόντα φρέσκα στον καταναλωτή, οι ημέρες αποθεμάτων ορίζονται στις 10. Αποθέματα η επιχείρηση διατηρεί μόνο κατά το τέλος της περιόδου του κάθε προϊόντος.

Πίνακας 9.4.3 Αποθέματα πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Αποθέματα	15.708 €	18.849 €	20.734 €	22.808 €	25.088 €

Αποσβέσεις

Η μέθοδος για τον υπολογισμό των αποσβέσεων που χρησιμοποιήθηκε είναι η μέθοδος σταθερής απόσβεσης, με περίοδο απόσβεσης για τα κτίρια είκοσι έτη, ενώ για τον εξοπλισμό τα πέντε έτη. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται το σύνολο των αποσβέσεων για την επιχείρηση.

Πίνακας 9.4.4 Αποσβέσεις πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Αποσβέσεις	18.125 €	18.125 €	18.125 €	18.125 €	28.125 €

Υποχρεώσεις και απαιτήσεις

Η επιχείρηση θα έχει περίοδο αποπληρωμής των απαιτήσεων από τους πελάτες της 2 μήνες (60 ημέρες). Από την άλλη, η περίοδος αποπληρωμής των υποχρεώσεων της επιχείρησης θα είναι πολύ μικρότερη, ξεκινώντας από τις 35 ημέρες το 1^ο έτος και καταλήγοντας στις 25 ημέρες το 5^ο έτος. Οι λόγοι έχουν αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο (κεφάλαιο 6.3).

Μερίσματα

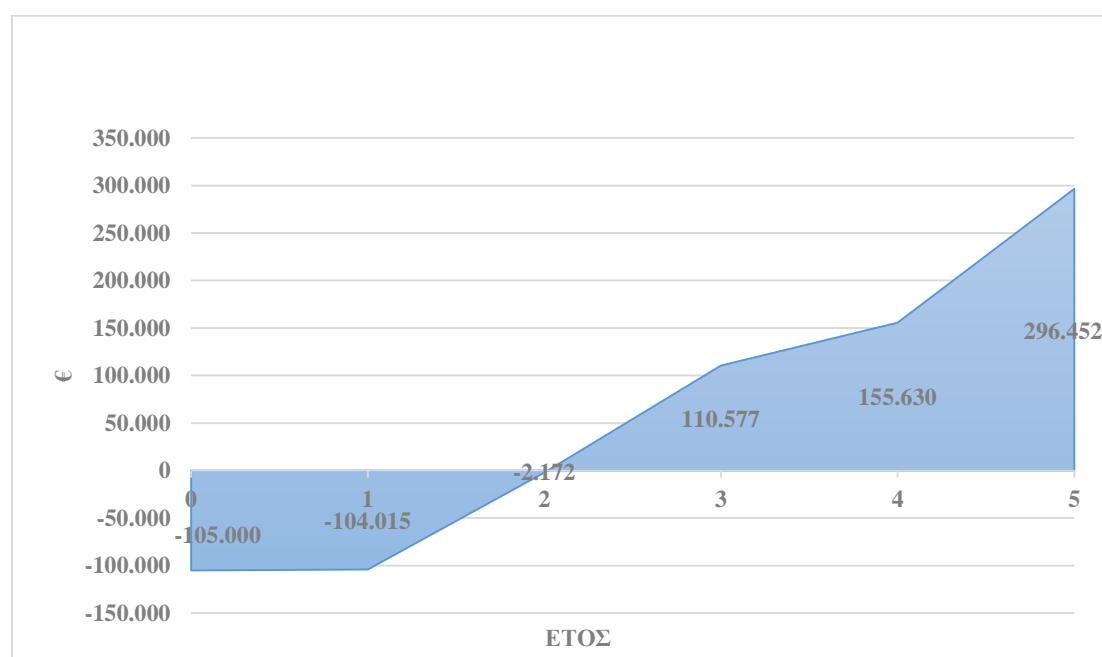
Η επιχείρηση διανέμει μερίσματα μετά το 4^ο έτος λειτουργίας της. Το 4^ο έτος διανέμει το 10 % που αντιστοιχεί σε 13.108 € και το 5^ο έτος διανέμει το 70 % που αντιστοιχεί σε 98.674 €.

Ταμειακές ροές

Η κατάσταση των ταμειακών ροών παρουσιάζει και αναλύει τη δυνατότητα της επιχείρησης να παράγει ταμειακά διαθέσιμα από τη δραστηριότητα της, τις πηγές χρηματοδότησης που χρησιμοποίησε, καθώς και την χρήση των χρηματικών πόρων που έκανε, σε μια ορισμένη περίοδο. Οι ταμειακές ροές τόσο από λειτουργικές δραστηριότητες, όσο και από επενδυτικές και χρηματοδοτικές δραστηριότητες υπολογίζονται αν από τις εισροές αφαιρεθούν οι εκροές που πραγματοποιούνται ετησίως κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης (Αναστασία Πηλιούνη, 2014).

Πίνακας 9.4.5 Ταμειακές ροές πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Από τη λειτουργία	985 €	101.843 €	112.749 €	125.054 €	153.929 €
ΚπΦΤ + Αποσβέσεις	128.262 €	161.217 €	180.990 €	202.740 €	226.665 €
μείον τόκοι έξοδα	9.361 €	195 €	- €	- €	- €
μείον φόρος πληρωθείς	29.225 €	41.440 €	47.231 €	53.538 €	57.576 €
συν Μερίσματα	- €	- €	- €	13.108 €	98.674 €
μείον αύξηση αποθεμάτων	15.708 €	3.142 €	1.885 €	2.073 €	2.281 €
μείον αύξηση εισπρακτέων	127.961 €	25.592 €	15.355 €	16.891 €	18.580 €
συν αύξηση πληρωτέων	54.977 €	10.995 €	-3.770 €	-5.184 €	5.702 €
Για επενδύσεις	- €	- €	- €	-80.000 €	- €
μείον αύξηση παγίων	- €	- €	- €	80.000 €	- €
Από χρηματοδοτήσεις	-985 €	-101.843 €	-2.172 €	- €	- €
συν αύξηση κεφαλαίου	- €	- €	- €	- €	- €
συν αύξηση δανείων	-985 €	-101.843 €	-2.172 €	- €	- €
ΚΑΘΑΡΕΣ ΕΤΗΣΙΕΣ Τ/Ρ	- €	- €	110.577 €	45.054 €	153.929 €
ΣΩΡΕΥΤΙΚΕΣ Τ/Ρ	- €	- €	110.577 €	155.630 €	309.560 €
Ελεύθερες Τ/Ρ προ δανεισμού	985 €	101.843 €	112.749 €	45.054 €	153.929 €
Σωρευτικές ελεύθερες Τ/Ρ προ Χρηματοδότησης	985 €	102.828 €	215.577 €	260.630 €	414.560 €



