

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΜΕΛΕΤΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ**



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ ΡΟΥΝΤΟΥ ΕΛΕΝΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2010

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΜΕΛΕΤΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΣΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ**



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΗΣ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ ΡΟΥΝΤΟΥ ΕΛΕΝΗΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2010

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στο εξωτερικό ο οινoturισμός είναι ένας κλάδος που ανθεί και είναι μια πρόκληση επιθυμητή αλλά και δύσκολη. Και αυτό επειδή, σε αντίθεση με τα όσα πιστεύουμε οι περισσότεροι, η επίσκεψη σε ένα οينوποιείο είναι μόνο ένα μικρό κομμάτι από το πάζλ του οινoturισμού.

Όσο αναφορά την εργασία μου αποφάσισα να ασχοληθώ με τον οινoturισμό, γιατί η χώρα μας και συγκεκριμένα η Κεντρική Μακεδονία έχει μακρά παράδοση τόσο στον τουρισμό όσο και στο κρασί. Ασχολήθηκα με τη ουσιαστική έννοια του οινoturισμού, τα επισκέψιμα οينوποιία και τις διαδρομές που σχηματίζουν, καθώς και με τους χρηματοοικονομικούς δείκτες σε ότι αφορά το οικονομικό μέρος της εργασίας μου. Οι οικονομικοί δείκτες που διαπραγματεύεται η παρούσα εργασία είναι ένα δείγμα του μεγάλου αριθμού των δεικτών, που χρησιμοποιούνται από τους ειδικούς αναλυτές (credit analysts).

Ήταν μια ευχάριστη εργασία καθώς μου πρόσφερε την δυνατότητα να κατανοήσω ιδιαίτερα την έννοια του οινoturισμού, τις δράσεις του και ότι περιλαμβάνει.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο τουρισμός είναι ένας μοχλός οικονομικής και πολιτιστικής ανάπτυξης του κάθε τόπου και αποτελεί ένα κομμάτι που χρήζει ιδιαίτερης οργάνωσης, ενημέρωσης και προώθησης με σκοπό την ευρύτερη τουριστική ανάπτυξη και προβολή της κάθε περιοχής. Η παρακάτω πτυχιακή εργασία αφορά μια εναλλακτική μορφή τουρισμού. Αναφέρεται στον οινοτουρισμό, τις δράσεις του και τα οινοποεία στην περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας.

Στο πρώτο εισαγωγικό κεφάλαιο γίνεται αναφορά στον οίνο ο οποίος ήταν και είναι ταυτόχρονα δείκτης αλλά και δεσμός πολιτισμού, στην οινοποιία αφού η Ελλάδα έχει μια μεγάλη οινική παράδοση, η οποία είναι αναπόσπαστο μέρος του πολιτισμού της, ενώ στην συνέχεια αναλύεται το τι είναι ο οινοτουρισμός, τι πρέπει να γίνει για να αναπτυχθεί και στην Ελλάδα και ποιες είναι οι δράσεις του.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στις οινικές διαδρομές. Πιο συγκεκριμένα αναλύει και απαντά σε πολλά ερωτήματα όπως, τι είναι οι δρόμοι του κρασιού, πότε ξεκίνησε το πρώτο οργανωμένο εγχείρημα, ποιοι είναι οι στόχοι του, τι πρέπει να κάνουν όσοι επιθυμούν να γίνουν μέλη, από ποιες διαδρομές μπορεί να επιλέξει ο οινοτουρίστας, ποιοι είναι οι επισκέπτες των οινοποιείων, και ποια είναι τα πλεονεκτήματα τους.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στην οικονομικότητα των Δρόμων του Κρασιού. Αναλύονται και αναπτύσσονται οι δείκτες της Γενικής Ρευστότητας, της Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων, του Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους και της Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης. Με τη βοήθεια αυτών των χρηματοοικονομικών δεικτών, και την ανάλυση των πινάκων που δημιουργήθηκαν και συμπληρώθηκαν με βάση τους ισολογισμούς των ετών 2003 ως 2008, που υπάρχουν στο παράρτημα III, μπορούμε να διακρίνουμε την πορεία των επιχειρήσεων αυτών και να δούμε τα συμπεράσματα. Και αυτό γιατί η χρησιμοποίηση των χρηματοοικονομικών δεικτών, είναι μια αποτελεσματική μέθοδος για να συνοψίσουμε έναν μεγάλο αριθμό χρηματοοικονομικών δεδομένων, προκειμένου να τα αξιολογήσουμε και να συγκρίνουμε τις επιδόσεις των επιχειρήσεων.

Τέλος στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζονται όλα τα συμπεράσματα και οι προτάσεις για την ανάπτυξη και προώθηση του οινοτουρισμού

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ :Οίνος, Οινοτουρισμός, Οινικές διαδρομές,
Χρηματοοικονομικοί δείκτες

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	1
1.1 Η οινοποιία στην Ελλάδα.....	5
1.2 Οινοτουρισμός	8
1.3 Δράσεις Οινοτουρισμού	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΟΙΝΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ	23
2.1 Δρόμοι Κρασιού της Μακεδονίας.....	24
2.2 Διαδρομές στην Κεντρική Μακεδονία.....	28
2.3 Πλεονεκτήματα επισκέψιμων οινοποιείων	31
2.4 Πρόγραμμα Leader+ για το Νομό Θεσσαλονίκης	32
2.5 Πράσινη Επιχείρηση 2010.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	36
3.1 Εισαγωγή στους χρηματοοικονομικούς δείκτες	37
3.2 Ανάλυση και υπολογισμός των δεικτών	42
3.2.1 Αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας	42
3.2.2 Αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων	45
3.2.3 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους.....	47
3.2.4 Αριθμοδείκτης Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης.....	49
3.3 Συμπεράσματα έρευνας.....	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	53
4.1 Συμπεράσματα	53
4.2 Προτάσεις	55



ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

ΕΙΚΟΝΑ 1 Ο Διόνυσος σε Αρχαίο Ελληνικό αμφορέα.....	2
ΕΙΚΟΝΑ 2 Κτήμα Αρβανιτίδη, Ασκός Θεσσαλονίκης.....	3
ΕΙΚΟΝΑ 3 Κτήμα Ανέστη Μπαμπατζιμόπουλου	4
ΕΙΚΟΝΑ 4 Οινoturισμός στην Τοσκάνη.....	5
ΕΙΚΟΝΑ 5 Εργασία σε αμπέλι Αιγυπτιακός Πάπυρος.....	6
ΕΙΚΟΝΑ 6 Νόμισμα με απεικόνιση αμφορέα οίνου	6
ΕΙΚΟΝΑ 7 Η σύγχρονη τεχνική της παλαίωσης σε ξύλινα βαρέλια.....	7
ΕΙΚΟΝΑ 8 Νόμισμα με απεικόνιση σταφυλιών.....	8
ΕΙΚΟΝΑ 9 Αγγείο με απεικόνιση τρύγου.....	8
ΕΙΚΟΝΑ 10 Αγρόκτημα Λίκνο - Λευκοχώρι Θεσσαλονίκης	9
ΕΙΚΟΝΑ 11 Κελάρι οينوποιείου.....	10
ΕΙΚΟΝΑ 12 Ο δρ Απόστολος Σπυρόπουλος προσφέρει κρασί	11
ΕΙΚΟΝΑ 13 Τοπικά προϊόντα.....	14
ΕΙΚΟΝΑ 14 Αμπελώνας.....	14
ΕΙΚΟΝΑ 15 Γευσιγνωσία.....	15
ΕΙΚΟΝΑ 16 Γευσιγνωσία.....	15
ΕΙΚΟΝΑ 17 Εκδήλωση σε πλατεία.....	16
ΕΙΚΟΝΑ 18 Εκθέματα αγγειοπλαστικής.....	16
ΕΙΚΟΝΑ 19 Αφίσα από Ανοιχτές Πόρτες 2010	17
ΕΙΚΟΝΑ 20 Οινόφιλοι.....	18
ΕΙΚΟΝΑ 21 Επίσκεψη σε αμπελώνα	19
ΕΙΚΟΝΑ 22 Ξενάγηση σε αμπελώνα	19
ΕΙΚΟΝΑ 23 Παραδοσιακός ξενώνας.....	20
ΕΙΚΟΝΑ 24 Παραδοσιακό εστιατόριο.....	20
ΕΙΚΟΝΑ 25 Κτήμα Αρβανιτίδη	26
ΕΙΚΟΝΑ 26 Χάρτης Δρόμων κρασιού Βορείου Ελλάδος.....	28
ΕΙΚΟΝΑ 27 Παραδοσιακή αίθουσα γευσιγνωσίας	31
ΕΙΚΟΝΑ 28 Κελάρι οينوποιείου.....	31
ΕΙΚΟΝΑ 29 Χάρτης περιοχής εφαρμογής προγράμματος LEADER+	33



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΟΙΝΟΠΟΙΑ ΚΑΙ ΟΙΝΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Ελλάδα, πέραν του ότι είναι η γενέτειρα του Διονύσου, του θεού του κρασιού (εικ 1), είναι και η γενέτειρα του πρώτου οίνου στην ιστορία. Αυτά τα κρασιά ήταν φημισμένα σε όλο τον αρχαίο κόσμο.

