



Τ.Ε.Ι. ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ  
**ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΙΑΣ  
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

ΚΑΛΟΚΥΡΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

Α.Μ. : 8865

ΛΑΜΠΡΑΚΗΣ ΧΡΥΣΟΒΑΛΑΝΤΗΣ

Α.Μ.: 9001

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:

ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΑΡΒΑΝΙΤΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2014

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον κ. Αρβανίτη για τη συνεργασία, την υπομονή και την πολύτιμη συμβολή του στην ολοκλήρωση της πτυχιακή μας.

Τέλος, ευχαριστούμε όλους τους καθηγητές για τις πολύτιμες γνώσεις που αποκτήσαμε κατά την διάρκεια των σπουδών μας.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>5</b>
----------------------	----------

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΙΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

1.1	Η εικόνα της βιομηχανίας.....	6
1.2	Το επιχειρησιακό σχέδιο.....	8
1.2.1	Έννοια και ρόλος του επιχειρησιακού σχεδίου.....	8
1.2.2	Χαρακτηριστικά του επιχειρησιακού σχεδίου.....	9
1.2.3	Δομή του επιχειρησιακού σχεδίου.....	10

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ «ΕΥΛΟΓΙΑ Ο.Ε.»**

2.1	Πληροφορίες για την επιχείρησή μας.....	17
2.2	Εισαγωγή.....	17
2.3	Η επιχειρηματική ιδέα.....	17
2.4	Σύντομη περιγραφή της επιχείρησης.....	18
2.5	Έρευνα αγοράς.....	18
2.6	Οι στόχοι της επιχείρησης.....	21
2.7	Οι πελάτες.....	21
2.8	Ο ανταγωνισμός.....	22
2.9	Τα προϊόντα που παράγει η επιχείρησή μας.....	23
2.10	Τα είδη σταφυλιών μας.....	24
2.11	Πληροφορίες για την παραγωγή κρασιού.....	24
2.12	Αναμενόμενες ποσότητες παραγωγής.....	27
2.13	Επιχειρηματική στρατηγική.....	28
2.14	Στόχοι μάρκετινγκ.....	29
2.15	Πολιτική διανομής.....	29

2.16	Πολιτική τιμολόγησης.....	29
2.17	Πολιτική προώθησης.....	30
2.18	Στρατηγική επικοινωνίας.....	30
2.19	Οργανωτική δομή της επιχείρησης.....	31
2.20	Πολιτική προμηθειών της επιχείρησης.....	32
2.21	Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος.....	33
2.22	Κόστος εγκατάστασης.....	34
	2.22.1 Ανάλυση προϋπολογισμού σε ενότητες.....	37
	2.22.2 Χρηματοδότηση επένδυσης.....	38
2.23	Προβλέψεις (3 χρόνων).....	40
	2.23.1 Χρονική κλιμάκωση υλοποίησης έργου.....	40
	2.23.2 Αποσβέσεις.....	41
	2.23.3 Παραγωγή.....	42
	2.23.4 Πρώτες ύλες.....	43
	2.23.5 Βοηθητικές ύλες.....	44
	2.23.6 Πωλήσεις.....	45
	2.23.7 Ανάλυση λοιπών εξόδων.....	46
	2.23.8 Κόστος προώθησης.....	46
	2.23.9 Έξοδα διοίκησης.....	47
	2.23.10 Έξοδα διάθεσης.....	47
	2.23.11 Προβλεπόμενη κατανάλωση ενέργειας.....	48
	2.23.12 Ανάλυση προβλεπόμενου συνολικού κόστους παραγωγής πωληθέντων.....	49
	2.23.13 Αναγκαίο κεφάλαιο κίνησης.....	50
	2.23.14 Ανάλυση προβλεπόμενων δόσεων δανείου επένδυσης.....	51
	2.23.15 Αποτελέσματα χρήσεως.....	52
	2.23.16 Ταμειακές ροές.....	53
	2.23.17 Προβλεπόμενες ροές κεφαλαίου.....	54
	2.23.18 Χρηματικοί δείκτες.....	55
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>		<b>56</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>		<b>57</b>
<b>ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ.....</b>		<b>58</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχειρηματική ιδέα αποτελεί το πρώτο σημαντικό βήμα στη δημιουργία μίας επιχείρησης. Αυτή η ιδέα για να υλοποιηθεί πρέπει να διατυπωθεί και να παρουσιαστεί με τον κατάλληλο τρόπο, ώστε να δημιουργήσει μία κερδοφόρα και βιώσιμη επιχείρηση. Το επιχειρησιακό σχέδιο (business plan) είναι η προτεινόμενη λύση για να βάλει σε μία σειρά τις σκέψεις του αυτός που εμπνεύστηκε την ιδέα.

Το επιχειρησιακό σχέδιο είναι μία μελέτη που αναφέρει λεπτομερώς την εικόνα, τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης και τα μελλοντικά της σχέδια για μία συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Σε μία τόσο έντονα ανταγωνιστική εποχή αποτελεί την «πυξίδα» που δείχνει την πορεία προς τη βιωσιμότητα και το κέρδος. Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο που έχει ως στόχο την ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης της αγοράς και της επιχείρησης, την καθοδήγηση των στελεχών της προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις και την παρουσίαση της μελλοντικής επιχειρηματικής δραστηριότητας σε έναν υποψήφιο επενδυτή.

Πιο αναλυτικά, αναφέρει πληροφορίες για την επιχείρηση, αναλύει λεπτομερώς την επιχειρηματική ιδέα, κάνει μια έρευνα αγοράς για το συγκεκριμένο κλάδο στον οποίο θα ανήκει η επιχείρηση, περιγράφει το προφίλ των καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται το προϊόν που παράγει, την παραγωγική διαδικασία που πρόκειται να ακολουθήσει, αναλύει το κόστος εγκατάστασης και κάνει προβλέψεις για τουλάχιστον τρία χρόνια μετά τη δημιουργία της επιχείρησης.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από δύο κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο περιγράφεται η εικόνα της βιομηχανικής επιχείρησης και στη συνέχεια αναλύονται ο ρόλος, τα χαρακτηριστικά και η δομή του επιχειρησιακού σχεδίου. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται ένα παράδειγμα επιχειρησιακού σχεδίου μιας φανταστικής βιομηχανικής επιχείρησης της Ευλογίας Ο.Ε.. Εκεί παρουσιάζονται και αναλύονται όλες οι πληροφορίες και τα στοιχεία που θα χρειαστούν κατά την τρέχουσα χρονιά που θα δημιουργηθεί, αλλά και προβλέψεις τριών χρόνων που θα δώσουν μια συνολική εικόνα για την επιχείρηση.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

## ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΙΑΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

### 1.1 Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

Με τον όρο βιομηχανία εννοούμε την οικονομική μονάδα, η οποία διαθέτει διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες (μηχανήματα, πρώτες ύλες, και άλλα βιομηχανικά προϊόντα) που χρησιμοποιούνται για τις ανάγκες της παραγωγής άλλων τελικής χρήσεως προϊόντων ή για τις ανάγκες της παραγωγικής διαδικασίας και λειτουργίας των παραγωγικών μονάδων ή οργανισμών (δημόσιες, ιδιωτικές επιχειρήσεις).

Τα βιομηχανικά προϊόντα αγοράζονται από τις επιχειρήσεις για δική τους χρήση και όχι για μεταπώλησής τους στον τελικό καταναλωτή. Είναι πολύ πιθανό οι επιχειρήσεις και οι τελικοί καταναλωτές να αγοράζουν το ίδιο προϊόν αλλά τα κίνητρα αγοράς τους είναι διαφορετικά. Η επιχείρηση δηλαδή το αγοράζει ως μέσο για την επίτευξη οικονομικών στόχων και μπορεί να επηρεάσει το λογαριασμό κερδών και ζημιών τους, ενώ η αγορά του προϊόντος από τον τελικό καταναλωτή επηρεάζει την ευημερία του ίδιου ή της οικογένειάς του. Επίσης, τα βιομηχανικά προϊόντα αγοράζονται από κρατικούς και άλλους δημόσιους οργανισμούς για επένδυση σε νοσοκομεία, δρόμους, σχολεία και άλλα.<sup>1</sup>

Σύμφωνα με τον McCarthy, υπάρχουν έξι κατηγορίες βιομηχανικών προϊόντων:

- Εγκαταστάσεις και Μηχανήματα

Οι εγκαταστάσεις μπορεί να υποδιαιρεθούν σε κτήρια και δικαιώματα γης και σε πρωτεύοντα μηχανήματα παραγωγής. Στην κατηγορία εγκαταστάσεις συμπεριλαμβάνονται τα εργοστάσια, τα καταστήματα, οι εγκαταστάσεις αντλήσεως φυσικού πλούτου και άλλα. Στην κατηγορία πρωτευόντων μηχανημάτων ανήκουν μεγάλες μηχανικές εγκαταστάσεις παραγωγής, για παράδειγμα αυτόματες εγκαταστάσεις μηχανημάτων για την παραγωγή τυποποιημένων προϊόντων και εξαρτημάτων, τυπογραφικές εγκαταστάσεις και άλλα.

---

<sup>1</sup> Πολλάλης Γ., Πατρινός Δ. (1999). Βιομηχανικό Marketing σελ. 19,66.

- Βοηθητικά εργαλεία (και μηχανήματα)

Παραδείγματα βοηθητικών μηχανημάτων είναι φορητά τρυπάνια, λογιστικές μηχανές και άλλα μηχανήματα.

- Πρώτες Ύλες

Παραδείγματα πρώτων υλών είναι τα γεωργικά προϊόντα, όπως τα σιτηρά, το βαμβάκι και άλλα και τα φυσικά προϊόντα, όπως η ξυλεία, ο χαλκός και άλλα μεταλλεύματα.

- Εξαρτήματα και υλικά σύνθεσης του προϊόντος

Παραδείγματα εξαρτημάτων είναι μικροί κινητήρες, μπαταρίες αυτοκινήτων, ελαστικά και άλλα εξαρτήματα. Παραδείγματα υλικών σύνθεσης προϊόντος είναι τα καλώδια, το τσιμέντο, τα υφάσματα και είδη ντυσίματος και άλλα υλικά.

- Υλικά διεκπεραίωσης

Υλικά διεκπεραίωσης είναι τα εφόδια μίας επιχείρησης που αγοράζονται συχνά αλλά δεν αποτελούν μέρος του τελικού προϊόντος. Στην κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνονται τα υλικά που χρησιμοποιούνται για τυχόν επιδιορθώσεις των εγκαταστάσεων και των βοηθητικών μηχανημάτων της επιχείρησης. Υλικά διεκπεραίωσης είναι για παράδειγμα οι λαμπτήρες φωτισμού, υλικά θέρμανσης και άλλα υλικά.

- Υπηρεσίες

Οι υπηρεσίες προσφέρονται από ειδικούς και είναι χρήσιμες για την ομαλότερη λειτουργία της επιχείρησης τόσο από τεχνικής όσο και από διοικητικής πλευράς. Παραδείγματα υπηρεσιών είναι οι τεχνικοί, οι νομικοί και άλλοι επιχειρησιακοί σύμβουλοι. Η χρήση των παραπάνω έχει σκοπό να βελτιώσει την τεχνική λειτουργία, την οργάνωση και την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Οι πιο γνωστές μορφές υπηρεσιών είναι τα γραφεία σχεδιασμού προϊόντος, τα διαφημιστικά γραφεία και άλλα.<sup>2</sup>

Η βιομηχανική επιχείρηση σήμερα βρίσκεται σε ένα πεδίο συνεχών αλλαγών, καθώς η τεχνολογία και οι ανάγκες των αγοραστών διαφοροποιούνται συνεχώς. Για τους λόγους αυτούς η επιχείρηση πρέπει να προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα άμεσα χρησιμοποιώντας διάφορες στρατηγικές (χρήση επιχειρησιακού σχεδίου) στην προσπάθεια της να εξασφαλίζει μεγαλύτερα συγκριτικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών της.

---

<sup>2</sup> Πολλάλης Γ., Πατρινός Δ. (1999). Βιομηχανικό Marketing σελ. 52 έως 56.

## 1.2 ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Το επιχειρησιακό σχέδιο είναι ένα σημαντικό εργαλείο για τη βελτίωση της απόδοσης της βιομηχανικής επιχείρησης, καθώς περιγράφει τον τρόπο και τις στρατηγικές που θα επιλέξει η επιχείρηση για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, ώστε να επιτύχει τους στόχους της. Η συνοπτική εικόνα, η οργανωτική διάρθρωση, οι στόχοι αλλά και οι πιθανοί κίνδυνοι που μπορεί να κληθεί να αντιμετωπίσει η επιχείρηση, όπως αυτά παρουσιάζονται στο επιχειρησιακό σχέδιο βοηθάνε τους επενδυτές να γνωρίζουν ποιες προτάσεις θα χρηματοδοτήσουν αλλά και τους επιχειρηματίες να έχουν μια ξεκάθαρη εικόνα της στρατηγικής που θα ακολουθήσουν στο μέλλον.

### 1.2.1 Έννοια και ρόλος του επιχειρησιακού σχεδίου

Το επιχειρησιακό σχέδιο (business plan) περιγράφει τη μέθοδο διαχείρισης μίας συγκεκριμένης δραστηριότητας σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η εν λόγω δραστηριότητα μπορεί να αναφέρεται σε όλη την επιχείρηση ή σε μικρότερο τμήμα αυτής. Το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ενδέχεται να είναι οι πρώτοι έξι μήνες μιας νεοσύστατης επιχείρησης, τα πέντε χρόνια μιας σταθερής επιχείρησης ή η ολόκληρη διάρκεια ενός συγκεκριμένου έργου.<sup>3</sup>

Πιο αναλυτικά, το επιχειρησιακό σχέδιο αποτελεί μία γραπτή περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης της αγοράς αλλά και της επιχείρησης, για το λόγο αυτό πρέπει να γίνει μία έρευνα αγοράς των νέων προϊόντων που πιθανόν να βλάψουν ή να ωφελήσουν την επιχείρηση και να αναφερθεί ο κύριος σκοπός της και σε ποιους απευθύνονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες της.

