



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ**

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Τεχνοοικονομική μελέτη και μελέτη αγοράς για τη δημιουργία μεταποιητικής μονάδας στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ράχης Πιερίας «ο Άγιος Λουκάς»



Γεώργιος Δ. Ντούρος

Επιβλέπων καθηγητής:
Ρούσσοσ Πέτροσ, Καθηγητής ΓΠΑ

**ΑΘΗΝΑ
2024**

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Τεχνοοικονομική μελέτη και μελέτη αγοράς για τη δημιουργία μεταποιητικής μονάδας στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ράχης Πιερίας «ο Άγιος Λουκάς»

Techno-economic study and market study for the creation of a processing unit in the Agricultural Cooperative Rachis Pierias "Agios Loukas"

Γεώργιος Δ. Ντούρος

Εξεταστική Επιτροπή:

Ρούσσος Πέτρος, Καθηγητής ΓΠΑ (επιβλέπων)

Τσιμπούκας Κωνσταντίνος, Καθηγητής ΓΠΑ

Καρανικόλας Παύλος, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ

Τεχνοοικονομική μελέτη και μελέτη αγοράς για την δημιουργία μεταποιητικής μονάδας στον Αγροτικό Συνεταιρισμό Ράχης Πιερίας «ο Άγιος Λουκάς»

*ΔΠΜΣ Επιχειρηματικότητα & Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη
Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης
Τμήμα Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής*

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο κλάδος των οπωροκηπευτικών στην Ελλάδα αποτελεί έναν ιδιαίτερα σημαντικό πυλώνα τόσο της εθνικής οικονομίας όσο και της απασχόλησης του αγροτικού τομέα. Λόγω του εύκρατου μεσογειακού κλίματος το οποίο ευνοεί την καλλιέργεια φρούτων και λαχανικών υψηλής ποιότητας, η Ελλάδα έχει αναπτύξει μια ποικιλία παραγωγής που περιλαμβάνει εσπεριδοειδή, ροδάκινα, ακτινίδια, ντομάτες, κεράσια, μήλα και πολλά ακόμη προϊόντα.

Ο υπό μελέτη Αγροτικός Συνεταιρισμός βρίσκεται στην περιοχή της Πιερίας και πιο συγκεκριμένα στην Ράχη. Το κύριο αντικείμενο ενασχόλησης του συνεταιρισμού είναι το εμπόριο φρέσκων φρούτων και λαχανικών και ιδίως των κερασιών, βερίκοκων, μήλων και πρόσφατα αχλαδιών.

Τα στοιχεία της μελέτης συλλέχθηκαν από επιστημονικά άρθρα, παλαιότερες μελέτες, ηλεκτρονικές πηγές και την Ελληνική και Ευρωπαϊκή στατιστική αρχή. Διανεμήθηκαν παράλληλα ερωτηματολόγια για την έρευνα αγοράς και πραγματοποιήθηκε προσωπική συνέντευξη με τον πρόεδρο του Αγροτικού Συνεταιρισμού.

Στο παρακάτω πόνημα θα δούμε περιγραφή της περιοχής ενδιαφέροντος και του αγροτικού συνεταιρισμού. Θα παρουσιαστεί PEST και SWOT ανάλυση ενώ θα γίνει και περιγραφή της οργανωτικής δομής της μονάδας, της επένδυσης αλλά και των παραγόμενων προϊόντων. Τέλος παρουσιάζεται η έρευνα αγοράς, η στρατηγική που θα ακολουθηθεί από τη νέα μονάδα μεταποίησης, ανάλυση και εκτίμηση πωλήσεων. Μέσω όλων των παραπάνω θα γίνει αξιολόγηση της επένδυσης όπου και θα εξαχθούν τα τελικά συμπεράσματα.

Αντικείμενο της παρούσας έρευνας είναι η εκπόνηση τεχνοοικονομικής μελέτης, αλλά και μελέτης αγοράς για την επέκταση των ήδη υπάρχοντων εγκαταστάσεων του συνεταιρισμού και την δημιουργία μονάδας μεταποίησης κερασιών σε πρώτη φάση και των υπολοίπων φρούτων σε δευτερεύοντα χρόνο. Πιο συγκεκριμένα εξετάζεται η παραγωγική διαδικασία που πραγματοποιείται κατά την μεταποίηση φρέσκων φρούτων, δηλαδή, παραλαβή των νωπών φρούτων, μεταποίηση, τυποποίηση και συσκευασία, αλλά και αυτές της αποθήκευσης και εμπορίας των παραγόμενων προϊόντων.

Τα παραγόμενα προϊόντα (αποξηραμένα και μαρμελάδα) θα διακινούνται τόσο στο εξωτερικό όσο και στην εσωτερική αγορά αλλά και μέσω ηλεκτρονικού καταστήματος του συνεταιρισμού. Επίσης θα τηρούν όλες τις προδιαγραφές για να ονομαστούν ως Προϊόντα Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) ενώ ταυτόχρονα θα υπάρχουν όλες οι απαραίτητες πιστοποίησης ποιότητας όπως ISO22000:2005, ISO9001:2008, GlobalGap και HACCP.

Επιστημονική περιοχή: Επιχειρηματικό σχέδιο

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρηματικό σχέδιο, Κεράσια, Βερίκοκα, Μεταποίηση, Μαρμελάδα, Αποξηραμένα φρούτα, Καθετοποιημένη παραγωγή

Techno-economic study and market study for the creation of a processing unit in the Agricultural Cooperative Rachis Pierias "Agios Loukas"

*MSc Entrepreneurship & Consulting in Rural Development
Department of Agricultural Economy & Development
Department of Animal Production Science*

ABSTRACT

The fruit and vegetable sector in Greece, constitutes a vital pillar of the national economy and the occupation in the agricultural sector simultaneously. Due to the temperate mediterranean climate, which is favorable for cultivating high-quality fruits and vegetables, Greece has developed a diverse production range that includes citrus fruits, peaches, kiwis, tomatoes, cherries, apples, and many other products.

The Agricultural Cooperative under study is located in the Pieria region, specifically in Rachi. The cooperative's main object is the trade of fresh fruits and vegetables, particularly cherries, apricots, apples, and recently pears.

The data for the study were being collected by scientific articles and previous studies, electronic sources and the Hellenic and European Statistical Authorities. At the same time, questionnaires for the market research were being distributed, and a personal interview with the president of the Agricultural Cooperative was achieved.

In the study below, we will investigate the region of interest and the agricultural cooperative. A PEST and SWOT analysis will be presented, while it will be described the organizational structure of the unit, the investment, and the products produced. Finally, the market research, the strategy that will be followed by the new processing unit, and the analysis and sales forecast will be presented. Through all of the above, an evaluation of the investment will be conducted, from which the final conclusions will be drawn.

The purpose of this investigation is to conduct a techno-economic and market study for the expansion of the cooperative's existing facilities and the establishment of a cherry processing unit in the first phase, with other fruits to follow subsequently. Specifically, the production process involved in fresh fruit processing is examined, including the reception of fresh fruit, processing, standardization, and packaging, as well as storage and marketing of the produced products.

The final commodities (dried fruits and jam) will be distributed both internationally and domestically, as well as through the cooperative's online store. They will also meet all requirements to be designated as Geographical Indication Products (PGI) while maintaining all necessary quality certifications, such as ISO22000:2005, ISO9001:2008, GlobalGAP, and HACCP.

Scientific area: Business plan

Keywords: Business plan, Cherries, Apricots, Processing, Jam, Dried fruits, Vertical integration of production

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
1. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	7
1.1 Διοικητική δομή	7
1.2 Φυσικό Περιβάλλον	8
1.3 Γεωλογία της περιοχής	8
1.4 Κλιματικές συνθήκες.....	9
1.5 Εδαφικές συνθήκες.....	10
1.6 Δημογραφικά και Κοινωνικά Χαρακτηριστικά του πληθυσμού.....	11
1.7 Οικονομικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού	13
1.8 Οικονομικές δραστηριότητες	13
2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ.....	18
2.1 Ιστορική αναδρομή.....	18
2.2 Υφιστάμενη κατάσταση	20
2.3 Στόχοι και όραμα	25
2.4 Οικονομικά στοιχεία - Ανάλυση πωλήσεων.....	26
3. PEST ANALYSIS	42
3.1 Ορισμός.....	42
3.2 PEST Analysis υπό μελέτη μεταποιητικής μονάδας	42
4. SWOT ANALΥΣΗ.....	44
4.1 Περιγραφή SWOT Analysis	44
4.2 SWOT Analysis υπό μελέτη μεταποιητικής μονάδας	45
5. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ	48
5.1 Γενική διεύθυνση.....	48
5.2 Οικονομικό τμήμα.....	48
5.3 Τμήμα παραγωγής	48
5.4 Τμήμα μάρκετινγκ.....	49
5.5 Τμήμα πωλήσεων	49
6. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	51
6.1 Μορφή επιχείρησης.....	51

6.2 Κτιριακή επέκταση	52
6.3 Περιγραφή γραμμών παραγωγής.....	53
6.4 Χρηματοδότηση της επέκτασης.....	64
7. ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ.....	67
7.1 Παραγόμενα προϊόντα.....	67
7.2 Υπάρχουσα παραγωγική διαδικασία.....	71
7.3 Παραγωγική διαδικασία παραγωγής μαρμελάδας.....	71
7.4 Παραγωγική διαδικασία αποξηραμένων φρούτων	73
7.5 Ετικέτα – Συσκευασία – Ποιοτικός έλεγχος.....	74
8. ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	75
8.1 Γενικά στοιχεία ερωτηματολογίων.....	75
8.2 Περιγραφή έρευνας.....	75
8.3 Δομή ερωτηματολογίου	76
8.4 Ανάλυση αποτελεσμάτων.....	77
8.5 Συμπεράσματα.....	96
9. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΑΣ ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ	99
9.1 Στρατηγική της εταιρείας.....	99
9.2 Στρατηγική διείσδυσης στην αγορά	99
9.3 Στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς.....	100
10. ΠΩΛΗΣΕΙΣ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	101
10.1 Πωλήσεις πρώτου έτους.....	101
10.2 Προβλέψεις πωλήσεων 10ετίας	103
10.3 Αποθέματα.....	105
10.4 Απαιτήσεις από πελάτες και παραγωγούς – μέλη	105
10.5 Αποσβέσεις	105
10.6 Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης των παραγόμενων προϊόντων	106
10.7 Καθαρές Ταμειακές Ροές (Net Cash Flows)	108
11. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	111
11.1 Καθαρά Παρούσα Αξία – ΚΠΑ (Net Present Value -NPV)	111
11.2 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης – (Internal Rate of Return – IRR)	112
12. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	113
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	115
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	117

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία αποτελεί μέρος του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Επιχειρηματικότητα και Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη» των τμημάτων Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης και Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή κύριο Ρούσσο Πέτρο για όλη τη βοήθεια και τις συμβουλές που μου παρείχε κατά τη διάρκεια εκπόνησης της μελέτης, ανεξαρτήτως ημέρας και ώρας. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές Τσιμπούκα Κωνσταντίνο και Καρανικόλα Παύλο για την αξιολόγηση της εργασίας και την καθοδήγηση που μου προσέφεραν στις οποιεσδήποτε απορίες μου είχα.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλους όσους συμμετείχαν στο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, παρέχοντας μου πολύ χρήσιμα δεδομένα, βοηθώντας με στην ολοκλήρωση της εργασίας μου. Επίσης, ευχαριστώ και το Διοικητικό Συμβούλιο αλλά και τα μέλη του Συνεταιρισμού για την παροχή όλων των οικονομικών και όχι μόνο δεδομένων αλλά και την συνέντευξη του προέδρου.

Τέλος, θα ήθελα φυσικά να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για όλη τη στήριξη που μου παρείχε κατά τη διάρκεια ολοκλήρωσης του παρόντος Μεταπτυχιακού Προγράμματος.

1. ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

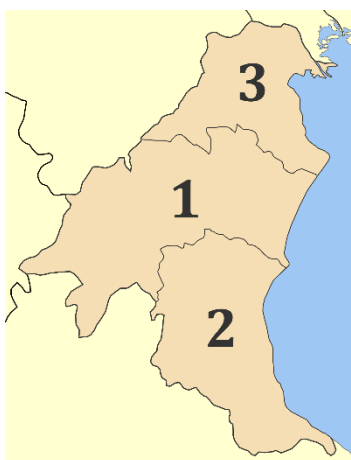
1.1 Διοικητική δομή

Η υπό μελέτη περιοχή αφορά στον οικισμό της Ράχης, ο οποίος βρίσκεται νοτιοδυτικά της Κατερίνης και αποτελεί οικισμό της Δημοτικής Ενότητας Πέτρας του Δήμου Κατερίνης. Η απόστασή του από την Κατερίνη είναι 14 χιλιόμετρα. Η Ράχη έχει υψόμετρο 250 μέτρα πάνω από το επίπεδο της θάλασσας και βρίσκεται σε γεωγραφικό πλάτος $40,242083886^\circ$ και γεωγραφικό μήκος $22,360480504^\circ$.

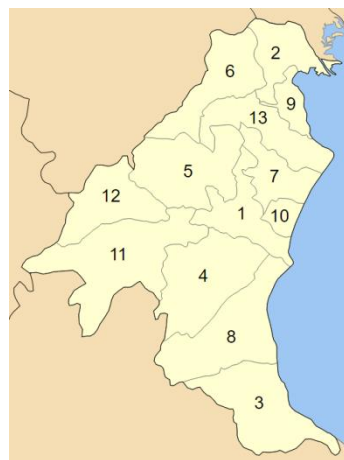
Διοικητικά, υπάγεται στη Δημοτική Κοινότητα Λόφου, της Δημοτικής Ενότητας Πέτρας, του δήμου Κατερίνης της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας που βρίσκεται στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, σύμφωνα με τη διοικητική διαίρεση της Ελλάδας όπως διαμορφώθηκε με το πρόγραμμα “Καλλικράτης”. Η έκταση της Δημοτικής Ενότητας Πέτρας ανέρχεται σε 219,318 Km² ενώ το μέσο υψόμετρο είναι 361 μέτρα. Περιλαμβάνει τους ορεινούς και ημιορεινούς οικισμούς της Κάτω Μηλιάς με τους οικισμούς Μεσαίας Μηλιάς και Άνω Μηλιάς, του Αγίου Δημητρίου, του Λόφου με τον οικισμό της Ράχης, του Μοσχοχωρίου και των Φωτεινών με τους οικισμούς Μόρνας και Φτέρης.

Η ενότητα Πέτρας πρόκειται για την μία από τις πιο ορεινές και αραιοκατοικημένες περιοχές της Πιερίας, η οποία μάλιστα διαθέτει τη μικρότερη πυκνότητα πληθυσμού της Περιφερειακής Ενότητας και με ιδιαίτερα αυξημένα προβλήματα λόγω έλλειψης τεχνικών υποδομών.

Ο μόνιμος πληθυσμός του οικισμού Ράχης, σύμφωνα με την απογραφή της ΕΛΣΤΑΤ του 2011, ανέρχεται σε 423 κατοίκους, ενώ αυτός της Δημοτικής Ενότητας Πέτρας, σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία ανέρχεται σε 4.888 κατοίκους. Αντίστοιχα, ο συνολικός μόνιμος πληθυσμός του Δήμου Κατερίνης είναι 85.851 κάτοικοι, ενώ ο η Περιφερειακή Ενότητα Πιερίας αριθμεί 126.698 κατοίκους.



Εικόνα 2. Η διοικητική διαίρεση του νομού Πιερίας όπως ισχύει τώρα



Εικόνα 1. Η διοικητική διαίρεση του νομού Πιερίας όπως ίσχυσε έως το 2010

1.2 Φυσικό Περιβάλλον

Τα Πιέρια, παρ' ότι χωροταξικά βρίσκονται κοντά σε μεγάλα αστικά κέντρα της Μακεδονίας (Θεσσαλονίκη, Κοζάνη, Βέροια) και οι οικισμοί -λόγω χρονικής απόστασης- βρίσκονται κοντά στο αστικό κέντρο της περιοχής την Κατερίνη, αποτελούν περιοχές με αυξημένα προβλήματα και περιορισμένους αναπτυξιακούς πόρους και υπολείπονται σημαντικά των ρυθμών ανάπτυξης του παραλιακού και πεδινού τμήματος του Ν. Πιερίας. Στην ευρύτερη περιοχή μελέτης η γεωμορφολογία είναι ορεινή-ημιορεινή. Όσον αφορά τις κλίσεις του εδάφους, αυτές υφίστανται σημαντικές υψομετρικές διαφορές, καθώς οι κλίσεις είναι από πολύ μικρές έως μεγάλες.

Το φυσικό περιβάλλον της περιοχής παρέμβασης παρουσιάζει σχετικά μικρές διαφοροποιήσεις. Τα Πιέρια είναι από τα πιο δασωμένα βουνά φυλλοβόλων και κωνοφόρων, με ποικιλομορφία, που δίνουν άριστης ποιότητας ξυλεία. Είναι από τα πιο προσιτά και προσβάσιμα της χώρας και προσφέρονται για αναψυχή και δράσεις περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

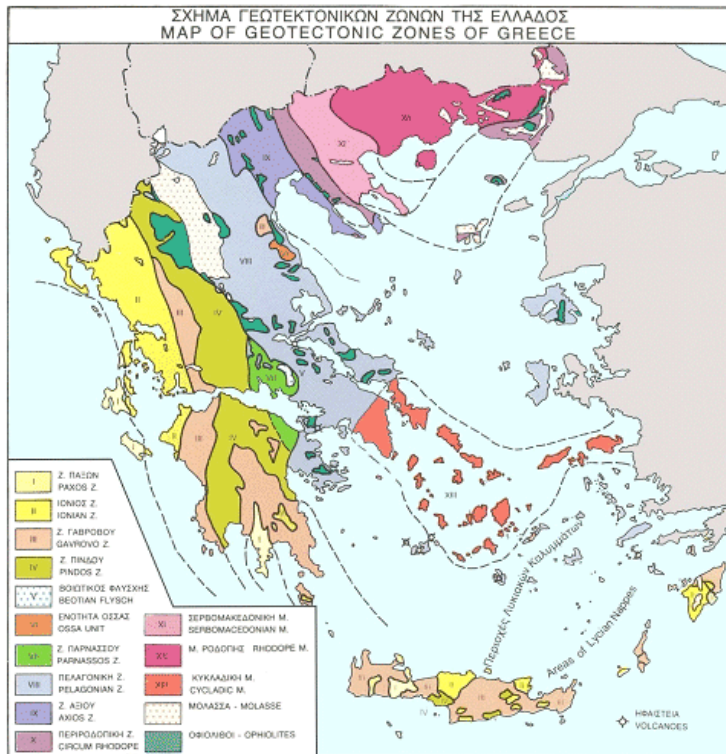
1.3 Γεωλογία της περιοχής

Η Πιερία ανήκει κατά το μεγαλύτερο μέρος της στη γεωλογική ενότητα της Πελαγονικής ζώνης. Το ανάγλυφο στο βόρειο/δυτικό τμήμα της Πιερίας είναι ορεινό (οροσειρά των Πιερίων (2.190 m), ενώ στο δυτικό/νοτιοδυτικό τμήμα από την οροσειρά του Ολύμπου (2.917m). Μεταξύ των δύο ορεινών όγκων η μορφολογία χαρακτηρίζεται από ηπιότερο ανάγλυφο, με εκτεταμένο δίκτυο ποταμών/χειμάρρων, διεύθυνσης από τα δυτικά προς τα ανατολικά, με αποτέλεσμα την εκβολή αυτών στη παράκτια ζώνη. Το πλήθος των ποταμών και χειμάρρων που ρέουν από τους ορεινούς όγκους προς τα παράλια της Κατερίνης ορίζουν ένα πλούσιο υδρογραφικό δίκτυο που ελέγχεται από τη γεωλογία και μορφολογία του εδάφους. Το υδρογραφικό δίκτυο της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας είναι πλουσιότατο, αποτελούμενο από πολλά αλλά μικρά, ποτάμια, κάποτε και με τη μορφή χειμάρρων που κατεβαίνουν από τα γύρω βουνά. Αξιολογότερα είναι ο Ενιπέας, που κατεβαίνει από τον Όλυμπο και το Μαυρονέρι, που περνάει νότια της Κατερίνης. Άλλα μικρά υδάτινα ρεύματα είναι η Ζηλιάνα και η Παλιορουμάνα από τον Όλυμπο, ο Ίταμος από τον Τίταρο, και Παπτσιάρης, Τσιάμαλη, Γερακάρη, Αλκοβίτσα, Τοπόνιτσα από τα Πιέρια. Στο βόρειο άκρο του νομού βρίσκονται και οι εκβολές του Αλιάκμονα. Η ακτή του νομού, εκτός από τον όρμο της Μεθώνης, που σχηματίζεται κοντά στις εκβολές του Αλιάκμονα, στα νότια, και το ακρωτήριο Αχεράδα, που σχηματίζεται νοτιότερα, στις αλυκές του Κίτρους, είναι αλίμενη και σχεδόν ευθεία.

1.3.1 Υπαρκτές και εν δυνάμει απειλές στο περιβάλλον

Όσον αφορά στις υπαρκτές και εν δυνάμει απειλές στο περιβάλλον η γεωργική δραστηριότητα αποτελεί σημαντική συνιστώσα των περιβαλλοντικών πιέσεων που ασκούνται στην περιοχή και έχει ως κύριο αποτέλεσμα την επιβάρυνση των επιφανειακών και υπογείων υδάτων με θρεπτικά στοιχεία λιπασμάτων και υπολείμματα δραστικών ουσιών γεωργικών φαρμάκων. Οι συγκεκριμένες επιπτώσεις που προκύπτουν από τη γεωργική χρήση αφορούν στην αλόγιστη και χωρίς κάποιο προγραμματισμό υπεράντληση των υδάτων, τη ρύπανση από τη χρήση των αζωτούχων λιπασμάτων, την ενδεχόμενη δημιουργία έντονων φαινομένων ευτροφισμού ενώ η παρουσία υπολειμμάτων γεωργικών φαρμάκων είναι δυνατόν να προκαλέσει συνθήκες τοξικότητας στην πανίδα.

Η βόσκηση είναι ένα επίσης σημαντικό πρόβλημα της ευρύτερης περιοχής μελέτης η οποία είναι



ανεξέλεγκτη στο σύνολο αυτής. Η κτηνοτροφική δραστηριότητα στις περιοχές της μελέτης επιβαρύνει επίσης τα επιφανειακά ύδατα με θρεπτικά στοιχεία (άζωτο, φώσφορο) αλλά και με οργανικό φορτίο. Αυξημένοι κίνδυνοι ζημιών από ασθένειες, προσβολές, παγετούς και ξηρασία δεν παρατηρούνται στην περιοχή. Σημαντικός είναι ο κίνδυνος της διάβρωσης του εδάφους και ότι αυτή συνεπάγεται, κυρίως εξαιτίας της αλόγιστης και λαθεμένης γεωργικής δραστηριότητας.

Εικόνα 3. Σχήμα Γεωτεκτονικών ζωνών της Ελλάδος

1.4 Κλιματικές συνθήκες

Το κλίμα της πεδινής περιοχής του νομού, με την ευνοϊκή επίδραση της θάλασσας από ανατολικά και την προστασία του ορεινού τείχους από την άλλη πλευρά, είναι σχετικά ήπιο. Γίνεται φυσικά δριμύ προς τις ορεινές περιοχές. Το κλίμα χαρακτηρίζεται ως μεσογειακό. Κατά τη διάρκεια του έτους παρατηρείται μεγάλη θερμοκρασιακή διακύμανση, με εύρος που ξεπερνά τους 20°C, με θερμούς και

ξηρούς θερινούς μήνες και ψυχρούς και υγρούς χειμερινούς, πράγμα που υποδηλώνει ηπειρωτικό χαρακτήρα.

Σε ότι αφορά στις ελάχιστες και στις μέγιστες μέσες θερμοκρασίες του αέρα, αυτές κυμαίνονται για τις μεν ελάχιστες μεταξύ 5,45 °C και 7,05 °C, για δε τις μέγιστες μεταξύ 24,36 °C και 26,96 °C, οι οποίες και παρατηρούνται (οι μέγιστες) κυρίως τον μήνα Ιούλιο και Αύγουστο. Επίσης, ο χειμώνας είναι σχετικά μακρύς και οι χαμηλότερες θερμοκρασίες παρουσιάζονται το μήνα Ιανουάριο, ενώ το καλοκαίρι είναι έντονο με υψηλές σχετικά θερμοκρασίες και με θερμότερους μήνες τον Ιούλιο και Αύγουστο.

Όσον αφορά την περιοχή μελέτης οι βροχοπτώσεις παρουσιάζουν μεγάλες διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια του έτους (άνιση κατανομή των βροχοπτώσεων σε ετήσια βάση). Ο χειμώνας είναι πολύ βροχερός και το καλοκαίρι ξηρό. Ακόμη, το ύψος της βροχής που πέφτει κατά το διάστημα των μηνών Μαΐου – Σεπτεμβρίου δεν καλύπτει παρά ένα μικρό ποσοστό των αναγκών σε νερό των καλλιεργειών που αναπτύσσονται κατά τη θερινή περίοδο. Έτσι, δεν μπορεί να γίνει σοβαρή συζήτηση για ανάπτυξη εαρινών καλλιεργειών στην περιοχή, δίχως την εφαρμογή αρδεύσεων.

1.5 Εδαφικές συνθήκες

Συνολικά τα περισσότερα στρέμματα της εδαφικής επικράτειας του Δήμου, θεωρούνται εδάφη καλής ποιότητας και συνεπώς, κατάλληλα με ελαφρούς περιορισμούς για την αύξηση οικονομικών δεικτών. Σε αυτήν την κατηγορία κατατάσσονται τύποι γης με βαθιά εδάφη, από σκληρούς ασβεστόλιθους, ψαμμιτικό φλύσχη, αλλουβιακές και τριτογενείς αποθέσεις. Γενικά το έδαφος των λόφων είναι από βαθύ έως αβαθές και ποικίλει ανάλογα με τη θέση και την κλίση αυτού.

Τα εδάφη της περιοχής θεωρούνται μέσης υδατοϊκανότητας, δηλαδή είναι εδάφη μέσης υφής και μέτριας διηθητικότητας (2,0-6,5 cm/ώρα έως μετρίως ταχείας διηθητικότητας 6,5 - 12,5 cm/ώρα), και η διαθέσιμη υγρασία για βάθος 60 cm, μέσα στο οποίο αναπτύσσεται το κυρίως ριζικό σύστημα των περισσότερων φυτικών ειδών, κυμαίνεται μεταξύ 37,5 - 75 m³ ανά στρέμμα. Προκειμένου να μην ανακόπτεται ο ρυθμός ανάπτυξης των καλλιεργειών και για να μην προκαλούνται δυσχέρειες στην ομαλή εξέλιξη της καρποφορίας, η υγρασία του εδάφους δεν πρέπει να προσεγγίζει το σημείο μάρανσης. Για το λόγο αυτό, η άρδευση θα εφαρμόζεται όταν εξαντλείται το 60-70% περίπου της διαθέσιμης υγρασίας των εδαφών.

Η περιοχή μελέτης εντοπίζεται νοτιοδυτικά της πόλης της Κατερίνης, πρωτεύουσας της Π.Ε. Πιερίας και χαρακτηρίζεται ως πεδινή, με τις συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες που ισχύουν στην περιοχή αυτή.

1.6 Δημογραφικά και Κοινωνικά Χαρακτηριστικά του πληθυσμού

Ο συνολικός πραγματικός πληθυσμός της Δημοτικής Κοινότητας Ράχης, με βάση την απογραφή της ΕΣΥΕ του 2011, ανέρχεται σε 432 κατοίκους. Ο πληθυσμός αυτό αντιπροσωπεύει το 8,78% του συνολικού πληθυσμού Δημοτικής Ενότητας Πέτρας και το 0,50% του συνολικού πληθυσμού του Δήμου Κατερίνης. Ο συνολικός πραγματικός πληθυσμός της Δημοτικής Κοινότητας Ράχης, με βάση την απογραφή της ΕΣΥΕ του 2001, ανερχόταν σε 523 κατοίκους και αντιπροσώπευε το 8,37% του συνολικού πληθυσμού του Καποδιστριακού Δήμου Πέτρας.

1.6.1 Μεταβολή του πληθυσμού από το 2001 έως και το 2011

Οι μεταβολές που δέχεται ο πληθυσμός μιας περιοχής είναι άμεσα συνυφασμένες με την οικονομική, κοινωνική και πολιτική κατάσταση των ανθρώπων. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της απογραφής του 2001 και 2011 της ΕΣΥΕ παρατηρείται μείωση του πληθυσμού της περιοχής, του οικισμού Ράχης, κατά 17,4% την τελευταία 10ετία. Ο ρυθμός μείωσης του πληθυσμού είναι σημαντικά μεγάλος, όπως αυτός της Δημοτικής Ενότητας Πέτρας, κατά 21,18%.

Σημειώνεται ότι τα στοιχεία που παρατίθενται αφορούν στοιχεία πραγματικού πληθυσμού.

Κατανομές πληθυσμού κατά ομάδες ηλικιών (0-35, 55+) με βάση την απογραφή του 2011. Η πυραμίδα ηλικίας του πληθυσμού κατά το έτος 2011 που παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα φανερώνει παραστατικά την κατανομή κατά ηλικία, και ανάλογα με το σχήμα το οποίο παίρνει, είναι δυνατό να εκτιμηθεί η δημογραφική προοπτική της περιοχής.

Πίνακας 1. Κατανομές πληθυσμού κατά ομάδες ηλικιών (0-35, 55+)

ΔΗΜΟΣ / ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	Σύνολο μόνιμου πληθυσμού	0 – 14 ετών	15 – 64 ετών	65 ετών και άνω
Δημοτική Κοινότητα Λόφου	1.919	313	1.155	451

Για τις κλίμακες ηλικιών 0-34 και 56 και άνω, τα ποσοστά που σημειώνονται στη Δημοτική Κοινότητα Λόφου, επί του συνόλου του πληθυσμού της Δημοτική Ενότητα Πέτρας του Δήμου Κατερίνης για το 2011 είναι 9,39%, 10,3 % και 10,24% αντίστοιχα.

Η σύνθεση του πληθυσμού ανάλογα με την ηλικία επιτρέπει στον υπολογισμό του δείκτη γήρανσης. Σύμφωνα με τα δεδομένα του παραπάνω πίνακα μπορούμε να εξάγουμε συμπεράσματα για έναν σημαντικό δείκτη ο οποίος είναι ο δείκτης γήρανσης (δίνει το ποσοστό που αντιπροσωπεύει ο πληθυσμός άνω των 65 ετών σε σχέση με τον πληθυσμό 0-14 ετών). Μεγαλύτερες τιμές του δείκτη

γήρανσης σημαίνουν μεγαλύτερος ηλικιακά πληθυσμός στην εκάστοτε περιοχή. Όσον αφορά την περιοχή μελέτης ο δείκτης γήρανσης κυμαίνεται στο 1,44 δηλαδή για κάθε 100 παιδιά αντιστοιχούν 144 γέροι.

1.6.2 Κοινωνικά Χαρακτηριστικά πληθυσμού

Στην περιοχή μελέτης -Δημοτική Κοινότητα Λόφου- το μεγαλύτερο ποσοστό των κατοίκων είναι απόφοιτοι Δημοτικού σχολείου (42,87 %). Οι απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης αποτελούν το 8,9 %. Αντιθέτως τα ποσοστά στην Δημοτική ενότητα Πέτρας κυμαίνονται στο 34,51% για τους απόφοιτους Δημοτικού σχολείου και στο 15,89 % για τους αποφοίτους μέση εκπαίδευσης, ποσοστά παρόμοια με τον μέσο όρο της χώρας 30,66 % και 22,24 % αντίστοιχα.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι στην περιοχή το ποσοστό των ατόμων που εγκατέλειψαν το Δημοτικό, αλλά ωστόσο είναι γνώστες γραφής και ανάγνωσης, ανέρχεται στο 9,9%. Αρκετά μεγάλο είναι και το ποσοστό των αναλφάβητων (8,55 %). Αντίστοιχα είναι τα ποσοστά και για το σύνολο της Δημοτικής Ενότητας, ήτοι 10,40% και 8,59%. Εμφανώς μικρότερο είναι το ποσοστό των πτυχιούχων, ήτοι 2,25% σε σχέση με το νομό (11,30%), την περιφέρεια (12,37%) και το σύνολο της χώρας (14,87%).

Όσον αφορά την επαγγελματική κατανομή του πληθυσμού στη Δημοτική ενότητα Πέτρας οι μισθωτοί αποτελούν το 41,02 % κατώτερο σε σχέση με τόσο με τον μέσο όρο του νομού (48,45 %) όσο και με της χώρας (62,76 %). Αξιοπρόσητο χαρακτηριστικό είναι το αυξημένο ποσοστό των εργαζόμενων για δικό τους λογαριασμό (32,15 %) σε σχέση με τους μέσους όρους νομού και χώρας (23,50 %) και (16,23 %) αντίστοιχα. Αυτό γίνεται καθώς οι περισσότεροι ασχολούνται με τον αγροτικό τομέα ενώ υπάρχει μια τάση για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας της περιοχής.

1.6.3 Συμπεράσματα-Προοπτικές

Συμπερασματικά η δημογραφική εικόνα της περιοχής δεν ξεφεύγει από τα γενικά χαρακτηριστικά των υποβαθμισμένων περιοχών με δυνατότητες ανάπτυξης. Ωστόσο ο μεγάλος δείκτης γήρανσης (1,44) αλλά και η μείωση του μόνιμου πληθυσμού της κοινότητας Ράχης αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες και υποδηλώνουν το πρόβλημα της ανανέωσης του πληθυσμού. Ακόμα ένα χαρακτηριστικό που πρέπει να δοθεί βάση είναι το μικρό ποσοστό πτυχιούχων και το μεγάλο ποσοστό αναλφάβητων και τελειόφοιτων Δημοτικών σχολείων.

Γενικά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η συνεχιζόμενη τάση εγκατάλειψης και ερήμωσης των περιοχών των ορεινών και δυσπρόσιτων Τοπικών Διαμερισμάτων αλλά και των πεδινών και διαφυγή του ενεργού κυρίως πληθυσμού προς τα κοντινά αστικά κέντρα αλλά και τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας με αποτέλεσμα η περιοχή να «αποψιλώνεται» από το πλέον δυναμικό τμήμα του πληθυσμού της.

1.7 Οικονομικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός, εκείνος δηλαδή που εργάζεται, σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής του 2011, στη Δημοτική Κοινότητα Λόφου ανέρχεται στα 673 άτομα, με τους απασχολούμενους να ανέρχονται στα 607 άτομα (ποσοστό 90,19%) και τους ανέργους στα 66 άτομα (ποσοστό 9,81%).

1.7.1 Συμπεράσματα – προοπτικές

Σύμφωνα με τα παραπάνω η περιοχή μπορεί να χαρακτηριστεί ως περιοχή με μεγάλες ιδιαιτερότητες αλλά και σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης. Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι θα πρέπει να δοθεί έμφαση στις προοπτικές ανάπτυξης του τόπου ταυτόχρονα με την μείωση της τάσης ερημοποίησης της περιοχής και επιδίωξη εκμετάλλευσης των χρήσιμων πόρων της.

1.8 Οικονομικές δραστηριότητες

Στην περιοχή μελέτης το ποσοστό απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία και δασοκομία) είναι υψηλό και ξεπερνά το 70% των απασχολούμενων, με σαφή διαφοροποίηση από αυτό της Πιερίας και της χώρας.

Η τοπική οικονομία στηρίζεται κυρίως στον πρωτογενή τομέα γεωργία, κτηνοτροφία και δασοπονία λόγω του ορεινού ανάγλυφου της περιοχής. Γενικά, η περιοχή δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως δυναμική αγροτική περιοχή. Κύριος κλάδος της φυτικής παραγωγής είναι η καπνοκαλλιέργεια, η οποία παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ακαθάριστη πρόσοδο σε ορεινές, γεωργικές εκτάσεις. Επίσης, είναι ανεπτυγμένη και η δενδροκαλλιέργεια με κυριότερα είδη την ελιά, την μηλιά, την κερασιά. Όσον αφορά την ζωική παραγωγή στην περιοχή έρευνας υπάρχει σημαντικός αριθμός αναπαραγωγικών ζώων, με κυριότερα τα αιγοπρόβατα και τους χοίρους. Βέβαια η μεγαλύτερη έκταση της περιοχής χαρακτηρίζεται σαν δασική αφού το πιο χαρακτηριστικό στοιχείο της είναι το πολύμορφο ιδιοκτησιακό καθεστώς των δασικών εκτάσεων καθώς υπάρχουν δημόσια, ιδιωτικά ή είναι συνιδιόκτητα με το δημόσιο δάση.

Τα τελευταία έτη, η οικονομία της περιοχής αναφοράς, όπως και όλης της χώρας πλήττεται από την χρηματοοικονομική κρίση, η οποία οδήγησε σε ύφεση όλους τους τομείς της ελληνικής οικονομίας.

1.8.1 Γεωργία

Η γεωργική γη της Δ.Ε. Πέτρας καλλιεργείται σε ένα μεγάλο ποσοστό με σιτηρά (μαλακό σιτάρι, σκληρό σιτάρι, κριθάρι και βρώμη) ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι η καλλιέργεια του καπνού. Η κυριαρχία των σιτηρών είναι αποτέλεσμα της στρεμματικής ενίσχυσης που παρέχεται για τα συγκεκριμένα

προϊόντα από την ΕΕ. Ωστόσο, η καλλιέργεια του καπνού εξασφαλίζει το κυριότερο μέρος του αγροτικού εισοδήματος, απαιτώντας όμως σημαντικό μέρος γεωργικών μονάδων εργασίας.

