



ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Τεχνοοικονομική Μελέτη αναδιάρθρωσης παραδοσιακού
οινοποιείου**

ΣΥΝΤΑΚΤΗΣ: ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ:

- **ΜΟΥΣΤΑΚΗΣ ΒΑΣΙΛΗΣ. Επιβλέπων Καθηγητής**
- **ΚΟΝΤΟΓΙΑΝΝΗΣ ΘΩΜΑΣ**
- **ΑΤΣΑΛΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

ΧΑΝΙΑ, 2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής μελέτης, θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες στον Καθηγητή του Πολυτεχνείου Κρήτης και Διευθυντή του Εργαστηρίου Διοικητικών Συστημάτων, Καθηγητή Βασίλη Μουστάκη, τόσο για την ανάθεση της πτυχιακής μελέτης, όσο και για την επίβλεψη και τις εύστοχες παρατηρήσεις του κατά την συγγραφή της, στοιχεία απαραίτητα για την περαίωση της.

Επίσης, θερμά ευχαριστώ τα μέλη που δέχθηκαν να συμμετάσχουν στην εξεταστική επιτροπή.

Τέλος, δεν μπορώ να παραλείψω να ευχαριστήσω τους γονείς μου που με στήριξαν αλλά και για την κατανόηση που έδειξαν καθ' όλη τη διάρκεια της διπλωματικής μου μελέτης.

Περίληψη

Αντικείμενο μελέτης αυτής της διπλωματικής εργασίας είναι ένα παραδοσιακό οινοποιείο. Στόχος της εργασίας, είναι η διενέργεια τεχνοοικονομικής μελέτης, για αναδιάρθρωση του οινοποιείου.

Σχετικά με τη δομή της εργασίας, απαρτίζεται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή για το ρόλο του οίνου στην Ελλάδα. Εν συνεχεία, παρουσιάζονται στοιχεία για τις οινοποιησίδες ποικιλίες αμπέλου στην Ελλάδα καθώς και τα βασικά προϊόντα της αμπέλου. Στο τελευταίο μέρος, του πρώτου κεφαλαίου, γίνεται αναφορά στην Κοινή Οργάνωση της Αμπελοοικονομικής Αγοράς (ΚΟΑ) η οποία ελέγχει την αγορά του οίνου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του αμπελοοικονομικού τομέα τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκοσμίως. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρονται στοιχεία σχετικά με τις παραγόμενες και τις καταναλισκόμενες ποσότητες οίνου, τις καλλιεργούμενες εκτάσεις της αμπέλου, καθώς και τις εξαγόμενες και τις εισαγόμενες ποσότητες οίνου. Το κεφάλαιο κλείνει παρουσιάζοντας τα δυνατά και αδύνατα σημεία του υπό εξέταση κλάδου σε συνδυασμό με τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που δύναται να παρουσιαστούν.

Το τρίτο κεφάλαιο, πραγματεύεται την αναδιάρθρωση των εταιρειών και τα βασικά μοντέλα αναδιάρθρωσης των επιχειρησιακών διαδικασιών. Στο τέταρτο κεφάλαιο, αποτυπώνεται αρχικά η παρούσα κατάσταση του υπό εξέταση οινοποιείου (χρηματοοικονομική, υπάρχον εξοπλισμός, παραγωγική διαδικασία και logistics) και διερευνούνται τα αίτια που απαιτούν την αναδιάρθρωση του. Εν συνέχεια, παρουσιάζεται η πρόταση αναδιάρθρωσης της υπό εξέταση εταιρείας και στο πέμπτο κεφάλαιο, γίνεται αξιολόγηση του προτεινόμενου επενδυτικού σχεδίου.

Η μελέτη κλείνει παρουσιάζοντας τα κυριότερα συμπεράσματα όπως αυτά προέκυψαν κατά την εκπόνησή της.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κατάλογος πινάκων.....	6
Κατάλογος εικόνων	7
1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΓΕΝΙΚΑ.....	8
1.1 Ιστορική αναδρομή της αμπελοκαλλιέργειας	8
1.2 Καλλιέργεια της αμπέλου στην Ελλάδα	9
1.2.1 Ταξινόμηση αμπέλου	9
1.2.2 Καλλιεργούμενες ποικιλίες στην Ελλάδα.....	9
1.3 Περιγραφή των βασικών προϊόντων του κλάδου	12
1.4 Θεσμικό Πλαίσιο του Κλάδου.....	16
2.ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ΑΜΠΕΛΟΟΙΝΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ	20
2.1. Η παγκόσμια παραγωγή οίνου.....	20
2.1.1 Ελληνική παραγωγή οίνου	23
2.2 Κατανάλωση οίνου.....	26
2.2.1 Παγκόσμια κατανάλωση οίνου	26
2.2.2 Κατανάλωση οίνου στην Ελλάδα	27
2.3 Αγορά οίνου	28
2.3.1 Εξαγωγές οίνου	28
2.3.2 Εισαγωγές	30
2.4 Οινοποιητικές επιχειρήσεις	31
2.5 Swot Ανάλυση.....	34
3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ.....	36
3.1 Εισαγωγή	36
3.2 Λόγοι εισαγωγής αναδιοργάνωσης επιχειρηματικών διαδικασιών	38
3.3 Οφέλη και κίνδυνοι από την αναδιοργάνωση της επιχείρησης	42
3.3.1 Οφέλη της επιχείρησης.....	42
3.3.2 Κίνδυνοι για την επιχείρηση	42

3.4 Μορφές εταιρικής αναδιάρθρωσης	44
3.4.1 Συρρίκνωση (downsizing)	44
3.4.2 Συγχωνεύσεις	45
3.4.3 Διάσπαση ανωνύμων εταιριών	49
4.ΚΕΦΑΛΑΙΟ :ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ	50
4.1 Περιγραφή της ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ	50
4.2. Σχέδιο λειτουργίας.....	53
4.2.1 Εγκαταστάσεις.....	53
4.3 Διαδικασίες παραγωγής.....	55
4.4 Χρηματοοικονομικά Στοιχεία	57
4.5 Κόστος Επένδυσης	61
4.6 Χρηματοδότηση	63
Αρχικό Κεφάλαιο	63
Επιδότηση.....	64
Σχεδια Βελτιωσης-Οροι Και Προυποθεσεις.....	64
Δικαιουχοι.....	64
Δαπανες Που Καλυπτει Το Προγραμμα	65
Οροι Επιλεξιμοτητας.....	65
Ποσα Και Ποσοστα Στηριξης.....	65
Δανεισμός.....	66
Απαραιτητες Προυποθεσεις	66
Επιτοκιο	66
Διαρκεια.....	67
Ποσο Δανειου.....	67
Τροπος Αποπληρωμης.....	67
Αλλα Χαρακτηριστικα.....	67
Εξασφαλίσεις.....	68

Ασφαλίσεις	68
Πρόωρη ολική ή μερική αποπληρωμή	68
Βασικές σημειώσεις.....	68
4.7 Προσωπικό	69
4.8 Διοικητικό Σχήμα	71
4.9 Επαγγελματική και Συμβουλευτική υποστήριξη	72
ΔΥΝΑΤΑ.....	73
ΑΔΥΝΑΤΑ.....	73
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	73
ΚΙΝΔΥΝΟΙ (ή απειλές).....	74
4.10 Προβολή /Προώθηση	74
Προώθηση Πωλήσεων.....	75
4.11 Πρόβλεψη Πωλήσεων	76
Συμπεράσματα.....	77
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	80

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1 Στοιχεία καλλιεργούμενων ποικιλιών αμπέλου στην Ελλάδα ανά ονομασία Πηγη: Νέτσικα και Παπαγεωργοπούλου, 1993	13
Πίνακας 2:Τροποποιήσεις νομοθεσίας οίνου (http://eur-lex.europa.eu/el/index.htm .)	17
Πίνακας 3 Παγκόσμια παραγωγή κρασιού το 2013 σύμφωνα με τον FAO (Παγκόσμιο Οργανισμό Τροφίμων του ΟΗΕ)	21
Πίνακας 4 Η ελληνική παραγωγή κρασιού σε 1000 HL τα τελευταία 15 χρόνια (ΥΠΑΑΤ, 2015).	23
Πίνακας 5 Γεωγραφική διάρθρωση της εγχώριας παραγωγής οίνου την περίοδο 2000-2007 (ICAP, 2010).	24
Πίνακας 6 Απογραφή αμπελουργικών εκτάσεων ανά περιφέρεια (2006-2011) (ΥΠΑΑΤ,2012)	25
Πίνακας 7 Η κατανάλωση οίνου στην Ελλάδα (http://www.keosoe.gr/news/1974-eidisi-985.html).	28
Πίνακες 8 Στοιχεία εξαγωγής ελληνικού οίνου σε Ευρωπαϊκές χώρες την τελευταία οκταετία (ICAP, 2015)	29
Πίνακας 9 Αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου ανά νομό (2005)(ΕΛΣΤΑΤ, 2015)...32	
Πίνακας 10 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου (2005-2009)(ICAP, 2010).	33
Πίνακας 11 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου (2005-2009)(ICAP, 2010). (Συνέχεια)	34
Πίνακας 12 Χαρακτηριστικά της SWOT ανάλυσης του κλάδου της οινοποιίας (ICAP,2010).	35
Πίνακας 13 Δυνητικά οφέλη της αναδιάρθρωσης σε μια επιχείρηση	42
Πίνακας 14 Οφέλη και κίνδυνοι λόγω της συρρίκνωσης εταιρειών (Κουτούπης, 2009).	45
Πίνακας 15 ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Ο.Ε. ΞΕΟΔΑ.....	58
Πίνακας 16 ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Ο.Ε ΞΣΟΔΑ	60
Πίνακας 17 Κόστος αμπελιού	61
Πίνακας 18 Λειτουργικά ανά έτος	62
Πίνακας 19 Κόστος Οινοποιείου.....	62
Πίνακας 20 Λειτουργικά ανά έτος	63
Πίνακας 21 Κόστος Προσωπικού.....	70

Κατάλογος εικόνων

Εικόνα 1: Χάρτης της Γαλλίας και της Ιταλίας με τις κυριότερες οινοπαραγωγικές περιοχές της κάθε μίας.	21
Εικόνα 2: Γεωγραφικός χάρτης απεικόνισης της παγκόσμιας οινοπαραγωγής για το έτος 2015 (http://www.oiv.int/public/medias/2256/en-communique-de-presse-octobre-2015.pdf).	22
Εικόνα 3: Διαχρονική μεταβολή της παγκοσμίας οινοπαραγωγής κατά την περίοδο 1999-2015. (http://www.oiv.int/public/medias/2256/en-communique-de-presse-octobre-2015.pdf).	23
Εικόνα 4: Ανάλυση εγχώριας παραγωγής βάσει χρώματος (1988-2010)(ICAP,2010).	24
Εικόνα 5: Αμπελοοινικές περιοχές της Ελλάδας το 2014 (1 εκτάριο = 10 στρεμ.) (Πετροπούλου Καραγιαννοπούλου, 2016).	26
Εικόνα 6: Γεωγραφική απεικόνιση της παγκόσμιας κατανάλωσης οίνου (http://marketbusinessnews.com/us-wine-consumption-highest-world/21433).	27
Εικόνα 7: Εισαγωγές οίνου 2000-2015 σε (HL) (ΕΛΣΤΑΤ,2015).	31
Εικόνα 8: Αξία εισαγωγών οίνου 2000-2015 σε (€)(ΕΛΣΤΑΤ,2015).	31
Εικόνα 9: Μορφές εταιρικής αναδιάρθρωσης.....	37
Εικόνα 10: Βασικότεροι λόγοι εταιρικής αναδιάρθρωσης.....	37
Εικόνα 11: Βασικοί λόγοι εισαγωγής αναδιοργάνωσης επιχειρηματικών διαδικασιών	38
Εικόνα 12: Παράγοντες που συμβάλλουν στην εμφάνιση τεχνικών κινδύνων.....	43

1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΓΕΝΙΚΑ

1.1 Ιστορική αναδρομή της αμπελοκαλλιέργειας

Το αμπέλι και ο οίνος είναι γνωστά από αρχαιοτάτων χρόνων, ξεκινώντας από τα βάθη των αιώνων μαζί με την εμφάνιση του Ελληνισμού. Ο τρόπος παρασκευής του κρασιού παρουσιάζεται σχεδόν αναλλοίωτος από την εμφάνισή του έως και σήμερα. Η άμπελος, από τα προϊστορικά χρόνια και στο πρώτο βιβλίο της Γένεσης στην Παλαιά Διαθήκη, αναφέρεται ως το πρώτο φυτό, που φύτεψε ο Νώε μετά από τον κατακλυσμό. Στα χριστιανικά χρόνια και μάλιστα κατά την περίοδο που δίδασκε ο Ιησούς Χριστός, ο ίδιος χρησιμοποιούσε αρκετές φορές την άμπελο για να παρομοιάσει τον εαυτό του με αυτήν και τα κλαδιά με τους μαθητές του: "Εγώ ειμί η άμπελος...". Στο Μυστικό Δείπνο, στην τελευταία διδασκαλία του, στην πλέον ιερή στιγμή ευλόγησε το κρασί και το ψωμί, λέγοντας "...τούτο μου εστί το αίμα...". Το αμπέλι πρωτοφυτευόταν στην περιοχή της Εγγύς Ανατολής. Οι χώρες του Ευφράτη, η Φοινίκη, η Αίγυπτος, η Μικρά Ασία καταρχήν, καλλιεργούσαν την άμπελο και παρασκεύαζαν κρασί το οποίο μάλιστα και εμπορεύονταν στις γύρω περιοχές. Στον τάφο ενός εκ των πρώτων βασιλιάδων της Αιγύπτου ανακαλύφθηκαν 700 δοχεία, τα οποία πιθανότατα περιείχαν κρασί και είχαν τοποθετηθεί σε έναν από τους θαλάμους του τάφου περίπου το 3000 π.Χ.. Η καλλιέργεια του αμπελιού στην Ελλάδα ήρθε με τη λατρεία του Διονύσου, του θεού του κρασιού και της ευωχίας. Στην Ελλάδα φαίνεται ότι το κρασί γίνεται γνωστό πρώτα στη Θράκη, τη Χίο και στη Μινωική Κρήτη και από εκεί μέσω των θαλασσινών δρόμων περνά στα άλλα νησιά και στην ηπειρωτική χώρα, όπου η τεχνική της οινοποιίας βελτιώθηκε πολύ και κατέλαβε περίοπτη θέση. Ο Όμηρος και ο Ησίοδος δίνουν πρώτοι πλήθος πληροφοριών στις οποίες περιγράφονται αρκετές περιοχές, γνωστές για τα περίφημα κρασιά τους, όπως η Ιστιαία ως "πολυστάφυλο", η Επίδαυρος ως "αμπελόεσσες", η Θράκη ως "πολύοινον". Το γλυκό μαύρο κρασί της Θρακικής Ίσμαρους είναι αυτό που προσφέρθηκε από τον Οδυσσέα στον κύκλωπα Πολύφημο. Στην Αθηναϊκή κοινωνία, την εποχή της κλασικής περιόδου, ο οίνος προσφερόταν αναμειγμένος με νερό, από όπου και η λέξη κρασί, από το ρήμα κεράννυμι, που σημαίνει αναμειγνύω (Σταυρακάκης, 2013).

Η καλλιέργεια του αμπελιού εξαπλώθηκε και στη γειτονική Ιταλία. Εκεί, στην περιοχή της Απουλίας και Καμπανίας έβγαине το καλύτερο σε ποικιλία και γεύση κρασί, ο καμπανίτης οίνος, γνωστός με το όνομα "σαμπάνια". Στην αρχαία Ρώμη το κρασί κατείχε ξεχωριστή θέση, όπως ακριβώς και στην αρχαία Ελλάδα. Γιορτές και συμπόσια πάντοτε πλαισιώνονταν με το κρασί. (Αλεξάκης, 2001).

1.2 Καλλιέργεια της αμπέλου στην Ελλάδα

1.2.1 Ταξινόμηση αμπέλου

Η οικογένεια Vitaceae περιλαμβάνει 14 γένη με 450 είδη. Από τα 14 γένη της οικογένειας μόνο το Vitis ενδιαφέρει από αμπελουργική άποψη, το οποίο περιλαμβάνει το υπογένος Euvitis, στο οποίο ανήκει το είδος Vinifera (άμπελος η οиноφόρος) καθώς και άλλα αμερικάνικα και ασιατικά είδη (Σταύρακας, 1997). Η συστηματική κατάταξη της αμπέλου έχει ως εξής:

Βασίλειο (Regnum): Plantae

Άθροισμα (Divisio): Magnoliophyta

Κλάση (Classis): Rosidae

Υποκλάση (Subclassis): Dicotyledones

Τάξη (Ordo): Rhamnales

Οικογένεια (Familia): Vitaceae

Γένος (Genera): Vitis

Είδος (Species): *V. vinifera*

Ανάλογα με τον προορισμό της κάθε ποικιλίας, αυτές διακρίνονται σε:

- ❖ Ποικιλίες για οиноποίηση
- ❖ Ποικιλίες για επιτραπέζια χρήση
- ❖ Ποικιλίες για σταφιδοποιία
- ❖ Ποικιλίες, που χρησιμοποιούνται ως υποκείμενα της ευρωπαϊκής αμπέλου για την αντιμετώπιση της φυλλοξήρας (Ζαρμπούτης και Τσιβερώτου, 2003).

1.2.2 Καλλιεργούμενες ποικιλίες στην Ελλάδα

Ο ελληνικός αμπελώνας αποτελείται κυρίως από γηγενείς ποικιλίες άλλοτε αυτόριζες και άλλοτε εμβολιασμένες με αντιφυλλοξηρικά υποκείμενα. Στην Ελλάδα καλλιεργούνται περίπου 300 ποικιλίες αμπέλου. Οι σπουδαιότερες ελληνικές οиноποιήσιμες ποικιλίες, που καλλιεργούνται στη χώρα μας, περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω.

❖ Αγιωργίτικο (Μαύρο Νεμέας, Μαυρούδι). Το Αγιωργίτικο είναι η ποικιλία, που συνιστάται για το Ν. Κορινθίας, στην οριοθετημένη περιοχή ονομασίας προέλευσης ανώτερης ποιότητας «Νεμέας». Είναι γνωστή και ως Μαυρούδι και Μαύρο Νεμέας. Το φύλλο της είναι μέτριο, πεντάκολλο, παχύ και σφηνοειδές. Έχει μισχικό κόλπο σχήματος V κλειστού. Η κάτω επιφάνεια του ελάσματος έχει βαθύ πράσινο χρώμα. Το σταφύλι είναι μέτριου μεγέθους, κυλινδρικό και πυκνό. Η ράγα είναι μέτρια, σφαιρική, καλυμμένη με άφθονη άχνη, χρώματος βαθύ μπλε. Πρόκειται για πολύ ενδιαφέρουσα έγχρωμη ποικιλία,

πολύ παραγωγική, που δίνει προϊόν άριστης ποιότητας. Η πλήρης ωρίμανση των σταφυλιών αρχίζει προς το τέλος του Σεπτεμβρίου. Τα πρέμνα μορφώνονται σε κύπελλο και δέχονται κλάδεμα βραχύ. Προβλήματα προσβολής από παθογόνα αναφέρονται συχνά, εξαιτίας των κλιματικών συνθηκών της περιοχής, που χαρακτηρίζονται από υψηλή υγρασία.

❖ Αθήρι. Καλλιεργείται στην Κρήτη και στις Κυκλάδες. Το φύλλο της ποικιλίας αυτής είναι μεγάλο, σχεδόν στρογγυλό, παχύ, με την κάτω επιφάνεια καλυμμένη με βαμβακώδη χνοασμό. Το σταφύλι που παράγεται είναι μεγάλου μήκους, πυκνό, ενώ η ράγα ωοειδής με μαλακή και ελαστική επιδερμίδα κίτρινου χρώματος. Η σάρκα έχει γεύση γλυκιά. Η ποικιλία αυτή είναι πρώιμη, τα δε πρέμνα διαμορφώνονται σε κύπελλο και δέχονται κλάδεμα βραχύ. Εξαιτίας της μεγάλης περιεκτικότητας του γλεύκους σε σάκχαρα, παράγεται οίνος καλής ποιότητας. Παραλλαγές του είναι το Θραψαθήρι και το Μαυραθήρι.

❖ Ασύρτικο. Καλλιεργείται κατά κύριο λόγο στις Κυκλάδες, είναι ποικιλία λευκή και πολύ παραγωγική. Ανάλογα με τις κλιματολογικές συνθήκες, που επικρατούν στην περιοχή, το πρέμνο (αμπέλι) μορφώνεται σε χαμηλό κύπελλο και δέχεται κλάδεμα μακρό. Η ποικιλία παρουσιάζει μεγάλες αντοχές σε περονόσπορο και οídio. Σε συνδυασμό με το γλεύκος των ποικιλιών Αϊδάνι, δίνει το κρασί Νυχτέρι και Βισάντο.

❖ Βηλάνια. Καλλιεργείται στους νομούς Ηρακλείου και Λασιθίου. Είναι λευκή ποικιλία μεγάλης παραγωγικότητας. Μορφώνεται σε κύπελλο και δέχεται κλάδεμα βραχύ. Από το γλεύκος της ποικιλίας αυτής παράγεται ο οίνος Πεζά, Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας.

❖ Γουστολίδι (Αυγουστολίδι, Βουστολίδι, Βοστυλίδι). Καλλιεργείται κυρίως στα νησιά του Ιονίου πελάγους, όπως η Ζάκυνθος, Κεφαλονιά, αλλά συναντάται και στη Δυτική Πελοπόννησο. Το φύλλο της ποικιλίας αυτής είναι μεγάλο με την άνω επιφάνεια λεία και την κάτω βαμβακώδη. Το σταφύλι της είναι μετρίου μεγέθους, ενώ η ράγα μικρή, σφαιρική με φλοιό χρυσαφί έως κίτρινο. Χαρακτηριστικό της σάρκας είναι η γλυκιά και αρωματική γεύση της. Η ποικιλία αυτή είναι πρώιμη, παραγωγική (ωριμάζει το πρώτο δεκαήμερο του Αυγούστου). Το πρέμνο μορφώνεται σε κύπελλο και δέχεται κλάδεμα βραχύ. Το γλεύκος που παράγεται είναι πλούσιο σε σάκχαρα και ο οίνος καλής ποιότητας, με χαρακτηριστικό το λαμπερό ανοιχτό χρώμα του.

❖ Κοτσιφάλι. Καλλιεργείται ως επί το πλείστον στο νησί της Κρήτης, στους νομούς Λασιθίου, Ηρακλείου και Χανίων. Το φύλλο είναι μεγάλο, κυκλικό, με βαμβακώδη υφή στην κάτω επιφάνειά του. Το σταφύλι είναι πυκνό και οι ράγες φέρουν σάρκα μαλακή με ελαφρά υπόξινη γεύση. Το πρέμνο μορφώνεται σε κύπελλο και δέχεται κλάδεμα βραχύ.

Οι οίνοι που παράγονται από την ποικιλία αυτή είναι ανωτέρας ποιότητας και πολλοί από αυτούς είναι Ονομασίας Προέλευσης όπως π. χ. Πεζά και Αρχάνες.

❖ Λημνιό (Λημνιώννα, Καλαμπάκι). Η ποικιλία αυτής συναντάται στη Β. Ελλάδα και συγκεκριμένα στις περιοχές των Νομών Έβρου, Ξάνθης, Ροδόπης, Καβάλας, Χαλκιδικής, στα νησιά Λήμνο, Θάσο και Μυτιλήνη καθώς και στη Θεσσαλία. Παρουσιάζει φύλλο μεγάλο σε μέγεθος, σταφύλι ακανόνιστου σχήματος με ράγα σχεδόν σφαιρική. Η σάρκα είναι γλυκιά και εύγεστη. Είναι ποικιλία κανονικής ωριμότητας, ωριμάζει αρχές Σεπτεμβρίου, και μεγάλης παραγωγής. Οι οίνοι που προέρχονται από την ποικιλία αυτή είναι ανωτέρας ποιότητας.

❖ Λιάτικο (Λιάτης, Μαυρολιάτης, Διμηνίτης). Έγχρωμη ποικιλία αμπέλου, μεγάλης ζωηρότητας και παραγωγικότητας, που απαντάται στο νησί της Κρήτης, αλλά και στις Κυκλάδες, τα Δωδεκάνησα, τη Δ. Πελοπόννησο και τη Ζάκυνθο. Ωριμάζει πρώιμα, δηλαδή αρχές Ιουλίου, με μικρές αποκλίσεις ανάλογα με τις κατά τόπους κλιματολογικές συνθήκες. Από το γλεύκος της ποικιλίας αυτής παράγονται οίνοι με υψηλό αλκοολικό βαθμό, μικρή οξύτητα και μεγάλες ποσότητες χρωστικών.

❖ Μαντηλάρι (Μαντηλάρι, Αμοργιανό, Κουντούρα μαύρη, Κουτούρα, Κούντουρο, Δουμπραίνα μαύρη). Καλλιεργείται στα νησιά των Κυκλάδων, Δωδεκανήσου, Κρήτης. Το φύλλο της ποικιλίας αυτής είναι μεγάλο και ανθεκτικό. Η ράγα είναι μεγάλη, σφαιρική, με μεγάλες ποσότητες κηρώδους ανθηρότητας στην επιφάνειά της. Η επιδερμίδα έχει χαρακτηριστικό σκούρο μπλε χρώμα. Η ποικιλία αυτή είναι παραγωγική, μέσης πρωιμότητας (αρχές Σεπτεμβρίου). Το γλεύκος που δίνει είναι πλούσιο σε σάκχαρα, έως και 22 % και σε οξύτητα έως και 5 % σε τρυγικό οξύ, ανάλογα την περιοχή. Είναι από τις πιο πλούσιες σε χρώμα ερυθρές ποικιλίες. Για το λόγο αυτό, το γλεύκος της χρησιμοποιείται για την ενίσχυση του χρώματος ασθενέστερων ποικιλιών κατά την οινοποίησή τους όπως τα Ασύρτικο, Αθήρι κ.ά..

❖ Μαυροδάφνη (Θηνιάτικο). Καλλιεργείται στην περιοχή Πατρών και Κεφαλληνίας. Από την ποικιλία αυτή και σε συνδυασμό με τη γηγενή ποικιλία μαύρη Κορινθιακή, παράγεται ο γλυκός οίνος Μαυροδάφνη Πατρών. Ο οίνος Μαυροδάφνη ανήκει στους γλυκούς οίνους τύπου Porto.

❖ Μοσχάτο Σάμου (Μοσχοστάφυλο, Μοσχάτο άσπρο, Μοσχούδι). Η ποικιλία αυτή συναντάται στις περιοχές της Σάμου, Αχαΐας και στα Δωδεκάνησα. Το φύλλο είναι στρογγυλό, μετρίου μεγέθους και το σταφύλι μεγάλο, απλό και πυκνό. Η ράγα φέρει επιδερμίδα σκληρή και η σάρκα της είναι τραγανή, έντονα αρωματισμένη. Το πρέμνο

μορφώνεται σε κύπελλο και δέχεται κλάδεμα βραχύ. Από την ποικιλία αυτή παράγονται οίνοι σαν το ρητινίτη (κ. ρετσίνα), τα μιστέλια και ημίγλυκοι.

❖ Μπατίκι (Τιμπί-Μπατίκι, Ντεμπατίκι, Ντεβέ Μπατίκι). Είναι λευκή ποικιλία μικρασιατικής προέλευσης που καλλιεργείται κυρίως στην Θεσσαλία (Τύρναβος) αλλά και στη Β. Εύβοια και Δ. Μακεδονία. Το πρέμνο μορφώνεται σε κυπελλοειδές σχήμα και δέχεται βραχύ κλάδεμα. Οι οίνοι της ποικιλίας αυτής έχουν χαρακτηριστικό άρωμα.

❖ Ντεμπίνα. Συναντάται σε ψυχρά κυρίως κλίματα όπως αυτό των Ιωαννίνων και της γύρω περιοχής. Το φύλλο του φυτού είναι μεγάλο, κυκλικό με την κάτω επιφάνεια καλυμμένη με βαμβακώδη χνοασμό. Το σταφύλι είναι μετρίου έως μεγάλου μεγέθους και η ράγα του, κιτρινωπή με χυμώδη σάρκα. Η ποικιλία αυτή είναι όψιμη, δηλαδή η πλήρης ωρίμανση παρατηρείται το δεύτερο δεκαήμερο του Οκτωβρίου και αρκετά παραγωγική. Το πρέμνο μορφώνεται σε κύπελλο και δέχεται κλάδεμα βραχύ. Παρουσιάζει ευαισθησία στις προσβολές από περονόσπορο. Από την ποικιλία αυτή παρασκευάζεται και ο γνωστός οίνος ονομασίας Προελεύσεως Ζίτσα, καθώς και άλλοι τύποι οίνων όπως αφρώδεις, ξηροί κ.ά.

1.3 Περιγραφή των βασικών προϊόντων του κλάδου

Οίνος, κατά την ελληνική νομοθεσία, καλείται το ποτό που προέρχεται αποκλειστικά από ολική ή μερική αλκοολική ζύμωση νωπών σταφυλιών ή γλεύκους εκ νωπών σταφυλιών (Νόμος 396/76 ΦΕΚ 198/Α/31-7-1976). Ο ίδιος ορισμός με κάποιες διευκρινήσεις δίνεται στην νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης: Οίνος ή κρασί καλείται το προϊόν, που παράγεται αποκλειστικά με αλκοολική ζύμωση, ολική. Οι οίνοι διακρίνονται στα εξής είδη: λευκός οίνος, ερυθρωπός (ροζέ), ερυθρός, αφρώδης οίνος, γλυκός ή επιδόρπιος οίνος και αρωματισμένος οίνος (βερμούτ) (Πίνακας 1).