Για ποικίλους ιστορικούς και κοινωνικούς λόγους, καθώς και εξαιτίας διαφόρων φυσικών καταστροφών, η τέχνη της οινοποιίας παραμελήθηκε από τα μέσα του 19ου αιώνα μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1960. Τότε ήταν που οι αρχαίες παραδόσεις της οινοποιίας άρχισαν να αναβιώνουν και σήμερα μπορεί κανείς να βρει πολλά εξαιρετικά ελληνικά κρασιά που παράγονται σε όλη τη χώρα. Το ελληνικό κρασί είναι ένα προϊόν εξαιρετικής σοδειάς που παράγεται από πολλές ποικιλίες σταφυλιού. (2010). ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ. Ανακτήθηκε 16 Απριλίου, 2010, από <http://www.greektourism.gr/portal/site/eot/menuit>.

Ο οίνος ήταν και είναι ταυτόχρονα δείκτης αλλά και δεσμός πολιτισμού στην αρχαιότητα, στις κοινωνίες των Μέσων Χρόνων, στο Βυζαντίου αλλά και στον νεωτερικό κόσμο των πόλεων της Μεσογείου και της Ευρώπης. Ριζωμένο βαθιά στην ιστορία, την παράδοση, τον πολιτισμό, την οικονομία και τη γεωγραφία των οινοπαραγωγών χωρών το αμπελοοινικό προϊόν και τα ποικίλα τοπία στα οποία εκτείνονται οι αμπελώνες δεν είναι τυχαίο ότι αποτελούν, ή πρέπει να αποτελούν, βασικό συστατικό της ελληνικής φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς. Για το λόγο αυτό πρέπει να ληφθούν όλες οι πρωτοβουλίες και τα μέτρα για τη διατήρηση, ανάδειξη και αξιοποίηση του αμπελοοινικού τοπίου και να ρυθμίζονται θέματα που προκαλούνται από κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές διεργασίες, επιτρέποντας την επίτευξη μιας ανάπτυξης, βασισμένης σε μια ισορροπημένη συσχέτιση κοινωνικών αναγκών, οικονομικής δραστηριότητας, περιβάλλοντος και ανάδειξης λαογραφικών και πολιτιστικών στοιχείων. [(2004). ΦΑΓΗΤΟ & ΚΡΑΣΙ. Ανακτήθηκε 7 Ιανουαρίου, 2010, από www.e-sifnos.com/Sifnos_food_&_wine.htm.]

Τα ελληνικά κρασιά χωρίζονται σε 4 κατηγορίες:

- Οίνος με ονομασία προελεύσεως ελεγχόμενη
- Οίνος με ονομασία προελεύσεως ανωτέρας ποιότητας
- Οίνος τοπικός

- Οίνος επιτραπέζιος.

Ο αμπελοοινικός τομέας αποτελεί ένα τομέα με μεγάλη παράδοση στην Ελλάδα. Στη χώρα μας καλλιεργούνται 700.000 στρέμματα με οινοποιήσιμες ποικιλίες σε σύνολο 36 εκατ. στρεμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο αριθμός των αμπελουργικών εκμεταλλεύσεων στην Ελλάδα φθάνει τις 147.000 και ο μέσος όρος της καλλιεργούμενης έκτασης ανά εκμετάλλευση είναι 4 στρέμματα. Το 40% των αμπελουργών είναι ηλικίας πάνω από 65 ετών και μόνο το 20% είναι νέα άτομα ηλικίας μέχρι 40 ετών.

Η ετήσια οινοπαραγωγή της χώρας μας, ανέρχεται περίπου στα 4 εκατ. εκατόλιτρα και αποτελεί το 2% της συνολικής παραγωγής της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 κρατών-μελών, η οποία αγγίζει τα 185 εκατ. εκατόλιτρα. Η αξία των οίνων που παράγονται στη χώρα μας αντιπροσωπεύει μόλις το 0,3% της συνολικής αξίας των οίνων της Ε.Ε.



(εικ 1) Ο Διόνυσος σε Αρχαίο Ελληνικό αμφορέα

Στη χώρα μας παράγονται οίνοι Ονομασίας Προέλευσης Ανωτέρας Ποιότητας οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 10% της συνολικής παραγωγής, οίνοι επιτραπέζιοι με Γεωγραφική Ένδειξη (Τοπικοί Οίνοι) στο ίδιο περίπου ποσοστό και επιτραπέζιοι οίνοι που αποτελούν τον μεγαλύτερο όγκο της παραγωγής και φθάνουν στο 80% αυτής.

Η Ελλάδα εξαγεί πάνω από 350.000 εκατόλιτρα οίνου κυρίως σε αγορές της Ε.Ε. (90%) και εισάγει γύρω στα 250.000 εκατόλιτρα σχεδόν αποκλειστικά (97%) από χώρες της Ε.Ε. [Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης. (16 Ιανουαρίου, 2008). Η Μεταρρύθμιση της Κοινής Αγροτικής Πολίτικης. Ανακτήθηκε 14 Μαρτίου, 2010, από www.papero.gr/images.

Η συστηματική παραγωγή, προβολή, προώθηση και διανομή του οίνου αποτελεί καταξιωμένο κλάδο στις περισσότερες οινοπαραγωγικές χώρες του κόσμου, και τα τελευταία 10 χρόνια αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό και στην Ελλάδα. Αντίστοιχα, οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφορικής παρέχουν στις περισσότερες χώρες αναγκαία και κρίσιμα εργαλεία και πρακτικές για την ουσιαστική ενδυνάμωση της παραγωγής και τοποθέτησης στην αγορά των προϊόντων οίνου.

Αν για το κρασί και τους οινοπαραγωγούς, ο τουρισμός είναι απαραίτητος για τους προφανείς οικονομικούς λόγους όπως επιπρόσθετα έσοδα στα οινοποιεία, αναγνωρισιμότητα, προβολή των εταιριών και αύξηση των πωλήσεων, για τον τουρισμό το κρασί είναι ένας κλάδος που συμβάλλει σε πολύ πιο ευαίσθητους και πολυεπίπεδους τομείς.

Στο επίπεδο της ποιότητας η συμβολή της τοπικής γαστρονομίας είναι προφανής γιατί δίνει ένα βάθος στο τουριστικό προϊόν και μπορεί να δώσει αυτό που λέμε εντυπωσιακές εμπειρίες με σφραγίδα εντοπιότητας σε όλες τις κατηγορίες των επισκεπτών και των πελατών.



(εικ 2) Κτήμα Αρβανιτίδη, Ασκός Θεσσαλονίκης

Στο επίπεδο του περιβάλλοντος η συνεισφορά του είναι καθοριστική. Όσο οι αμπελοκαλλιεργητές καλλιεργούν τα αμπέλια τους, διατηρούν το χαρακτηριστικό τοπίο της περιοχής όπως αυτό διαμορφώθηκε μετά από μόχθο και ανθρώπινες παρεμβάσεις αιώνων. Γιατί πρέπει να γνωρίζουμε ότι για κάθε αμπέλι που εγκαταλείπεται, και που δεν συντηρείται πια, προκαλείται διάβρωση και απογύμνωση του εδάφους με αποτέλεσμα την ανικανότητα συγκράτησης και απορρόφησης των νερών της βροχής και την αλλοίωση της φυσιογνωμίας του τοπίου του αμπελουργικού τοπίου της Ελλάδας που είναι από τα πιο ενδιαφέροντα του κόσμου.

Στο επίπεδο του πολιτισμού η προβολή μας ως ο παλαιότερος τόπος παραγωγής κρασιού στην Μεσόγειο, με πέντε έξι χιλιάδες χρόνια οινικό πολιτισμό και άλλα παρεμφερή επικοινωνιακά και ουσιαστικά επιχειρήματα, θεωρείται πολύ κρίσιμη.