Οι βασικότερες δενδροκομικές καλλιέργειες, για την περιοχή της Πέτρας είναι η καλλιέργεια της κερασιάς (κεράσια Ράχης) και της ελιάς. Σημαντική έκταση καταλαμβάνουν οι καλλιέργειες της καρδιάς και της καστανιάς και ακολουθούν αυτές της αμυγδαλιάς, της φουντουκιάς και της μηλιάς. Τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει και η καλλιέργεια της βερικοκιάς.

Ως σημαντικότερο πρόβλημα καταγράφεται η έλλειψη αγροτικών εκτάσεων για την επέκταση της καλλιέργειας και η εξάρτηση της παραγωγής από τις καιρικές συνθήκες. Επίσης ένα ακόμα σημαντικό πρόβλημα των τελευταίων ετών είναι η έλλειψη εργατών γης με αποτέλεσμα την δυσκολία συγκομιδής των παραγόμενων προϊόντων.

Οι εκτάσεις που καλλιεργούνται στην περιοχή μελέτης, συμπεριλαμβανομένων των αγραναπαύσεων ανέρχονται σε 2.783,788 στρέμματα, όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα Τα στοιχεία των καλλιεργειών αντλήθηκαν από το ΤΟΕΒ Ράχης.

Πίνακας 2. Ετήσιες-Αροτραίες καλλιέργειες στη Δημοτική Ενότητα Πέτρας

Καλλιέργεια	Έκταση (ha)	Ποσοστό επί της		
		συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης	Παραγωγή (kg/ha)	Συνολική παραγωγή (kg)
Δ.Ε. Πέτρας				
Καπνός	528,00	15,20 %	2.800	1.478.400
Μαλακό σιτάρι	512,00	14,73 %	3.000	1.536.000
Σκληρό σιτάρι	201,50	5,80 %	3.000	604.500
Κριθάρι	118,00	3,40 %	3.000	354.000

Πίνακας 3. Δενδρώδεις-Μόνιμες καλλιέργειες στη Δημοτική Ενότητα Πέτρας

Καλλιέργεια	Έκταση (ha)	Ποσοστό επί της συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης	Συνολική παραγωγή (kg)
Δ.Ε. Πέτρας			
Κερασιές	230,00	6,62 %	1.679.640
Ελιές για ελαιόλαδο	101,00	2,90 %	163.500
Καστανιές	86,50	2,49 %	208.000
Ελιές βρώσιμες	67,00	1,93 %	137.475
Καρυδιές	54,80	1,58 %	87.400
Μηλιές	19,60	0,56 %	509.940

Στην περιοχή μελέτης λειτουργούν οι κάτωθι μονάδες τυποποίησης και μεταποίησης γεωργικών προϊόντων:

- 1 μονάδα διαλογητηρίου/ψυγείου κερασιών, έκτασης 2000 τ.μ., με πρότυπες εγκαταστάσεις και σύστημα πιστοποίησης ποιότητας, στη Ράχη
- 1 οινοποιείο στη Ράχη, με αμπελώνα έκτασης 35 στρέμματα όπου εφαρμόζεται πιστοποιημένη βιολογική καλλιέργεια και οινοποίηση, με διεθνείς διακρίσεις (Ασημένιο Μετάλλιο στο Διεθνή Διαγωνισμό Concours Mondial de Bruxelles 2011)
- μονάδα αποθήκευσης & τυποποίησης κερασιών, έκτασης 360 τ.μ. ,στη Ράχη

Όσον αφορά στη βιολογική γεωργία, με βάση στοιχεία από την Διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης Ν. Πιερίας και της Στατιστικής Υπηρεσίας στην περιοχή μελέτης, στο οινοποιείο και στον αμπελώνα έκτασης 35 στρεμμάτων εφαρμόζεται πιστοποιημένη βιολογική καλλιέργεια και οινοποίηση. Τα προϊόντα του συνεταιρισμού «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» είναι πιστοποιημένα για την ποιότητα τους, ως προς τις διαδικασίες καλλιέργειας, παραγωγής, τυποποίησης και εμπορίας και διαθέτουν ειδικό σήμα ποιότητας AGRO, GLOBAL GAP, GRASP και ISO 22000. Με την πάροδο των ετών οι παραγωγοί αντιλαμβάνονται ολοένα και περισσότερο τη μεγάλη σημασία της ποιότητας στην παραγωγή των αγροτικών προϊόντων. Στην περιοχή παρέμβασης υπάρχουν βέβαια τεράστια περιθώρια ανάπτυξης της βιολογικής γεωργίας αλλά και της «ποιοτικής» γεωργίας (ολοκληρωμένη διαχείριση της παραγωγής), λόγω των φυσικών της πλεονεκτημάτων (μικρός κλήρος, μηδενική χρησιμοποίηση αγροχημικών κτλ.) καθώς επίσης και της

μεταποίησης των αγροτικών προϊόντων όπως πρωτίστως τα κεράσια και δευτερευόντως των βερικόκων, μήλων και λοιπών ετήσιων φρούτων και λαχανικών.

1.8.2 Κτηνοτροφία

Η κτηνοτροφία στη Δημοτική Ενότητα Πέτρας συνεχίζει κυρίως να ασκείται με την παραδοσιακή οικογενειακή μορφή. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ φαίνεται ότι το κτηνοτροφικό κεφάλαιο στηρίζεται κυρίως στην αιγοπροβατοτροφία και λιγότερο στην αγελαδοτροφία και χοιροτροφία, ενώ τα πουλικά κατέχουν αξιόλογο ποσοστό. Η μελισσοκομία στην περιοχή υφίσταται σε μικρό ποσοστό.

Γενική διαπίστωση είναι ότι το μεγαλύτερο κομμάτι του πληθυσμού που ασχολείται με την κτηνοτροφία είναι άνθρωποι μεγάλης ηλικίας με αποτέλεσμα αφενός από τη μια πλευρά να μην ανταποκρίνονται στις εκκλήσεις των αρμόδιων φορέων για εκσυγχρονισμό των εκμεταλλεύσεών τους και παραγωγή προϊόντος (γάλακτος, κρέατος) σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα υγιεινής, αφετέρου δε από την άλλη πλευρά με την πάροδο του χρόνου αποσύρονται από τον κλάδο με αποτέλεσμα να μειώνεται ο αριθμός των εκμεταλλεύσεων.

Όσον αφορά τη συνολική παραγωγή γάλακτος στην περιοχή το αγελαδινό έφτασε τα 66.000 κιλά, αντιστοίχως η παραγωγή αιγοπρόβειου γάλακτος έφτασε τα 2.420.200 κιλά. Σημαντικές μέρος κατέχουν είναι επίσης οι παραγωγές μαλακού τυριού (22.500 κιλά), καθώς και αυγών (970.000 αυγά).

Η μεταποίηση κτηνοτροφικών προϊόντων στην εξεταζόμενη περιοχή δεν υφίσταται. Όσον αφορά στην εμπορία των κτηνοτροφικών προϊόντα το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής διατίθεται στους εμπόρους (σχεδόν το 86% της συνολικά παραγόμενης ποσότητας). Σε επίπεδο χώρας, από το σταθμισμένο ισοζύγιο φαίνεται ότι τα κτηνοτροφικά προϊόντα είναι καθαρά εισαγωγικά προϊόντα, όπου μαζί με τις ζωτροφές αποτελούν το 35,86% των εισαγωγών (ΕΣΣΑΑ 2007-2013).

Η βιολογική παραγωγή κτηνοτροφικών προϊόντων είναι ανύπαρκτη στην περιοχή μελέτης. Ωστόσο τα παραγόμενα προϊόντα δεν απέχουν πολύ από τις προδιαγραφές που πρέπει να έχουν ώστε να θεωρηθούν βιολογικά, στερούνται όμως της πιστοποίησης. Η βόσκηση των ζώων για μεγάλο χρονικό διάστημα σε βοσκότοπους που θα μπορούσαν εκ προοιμίου να χαρακτηριστούν ως βιολογικοί, συνδυαστικά με τη δυνατότητα χρήσης υψηλών ποσοτήτων συμβατικών και την παραγωγή βιολογικών ζωοτροφών τους χειμερινούς μήνες, μπορεί να αντιμετωπιστεί σχετικά ικανοποιητικά το μεγάλο πρόβλημα της διατροφής.

Οι ανάγκες του πρωτογενή τομέα στην περιοχή παρέμβασης εξυπηρετούνται κατά κύριο λόγο από το αντίστοιχο Τμήμα του Δήμου Κατερίνης, αλλά και από τη Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής της Περιφερειακής Ενότητας Πιερίας.

1.8.3 Συμπεράσματα

Οι μικροί και πολυτεμαχισμένοι κλήροι, η έλλειψη βασικών υποδομών και η σωστή πληροφόρηση είναι τα σημαντικότερα προβλήματα ανάπτυξης του αγροτικού πληθυσμού της περιοχής με φυσικό επακόλουθο την γήρανση του, τη μείωση της απασχόλησης στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις, με ταυτόχρονη αύξηση της υποαπασχόλησης. Σημαντικό είναι ότι παρατηρείται αύξηση του μέσου μεγέθους των εκμεταλλεύσεων και των αγροτεμαχίων, γεγονότα που καταδεικνύουν την τάση για αναδιάρθρωση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Τα καλλιεργούμενα είδη δεν παρουσιάζουν μεγάλη ποικιλομορφία στην περιοχή, αλλά οι εκτάσεις που καλλιεργούνται είναι πολλές και αντίστοιχα μεγάλη η παραγωγή. Οι κλάδοι της φυτικής παραγωγής που κυριαρχούν στην περιοχή παρέμβασης είναι οι ετήσιες χειμερινές καλλιέργειες, ο καπνός και οι δενδροκομικές, με κυριότερη την καλλιέργεια κερασιών. Το κτηνοτροφικό κεφάλαιο στην περιοχή στηρίζεται κυρίως στην αιγοπροβατοτροφία, ενώ η πτηνοτροφία αποτελεί δυναμικό κλάδο. Η προβατοτροφία πάσχει από διαρθρωτικά προβλήματα στις εκμεταλλεύσεις και χρήζει εκσυγχρονισμού.

2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

2.1 Ιστορική αναδρομή

Το 1975 μετά από προσπάθειες πολλών ετών με διανομαρχιακή απόφαση των Νομαρχών Πιερίας & Λαρίσης παραχωρείται στον νεοσύστατο ΤΟΕΒ Ράχης Πιερίας το ρέμα Παλιάμπελων για την άρδευση των κτημάτων της Ράχης. Αρχίζει τότε η πρώτη φάση του έργου με την κατασκευή του εξωτερικού δικτύου μεταφοράς του νερού από τον Όλυμπο στην Ράχη η οποία ολοκληρώνεται το 1979 με την κατασκευή της δεξαμενής. Ακολουθεί στην συνέχεια το 1980, η δεύτερη φάση του έργου με την κατασκευή του εσωτερικού δικτύου διανομής του νερού στα κτήματα. Ολοκληρώνεται έτσι ένα πρότυπο αρδευτικό δίκτυο από το οποίο αρδεύονται 2.526 στρέμματα με φυσική πίεση χωρίς την χρήση μηχανημάτων. Στην υλοποίηση αυτού του καθοριστικού για την ανάπτυξη της περιοχής έργου, συνέβαλαν όλοι οι κάτοικοι της Ράχης, με πρωτοστάτες τον ιερέα του χωριού π. Γεώργιο Ντούρο και Πρόεδρο, από συστάσεως του ΤΟΕΒ Ράχης Πιερίας, και τα μέλη των εκάστοτε διοικητικών συμβουλίων.

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» Ράχης Πιερίας ιδρύθηκε καταρχήν το 1978, ως διαχειριστική επιτροπή, με σκοπό την φύτευση ομαδικού κερασώνα. Το 1979-80 σε συνεργασία με τις τοπικές υπηρεσίες της Νομαρχίας, φυτεύεται «πιλοτικά» έκταση 350 στρεμμάτων, δραστηριότητα για την οποία βραβεύεται από το Υπουργείο Γεωργίας. Το «πείραμα» επιτυγχάνει και η περιοχή συν τω χρόνω αρχίζει να γίνεται γνωστή για το νέο και δυναμικό αυτό προϊόν, για την πολύ καλή ποιότητα και για τον ομαδικό χαρακτήρα της καλλιέργειας. Τα προϊόντα έως και το 1990 διατίθενται αποκλειστικά στην Ευρωπαϊκή αγορά, συνεισφέροντας έτσι στον τομέα των εξαγωγών.

Το 1991 ιδρύεται επίσημα ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Ειδικού Σκοπού Κοινής Γεωργικής Εκμετάλλευσης «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» Ράχης Πιερίας. Το 1994-95 κατασκευάζεται, στα πλαίσια επενδυτικού σχεδίου της κοινοτικής πρωτοβουλίας Leader-I, μονάδα διαλογητηρίου – ψυγείου, συνολικής έκτασης 600 τ.μ., με δύο ψυκτικούς θαλάμους χωρητικότητας 200 τόνων. Ο καπνός μέχρι το 1990 ήταν σχεδόν η κυρίαρχη καλλιέργεια. Τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 2000 άρχισε να δίνει σταδιακά την θέση του στα κεράσια. Πλέον καλλιεργείται από μονοψήφιο αριθμό παραγωγών ενώ και οι εκτάσεις που καλλιεργεί ο κάθε παραγωγός είναι και αυτές συρρικνωμένες.

Το 2004, μια ομάδα νέων ανθρώπων παρέλαβε την σκυτάλη για την περαιτέρω πορεία των αγροτικών και συνεταιριστικών θεμάτων της περιοχής διά της συμμετοχής τους στο διοικητικό συμβούλιο του Α.Σ. Ράχης Πιερίας «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ». Τα προϊόντα μετά το κλείσιμο του άξονα 10 (μέσω των Σκοπίων) διατίθονταν ως επί το πλείστον στην εσωτερική αγορά. Η συνολική παραγωγή υπό

κανονικές καιρικές συνθήκες στις αρχές το 2000 ανερχόταν στο ύψος των 450 έως 500 τόνων, με αντίστοιχο τζίρο περί τις 850.000 έως 1.000.000 €.

Ακόμη ο συνεταιρισμός από το 2006 έχει υλοποιήσει επενδυτικά σχέδια στο Μέτρο 7.3 με προϋπολογισμό 25.230,00 € και στο Μέτρο 4.3 με προϋπολογισμό 81.600,00 € του ΕΠΑΑ-ΑΥ του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, το μεν πρώτο για την επέκταση του συστήματος ολοκληρωμένης διαχείρισης στα ΚΕΡΑΣΙΑ ενώ το δεύτερο για την προώθηση προϊόντων ποιότητας στις αγορές της Ε.Ε.

Το 2007 με απόφαση του τότε υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων κ. Αλέξανδρου Κοντού, εγκρίθηκε σχέδιο σταδιακής αναγνώρισης της Ομάδος Παραγωγών του Αγροτικού Συνεταιρισμού «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» προϋπολογισμού 2.079.278 € το οποίο με την υπ' αριθμ. 328755/11-9-08 τροποποιήθηκε ως προς τον προϋπολογισμό του ο οποίος ανήλθε στο ύψος των 3.766.570,64 €.

Με το παραπάνω επιχειρηματικό σχέδιο πραγματοποιήθηκαν:

1. Εκσυγχρονισμός των εγκαταστάσεων των διαλογητηρίων, με διπλασιασμό των ωφέλιμων χώρων από 700 τ.μ. σε 1400 τ.μ.
2. Διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου.
3. Προμήθεια και εγκατάσταση υδροψύκτη δυναμικότητας 4 τόνων/ώρα αξίας 120.000€.
4. Προμήθεια και εγκατάσταση γραμμής διαλογής των κερασιών με δυνατότητα διαλογής στο μέγεθος και στο χρώμα η οποία γίνεται με κάμερες, δυναμικότητας 2,5 τόνων/ώρα. αξίας 550.000 €.
5. Προμήθεια ηλεκτροκίνητων κλαρκ (1) και παλετοφόρων (2).
6. Προμήθεια και εγκατάσταση αυτόματης τσερκομηχανής και άλλων μηχανημάτων τυποποίησης των κερασιών.
7. Προμήθεια φυτωρίων για την αντικατάσταση παλιών οπωρώνων και εγκατάσταση συστημάτων αντιχαλαζικής και αντιβρόχινης προστασίας για την προστασία των κερασιών από τις βροχοπτώσεις κυρίως.
8. Στεγανοποίηση των ψυκτικών θαλάμων και μετατροπή τους σε θαλάμους ελεγχόμενης ατμόσφαιρας.

Τα αποτελέσματα της επένδυσης ήταν η διατήρηση και βελτίωση της δεδομένης ποιότητας, η αύξηση της δυνατότητας τυποποίησης των προϊόντων, η καλύτερη οργάνωση, η αύξηση του κύκλου εργασιών του συνεταιρισμού καθώς και της επισκεψιμότητας της περιοχής λόγω της λειτουργίας αυτής της πρότυπης μονάδας και οπωσδήποτε η κατακόρυφη αύξηση των εξαγωγών.

2.2 Υφιστάμενη κατάσταση

Σήμερα ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Ράχης Πιερίας «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» αριθμεί περισσότερα από 180 μέλη και η συνολική έκταση που καλλιεργείται ανέρχεται σε 2000 στρέμματα με κερασιές, 400 στρέμματα με βερικοκιές και 100 στρέμματα με μηλιές. Πιλοτικά έχουν ξεκινήσει αρχικώς από τον συνεταιρισμό φυτεύσεις με αχλάδια ποικιλίας Eden της οποίας ο συνεταιρισμός κατέχει τα αποκλειστικά δικαιώματα στην Βόρεια Ελλάδα.

Η διοίκηση του συνεταιρισμού γίνεται από το 5μελές διοικητικό συμβούλιο το οποίο προκύπτει από εκλογές μεταξύ των μελών, οι εκλογές γίνονται κάθε πέντε έτη και δυνατότητα του εκλέγειν και εκλέγεσθε έχουν όλα τα οικονομικά τακτοποιημένα μέλη.

Ο Συνεταιρισμός διαθέτει μονάδα διαλογητηρίου/ψυγείου, συνολικής έκτασης 2.000 τ.μ., με πρότυπες εγκαταστάσεις. Οι εγκαταστάσεις αυτές περιλαμβάνουν υδροψύκτη, ψυκτικούς θαλάμους, καλιμπραδόρο, τσερκομηχανή, ηλεκτροκίνητα παλετοφόρα και περονοφόρα οχήματα.

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Ράχης Πιερίας «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» διαθέτει μια πρότυπη μονάδα της οποίας οι σύγχρονες εγκαταστάσεις εξασφαλίζουν στα κεράσια τη διατήρηση της δεδομένης καλής ποιότητας και την άψογη τυποποίηση των προϊόντων, παρέχοντας έτσι ένα εξαιρετικό τελικό προϊόν στον καταναλωτή.

Πιο συγκεκριμένα ο υδροψύκτης παρέχει τη δυνατότητα πρόψυξης των κερασιών από τη θερμοκρασία περιβάλλοντος (20°C-40°C), με την οποία έρχονται από τα κτήματα στα διαλογητήρια, και έχει δυναμικότητα 6 τόνων/ώρα. Σήμερα υπάρχουν 6 ψυκτικοί θάλαμοι χωρητικότητας 700 τόνων που λειτουργούν με γλυκόλη, η οποία είναι απολύτως φιλική προς το περιβάλλον. Η γλυκόλη ψύχεται μέσα στο μηχανοστάσιο με οικολογικό φρέον R507.



Εικόνα 4. Υδροψύκτης κερασιών. Πηγή: (https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/ydropsykths_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)

Από το 2008 εγκαταστάθηκε καλιμπραδόρος ηλεκτρονικής μορφής της εταιρίας GPGRADERS από την Αυστραλία, ο οποίος αποτελούνταν από 4 γραμμές και είχε τη δυνατότητα να κάνει ηλεκτρονική ταξινόμηση των κερασιών (με κάμερες) κατά μέγεθος και χρώμα. Η κυκλοφορία των κερασιών μέσα στη γραμμή γινόταν και εξακολουθεί να γίνεται με παγωμένα νερά, ώστε να επιτυγχάνεται η συνεχής διατήρηση της χαμηλής θερμοκρασίας του προϊόντος. Το 2010 προστέθηκε και μηχανικός καλιμπραδόρος της ίδιας εταιρίας, ο οποίος αύξησε τη δυναμικότητα παραγωγής από 2 σε 3 τόνους την ώρα.

Με αυτόν τον τρόπο, λειτουργεί μια πρότυπη γραμμή η οποία συνδυάζει τον μηχανικό με τον ηλεκτρονικό καλιμπραδόρο, με 14 εξόδους προϊόντων και 14 αυτόματα ζυγιστικά.



Εικόνα 5. Ηλεκτρονικός και μηχανικός καλιμπραδόρος. Πηγή: (https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/kalimpradoros_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)

Τα κεράσια ψεκάζονται με οζονοποιημένο νερό πριν μπουν στις συσκευασίες και απολυμαίνονται. Η απολύμανση αυτή – σε συνδυασμό με την πρόψυξη (υδροψύκτης) – βοηθάει στην εξόντωση τυχόν μικροοργανισμών και συνεπώς στην διατήρηση της ποιότητας και της φρεσκάδας του προϊόντος. Επίσης λειτουργεί τσερκομηχανή όπου, τα προϊόντα μετά την ταξινόμησή τους κατά μέγεθος και χρώμα τοποθετούνται σε παλέτες, οι οποίες δένονται στην αυτόματη τσερκομηχανή και στη συνέχεια προωθούνται στους ψυκτικούς θαλάμους με ηλεκτροκίνητα παλετοφόρα και κλαρκ. Για τη συγκομιδή των κερασιών οι παραγωγοί χρησιμοποιούν επώνυμες κλούβες του συνεταιρισμού, οι οποίες πλένονται και απολυμαίνονται στις εγκαταστάσεις του διαλογητηρίου πριν και κατά τη διάρκεια της συγκομιδής.



Εικόνα 6. Πλυντήριο κλουβών. Πηγή:(https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/plynthrio_klouwnn_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)

Όλες οι απαραίτητες καλλιεργητικές φροντίδες για τις καλλιέργειες εποπτεύονται από τον γεωπόνο και τον τεχνικό σύμβουλο του συνεταιρισμού. Οι παραπάνω σε συνεργασία με το Διοικητικό Συμβούλιο και τα μέλη-παραγωγούς αποφασίζουν για τις καλύτερες λύσεις όσον αφορά την θρέψη και την φυτοπροστασία των προϊόντων. Τα σκευάσματα προμηθεύονται από συνολικά από τον συνεταιρισμό σ' όλα τα μέλη ενώ η ενημέρωση τους γίνεται μέσω SMS, ώστε να επιτυγχάνεται η κάθε εφαρμογή στον κατάλληλο χρόνο, με τις κατάλληλες καιρικές συνθήκες και το κατάλληλο σκεύασμα.



Εικόνα 7. Τσερκομηχανή. Πηγή: (https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/tserkadoros_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)

Μέσα από το εθνικό σχέδιο ανάκαμψης και ανθεκτικότητας ο συνεταιρισμός υπέβαλε πρόταση και εγκρίθηκε με τον κωδικό ΟΠΣ 5164848404 στο υποέργο SUB4 που αφορά την αναδιάρθρωση των καλλιεργειών σε υφιστάμενες φυτεύσεις. Μέσω του έργου αυτού θα επιτευχθεί ριζική ανανέωση των

παλαιών με νέες φυτεύσεις με στόχο την αύξηση των εξαγωγών καθώς πρόκειται για ποικιλίες οι οποίες έχουν μεγάλη εμπορική αξία, ταυτόχρονα οι νέες αυτές ποικιλίες θα είναι ανθεκτικές στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής. Επίσης τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό θα πρέπει να είναι ανθεκτικές σε ασθένειες οι οποίες έχουν καταγραφεί μέσα από μελέτες και επηρεάζουν σημαντικά την παραγωγή. Το ύψος του συνολικού προϋπολογισμού ανέρχεται σε 696.734,07 € με το 70 % να καλύπτεται από τη δημόσια δαπάνη και το υπόλοιπο από την ιδιωτική συμμετοχή. Η ημερομηνία ολοκλήρωσης του έργου είναι η 30^η Δεκεμβρίου 2024.

Ταυτόχρονα με την αναδιάρθρωση καλλιεργειών ο συνεταιρισμός τρέχει επενδυτικό πρόγραμμα επίσης από το εθνικό ταμείο ανάπτυξης και ανθεκτικότητας. Το επενδυτικό σχέδιο αφορά το έργο «Διαλογή-τυποποίηση-μεταποίηση κερασιών, βερίκοκων και μήλων» και το υποέργο SUB1 «Καινοτομία και πράσινη μετάβαση στη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων», ο κωδικός έγκρισης ΟΠΣ του υποέργου είναι 516484332498 με τίτλο «Διαλογή-τυποποίηση-μεταποίηση κερασιών, βερίκοκων και μήλων» και αφορά την αντικατάσταση της υπάρχουσας γραμμής διαλογής κερασιών με νέα προηγμένης τεχνολογίας, την εγκατάσταση νέας γραμμής διαλογής βερίκοκων και μήλων καθώς και την επέκταση των υπάρχουσών εγκαταστάσεων και ψυκτικών θαλάμων. Ο συνολικός προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε 3.500.000,39 € με το 54,68 % να καλύπτεται από την δημόσια δαπάνη ήτοι 1.914.000,23 € και το υπόλοιπο 45,32% να καλύπτεται από την ίδια συμμετοχή. Η ημερομηνία ολοκλήρωσης του έργου είναι η 22^α Ιουνίου 2024.

Ο συνεταιρισμός από το 2004 εφαρμόζει σύστημα ολοκληρωμένης διαχείρισης και έχει πιστοποιηθεί γι' αυτό από την TÜVHELLAS. Εφαρμόζει συστήματα ποιότητας τόσο στην καλλιέργεια όσο και στην επεξεργασία – τυποποίηση – συντήρηση και εμπορία των προϊόντων του. Τα συστήματα ποιότητας στην καλλιέργεια είναι τα AGRO 2.1 – 2.2, GLOBALG.A.P&GRASP για τα προϊόντα και τους παραγωγούς και το ISO 22000 για το συσκευαστήριο.

2.3 Στόχοι και όραμα

Λόγω των εξαιρετικά δύσκολων καιρικών συνθηκών των τελευταίων ετών αλλά και της συνεχιζόμενης αύξησης των τιμών των γεωργικών εφοδίων και φυτοφαρμάκων ο συνεταιρισμός στοχεύει μέσα από το πρόγραμμα της αναδιάρθρωσης να καλλιεργήσει νέες ποικιλίες υψηλού εμπορικού ενδιαφέροντος οι οποίες θα έχουν ταυτόχρονα αντοχή τόσο στις ασθένειες, όσο και στις συνεχόμενα μεταβαλλόμενες καιρικές συνθήκες.

Επιπλέον, με την εγκατάσταση του νέου μηχανήματος διαλογής στοχεύει στη βέλτιστη ποιότητα των τελικών προϊόντων ώστε να αντιμετωπιστεί -κατ' αυτόν τον τρόπο- το πρόβλημα του κορεσμού της

αγοράς, αλλά και να επιτευχθεί η τοποθέτηση (κυρίως) των κερασιών ως «προϊόν πολυτελείας» στην συνείδηση των καταναλωτών.

Μέσα από την συμμετοχή σε εκθέσεις αλλά και σε προγράμματα προώθησης ο συνεταιρισμός στοχεύει στην διάνοιξη νέων αγορών κυρίως εκτός Ευρώπης, η οποία τα τελευταία χρόνια μοιάζει κορεσμένη και με μικρές δυνατότητες απορρόφησης των προϊόντων. Οι αγορές αυτές αφορούν κυρίως την Βόρεια Αμερική, την Μέση Ανατολή αλλά και την Κίνα και την Ινδία. Το μείζον θέμα με αυτές τις αγορές έγκειται στη μεταφορά των τελικών προϊόντων, καθώς δεν είναι εφικτή η εμπορία μεγάλων ποσοτήτων με αερομεταφορά.

Η πολιτική του Α.Σ. Ράχης Πιερίας «Ο ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ» στη διαδικασία καλλιέργειας, παραγωγής, τυποποίησης και εμπορίας του επώνυμου προϊόντος «ΚΕΡΑΣΙΑ ΡΑΧΗΣ ΟΛΥΜΠΟΥ» διέπεται από την αρχή του σεβασμού προς τον παραγωγό, τον καταναλωτή και το περιβάλλον.

2.4 Οικονομικά στοιχεία - Ανάλυση πωλήσεων

2.4.1 Καλλιεργητική περίοδος 2023

Οι ποικιλίες που κερασιών που καλλιεργούνται αυτή την στιγμή από τα μέλη του συνεταιρισμού ποικίλουν. Ο κύριος όγκος των αγροτεμαχίων βρίσκεται στο αγρόκτημα της Ράχης και εκεί καλλιεργούνται πρώιμες ποικιλίες όπου η συγκομιδή τους ξεκινά το πρώτο δεκαήμερο του Μαΐου (*EarlyLory*), η κυρίαρχη μέχρι πριν λίγα χρόνια ποικιλία *B. Burlat* όπου συγκομίζεται το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Μαΐου καθώς και νέες δυναμικές ποικιλίες όπως οι *Nimba*, *SweetAryana* οι οποίες συγκομίζονται το πρώτο και δεύτερο δεκαήμερο του Μαΐου αντίστοιχα.

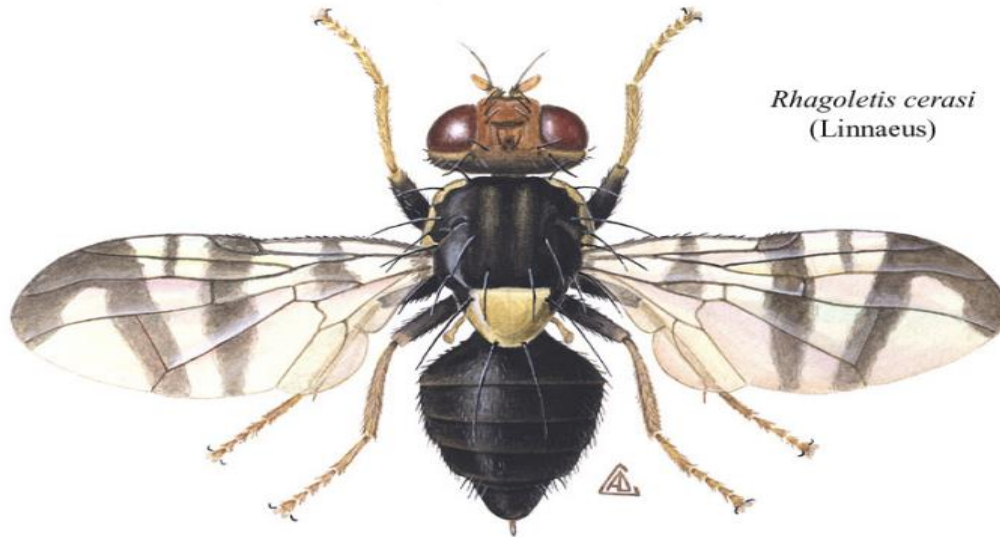
Την περασμένη καλλιεργητική περίοδο η συνολική παραγωγή κερασιών ήταν σημαντικά μειωμένη εξαιτίας κάποιων αστάθμητων παραγόντων οι οποίοι οδήγησαν στην μείωση της παραγωγής κατά 62,62 % και από 833 τόνους του έτους 2022 στους 235 τόνους. Η χρονιά αυτή αποτελεί εξαίρεση και οι λόγοι της μεγάλης αυτής μείωσης ήταν αφενός μεν οι πολλές βροχοπτώσεις κατά την διάρκεια της συγκομιδής αφετέρου δε η χαλαζόπτωση που έπιασε το διάστημα Μαΐου - Ιουνίου.



Εικόνα 8. Σκίσιμο κερασιών από βροχόπτωση (<https://pellasimera.gr/wp-content/uploads/2022/06/kerasia-678x381.jpg>)

Οι βροχοπτώσεις δεν ήταν ο μοναδικός καιρικός παράγοντας που οδήγησε σε αυτή τη μεγάλη πτώση της παραγωγής κατά την τελευταία καλλιεργητική περίοδο. Οι μεγάλες μεταπτώσεις της θερμοκρασίας κατά την περίοδο της ανθοφορίας (Μάρτιος – Απρίλιος) έπαιξε σημαντικό ρόλο στην μείωση της παραγωγής με την μη σωστή γονιμοποίηση.

Ένα τελευταίο αλλά εξίσου σημαντικό πρόβλημα είναι η μύγα της μεσογείου (*Rhagoletis cerasi*) καθώς και η μύγα της Ασίας (*Drosophila suzukii*) -γνωστά ως σκουλήκι κατά τους γεωργούς- με την τελευταία να έχει κάνει την εμφάνιση της μετά το 2010 στην ελληνική επικράτεια και να προκαλεί μεγάλες καταστροφές ιδίως στις όψιμες ποικιλίες κερασιών καταστρέφοντας έτσι το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής όψιμων κερασιών όπως προαναφέρθηκε κατά την τελευταία καλλιεργητική περίοδο.

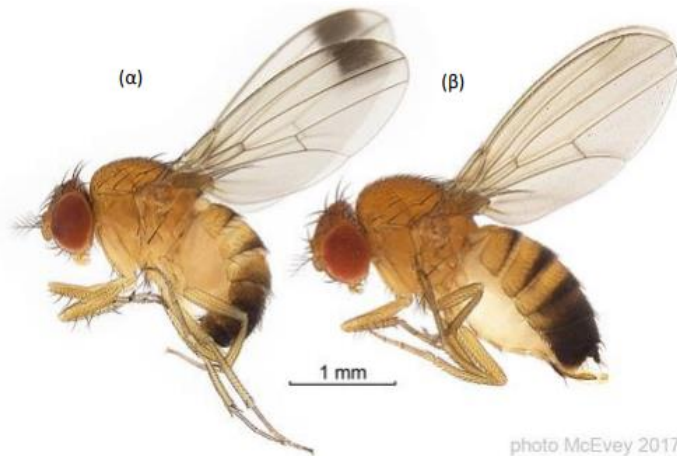


Εικόνα 9. Μορφολογία ενήλικης *Rhagoletis cerasi*. Πηγή: (<https://www.delta-intkey.com/ffa/images/rhceras2.jpg>)

Η ραγολέτιδα προσβάλλει την κερασιά εναποθέτοντας το αυγό της μέσα στον καρπό και καθιστώντας μη εμπορεύσιμο. Έχει μία γενεά τον χρόνο. Διαχειμάζει τον χειμώνα στο έδαφος ως νύμφη και βγαίνει σαν ενήλικο στο τέλος της άνοιξης με αρχές του καλοκαιριού (στην Ελληνική επικράτεια). Αφού ωριμάσουν αναπαραγωγικά και συζευχθούν ωτοκοούν στα κεράσια (Βασιλακάκης, 2016).

Η αναγνώριση της έναρξης των πτήσεων των εντόμων γίνεται συνήθως με παγίδες που περιέχουν υδρολιμένες πρωτεΐνες και έχουν έντομο χρώμα (ιδίως κίτρινο) και οι οποίες κρέμονται στα δένδρα. Όταν εντοπιστεί ότι έχουν συλληφθεί τέλεια έντομα θα πρέπει να γίνουν επεμβάσεις με ψεκασμούς. Οι ψεκασμοί με το κατάλληλο σκεύασμα γίνονται αναλόγως και με την περίοδο που πρόκειται να πραγματοποιηθεί η συγκομιδή ώστε να μην υπάρχουν υπολείματα στο προϊόν.

Στον αντίποδα η μύγα της Ασίας (*Drosophila suzukii*) είναι η μοναδική Δροσόφιλα η οποία μπορεί να εναποθέσει αυγά στα κεράσια εξαιτίας του πριονωτού ωθότη που διαθέτει όπως φαίνεται και στην εικόνα παρακάτω. Παρομοίως με την κοινή μύγα έτσι και εδώ μπορούν να χρησιμοποιηθούν παγίδες για αναγνώριση η οποία όμως είναι πολύ πιο δύσκολη εξαιτίας της ανομοιομορφίας των πτήσεων.



Εικόνα 10. Μορφολογία ενήλικης *Drosophila suzukii*. (α) Άρσενικό γένος. (β) Θηλυκό γένος. Πηγή: (Spears, et al., 2017)

Οι παραπάνω είναι οι κύριες αιτίες για την μεγάλη μείωση της παραγωγής το έτος 2023. Βεβαίως οι παράγοντες αυτοί ισχύουν ετησίως αλλά σπανίως θα συνυπάρξουν όλοι ταυτόχρονα μειώνοντας σε τέτοια επίπεδα την συνολική παραγωγή.

Η καλλιέργεια των βερικόκων δείχνει μια δυναμική τάση καθώς υπάρχει αύξηση της παραγωγής όσο και αύξηση της τιμής από έτος σε έτος, και σ αυτή την περίπτωση η χρονιά του 2023 αποτελεί εξαίρεση καθώς λόγω των ίδιων καιρικών συνθηκών που αναφέρθηκαν και παραπάνω επήλθε μείωση της συνολικής παραγωγής η οποία είχε ως φυσικό επακόλουθο και την πτώση του συνολικού τζίρου.