Όπως αναφέρει ο Ρούσσης (2015), το κρασί είναι ένα προϊόν του οποίου τα χαρακτηριστικά διακρίνονται βάσει της αμπελουργικής ζώνης προέλευσής του και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με αυτή, τις συνθήκες οινοποίησης του κλπ. Γι' αυτόν το λόγο έχουν θεσπιστεί οι έννοιες των τύπων και των κατηγοριών των κρασιών από το νομοθέτη. Έτσι, ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να αναγνωρίζει εύκολα το κάθε κρασί από τις αντίστοιχες ενδείξεις που αναγράφονται στις ετικέτες τους (Νέτσικα και Παπαγεωργοπούλου, 1993).

Πίνακας 1 Στοιχεία καλλιεργούμενων ποικιλιών αμπέλου στην Ελλάδα ανά ονομασία Πηγη: Νέτσικα και Παπαγεωργοπούλου, 1993

Γηγενείς λευκές ποικιλίες
Αηδάνι Λευκό
Γαϊδουριά
Θειακό
Κακοτρύγης
Μπατίκι
Πλυτό
Γηγενείς έγχρωμες ποικιλίες
Αγιαννιώτικο
Βερτζάμι
Θράψα
Κατσακούλιας
Λαδικινό
Μοσχόμαυρο
Νεγκόσκα
Ρεφόσκο
Ρομπόλα Κόκκινη
Ρωμέικο
Τουρκοπούλα
Φωκιανό
Ξενικής προέλευσης έγχρωμες ποικιλίες
Μοσχάτο Αμβούργου (επιτραπέζια χρήση)
Flame Seedless (επιτραπέζια χρήση)
Tebranillode Roja
Ξενικής προέλευσης λευκές ποικιλίες
Semillon
Centennial Seedless (επιτραπέζια χρήση)

Σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις της ελληνικής και κοινοτικής νομοθεσίας, οι οίνοι στο εμπόριο κατατάσσονται σε δύο βασικές κατηγορίες:

- I. τους V.Q.P.R.D. (Οίνοι Ποιότητας Παραγόμενοι σε Καθορισμένη Περιοχή από τα αρχικά των γαλλικών λέξεων Vins de Qualite Produits dans une Region Determinee) και
- II. τους επιτραπέζιους

Στην Ελλάδα, ως V.Q.P.R.D χαρακτηρίζονται τα κρασιά Ονομασίας Προέλευσης. Ως Ονομασία Προέλευσης καθορίζεται «το τοπωνύμιο που έχει αναγνωριστεί ως κοινόχρηστο εμπορικό όνομα των κρασιών της περιοχής, όταν αυτά πληρούν ορισμένους όρους». Αυτοί οι όροι καθορίζουν:

- ο Τη ζώνη παραγωγής του κρασιού
- ο Την ποικιλιακή σύνθεση του αμπελώνα
- ο Τις καλλιεργητικές τεχνικές
- ο Τις μεθόδους οινοποίησης
- ο Τον ελάχιστο αλκοολικό τίτλο
- ο Τη στρεμματική απόδοση

Σε αυτή την κατηγορία εντάσσονται οι ποικιλίες, οι οποίες είναι απόλυτα προσαρμοσμένες στις εδαφοκλιματικές συνθήκες της περιοχής οι οποίες έχει αποδειχθεί ότι δίνουν οίνο υψηλής ποιότητας. Οι αμπελώνες από τους οποίους προέρχονται τα σταφύλια είναι χαμηλής απόδοσης αλλά υψηλής ποιότητας. Ο οίνος παρασκευάζεται με βάση την παραδοσιακή οινολογική τεχνική της περιοχής, προσαρμοσμένη στις απαιτήσεις της σύγχρονης τεχνολογίας, ωριμάζει ή και παλαιώνει κάτω από ειδικές συνθήκες που αξιοποιούν και διαμορφώνουν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του. Έχει ιδιαίτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά και δική του προσωπικότητα που εξαρτάται από το οικοσύστημα της περιοχής (συνδυασμός τόπου παραγωγής, κλιματολογικών συνθηκών και ποικιλίας σταφυλιού)

Ένα κρασί που έρχεται στην αγορά εμφιαλωμένο με το τοπωνύμιο μιας περιοχής, προέρχεται από αμπελουργική ζώνη νομοθετικά οριοθετημένη της οποίας το όνομα φέρει στην ετικέτα του και μέσα στα όρια της οποίας καλλιεργούνται οι ποικιλίες σταφυλιών από τις οποίες παράγεται.

Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη της ICAP (2010) σχετικά με την οινοποιία στην Ελλάδα, οι οίνοι «ονομασίας προελεύσεως» διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

α) Σε οίνους **«Ονομασίας Προελεύσεως Ελεγχόμενης» (ΟΠΕ)**, οι οποίοι φέρουν υποχρεωτικά στο λαιμό της φιάλης μία χαρακτηριστική γαλάζια ταινία ελέγχου, έχουν όλες τις προϋποθέσεις των οίνων Ο.Π.Α.Π και επιπλέον παράγονται από σταφύλια επιλεγμένων αμπελώνων, χαμηλών στρεμματικών αποδόσεων που καλλιεργούνται σε εδάφη κατάλληλα για την παραγωγή οίνων ποιότητας. Επιπλέον πληρούν συγκεκριμένους όρους όσον αφορά στο σύστημα κλάδευσης των αμπελώνων και την ελάχιστη περιεκτικότητα του γλεύκους σε σάκχαρα (Ν.Δ 427/76) περί βελτιώσεως και προστασίας της αμπελουργικής παραγωγής.

β) Σε οίνους **«Ονομασίας Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας» (ΟΠΑΠ)**, οι οποίοι φέρουν υποχρεωτικά στο λαιμό της φιάλης μια χαρακτηριστική κόκκινη ταινία ελέγχου. Οι περιοχές που παράγονται οι οίνοι Ο.Π.Α.Π (Ονομασία Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας) είναι ουσιαστικά οι ιστορικές αμπελουργικές και οινοπαραγωγικές περιοχές των αμπελώνων της Ελλάδας. Με την εξαίρεση δύο περιοχών, οι ποικιλιακές συνθέσεις ορίζονται μόνο από

ελληνικές γηγενείς ποικιλίες αμπέλου. Σε όλες τις ζώνες υπάρχουν δεσμεύσεις ως προς τις μέγιστες στρεμματικές αποδόσεις και διάφορες άλλες προϋποθέσεις ως προς τις οποίες οι οίνοι ελέγχονται.

Οι οίνοι Ο.Π.Α.Π, πρέπει απαραίτητως, να παράγονται σε οινοποιεία που βρίσκονται εντός της αμπελουργικής τους ζώνης. Δηλαδή εκτός από τα σταφύλια που προέρχονται υποχρεωτικώς από την ζώνη, η οινοποίηση πρέπει να γίνεται σε οινοποιεία που έχουν εγκαταστάσεις εντός αυτής. Ωστόσο, η ωρίμανση σε βαρέλια, η εμφιάλωση και η αναγωγική παλαίωση, μπορούν να γίνονται και σε εγκαταστάσεις εκτός ζώνης.

Οι οίνοι Ο.Π.Α.Π έχουν δικαίωμα να αναγράφουν στην ετικέτα τους το έτος συγκομιδής εφόσον τουλάχιστον το 85% των σταφυλιών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τους συγκομίζονται το εν λόγω έτος. Επίσης, οι οίνοι Ο.Π.Α.Π έχουν δικαίωμα αναγραφής στην ετικέτα τους την ή τις ποικιλίες όταν αυτές συμμετέχουν τουλάχιστον κατά 65% στην παραγωγή του.

Στην κατηγορία των επιτραπέζιων οίνων περιλαμβάνονται οι «Τοπικοί Οίνοι», οι «Οίνοι κατά Παράδοση» (Κανονισμός 607/2009) και τα οίνοι «Μάρκας». Οι τοπικοί οίνοι είναι μία κατηγορία κρασιών που δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια. Αφορά τα κρασιά τα οποία, επειδή παράγονται σε συγκεκριμένα γεωγραφικά διαμερίσματα ή μεμονωμένες περιοχές, κυκλοφορούν στην αγορά με γεωγραφική ένδειξη παραγωγής π.χ. τοπικός οίνος Κρήτης. Η παραγωγή τους πληρεί όρους αντίστοιχους με αυτούς που πληρούνται στα V.Q.P.R.D. και θεωρούνται ποιοτικώς αναβαθμισμένα επιτραπέζια κρασιά. Πρόκειται λοιπόν για επιτραπέζιους οίνους οι οποίοι παράγονται από σταφύλια συνιστώμενων ποικιλιών, που καλλιεργούνται σε περιοχές όπου έχουν το δικαίωμα να φέρουν την ένδειξη «τοπικός οίνος».. (ICAP,2010). Σύμφωνα με πρόσφατα δεδομένα του ΥΠΑΑΤ, μέχρι σήμερα έχουν θεσμοθετηθεί τοπικοί οίνοι επιπέδου νομού σε 36 από τους 51 (αμπελουργικούς) νομούς της χώρας. Ως προς τις αμπελουργικές περιφέρειες είναι: Θράκη 1/3, Μακεδονία 12/13, Θεσσαλία 2/4, Ήπειρος 1/4, Ιόνιο 3/4, Στερεά Ελλάδα 3/7, Πελοπόννησος 7/7, Αιγαίο 3/5, Κρήτη 4/4.

Στην κατηγορία των οίνων «Ονομασίας κατά Παράδοση» όπως και σε αυτή των τοπικών οίνων τα κρασιά συνοδεύονται από τοπωνύμια γεωγραφικών διαμερισμάτων, περιοχών παραγωγής, διαφορετικών όμως εκείνων της ονομασίας προέλευσης. Σε αυτή την κατηγορία κατατάσσεται σύμφωνα με την κοινοτική νομοθεσία και η Ρετσίνα που περιέχει διαλυμένη ποσότητα ρετσινιού. Στην ετικέτα του αναγράφεται η ένδειξη «Ονομασία κατά Παράδοση», που δηλώνει ότι το όνομα Ρετσίνα χρησιμοποιείται αποκλειστικά και παραδοσιακά για το χαρακτηρισμό ελληνικών κρασιών με το γνωστό άρωμα και τη γεύση.

Ως οίνοι «Μάρκας» χαρακτηρίζονται οι οίνοι ή μόνο από την εμπορική επωνυμία του εμφιαλωτή ή από ένα εμπορικό όνομα και εμπορικό σήμα. Στην παραγωγή τους μεγάλο ρόλο παίζουν η τεχνολογία, ο αυστηρός ποιοτικός έλεγχος και η τέχνη του οινοποιού να διαμορφώνει και να αναπαράγει ένα κρασί, το οποίο διατηρεί τον ίδιο πάντα χαρακτήρα σύμφωνα με τις προτιμήσεις των καταναλωτών (Σουφλερός, 1997)

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι με την παλαίωση ορισμένων οίνων, όσο αυτοί ωριμάζουν μέσα σε βαρέλια ή όσο παραμένουν αποθηκευμένα στις φιάλες τους ο χαρακτήρας τους βελτιώνεται σημαντικά. Γι' αυτά τα κρασιά λοιπόν η νομοθεσία έχει θεσπίσει ειδικές ενδείξεις αναλόγως την κατηγορία στην οποία ανήκει ο κάθε οίνος, αλλά και τον τρόπο και το χρόνο παλαίωσης τους. Ορισμένες από τις ενδείξεις που έχουν νομοθετηθεί για τους V.Q.P.R.D. οίνους είναι οι:

- ❖ Cru,
- ❖ Grande cru,
- ❖ Reserve,
- ❖ Grande Reserve.

Τα κρασιά με την ένδειξη Reserve, είναι αυτά που έχουν παλιώσει σε ξύλινα βαρέλια και φιάλες σε διάρκεια δύο χρόνων συνολικά για τα λευκά κρασιά, ενώ για τα ερυθρά κρασιά η διάρκεια είναι τρία χρόνια. Αντίστοιχα τα κρασιά με την ένδειξη Grande Reserve ο χρόνος παλαίωσης αντιστοιχεί σε τρία χρόνια συνολικά για τα λευκά και τέσσερα για τα ερυθρά. Για την παραγωγή αυτών των οίνων δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στην επιλογή της πρώτης ύλης, το σταφύλι και στην παλαίωση τους.

1.4 Θεσμικό Πλαίσιο του Κλάδου

Ο οίνος ελέγχεται από την Κοινή Οργάνωση της Αμπελοοινικής Αγοράς (ΚΟΑ) με βασικό κανονισμό τον 822/87. Μετά από διαδοχικές αλλαγές και τροποποιήσεις στη τελευταία Κ.Ο.Α. οίνου (Πίνακας 2) ψηφίστηκε η νέα Κ.Ο.Α οίνου με τον κανονισμό 479/2008, ο οποίος καταργήθηκε και αντικαταστάθηκε από τον κανονισμό 491/2009. Αυτός ο κανονισμός τροποποιεί και τον κανονισμό 1234/2007 που αφορά την θέσπιση κοινής οργάνωσης των γεωργικών αγορών και ειδικών διατάξεων για ορισμένα γεωργικά προϊόντα («Ενιαίος κανονισμός Κ.Ο.Α»). (<http://eur-lex.europa.eu/el/index.htm>)

Σύμφωνα με τη νομοθεσία, οι αιτήσεις των ενδιαφερόμενων για την προστασία των ονομασιών προέλευσης συνοδεύονται από τεχνικό φάκελο που περιλαμβάνει την ονομασία που πρέπει να προστατευθεί, το ονοματεπώνυμο και τη διεύθυνση του αιτούντος και την

προδιαγραφή του προϊόντος. Η περιγραφή του προϊόντος θα πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον:

- ✗ Την ονομασία που πρέπει να προστατευτεί
- ✗ Για οίνους με ονομασία προέλευσης, τα βασικά αναλυτικά και οργανοληπτικά χαρακτηριστικά τους,
- ✗ Ενδεχομένως, τις ειδικές οινολογικές πρακτικές που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του οίνου, καθώς και τους σχετικούς περιορισμούς για την παραγωγή του οίνου
- ✗ Την οριοθέτηση της σχετικής γεωγραφικής ζώνης
- ✗ Την ένδειξη της ή των οινοποιήσιμων ποικιλιών αμπέλου από τις οποίες προέρχεται ο οίνος την ανώτατη απόδοση ανά εκτάριο
- ✗ Τα λεπτομερή στοιχεία υπό τα οποία προκύπτουν οι απαιτήσεις που αναφέρονται στον ορισμό της ονομασίας προέλευσης.
- ✗ Το όνομα και τη διεύθυνση των αρχών ή των οργανισμών που ελέγχουν την τήρηση των διατάξεων των προδιαγραφών του προϊόντος.

Πίνακας 2: Τροποποιήσεις νομοθεσίας οίνου (<http://eur-lex.europa.eu/el/index.htm>.)

ΠΡΑΞΗ	ΕΝΑΡΞΗ ΙΣΧΥΟΣ	ΕΠΙΣΗΜΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ
ΕΚ αριθμ. 822/1987	27/3/1987	ΕΕ L084
ΕΚ αριθμ. 1627/1998	1/9/1998	ΕΕ L210
ΕΚ αριθμ. 1493/1999	21/7/1999	ΕΕ L179
ΕΚ αριθμ. 1622/2000	8/8/2000	ΕΕ L194
ΕΚ αριθμ. 2826/2000	31/12/2000	ΕΕ L328
ΕΚ αριθμ. 2585/2001	30/12/2001	ΕΕ L345
ΕΚ αριθμ. 806/2003	4/6/2003	ΕΕ L122
ΕΚ αριθμ. 1795/2003	14/10/2003	ΕΕ L262
ΕΚ αριθμ. 2165/2005	4/1/2006	ΕΕ L345
ΕΚ αριθμ. 1791/2006	1/1/2007	ΕΕ L363
ΕΚ αριθμ. 1234/2007	1/1/2008	ΕΕ L299
ΕΚ αριθμ. 497/2008	1/8/2008	ΕΕ L148
ΕΚ αριθμ. 491/2009	17/6/2009	ΕΕ L154
ΕΚ αριθμ. 1308/2013	20/12/2013	ΕΕ L347

Οποιαδήποτε ενδιαφερόμενη ομάδα παραγωγών ή ένας μεμονωμένος παραγωγός, μπορούν να υποβάλλουν αίτηση προστασίας μιας ονομασίας προέλευσης. Στην αίτηση αυτή μπορούν να συμμετέχουν και άλλοι ενδιαφερόμενοι. Οι παραγωγοί μπορούν να υποβάλλουν αίτηση για χορήγηση προστασίας μόνον για οίνους τους οποίους παράγουν. Σε περίπτωση ονομασίας που αφορά διασυνοριακή γεωγραφική περιοχή ή παραδοσιακή ονομασία που συνδέεται με διασυνοριακή γεωγραφική περιοχή, είναι δυνατόν να υποβάλλεται κοινή αίτηση. (<http://eur-lex.europa.eu/el/index.htm>)

Οι αιτήσεις για χορήγηση προστασίας μιας ονομασίας προέλευσης υπόκεινται σε εθνική προκαταρκτική διαδικασία σύμφωνα με το παρόν κανονισμό. Η αίτηση για χορήγηση προστασίας υποβάλλεται στο κράτος μέλος από του οποίου το έδαφος προέρχεται η ονομασία προέλευσης. Τα κράτη μέλη εξετάζουν εάν η αίτηση για χορήγηση προστασίας πληροί τους όρους που ορίζονται από τον κανονισμό και προβλέπουν εθνική διαδικασία που διασφαλίζει την ενδεδειγμένη δημοσίευση της αίτησης. Επιπλέον προβλέπουν περίοδο τουλάχιστον δύο μηνών από την ημερομηνία δημοσίευσης εντός της οποίας οποιοδήποτε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο έχει έννομο συμφέρον και είναι εγκατεστημένο ή διαμένει στο έδαφος τους δύναται να υποβάλει ένσταση κατά της προτεινόμενης προστασίας, καταθέτοντας δεόντως αιτιολογημένη δήλωση. Εάν το κράτος μέλος θεωρεί ότι η ονομασία προέλευσης δεν πληροί τις σχετικές απαιτήσεις, συμπεριλαμβανομένης της πιθανότητας να μην υπάρχει συμβατότητα με την κοινοτική νομοθεσία γενικά, απορρίπτει την αίτηση.

Εάν το κράτος μέλος θεωρεί ότι οι σχετικές απαιτήσεις πληρούνται, δημοσιεύει το ενιαίο έγγραφο και την προδιαγραφή του προϊόντος τουλάχιστον στο διαδίκτυο και διαβιβάζει στην Επιτροπή, αίτηση για χορήγηση προστασίας. Τα βήματα που ακολουθούνται είναι τα εξής:

1. Η Επιτροπή δημοσιοποιεί την ημερομηνία υποβολής της αίτησης για προστασία της ονομασίας προέλευσης.

II. Η Επιτροπή εξετάζει εάν οι αιτήσεις για προστασία που πληρούν τους όρους που ορίζονται στον παρόντα κανονισμό.

III. Εάν η Επιτροπή θεωρεί ότι οι όροι που δημοσιεύει στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης το ενιαίο έγγραφο.

IV. Σε αντίθετη περίπτωση, λαμβάνεται απόφαση, για την απόρριψη της αίτησης. Τα έγγραφα αυτά διαβιβάζονται σε μία από τις επίσημες γλώσσες των οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή συνοδεύονται από πιστοποιημένη μετάφραση σε μια από τις εν λόγω γλώσσες. (<http://eur-lex.europa.eu/el/index.htm>.)

Μια ονομασία, για την οποία κατατίθεται αίτηση και η οποία είναι πλήρως ή εν μέρει ομώνυμη με ονομασία που έχει ήδη καταχωρηθεί, εγκρίνεται έχοντας υπόψη τις τοπικές και παραδοσιακές χρήσεις καθώς και τους κινδύνους σύγχυσης. Μια ομώνυμη ονομασία που δημιουργεί στον καταναλωτή την εσφαλμένη εντύπωση ότι τα προϊόντα προέρχονται από άλλο έδαφος, δεν καταχωρείται, έστω και εάν είναι ακριβής όσον αφορά το έδαφος, την περιοχή ή την τοποθεσία από την οποία προέρχονται τα συγκεκριμένα προϊόντα.

Η χρήση μιας καταχωρημένης ομώνυμης ονομασίας επιτρέπεται μόνον υπό πρακτικές προϋποθέσεις που εξασφαλίζουν ότι η ομώνυμη ονομασία, η οποία καταχωρήθηκε μεταγενέστερα, διακρίνεται σαφώς από εκείνη που έχει ήδη καταχωρηθεί, λαμβανομένης υπόψη της ανάγκης να εξασφαλίζεται ισότιμη μεταχείριση των ενδιαφερομένων παραγωγών και να μην παραπλανάται ο καταναλωτής.

Μία ονομασία δεν προστατεύεται ως ονομασία προέλευσης εάν, λαμβανομένης υπόψη της φήμης ενός εμπορικού σήματος και της αναγνωρισιμότητάς του, η προστασία θα μπορούσε να παραπλανήσει τον καταναλωτή όσον αφορά την πραγματική ταυτότητα του οίνου.

Οι προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης προστατεύονται από:

✎ κάθε άμεση ή έμμεση εμπορική χρήση προστατευόμενης ονομασίας:

1. Από συγκρίσιμα προϊόντα που δεν πληρούν την προδιαγραφή προϊόντος της προστατευόμενης ονομασίας, ή
2. Στο βαθμό που η χρήση αυτή εκμεταλλεύεται τη φήμη της ονομασίας προέλευσης ή της γεωγραφικής ένδειξης.

✎ κάθε κατάχρηση, απομίμηση ή επίκληση, έστω και αν αναφέρεται η πραγματική καταγωγή του προϊόντος ή της υπηρεσίας ή εάν η προστατευόμενη ονομασία είναι μεταφρασμένη ή συνοδεύεται από εκφράσεις όπως «στυλ», «τύπος», «μέθοδος», «όπως παράγεται στ.», «απομίμηση», «γεύση», «είδος» ή άλλες ανάλογες.

✎ κάθε άλλη ψευδή ή παραπλανητική ένδειξη σχετική με την προέλευση, την καταγωγή, τον χαρακτήρα ή τις βασικές ιδιότητες του προϊόντος στην εξωτερική ή εσωτερική συσκευασία, το διαφημιστικό υλικό ή τα έγγραφα που αφορούν τον σχετικό οίνο και τη συσκευασία του προϊόντος στα εμπορευματοκιβώτια που ενδέχεται να δημιουργήσουν εσφαλμένες εντυπώσεις όσον αφορά την καταγωγή του.

Τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα για να εμποδίσουν τις παράνομες χρήσεις των προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης. Η Επιτροπή καταρτίζει και διατηρεί

ηλεκτρονικό μητρώο των προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης και των προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων οίνων, διαθέσιμο για το κοινό.

Τα κράτη μέλη ορίζουν την ή τις αρχές που είναι αρμόδιες για τους ελέγχους σχετικά με τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται από το παρόν κανονισμό διασφαλίζουν ότι όλοι οι επιχειρηματίες που πληρούν τις διατάξεις του παρόντος κανονισμού δικαιούνται κάλυψη από σύστημα ελέγχων. Τέλος, ενημερώνουν την Επιτροπή σχετικά με την ή τις αρμόδιες αρχές. Η Επιτροπή δημοσιοποιεί τα ονόματα και τις διευθύνσεις τους και εξασφαλίζει την τακτική επικαιροποίηση των στοιχείων αυτών.

Όσον αφορά τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης που σχετίζονται με τη γεωγραφική περιοχή της Κοινότητας, ο ετήσιος έλεγχος της τήρησης των προδιαγραφών του προϊόντος, κατά την παραγωγή του οίνου και κατά ή μετά τη συσκευασία του, εξασφαλίζεται από:

- α) την ή τις αρμόδιες αρχές
- β) έναν ή περισσότερους οργανισμούς ελέγχου

Το κόστος του ελέγχου αυτού βαρύνει τους επιχειρηματίες που αποτελούν το αντικείμενο του ελέγχου.

2.ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Ο ΑΜΠΕΛΟΟΙΝΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

2.1. Η παγκόσμια παραγωγή οίνου

Στον πίνακα 3 παρουσιάζονται τα στοιχεία για την παγκόσμια οινοπαραγωγή για το έτος 2013. Από τα αναλυτικά δεδομένα παρατηρείται ότι την πρώτη θέση την κατέχει η Γαλλία με συνολική παραγωγή 4.293.466 τόνους και τη μικρότερη η Ουκρανία με 168.247 τόνους. Το μισό περίπου της παγκοσμίου παραγωγής (27.421.931) παρήχθη από τις μεσογειακές χώρες Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία.

Πίνακας 3 Παγκόσμια παραγωγή κρασιού το 2013 σύμφωνα με τον FAO (Παγκόσμιος Οργανισμός Τροφίμων του ΟΗΕ)

Κατάταξη	Χώρα	Παραγωγή σε τόνους
1	Γαλλία	4,293,466
2	Ιταλία	4,107,370
3	ΗΠΑ	3,217,000
4	Ισπανία	3,200,000
5	Χιλή	1,832,000
6	Κίνα	1,700,000
7	Αργεντινή	1,498,400
8	Αυστραλία	1,231,000
9	Νότιος Αφρική	1,097,200
10	Γερμανία	840,900
11	Πορτογαλία	630,800
12	Ρωσία	573,200
13	Ρουμανία	410,000
14	Ελλάς	311,530
15	Βραζιλία	273,100
16	Ουγγαρία	261,800
17	Νέα Ζηλανδία	248,400
18	Αυστρία	239,195
19	Σερβία	230,580
20	Ουκρανία	168,247

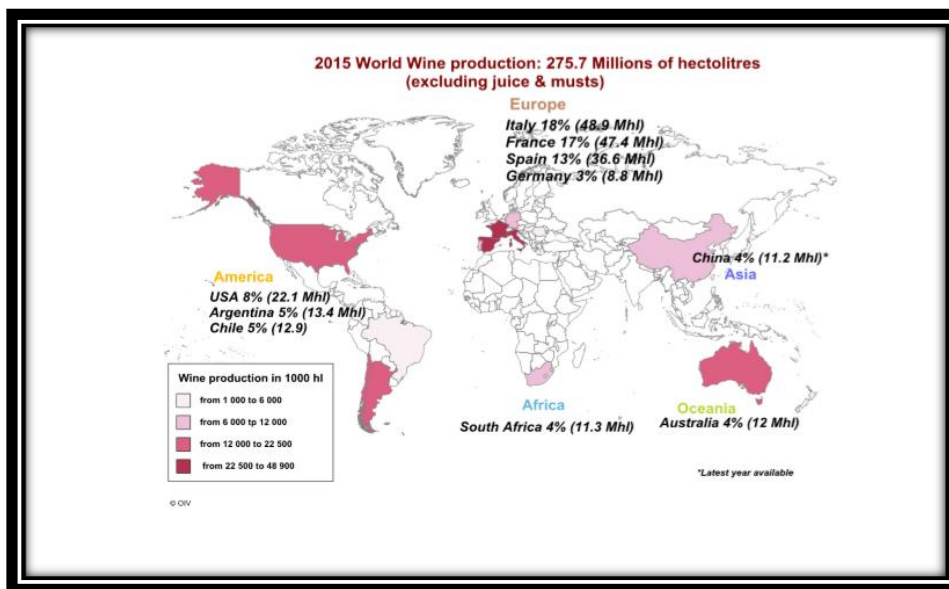


Εικόνα 1 Χάρτης της Γαλλίας και της Ιταλίας με τις κυριότερες οινοπαραγωγικές περιοχές της κάθε μίας.

Σχετικά με την Ελλάδα βρίσκεται στην 14^η θέση με συνολική παραγωγή 13 φορές μικρότερη συγκριτικά με την αντίστοιχη της Γαλλίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του FAO οι δυο πρώτες χώρες με την υψηλότερη οινοπαραγωγή (Γαλλία και η Ιταλία) ανταγωνίζονται έντονα για την κατάκτηση της κορυφή στον κλάδο αυτό (Εικόνα 2). Ωστόσο, δεν πρέπει να παραλειφθεί πως η Γαλλία παρουσίασε μείωση της οινοπαραγωγής της κατά 11% από 2007 έως το 2013.