Η σύνταξη του επιχειρησιακού σχεδίου ωφελεί τον επιχειρηματία, καθώς παρέχει μια ολοκληρωμένη εικόνα της δομής και της οργάνωσης της επιχείρησης, δείχνει τις αδυναμίες και τα δυνατά της σημεία συμβάλλοντας σημαντικά στη συνεχή βελτίωσή της, αποτελεί ένα μέσο για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων και μια βάση για συνεχή παρακολούθηση και έλεγχο. Η χρήση του επιχειρησιακού σχεδίου μπορεί να προσελκύσει πιθανούς επενδυτές, εφόσον ο κάθε χρηματοδότης αξιολογεί όλες τις πτυχές της επιχειρηματικής πρότασης, προτού πραγματοποιηθεί η επένδυση. Επιπλέον, έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει πολλές

---

<sup>3</sup> Stutely R. (2003), Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο σελ. 8.



επιχειρηματικές προτάσεις σε σύντομο χρονικό διάστημα και να χρησιμοποιήσει το σχέδιο ως ένα μέσο παρακολούθησης της πορείας της επένδυσής του.<sup>4</sup>

## 1.2.2 Χαρακτηριστικά του επιχειρησιακού σχεδίου

Η σύνταξη ενός επιχειρησιακού σχεδίου μπορεί να είναι χρονοβόρα αλλά είναι ιδιαίτερα σημαντική, διότι το σχέδιο πρέπει να είναι σαφές, κατανοητό, ρεαλιστικό ως προς τους στόχους που θέτει, συνοπτικό και ακριβές καθώς μέσα σε λίγες σελίδες πρέπει να αναφερθούν μήνες αναλύσεων, χρηματοοικονομικών στοιχείων και στρατηγικών.

Το μέγεθος και η δομή ενός επιχειρησιακού σχεδίου δεν είναι δεσμευτικά, ένα σχετικά σύντομο όμως έγγραφο δεν κουράζει τον κάθε αναγνώστη του και ειδικά στην περίπτωση των επενδυτών που τα συγκρίνουν με άλλα σχέδια αναζητώντας μία ασφαλής πρόταση. Πέρα από τους επενδυτές, το έγγραφο αυτό είναι πιθανό να το εξετάσουν και άλλοι αναγνώστες, οι οποίοι διαθέτουν διαφορετικές εμπειρίες και γνώσεις και ερμηνεύουν τα πράγματα με διαφορετικό τρόπο, για παράδειγμα εάν το διαβάσει ένας λογιστής, θα προτιμήσει τα αριθμητικά στοιχεία, ένα εξειδικευμένο άτομο στον τομέα του μάρκετινγκ θα εστιάσει το ενδιαφέρον του στην ενότητα των κερδών για να δει την πηγή εισοδήματος.

Ο γενικός διευθυντής κατά κύριο λόγο καλείται να αναλάβει τη συνολική ευθύνη του επιχειρησιακού σχεδίου. Η συνεισφορά όμως των υπόλοιπων μελών της διοικητικής ομάδας και των προϊσταμένων όλων των τμημάτων, όπως για παράδειγμα του τμήματος παραγωγής, του λογιστηρίου και άλλων τμημάτων, είναι αναγκαία στη διαδικασία σχεδιασμού και στην τελική τεκμηρίωση, διότι γνωρίζουν σε μεγαλύτερο βάθος τα λεπτομερή προγράμματα δράσης κάθε τμήματος. Η συνδυασμένη προσέγγιση οδηγεί στην επιτυχία ευρείας συνεργασίας, κατανόησης και δέσμευσης.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Μπαλάκος Α., Πρελορέντζος Γ. (2003), Οδηγός Σύνταξης Επιχειρηματικού Σχεδίου, ΤΑΝΕΟ

<sup>5</sup> Stutely R. (2003), Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο σελ. 14,15.

### 1.2.3 Δομή του επιχειρησιακού σχεδίου

Η δομή ενός τυπικού επιχειρησιακού σχεδίου περιλαμβάνει τις εξής θεματικές ενότητες:

➤ **Επιτελική Σύνοψη**

Στην ενότητα αυτή γίνεται μία περιεκτική περιγραφή του σκοπού του επιχειρησιακού σχεδίου, της υπάρχουσας επιχειρηματικής δραστηριότητας και των ατόμων που συνέβαλαν στη σύνταξη του σχεδίου και τις αρμοδιότητές τους. Ακολουθεί μία σύντομη αναφορά των προϊόντων που παράγει η βιομηχανική επιχείρηση, των προβλέψεων για πωλήσεις στην αγορά, των υπάρχων ή μελλοντικό ανταγωνισμό και των παραγόντων που διαφοροποιούν τη συγκεκριμένη επιχείρηση από τους ανταγωνιστές. Επίσης γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση της διοικητικής ομάδας, της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης, της απαιτούμενης επένδυσης και των στρατηγικών στόχων καθ' όλη τη διάρκεια της συγκεκριμένης δραστηριότητας. Βασικός στόχος της επιτελικής σύνοψης είναι να προκαλέσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη, προκειμένου να συνεχίσει την ανάγνωση του υπόλοιπου εγγράφου, ειδικά του επενδυτή.

➤ **Περιγραφή της επιχειρηματικής δραστηριότητας**

Εδώ γίνεται μια σύντομη περιγραφή της επιχείρησης, δηλαδή αναφέρονται τα γενικά και τα ιστορικά στοιχεία της επιχείρησης (όνομα, διεύθυνση, ημερομηνία που ξεκίνησε, νομική μορφή επιχείρησης και άλλα στοιχεία), το όραμά της, ο λόγος ύπαρξης της και οι κατευθυντήριες αρχές της, οι στόχοι και οι σκοποί που έχει θέσει και η επιχειρηματική της φιλοσοφία για την προώθηση των προϊόντων της. Επιπλέον, γίνεται αναφορά του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται, των δυνατών και ανταγωνιστικών σημείων της επιχείρησης, του αριθμού των εργαζομένων, της σύνθεσης του διοικητικού συμβουλίου και της μετοχικής σύνθεσης.

➤ **Προϊόντα και Υπηρεσίες**

Η ενότητα αυτή περιέχει τη λεπτομερή περιγραφή των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχει η επιχείρηση, τις τεχνικές προδιαγραφές δηλαδή των προϊόντων, τις φωτογραφίες, τα έντυπα πωλήσεων και την τιμολογιακή πολιτική (τιμές, αμοιβές,

μίσθωση). Είναι αναγκαίο να αναφερθούν οι παράγοντες που θα δώσουν στην επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή μειονέκτημα.<sup>6</sup>

➤ Ανάλυση αγοράς και ανταγωνισμού

Προτού η επιχείρηση προωθήσει το προϊόν που παράγει, είναι σημαντικό να διεξαχθεί μια προσεκτική έρευνα αγοράς. Η έρευνα αυτή μπορεί να γίνει με τη συλλογή πληροφοριών (εφημερίδες, επαγγελματικά έντυπα, διαδίκτυο) άλλων επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου γνωρίζοντας με αυτό τον τρόπο τους ανταγωνιστές. Αλλά και με έρευνα μέσω τηλεφώνου ή μέσω e-mail κατανοώντας το προφίλ και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.<sup>7</sup>

Οι πωλήσεις πολλών προϊόντων και οι ειδικές προτιμήσεις των καταναλωτών για αυτά τα προϊόντα επηρεάζονται από τα γεωγραφικά (περιοχή, μέγεθος πόλης, κλίμα, πυκνότητα πληθυσμού και άλλα), τα δημογραφικά (ηλικία, φύλο, επίπεδο μόρφωσης, εισόδημα και άλλα) αλλά και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά (προσωπικότητα, τρόπος ζωής) του αγοραστικού κοινού.<sup>8</sup>

Στη συγκεκριμένη ενότητα λοιπόν, αναλύονται τα αποτελέσματα από την έρευνα που έγινε, παρουσιάζονται δηλαδή τα αγοραστικά πρότυπα και το προφίλ των καταναλωτών στους οποίους απευθύνεται η επιχείρηση και το ανταγωνιστικό τοπίο (ευκολία ή δυσκολία της εισόδου νέων ανταγωνιστών, κίνδυνος από υποκατάστατα προϊόντα και άλλα).

➤ Σχεδιασμός Μάρκετινγκ

Η σημαντικότερη ενότητα του επιχειρησιακού σχεδιασμού είναι ο σχεδιασμός μάρκετινγκ, η προώθηση δηλαδή του προϊόντος στην αγορά. Συγκεκριμένα, αναλύονται τα μέσα προώθησης (η διαφήμιση και η συχνότητα αυτής, η ένταξη σε καταλόγους, το διαδίκτυο και άλλα μέσα), ο προϋπολογισμός της προώθησης αυτής, η τιμολόγηση (ο τρόπος με τον οποίο θα χρεώνονται οι πελάτες, πιθανά πακέτα

---

<sup>6</sup> Εκπαιδευτικό υλικό από την Intelen (getbusy.gr)

<sup>7</sup> Rhonda M. Abrams (1993), *The successful business plan: Secrets and Strategies* σελ. 22,23

<sup>8</sup> Μάλλιαρης Π. (2001), *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*, σελ.286 έως 288

προσφορών, εκπτώσεις και άλλα) και το σύστημα διανομής (λιανική, χονδρική, ταχυδρομείο, διαδίκτυο και άλλα).<sup>9</sup>

Στο τέλος, είναι αναγκαίο να γίνει η πρόγνωση των πωλήσεων, προκειμένου να γνωρίζει η επιχείρηση ποιο είναι το πιο πιθανό επίπεδο ζήτησης των προϊόντων της και να προετοιμαστεί κατάλληλα. Η πρόβλεψη αυτή μπορεί να γίνει με βάση τις πωλήσεις που έχουν γίνει στο παρελθόν αλλά και με τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων από αγοραστές, στελέχη της επιχείρησης και ειδικούς για να καταλάβει η επιχείρηση τι γνώμη έχουν σχηματίσει για το προϊόν που θα προωθήσει.<sup>10</sup>

#### ➤ Σχέδιο Λειτουργιών

Η συγκεκριμένη θεματική ενότητα του επιχειρησιακού σχεδίου περιγράφει την καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. Αρχικά, δίνονται οι πληροφορίες για τη διαδικασία παραγωγής του προϊόντος ή των υπηρεσιών της επιχείρησης και τις μεθόδους που εφαρμόζει σχετικά με την ανάπτυξη του προϊόντος, τον έλεγχο των αποθεμάτων, την εξυπηρέτηση των πελατών και το κόστος. Έπειτα, αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του επαγγελματικού χώρου (χώρος, τύπος κτηρίου, ηλεκτρικό και άλλες παροχές) για να γνωρίζουν οι πελάτες ή οι προμηθευτές, εάν είναι εύκολα προσβάσιμες οι εγκαταστάσεις σε αυτούς.<sup>11</sup>

Στη συνέχεια προβάλλονται όλες οι απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με το προσωπικό της επιχείρησης, ο αριθμός δηλαδή των υπαλλήλων, το είδος της εργασίας που προσφέρουν, η μισθολογική δομή, ο ρόλος κάθε μέλους του διοικητικού συμβουλίου μπορεί ακόμα και τα βιογραφικά σημειώματα αυτών και τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητες των γενικών διευθυντών.<sup>12</sup>

Είναι επίσης χρήσιμο να τονιστεί στην ενότητα αυτή τι αποθέματα (πρώτες ύλες, προμήθειες) τηρεί η επιχείρηση, ποια είναι η μέση αξία των αποθεμάτων αυτών, ποιοι είναι οι βασικοί προμηθευτές, εάν είναι αξιόπιστοι και ποιος είναι ο μέσος χρόνος

---

<sup>9</sup> Εκπαιδευτικό υλικό από την Intelen (getbusy.gr)

<sup>10</sup> Μάλλιαρης Π. (2001), Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ σελ.303

<sup>11</sup> Εκπαιδευτικό υλικό από την Intelen (getbusy.gr)

<sup>12</sup> Stutely R. (2003), Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο σελ. 66.

παράδοσης των παραγγελιών, καθώς και ποια πιστωτική πολιτική ακολουθεί η επιχείρηση.<sup>13</sup>

➤ Οικονομικός Σχεδιασμός

Στο σημείο αυτό ο επιχειρηματίας καλείται να εκτιμήσει το οικονομικό μέλλον της επιχείρησης. Πιο αναλυτικά, η ενότητα αυτή περιλαμβάνει τα ακόλουθα οικονομικά στοιχεία :

✓ Προβλεπόμενη Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

Η Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης είναι η λογιστική κατάσταση στην οποία εμφανίζεται το αποτέλεσμα (κέρδος ή ζημία) από τη δραστηριότητα της επιχείρησης σε ένα δεδομένο χρονικό διάστημα.<sup>14</sup>

✓ Προβλεπόμενη Κατάσταση Ταμιακών Ροών

Οι Καταστάσεις Ταμιακών Ροών έχουν ως σκοπό την παροχή πληροφοριών σχετικά με τις ταμειακές εισπράξεις και πληρωμές κατά τη διάρκεια μιας περιόδου. Πέραν αυτού, παρέχει πληροφορίες για τις ταμειακές εισπράξεις και πληρωμές και τις καθαρές ταμειακές ροές που απορρέουν από τις καθημερινές εργασίες, καθώς και τις επενδυτικές και χρηματοοικονομικές δραστηριότητες μιας επιχείρησης.<sup>15</sup>

✓ Πρόβλεψη Ισολογισμού

Ο Ισολογισμός είναι η λογιστική κατάσταση που εμφανίζει τη χρηματοοικονομική θέση της επιχείρησης σε μια δεδομένη χρονική στιγμή και ειδικότερα τα μέσα που έχει στην κατοχή της για την προώθηση της δραστηριότητάς της (το ενεργητικό της) και τις πηγές χρηματοδότησης για την απόκτηση αυτών των μέσων (το παθητικό της).<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Εκπαιδευτικό υλικό από την Intelen (getbusy.gr)

<sup>14</sup> Μπάλλα Α., Χέβα Δ. (2008), Χρηματοοικονομική Λογιστική σελ. 215.

<sup>15</sup> Νιάρχου Ν. (2004), Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων σελ.264.

<sup>16</sup> Μπάλλα Α., Χέβα Δ. (2008), Χρηματοοικονομική Λογιστική σελ. 255..