Στον αντίποδα η καλλιέργεια μήλων στην περιοχή δείχνει να έχει χάσει την δυναμική της καθώς πλέον καλλιεργείται από μικρό αριθμό παραγωγών. Αυτό είναι φυσικό επακόλουθο αφού όπως φαίνεται και από τους πίνακες ενώ η συνολική παραγωγή αυξάνεται οι συνολικές πωλήσεις μειώνονται, η κύρια αιτία υποβάθμισης του προϊόντος είναι ο μύκητας *Venturia inaequalis* ο οποίος προκαλεί το φουζικλάδιο το οποίο ευνοείται από τις πολλές βροχές και την υγρασία. Φαίνεται και εδώ λοιπόν ότι οι επικρατούσες καιρικές συνθήκες προκαλούν αρκετά προβλήματα στην παραγωγή με την καταστροφή του μεγαλύτερου μέρους της και την υποβάθμιση του τελικού προϊόντος.

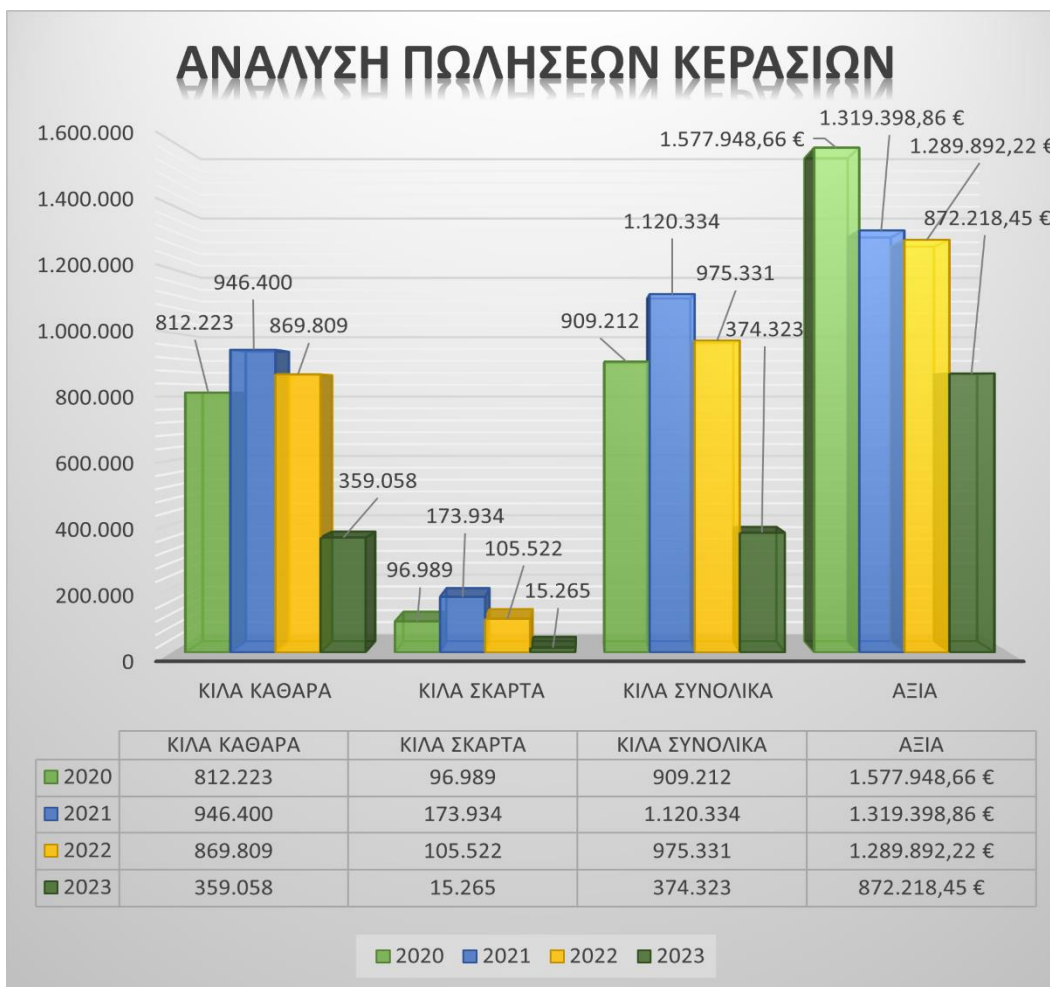


Εικόνα 11. Καρπός μήλου προσβεβλημένος από τον μύκητα *Venturia inaequalis* - Φουζικλάδιο
(<https://kastoria.pdm.gov.gr/georgikes-proeidopoiiseis-gia-to-foyzikladio-oidio-tetranychos-milias/>)

2.4.2 Ανάλυση πωλήσεων

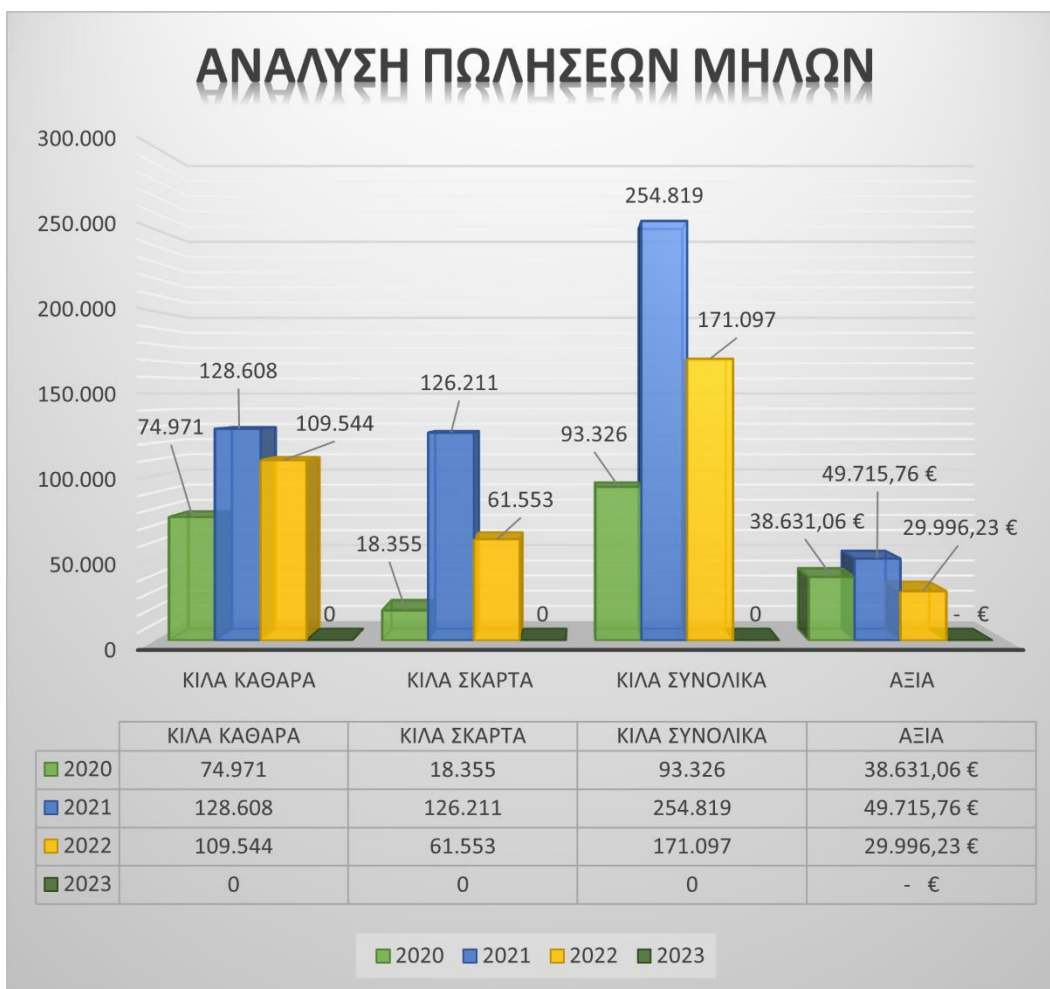
Η ανάλυση πωλήσεων παρουσιάζει το σύνολο των πωλήσεων της επιχείρησης για διάφορα χρονικά διαστήματα, με διάφορες ταξινομήσεις και ομαδοποιήσεις, με αριθμητική ή γραφική απεικόνιση.

Στα παρακάτω γραφήματα δίνονται οι πωλήσεις των κερασιών, μήλων και βερικόκων κατά τις τέσσερις τελευταίες καλλιεργητικές περιόδους, δηλαδή τα έτη 2020 έως 2023.



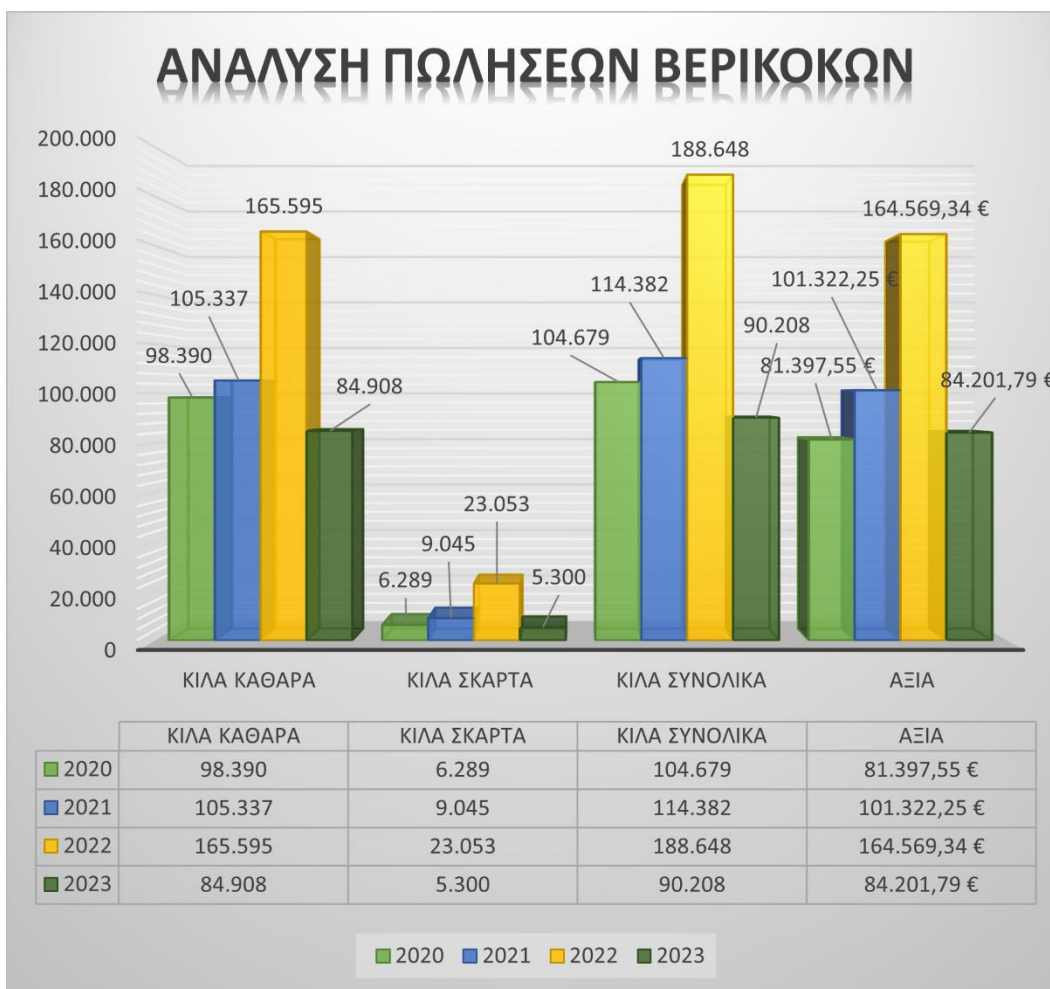
Εικόνα 12. Ανάλυση πωλήσεων κερασιών

Αναμφίβολα το κεράσι αποτελεί το κύριο προϊόν εμπορικής δραστηριότητας του συνεταιρισμού. Από το γράφημα παρατηρείται ότι τόσο η συνολική παραγωγή όσο και οι ποσότητες καθαρών και σκάρτων παρουσιάζουν μικρές διακυμάνσεις. Από την πλευρά του όγκου παραγωγής το έτος 2021 ήταν η κορυφαία χρονιά με το συνολική παραγωγή να ξεπερνάει τους 1.000 τόνους. Στον αντίποδα το έτος 2023 αποτέλεσε την χειρότερη καλλιεργητική περίοδο καθώς τα προβλήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω περιορίσαν την παραγωγή μόλις στους 375 τόνους. Διαφορετική ωστόσο είναι η εικόνα όταν βλέπουμε την αξία των προϊόντων, το έτος 2020 η αξία των πωλήσεων κυμάνθηκε στο 1.319.398,86 € και έκτοτε υπάρχει πτωτική τάση. Εξάιρεση και πάλι αποτελεί το έτος 2023 εξαιτίας των λόγων που έχουν προαναφερθεί.



Εικόνα 13. Ανάλυση πωλήσεων μήλων

Το μήλο σαν προϊόν παρουσιάζει μεγάλη ανομοιομορφία όσον αφορά την συνολική παραγωγή. Βέβαια τα καθαρά κιλά παρουσιάζουν μικρότερη διακύμανση. Συμπεραίνεται λοιπόν ότι υπάρχει πρόβλημα στο τελικό προϊόν γεγονός που μειώνει την εμπορική του αξία. Το έτος 2021 αποτελεί την καλύτερη χρονιά τόσο από ποσοτική άποψη αλλά και από εμπορική αξία ωστόσο, αποτελεί και την καλλιεργητική περίοδο με τα μεγαλύτερα προβλήματα στην παραγωγή. Τέλος το έτος 2023 δεν υπάρχουν δεδομένα καθώς την στιγμή άντλησης τους δεν είχε ολοκληρωθεί η καλλιεργητική περίοδος.



Εικόνα 14. Ανάλυση πωλήσεων βερικόκων

Το τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό προϊόν εμπορικής δραστηριότητας του συνεταιρισμού είναι το βερικόκο. Έως το 2022 υπήρχε μια ανοδική τάση τόσο σε όγκο παραγωγής όσο και σε αξία πωλήσεων, με το έτος 2022 να είναι η καλύτερη περίοδος και για τους δύο δείκτες. Ωστόσο το έτος 2023 η μείωση ήταν σημαντική με την καλλιέργεια να παρουσιάζει προβλήματα ιδίως κατά την περίοδο της ανθοφορίας. Η γενική εικόνα ωστόσο του προϊόντος δείχνει σημαντικό εμπορικό ενδιαφέρον από τις αγορές και δείχνει να έχει μία ανοδική πορεία.

2.4.3 Διακύμανση παραγωγής

Στα παρακάτω σχεδιαγράμματα φαίνονται οι διακυμάνσεις της παραγωγής από έτος σε έτος, δηλαδή, το αποτέλεσμα της διαίρεσης είτε της συνολικής είτε της καθαρής παραγωγής. Ως έτος αναφοράς παίρνονται τα κιλά του προηγούμενου έτους ενώ, το έτος 2020 αποτελεί το 100,00 %.



Εικόνα 15. Διακύμανση συνολικής παραγωγής

Για την καλλιέργεια των κερασιών παρατηρείται ότι το έτος 2021 υπήρχε μια αύξηση της συνολικής παραγωγής λίγο πάνω από 20,00 % (940.322 κιλά από 803.556 κιλά) και στα επίπεδα του 23,22 %. Η καθαρή παραγωγή ήταν αυξημένη αλλά σε χαμηλότερα ποσοστά από την συνολική αφού περιορίστηκε στο 16,52 % συμπεραίνοντας ότι υπήρξαν μεγαλύτερες ζημίες την συγκεκριμένη καλλιεργητική περίοδο.

Για το 2022 υπήρχε μείωση τόσο της συνολικής όσο και της καθαρής παραγωγής κατά 12,94 % και 8,09 % αντίστοιχα και η οποία κυμάνθηκε κοντά στα επίπεδα της καλλιεργητικής περιόδου 2020 καθώς η διαφορά στις συνολικές ποσότητες είναι αυξημένη μόλις κατά 7,00 %. Αντίθετα την τελευταία καλλιεργητική περίοδο λόγω των καιρικών συνθηκών και του σκουληκιού η συνολική παραγωγή είχε μείωση άνω του 60,00 % ενώ η καθαρή παραγωγή μειώθηκε κατά 58,72 % από το προηγούμενο έτος.



Εικόνα 16. Διακύμανση καθαρής παραγωγής

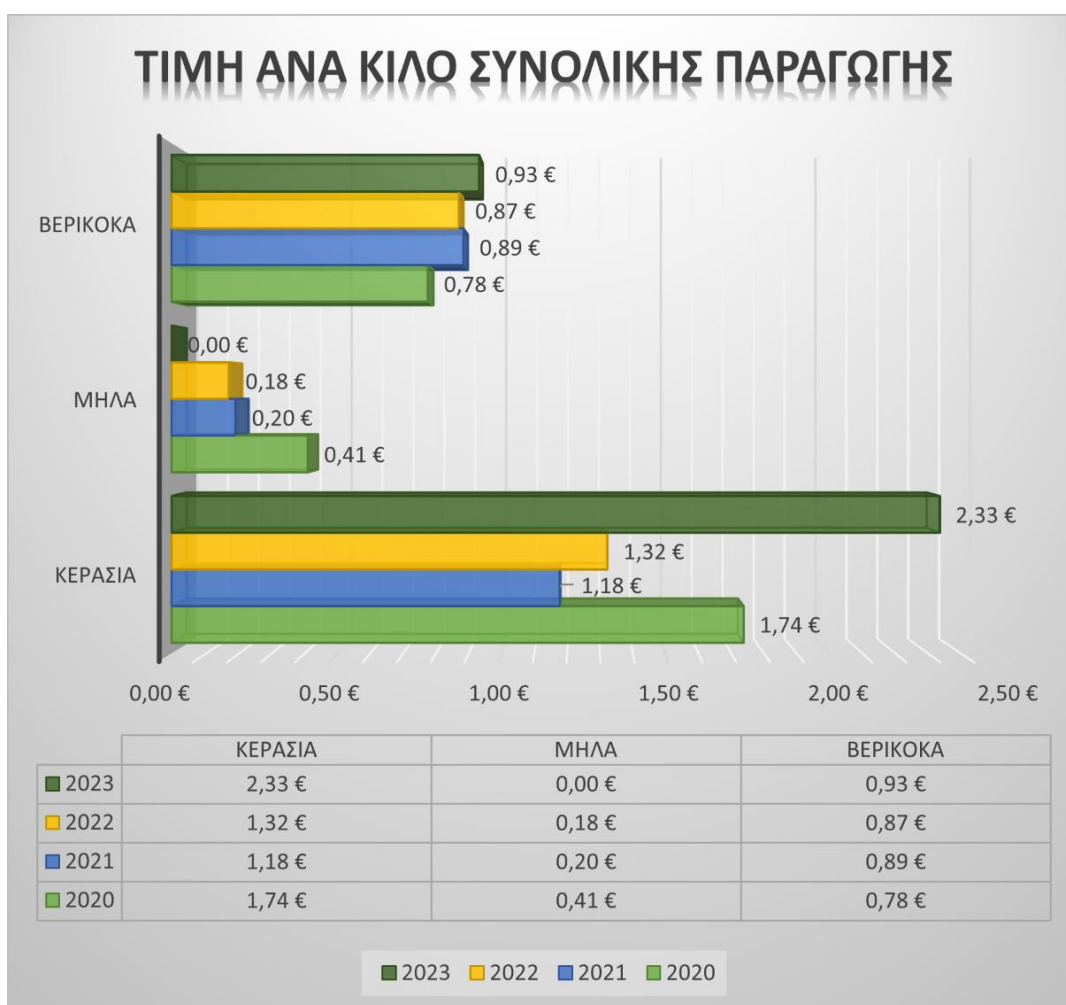
Στα μήλα παρατηρείται μεγάλη ανομοιομορφία στην συνολική παραγωγή από έτος σε έτος. Το έτος 2021 η παραγωγή ήταν σχεδόν διπλάσια από την περασμένη χρονιά αλλά με πολλά ποιοτικά προβλήματα που κατέστησαν σχεδόν το 50,00 % - 126.211 κιλά από τα 254.819 κιλά - της παραγωγής μη εμπορεύσιμο. Το 2022 η συνολική παραγωγή ανήλθε σε 61.553 κιλά μειωμένη κατά 67,14 % ενώ η καθαρή παραγωγή είχε μικρότερη μείωση (85,18 %, 171.097 κιλά από 254.819 κιλά) αφού πάλι υπήρχαν ποιοτικά προβλήματα αλλά όχι στον ίδιο βαθμό με το έτος 2021. Για το έτος 2023 δεν μπορεί να εξαχθεί συμπέρασμα καθώς την στιγμή άντλησης των στοιχείων υπήρχε ακόμη εμπορικό ενδιαφέρον για τις όψιμες ποικιλίες ωστόσο, η εικόνα δείχνει παρόμοια χρονιά με το 2022.

Τα βερίκοκα τα οποία μπήκαν στην ζωή του τόπου την τελευταία δεκαπενταετία δείχνουν να έχουν μια καλή δυναμική αφού υπάρχουν συνεχώς νέες φυτεύσεις ενώ και η παραγωγή είναι αυξημένη από έτος σε έτος. Το 2021 υπήρχε μια μικρή άνοδος της παραγωγής κατά 10 περίπου τόνους ή της τάξεως του 9,27 % (105.337 κιλά από 94.073 κιλά) παρόμοια είναι και η αύξηση στην καθαρή παραγωγή 7,06 %

(114.382 κιλά από 104.679 κιλά). Το 2022 συνεχίστηκε η ανοδική πορεία με την συνολική παραγωγή να αυξάνεται κατά 64,93 % ωστόσο η καθαρή παραγωγή περιορίστηκε μόλις στο 57,20 %. Τέλος για το έτος 2023 υπήρχε μείωση και για τις δύο παραμέτρους κατά 50 % περίπου.

2.4.4 Διακύμανση τιμής

Πέρα από το σημαντικό κομμάτι που αφορά τον όγκο παραγωγής αλλά και την συνολική αξία των πωλήσεων υπάρχει ακόμα ένας δείκτης από τον οποίο μπορούν να εξαχθούν αρκετά σημαντικά συμπεράσματα. Ο δείκτης αυτός είναι η τιμή ανά κιλό δηλαδή το πηλίκο της αξίας πωλήσεων προς τον συνολικό όγκο παραγωγής ή τον όγκο της καθαρής παραγωγής εφόσον μας ενδιαφέρουν μόνο τα καθαρά κιλά.

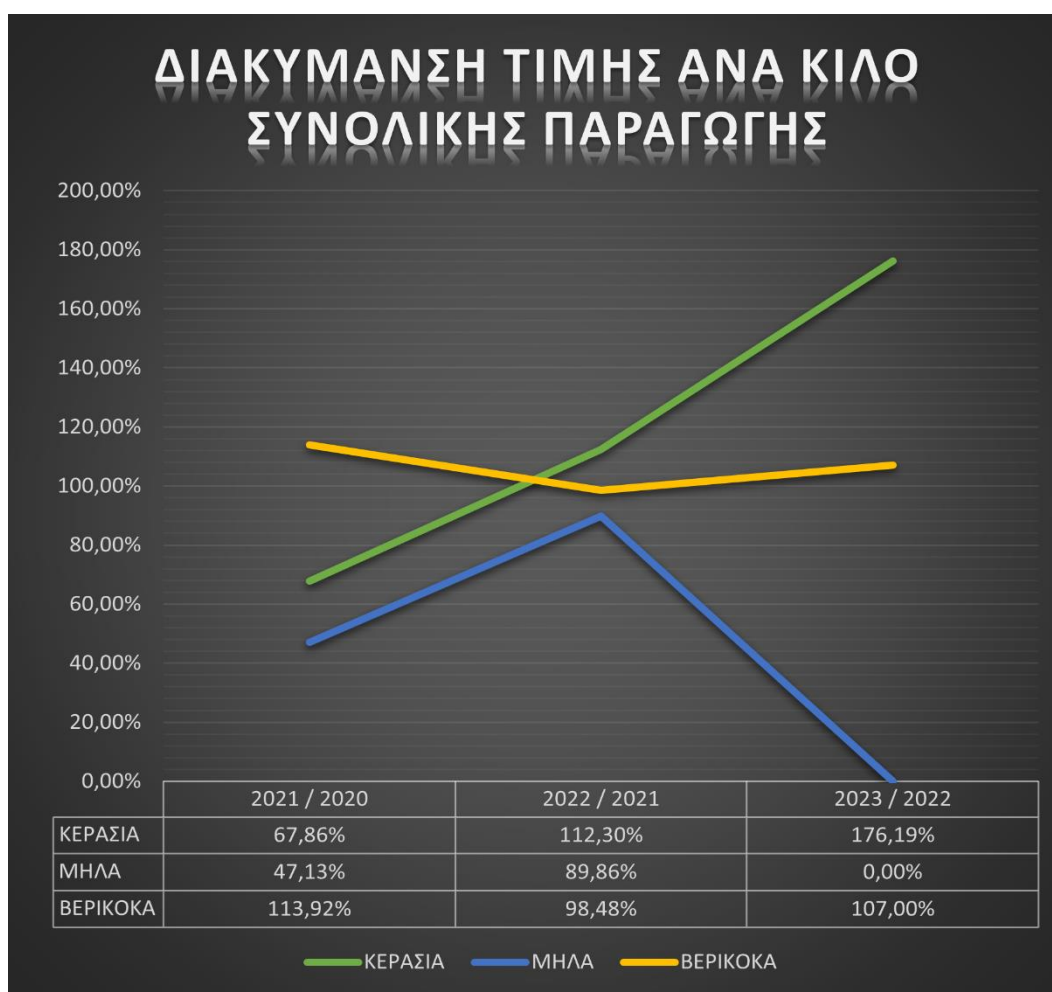


Εικόνα 17. Τιμή ανά κιλό συνολικής παραγωγής

Το παραπάνω σχεδιάγραμμα παρουσιάζει αρκετά ενδιαφέροντα στοιχεία καθώς το πρώτο συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι παρόλο που το έτος 2021 αποτέλεσε την καλύτερη πλευρά

από άποψη παραγωγής στα κεράσια και στα μήλα η θετική αυτή εικόνα δεν παρουσιάστηκε και στην τιμή με το προϊόν να μην μπορεί να απορροφηθεί από τις αγορές εξαιτίας των μεγάλων ποσοτήτων που διακινούνταν κατά την περίοδο αιχμής με αποτέλεσμα την πτώση της τιμής. Για το βερίκοκο αντίθετα δεν εμφανίστηκε αυτός ο σκόπελος το έτος 2022 κατά το οποίο η συνολική παραγωγή ήταν αρκετά αυξημένη, με την τιμή να υποχωρεί μόλις κατά 0,02 € ανά κιλό.

Για το έτος 2023 παρόλο που όπως έχει αναφερθεί υπήρχαν πολλά προβλήματα οι τιμές ήταν αρκετά υψηλές εξαιτίας της μεγάλης ζήτησης που υπήρχε λόγω έλλειψης του προϊόντος από τις αγορές με την τιμή του κερασιού να αγγίζει τα 2,33 ευρώ ανά κιλό.



Εικόνα 18. Διακύμανση τιμής ανά κιλό συνολικής παραγωγής

Παρόμοια λογική ακολουθεί και αυτό το σχεδιάγραμμα δηλαδή το 100,00 % αποτελεί η τιμή του έτους 2020 και τα υπόλοιπα αποτελέσματα αποτελούν του λόγους της διαίρεσης της τιμής από έτος σε έτος. Μπορεί παραπάνω στα σχεδιαγράμματα που δείχνουν την διακύμανση της παραγωγής η τάση να ήταν πτωτική - με εξαίρεση την έτος 2022 για τα βερίκοκα – ωστόσο στην διακύμανση της τιμής ανά κιλό

φαίνεται να υπάρχει αυξητική τάση τόσο για τα κεράσια όσο και για τα βερίκοκα. Η διακυμάνσεις στην τιμή των βερικόκων είναι πιο μικρές καθώς δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις με το ποσοστό να κυμαίνεται στο ± 10 %. Αντίθετα για τα κεράσια από το έτος 2021 στο οποίο υπήρξε μείωση λόγω του μεγάλου όγκου ακολούθησε αύξηση κατά 12,30 % και κατά την τελευταία καλλιεργητική περίοδο η αύξηση αυτή εκτοξεύθηκε σχεδόν στο 180 %. Για τα μήλα δεν μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα καθότι λείπουν τα δεδομένα του έτους 2023 παραταύτα φαίνεται ότι παρότι την αύξηση η τιμή δεν κατάφερε να περάσει τα 0,41 € του έτους 2020.

2.4.5 Ποσότητες σκάρτων

Περνώντας στο τελευταίο κομμάτι της ανάλυσης των πωλήσεων θα ρίξουμε μια πιο προσεκτική ματιά στο κομμάτι που αφορά τα σκάρτα δηλαδή τα προϊόντα τα οποία δεν έχουν εμπορική αξία και αποτελούν πρόβλημα γιατί βαρύνουν τους παραγωγούς με το κόστος των καλλιεργητικών φροντίδων αλλά και το κόστος συγκομιδής αλλά και τον συνεταιρισμό με το κόστος συντήρησης και αποθήκευσης. Επίσης αποτελούν πρόβλημα για την εμπορική πολιτική του συνεταιρισμού καθώς πολλές φορές οδηγούν σε καθυστερήσεις ολοκλήρωσης παραγγελιών αλλά και σε απώλειες φορτίων ή και ολόκληρων αγορών εξαιτίας αστοχιών στο τελικό προϊόν.



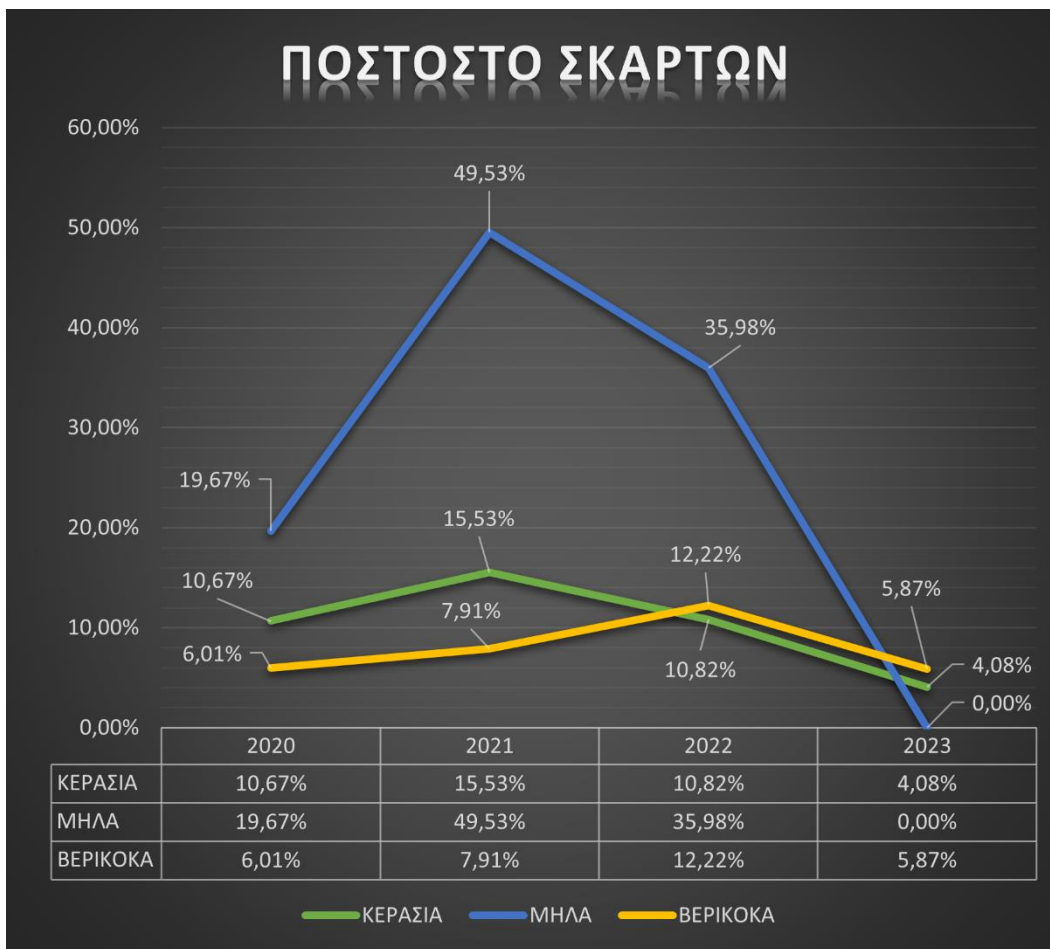
Εικόνα 19. Ποσότητες σκάρτων

Από το παραπάνω σχεδιάγραμμα παρατηρείται ότι η ποσότητα σκάρτων για τα μήλα είναι πολύ αυξημένη σε σχέση με την συνολική τους παραγωγή, το γεγονός αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι παραχθείσες ποσότητες οι οποίες έχουν εμπορική αξία είναι ακόμα μικρότερες και δεν αφήνουν πολλά περιθώρια κέρδους. Η μεγάλη μείωση της παραγωγής οφείλεται όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω στον ασκομύκητα *Venturia inaequalis* κοινός φουζικλάδιο ο οποίος μπορεί να προκαλέσει υποβάθμιση της παραγωγής έως και 70 %. Ο μύκητας ευνοείται από την υγρασία και για αυτό ένα σημαντικό μέτρο αποτελεί η μη εγκατάσταση μηλεώνων σε υγρές περιοχές. Έτσι γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι η αύξηση των βροχοπτώσεων κατά το διάστημα Απριλίου - Ιουνίου ευνοεί την εξάπλωση του ασκομύκητα οδηγώντας ταυτόχρονα στην μείωση της καθαρής παραγωγής και στις μεγάλες ποσότητες σκάρτων.

Ο μέσος όρος της τριετίας καθότι το 2023 όπως πολλάκις έχει αναφερθεί δεν υπάρχουν δεδομένα αγγίζει 68.706 κιλά την ώρα που ο μέσος όρος της παραγωγής είναι 173.081 κιλά δηλαδή

περίπου το 40 % της παραγωγής είναι ουσιαστικά μη αξιοποιήσιμο. Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα η μοναδική χρονιά της τριετίας όπου υπήρχε μικρό ποσοστό σκάρτων προϊόντων είναι το έτος 2021 όπου και πάλι το 19,67 % είναι αρκετά υψηλότερο τόσο από τα βερίκοκα όπου οι συνολικές ποσότητες παραγωγής είναι στα ίδια επίπεδα.

Στα δε κέρασια που είναι το κύριο προϊόν οι ποσότητες σε απόλυτα νούμερα μπορεί να είναι μεγαλύτερες καθώς ο μέσος όρος ανέρχεται σε 97.928 κιλά με την μεγαλύτερη απώλεια παραγωγής να την βρίσκουμε στο έτος 2021 όπως αναμενόταν με 173.934 κιλά. Αναλογικά ωστόσο το ποσοστό σκάρτων ανάμεσα σε κέρασια και βερίκοκα δεν παρουσιάζει μεγάλες διαφορές καθώς αναλόγως των καιρικών συνθηκών και του συνολικού όγκου παραγωγής κυμαίνεται από 5 έως 15 % περίπου όπως φαίνεται και στον Πίνακα 9.



Εικόνα 20. Ποσοστό σκάρτων

2.4.6 Συμπεράσματα

Συνοψίζοντας θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο συνεταιρισμός δείχνει να έχει μια καλή εμπορική πολιτική με μεγάλη αξία πωλήσεων αναλόγως πάντα της ζήτησης και προσφοράς αλλά και των διαφόρων συνθηκών που επικρατούν τόσο στην εγχώρια όσο κυρίως στην διεθνή αγορά οι οποίες διαμορφώνουν ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό πλαίσιο και μη επιτρέποντας σε μικροπαραγωγούς να μπορέσουν να εμπορευθούν τα παραγόμενα προϊόντα μεμονωμένα.

Ένα μεγάλο ζητούμενο σ όλη την παραγωγική διαδικασία είναι τα σκάρτα προϊόντα τα αποτελούν ένα μεγάλο κομμάτι της παραγωγής. Αυτά τα φρούτα δεν αξιοποιούνται σε κάποιο τομέα προκαλώντας έτσι αύξηση του λειτουργικού κόστους παραγωγών και συνεταιρισμού όπως έχει αναφερθεί παραπάνω και μια πιθανή λύση όπως θα εξεταστεί και παρακάτω αποτελεί η μεταποίηση αγροτικών προϊόντων.

3. PEST ANALYSIS

3.1 Ορισμός

Η PEST ανάλυση (Πολιτικοί, Οικονομικοί, Κοινωνικοί, Τεχνολογικοί παράγοντες) είναι ένα εργαλείο που βοηθάει στην ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος μιας επιχείρησης, δηλαδή, τα συστήματα και τις δομές που την περιβάλλουν.

3.2 PEST Analysis υπό μελέτη μεταποιητικής μονάδας

Ακολουθεί μια PEST ανάλυση για τη δημιουργία μιας μονάδας μεταποίησης κερασιών στον νομό Πιερίας.

Πολιτικοί Παράγοντες (Political)

Κρατικές πολιτικές για τη γεωργία: Η ελληνική κυβέρνηση και η Ευρωπαϊκή Ένωση προσφέρουν επιδοτήσεις και προγράμματα χρηματοδότησης όπως, η Παρέμβαση 3-73.2.3 «Στήριξη για επενδύσεις στη μεταποίηση/εμπορία και/ή ανάπτυξη γεωργικών προϊόντων» του Στρατηγικού Σχεδίου της ΚΑΠ 2023-2027 με επιδότηση επενδύσεων έως και έως το ύψος του 60% με σκοπό την ανάπτυξη του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα, συμπεριλαμβανομένης της μεταποίησης γεωργικών προϊόντων. Αυτά τα προγράμματα μπορεί να βοηθήσουν στη μείωση του κόστους εκκίνησης.