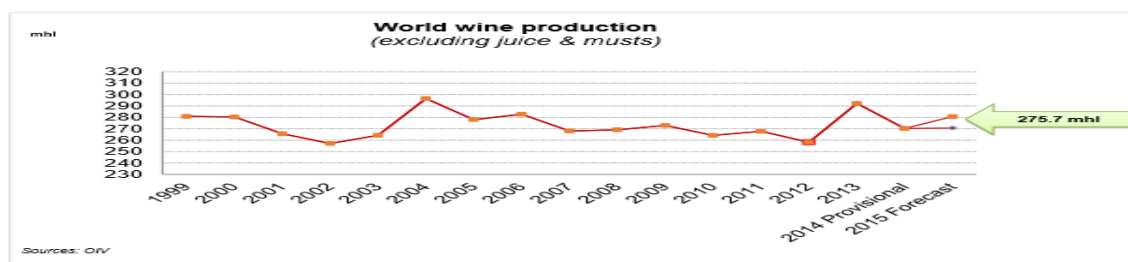
Συνδυάζοντας τα ανώτερα στοιχεία με τα πιο πρόσφατα του ΟΙΥ για το έτος 2015 φαίνεται πως η Ιταλία και η Ισπανία διατηρούν τις δυο πρώτες θέσεις στην παγκόσμια

οινοπαραγωγή (Εικόνα 2). Το 2015, η Ιταλία είχε τη μεγαλύτερη παγκόσμια οινοπαραγωγή (48,9 εκ. τόνους + 10% σε σύγκριση με την αντίστοιχη του 2014), ενώ η Γαλλία (47,4 εκ τόνους + 1% σε σύγκριση με την αντίστοιχη του 2014) και η Ισπανία (36,7 εκ. τόνους + 4% σε σύγκριση με αυτή του 2014). Σχετικά με άλλες χώρες στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), όπως η Πορτογαλία και η Ρουμανία η οινοπαραγωγή αυξήθηκε κατά + 8% και + 9% αντίστοιχα σε σύγκριση με την παραγωγή του έτος 2014. Αντίθετα, η Γερμανία κατέγραψε μικρή πτώση της παραγωγής (880 τόνοι, -4% σε σύγκριση με την αντίστοιχη του 2014) όπως και η Ελλάδα (270.000 τόνοι, -9% σε σύγκριση με το 2014). Οι Ηνωμένες Πολιτείες το 2015 (2.2 εκ. τόνοι) για δεύτερη συνεχή χρονιά, κατέγραψαν για μια άλλη χρονιά ένα υψηλό επίπεδο παραγωγής, χωρίς να επιτευχθούν οι όγκοι που επιτεύχθηκαν το 2013. (Πίνακας 3). Τέλος, στο νότιο ημισφαίριο, η Χιλή καταγράφει ένα ρεκόρ οινοπαραγωγής με 12,9 εκ τόνοι (+ 22,6% σε σύγκριση με αυτή του 2014), ενώ η Αργεντινή παρουσιάζει σημαντική μείωση κατά 12,1% σε σύγκριση με την αντίστοιχη του 2014). Η Νότια Αφρική διατηρεί σταθερό το επίπεδο της οινοπαραγωγής την περίοδο 2014-2015 σε 11,3 εκ. τόνους.



Εικόνα 2 Γεωγραφικός χάρτης απεικόνισης της παγκόσμιας οινοπαραγωγής για το έτος 2015 (<http://www.oiv.int/public/medias/2256/en-communique-de-presse-octobre-2015.pdf>.)

Όσον αφορά τη διαχρονική μεταβολή της παγκοσμίας οινοπαραγωγής κατά την περίοδο 1999-2015 σημειώνεται ότι ενώ τα πρώτα χρόνια 1999-2003 εμφανίζει μείωση της παραγομένης ποσότητας οίνου, την περίοδο 2011-2015 παρουσιάζεται σχετικά μεγάλη αύξηση (Εικόνα 3).



Εικόνα 3: Διαχρονική μεταβολή της παγκοσμίας οινοπαραγωγής κατά την περίοδο 1999-2015. (<http://www.oiv.int/public/medias/2256/en-communique-de-presse-octobre-2015.pdf>.)

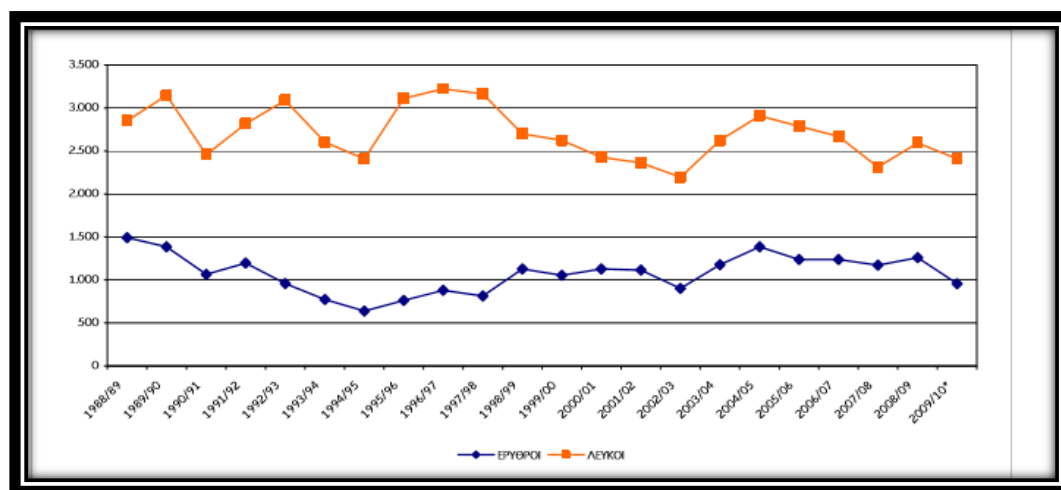
2.1.1 Ελληνική παραγωγή οίνου

Σύμφωνα με τη πρόσφατη μελέτη της ICAP (2010) στο τομέα της οινοποιίας, η καταγραφή της εγχώριας παραγωγής πραγματοποιείται στο τέλος κάθε οινικής περιόδου, η οποία διαρκεί από την 1η Σεπτεμβρίου κάθε έτους μέχρι την 31η Αυγούστου του επόμενου έτους. Από τα αναλυτικά δεδομένα του Πίνακα 4 φαίνεται πως την περίοδο 2000-2001 έως και 2004-2005 η εγχώρια οινοπαραγωγή κινήθηκε ανοδικά, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 7,3%. Ωστόσο την πενταετία (2005 -2006 έως 2009-2010) η παραγωγή κινήθηκε πτωτικά, με εξαίρεση τις οινικές περιόδους 2008-2009 και 2011-2012. (ICAP, 2010, ΥΠΑΑΤ, 2015).

Πίνακας 4 Η ελληνική παραγωγή κρασιού σε 1000 HL τα τελευταία 15 χρόνια (ΥΠΑΑΤ, 2015).

Έτη	ΟΙΝΟΙ ΧΩΡΙΣ ΠΟΠ/ΠΓΕ	ΠΟΠ	ΠΓΕ	ΠΟΙΚΙΛΙΑΚΟΙ ΟΙΝΟΙ	Άλλοι	Σύνολο	Μεταβολή ανά έτος
2000	3.224	327			7	3.558	-3,32
2001	3.037	338			2	3.477	-2,28
2002	2.836	249			13	3.098	-10,90
2003	3.491	372			1	3.864	24,73
2004	3.929	366				4.295	11,15
2005	3.755	338				4.093	-4,70
2006	3.530	370				3.900	-4,72
2007	3.150	350				3.511	-9,97
2008	3.510	345			12	3.868	10,17
2009	2.254	340	485		285	3.365	-13,00
2010	2.270	280	550			3.100	-7,88
2011	1.716	280	470		284	2.750	-11,29
2012	2.099	310	571	70	65	3.115	13,27
2013	2.358	315	600	70	65	3.343	7,32
2014	2.010	237	439	114		2.800	-16,24
2015	1.850	230	470	100		2.650	-5,36

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (Εικόνα 4), οι λευκοί οίνοι αποτελούν την κυριότερη κατηγορία, καθώς αντιπροσωπεύουν ποσοστά από 65,6% έως 80,3% της εγχώριας παραγόμενης ποσότητας, κατά το χρονικό διάστημα 1988/89-2009/10.



Εικόνα 4: Ανάλυση εγχώριας παραγωγής βάσει χρώματος (1988-2010)(ICAP,2010).

Στον Πίνακα 5 παρουσιάζονται στοιχεία σχετικά με τη γεωγραφική διάρθρωση της εγχώριας παραγωγής οίνου την περίοδο 2000-2007. Τα στοιχεία προέρχονται από τη μελέτη της ICAP (2010) και αφορούν παλαιότερες οινικές περιόδους, εξαιτίας των ελλείψεων στη συγκέντρωση στοιχείων από διάφορες περιφέρειες για τις τελευταίες οινικές περιόδους.

Πίνακας 5 Γεωγραφική διάρθρωση της εγχώριας παραγωγής οίνου την περίοδο 2000-2007 (ICAP, 2010).

Γεωγραφικό Διαμέρισμα	2002-2003		2003-2004		2004-2005		2005-2006		2006-2007	
	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%	Ποσότητα	%
Ανατ. Μακεδονία - Θράκη	241.650	7,8	256.800	6,65	255.500	5,95	175.373	4,29	198.849	5,1
Δυτ. & Κεντρ. Μακεδονία	201.820	6,52	245.150	6,34	273.160	6,36	355.360	8,68	274.593	7,04
Ήπειρος	33.100	1,07	60.460	1,56	53.350	1,24	51.950	1,27	53.200	1,36
Θεσσαλία	155.800	5,03	358.900	9,29	367.250	8,55	328.310	8,02	241.513	6,19
Πελοπόννησος - Δυτ. Στερεά	985.000	31,8	1.469.500	38,03	1.721.500	40,08	1.457.700	35,62	1.346.200	34,52
Αττική & Νησιά	687.296	22,19	934.930	24,19	889.870	20,72	1.117.765	27,31	1.162.145	29,8
Κρήτη	793.100	25,6	538.600	13,94	734.370	17,1	606.100	14,81	623.500	15,99
Σύνολο	3.097.766	100	3.864.340	100	4.295.000	100	4.092.558	100	3.900.000	100
Ποσότητα σε HL										

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

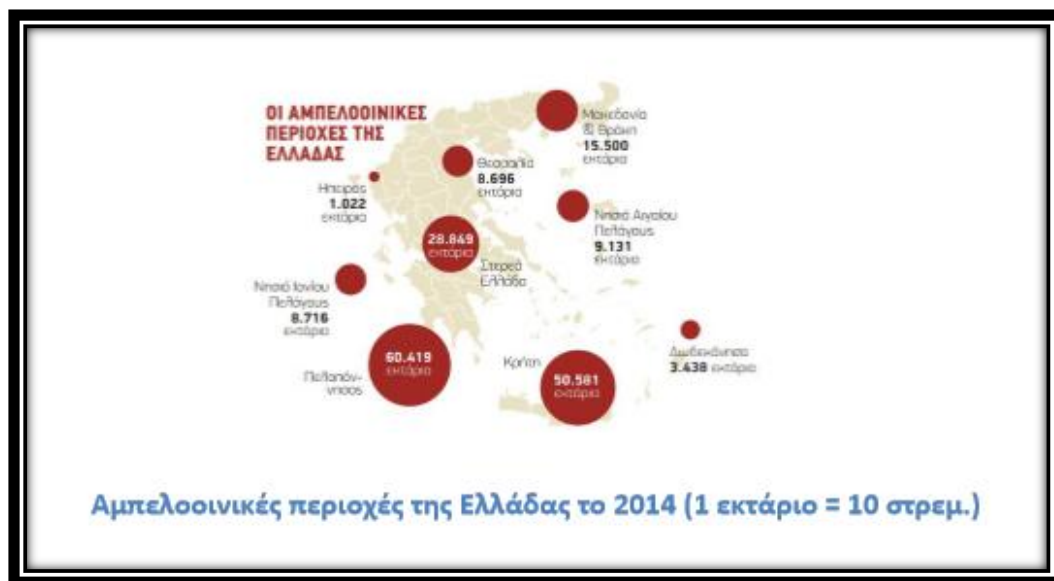
Τα κυριότερα συμπεράσματα που προκύπτουν από τον ανώτερο πίνακα είναι τα εξής:

- Το γεωγραφικό διαμέρισμα Πελοποννήσου - Δυτικής Στερεάς αποτελεί την κυριότερη παραγωγική (Εικόνα 5).
- Τα μικρότερα μερίδια στο σύνολο της χώρας καταλαμβάνει η Μακεδονία και η Θράκη.

Σχετικά με τις καλλιεργούμενες εκτάσεις με αμπέλια και σταφιδάμπελα, παρατηρήθηκε μείωση 1,7% το 2010 σε σχέση με το 2009, μείωση 4,1% το 2011 σε σχέση με το 2010, μείωση 0,2 % το 2012 σε σχέση με το 2011 και μείωση 1,6% το 2013 σε σχέση με το 2012 (Πίνακας 6).

Πίνακας 6 Απογραφή αμπελουργικών εκτάσεων ανά περιφέρεια (2006-2011) (ΥΠΑΑΤ,2012)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	2006- 2007	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011
ΑΝ.ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΘΡΑΚΗΣ	2.456,53	2.502,51	2 176,76	1.976,00	1.976,66
Κ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	4.567,81	5.009,43	4.945,20	4.810,86	4.789,26
Δ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	2.557,14	2.639,59	2.653,09	2.633,90	2.653,40
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	3.320,44	4.308,05	4.396,50	4.303,00	4.371,02
ΗΠΕΙΡΟΥ	748,25	666,62	696,09	694,36	697,36
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	3.039,93	2.935,15	2.933,40	2.690,50	2.645,90
ΔΥΤ. ΕΛΛΑΔΑΣ	11.093,27	9.503,09	9 380,11	9.115,07	9.110,67
ΣΤΕΡ. ΕΛΛΑΔΑΣ	8.161,45	8 441,28	8.104,40	7.789,70	7.550,70
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	12.152,02	12.161,79	12.012,20	11.817,76	11.722,30
ΑΤΤΙΚΗΣ	6.216,00	7.257,67	7.207,80	6.994,70	6.970,20
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	3.140,80	3.135,74	3.155,95	3.046,95	3.042,15
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	4.330,34	4.406,44	4.397,50	4.162,40	4.031,27
ΚΡΗΤΗΣ	8.123,50	8.042,78	8.030,45	7.816,20	7.772,10
ΣΥΝΟΛΟ	69.907,48	71.010,14	70.089,45	67.851,40	67.332,99
ΠΗΓΗ : Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων Επιφάνειες σε εκτάρια (ha)					



Εικόνα 5: Αμπελοοικινικές περιοχές της Ελλάδας το 2014 (1 εκτάριο = 10 στρεμ.) (Πετροπούλου Καραγιαννοπούλου, 2016).

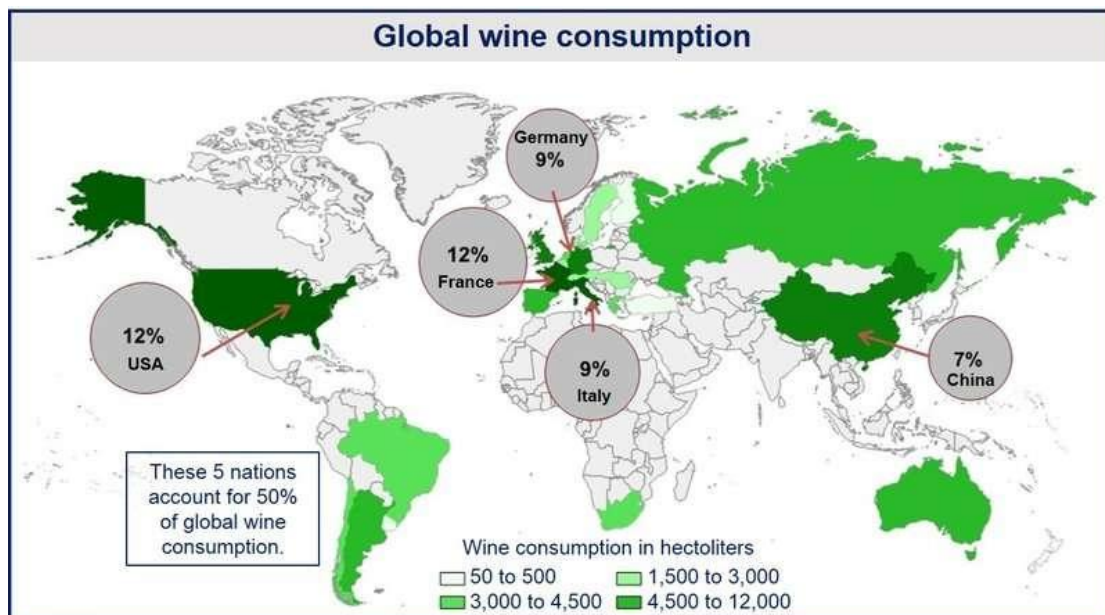
2.2 Κατανάλωση οίνου

2.2.1 Παγκόσμια κατανάλωση οίνου

Σύμφωνα με στοιχεία της ΚΕΟΣΕ, το 2014, η παγκόσμια κατανάλωση οίνου ανήλθε σε 240 εκατομμύρια εκατόλιτρα (-1%, μικρότερη συγκριτικά με την αντίστοιχη του 2013). Πέντε χώρες σήμερα καταναλώνουν τη μισή ποσότητα οίνου που καταναλώνεται στον κόσμο (Εικόνα 6):

- οι Ηνωμένες Πολιτείες (12% του παγκόσμιου συνόλου),
- η Γαλλία (12%),
- η Ιταλία (9%),
- η Γερμανία (9%) και
- η Κίνα (7%).

Ο ΟΙΥ σημειώνει ότι «από το 2000 η κατανάλωση έχει μειωθεί ιδιαίτερα στις παραδοσιακές χώρες κατανάλωσης προς όφελος των νέων χωρών των καταναλωτών». Πρώτη καταναλωτική αγορά, οι Ηνωμένες Πολιτείες που καταναλώνουν 30.700.000 HL (+2%), η Γαλλία 27.900.000 HL (-3%), η Ιταλία 20.400.000 HL (-6%), η Γερμανία 20.200.000 HL (-1%) και η Κίνα 15.800.000 HL (-7%).(<http://www.keosoe.gr/news/1974-eidisi-985.html>).



Εικόνα 6: Γεωγραφική απεικόνιση της παγκόσμιας κατανάλωσης οίνου (<http://marketbusinessnews.com/us-wine-consumption-highest-world/21433>).

2.2.2 Κατανάλωση οίνου στην Ελλάδα

Η ετήσια ποσότητα κατανάλωσης οίνου ανά κάτοικο και ανά καταναλωτή την περίοδο 2000-2014 παρουσιάζεται στον Πίνακα 7. Από τα αναλυτικά δεδομένα του Πίνακα 8 διαπιστώνεται πως η κατανάλωση του οίνου στην Ελλάδα παρουσιάζει μία αυξητική τάση την τελευταία 15ετία. Εξάιρεση, αποτελεί η περίοδος 2002-2003, όπου σημειώθηκε μια σημαντική πτώση της κατανάλωσης οίνου κατά 15%.

Από τα ανώτερα στοιχεία φαίνεται πως την τελευταία πενταετία η μέση ετήσια κατανάλωση οίνου διαμορφώθηκε σε επίπεδα της τάξης των τριών εκατομμυρίων εκατόλιτρων, μειωμένη κατά περίπου 9% συγκριτικά με τον μέσο όρο της προηγούμενης πενταετίας. (ICAP, 2010). Σε ετήσια βάση, η εγχώρια κατανάλωση οίνου την περίοδο 2012/13 σημείωσε μικρή αύξηση (4%) σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη οινική περίοδο. Από το συνολικό μέγεθος της εγχώριας κατανάλωσης οίνου, τα εμφιαλωμένα κρασιά εκτιμάται ότι καλύπτουν ένα ποσοστό κοντά στο επίπεδο του 40% στην παρούσα φάση, ενώ το μεγαλύτερο μερίδιο αντιστοιχεί σε χύμα κρασί (περιλαμβανομένων και των συσκευασιών σε ασκούς).

Πίνακας 7 Η κατανάλωση οίνου στην Ελλάδα (<http://www.keosoe.gr/news/1974-eidisi-985.html>).

Έτη	Ποσότητα σε 1000HL	Ανά Κάτοικο	Ανά Καταναλωτή
2000/01	2.747	26,2	36,7
2001/02	2.942	28	39
2002/03	2.466	23	32,9
2003/04	2.978	28,4	39,48
2004/05	3.207	30,5	42,51
2005/06	3.242	30,9	42,97
2006/07	3.218	30,6	42,66
2007/08	3.188	30,4	42,26
2008/09	2.926	27,9	38,79
2009/10	3.248	30,9	43,05
2010/11	2.852	27,2	37,80
2011/12	2.923	27,8	38,75
2012/13	3.068	29,2	40,67
2013/14	2.931	27,9	38,85
2014/15	2.347	22,4	31,11
ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ: Ανά κάτοικο: 10.500.000, Ανά καταναλωτή: 7.500.000			

2.3 Αγορά οίνου

2.3.1 Εξαγωγές οίνου

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ το 2015 οι συνολικές εξαγωγές οίνου σε ποσότητα παρουσίασαν πολύ μικρή κάμψη της τάξης του 0,51%, με τις εξαγωγές προς χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης να δείχνουν πτώση της τάξης του 2,64% και τις εξαγωγές προς Τρίτες Χώρες να παρουσιάζουν άνοδο με ποσοστό 6,45%. Αντίστοιχα οι μέσες τιμές μονάδος εξαγωγής ανά λίτρο οίνου παρουσιάζουν σταθερότητα το 2015 έναντι του 2014 και ανέρχονται στα €1,92/ltr με προορισμό τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ ελαφρά κάμψη κατά 0,52% παρατηρείται στις μέσες τιμές μονάδος εξαγωγής ανά λίτρο προς Τρίτες Χώρες (3,82 €/ltr/2014 έναντι 3,80 €/ltr/2015).

Σχετικά με την εξέλιξη των εξαγωγών ανά χώρα σε ποσότητα και αξία σημειώνεται πως η σημαντικότερη αγορά για το ελληνικό κρασί στην ΕΕ είναι η γερμανική. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ παρουσιάζει αύξηση κατ' αξία (26.382.092 €/2014 – 27.569.597/2015) (Πίνακας 8) της τάξης του 4,5% και κατά 1,3% όσον αφορά την ποσότητα.

Πίνακας 8 Στοιχεία εξαγωγής ελληνικού οίνου σε Ευρωπαϊκές χώρες την τελευταία οκταετία (ICAP, 2015)

ΓΑΛΛΙΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	5.035.202	5.142.590	6.247.636	5.295.246	5.113.380	5.119.918	2.971.859	5.455.219	3.185.411	-41,61
Ποσότητα σε lt	3.727.895	3.363.103	4.035.669	3.410.131	3.409.196	3.476.191	1.835.725	3.696.485	2.025.067	-45,22
T/M σε € / lt	1,35	1,53	1,55	1,55	1,50	1,47	1,62	1,48	1,57	6,59

ΗΠΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	6.917.300	6.706.103	5.937.838	6.554.710	6.312.351	8.761.540	8.002.686	8.226.408	10.503.071	27,68
Ποσότητα σε lt	2.294.929	2.107.087	1.723.954	1.995.619	1.762.386	2.394.351	1.950.577	1.909.945	2.219.653	16,22
T/M σε € / lt	3,01	3,18	3,44	3,28	3,58	3,66	4,10	4,31	4,73	9,86

ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	24.516.519	24.674.097	26.517.354	26.187.576	27.660.957	27.107.577	26.155.350	26.382.092	27.569.597	4,50
Ποσότητα σε lt	15.202.892	13.532.047	14.045.812	20.004.253	16.288.006	14.462.095	12.457.295	13.964.605	14.145.940	1,30
T/M σε € / lt	1,61	1,82	1,89	1,31	1,70	1,87	2,10	1,89	1,95	3,16

ΚΥΠΡΟΣ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	3.412.448	2.170.923	2.687.179	2.458.128	2.959.302	2.877.845	2.955.186	3.365.720	4.127.435	22,63
Ποσότητα σε lt	1.200.538	551.152	592.166	718.614	796.100	888.026	899.328	1.146.661	1.653.227	44,18
T/M σε € / lt	2,84	3,94	4,54	3,42	3,72	3,24	3,29	2,94	2,50	-14,94

ΚΑΝΑΔΑΣ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	2.821.157	2.445.661	2.366.722	2.944.328	2.626.518	4.174.721	3.251.203	3.641.386	4.205.108	15,48
Ποσότητα σε lt	1.114.912	912.013	854.330	995.304	710.721	1.126.519	910.578	978.532	1.037.658	6,04
T/M σε € / lt	2,53	2,68	2,77	2,96	3,70	3,71	3,57	3,72	4,05	8,90

ΒΕΛΓΙΟ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	2.211.131	2.756.271	2.679.933	2.342.711	2.518.315	2.476.182	2.509.333	2.454.925	2.341.059	-4,64
Ποσότητα σε lt	1.005.080	1.041.569	1.136.790	1.212.663	1.032.003	1.006.253	948.421	1.001.189	956.838	-4,43
T/M σε € / lt	2,20	2,65	2,36	1,93	2,44	2,46	2,65	2,45	2,45	-0,22

ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	1.431.326	1.440.117	1.878.417	1.666.695	1.687.951	1.813.378	1.791.247	1.748.277	1.949.663	11,52
Ποσότητα σε lt	763.332	759.167	899.614	810.498	900.610	851.876	833.801	792.956	922.914	16,39
T/M σε € / lt	1,88	1,90	2,09	2,06	1,87	2,13	2,15	2,20	2,11	-4,18

ΠΟΛΩΝΙΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	943.879	957.224	841.660	773.071	727.126	560.524	724.759	725.227	1.149.275	58,47
Ποσότητα σε lt	682.878	788.566	540.401	496.630	455.978	409.426	674.262	583.226	907.655	55,63
T/M σε € / lt	1,38	1,21	1,56	1,56	1,59	1,37	1,07	1,24	1,27	1,83

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	1.937.650	1.512.112	1.366.456	1.435.187	1.513.178	2.740.757	2.065.124	2.273.723	2.349.293	3,32
Ποσότητα σε lt	422.715	339.288	348.861	326.645	364.424	380.721	508.140	905.054	806.022	-10,94
T/M σε € / lt	4,58	4,46	3,92	4,39	4,15	7,20	4,06	2,51	2,91	16,02

ΑΥΣΤΡΙΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	1.044.949	1.170.087	957.901	1.001.849	1.103.339	1.077.402	993.567	1.109.274	1.085.504	-2,14
Ποσότητα σε lt	436.539	396.863	308.301	301.681	362.632	336.787	305.304	509.534	486.038	-4,61
T/M σε € / lt	2,39	2,95	3,11	3,32	3,04	3,20	3,25	2,18	2,23	2,59

ΚΙΝΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	13.723	155.574	152.894	505.560	1.947.745	1.609.711	1.679.377	1.074.807	1.273.819	18,52
Ποσότητα σε lt	5.886	37.563	78.859	201.957	639.653	438.190	352.688	260.214	348.554	33,95
T/M σε € / lt	2,33	4,14	1,94	2,50	3,05	3,67	4,76	4,13	3,65	-11,52

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	537.315	460.996	525.513	534.255	617.832	635.946	850.357	847.922	966.329	13,96
Ποσότητα σε lt	324.057	283.546	254.133	242.693	246.506	246.785	251.833	263.078	312.277	18,70
T/M σε € / lt	1,66	1,63	2,07	2,20	2,51	2,58	3,38	3,22	3,09	-3,99

ΕΛΒΕΤΙΑ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	%
Αξία σε €	964.665	751.485	921.173	848.766	755.764	894.065	670.987	680.769	821.844	20,72
Ποσότητα σε lt	257.280	250.073	265.208	248.045	204.064	270.538	164.666	159.114	184.455	15,93
T/M σε € / lt	3,75	3,01	3,47	3,42	3,70	3,30	4,07	4,28	4,46	4,14

Ελαφρά αύξηση παρατηρείται και στην μέση τιμή εξαγωγής ανά λίτρο κατά 3,16% (1,89 €/lt/2014 έναντι 1,95 €/lt/2015), παρ' όλ' αυτά η μέση τιμή παραμένει χαμηλή στοχεύοντας τον παραδοσιακό πληθυσμό των ομογενών καταναλωτών.

Η αύξηση εξαγωγών παρατηρείται στην πιο ανταγωνιστική αγορά του κόσμου αυτήν της Β. Αμερικής. Ειδικότερα, στην αγορά των ΗΠΑ παρατηρείται σημαντική άνοδος των εξαγωγών σε αξία (8.226.408 €/2014 – 10.503.671 €/2015) της τάξης του 27,68%, ενώ αξιοσημείωτη είναι και η αύξηση των εξαγωγικών ποσοτήτων κατά 16,22% (1.909.945 lt /2014 – 2.219.653 lt /2015).

Παρόμοια εικόνα παρουσιάζει και η αγορά του Καναδά για το ελληνικό κρασί. Κατ' αξία παρατηρείται άνοδος με 15,48% (3.641.386 €/2014 – 4.205.108 €/2015) με τις ποσότητες επίσης ν' αυξάνουν κατά 6,04% (978.532 lt /2014 – 1.037.658 lt /2015) και την μέση τιμή εξαγωγής να αυξάνει και αυτή κατά 8,9% (3,72 €/ lt /2014 – 4,05 € / lt /2015).