*(εικ 3) Κτήμα Ανέστη Μπαμπατζιμόπουλου
στην Όσσα Θεσσαλονίκης*

Η διεθνής εμπειρία, ιδιαίτερα από την Γαλλία και την Ιταλία έχει επίσης αναδείξει την οργανική σύνδεση της παραγωγής, προβολής και εμπορίας οίνου με τον τουρισμό και συγκεκριμένα με μία εναλλακτική μορφή του, τον οινικό τουρισμό ή οινοτουρισμό. Ο οινικός τουρισμός διαφέρει βαθύτατα από άλλες μορφές τουρισμού. Ο οινοτουρισμός αποτελεί μια δυναμική εναλλακτική

τουριστική πρόταση η οποία περιλαμβάνει τον πολιτισμό, την ιστορία, την παράδοση και το τοπίο και συνδέει κοινωνικές και οικονομικές δράσεις για την δημιουργία και μακροπρόθεσμη διατήρηση μιας επιτυχημένης και επαρκώς διαρθρωμένης δραστηριότητας.



*(εικ 4)Carappelle: Οινοτουρισμός στην Τοσκάνη με room service και... μπάτλερ!
(19 Νοεμβρίου 2008)*

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο Αμερικανός επιχειρηματίας James B. Sherwood όπου η ξενοδοχειακή φιλοξενία υψηλού επιπέδου είναι αυτό που τον έκανε διάσημο και επιτυχημένο. Όταν λοιπόν ο ιδρυτής του Ομίλου The Orient Express Group, που ειδικεύεται στον τουρισμό πολυτελείας σε όλο τον κόσμο, αποφάσισε να πραγματοποιήσει το όνειρό του και να αγοράσει ένα οινοποιείο στην Τοσκάνη, το Carappelle (εικ 4), είχε ένα πολύ συγκεκριμένο μοντέλο οινοτουρισμού στο μυαλό του. [Υπουργείο Ανάπτυξης. (2006). Ηλεκτρονικά Συστήματα Μάρκετινγκ Οίνου & Οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε 7 Ιανουαρίου, 2010, από www.ebusinessforum.gr/teams/teamsall/view/inner/index.php?].

1.1 Η οινοποιία στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα όπως και σε όλες τις χώρες της λεκάνης της Μεσογείου η αμπελοοινική παράδοση είναι ιδιαίτερα πλούσια. Η χώρα μας έχει μεγάλη οινική παράδοση, η οποία είναι αναπόσπαστο μέρος του πολιτισμού της. Το κρασί αποτελεί μέρος της ελληνικής κληρονομιάς και ήταν ανέκαθεν για τους Έλληνες

το ποτό που αγαπούσαν ιδιαίτερα να πίνουν. Τα πολυάριθμα ευρήματα (εικ 6 κ8), οι οινικές αναφορές σε αρχαία κείμενα και οι αναπαραστάσεις αμπελοκαλλιέργειας σε αγγεία (εικ 5), μαρτυρούν την μακρά παράδοση του κρασιού και τον ρόλο που είχε στην εξέλιξη της Ελληνικής και όχι μόνο κοινωνίας, πράγμα που μαρτυρούν και τα πολυάριθμα νομίσματα με απεικονίσεις σταφυλιών. Από αρχαιολογικές έρευνες προκύπτει ότι η αμπελοκαλλιέργεια, η οινοποίηση καθώς και η σπουδαία διαιτητική αξία των σταφυλιών ήταν γνωστή στον Ελλαδικό χώρο από την 3^η χιλιετία προ Χριστού.

Οι μεγαλύτεροι οινοποιοί υπήρξαν οι Έλληνες από την εποχή που το ανήσυχο εμπορικό τους πνεύμα τους έφερε σε επαφή με τους Αιγύπτιους και τους Φοίνικες, από τους οποίους πήρανε την τέχνη του κρασιού. (2008). Οι Δρόμοι του Ελληνικού Κρασιού. Ανακτήθηκε 8 Απριλίου, 2010, από <http://w4u.eexi.gr/~oinos/GRHST.HTM>



(εικ 5) Εργασία σε αμπέλι
Αιγυπτιακός Πάπυρος



(εικ 6) Νόμισμα με απεικόνιση
αμφορέα οίνου

Το εμπόριο του κρασιού υπήρξε μια από τις κύριες δραστηριότητες των αρχαίων Ελλήνων. Δεν πρέπει ξεχνάμε ότι οι αρχαίοι Έλληνες γνώριζαν πολύ καλά και την αξία του εμπορίου, το εξαγωγικό τους δε εμπόριο ήταν πολύ καλά οργανωμένο την εποχή εκείνη. Σε αντάλλαγμα του οίνου και του λαδιού οι Έλληνες εισήγαγαν δημητριακά και χρυσό από την Αίγυπτο και τις περιοχές της Μαύρης Θάλασσας, χαλκό από την Συρία και την Κύπρο, και ελεφαντόδοντο από την Αφρική. Η μετακίνηση τους για εμπορικούς σκοπούς και η δημιουργία

αποικιών στα παράλια της Μεσογείου έβαλε τις ρίζες της σύγχρονης αμπελουργίας και έκανε το κρασί γνωστό σε όλη τη Νότια Ευρώπη. Χώρες που σήμερα θεωρούνται ότι έχουν παράδοση στην παραγωγή κρασιών, όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία, χρωστάνε πολλά σε αυτούς τους εμπόρους. Ελληνικοί αμφορείς έχουν βρεθεί σε πολλά ναυάγια στην Μεσόγειο, στον Εύξεινο Πόντο και αλλού.

Οι τεχνικές της εποχής δεν διαφέρουν πολύ από αυτές που χρησιμοποιούμε σήμερα, με υψηλές μάλιστα επιδόσεις. Γνώριζαν την τεχνική της παλαίωσης, με θαμμένα πιθάρια στο έδαφος και σφραγισμένα με γύψο και ρετσίνι. Κάπως έτσι θα πρέπει να ανακάλυψαν και την επίδραση του ρετσινιού στο κρασί. Οι πήλινοι αμφορείς οι οποίοι χρησιμοποιούντο για τη μεταφορά του κρασιού ήταν αλειμμένοι με πίσσα για πλήρη στεγανοποίηση, και συχνά με σφραγίδα ή μπογιά σημείωναν την περιοχή προέλευσης, το έτος παραγωγής, τον οινοποιό, αλλά και τον εμφιαλωτή. [(2008). Περι Οίνου. Ανακτήθηκε 5 Μαρτίου, 2010, από www.pelopnet.gr/view.php?article=290].



(εικ 7) Η σύγχρονη τεχνική της παλαίωσης σε ξύλινα βαρέλια

Η ιστορία της σύγχρονης ελληνικής οινοπαραγωγής (εικ 7) και η ανάπτυξη του εμφιαλωμένου κρασιού στην Ελλάδα ξεκινά τα πενήντα τελευταία χρόνια, τη δεκαετία του 1960. Τότε αρχίζουν να γίνονται και οι πρώτες σοβαρές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και μηχανολογικό εξοπλισμό με αποτέλεσμα τη θεαματική βελτίωση των ελληνικών κρασιών σε ότι αφορούσε την τεχνολογία. Σημαντικότερο ρόλο έπαιξε φυσικά και ο ανθρώπινος παράγοντας, οι Έλληνες

οινολόγοι που μετέφεραν τις επιστημονικές τους γνώσεις στην παραγωγή, αλλά και οι ίδιοι οι οινοπαραγωγοί οι οποίοι ευαισθητοποιούνταν απέναντι στις νέες πραγματικότητες που διαμορφώνονταν. Το γεγονός ότι η ανάκαμψη συντελέστηκε μέσα σε τόσο λίγα χρόνια δείχνει όλο το δυναμισμό του αμπελοοινικού τομέα ως κλάδου της γεωργικής οικονομίας. Παράλληλα, γίνεται και μερική ανασύσταση αμπελώνων με φύτευση εκλεκτών ποιοτικά ποικιλιών οινάμπελου βάση αξιολογήσεων που πραγματοποιήθηκαν από το Ινστιτούτο Οίνου, ενώ ήδη από την πρώτη δεκαετία θεσμοθετούνται οι περιοχές για την παραγωγή οίνων Ονομασίας Προελεύσεως από το Υπουργείο Γεωργίας.



(εικ 8) νόμισμα με απεικόνιση σταφυλιών



(εικ 9) αγγείο με απεικόνιση τρύγου

1.2 Οινοτουρισμός

Τα τελευταία χρόνια έχουν γεννηθεί πολλές διαφορετικές μορφές τουρισμού, που προσφέρουν περισσότερα κίνητρα στους υποψήφιους ταξιδιώτες. Κάποιες από αυτές τις μορφές είναι, ο οικολογικός, ο αθλητικός, συνεδριακός τουρισμός, ο αγροτουρισμός αλλά και ο οινοτουρισμός, που ξεφεύγουν από τα στενά όρια του κλασικού τουρισμού και δημιουργούν συνέργειες.