Νομοθεσία περί ασφάλειας τροφίμων: Η επιχείρηση θα πρέπει να συμμορφωθεί με τους κανονισμούς για την ασφάλεια τροφίμων, όπως αυτοί καθορίζονται από την Ε.Ε. και τον ΕΦΕΤ, καθώς και με περιβαλλοντικές νομοθεσίες.

Εμπορική πολιτική και εξαγωγές: Οι πολιτικές που διέπουν τις εξαγωγές τροφίμων και γεωργικών προϊόντων μπορούν να επηρεάσουν την πρόσβαση σε ξένες αγορές, κάτι που είναι κρίσιμο για την πώληση προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, όπως η μαρμελάδα και τα αποξηραμένα κεράσια.

Οικονομικοί Παράγοντες (Economic)

Κόστος πρώτων υλών: Οι τιμές των κερασιών και των άλλων πρώτων υλών μπορούν να επηρεαστούν από διάφορους παράγοντες, όπως οι κλιματικές συνθήκες και οι διεθνείς αγορές. Η επιχείρηση πρέπει να διαχειριστεί τον κίνδυνο αυτών των διακυμάνσεων.

Προοπτικές ανάπτυξης: Η ζήτηση για προϊόντα υγιεινής διατροφής, όπως τα φυσικά αποξηραμένα φρούτα και οι μαρμελάδες χωρίς προσθήκη ζάχαρης, αυξάνεται. Αυτό προσφέρει ευκαιρίες για ανάπτυξη της αγοράς τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Οικονομικό κλίμα και καταναλωτική δύναμη: Η οικονομική κατάσταση της χώρας, όπως η ανεργία και το διαθέσιμο εισόδημα, μπορεί να επηρεάσει τη ζήτηση για τα προϊόντα της επιχείρησης καθιστώντας τα αρκετές φορές μη ελκυστικά για τους καταναλωτές σε περίπτωση υψηλής τιμής .

Κοινωνικοί Παράγοντες (Social)

Καταναλωτικές τάσεις: Η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση του κοινού για την υγιεινή διατροφή ενισχύει τη ζήτηση για προϊόντα όπως οι φυσικές μαρμελάδες και τα αποξηραμένα φρούτα.

Τοπική υποστήριξη: Η τοπική κοινότητα στον νομό Πιερίας μπορεί να δείξει υποστήριξη σε μια επιχείρηση που αξιοποιεί τοπικά προϊόντα και ενισχύει την τοπική οικονομία.

Δημογραφικά στοιχεία: Η ύπαρξη μιας σχετικά σταθερής ή αυξανόμενης τοπικής πληθυσμιακής βάσης θα μπορούσε να προσφέρει ένα σταθερό πελατολόγιο για τοπικές πωλήσεις, ενώ η εξαγωγική κατεύθυνση θα μπορούσε να αξιοποιήσει παγκόσμιες αγορές με αντίστοιχες τάσεις.

Τεχνολογικοί Παράγοντες (Technological)

Καινοτομία στη μεταποίηση: Οι τεχνολογίες για την επεξεργασία και συντήρηση φρούτων εξελίσσονται συνεχώς, παρέχοντας ευκαιρίες για βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και μείωση του κόστους παραγωγής.

Αυτοματισμός και εξοπλισμός: Η χρήση σύγχρονου εξοπλισμού και αυτοματισμών μπορεί να αυξήσει την αποδοτικότητα της μονάδας, μειώνοντας το κόστος εργασίας και βελτιώνοντας την παραγωγικότητα.

Πληροφοριακά Συστήματα: Τα σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα για τη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και την παρακολούθηση της παραγωγής μπορούν να βελτιώσουν τη συνολική απόδοση και να συμβάλλουν στη διασφάλιση ποιότητας.

Αυτή η PEST ανάλυση παρέχει μια συνολική εικόνα των εξωτερικών παραγόντων που μπορεί να επηρεάσουν τη λειτουργία και την ανάπτυξη της μονάδας μεταποίησης κερασιών στην Πιερία.

4. SWOT ANALΥΣΗ

4.1 Περιγραφή SWOT Analysis

Η ανάλυση SWOT είναι μια μέθοδος στρατηγικού σχεδιασμού που αποδίδεται από πολλούς στον Albert Humphrey που την επινόησε την δεκαετία 1960-1970 όταν ήταν επικεφαλής ενός ερευνητικού προγράμματος στο Stanford University χρησιμοποιώντας δεδομένα από τις εταιρίες του Fortune 500. Η αρχική ονομασία της μεθόδου ήταν “SOFT analysis”.

Η SWOT analysis, αποτελεί μια μορφή ανάλυσης ποιοτικών χαρακτηριστικών μιας επιχείρησης, τα οποία ομαδοποιούνται με βάση την προέλευση τους σε χαρακτηριστικά που έχουν να κάνουν με το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης και σε χαρακτηριστικά αναφέρονται στο εξωτερικό της περιβάλλον. Τα αρχικά της μεθόδου προέρχονται από τις λέξεις “Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats” και η μετάφραση τους είναι «Ανάλυση Δυνάμεων, Αδυναμιών, Ευκαιριών και Απειλών». Έτσι, οι Δυνάμεις και οι Αδυναμίες προέρχονται μέσα από την ίδια την εταιρεία αντίθετα οι Ευκαιρίες και οι Απειλές αφορούν το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.



Εικόνα 21. SWOT Analysis

Η διάκριση αυτή είναι σημαντική, καθώς τα χαρακτηριστικά του εσωτερικού περιβάλλοντος μπορούν να επηρεαστούν από τις αποφάσεις και τον σχεδιασμό που κάνει ο επιχειρηματίας και η διοίκηση της επιχείρησης. Όσον αφορά το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, αυτή είναι αναγκασμένη να λαμβάνει τα χαρακτηριστικά αυτά ως δεδομένα καθώς δεν μπορεί να τα επηρεάσει όπως αυτή επιθυμεί.

4.2 SWOT Analysis υπό μελέτη μεταποιητικής μονάδας

Παρακάτω μπορούμε να διακρίνουμε τα χαρακτηριστικά της SWOT Analysis που αφορούν την δημιουργία μεταποιητικής μονάδας στον Α.Σ. Ράχης Πιερίας «Ο Άγιος Λουκάς».

Δυνατά Σημεία (Strengths):

1. Επαρκής συνολική παραγωγή φρούτων τα οποία αντιστοιχούν σε ικανοποιητικό αριθμό σκάρτων προϊόντων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για μεταποίηση.
2. Υπερσύγχρονη γραμμή διαλογής UnitecCherryVision 3.0 για τα κεράσια καθώς και νέα γραμμή διαλογής για βερίκοκα, μήλα, ακτινίδια, αχλάδια. Η μονάδα χρησιμοποιεί σύγχρονες τεχνολογίες και εξοπλισμό που αυξάνουν την παραγωγικότητα και την αποδοτικότητα.
3. Τεχνογνωσία δεκαετιών στα φρέσκα φρούτα, η οποία μπορεί να είναι εφόδιο για την παραγωγή μεταποιημένων προϊόντων αφού ανήκουν στον ίδιο κλάδο. Η μονάδα παράγει προϊόντα υψηλής ποιότητας που ικανοποιούν τις απαιτήσεις των καταναλωτών.
4. Η διατήρηση καλών σχέσεων με τους προμηθευτές φρούτων, εξασφαλίζοντας σταθερή και ποιοτική τροφοδοσία πρώτων υλών καθώς και συνεργασίες σε βάθος ετών.
5. Δυνατότητα προσαρμογής στις απαιτήσεις της αγοράς και των πελατών με παραγωγή ποικιλίας προϊόντων.
6. Η συνειδητοποίηση του εμπορικού σήματος ΠΟΠ-ΠΓΕ-ΕΠΠ κυρίως στην εγχώρια αγορά οδηγεί στην αύξηση της αξίας παραγωγής. Αναγνώριση των σημάτων ΠΟΠ-ΠΓΕ διεθνώς καθώς και αύξηση των εξαγωγών προϊόντων ΠΟΠ-ΠΓΕ σε τρίτες χώρες (ΗΠΑ, Καναδάς).
7. Μεγάλη αύξηση των εξαγωγών αγροδιατροφικών προϊόντων ιδίως των μεταποιημένων κατά 70% την περίοδο 2009-2019.
8. Οι καταναλωτές προτιμούν τοπικά προϊόντα από τοπικά καταστήματα, με στόχο να στηρίξουν τους μικρούς παραγωγούς καθώς και τις τοπικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς.
9. Οι Έλληνες καταναλωτές αναγνωρίζουν και επιβραβεύουν την ασφάλεια των τροφίμων. Η ιχνηλασιμότητα των προϊόντων αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την προτίμηση των προϊόντων από τους Έλληνες καταναλωτές αλλά και από τις διεθνείς αγορές.
10. Μεγαλύτερο ποσοστό απασχόλησης που έχει ως συνέπεια τον μειωμένο αριθμό ανέργων στις αγροτικές έναντι των αστικών περιοχών.

Αδύνατα Σημεία (Weaknesses):

1. Τα λειτουργικά έξοδα μπορεί να είναι υψηλά λόγω της ανάγκης για εξειδικευμένο εξοπλισμό και τεχνογνωσία.
2. Η μονάδα μπορεί να έχει περιορισμούς σε χώρους ή κεφάλαια για επέκταση των δραστηριοτήτων της.
3. Η διαθεσιμότητα φρούτων εξαρτάται από την εποχή, κάτι που μπορεί να επηρεάσει την παραγωγή.
4. Η ανταγωνιστικότητα στις τιμές μπορεί να αποτελεί πρόκληση, ειδικά αν οι ανταγωνιστές έχουν χαμηλότερα κόστη παραγωγής.
5. Υψηλός βαθμός συγκέντρωσης στον κλάδο λιανεμπορίου που οδηγεί στην εμφάνιση μεγάλων υπεραγορών.
6. Μικρή αναγνώριση των σημάτων ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΙΠ, από τους ευρωπαϊούς καταναλωτές που αποτελούν εν δυνάμει αγορές των ελληνικών πιστοποιημένων προϊόντων.
7. Μικρός κλήρος που δυσκολεύει τη βιωσιμότητα των γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Μικρή δυναμικότητα μονάδων παραγωγής και αγροτικών εκμεταλλεύσεων.
8. Υψηλότερο ποσοστό ηλικιωμένων κατοίκων στην πλειονότητα των αγροτικών περιοχών σε σχέση με το σύνολο της χώρας.
9. Σημαντική υποχώρηση της μεταποίησης.
10. Αδυναμία σύζευξης τουρισμού με την τοπική αγροτική παραγωγή που οδηγεί στην μείωση του εισοδήματος των παραγωγών.

Ευκαιρίες (Opportunities):

1. Η αυξανόμενη τάση προς την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων μπορεί να δημιουργήσει νέες αγορές.
2. Η διεύρυνση σε διεθνείς αγορές μπορεί να αυξήσει της πωλήσεις και την αναγνωρισιμότητα της μονάδας.
3. Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών μπορεί να βελτιώσει την αποδοτικότητα και να μειώσει τα κόστη.
4. Συνεργασίες με άλλες εταιρείες ή παραγωγούς μπορούν να δημιουργήσουν συνέργειες και νέες ευκαιρίες ανάπτυξης.
5. Η ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων μπορεί να προσελκύσει νέους πελάτες και να διαφοροποιήσει τη γκάμα προϊόντων.
6. Αυξανόμενη παρουσία εναλλακτικών δικτύων διανομής τροφίμων λόγω νέων καταναλωτικών συνηθειών (επιθυμία του καταναλωτή να γνωρίζει τον παραγωγό)

7. Η αύξηση του τουρισμού που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια παρέχει την δυνατότητα ισχυρότερης διασύνδεσης του τουρισμού με την αγροδιατροφή και ανάδειξη/διαφήμιση των τοπικών προϊόντων μέσω βραχειών αλυσίδων εφοδιασμού.

8. Αυξημένη ζήτηση για προϊόντα με υψηλή διατροφική αξία λόγω της εμφάνισης της πανδημίας.

9. Η υιοθέτηση διεθνώς αναγνωρισμένων σημάτων ποιότητας δίνει την δυνατότητα στους Έλληνες παραγωγούς να ενταχθούν ευκολότερα στις διεθνείς αγροδιατροφικές αλυσίδες αξίας.

Απειλές (Threats):

1. Η αυξημένη ανταγωνιστικότητα στην αγορά μπορεί να μειώσει το μερίδιο αγοράς και τα κέρδη.

2. Οι κλιματικές αλλαγές μπορούν να επηρεάσουν την παραγωγή φρούτων και να αυξήσουν την αβεβαιότητα στη διαθεσιμότητα πρώτων υλών. Οι σοβαρές απειλές από την κλιματική αλλαγή, είναι ένας παράγοντας ο οποίος μπορεί να επηρεάσει σημαντικά και με αρνητική επίπτωση το ύψος της γεωργικής παραγωγής και το γεωργικό εισόδημα.

3. Η αυξανόμενη ανησυχία της κοινής γνώμης για τις αρνητικές επιπτώσεις των αποβλήτων φυτικής παραγωγής και μεταποίησης στο περιβάλλον.

4. Η δυσκολία εύρεσης αλλά και η διακοπή εισόδου αγροεργατών από άλλες χώρες, μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την πραγματοποίηση απαραίτητων γεωργικών εργασιών και ιδίως της συγκομιδής της παραγωγής.

5. Νέοι κανονισμοί και νομοθεσία μπορεί να αυξήσουν τα κόστη συμμόρφωσης και να επηρεάσουν την παραγωγή.

6. Οικονομικές κρίσεις μπορεί να μειώσουν την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και τη ζήτηση για προϊόντα. Ενδεχόμενη άνοδος των διεθνών τιμών του πετρελαίου ή του φυσικού αερίου καθώς και των γεωργικών εφοδίων, με οδηγεί στην αύξηση του κόστους ενέργειας και παραγωγής των γεωργικών εκμεταλλεύσεων (καύσιμα μηχανημάτων, λιπάσματα).

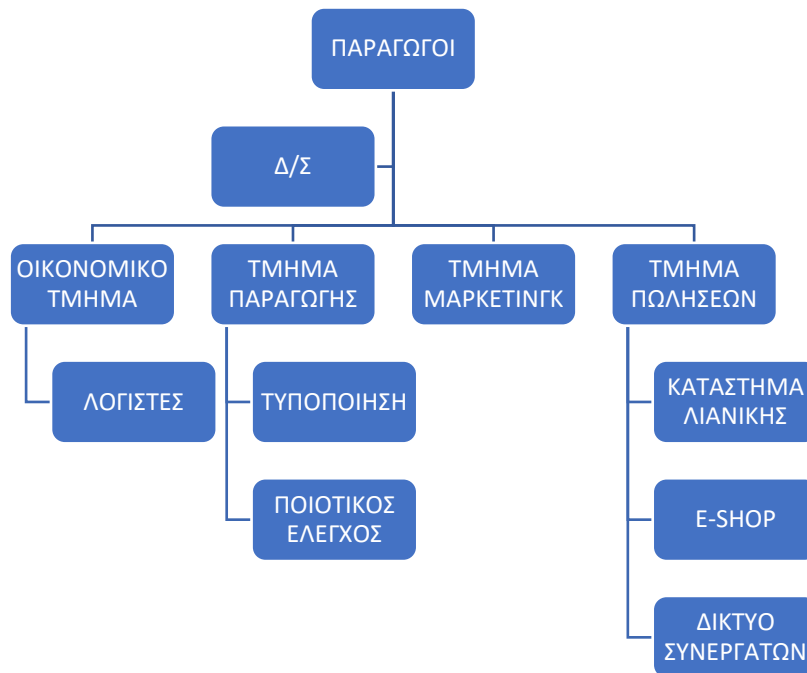
7. Πανδημίες ή άλλες υγειονομικές κρίσεις μπορούν να διαταράξουν την παραγωγή και τη διανομή προϊόντων.

8. Συγχωνεύσεις/εξαγορές διεθνώς στη μεταποίηση και τη διακίνηση αγροδιατροφικών προϊόντων που οδηγούν στην μείωση της διαπραγματευτικής δύναμης παραγωγών.

9. Αυξημένος ανταγωνισμός στις διεθνείς αγορές σε παραδοσιακά, ελληνικά προϊόντα (οίνος, ελαιόλαδο, οπωροκηπευτικά κ.ά.) από νεοεισερχόμενους ανταγωνιστές.

Με βάση την παραπάνω SWOT ανάλυση, η μονάδα μεταποίησης φρούτων μπορεί να εντοπίσει τα στρατηγικά της πλεονεκτήματα και να σχεδιάσει τρόπους για να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις που προκύπτουν.

5. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ



Σχεδιάγραμμα 1. Οργανωτική δομή μονάδας μεταποίησης

5.1 Γενική διεύθυνση

Η γενική διεύθυνση της μονάδας μεταποίησης θα είναι ακριβώς ίδια με την διεύθυνση του συνεταιρισμού (κεφ. 3.2), δηλαδή, μέσω του διοικητικού συμβουλίου που θα προκύπτει από τα οικονομικώς τακτοποιημένα μέλη κάθε 5 έτη. Από το διοικητικό συμβούλιο ακολούθως θα λαμβάνονται όλες οι αποφάσεις σχετικά με το οικονομικό, το κομμάτι παραγωγής, το κομμάτι μάρκετινγκ αλλά και του τμήματος πωλήσεων. Βεβαίως όπου απαιτείται και προβλέπεται και από το καταστατικό αποφάσεις θα λαμβάνονται από την Γενική Συνέλευση των μελών.

5.2 Οικονομικό τμήμα

Το οικονομικό θα εξυπηρετείται από το υπάρχων προσωπικό του συνεταιρισμού δηλαδή, τον λογιστή και το άτομο για την γραμματειακή υποστήριξη-τιμολόγηση.

5.3 Τμήμα παραγωγής

Στο τμήμα παραγωγής υπεύθυνοι θα είναι οι γεωπόνοι του συνεταιρισμού. Ο πρώτος γεωπόνος θα είναι υπεύθυνος για την παραλαβή των προϊόντων και τον ποιοτικό έλεγχο ώστε να μην υπάρχει

παρέκκλιση από τις προδιαγραφές που έχουν ορισθεί από την διοίκηση. Ο δεύτερος γεωπόνος θα είναι υπεύθυνος για την ομαλή λειτουργία των γραμμών παραγωγής (αποξήρανση, παστερίωση-παραγωγή μαρμελάδας) όσο και για τον έλεγχο του παραγόμενου προϊόντος. Στο τμήμα παραγωγής θα είναι και 6 άτομα τα οποία θα εργάζονται στην γραμμή παραγωγής, 3 στην γραμμή αποξήρανσης και 3 στην γραμμή παραγωγής μαρμελάδας.

5.4 Τμήμα μάρκετινγκ

Το τμήμα μάρκετινγκ είναι υπεύθυνο για την προώθηση των προϊόντων και την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων της επιχείρησης. Στο τμήμα μάρκετινγκ θα γίνει πρόσληψη ενός ατόμου πλήρους εργασίας.

Οι αρμοδιότητες που θα έχει το προσωπικό αφορούν το κομμάτι της έρευνας και της ανάλυσης του ανταγωνισμού, όπως την διεξαγωγή ερευνών για την κατανόηση των τάσεων της αγοράς, των προτιμήσεων των καταναλωτών και των αναγκών τους, την ανάλυση του ανταγωνισμού για τον εντοπισμό ευκαιριών και απειλών, την παρακολούθηση των εξελίξεων στον κλάδο της μεταποίησης και των σχετικών τεχνολογιών. Επίσης έχει υπό την επιτήρηση του το κομμάτι της προώθησης και της διαφήμισης και ειδικότερα τον σχεδιασμό και υλοποίηση διαφημιστικών καμπανιών σε παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα, την δημιουργία υλικού προώθησης, όπως φυλλάδια, καταλόγους, διαφημιστικά βίντεο και την συνεργασία με διαφημιστικές εταιρείες και μέσα ενημέρωσης. Τέλος οι αρμοδιότητες του θα εκτείνονται στο κομμάτι των δημοσίων σχέσεων και της εταιρικής επικοινωνίας, του ψηφιακού μάρκετινγκ αλλά και της διαχείρισης της εταιρικής ταυτότητας και του branding.

5.5 Τμήμα πωλήσεων

Το τμήμα πωλήσεων μιας μονάδας μεταποίησης είναι το σημείο όπου συναντώνται οι στρατηγικές μάρκετινγκ και οι λειτουργικές ανάγκες της παραγωγής. Ο ρόλος του είναι να διασφαλίζει ότι τα προϊόντα της μονάδας διατίθενται αποτελεσματικά στην αγορά, ενώ παράλληλα να χτίζει και να διατηρεί ισχυρές σχέσεις με τους πελάτες και τους διανομείς, με στόχο την αύξηση των εσόδων και της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. (Synergy Solutions, n.d.)

Στο τμήμα πωλήσεων υπεύθυνο είναι το Διοικητικό Συμβούλιο του Συνεταιρισμού σε συνεργασία με τους εξωτερικούς συνεργάτες τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό για την απορρόφηση της συνολικής παραγωγής και την χάραξη των διαφόρων στρατηγικών. Οι αρμοδιότητες του τμήματος αφορούν την ανάπτυξη και εφαρμογή στρατηγικής πωλήσεων (στρατηγική πωλήσεων με

βάση τις τάσεις και προσαρμογή των στρατηγικών με βάση τον ανταγωνισμό), την διαχείριση πελατών και πελατειακών σχέσεων (CRM) (ισχυρές σχέσεις με πελάτες, χρήση συστήματος CRM για παρακολούθηση πωλήσεων και την ανάλυση της συμπεριφοράς των πελατών, ικανοποίηση πελατών), την προώθηση των προϊόντων σε συνεργασία με το τμήμα μάρκετινγκ για τη δημιουργία και την εφαρμογή προωθητικών ενεργειών για τα προϊόντα (συμμετοχή σε εκθέσεις, χρήση καναλιών διανομής), με την διαχείριση διανομής και καναλιών πωλήσεων (δίκτυο διανομής και συνεργασία με διανομείς και χονδρεμπόρους, δημιουργία e-shop, αξιοποίηση καταστήματος στην κεντρική λαχαναγορά Αθηνών, τήρηση προτύπων ποιότητας από συνεργάτες, διαχείριση προϊόντων και αποθεμάτων στα σημεία πώλησης), με την διαπραγμάτευση και κλείσιμο συμφωνιών (συμφωνίες με καλύτερες δυνατές συνθήκες για την εταιρεία, ανάπτυξη νέων συμφωνιών), με την ανάλυση και αναφορά πωλήσεων (παρακολούθηση επιπέδων και αναφορών πωλήσεων), με τον καθορισμό των στόχων και κινήτρων. Τέλος είναι υπεύθυνο για δύο πού σημαντικές κατηγορίες τις προβλέψεις και τον προγραμματισμό των πωλήσεων (προβλέψεις για μελλοντικές πωλήσεις, συντονισμός παραγωγής) αλλά και την συμμόρφωση της επιχείρησης με κανονισμούς και πολιτικές που επιβάλλονται από τον εκάστοτε νόμο.

6. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

6.1 Μορφή επιχείρησης

Νομική μορφή επιχείρησης: Αγροτικός Συνεταιρισμός – Ομάδα Παραγωγών

Ορισμός: Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί είναι νομικές οντότητες στις οποίες συμμετέχουν αγρότες που επιδιώκουν από κοινού οικονομικά οφέλη. Κάθε μέλος του συνεταιρισμού συμμετέχει ισότιμα στη λήψη αποφάσεων και στη διανομή των κερδών. Οι ομάδες παραγωγών είναι συχνά πιο εξειδικευμένες σε συγκεκριμένους τομείς (π.χ., καλλιέργειες, κτηνοτροφία) και στοχεύουν στη βελτίωση της παραγωγής και της εμπορικής προώθησης των προϊόντων. (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ), χ.χ.), (International Cooperative Alliance, n.d.), (Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Γεωργία και Αγροτική Ανάπτυξη, n.d.)

Πλεονεκτήματα ενός αγροτικού συνεταιρισμού ή ομάδας παραγωγών:

1. Οικονομίες κλίμακας: Οι συνεταιρισμοί έχουν τη δυνατότητα να αγοράζουν σε μεγαλύτερες ποσότητες τα απαραίτητα εφόδια, όπως λιπάσματα ή μηχανήματα, σε χαμηλότερες τιμές.
2. Καλύτερη πρόσβαση στις αγορές: Οι συνεταιρισμοί ή οι ομάδες παραγωγών μπορούν να διαπραγματευτούν καλύτερες τιμές και όρους πώλησης, καθώς διαθέτουν μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντων.
3. Μείωση κόστους παραγωγής: Η συλλογική οργάνωση της παραγωγής μπορεί να μειώσει το κόστος μέσω της από κοινού χρήσης εξοπλισμού, υποδομών και γνώσεων.
4. Βελτίωση ποιότητας προϊόντων: Οι ομάδες παραγωγών συχνά έχουν αυστηρά πρότυπα παραγωγής, γεγονός που οδηγεί σε προϊόντα υψηλότερης ποιότητας.
5. Ασφάλεια εισοδήματος: Η συλλογική πώληση προϊόντων μπορεί να εξομαλύνει τις διακυμάνσεις τιμών στην αγορά, παρέχοντας μεγαλύτερη ασφάλεια εισοδήματος στους παραγωγούς.
6. Πρόσβαση σε τεχνική βοήθεια και καινοτομίες: Οι συνεταιρισμοί συχνά διαθέτουν τεχνικούς συμβούλους και παρέχουν εκπαίδευση στα μέλη τους για νέες τεχνολογίες και μεθόδους καλλιέργειας.
7. Ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης: Ενωμένοι οι αγρότες έχουν μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη απέναντι στους προμηθευτές και τους αγοραστές, κάτι που μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερες συνθήκες συνεργασίας και τιμολόγησης.
8. Προστασία από μεσάζοντες: Οι συνεταιρισμοί μπορούν να αναλάβουν απευθείας την εμπορία των προϊόντων, μειώνοντας την εξάρτηση από μεσάζοντες που αποσπούν μεγάλο μερίδιο κέρδους.

9. Πρόσβαση σε επιδοτήσεις και χρηματοδότηση: Πολλές κυβερνήσεις και διεθνείς οργανισμοί προσφέρουν οικονομική ενίσχυση και προγράμματα στήριξης για συνεταιρισμούς και ομάδες παραγωγών, κάτι που μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό τους.

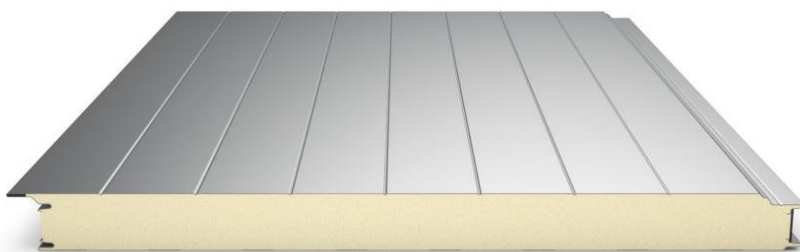
10. Δυνατότητα ανάπτυξης και καινοτομίας: Μέσω της συλλογικής δράσης, είναι πιο εύκολο να επενδύσουν σε νέες τεχνολογίες, να εφαρμόσουν καινοτόμες μεθόδους καλλιέργειας ή μεταποίησης και να ανταποκριθούν στις προκλήσεις της αγοράς.

6.2 Κτιριακή επέκταση

Η προτεινόμενη επένδυση αφορά την επέκταση του ήδη υπάρχοντος κτιρίου κατά 380 m² από αυτά τα 80 m² αφορούν την επέκταση χρήσιμων χώρων όπως γραφεία και χώρους για το προσωπικό, τα 120 m² αφορούν την γραμμή και τους χρήσιμους χώρους της γραμμής μεταποίησης μαρμελάδας και τα 180 m² αφορούν την γραμμή και τους χρήσιμους χώρους της γραμμής μεταποίησης αποξηραμένων. Το κόστος ανά τετραγωνικό μέτρο κυμαίνεται στα 380 €.

Η θεμελίωση-βάση του κτιρίου θα κατασκευαστεί από οπλισμένο σκυρόδεμα (μίγμα από τσιμέντο, άμμο, χαλίκι και νερό, έχει υψηλή αντοχή στη θλίψη αλλά χαμηλή αντοχή στον εφελκυσμό (τράβηγμα)).

Η κύρια κατασκευή θα γίνει από πάνελ πολυουρεθάνης, συχνά γνωστά ως πάνελ PUR ή PIR, ανάλογα με το είδος του αφρού που χρησιμοποιείται) τα οποία είναι δομικά υλικά που χρησιμοποιούνται συνήθως για θερμομόνωση και κατασκευαστικές εφαρμογές. Αυτά τα πάνελ αποτελούνται από δύο στρώματα υλικών (συνήθως μέταλλο, όπως γαλβανισμένη λαμαρίνα) που περιβάλλουν έναν πυρήνα από αφρό πολυουρεθάνης. ((Top Way Steel, n.d.)



Εικόνα 22. Πάνελ πολυουρεθάνης ή PUR

Τέλος θα υπάρξει και στρώση από βιομηχανικό δάπεδο, το οποίο χρησιμοποιείται κυρίως σε βιομηχανικούς χώρους όπως εργοστάσια, αποθήκες, εργαστήρια και γενικά σε χώρους που απαιτούν αυξημένη αντοχή και διάρκεια. Τα χαρακτηριστικά του είναι η αντοχή, οι αντλιοσθητικές ιδιότητες, ο εύκολος καθαρισμός και φυσικά η ανθεκτικότητα αφού χαρακτηρίζονται από μακράς διάρκειας ζωή κάτω από σκληρές συνθήκες χρήσης. Αυτά αφορούν την κτιριακή επέκταση του συνεταιρισμού και το συνολικό κόστος ανέρχεται στις 129.200€.

Στα παραπάνω δεν συμπεριλαμβάνεται το κόστος αδειών. Οι άδειες που πρέπει να υπάρχουν για την επέκταση του κτιρίου είναι οι παρακάτω:

1. Αμοιβές Μηχανικών και Τεχνικές Μελέτες: Αρχιτεκτονική Μελέτη (3.500€), Στατική Μελέτη (2000€), Μηχανολογική Μελέτη (2000€) με συνολικό κόστος 7.500€
2. Άδεια δόμησης με συνολικό κόστος 17.100€ ή 45€/m²
3. Περιβαλλοντική μελέτη με συνολικό κόστος 3.500€
4. Διοικητικά τέλη: Τέλη πολεοδομίας (700€) και Αμοιβές για την υποβολή και παρακολούθηση φακέλου (1.300€) με συνολικό κόστος 2.000€

Το συνολικό κόστος για όλες τις άδειες ανέρχεται σε 30.100€ ή 79,21€/m²

6.3 Περιγραφή γραμμών παραγωγής

Παρακάτω θα δούμε το κύριο κομμάτι της επέκτασης που αφορά τις δύο γραμμές παραγωγής δηλαδή την γραμμή αποξηραμένων φρούτων και την γραμμή παραγωγής μαρμελάδας.

6.3.1 Γραμμή παραγωγής αποξηραμένων φρούτων

Η γραμμή αποξηραμένων φρούτων απαιτεί χώρο συνολικής έκτασης 60 m² ενώ για τους χρήσιμους χώρους παραγωγής και αποθήκευσης των προϊόντων απαιτούνται 120 m². Πιο αναλυτικά η γραμμή αποξηραμένων φρούτων αποτελείται από τα παρακάτω:

1. MDK.1500 – Πλυντήριο φρούτων με βούρτσες και αναβατόριο εκφόρτωσης – 9.800€

Χρησιμοποιείται για το πλύσιμο των φρούτων καθώς αυτά τροφοδοτούνται στην χοάνη του πλυντηρίου, από περιστρεφόμενες βούρτσες. Η εκφόρτωση των φρούτων γίνεται με την βοήθεια του αναβατορίου.

- Δυναμικότητα 1500-2000 kg/h
- Κατανάλωση νερού 100 l/h
- Εφοδιασμένο με 4 βούρτσες κάθετες
- Διαθέτει ινβέρτερ, ρύθμισης ταχύτητας

Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης (4 kW κινητήρας), τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.

Κατασκευή: Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης (4 kW κινητήρας), τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.



Εικόνα 23. MDK.1500 – Πλυντήριο φρούτων με βούρτσες και αναβατήριο εκφόρτωσης

2. MKSV.2000 – Ταινία διαλογής – 4.650€

Χρησιμοποιείτε για την ποιοτική χειροδιαλογή των φρούτων καθώς αυτά μεταφέρονται.

- Δυναμικότητα 3000 kg/h
- Διαστάσεις 530*2500*1050 mm

Κατασκευή: Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης (0,55 kW κινητήρας), τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.



Εικόνα 24. MKSV.2000 – Ταινία διαλογής

3. Εκπυρηνωτικό κερασιών – βερίκοκων – 25.000€

Χρησιμοποιείται για την εκπυρήνωση κερασιών, δαμάσκηνων και βερίκοκων.

- Δυναμικότητα έως 1500 kg/h

Κατασκευή: Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης, τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.



Εικόνα 25. Εκπυρηνωτικό κερασιών – βερίκοκων – 25.000€

4. RC.500 - Περιστερόμενο τύμπανο επικάλυψης κομμένων φρούτων – 12.400€

Χρησιμοποιείται για την επικάλυψη κομμένων φρούτων κομμένων είτε σε φέτες, είτε σε ροδέλες με διάφορα υγρά ενδυνάμωσης γεύσης και αρωμάτων.

- Δυναμικότητα 500 kg/h

Κατασκευή: Κατασκευασμένο εξολοκλήρου από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, εκτός μονάδας κίνησης (0,2 kW) πλαστικών, ηλεκτρικών και ηλεκτρολογικών εξαρτημάτων.



Εικόνα 26. RC.500 - Περιστερόμενο τύμπανο επικάλυψης κομμένων

5. TDHP.400 – Ξηραντήρας φρούτων με αντλία θερμότητας – 47.900€

Χρησιμοποιείται για την αποξήρανση φρούτων και λαχανικών, τεμαχισμένων και ολόκληρων. Διαθέτει αντλία θερμότητας για την επίτευξη των συνθηκών αποξήρανσης αλλά και για την ψύξη και επαναφορά του προϊόντος σε θερμοκρασία περιβάλλοντος. Η χρήση αντλίας θερμότητας καθιστά την λειτουργία του ξηραντήρα πολύ οικονομική, αφού η συνολική κατανάλωση ενέργειας ανέρχεται στα 8 kW ανά ώρα λειτουργίας.

Χαρακτηριστικά :

- Επιφάνεια αποξήρανσης 180 m²
- Δυναμικότητα αποξήρανσης 1500 kg ανά κύκλο αποξήρανσης (8 h)
- Παραγόμενο αποξηραμένο προϊόν 200 kg ανά κύκλο αποξήρανσης (8 h)
- Θερμική ισχύς 25 kW
- Ισχύς 7 kW

- Ψυκτική ισχύς 16,90 kW
- Μέγιστη θερμοκρασία αέρα 65°C
- Ποσότητα αφύγρανσης 30-50 l/h
- PLC DELTA
- Παροχή ξηρού αέρα 35.000 m³/h
- Διαστάσεις 2820*6000*2200 mm
- Πάχος πάνελ 80 mm
- Σετ ανεμιστήρων, 2 τεμάχια
- Τελάρα αποξήρανσης 400 τεμάχια
- Διαστάσεις τελάρων 770*570*47 mm



Εικόνα 27. TDHP.400 – Ξηραντήρας φρούτων με αντλία θερμότητας

6. **MPS.04 – Σύστημα ζύγισης και συσκευασίας αποξηραμένων προϊόντων – 73.480€**

Χρησιμοποιείται για την ζύγιση και συσκευασία των αποξηραμένων προϊόντων. Αποτελείται από:

- αναβατόριο τροφοδοσίας τύπου Bucket με πλαστική ταινία και ανοξείδωτο σασί, για την μεταφορά του προϊόντος στο γραμμικό ζυγιστικό.
 - γραμμικό ζυγιστικό τοποθετημένο επί της σακουλοποιητικής μηχανής, εφοδιασμένο με μονάδα MICRO IPC επίσης διαθέτει μετρητή αριθμού συσκευασιών και μετρητή βάρους προϊόντων που έχουν συσκευασθεί.
 - κάθετη μηχανή συσκευασίας με μπάρες θερμοκόλλησης σελοφάν, λαμιναρισμένα υλικά κ.α. Ηλεκτρονική κατακόρυφη μηχανή διαμόρφωσης και ερμητικού κλεισίματος της σακούλας εφοδιασμένη με ηλεκτρονικό μικροεπεξεργαστή. Διαθέτει κινητήρα για την ελεγχόμενη εκτύλιξη του φιλμ, φορμάτ

ανοξείδωτο, υποδοχέα φορμάτ στο ζυγιστικό, σύστημα δημιουργίας συσκευασιών με τετράγωνο πάτο και χειρολαβή.