✓ Προβλεπόμενη Ανάλυση Νεκρού Σημείου

Νεκρό σημείο είναι το ποσό εκείνων των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), με το οποίο η επιχείρηση καλύπτει ακριβώς τόσο τα σταθερά όσο και τα μεταβλητά της έξοδα, χωρίς να πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημιά.<sup>17</sup>

➤ Εκτίμηση Κινδύνων

Η ενότητα αυτή περιέχει τους πιθανούς κινδύνους που ενδέχεται να αντιμετωπίσει η επιχείρηση στο μέλλον με το προϊόν που θα προωθήσει.

Κίνδυνοι είναι πιθανό να εντοπιστούν:

- ✓ Στην αγορά (πιθανή μεταβολή της αγοράς που μπορεί να επηρεάσει τις πωλήσεις του προϊόντος).
- ✓ Στο προϊόν (προβλήματα ποιότητας του προϊόντος, φθίνουσα ζήτηση).
- ✓ Στις πωλήσεις (οι χαμηλές πωλήσεις μειώνουν τα κέρδη, ενώ οι υψηλές πωλήσεις συνθλίβουν την ικανότητα παραγωγής).
- ✓ Στον έλεγχο ποιότητας (ο χαμηλός έλεγχος ποιότητας βλάπτει τη φήμη και τις πωλήσεις της επιχείρησης).
- ✓ Στον περιορισμό πόρων (έλλειψη ή πλεόνασμα προσόντων, εγκαταστάσεων, υλικών και άλλων )
- ✓ Στον κλάδο (ποια είναι τα μελλοντικά σχέδια των ανταγωνιστών).
- ✓ Στην παραγωγικότητα (η χαμηλή παραγωγικότητα εξωθεί στα ύψη το κόστος παραγωγής).
- ✓ Στα αποθέματα (τα ανεπαρκή αποθέματα μειώνουν τις πωλήσεις, ενώ τα υπερβολικά αποθέματα κοστίζουν στο ταμείο).
- ✓ Στις επενδύσεις (η ανεπαρκής επένδυση σε διάφορους τομείς της επιχείρησης μπορεί να καταστήσει την επιχείρηση ανίκανη για ανταγωνισμό).
- ✓ Στο επιχειρηματικό μάνατζμεντ (η κακή διοίκηση ζημιώνει το ηθικό και τα κέρδη).
- ✓ Στις εταιρικές διαμάχες (οι εσωτερικές διαμάχες είναι πιθανό να μειώσουν την αποδοτικότητα και να βλάψουν τη φήμη της επιχείρησης).
- ✓ Φυσικές καταστροφές (πλημμύρες ή σεισμός).<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Νιάρχου Ν. (2004), Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων σελ.301.

<sup>18</sup> Stutely R. (2003), Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο σελ. 225.

➤ Παράρτημα

Στην τελευταία ενότητα του επιχειρησιακού σχεδίου παρατίθενται τα παραρτήματα, τα οποία περιέχουν τα λεπτομερή βιογραφικά σημειώματα της διοικητικής ομάδας, τις απαραίτητες πληροφορίες για τα προϊόντα και τυχόν δημοσιεύσεις στον τύπο για την επιχείρηση.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο**

# **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΗΣ**

Ευλογία Ο.Ε.



## **2.1 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΑΣ**

Διεύθυνση: Ρέθυμνο

Τηλέφωνο: 281011111

Fax: 281022222

E-mail: eulogia@hotmail.com

WWW: www.eulogia.gr

Ημερομηνία σύνταξης σχεδίου: 05/02/2014

## **2.2 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η επιχείρηση Ευλογία Ο.Ε. είναι μια νέα επιχείρηση που σκοπός της είναι να παράγει βιολογικό κρητικό κρασί με την απόλυτη θειική απόλαυση γεύσης που μπορεί να δώσει. Στόχος της είναι να δημιουργήσει και να αξιοποιήσει εδαφικές εκτάσεις αμπελιών και να γίνει η νούμερο ένα κρητική επιχείρηση κρασιού τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

## **2.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ**

Η παραγωγή κρασιού με τις πιο σύγχρονες τεχνολογικές μεθόδους και η προώθηση του για αρχή μέσω επιλεγμένων καναλιών διανομής ή απευθείας σε καταναλωτές στην ελληνική αγορά και στη συνέχεια με σταδιακή ανάπτυξη στο εξωτερικό.

Αμερικάνικες έρευνες δείχνουν ότι υπάρχει Παγκόσμιο έλλειμμα οίνου, καθώς η παγκόσμια ζήτηση ξεπερνά ήδη την προσφορά.<sup>19</sup>

Επίσης παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μεγάλη αυξημένη ζήτηση στο κρασί, ιδίως στην Κίνα, που έχει ωθήσει την τιμή του κρασιού στα ύψη.<sup>20</sup>

Η Ιταλία έκλεισε το 2013 με αύξηση των εξαγωγικών πωλήσεων οίνου, που τις οδήγησε ιδίως ο τομέας των αφρωδών οίνων, που ήταν ιδιαίτερα ενεργός.<sup>21</sup>

Αυτός είναι ένας λόγος στο να επενδύσει η Ελλάδα στην παραγωγή κρασιού.

---

<sup>19</sup> [http://money-tourism.blogspot.gr/2013/11/blog-post\\_114.html](http://money-tourism.blogspot.gr/2013/11/blog-post_114.html)

<sup>20</sup> <http://www.newmoney.gr/article/29867/hrysafi-i-ependysi-se-krasi-131000-eyro-gia-ena-vareli-krasi#ixzz2sRBPd19L>

<sup>21</sup> <http://www.ellinikigeorgia.gr/italia-exagoges-oinou/>

## 2.4 ΣΥΝΤΟΜΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας θα υλοποιηθεί από την επιχείρηση 'Ευλογία Ο.Ε.' που θα είναι μία επιχείρηση παραγωγής και εμπορίας οίνου που θα δραστηριοποιείται στην αγορά με τον διακριτικό τίτλο 'Ευλογία' και θα ασχοληθεί πρωταρχικά με την οινοποιεία ανοικτού βιολογικού κύκλου, σε ένα χωράφι με τις κατάλληλες εδαφικές και κλιματολογικές συνθήκες 30 στρεμμάτων σ' ένα ορεινό χωριό στο Ρέθυμνο Κρήτης.

Το όνομα 'Ευλογία' θα είναι και ο επίσημος τίτλος της μάρκας των κρασιών μας και τα είδη των κρασιών μας θα είναι σε λευκό, ροζέ και κόκκινο.

Η διάθεση της παραγωγής θα είναι αρχικά , κατά 70% συμβολαιακή, σε προσυμφωνημένη χονδρική τιμή, και κατά 30% στην εγχώρια αγορά, σε λιανική τιμή. Ίσως στο μέλλον να υπάρξει αλλαγή του ποσοστού αυτού ανάλογα με την κερδοφορία της επιχείρησης, μετά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, όταν θα υπάρχει εμπειρία παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος.

## 2.5 ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

Σύμφωνα με έρευνα της GPO για τις «Συνήθειες των ελλήνων στην κατανάλωση κρασιού» 54,9% όσων πίνουν οινοπνευματώδη, προτιμούν το κρασί, 20,4% τη μπύρα, 9,5% πίνουν τσίπουρο/ούζο/ρακί, 7,9% προτιμά το ουίσκι, ενώ το υπόλοιπο 7% πίνει άλλα ποτά όπως βότκα, τζιν, ρούμι κ.α. Όσον αφορά την επιλογή του κρασιού, η προτίμηση προς τα ελληνικά προϊόντα είναι συντριπτική σε ποσοστό 95,1%.

Τα βασικά στοιχεία της έρευνας της GPO για τις «Συνήθειες των Ελλήνων στην κατανάλωση κρασιού» έχουν ως εξής:

### Μέρος 1<sup>ο</sup>

Το 35% των ερωτώμενων δήλωσε ότι πίνει οινοπνευματώδη 1-2 φορές την εβδομάδα, το 11,2% ότι πίνει 3-4 φορές, το 4,7% 5-6 φορές και το 12,2% ότι πίνει οινοπνευματώδη κάθε μέρα. Το 20,8% δήλωσε ότι πίνει μόνο σε ειδικές περιπτώσεις, ενώ το 16% δήλωσε ότι δεν πίνει ποτέ. Όπως προκύπτει από τις αναλύσεις περισσότερο πίνουν οι άνδρες ηλικίας 45 ετών και πάνω, κάτοικοι αγροτικών περιοχών, απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Δεν πίνουν

ποτέ οι γυναίκες ηλικίας 45 ετών και πάνω, απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, κάτοικοι αστικών περιοχών, με χαμηλά εισοδήματα.

Το 54,9% αυτών που πίνουν οινοπνευματώδη, προτιμούν το κρασί. Το 20,4% τη μύρα, 9,5% πίνουν τσίπουρο/ούζο/ρακί, το 7,9% προτιμά το ουίσκι, ενώ το υπόλοιπο 7% πίνει άλλα ποτά όπως βότκα, τζιν, ρούμι κ.α. Οι γυναίκες και τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών πίνουν κυρίως κρασί. Η κατανάλωση κρασιού αυξάνεται όσο μεγαλώνει η ηλικία. Οι νεότερες ηλικίες στο μεγαλύτερο ποσοστό πίνουν κρασί, δείχνουν όμως και μια προτίμηση προς τα πιο υψηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ ποτά, όπως το ουίσκι και η βότκα. Συνολικά όμως το κρασί έρχεται πρώτο στις προτιμήσεις των ανθρώπων ανεξαρτήτως φύλου, ηλικίας, μόρφωσης, εισοδηματικής κατάστασης και τύπου κατοικίας. Η γεωγραφική περιοχή στην οποία οι άνθρωποι πίνουν περισσότερο κρασί είναι η Πελοπόννησος.

Το 67,5% του πληθυσμού που πίνει οινοπνευματώδη προτιμά τα ελληνικά ποτά. Το ποσοστό αυτό φτάνει στο 92% για τα άτομα ηλικίας 65 ετών και πάνω, ενώ μειώνεται στο 32,5% για τα άτομα ηλικίας 18-24, οι οποίοι είναι η μόνη ομάδα που επιλέγει περισσότερο εισαγόμενα απ' ό,τι ελληνικά ποτά. Το εισόδημα είναι επίσης ένας παράγοντας που επηρεάζει τις επιλογές των ανθρώπων. Όσο μεγαλώνει το εισόδημα, αυξάνει η επιλογή εισαγόμενων ποτών.

## **Μέρος 2<sup>ο</sup>**

Όσον αφορά την επιλογή του κρασιού, η προτίμηση προς τα ελληνικά προϊόντα είναι συντριπτική σε ποσοστό 95,1%. Οι Έλληνες όταν πίνουν κρασί δείχνουν σαφή προτίμηση προς τα ελληνικά κρασιά. Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους συμβαίνει αυτό είναι η καλύτερη ποιότητα (41,3%) που θεωρείται ότι έχουν τα ελληνικά κρασιά και στη συνέχεια η γεύση (31,2%). Την ποιότητα των ελληνικών κρασιών προκρίνουν κυρίως τα άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω, ενώ για τους νεότερους 18-24 ετών, σημαντικότερο κριτήριο επιλογής είναι η γεύση. Για το 66,3% των ερωτώμενων η τιμή του κρασιού είναι ανάλογη και καθορίζει και την ποιότητα.

### Μέρος 3<sup>ο</sup>

Από τις απαντήσεις στην ερώτηση «πόσο συχνά συνοδεύετε το φαγητό σας με κρασί» διαπιστώνουμε ότι για το 30,8% του ελληνικού πληθυσμού το κρασί αποτελεί καθημερινή συνήθεια που συνοδεύει το φαγητό του, ενώ το 35,2% δηλώνει ότι συνοδεύει το φαγητό του με κρασί μερικές φορές. Για το 66% δηλαδή του πληθυσμού η κατανάλωση κρασιού είναι κομμάτι των καθημερινών διατροφικών τους συνηθειών. Τα ποσοστά στη συγκεκριμένη ερώτηση είναι μεγαλύτερα για τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών, τους απόφοιτους πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης και τους κατοίκους της Πελοποννήσου. Μόνο για τη νεότερη γενιά 18-24 ετών το κρασί είναι ένα ποτό που μπορεί να πίνεται μόνο του και χωρίς τη συνοδεία φαγητού.

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους, δηλαδή το 54,1%, προτιμά το κόκκινο κρασί, το 32,5% επιλέγουν το λευκό κρασί και το 12,2% ροζέ. Λευκό κρασί προτιμούν κυρίως οι νεότερες ηλικίες 18-24 ετών και οι κάτοικοι της Θεσσαλίας. Μεγαλύτερες προτιμήσεις συγκεντρώνει το κόκκινο κρασί στην περιοχή της Νησιωτικής Ελλάδας (60,4%) και της Μακεδονίας (60,1%).

Όσον αφορά τον τύπο του κρασιού το 59,2% επιλέγει ξηρά κρασιά, το 31% ημίγλυκα και το 9,1% γλυκά. Ξηρό κρασί επιλέγουν κυρίως οι άνδρες και οι μεγαλύτερες ηλικίες, αντίθετα από τις γυναίκες και τους νεότερους που προτιμούν τα πιο γλυκά.

Όσον αφορά τη γεωγραφική κατανομή των προτιμήσεων διαπιστώνουμε ότι περισσότερο επιλέγουν τα ξηρά οι κάτοικοι της Θεσσαλίας, ενώ περισσότερες προτιμήσεις συγκεντρώνουν τα ημίγλυκα και γλυκά κρασιά στη Στερεά Ελλάδα.

Το 53,6% δήλωσε ότι προτιμά να αγοράζει τυποποιημένα κρασιά, το 27,4% χύμα και το 12,2% επιλέγει εξίσου και τα δύο. Περισσότερο τυποποιημένα αγοράζουν τα άτομα ηλικίας 25-34 ετών, υψηλού εισοδήματος και απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το χύμα κρασί επιλέγουν οι ηλικίες άνω των 65 ετών, απόφοιτοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, χαμηλού εισοδήματος και οι κάτοικοι της Πελοποννήσου.

Μοιρασμένες είναι οι απαντήσεις των καταναλωτών όσον αφορά τα κριτήρια επιλογής κρασιού. Για το 26,9% σημαντικότερο κριτήριο επιλογής είναι το χρώμα, για το 25,2% ο παραγωγός του κρασιού, για το 24,3% ο τύπος και τέλος για το 16,7% η ποικιλία.