Διάγραμμα 9.4.1 Ταμειακές ροές προ δανεισμού

Λογαριασμοί Αποτελεσμάτων Χρήσης

Η κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης είναι μια έκθεση που περιέχει συνοπτικές πληροφορίες για έσοδα, έξοδα και ζημιές που έχουν γίνει σε μια συγκεκριμένη λογιστική χρήση. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της επιχείρησης. Να σημειωθεί πως το άλλο εισόδημα αναφέρεται στα πρόσθετα κέρδη που αποκομίζονται από τα φρούτα ίδιας παραγωγής, και αυτό διότι στο κόστος πωληθέντων έχουν υπολογιστεί και αυτά με την ίδια τιμή αγοράς από αυτά που αγοράζονται από τους παραγωγούς προμηθευτές της επιχείρησης.

Πίνακας 9.4.6 Αποτελέσματα χρήσης πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Πωλήσεις	767.763,4 €	921.316,1 €	1.013.447,7 €	1.114.792,4 €	1.226.271,7 €
-Κόστος πωληθέντων	565.476,8 €	678.572,1 €	746.429,3 €	821.072,2 €	903.179,5 €
= Μεικτό κέρδος	202.286,6 €	242.744,0 €	267.018,4 €	293.720,2 €	323.092,2 €
- Λειτουργικές Δαπάνες	94.024,2 €	101.527,0 €	106.028,7 €	110.980,6 €	116.427,6 €
- Αποσβέσεις	18.125,0 €	18.125,0 €	18.125,0 €	18.125,0 €	28.125,0 €
+ Άλλο εισόδημα	20.000,0 €	20.000,0 €	20.000,0 €	20.000,0 €	20.000,0 €
= ΚπΦΤ (ΕΒΙΤ)	110.137,5 €	143.092,0 €	162.864,7 €	184.614,6 €	198.539,6 €
- Τόκοι έξοδα	9.361,4 €	195,5 €	- €	- €	- €
= ΚπΦ (ΕΒΤ)	100.776,1 €	142.896,5 €	162.864,7 €	184.614,6 €	198.539,6 €
- Φόρος κερδών	29.225,1 €	41.440,0 €	47.230,8 €	53.538,2 €	57.576,5 €
= Καθαρά Κέρδη (ΕΑΤ)	71.551,0 €	101.456,5 €	115.633,9 €	131.076,4 €	140.963,1 €
= Μερίσματα	- €	- €	- €	13.107,6 €	98.674,2 €

9.5 Προϋπολογιστικοί Ισολογισμοί

Ισολογισμός είναι ένας λογιστικός πίνακας που εμφανίζει τα περιουσιακά στοιχεία (ενεργητικό), τις υποχρεώσεις και τις απαιτήσεις μιας επιχείρησης σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (συνήθως στις 31/12). Βάση των στοιχείων που αναλύθηκαν στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι ισολογισμοί της επιχείρησης για τα πρώτα πέντε έτη λειτουργίας της.

Πίνακας 9.5.1 Προϋπολογιστικοί ισολογισμοί πρώτης πενταετίας

Έτος	1	2	3	4	5
Ενεργητικό (ΤΑ)	330.543,3 €	341.151,9 €	450.843,9 €	563.629,1 €	611.620,0 €
Καθαρά Πάγια	186.875,0 €	168.750,0 €	150.625,0 €	212.500,0 €	184.375,0 €
Αποθέματα	15.707,7 €	18.849,2 €	20.734,1 €	22.807,6 €	25.088,3 €
Εισπρακτέα	127.960,6 €	153.552,7 €	168.907,9 €	185.798,7 €	204.378,6 €
Ταμείο	- €	- €	110.576,8 €	142.522,8 €	197.778,0 €
Παθητικό και Καθαρή Θέση	330.543,3 €	341.151,9 €	450.843,9 €	563.629,1 €	611.620,0 €
Κεφάλαιο	100.000,0 €	100.000,0 €	100.000,0 €	100.000,0 €	100.000,0 €
Αποθ. Κερδών	71.551,0 €	173.007,5 €	288.641,5 €	406.610,2 €	448.899,2 €
Δάνεια	104.015,3 €	2.172,1 €	- €	- €	- €
Πληρωτέα	54.976,9 €	65.972,3 €	62.202,4 €	57.018,9 €	62.720,8 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Για την αξιολόγηση της επένδυσης θα χρησιμοποιηθούν επιλεγμένοι αριθμοδείκτες, η μέθοδος καθαρής παρούσας αξίας (NPV), ο βαθμός εσωτερικής απόδοσης (IRR), η περίοδος αποπληρωμής της επένδυσης και η ανάλυση νεκρού σημείου (break even point).

10.1 Αριθμοδείκτες

Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας

ROE = Καθαρά Έσοδα (Κέρδη) / Ιδία Κεφάλαια

Δείκτης απόδοσης λειτουργίας = Κέρδη προ τόκων και φόρων / Σύνολο Ενεργητικού (%)

Για την αποδοτικότητα της επιχείρησης χρησιμοποιήθηκαν οι δείκτες της απόδοσης ιδίων κεφαλαίων (ROE) και ο δείκτης απόδοσης λειτουργίας. Η απόδοση ιδίων κεφαλαίων είναι ένας χρηματοοικονομικός δείκτης που δείχνει πόσο αποδοτικά χρησιμοποιεί μια εταιρεία τα κεφάλαια της για να δημιουργήσει πρόσθετα έσοδα (κέρδη), και εκφράζεται σε ποσοστιαίες μονάδες. Χρησιμοποιείται ως ένδειξη αποτελεσματικότητας μιας εταιρείας, δηλαδή πόσο κέρδος μπορεί να παράγει χρησιμοποιώντας τους διαθέσιμους πόρους που επενδύθηκαν από τους μετόχους της (μετοχικό κεφάλαιο) και τα αποθεματικά της. Οι επενδυτές συνήθως αναζητούν εταιρίες με υψηλή και αυξανόμενη απόδοση ιδίων κεφαλαίων. Επίσης χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης απόδοσης λειτουργίας ο οποίος δείχνει την αναλογία των αποτελεσμάτων εκμετάλλευσης προς το σύνολο του ενεργητικού. Μετρά την αποδοτικότητα των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης.