Οι οινοπαραγωγικές περιοχές ανά τον κόσμο γίνονται πόλος έλξης των απανταχού οινόφιλων, οι οποίοι αναζητούν να συνδυάσουν την ψυχαγωγία και το καλό κρασί. Τα τελευταία χρόνια, ο οινικός τουρισμός πλησιάζει με ιλιγγιώδη βαθμό τον συμβατικό. Ο οινικός τουρισμός εντάσσεται στις ειδικές και

εναλλακτικές μορφές τουρισμού και λογίζεται ως υποκατηγορία του αγροτουρισμού (εικ 10). Ο όρος αφορά μία κατηγορία θεματικού τουρισμού, στο πλαίσιο της οποίας η επαφή με το κρασί είναι το επίκεντρο, όχι όμως ο αυτοσκοπός. [(20 Οκτωβρίου, 2008). Η μεγάλη πρόκληση του οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε 18 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.pbs.gr/cms/?q=node/1060>].



(εικ 10) Αγρόκτημα Λίκνο - Λευκοχώρι Θεσσαλονίκης

Στην προσπάθεια ανάπτυξης και εξέλιξης του οινικού κλάδου στην Ελλάδα, εντάσσονται και τα προτεινόμενα τουριστικά πακέτα, τα οποία προσπαθούν να δείξουν στο επισκέπτη, μέσα από τις τουριστικές διαδρομές πως το κρασί επηρέασε την Ελληνική ιστορία και ποιός ο ρόλος του οίνου. Άνθρωποι που θέλουν να μαθαίνουν και να απολαμβάνουν το κρασί, αναζητούν επισκέψιμα οينوποιεία, συμμετέχουν σε εκδρομές οινολογικού ενδιαφέροντος και σε παντός τύπου εκδηλώσεις γευσιγνωσίας κρασιού. Η επίσκεψη αμπελώνων, οينوποιείων, μουσικών φεστιβάλ καθώς και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων σε μια αμπελουργική εγκατάσταση, αποτελεί τον ορισμό του οινικού τουρισμού που σε πολλές χώρες υλοποιείται μέσω των γνωστών σε όλους Δρόμων του κρασιού. Το γεγονός ότι οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή με τον αμπελουργό-οينوποιό, εκτός από την τεχνογνωσία που τους μεταδίδεται, γνωρίζουν και την οινική κουλτούρα, την τοπική κουζίνα, τα ήθη και τα έθιμα καθιστώντας έτσι την επίσκεψη σε ένα οينوποιείο ένα ολοκληρωμένο ταξίδι σε μια περιοχή. Ακολουθώντας μη γνωστούς δρόμους ο επισκέπτης ανακαλύπτει συνεχώς τα νέα κρασιά, περίεργα σταφύλια, άγνωστους μικρούς παραγωγούς. Με αυτόν τον τρόπο γνωρίζει πραγματικά την περιφέρεια μέσα από ένα διασκεδαστικό και

ταυτοχρόνως εποικοδομητικό ταξίδι. Το γεγονός ότι ο επισκέπτης μπορεί να επισκεφτεί τα αξιοθέατα και τα μνημεία της περιοχής κάνει αυτό το ταξίδι ακόμα πιο πλήρες. [(2008). Οινικός τουρισμός πολλών αστέρων. Ανακτήθηκε 29 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.nline.gr/?p=2105>].



(εικ 11) Κελάρι οινοποιείου

Το κομμάτι του οινoturισμού μπορούμε να το δούμε από δύο διαφορετικές σκοπιές και δύο διαφορετικές ταχύτητες. Το ένα κομμάτι είναι να δούμε τον οινoturισμό σαν μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού η οποία δίνει εμπειρίες και απευθύνεται σε εξειδικευμένους επισκέπτες Έλληνες η ξένους. Μόνο το 15% από τους 600.000 που επισκέπτονται τα ελληνικά οινοποιεία γνωρίζει από κρασί. Το δεύτερο κομμάτι έχει σχέση με το πώς μπορούμε να αξιοποιήσουμε τα 13 εκατομμύρια αφίξεις των τουριστών που έχουμε, και τι θα κάνουμε για να τους γνωρίσουμε το κρασί μας και την γαστρονομία μας, σαν επιπρόσθετα συστατικά μιας συνολικής ολικής εμπειρίας του τόπου μας. Και όταν λέμε γνωριμία με το κρασί και την γαστρονομία δεν εννοούμε μόνο την γευστική απόλαυση, αλλά την ολιστική, αυτή που τοποθετεί το κρασί στο επίκεντρο ενός τρόπου διασκέδασης, ενός τρόπου ζωής, ενός πολιτισμού. Οι δύο αυτές αντιλήψεις του Οινoturισμού, για τους αδαείς και τους οινόφιλους, για τον μαζικό τουρίστα και τον ψαγμένο δεν πρέπει να λειτουργήσουν αντιθετικά, αλλά συμπληρωματικά. Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι αδαείς κάποια στιγμή γνωρίζουν, στην συνέχεια γίνονται φίλοι και κάποια στιγμή γίνονται ειδήμονες.

[Πίπτας, Γ. (14 Αυγούστου, 2008). Παριανός Αμπελώνας. Ανακτήθηκε 15 Ιανουαρίου, 2010, από <http://simadiatouaigaiou.wordpress.com/2008/08>].



(εικ 12) Ο δρ Απόστολος Σπυρόπουλος προσφέρει κρασί του κήματος στον *managing editor* του περιοδικού «*Wine Spectator*» στη Νέα Υόρκη.

Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις, αξιοποιούν τα στοιχεία αυθεντικότητας του χώρου, όπως τη φυσική υποδομή του οινοποιείου, το περιβάλλον, τους χώρους με τους αμπελώνες (εικ 14), το αγροτικό τοπίο, τα τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία. Οι επισκέπτες των επιχειρήσεων αυτών είναι αναζητητές εμπειρίας που επιθυμούν να μάθουν κάτι νέο, να συμμετάσχουν στο πολιτιστικό γίγνεσθαι και στον τοπικό τρόπο ζωής και χαίρονται για προσωπικά βιώματα τα οποία μπορούν να διηγηθούν σε φίλους και γνωστούς. Για να έχουμε ολοκληρωμένο οινοτουρισμό, ένας τουρίστας πρέπει να επισκεφθεί μία οινοπαραγωγική περιοχή προκειμένου να μάθει περισσότερα για τα κρασιά της και να τα δοκιμάσει. Ωστόσο, για να είναι ολοκληρωμένη η εμπειρία του, η περιοχή πρέπει να του προσφέρει επιπλέον δραστηριότητες πολιτιστικού, λαογραφικού, ή ακόμα και αθλητικού-ψυχαγωγικού ενδιαφέροντος. Ακόμα, ο οινοτουρίστας πρέπει να έχει στη διάθεσή του βασικές υποδομές υψηλού

επιπέδου, όπως διαμονή, σίτιση και διασκέδαση, οι οποίες όμως να σχετίζονται με κάποιο έξυπνο τρόπο με το κρασί της περιοχής, προκειμένου να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά το μήνυμα ότι η συγκεκριμένη περιοχή έχει υψηλό οινοτουριστικό ενδιαφέρον. Για παράδειγμα, ένα ξενοδοχείο πρέπει να παρέχει οινοτουριστικές δραστηριότητες και πληροφορίες που να οδηγούν σε αυτές, ενώ ένα εστιατόριο πρέπει να αναδεικνύει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την τοπική οινογαστρονομία. Τέλος, εννοείται ότι στον οινοτουρίστα πρέπει να παρέχονται στοιχειώδεις ευκολίες όπως σήμανση προς τους χώρους που τον ενδιαφέρουν, εύκολη πρόσβαση σε αυτούς και επικοινωνιακό υλικό στη γλώσσα του ή τουλάχιστον σε μία ή παραπάνω διεθνείς γλώσσες. Μόνο όταν όλα αυτά τα στοιχεία διασφαλιστούν και λειτουργήσουν σωστά και συμπληρωματικά έχουμε οργανωμένο οινοτουρισμό, ο οποίος θα αποτελέσει πηγή έλξης τουριστικού ενδιαφέροντος από την Ελλάδα και το εξωτερικό όλες τις εποχές του χρόνου, και κατ' επέκταση πηγή εισοδήματος και ανάπτυξης.

Ο οινοτουρισμός είναι μια αναπτυξιακή ευκαιρία που πρέπει να αξιοποιηθεί, αφού διαθέτει όλα τα δυναμικά και ποιοτικά στοιχεία που επιτρέπουν τη διασύνδεση τουριστικής οικονομίας και πολιτισμού, με όρους πραγματικά αναπτυξιακούς, συμβατούς με τη φυσική και πολιτιστική ισορροπία των τόπων προορισμού. Η καθιέρωση της 8ης Νοεμβρίου ως Ευρωπαϊκής Ημέρας Οινοτουρισμού, αποτελεί μια ακόμα θεσμική αναγνώριση της σημαντικότητας του αμπελουργικού τομέα αξιοποιώντας το κρασί ως οικονομικό και πολιτισμικό μοχλό ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας. [(19 Φεβρουαρίου, 2010). Παριανός αμπελώνας - μια πρόκληση. Ανακτήθηκε 15 Απριλίου, 2010, από <http://www.aegeancuisine.gr/ReadNews>].