- αναβατήριο έτοιμων συσκευασιών τύπου bucket με πλαστική ταινία και ανοξείδωτο σασί.
- περιστρεφόμενο τραπέζι εγκιβωτισμού ανοξείδωτο διαμέτρου 1200 mm



Εικόνα 28. MPS.04 – Σύστημα ζύγισης και συσκευασίας αποξηραμένων προϊόντων

7. ECB.01 – Ηλεκτρολογικός πίνακας – καλωδιώσεις – 4.800€

Χρησιμοποιείται για την λειτουργία, προστασία και συγχρονισμό των προαναφερόμενων μηχανημάτων. Διαθέτει προστασία IP 66 μονωμένο ανοξείδωτο κουτί, καλώδια και σχάρες απαιτούμενες.

Το συνολικό κόστος για την γραμμή αποξήρανσης ανέρχεται στις 178.030€.

6.3.2 Γραμμή παραγωγής μαρμελάδας

Όσον αφορά την γραμμή παραγωγής μαρμελάδας αυτή απαιτεί χώρο συνολικής έκτασης 40 m² ενώ για τους χρήσιμους χώρους παραγωγής και αποθήκευσης των προϊόντων απαιτούνται 80 m². Πιο αναλυτικά η γραμμή παραγωγής μαρμελάδας αποτελείται από τα παρακάτω:

1. MDK.1500 – Πλυντήριο φρούτων με βούρτσες και αναβατήριο εκφόρτωσης – 9.800€

Χρησιμοποιείται για το πλύσιμο των φρούτων καθώς αυτά τροφοδοτούνται στην χοάνη του πλυντηρίου, από περιστρεφόμενες βούρτσες. Η εκφόρτωση των φρούτων γίνεται με την βοήθεια του αναβατηρίου.

- Δυναμικότητα 1500-2000 kg/h

- Κατανάλωση νερού 100 l/h
- Εφοδιασμένο με 4 βούρτσες κάθετες
- Διαθέτει ινβέρτερ, ρύθμισης ταχύτητας

Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης (4 kW κινητήρας), τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.

Κατασκευή: Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης (4 kW κινητήρας), τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.

2. MKSV.2000 – Ταινία διαλογής – 4.650€

Χρησιμοποιείτε για την ποιοτική χειροδιαλογή των φρούτων καθώς αυτά μεταφέρονται.

- Δυναμικότητα 3000 kg/h
- Διαστάσεις 530*2500*1050 mm

Κατασκευή: Το μηχάνημα είναι πλήρως κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304 εκτός από τη μονάδα κίνησης (0,55 kW κινητήρας), τα κουζινέτα, τα πλαστικά, ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά εξαρτήματα.

3. PF.500 – Πολτοποιητής φρούτων – 12.300€

Χρησιμοποιείται για την πολτοποίηση των εκφυρηνωμένων φρούτων.

- Απόδοση: 500-1000 kg/h
- Ηλεκτρική ισχύς: 2,2 kW, 400 V, 6 A, τριφασική
- Διαστάσεις: 650*1100*1140 mm
- Ύψος εισόδου: 1050 mm
- Ύψος εξόδου: 380 mm
- Διαθέτει προστασία IP 65 μονωμένο ανοξείδωτο πίνακα, καλώδια και σχάρες.
- Κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, εκτός μονάδας κίνησης, πλαστικών

και ηλεκτρικών εξαρτημάτων.



Εικόνα 29. PF.500 – Πολτοποιητής φρούτων

4. **MLF.300 – Βραστήρας μαρμελάδας – 8.500€**

Χρησιμοποιείται για την παρασκευή της μαρμελάδας φρούτων. Ένα δοχείο βρασμού διπλού τοιχώματος στο οποίο το μέσο θέρμανσης είναι γλυκερίνη κατάλληλης για τροφίμα. Διαθέτει ενσωματωμένη μονάδα ανάμιξης που εξασφαλίζει ότι τα υλικά δεν κολλάνε. Κινητήρας ανάμιξης τοποθετημένος στο κάτω μέρος με ξύστρες σιλικόνης κατάλληλο για τρόφιμα για την αποφυγή εγκαυμάτων. Το μηχάνημα ρυθμίζει αυτόματα τη θερμοκρασία του μέσου θέρμανσης. Η λειτουργία του είναι αυτόματη. Απαιτεί ελάχιστη συντήρηση. Αυτόματος έλεγχος θερμοκρασίας, πολύ εύκολος καθαρισμός. Τοποθετείται σε ποδαρικά βαρέως τύπου. Απαιτεί ελάχιστη συντήρηση.

Χαρακτηριστικά:

- Απόδοση: 300 l/κύκλο
- Ηλεκτρικές απαιτήσεις: 24 kW, 400 V, 32 A, τριφασικό
- Διαστάσεις: 1250*1450*1600 mm
- Εναλλάκτης θερμότητας: βιομηχανική γλυκερίνη τροφίμων
- Θερμόμετρα: 1 τεμάχιο με βαλβίδα ασφαλείας
- Αναμικτήρας με ξύστρες
- Κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, εκτός μονάδας κίνησης, πλαστικών

και ηλεκτρικών εξαρτημάτων.



Εικόνα 30. MLF.300 – Βραστήρας μαρμελάδας

5. **MLT.100 – Γεμιστικό μαρμελάδας – 3.650€**

Χρησιμοποιείται για το γέμισμα της μαρμελάδας σε γυάλινα βάζα. Η πτερωτή λειτουργεί ταυτόχρονα ως αντλία αυτόματης πλήρωσης και μετρητής ροής, καθιστώντας δυνατή την πλήρωση υγρών υψηλού ιξώδους.

Χαρακτηριστικά:

- Δυναμικότητα: 200-600 φιάλες/h
- Απαιτήσεις ισχύος: 0,1 kW, 24 V
- Διαστάσεις: 350*1100*1250mm
- Ογκομετρική πλήρωση, ακρίβεια πλήρωσης: +/- 0,5%
- Θερμοκρασία πλήρωσης: 0-100°C
- Εύρος πλήρωσης: 5gr-3500gr
- Ημιαυτόματο
- Κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, εκτός μονάδας κίνησης, πλαστικών

και ηλεκτρικών εξαρτημάτων.



Εικόνα 31. MLT.100 – Γεμιστικό μαρμελάδας

6. EMR.01 – Ημιαυτόματο κλειστικό βάζων – 9.500€

Χρησιμοποιείται για το κλείσιμο των βάζων twist off.

Χαρακτηριστικά:

- Δυναμικότητα έως 400 βάζα/h
- Διάμετρος καπακιών TO38-TO110
- Ύψος καπακιών 9 – 18 mm
- Διάμετρος βάζων 30 – 160 mm
- Ύψος βάζων 40 – 260 mm
- Κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, εκτός μονάδας κίνησης, πλαστικών

και ηλεκτρικών εξαρτημάτων.



Εικόνα 32. EMR.01 – Ημιαυτόματο κλειστικό βάζων

7. **MPK.400 – Παστεριωτής εμβάπτισης – 16.700€**

Χρησιμοποιείται για την παστερίωση των βάζων και είναι ηλεκτρικός. Το νερό θερμαίνεται με δύο ράβδους θέρμανσης, οι φιάλες τοποθετούνται στα συρμάτινα καλάθια και θερμαίνονται στην επιθυμητή θερμοκρασία. Ο έλεγχος θερμοκρασίας είναι πλήρως αυτόματος και όταν επιτευχθεί η ρυθμισμένη θερμοκρασία, το σύστημα απενεργοποιείται αυτόματα.

Χαρακτηριστικά:

- Δυναμικότητα: 400 l/κύκλο
- Ηλεκτρικές απαιτήσεις: 48kW, 400V
- Διαστάσεις: 2500*1000*2000mm
- IP65-ηλεκτρικός πίνακας
- Μόνωση μπανιέρας
- Αυτόματη ρύθμιση θερμοκρασίας
- Ηλεκτρικό βαρούλκο για τη μετακίνηση των καλάθων
- Χειροκίνητη λειτουργία
- Κατασκευασμένο από ανοξείδωτο χάλυβα AISI 304, εκτός μονάδας κίνησης, πλαστικών και ηλεκτρικών εξαρτημάτων.



Εικόνα 33. MPK.400 – Παστεριωτής εμβάπτισης

8. KINEX – Ετικετέζα βάζων – 1.200€

Χρησιμοποιείται για την σήμανση των έτοιμων παστεριωμένων προϊόντων με αυτοκόλλητη ετικέτα.

- Δυναμικότητα 300 βάζα/h



Εικόνα 34. KINEX – Ετικετέζα βάζων

8. ECB.01 – Ηλεκτρολογικός πίνακας – καλωδιώσεις – 4.800€

Χρησιμοποιείται για την λειτουργία, προστασία και συγχρονισμό των προαναφερόμενων μηχανημάτων. Διαθέτει προστασία IP 66 μονωμένο ανοξείδωτο κουτί, καλώδια και σχάρες απαιτούμενες.

Το συνολικό κόστος για την γραμμή παραγωγής μαρμελάδας ανέρχεται στις 71.100€. (Development Engineering Progress, n.d.)

6.4 Χρηματοδότηση της επέκτασης

Το συνολικό κόστος της επέκτασης ανέρχεται σε 415.430€, από αυτά τα 129.200€ είναι για την επέκταση των κτιρίων έκτασης 380 m², τα 249.130€ αφορούν τις 2 γραμμές παραγωγής (αποξηραμένα & μαρμελάδα, 178.030€ & 71.100€ αντίστοιχα), τα 30.100€ αφορούν το κόστος αδειών και τα 7.000€ αφορούν λοιπά έξοδα.

Για να γίνει η επέκταση της γραμμής παραγωγής μαρμελάδας και αποξηραμένων φρούτων με το μικρότερο οικονομικό βάρος και το μέγιστο όφελος ο συνεταιρισμός πρόκειται να ενταχθεί στον νέο Αναπτυξιακό Νόμο.

Ο **Αναπτυξιακός Νόμος** είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την ενίσχυση επενδύσεων που στοχεύουν στην ανάπτυξη της οικονομίας, την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Ο υφιστάμενος Αναπτυξιακός Νόμος 4399/2016 δίνει έμφαση στην ενίσχυση

μικρομεσαίων και νεοσύστατων επιχειρήσεων, στη δημιουργία καινοτομικών, εξωστρεφών και βιώσιμων επιχειρήσεων και στην επιχορήγηση πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων. Παρέχει κίνητρα για ιδιωτικές επενδύσεις, όπως επιχορηγήσεις, φορολογικές απαλλαγές, επιδοτήσεις επιτοκίων και χρηματοδοτική μίσθωση. (Αναπτυξιακός Νόμος, χ.χ.)

Κύρια Στοιχεία του Αναπτυξιακού Νόμου:

1. Επιλέξιμες Επενδύσεις

Ο Αναπτυξιακός Νόμος στοχεύει σε μια ευρεία γκάμα επενδύσεων σε διάφορους τομείς όπως:

- Βιομηχανία και μεταποίηση
- Γεωργία και αγροτική ανάπτυξη
- Τουρισμός
- Ενέργεια (έμφαση στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας)
- Τεχνολογία - καινοτομία

2. Κίνητρα Ενίσχυσης

Τα βασικά κίνητρα που προσφέρονται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου περιλαμβάνουν:

- Επιχορηγήσεις κεφαλαίου
- Φορολογικές απαλλαγές
- Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing)
- Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης, επιδότηση μισθών

πρόσληψης νέου προσωπικού

Το ποσοστό της ενίσχυσης κυμαίνεται συνήθως μεταξύ 30% - 55%, ανάλογα με την περιοχή της επένδυσης και το μέγεθος της επιχείρησης.

3. Περιοχές Ενίσχυσης

Οι περιοχές ενίσχυσης καθορίζονται με βάση τον Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων. Περιοχές με χαμηλότερο ΑΕΠ, όπως οι απομακρυσμένες, νησιωτικές και ορεινές περιοχές, δικαιούνται υψηλότερα ποσοστά επιδότησης. (Πληροφοριακό Σύστημα Κρατικών Ενισχύσεων (ΠΣΚΕ), χ.χ.), (Νόμος 4399/2016)

Έτσι στην προκειμένη ο συνεταιρισμός μπορεί να πάρει επιδότηση της τάξεως του 50% λόγω της μειονεκτικής περιοχής στην οποία βρίσκεται. Άρα από το συνολικό κόστος των 415.430€ τα 207.715€ θα είναι μέσω του αναπτυξιακού νόμου. Το υπόλοιπο ποσό θα καλυφθεί με δανεισμό διάρκειας 9 ετών και με σταθερό επιτόκιο της τάξεως του 7%. Συνεπώς η ετήσια δόση του δανείου θα είναι 28.311€ ενώ οι συνολικοί τόκοι που θα πληρώσει ο συνεταιρισμός θα είναι του ύψους των 79.754,36 €. Μέσω του δανεισμού ο συνεταιρισμός θα πληρώσει ένα αρκετά μεγαλύτερο ποσό στην διάρκεια των 9 ετών,

ωστόσο δεν θα χρειαστεί να χρησιμοποιήσει δικά του χρήματα μειώνοντας έτσι την ρευστότητα του γεγονός που θα μπορούσε να οδηγήσει σε αδυναμία πληρωμών λόγω κάποιου αστάθμητου παράγοντα.

Επίσης η μονάδα μέσω του αναπτυξιακού θα επιχειρήσει να κάνει μετάβαση σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειες μειώνοντας ή και μηδενίζοντας το κόστος ενέργειας. Ακόμα θα έχει όλες τις φορολογικές ελαφρύνσεις και επιδοτήσεις που προσφέρει ο νόμος όπως επιδότηση αγοράς εξοπλισμού (κλαρκ, παλετοφόρα κλπ.), επιδότηση μισθών προσωπικού, απαλλαγή από τον φόρο εισοδήματος για τα κέρδη που προέκυψαν από την συγκεκριμένη επένδυση.

7. ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ – ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ

7.1 Παραγόμενα προϊόντα

7.1.1 Τεχνικά χαρακτηριστικά παραγόμενων προϊόντων

Η υπό μελέτη επέκταση της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης έχει ως πρωταρχικό στόχο την αξιοποίηση των μη εμπορεύσιμων κερασιών σε πρώτη φάση και εφόσον τα οικονομικά αποτελέσματα το επιτρέπουν να γίνει στο μέλλον αξιοποίηση και των υπόλοιπων προϊόντων με τα οποία δραστηριοποιείται ο συνεταιρισμός. Τα προϊόντα που μπορούν να αξιοποιηθούν είναι αυτά τα οποία είτε έχουν υποστεί αλλοιώσεις ή προσβολές από διάφορες ασθένειες (μυκητολογικές, εντομολογικές) ή από καιρικά φαινόμενα (βροχόπτωση χαλάζι, κάψιμο), είτε προϊόντα τα οποία μπορούν να χαρακτηριστούν ως β κατηγορίας δηλαδή μικρόκαρπα, άγουρα, υπερώριμα ή και διπλά κεράσια.

Σκοπός της αξιοποίησης των παραπάνω είναι αφενός μεν να αξιοποιηθούν προϊόντα τα οποία μέχρι στιγμής μένουν ανεκμετάλλευτα αλλά κυρίως η δυνατότητα να αυξήσουν το εισόδημα τους οι παραγωγοί οι οποίοι πολλές χρονιές εξαιτίας των παραπάνω προβλημάτων έχαναν μεγάλο μέρος της παραγωγής για το οποίο όμως επιβαρυνόταν με τα έξοδα παραγωγής (λιπάσματα, φυτοφάρμακα, καλλιεργητικές πρακτικές). Σημαντική είναι και η ώθηση προς τους παραγωγούς ώστε να συγκομίσουν τους μη εμπορεύσιμους έως τώρα καρπούς πρώτον με χαμηλότερο εργατικό κόστος αφού δεν απαιτείται η ίδια προσοχή για τα προϊόντα μεταποίησης. Τέλος θα υπάρξει αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας των δένδρων εφόσον δεν θα μείνουν προσβεβλημένοι καρποί οι οποίοι θα εξαντλήσουν το δένδρο ενώ ταυτόχρονα μειώνονται οι πιθανότητες για εξάπλωση ασθενειών τόσο μεταξύ των καρπών αλλά και μεταξύ γειτονικών δένδρων.

Τα προϊόντα που πρόκειται να παραχθούν είναι μαρμελάδα και αποξηραμένα φρούτα τα οποία θα τυποποιηθούν σε διάφορους τύπους συσκευασίας (Vaza.gr, n.d.). Πιο συγκεκριμένα πρόκειται να παραχθούν:

1. Μαρμελάδα από κεράσια ΠΓΕ ολοκληρωμένης διαχείρισης
 - a. 212 ml & 212 ml gourmet συσκευασία
 - b. 370 ml & 370 ml gourmet συσκευασία
 - c. 580 ml & 580 ml gourmet συσκευασία
 - d. 1000 ml



Εικόνα 35. Συσκευασία μαρμελάδας απλή



Εικόνα 36. Συσκευασία μαρμελάδας gourmet

2. Αποξηραμένα κεράσια ΠΓΕ ολοκληρωμένης διαχείρισης (Corious Bags, n.d.)
- a. 60 gr
 - b. 140 gr
 - c. 280 gr
 - d. 500 gr



Εικόνα 37. Συσκευασία αποξηραμένων

Η μονάδα έχει ως κύριο στόχο την διάθεση στην αγορά προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας, τα οποία θα παράγονται από κεράσια με την σήμανση ως ΠΓΕ. Η παραγωγική διαδικασία θα είναι ολοκληρωμένης διαχείρισης, με όλα τα μέλη να ακολουθούν πιστά τις οδηγίες από τους γεωπόνους σε συνεννόηση με την διοίκηση του συνεταιρισμού, ενώ, δεν πρέπει να ξεχνάμε και την μακροχρόνια τους εμπειρία επάνω στο προϊόν. Φυσικά θα υπάρχουν όλες οι απαραίτητες πιστοποιήσεις όπως ISO, HACCP, GlobalGar κλπ. τόσο κατά το στάδιο όπου ο καρπός βρίσκεται στο χωράφι, όσο και αργότερα κατά τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, της αποθήκευσης και έως ότου φθάσει στον τελικό καταναλωτή.

7.1.2 Περιγραφή και διατροφική αξία παραγόμενων προϊόντων

Η **μαρμελάδα** είναι ένα γλυκό προϊόν που παρασκευάζεται από φρούτα, τα οποία βράζονται μαζί με ζάχαρη και πηκτικά μέσα (π.χ. πηκτίνη), περιέχει κομμάτια φρούτου ή φρούτο σε πολτό και χρησιμοποιείται ευρέως ως αλειμμα σε ψωμί ή γλυκά. Τα φρούτα που χρησιμοποιούνται μπορεί να είναι φρέσκα, κατεψυγμένα ή σε άλλες μορφές, και η διαδικασία της παρασκευής της βοηθά στη διατήρηση των φρούτων για μεγάλο χρονικό διάστημα. Η ζάχαρη λειτουργεί ως συντηρητικό, αποτρέποντας την ανάπτυξη μικροοργανισμών. (Ελένη Τσαχάκη - Διατροφολόγος, χ.χ.)

Η διατροφική αξία που έχει μια μαρμελάδα από κεράσι είναι η παρακάτω (20-25 γραμμάρια):

- Θερμίδες: 50-65 kcal
- Υδατάνθρακες: 13-17 γραμμάρια
- Σάκχαρα: 10-15 γραμμάρια

- Πρωτεΐνες: 0-0,1 γραμμάρια
- Λίπη: Σχεδόν μηδενικά (0-0,1 γραμμάρια)
- Φυτικές ίνες: 0,2-0,5 γραμμάρια

Βιταμίνες και Μέταλλα:

- Βιταμίνη C: Μικρή ποσότητα, λόγω της θερμικής επεξεργασίας κατά την παρασκευή.
- Αντιοξειδωτικά: Τα κεράσια περιέχουν αντιοξειδωτικά όπως ανθοκυανίνες, τα οποία μπορεί να υπάρχουν σε μικρές ποσότητες στη μαρμελάδα, αν και η θερμότητα μειώνει την περιεκτικότητά τους.

Τα αποξηραμένα φρούτα είναι φρούτα από τα οποία έχει αφαιρεθεί το μεγαλύτερο μέρος του νερού μέσω ειδικών μεθόδων αποξήρανσης, όπως η ξήρανση στον ήλιο ή η χρήση αποξηραντικών μηχανών. Αυτή η διαδικασία συγκεντρώνει τα θρεπτικά συστατικά και τη γλυκύτητα του φρούτου, δημιουργώντας ένα πυκνό σε ενέργεια σνακ που έχει μεγάλη διάρκεια ζωής. Κοινά παραδείγματα αποξηραμένων φρούτων περιλαμβάνουν σταφίδες, βερίκοκα, δαμάσκηνα, και σύκα. (Fitness Motivation Hellas, n.d.), (Health Web, n.d.)

Διατροφική αξία αποξηραμένων κερασιών (ανά 100 γραμμάρια):

- Θερμίδες: 325-350 kcal
- Υδατάνυθρακες: 80-85 γραμμάρια
 - Σάκχαρα: 65-70 γραμμάρια (τα περισσότερα από τα σάκχαρα προέρχονται από το ίδιο το φρούτο, αν δεν έχουν προστεθεί επιπλέον ζάχαρα)
- Πρωτεΐνες: 1-2 γραμμάρια
- Λίπη: 0,3-0,5 γραμμάρια (σχεδόν μηδενικά)
- Φυτικές ίνες: 6-8 γραμμάρια

Βιταμίνες και Μέταλλα:

- Βιταμίνη C: Μειωμένη σε σχέση με τα φρέσκα κεράσια λόγω της διαδικασίας αποξήρανσης.
- Βιταμίνη A: Περίπου 100-200 IU, ανάλογα με τη μέθοδο αποξήρανσης.
- Κάλιο: 450-500 mg
- Ασβέστιο: 20-25 mg
- Σίδηρος: 1,5-2 mg

Άλλα Θρεπτικά Συστατικά:

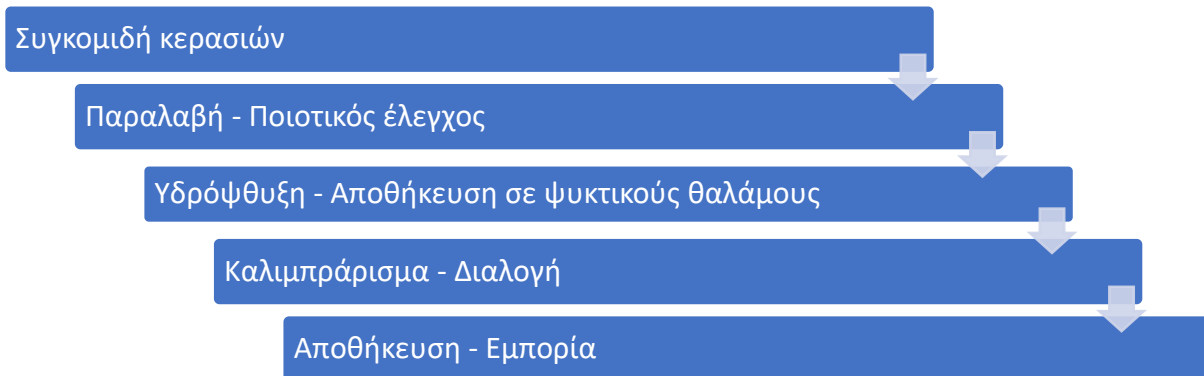
- Αντιοξειδωτικά: Τα αποξηραμένα κεράσια παραμένουν πλούσια σε αντιοξειδωτικά, όπως οι ανθοκυανίνες, που βοηθούν στην καταπολέμηση της φλεγμονής και της οξείδωσης στο σώμα.

Ως εκ τούτου ιδίως τα αποξηραμένα κεράσια αποτελούν μια αρκετά πλούσια πηγή ενέργειας η οποία σε συνδυασμό με τα πολύ χαμηλά λιπαρά και τα πλούσια αντιοξειδωτικά τα καθιστούν ένα πολύ υγιεινό σνακ και μια εναλλακτική λύση αντί άλλων γλυκών.

Η κύρια διαφορά ανάμεσα στη μαρμελάδα και τα αποξηραμένα φρούτα είναι ότι η μαρμελάδα παρασκευάζεται μέσω βρασμού με ζάχαρη, ενώ τα αποξηραμένα φρούτα είναι φυσικά φρούτα από τα οποία έχει αφαιρεθεί το νερό.

7.2 Υπάρχουσα παραγωγική διαδικασία

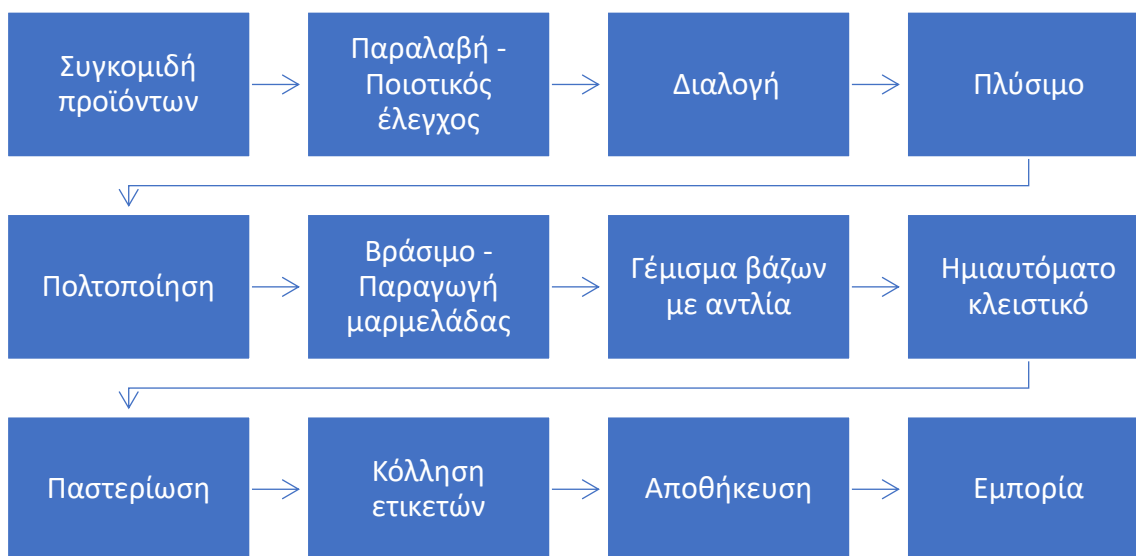
Η παραγωγική διαδικασία που ακολουθείται για τα εμπορεύσιμα κεράσια είναι η εξής:



Σχεδιάγραμμα 2. Υπάρχουσα παραγωγική διαδικασία

7.3 Παραγωγική διαδικασία παραγωγής μαρμελάδας

Η παραγωγική διαδικασία για την παραγωγή της μαρμελάδας έχει κάποιες ομοιότητες κατά το στάδιο συγκομιδής και της παραλαβής από τον συνεταιρισμό αλλά από εκεί και έπειτα ακολουθείται διαφορετική διαδικασία. Η συνολική παραγωγική διαδικασία έχει ως εξής:



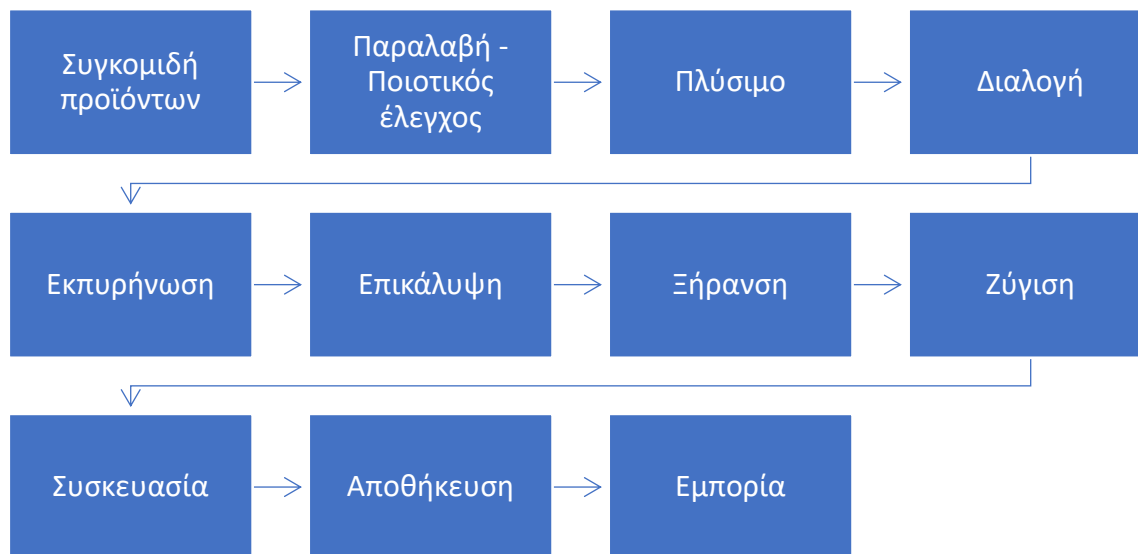
Σχεδιάγραμμα 3. Παραγωγική διαδικασία γραμμής παραγωγής μαρμελάδας

Για την παραγωγή μαρμελάδας, μετά την συγκομιδή των προϊόντων και την παραλαβή από τον συνεταιρισμό τα κεράσια περνάνε από υδροκούλερ και αποθηκεύονται για μια ημέρα ώστε να φύγει η θερμοκρασία αγρού, ακολούθως ξεκινάει η παραγωγική διαδικασία, όπου τα φρούτα τροφοδοτούνται πρώτα σε ταινία διαλογής με σκοπό την απομάκρυνση των ακατάλληλων, στην συνέχεια πλένονται στο πλυντήριο με σκοπό να τροφοδοτηθούν στην συνέχεια στο μηχάνημα παραγωγής πουρέ (πολτοποίηση). Με την βοήθεια αντλίας ο πουρές φρούτων τροφοδοτείτε στην δεξαμενή βρασμού – παραγωγής μαρμελάδας, ώστε η μαρμελάδα να πάρει την τελική της μορφή με την προσθήκη διάφορων συστατικών (ζάχαρη, πηκτίνη, κιτρικό οξύ).

Η έτοιμη μαρμελάδα με βοήθεια αντλίας, γεμίζετε στα γυάλινα βάζα και αφού σφραγιστούν στο ημιαυτόματο κλειστικό μηχάνημα twist off τοποθετούνται στα καλάθια του παστεριωτή ώστε να ακολουθήσει το κρίσιμο στάδιο της παστερίωσης και ψύξης. Η παστερίωση γίνεται στους 80-90 βαθμούς κελσίου για 15 – 20 λεπτά της ώρας, ενώ μετά την ψύξη τους η θερμοκρασία των περιεκτών είναι στους 30-35 βαθμούς κελσίου. Τα παστεριωμένα βάζα με μαρμελάδα εκφορτώνονται από τα καλάθια εμβάπτισης του παστεριωτή και αφού στεγνώσουν, επικολλάται η ετικέτα με τις ανάλογες ενδείξεις και πληροφορίες για το προϊόν.

7.4 Παραγωγική διαδικασία αποξηραμένων φρούτων

Όπως και στην παραγωγή μαρμελάδας έτσι και στην παραγωγή αποξηραμένων φρούτων ακολουθείται η παρακάτω διαδικασία παραγωγής:



Σχεδιάγραμμα 4. Παραγωγική διαδικασία γραμμής παραγωγής αποξηραμένων

Πιο αναλυτικά κατά την παραγωγή των αποξηραμένων φρούτων, τα φρέσκα κεράσια τροφοδοτούνται στο πλυντήριο για το πλύσιμό τους και την απομάκρυνση όλων των ξένων υλών φυτικής και μη προέλευσης. Ακολουθεί χειροδιαλογή με την βοήθεια της ταινίας διαλογής, για να αφαιρεθούν προβληματικοί καρποί με ελαττώματα ώστε να ακολουθήσει η εκπυρήνωση τους.

Στην συνέχεια τα εκπυρηνωμένα κεράσια τροφοδοτούνται στο μηχάνημα επικάλυψης με διάφορα υγρά ενδυνάμωσης (ασκορβικό οξύ-βιταμίνη C, κιτρικό οξύ, ασβέστιο, φυτικές ή φυσικές επικαλύψεις όπως φυτικά έλαια) και μετά στα πλαστικά τελάρα του ξηραντήρα ώστε να γίνει η διαδικασία της αποξήρανσης.

Η διαδικασία της αποξήρανσης για ολόκληρα τα κεράσια διαρκεί 12-14 ώρες. Το περιεχόμενο σε υγρασία των ολοκληρωτικά αποξηραμένων φρούτων κυμαίνεται περίπου στο 5-6%, όπου μαζί με τα στερεά περιεχόμενα των φρούτων (κεράσια 15-16%) το αποξηραμένο προϊόν είναι περίπου στο 18-22%, του αρχικού βάρους τροφοδοσίας στον ξηραντήρα αναλόγως την ποικιλία, το μέγεθος και την συνολική υγρασία του προϊόντος. Επομένως για τροφοδοσίας με κεράσια συνολικού βάρους 1500 κιλών το αποξηραμένο προϊόν που θα προκύψει θα είναι περίπου 280 – 320 κιλά αποξηραμένου προϊόντος.

Τα παραγόμενα αποξηραμένα προϊόντα, τροφοδοτούνται στην ζυγιστική – συσκευαστική μηχανή για την τελική τους συσκευασία και την προώθησή τους στην αγορά.

7.5 Ετικέτα – Συσκευασία – Ποιοτικός έλεγχος

Η ετικέτα ή *ticketing* στα αγγλικά και η συσκευασία γενικότερα είναι η πρώτη εικόνα που βλέπει ο καταναλωτής ερχόμενος αντιμέτωπος με το προϊόν. Για αυτό το λόγο μέσα από την συσκευασία θα πρέπει να μπορεί να αντλήσει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με το προϊόν που πρόκειται να αγοράσει. Πιο αναλυτικά ο καταναλωτής μέσω της συσκευασίας και της ετικέτας θα λάβει πληροφορίες όπως:

- Την ονομασία του προϊόντος
- Την προέλευση του προϊόντος που είναι χαρακτηρισμένο ως ΠΓΕ προϊόν
- Τα συστήματα ποιότητας που χρησιμοποιούνται στην μονάδα μεταποίησης (ISO, HACCP, GlobalGap)
- Το χαμηλό αποτύπωμα άνθρακα
- Την ιχνηλασιμότητα του προϊόντος καθώς με συστήματος QR ο συνεταιρισμός και ταυτόχρονα καταναλωτής ξέρει από ποιον παραγωγό είναι το προϊόν που καταναλώνει
- Την ασφάλεια του τροφίμου ως προϊόν προερχόμενο από ολοκληρωμένη διαχείριση

Φυσικά ακόμα ένας σημαντικός στόχος της συσκευασίας είναι να προσδώσει προστιθέμενη αξία στο ήδη υπάρχον πολύ ποιοτικό προϊόν, κατατάσσοντας το ως *superfood* και υψηλής διατροφικής αξίας προϊόν στην συνείδηση του καταναλωτή, κάτι που συμβαδίζει και με τις σύγχρονες τάσεις των καταναλωτών για υγιεινά και υψηλής διατροφικής αξίας προϊόντα.

8. ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ – ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ – ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

8.1 Γενικά στοιχεία ερωτηματολογίων

Το ερωτηματολόγιο είναι ένα εργαλείο συλλογής δεδομένων που χρησιμοποιείται συχνά στην έρευνα για να συγκεντρώσει πληροφορίες από ένα δείγμα ατόμων. Πρόκειται για μια δομημένη σειρά ερωτήσεων που έχουν ως στόχο να συλλέξουν συγκεκριμένα δεδομένα σχετικά με τις απόψεις, τις εμπειρίες, τις συνήθειες ή τις δημογραφικές πληροφορίες των ερωτώμενων. Ένα ερευνητικό ερωτηματολόγιο είναι συνήθως ένας συνδυασμός ερωτήσεων κλειστού και ανοιχτού τύπου. (Ερωτηματολόγιο - Βικιπαίδεια, χ.χ.)

Τα πλεονεκτήματα των ερωτηματολογίων σε σχέση με ορισμένους άλλους τύπους εργαλείων έρευνας είναι ότι αποτελούν μια φθηνή μέθοδο συλλογής δεδομένων και διαθέτουν εύκολες και τυποποιημένες απαντήσεις. Αντίθετα τα μειονεκτήματα τους είναι ότι πολλές φορές οι τυποποιημένες απαντήσεις πιθανόν να μην περιέχουν τις επιθυμητές επιλογές των ερωτηθέντων καθώς και ότι οι ερωτώμενοι πρέπει να διαβάσουν τις ερωτήσεις για να τις απαντήσουν, γεγονός που μπορεί να καθιστά αυτό το γεγονός δύσκολο σε κάποιους.

8.2 Περιγραφή έρευνας

Η παρούσα έρευνα στοχεύει στη συλλογή και ανάλυση δεδομένων που αφορούν τις προτιμήσεις και τις συνήθειες των καταναλωτών σε σχέση με τα προϊόντα μεταποίησης φρούτων. Για το σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που διανεμήθηκε σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με δημογραφικά στοιχεία, γενικές ερωτήσεις για την μεταποίηση φρούτων, προτιμήσεις προϊόντων και κριτήρια επιλογής, ερωτήσεις σχετικά με την προέλευση και τα ποιοτικά στοιχεία τους καθώς και ερωτήσεις σχετικές με την προώθηση και την διαφήμιση των μεταποιημένων προϊόντων.

Η ανάλυση των δεδομένων από το ερωτηματολόγιο μας επιτρέπει να κατανοήσουμε τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών, ώστε να βελτιώσουμε τα προϊόντα μας και να προσαρμόσουμε τις στρατηγικές μάρκετινγκ και παραγωγής. Η ανάλυση περιλαμβάνει περιγραφική στατιστική των απαντήσεων και εξερεύνηση των σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών.