Πίνακας 10.1.1 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας πρώτης πενταετίας

Έτος	ROE	Δ.Α.Λ.
1	42%	33%
2	37%	42%
3	30%	36%
4	26%	33%
5	26%	32%
M.O.	32%	35%

Αριθμοδείκτες κερδοφορίας

Δείκτης μικτού κέρδους: Μικτά κέρδη εκμετάλλευσης / Κύκλος εργασιών

Ο αριθμοδείκτης μικτού περιθωρίου κέρδους είναι πολύ σημαντικός διότι παρέχει ένα μέτρο αξιολόγησης της αποδοτικότητας της επιχείρησης. Δείχνει δηλαδή τη λειτουργική αποτελεσματικότητα μιας εταιρείας και την πολιτική τιμών αυτής. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης μικτού κέρδους τόσο καλύτερη από απόψεως κερδών είναι η θέση της επιχείρησης διότι μπορεί να αντιμετωπίσει, χωρίς δυσκολία, μια ενδεχόμενη αύξηση του κόστους των πωλούμενων προϊόντων της. Ένας υψηλός δείκτης μικτού κέρδους δείχνει την ικανότητα της διοίκησης μιας επιχείρησης να επιτυγχάνει φθηνές αγορές και να πουλά σε υψηλές τιμές.

Δείκτης καθαρού κέρδους: Καθαρά κέρδη χρήσης / Κύκλος εργασιών

Ο αριθμοδείκτης αυτός, γνωστός και ως καθαρό περιθώριο κέρδους, προσδιορίζει το κέρδος από τις λειτουργικές δραστηριότητες, δηλαδή το ποσοστό κέρδους που μένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση από τις καθαρές πωλήσεις του κόστους πωληθέντων και των λοιπών εξόδων. Όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμοδείκτης τόσο πιο επικερδής είναι η εταιρεία.

Πίνακας 10.1.2 Αριθμοδείκτες κερδοφορίας πρώτης πενταετίας

Έτος	Δ.Μ.Κ.	Δ.Κ.Κ.
1	26,3%	9,3%
2	26,3%	11,0%
3	26,3%	11,4%
4	26,3%	11,8%
5	26,3%	11,5%
Μ.Ο.	26,3%	11,0%

Αριθμοδείκτες ρευστότητας

Δείκτης γενικής ρευστότητας: Κυκλοφορούν ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

Δείκτης άμεσης ρευστότητας: Κυκλοφορούν ενεργητικό εκτός των αποθεμάτων /

Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

Οι αριθμοδείκτες αυτοί δείχνουν το μέτρο ρευστότητας της επιχείρησης και το περιθώριο ασφαλείας, ώστε αυτή να είναι σε θέση να ανταποκριθεί στην πληρωμή των καθημερινών απαιτητών υποχρεώσεων. Όσο πιο προβλέψιμες είναι οι εισροές χρημάτων μιας εταιρείας τόσο είναι γενικότερα αποδεκτός ένας πιο χαμηλός δείκτης, αν και αυτό είναι συνάρτηση κυρίως του κλάδου στον οποίο ανήκει η επιχείρηση.

Πίνακας 10.1.3 Αριθμοδείκτες ρευστότητας πρώτης πενταετίας

Έτος	Δείκτης γενικής ρευστότητας	Δείκτης ειδικής ρευστότητας
1	2,6	2,3
2	2,6	2,3
3	4,8	4,5
4	6,2	5,8
5	6,8	6,4
M.O.	4,6	4,3

Παρατηρείται πως οι δείκτες ρευστότητας αυξάνονται με το πέρασμα των ετών. Αυτό είναι λογικό μιας και η επιχείρηση μειώνει τις ημέρες πληρωμής των προμηθευτών της, καθώς επίσης αυξάνεται και το κυκλοφορούν ενεργητικό.

Αριθμοδείκτες διαρθρώσεως κεφαλαίων

Ίδια προς ξένα κεφάλαια = Ίδια κεφάλαια / Ξένα κεφάλαια

Ο αριθμοδείκτης αυτός, δείχνει την ασφάλεια που παρέχει η επιχείρηση στους δανειστές της και χρησιμοποιείται για να διαπιστωθεί αν υπάρχει υπερδανεισμός ή όχι. Αν είναι μεγαλύτερος από την μονάδα, μας δείχνει ότι οι φορείς της επιχείρησης συμμετέχουν σε αυτή με περισσότερα κεφάλαια από ότι οι πιστωτές της.

Αριθμοδείκτης κυκλοφορούντος ενεργητικού προς Συνολικές υποχρεώσεις = Κυκλοφορούν ενεργητικό / Σύνολο των υποχρεώσεων

Ο αριθμοδείκτης αυτός εμφανίζει τη ρευστότητα των μακροχρόνιων υποχρεώσεων της επιχείρησης. Προκύπτει διαιρώντας το κυκλοφορούν ενεργητικό της οικονομικής μονάδας, συμπεριλαμβανομένων των διαθέσιμων, με το συνολικό ύψος των υποχρεώσεών της.

Πίνακας 10.1.4 Αριθμοδείκτες διάρθρωσης κεφαλαίων πρώτης πενταετίας

Έτος	Ίδια κεφάλαια/ Ξένα κεφάλαια	Κυκλοφορούν ενεργητικό/ Υποχρεώσεις
1	1,08	0,90
2	4,01	2,53
3	6,25	4,83
4	8,88	6,16
5	8,75	6,81
M.O.	5,79	4,25

Από τους δείκτες διάρθρωσης κεφαλαίων, που παρουσιάζονται στον παραπάνω πίνακα, προκύπτει πως οι φορείς της επιχείρησης συμμετέχουν με περισσότερα κεφάλαια από αυτά που δανείζεται ή πιστώνεται η επιχείρηση.