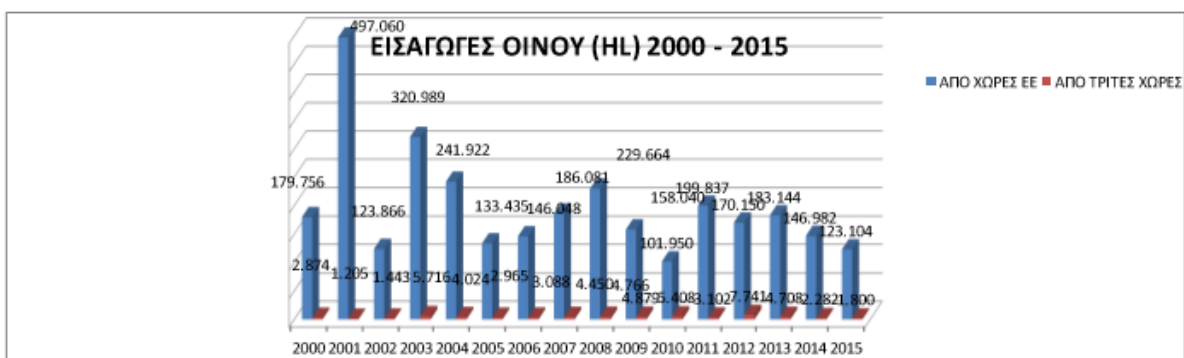
Η ανάπτυξη των εξαγωγών στις χώρες αυτές, οφείλεται κατά πάσα πιθανότητα στην υλοποίηση μεγάλων προγραμμάτων προβολής προώθησης και τεκμηριώνεται από τη ρητορική που έχει αναπτυχθεί στις αγορές αυτές.

2.3.2 Εισαγωγές

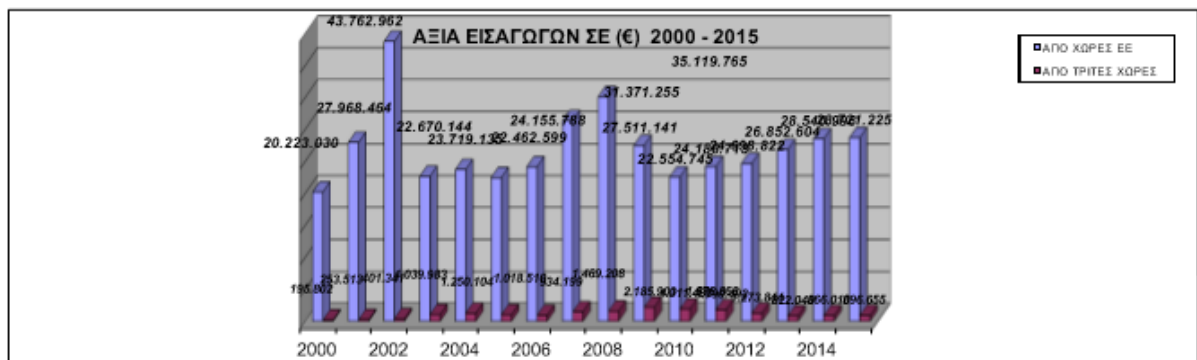
Όσον αφορά τις εισαγωγές, ανεπαίσθητη ήταν η μεταβολή σε αξία των εισαγωγών οίνου το 2015, έναντι του 2014, αφού η αξία εισαγωγών το 2015 αυξήθηκε κατά 0,63% όσον αφορά τις εισαγωγές από την ΕΕ (28.540.996 €/2014 – 28.721.225 €/2015), ενώ μεγαλύτερη μεταβολή παρουσίασαν οι εισαγωγές από Τρίτες Χώρες κατά +3,54% (866.010 € /2014 – 896.665 €/2015). (Εικόνα 7). (ΕΛΣΤΑΤ,2015).

Αντίθετα αισθητή μείωση δείχνουν οι όγκοι εισαγωγών από ΕΕ αφού παρουσιάζουν μείωση κατά 16,25% (146.982 HL /2014 – 123.104 HL /2015), ενώ από Τρίτες Χώρες η μείωση ανέρχεται στο 21,12% (2.282 HL /2014 – 1.800 HL /2015).

Ο συνδυασμός των μεταβολών αυτών παραπέμπει στην αύξηση της μέσης τιμής μονάδας ανά λίτρο (MTM) εισαγόμενου οίνου γεγονός που επαληθεύεται και από την επεξεργασία των δεδομένων. Η MTM/lt εμφανίζει σημαντική αύξηση (20,1%) και για τις εισαγωγές οίνων από ΕΕ (1,94 €/ lt /2014 – 2,33 €/ lt /2015), αλλά και για τις εισαγωγές οίνων από Τρίτες Χώρες (27,04%) γεγονός που υποδηλώνει ότι η σύνθεση των εισαγωγών μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου υπέρ των εμφιαλωμένων οίνων έναντι των χύμα (3,92 €/ HL /2014 – 4,98 €/ HL /2015) (Εικόνα 8).



Εικόνα 7: Εισαγωγές οίνου 2000-2015 σε (ΗΛ) (ΕΛΣΤΑΤ,2015).



Εικόνα 8: Αξία εισαγωγών οίνου 2000-2015 σε (€)(ΕΛΣΤΑΤ,2015).

Κλείνοντας την υποενότητα η συντριπτική πλειοψηφία των εισαγωγών οίνου στην Ελλάδα πραγματοποιείται από 4 χώρες, την Γαλλία (η οποία το 2015 ξεπέρασε την Ιταλία ως προς την αξία εισαγωγών οίνων αλλά όχι τον όγκο στη χώρα μας), την Ιταλία, την Γερμανία και την Ισπανία. (ΕΛΣΤΑΤ,2015).

2.4 Οινοποιητικές επιχειρήσεις

Στην υποενότητα γίνεται μια προσπάθεια να παρουσιαστούν στοιχεία σχετικά με τα παραγωγικές επιχειρήσεις ώστε να προκύψει μια γενικότερη εικόνα για την κερδοφορία τους και την απόδοση τους. Αρχικά σημειώνεται πως ο μεγαλύτερος αριθμός οινοποιητικών επιχειρήσεων βρίσκεται στον νομό Κορινθίας (81) και στον νομό Αττικής (79). Σύμφωνα με τα αναλυτικά δεδομένα του Πίνακα 9, στους υπόλοιπους νομούς της Ελλάδας, η υπό εξέταση δευτερογενής δραστηριότητα συμβάλλει σε μικρό βαθμό στην τοπική οικονομία (ICAP, 2010).

Πίνακας 9 Αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου ανά νομό (2005)(ΕΛΣΤΑΤ, 2015).

ΝΟΜΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	81
ΑΤΤΙΚΗΣ	79
ΑΧΑΪΑΣ	27
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	22
ΕΥΒΟΙΑΣ	21
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	19
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	19
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	16
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	15
ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ	13
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	12
ΛΑΡΙΣΣΑΣ	11
ΗΛΕΙΑΣ	10
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	9
ΚΑΒΑΛΑΣ	9
ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ	8
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	8
ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	8
ΗΜΑΘΙΑΣ	8
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	8
ΧΑΝΙΩΝ	8
ΑΙΤΩΛ/ΝΙΑΣ	6
ΙΟΑΝΝΙΝΩΝ	6
ΚΟΖΑΝΗΣ	6
ΦΛΩΡΙΝΑΣ	6
ΛΕΣΒΟΥ	6
ΣΕΡΡΩΝ	5
ΚΕΦΑΛΛ/ΝΙΑΣ	4
ΚΙΛΙΚΗΣ	4
ΣΑΜΟΥ	4
ΛΕΥΚΑΔΑΣ	3
ΔΡΑΜΑΣ	3
ΔΩΔ/ΝΗΣΟΥ	3
ΦΟΚΙΔΑΣ	2
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	2
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	2
ΠΕΛΛΑΣ	2
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	1
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	1
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	1
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	1
ΓΙΘΙΩΝ	1
ΕΒΡΟΥ	1
ΡΟΔΟΠΗΣ	1
ΧΙΟΥ	1
ΡΕΘΥΜΝΙΩΣ	1
Σύνολο	484

Στους πίνακες 10 και 11 εμφανίζεται ο συνολικός κύκλος εργασιών των κυριότερων παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου. Η εξέλιξη του κύκλου εργασιών των εταιρειών ήταν ανοδική γενικά κατά την περίοδο 2004-2008, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3,24%. Το 2008 οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων διαμορφώθηκαν σε 319,7€ εκ. περίπου, μειωμένες κατά 1,1% σε σχέση με το 2007. Εκτιμάται ότι, οι πωλήσεις που προήλθαν μόνο από κρασιά διαμορφώθηκαν σε 287€ εκ. περίπου το 2008, καλύπτοντας το 90% των συνολικών πωλήσεων. Όσον αφορά το έτος 2009, εάν ληφθούν υπόψη μόνο οι εταιρείες με διαθέσιμα

στοιχεία πωλήσεων και τα δύο έτη (2008-2009), τότε προκύπτει ετήσια μείωση πωλήσεων (το 2009) κατά 3,3% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (ICAP, 2010).

Πίνακας 10 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου (2005-2009)(ICAP, 2010).

Επωνυμία	2005	2006	2007	2008	2009
ΤΣΑΝΤΑΛΗΣ ΕΥΛΙΤ. Α.Ε.	40.855.542	38.435.081	40.217.077	40.886.095	37.778.235
ΜΑΛΑΜΑΤΙΝΑΣ Ε. & ΥΙΟΣ Α.Ε.Β.Ε. - ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ	26.511.771	28.170.285	29.179.655	27.340.475	24.183.800
ΜΠΟΥΤΑΡΗΣ Ι. & ΥΙΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.	29.062.000	29.674.000	32.626.000	32.246.000	26.908.000
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ ΟΙΝΩΝ Δ. ΚΟΥΡΤΑΚΗΣ Α.Ε.	25.506.899	23.403.245	25.022.069	24.735.574	24.229.091
ΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΒΟΙΩΤΙΑΣ ΙΝΟ Α.Ε.*	10.818.487	14.718.186	15.967.158	17.543.970	17.678.896
ΚΑΒΙΝΟ Α.Β.Ε.	7.593.000	7.997.000	10.669.000	13.357.000	14.715.000
ΕΥΒΟΙΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. ⁽¹⁾	6.640.158	-	9.573.216	12.689.854	13.139.241
ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Β. Γ. Α.Β.Ε.Ε.	16.156.840	17.600.419	20.075.380	12.916.889	12.507.586
ΚΤΗΜΑ ΚΩΣΤΑ ΛΑΖΑΡΙΔΗ Α.Ε.	6.350.502	7.036.581	8.043.749	8.287.834	8.368.623
ΚΤΗΜΑΤΑ ΧΑΤΖΗΜΙΧΑΛΗ Α.Ε.	7.850.950	8.437.530	8.182.805	7.578.818	6.218.381
ΤΣΑΚΤΣΑΡΗΣ Β. - Ε. ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ Α.Ε.	2.564.326	3.313.812	4.347.109	4.890.429	5.928.236
ΚΑΔΡ. Α.Γ. & Β.Ε. ΡΟΔΟΥ	6.051.620	5.216.721	7.057.436	5.317.432	ΜΔ
ΚΟΥΤΣΟΔΗΜΟΣ Γ. Α. Α.Ε.*	2.414.070	1.574.411	2.310.842	4.092.044	5.231.532
ΤΣΙΛΙΩΝ Κ. Α.Ε.	2.703.804	7.452.173	4.344.473	3.702.626	4.465.408
ΚΤΗΜΑ ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ Α.Ε.	2.930.857	3.062.350	3.850.650	4.265.473	3.918.508
ΒΙΝΟΒΟΝ Α.Ε.*	4.215.834	2.499.703	2.863.269	3.925.450	3.868.174
ΛΑΖΑΡΙΔΗΣ ΝΙΚΟΣ Ο.Β.Γ.Ε. Α.Ε.	3.578.133	3.642.028	3.753.021	3.840.651	3.788.650
ΚΑΤΟΠ & ΣΠΡΟΦΙΛΙΑ Α.Ε.	5.483.629	5.528.848	5.424.832	4.313.971	3.735.921
ΔΙΟΝΥΣΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.*	3.283.731	2.818.816	2.907.506	3.290.325	3.265.734
ΖΟΙΝΟΣ Α.Ε. ⁽²⁾	-	-	4.279.440	3.325.310	3.216.925
ΕΜΕΡΥ ΟΙΝΟΙ ΠΟΤΑ Α.Β.Ε.	3.828.312	3.758.065	3.737.851	3.494.186	3.193.255
ΚΤΗΜΑ ΠΟΡΤΟ ΚΑΡΡΑΣ Α.Ε.Ε.	1.965.923	2.093.079	2.328.798	2.849.199	3.019.848
ΚΥΡ-ΠΑΝΝΗ Α.Ε.*	1.762.132	1.730.679	2.146.295	2.846.924	3.019.531
ΓΕΟΡΓΙΑΔΗ Μ. ΡΕΤΣΙΝΑ Α.Ε.	1.972.572	2.175.225	2.410.466	2.601.815	2.925.601
ΣΣΜΕΛΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.Ε.	1.703.557	2.591.326	1.966.479	2.054.219	2.853.007
ΟΙΝΟΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠ.Ε.	1.500.000**	2.000.000**	2.300.000**	2.500.000**	2.800.000
ΣΚΟΥΡΑΣ Α.Ε.	2.217.576	2.397.209	2.687.032	2.835.008	2.744.953
ΒΙΝΕΛΛΑΣ Α.Ε.*	3.732.296	2.401.011	3.104.006	2.636.070	2.528.318
ΛΑΦΑΖΑΝΗΣ Ο.Α.Ε.	2.927.668	2.591.269	2.831.334	2.678.920	2.473.881
ΜΙΧΑΛΑΚΗΣ ΕΜΜ. ΑΒΕΓ.Κ.Τ.Ε. ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ ΜΙΧΑΛΑΚΗ ¹	962.376	1.581.941	1.949.450	2.060.180	2.369.444

ΑΝΤΟΝΟΠΟΥΛΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ Α.Ε.*	2.194.275	2.316.786	2.441.608	2.522.619	2.332.471
ARGO WINE ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ Α.Ε.	1.108.621	1.366.915	1.585.054	1.865.795	2.291.562
ΚΤΗΜΑ ΑΛΦΑ (Α) Α.Ε.	650.422	1.177.882	1.595.119	1.822.878	2.125.661
ΤΣΕΛΕΠΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.* ⁽³⁾	-	-	2.146.656	2.192.778	2.063.371
ΚΡΕΤΑ ΟΛΥΜΠΙΑΣ Α.Ε.	2.375.808	2.557.874	3.042.217	2.802.612	2.057.802
ΣΣΚΟΣ ΑΜΠΕΛΩΝΕΣ - ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε. ⁽⁴⁾	-	-	1.710.977	2.130.844	2.050.669
ΑΡΚΑΣ Α.Ε.	2.156.101	1.983.992	1.939.785	2.024.921	1.957.639
ΕΒΡΤΙΚΑ ΚΕΛΛΑΡΙΑ Α.Ε.	719.339	936.671	1.313.268	1.534.325	1.817.832
ΜΑΡΡΑΣ ΟΙΝΩΝ & ΠΟΤΩΝ Α.Β.Ε.Ε.*	1.217.037	1.314.854	1.564.693	1.221.348	1.808.097
ΚΤΗΜΑ ΣΙΓΑΛΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.	1.160.337	1.161.890	1.389.872	1.595.878	1.803.769
ΚΤΗΜΑ ΠΑΥΛΙΔΗ Α.Ε.	511.767	698.495	841.630	1.435.668	1.549.000
ΓΕΟΡΓΙΑΔΗ ΑΦΟΙ Α.Β.Ε.Ε.	1.245.030	1.141.044	1.249.700	1.191.632	1.514.795
ΓΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.*	1.506.505	1.648.444	1.685.812	2.000.926	1.497.833
ΠΠΑΚΗΣ Ν. Α.Σ.Τ.Ε.Ε.*	-	-	2.301.117	2.348.080	1.442.248
CELLAR Α.Ε.Β.Ε.	1.448.372	1.404.690	1.333.401	1.440.217	1.376.577
ΛΑΥΚΙΩΤΗΣ Α.Ε.Β.Ε.	1.313.275	1.291.551	1.405.957	1.470.716	1.351.135

Πίνακας 11 Πωλήσεις παραγωγικών επιχειρήσεων οίνου (2005-2009)(ICAP, 2010). (Συνέχεια)

Επωνυμία	2005	2006	2007	2008	2009
ΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΡΙΠΠΙΑ Α.Ε.*	751.229	903.061	1.052.164	1.272.360	1.340.598
ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΥ ΧΡ. Α.Ε.Β.Ε.	965.130	1.373.050	1.415.537	1.500.761	1.330.202
ΚΑΝΑΒΑ ΡΟΥΣΣΟΣ Α.Ε. ⁽⁵⁾	-	1.497.335	1.690.556	1.397.019	1.276.441
ΤΣΑΚΑΝΙΚΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.	978.653	959.605	984.224	1.221.009	1.220.000
ΧΑΡΑΛΑΥΤΗΣ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ Ν. ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΗΣ ΕΠ.Ε.	1.428.424	1.223.000**	1.306.000**	1.185.000**	1.022.000
ΚΤΗΜΑ ΓΚΑΙΝΑΒΟΣ Α.Ε.	958.300	1.048.496	1.052.870	1.017.547	1.021.217
Γ.Ε.Α. ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΛΑΓΝΙΟΥ Α.Ε.	1.123.073	1.172.671	1.200.223	1.124.770	962.000
ΚΤΗΜΑ ΜΕΡΚΟΥΡΗ Α.Ε.	823.357	847.246	961.326	914.572	960.754
ΟΙΝΟΜΕΣΣΗΝΙΑΚΗ Α.Ε.	870.180	675.829	702.358	885.218	954.485
ΟΙΝΟΦΟΡΟΣ Α.Ε.	379.892	915.313	946.627	965.781	945.829
ΜΙΝΟΣ ΚΡΑΣΙΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΦΟΙ ΜΗΛΙΑΡΑΚΗ Α.Ε.	663.620	615.130	716.961	875.835	737.663
ΜΑΡΟΝΕΙΑ ΑΜΠΕΛΟΥΡΓΙΚΗ - ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ Α.Ε.	378.680	385.764	416.358	591.300	559.344
ΚΟΡΙΝΘΙΑΚΗ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.	604.485	473.008	487.828	605.160	518.035
ΜΠΑΣΣΗ ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.	602.727	548.941	493.006	540.794	515.443
ΑΧΑΪΑ CLAUSS ESTATE ΑΕ ⁽⁶⁾	22.854.444	23.045.702	15.205.875	10.130.397	-
ΕΥΧΑΡΙΣ Α.Ε. ⁽⁷⁾	1.210.668	700.051	1.066.465	786.696	-
ΟΙΝΟΝΑΣ Α.Β.Ε.Ε. ⁽⁸⁾	5.191.119	3.201.764	ΜΔ	ΜΔ	ΜΔ
ΣΥΝΟΛΟ Α	290.535.435	292.488.047	323.401.642	319.718.197	293.478.252
Πωλήσεις Συνεταιρισμών (2005-2009)					
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤ. ΣΥΝΕΤ. ΣΗΤΕΙΑΣ ΣΥΝΠ.Ε. ⁽⁹⁾	60.605.359	30.000.000**	30.000.000**	30.000.000**	27.872.000
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤ. ΣΥΝΕΤ. ΠΕΖΩΝ	31.526.790	30.730.699	25.170.452	26.119.694	20.600.000
ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΤ. ΣΑΜΟΥ	4.609.861	2.830.399	2.823.050	11.435.014**	12.018.356**
ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤ. ΤΥΡΝΑΒΟΥ	8.157.603	8.459.246	9.158.565	9.991.838	10.042.800
ΕΝΩΣΗ ΑΓΡΟΤ. ΣΥΝΕΤ. ΠΑΤΡΩΝ ΠΑΤΡΑΪΚΗ	7.746.746	7.672.372	8.930.076**	7.774.725**	ΜΔ
ΕΝΩΣΗ ΣΥΝΕΤ. ΘΗΡΑΪΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ SANTO WINES	4.246.860	4.209.943	5.150.875	6.467.102	6.296.054
ΑΓΡΟΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤ. ΠΑΡΑΓ. ΡΟΜΠΟΛΑΣ ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ SIRO.KE. WINES	1.401.468**	1.200.000**	1.200.000**	1.412.000**	1.325.505
ΣΥΝΟΛΟ Β	118.294.687	85.102.659	82.433.018	93.200.373	78.154.715

Αξία σε €
ΜΔ: Μη Διαθέσιμα Στοιχεία
*Οι πωλήσεις αφορούν το διάστημα 01/07-30/06
**Κατά διόκληση
1. Οι πωλήσεις του 2007 αφορούν υπερδωδεκάμηνη χρήση (01/01/2006-30/06/2007). Οι πωλήσεις του 2008 αφορούν το διάστημα (01/07/2007-30/06/2008).
2. Ιδρύθηκε το 2006 κατόπιν εισφοράς του κλάδου της εταιρείας «Ένωσις Αγροτ. Συνετ. Ιωνανίνων». Οι πωλήσεις του 2007 αφορούν το διάστημα (16/06/2006-31/12/2007).
3. Ιδρύθηκε το 2007 από μετατροπή προηγούμενης νομικής μορφής εταιρείας με την επωνυμία Κτήμα Α. Τσελεπού & Σία ΟΕ.
4. Η νομική μορφή της εταιρείας μέχρι το 2006 ήταν ΟΕ.
5. Ιδρύθηκε το 2006 από μετατροπή προηγούμενης νομικής μορφής εταιρείας με την επωνυμία Ιωνάνης Σ. Ραΐσος ΕΕ.
6. Η εταιρεία αδρανεί από το 2009.
7. Η εταιρεία αδρανεί από το 2009.
8. Η εταιρεία έπαψε να παράγει τα εξεταζόμενα προϊόντα.
9. Οι πωλήσεις του 2005 αφορούν υπερδωδεκάμηνη χρήση (01/01/2004-30/06/2005).

2.5 Swot Ανάλυση

Στο τέλος του δεύτερου κεφαλαίου κρίθηκε απαραίτητο να παρουσιαστούν συνοπτικά τα βασικά χαρακτηριστικά της SWOT ανάλυση του υπό εξέταση κλάδου. Τα δεδομένα παρουσιάζονται συνοπτικά στον Πίνακα 12 και βασίζονται στην ανάλυση που πραγματοποίησε πρόσφατα η ICAP.

Πίνακας 12 Χαρακτηριστικά της SWOT ανάλυσης του κλάδου της οινοποιίας (ICAP,2010).

Δυνατά σημεία	Αδύναμα σημεία
Μακραίωνη παράδοση οινοποίησης στη χώρα και εξοικείωση των καταναλωτών με το προϊόν.	Κατακερματισμός της εγχώριας αμπελοκαλλιέργειας και της οινοποίησης.
Ευεργετικές ιδιότητες κρασιού στην υγεία.	Υψηλό κόστος παραγωγής εξαιτίας έλλειψης οικονομιών κλίμακας.
Ευνοϊκές κλιματικές συνθήκες και κατάλληλα εδάφη.	Έλλειψη οργάνωσης της παραγωγής και της διάθεσης των προϊόντων του κλάδου.
Νέες βελτιωμένες πρακτικές οινοποίησης και επενδύσεις σε σύγχρονα οινοποιεία.	Υψηλή τιμολόγηση των εμφιαλωμένων κρασιών στους χώρους εστίασης που δρα αποτρεπτικά στην κατανάλωση και συμπιέζει τα περιθώρια κέρδους των παραγωγών.
Νέα κοινή στρατηγική προώθησης των ελληνικών κρασιών στην Ελλάδα και διεθνώς	Ελλιπής στρατηγική προώθησης του ελληνικού κρασιού στο εξωτερικό
Αναβαθμισμένη και αναγνωρισμένη ποιότητα ελληνικών κρασιών, ιδίως τα τελευταία χρόνια.	Υψηλό κόστος παραγωγής εξαιτίας έλλειψης οικονομιών κλίμακας.

Ευκαιρίες	Απειλές
Επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης σε υποκατάστατα προϊόντα (μπύρες, ποτά), αλλά όχι στο κρασί.	Έλλειψη ρευστότητας στις επιχειρήσεις του κλάδου.
Επένδυση στην ποιότητα και στην έρευνα	Έντονος ανταγωνισμός στο εξωτερικό από τα κρασιά των «Νέων Χωρών».
Εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οινοτουρισμός).	«Ελληνοποίηση» εισαγόμενων χύμα κρασιών.
Διείσδυση σε νέες αγορές (Κίνα, Ρωσία, Ινδία).	Αύξηση εισαγωγών οικονομικών κρασιών από τρίτες χώρες.
Πτώση του Ευρώ που κάνει τα προϊόντα πιο ανταγωνιστικά (σε επίπεδο τιμής) απέναντι στα προϊόντα τρίτων χωρών	Μείωση της εγχώριας και διεθνούς κατανάλωσης οίνου.
	Υψηλά αποθέματα κρασιού.
	Στρέβλωση ανταγωνισμού εξαιτίας του παραεμπορίου και της ανεξέλεγκτης
	Αστάθεια καιρικών συνθηκών

3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ

3.1 Εισαγωγή

Η εταιρική αναδιάρθρωση γνωστή και με τον όρο «corporate restructuring» συνιστά μια μεταβολή της εικόνας μιας επιχείρησης, η ολοκλήρωση της οποίας απαιτεί χρόνο και εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο του μακροπρόθεσμου στρατηγικού σχεδιασμού της. Πιο συγκεκριμένα, με τον όρο αυτό οι Heugens and Schenk, (2004) αναφέρονται στις δράσεις που έχουν ως στόχο την επέκταση ή συρρίκνωση μιας επιχείρησης ή την ριζική αναδιάρθρωση των περιουσιακών της στοιχείων ή της οικονομικής της δομής. Σύμφωνα με τα ανώτερα, η εταιρική αναδιάρθρωση δύναται να οριστεί ως «μια μεγάλη αλλαγή στην διάρθρωση των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης σε συνδυασμό με μια μεγάλη αλλαγή στην εταιρική στρατηγική» (Heugens and Schenk, 2004).

Ουσιαστικά, πρόκειται για έναν γενικό όρο που περιλαμβάνει από συγχωνεύσεις, εξαγορές και επιχειρηματικές συμμαχίες μέχρι εκποιήσεις (divestitures) περιουσιακών στοιχείων (μέσω απόσπασης τμημάτων μιας επιχείρησης ή και διάλυση της σε μικρότερα τμήματα). Στην βιβλιογραφία, οι δραστηριότητες της εταιρικής αναδιάρθρωσης (corporate restructuring) χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες (Εικόνα 9):

- ❖ την οικονομική αναδιάρθρωση (financial restructuring): Η οικονομική αναδιάρθρωση (financial restructuring) περιλαμβάνει δράσεις με στόχο κυρίως την μεταβολή του συνολικού χρέους και της περιουσιακής κατάστασης.

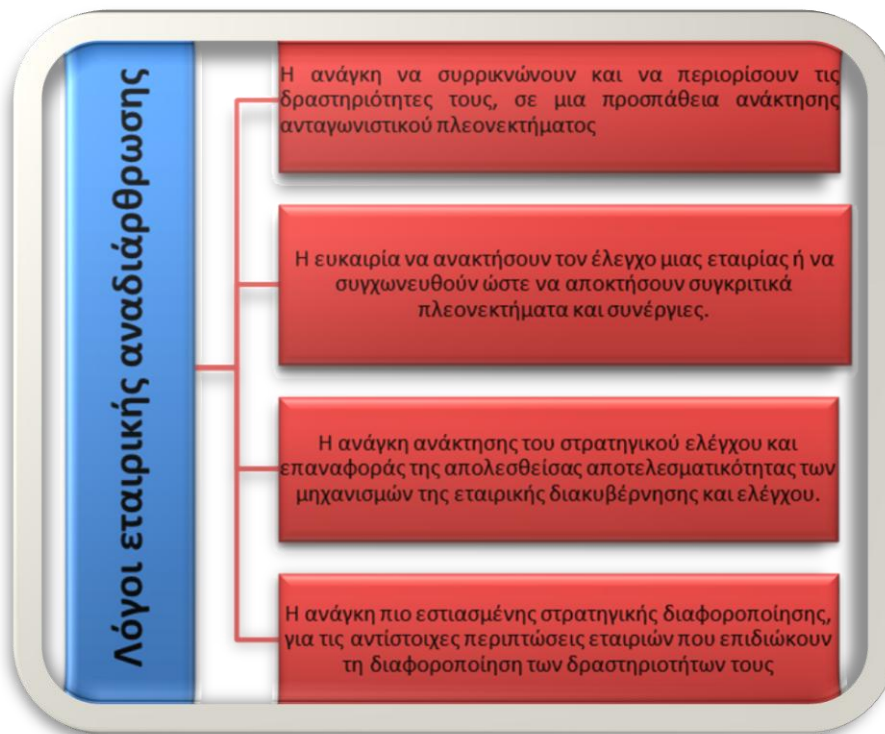
- ❖ την οργανωτική αναδιάρθρωση (organizational restructuring): η οργανωτική αναδιάρθρωση (organizational restructuring) στοχεύει να επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην οργανωτική δομή και εφαρμόζεται όταν προκύπτει η ανάγκη βελτίωσης της απόδοσης και αποτελεσματικότητας (Bowman & Singh 1993).

- ❖ την επιχειρησιακή αναδιάρθρωση (operational restructuring): Η επιχειρησιακή αναδιάρθρωση (operational / portfolio restructuring) συνήθως αναφέρεται στους στρατηγικούς στόχους της επιχείρησης και εκφράζεται μέσω τόσο της απόκτησης άλλων ανταγωνιστικών εταιριών (takeovers, mergers, acquisitions) όσο και της ολικής ή μερικής πώλησης εταιριών ή γραμμών παραγωγής ή και της συρρίκνωσης (downsizing) με το κλείσιμο ζημιολόγων ή μη-στρατηγικών εγκαταστάσεων.