Για να αναπτυχθεί ο οινικός τουρισμός στην Ελλάδα, χρειάζεται συνεργασία ανάμεσα στις οινοποιητικές μονάδες της περιοχής, τα εστιατόρια, τα ξενοδοχεία και τα τουριστικά γραφεία. Όλοι θα ωφεληθούν από αυτό. Για την τουριστική βιομηχανία, το κρασί που παράγεται στην περιοχή είναι ένα ισχυρό στοιχείο που κάνει έναν προορισμό πιο ελκυστικό. Για την οινική βιομηχανία, ο οινικός τουρισμός μπορεί να γίνει ένα μέσο για να ενισχυθούν οι σχέσεις ανάμεσα στα οινοποιεία και τους επισκέπτες. Οι οινοποιοί θα δίνουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά την οινοποιητική διαδικασία και να δοκιμάσουν κρασιά, ενώ οι ίδιοι θα έχουν την ευκαιρία να πωλούν τα προϊόντα τους κατ' ευθείαν από το οινοποιείο.

Με την θεσμοθέτηση του οινοτουρισμού μπορεί να δημιουργηθούν προϋποθέσεις για την δυνατότητα απορρόφησης κονδυλίων από τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης, για την αναπτυξή του. Δίκτυα ομοειδών επιχειρήσεων, όπως τα οινοποιεία από κοινού, μπορούν να υλοποιήσουν κοινές δράσεις όπως διαφήμιση, προβολή εξασφαλίζοντας οικονομίες κλίμακος. Μία άλλη μορφή οργάνωσης είναι τα business clusters, δηλαδή επιχειρηματικές συστάδες συμπληρωματικών δραστηριοτήτων που στο σύνολο τους δημιουργούν υπεραξία. Σ' αυτήν την λογική, οινοποιεία, παραγωγοί τοπικών προϊόντων (εικ 13), ταβέρνες με τοπική κουζίνα, ξενοδοχεία, πολιτιστικοί σύλλογοι κλπ, κάτω από την ομπρέλα του κρασιού και με καθορισμένες προδιαγραφές ποιότητας μπορούν να διεκδικήσουν ένα τμήμα της νέας αγοράς αλλά και σημαντικές χρηματοδοτήσεις. Τέλος να αναφέρουμε ότι η 8^η Νοεμβρίου θεωρείται Ευρωπαϊκή Ημέρα Οινοτουρισμού.

Οι οινοποιητική επανάσταση της τελευταίας εικοσαετίας, είναι γεγονός. Γνωστοί και έμπειροι οιολόγοι, νέα φροντισμένα κτήματα με γραμμικούς αμπελώνες, μοντέρνα οινοποιεία εξοπλισμένα με την τελευταία τεχνολογία και ειδικά οργανωμένοι χώροι για την υποδοχή και την εξυπηρέτηση, προσελκύουν όλο και περισσότερο τους τουρίστες. Παράλληλα, φιάλες με πρωτιές σε διεθνείς έγκριτους διαγωνισμούς περιμένουν τους επισκέπτες να ανακαλύψουν τους πλούτο των κρασιών της περιοχής, προσκαλώντας τους να αποδράσουν λίγο από τους γρήγορους ρυθμούς της πόλης. Η οινική κουλτούρα κάθε τοπικής κοινωνίας μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ενδυνάμωση της τοπικής ταυτότητας, για την ανάπτυξη πολιτιστικού τουρισμού και γενικότερα για την πνευματική τους ανάπτυξη. [Χατζηνικολάου, Δ. (2006). Οδοιπορικό στην χώρα των Ελλ-οίνων. Ανακτήθηκε 12 Μαρτίου, 2010, από <http://www.heracles.gr/vinamedicata-hatzinikolaou.htm>].



(εικ 13) τοπικά προϊόντα



(εικ 14) αμπελώνας

1.3 Δράσεις οινοτουρισμού

Τα επισκέψιμα οινοποιεία, για τη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων τους οργανώνουν διάφορες δράσεις προσελκύοντας πολλούς επισκέπτες.

Η **γευσιγνωσία** του κρασιού είναι μια τέχνη που φέρνει σε επαφή τον χαρακτήρα του κρασιού με τις αισθήσεις του δοκιμαστή. Είναι μια είσοδος στον μουσικό κόσμο του κρασιού, μια διαδικασία που περιλαμβάνει μελέτη, ανάλυση, περιγραφή και προσδιορισμό των χαρακτηριστικών του κρασιού, επιτρέποντας στον δοκιμαστή να αποφανθεί για την ποιότητα του κρασιού. (15 Φεβρουαρίου, 2008). Γευσιγνωσία – Οργανοληπτική εξέταση του οίνου. Ανακτήθηκε 25 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.wines.gr/portal/el/content>

Δοκιμάζω ένα κρασί (εικ 16) σημαίνει το υποβάλλω στο σύνολο των αισθήσεων, προσπαθώ να το γνωρίσω και να καθορίσω τους οργανοληπτικούς χαρακτήρες του. Σκοπός της δοκιμασίας είναι να εξηγήσει την γεύση και το άρωμα ενός κρασιού, με βάση την χημική του σύνθεση, να τα αποσυνθέσει σε απλές γεύσεις και αρώματα, να συνδέσει κάθε συστατικό με την συνολική γευστική εντύπωση που δίνει το κρασί και να εξηγήσει σε πιο ή πια συστατικά οφείλεται κάθε συγκεκριμένο προτέρημα ή ελάττωμα του. Για να περάσουμε από την απλή κατανάλωση στην δοκιμασία χρειάζεται αύξηση της προσοχής, προσπάθεια καταγραφής και ανάλυση των εντυπώσεων. Το πιο δύσκολο έργο είναι η περιγραφή των εντυπώσεων που δεχόμαστε και η αξιολόγηση τους. Για να είναι επομένως αποτελεσματική η οργανοληπτική εξέταση θα πρέπει ο δοκιμαστής όχι μόνο να μπορεί να διακρίνει τα διάφορα χαρακτηριστικά του κρασιού αλλά να ξέρει να συγκρατεί αυτό που αισθάνεται, να το εκφράζει με ακριβείς όρους και να είναι ικανός να σχηματίσει μια γνώμη (βλ. παράρτημα Ι).

Οι αισθήσεις που παρεμβαίνουν κατά την διάρκεια της γευστικής δοκιμής είναι, η όραση που μας δίνει πληροφορίες για το χρώμα, τη διαύγεια, τη ρευστότητα και την έκλυση διοξειδίου του άνθρακα, η όσφρηση που μας δίνει πληροφορίες για τις οσμές του κρασιού και η γεύση και η αφή μέσω του στόματος, που μας δίνουν πληροφορίες για την αξιολόγηση των γεύσεων, την αρμονία, ισορροπία και τον πλούτο των χαρακτηριστικών του κρασιού. [(15 Φεβρουαρίου, 2008). Γευσιγνωσία – Οργανοληπτική εξέταση του οίνου. Ανακτήθηκε 7 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.wines.gr/portal/el/content/>].

Για να έχουμε μια επιτυχημένη γευσιγνωσία (εικ 15) πρέπει να κάνουμε σωστή επιλογή του χώρου της δοκιμής. Αν είναι δυνατόν, θα πρέπει ο χώρος να είναι ευχάριστος, απλός, απαλλαγμένος από οσμές και θορύβους. Θα πρέπει να υπάρχει ηρεμία και άφθονος χρόνος. Η περιβάλλουσα κατάσταση, η αναμονή και η προσδοκία παίζουν μεγάλο ρόλο στη ψυχολογία του δοκιμαστή, η οποία είναι καταλυτική στη διαμόρφωση των εντυπώσεων από τη γευσιγνωσία.



(εικ 15) Γευσιγνωσία



(εικ 16) Γευσιγνωσία

Σε πολλές περιοχές πραγματοποιούνται πολιτιστικές και εορταστικές εκδηλώσεις οι οποίες είναι γνωστές με το όνομα **Γιορτή Κρασιού**. Στόχος ήταν και είναι πάντα, η ευρύτερη προβολή του Ελληνικού κρασιού, η καλλιέργεια ευνοϊκής καταναλωτικής συνείδησης γενικότερα για το κρασί, η προβολή της Ελληνικής παραδοσιακής διατροφής, η διαφύλαξη και διάδοση της μουσικής και παράδοσης, και γενικά η αναβάθμιση του πολιτιστικού επιπέδου των κατοίκων της κάθε περιοχής.