10.2 Καθαρή Παρούσα Αξία (ΚΠΑ – NPV)

Η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι ένα χρήσιμο εργαλείο που χρησιμοποιείται στην οικονομική επιστήμη, στα χρηματοοικονομικά και στη λογιστική για να καθοριστεί αν μια επένδυση ή ένα έργο κρίνεται συμφέρον για να χρηματοδοτηθεί ή όχι. Ορίζεται ως η διαφορά της παρούσας αξίας των ετήσιων εισοδημάτων μείον την παρούσα αξία των ετήσιων εξόδων, συμπεριλαμβανομένων των επενδύσεων. Στην πράξη κι εφόσον έχει καταστρωθεί ο πίνακας των ταμειακών ροών, η ΚΠΑ υπολογίζεται ως η διαφορά των χρηματικών εισροών (καθαρών ταμειακών ροών μετά φόρων) μείον το κόστος των επενδύσεων, όπως, δίνεται από τον ακόλουθο τύπο:

$$ΚΠΑ = \sum_{\tau=1}^{\nu} \frac{ΚΤΡ_{\tau}}{(1+\epsilon)^{\tau}} - E_0$$

Όπου:

ΚΠΑ = Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΤΡ_τ = Καθαρή Ταμειακή Ροή το έτος τα

E₀ = η αρχική επένδυση το χρόνο τ = 0

v = η διάρκεια ζωής του επενδυτικού σχεδίου

ϵ = το επιτόκιο προεξόφλησης

Για την αξιολόγηση λαμβάνεται υπόψη το αποτέλεσμα της Καθαρής Παρούσας Αξίας ως εξής:

- $KPA > 0$, το επενδυτικό πρόγραμμα πρέπει να γίνει αποδεκτό.

Εάν η επιχείρηση αποδεχτεί ένα πρόγραμμα με θετική Καθαρή Παρούσα Αξία, τότε οι ταμειακές ροές του προγράμματος αποδίδουν επιπλέον απόδοση από την απαιτούμενη, η οποία οδηγεί στην αύξηση της χρηματιστηριακής αξίας της εταιρείας.

- $KPA = 0$, το επενδυτικό πρόγραμμα γίνεται οριακά αποδεκτό ή απορρίπτεται.

Εάν η επιχείρηση αποδεχτεί ένα πρόγραμμα με μηδενική Καθαρή Παρούσα Αξία, τότε το μέγεθος της εταιρείας αυξάνεται, αλλά όχι η αξία της.

- $KPA < 0$, το επενδυτικό πρόγραμμα απορρίπτεται.

Εάν η επιχείρηση αποδεχθεί ένα πρόγραμμα με αρνητική Καθαρή Παρούσα Αξία, τότε τόσο το μέγεθος όσο και η χρηματιστηριακή της αξία μειώνονται.

Η Καθαρή Παρούσα Αξία της πενταετίας της επιχείρησης, υπολογίστηκε με τρία διαφορετικά επιτόκια προεξόφλησης, 5 %, 10 % και 15%.

Πίνακας 10.2.1 ΚΠΑ για διάφορα επιτόκια προεξόφλησης

Επιτόκιο προεξόφλησης

ΚΠΑ

5%	412.323 €
10%	348.974 €
15%	298.316 €

Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει πως με κάθε επιτόκιο προεξόφλησης, ακόμα και με το ακραίο 15 %, η ΚΠΑ της επιχείρησης παραμένει θετική. Έτσι, η επένδυση γίνεται αποδεκτή.

10.3 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR)

Όταν το επιτόκιο προεξόφλησης για μια συγκεκριμένη χρηματοροή αυξάνει, η ΚΠΑ αξία της χρηματοροής μειώνεται. Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR) του κεφαλαίου μπορεί να οριστεί ως το επιτόκιο προεξόφλησης που μηδενίζει τη χρηματοροή, δηλαδή εκείνο το επιτόκιο που εξισώνει την αρχική επένδυση με την αξία όλων των μελλοντικών ταμιακών ροών. Η διαφορά μεταξύ του επιτοκίου που δίνεται από τον IRR και του επιτοκίου της προεξόφλησης έγκειται στο γεγονός ότι το πρώτο προσδιορίζεται από τα χαρακτηριστικά του πίνακα των ταμιακών ροών (για το λόγο αυτό καλείται και εσωτερική απόδοση) ενώ το επιτόκιο προεξόφλησης καθορίζεται εξωγενώς από τον επενδυτικό φορέα.

Ο τύπος που δίνει τον IRR (EBA) είναι ο ακόλουθος:

$$ΚΠΑ = 0 = \sum_{\tau=1}^n \frac{ΚΤΡ_{\tau}}{(1+EBA)^{\tau}} - E_0$$

Όπου:

ΚΠΑ = Καθαρή Παρούσα Αξία

ΚΤΡ_τ = Καθαρή Ταμιακή Ροή το έτος τα

E₀ = η αρχική επένδυση το χρόνο τ = 0

n = η διάρκεια ζωής του επενδυτικού σχεδίου

EBA = το επιτόκιο προεξόφλησης που καθιστά την ΚΠΑ = 0

Για την αξιολόγηση λαμβάνεται υπόψη το αποτέλεσμα του Εσωτερικού βαθμού απόδοσης ως εξής:

- $IRR >$ από το ελάχιστο αποδεκτό επιτόκιο προεξόφλησης, τότε η επένδυση πρέπει να γίνει αποδεκτή.
- $IRR =$ με το ελάχιστο αποδεκτό επιτόκιο προεξόφλησης, τότε η επένδυση θεωρείται οριακή και εφαρμόζεται εάν δεν υπάρχει καλύτερη εναλλακτική.
- $IRR <$ από το ελάχιστο αποδεκτό επιτόκιο προεξόφλησης, τότε η επένδυση απορρίπτεται.

Ο Εσωτερικός βαθμός απόδοσης (IRR) της επιχείρησης υπολογίστηκε στο 18,45 % για την πενταετία. Η τιμή αυτή δείχνει πως η επένδυση είναι συμφέρουσα.

10.4 Περίοδος Αποπληρωμής

Περίοδος αποπληρωμής (επανεξοφλήσης) του κόστους της επένδυσης είναι η περίοδος μέσα στην οποία θα αποδοθεί το κόστος της επένδυσης. Είναι απλή και κατανοητή μέθοδος, η οποία δείχνει μία ένδειξη κινδύνου και της ρευστότητας της επένδυσης. Θεωρείται πολύ χρήσιμη σε περιπτώσεις επενδύσεων με γρήγορη απαξίωση και είναι επίσης χρήσιμη σε χώρες με πολιτική αστάθεια. Από την άλλη δεν λαμβάνει υπόψη τις καθαρές ταμειακές ροές μετά την περίοδο επανεξοφλήσης, ούτε το μέγεθος και το χρόνο πραγματοποίησης των καθαρών ταμειακών ροών. Ακόμα, επιλέγονται μόνο επενδύσεις με μικρή χρονική διάρκεια και τέλος η μέθοδος θεωρεί την περίοδο επανεξοφλήσης ως ενιαίο σύνολο.

Η περίοδος επανεξοφλήσης της επένδυσης της επιχείρησης υπολογίστηκε σε λιγότερο από τέσσερα χρόνια, διάστημα το οποίο είναι αποδεκτό για τέτοιου είδους επενδύσεις.