Οι κάτοικοι των αστικών περιοχών προμηθεύονται κρασί από τα super-markets σε ποσοστό 43,8%, ενώ οι κάτοικοι των αγροτικών περιοχών προμηθεύονται κρασί κυρίως από τους τοπικούς παραγωγούς (37,1%).

Το 67,9% των ερωτώμενων δηλώνει ότι στην περίπτωση που έβρισκε ατομική τυποποιημένη συσκευασία στους χώρους διασκέδασης, είναι διατεθειμένο να αντικαταστήσει τα άλλα οινοπνευματώδη ποτά με κρασί. Πιο θετικοί σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο εμφανίζονται οι γυναίκες (72,7%) και τα άτομα ηλικίας 18-44 ετών.<sup>22</sup>

## 2.6 ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι αντικειμενικοί μας στόχοι είναι:

- Να γίνουμε η νούμερο ένα στην προτίμηση των πελατών μας παρέχοντας τους την απόλυτη απολαυστική γεύση.
- Να παρέχουμε την καλύτερη ιδανική ποιότητα σε χαμηλές τιμές.
- Να καλύψουμε κοινωνικές ανάγκες μέσω της προσφοράς/διάθεσης προϊόντων για τους πελάτες σεβόμενοι τις αξίες και την ηθική της κοινωνίας.
- Να αναπτύξουμε την επιχείρησή μας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

## 2.7 ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ

Ο βασικός πελάτης της επιχείρησής μας θα είναι η επιχείρηση η οποία βάσει συμβολαίου θα παράσχει τεχνογνωσία, υποστήριξη, πρώτες ύλες και κυρίως αγορά του 70% της τελικής παραγωγής.

Το πελατολόγιο διαφοροποιείται ως προς το 30% και έχει ως εξής:

---

<sup>22</sup><http://www.paseges.gr/el/news/Prwto-to-ellhniko-krasi-stis-protimhseis-twn-ellhnwn-katanalwtwn-alkooloyhwn-potwn>

### 1. Πελάτες Επιχειρήσεις

όπως εστιατόρια, μεζεδοπωλεία κλπ., στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης, βιολογικών προϊόντων, παραδοσιακών τροφίμων, κρητικών τροφίμων κλπ., σε διάφορες αγορές όπως σουπερμάρκετ κλπ.

### 2. Πελάτες Καταναλωτές

Η απ' ευθείας πώληση κρασιών και η γενικότερη διείσδυση του προϊόντος στην αγορά.

## 2.8 Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Στον κλάδο δραστηριοποιούνται 680 οινοποιεία και 40 συνεταιρισμοί περίπου. Ωστόσο, λειτουργούν πολυάριθμα μικρά οινοποιεία που παράγουν κρασί σε μικρή ποσότητα, κυρίως για ίδια κατανάλωση. Η εγχώρια κατανάλωση οίνου διαμορφώθηκε σε 3.200 hl (εκατόλιτρα) το 2008, βαίνοντας φθίνουσα την τελευταία τριετία. Βασικό χαρακτηριστικό του κλάδου αποτελεί η διακίνηση χύμα κρασιού (65-70% περίπου), η οποία λαμβάνει χώρα κυρίως στους χώρους εστίασης. Άλλα κανάλια διανομής περιλαμβάνουν τους χονδρεμπόρους (ορισμένοι εκ των οποίων εξειδικεύονται στο κρασί), οι οποίοι προμηθεύουν στη συνέχεια τις κάβες και τους χώρους εστίασης, καθώς και τα super-markets με τα οποία συνήθως συνεργάζονται απευθείας οι μεγάλες εταιρείες του κλάδου.

Οι εισαγωγές οίνου το 2007 ανήλθαν σε 238,46 hl (εκατόλιτρα), αξίας 32,33 εκατ. ευρώ. Η πλειοψηφία αυτών αφορά σε αφρώδη κρασιά, ενώ οι βασικές χώρες προέλευσης των εισαγωγών είναι η Γαλλία και η Ιταλία. Οι εξαγωγές της Ελλάδας διαμορφώθηκαν σε 347,17 hl (εκατόλιτρα), αξίας 56,45 εκατ. ευρώ το ίδιο έτος.

Κύριες χώρες προορισμού των εξαγωγών είναι η Γερμανία και οι Η.Π.Α. Σύμφωνα με τα στοιχεία του 11-μήνου του 2008, παρουσιάζεται επιδείνωση του εμπορικού ισοζυγίου κρασιού, καθώς οι εισαγωγές αυξήθηκαν κατά 9% περίπου (σε αξία και ποσότητα), ενώ οι εξαγωγές σημείωσαν κάμψη κατά 19% σε ποσότητα και κατά 2,4% σε αξία.<sup>23</sup>

Σε μελέτη της Hellastat αναλύονται οι οικονομικές καταστάσεις 80 παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου. Τα βασικά συμπεράσματα της μελέτης συνοψίζονται στα εξής:

---

<sup>23</sup>[http://www.express.gr/news/finance/163292oz\\_20090504163292.php3](http://www.express.gr/news/finance/163292oz_20090504163292.php3)

- Ο κύκλος εργασιών αυξήθηκε το 2007 με μέσο ρυθμό 11,2%.
- 8 στις 10 εταιρείες του δείγματος παρουσίασαν αύξηση του Κύκλου Εργασιών έναντι του προηγούμενου έτους. Επιπλέον, 63 εταιρείες ήταν κερδοφόρες, ενώ 19 είχαν αρνητικά αποτελέσματα.
- Το περιθώριο μικτού κέρδους διαμορφώθηκε σε 29,1% το 2007 και καθαρής κερδοφορίας σε 3,8%.
- Οι εταιρείες του δείγματος παρουσίασαν πολύ υψηλές Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις, οι οποίες ήταν σχεδόν 1 προς 1 με τις συνολικές τους πωλήσεις.
- Ο βραχυπρόθεσμος τραπεζικός δανεισμός ήταν επίσης πολύ υψηλός, καθώς ανήλθε στο 56% των πωλήσεων. Ο εν λόγω αριθμοδείκτης για τις μικρές εταιρείες διαμορφώθηκε στο 83%.
- Οι εταιρείες έχουν χαμηλό δείκτη ξένων προς Ιδίων Κεφαλαίων (1,2), με τις μεγάλες να έχουν τον υψηλότερο δείκτη (1,9).<sup>24</sup>

## 2.9 ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΕΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΑΣ

Τα είδη των κρασιών μας είναι:

- Κρασί λευκό

Το οποίο θα πωλείται σε:

- Γυάλινη φιάλη των 0,75 lt
- Ασκό των 5 lt
- Ασκό των 10 lt
- Ασκό των 20 lt

- Κρασί ροζέ

Το οποίο θα πωλείται σε:

- Γυάλινη φιάλη των 0,75 lt
- Ασκό των 5 lt
- Ασκό των 10 lt
- Ασκό των 20 lt

---

<sup>24</sup>[http://www.hellastat.com/resources/iMentor\\_wine.pdf](http://www.hellastat.com/resources/iMentor_wine.pdf)

- Κρασί κόκκινο

Το οποίο θα πωλείται σε:

- Γυάλινη φιάλη των 0,75 lt
- Ασκό των 5 lt
- Ασκό των 10 lt
- Ασκό των 20 lt

## **2.10 ΤΑ ΕΙΔΗ ΣΤΑΦΥΛΙΩΝ ΜΑΣ**

Ποικιλίες που καλλιεργούνται κυρίως:

- Βιλάνα
- Βιδιανό
- Μαντηλάρι
- Κοτσιφάλι
- Λιάτικο
- Σουλτανί
- Ροζακί

## **2.11 ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΡΑΣΙΟΥ**

Τα βασικά βήματα για την παραγωγή κρασιού είναι τα ακόλουθα:

- Συγκομιδή των σταφυλιών
- Λιώσιμο σταφυλιών - θραύση της ρώγας
- Παραγωγή μούστου
- Αλκοολική ζύμωση
- Αποθήκευση και ωρίμανση του κρασιού



Οι κατάλληλες εργασίες κατά εποχές:

- **Χειμώνα:** Κλάδεμα / Λίπανση
- **Άνοιξη:** Λίπανση
- **Καλοκαίρι:** Τρύγος
- **Φθινόπωρο:** Όργωμα

### **Λιώσιμο σταφυλιών - θραύση της ρώγας**

Σ' αυτό το στάδιο έχουμε ήδη μαζέψει τα ώριμα σταφύλια και έχουμε αφαιρέσει τις ρώγες που έχουν πρόβλημα. Οι ρώγες που έχουν πρόβλημα είναι αυτές που είναι πληγωμένες, έχουν αρχίσει να σαπίζουν, τις έχουν πληγώσει πουλιά. Είναι σημαντικό να αφαιρέσουμε τις ρώγες που έχουν πρόβλημα γιατί αν τις αφήσουμε, θα επηρεάσουν αρνητικά την ποιότητα του οίνου.

Σκοπός της διαδικασίας της θραύσης της ρώγας είναι η απελευθέρωση του χυμού από τη ρώγα του σταφυλιού.

Η θραύση γίνεται χρησιμοποιώντας ένα ειδικό μηχάνημα που λέγεται σπαστήρας. Είναι ηλεκτροκίνητος και διαχωρίζει τα κοτσάνια από τις ρώγες.

Στο τέλος αυτής της φάσης έχουμε στη διάθεσή μας τα πολτοποιημένα τσαμπιά σταφυλιών, δηλαδή τον σταφυλοπολτό. Από τον σταφυλοπολτό θα πρέπει να αφαιρέσουμε τα κοτσάνια (αποβοστρύχωση). Η παρουσία των κοτσανιών επηρεάζει αρνητικά την ποιότητα του οίνου, αλλά και την υγεία του καταναλωτή.

Το τι θα κάνουμε στη συνέχεια με το σταφυλοπολτό, εξαρτάται από το είδος του οίνου που θέλουμε να φτιάξουμε: Λευκό, Ροζέ ή Κόκκινο.

### **Για Λευκό κρασί**

Προχωρούμε άμεσα στη σύνθλιψη του σταφυλοπολτού και την εξαγωγή του μούστου. Τοποθετούμε το γλεύκο προσωρινά σε καθαρές δεξαμενές, για 12 έως 14 ώρες ώστε να κατακαθίσουν τα σωματίδια που βρίσκονται σε αιώρηση.

Στη συνέχεια, μεταγγίζουμε το μούστο σε δεξαμενές όπου θα γίνει η αλκοολική ζύμωση, σε αεριζόμενο χώρο. Σημαντική παράμετρος είναι η θερμοκρασία που θα διατηρηθεί ο μούστος. Οι λευκοί οίνοι, πρέπει να είναι γύρω στους 18 °C. Με αυτό τον τρόπο διαρκεί περισσότερο η διαδικασία της ζύμωσης και το λευκό κρασί θα πάρει πιο πολλά αρώματα.

Όταν ολοκληρωθεί η αλκοολική ζύμωση, μπορούμε να μεταγγίσουμε το κρασί σε άλλη δεξαμενή όπου θα γίνει η αποθήκευση. Τυπικά, το κρασί μας είναι άμεσα καταναλώσιμο, όσο όμως το αφήνουμε τόσο καλύτερο γίνεται.

### **Για Ροζέ ή Κόκκινο κρασί**

Για να φτιάξουμε ροζέ ή κόκκινο οίνο, θα πρέπει αρχικά να τοποθετήσουμε το σταφυλοπολτό που φτιάξαμε (χωρίς τα κοτσάνια) για 2 έως 18 ημέρες. Όσο περισσότερο μένουν τα στέμφυλα μαζί με το μούστο, τόσο πιο ερυθρό θα γίνει το χρώμα του οίνου.

Ανάλογα με το χρόνο που θα διατηρήσουμε τα στέμφυλα μαζί με το μούστο, θα εξαρτηθεί αν η αλκοολική ζύμωση γίνει εντός του σταφυλοπολτού ή όχι. Καθώς κατά την αλκοολική ζύμωση απελευθερώνεται διοξείδιο του άνθρακα, τα στέμφυλα ανεβαίνουν στην επιφάνεια, δημιουργώντας το λεγόμενο «καπέλο».

Οι ερυθρές χρωστικές ουσίες (ανθοκυάνες), στις οποίες οφείλεται το κόκκινο χρώμα του κρασιού, βρίσκονται στους φλοιούς, όπως και ταννίνες, που επηρεάζουν καθοριστικά τη γεύση, τη δομή και την υφή του.

Για να καταφέρουμε όσο το δυνατόν περισσότερες από αυτές τις ουσίες να μεταφερθούν στο χυμό, θα πρέπει να αναδεύουμε τακτικά το μίγμα ώστε τα στέμφυλα να έρχονται συχνά σε επαφή με το χυμό, ακόμη και με αυτόν που βρίσκεται στο κάτω μέρος του δοχείου.

Η διαδικασία αυτή ονομάζεται εκχύλιση. Κατά την εκχύλιση, οι ποθητές ουσίες περνάνε στο κρασί, το οποίο χρωματίζεται και αποκτά την επιθυμητή γεύση, δομή και υφή. Η εκχύλιση διαρκεί από ελάχιστες ημέρες έως και αρκετές εβδομάδες για τα ερυθρά και 12 ως 24 περίπου ώρες για τα ροζέ κρασιά. Η δεξαμενή που θα τοποθετήσουμε το μούστο πρέπει να είναι ανοικτή ώστε να αερίζεται ο χυμός και να φεύγει το διοξείδιο του άνθρακα που παράγεται κατά τη ζύμωση.

Σημαντική παράμετρος είναι η θερμοκρασία που θα διατηρηθεί ο μούστος κατά τη φάση της αλκοολικής ζύμωσης. Για κόκκινους οίνους, η ιδανική θερμοκρασία είναι μεταξύ 25 και 28 °C. Μετά την εκχύλιση, διαχωρίζουμε το μούστο από τα στέμφυλα και τον τοποθετούμε σε άλλη δεξαμενή για να συνεχιστεί η ζύμωση. Κατόπιν, τα στέμφυλα «στύβονται» στο σταφυλοπιεστήριο για να πάρουμε το μούστο που περιέχουν (ο οποίος προστίθεται στον ήδη υπάρχον μούστο).