Η γιορτή αυτή πραγματοποιείται ανελλιπώς κάθε χρόνο και οι εκδηλώσεις διαρκούν από 10 μέχρι 15 ημέρες, προσελκύοντας πλήθος επισκεπτών.

Πραγματοποιούνται συνήθως στις πλατείες των χωριών (εικ 17), όπου ο επισκέπτης μπορεί να διαλέξει και να απολαύσει δωρεάν καλό κρασί, να γευτεί τους πλούσιους παραδοσιακούς μεζέδες και φαγητά, να ενημερωθεί από τους ειδικούς για τον τρόπο παρασκευής των διατιθέμενων προϊόντων, τις ιδιότητες τους και την υψηλή τους ποιότητα και παράλληλα να ψυχαγωγηθεί, με την γνήσια Ελληνική μουσική και χορούς από εκλεκτούς καλλιτέχνες με διαφορετικό συγκρότημα κάθε βράδυ. Στους χώρους της γιορτής κατά καιρούς φιλοξενούνται εκθέματα λαϊκής τέχνης όπως αγγειοπλαστική (εικ 18), αιογραφία, ζωγραφική καθώς και εκθέσεις βιβλίων, παραδοσιακών αγροτικών εργαλείων και ντόπιων κρασιών. Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις που γίνονται, εκτός από την προσφορά ποιοτικής ψυχαγωγίας διακρίνονται για τον κοινωνικοοικονομικό τους ρόλο με την στήριξη της ντόπιας αγροτικής παραγωγής του κρασιού το οποίο είναι αιτία να πραγματοποιούνται αυτές οι εκδηλώσεις. Επίσης συμβάλλουν στη διατήρηση και διάδοση της πολιτιστικής ταυτότητας και κληρονομιάς, στη προστασία της παράδοσης. Προσπαθούν, να αναδείξουν και να προβάλλουν την καλλιτεχνική δημιουργική ικανότητα των νέων, τα ήθη και έθιμα του τόπου, τις παραδοσιακές μορφές παραγωγής, τα οποία σιγά σιγά σβήνουν μέσα στη λαίλαπα της παγκοσμιοποίησης της εμπορευσιμότητας και του ανταγωνισμού που επικρατεί σε όλους τους τομείς δραστηριότητας της κοινωνίας σήμερα. [(2008). Γιορτή κρασιού στη Νεμέα. Ανακτήθηκε 16 Μαρτίου, 2010, από <http://www.agrotravel.gr/agro/site>].

Την ευθύνη διοργάνωσης της γιορτής κρασιού κάθε περιοχής αναλαμβάνουν συνήθως, σε συνεργασία οι πολιτιστικοί σύλλογοι και τα οινοποιεία της περιοχής.



(εικ 17) Εκδήλωση σε πλατεία



(εικ 18) Εκθέματα αγγειοπλαστικής

Οι **Ανοιχτές Πόρτες** (εικ 19) αποτελούν μία πρωτοβουλία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Πόλεων του Κρασιού με στόχο η κάθε πόλη που συμμετέχει στο δίκτυο να δημιουργήσει ένα γεγονός γύρω από το κρασί που θα φέρει τον καταναλωτή κοντά στο χώρο παραγωγής του. [(12 Μαΐου, 2010). Ανοιχτές Πόρτες στα οινοποιεία των δρόμων του κρασιού. Ανακτήθηκε 22 Μαΐου, 2010, από <http://www.sfedona.gr/2010/05>].

Όπως είναι ήδη γνωστό τα Οινοποιεία όλης της Ευρώπης στο πλαίσιο της εκδήλωσης Ανοιχτές Πόρτες του Ευρωπαϊκού Δικτύου πόλεων του κρασιού, τις μέρες αυτές ανοίγουν τις πόρτες τους στο ευρύ κοινό σε ένα μεθυστικό ταξίδι αρωμάτων και γεύσεων.



(εικ 19) Αφίσα από Ανοιχτές Πόρτες 2010

Σκοπός της εκδήλωσης είναι η κάθε πόλη που συμμετέχει στο δίκτυο να δημιουργήσει ένα γεγονός γύρω από το κρασί προκειμένου να φέρει τον καταναλωτή κοντά στο χώρο παραγωγής του. Πιο συγκεκριμένα, για δύο ημέρες σε όλη την Ευρώπη όλα τα οινοποιεία διοργανώνουν πολύθεματικές εκδηλώσεις, ξενάγηση στο αμπέλι, στο χώρο παραγωγής, στην κάβα, γευστική δοκιμή των κρασιών και παρουσιάσεις κρασιών (εικ 20), θα πραγματοποιηθούν ανά οινοποιείο με σκοπό να έρθει ο καταναλωτής πιο κοντά στην παραγωγή του κρασιού και των ανθρώπων της.



*(εικ 20) Για 6η συνεχή χρονιά 5.500 οινόφιλοι πέρασαν τις "Ανοιχτές Πόρτες"
Παρασκευή, 29 Μαΐου 2009*

Με αφετηρία το πνεύμα συνεργασίας και σύμπνοιας των μελών της και θέλοντας να δημιουργήσει ένα αντίστοιχο γεγονός σε όλη τη Βόρεια Ελλάδα, η Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος, μέσω του δικτύου των 8 διαδρομών των Δρόμων του Κρασιού, έχει θεσμοθετήσει ένα αντίστοιχο γεγονός έτσι ώστε με την πάροδο του χρόνου να εμπλουτίζεται και οι Έλληνες και ξένοι καταναλωτές κάθε Μάιο να το περιμένουν και να συμμετέχουν σε αυτό. Η δράση αυτή προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες ετησίως και ενισχύει την τοπική οικονομία.

Η **επίσκεψη των αμπελώνων** (εικ 21) δεν είναι μια ξενάγηση αλλά κάτι πιο ουσιαστικό. Δίνει την ευκαιρία στους επισκέπτες να απολαύσουν την χαρά του τρύγου, αλλά να κόψουν και να μαζέψουν σταφύλια από το αμπέλι. Θα πρέπει να φοράνε άνετα ρούχα, αναπνευστικά παπούτσια για την προστασία τους από τα ξερά αγριόχορτα, να φοράν ανοιχτόχρωμα ρούχα, καπέλο και γυαλιά για την προστασία από τον ήλιο και να έχουν ένα μπουκάλι νερό.

Μέσα στον αμπελώνα μπορούν να παρατηρήσουν το αμπέλι, τον ετήσιο κύκλο του, τα χαρακτηριστικά της κάθε ποικιλίας, την παραδοσιακή αμπελοκαλλιέργεια καθώς και τις βιοδυναμικές εφαρμογές. Δίδεται η δυνατότητα επανάληψης της επίσκεψης στο αμπελώνα σε άλλη εποχή για να γίνει παρατήρηση των σταδίων ανάπτυξης του ίδιου αμπελώνα και των φυτών.

Τέλος μπορούν να ξεκουραστούν στους υπαίθριους χώρους και να βρουν δροσιστικούς χυμούς σταφυλιού.

Η **ξενάγηση** (εικ 22) αποτελεί μια βιωματική εμπειρία απευθύνεται σε όλους τους οινόφιλους, άνδρες και γυναίκες και συνήθως σε παρέες έως 6 άτομα. Η διάρκεια της ξενάγησης είναι από 45λεπτά ή 1ώρα. Σε περιπτώσεις κακοκαιρίας η ξενάγηση μεταφέρεται σε άλλη ημερομηνία και ώρα ανάλογα με τον διαθέσιμο των επισκεπτών. [(2008). Επισκέψεις- Ξεναγήσεις. Ανακτήθηκε 5 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.geowines.gr/gr/episkepseis.htm>].



(εικ 21) Επίσκεψη σε αμπελώνα



(εικ 22) Ξενάγηση σε αμπελώνα

Ένα από τα σημεία που πρέπει ιδιαίτερα να σταθούμε είναι το θέμα του συντονισμού δράσης με τις άλλες συγγενείς επιχειρήσεις οινoturισμού, όπως είναι οι ξενώνες και τα εστιατόρια της ευρύτερης περιοχής που βρίσκονται τα οινοποιεία.

Αφού οι οινoturίστες είναι καταρχήν τουρίστες, είναι άνθρωποι οι οποίοι ταξιδεύουν, είναι μακριά από το σπίτι τους, άρα κάπου θα πρέπει να μείνουν και κάπου θα πρέπει να φάνε . Αν ο ταξιδιώτης που θα βρεθεί σε μία περιοχή δεν βρει ένα αξιοπρεπές κατάλυμα ή δεν βρει ένα καλό εστιατόριο, θα προσπεράσει αυτή την περιοχή και μαζί θα προσπεράσει και τα οινοποιεία της περιοχής. Αντίθετα, ένα καλό εστιατόριο είναι πόλος έλξης για τους ταξιδιώτες, όπως και ένας καλός ξενώνας ή ένα καλό ξενοδοχείο.