10.5 Ανάλυση Νεκρού Σημείου

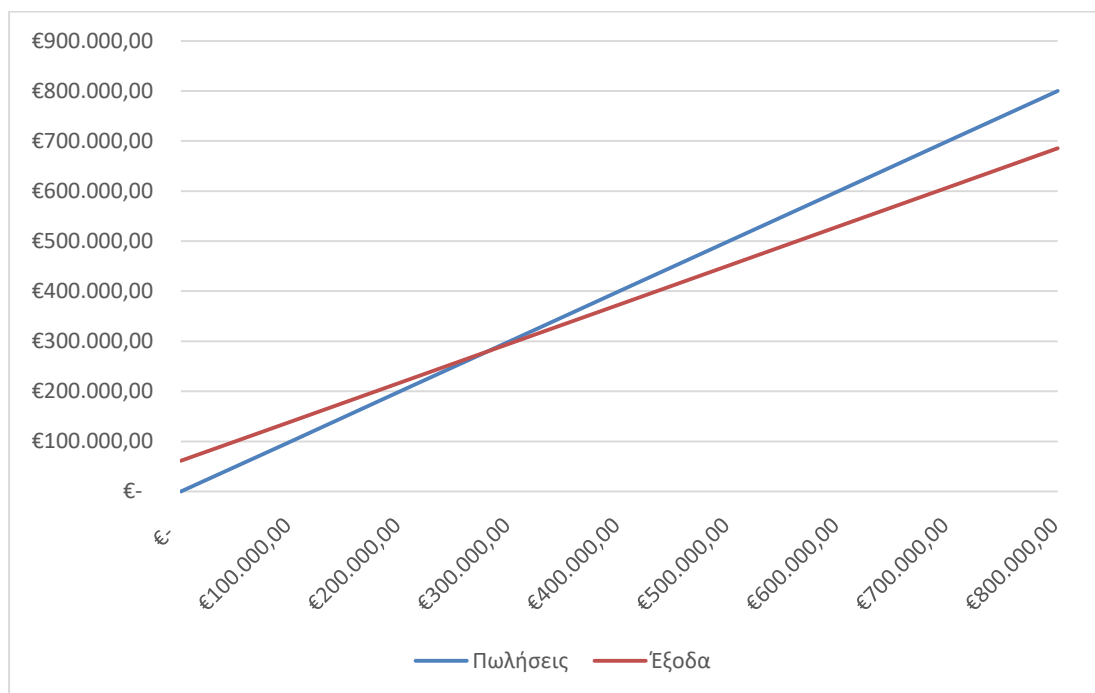
Νεκρό σημείο (Break even point) είναι το αναγκαίο ύψος των πωλήσεων, το οποίο πρέπει να πραγματοποιήσει η επιχείρηση ώστε να καλύπτει όλα της τα έξοδα, δηλαδή να μην πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημιά. Κέρδος πραγματοποιεί μετά από το σημείο αυτό.

Είναι προφανές ότι όσο πιο χαμηλό είναι το νεκρό σημείο, τόσο καλύτερο για την επιχείρηση. Με χαμηλό νεκρό σημείο η επιχείρηση είναι πιο ευσταθής. Και αυτό γιατί με λιγότερες πωλήσεις καλύπτει όλα της τα έξοδα και από το σημείο εκείνο και πέρα πραγματοποιεί κέρδος.

Εκφράζεται κατά διάφορους τρόπους:

- Ως αξία πωλήσεων: Σε τι ύψος πωλήσεων η επιχείρηση δεν πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημία
- Ως ποσοστό % των πωλήσεων: Σε ποιο ποσοστό επί των προβλεπόμενων πωλήσεων, η επιχείρηση δεν πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημία
- Ως ποσότητα πωλήσεων: Πόσα τεμάχια (ή άλλη μονάδα μέτρησης) πρέπει να πωλήσει η επιχείρηση για να μην πραγματοποιήσει ούτε κέρδος ούτε ζημία
- Ως χρόνος: Σε ένα ετήσιο χρονικό ορίζοντα, πόσους μήνες θα χρειασθεί η επιχείρηση για να πραγματοποιήσει εκείνες τις πωλήσεις που θα την φέρουν σε σημείο να μην πραγματοποιήσει ούτε κέρδος ούτε ζημία

Το νεκρό σημείο υπολογίστηκε για το 1^ο έτος λειτουργίας της επιχείρησης ως αξία πωλήσεων, και είναι 279.590 €. Η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη εάν οι πωλήσεις της ξεπεράσουν αυτό το ύψος.



Διάγραμμα 10.5.1 Γραφική απεικόνιση νεκρού σημείου για το 1^ο έτος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ

Η ανάλυση ευαισθησίας αναφέρεται στον προσδιορισμό της σχέσης μεταξύ μιας δεδομένης μεταβολής ενός προσδιοριστικού παράγοντα και της προσπίπτουσας μεταβολής στο αποτέλεσμα αξιολογήσεως της επένδυσης. Έτσι, προσδιορίζεται κατά πόσο η επένδυση είναι 'ευαίσθητη' σε μεταβολές των υποθέσεων σε βασικές παραμέτρους.

Έτσι, πραγματοποιείται ανάλυση ευαισθησίας της Καθαρής Παρούσας Αξίας (NPV) της επένδυσης, μεταβάλλοντας τις τιμές των αγροτικών προϊόντων. Αυτό κρίνεται αναγκαίο διότι οι τιμές των φρούτων επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες και είναι ιδιαίτερα ευμετάβλητες. Επίσης, μελετήθηκε η επίδραση των τιμών τυποποίησης – συσκευασίας των προϊόντων.