Όταν ολοκληρωθεί η αλκοολική ζύμωση, μπορούμε να μεταγγίσουμε το κρασί σε άλλη δεξαμενή προς αποθήκευση ή να το αφήσουμε στη ίδια. Η δεξαμενή θα πρέπει να σφραγιστεί ώστε να μην έρχεται το κρασί σε επαφή με τον αέρα και το οξυγόνο.<sup>25</sup>

## **2.12 ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

Η Ευλογία Ο.Ε. έχει στην κατοχή της 30 στρέμματα για την παραγωγή και την τυποποίηση κρασιού. Οι αναμενόμενες ποσότητες παραγωγής είναι ανά στέμμα 1 τόνος κρασί, ο οποίος αντιστοιχεί σε 1.000 λίτρα ανά στρέμμα. Συνεπώς, η μέγιστη παραγωγή μας ανέρχεται στα 30.000 λίτρα.

---

<sup>25</sup> <http://www.agronews.gr/ekmetaleuseis/elaiones-kai-abelones/arthro/100699/pos-na-ftiaxete-kalo-spitiko-krasi/>

### 2.13 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

<u>ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT</u> <sup>26</sup>	
<u>ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</u>	<u>ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μακροχρόνια παράδοση οινοποίησης στη χώρα και εξοικείωση των καταναλωτών με το προϊόν.</li> <li>• Ευεργετικές ιδιότητες για την υγεία συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση της κατανάλωσης του.</li> <li>• Ύπαρξη ευνοϊκών συνθηκών και κατάλληλων εδαφών σε συνδυασμό με το κλίμα οδηγούν στην ύπαρξη εξαιρετικών ποικιλιών αμπέλου.</li> <li>• Νέες βελτιωμένες πρακτικές οινοποίησης και επενδύσεις σε σύγχρονα οινοποιεία, έχουν σαν αποτέλεσμα την παραγωγή κρασιών υψηλής ποιότητας.</li> <li>• Αναβαθμισμένη και αναγνωρισμένη ποιότητα ελληνικών κρασιών στο εξωτερικό.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ο κατακερματισμός του αγροτικού κλήρου και γενικότερα οι συνθήκες καλλιέργειας, καθιστούν την πρώτη ύλη ακριβή συγκριτικά με ανταγωνίστριες χώρες, που διαθέτουν πολύ μεγαλύτερους αμπελώνες και (ενίοτε) χαμηλότερο εργατικό κόστος.</li> <li>• Υψηλό κόστος παραγωγής εξαιτίας έλλειψης οικονομιών κλίμακας.</li> <li>• Έλλειψη οργάνωσης της παραγωγής και της διάθεσης των προϊόντων του κλάδου, σε μεγάλη μερίδα των παραγωγών.</li> <li>• Υψηλή τιμολόγηση των εμφιαλωμένων κρασιών στους χώρους εστίασης που δρα αποτρεπτικά στην κατανάλωση.</li> <li>• Ελλιπής στρατηγική προώθησης στο εξωτερικό.</li> </ul>
<u>ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ</u>	<u>ΑΠΕΙΛΕΣ</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επένδυση στην ποιότητα του οίνου και στην έρευνα.</li> <li>• Συμπίεση του κόστους, που κάνει τα προϊόντα πιο ανταγωνιστικά (σε επίπεδο τιμής) απέναντι στα προϊόντα τρίτων χωρών.</li> <li>• Προσανατολισμός των ελληνικών επιχειρήσεων οίνου στις εξαγωγές, σε νέες αγορές όπως η Ρωσία, η Κίνα και η Ινδία αποτελεί ενδεχόμενη ευκαιρία για της επιχειρήσεις του κλάδου.</li> <li>• Εναλλακτικές μορφές τουρισμού (αγροτουρισμός, οινοτουρισμός).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης στο κρασί.</li> <li>• Η συνεχιζόμενη οικονομική κρίση και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών που επηρεάζει δυσμενώς την κατανάλωση.</li> <li>• Στρέβλωση ανταγωνισμού εξαιτίας του παραεμπορίου και της ανεξέλεγκτης διακίνησης χύμα κρασιού.</li> <li>• Αύξηση εισαγωγών οικονομικών κρασιών από τρίτες χώρες.</li> <li>• Αστάθεια καιρικών συνθηκών.</li> </ul>

<sup>26</sup> [http://www.helexpo.gr/inst/helexpo/gallery/Detrop/2013/Reports/ICAP\\_SIOUMIS.pdf](http://www.helexpo.gr/inst/helexpo/gallery/Detrop/2013/Reports/ICAP_SIOUMIS.pdf)

## 2.14 ΣΤΟΧΟΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Οι κύριοι στόχοι μάρκετινγκ συνοψίζονται ως εξής:

- Οι πωλήσεις μας να φτάσουν τον πρώτο χρόνο στις **96.600,00**.
- Δημιουργία και εδραίωση πελατοκεντρικής υποδομής και εικόνας.
- Δημιουργία νέων, πρωτοποριακών καναλιών και μηχανισμών για αρχικές και επαναληπτικές πωλήσεις.
- Δημιουργία μηχανισμών συνεργασίας και πιστότητας με πελάτες επιχειρήσεων.

## 2.15 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Η διανομή θα γίνεται από τον υπεύθυνο μάρκετινγκ, τουλάχιστον για τα πρώτα χρόνια, όπου η προσωπική σχέση με τους πελάτες θα είναι ιδιαίτερα σημαντική για την διείσδυση στην αγορά.

Για αρχή, θα χρησιμοποιείται ένα κλειστό van «πολλαπλών χρήσεων» της εταιρείας, με το σήμα της επιχείρησής μας πάνω του. Γεωγραφικά θα καλύπτεται ο νομός Ρεθύμνης.

## 2.16 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

ΕΙΔΟΣ	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ
Κρασί λευκό σε γυάλινη φιάλη των 0,75 lt	3,00
Κρασί λευκό σε ασκό των 5 lt	7,00
Κρασί λευκό σε ασκό των 10 lt	12,00
Κρασί λευκό σε ασκό των 20 lt	23,00
Κρασί ροζέ σε γυάλινη φιάλη των 0,75 lt	4,00
Κρασί ροζέ σε ασκό των 5 lt	8,00
Κρασί ροζέ σε ασκό των 10 lt	13,00
Κρασί ροζέ σε ασκό των 20 lt	24,00
Κρασί κόκκινο σε γυάλινη φιάλη των 0,75 lt	5,00
Κρασί κόκκινο σε ασκό των 5 lt	9,00
Κρασί κόκκινο σε ασκό των 10 lt	15,00
Κρασί κόκκινο σε ασκό των 20 lt	28,00

## 2.17 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

Τα εργαλεία προώθησης που θα χρησιμοποιήσουμε είναι τα εξής:

Εργαλείο προώθησης
Διαφημίσεις στην τηλεόραση
Διαφημίσεις στο ραδιόφωνο
Διαφημιστικά φυλλάδια
Αφίσες
Παρουσία στο Internet
Μικρά διαφημιστικά μπουκαλάκια δείγματος

## 2.18 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

- Σε ποιο κοινό απευθυνόμαστε;

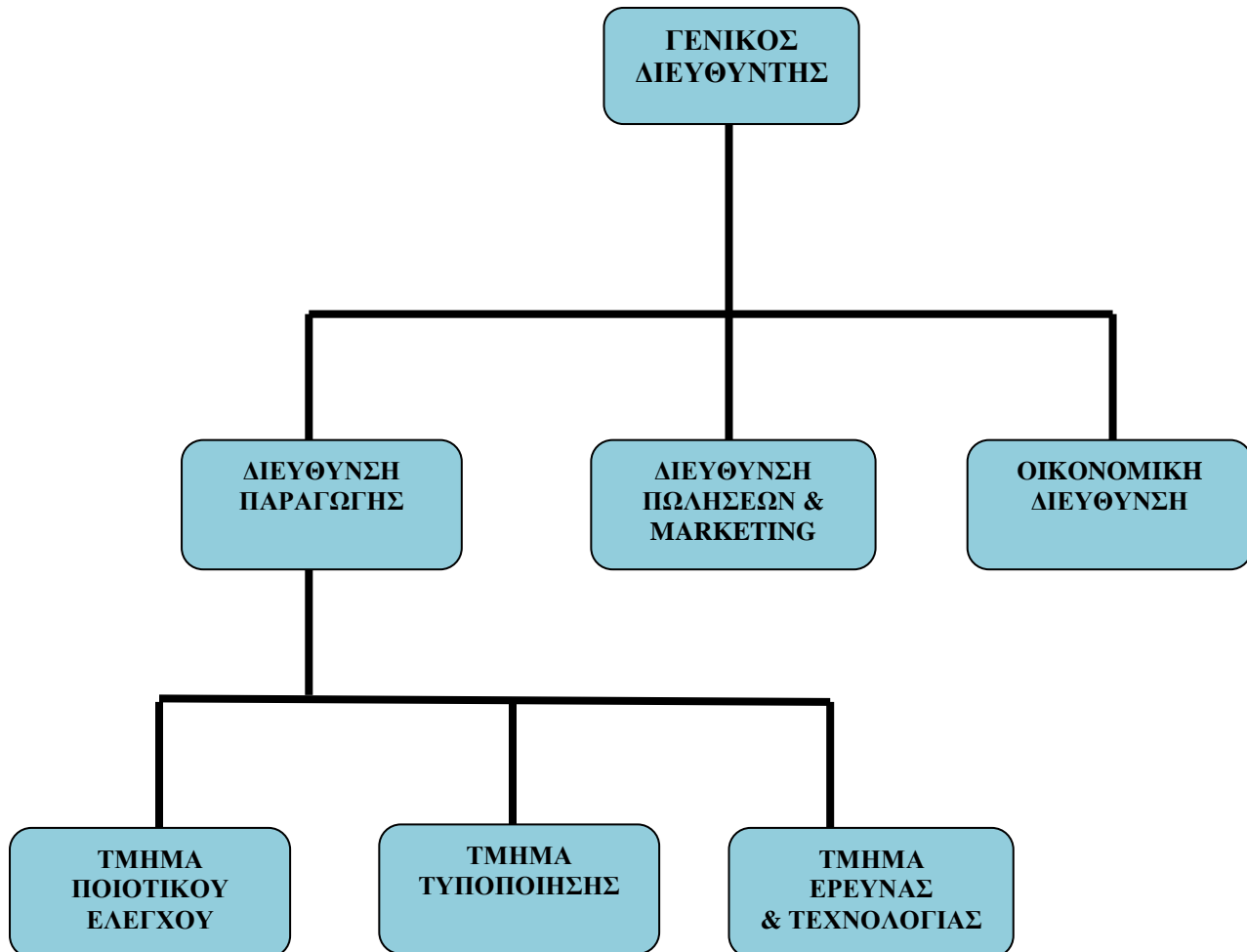
Για αρχή, σε κάτοικους στο Ρέθυμνο, άτομα εξωστρεφείς που τους αρέσουν να εντυπωσιάζουν, οικογένειες, παρέες και άτομα που είναι λάτρεις του κρασιού.

- Ποιο είναι το μήνυμα που θέλουμε να δώσουμε;

Ότι η 'Ευλογία' είναι απόλυτη θεϊκή απόλαυση γεύσης και χαρίζει στους πελάτες της ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επίσης, είναι ανοικτής βιολογικής καλλιέργειας, έχει πιστοποιημένη παραγωγή, είναι η επιλογή των καλύτερων εστιατορίων και είναι παραδοσιακά ελληνική.

## 2.19 ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Το οργανόγραμμα και η στελέχωση της επιχείρησης είναι ως εξής:



<b>ΚΑΤΑΞΗ ΘΕΣΕΩΝ</b>	
<b>Θέση</b>	<b>Αριθμός Υπαλλήλων</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ</b>	
Γενικός Διευθυντής	1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>1</b>
<b>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ</b>	
Διευθυντής Παραγωγής	1
Γεωπόνος	1
Εργάτες Γενικών Καθηκόντων	11
Εργάτες Παραγωγής	20
Θερμαστής	1
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>34</b>
<b>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ</b>	
Οικονομικός Διευθυντής	1
Λογιστής	1
Βοηθός Λογιστή	1
Υπάλληλος Γραφείου	2
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>5</b>
<b>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ &amp; MARKETING</b>	
Οδηγοί	5
Πωλητές	5
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>10</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>50</b>

## **2.20 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Η διαδικασία αξιολόγησης και επιλογής προμηθευτή γίνεται με σωστή, ελεγχόμενη διαδικασία ώστε να καλύπτει την άριστη, φυσική και αξιόπιστη πρώτη ύλη για το καλύτερο αποτέλεσμα.