Αυτά τα παραδοσιακά εστιατόρια (εικ 24) και οι ξενώνες(εικ 23) είναι μέλη του οινoturιστικού δικτύου και προσφέρουν τόσο προϊόντα των οινοποιείων όσο και πληροφορίες σε έντυπο υλικό για τα οινοποιεία της περιοχής καθώς και όσων οινοποιείων είναι μέλη των Δρόμων Του Κρασιού. Αυτές οι δύο συγγενείς

επιχειρήσεις είναι το καλύτερο όχημα για μία αποτελεσματική πρώτη επικοινωνία και προβολή του οινοτουριστικού προϊόντος μίας περιοχής.



(εικ 23) παραδοσιακός ξενώνας



(εικ 24) παραδοσιακό εστιατόριο

Η συστηματική παραγωγή, προβολή, προώθηση και διανομή του οίνου αποτελεί καταξιωμένο κλάδο στις περισσότερες οινοπαραγωγικές χώρες του κόσμου, και τα τελευταία 10 χρόνια αναπτύσσεται με ταχύ ρυθμό και στην Ελλάδα. Αντίστοιχα, οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφορικής, δηλαδή τόσο οι παραδοσιακές εφαρμογές μέσω του Διαδικτύου όσο και οι πρακτικές Web παρέχουν στις περισσότερες χώρες αναγκαία και κρίσιμα εργαλεία και πρακτικές για την ουσιαστική ενδυνάμωση της παραγωγής και τοποθέτησης στην αγορά των προϊόντων οίνου.

Στις μέρες μας, οι σύγχρονες τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφορικής αποτελούν αναγκαία εργαλεία για τους οργανισμούς οινοτουριστικών προορισμών καθώς και για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και επιχειρήσεις, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα μέσω της ανάπτυξης **Ηλεκτρονικών Συστημάτων Μάρκετινγκ Οίνου & Οινοτουρισμού** (ΗΣΜΟΟΤ) να προβάλλουν τους πόρους τους, να προσεγγίσουν τους δυνητικούς τους επισκέπτες και πελάτες σε τοπική αλλά και σε παγκόσμια κλίμακα όλο το εικοσιτετράωρο και με άμεσο τρόπο και χαμηλό κόστος, αλλά και να προωθήσουν και να τοποθετήσουν στην αγορά τα οινικά τους προϊόντα. Στην εποχή όπου το Διαδίκτυο αποτελεί πλέον για την πλειοψηφία της διεθνής οινοτουριστικής ζήτησης το βασικότερο και σημαντικότερο εργαλείο, τα ΗΣΜΟΟΤ μπορούν να συμβάλουν αποτελεσματικά στην στοχευμένη προβολή οινοτουριστικών προορισμών και προϊόντων οίνου, ανεξαρτήτου του μεγέθους

τους και των διαθέσιμων πόρων τους. Η μεγάλη απήχηση και χρήση των ΗΣΜΟΟΤ διεθνώς οφείλεται κυρίως στην αμεσότητα και πληρότητα της πληροφόρησης που παρέχουν καλύπτοντας με τον καλύτερο τρόπο τις απαιτήσεις του ιδιαίτερα ανομοιογενούς και διαφοροποιημένου συνολικού προϊόντος του οινοτουρισμού. Στόχους της συγκεκριμένης ομάδας εργασίας αποτέλεσε η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση τόσο των εθνικών, περιφερειακών και τοπικών οργανισμών τουριστικής και οινοτουριστικής ανάπτυξης όσο και των οινικών επιχειρήσεων σχετικά με τον ρόλο, τις ηλεκτρονικές εφαρμογές και τη λειτουργικότητα των ΗΣΜΟΟΤ. Ακόμα, αναγκαίο είναι να εντοπιστούν τα εμπόδια που μπορεί να υπάρχουν για την πλήρη ανάπτυξη ΗΣΜΟΟΤ στη χώρα μας, καθώς και η μορφοποίηση συγκεκριμένων προτάσεων για την άρση των εμποδίων αυτών.

Η δημιουργία ενός Ηλεκτρονικού Συστήματος Μάρκετινγκ Οίνου & Οινοτουρισμού (ΗΣΜΟΟΤ) μπορεί να στηρίξει αποτελεσματικά την ανάπτυξη και την προώθηση των μικρομεσαίων οινοποιείων αλλά και οινοτουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες συχνά δεν έχουν τους πόρους, την τεχνογνωσία και τις υποδομές για την ηλεκτρονική τους δραστηριοποίηση. Οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις των συγκεκριμένων κλάδων δεν μπορούν όχι μόνο να αναλάβουν το υψηλό κόστος συμμετοχής και προμήθειας σε ηλεκτρονικά κανάλια προβολής και διανομής, αλλά δεν έχουν και τις απαραίτητες τυποποιημένες και ψηφιοποιημένες δομές οργάνωσης για να μπορούν να στηρίξουν τον τρόπο χειρισμού των καναλιών αυτών. Συνεπώς, τα ΗΣΜΟΟΤ μπορούν να θεωρηθούν ως ένα ανερχόμενο συμπληρωματικό και στρατηγικό μέσο το οποίο και προβάλλει, και προσελκύει, και δημιουργεί εικόνα, και δημιουργεί ζήτηση αλλά και διανέμει οινοτουριστικά προϊόντα και εμπειρίες.[Υπουργείο Ανάπτυξης. (2006). Ηλεκτρονικά Συστήματα Μάρκετινγκ Οίνου & Οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε 7 Ιανουαρίου, 2010, από www.ebusinessforum.gr/teams/teamsall/view/inner/index.php?language].



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΟΙΝΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Η Κεντρική Μακεδονία διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό οινοποιείων που προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών ετησίως. Τα περισσότερα από τα οινοποιεία έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα Δρόμοι του Κρασιού της Βόρειου Ελλάδος. Πρόκειται για μια πρόταση προς τον σύγχρονο περιηγητή να ακολουθήσει μια προκαθορισμένη, επιλεγμένη διαδρομή, η οποία διασχίζει τα πιο γραφικά σημεία μιας αμπελουργικής ζώνης. Έχει τη δυνατότητα να επισκεφθεί επιλεγμένες οινοπαραγωγικές μονάδες, που συμμορφώνονται σε ορισμένες προδιαγραφές και εγγυώνται υψηλά επίπεδα φιλοξενίας. Παράλληλα έχει τη δυνατότητα στη διαδρομή αυτή να απολαύσει σημεία αρχαιολογικού, λαογραφικού, περιβαλλοντικού ή πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Έτσι οι επισκέπτες έχουν την επιλογή να διαλέξουν μεταξύ διαφόρων διαδρομών κρασιού σε όποια περιοχή αυτοί επιθυμούν και να επισκεφτούν τα οινοποιεία αυτά.

Τυπολογικά, οι επισκέπτες των οινοποιείων της Μακεδονίας κατατάσσονται σε τέσσερις κατηγορίες. Οι οινόφιλοι που διαθέτουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης και εισοδήματος, και βασικότερα κίνητρό τους είναι η συνάντηση με τον οινοπαραγωγό και η ενημέρωση για το κρασί. Οι νεοφώτιστοι που είναι συνήθως φοιτητές με περιορισμένο εισόδημα αλλά μεγάλο ενδιαφέρον για την οινοποιεία, οι περιστασιακοί επισκέπτες με βασικό κίνητρο όχι το κρασί αλλά τη γαστρονομία της περιοχής, και τέλος οι τουρίστες οι οποίοι αντιμετωπίζουν το οινοποιείο και τους αμπελώνες ως τουριστικά αξιοθέατα της περιοχής που επισκέπτονται. [Τερζούδη, Μ. (7 Μαΐου, 2009). ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Πόλος έλξης τα οινοποιεία. Ανακτήθηκε 6 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.makthes.gr/news>].

Συμπερασματικά, τα κίνητρα των επισκεπτών ποικίλλουν και διαφοροποιούνται ανάλογα με τα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά, τις αντιλήψεις και τα ενδιαφέροντά τους. Καθεμιά από τις τέσσερις κατηγορίες μπορεί να γίνει στόχος επιχειρηματικών σχεδίων καθώς και να συμβάλλει στην ανάπτυξη του οινικού τουρισμού με τους οινόφιλους και τους νεοφώτιστους να συμβάλλουν περισσότερο στα κέρδη των οινοποιητικών επιχειρήσεων. Η γνώση των αναγκών τους είναι το μυστικό της επιτυχίας και η προσφορά ενός

ολοκληρωμένου και διαρθρωμένου οινοτουριστικού προϊόντος που θα περιλαμβάνει ποικιλία δραστηριοτήτων.