Η έρευνα έγινε το διάστημα Φεβρουαρίου Μαρτίου 2024, διαδικτυακά σε τυχαίο δείγμα. Οι ερωτώμενοι ήταν άτομα ηλικίας 15-65 ετών, ήταν άτομα και των δύο φύλων ενώ στην έρευνα συμμετείχαν άτομα διαφόρων μορφωτικών και οικονομικών επιπέδων. Το συνολικό δείγμα ήταν της τάξεως των 162 ατόμων.

8.3 Δομή ερωτηματολογίου

Παρακάτω βλέπουμε την γενική δομή της ανάλυσης του ερωτηματολογίου:

Δημογραφική Ανάλυση

- Ηλικιακή κατανομή των ερωτηθέντων
- Φύλο και άλλες δημογραφικές πληροφορίες

Γενικές ερωτήσεις για την μεταποίηση φρούτων

- Γνώμη για την μεταποίηση φρούτων
- Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα μεταποίησης φρούτων

Προτιμήσεις Προϊόντων Μεταποίησης Φρούτων

• Ανάλυση προτιμήσεων για διαφορετικά προϊόντα μεταποίησης φρούτων (χυμοί, μαρμελάδες, αποξηραμένα φρούτα, κατεψυγμένα φρούτα κ.λπ.)

- Ανάλυση της δημοτικότητας των προϊόντων σε διάφορες δημογραφικές ομάδες

Κριτήρια Επιλογής Προϊόντων Μεταποίησης Φρούτων

• Ανάλυση των κύριων κριτηρίων επιλογής προϊόντων (τιμή, ποιότητα, μάρκα, βιολογικά προϊόντα, τοπική παραγωγή, γεύση)

- Εξέταση των κριτηρίων επιλογής ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο

Ικανοποίηση από τα Προϊόντα Μεταποίησης Φρούτων

- Επίπεδα ικανοποίησης από την ποιότητα των προϊόντων
- Ανάλυση παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση

Προτάσεις Βελτίωσης Προϊόντων

• Ανάλυση των ανοικτών απαντήσεων σχετικά με τις προτάσεις των καταναλωτών για τη βελτίωση των προϊόντων

Αειφορία και Περιβαλλοντική Υπευθυνότητα

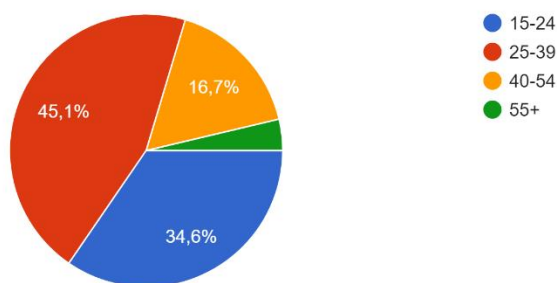
- Σημασία της αειφορίας για τους καταναλωτές κατά την επιλογή προϊόντων
- Διαθεσιμότητα να πληρώσουν περισσότερο για προϊόντα με πιστοποιήσεις αειφορία

8.4 Ανάλυση αποτελεσμάτων

8.4.1 Δημογραφική ανάλυση

Στο πρώτο μέρος της ανάλυσης θα ρίξουμε μια γρήγορη ματιά στα βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων ώστε, να μπορέσει να εξαχθεί ένα συμπέρασμα σχετικό με τις προτιμήσεις και τις πεποιθήσεις των καταναλωτών στον κλάδο των μεταποιημένων φρούτων.

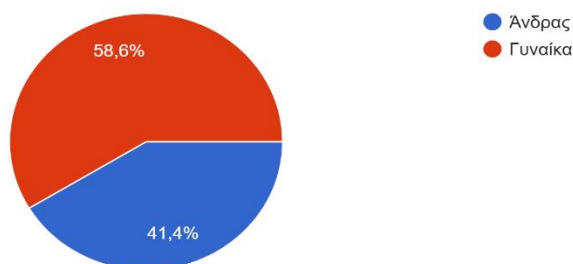
Ηλικία: (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 38. Ηλικία ερωτηθέντων

Η δημογραφική ανάλυση του δείγματος περιλαμβάνει την κατανομή των ηλικιών και του φύλου των ερωτηθέντων. Συνολικά, το δείγμα περιλάμβανε 56 άτομα ηλικίας 15-24 ετών, 73 άτομα ηλικίας 25-39 ετών, 27 άτομα ηλικίας 40-54 ετών και 6 άτομα ηλικίας 55 ετών και άνω. Η κατανομή αυτή μας επιτρέπει να κατανοήσουμε καλύτερα τις προτιμήσεις και τις ανάγκες κάθε ηλικιακής ομάδας. Από αυτά τα άτομα οι 95 είναι γυναίκες και οι 67 άνδρες (εικόνα 2).

Φύλο: (1 απάντηση)
162 απαντήσεις

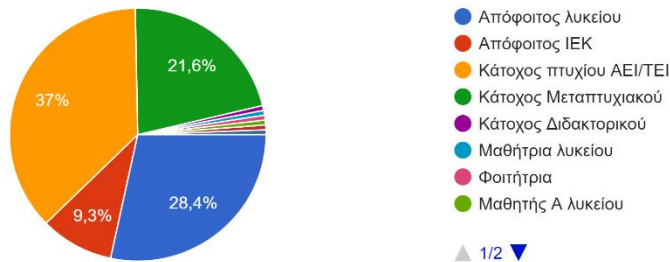


Εικόνα 39. Φύλο ερωτηθέντων

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων (67) είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, ακολουθούν οι απόφοιτοι λυκείου οι οποίοι είναι 46, ενώ στην τρίτη θέση είναι οι κάτοχοι διδακτορικού με 35 άτομα. Τέλος 15 άτομα έχουν τελειώσει κάποιο ΙΕΚ, ενώ με ποσοστά κάτω του 1 % υπάρχουν απαντήσεις όπως φοιτητής μαθητής κλπ.

Επίπεδο εκπαίδευσης: (1 απάντηση)

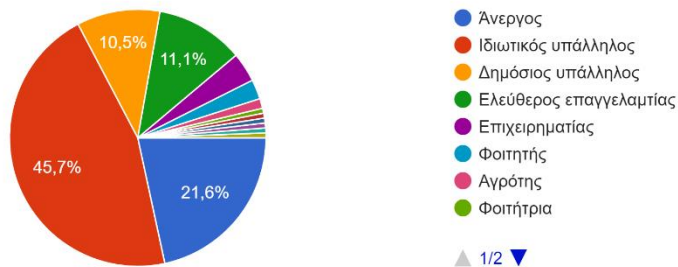
162 απαντήσεις



Εικόνα 40. Επίπεδο εκπαίδευσης

Εργασιακή κατάσταση: (1 απάντηση)

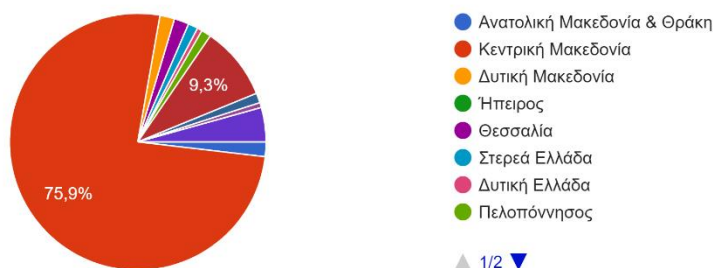
162 απαντήσεις



Εικόνα 41. Εργασιακή κατάσταση

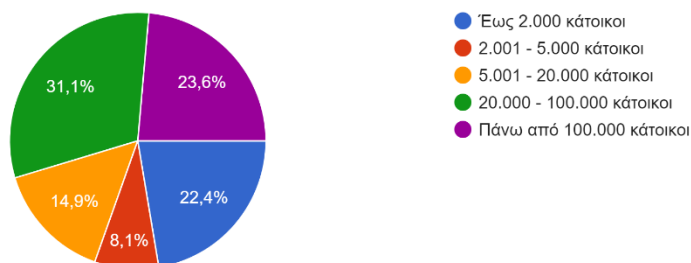
Στην εργασιακή κατάσταση η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ανήκουν στην κατηγορία των ιδιωτικών υπαλλήλων με 74 απαντήσεις, ακολουθούν οι άνεργοι με 21,6 % και οι δημόσιοι υπάλληλοι με 10,5 %. Σημαντικό ποσοστό κατέχουν και οι ελεύθεροι επαγγελματίες με 11,1 %. Οι υπόλοιπες απαντήσεις όπως επιχειρηματίας, φοιτητής κλπ. κατέχουν ποσοστό κάτω του 5,0 %.

Περιφέρεια Διαμονής: (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 42. Περιφέρεια διαμονής

Πληθυσμός τόπου διαμονής: (1 απάντηση)
161 απαντήσεις



Εικόνα 43. Πληθυσμός τόπου διαμονής

Τέλος όσον αφορά τον τόπο διαμονής η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων κατοικεί στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με 75,9 % ήτοι 123 άτομα, ακολουθούμενοι με 9,3% και 15 άτομα από την περιφέρεια Αττικής. Οι υπόλοιπες περιφέρειες έχουν μονοψήφιο αριθμό απαντήσεων.

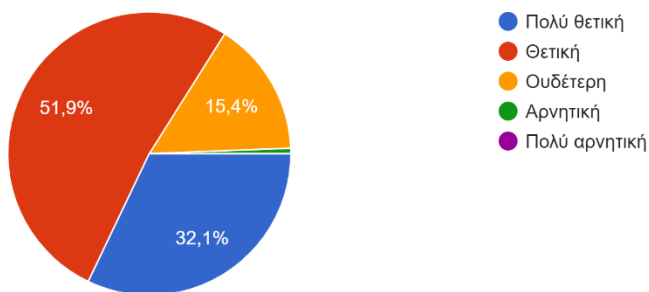
Ιδιαίτερη σημασία όμως έχει η πληθυσμιακή κατανομή των πόλεων εκεί όπου υπάρχει μια σχετική ισορροπία με την πλειοψηφία να κατοικεί σε περιοχές που έχουν από 20.000 έως 100.000 κατοίκους ενώ στην δεύτερη θέση βρίσκουμε την επιλογή πάνω από 100.000 κατοίκους. Αυτές οι δύο επιλογές έχουν αθροιστικά πάνω από 50,0% ωστόσο και οι επιλογές σε περιοχές έως 2.000 κατοίκους καθώς και σε περιοχές από 2.001 και έως 5.000 κάτοικοι έχουν αθροιστικά 30,5 %. Τέλος σε περιοχές από 5.001 έως 20.000 κατοικούν 24 άτομα που αποτυπώνεται σε 14,9 %.

8.4.2 Γενικές ερωτήσεις για τη μεταποίηση φρούτων

Στο δεύτερο μέρος της ανάλυσης υπάρχει μια εισαγωγή στα βασικά στοιχεία της μεταποίησης φρούτων με κάποιες γενικές ερωτήσεις.

Ποια είναι η γνώμη σας για την μεταποίηση φρούτων (πχ: χυμοί φρούτων, κομπόστα, γιαούρτι, αποξηραμένα φρούτα, μαρμελάδα κλπ); (1 απάντηση)

162 απαντήσεις

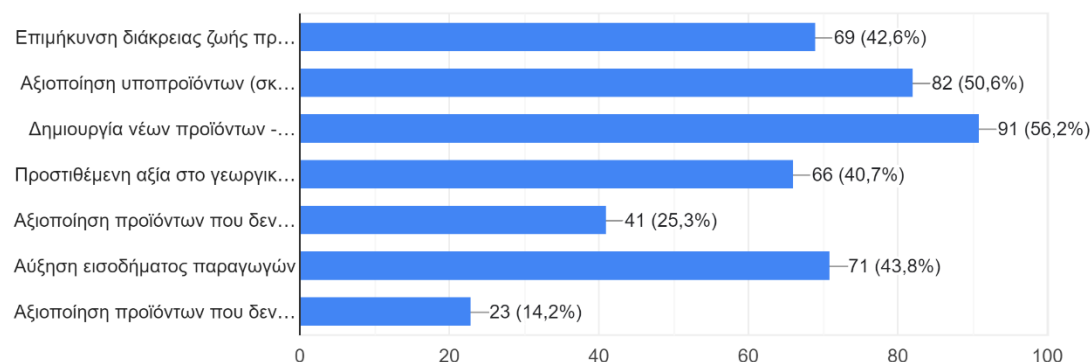


Εικόνα 44. Άποψη ερωτώμενων για την μεταποίηση φρούτων

Η πρώτη ερώτηση αυτής της κατηγορίας αφορά την άποψη των ερωτηθέντων για την μεταποίηση φρούτων. Όπως φαίνεται και στην παραπάνω εικόνα η συντριπτική πλειοψηφεία έχει θετική και πολύ θετική γνώμη ενώ μόλις το 0,6 % έχει αρνητική γνώμη. Δηλαδή μόλις 1 στους 162 ερωτώμενους δεν βλέπει με θετικό μάτι αυτά που προσφέρει ο τομέας της μεταποίησης φρούτων. Το 15,4 % ωστόσο κατατάει μια πιο ουδέτερη στάση απέναντι στα παραγώμενα προϊόντα.

Ποια κατά την γνώμη σας είναι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της μεταποίησης αγροτικών προϊόντων (έως 3 απαντήσεις);

162 απαντήσεις

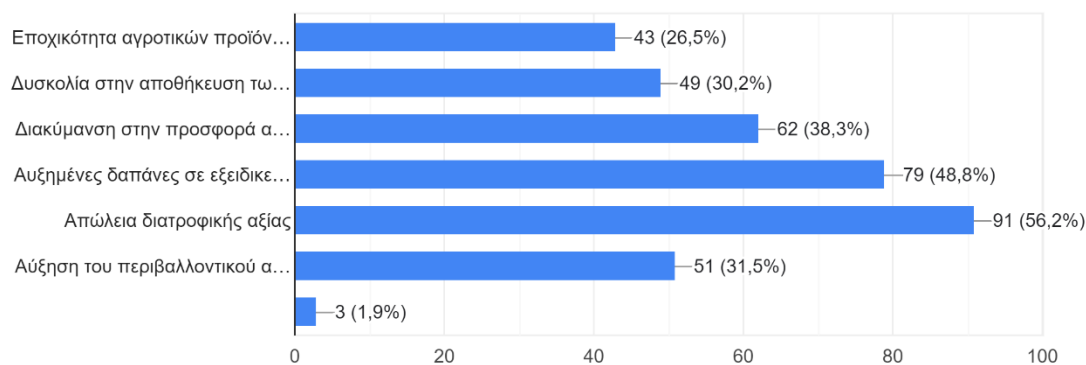


Εικόνα 45. Πλεονεκτήματα μεταποίησης φρούτων.

Στην ερώτηση που αφορά τα πλεονεκτήματα της μεταποίησης οι απόψεις δίστανται ωστόσο η δημοφιλέστερη απάντηση είναι δημιουργία νέων προϊόντων που έχει ως αποτέλεσμα την προσφορά πολλών τελικών προϊόντων για τον καταναλωτή. Μεγάλη απήχηση είχαν και οι απαντήσεις που αφορούν την αξιοποίηση μη εμπορεύσιμων προϊόντων, η αύξηση του εισοδήματος των παραγωγών, η επιμήκυνση διάρκειας ζωής των νέων προϊόντων καθώς και η προστιθέμενη αξία την οποία λαμβάνει το γεωργικό προϊόν. Αντίθετα ως λιγότερο σημαντικό κρίθηκε από τους ερωτώμενους η αξιοποίηση προϊόντων τα οποία δεν μπορούν να καταναλωθούν αν δεν υποστούν πρώτα μια επεξεργασία όπως για παράδειγμα τα ζαχαρότευτλα.

Ποια κατά την γνώμη σας είναι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της μεταποίησης αγροτικών προϊόντων (έως 3 απαντήσεις);

162 απαντήσεις



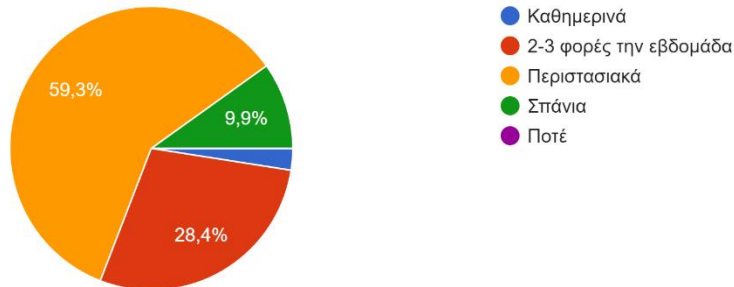
Εικόνα 46. Μειονεκτήματα μεταποίησης φρούτων

Τέλος όσον αφορά τα μειονεκτήματα της μεταποίησης προϊόντων την μερίδα του λέοντος καταλαμβάνει η απάντηση που αφορά την απώλεια διατροφικής αξίας. Σημαντικό μειονέκτημα θεωρείται από τους ερωτώμενους και η ανάγκη τόσο για εξειδικευμένο εξοπλισμό όσο και για προσωπικό. Λιγότερο δημοφιλείς είναι οι απαντήσεις που αφορούν την εποχικότητα των αγροτικών προϊόντων, η δυσκολία στην αποθήκευσή τους. Σε μεσαία επίπεδα βρίσκεται η διακύμανση της προσφοράς των γεωργικών προϊόντων εξαιτίας ακραίων καιρικών φαινομένων γεγονός που μαρτυρά την εξάρτηση των γεωργικών προϊόντων από τον καιρό αλλά και η αύξηση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος από την διαδικασία της μεταποίησης.

8.4.3 Προτιμήσεις προϊόντων και κριτήρια επιλογής

Εμβαθύνοντας στην ανάλυση του ερωτηματολογίου θα περάσουμε σε ερωτήσεις που αφορούν τις προτιμήσεις των καταναλωτών αλλά και τα κριτήρια επιλογής των μεταποιημένων φρούτων όπως τα χαρακτηριστικά των φρούτων, την συσκευασία αλλά και τον τρόπο και τόπο αγορά τους.

Πόσο συχνά αγοράζετε μεταποιημένα φρούτα; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 47. Συχνότητα αγοράς φρούτων

Από πού προτιμάτε να αγοράζετε μεταποιημένα φρούτα; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 48. Τόπος αγοράς μεταποιημένων φρούτων

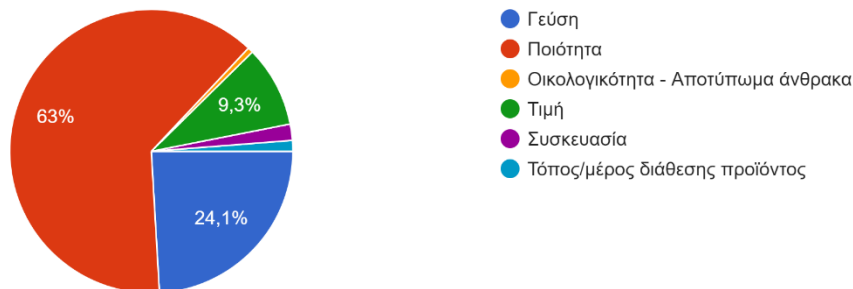
Στις πρώτες εικόνες του τρίτου μέρους βλέπουμε την συχνότητα και τον προτιμώμενο τόπο από όπου προμηθεύονται οι καταναλωτές τα μεταποιημένα φρούτα. Ως επί το πλείστον οι καταναλωτές αγοράζουν μεταποιημένα φρούτα περιστασιακά (59,3 %) ενώ μεγάλο ποσοστό προμηθεύεται με αυτά τα προϊόντα 2 με 3 φορές την εβδομάδα. Αντίθετα σχεδόν το 10 % αγοράζει σπάνια μεταποιημένα φρούτα. Το πιο σημαντικό αποτέλεσμα της παραπάνω ερώτηση ωστόσο είναι ότι δεν υπήρξε απάντηση

«Ποτέ» δηλαδή, όλοι οι καταναλωτές έστω και σε όχι τόσο κοντινά διαστήματα προμηθεύονται μεταποιημένα φρούτα.

Στο δεύτερο ερώτημα ο κύριος τόπος διάθεσης είναι το σούπερ μάρκετ με πάνω από τους μισούς να δηλώνουν αυτή την απάντηση. Ένας στους τρεις καταναλωτές πραγματοποιεί τις αγορές του από τοπικά καταστήματα, τοπικές επιχειρήσεις ή λαϊκές αγορές. Τέλος χαμηλό ποσοστό συγκεντρώνει η αγορά των προϊόντων από Συνεταιρισμούς ή Ομάδες παραγωγών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο φαίνεται να μην έχει αναπτυχθεί ακόμα τόσο δυναμικά στον παραπάνω τομέα παρόλη τη μεγάλη άνθηση του διαδικτύου γενικότερα.

Ποιο είναι το σημαντικότερο κριτήριο επιλογής ενός μεταποιημένου φρούτου; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις

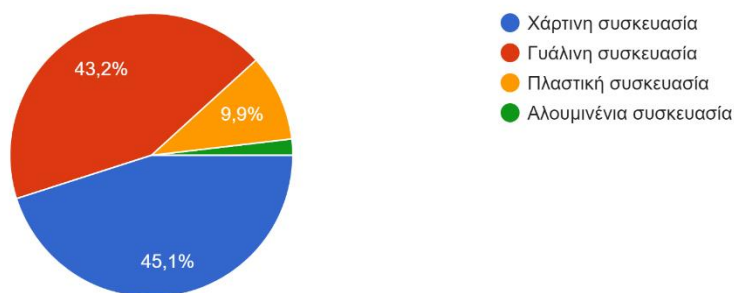


Εικόνα 49. Κριτήρια επιλογής μεταποιημένων φρούτων

Όσον αφορά τα κριτήρια επιλογής το σημαντικότερο χαρακτηριστικό που προτιμούν οι καταναλωτές είναι το ποιοτικό προϊόν με ποσοστό 63 %. Επομένως προϊόντα τα οποία έχουν πιστοποίηση ως ΠΟΠ, ΠΓΕ ή βιολογικά μπορούν να συγκεντρώσουν υψηλότερες πωλήσεις. Σημαντικό επίσης είναι και η γεύση με ένα στους τέσσερις καταναλωτές να δείχνει μεγαλύτερη προτίμηση σ' αυτό το χαρακτηριστικό. Τρίτο χαρακτηριστικό είναι η τιμή πώλησης των μεταποιημένων φρούτων δηλαδή πόσο ανταγωνιστικό μπορεί να είναι το προϊόν έναντι παρόμοιων στην αγορά. Τέλος ως όχι τόσο σημαντικά κριτήρια κατέταξαν οι ερωτώμενοι την οικολογικότητα-αποτύπωμα άνθρακα, την συσκευασία και τον τόπο διάθεσης του προϊόντος.

Ποια είναι η προτιμώμενη μέθοδος συσκευασίας για τα μεταποιημένα φρούτα; (1 απάντηση)

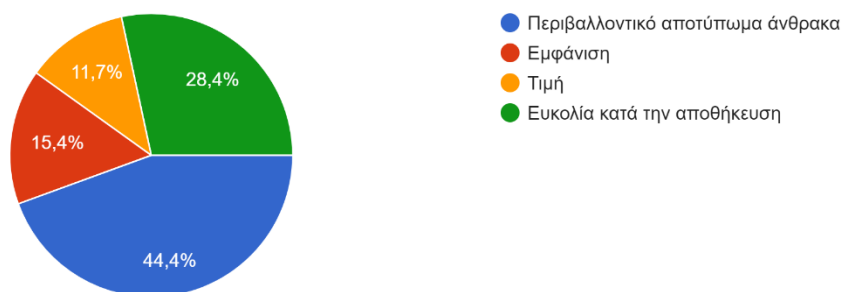
162 απαντήσεις



Εικόνα 50. Προτιμώμενη μέθοδος συσκευασίας

Ποιος είναι ο κύριος λόγος επιλογής της συσκευασίας; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις

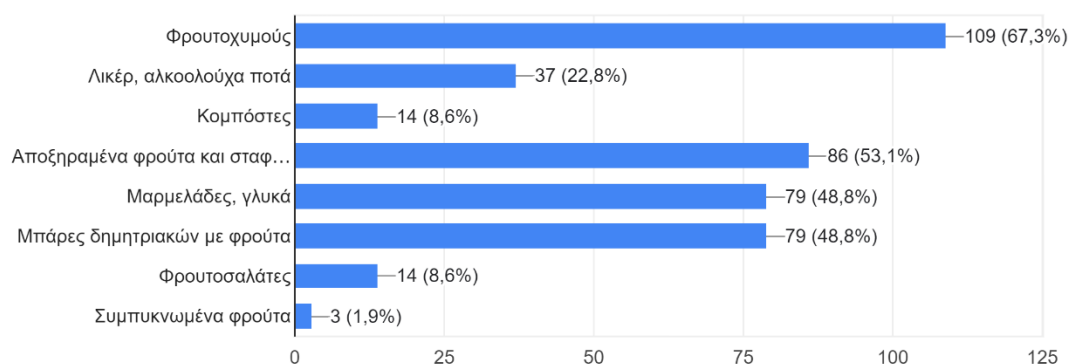


Εικόνα 51. Λόγοι επιλογής συσκευασίας

Στο κομμάτι της συσκευασίας οι καταναλωτές προτιμούν χάρτινες ή γυάλινες οι οποίες είναι πιο εύκολα ανακυκλώσιμες και φιλικότερες προς το περιβάλλον. Την παραπάνω επιλογή ενισχύει και το κριτήριο επιλογής της συσκευασίας αφού τα δύο βασικότερα κριτήρια είναι το περιβαλλοντικό αποτύπωμα και η ευκολία αποθήκευσης της συσκευασίας. Χαμηλότερα κριτήρια θεωρήθηκαν η εμφάνιση και κυρίως η τιμή.

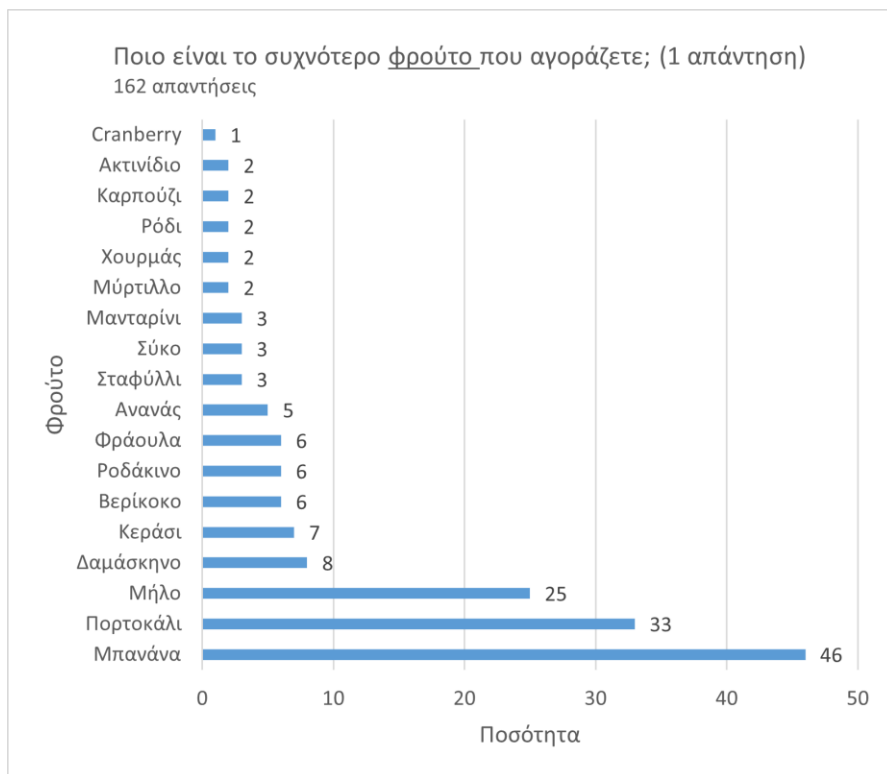
Ποια προϊόντα μεταποιημένων φρούτων καταναλώνετε συχνότερα; (έως 3 απαντήσεις)

162 απαντήσεις



Εικόνα 52. Συχνότερα προϊόντα μεταποιημένων φρούτων

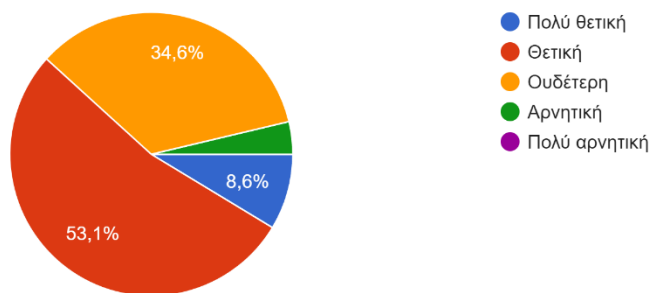
Περνώντας στις κατηγορίες μεταποιημένων φρούτων που προμηθεύονται συχνότερα οι καταναλωτές βρίσκουμε στην πρώτη θέση και με σημαντική διαφορά του φρουτοχυμούς. Στα ίδια επίπεδα προτίμησης κυμαίνονται οι απαντήσεις που αφορούν τα αποξηραμένα φρούτα, τις μαρμελάδες-γλυκά και τις μπάρες δημητριακών. Χαμηλότερα στην προτίμηση των καταναλωτών υπάρχουν οι επιλογές λικέρ-αλκοολούχα ποτά, κομπόστες, φρουτοσαλάτες με ποσοστά κάτω του 25 % ενώ, στην τελευταία θέση είναι τα συμπυκνωμένα φρούτα μια ιδιαίτερη κατηγορία η οποία δεν είναι τόσο διαδεδομένη στην χώρα μας γεγονός που αποδεικνύεται και από ο παραπάνω γράφημα.



Εικόνα 53. Συχνότερο φρούτο που αγοράζουν οι καταναλωτές

Στην ερώτηση ποιο είναι το φρούτο που αγοράζουν πιο συχνά οι καταναλωτές έδωσαν την κορυφή στις μπανάνες με 46 απαντήσεις (28,4 %). Στην δεύτερη θέση συναντάμε τα πορτοκάλια με 33 άτομα να το επιλέγουν (20,37 %) ενώ, στην τρίτη θέση είναι τα μήλα με 25 απαντήσεις και (15,43 %). Τα υπόλοιπα φρούτα έχουν τόσο μονοψήφιο αριθμό απαντήσεων όσο και μονοψήφιο ποσοστό.

Ποια είναι η γνώμη σας για την ποικιλία των μεταποιημένων φρούτων που είναι διαθέσιμα στην αγορά; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 54. Γνώμη για ποικιλία μεταποιημένων φρούτων στην αγορά

Ποιες κατηγορίες μεταποιημένων φρούτων θα θέλατε να βλέπετε περισσότερο στην αγορά; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις



Εικόνα 55. Προτίμηση μεταποιημένων φρούτων που δεν υπάρχουν σε μεγάλο βαθμό στην αγορά

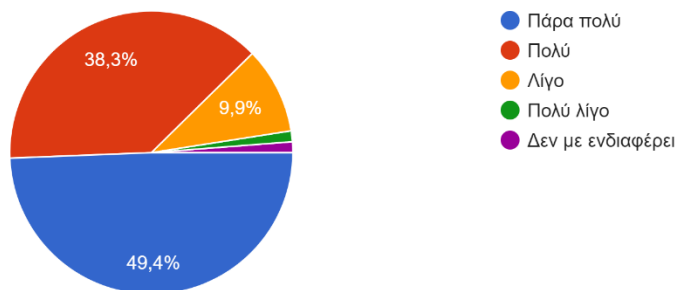
Στα δύο παραπάνω γραφήματα βλέπουμε την άποψη των καταναλωτών για την ποικιλία των μεταποιημένων φρούτων που υπάρχουν στην αγορά αλλά και για ποια προϊόντα θα ήθελαν να βλέπουν περισσότερο σ' αυτή.

Από το πρώτο γράφημα μπορούμε να καταλάβουμε ότι πάνω από 6 στους 10 καταναλωτές είναι ευχαριστημένοι με την ποικιλία των προϊόντων που μπορούν να βρουν διαθέσιμα στους τόπους διάθεσης των μεταποιημένων φρούτων. Αντίθετα ελάχιστοι είναι αυτή που έχουν αρνητική γνώμη με μόλις 6 άτομα (3,7 %) να δίνουν αυτή την απάντηση. Ουδέτερη στάση κρατούν 56 άτομα που αντιστοιχεί στο 34,6 %.

Περνώντας στο κομμάτι που αφορά συγκεκριμένα προϊόντα τα οποία θα ήθελαν να βλέπουν συχνότερα στις αγορές οι ερωτώμενοι επέλεξαν τα υγιεινά σνακ πρωτίστως και τα προϊόντα τα οποία φτιάχνονται από βιολογικά συνταγές. Το παραπάνω μαρτυρά την τάση των καταναλωτών για στροφή στην υγιεινή διατροφή. Με ποσοστό 9,3 % και 15 απαντήσεις οι φρουτοσαλάτες βρίσκονται στην τρίτη θέση και τα κατεψυγμένα έτοιμα γεύματα συγκεντρώνουν μόλις 3 στις 162 απαντήσεις δηλαδή ποσοστό 1,9 %.

Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να γνωρίζετε την προέλευση των μεταποιημένων φρούτων που αγοράζετε; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις



Εικόνα 56. Προέλευση μεταποιημένων φρούτων

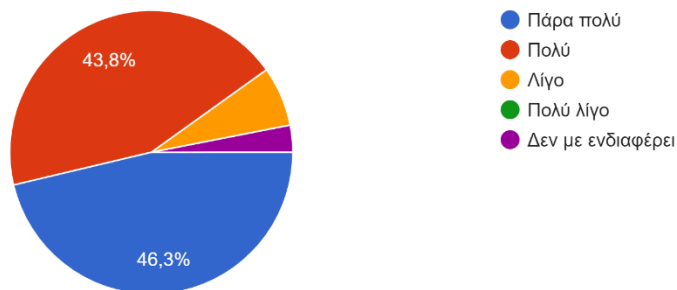
Κλείνοντας αυτή την ενότητα του ερωτηματολογίου θα δούμε την σημαντικότητα της προέλευσης των μεταποιημένων φρούτων. Η συντριπτική πλειοψηφία πιστεύει ότι είναι από πολύ έως πάρα πολύ σημαντικό να υπάρχει γνώση της προέλευσης. Αυτό το γεγονός καθιστά την ιχνηλασιμότητα απαραίτητο στοιχείο σε όσους ενδιαφέρονται να εισέρθουν και να επιτύχουν στον συγκεκριμένο τομέα. Αντίθετα μόλις 18 άτομα (11,1 %) θεωρούν την προέλευση λιγότερο σημαντικό χαρακτηριστικό. Τέλος υπάρχουν και 2 άτομα τα οποία δεν τους ενδιαφέρει αυτού του είδους η πληροφορία.

8.4.4 Προέλευση, Πρότυπα ποιότητας & Υγιεινή διατροφή

Στο συγκεκριμένο μέρος θα γίνει μια πιο ενδελεχής ανάλυση στις προτιμήσεις των καταναλωτών στα διάφορα συστήματα ποιότητας και στην προέλευση των μεταποιημένων φρούτων τα οποία οδηγούν σε πιο υγιεινά παραγόμενα προϊόντα.

Πόσο σημαντικό είναι για εσάς η συμμόρφωση του προμηθευτή-παραγωγού με διεθνείς προδιαγραφές ποιότητας και βιωσιμότητας; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις

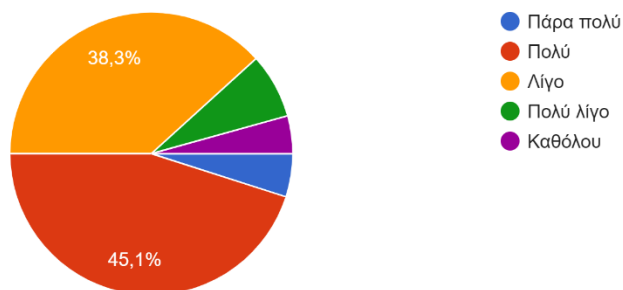


Εικόνα 57. Σημαντικότητα συμμόρφωσης με προδιαγραφές ποιότητας και βιωσιμότητας

Στο πρώτο γράφημα αυτής της ενότητας βλέπουμε την σημαντικότητα της συμμόρφωσης με τα διεθνή πρότυπα και προδιαγραφές. Όπως γίνεται εύκολα κατανοητό η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί από πολύ έως πάρα πολύ σημαντική την συμμόρφωση με τις διεθνείς προδιαγραφές ποιότητας και βιωσιμότητας οι οποίες δίνουν την δυνατότητα παραγωγής ενός υγιεινού προϊόντος προς τον καταναλωτή. Το παραπάνω χαρακτηριστικό το θεώρησαν λίγο σημαντικό 11 στους 162 ερωτώμενους (6,8 %) ενώ, μόλις 5 ερωτώμενοι (3,1 %) δήλωσαν ότι δεν τους ενδιαφέρει.