Εικόνα 9:Μορφές εταιρικής αναδιάρθρωσης

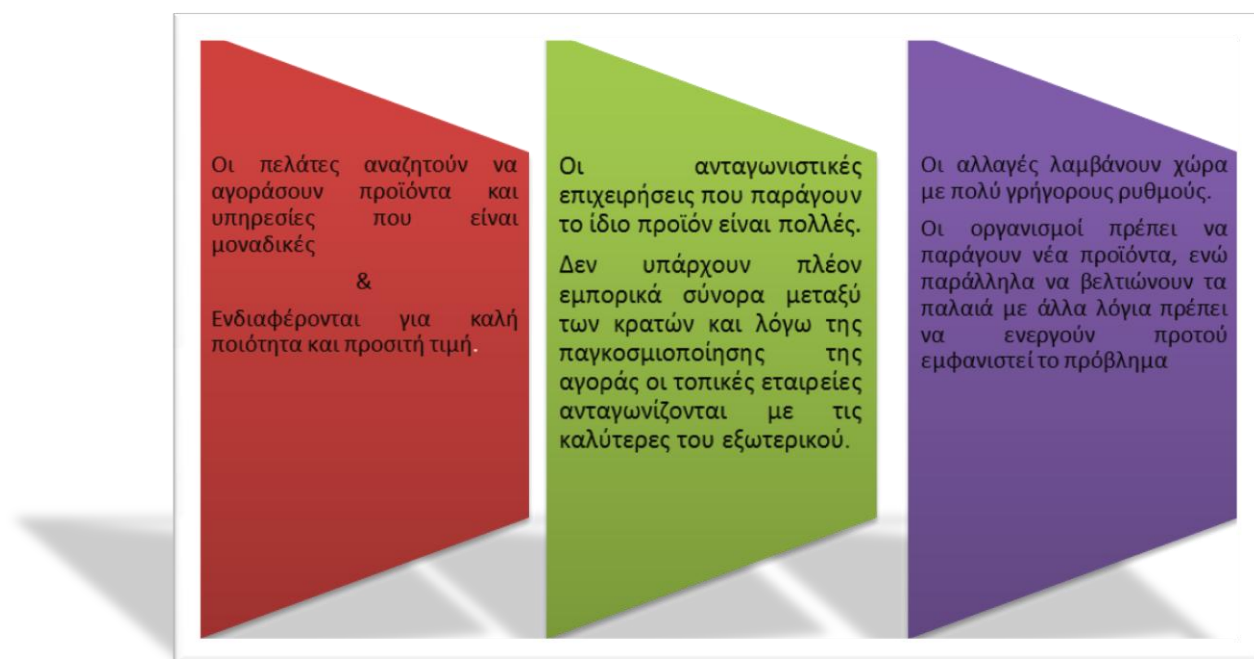
Σύμφωνα με τους Hoskisson and Turk (1990).Οι βασικότεροι λόγοι που συχνά ωθούν την εταιρία σε μια αναδιάρθρωση είναι τέσσερις και παρουσιάζονται συνοπτικά στην Εικόνα 10:



Εικόνα 10: Βασικότεροι λόγοι εταιρικής αναδιάρθρωσης

3.2 Λόγοι εισαγωγής αναδιοργάνωσης επιχειρηματικών διαδικασιών

Οι Hammer and Champy (1995) υποστηρίζουν ότι οι οργανισμοί πρέπει να επιχειρήσουν μια ριζική ανανέωση σχετικά με τον τρόπο πραγματοποίησης της αναδιοργάνωσής τους. Η επιχείρηση δηλαδή, πρέπει να ανακαλύψει τον εαυτό της, δηλαδή, τους παράγοντες που επιβάλλουν την εισαγωγή της αναδιοργάνωσης των διαδικασιών (Εικόνα 11)(Hammer and Champy 1995).



Εικόνα 11: Βασικοί λόγοι εισαγωγής αναδιοργάνωσης επιχειρηματικών διαδικασιών

Οι παραπάνω παράγοντες επομένως είναι βασικοί λόγοι που επιβάλλουν στον οργανισμό να προχωρήσει στην αναδιοργάνωση των διαδικασιών του. Αυτή η αναδιοργάνωση των επιχειρησιακών διαδικασιών βελτιώνει την ποιότητα των προϊόντων και έχει άμεσο αποτέλεσμα ο οργανισμός να ικανοποιεί τους πελάτες, να ανταγωνίζεται την αγορά και να προλαβαίνει τις αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στο περιβάλλον. Η υλοποίηση των αλλαγών που επιφέρει η αναδιοργάνωση των διαδικασιών βελτιώνει την απόδοση της επιχείρησης κατά 25 - 45% (Ζαβλανός 1999).

Παρακάτω παρουσιάζονται οι παράγοντες που οδηγούν μια επιχείρηση σε αναδιοργάνωση των δραστηριοτήτων τους:

❖ **Παγκοσμιοποίηση των αγορών:** Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης των αγορών και της απελευθέρωσης και ελεύθερης διακίνησης των προϊόντων, των εργαζομένων και των κεφαλαίων, η αύξηση του ανταγωνισμού από ξένους εταίρους είναι πολύ μεγάλη. Ως αποτέλεσμα αυτού του ανταγωνισμού έρχεται τη μείωση του μεριδίου αγοράς κάθε επιχείρησης, γι' αυτό και πλέον η ανάγκη για λήψη μέτρων που θα μπορέσουν να ανταποκριθούν στις αυξανόμενες απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης αγοράς, είναι επιτακτική. Παράλληλα, ο αυξανόμενος ανταγωνισμός μεταξύ δικτύων, συνενώσεων επιχειρήσεων, καρτέλ και συνεργασιών επιχειρήσεων έχουν οδηγήσει σε αυξημένη ανταγωνιστικότητα, τόσο στον τομέα της ποιότητας των υπηρεσιών, όσο και στις τιμές (Talwar 1993).

❖ **Οικονομικές πιέσεις:** Η παγκόσμια οικονομική κρίση των τελευταίων ετών την τελευταία πενταετία οδήγησε σε αύξηση της ανεργίας, σε συρρίκνωση των αγορών και πίεση για ανταγωνισμό στις τιμές. Στα πλαίσια αυτά, η κάθε επιχείρηση προσπαθεί με κάθε τρόπο να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της, επιτυγχάνοντας τους στόχους που έχουν τεθεί από τη Διοίκηση, τους μετόχους, τους πελάτες, τους προμηθευτές και τέλος, το κοινωνικό σύνολο (Talwar 1993).

❖ **Προκλήσεις που αντιμετωπίζει η επιχείρηση:** Η Διοίκηση της επιχείρησης προσπαθεί να ικανοποιήσει τους μετόχους της, ελπίζοντας να διατηρήσει την κερδοφορία της με ταυτόχρονη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών, της ταχύτητας εξυπηρέτησης, της ποιότητας των προϊόντων / υπηρεσιών και της ευελιξίας της. Όλα αυτά αποτελούν μια πρόκληση για την επιχείρηση που θέλει να επιτύχει τους στόχους της αποτελεσματικότητάς της, στοχεύοντας παράλληλα και στην επίτευξη αποδοτικότητας, δηλαδή στη μείωση του κόστους λειτουργίας της, να πετύχει δηλαδή το καλύτερο “value for money” όπως αποκαλείται. Εκτός αυτού όμως, πρέπει να δώσει έμφαση και στην κοινωνική πλευρά των επιδράσεων της επιχείρησης, δηλαδή στην επίτευξη περιβαλλοντικών, κοινωνικών και πολιτιστικών στόχων (Talwar 1993).

❖ **Ανάγκη για βελτίωση της τεχνολογίας:** Στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον οι οργανισμοί πρέπει να διαθέτουν τον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό και να ακολουθούν τις τεχνολογικές εξελίξεις προκειμένου να επιβιώσουν. Επιπλέον πρέπει να γνωρίζουν πώς να βελτιώσουν και να αξιοποιήσουν κατάλληλα τις τεχνολογικές τους ικανότητες, ώστε να κατορθώσουν να διαφοροποιηθούν και να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μοναδικότητας σε σχέση με τους άλλους οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο (Μαγκώνη 2008).

❖ **Ανταγωνιστικές ικανότητες εργαζομένων:** Οι εργαζόμενοι των επιχειρήσεων μέσα σε αυτό το ανταγωνιστικό περιβάλλον εργασίας πρέπει να αποκτούν συνεχώς νέες ικανότητες, καθώς αυτές αποτελούν δυναμικά και ανταγωνιστικά εργαλεία για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης. Πραγματικά, μια επιχείρηση που έχει σαν αρχή της τη συνεχή εκπαίδευση των εργαζομένων της είναι συγκριτικά πιο δυναμική από τους ανταγωνιστές της και, βασιζόμενη στις νέες δεξιότητες τους, μπορεί να εφευρίσκει νέους τρόπους δράσης και να βελτιστοποιεί τις ήδη υπάρχουσες διαδικασίες της. Η απόκτηση των κατάλληλων συμπεριφορών και τρόπων αποδοχής της αλλαγής απαιτεί από τους εργαζόμενους να ξεχάσουν τους παλαιότερους και πλέον ξεπερασμένους τρόπους αντίδρασής τους και να ξεκινήσουν την πορεία της μάθησης από την αρχή. Ακόμα και στις περιπτώσεις μη ανασχεδιασμού της επιχείρησης, υπάρχει αυξανόμενη αναγνώριση της ανάγκης να μάθουν οι εργαζόμενοι για το σχεδιασμό και τη διαχείριση των διαδικασιών. Όταν λοιπόν υπάρχει πλήρης κατανόηση του γιατί και του πώς διεκπεραιώνεται μια διαδικασία, τα υποέργα και οι διαδικασίες γίνονται πιο εύκολα, με λιγότερα λάθη και σε λιγότερο χρόνο (Talwar 1993).

❖ **Ανάγκη για αύξηση της αποδοτικότητας:** Η αύξηση της αποδοτικότητας αποτελεί τον κυριότερο στόχο κάθε οργανισμού. Λόγω της οικονομικής ύφεσης και του αυξανόμενου ανταγωνισμού, οι οργανισμοί συνεχώς αναζητούν τρόπους ώστε να γίνουν περισσότερο αποδοτικοί και παραγωγικοί. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μειώνοντας τα ποσοστιαία στοιχεία κόστους, μειώνοντας τα επαναλαμβανόμενα καθήκοντα, βελτιώνοντας την ταχύτητα ανάπτυξης των προϊόντων, βελτιώνοντας τις ταμειακές ροές, και επιπλέον αυξάνοντας την απόδοση του ανθρώπινου δυναμικού (Μαγκώνη 2008).

❖ **Μαθαίνοντας από τα σφάλματα του παρελθόντος:** Οι επιλογές και δραστηριότητες της Διοίκησης που παλαιότερα οδήγησαν σε αναποτελεσματικότητα και τέλμα την επιχείρηση, καθώς και σε ανοχή της λιμνάζουσας κατάστασης μπορούν να αποβούν σωτήρια μαθήματα για το μέλλον, κάνοντας εφικτή τη συνειδητοποίηση των σφαλμάτων και την οριστική επίλυσή τους. Το να μαθαίνει κάποιος όμως από τις παλιότερες αποτυχίες δεν είναι εύκολο. Καταρχήν, πολύ δύσκολα ένας άνθρωπος με εξουσία στα χέρια του, όπως ένας Γενικός Διευθυντής, παραδέχεται το λάθος του και ότι η απόφαση που πήρε στοίχισε στην επιχείρηση σε κόστος, σε χρόνο και σε μείωση παραγωγικότητας. Είναι λογικό επομένως πως εφόσον είναι δύσκολο να παραδεχτεί το σφάλμα του, μπορεί να αποδειχθεί δύσκολο το να μάθει από αυτό.

Από την άλλη μεριά όμως, είναι πολύ σημαντικό να μπορεί κανείς να συνειδητοποιεί τα λάθη του, καθώς συχνά οι αποτυχίες μπορούν να αποτελέσουν μαθήματα στα πλαίσια του ανασχεδιασμού στο μέλλον.

❖ **Ανάγκη για μείωση του κόστους:** Η μείωση του κόστους μπορεί να επιτευχθεί αν για παράδειγμα αφαιρεθούν τα μη αναγκαία καθήκοντα και οι εργασίες κατά την παραγωγική διαδικασία, με την αποτελεσματικότερη μέθοδο πραγματοποίησης των καθηκόντων ή εργασιών, με την μείωση της προσπάθειας που απαιτείται για να πραγματοποιηθεί η εργασία (Μαγκώνη.2008).

❖ **Ανάγκη για επανακαθορισμό επιχειρησιακών στρατηγικών:** Οι οργανισμοί πρέπει να επικεντρωθούν και να κατευθυνθούν στο να πραγματοποιήσουν αλλαγές, είτε αποφασίζουν να αναπτυχθούν (σε μέγεθος), είτε να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους, είτε να λανσάρουν νέα προϊόντα είτε να αναδιοργανώσουν την εταιρική τους δομή. Θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι οι οργανισμοί εφαρμόζουν την αναδιοργάνωση επειδή χρειάζεται να επανακαθορίσουν την ήδη υπάρχουσα στρατηγική τους (Μαγκώνη 2008).

Τέλος, κάποιοι επιπλέον παράγοντες που οδηγούν στην αναδιοργάνωση των επιχειρησιακών δραστηριοτήτων είναι:

- Η κερδοφορία της επιχείρησης είναι αρνητική ή δεν είναι ικανοποιητική για τους μετόχους.
- Το φαινόμενο, πολλά τμήματα της επιχείρησης να μην λειτουργούν ικανοποιητικά ή να υστερούν σε απόδοση έναντι άλλων.
- Σε περίπτωση συνεχόμενων ετών ανάπτυξης, για να μην επέλθει διοικητική

δυσλειτουργία.

- Σε περίπτωση ύφεσης της οικονομίας οπότε η εταιρεία πρέπει να προετοιμαστεί για μείωση τιμών και όγκου πωλήσεων και συνεπώς μείωση κερδοφορίας (Μαγκώνη 2008).

3.3 Οφέλη και κίνδυνοι από την αναδιοργάνωση της επιχείρησης

3.3.1 Οφέλη της επιχείρησης

Με τον ανασχεδιασμό η Διοίκηση δεν επιχειρεί απλώς μια αλλαγή, αλλά την εφαρμόζει γιατί πραγματικά μπορεί να επιφέρει μια σειρά θετικών επιπτώσεων στην επιχείρηση. Συνοπτικά αναφέρονται ορισμένες από αυτές και παρουσιάζονται στον Πίνακα 13 (Talwar 1993):

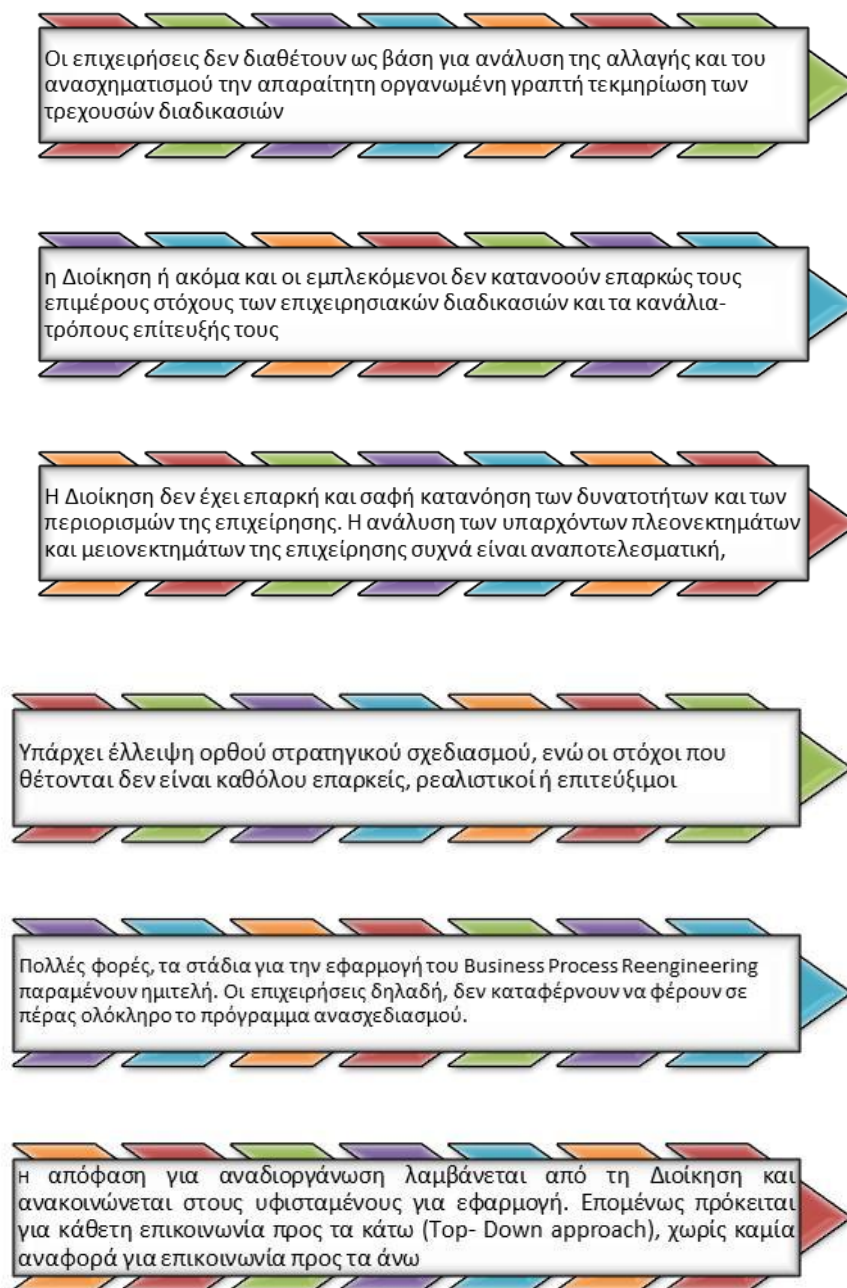
Πίνακας 13 Δυνητικά οφέλη της αναδιάρθρωσης σε μια επιχείρηση

Βελτιώνεται η εσωτερική επικοινωνία, κάθετη, οριζόντια ή διαγώνια.	Υπάρχει συνεχής κατάρτιση των εργαζομένων και αποκτούν δεξιότητες, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν σε περαιτέρω βελτίωση της διαδικασίας (Talwar 1993).
Οι σχέσεις εργαζομένων και Διοίκησης βελτιώνονται.	Δημιουργείται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις του κλάδου.
Αποκτάται πρωτοπορία στον τομέα της τεχνολογίας- αυτοματοποίησης.	Βελτιώνεται η φήμη της επιχείρησης στην αγορά (πρωτοπορία στον κλάδο δραστηριοποίησής της).
Διευκολύνεται η συνεργασία τόσο εντός ενός μόνο τομέα, όσο και διατομεακά.	Υιοθετείται η χρήση μεθόδων benchmarking, ώστε να επιταχυνθεί η μάθηση από τις καλύτερες στο είδος τους επιχειρήσεις και να δοθεί έναυσμα για αλλαγή.
Βελτιστοποιείται η επιχειρησιακή δομή για να επιτευχθεί πιο αποτελεσματική διαλειτουργιακή απόδοση.	Ευθυγραμμίζεται πιο εύκολα η στρατηγική της επιχείρησης με τις κύριες διαδικασίες της.
Βελτίωση της απόδοσης της επιχείρησης (π.χ.κερδοφορία, μερίδιο αγοράς ικανοποίηση πελάτη και εμπιστοσύνη πελατών.	Δημιουργείται αξία για τον πελάτη η οποία δίνει ώθηση σε όλες τις επιχειρησιακές δραστηριότητες
Η καλύτερη απόδοση και οι αυξημένες δυνατότητες οδηγούν σε περισσότερες φιλοδοξίες για βελτιστοποίηση της κατάστασης της επιχείρησης, σε καλύτερη στοχοθεσία και ευκολότερη επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων.	

3.3.2 Κίνδυνοι για την επιχείρηση

Κατά την εφαρμογή της αναδιοργάνωσης υπάρχουν δύο κατηγορίες κινδύνων (risks) που μπορεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση (Morris & Brandon 1993):

1. **Τεχνικοί κίνδυνοι:** Οι τεχνικοί κίνδυνοι συνήθως οφείλονται σε προβλήματα της επιχείρησης, όπως έλλειψη επιτεύξιμης στοχοθεσίας, λανθασμένη μεθοδολογία εφαρμογής κ.λ.π. Λόγω αυτών των προβλημάτων υπάρχει ο κίνδυνος, οι προσπάθειες για ανασχεδιασμό και αλλαγή τελικά να μην αποφέρουν αποτέλεσμα και η επιχείρηση να περιέλθει σε χειρότερο τέλμα από αυτό που ήταν πριν από την εφαρμογή του ανασχεδιασμού. Συγκεκριμένα, οι παράγοντες στους οποίους οφείλονται οι κίνδυνοι αυτοί είναι οι εξής έξι (Εικόνα 12)(Morris & Brandon 1993).



Εικόνα 12: Παράγοντες που συμβάλλουν στην εμφάνιση τεχνικών κινδύνων

Όλα τα παραπάνω οδηγούν αναπόφευκτα σε ελλιπή, και επομένως, αναποτελεσματική ανάλυση των αναγκών της επιχείρησης και των απαιτήσεων της αγοράς, τον εντοπισμό εσφαλμένων αναγκών για ανασχεδιασμό και τελικά, τον λανθασμένο ανασχεδιασμό. Έτσι, η επιχείρηση καταλήγει στο να δημιουργεί ένα ανεφάρμοστο σχέδιο (Morris & Brandon 1993)

2.Οργανωσιακοί κίνδυνοι : Με τους οργανωσιακούς κινδύνους εννοούνται οι αντιδράσεις των εργαζομένων της επιχείρησης στην αλλαγή. Οι οργανωσιακοί κίνδυνοι αποτελούν την πιο σημαντική κατηγορία κινδύνων, που μπορεί να προκαλέσει σοβαρά προβλήματα στην τελική επιτυχία του σχεδίου ανασχεδιασμού. Η ανακοίνωση ενός ανασχεδιασμού στην επιχείρηση μπορεί να προκαλέσει φόβο, αβεβαιότητα, αμφιβολία για όσους εμπλέκονται στην εφαρμογή του, καθώς είναι μια δραστική μέθοδος αλλαγής που ανατρέπει όλα τα δεδομένα της επιχείρησης.

3.4 Μορφές εταιρικής αναδιάρθρωσης

3.4.1 Συρρίκνωση (downsizing)

Ως επιχειρησιακή συρρίκνωση (downsizing) θεωρείται η δράση που χρησιμοποιείται από τις διοικήσεις των επιχειρήσεων προκειμένου να επιτύχουν επίτευξη των στόχων τους με παράλληλη μείωση του προσωπικού τους. Η επιχειρησιακή συρρίκνωση σε αρκετές περιπτώσεις χρησιμοποιείται ως εργαλείο επιχειρησιακής αναδιάρθρωσης (Reengineering). Οι επιπτώσεις της επιχειρησιακής συρρίκνωσης στα συστήματα εσωτερικού ελέγχου και στον εσωτερικό έλεγχο των επιχειρήσεων μπορεί να είναι από ανεπαίσθητες έως πολύ σημαντικές (Bovee et al. 1993).

Η πολιτική της συρρίκνωσης χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις ως κομμάτι της επιχειρησιακής τους στρατηγικής και περιλαμβάνει:

- ❖ τα συστήματα οργάνωσης και διοικήσεως,
- ❖ τους πελάτες,
- ❖ τα επιμέρους τμήματα και
- ❖ τις λειτουργίες των οργανισμών κ.λ.π.

Η επιχειρησιακή συρρίκνωση, στοχεύει σε βελτιώσεις στο κόστος, στην παραγωγικότητα και στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ωστόσο, οι

εσωτερικοί ελεγκτές, κατά την διενέργεια εσωτερικών ελέγχων θα πρέπει να έχουν στο μυαλό τους σημαντικούς κινδύνους που συνδέονται με την επιχειρησιακή συρρίκνωση, όπως και τις θετικές επιπτώσεις της ίδιας της συρρίκνωσης. Παρακάτω αναφέρονται μερικά από τα οφέλη και κινδύνους που συνδέονται με τη συρρίκνωση (Κουτούπης 2009) (Πίνακας 14).

Πίνακας 14 Οφέλη και κίνδυνοι λόγω της συρρίκνωσης εταιρειών (Κουτούπης, 2009).

Οφέλη	Κίνδυνοι
Με την εισαγωγή προηγμένων συστημάτων της πληροφορικής μειώνεται η γραφειοκρατία.	Ενδέχεται οι διοικήσεις των επιχειρήσεων να ορίσουν μη ρεαλιστικούς στόχους.
Η μείωση της γραφειοκρατίας συμβάλλει στην αποβολή των περιττών βημάτων ή ενεργειών στις διαδικασίες της επιχείρησης.	Η μείωση του προσωπικού μπορεί να οδηγήσει στην απώλεια του καλύτερης ποιότητας προσωπικού.
Μείωση των δαπανών λόγω των ανωτέρω	Οι μειώσεις προσωπικού προκαλούν αρνητική επίδραση στο ηθικό και μπορούν επίσης να περιορίσουν την πίστη των υπαλλήλων για τον οργανισμό που εργάζονται
Ευκαιρία για ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών στο δίκτυο της οργάνωσης	Μείωση της παραγωγικότητας των υπαλλήλων εξαιτίας των ανωτέρω.
Τα στελέχη των επιχειρήσεων έχουν την ευκαιρία να μάθουν ή να αναπτύξουν νέες δεξιότητες, καθώς επίσης και να υιοθετήσουν νέους ρόλους μέσα στην επιχείρηση ως αποτέλεσμα των διαφόρων διαδικασιών ή / και λειτουργιών που συρρικνώνονται.	Ελλοχεύει ο κίνδυνος απώλειας χρήσιμης εταιρικής γνώσης & εγκευμονεί ο κίνδυνος της εταιρικής απάτης, καθώς σύμφωνα με αρκετούς εμπειρογνώμονες συνδέεται με τη συρρίκνωση.
	Δυσχέρειες στην διατήρηση του σωστού προσωπικού.
	Υπάρχει κίνδυνος της πραγματικής ή αντιληπτής απώλειας υπαλλήλων ευθύνης αρχής, ή θέσης μέσα στην ίδια ομάδα, λειτουργία, ή οργανισμό.

3.4.2 Συγχωνεύσεις

Η συγχώνευση ορίζεται ως συνένωση με σύμβαση δύο ή περισσότερων εταιριών σε μια ενιαία, είτε με την εξαφάνιση της νομικής προσωπικότητας όλων των συγχωνευόμενων εταιριών υπέρ ενός νέου νομικού προσώπου είτε με την απορρόφηση ή εξαγορά τους από μια από τις εταιρίες που παίρνουν μέρος στη συγχώνευση. Από τον παραπάνω ορισμό προκύπτουν και τα στοιχεία που συνθέτουν

την έννοια της συγχώνευσης εμπορικών εταιριών και που είναι η ενοποίηση του ανθρώπινου και υλικού δυναμικού δύο ή περισσότερων εταιριών σε μία ενιαία καθώς και η εξαφάνιση της νομικής προσωπικότητας μιας ή περισσότερων από τις συγχωνευόμενες εταιρίες. Καθένα όμως από τα βασικά αυτά στοιχεία της έννοιας της συγχώνευσης περικλείει άλλα ειδικότερα. Η ενοποίηση του ανθρώπινου και υλικού δυναμικού των συγχωνευόμενων εταιριών συνεπάγεται την ολική μεταβίβαση των στοιχείων που συνθέτουν το ενεργητικό και το παθητικό των εταιριών που συγχωνεύονται σε μία ενιαία εταιρία. Η εξαφάνιση εξάλλου της νομικής προσωπικότητας μιας ή περισσότερων από τις συγχωνευόμενες εταιρίες πραγματοποιείται είτε με την απορρόφηση ή εξαγορά τους από μια ήδη υπάρχουσα εταιρία είτε με τη σύσταση νέας εταιρίας, που περιλαμβάνει όλες τις συγχωνευόμενες. Με τον τρόπο αυτό δημιουργούνται οι διάφορες μορφές συγχώνευσης που θα εξετασθούν παρακάτω.