## 2.21 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Οι συνθήκες που αναμένεται να επηρεάσουν το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρησή μας είναι οι ακόλουθες:

- **Πολιτικό - νομικό περιβάλλον:** Προσπαθούμε να ενημερωθούμε για τους νόμους, τα διατάγματα και τις υπουργικές αποφάσεις που αφορούν τη χώρα μας, τη νομοθεσία προστασίας περιβάλλοντος, την πολιτική του ανταγωνισμού, την πολιτική εξωτερικού εμπορίου, την εργασιακή νομοθεσία της χώρας και το κατά πόσο υπάρχει ή όχι κυβερνητική σταθερότητα.
- **Οικονομικό περιβάλλον:** Ενημερωνόμαστε για το ποια είναι η σημερινή φάση του οικονομικού κύκλου, πού βρίσκεται σήμερα το ΑΕΠ, ποια είναι η πολιτική φορολογίας, πού κυμαίνονται τα επιτόκια, τι επηρεάζει σήμερα την προσφορά και τη ζήτηση χρήματος, σε ποιο επίπεδο κυμαίνονται ο πληθωρισμός και η ανεργία, ποια είναι σήμερα η διαθεσιμότητα του εισοδήματος και τέλος ποια είναι η διαθεσιμότητα και το κόστος ενέργειας.
- **Κοινωνικό - πολιτιστικό περιβάλλον:** Παρατηρούμε ποιες είναι οι νέες αλλαγές του τρόπου ζωής και σε ποια επίπεδα βρίσκεται ο καταναλωτισμός.
- **Τεχνολογικό περιβάλλον:** Ενημερωνόμαστε για το ποια τεχνολογία είναι διαθέσιμη σήμερα και ποιες είναι οι νέες ανακαλύψεις και σε ποιους τομείς.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup><http://www.kariera.gr/>

## 2.22 ΚΟΣΤΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

<b>ΚΤΙΡΙΑΚΑ</b>	
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>250.000,00</b>

<b>ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΧΩΡΟΣ</b>					
Α/Α	Περιγραφή	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή μονάδος	Κόστος
1	Σκυρόδεμα δαπέδου 100 τ.μ.	μ3	20,00	120,00	2.400,00
2	Τοιχίο από οπλισμένο σκυρόδεμα	μ3	40,00	220,00	8.800,00
3	Εξωτερικές καγκελόπορτες	μ2	7,00	500,00	3.500,00
4	Λιθοδομή περιφραξής	μ2	20,00	115,00	2.300,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>					<b>17.000,00</b>

<b>ΜΕΛΕΤΕΣ</b>					
Α/Α	Περιγραφή	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή μονάδος	Κόστος
1	Μελέτη ISO	Κατ' αποκοπή	1,00	7.000,00	7.000,00
2	Πιστοποίηση ISO	Κατ' αποκοπή	1,00	3.000,00	3.000,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>					<b>10.000,00</b>

<b>ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ</b>					
Α/Α	Περιγραφή	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή μονάδος	Κόστος
1	Ηλεκτρονική γεφυροπλάστιγγα 10 X 3 μέτρα ζυγιστικής ικανότητας 30 τόνων	Τεμάχια	1,00	15.000,00	15.000,00
2	Πλυστικό μηχάνημα	Τεμάχια	1,00	400,00	400,00
3	Ηλεκτρονικός υπολογιστής, UPS, οθόνη, πολυμηχάνημα, φόρμες παραστατικών και πρόγραμμα εμπορικής διαχείρισης	Σετ	1,00	4.600,00	4.600,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>					<b>20.000,00</b>

<b>ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ</b>		
Α/Α	Εργαλείο διανομής	Κόστος
1	Φορητό	40.000,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>40.000,00</b>

**ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

A/A	Περιγραφή	Μονάδα μέτρησης	Ποσότητα	Τιμή μονάδος	Κόστος	HP	KW
1	Απορογιτήρας - Εκραγιστήρας - διαχωριστήρας ΒΕΤΑ 90 Ανοξειδωτος	Τεμάχια	1,00	3.500,00	3.500,00	4,00	3,00
2	Πνευματικό πιεστήριο PSP 15 προγραμμάτων	Τεμάχια	1,00	12.000,00	12.000,00	4,40	5,90
3	Αναβατώριο υπολειμμάτων στεμφύλλων με σκάφη συλλογής, κοχλία 3 μέτρων και μοτέρ μειωτήρα 2 HP	Σετ	1,00	2.500,00	2.500,00	2,00	1,50
4	Αντλία σταφυλοπολτού ανοξειδωτη, τροχήλατη με σωλήνα τροφοδοσίας και αναρρόφησης	Σετ	1,00	1.500,00	1.500,00	3,00	2,25
5	Αντλία εμβολοφόρα με σωλήνα τροφοδοσίας και αναρρόφησης	Σετ	1,00	5.500,00	5.500,00	2,50	1,88
6	Αντλία σταφυλοπολτού ανοξειδωτη με σωλήνα τροφοδοσίας και αναρρόφησης	Σετ	1,00	6.000,00	6.000,00	5,50	4,13
7	Φίλτρο πλακών	Τεμάχια	1,00	4.000,00	4.000,00		
8	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 5000 λίτρων με μανδύα ψύξης	Τεμάχια	1,00	5.000,00	5.000,00		
9	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 10000 λίτρων με μανδύα ψύξης	Τεμάχια	1,00	6.000,00	6.000,00		
10	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 2000 λίτρων	Τεμάχια	5,00	2.500,00	12.500,00		
11	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 3000 λίτρων	Τεμάχια	3,00	3.500,00	10.500,00		
12	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 5000 λίτρων	Τεμάχια	8,00	4.200,00	33.600,00		
13	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 7000 λίτρων	Τεμάχια	3,00	4.200,00	12.600,00		
14	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 10000 λίτρων	Τεμάχια	1,00	6.500,00	6.500,00		
15	Δεξαμενή αποθήκευσης και ωρίμανσης 1800 λίτρων πνευματική	Τεμάχια	3,00	2.200,00	6.600,00		

16	Σταθεροποιητής - δεξαμενή ωρίμανσης 2000 λίτρων με μανδύα και μόνωση	Τεμάχια	1,00	5.600,00	5.600,00		
17	Σταθεροποιητής - δεξαμενή ωρίμανσης 2800 λίτρων με μανδύα και μόνωση	Τεμάχια	1,00	6.000,00	6.000,00		
18	Οινοποιητής - δεξαμενή ωρίμανσης 3000 λίτρων με μανδύα ψύξης	Τεμάχια	1,00	4.500,00	4.500,00		
19	Οινοποιητής - δεξαμενή ωρίμανσης 5000 λίτρων με μανδύα ψύξης	Τεμάχια	2,00	6.000,00	12.000,00		
20	Αερόψυκτος βιομηχανικός ψύκτης με σύστημα αυτοματισμού	Σετ	1,00	6.000,00	6.000,00		6,40
21	Σωληνώσεις χάλκινες μεταφοράς ψυκτικού υγρού από το μηχάνημα ψύξης στις δεξαμενές οινοποίησης και στους σταθεροποιητές	Κατ' αποκοπή	1,00	3.000,00	3.000,00		
22	Εταιροθερμικός υδροπνεύμωνας 300 λίτρων	Τεμάχια	1,00	388,00	388,00		
23	Ημιαυτόματο ξεβγαλτικό - αποστειρωτικό φιαλών	Τεμάχια	1,00	3.000,00	3.000,00		
24	Βάση στεγνώματος μπουκαλιών	Τεμάχια	1,00	12,00	12,00		
25	Εμφιαλωτική σειρά με γεμιστικό 9 μπεκ και ταπωτικό φελλού	Σετ	1,00	20.000,00	20.000,00		
26	Καψυλλιέρα ανοξείδωτη	Τεμάχια	1,00	200,00	200,00		
27	Ετικετέζα μονής - διπλής όψης	Τεμάχια	1,00	5.200,00	5.200,00	0,80	0,60
28	Γεμιστικό για bag in box	Σετ	1,00	5.800,00	5.800,00		
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>				<b>200.000,00</b>	22,20	25,65

<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ (σε ευρώ)</b>					
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΣΕ ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΙΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 3 &amp; 1 ΤΟΥ ΜΟΜΟΥ 3299/2004 ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΟΠΟ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ</b>				<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ (ΣΕ €)</b>	
		<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 1</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 2</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 3</b>	
Περίπτωση τομέα (α-ε) και υποπερίπτωση τομέα (ι, ιι, ιιι ...) του Άρθρου 3 παρ 1 **		Άρθρο 3, παρ.1 περ. β, ιιι			<b>537.000,00</b>
"ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ" υπαγόμενου σχεδίου (άρθρου 3§1)		Κατηγορία 1			
Τόπος εγκατάστασης (Νομός, περιοχή) :		Ν.ΡΕΘΥΜΝΗΣ			
ΚΤΙΡΙΑΚΑ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ	250.000,00			<b>250.000,00</b>
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ	200.000,00			<b>200.000,00</b>
	LEASING				
	ΣΥΝΟΛΟ	200.000,00			<b>200.000,00</b>
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ				
	LEASING				
	ΣΥΝΟΛΟ				
ΜΕΤΑΦΟΡΑ & ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΜΗΧ/ΚΟΥ & Λ.ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ				
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ				
	LEASING				
	ΣΥΝΟΛΟ				
ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ	40.000,00			<b>40.000,00</b>
ΑΓΟΡΑ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ				
ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ	20.000,00			<b>20.000,00</b>
	LEASING				
	ΣΥΝΟΛΟ	20.000,00			<b>20.000,00</b>
ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ	17.000,00			<b>17.000,00</b>
ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ				
	ΣΥΝΟΛΟ				
ΣΥΝΟΛΟ ΑΡΧΙΚΗΣ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ	487.000,00			<b>487.000,00</b>
	LEASING				
	ΣΥΝΟΛΟ	487.000,00			<b>487.000,00</b>
ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΕΛΕΤΩΝ		10.000,00			<b>10.000,00</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>		<b>537.000,00</b>			<b>537.000,00</b>

<b>ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b>				
ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΟΣΩΝ (ΣΕ €) ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ - ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ & ΔΑΝΕΙΩΝ , LEASING ΚΑΤΑ ΕΝΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ 1η ΔΕΣΜΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ Ν.3299/2004 ΑΡΘΡΟ 5 § 3 - ΑΡΘΡΟ 4 §1α - ΑΡΘΡΟ 5 §7&8				
<b><u>ΕΠΙ ΜΕΡΟΥΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ</u></b>				
<b>α. ΑΡΧΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ</b>				
<b>α1. ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ</b>				
<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 1</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 2</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 3</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ (α1)</b>
ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	487.000,00 €			487.000,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	25%			25% (μ.ό %)
ΠΟΣΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	121.750,00 €			121.750,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ %	34%			34% (μ.ό %)
ΠΟΣΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ	165.580,00 €			165.580,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	41%			41% (μ.ό %)
ΠΟΣΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	199.670,00 €			199.670,00 €
<b>α2. ΕΠΕΝΔΥΣΗ LEASING</b>				
<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 1</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 2</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 3</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ (α2)</b>
ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	0,00 €			0,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ %	0%			0% (μ.ό %)
ΠΟΣΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ	0,00 €			0,00 €
<b>β. ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΕΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΑΜΟΙΒΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΣΥΝΔΕΟΜΕΝΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ (μόνο για ΜΜΕ)</b>				
<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 1</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 2</b>	<b>ΕΝΟΤΗΤΑ 3</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ (β)</b>
ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	10.000,00 €			10.000,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	25%			25% (μ.ό %)
ΠΟΣΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	2.500,00 €			2.500,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ %	34%			34% (μ.ό %)

ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ	3.400,00 €			3.400,00 €
ΠΟΣΟΣΤΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	41%			41% (μ.ό %)
ΠΟΣΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	4.100,00 €			4.100,00 €
<b><u>ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΧΡΗΜΑΤΟΛΟΤΙΚΑ ΣΧΗΜΑΤΑ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ</u></b>				
<b>γ. ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ - ΑΡΧΙΚΗ &amp; ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ - (ΕΚΤΟΣ LEASING) (κεφάλαιο α1+β)</b>	<b>ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ (ΑΡΧΙΚΗ)</b>	<b>ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΕΛΕΤΩΝ &amp; ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ (γ)</b>	
ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ	487.000,00 €	10.000,00 €	497.000,00 €	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	25%	25%	50% (μ.ό %)	
ΠΟΣΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	121.750,00 €	2.500,00 €	124.250,00 €	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ %	34%	34%	68% (μ.ό %)	
ΠΟΣΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ	165.580,00 €	3.400,00 €	168.980,00 €	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	41%	41%	82% (μ.ό %)	
ΠΟΣΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	199.670,00 €	4.100,00 €	203.770,00 €	
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ (ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ + LEASING) (κεφάλαιο γ+α2)</b>	<b>ΣΥΜΒΑΤΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ (γ)</b>	<b>ΕΠΕΝΔΥΣΗ LEASING</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	
ΠΟΣΟ ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΗΣ	497.000,00 €	0,00 €	497.000,00 €	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	25%		25% (μ.ό %)	
ΠΟΣΟ ΙΔΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	124.250,00 €		124.250,00 €	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ %	34%	0%	34% (μ.ό %)	
ΠΟΣΟ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ	168.980,00 €	0,00 €	168.980,00 €	
ΠΟΣΟΣΤΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	41%		41% (μ.ό %)	
ΠΟΣΟ ΔΑΝΕΙΟΥ	203.770,00 €		203.770,00 €	

**2.23 ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ (3 ΧΡΟΝΩΝ)**

ΧΡΟΝΙΚΗ ΚΑΙΜΑΚΩΣΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΡΓΟΥ													
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΞΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	1ο ΕΞΑΜΗΝΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	2ο ΕΞΑΜΗΝΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	3ο ΕΞΑΜΗΝΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	4ο ΕΞΑΜΗΝΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	5ο ΕΞΑΜΗΝΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	6ο ΕΞΑΜΗΝΟ
ΚΤΙΡΙΑΚΑ	250.000,00	40%	100.000,00	60%	150.000,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	200.000,00		0,00		0,00	50%	100.000,00	50%	100.000,00		0,00		0,00
ΜΕΤ & ΕΓΚ. ΜΗΧ/ΤΩΝ	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	20.000,00		0,00		0,00	50%	10.000,00	50%	10.000,00		0,00		0,00
ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ	40.000,00		0,00	50%	20.000,00	50%	20.000,00		0,00		0,00		0,00
ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ	17.000,00		0,00		0,00	100%	17.000,00		0,00		0,00		0,00
ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ΑΓΟΡΑ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
ΑΥΛΕΣ ΠΑΓΙΟΠΟΙΟΥΜΕΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ (ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΜΜΕ)	10.000,00		0,00		0,00		0,00	100%	10.000,00		0,00		0,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>537.000,00</b>		<b>100.000,00</b>		<b>170.000,00</b>		<b>147.000,00</b>		<b>120.000,00</b>		<b>0,00</b>		<b>0,00</b>



ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ					
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ <sup>28</sup>	ΑΞΙΑ ΠΡΟΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ (ΣΕ €)		
			1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
ΚΤΙΡΙΑΚΑ	4%	250.000,00	10.000,00	9.600,00	9.216,00
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	10%	200.000,00	20.000,00	18.000,00	16.200,00
ΜΕΤ & ΕΓΚ. ΜΗΧ/ΤΩΝ		0,00	0,00	0,00	0,00
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ		0,00	0,00	0,00	0,00
ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	10%	20.000,00	2.000,00	1.800,00	1.620,00
ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ	12%	40.000,00	4.800,00	4.224,00	3.717,10
ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΧΩΡΟΥ	4%	17.000,00	680,00	652,80	626,70
ΕΡΓΑ ΥΠΟΔΟΜΗΣ		0,00	0,00	0,00	0,00
ΑΓΟΡΑ ΤΕΧΝΟΓΝΩΣΙΑΣ		0,00	0,00	0,00	0,00
ΑΥΛΕΣ ΠΑΓΙΟΠΟΙΟΥΜΕΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ (ΜΕΛΕΤΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΜΜΕ)	20%	10.000,00	2.000,00	1.600,00	1.280,00
ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ		0,00	0,00	0,00	0,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>537.000,00</b>	<b>39.480,00</b>	<b>35.876,80</b>	<b>32.659,80</b>