Πιστεύετε ότι η κατανάλωση μεταποιημένων φρούτων συμβάλλει στην υγιεινή σας διατροφή; (1 απάντηση)

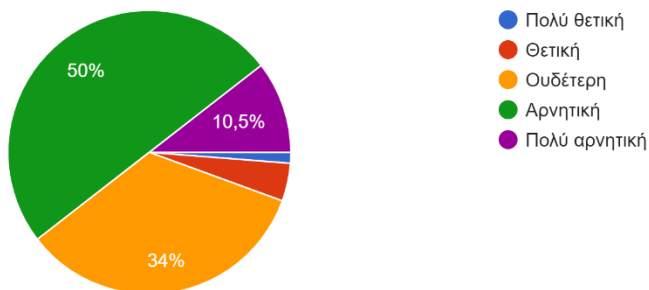
162 απαντήσεις



Εικόνα 58. Κατανάλωση μεταποιημένων φρούτων και υγιεινή διατροφή

Ποια είναι η γνώμη σας για τη χρήση συντηρητικών ή πρόσθετων στα μεταποιημένα φρούτα; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις



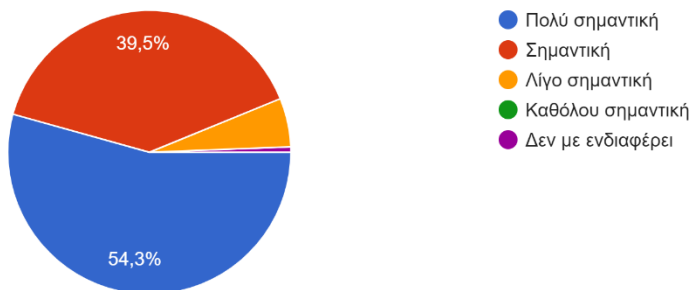
Εικόνα 59. Γνώμη για χρήση συντηρητικών ή προσθέτων στα μεταποιημένα

Συνεχίζοντας, τα 2 παραπάνω γραφήματα μας δείχνουν την γνώμη των καταναλωτών για την συμβολή των μεταποιημένων φρούτων στην υγιεινή διατροφή αλλά και για την χρήση συντηρητικών ή προσθέτων σ' αυτά.

Στο πρώτο το 45,1 % πιστεύει ότι τα μεταποιημένα φρούτα συμβάλλουν πολύ ενώ το 38,3 % δηλώνει ότι συμμετέχουν λίγο. Πολύ λίγο λέει το 7,4 % ενώ αντίθετα πάρα πολύ επέλεξε το 4,9 %. Τέλος υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξης του 4,3 % που πιστεύει ότι τα μεταποιημένα φρούτα δεν συμβάλλουν καθόλου στην υγιεινή διατροφή.

Όσον αφορά τώρα στην άποψη των καταναλωτών για την χρήση συντηρητικών ή προσθέτων η πλειοψηφία έχει αρνητική γνώμη με τους μισούς ερωτώμενους δηλαδή 81 να έχουν αρνητική και 17 πολύ αρνητική άποψη. Συνολικά το 60,5 % πιστεύει ότι τα μεταποιημένα φρούτα με την χρήση συντηρητικών ή προσθέτων συμβάλλουν λιγότερο στην υγιεινή διατροφή. Ουδέτερη γνώμη έχουν 55 άτομα (34 %) ενώ, μόλις το 9 άτομα (5,5 %) έχουν θετική ή πολύ θετική γνώμη.

Ποια είναι η γνώμη σας για την ετικέτα και την πληροφόρηση που παρέχεται σχετικά με τη σύνθεση, την προέλευση και τις διατροφικές πλ...ορίες των μεταποιημένων φρούτων; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 60. Γνώμη καταναλωτών για ετικέτα προϊόντων και πληροφόρηση

Η ετικέτα ενός προϊόντος μπορεί να παρέχει πολλές σημαντικές πληροφορίες σχετικές με την διατροφική αξία, την προέλευση, τα συστήματα ποιότητας που ακολουθήθηκαν κατά την παραγωγική διαδικασία και πολλές άλλες λεπτομέρειες. Με βάση όλα τα παραπάνω είναι εύκολα αντιληπτό ότι η συντριπτική πλειοψηφία πιστεύει ότι οι πληροφορίες της ετικέτας -γνωστό και ως *ticketing* στα αγγλικά- είναι από σημαντική (39,5 %) έως πολύ σημαντική (54,3 %). Στην άλλη πλευρά μόλις 9 άτομα (5,6 %) δεν θεωρούν τόσο σημαντική την ετικέτα. Τέλος υπάρχει και ένας ερωτώμενος τον οποίο δεν τον ενδιαφέρουν αυτές οι πληροφορίες.

Ποια είναι η γνώμη σας για τις τιμές των μεταποιημένων φρούτων σε σχέση με την ποιότητά τους; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις

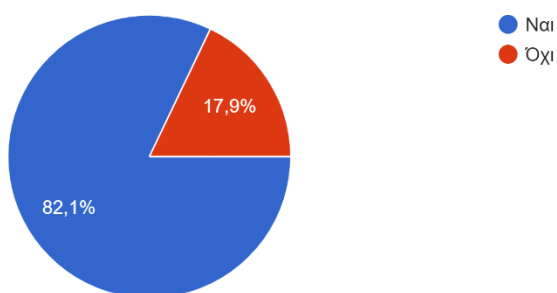


Εικόνα 61. Γνώμη καταναλωτών για τιμές μεταποιημένων φρούτων

Συνεχίζοντας την ανάλυση θα περνάμε σ' ένα βασικό κομμάτι που ενδιαφέρει τους καταναλωτές και αυτό δεν είναι άλλο από την τιμή του προϊόντος. Παρατηρείται ότι παραπάνω από τους μισούς (53,1 %) θεωρούν πως τα μεταποιημένα φρούτα είναι ακριβά ενώ υπάρχει και ένα μέρος (6,8 %) που πιστεύει ότι είναι πολύ ακριβά. Τέλος το 40,1 % βρίσκει σύμφωνη την αξία με το αγοραζόμενο προϊόν. Αξιοπρόσεκτο είναι ότι κανείς δεν θεωρεί ότι τα μεταποιημένα φρούτα είναι φθηνότερα από την πραγματική τους αξία.

Είστε πρόθυμος να πληρώσετε παραπάνω για μεταποιημένα φρούτα που είναι βιολογικά πιστοποιημένα ή φιλικά προς το περιβάλλον; (1 απάντηση)

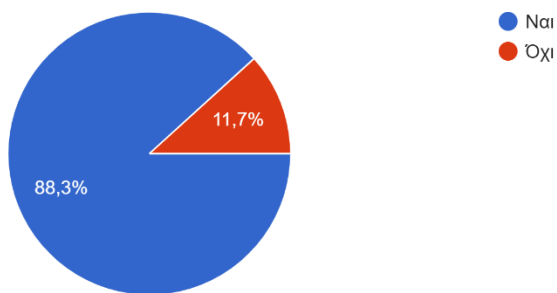
162 απαντήσεις



Εικόνα 62. Πρόθεση αγοράς βιολογικών έναντι συμβατικών μεταποιημένων φρούτων

Είστε πρόθυμος να πληρώσετε παραπάνω για μεταποιημένα φρούτα που είναι τοπικά παραγόμενα; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις



Εικόνα 63. Πρόθεση αγοράς τοπικά παραγόμενων μεταποιημένων φρούτων

Στα 2 παραπάνω σχεδιαγράμματα υπάρχει η πρόθεση των καταναλωτών να προμηθευτούν βιολογικά έναντι συμβατικών μεταποιημένων φρούτων, αλλά και στην αγορά τοπικά παραγόμενων

έναντι προϊόντων που προέρχονται ιδίως από μεγάλες εταιρείες μεταποίησης. Και στις δύο περιπτώσεις οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα για την αγορά τόσο βιολογικών (82,1 % έναντι 17,9 %), όσο και τοπικά παραγόμενων προϊόντων (88,3 % έναντι 11,7 %) δείχνοντας με αυτόν τον τρόπο την προτίμησή τους σε προϊόντα τα οποία τηρούν κάποια συστήματα ποιότητας αλλά και την στήριξη στην τοπική αγορά.

Ποιο είναι το κυριότερο κριτήριο που επηρεάζει την επιλογή σας μεταξύ μεταποιημένων φρούτων που είναι τοπικά παραγόμενα έναντι εκείνων που προέρχονται από μακρινές περιοχές; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις

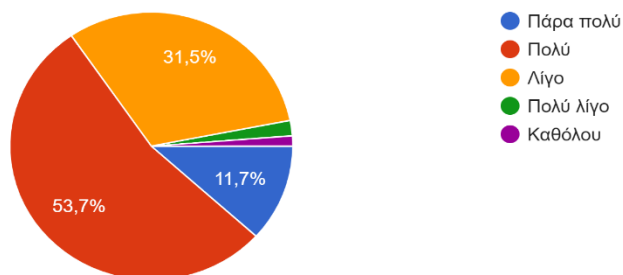


Εικόνα 64. Κριτήριο επιλογής τοπικά παραγόμενων μεταποιημένων φρούτων

Βλέποντας εκτενέστερα το παραπάνω ερώτημα μπορούμε να αντιληφθούμε ποια κριτήρια είναι αυτά τα οποία κάνουν τους καταναλωτές να επιλέγουν τα τοπικά παραγόμενα μεταποιημένα φρούτα. Το σημαντικότερο κριτήριο είναι η υποστήριξη της τοπικής οικονομίας με 48,1 % ενώ, ακολουθεί η επιλογή ποιότητα και γεύση με 35,2 %, θεωρώντας έτσι οι καταναλωτές ότι τα τοπικά μεταποιημένα φρούτα έχουν υψηλότερη διατροφική αξία και καλύτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Λιγότερο σημαντικό θεωρούν οι καταναλωτές την μείωση του αποτυπώματος του άνθρακα λόγω μικρότερων μετακινήσεων. Τέλος στην τελευταία θέση βρίσκουμε την επιλογή διαφοροποίηση και τοπική ποικιλομορφία με 4,9 %.

Πώς επηρεάζει η κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση την αγορά σας σε σχέση με τα μεταποιημένα φρούτα; (1 απάντηση)

162 απαντήσεις



Εικόνα 65. Κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση σε σχέση με τα μεταποιημένα φρούτα

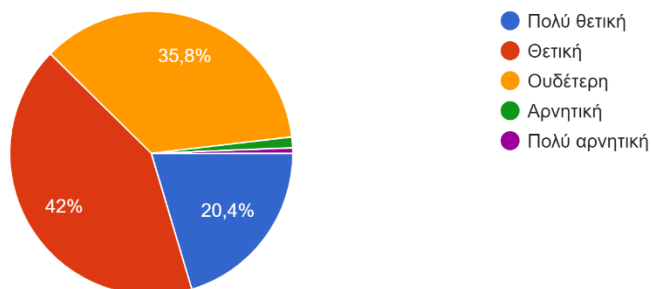
Τελευταία ερώτηση αυτού του μέρους είναι η άποψη των καταναλωτών για το πόσο ευαισθητοποιημένη είναι η αγορά των μεταποιημένων φρούτων για σε σχέση με περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα. Το 53,7 % θεωρεί ότι είναι πολύ ευαισθητοποιημένη ενώ το 31,5 % λίγο. Πάρα πολύ θεωρεί ότι είναι το 11,7 %. Τέλος πολύ λίγο δήλωσε το 1,9 % και καθόλου αντίστοιχα το 1,2 %.

8.4.5 Μάρκετινγκ και διαφήμιση

Στην τελευταία ενότητα θα γίνει ανάλυση του τομέα που αφορά το μάρκετινγκ και την διαφήμιση των μεταποιημένων φρούτων. Πιο συγκεκριμένα θα εξεταστούν η επίδραση ης επωνυμίας, των εκπτώσεων και της τεχνολογίας στην προτίμηση των μεταποιημένων φρούτων από τους καταναλωτές.

Ποια είναι η γνώμη σας για την επίδραση της διαφήμισης και του branding (επωνυμίας) στην αγορά μεταποιημένων φρούτων; (1 απάντηση)

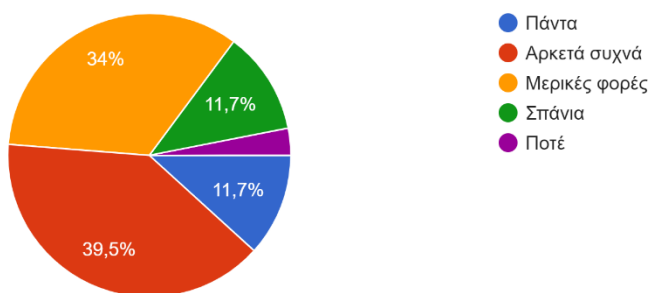
162 απαντήσεις



Εικόνα 66. Επίδραση της διαφήμισης και επωνυμίας (branding) στην αγορά των μεταποιημένων φρούτων

Από το παραπάνω σχεδιάγραμμα βλέπουμε ότι το 42 % έχει θετική άποψη και το 20,4 % πολύ θετική. Ουδέτερη άποψη έχει το 35,8 % και μόλις το 1,8 % έχει αρνητική ή πολύ αρνητική γνώμη (1,2 % και 0,6 % αντίστοιχα). Γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι οι περισσότεροι καταναλωτές θεωρούν ως ένα ιδιαίτερος σημαντικό χαρακτηριστικό την διαφήμιση και την επωνυμία που έχει ένα προϊόν σε σχέση με άλλα ανταγωνιστικά στην αγορά.

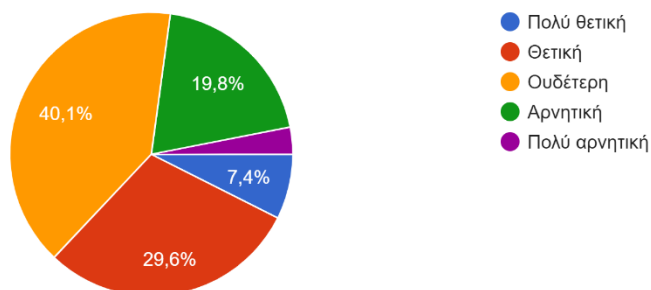
Πόσο συχνά ενδιαφέρεστε για προσφορές ή εκπτώσεις σε μεταποιημένα φρούτα; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 67. Ενδιαφέρον καταναλωτών για προϊόντα σε προσφορά ή έκπτωση

Όσον αφορά το ενδιαφέρον των καταναλωτών σχετικά με προϊόντα μεταποιημένων φρούτων τα οποία έχουν έκπτωση ή κάποια προσφορά οι απαντήσεις ήταν σχετικά μοιρασμένες. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση αρκετά συχνά με 39,5 %, ακολουθούμενη από την επιλογή μερικές φορές με 34 %. Χαμηλότερα βρίσκονται οι επιλογές πάντα και σπάνια με 11,7 % αμφότερες ενώ στην τελευταία θέση υπάρχει η επιλογή ποτέ με μόλις 3,1 %. Φαίνεται δηλαδή ότι ελάχιστοι είναι οι καταναλωτές τους οποίους δεν τους τραβάνε την προσοχή προϊόντα σε έκπτωση ή προσφορά ενώ πάνω από το 50 % αθροιστικά ενδιαφέρεται από αρκετά συχνά έως πάντα για τα αντίστοιχα προϊόντα.

Ποια είναι η στάση σας όσον αφορά τις νέες τάσεις και καινοτομίες στον τομέα της μεταποίησης φρούτων, όπως η χρήση τεχνητής νοημοσύνης ή η ανάπτυξη νέων υποκατάστατων; (1 απάντηση)
162 απαντήσεις



Εικόνα 68. Στάση καταναλωτών απέναντι στην καινοτομία και την τεχνητή νοημοσύνη στον τομέα μεταποίησης φρούτων

Τελευταία ερώτηση που κλήθηκαν να απαντήσουν οι καταναλωτές ήταν η γνώμη τους σχετικά με τις νέες τάσεις και την καινοτομία και κατά πόσο έχουν εισχωρήσει μέσα στον τομέα της μεταποίησης φρούτων με περιπτώσεις όπως την χρήση της τεχνητής νοημοσύνης αλλά και την ανάπτυξη νέων υποκατάστατων. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε με 40,1 % η ουδέτερη στάση, γεγονός που μαρτυρά την άγνοια που επικρατεί για αυτές τις μεθόδους ακόμα και από άτομα μικρότερης ηλικίας. Το 29,6 % δήλωσε ότι έχει θετική άποψη, αρνητική γνώμη έχει το 19,8 %. Τέλος πολύ θετική και πολύ αρνητική γνώμη δήλωσε το 7,4 % και 3,1 % αντίστοιχα.

8.5 Συμπεράσματα

Συνοψίζοντας από το παραπάνω ερωτηματολόγιο μπορούν να εξαχθούν κάποια ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την αγορά των μεταποιημένων φρούτων αλλά και με τις προτιμήσεις των καταναλωτών επάνω σ αυτό το κομμάτι.

Αρχικά το δείγμα κατά κύριο λόγο είναι νεαρής ηλικίας κάτω των 40 ετών, τα φύλα είναι μοιρασμένα, οι περισσότεροι συμμετέχοντες κατοικούν στην Κεντρική Μακεδονία και σε πόλεις άνω των 20.000 χιλιάδων κατοίκων. Το επίπεδο εκπαίδευσης είναι κυρίως ΑΕΙ/ΤΕΙ, η εργασιακή κατάσταση της πλειοψηφίας είναι ιδιωτικοί ή δημόσιοι υπάλληλοι και ακολούθως οι άνεργοι. Μ' όλα τα παραπάνω δεδομένα οι απαντήσεις παρουσιάζουν αρκετά έντονο ενδιαφέρον.

Αρχικά η γνώμη για την μεταποίηση φρούτων είναι τουλάχιστον θετική καθώς μπορούν μέσω αυτής να αξιοποιηθούν τα υποπροϊόντα, να αυξηθεί η διάρκεια της ζωής τους και το εισόδημα των παραγωγών. Βέβαια το κυριότερο είναι η δημιουργία νέων προϊόντων δίνοντας έτσι την ευχέρεια στον

καταναλωτή να επιλέξει ανάμεσα από περισσότερες επιλογές και προσφέροντας μεγαλύτερο ανταγωνισμό και καλύτερο προϊόν ποιοτικά και τιμολογιακά. Ωστόσο η μείωση κυρίως της διατροφικής αξίας όσο και η εποχικότητα, με την κλιματική αλλαγή αποτελούν προβλήματα που ανησυχούν τους καταναλωτές.

Η συχνότητα αγοράς του προϊόντος έχει μείζονα σημασία για τους παραγωγούς. Οι περισσότεροι καταναλωτές αγοράζουν μεταποιημένα φρούτα περιστασιακά και αυτό είναι ένα θέμα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι εταιρείες μεταποίησης. Επίσης οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν να αγοράσουν τα μεταποιημένα τρόφιμα από σούπερ μάρκετ γεγονός που καθιστά πιο δύσκολη την στήριξη μικροπαραγωγών καθώς δεν είναι εύκολο να μπορέσουν ειδικά μεμονωμένα να τοποθετήσουν τα προϊόντα τους στα ράφια τέτοιων αλυσίδων. Από την άλλη πλευρά οι καταναλωτές προτιμούν προϊόντα με κύρια χαρακτηριστικά αφενός μεν την ποιότητα και την γεύση, αφετέρου δε σε συσκευασίες οι οποίες είναι χάρτινες ή γυάλινες οι οποίες προσδίδουν ευχρηστία αλλά και ποιοτικότερη συσκευασία.

Ένα μειονέκτημα που φαίνεται να υπάρχει είναι τα φρούτα προτίμησης από τους καταναλωτές τα οποία είναι κυρίως μπανάνες και πορτοκάλια, δύο φρούτα δηλαδή που καλλιεργούνται στην Νότια Ελλάδα ενώ η περιοχή ενδιαφέροντος είναι το βόρειο τμήμα της χώρας.

Από τα πιο σημαντικά συμπεράσματα του ερωτηματολογίου είναι η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σε θέματα που αφορούν την υγιεινή διατροφή, την προέλευση των προϊόντων και την υπολλειμματικότητα, την τήρηση συστημάτων ποιότητας αλλά και η στήριξη της τοπικής οικονομίας. Είναι φανερό ότι οι σύγχρονοι καταναλωτές έχουν επηρεαστεί από τα προβλήματα που ταλανίζουν όχι μόνο τα στενά όρια της ελληνικής επικράτειας αλλά ολόκληρο τον πλανήτη, αυτά δεν είναι άλλα από την πανδημία του covid-19, από την κλιματική αλλαγή, τους πολέμους που μαστίζουν διάφορες περιοχές αλλά και την ακρίβεια που συνεχίζει με αυξανόμενους ρυθμούς. Όλα αυτά κάνουν τους καταναλωτές να επιλέγουν προϊόντα τα οποία ωφελούν την υγιεινή διατροφή και την άθληση στην οποία έχουν στραφεί, είναι επίσης φιλικά προς το περιβάλλον και μειώνουν το αποτύπωμα άνθρακα με φιλικές μεθόδους παραγωγής, εμπορίας και συσκευασίας.

Από όλα τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι για να είναι ανταγωνιστική μια νέα εταιρεία μεταποίησης φρούτων θα πρέπει να αφογκραστεί τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι να παράγει προϊόντα με πρότυπα υγιεινής τα οποία θα έχουν και κάποια σήμανση ποιότητας. Καλό θα είναι να ακολουθούν φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές, να στηρίζουν την τοπική οικονομία παίρνοντας προϊόντα απευθείας από τους παραγωγούς. Επίσης θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση τόσο στην συσκευασία αλλά ιδίως στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του

προϊόντος. Σημαντικό είναι να υπάρχει συνεχόμενη ροή στην αγορά παρά τις δυσκολίες λόγω των ιδιαιτεροτήτων των αγροτικών προϊόντων.

Ακόμα, η διαφήμιση είναι ένα σπουδαίο κομμάτι στην αλυσίδα της αγροδιατροφικής αλυσίδας και της εισόδου στην αγορά νέων προϊόντων. Για να μπορέσει αρχικά να κερδίσει αλλά ιδίως να κρατήσει και να αυξήσει σιγά σιγά την προτίμηση των καταναλωτών προς το προϊόν της είναι να μπορέσει να στοχεύσει τις αγορές στόχους, να παρέχει προϊόντα σε προσφορές και εκπτώσεις καθώς κεντρίζουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Επίσης, θα πρέπει στην ετικέτα του προϊόντος να αναγράφονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες όπως διατροφική αξία, συστήματα ποιότητας που ακολουθούνται κ.λπ., καθώς είναι άκρως ενδιαφέροντα για την πλειοψηφία των αγοραστών. Ταυτόχρονα πέρα από τις πληροφορίες η συσκευασία θα πρέπει να είναι εύχρηστη ποιοτική προσδίδοντας αξία στο προϊόν και κυρίως ανακυκλώσιμη, θα μπορούσε για παράδειγμα να ήταν συσκευασία από ανακυκλώσιμα υλικά δίνοντας στον καταναλωτή ένα επιπλέον εμπορικό κίνητρο.

Τέλος, αλλά πολύ σημαντικό είναι η τιμή του προϊόντος, θα πρέπει δηλαδή το προϊόν να τοποθετηθεί στο ράφι με τιμή ανταγωνιστική οποία θα δίνει κέρδος αλλά θα τηρεί ταυτόχρονα και όλες ή έστω τις περισσότερες από τις παραπάνω προϋποθέσεις. Αυτό είναι το πιο δύσκολο κομμάτι που καλείται να λάβει η κάθε εταιρεία και σίγουρα απαιτεί αρκετή μελέτη και προσεκτικές κινήσεις κάθε φορά.

9. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΑΣ ΑΓΙΟΣ ΛΟΥΚΑΣ

9.1 Στρατηγική της εταιρείας

Η στρατηγική της εταιρείας πηγάζει από τα μέλη της σε συνάρτηση με το διοικητικό της συμβούλιο, έτσι σε συνέχεια του επιτυχημένου μοντέλου της πώλησης των νωπών προϊόντων του συνεταιρισμού η επιχείρηση θέλει να εισέλθει και στον κλάδο των μεταποιημένων φρούτων.

Στόχος είναι η ανάπτυξη και η καθιέρωση των προϊόντων στην ελληνική αγορά τα οποία θα είναι σε πλήρη συνάρτηση με τις ανάγκες των καταναλωτών, θα μπορούν να τα βρουν στο παντοπωλείο της γειτονιάς, σε μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ αλλά και online. Επίσης θα γίνουν συνεργασίες με τοπικά εστιατόρια και ξενοδοχεία από όπου θα απορροφάτε ένα μέρος της παραγωγής.

9.2 Στρατηγική διείσδυσης στην αγορά

Λόγω του brand που έχει αποκτήσει ο συνεταιρισμός θέλει να το εκμεταλλευτεί ώστε οι καταναλωτές να συνδυάσουν τα μεταποιημένα φρούτα με τα ήδη πολύ ποιοτικά φρούτα που διακινεί τόσο στην εγχώρια όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά ο συνεταιρισμός. Πέρα των παραπάνω ο συνεταιρισμός θέλει να εκμεταλλευτεί το στρατηγικό πλεονέκτημα όπου έχει το προϊόν αφού θα είναι χαρακτηρισμένο ως ΠΓΕ (Προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης) ενώ ταυτόχρονα είναι και προϊόν προερχόμενο από διαδικασία ολοκληρωμένης διαχείρισης.

Πρωταρχικός στόχος είναι η δημιουργία προϊόντων που βασίζονται στις πραγματικές ανάγκες των καταναλωτών δηλαδή υγιεινά υψηλής διατροφικής αξίας μεταποιημένα τρόφιμα. Ακόμα τα προϊόντα αυτά θα έχουν ελκυστική συσκευασία, όπως αναφέρθηκε, η οποία θα δίνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για το προϊόν στον καταναλωτή.

Η διείσδυση στην αγορά θα γίνει μέσω του δικτύου συνεργατών που έχει ο συνεταιρισμός τόσο στην ελληνική επικράτεια όσο και στην ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά. Θα προσφέρει τα παραπάνω προϊόντα σε ανταγωνιστική τιμή για την ποιότητα που διαθέτουν κερδίζοντας μερίδια αγοράς. Ακόμα θα εκμεταλλευτεί τοπικούς λιανεμπόρους οι οποίοι θα αυξήσουν τις πωλήσεις τους αφού θα μπορούν να προσφέρουν στους καταναλωτές ένα πολύ ποιοτικό τοπικό προϊόν, τα οποία προϊόντα επιζητούν και στηρίζουν οι καταναλωτές όπως φαίνεται και στην έρευνα. Τέλος θα δημιουργηθεί στην ιστοσελίδα του συνεταιρισμού από όπου θα μπορεί να προμηθεύεται ο καθένας τα προϊόντα, έτσι θα υπάρχει όφελος τόσο για τα μεταποιημένα όσο και για τα νωπά προϊόντα.

9.3 Στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς

Μέσα από την συμμετοχή σε εκθέσεις ο συνεταιρισμός θα έχει ως στόχο την προώθηση των προϊόντων στην διεθνή κυρίως αγορά καθώς οι καταναλωτές λόγω της πανδημίας αλλά και των σύγχρονων τάσεων αναζητούν ποιοτικά, υγιεινά και φυσικά προϊόντα διατροφής στα οποία υπάρχει έλλειψη στην αγορά. Μέσω αυτών θα γίνει σύναψη νέων συνεργασιών με εμπόρους και πωλητές οι οποίοι θα διαθέσουν τα προϊόντα στην αγορά.

Βασικός στόχος της εταιρείας θα είναι να ανταποκρίνεται της ανάγκες των καταναλωτών προσφέροντας της συνεχώς νέα καινοτόμα προϊόντα. Για τον λόγο αυτό θα δοθεί μεγάλη βάση στην ανάπτυξη και στην έρευνα με την ανάπτυξη προϊόντων που συνδυάζουν φρούτα με άλλα συστατικά (π.χ. μαρμελάδες με υπερτροφές ή αποξηραμένα φρούτα με σοκολάτα). Η διαφοροποίηση προϊόντων θα προσελκύσει νέες ομάδες καταναλωτών. Ακόμα οι καταναλωτές αναζητούν εύκολες λύσεις. Η δημιουργία μεριδοποιημένων προϊόντων που είναι έτοιμα της κατανάλωση, της μικρές συσκευασίες αποξηραμένων φρούτων για σνακ, είναι ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Η τεχνολογία AI και τα συστήματα διαχείρισης αποθεμάτων θα μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα της αλυσίδας εφοδιασμού, μειώνοντας τα κόστη αποθήκευσης και μεταφοράς, ενώ ταυτόχρονα θα διατηρούν τη φρεσκάδα των προϊόντων, ικανοποιώντας έτσι άμεσα της ανάγκες των καταναλωτών, ενώ, η χρήση βιώσιμων πρακτικών, της βιοδιασπώμενες συσκευασίες και η μείωση των αποβλήτων, θα ενισχύσει την εικόνα της επιχείρησης και θα προσελκύσει πιο συνειδητοποιημένους καταναλωτές.

10. ΠΩΛΗΣΕΙΣ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι πωλήσεις τους μονάδας θα ανέρχονται συνολικά σε 13.800 λίτρα μαρμελάδας και σε 10.500 κιλά αποξηραμένων κερασιών μέσο όρο κάθε έτος για τα 10 πρώτα έτη λειτουργίας. Από την συνολική παραγωγή το 50% κάθε προϊόντος θα διατίθεται στην εξωτερική αγορά, το 40% στην εγχώρια ενώ ένα 10% θα διακινεί απευθείας ο συνεταιρισμός από το ηλεκτρονικό του κατάστημα. Η τιμολογιακή πολιτική θα λαμβάνεται με γνώμονα τόσο την ποιότητα και τους προδιαγραφές του προϊόντος όσο και με την οικονομική κατάσταση των καταναλωτών. Στο εξωτερικό η τιμή του προϊόντος θα είναι αυξημένη λόγω μεγαλύτερου κόστους μεταφοράς αλλά και εξαιτίας των καλύτερων οικονομικών συνθηκών και προοπτικών που επικρατούν. Στην εγχώρια αγορά η τιμή θα είναι πιο χαμηλή ώστε να καταφέρει το προϊόν να διεισδύσει πιο γρήγορα και να το απορροφηθεί από τους καταναλωτές. Τέλος ακόμα χαμηλότερη θα είναι η τιμή μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος καθώς εκεί το προϊόν δεν θα επιβαρύνεται από μεσάζοντες, κόστος τοποθέτησης στο ράφι αλλά και από μεταφορικό κόστος.

Ο καθορισμός της τιμής γίνεται λαμβάνοντας υπόψιν ότι πρέπει να καλυφθούν όλες οι δαπάνες αλλά και να λάβουν οι παραγωγοί μέλη του συνεταιρισμού το μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους. Ακολούθως θα πρέπει να λάβει και ο συνεταιρισμός το επιθυμητό περιθώριο κέρδους.

10.1 Πωλήσεις πρώτου έτους

Οι πωλήσεις του πρώτου έτους χωρίζονται σε 3 κατηγορίες για κάθε προϊόν, στις πωλήσεις εξωτερικού, στις πωλήσεις εσωτερικού και στις πωλήσεις που έγιναν μέσω e-shop. Πιο αναλυτικά:

Πίνακας 4. Πωλήσεις μαρμελάδας στο εξωτερικό 1ο έτος

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (L)	ΤΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
212 ml	6.368	1.350	27,20 €	65.474,19 €
212 ml καλή	637	135	28,84 €	6.943,05 €
370 ml	5.473	2.025	25,84 €	93.313,62 €
370 ml καλή	487	180	26,62 €	8.545,00 €
580 ml	3.492	2.025	25,49 €	92.057,72 €
580 ml καλή	388	225	26,54 €	10.650,56 €
720 ml	2.938	2.115	25,61 €	96.597,55 €
720 ml καλή	375	270	25,99 €	12.515,42 €
1000 ml	2082	2.082	25,54 €	94.849,90 €
ΣΥΝΟΛΟ	22.240	10.407	-	269.687,86 €

Πίνακας 5. Πωλήσεις μαρμελάδας στο εσωτερικό 1ο έτος

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (L)	ΤΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (€/L)	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
212 ml	5.094	1.080	21,53 €	23.252,40 €
212 ml καλή	509	108	22,83 €	2.465,64 €
370 ml	4.378	1.620	20,46 €	33.138,72 €
370 ml καλή	389	144	21,07 €	3.034,66 €
580 ml	2.793	1.620	20,18 €	32.693,22 €
580 ml καλή	310	180	21,02 €	3.783,06 €
720 ml	2.350	1.692	20,28 €	34.306,99 €
720 ml καλή	300	216	20,58 €	4.445,28 €
1000 ml	1.666	1.666	20,22 €	33.684,83 €
ΣΥΝΟΛΟ	17.791	8.326	-	170.804,80 €

Πίνακας 6. Πωλήσεις μαρμελάδας στο eshop 1ο έτος

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (L)	ΤΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (€/L)	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
212 ml	1.274	270	20,40 €	5.507,19 €
212 ml καλή	127	27	21,63 €	584,01 €
370 ml	1.095	405	19,38 €	7.848,90 €
370 ml καλή	97	36	19,97 €	718,74 €
580 ml	698	405	19,12 €	7.743,20 €
580 ml καλή	78	45	19,91 €	896,00 €
720 ml	588	423	19,21 €	8.125,41 €
720 ml καλή	75	54	19,50 €	1.052,84 €
1000 ml	416	416	19,16 €	7.978,05 €
ΣΥΝΟΛΟ	4.448	2.081	-	40.454,33 €

Ο συνολικός κύκλος εργασιών για την μαρμελάδα για το 1^ο έτος ανέρχεται σε 480.946,99€

Για τα αποξηραμένα φρούτα αντίστοιχα είναι:

Πίνακας 7. Πωλήσεις αποξηραμένων φρούτων στο εξωτερικό 1ο έτος

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (KG)	ΤΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (€/KG)	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
60 gr	11.000	660	52,14 €	34.413,92 €
140 gr	7.857	1.100	49,92 €	54.914,54 €
280 gr	4.714	1.320	48,88 €	64.519,37 €
500 gr	3.080	1.540	48,34 €	74.441,00 €
ΣΥΝΟΛΟ	26.651	4.620	-	228.288,83 €

Πίνακας 8. Πωλήσεις αποξηραμένων φρούτων εσωτερικό 1ο έτος

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (KG)	ΤΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (€/KG)	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
60 gr	8.800	528	40,32 €	21.289,49 €
140 gr	6.286	880	38,56 €	33.935,88 €
280 gr	3.771	1.056	37,74 €	39.850,27 €
500 gr	2.464	1.232	37,31 €	45.965,30 €
ΣΥΝΟΛΟ	21.321	3.696	-	141.040,93 €

Πίνακας 9. Πωλήσεις αποξηραμένων φρούτων e-shop 1ο έτος

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΤΕΜΑΧΙΑ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (KG)	ΤΙΜΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ (€/KG)	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ
60 gr	2.200	132	37,36 €	4.931,09 €
140 gr	1.571	220	35,69 €	7.852,18 €
280 gr	943	264	34,91 €	9.215,91 €
500 gr	616	308	34,50 €	10.319,15 €
ΣΥΝΟΛΟ	5.330	924	-	32.318,32 €

Αντίστοιχα για τα αποξηραμένα φρούτα ο συνολικός κύκλος εργασιών ανέρχεται σε 401.648,08€. Ο συνολικός κύκλος εργασιών του πρώτου έτους είναι της τάξης των 882.595,07 €.

10.2 Προβλέψεις πωλήσεων 10ετίας

Οι προβλέψεις για τα επόμενα 10 έτη προβλέπεται να έχουν αυξητική τάση. Το πρώτο έτος η απορρόφηση κυμαίνεται στο 90% για την μαρμελάδα και στο 88% για τα αποξηραμένα. Ήδη από το δεύτερο έτος προβλέπεται αύξηση του 1% για κάθε προϊόν ενώ στο τέλος της 10ετίας η απορρόφηση

αναμένεται να φτάσει στο 95% για κάθε προϊόν. Στους παρακάτω πίνακες μπορούμε να δούμε τους κύκλους εργασιών για κάθε προϊόν για την επόμενη 4ετία αρχικά και έπειτα για τα τελευταία 5 έτη.