- **Συγχώνευση με απορρόφηση**

Η συγχώνευση με απορρόφηση συντελείται με την ενσωμάτωση από μία υπάρχουσα εταιρία μιας ή περισσότερων άλλων υπαρχουσών εταιριών. Η απορροφούμενη εταιρεία εξαφανίζεται και μεταβιβάζει το σύνολο της περιουσίας της στην απορροφούσα, χωρίς να μεσολαβήσει εκκαθάριση. Σύμφωνα με τα άρθρα 69 παρ. 2 ν.2190/20 και 55 παρ.2 ν. 3190/55 πρόκειται για καθολική διαδοχή της απορροφούσας στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της απορροφούμενης. Παράλληλα, η απορροφούσα εταιρία είναι υποχρεωμένη να προβεί σε ανάλογη αύξηση του κεφαλαίου της και ενσωμάτωση των μετόχων ή εταίρων της απορροφούμενης. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη συγχώνευση με απορρόφηση, όπως και για κάθε μορφή συγχώνευσης, είναι η λήψη σχετικής απόφασης από τις γενικές συνελεύσεις των συγχωνευόμενων εταιριών, η έγκριση της σχεδιαζόμενης συγχώνευσης από την αρμόδια κρατική αρχή, όπου αυτή απαιτείται και η δημοσίευση της έγκρισης αυτής καθώς και του τροποποιημένου καταστατικού της απορροφούσας εταιρίας. Από τη δημοσίευση αυτή αρχίζουν και τα αποτελέσματα της συγχώνευσης. Το ελληνικό δίκαιο των εταιριών επιτρέπει τη συγχώνευση με απορρόφηση μόνο στις ανώνυμες εταιρίες και τις εταιρίες περιορισμένης ευθύνης και μάλιστα κατά αμιγή τρόπο. Δεν επιτρέπεται δηλαδή η συγχώνευση μιας ανώνυμης με μια εταιρία περιορισμένης ευθύνης, παρά μόνο με καταχρηστικό τρόπο ή αφού μετατραπεί προηγούμενα η μία από τις δύο στον εταιρικό τύπο της άλλης.

- **Συγχώνευση με σύσταση νέας εταιρίας**

Η συγχώνευση με σύσταση νέας εταιρίας (fusion par combinaison, Kombination, Verschmelzung durch Neubildung, consolidation) συντελείται με την ένωση δύο ή περισσοτέρων εταιριών σε μια νέα εταιρία. Οι ενσωματούμενες εταιρίες λύνονται και μεταβιβάζουν το σύνολο της περιουσίας τους στη νέα εταιρία, χωρίς να μεσολαβήσει εκκαθάριση. Με τον τρόπο αυτόν οι εταιρίες αυτές γίνονται συνιδρυτές της νέας εταιρίας. Η λήψη σχετικής απόφασης από τις γενικές συνελεύσεις των ενσωματούμενων εταιριών είναι απαραίτητη προϋπόθεση για τη συγχώνευση καθώς επίσης και η έγκριση, όπου αυτή απαιτείται, της σχεδιαζόμενης συγχώνευσης από τη Διοίκηση και η δημοσίευση της έγκρισης αυτής μαζί με το καταστατικό της νέας εταιρίας. Το ελληνικό δίκαιο των εταιριών επιτρέπει τη συγχώνευση με τη σύσταση νέας εταιρίας τόσο στις ανώνυμες εταιρίες, όσο και στις εταιρίες περιορισμένης ευθύνης κατά αμιγή πάντοτε τρόπο. Το κοινοτικό δίκαιο από την πλευρά του προβλέπει στο άρθρο 4 παρ. 1 της 3ης οδηγίας 78-855/9-10-78 τη δυνατότητα συγχώνευσης ανώνυμων εταιριών με σύσταση νέας εταιρίας. Τη μορφή αυτή συγχώνευσης ορίζει ως πράξη με την οποία περισσότερες εταιρίες μεταβιβάζουν σε μία εταιρία που συνιστούν, το σύνολο της περιουσίας της, ενεργητικό και παθητικό, διαθέτοντας στους μετόχους τις μετοχές της νέας εταιρίας και ενδεχόμενα συμψηφιστικό ποσό σε μετρητά, που δεν υπερβαίνει το 10% της ονομαστικής αξίας των μετοχών που διατέθηκαν ή σε περίπτωση έλλειψης ονομαστικής αξίας, της λογιστικής τους αξίας. Από τη σύγκριση των αντίστοιχων διατάξεων του ελληνικού και του κοινοτικού δικαίου όσον αφορά την έννοια της συγχώνευσης με σύσταση νέας εταιρίας δεν προκύπτει θέμα εναρμόνισης του εθνικού μας δικαίου, το οποίο στο σημείο αυτό συμφωνεί με το κοινοτικό. Το άρθρο 41 εξάλλου του σχεδίου σύμβασης για τη διεθνή συγχώνευση των ανωνύμων εταιριών, που αναφέρεται στη συγχώνευση με σύσταση νέας εταιρίας, συμφωνεί σχεδόν απόλυτα με το άρθρο 4 παρ. 1 της 3ης οδηγίας Όσα τέλος αναφέρθηκαν προηγούμενα σχετικά με τη Σύμβαση της Χάγης της 1ης Ιουνίου 1956 καθώς και τη ρύθμιση της συγχώνευσης στα πλαίσια του σχεδίου κανονισμού του καταστατικού της ευρωπαϊκής ανώνυμης εταιρίας, ισχύουν και προκειμένου για τη συγχώνευση με σύσταση νέας εταιρίας.

- **Συγχώνευση με εξαγορά**

Η συγχώνευση με εξαγορά (*fusion par rachat*) συντελείται με τη μεταβίβαση στην εξαγοράζουσα του συνόλου της περιουσίας της εξαγοραζόμενης εταιρίας, η οποία από την εξαγορά παύει να υπάρχει ως νομικό πρόσωπο. Οι μέτοχοι της εξαγοραζόμενης εταιρίας αποζημιώνονται απευθείας με το αντίτιμο των δικαιωμάτων τους από την εξαγοράζουσα, η οποία διαδέχεται την πρώτη στις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα της, χωρίς να εφαρμόζονται οι διατάξεις για την εκκαθάριση και τη διάλυση της εξαγοραζόμενης εταιρίας. Στο σημείο αυτό η εξαγορά μοιάζει με τους δύο άλλους τρόπους συγχώνευσης. Διαφέρει όμως κατά το ότι οι μέτοχοι της εξαγοραζόμενης εταιρίας δεν γίνονται μέτοχοι της εξαγοράζουσας, όπως στην περίπτωση της απορρόφησης, αλλά, αφού αποζημιωθούν με χρήματα που προέρχονται από την περιουσία της τελευταίας, εξέρχονται τελείως από τη σχέση. Φυσικά, είναι δυνατόν να εξαγορασθούν δύο ή περισσότερες εταιρίες ταυτόχρονα από μία άλλη, πάντοτε μετά από σχετική απόφαση των γενικών συνελεύσεων των συγχωνευόμενων εταιριών, έγκριση της συγχώνευσης από τη Διοίκηση και δημοσίευση της. Λόγω των βασικών διαφορών που παρουσιάζει η συγχώνευση με εξαγορά σε σχέση με τους δύο άλλους τρόπους συγχώνευσης, υποστηρίζεται ότι η εξαγορά δεν αποτελεί συγχώνευση, γιατί η εξαγοραζόμενη εταιρία πωλεί στην εξαγοράζουσα τα περιουσιακά της στοιχεία και εξαφανίζεται, χωρίς να υπεισέρχεται στην τελευταία με οποιοδήποτε τρόπο.

Ο ελληνικός νόμος πάντως σαφώς περιλαμβάνει την εξαγορά στις προβλεπόμενες μορφές κατά κυριολεξία συγχώνευσης, αν και η δυνατότητα συγχώνευσης με εξαγορά αναγνωρίζεται μόνο προκείμενου περί ανωνύμων εταιριών. Το κοινοτικό δίκαιο, όπως και άλλα ξένα δίκαια καθώς και οι σχετικές με τη συγχώνευση διεθνείς συμβάσεις δεν προβλέπουν τη μορφή αυτή συγχώνευσης. Ενόψει της εναρμόνισης του ελληνικού δικαίου των εταιριών με το κοινοτικό δίκαιο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η μορφή αυτή ως πράξη που εξομοιώνεται με συγχώνευση, χωρίς να δημιουργηθούν ιδιαίτερες δυσχέρειες προσέγγισης των δύο νομοθεσιών. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να ρυθμισθεί περιπτωσιολογικά από το ελληνικό εταιρικό δίκαιο η μορφή αυτή συγχώνευσης σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις της 3ης οδηγίας 78-855/9-10-7.

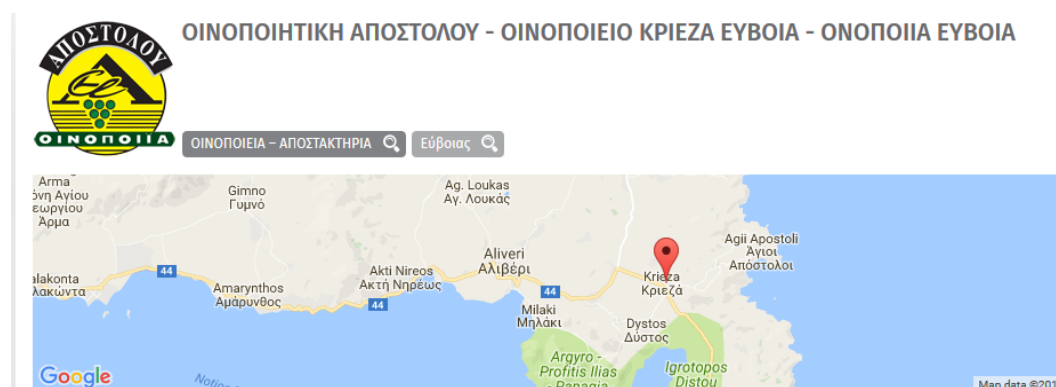
3.4.3 Διάσπαση ανωνύμων εταιριών

Ως απόσχιση ή κατάτμιση ή διάσπαση μπορεί γενικά να ορισθεί η διαίρεση της περιουσίας μιας εταιρίας σε δύο ή περισσότερα μέρη. Τα μέρη αυτά, που συνήθως περιλαμβάνουν στοιχεία τόσο του ενεργητικού όσο και του παθητικού της εταιρικής περιουσίας, είτε εισφέρονται σε νέες εταιρίες που ιδρύονται για τον σκοπό αυτόν (*scission proprement dite*, *scission pure*, *scission directe*) είτε απορροφούνται από άλλες προϋπάρχουσες εταιρίες (*fusion - scission*). Περαιτέρω συνδυασμοί δεν αποκλείονται. Μεταξύ συγχώνευσης εμπορικών εταιριών και απόσχισης υπάρχουν πολλές διαφορές, αλλά και ομοιότητες. Ο οικονομικός ρόλος της απόσχισης κατά πρώτον εμφανίζεται τελείως αντίθετος με της συγχώνευσης. Ενώ δηλαδή η τελευταία έχει στόχο της τη συγκέντρωση των επιχειρήσεων, η πρώτη αποτελεί όργανο αποσυγκέντρωσης (*déconcentration*), που μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε τομείς όπου η συγκέντρωση ξεπέρασε τα επιθυμητά όρια και τείνει στη δημιουργία μονοπωλιακών καταστάσεων. Ενώ εξάλλου για την πραγματοποίηση της συγχώνευσης απαιτείται η ύπαρξη δύο τουλάχιστον εταιριών, για την απόσχιση αρκεί μία μόνον εταιρία. Επίσης, ενώ στην απόσχιση παρατηρείται, όπως και στη συγχώνευση, καθολική γενικά μεταβίβαση της εταιρικής περιουσίας, η μεταβίβαση αυτή δεν είναι ενιαία, όπως στη συγχώνευση, αλλά γίνεται σε δύο ή περισσότερα μέρη, ανάλογα με τον αριθμό των εταιριών που ιδρύονται με την ευκαιρία της απόσχισης ή που απορροφούν τα τμήματα της εταιρικής περιουσίας.

4.ΚΕΦΑΛΑΙΟ :ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

4.1 Περιγραφή της ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ

Το 1968 η οικογένεια Αποστόλου ξεκίνησε την προσωπική παραγωγή και οινοποίηση του καλού παραδοσιακού κρασιού από διαλεχτές ποικιλίες της περιοχής. Η έδρα της επιχείρησης είναι στο Δήμο Δυστίων στην Εύβοια (Εικόνα 12) και μέχρι σήμερα διευθύνεται από τον σύζυγο, Αποστόλου Θεόδωρο.



Εικόνα 12: Γεωγραφική θέση της έδρας του οινοποιείου

Τα προϊόντα που παράγει το οινοποιείο μέχρι σήμερα είναι κρασί και τσίπουρο από παραδοσιακούς παραγωγούς, υψηλής παραγωγής και ελκυστικά για τον σύγχρονο καταναλωτή. Ενδεικτικές εικόνες των προϊόντων του οινοποιείου παρουσιάζονται στις Εικόνες 13-18. Ο κύκλος εργασιών της εταιρείας κυμαίνεται από 220.000-250.000 ευρώ ετησίως που προέρχεται από 180.tn-230tn κρασιού/ετησίως και 8tn τσίπουρου/ετησίως.



Εικόνα 13: Συσκευασία εμφιαλωμένου ερυθρού ξηρού οίνου 3Lκαι 5L



Εικόνα 14: Συσκευασία εμφιαλωμένου ροζέ οίνου 3L και 5



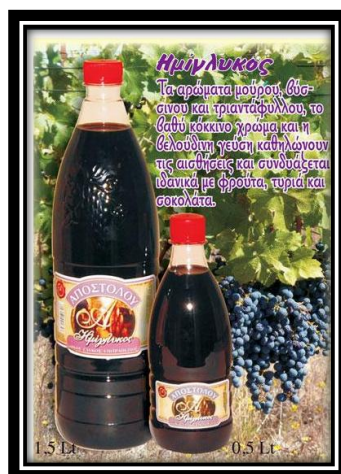
Εικόνα 15: Συσκευασία εμφιαλωμένου λευκού ξηρού οίνου 3L και 5L



Εικόνα 16: Συσκευασία εμφιαλωμένου λευκού ξηρού οίνου 1,5L & 0,5 L (Αριστερά). Συσκευασία εμφιαλωμένης ρετσίνας 1,5L & 0,5 L (Δεξιά)



Εικόνα 17: Συσκευασία εμφιαλωμένου ροζέ οίνου 1,5L και 0,5L (αριστερά). Συσκευασία εμφιαλωμένου ερυθρού ξηρού οίνου 1,5L και 0,5L (δεξιά)



Εικόνα 18: Συσκευασία εμφιαλωμένου ημίγλυκου οίνου 1,5L και 0,5L.

Σχετικά με το εργατικό δυναμικό της επιχείρησης λόγω της οικογενειακής μορφής στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό της οικογενείας και σε 9 εργάτες. Πιο συγκεκριμένα για την αποτελεσματική λειτουργία του οινοποιείου υπάρχουν :

- 2 οδηγοί για τη μεταφορά των προϊόντων
- 2 πωλητές για την προώθηση των προϊόντων στα καταστήματα λιανικού εμπορίου (κάβες)
- 2 υπάλληλοι γραφείου και
- 4 εργάτες για τον έλεγχο και την υλοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας.

Όσον αφορά το μέγεθος της επιχείρησης, το οινοποιείο καταλαμβάνει έκταση 600 m² η οποία απαρτίζεται από:

- χώρος εμφιαλωτηρίου (60m²)
- χώρος αποδυτηρίου
- χώρος αποθήκευσης υλικών συσκευασίας
- αποθηκευτικός χώρος για τα προϊόντα προς πώληση σε παλέτες
- Μπάνιο
- αίθουσα τραπεζαρίας-κουζίνας

4.2. Σχέδιο λειτουργίας

4.2.1 Εγκαταστάσεις

Σαν εγκαταστάσεις εξετάζουμε το χώρο στον οποίον λειτουργεί μια επιχείρηση. Μέσα σε αυτές γίνεται η αρχή της επιχείρησης μας και διαμορφώνονται βάση των αναγκών μας για την επίτευξη του σκοπού μας. Θα πρέπει να διαμορφωθούν με τέτοιο τρόπο ώστε να καλύπτουν όλες μας τις ανάγκες και ότι χαρακτηριστικά χρειάζονται στην παραγωγή μας.

Οι εγκαταστάσεις μας θα αποτελούνται από δύο μέρη:

- Ο αμπελώνας θα αποτελείται από 80 στρέμματα εκ των οποίων τα 40 θα χρησιμοποιηθούν για την φύτευση και καλλιέργεια λευκών σταφυλιών και τα άλλα 40 για κόκκινα σταφύλια. Τα στρέμματα αυτά θα επιλεγθούν να είναι σε τέτοιο σημείο ώστε να εκπληρώνουν τα χαρακτηριστικά ευδοκίμιας του σταφυλιού. Δηλαδή, θα βρίσκονται σε σημείο να είναι αρκετά εκτεθειμένα στον ήλιο και σε σημείο που δημιουργείται καμπή στο χωράφι, γνωστό ως "πλαγιά" ώστε να προστατεύονται από τα καιρικά φαινόμενα σε περίπτωση κακοκαιρίας. Τέλος, τα στρέμματα θα χωριστούν και θα εγκατασταθούν σε αυτά διάφορες σημάνσεις και κατασκευές οι οποίες θα βοηθούν στην διάκριση των αμπελιών, την σήμανση τους για να μην καταστραφούν από διερχόμενα οχήματα, τύπου τρακτέρ που περνάνε ανάμεσα τους και για την διευκόλυνση στην συντήρησή τους όλο τον χρόνο.
- Το οινοποιείο θα αποτελείται από τα υπόλοιπα στρέμματα της έκτασης μας, δηλαδή τα υπόλοιπα 70 στρέμματα. Θα αποτελείται από ένα κτήριο περίπου στο ύψος των 15 μέτρων με στέγαστρο. Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά δεν

απαιτούνται. Γι αυτό το λόγο το κτήριο θα δημιουργηθεί από τσιμέντο με σκοπό την αντοχή του σε βάθος χρόνου. Το κτήριο θα χωριστεί σε αρκετούς χώρους. Πρώτος είναι ο χώρος αποθήκευσης. Ο χώρος αυτός προορίζεται για την αποθήκευση όλων των εργαλείων, μηχανημάτων, εξαρτημάτων που μας χρειάζονται στον αμπελώνα και ένα βενζινοκίνητο όχημα (τρακτέρ). Θα βρίσκεται δίπλα στο χωράφι για διευκόλυνση μεταφοράς. Δεύτερον το χώρο παραγωγής. Ο μεγαλύτερος σε χώρο του κτηρίου θα περιέχει όλα τα μηχανήματα παραγωγής και εμφιάλωσης. Ο χώρος θα κατέχει όλες τις προδιαγραφές βάση διατάξεις του κανονισμού (ΕΚ) 852/2004 και όλες τις μηχανές βάση νόμου Ν. 396/1976 του άρθρου 10. Τρίτον το κελάρι. Θα βρίσκεται υπόγεια, χτισμένο από πέτρα για να μην επηρεάζεται από υγρασία, για την αποθήκευση των μπουκαλιών. Τέταρτον τα αποδυτήρια. Θα βρίσκονται κοντά στην είσοδο. Θα περιέχουν αποδυτήρια με χώρους μπάνιου και τουαλέτας. Ο χώρος θα χρησιμοποιείται από τους υπαλλήλους για την προσωπική τους υγιεινή. Πέμπτον στην είσοδο θα γίνει ένα μικρό lobby στο οποίο θα υποδέχεται η ξεναγός τους πελάτες και θα έχει και προϊόντα προς πώληση. Έκτον θα δημιουργηθούν τρία γραφεία σε όροφο πάνω από το lobby που θα χρησιμοποιηθούν το ένα για τους υπεύθυνους, το δεύτερο για την διοίκηση και το τρίτο για τη γραμματεία. Έβδομον ένας χώρος θα διευθετηθεί για ρήψη απορριμμάτων και υποπροϊόντων με ειδικούς περιεκτές βάση των άρθρων 21-23 του Καν. (ΕΚ) 555/2008, με τη ταχύτερη απομάκρυνσή τους. Θα βρίσκεται δίπλα στο χώρο παραγωγής. Τέλος ένα στρέμμα θα διατεθεί εκτός κτηρίου για την δημιουργία Parking τόσο για τους πελάτες όσο και για τους υπαλλήλους.

Η παροχή ρεύματος θα γίνει με συμβόλαιο στη ΔΕΗ και θα κοπεί σε τιμολόγιο ΒΥ Μ.Τ. που απευθύνεται σε εμπορικούς και βιομηχανικούς πελάτες. Τέλος η πολεοδομική ζώνη ανήκει στο νομό Αχαΐας. Θα ληφθούν όλες οι απαραίτητες άδειες και βεβαιώσεις από την τοπική πολεοδομία με την συμβουλή δικηγόρου.

4.3 Διαδικασίες παραγωγής

Η παραγωγή είναι η διαδικασία που γίνεται με σκοπό την εκποίηση προϊόντος. Είναι σημαντικό να ξέρουμε το κάθε βήμα της παραγωγής μας γιατί μας βοηθά στο να βλέπουμε που μπορεί να γίνει λάθος, να γίνετε τακτικός έλεγχος και να μπορέσουμε να την βελτιώσουμε. Μπορούμε να ρωτήσουμε τους εαυτούς μας άμα είμαστε ικανοί να πραγματοποιήσουμε την παραγωγή βλέποντας την και κρίνοντας τι αποφάσεις έχουμε να πάρουμε πριν την ξεκινήσουμε.

Στην διαδικασία αμπελιού έχουμε:

1. Άροση το καλοκαίρι για ζιζάνια
2. Χημική ανάλυση του εδάφους
3. Βασική λίπανση
4. Επιλογή ποικιλίας και αγορά από κοντινό φυτώριο
5. Φύτευση νέων αμπελώνων χρησιμοποιώντας κατάλληλες αποστάσεις και διάφορα σημάδια με σκοπό τον διαχωρισμό και τη σωστή συντήρηση του χωραφιού
6. Κλάδεμα κατά τη διάρκεια της χρονιάς σε διαμόρφωση τελικού σχήματος για τους καρπούς
7. Τακτικός έλεγχος ζιζανίων
8. Τακτικό πότισμα
9. Παραγωγή των σταφυλιών

Αφού γίνει η παραγωγή του σταφυλιού εξετάζουμε την ποιότητα τους, προβαίνουμε στις κατάλληλες αλλαγές στη διαδικασία, όπου είναι αναγκαίες, και αφού τα κάνουμε όλα ξεκινάμε τη διαδικασία από την αρχή.

Στη διαδικασία οινοποιείου:

1. Παραλαβή των σταφυλιών.

Η παραλαβή των σταφυλιών από το χωράφι θα γίνει με ειδικούς κινητούς τάπητες και θα οδηγηθούν σε ειδική τράπεζα με σκοπό τον εκραγισμό.

2. Διαχωρισμός σταφυλιών.

Διαχωρίζουμε τα ερυθρά από τα λευκά και τα μεταφέρουμε στους εκραγιστήρες.

3. Εκραγισμός Σταφυλιών.

Στον εκραγισμό θα γίνει χρήση μηχανημάτων (εκραγιστήρες) με σκοπό την απομάκρυνση κοτσανιών. Δημιουργούμε τον σταφυλοπολτό.

4. Μεταφορά σταφυλοπολτού σε οινοποιητές.

Μέσω ειδικών αντλιών μεταφέρουμε τον λευκό σταφυλοπολτό σε πιεστήριο και τον ερυθρό σε οινοποιητή.

5. Εκχύλιση - Ζύμωση Ερυθρών

Το στάδιο αυτό αφορά μόνο τα ερυθρά. Σε ειδικά μηχανήματα εκχυλίζουμε ερυθρό πολτό με σκοπό τη ζύμωση του. Τα μηχανήματα ονομάζονται οινοποιητές με ειδικό σύστημα διαβροχής, διπλό τοίχωμα για τον έλεγχο της θερμοκρασίας και με εσωτερική σίτα για στράγγισμα του μούστου και διαθέτουν επικλινή πυθμένα.

6. Πίεση.

Σε αυτό το στάδιο συνεχίζουμε παράλληλα με το λευκό μούστο. Χρησιμοποιώντας πιεστήρια εκχέουμε, σε διαφορετικά πιεστήρια, τους μούστους μας.

7. Διαύγαση Γλεύκους. Αφορά μόνο το λευκό μούστο. Χρησιμοποιούμε δεξαμενές απολάσπωσης με εξωτερικό μανδύα ψύξης.

8. Μεταφορά σε δεξαμενές. Με ειδικές αντλίες μεταφέρουμε το γλεύκο στις δεξαμενές σταθεροποίησης.

9. Έλεγχος.

Με ειδικά μηχανήματα ελέγχουμε την θερμοκρασία στα διάφορα στάδια και χρησιμοποιούμε ψυχτικές μονάδες που αλληλεπιδρούν με τις δεξαμενές. Ο έλεγχος μπορεί να γίνει και αυτόματα.

10. Ωρίμανση σε βαρέλια.

Σε αυτό το στάδιο επιλεγμένα ερυθρά τοποθετούνται μέσα σε βαρέλια με σκοπό την καλύτερη μυρωδιά και ωρίμανση του κρασιού.

11. Εμφιάλωση.

Ξεβγάζουμε και στραγγίζουμε τις φιάλες, τις γεμίζουμε και αφού γεμίσουν τις τοποθετούμε τάπα. Βάζουμε την ετικέτα και τις κιβωτοποιούμε.

12. Καθαρισμός.

Τέλος, για τον καθαρισμό χρησιμοποιούμε μηχανήματα πλυσίματος με υψηλή πίεση ζεστού και κρύου νερού και εξοπλισμό καθαρισμού των βαρελιών. Τα λύματα θα καθαριστούν και θα τοποθετηθούν στους περιεκτές και θα αποθηκευτούν μέχρι την απομάκρυνση τους. Σε περίπτωση παραγγελίας τα κιβώτια θα σταλούν αμέσως αλλιώς τα κρασιά θα τοποθετηθούν στο κελάρι.

4.4 Χρηματοοικονομικά Στοιχεία

Στο κεφάλαιο αυτό θα εξετάσουμε όλα τα χρηματοοικονομικά στοιχεία τις επιχείρησης για ένα ολόκληρο χρόνο. Δηλαδή θα δούμε συγκεκριμένα όλα τα έσοδα και τα έξοδα που θα γίνουν στην πάροδο μιας χρονιάς. Πραγματοποιώντας αυτό το πλάνο, θέτουμε τους στόχους σε συνάρτηση με τα τρέχοντα οικονομικά, δημιουργούμε πλάνα για το μέλλον και κάνουμε εύστοχη λήψη αποφάσεων. Τέλος μπορούμε να το χρησιμοποιήσουμε σαν εργαλείο ως προς τους δανειστές ή την λήψη σε οποιοδήποτε είδους επιδότησης - χρηματοδότησης.

Σημαντικό να αναφερθεί ότι η επιχείρηση θα αρχίσει την πλήρη της λειτουργία σαν σύνολο (αμπελώνας και οινοποιείο) το τρίτο της χρόνο λόγω του κλίματος. Το κλίμα για να ωριμάσει και να παράγει το απαραίτητο σταφύλι, για την επεξεργασία του σε κρασί, χρειάζεται μια διαδικασία κλαδέματος και ανάπτυξης δύο χρόνων για να πάρει το σχήμα που χρειαζόμαστε και την μορφή του. Γι αυτό το λόγο τα πρώτα δύο χρόνια αποτελούν μόνο έξοδα για μας, έξοδα συντήρησης αμπελιού, έξοδα κατασκευής και έξοδα μεταφοράς και εγκαταστάσεις εξοπλισμού, με μόνο πιθανό έσοδο την λήψη δανείου ή χρηματοδότησης και την πιθανή επίσκεψη ατόμων μετά την ολοκλήρωση των εγκαταστάσεων (εκτιμώμενος χρόνος 6 μήνες για δημιουργία του κτηρίου).

Συγκριμένα:

Πίνακας 15 ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Ο.Ε. ΎΞΟΛΑ

	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3
<u>ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΕΛΑΦΟΥΣ</u>			
Χημική Ανάλυση	80 €	80 €	80 €
Φρεζάρισμα	1.200 €	1.200 €	1.200 €
Λιπάσματα	2.400 €	2.400 €	2.400 €
Διαχωριστικά	4.000 €	-	-
<u>ΦΥΤΕΥΣΗ</u>			
Φάρμακα και Ψεκαστικά	11.200 €	11.200 €	11.200 €
Κλίματα – Σπόροι	12.800 €	-	-
<u>ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΧΩΡΑΦΙΟΥ</u>			
Εξοπλισμός ποτίσματος	20.000 €	-	-
Εργαλεία	2.000 €	-	-
Φράχτης	4.000 €	-	-
<u>ΚΤΗΡΙΟ</u>			
Αποθήκη	10.000 €	-	-
Αποπληρωμή (Υλικά και Προσωπικό)	-	-	90.000 €
ΔΕΗ	-	-	4.000 €
Ασφάλιση Κτηρίου	-	-	100.000 €
<u>ΎΞΟΛΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</u>			
Αγορά και Εγκατάσταση Μηχανημάτων παραγωγής	-	-	337.800 €
Τελέρα	-	-	1.600 €
Βαρέλια Δρύινα	-	-	8.000 €
Αγορά Φιαλών (φιάλη - φελλός - καψύλλιο - ετικέτα)	-	-	58.750 €
<u>ΜΙΣΘΩΣΗ</u>			
Πληρωμή Προσωπικού	59.400 €	64.800 €	122.550 €
Συμβουλευτική Βοήθεια	1.000 €	1.000 €	2.000 €
Δικηγόρος	-	-	800 €
<u>ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΑ</u>			
Τρακτέρ (x2)	50.000 €	-	-
Φορτηγά (x3)	-	-	96.000 €
Πετρέλαιο	1.200 €	1.200 €	1.200 €
<u>ΔΙΑΦΗΜΗΣΗ</u>	-	-	1.000 €
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	179.280 €	81.880 €	838.580 €

Ο πρώτος χρόνος έχει και τα αρχικά έξοδα του χωραφιού όπως η δημιουργία φράχτη, την αγορά του τρακτέρ κ.α. Επίσης έχει και το πιο βασικό που είναι η αγορά των κλιμάτων - σπόρων. Το εύλογο με τα έξοδα αυτά είναι ότι θα γίνουν μια φορά γιατί ο φράχτης, τα τρακτέρ είναι έξοδα που γίνονται μια φορά και μένουν σαν επένδυση στην επιχείρηση για πολύ χρονικό διάστημα. Το ίδιο ισχύει και για τα κλίματα μιας και σαν φυτό έχει την τάση να αναπαράγεται μόνο του με την κατάλληλη τεχνική και επίσης μπορούμε να πάρουμε βλαστάρια και σπόρους σε περίπτωση αντικατάστασής του. Επιπλέον, θα γίνει αγορά λιπασμάτων και φαρμάκων για την χρήση τους μέσα στο χρόνο, όπως το τακτικό φρεζάρισμα και αγορά πετρελαίου για τη χρήση των τρακτέρ. Μέσα στο Νοέμβριο, θα γίνει χρήση συμβουλευτική για την ποιότητα των φυτών. Τέλος, για το χρόνο αυτό θα απασχολήσουμε μόνο 6 εργάτες, δηλαδή την ομάδα αμπελιού μαζί με τον υπεύθυνο παραγωγής, μιας και κτήριο και παραγωγή οινοποιείου δεν υπάρχει και γραμματεία δεν χρειάζεται λόγω του ότι τα δύο ιδρυτικά στελέχη θα διαχειρίζονται ότι χρειάζεται λόγω μικρού όγκου υποχρεώσεων.