<sup>28</sup>Οι συντελεστές απόσβεσης είναι σύμφωνα με το <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/17264>

ΠΑΡΑΓΩΓΗ					
1ο ΕΤΟΣ		2ο ΕΤΟΣ		3ο ΕΤΟΣ	
Ημέρες εργασίας	250 ημέρες	Ημέρες εργασίας	250 ημέρες	Ημέρες εργασίας	250 ημέρες
Συνολικές βάρδιες	1	Συνολικές βάρδιες	1	Συνολικές βάρδιες	1
Διάρκεια βάρδιας	8	Διάρκεια βάρδιας	8	Διάρκεια βάρδιας	8
Συνολικές ώρες λειτουργίας	2.000	Συνολικές ώρες λειτουργίας	2.000	Συνολικές ώρες λειτουργίας	2.000
Συνολική ωριαία Παραγωγική Δυναμικότητα μετά την νέα επένδυση	15 λίτρα κρασί	Συνολική ωριαία Παραγωγική Δυναμικότητα μετά την νέα επένδυση	15 λίτρα κρασί	Συνολική ωριαία Παραγωγική Δυναμικότητα μετά την νέα επένδυση	15 λίτρα κρασί
Συνολική ετήσια Παραγωγική Δυναμικότητα μετά την νέα επένδυση	30.000 λίτρα κρασί	Συνολική ετήσια Παραγωγική Δυναμικότητα μετά την νέα επένδυση	30.000 λίτρα κρασί	Συνολική ετήσια Παραγωγική Δυναμικότητα μετά την νέα επένδυση	30.000 λίτρα κρασί
Βαθμός απασχόλησης δυναμικότητας μονάδος (%)	<b>80,00%</b>	Βαθμός απασχόλησης δυναμικότητας μονάδος (%)	<b>85,00%</b>	Βαθμός απασχόλησης δυναμικότητας μονάδος (%)	<b>88,00%</b>

ΠΡΩΤΕΣ ΥΛΕΣ							
ΕΙΔΗ ΣΤΑΦΥΛΙΩΝ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΟΣ	ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΛΩΣΕΙΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ			ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΑΞΙΕΣ ΑΝΑΛΩΣΕΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ		
		ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΚΙΛΑ			ΑΞΙΑ ΣΕ €		
		1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
<b>ΓΙΑ ΛΕΥΚΟ ΚΡΑΣΙ</b>							
Βιλάνα	0,28	4.468,80	4.692,24	4.926,85	1.251,26	1.313,83	1.379,52
Βιδιανό	0,50	1.915,20	2.010,96	2.111,51	957,60	1.005,48	1.055,75
<b>ΓΙΑ ΡΟΖΕ ΚΡΑΣΙ</b>							
Μαντηλάρι	0,25	1.915,20	2.010,96	2.111,51	478,80	502,74	527,88
Κοτσιφάλι	0,25	1.915,20	2.010,96	2.111,51	478,80	502,74	527,88
Λιάτικο	0,23	1.915,20	2.010,96	2.111,51	440,50	462,52	485,65
Σουλτανί	0,22	1.915,20	2.010,96	2.111,51	421,34	442,41	464,53
Ροζακί	0,24	1.915,20	2.010,96	2.111,51	459,65	482,63	506,76
<b>ΓΙΑ ΚΟΚΚΙΝΟ ΚΡΑΣΙ</b>							
Μαντηλάρι	0,25	5.107,20	5.362,56	5.630,69	1.276,80	1.340,64	1.407,67
Κοτσιφάλι	0,25	5.107,20	5.362,56	5.630,69	1.276,80	1.340,64	1.407,67
Λιάτικο	0,23	5.745,60	6.032,88	6.334,52	1.321,49	1.387,56	1.456,94
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>							
		<b>31.920,00</b>	<b>33.516,00</b>	<b>35.191,80</b>	<b>8.363,04</b>	<b>8.781,19</b>	<b>9.220,25</b>

<b>ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ</b>							
<b>ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΥΛΕΣ &amp; ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ</b>	<b>ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΟΣ</b>	<b>ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΛΩΣΕΙΣ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΥΛΩΝ &amp; ΥΛΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ</b>			<b>ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΕΣ ΑΞΙΕΣ ΑΝΑΛΩΣΕΩΝ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΥΛΩΝ &amp; ΥΛΙΚΩΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ</b>		
		<b>ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΕΜΑΧΙΑ</b>			<b>ΑΞΙΑ ΣΕ €</b>		
		<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
Φιάλες 750 ml	0,18	19.200,00	20.160,00	21.168,00	3.456,00	3.628,80	3.810,24
Φελοί	0,10	19.200,00	20.160,00	21.168,00	1.920,00	2.016,00	2.116,80
Κάψουλες	0,02	19.200,00	20.160,00	21.168,00	288,00	302,40	317,52
Κουτί συσκευασίας 12 φιαλών	0,50	1.600,00	1.680,00	1.764,00	800,00	840,00	882,00
Ασκός εσωτερικός 5 lt	0,22	720,00	756,00	794,00	158,40	166,32	174,64
Ασκός εσωτερικός 10 lt	0,56	360,00	378,00	397,00	201,60	211,68	222,26
Ασκός εσωτερικός 20 lt	0,90	120,00	126,00	132,00	108,00	113,40	119,07
Εξωτερικό χάρτινο κουτί ασκού 5 lt	0,22	720,00	756,00	794,00	158,40	166,32	174,64
Εξωτερικό χάρτινο κουτί ασκού 10 lt	0,50	360,00	378,00	397,00	180,00	189,00	198,45
Εξωτερικό χάρτινο κουτί ασκού 20 lt	0,79	120,00	126,00	132,00	94,80	99,54	104,52
Χαρτόκουτο συσκευασίας ασκών 5 lt	0,42	180,00	189,00	198,00	75,60	79,38	83,35
Χαρτόκουτο συσκευασίας ασκών 10 lt	0,40	180,00	189,00	198,00	72,00	75,60	79,38
Ετικέτες φιαλών	0,02	19.200,00	20.160,00	21.168,00	384,00	403,20	423,36
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>81.160</b>	<b>85.218</b>	<b>89.479</b>	<b>8.040,80</b>	<b>8.442,84</b>	<b>8.864,98</b>

ΠΩΛΗΣΕΙΣ							
ΠΡΟΙΟΝΤΑ	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ	ΠΟΣΟΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ			ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΥ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ		
		ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΣΕ ΛΙΤΡΑ			ΠΟΣΑ ΣΕ €		
		1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ</b>							
Κρασί λευκό σε γυάλινη φιάλη των 0,75 lt	3,00	2.880,00	3.024,00	3.175,00	11.520,00	12.096,00	12.700,80
Κρασί λευκό σε ασκό των 5 lt	7,00	720,00	756,00	794,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32
Κρασί λευκό σε ασκό των 10 lt	12,00	720,00	756,00	794,00	864,00	907,20	952,56
Κρασί λευκό σε ασκό των 20 lt	23,00	480,00	504,00	529,00	552,00	579,60	608,58
Κρασί ροζέ σε γυάλινη φιάλη των 0,75 lt	4,00	4.320,00	4.536,00	4.763,00	23.040,00	24.192,00	25.401,60
Κρασί ροζέ σε ασκό των 5 lt	8,00	1.080,00	1.134,00	1.191,00	1.728,00	1.814,40	1.905,12
Κρασί ροζέ σε ασκό των 10 lt	13,00	1.080,00	1.134,00	1.191,00	1.404,00	1.474,20	1.547,91
Κρασί ροζέ σε ασκό των 20 lt	24,00	720,00	756,00	794,00	864,00	907,20	952,56
Κρασί κόκκινο σε γυάλινη φιάλη των 0,75 lt	5,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	48.000,00	50.400,00	52.920,00
Κρασί κόκκινο σε ασκό των 5 lt	9,00	1.800,00	1.890,00	1.985,00	3.240,00	3.402,00	3.572,10
Κρασί κόκκινο σε ασκό των 10 lt	15,00	1.800,00	1.890,00	1.985,00	2.700,00	2.835,00	2.976,75
Κρασί κόκκινο σε ασκό των 20 lt	28,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.680,00	1.764,00	1.852,20
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>24.000,00</b>	<b>25.200,00</b>	<b>26.460,00</b>	<b>96.600,00</b>	<b>101.430,00</b>	<b>106.501,50</b>
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ</b>							
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ &amp; ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ)</b>							
		<b>24.000,00</b>	<b>25.200,00</b>	<b>26.460,00</b>	<b>96.600,00</b>	<b>101.430,00</b>	<b>106.501,50</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ</b>					<b>96.600,00</b>	<b>101.430,00</b>	<b>106.501,50</b>
<b>ΕΣΟΔΑ ΛΟΙΠΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ</b>					0,00	0,00	0,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ</b>					<b>96.600,00</b>	<b>101.430,00</b>	<b>106.501,50</b>

<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΙΠΩΝ ΕΞΟΔΩΝ</b>				
<b>A/A</b>	<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΔΑΠΑΝΗΣ</b>	<b>ΠΟΣΑ ΣΕ €</b>		
		<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
1	Βιομηχανικό νερό	1.500,00	1.575,00	1.653,75
2	Ασφάλιστρα Παγίων	2.148,00	2.212,44	2.278,81
3	Ασφάλιστρα λοιπά (εμπορευμάτων κλπ)	0,00	0,00	0,00
4	Δαπάνες δικαιωμάτων τεχνογνωσίας (royalties, fees κλπ)	0,00	0,00	0,00
5	Δαπάνες δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (μεταλλείων, λατομείων κλπ)	0,00	0,00	0,00
6	Δαπάνες φύλαξης (security)	2.000,00	2.100,00	2.205,00
7	Δαπάνες συνεργείων καθαρισμού	0,00	0,00	0,00
8	Τέλη & Δημοτικοί φόροι	2.000,00	2.060,00	2.121,80
9	Διατροφή προσωπικού	0,00	0,00	0,00
10	Λειτουργικές δαπάνες προστασίας & αποκατάστασης περιβάλλοντος	0,00	0,00	0,00
11	Ανταλλακτικά παγίων παραγωγής	1.540,00	1.617,00	1.697,85
12	Λοιπά αναλώσιμα παραγωγής (φίλτρα)	1.600,00	1.680,00	1.764,00
13	Λοιπά βιομηχανικά έξοδα παραγωγής	1.500,00	1.575,00	1.653,75
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>12.288,00</b>	<b>12.819,44</b>	<b>13.374,96</b>

<b>ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ</b>				
<b>A/A</b>	<b>ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
1	Διαφημίσεις στην τηλεόραση	1.000,00	1.100,00	1.200,00
2	Διαφημίσεις στο ραδιόφωνο	500,00	550,00	600,00
3	Διαφημιστικά φυλλάδια	500,00	550,00	700,00
4	Αφίσες	300,00	300,00	400,00
5	Παρουσία στο Internet	200,00	200,00	300,00
6	Μικρά διαφημιστικά μπουκαλάκια δείγματος	1.000,00	1.100,00	600,00
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>3.500,00</b>	<b>3.800,00</b>	<b>3.800,00</b>

<b>ΕΞΟΔΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b>			
<b>ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
<b>60 Αμοιβές και έξοδα προσωπικού</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>61 Αμοιβές και έξοδα τρίτων</b>	<b>3.600,00</b>	<b>3.960,00</b>	<b>4.356,00</b>
<b>62 Παροχές τρίτων</b>	<b>2.900,00</b>	<b>3.105,00</b>	<b>3.326,25</b>
Τηλεπικοινωνίες	1.200,00	1.320,00	1.452,00
Ταχυδρομικά	500,00	525,00	551,25
Ηλεκτρική ενέργεια	1.200,00	1.260,00	1.323,00
<b>64 Διάφορα έξοδα</b>	<b>2.500,00</b>	<b>2.700,00</b>	<b>2.917,50</b>
Έξοδα συνδρομών - εισφορών	500,00	525,00	551,25
Έντυπα και γραφική ύλη	500,00	525,00	551,25
Υλικά άμεσης ανάλωσης	500,00	550,00	605,00
Διάφορα έξοδα	1.000,00	1.100,00	1.210,00
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>9.000,00</b>	<b>9.765,00</b>	<b>10.599,75</b>

<b>ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΘΕΣΗΣ</b>			
<b>ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΞΟΔΩΝ</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
Έξοδα προσωπικού	0,00	0,00	0,00
Έξοδα μεταφορών	2.400,00	2.520,00	2.646,00
Έξοδα ταξιδιών	1.500,00	1.650,00	1.815,00
Έξοδα προβολής και διαφήμισης - συμμετοχή σε εκθέσεις	3.500,00	3.800,00	3.800,00
Διάφορα έξοδα	1.000,00	1.050,00	1.102,50
<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>8.400,00</b>	<b>9.020,00</b>	<b>9.363,50</b>

**ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ**

Α/Α	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	ΤΙΜΗ ΜΟΝΑΔΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ			ΑΞΙΑ		
				1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ	1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
1	Ηλεκτρική ενέργεια	KW	0,13	24.624,00	25.855,20	27.148,00	3.201,10	3.361,20	27.148,00
	<b>ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ</b>			<b>24.624,00</b>	<b>25.855,20</b>	<b>27.148,00</b>	<b>3.201,10</b>	<b>3.361,20</b>	<b>27.148,00</b>



<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ</b>			
<b>Ανάλυση Κόστους</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
Πρώτες ύλες	8.363,04	8.781,19	9.220,25
Βοηθητικά υλικά παραγωγής	0,00	0,00	0,00
Υλικά συσκευασίας	8.040,80	8.442,84	8.864,98
Ημερομίσθια εργατοτεχνικού προσωπικού με το σύνολο των επιβαρύνσεών τους	0,00	0,00	0,00
Μισθοί υπαλλήλων εργοστασίου με το σύνολο των επιβαρύνσεών τους	4.000,00	4.200,00	4.410,00
Έξοδα κίνησης - λειτουργίας εργοστασίου (ηλεκτρ. ενέργεια, υγρά καύσιμα, φυσικό αέριο, κλπ.)*	3.201,12	3.361,18	3.529,23
Έξοδα συντήρησης και επισκευών παραγωγής	1.750,00	1.837,50	1.929,38
Εργασίες από τρίτους	0,00	0,00	0,00
Λοιπά έξοδα **	12.288,00	12.819,44	13.374,96
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ</b>	<b>37.642,96</b>	<b>39.442,15</b>	<b>41.328,81</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ</b>	<b>77.122,96</b>	<b>75.318,95</b>	<b>73.988,61</b>
<b>ΠΟΣΟΣΤΟ Α' ΥΛΩΝ &amp; ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΥΛΩΝ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΧΘΕΝΤΩΝ</b>	<b>10,84%</b>	<b>11,66%</b>	<b>12,46%</b>
<b>ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ 3ΕΤΙΑΣ</b>	<b>11,65%</b>		

\* Μεταφέρονται από τον πίνακα "ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ".