Πίνακας 10. Πωλήσεις μαρμελάδας 2ου έως 5ου έτους

ΠΩΛΗΣΕΙΣ	2 ^ο ΕΤΟΣ	3 ^ο ΕΤΟΣ	4 ^ο ΕΤΟΣ	5 ^ο ΕΤΟΣ
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	307.437,52 €	311.083,52 €	320.478,24 €	326.887,81 €
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	197.411,81 €	199.747,69 €	205.780,07 €	209.895,67 €
E-SHOP	45.676,00 €	46.218,55 €	47.614,35 €	209.895,67 €
ΣΥΝΟΛΟ	550.525,33 €	557.049,76 €	573.872,66 €	585.350,11 €

Πίνακας 11. Πωλήσεις μαρμελάδας 6ου έως 10ου έτους

ΠΩΛΗΣΕΙΣ	6 ^ο ΕΤΟΣ	7 ^ο ΕΤΟΣ	8 ^ο ΕΤΟΣ	9 ^ο ΕΤΟΣ	10 ^ο ΕΤΟΣ
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	330.124,32 €	340.094,08 €	340.026,73 €	357.337,18 €	357.337,18 €
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	211.973,85 €	218.375,46 €	218.332,21 €	229.447,31 €	229.447,31 €
E-SHOP	49.047,49 €	50.258,73 €	50.518,72 €	53.090,58 €	53.090,58 €
ΣΥΝΟΛΟ	591.145,66 €	608.998,26 €	608.877,66 €	639.875,07 €	639.875,07 €

Πίνακας 12. Πωλήσεις αποξηραμένων φρούτων 2^{ου} έως 5^{ου} έτους

ΠΩΛΗΣΕΙΣ	2 ^ο ΕΤΟΣ	3 ^ο ΕΤΟΣ	4 ^ο ΕΤΟΣ	5 ^ο ΕΤΟΣ
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	267.253,59 €	272.598,66 €	278.050,63 €	283.611,64 €
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	165.114,05 €	168.416,33 €	171.784,66 €	175.220,35 €
E-SHOP	37.834,48 €	38.591,61 €	39.362,99 €	40.150,25 €
ΣΥΝΟΛΟ	470.202,12 €	479.606,15 €	489.198,28 €	498.982,24 €

Πίνακας 13. Πωλήσεις αποξηραμένων φρούτων 6^{ου} έως 10^{ου} έτους

ΠΩΛΗΣΕΙΣ	6 ^ο ΕΤΟΣ	7 ^ο ΕΤΟΣ	8 ^ο ΕΤΟΣ	9 ^ο ΕΤΟΣ	10 ^ο ΕΤΟΣ
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	289.283,88 €	295.069,55 €	300.970,94 €	303.950,85 €	313.130,17 €
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	178.724,76 €	182.299,25 €	185.945,24 €	187.786,28 €	193.457,42 €
E-SHOP	40.953,25 €	41.772,32 €	42.607,76 €	43.029,62 €	44.329,12 €
ΣΥΝΟΛΟ	508.961,89 €	519.141,12 €	529.523,95 €	534.766,76 €	550.916,71 €

10.3 Αποθέματα

Η αξία των αποθεμάτων της επιχείρησης κατά έτος έχει ως εξής:

Πίνακας 14. Αξία αποθεμάτων μαρμελάδας κατά έτος 1^ο-5^ο

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1 ^ο ΕΤΟΣ	2 ^ο ΕΤΟΣ	3 ^ο ΕΤΟΣ	4 ^ο ΕΤΟΣ	5 ^ο ΕΤΟΣ
ΣΥΝΟΛΟ	52.280,44 €	49.151,45 €	50.134,48 €	45.455,26 €	40.568,82 €

Πίνακας 15. Αξία αποθεμάτων μαρμελάδας κατά έτος 6^ο-10^ο

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	6 ^ο ΕΤΟΣ	7 ^ο ΕΤΟΣ	8 ^ο ΕΤΟΣ	9 ^ο ΕΤΟΣ	10 ^ο ΕΤΟΣ
ΣΥΝΟΛΟ	41.380,20 €	36.178,11 €	43.051,96 €	31.366,43 €	31.993,75 €

Πίνακας 16. Αξία αποθεμάτων αποξηραμένων φρούτων κατά έτος 1^ο-5^ο

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1 ^ο ΕΤΟΣ	2 ^ο ΕΤΟΣ	3 ^ο ΕΤΟΣ	4 ^ο ΕΤΟΣ	5 ^ο ΕΤΟΣ
ΣΥΝΟΛΟ	54.770,19 €	51.210,13 €	47.485,76 €	43.591,93 €	39.523,35 €

Πίνακας 17. Αξία αποθεμάτων αποξηραμένων φρούτων κατά έτος 6^ο-10^ο

ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	6 ^ο ΕΤΟΣ	7 ^ο ΕΤΟΣ	8 ^ο ΕΤΟΣ	9 ^ο ΕΤΟΣ	10 ^ο ΕΤΟΣ
ΣΥΝΟΛΟ	35.274,59 €	30.840,07 €	26.214,06 €	26.738,34 €	21.818,48 €

10.4 Απαιτήσεις από πελάτες και παραγωγούς – μέλη

Από τον κύκλο εργασιών που αφορά την μαρμελάδα το 70% των εσόδων επιστρέφει πίσω στους παραγωγούς ενώ για τα αποξηραμένα φρούτα λόγω μεγαλύτερου κόστους παραγωγής και χαμηλότερων αποδόσεων ανά κιλό κερασιού θα επιστρέφει πίσω το 65% ενισχύοντας έτσι το συνολικό τους εισόδημα, κάτι που ήταν ένας από τους κύριους λόγους για την δημιουργία της μεταποιητικής μονάδας.

Οι απαιτήσεις από πελάτες θα έχουν πελάτες θα έχουν περίοδο αποπληρωμής 2 μηνών (60 ημέρες) ενώ οι απαιτήσεις των υποχρεώσεων της επιχείρησης τα δύο πρώτα έτη λειτουργίας λόγω χαμηλότερης ρευστότητας θα έχουν περίοδο αποπληρωμής τις 40 ημέρες και σταδιακά μέχρι το 10^ο έτος λειτουργίας θα φθάσουν τις 25 ημέρες.

10.5 Αποσβέσεις

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για τον υπολογισμό των αποσβέσεων είναι αυτή της σταθερής απόσβεσης. Η περίοδος απόσβεσης για τα κτίρια είναι τα 20 έτη ενώ για τον εξοπλισμό τα 10 έτη.

Έτσι κατά έτος οι αποσβέσεις για την γραμμή παραγωγής της μαρμελάδας ανέρχονται σε 9.830€ ενώ για τα αποξηραμένα κεράσια σε 21.543€. Άρα οι ετήσιες αποσβέσεις είναι του ύψους των 31.373€.

10.6 Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης των παραγόμενων προϊόντων

Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης (ή Κατάσταση Αποτελεσμάτων ή Κατάσταση Λογαριασμού Αποτελεσμάτων) είναι μια από τις βασικές οικονομικές καταστάσεις που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να παρουσιάσουν την οικονομική τους απόδοση σε μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Σκοπός τις είναι να δείξει τα έσοδα, τα έξοδα και τελικά τα καθαρά κέρδη ή ζημίες μιας επιχείρησης.

Περιλαμβάνει τα παρακάτω:

- Έσοδα (Revenues)
- Κόστος Πωληθέντων (Cost of Goods Sold – COGS)
- Μικτό Κέρδος (Gross Profit)
- Λειτουργικά Έξοδα (Operating Expenses)
- Λειτουργικό Κέρδος (Operating Profit) ή Κέρδος προ Φόρων και Τόκων (EBIT)
- Χρηματοοικονομικά Έσοδα και Έξοδα (Financial Income and Expenses)
- Κέρδη προ Φόρων (Earnings Before Tax – EBT)
- Φόροι (Taxes)
- Καθαρά Κέρδη ή Ζημίες (Net Profit or Loss)

Σκοπός τις είναι να γίνει αξιολόγηση της απόδοσης της επιχείρησης, βοηθάει στην λήψη αποφάσεων και παρέχει πληροφόρηση τόσο τις επενδυτές όσο και τις πιστωτές για το αν αξίζει να κάνουν επένδυση οι πρώτοι και αν μπορεί η επιχείρηση να ανταποκριθεί τις ανάγκες αποπληρωμής για τις δεύτερους. (Σύγχρονη Λογιστική Θεωρία και Πρακτική, International Financial Reporting Standards (IFRS))

Παρακάτω θα δούμε τις Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης για την κάθε γραμμή παραγωγής:

Πίνακας 18. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης γραμμής μαρμελάδας έτη 1-5

ΚΑΧ ΓΡΑΜΜΗΣ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑΣ ΕΤΗ 1 ΕΩΣ 5					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	480.946,99 €	550.525,33 €	557.049,76 €	573.872,66 €	585.350,11 €
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ (-)	390.466,49 €	440.247,40 €	445.912,09 €	458.807,67 €	467.983,82 €
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	90.480,50 €	110.277,93 €	111.137,66 €	15.064,99 €	117.366,29 €
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (-)	59.901,80 €	61.320,42 €	62.445,19 €	63.643,30 €	64.836,95 €

Κ.Π.Τ.Φ.Α.	30.578,70 €	48.957,51 €	48.692,47 €	51.421,69 €	52.529,34 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (-)	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €
Κ.Π.Τ.Φ.	20.748,70 €	39.127,51 €	38.862,47 €	41.591,69 €	42.699,34 €
ΤΟΚΟΙ ΔΑΝΕΙΩΝ (-)	2.409,44 €	2.409,44 €	2.409,44 €	2.409,44 €	2.409,44 €
Κ.Π.Φ.	18.339,26 €	36.718,07 €	36.453,03 €	39.182,25 €	40.289,90 €
ΖΗΜΙΕΣ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ (-)	- €	- €	- €	- €	- €
ΦΟΡΟΙ (-)	4.401,42 €	8.812,34 €	8.748,73 €	9.403,74 €	9.669,58 €
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	13.937,84 €	27.905,73 €	27.704,30 €	29.778,51 €	30.620,32 €

Πίνακας 19. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης γραμμής μαρμελάδας έτη 6-10

ΚΑΧ ΓΡΑΜΜΗΣ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑΣ ΕΤΗ 6 ΕΩΣ 10					
	6ο ΕΤΟΣ	7ο ΕΤΟΣ	8ο ΕΤΟΣ	9ο ΕΤΟΣ	10ο ΕΤΟΣ
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	591.145,66 €	608.998,26 €	608.877,66 €	639.875,07 €	639.875,07 €
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ (-)	473.205,48 €	486.890,37 €	488.017,79 €	510.952,04 €	512.212,83 €
ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	117.940,18 €	122.107,89 €	120.859,88 €	128.923,03 €	127.662,24 €
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (-)	66.024,92 €	67.296,36 €	68.501,57 €	69.886,49 €	67.180,50 €
Κ.Π.Τ.Φ.Α.	51.915,26 €	54.811,53 €	52.358,30 €	59.036,54 €	60.481,74 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (-)	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €
Κ.Π.Τ.Φ.	42.085,26 €	44.981,53 €	42.528,30 €	49.206,54 €	50.651,74 €
ΤΟΚΟΙ ΔΑΝΕΙΩΝ (-)	2.409,44 €	2.409,44 €	2.409,44 €	2.409,44 €	0,00 €
Κ.Π.Φ.	39.675,82 €	42.572,09 €	40.118,86 €	46.797,10 €	50.651,74 €
ΖΗΜΙΕΣ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ (-)	- €	- €	- €	- €	- €
ΦΟΡΟΙ (-)	9.522,20 €	10.217,30 €	9.628,53 €	11.231,30 €	11.578,15 €
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	30.153,62 €	32.354,79 €	30.490,34 €	35.565,79 €	36.664,15 €

Πίνακας 20. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης γραμμής αποξηραμένων έτη 1-5

ΚΑΧ ΓΡΑΜΜΗΣ ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΩΝ 1-5					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	401.648,08 €	470.202,11 €	479.606,15 €	489.198,28 €	498.982,24 €
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ (-)	280.202,37 €	325.145,11 €	331.648,01 €	338.280,98 €	345.046,59 €
ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	121.445,71 €	145.057,00 €	147.958,14 €	150.917,30 €	153.935,65 €

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (-)	69.275,06 €	70.655,19 €	71.760,31 €	72.887,54 €	74.037,31 €
Κ.Π.Τ.Φ.Α.	52.170,65 €	74.401,81 €	76.197,83 €	78.029,76 €	79.898,33 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (-)	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €
Κ.Π.Τ.Φ.	30.627,65 €	52.858,81 €	54.654,83 €	56.486,76 €	58.355,33 €
ΤΟΚΟΙ ΔΑΝΕΙΩΝ (-)	6.542,15 €	6.542,15 €	6.542,15 €	6.542,15 €	6.542,15 €
Κ.Π.Φ.	24.085,50 €	46.316,66 €	48.112,68 €	49.944,61 €	51.813,18 €
ΖΗΜΙΕΣ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ (-)	- €	- €	- €	- €	- €
ΦΟΡΟΙ (-)	5.780,52 €	11.116,00 €	11.547,04 €	11.986,71 €	12.435,16 €
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	18.304,98 €	35.200,66 €	36.565,63 €	37.957,90 €	39.378,02 €

Πίνακας 21. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης γραμμής αποξηραμένων έτη 6-10

ΚΑΧ ΓΡΑΜΜΗΣ ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΩΝ 6-10					
	6ο ΕΤΟΣ	7ο ΕΤΟΣ	8ο ΕΤΟΣ	9ο ΕΤΟΣ	10ο ΕΤΟΣ
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	508.961,89 €	519.141,12 €	529.523,95 €	534.766,76 €	550.916,71 €
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ (-)	351.947,53 €	358.986,48 €	366.166,21 €	370.013,55 €	380.959,32 €
ΜΕΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	157.014,36 €	160.154,65 €	163.357,74 €	164.753,21 €	169.957,39 €
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ (-)	75.210,08 €	76.406,31 €	77.626,45 €	78.844,27 €	64.741,56 €
Κ.Π.Τ.Φ.Α.	81.804,28 €	83.748,34 €	85.731,29 €	85.908,94 €	105.215,83 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (-)	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €
Κ.Π.Τ.Φ.	60.261,28 €	62.205,34 €	64.188,29 €	64.365,94 €	83.672,83 €
ΤΟΚΟΙ ΔΑΝΕΙΩΝ (-)	6.542,15 €	6.542,15 €	6.542,15 €	6.542,15 €	0,00 €
Κ.Π.Φ.	53.719,13 €	55.663,19 €	57.646,14 €	57.823,79 €	83.672,83 €
ΖΗΜΙΕΣ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΗΣ (-)	- €	- €	- €	- €	- €
ΦΟΡΟΙ (-)	12.892,59 €	13.359,17 €	13.835,07 €	13.877,71 €	20.081,48 €
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	40.826,54 €	42.304,03 €	43.811,06 €	43.946,08 €	63.591,35 €

10.7 Καθαρές Ταμειακές Ροές (Net Cash Flows)

Οι Καθαρές Ταμειακές Ροές (Net Cash Flows) είναι το καθαρό ποσό των εισροών και εκροών μετρητών μιας επιχείρησης ή του έργου κατά τη διάρκεια μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου. Ουσιαστικά, οι καθαρές ταμειακές ροές δείχνουν τη διαφορά μεταξύ των χρημάτων που εισέρχονται και εξέρχονται από την επιχείρηση. Η διαφορά των ταμειακών ροών με τις Καταστάσεις Αποτελεσμάτων

Χρήσης είναι ότι δεν αφαιρούνται οι αποσβέσεις καθώς δεν αποτελούν χρηματική εκροή από την επιχείρηση.

Πίνακας 22. Ταμειακές ροές γραμμής μαρμελάδας έτη 1-5

ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑΣ ΕΤΗ 1 ΕΩΣ 5					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	13.937,84 €	27.905,73 €	27.704,30 €	29.778,51 €	30.620,32 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (+)	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ (-)	136.630,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (+)	0,00 €	0,00 €	68.315,00 €	0,00 €	0,00 €
ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ	-112.862,16 €	37.735,73 €	105.849,30 €	39.608,51 €	40.450,32 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	-112.862,16 €	-75.126,43 €	30.722,87 €	70.331,38 €	110.781,71 €

Πίνακας 23. Ταμειακές ροές γραμμής μαρμελάδας έτη 6-10

ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑΣ ΕΤΗ 6 ΕΩΣ 10					
	6ο ΕΤΟΣ	7ο ΕΤΟΣ	8ο ΕΤΟΣ	9ο ΕΤΟΣ	10ο ΕΤΟΣ
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	30.153,62 €	32.354,79 €	30.490,34 €	35.565,79 €	38.495,32 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (+)	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €	9.830,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ (-)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (+)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ	39.983,62 €	42.184,79 €	40.320,34 €	45.395,79 €	48.325,32 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	150.765,33 €	192.950,11 €	233.270,45 €	278.666,24 €	326.991,56 €

Πίνακας 24. Ταμειακές ροές γραμμής αποξηραμένων έτη 1-5

ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΩΝ ΕΤΗ 1 ΕΩΣ 5					
	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	4ο ΕΤΟΣ	5ο ΕΤΟΣ
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	24.085,50 €	46.316,66 €	48.112,68 €	49.944,61 €	51.813,18 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (+)	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ (-)	278.800,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (+)	0,00 €	0,00 €	139.400,00 €	0,00 €	0,00 €
ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ	-238.952,02 €	56.743,66 €	197.508,63 €	59.500,90 €	60.921,02 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	-238.952,02 €	-182.208,35 €	15.300,28 €	74.801,18 €	135.722,20 €

Πίνακας 25. Ταμειακές ροές γραμμής αποξηραμένων έτη 6-10

ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ ΓΡΑΜΜΗΣ ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΩΝ ΕΤΗ 6 ΕΩΣ 10					
	6ο ΕΤΟΣ	7ο ΕΤΟΣ	8ο ΕΤΟΣ	9ο ΕΤΟΣ	10ο ΕΤΟΣ
ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ	28.955,71 €	30.195,78 €	31.460,66 €	31.473,39 €	45.769,96 €
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ (+)	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €	21.543,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ (-)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ (+)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ	62.369,54 €	63.847,03 €	65.354,06 €	65.489,08 €	85.134,35 €
ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	198.091,74 €	261.938,76 €	327.292,83 €	392.781,91 €	477.916,26 €

11. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

11.1 Καθαρά Παρούσα Αξία – ΚΠΑ (Net Present Value -NPV)

Η Καθαρά Παρούσα Αξία αποτελεί την κύρια μέθοδο αξιολόγησης μιας επένδυσης. Η ΚΠΑ μετρά τη διαφορά μεταξύ της παρούσας αξίας των εισροών χρημάτων (οφέλη) και της παρούσας αξίας των εκροών χρημάτων (κόστος) κατά τη διάρκεια της ζωής της επένδυσης. (Εγχειρίδια Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης, International Financial Reporting Standards (IFRS) – Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα που περιγράφουν τη λογιστική διαχείριση επενδυτικών αποφάσεων.)

Ο τύπος υπολογισμού είναι ο παρακάτω:

$KPA = \sum(CF_t/(1+r)^t) - \text{Αρχική Επένδυση}$, όπου:

- CF_t: Ταμειακή ροή για την περίοδο t
- r: Προεξοφλητικό επιτόκιο (discount rate)
- t: Χρόνος (σε έτη)
- Αρχική Επένδυση: Το αρχικό κεφάλαιο που δαπανάται στην επένδυση

Η ΚΠΑ είναι επομένως το άθροισμα όλων των ταμειακών ροών της επένδυσης μείον το αρχικό κόστος της.

- Αν NPV > 0, η επένδυση είναι αποδεκτή και συμφέρουσα
- Αν NPV = 0, η επένδυση είναι οριακή
- Αν NPV < 0, η επένδυση δεν είναι αποδεκτή και μη συμφέρουσα

Για τα παρόν επενδυτικό σχέδιο θα εξετάσουμε 3 ενδεχόμενα επιτοκίων σε κάθε γραμμή παραγωγής για να δούμε πως ανταποκρίνεται η επένδυση σε διαφορετικούς κινδύνους.

Για τη γραμμή μαρμελάδας:

Πίνακας 26. ΚΠΑ γραμμής μαρμελάδας

ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	ΧΡΟΝΟΣ	ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΤΙΚΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ	ΚΠΑ
326.991,56 €	136.630,00 €	10 ΕΤΗ	5,00 %	88.848,75 €
326.991,56 €	136.630,00 €	10 ΕΤΗ	7,50 %	52.345,64 €
326.991,56 €	136.630,00 €	10 ΕΤΗ	10,00 %	23.143,59 €

Για τη γραμμή αποξηραμένων:

Πίνακας 27. ΚΠΑ γραμμής αποξηραμένων

ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ	ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	ΧΡΟΝΟΣ	ΠΡΟΞΟΦΛΗΤΙΚΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ	ΚΠΑ
477.916,26 €	278.800,00 €	10 ΕΤΗ	5,00 %	40.976,30 €
477.916,26 €	278.800,00 €	10 ΕΤΗ	7,50 %	-13.950,47 €
477.916,26 €	278.800,00 €	10 ΕΤΗ	10,00 %	-57.473,45 €

11.2 Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης – (Internal Rate of Return – IRR)

Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (Internal Rate of Return – IRR) είναι της χρηματοοικονομικός δείκτης που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της κερδοφορίας μιας επένδυσης. Ο IRR είναι το επιτόκιο που εξισώνει την καθαρά παρούσα αξία (ΚΠΑ) των μελλοντικών ταμειακών ροών μιας επένδυσης με το μηδέν. Με άλλα λόγια, είναι το επιτόκιο με το οποίο η παρούσα αξία των μελλοντικών ταμειακών ροών ισούται με την αρχική επένδυση.

Ο τύπος υπολογισμού είναι ο παρακάτω:

$0 = \sum (CF_t / (1 + IRR)^t) - \text{Αρχική Επένδυση}$, όπου:

- CF_t: Ταμειακές ροές για κάθε έτος t
- IRR: Εσωτερικός βαθμός απόδοσης που αναζητούμε

Άρα ο εσωτερικός βαθμός απόδοσης για την γραμμή παραγωγής μαρμελάδας είναι:

IRR γραμμής παραγωγής μαρμελάδας = 12,46%

Ενώ για την γραμμή παραγωγής αποξηραμένων φρούτων είναι:

IRR γραμμής παραγωγής μαρμελάδας = 6,81%

Φαίνεται λοιπόν ότι η γραμμή παραγωγής μαρμελάδας έχει χαμηλότερο ρίσκο καθώς το επιτόκιο που μηδενίζεται το IRR είναι πάνω από το 10%, αντίθετα η γραμμή παραγωγής αποξηραμένων κερασιών έχει μεγαλύτερο ρίσκο αφού βρίσκεται κοντά στο τρέχον προεξοφλητικό επιτόκιο που είναι 5%.

12. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρόλες τις οικονομικές και όχι μόνο δυσκολίες που μαστίζουν την σημερινή κοινωνία και ειδικότερα εντός της Ελληνικής επικράτειας το μεγαλύτερο κομμάτι του πληθυσμού έχει στραφεί προς την υγιεινή διατροφή αυξάνοντας έτσι την κατανάλωση φρέσκων φρούτων και λαχανικών αλλά και παραγόμενα από αυτά προϊόντα όπως μαρμελάδες και αποξηραμένα φρούτα.

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός πρόκειται να εισέλθει στον τομέα της μεταποίησης αξιοποιώντας μεγάλο μέρος της παραγωγής, το οποίο σε διαφορετική περίπτωση θα έμενε ανεκμετάλλευτο. Με αυτό τον τρόπο θα αυξήσει την διάρκεια λειτουργίας μέσα στο έτος επίσης θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας στην περιοχή βοηθώντας έτσι στην αναζωογόνηση της ελληνικής επαρχίας. Ταυτόχρονα οι παραγωγοί μέλη του θα απολαμβάνουν ένα επιπλέον έσοδο ενισχύοντας έτσι το ετήσιο τους εισόδημα.

Μέσω της παραπάνω μελέτης θα υπάρχει καθετοποίηση της παραγωγής (τυποποίηση, συσκευασία, εμπορία) προσφέροντας στους καταναλωτές ένα υψηλής διατροφικής αξίας τοπικό προϊόν, τηρώντας παράλληλα όλα τα απαραίτητα πρότυπα που προβλέπονται από τις προδιαγραφές τόσο της ΕΕ όσο και του ελληνικού κράτους αλλά και όλα τα συστήματα ποιότητας που αυξάνουν την εμπορική αξία ένας αγροδιατροφικού προϊόντος.

Το επιχειρηματικό σχέδιο προβλέπει την επένδυση συνολικού ύψους 415.430,00€, από αυτά τα 136.630,00€ αφορούν την γραμμή μεταποίησης μαρμελάδας και τα 278.800,00€ την γραμμή μεταποίησης αποξηραμένων φρούτων. Η επιδότηση θα γίνει μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου και θα είναι του ύψους 50%. Ο κύκλος εργασιών για το πρώτο έτος ανέρχεται σε 480.946,99€ για την γραμμή της μαρμελάδας και 365,920,08€ για την γραμμή των αποξηραμένων ενώ ο συνολικός κύκλος εργασιών ανέρχεται σε 846.867,07€. Τα καθαρά κέρδη του συνεταιρισμού κυμαίνονται από 13.937,84€ έως 38.485,32€ για την γραμμή παραγωγής μαρμελάδας για τα 10 πρώτα έτη λειτουργίας του ενώ αντίστοιχα για την γραμμή των αποξηραμένων είναι από 8.937,10€ έως 50.741,99€.

Η μεγαλύτερη ποσότητα παραγωγής θα διακινείται σε αγορές του εξωτερικού ενώ σε κοντινή απόσταση ακολουθεί και εντός συνόρων αγορά, με το ηλεκτρονικό κατάστημα του συνεταιρισμού να εμπορεύεται μόλις το 10% της συνολικής παραγωγής.

Η Καθαρά Παρούσα Αξία (ΚΠΑ) για την γραμμή παραγωγής της μαρμελάδας είναι θετική και στα 3 σενάρια τα οποία εξετάστηκαν δείχνοντας ότι η επένδυση είναι συμφέρουσα. Αντίθετα, για την γραμμή των αποξηραμένων η ΚΠΑ είναι θετική μόνο στο πρώτο σενάριο και αρνητική στα άλλα δύο, μέσω του παραπάνω δείκτη φαίνεται ότι με το υπάρχον προεξοφλητικό επιτόκιο (5%) η επένδυση αξίζει να πραγματοποιηθεί αλλά υπάρχει αυξημένος κίνδυνος να είναι ζημιογόνα σε περίπτωση που αυτό

αυξηθεί. Ο Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (IRR) για την γραμμή μαρμελάδας κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα αφού είναι 12,46%, αντιθέτως, για τα αποξηραμένα είναι 6,81%.

Εν κατακλείδι, η παραπάνω μελέτη φαίνεται να προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα ιδίως με τα υπάρχοντα δεδομένα, ωστόσο εφόσον υπάρχουν κάποιες απρόσμενες αλλαγές να μην μπορέσει να έχει υλοποιηθεί για την γραμμή παραγωγής αποξηραμένων φρούτων. Παραταύτα, το επενδυτικό ρίσκο με τις υπάρχουσες συνθήκες είναι σχετικά χαμηλό μπροστά στα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει ο συνεταιρισμός από την ανάπτυξη νέων προϊόντων και την είσοδο σε νέες αγορές, αλλά όπως έχει αναφερθεί τόσο οι παραγωγοί όσο και η γύρω περιοχή γενικότερα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Copious Bags*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.copiousbags.com/1-oz-stand-up-pouch/>
- Development Engineering Progress*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.depcompanyltd.com/>
- Fitness Motivation Hellas*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.fmh.gr/apoxiramena-frouta/>
- Health Web*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.healthweb.gr/nea-ygeias/diatrofi/apoksiramena-frouta-ta-apoksiramena-frouta-apoloun-ena-ygieino-snak>
- International Cooperative Alliance*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://ica.coop/>
- Synergy Solutions*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://synergysolution.gr/education/product/sales-management/>
- Top Way Steel*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.topwaysteel.com/pur-sandwich-panel-wall/>
- Vaza.gr*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.vaza.gr/vaza/saltses>
- Αναπτυξιακός Νόμος*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.anaptyxiakos-nomos.gr/anaptixiaka-programmata-2022-2025/>
- Γεωργικές Προειδοποιήσεις*. (χ.χ.). Ανάκτηση από Γεωργικές Προειδοποιήσεις για το Φουζικλάδιο, Ωιδίο, Τετράνυχος Μηλιάς: <https://kastoria.pdm.gov.gr/georgikes-proeidopoiiseis-gia-to-foyzikladio-oidio-tetranychos-milias/>
- Γεωργοοικονομοτεχνική Μελέτη – «Προμήθεια και εγκατάσταση συστήματος ευφυούς διαχείρισης εγκαταστάσεων άρδευσης του ΤΟΕΒ Ράχης Περίας». (χ.χ.).
- Ελένη Τσαχάκη - Διατροφολόγος*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://tsachaki.gr/syntages/marmelada-diatrofiki-aksia-odigos/>
- ΕΛΣΤΑΤ. (2001). Ανάκτηση από <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/2001>
- ΕΛΣΤΑΤ. (2011). Ανάκτηση από <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/2011>
- Εναλλακτικός τουρισμός και προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης: Η περίπτωση της Περίας - Μαυρίδης Χρήστος. (2021, Ιούνιος). Θεσσαλονίκη.
- Ερωτηματολόγιο - Βικιπαίδεια*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%81%CF%89%CF%84%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CE%B9%CE%BF>
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Γεωργία και Αγροτική Ανάπτυξη*. (χ.χ.). Ανάκτηση από https://agriculture.ec.europa.eu/index_en
- Ιωάννης Ν. Θέρσιος, Κ. Δ.-Θ. (2013). *Ειδική Δενδροκομία - Φυλλοβόλα Οπωροφόρα Δένδρα*. Θεσσαλονίκη: Γαρταγάνης.
- Καμενίδης, Χ. Θ. (2015). *Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων*. Θεσσαλονίκη: Δέσποινα Κυριακίδη.
- Κεράσια Ράχης Ολύμπου*. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://kerasiarachis.gr/>

- Κουτογλίδης, Χ. (2004). *Κοστολόγηση Αγροτικών Προϊόντων*. Θεσσαλονίκη: ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.
- Μαλινδρέτος, Γ. (2023). Διαφάνειες παρουσιάσεων - Μάρκετινγκ & Εκπόνηση Επιχειρηματικών Σχεδίων. Νόμος 4399/2016. (χ.χ.).
- Νομός Πιερίας - Βικιπαίδεια. (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B9%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B1#:~:text=%CE%A4%CE%BF%20%CE%BA%CE%BB%CE%AF%CE%BC%CE%B1%20%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9%20%CE%B7%CF%80%CE%B5%CE%B9%CF%81%CF%89%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%20%CE%BC%CE%B5,%CF%88%CF%85%CF%87%CF%8>
- Ντούρος, Δ. Γ. (2024, Φεβρουάριος 15). ΑΣ Ράχης Πιερίας "Ο Άγιος Λουκάς" - Παρελθόν, παρόν, μέλλον. (Γ. Δ. Ντούρος, Δημοσιογράφος)
- Ορυκτά. (χ.χ.). Ανάκτηση από Γεωλογία της Ελλάδας: <https://www.orykta.gr/geologia-oryktologia/geologia-elladas>
- Π. Σπάθης, Κ. Τ. (2010). *Οικονομική των Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική.
- Παναγόπουλος, Χ. Γ. (2007). *Ασθένειες Καρποφόρων Δένδρων & Αμπέλου*. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης.
- Παπαγεωργίου, Κ. Λ. (2015). *Βιώσιμη Συνεταιριστική Οικονομία*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Περικλής Γκόγκας, Ι. Π. (2017). *Οδηγός επιχειρηματικότητας - Από την θεωρία στην πράξη*. Θεσσαλονίκη: Σοφία.
- Πληροφοριακό Σύστημα Κρατικών Ενισχύσεων (ΠΣΚΕ). (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.ependyseis.gr/>
- Σέμος, Α. Β. (2016). *Μεταποίηση Αγροτικών Προϊόντων*. Θεσσαλονίκη: Ζήτη.
- Σιώμκος, Γ. Ι. (2011). *Συμπεριφορά καταναλωτή & στρατηγική μάρκετινγκ*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Τσουκαλάς, Σ. (2010). *Λογιστική Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας*. Αθήνα: Στοχαστής.
- Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ). (χ.χ.). Ανάκτηση από <https://www.minagric.gr/>

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1. Η διοικητική διαίρεση του νομού Πιερίας όπως ίσχυσε έως το 2010	7
Εικόνα 2. Η διοικητική διαίρεση του νομού Πιερίας όπως ισχύει τώρα.....	7
Εικόνα 3. Σχήμα Γεωτεκτονικών ζωνών της Ελλάδος	9
Εικόνα 4. Υδροψύκτης κερασιών. Πηγή: (https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/ydropsykths_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)	21
Εικόνα 5. Ηλεκτρονικός και μηχανικός καλιμπραδόρος. Πηγή: (https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/kalimpradoros_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)	22
Εικόνα 6. Πλυντήριο κλουβιών. Πηγή:(https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/plynthrio_klounwn_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)	23
Εικόνα 7. Τσερκομηχανή. Πηγή: (https://kerasiarachis.gr/wp-content/uploads/2021/05/tserkadoros_kerasia_rachis_pieria_web.jpg)	24
Εικόνα 8. Σκίσιμο κερασιών από βροχόπτωση (https://pellasimera.gr/wp-content/uploads/2022/06/kerasia-678x381.jpg)	27
Εικόνα 9. Μορφολογία ενήλικης <i>Rhagoletis cerasi</i> . Πηγή: (https://www.delta-intkey.com/ffa/images/rhceras2.jpg)	28
Εικόνα 10. Μορφολογία ενήλικης <i>Drosophila suzukii</i> . (α) Αρσενικό γένος. (β) Θηλυκό γένος. Πηγή: (Spears, etal., 2017)	29
Εικόνα 11. Καρπός μήλου προσβεβλημένος από τον μύκητα <i>Venturia inaequalis</i> - Φουζικλάδιο (https://kastoria.pdm.gov.gr/georgikes-proeidopoiiseis-gia-to-foyzikladio-oidio-tetranychos-milias/) ...	30
Εικόνα 12. Ανάλυση πωλήσεων κερασιών	31
Εικόνα 13. Ανάλυση πωλήσεων μήλων	32
Εικόνα 14. Ανάλυση πωλήσεων βερικόκων	33
Εικόνα 15. Διακύμανση συνολικής παραγωγής	34
Εικόνα 16. Διακύμανση καθαρής παραγωγής.....	35
Εικόνα 17. Τιμή ανά κιλό συνολικής παραγωγής.....	36
Εικόνα 18. Διακύμανση τιμής ανά κιλό συνολικής παραγωγής.....	37
Εικόνα 19. Ποσότητες σκάρτων	39
Εικόνα 20. Ποσοστό σκάρτων.....	40

Εικόνα 21. SWOT Analysis.....	44
Εικόνα 22. Πάνελ πολυουρεθάνης ή PUR	52
Εικόνα 23. MDK.1500 – Πλυντήριο φρούτων με βούρτσες και αναβατόριο εκφόρτωσης	54
Εικόνα 24. MKSV.2000 – Ταινία διαλογής.....	55
Εικόνα 25. Εκπυρηνωτικό κερασιών – βερίκοκων – 25.000€.....	55
Εικόνα 26. RC.500 - Περιστρεφόμενο τύμπανο επικάλυψης κομμένων	56
Εικόνα 27. TDHP.400 – Ξηραντήρας φρούτων με αντλία θερμότητας	57
Εικόνα 28. MPS.04 – Σύστημα ζύγισης και συσκευασίας αποξηραμένων προϊόντων	58
Εικόνα 29. PF.500 – Πολτοποιητής φρούτων	60
Εικόνα 30. MLF.300 – Βραστήρας μαρμελάδας	61
Εικόνα 31. MLT.100 – Γεμιστικό μαρμελάδας.....	62
Εικόνα 32. EMR.01 – Ημιαυτόματο κλειστικό βάζων	62
Εικόνα 33. MPK.400 – Παστεριωτής εμφάντισης.....	63
Εικόνα 34. KINEX – Ετικετέζα βάζων.....	64
Εικόνα 35. Συσκευασία μαρμελάδας απλή	68
Εικόνα 36. Συσκευασία μαρμελάδας gourmet.....	68
Εικόνα 37. Συσκευασία αποξηραμένων	69
Εικόνα 38. Ηλικία ερωτηθέντων	77
Εικόνα 39. Φύλο ερωτηθέντων	77
Εικόνα 40. Επίπεδο εκπαίδευσης	78
Εικόνα 41. Εργασιακή κατάσταση	78
Εικόνα 42. Περιφέρεια διαμονής	79
Εικόνα 43. Πληθυσμός τόπου διαμονής.....	79
Εικόνα 44. Άποψη ερωτώμενων για την μεταποίηση φρούτων	80
Εικόνα 45. Πλεονεκτήματα μεταποίησης φρούτων.....	80

Εικόνα 46. Μειονεκτήματα μεταποίησης φρούτων.....	81
Εικόνα 47. Συχνότητα αγοράς φρούτων.....	82
Εικόνα 48. Τόπος αγοράς μεταποιημένων φρούτων	82
Εικόνα 49. Κριτήρια επιλογής μεταποιημένων φρούτων	83
Εικόνα 50. Προτιμώμενη μέθοδος συσκευασίας	84
Εικόνα 51. Λόγοι επιλογής συσκευασίας	84
Εικόνα 52. Συχνότερα προϊόντα μεταποιημένων φρούτων.....	85
Εικόνα 53. Συχνότερο φρούτο που αγοράζουν οι καταναλωτές	86
Εικόνα 54. Γνώμη για ποικιλία μεταποιημένων φρούτων στην αγορά	86
Εικόνα 55. Προτίμηση μεταποιημένων φρούτων που δεν υπάρχουν σε μεγάλο βαθμό στην αγορά.....	87
Εικόνα 56. Προέλευση μεταποιημένων φρούτων.....	88
Εικόνα 57. Σημαντικότητα συμμόρφωσης με προδιαγραφές ποιότητας και βιωσιμότητας.....	89
Εικόνα 58. Κατανάλωση μεταποιημένων φρούτων και υγιεινή διατροφή	89
Εικόνα 59. Γνώμη για χρήση συντηρητικών ή προσθέτων στα μεταποιημένα.....	90
Εικόνα 60. Γνώμη καταναλωτών για ετικέτα προϊόντων και πληροφόρηση.....	91
Εικόνα 61. Γνώμη καταναλωτών για τιμές μεταποιημένων φρούτων.....	91
Εικόνα 62. Πρόθεση αγοράς βιολογικών έναντι συμβατικών μεταποιημένων φρούτων	92
Εικόνα 63. Πρόθεση αγοράς τοπικά παραγόμενων μεταποιημένων φρούτων	92
Εικόνα 64. Κριτήριο επιλογής τοπικά παραγόμενων μεταποιημένων φρούτων.....	93
Εικόνα 65. Κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση σε σχέση με τα μεταποιημένα φρούτα	94
Εικόνα 66. Επίδραση της διαφήμισης και επωνυμίας (branding) στην αγορά των μεταποιημένων φρούτων	94
Εικόνα 67. Ενδιαφέρον καταναλωτών για προϊόντα σε προσφορά ή έκπτωση.....	95
Εικόνα 68. Στάση καταναλωτών απέναντι στην καινοτομία και την τεχνητή νοημοσύνη στον τομέα μεταποίησης φρούτων	96