Ο δεύτερος χρόνος δε διαφέρει πολύ με τον πρώτο, με τη μόνη διαφορά ότι στον πρώτο κάναμε κάποια έξοδα που χρειάστηκαν μόνο για μια φορά. Όπως φαίνεται, μέχρι το κλίμα να πάρει σχήμα και να γίνει η ωρίμανση του μέχρι το επιθυμητό αποτέλεσμα τα έξοδα μας θα είναι ίδια.

Ο τρίτος χρόνος είναι και ο πιο κοστοβόρος από όλους. Στο χρόνο αυτό, πέρα από τα λειτουργικά έξοδα που έχουν και οι άλλοι 2 χρόνοι, αρχίζουμε να κάνουμε έξοδα για να γίνει η επιχείρηση πλήρως λειτουργική. Συγκεκριμένα, το Φεβρουάριο, ξεκινάμε το χτίσιμο του κτίσματος που θα στεγάσει και το οινοποιείο μας. Το οινοποιείο θα ενωθεί με το χώρο της αποθήκευσης και θα γίνει η αρχική πληρωμή των υλικών. Τον Ιούλιο, θα ολοκληρωθούν τα έργα και θα πληρωθούν οι εργάτες και οι εργολάβοι.

Επιπλέον, το κτήριο θα πρέπει να ασφαλιστεί λόγω υποχρέωσης δανείου στην ισότιμη αξία του. Τον Αύγουστο, θα κάνουμε έναρξη συμβολαίου με την ΔΕΗ και θα πρέπει να πληρωθούν δύο δόσεις μπροστά σαν εγγύηση. Τον ίδιο μήνα, θα αγοράσουμε και θα εγκαταστήσουμε όλο τα μηχανήματα παραγωγής και θα κάνουμε πρόσληψη όλου του προσωπικού μιας και ξεκινάμε πλήρως την παραγωγή. Το Σεπτέμβριο, θα γίνει η αγορά των τελάρων και των βαρελιών μιας και ξεκινάμε να

μαζεύουμε τα σταφύλια. Τον Οκτώβριο, που θα γίνει η παραγωγή θα γίνει συμβουλευτική από ανάλογο σύμβουλο για την διασφάλιση της ποιότητας του κρασιού και τη διασφάλιση της σωστής παραγωγής και ξεκινάμε την καμπάνια διαφήμισης μας σε ραδιόφωνο και τηλεόραση . Το Νοέμβριο θα κάνουμε την αγορά των τριών φορτηγών που θα κάνουν την παράδοση των οίνων. Και τέλος, το Δεκέμβριο θα αγοράσουμε τις φιάλες (στην τιμή περιλαμβάνονται όλα τα είδη που χρειαζόμαστε για την εμφιάλωση) για την εμφιάλωση του οίνου και θα γίνει η πληρωμή του δικηγόρου για την παροχή υπηρεσιών του στο θέμα του δανείου, της επιδότησης κ.α.

Πίνακας 16 ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Ο.Ε ΎΞΟΛΑ

	Έτος 1	Έτος 2	Έτος 3
<u>ΤΑΜΕΙΑΚΑ ΕΣΟΔΑ</u>			
Επισκέψεις Χώρου	1.500 €	3.000 €	3.750 €
Λήψη Δανείου	-	-	10.000 €
Επιχορηγήσεις	150.000 €	-	-
<u>ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ</u>			
Πώληση Επιτραπέζιου οίνου	-	-	40.000 €
Πώληση Μαυροδάφνης	-	-	50.000 €
Πώληση Αφρώδη Οίνου	-	-	30.000 €
<u>ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ</u>			
Αρχικό Κεφάλαιο	50.000 €	-	-
<u>ΣΥΝΟΛΟ</u>	201.500 €	3.000 €	223.750 €

Όπως φαίνεται, τον πρώτο χρόνο έχουμε ελάχιστα έσοδα με την λήψη χρηματοδότησης το Μάη για την αγορά των σπόρων και των αναγκών των εγκαταστάσεων (Θεωρούμε η επιδότηση θα έχει εγκριθεί πριν την έναρξη του όλου έργου.).Επίσης στην αρχή του χρόνου μετράμε και το αρχικό μας κεφάλαιο το οποίο έρχεται από τα ιδρυτικά μέλη της εταιρείας. Τα ελάχιστα μας έσοδα ξεκινάν από τη στιγμή της δημιουργίας του αμπελώνα που θα πραγματοποιούνται ελάχιστες επισκέψεις (Υπολογίζουμε 1 επίσκεψη κάθε μέρα τον μήνα με κόστος 8 ευρώ). Ο δεύτερος χρόνος, δεν αποτελεί κερδοφόρος μιας και ακόμη σοδιά δεν υπάρχει οπότε

δεν υπάρχει και παραγωγή. Οι τυπικές πιθανές επισκέψεις αποτελούν την μοναδική μας πηγή εισοδήματος καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου.

Στον τρίτο χρόνο, θα κάνουμε λήψη του δάνειου μας και μέχρι τον Σεπτέμβριο τα έσοδα μας από της επισκέψεις μένουν σταθερά όπως τις προηγούμενες χρονιές. Μετά τον Σεπτέμβριο, υπολογίζουμε αύξηση στις επισκέψεις μιας και αρχίζει η παραγωγή μας σε καθημερινό ρυθμό (2 επισκέψεις την ημέρα), ιδιαίτερα τον μήνα Σεπτέμβριο και Οκτώβριο (αφού έχει δημιουργηθεί και το κτήριο με τα μηχανήματα παραγωγής).

Τέλος, το Δεκέμβριο υπολογίζουμε την πρώτη μας σοδιά οίνου και την πώληση του. Όπως φαίνετε υπολογίζουμε στη δημιουργία 10.000 φιαλών για το κάθε ένα από το είδος οίνου μας. Θεωρούμε τα έσοδα μας θα είναι άμεσα, μιας και ο χρόνος για εύρεση πελατών είναι πολύς.

4.5 Κόστος Επένδυσης

Στο κόστος επένδυσης εξετάζουμε αναλυτικά τα έξοδα που χρειάζονται για την υλοποίηση της εταιρείας μας. Με αυτό το τρόπο βλέπουμε πόσα λεφτά χρειάζονται για την δημιουργία της επιχείρησής μας, ώστε να φτάσουμε στο ξεκίνημα της και ως επί το πλείστον στη συνέχισή της και στα έσοδα μας.

Συγκεκριμένα για την επιχείρησή μας χρειαζόμαστε δύο πλάνα. Ένα για το αμπέλι και ένα για το οινοποιείο :

Πίνακας 17 Κόστος αμπελιού

Χημική ανάλυση εδάφους (τον χρόνο)	80 €
Φρεζάρισμα (τον χρόνο)	1.200 €
Λίπασμα (2 φορές τον χρόνο)	2.400 €
Κλίματα - Σπόροι (320 ανά στρέμμα)	12.800 €
Γεωργικά Φάρμακα (τον χρόνο)	8.000 €
Διαχωριστικά και Φράχτες	8.000 €
Εργαλεία Κλαδέματος – Φυτεύματος	2.000 €
Εξοπλισμός ποτίσματος (αυτόματος με σωλήνες)	20.000 €
Ψεκασμοί (τον χρόνο)	3.200 €
Τρακτέρ (x2)	50.000 €
Σύνολο	77.680 €

Πίνακας 18 Λειτουργικά ανά έτος

Χημική ανάλυση εδάφους (τον χρόνο)	80 €
Φρεζάρισμα (τον χρόνο)	1.200 €
Λίπασμα (2 φορές τον χρόνο)	2.400 €
Γεωργικά Φάρμακα (τον χρόνο)	8.000 €
Ψεκασμοί (τον χρόνο)	3.200 €
Πετρέλαιο	1.200 €
Μισθωδοσία	59.400 €
Σύνολο	75.480 €

Το κόστος αμπελιού ανέρχεται στα 77.680 € και λειτουργικά στα 75.480 € ανά έτος. Μεγάλο μέρος των χρημάτων αποτελούν τα αρχικά κλήματα - σπόροι που θα μας χρησιμεύσουν σημαντικά για την δημιουργία της επιχείρησης. Ο αριθμός για κάθε στρέμμα, είναι υπολογισμένος με τέτοιο σκοπό ώστε να δημιουργηθούν διαχωριστικά και δρόμος δίπλα τους. Τα κλήματα, θα αγοραστούν με λεφτά επιδότησης που θα αναφερθεί στο κεφάλαιο της χρηματοδότησης. Επίσης, θεωρούμε ότι όλα θα αγοραστούν με τιμολόγιο και τα εργαλεία, τα λιπάσματα, τα διαχωριστικά, τα φάρμακα και τα κλήματα θα αγοραστούν σε τιμή χονδρικής.

Πίνακας 19 Κόστος Οινοποιείου

Δημιουργία Κτηρίου (υλικά και προσωπικό)	100.000 €
Τελάρα	1600 €
Ταινίες Διαλογής	6000 €
Αντλίες Σταφυλοπολτού	7000 €
Αναβατόριο	7000 €
Εκραγιστήρες	6000 €
Πιεστήρια	15000 €
Οινοποιειτές	50000 €
Δεξαμενή Ζύμωσης	20000 €
Αντλίες Γλαύκου/οίνου	3000 €
Φίλτρα	5000 €
Δεξαμενές Σταθεροποίησης	7000 €
Εξοπλισμός Έλενου Θερμοκρασιών	6800 €
Βοηθητικός εξοπλισμός	10000 €
Βαρέλια Δρύινα	8000 €
Γεμιστικό Φιαλών	2000 €
Γεμιστικό Ασκών	4500 €
Ταμωρικό Φελλού	4500 €
Ετικετέζα	6.000 €
Καψυλιέρα	1.000 €
Αγορά Φιαλών (φιάλη - φελλός - καψύλλιο-ετικέτα)	58.750 €
Αγορά Φορτηγών (x3)	96.000 €
Σύνολο	374.150€

Πίνακας 20 Λειτουργικά ανά έτος

Αγορά Φιαλών (φιάλη - φελλός - καψύλλιο-ετικέτα)	58.750 €
Μισθοδοσία	63.150 €
Δ.Ε.Η.	12.000 €
Σύνολο	133.900 €

Το κόστος οινοποιείου, ανέρχεται στα 374.150 € και λειτουργικά, άνα έτος στα 133.900 €. Αποτελεί το πιο ακριβό κομμάτι της επένδυσης, μιας και περιέχει την ανέγερση του κτηρίου και την αγορά όλων των μηχανημάτων παραγωγής. Για άλλη μια φορά θεωρούμε ότι τα τελάρα, οι φιάλες και τα βαρέλια θα αγοραστούν σε τιμές χονδρικής. Τέλος τα φορτηγά θα είναι φορτηγά - ψυγεία κατάλληλα για τη μεταφορά φιαλών.

4.6 Χρηματοδότηση

Στο κεφάλαιο αυτό, εξετάζουμε τους αρχικούς μας πόρους οι οποίοι θα συντελέσουν σαν αρχικό κεφάλαιο για την δημιουργία και εκκίνηση της επιχείρησης μας. Οι πόροι μας μπορεί να προέρχονται από εξωτερικές πηγές (επιδότηση, δανεισμός κλπ) είτε από την ίδια μας την τσέπη. Οπότε πρέπει να δούμε αναλυτικά την κάθε λήψη τους, η οποία μπορεί να προϋποθέτει κάποιους όρους, ώστε να εκπληρώσουμε ότι χρειάζεται για να την λάβουμε και να μπορούμε να την ελέγχουμε με σκοπό τον καθαρισμό των υποχρεώσεών μας προς τους φορείς της.

Συγκεκριμένα :

Αρχικό Κεφάλαιο

Για αρχικό κεφάλαιο στην επιχείρηση μας 50.000 €, θα προέρθουν από τους εταίρους της εταιρείας, δηλαδή των Αποστόλου Βασίλειο και την Μαρία Αποστόλου, και θα αντιστοιχεί 25.000 € στον έκαστο. Τα χρήματα αυτά, θα χρησιμοποιηθούν ως αρχικό κεφάλαιο της επιχείρησης, με σκοπό την σύσταση της εταιρίας και τις ενέργειες για την αγορά των αγροτικών υλικών (κλίματα - σπόροι) και για τις ανάγκες της επιχείρησης. Το κεφάλαιο αυτό, θα είναι δικό τους, οπότε δε θα αντιστοιχεί κάποια υποχρέωση προς αυτό. Τέλος, σημαντική αναφορά είναι ότι το χωράφι στο οποίο θα δημιουργηθεί η επιχείρηση είναι δωρεά του κύριου Αποστόλου

Γεωργίου, τρίτος έταίρος που δεν φέρει παραπάνω ευθύνη για την επιχείρηση. Με αυτό το τρόπο, το χωράφι γίνεται πάγιο κεφάλαιο της επιχείρησης.

Επιδότηση

Η λήψη επιδότησης, είναι πολύ σημαντικό κομμάτι για εμάς, μιας και αποτελεί μια σημαντική λήψη ποσού για την αγορά εξοπλισμού, πληρωμή μισθοδοσίας, δαπάνες προς τρίτους και τα λειτουργικά έξοδα. Γι αυτόν το λόγο, πρέπει να ερευνήσουμε αναλυτικά για να βρούμε μια στα μέτρα μας. Στην περίπτωση μας, θα κάνουμε αίτηση για το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) περιόδου 2014-2020 του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης. Τα στοιχεία του προγράμματος είναι έως εξής:

Πρόκειται για:

- Το πρόγραμμα εγκατάστασης Νέων αγροτών-κτηνοτρόφων. Ήδη έγινε η προδημοσίευση του μέτρου αυτού και αναμένεται η προκήρυξη από κάθε περιφέρεια χωριστά το επόμενο χρονικό διάστημα.
- Τα Σχέδια Βελτίωσης.
- Την Μεταποίηση και Εμπορία.
- (Έχουμε ήδη ασχοληθεί και έχει δημοσιευτεί σχετικό άρθρο για το πρόγραμμα
- εγκατάστασης Νέων γεωργών-κτηνοτρόφων)

Σχέδια Βελτίωσης - Όροι και Προϋποθέσεις

Οι βασικές κατηγορίες επενδύσεων που δικαιούνται επιδότησης με το νέο χρηματοδοτικό πρόγραμμα των Σχεδίων Βελτίωσης αφορά αγορά γης, γεωργικά κτίρια, μηχανολογικό εξοπλισμό και πολυετείς φυτείες.

Τα Σχέδια Βελτίωσης παρέχουν οικονομική στήριξη σε γεωργούς και κτηνοτρόφους για επενδύσεις τόσο στην γεωργία όσο και στην κτηνοτροφία καλύπτοντας ένα πολύ μεγάλο φάσμα των ιδιωτικών επενδύσεων του πρωτογενούς και αγροδιατροφικού τομέα.

Δικαιούχοι

Είναι κάτοχοι γεωργικών εκμεταλλεύσεων που κατέχουν την ιδιότητα του ενεργού γεωργού. Επιπλέον πρέπει να πληρούν ένα από τα παρακάτω κριτήρια.

- Να είναι επαγγελματίες αγρότες σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία
- Να είναι νέοι γεωργοί

- Να έχουν συμπληρώσει το 18^ο συνταξιούχοι αγρότες έτος της ηλικίας τους και να μην είναι

Δαπάνες Που Καλύπτει Το Προγραμμα

Αγορά γης

- Ανέγερση, επέκταση, εκσυγχρονισμό γεωργικών κτηρίων και κτηνοτροφικών εγκαταστάσεων.
- Αγορά, μεταφορά και εγκατάσταση καινούριου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού π.χ. αλμεκτήρια.
- Αγορά, μεταφορά και φύτευση πολυετών φυτειών
- Περίφραξη και διαμόρφωση αγροτεμαχίων
- Αγορά καινούριου μελισσοκομικού και ανθοκομικού αυτοκινήτου

Όροι Επιλεξιμότητας

Οι γεωργικές εκμεταλλεύσεις για να κριθούν επιλέξιμες θα πρέπει τουλάχιστον κατά την ημερομηνία υποβολής της αίτησης :

- Να έχουν οικονομικό μέγεθος σε όρους τυπικής απόδοσης μεγαλύτερες από 8.000 ευρώ.
- Οι δαπάνες που θα απαιτηθούν θα πραγματοποιηθούν μετά την υποβολή της αίτησης στήριξης δηλαδή υπάρχων μηχανολογικός και λοιπός εξοπλισμός που προϋπάρχουν δεν χρηματοδοτείται.
- Να μην έχουν συγχρηματοδοτηθεί από άλλη πηγή.

Ποσά Και Ποσοστά Στήριξης

Το συνολικό κόστος των επενδυτικών σχεδίων ανέρχεται έως 150.000 ευρώ. Τα ποσοστά ενίσχυσης θα κυμαίνονται από 40-75% Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) περιόδου 2014-2020 του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης

Τα ανωτέρω ποσοστά προσαυξάνονται κατά 20 ποσοστιαίες μονάδες με τον όρο ότι η ανώτατη συνδυασμένη στήριξη δεν υπερβαίνει το 75% στις παρακάτω περιπτώσεις:

- σε νέους γεωργούς ή οι οποίοι έχουν ήδη εγκατασταθεί κατά τη διάρκεια των 5 ετών που προηγούνται της αίτησης στήριξης.
- σε συλλογικές επενδύσεις και ολοκληρωμένα επενδυτικά σχέδια.

Ο προϋπολογισμός της επιχείρησης μας πληρεί τις προϋποθέσεις του προγράμματος όπως και η κατάσταση και των δύο διοικητικών μελών (Αποστόλου και Αποστόλου).

Η λήψη του θα μας οδηγήσει στην αγορά του λειτουργικού εξοπλισμού της εταιρείας, εγκατάσταση και μεταφορά, και την δημιουργία του χωραφιού (αγροτεμάχιο).

Δανεισμός

Ο δανεισμός είναι ένα κομμάτι σημαντικό για εμάς. Από το δανεισμό, θα αντλήσουμε το πόσο που μας χρειάζεται για την αγορά του φυτικού κεφαλαίου και για την ανέγερση του κτηρίου. Ο δανεισμός, βέβαια μας υποχρεώνει σε χρόνια δέσμευση με τον δανειστή και η αποπληρωμή του δανείου θα πρέπει να γίνει άμεσα.

Στην περίπτωση μας, θα γίνει αίτηση για το δάνειο υποστήριξης νέων και νεοεισερχόμενων αγροτών της τράπεζας Πειραιώς.

Η περιγραφή του έχει ως εξής:

Η χρηματοδότηση των Αγροτών για:

- Αγορά καλλιεργήσιμης γης & γεωργό
- Κτηνοτροφικών κτισμάτων
- Ανέγερση / αποπεράτωση / βελτίωση γεωργό - κτηνοτροφικών κτισμάτων
- Αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού
- Αγορά φυτικού ή / και ζωικού κεφαλαίου Ιδανικό Για Φυσικά Πρόσωπα, ηλικίας άνω των 19 και έως 50 ετών, οι οποίοι θα απασχοληθούν στον Αγροτικό Τομέα, ανεξάρτητα από την ένταξή τους σε πρόγραμμα της Πολιτείας ή όχι:

Απαραίτητες Προϋποθέσεις

Έχουν κύριο φορέα ασφάλισης τον Ο.Γ.Α. ή έχουν υποβάλει τα σχετικά δικαιολογητικά στον Ο.Γ.Α. και πληρούν τις προϋποθέσεις εγγραφής. Είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο Αγροτών και Αγροτικών Εκμεταλλεύσεων ή έχουν καταθέσει αίτηση εγγραφής τους.

Επιτόκιο

Κυμαινόμενο για όλη τη διάρκεια του δανείου: σήμερα 7,10 (BEA:7,10%) πλέον της εισφοράς του Ν.128/75 που σήμερα ανέρχεται σε 0,12% για τους επαγγελματίες Αγρότες.

*Το επιτόκιο συνδέεται με το δείκτη BEA: Βασικό Επιτόκιο Αγροτών, σήμερα 7,10%, που ακολουθεί τις τάσεις της αγοράς, ανακοινώνεται στον Τύπο και αναγράφεται στο επίσημο τιμολόγιο της Τράπεζας.

*για τους νέους και νεοεισερχόμενους αγρότες ηλικίας έως 40 ετών για την αγορά καλλιεργήσιμης γης, δύναται να υπάρξει επιδότηση επιτοκίου έως και 100% κατόπιν

απόφασης έγκρισης της Διεύθυνσης Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής της Περιφερειακής Ενότητας στην οποία υπάγονται. Συγκεκριμένα η επιδότηση είναι 100% για τους μόνιμους κατοίκους ορεινών και μειονεκτικών περιοχών και 70% για τους κατοίκους λοιπών περιοχών.

Διάρκεια

- Για αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού: έως 10 έτη
- Για αγορά καλλιεργήσιμης γης και γεωργό-κτηνοτροφικών κτισμάτων, ανέγερση/βελτίωση γεωργό-κτηνοτροφικών κτισμάτων: έως 15 έτη
- Για αγορά φυτικού ή/και ζωικού κεφαλαίου: έως 6 έτη

Ποσο Δανείου

από 5.000€ έως 150.000€ με Μέγιστο Ποσοστό Χρηματοδότησης έως το 80% του εκτιμώμενου κόστους της επένδυσης και έως το 80% της εκτιμώμενης αξίας του προσημειωμένου ακινήτου.

Τρόπος Αποπληρωμής

- Η Αποπληρωμή του Δανείου γίνεται με τριμηνιαίες, εξαμηνιαίες ή ετήσιες τοκοχρεολυτικές δόσεις
- Η εξόφληση των δόσεων θα γίνεται υποχρεωτικά από τον καταθετικό λογαριασμό μέσω Πάγιας Εντολής

Επιλογή Περιόδου Χάριτος:

Ανάλογα με το είδος της επένδυσης και σε συνδυασμό με το χρονικό διάστημα που απαιτείται μέχρι το 1ο έτος στο οποίο αναμένεται παραγωγή και πώληση των αγροτικών προϊόντων.

- ένα έτος: με απαιτητικούς τόκους ή κεφαλαιοποίηση
- έως τρία έτη: με καταβολή τόκων και δυνατότητα ελεύθερων καταβολών κεφαλαίου

Άλλα Χαρακτηριστικά

Δαπάνη εξέτασης αιτήματος

- Χρέωση εφάπαξ: 200€ (δεν περιλαμβάνονται: έξοδα εκτίμησης, ελέγχου τίτλων, έξοδα παράστασης και εγγραφής προσημείωσης, σύμφωνα με το τιμολόγιο της Τράπεζας).

Εξασφαλίσεις

- Α' Προσημείωση Ακινήτου σε ποσοστό 125% επί του ποσού του δανείου, επί του/των αγροτεμαχίου/ων της επένδυσης ή επί ακινήτου/των, τα οποία θα πρέπει να είναι ελεύθερα βαρών
- Σε περίπτωση εξασφάλισης μόνο μηχανολογικού εξοπλισμού θα γίνεται σύσταση ενεχύρου επί του αγοραζόμενου εξοπλισμού με νομότυπη επίδοσή του

Ασφαλίσεις

- Σε περίπτωση προσημείωσης επί ακινήτου υποχρεωτική ασφάλιση του προσημειωμένου ακινήτου για ΦΩΤΙΑ & ΣΕΙΣΜΟ, για ασφαλιζόμενο κεφάλαιο ίσο με την κατασκευαστική αξία του ακινήτου, σε υφιστάμενο ομαδικό ασφαλιστήριο
- Το κόστος ασφαλίσεων επιβαρύνει τον πελάτη και καταβάλλεται κάθε γενέθλια ημερομηνία του δανείου
- Τέλος, αναλόγως των χρηματοδοτούμενων δαπανών του επενδυτικού σχεδίου, δύναται να ζητηθεί ασφάλιση για τον Εξοπλισμό-Μηχανήματα

Πρόωρη ολική ή μερική αποπληρωμή

Δυνατότητα πρόωρης ολικής ή μερικής αποπληρωμής, οποιαδήποτε στιγμή χωρίς καμία επιβάρυνση του πελάτη.

Βασικές σημειώσεις

Ο Νέος ή/και Νεοεισερχόμενος θα είναι υποχρεωμένος (συμβατική δέσμευση) να μείνει στο αγροτικό επάγγελμα τουλάχιστον μέχρι την αποπληρωμή του δανείου.

Η αίτηση θα προϋποθέτει το ποσό των 100.000€ με πληρωμή κάθε χρόνο για τα επόμενα 15 έτη, για την ανέγερση του κτηρίου. Η πληρωμή θα γίνεται κάθε επέτειο του δανείου, το οποίο σημαίνει ότι η δόση θα εξοφλείται την ημέρα και μήνα που εμείς αποφασίσουμε να εκδώσουμε το δάνειο. Όπως φαίνεται, θα γίνει αναγκαστική ασφάλιση του κτηρίου και θα δημιουργηθεί λογαριασμός στην τράπεζα με πάγια εντολή για την αποπληρωμή του δανείου. Η ανέγερση του κτηρίου, είναι πολύ δαπανηρό κομμάτι του σχεδίου μας και η λήψη του δανείου μας βοηθά στην γρήγορη ανέγερσή του.

4.7 Προσωπικό

Προσωπικό, είναι τα άτομα που αποτελούν τους ανθρώπινους πόρους τις εταιρείας η οποίοι με την σκληρή δουλεία τους και με την συνεργασίας τους μας οδηγούν στην επίτευξη των στόχων μας. Αναφερόμαστε αναλυτικά, στη θέση τους στην εταιρία, στο ρόλος τους, στις ικανότητες τους και στην εμπειρία τους. Με αυτό το τρόπο, βλέπουμε αναλυτικά τι άτομα χρειαζόμαστε και μας διευκολύνει στην πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού.

Ως κριτήρια πρόσληψης θέτουμε :

- την εμπειρία τους στον κλάδο
- τις κατατρίμμένες γνώσεις τους
- την ικανότητα τους στην εκπαίδευση και βελτίωσή τους
- την συνεργασία τους

Ο υπεύθυνος παραγωγής, θα είναι άτομο με γνώσεις και εμπειρία στην καλλιέργεια και παραγωγή σταφυλιού. Θα έχει υπό την επίβλεψη του την ομάδα παραγωγής που θα αποτελείται από 10 άτομα. Θα έχουν γνώσεις και εμπειρία από τη χρήση μηχανημάτων παραγωγής. Θα αναλάβουν την παρακολούθηση και διεξαγωγή της παραγωγής μέχρι την εμφιάλωση. Επίσης, ο υπεύθυνος θα έχει υπό την επιτήρησή του την ομάδα αμπελιού. Θα αποτελούνται από 10 άτομα. Θα έχουν γνώσεις από αγροτικά μηχανήματα και γνώσεις αμπελιού. Ρόλος τους, η συντήρηση των κλιμάτων και ανάλογη επέμβαση όπου χρειαστεί όλη την διάρκεια του χρόνου.

Ο υπεύθυνος έλεγχου ποιότητας, θα είναι άτομο με γνώσεις οινολογίας ή χημείας. Ρόλος του, θα είναι η παρακολούθηση της ωρίμανσης του μούστου και κατά συνέπεια της ποιότητας του οίνου.

Η γραμματεία, θα αποτελείται από 2 άτομα με στοιχειώδεις γνώσεις οικονομικών και διοίκησης επιχειρήσεων. Θα είναι υπεύθυνη, για την δημιουργία των ωραρίων και του προγράμματος και την μισθοδοσία,σε συνεργασία με την διοίκηση. Επίσης, θα είναι υπεύθυνη για την κράτηση οποιονδήποτε λογιστικών και οικονομικών εγγράφων και θα οργανώνει τα ραντεβού για τις επισκέψεις στο οινοποιείο οργανώνοντας την ξεναγό. Η ξεναγός, θα έχει γνώσεις σε ξένες γλώσσες. Τέλος, η γραμματεία θα ορίζει τις ώρες του συνεργείου καθαρισμού που θα έχει λάβει τις

κατάλληλες γνώσεις για τον καθορισμό των εγκαταστάσεων και θα αποτελείτε από 4 άτομα.