\*\* Μεταφέρονται από τον πίνακα "ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΟΙΠΩΝ ΕΞΟΔΩΝ".

ΑΝΑΓΚΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ				
	ΗΜΕΡΕΣ ΔΕΣΜΕΥΣΗΣ	ΠΟΣΑ ΣΕ €		
		1ο ΕΤΟΣ	2ο ΕΤΟΣ	3ο ΕΤΟΣ
Δεσμεύσεις για:				
(1) Αποθέματα πρώτων και βοηθητικών υλών	1	23,23	24,39	25,61
(2) Αποθέματα υλικών συσκευασίας	30	670,07	703,57	738,75
(3) Αποθέματα ετοιμών	30	2.000,00	2.100,00	2.205,00
(4) Πιστώσεις προς πελατεία (ανοικτός λογαριασμός & επιταγές κλπ)	15	4.025,00	4.226,25	4.437,56
(5) Αναγκαία διαθέσιμα	20	3.040,04	3.216,04	3.385,38
- Μείον Πιστώσεις Προμήθειας πρώτων κλπ υλών	60	2.733,97	2.870,67	3.014,21
<b>Αναγκαίο κεφάλαιο κίνησης</b>		<b>7.024,36</b>	<b>7.399,58</b>	<b>7.778,09</b>

Τρόπος χρηματοδότησης				
<b>Ίδια Κεφάλαια</b>				
		1.826,33	2.959,83	3.111,24
α. Αυτοχρηματοδότηση				
β. Νέες εισφορές φορέα επένδυσης				
		1.826,33	2.959,83	3.111,24
<b>Ξένα Κεφάλαια</b>				
		5.198,03	4.439,75	4.666,86
α. Μεσοπρόθεσμα				
β. Βραχυπρόθεσμα				
		5.198,03	4.439,75	4.666,86
<b>Διευκρινήσεις:</b>		<b>Όροι Δανεισμού</b>		
α. Απαιτούμενος χρόνος προμήθειας πρώτων και βοηθητικών υλών εσωτερικού εξωτερικού 1 ημέρα.		Επιτόκιο		
β. Όροι προμήθειάς τους: Επί πιστώσει: 100% Διάρκεια πιστώσεως 60 ημέρες		10,00%		
γ. Χρόνος παραμονής της α' ύλης στην παραγωγική διαδικασία 0 ημέρες.				
δ. Όροι διενέργειας των πωλήσεων: Μέση Διάρκεια πίστωσης 15 ημέρες.				

<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΩΝ ΔΟΣΕΩΝ ΔΑΝΕΙΟΥ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ</b> (ΣΕ €)	
ΥΨΟΣ ΔΑΝΕΙΟΥ	<b>203.770,00 €</b>
ΕΤΗΣΙΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ	<b>7,5%</b>
ΕΞΑΜΗΝΙΑΙΟ ΕΠΙΤΟΚΙΟ	<b>3,7%</b>
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΔΟΣΗΣ	<b>6</b> (ΕΞΑΜΗΝΑ)
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΔΑΝΕΙΟΥ	<b>14</b> (ΕΞΑΜΗΝΑ)
ΤΡΟΠΟΣ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ	<b>ΙΣΟΠΟΣΕΣ ΤΟΚΟΧ/ΚΕΣ ΔΟΣΕΙΣ</b>
ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΧΑΡΙΤΟΣ	(π.χ ... ΕΞΑΜΗΝΑ)
ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΠΟΣΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΚΩΝ ΠΕΡΙΟΔΟΥ ΧΑΡΙΤΟΣ	
ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΟ ΠΟΣΟ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΤΟΚΩΝ ΠΕΡ. ΧΑΡΙΤΟΣ	
ΥΨΟΣ ΔΑΝΕΙΟΥ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΕΦΑΛΑΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΚΩΝ	
ΥΨΟΣ ΤΟΚΟΧΡΕΟΛΥΤΙΚΗΣ ΔΟΣΗΣ	<b>18.888,20</b>

<b>6 ΜΗΝΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ή ΕΤΗ</b>	<b>ΤΟΚΟΣ</b>	<b>ΧΡΕΟΛΥΣΙΟ</b>	<b>ΤΟΚΟΧΡΕ ΩΛΥΣΙΟ</b>	<b>ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ</b>
1ο	7.503,20	11.384,90	18.888,20	192.385,10
2ο	7.084,00	11.804,20	18.888,20	180.580,90
3ο	6.649,40	12.238,80	18.888,20	168.342,10
4ο	6.198,70	12.689,50	18.888,20	155.652,60
5ο	5.731,50	13.156,70	18.888,20	142.495,90
6ο	5.247,00	13.641,20	18.888,20	128.854,70
7ο	4.744,70	14.143,50	18.888,20	114.711,30
8ο	4.223,90	14.664,30	18.888,20	100.047,00
9ο	3.683,90	15.204,20	18.888,20	84.842,80
10ο	3.124,10	15.764,10	18.888,20	69.078,70
11ο	2.543,60	16.344,50	18.888,20	52.734,10
12ο	1.941,80	16.946,40	18.888,20	35.787,80
13ο	1.317,80	17.570,40	18.888,20	18.217,40
14ο	670,80	18.217,40	18.888,20	-0,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>60.664,40</b>	<b>203.770,00</b>	<b>264.434,40</b>	

<b>ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΝ</b>			
	<b>ΠΟΣΑ ΣΕ €</b>		
	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>	<b>2ο ΕΤΟΣ</b>	<b>3ο ΕΤΟΣ</b>
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	96.600,00	101.430,00	106.501,50
Μείον : Κόστος πωληθέντων	37.642,96	39.442,15	41.328,81
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ	58.957,04	61.987,85	65.172,69
Μείον : Έξοδα Διοίκησης	9.000,00	9.765,00	10.599,75
Μείον : Έξοδα διάθεσης	8.400,00	9.020,00	9.363,50
Μείον : Φόροι & τέλη (εκτός φόρου εισοδήματος).	0,00	0,00	0,00
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ	41.557,04	43.202,85	45.209,44
Πλέον : διάφορα έσοδα	0,00	0,00	0,00
Μείον : Λοιπές δαπάνες	0,00	0,00	0,00
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ & ΦΟΡΩΝ	41.557,04	43.202,85	45.209,44
Μείον : τόκοι υφιστάμενων μακροπρόθεσμων δανείων	0,00	0,00	0,00
Μείον : τόκοι κατασκευαστικής περιόδου	0,00	0,00	0,00
Μείον : τόκοι μακροπρόθεσμων δανείων επένδυσης	14.587,25	12.848,07	10.978,45
Μείον : τόκοι βραχυπρόθεσμων δανείων επένδυσης	519,80	443,98	466,69
Μείον : Δόσεις leasing	0,00	0,00	0,00
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ & ΦΟΡΩΝ	26.449,99	29.910,81	33.764,31
Μείον : Αποσβέσεις (συνολικές)	39.480,00	35.876,80	32.659,81
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	-13.030,01	-5.965,99	1.104,50
Μείον: Φόρος εισοδήματος	-2.866,60	-1.252,86	220,90
ΚΑΘΑΡΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ	-10.163,41	-4.713,13	883,60

<b>ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ</b>			
	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1ο ΕΤΟΣ</b>
<b>ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ</b>			
<b>ΕΙΣΡΟΕΣ (Α1)</b>			
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ & ΦΟΡΩΝ			41.557,00
<b>ΕΚΡΟΕΣ (Β1)</b>			
Δαπάνες επένδυσης		537.000,00	
Δαπάνες κεφαλαίου κίνησης			7.024,00
Σύνολο (Β)		537.000,00	7.024,00
<b>ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ (Γ1=Α1-Β1)</b>		<b>-537.000,00</b>	<b>34.533,00</b>
<b>ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΠΕΝΔΥΣΗ</b>			
<b>ΕΙΣΡΟΕΣ (Α2)</b>			
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ & ΦΟΡΩΝ			0,00
<b>ΕΚΡΟΕΣ (Β2)</b>			
Δαπάνες επένδυσης			
Δαπάνες κεφαλαίου κίνησης			0,00
Σύνολο (Β)			0,00
<b>ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ (Γ2=Α2-Β2)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>ΔΙΑΦΟΡΑ Γ1-Γ2</b>	<b>0,00</b>	<b>-537.000,00</b>	<b>34.533,00</b>

Δαπάνες επένδυσης	497.000,00	0,00	
Λοιπές προλειτουργικές δαπάνες	0,00	0,00	
Τόκοι κατασκευαστικής περιόδου	0,00	0,00	
Συνήθειες άλλες επενδύσεις (Αναγκαίες αντικαταστάσεις, εξοπλισμού, ιματισμού κ.λπ.)	0,00	0,00	
Χρεολύσια νέου επενδυτικού δανείου	0,00	23.189,09	24.9
Χρεολύσια παλαιών μακροπρόθεσμων δανείων	0,00	0,00	
Εξυπηρέτηση πιστώσεων προμηθευτών (παγίων)	0,00	0,00	
Φόροι εισοδήματος	0,00	-2.866,60	-1.2
Μερίσματα	0,00	0,00	
Αμοιβές Δ.Σ.	0,00	0,00	
Λοιπές εκροές	0,00	0,00	
<b>ΣΥΝΟΛΟ Β</b>	<b>497.000,00</b>	<b>20.322,49</b>	<b>23.6</b>
<b>Μεταβολή Κεφαλαίου Κίνησης (Α-Β )</b>	<b>7.024,36</b>	<b>13.527,09</b>	<b>14.0</b>

Χρήση π	ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0,15	
	ΣΧΕΣΗ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	43,02	
Κερδοφορία	ΣΧΕΣΗ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	61,03	
	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	156,62	
	ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	14,48	
Αποδοτικότητα	ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	4,00	

Στο παράδειγμα του οινοποιείου «Ευλογία Ο.Ε.» παρατηρήσαμε ότι η επιχείρηση αυτή με οικονομικά για τα τρία πρώτα χρόνια στην αγορά και να είναι βιώσιμη. Αυτό μας διαπιστώσουμε, εάν ρίξουμε μια ματιά στους χρηματοοικονομικούς δείκτες της επιχείρησής μας. Παρατηρούμε τους δείκτες ρευστότητας παρατηρούμε ότι είναι μεγαλύτεροι της μονάδας που σημαίνει ότι η επιχείρησής μας καλύπτει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Επίσης οι δείκτες επίδρασης λειτουργίας έχουν ικανοποιητικές τιμές, οι δείκτες δανειακής επιβάρυνσης έχουν χαμηλές τιμές που αυτοί οι δείκτες δανειστές της επιχείρησης προτιμούν χαμηλά επίπεδα συνολικής δανειακής επιβάρυνσης, είναι ο δείκτης, τόσο περισσότερα ίδια κεφάλαια υπάρχουν για να ικανοποιηθούν οι δανειστές της επιχείρησης. Οι δείκτες χρήσης πόρων έχουν μια μικρή άνοδο με τα χρόνια που σημαίνει ότι η επιχείρησή μας χρησιμοποιεί εντατικά τα περιουσιακά της στοιχεία, έτσι ώστε να αυξήσει την κερδοφορία της. Και τέλος, οι δείκτες κερδοφορίας και αποδοτικότητας παρουσιάζουν μια μικρή άνοδο με τα χρόνια που σημαίνει ότι η επιχείρησή μας μπορεί να καλύψει τα λειτουργικά και άλλα έξοδα της και ότι είναι αποτελεσματική.

Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα δεν δίνουν την πρέπουσα σημασία στη σύνταξη ενός επιχειρησιακού σχεδίου διότι θεωρούν ότι είναι μια χρονοβόρα διαδικασία, σε αντίθεση με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων εξωτερικό που θεωρούν τη σύνταξη ενός τέτοιου σχεδίου το πιο σημαντικό κομμάτι της επιχείρησής τους και ανατρέχουν σε αυτό όταν θέλουν να λάβουν μια σημαντική απόφαση.

Επομένως, η εκπόνηση επιχειρησιακού σχεδίου βοηθά σημαντικά την πορεία της επιχείρησης προσδιορίζει τη στρατηγική που θα ακολουθήσει, τις δυνατότητες που έχει και τα εμπόδια που θα συναντήσει. Η καλή οργάνωση του σχεδίου μπορεί να πείσει τον κάθε αναγνώστη του για να προσελκύσει αρκετούς επενδυτές.



Πολλάλης Γ., Πατρινός Δ. (1999). Βιομηχανικό Marketing. Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ.

Stutely R. (2003), Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο. Αθήνα. Εκδόσεις: Α. Παπασωτηρίου

Rhonda M. Abrams (1993), The successful business plan: Secrets and Strategies. Publish  
Press.

<http://www.agronews.gr/ekmetaleuseis/elaiones-kai-abelones/arthro/100699/pos-na-ftiaxet>

<http://www.paseges.gr/el/news/Prwto-to-ellhniko-krasi-stis-protimhseis-twn-ellhnwn-kataralkooloyhwn-potwn>

<http://www.kariera.gr/>

[http://www.express.gr/news/finance/163292oz\\_20090504163292.php3](http://www.express.gr/news/finance/163292oz_20090504163292.php3)

[http://www.hellastat.com/resources/iMentor\\_wine.pdf](http://www.hellastat.com/resources/iMentor_wine.pdf)

[http://www.helexpo.gr/inst/helexpo/gallery/Detrop/2013/Reports/ICAP\\_SIOUMIS.pdf](http://www.helexpo.gr/inst/helexpo/gallery/Detrop/2013/Reports/ICAP_SIOUMIS.pdf)

<http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/17264>