Πίνακας 11.1 Παράμετροι ανάλυσης ευαισθησίας

Παράμετροι	Προσδοκώμενη τιμή	
Τιμή Αγοράς Ναβαλίνες - Newhall	€/Kg	0,23 €
Τιμή Αγοράς Lane late	€/Kg	0,65 €
Τιμή Αγοράς Κλημεντίνη	€/Kg	0,33 €
Τιμή Αγοράς Interdonato	€/Kg	0,50 €
Τιμή Αγοράς Foster	€/Kg	0,40 €
Τιμή Αγοράς Orange Red, Tomcot, Νεράιδες	€/Kg	1,35 €
Τιμή Αγοράς Τύρβη Bora	€/Kg	0,90 €
Τιμή Αγοράς Μπεμπέκο	€/Kg	0,50 €
κόστος τυποποίησης - συσκευασίας εσπεριδοειδών	€/Kg	0,11 €
κόστος τυποποίησης - συσκευασίας βερίκοκα	€/Kg	0,15 €

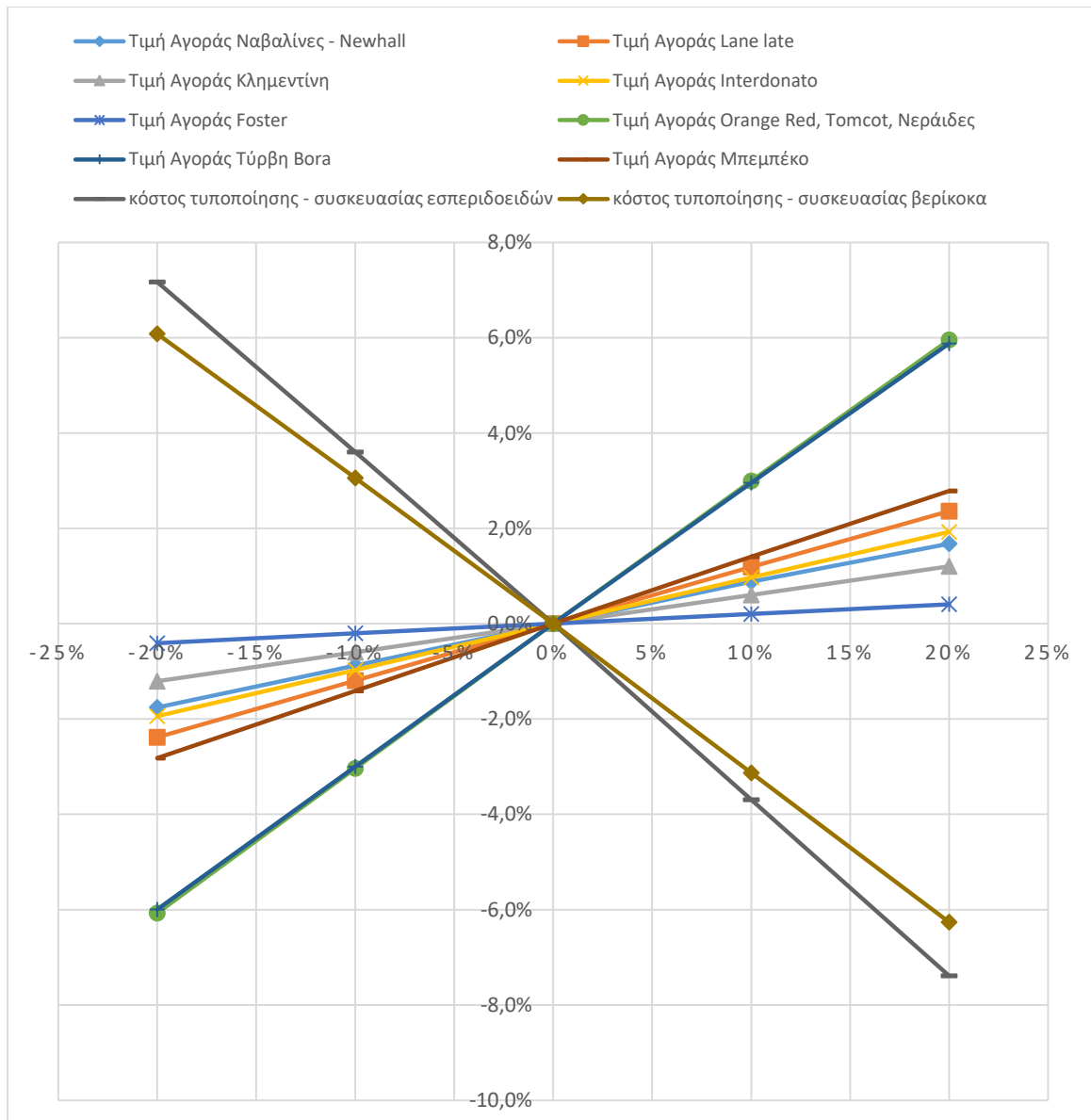
Για την κάθε μία παράμετρο από τις παραπάνω επιλέγεται η ποσοστιαία μεταβολή για -20 %, -20%, +10% και +20%. Κατά τη μεταβολή οποιασδήποτε παραμέτρου, οι τιμές των υπολοίπων διατηρούνται σταθερές και ίσες με τις αρχικές.

Πίνακας 11.2 Μεταβολή ΚΠΑ στις ποσοστιαίες μεταβολές των παραμέτρων

Μεταβολή παραμέτρου	-20%	-10%	10%	20%
Τιμή Αγοράς Ναβαλίνες - Newhall	405.073 €	408.698 €	415.948 €	419.244 €
Τιμή Αγοράς Lane late	402.487 €	407.405 €	417.241 €	422.069 €
Τιμή Αγοράς Κλημεντίνη	407.355 €	409.839 €	414.807€	417.291€
Τιμή Αγοράς Interdonato	404.327€	408.325€	416.321€	420.259€
Τιμή Αγοράς Foster	410.644€	411.483€	413.162€	414.002€
Τιμή Αγοράς Orange Red, Tomcot, Νεράιδες	387.280€	399.802€	424.666€	436.883€
Τιμή Αγοράς Τύρβη Bora	387.593€	399.958€	424.513€	436.578€
Τιμή Αγοράς Μπεμπέκο	400.683€	406.503€	418.128€	423.806€
κόστος τυποποίησης - συσκευασίας εσπεριδοειδών	441.884€	427.167€	397.085€	381.848€
κόστος τυποποίησης - συσκευασίας βερίκοκα	437.400€	424.924€	399.407€	386.491,41 €