Ο υπεύθυνος εγκαταστάσεων, θα είναι άτομο με γνώσεις προστασίας ατόμων και γνώσεις πρώτων βοηθειών. Ρόλος του, η φύλαξη των εγκαταστάσεων, ιδιαίτερα τις νυχτερινές ώρες από τυχόν παραβάτες ή άγρια ζώα και τις ώρες που θα πραγματοποιούνται επισκέψεις, θα έχει στην επίβλεψη του δύο υπάλληλους ασφαλείας με πιστοποίηση σε γνώσεις ασφαλείας.

Όλοι οι υπεύθυνοι και η γραμματεία θα είναι σε άμεση επαφή με τα διοικητικά στελέχη και θα τα ενημερώνουν άμεσα για την κάθε ενέργεια.

Τέλος, όλοι οι υπάλληλοι θα ελέγχονται για οποιοδήποτε νόσημα ή αν είναι φορείς και θα αναφέρονται στους υπεύθυνούς τους και θα απαιτείται υψηλός βαθμός ατομικής καθαριότητας βάση νόμου.

Πίνακας 21 Κόστος Προσωπικού

<u>Τίτλος</u>	<u>Αριθμός Ατόμων</u>	<u>Μισθός ανά μήνα</u>
Υπεύθυνος Παραγωγής	1	900 €
Υπεύθυνος Ελέγχου Ποιότητας	1	900 €
Γραμματεία	2	900 €
Υπεύθυνος Ασφαλείας	1	900 €
Ομάδα Παραγωγής	10	750 €
Ομάδα Αμπελιού	10	750 €
Ξεναγός	1	750 €
Συνεργείο Καθαρισμού	4	750 €
Υπάλληλοι Ασφαλείας	2	750 €

Επαγγελματική και Συμβουλευτική Υποστήριξη

Εδώ εξετάζουμε τα άτομα ή τους οργανισμούς που θα μας βοηθήσουν πριν και κατά τη σύσταση της εταιρίας σε θέματα τα οποία είναι πέρα από τις δυνατότητές μας.

Συγκεκριμένα:

- Θα γίνει μίσθωση δικηγόρου, για θέματα σύστασης τις ΕΠΕ, συμβολαίων και οποιονδήποτε εγγράφων (ΔΕΗ, πολεοδομία) που αφορούν την εταιρεία.
- Θα γίνει μίσθωση λογιστή, στην αρχή της εταιρείας για την δημιουργία όλων των λογιστικών βιβλίων που είναι αναγκαία για την

εταιρία. Και στο τέλος κάθε οικονομικού χρόνου, για την συντήρηση των βιβλίων, την έκδοση ισολογισμού και την πληρωμή οποιοδήποτε φόρου.

- Θα δημιουργηθεί συμβόλαιο, με ασφαλιστική εταιρία με σκοπό την ασφάλιση των εγκαταστάσεων και αμπελώνα σε περίπτωση πυρκαγιάς και κλοπής.
- Θα ανοιχτεί λογαριασμός τραπεζής, με σκοπό την κατάθεση κεφαλαίου και κέρδους, εξόφληση λογαριασμών, πληρωμή προσωπικού και πιθανό δανεισμό τραπεζής.
- Η διοίκηση, θα είναι σε άμεση επαφή με σύμβουλους διοίκησης για την άμεση επέμβαση σε περίπτωση ανάγκης από λάθος απόφαση ή έλλειψη εμπειρίας.
- Τέλος, σε περίπτωση προβλήματος ή μη γνώσεις του προσωπικού θα γίνει η χρήση συμβουλευτική από εμπειρογνώμονα σε θέματα παραγωγής κρασιού.

4.8 Διοικητικό Σχήμα

Διοίκηση είναι οι "ρίζες" τις επιχείρησης, από τις οποίες ξεκινάνε όλα από αυτές και αν δεν είναι γερές δεν θα αποδοθεί καρπός. Είναι τα άτομα, τα οποία, λαμβάνουν τις αποφάσεις για την λειτουργία της εταιρίας σε όλους τους τομείς της, τις ευθύνες τους. Θα αναφερθούμε, στα άτομα που συντάσσουν τη διοίκηση της εταιρίας, με λίγα προσωπικά στοιχεία, δείχνοντας τις σπουδές και τις γνώσεις τους και την ικανότητα τους να διοικήσουν την εταιρία.

Συγκεκριμένα η διοίκηση της εταιρίας, θα αποτελείται από τον Αποστόλου Βασίλειο, φοιτητή και την Μαρία Αποστόλου σε καθημερινή βάση. Και οι δύο, έχουν ικανότητες στην διοίκηση όλης της μονάδας. Ξεχωριστές ικανότητες και των δύο, είναι ότι έχουν αγροτικές γνώσεις. Σε περίπτωση ανικανότητας διοίκησης, η επιχείρηση θα συνεχιστεί από τον κύριο τάδε, ο οποίος, είναι μερικός συνέταιρος της επιχείρησης, ως ο πάροχος του χωραφιού χωρίς κάποια άλλη ανάμιξη σε αυτήν.

Και οι δύο, θα λειτουργήσουν με τις γνώσεις που αποκόμισαν από τις σπουδές τους στον τρόπο διοίκησης της εταιρίας και λόγω έλλειψης εμπειρίας, θα κάνουν πρόσληψη συμβουλευτικής βοήθειας σε χρονικά διαστήματα με σκοπό αποφυγής λάθους και θα συνεχίσουν την εκπαίδευσή τους από σεμινάρια.

Ευθύνες της Μαρία Αποστόλου, θα είναι η επικοινωνία με τη γραμματεία, του υπεύθυνου ασφαλείας, και λήψη αποφάσεων των εν λόγω, και οι ευθύνες που αφορούν τον δικηγόρο, την τράπεζα και τον λογιστή. Ενώ οι ευθύνες του Γεώργιου Αποστόλου, θα είναι η άμεση επαφή με ζητήματα που αφορούν το χωράφι και την παραγωγή. Αυτό σημαίνει, την άμεση επικοινωνία με τον υπεύθυνο παραγωγής και έλεγχου ποιότητας, η προώθηση των προϊόντων και η επικοινωνία με τους προμηθευτές.

4.9 Επαγγελματική και Συμβουλευτική υποστήριξη

Εδώ εξετάζουμε τα άτομα ή τους οργανισμούς που θα μας βοηθήσουν πριν και κατά τη σύσταση της εταιρίας σε θέματα τα οποία είναι πέρα από τις δυνατότητές μας.

Συγκεκριμένα:

- Θα γίνει μίσθωση δικηγόρου, για θέματα σύστασης της ΕΠΕ, συμβολαίων και οποιονδήποτε εγγράφων (ΔΕΗ, πολεοδομία) που αφορούν την εταιρεία.
- Θα γίνει μίσθωση λογιστή, στην αρχή της εταιρείας για τη δημιουργία όλων των λογιστικών βιβλίων που είναι αναγκαία για την εταιρία. Και στο τέλος κάθε οικονομικού χρόνου για την συντήρηση των βιβλίων, την έκδοση ισολογισμού και την πληρωμή οποιουδήποτε φόρου.
- Θα δημιουργηθεί συμβόλαιο με ασφαλιστική εταιρία, με σκοπό την ασφάλιση των εγκαταστάσεων και αμπελώννα σε περίπτωση πυρκαγιάς και κλοπής.
- Θα ανοιχτεί λογαριασμός τραπεζής με σκοπό την κατάθεση κεφαλαίου και κέρδους, εξόφληση λογαριασμών, πληρωμή προσωπικού και πιθανό δανεισμό τραπεζής.
- Η διοίκηση, θα είναι σε άμεση επαφή με σύμβουλους διοίκησης για την άμεση επέμβαση σε περίπτωση ανάγκης από λάθος απόφαση ή έλλειψη εμπειρίας.
- Τέλος, σε περίπτωση προβλήματος ή μη γνώσεις του προσωπικού θα γίνει η χρήση συμβουλευτική από εμπειρογνώμονα σε θέματα παραγωγής κρασιού.

Κλείνοντας την υποενότητα αυτή παρουσιάζεται η SWOT ανάλυση για το νέο οиноποιείο.

ΔΥΝΑΤΑ

1. Τοποθεσία.
2. Ποιότητα προϊόντων.
3. Καινοτόμα εμφιάλωση.
4. Επιλογή εξειδικευμένου προσωπικού.
5. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (θα προσφέρουμε τις εξής υπηρεσίες που καθιστούν την επιχείρηση ανταγωνιστική, : α) φιλοξενία καταναλωτών στον χώρο παραγωγής και δοκιμή προϊόντων, β) φύλαξη για ωρίμανση σε κελάρια.
6. Διαθεση internet channel στο διαδίκτυο.
7. Εξοικείωση των καταναλωτών με τα παραγόμενα προϊόντα του οиноποιού
8. Ευεργετικές ιδιότητες για την υγεία των παραγόμενων οινικών προϊόντων
9. Μικρή απόσταση της επιχείρησης από την Αθήνα
10. Επένδυση σε σύγχρονο οиноποιείο
11. Βελτίωσης της ποιότητας παραγόμενων οινικών προϊόντων
12. Νέες θέσεις εργασίας στην τοπική αγορά
13. Διάθεση προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές

ΑΔΥΝΑΤΑ

1. Έλλιπής ικανότητες διοίκησης και οργάνωσης της επιχείρησης.
2. Απειρία στην οικονομική διαχείριση.
3. Έλλειψη οργάνωσης της διάθεσης των νέων παραγόμενων προϊόντων σε εστιατόρια ξενοδοχειακές επιχειρήσεις
4. Υψηλή τιμολόγηση των εμφιαλωμένων κρασιών στους χώρους εστίασης που δρα αποτρεπτικά στην κατανάλωση και συμπιέζει τα περιθώρια κέρδους του οиноποιού.
5. Μη συνεργασία με αρμόδιες επιχειρήσεις για την προώθηση των παραγόμενων προϊόντων σε χώρες εντός και εκτός της ευρωπαϊκής ένωσης
6. Η ανακοίνωση του ανασχεδιασμού στην επιχείρηση μπορεί να προκαλέσει φόβο, αβεβαιότητα, αμφιβολία για τους εργαζόμενους στο παλιό οиноποιείο

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

1. Επιδότηση από αναπτυξιακά Εθνικά & Ευρωπαϊκά προγράμματα (ΕΣΠΑ).
2. Τα «κενά» στον κλάδο τα οποία μπορεί να καλύψει η επιχείρηση.

3. Η «ανάγκη» των καταναλωτών για νέα προϊόντα.
4. Η ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής,(π.χ. διαδίκτυο).
5. Η τεχνολογική πρόοδος (νέα υλικά, μέθοδοι παραγωγής, έξυπνα συστήματα εμφιάλωσης και φύλαξης).
6. Οι νέοι τρόποι εύρεσης και αγοράς προϊόντων από τους καταναλωτές(facebook,blog, κ.α.).
7. Το 54,9% αυτών που πίνουν οινοπνευματώδη, προτιμούν το κρασί και το 9,5 % το τσίπουρο. (πηγή: GPO για το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Συνέδριο Οινοτουρισμού)
8. Μη επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης στα οινικά προϊόντα
9. Επένδυση στην ποιότητα και στην έρευνα
10. Δυνατότητα αξιοποίησης του οινοποιού και της τοπικής περιοχής για οινοτουρισμό
11. Δυνητική διεύρυνση σε νέες αγορές
12. Πτώση του Ευρώ που κάνει τα προϊόντα πιο ανταγωνιστικά (σε επίπεδο τιμής) απέναντι στα προϊόντα τρίτων χωρών

ΚΤΙΝΔΥΝΟΙ (ή απειλές)

1. Περιβαλλοντικές και καιρικές συνθήκες.
2. Αλλαγές στη νομοθεσία (αύξηση φορολόγησης).
3. Παγκόσμια οικονομική κρίση.
4. Είσοδος πολλών επιχειρήσεων στην αγορά.
5. Οι Διεθνές πολιτικό-οικονομικές συγκυρίες.
6. Η μη κάλυψη οικονομικών υποχρεώσεων από τους πελάτες..
7. Μη έγκαιρη αποπληρωμή δανείου
8. Έντονος ανταγωνισμός από οίνους ΠΟΠ
9. «Ελληνοποίηση» εισαγόμενων χύμα κρασιών.
10. Μείωση των εξαγωγών κρασιών από τρίτες χώρες λόγω προτίμησης εισαγωγή οίνων –χαμηλότερης οικονομικής αξίας
11. Μείωση της εγχώριας κατανάλωσης οίνου.

4.10 Προβολή /Προώθηση

Στοιχεία του μείγματος προβολής και ο τρόπος επιλογής τους. Πέντε βασικές δραστηριότητες ορίζουν το σύστημα επικοινωνίας που ονομάζονται στοιχεία του

μείγματος προβολής και τα οποία θα προτιμήσουμε σαν επιχείρηση ώστε να επικοινωνήσουμε στην αγορά το προϊόντα μας.

A) Δημόσιες σχέσεις : η επιχείρηση με τις δημόσιες σχέσεις δημιουργεί ένα κοινό πεδίο εμπειρίας μεταξύ αυτής και της πιθανής αγοράς - στόχο. Αυτό το κοινό πεδίο εμπειρίας, αποτελεί κύρια προϋπόθεση προκειμένου να κατακτήσει την προσοχή εκείνων προς τους οποίους απευθύνει τα μηνύματά της. Οπότε, οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν τη δομή του προγράμματος προβολής κάθε επιχείρησης.

B) Διαφήμιση : με τη διαφήμιση , μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης, επιχειρεί να επικοινωνήσει με τους καταναλωτές του τμήματος εκείνου της αγοράς προς το οποίο απευθύνει τα προϊόντα της.

Γ) Προσωπική πώληση: με την παραπάνω μέθοδο έρχεται σε απευθείας επικοινωνία δια των πωλητών της με την αγορά.

Δ) Προώθηση πωλήσεων : το στοιχείο αυτό έρχεται ενισχυμένο με τα δύο προηγούμενα και περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες, που ωθούν τους καταναλωτές στην προτίμηση του προϊόντος.

E) Άμεσο Μάρκετινγκ (direct marketing) : η άμεση επικοινωνία μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή

Τα στοιχεία του μείγματος προβολής αποτελούν την ελεγχόμενη επικοινωνία της επιχείρησης , μέσω αυτών αποστέλλονται επιλεγμένα - στοχευόμενα μηνύματα στους καταναλωτές , προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της. Υπάρχει όμως και η μη ελεγχόμενη επικοινωνία, την οποία απαρτίζουν μηνύματα που έχουν τη βάση τους στην από στόμα σε στόμα επικοινωνία. Το μήνυμα αυτό μπορεί να είναι η αντίληψη που έχει ο καταναλωτής για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία.

Προώθηση Πωλήσεων

Το στοιχείο αυτό του μείγματος προβολής περιλαμβάνει διάφορα βραχυπρόθεσμα προγράμματα, τα οποία έχουν ως στόχο να αναπτύξουν μια ταχεία αύξηση της ζήτησης για ένα προϊόν. Το παραπάνω επιτυγχάνεται με μεθόδους που χρησιμοποιούν ισχυρά κίνητρα για άμεση αγοραστική ενέργεια των καταναλωτών τα οποία ονομάζονται αναγκαστικές μέθοδοι. Ο σκοπός τους είναι να παροτρύνουν τους καταναλωτές την εντύπωση πως πρόκειται για ευκαιρία. Το παραπάνω εξυπηρετεί επίσης και την παρότρυνση πιθανών αγοραστών να δοκιμάσουν ένα νέο προϊόν με πολλούς μεθόδους ειδικότερα με τη διανομή δωρεάν δειγμάτων.

4.11 Πρόβλεψη Πωλήσεων

Η πρόβλεψη πωλήσεων είναι το σημείο εκκίνησης της διαδικασίας του προϋπολογισμού μας. Με την σωστή πρόβλεψη, την κατάλληλη εμπειρία και γνώση μπορούμε να κάνουμε ένα πλάνο για τα χρηματοοικονομικά μας, για την παραγωγή μας, για το προσωπικό μας και για το marketing μας. Συγκεκριμένα, στα χρηματοοικονομικά μπορούμε να κάνουμε πλάνο για την ταμειακή μας ροή, τον προϋπολογισμό των δαπανών, πραγματοποίηση μελλοντικών επενδύσεων και την εξασφάλιση κεφαλαίων μας. Στη παραγωγή μας, καθορίζουμε τον όγκο που θα παράγουμε, προγραμματίζουμε το πότε και τι θα παράγουμε, τι αποθέματα θα μας μείνουν και εξασφαλίζουμε την αγορά πρώτων υλών σε καλύτερες τιμές. Όσο για το προσωπικό, καθορίζουμε τον αριθμό του προσωπικού που χρειαζόμαστε, όπως και το κατάλληλο προσωπικό. Τέλος, στο marketing, καθορίζουμε τη στρατηγική marketing που θα ακολουθήσουμε, προγραμματίζουμε τις δαπάνες της διαφήμισης, καθορίζουμε το στόχο τον πωλητών.

Η πρόβλεψη πωλήσεων μας θα γίνει από τα στελέχη της εταιρείας λόγω των γνώσεων τους πάνω στην επιχείρηση (πώς θα λειτουργήσει, τι διαφήμιση θα χρησιμοποιήσει, χρηματικά διαθέσιμα και λήψη των αποφάσεων που πραγματοποιήθηκαν).

Βάση της έρευνάς μας και τη λήψη δεδομένων από το ερωτηματολόγιο θεωρούμε ότι οι πωλήσεις μας θα έχουν το 100% της παραγωγής μας, δηλαδή βάση ερωτηματολογίου λάβαμε θετικά αποτελέσματα από την επιθυμία του δείγματος μας να δοκιμάσει νέο οίνο (συγκεκριμένα το 100%) και καλύπτουμε όλο το φάσμα ζήτησης νέου οίνου σε τιμές μικρότερες από τις υπάρχουσες. Επίσης, η τοποθεσία μας βοηθά στην πώλησή μας, λόγω του ότι τον εκτιμώμενο μήνα που θα ολοκληρωθεί η παραγωγή μας (τέλη Δεκεμβρη) είναι εποχή εορτών (Χριστούγεννα) και ξεκινάνε οι προετοιμασίες για ένα τοπικό έθιμο με μεγάλη καταγραφή πόσης οίνου. Τέλος, η διαφήμιση μας δίνει μεγάλη βεβαιότητα στην πρόβλεψη αυτή.

Ο αριθμός παραγόμενων κρασιών αντιστοιχεί σε 100.000 φιάλες για το κάθε τύπο οίνου με μεγαλύτερες πιθανότητες πώλησης της μαυροδάφνης λόγω τοπολογίας. Σε περίπτωση αποθέματος έχουμε δημιουργήσει ειδικό κελάρι με δρύινα βαρέλια για την αποθήκευση του οίνου με σκοπό την περεταίρω ωρίμανση του για μελλοντική πώληση σε αυξημένη τιμή.

Συμπεράσματα

Τα ελληνικά και παγκόσμια στοιχεία και η αναδιοργάνωση της υπό εξέταση επιχείρησης μέσω της συγχώνευσης με ένα νεοϊδρυθέν οινοποιείο στη Χαλκίδα, όπως διαφάνηκε από τα προαναφερόμενα οικονομικά στοιχεία, έχει αρκετά μεγάλο κόστος για την ανάπτυξή του και την παραγωγή του προϊόντος. Παρόλο, το υψηλό κόστος επένδυσης, εάν τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης μεριμνούσαν για την αποτελεσματική διαφήμιση του προφίλ και της εικόνας της εταιρείας τους τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό μέσω του μάρκετινγκ, τότε δύναται η υπό ίδρυση επιχείρηση να είναι κερδοφόρα. Δηλαδή με τα συμφραζόμενα η επένδυση είναι κερδοφόρα.

Σύμφωνα με τα δεδομένα των τελευταίων ετών, η οινοπαραγωγή παρουσιάζει αύξηση στην Ελλάδα διατηρώντας αμετάβλητα τα ποσοστά εισαγόμενου οίνου από άλλες χώρες. Επιπρόσθετα, σημειώνεται πως το επίπεδο των εξαγωγών της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια αυξάνεται με αργούς ρυθμούς εξαιτίας της ενεργής παρουσίας των τρίτων χωρών, της αναποτελεσματικής προβολής των ελληνικών οίνων σε διεθνές επίπεδο, και του ανεπαρκή μάρκετινγκ των οινοποιητικών επιχειρήσεων. Για τους ανώτερους λόγους η αμπελουργία σήμερα διανύει μια δύσκολη μεταβατική περίοδο, παρόλο που συμβάλλει σημαντικά στη τοπική οικονομία των βασικών αγροτικών περιοχών.

Σε αυτήν ακριβώς τη δύσκολη περίοδο, η δημιουργία σχετικά μεγάλων τοπικών οινοποιείων που βασίζονται:

- στην ορθή εκμετάλλευση των προϊόντων της αμπέλου και την παραγωγή ποιοτικών οίνων,
- στην παραγωγή ποιοτικών οινικών προϊόντων, ανταγωνιστικών τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς, κρίνεται ως ενθαρρυντικό βήμα για την οινική παραγωγή του τόπου

Στη σημερινή εποχή, η ύπαρξη τέτοιων μονάδων και ο εξοπλισμός τους με σύγχρονα και με βάση τα ευρωπαϊκά πρότυπα μηχανήματα, πρέπει να ενθαρρύνεται γιατί είναι η οδός προς την ποιοτική αναβάθμιση των ελληνικών οινικών προϊόντων. Τα συμπεράσματα τα οποία αντλούνται από τα προαναφερόμενα στοιχεία της μελέτης επένδυσης και τα οικονομικά στοιχεία της, είναι ότι νέα επιχείρηση που θα δημιουργηθεί και θα συγχωνευθεί με την ήδη οικογενειακή επιχείρηση του κ. Αποστόλου μπορεί να κριθεί ως κερδοφόρα, αφού η καθαρή περιουσία είναι θετική

(€620.280.26) και ο Εσωτερικός βαθμός Απόδοσης ο οποίος είναι 11% (μεγαλύτερος από το προεξοφλητικό επιτόκιο 6%).

Έχοντας ολοκληρώσει τη μελέτη στον κλάδο της παραγωγής και συγκεκριμένα στην δημιουργία αμπελώνων και οινοποιείου, καταθέτουμε κάποια συμπεράσματα για την κερδοφορία και βιωσιμότητα της επιχείρησης.

Ο κλάδος τροφίμων και ποτών, παρά την οικονομική κρίση έχει καταφέρει να είναι σταθερός στην απορρόφηση του, που έχει από την αγορά, ιδιαίτερα στα αλκοολούχα ποτά όπως στην συγκεκριμένη μελέτη, είναι ο οίνος. Ο εγχώριος ανταγωνισμός, είναι αρκετά υψηλός, με επιχειρήσεις να κρατούν για χρόνια την ποιότητα σε υψηλά επίπεδα και να έρχονται αντιμέτωποι παρ'όλα αυτά με την βιολογική καλλιέργεια που έχει γνωρίσει άνθιση τα τελευταία χρόνια και συγκεκριμένα με τη λογική του «σπιτικού οίνου», που είναι προνόμιο των μικροκαλλιεργητών.

Συγκεκριμένα, η δική μας επιχείρηση σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς κρίνουμε πως θα έχει άμεση απορρόφηση και θα καταφέρει να τοποθετηθεί στην αγορά και να κερδίσει τον ανταγωνισμό. Η τιμή σε σχέση με την ποσότητα και την ποιότητα που θέλουμε να εξάγουμε θα είναι δελεαστική για το καταναλωτικό κοινό. Έχουμε εντοπίσει την ανάγκη και την προθυμία της αγοράς για νέα προϊόντα στον τομέα της οινοποιίας ιδιαίτερα στην πόλη της Πάτρας που όπως έχει αναφερθεί έχει υψηλά ποσοστά κατανάλωσης.

Ως νεοσύστατη επιχείρηση, από τον προϋπολογισμό που καταθέσαμε κρίνεται πως τα έξοδα για την ανέγερση της, είναι 1.099.740 € ενώ τα έσοδα 455.250 € για τα πρώτα 3 χρόνια της λειτουργίας και με βάση την εκτίμηση που έχουμε για την αγορά. Το παραπάνω κρίνεται φυσιολογικό για μια νεοσύστατη επιχείρηση, και συγκεκριμένα με βάση την εκτίμηση αποτυχίας στην σοδειά, λόγω καιρικών συνθηκών ή άλλων εξωτερικών παραγόντων παραμονεύει ρίσκο για την βιωσιμότητα. Επίσης, στο επιχειρηματικό σχέδιο έχουμε λάβει υπόψη ότι χορήγηση δανείου είναι απαραίτητη για την κάλυψη εξόδων, οπότε στα μελλοντικά σχέδια μας επιβαρύνει οικονομικά. Τέλος, η σύσταση της εταιρίας ως Ο.Ε δεν μας επιτρέπει την συμμετοχή επενδυτή, με αποτέλεσμα ως διοικητικά στελέχη να φέρουμε κάθε ευθύνη προς αυτή.

Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο, μπορεί να εφαρμοστεί και να κερδοφορήσει σε μια περίοδο με διαφορετική οικονομική συγκυρία, αφού εκτιμάται πως η Ελλάδα σήμερα βρίσκεται σε πολιτική και οικονομική αστάθεια. Σε περίπτωση χορήγησης προγραμμάτων με μεγαλύτερες απολαβές αλλά και σε περίπτωση εφαρμογής του

σχεδίου από επιχειρήσεις με έτοιμο εξοπλισμό είναι σχεδόν βέβαιο η επιχείρηση να φέρει τα κέρδη και να καταστεί βιώσιμη στην χώρα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αλεξιάκης, Α. (2001). Το κρασί και η παραγωγή του. Εκδόσεις Έμβρυο.
- ΕΛΣΤΑΤ (2014).Ετήσια γεωργική στατιστική έρευνα προσωρινά αποτελέσματα καλλιεργούμενα εκτάσεων, έτους 2012.
- ΕΛΣΤΑΤ (2015).Εξαγωγή ελληνικού οίνου σε Ευρωπαϊκές χώρες για την περίοδο 2007-2015.
- ΕΛΣΤΑΤ(2015).Εισαγωγές οίνου από χώρες Ευρωπαϊκής Ένωσης και Τρίτες χώρες την περίοδο 2000-2014.
- Ζαβλανός, Μ. (1999).Οργανωτική Συμπεριφορά. Εκδόσεις Έλλην
- Ζαρμπούτης, Γ. και Τσιβερώτου Μ. (2003). Στοιχεία αμπελουργίας και οινολογίας.
- Hammer, M. and Champy, J. (1995). Ανασχεδιάζοντας τις λειτουργίες της επιχείρησης: Ένα μανιφέστο για την επιτυχία. Εκδόσεις Γαλαίος, Αθήνα.
- ICAP (2010). Κλαδική μελέτη Οινοποιία.
- Κουτούπης, Γ.Α. (2009).Οι επιδράσεις του Θεσμικού Πλαισίου Εταιρικής Διακυβέρνησης και των Βέλτιστων Πρακτικών στην Ανάπτυξη των Συστημάτων Εσωτερικού Ελέγχου των Επιχειρήσεων. Η περίπτωση των εισηγμένων στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών Εταιρειών. Διδακτορική Διατριβή Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών.
- Μαγκώνη, Ε. (2008). Αναδιοργάνωση επιχειρήσεων Αίτια & Αποτελέσματα. Επιστημονικές εργασίες υπό εξέλιξη, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Τ.Ε.Ι. Πειραιά.
- Νέτσικα Μ. και Παπαγεωργοπούλου Ζ. (1993). Γνωριμία Με Τον Κόσμο Του κρασιού, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ι.Μπουτάρης & Υιός Α.Ε.
- Πετροπούλου Καραγιαννοπούλου Σ. (2016). Σημειώσεις Αμπελουργίας ΤΕΙ Πελοποννήσου, Καλαμάτα, 2016.

Ξενόγλωση Βιβλιογραφία

- Bovee, C., Mescon, M., Rachman, D., and Till, J. (1993). Business Today. (6th Edition). McGraw Hill, USA.
- Bowman, H., and Singh, H. (1993). Corporate Restructuring: Reconfiguring the firm. Strategic Management Journal, 14:5-14.
- Hammer, M., and Champy, J. (1995). Re-engineering the corporation: A manifesto for business revolution. London: Nicholas Brealey.
- Heugens, P., and Schenk, H. (2004). Rethinking Corporate Restructuring. Journal of Public Affairs, 4: 87-101.
- Hoskisson, O., and Turk, A. (1990). Corporate Restructuring: Governance and control limits of the internal capital market. The Academy of Management Review, 15: 459-477.
- Morris, D., and Brandon, J. (1993). Re-engineering your Business. McGraw-Hill, New York.
- Talwar, R. (1993). Business re-engineering – a Strategy-driven approach. Long Range Planning, 26:31-39.

Ιστότοποι

- <http://eur-lex.europa.eu/el/index.htm>
- <http://www.oiv.int/public/medias/2256/en-communique-de-presse-octobre-2015.pdf>.
- <http://marketbusinessnews.com/us-wine-consumption-highest-world/21433>
- <http://www.keosoe.gr/news/1974-eidisi-985.html>