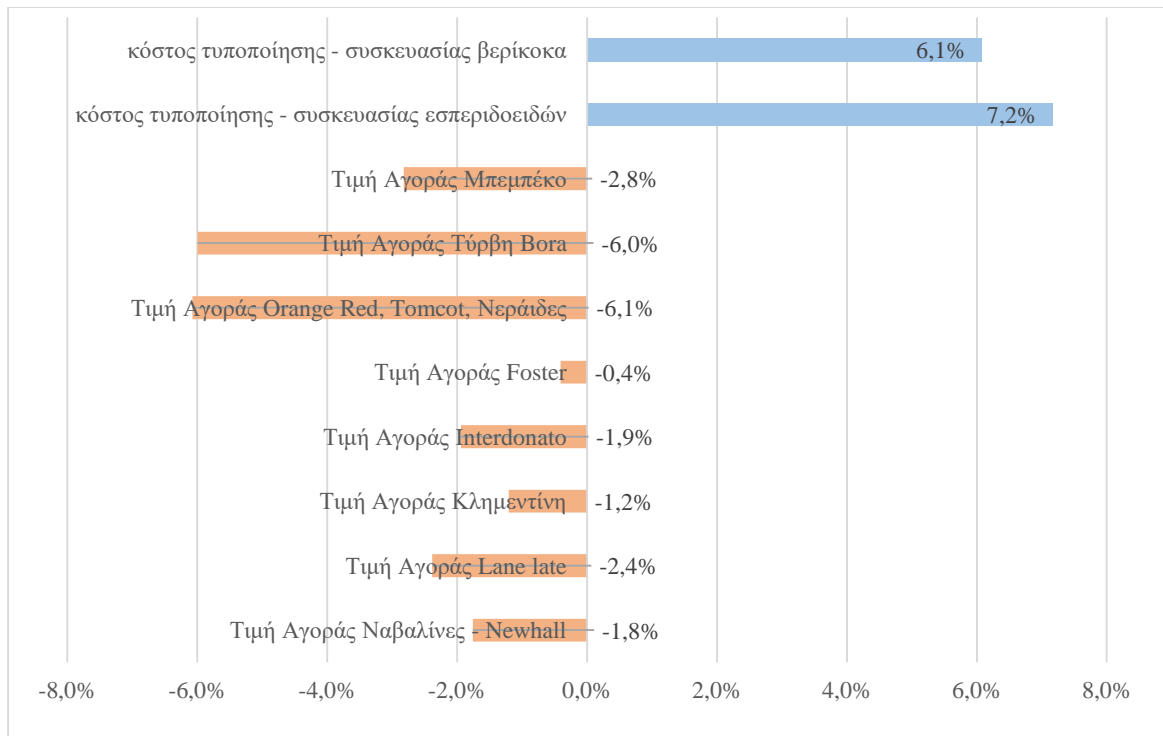
Πίνακας 11.3 Ποσοστιαία μεταβολή ΚΠΑ στις ποσοστιαίες μεταβολές των παραμέτρων

Μεταβολή παραμέτρου	-20%	-10%	10%	20%
Τιμή Αγοράς Ναβαλίνες - Newhall	-1,8%	-0,9%	0,9%	1,8%
Τιμή Αγοράς Lane late	-2,4%	-1,2%	1,2%	2,4%
Τιμή Αγοράς Κλημεντίνη	-1,2%	-0,6%	0,6%	1,2%
Τιμή Αγοράς Interdonato	-1,9%	-1,0%	1,0%	1,9%
Τιμή Αγοράς Foster	-0,4%	-0,2%	0,2%	0,4%
Τιμή Αγοράς Orange Red, Tomcot, Νεράιδες	-6,0%	-3,0%	3,0%	6,0%
Τιμή Αγοράς Τύρβη Bora	-6,0%	-3,0%	3,0%	6,0%
Τιμή Αγοράς Μπεμπέκο	-2,8%	-1,4%	1,4%	2,8%
κόστος τυποποίησης - συσκευασίας εσπεριδοειδών	7,3%	3,7%	-3,7%	-7,3%
κόστος τυποποίησης - συσκευασίας βερίκοκα	6,2%	3,1%	-3,1%	-6,2%

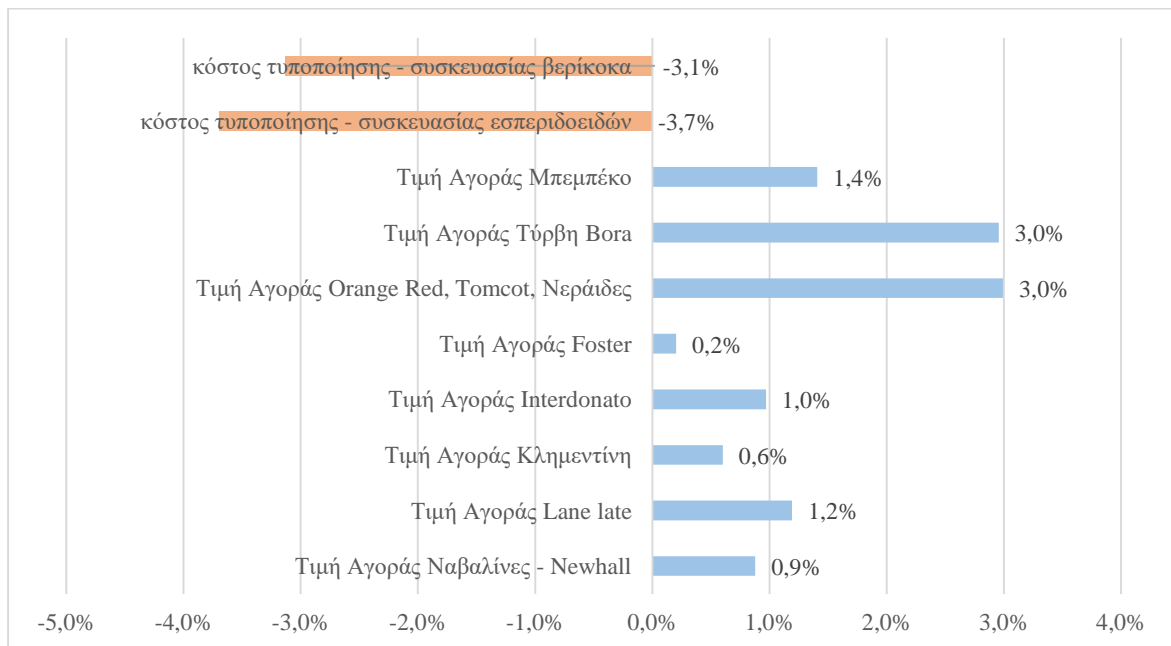


Διάγραμμα 11.1 Επίδραση της ποσοστιαίας μεταβολής των τιμών των παραμέτρων στην Καθαρή Παρούσα Αξία

Παρατηρείται πως η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι περισσότερο ευαίσθητη στις τιμές των βερίκοκων και στα κόστη συσκευασίας. Όσον αφορά τα εσπεριδοειδή περισσότερο ευαίσθητη είναι στα πορτοκάλια ποικιλίας 'Lane Late' και στα λεμόνια.



Διάγραμμα 11.2 Διάγραμμα Tornado για μείωση των παραμέτρων κατά 20%



Διάγραμμα 11.2 Διάγραμμα Tornado για αύξηση των παραμέτρων κατά 10%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Αν και βρισκόμαστε στη μέση της οικονομικής κρίσης η κατανάλωση στο χώρο των τροφίμων και ιδιαίτερα στα οπωροκηπευτικά δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη κάμψη. Επίσης, τα φρούτα και λαχανικά αποτελούν βασικότατο κομμάτι της διατροφής και δεν υφίσταται υποκατάστατο για αυτή την ομάδα τροφίμων.

Η επιχείρηση αναμένεται να είναι μία καθετοποιημένη μονάδα παραγωγής, τυποποίησης, συσκευασίας και εμπορίας νωπών φρούτων, στελεχωμένη από έμπειρο και άρτια εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Ως εκ τούτου, είναι σε θέση να προσφέρει φρέσκα και ποιοτικά φρούτα στους πελάτες της, με σκοπό να καταλήγουν στην καλύτερη δυνατή κατάσταση στον τελικό καταναλωτή.

Το επιχειρηματικό πλάνο προβλέπει αρχική επένδυση 205.000 € και επιπλέον επένδυση 80.000 € το 4^ο έτος λειτουργίας. Ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης το 1^ο έτος λειτουργίας υπολογίζεται 767.763 € και αυξανόμενος κατά 20 % για το 2^ο έτος λειτουργίας και 10 % για τα υπόλοιπα έτη, καταλήγει το 5^ο έτος στα 1.226.272 €. Τα καθαρά κέρδη υπολογίζονται σε 71.551 € και 140.963 € για το 1^ο και 5^ο έτος αντίστοιχα. Ο χρόνος αποπληρωμής της επένδυσης είναι μικρότερος από τέσσερα χρόνια, ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης είναι 18,45 % και η Καθαρή Παρούσα Αξία 412.323 €.

Κυριότεροι αγοραστές είναι οι αλυσίδες σουπερμάρκετ της Αττικής και επιλεγμένοι χονδρέμποροι. Η επιχείρηση στο μέλλον έχει την δυνατότητα να διεισδύσει σε αγορές του εξωτερικού, σε άλλες Ευρωπαϊκές αγορές με προοπτική την αύξηση των πωλήσεων και διεύρυνση του δικτύου πωλήσεων.

Επιπλέον, από την ανάλυση ευαισθησίας που πραγματοποιήθηκε θέτοντας ως παραμέτρους τις τιμές των φρούτων και το κόστος τυποποίησης και συσκευασίας τους προκύπτει πως η Καθαρή Παρούσα Αξία είναι ευαίσθητη στις τιμές των βερίκοκων και στα κόστη τυποποίησης και συσκευασίας, χωρίς όμως να καταλήγει σε αποτελέσματα που καθιστούν την επένδυση μη αποδεκτή.

Εν κατακλείδι, το επιχειρηματικό πλάνο είναι άκρως δελεαστικό για την έναρξη της δραστηριότητας της επιχείρησης. Η επιχείρηση προσφέροντας προσεκτικά διαλεγμένα, ποιοτικά και φρέσκα φρούτα δύναται να αναπτύξει σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες της καθώς και να επεκταθεί σε άλλες ευρωπαϊκές αγορές συμβάλλοντας στην εξωστρέφεια της εγχώριας πρωτογενούς παραγωγής.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αναστασία Πηλιούνη, (2014). *Άρθρο: Ταμειακές Ροές. Power – Tax.* (<http://www.power-tax.gr/el/normal/35/2276/ViewArticle.aspx>).

Βασίλης Παπαδάκης, (2012). *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία.* Τόμος Α : Θεωρία, 6^η έκδοση. Αθήνα: Εκδόσεις Ε. Μπένου.

Γεώργιος Πολυχρονάκης, (2014). *Η αγορά Φρούτων και Λαχανικών στην Ελλάδα. Παραγωγή, Εισαγωγές, Εξαγωγές, Δομή.* Αθήνα: Incofruit Hellas.

Ευτύχης Πρωτοπαπαδάκης, (2006). «Όψιμες ποικιλίες ομφαλοφόρων πορτοκαλιών», Περιοδικό Φρουτονέα, Απρίλιος 2006

Κωνσταντίνος Ποντίκης, (1996). *Ειδική Δενδροκομεία, Ακρόδρυα – Πυρηνόκαρπα – Λοιπά καρποφόρα, Τόμος Δεύτερος.* Αθήνα – Πειραιάς: Εκδόσεις Σταμούλη.

Κωνσταντίνος Ποντίκης, (2003). *Ειδική Δενδροκομεία, Εσπεριδοειδή, Τόμος Τέταρτος.* Αθήνα – Πειραιάς: Εκδόσεις Σταμούλη.

Μιλτιάδης Βασιλακάκης, (2010). *Μετασυλλεκτική φυσιολογία - Μεταχείριση οπωροκηπευτικών και Τεχνολογία, Διαιτητική αξία οπωροκηπευτικών.* Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Άγις – Σάββας Δ. Γαρταγάνης.

Παυλίνα Δρογούδη, (2014). *Χαρακτηριστικά νέων και παλαιότερων ποικιλιών βερικοκιάς.* Νάουσα: Γενική Διεύθυνση Αγροτικής Έρευνας.

Τράπεζα Πειραιώς, (2015). *Η συμβολή και οι προοπτικές του αγροτροφικού τομέα στην Ελλάδα.* Αθήνα: Τράπεζα Πειραιώς.

Χρήστος Διαμαντόπουλος , (2010), «Ο Κινέζικος δράκος φρενάρει την ανάπτυξη της αγοράς του ελληνικού βερίκοκου», Περιοδικό Αγρότυπος, Ιούνιος 2010, τεύχος 35

Χρίστος Καμενίδης, (2010). *Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων.* Θεσσαλονίκη: Εκδοτικός Οίκος Αδελφών Κυριακίδη.

ICAP, (2011). *Η Κατάσταση και οι Προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα, Ετήσια Έκθεση, Κλαδική Ανάλυση: Τυποποίηση και Συσκευασία.* Αθήνα: ICAP.

ICAP, (2014). *Τυποποίηση – Συσκευασία νωπών οπωροκηπευτικών.* Αθήνα: ICAP.

ICAP, (2016). *Μελέτη για την Απασχόληση και την Ανεργία*. Αθήνα: ICAP

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Arthur A. Thompson, A.J. Strickland III, Margaret A. Peteraf, Alex Janes, John E. Gamble, Ciara Sutton, (2013). *Crafting and Executing Strategy; The Quest for Competitive Advantage Concepts and Cases, European Edition*. McGraw-Hill Irwin.

Cot International, (2015). *Early apricots*. France: Cot International