2.1 Δρόμοι κρασιού της Μακεδονίας

Ένας Δρόμος Κρασιού, είναι ένα τουριστικό προϊόν, το οποίο εκμεταλλεύεται τα πάσης φύσεως κάλλη μιας περιοχής ή ενός συνόλου περιοχών, για να προσελκύσει επισκέπτες, συντελώντας με αυτό τον τρόπο σημαντικά στην ανάπτυξή της, και στοχεύοντας φυσικά έμμεσα στην αύξηση της κατανάλωσης του κρασιού. Οι Δρόμοι του Κρασιού της Μακεδονίας, νυν Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδας αποτελούν μια καινοτόμο πρόταση προς τον τουρίστα για να εξερευνήσει τις πλούσιες αμπελουργικές περιοχές και τα οινοποιεία τους, να ανακαλύψει το πλήθος των τοπικών γιορτών, άμεσα συνδεδεμένων με το κρασί που αποτελεί κύριο στοιχείο της πολιτισμικής ταυτότητας του Έλληνα.

Στην Ελλάδα, οργανωμένα το εγχείρημα του οινικού τουρισμού ξεκίνησε το 1993, από την κοινή προσπάθεια 15 οραματιστών οινοπαραγωγών οι οποίοι συγκροτήθηκαν σε ένα κοινό σχήμα με τη μορφή αστικής, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα εταιρίας, με την επωνυμία Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας. Στόχος τους ήταν να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για τη στήριξη της αμπελοοινικής παράδοσης και να δώσουν τη δυνατότητα σε Έλληνες και ξένους να ανακαλύψουν το μακεδονικό αμπελώνα. Το 2002, η προσάρτηση της Ηπείρου και η επέκταση των οινοποιείων-μελών στη Θράκη οδήγησε στη μετονομασία σε Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της βόρειου Ελλάδος, με το διακριτικό τίτλο Δρόμοι του Κρασιού της Βόρειου Ελλάδος. ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ. ([χ.χ.]). Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος. Ανακτήθηκε 8 Μαρτίου, 2010, από <http://www.wineroads.gr>

Στο δίκτυο συμμετείχαν επίσης ως συνεργαζόμενα μέλη, εστιατόρια, ξενώνες, επιχειρήσεις εναλλακτικού τουρισμού, κάβες, εταιρίες αμπελοοινικής συμβουλευτικής υποστήριξης, με στόχο την από κοινού προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών και τη δημιουργία των προϋποθέσεων για τη στήριξη της

οινοτουριστικής δραστηριότητας και της βορειοελλαδίτικης κουζίνας. Το δίκτυο προέβλεπε στους εξής στόχους :

- Πρώτον στο κτίσιμο της εικόνας του μακεδονικού κρασιού και τη διεθνή προβολή του. Πρόκειται για μια σημαντική πρωτοβουλία, διότι εκπαιδεύει το ξένο επισκέπτη και το σύγχρονο Έλληνα καταναλωτή, συμβάλλοντας στην επικοινωνία του με το κρασί και καταρρίπτοντας μύθους γύρω από αυτό, όπως ότι το χύμα κρασί είναι παραδοσιακό και μόνο το σπιτικό είναι υγιεινό. Παράλληλα με οργανωμένη δραστηριότητα, ενισχύει δυναμικά την προώθηση και προβολή του προϊόντος, στην Ελλάδα και το εξωτερικό.
- Δεύτερον στην ανάπτυξη και τουριστική αξιοποίηση του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδας και του φυσικού περιβάλλοντος των διάφορων περιοχών καθώς και στην παροχή μιας ολοκληρωμένης οινοτουριστικής πρότασης στους επισκέπτες.
- Τρίτον στη στήριξη της Ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και των τοπικών πολιτιστικών δραστηριοτήτων με κεντρικό άξονα το αμπέλι και το κρασί.
- Τέταρτον στη συμμετοχή στις διαδικασίες θέσπισης γενικών κανόνων που μπορεί να διέπουν τις σχέσεις αμπελουργών, οινοποιών και οινοεμπόρων, με στόχο την καλύτερη δυνατή συνεργασία, την εξυπηρέτηση των καταναλωτών και την ποιοτική αναβάθμιση υπηρεσιών και προϊόντων.

Επιδίωξη των μελλών αποτελεί η αναζήτηση λύσεων προσαρμοσμένων σε αγροτικές περιοχές, με την ενεργό συμμετοχή της τοπικής αυτοδιοίκησης, πολιτιστικών συλλόγων, φορέων και επιχειρήσεων του τοπικού πληθυσμού. Όλοι αυτοί συνεργάστηκαν, συγκροτήθηκαν σε κοινή δομή, επινόησαν και ανέλαβαν ενέργειες ανάπτυξης, που προσιδιάζουν στις εν λόγω περιοχές και έχουν διαρκή αποτέλεσμα. Τέτοιες ενέργειες είναι, η χάραξη αμπελοοινικών διαδρομών, η σήμανση τους, η μετατροπή των οινοποιείων σε επισκέψιμους χώρους, η ίδρυση λαογραφικών μουσείων, η έκδοση βιβλίων, η οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων κλπ.[Δρομοι Κρασιού Βορείου Ελλάδος. (2002). Οινικές διαδρομές. Ανακτήθηκε 9 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.wineroads.gr>].

Σήμερα, οι επισκέπτες των δρόμων του Κρασιού, έχουν να επιλέξουν ανάμεσα σε 8 συνολικά διαδρομές (εικ 26), που διασχίζουν πέντε περιφέρειες. Αυτές της Κεντρικής Μακεδονίας, της Ανατολικής Μακεδονίας, της Δυτικής Μακεδονίας, της Ηπείρου και της Θεσσαλίας, οι οποίες οδηγούν από το θεϊκό Όλυμπο και την ηπειρωτική Ζίτσα, στην βυζαντινή Θεσσαλονίκη και από το ακριτικό Αμύνταιο στη μαγευτική Χαλκιδική, το διονυσιακό Παγγαίο και τη μακρινή Θράκη. Κατά τη διάρκεια της οινικής τους περιπλάνησης έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν τα δώρα που η φύση του βορειοελλαδίτικου τοπίου χαρίζει απλόχερα και να ανακαλύψουν αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και αξιοθέατα. Η διαμονή σε παραδοσιακούς ξενώνες και η γνωριμία με την τοπική κουζίνα σε επιλεγμένους χώρους εστίασης έχει προβλεφθεί για να συμπληρώσει τη φιλοξενία τους, ενισχύοντας παράλληλα το εισόδημα και άλλων επαγγελματιών της περιοχής.



(εικ 25)Κτήμα Αρβανιτίδη, Ασκός

Τον Ιούνιο του 2000 θεσπίστηκε Κανονισμός Λειτουργίας και οι οινοπαραγωγοί, που επιθυμούν να συμπεριληφθούν στους Δρόμους του Κρασιού της Μακεδονίας, αναλαμβάνουν την υποχρέωση να σεβαστούν συγκεκριμένους όρους που προσδιορίζουν τις κύριες προϋποθέσεις για την λειτουργία των οινοποιείων, τις συνθήκες κάτω από τις οποίες γίνεται δεκτός ο επισκέπτης, καθώς και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Συγκεκριμένα οι υποχρεώσεις αυτές περιλαμβάνουν:

1. Τη φροντίδα για την ασφαλή πρόσβαση στο οινοποιείο.

2. Την ύπαρξη πινακίδας στην είσοδο με το σήμα των Δρόμων του Κρασιού, το ωράριο επισκέψεων και το κόστος της γευστικής δοκιμής αν υπάρχει.
3. Τη δυνατότητα να παραμένει το οινοποιείο ανοιχτό σε καθορισμένες μέρες και ώρες επίσκεψης (π.χ. Σαββατοκύριακα μετά από επικοινωνία).
4. Την επιμέλεια των κατευθυντήριων πινακίδων των οινοποιείων, καθώς και των γενικών πινακίδων.
5. Την ύπαρξη χώρου στάθμευσης (πάρκιγκ).
6. Να διαθέτει χώρο υποδοχής επισκεπτών και χώρους υγιεινής.
7. Την οργάνωση ξενάγησης με σχεδιασμένη διαδρομή, προσαρμοσμένη σε κάθε οινοποιείο.
8. Να διαθέτει κατάλληλους χώρους γευσιγνωσίας, με σωστή θερμοκρασία για άνετη γευστική δοκιμή.
9. Να έχει χώρους πώλησης, με λογιστική παρακολούθηση.
10. Να διαθέτει βιβλίο εντυπώσεων επισκεπτών.
11. Να προσφέρει ενημερωτικό έντυπο για το οινοποιείο και τα κρασιά παραγωγής, καθώς και να υπάρχει τιμοκατάλογος κρασιών και λοιπών υπηρεσιών.
12. Να παρέχει πληροφορίες για τους Δρόμους του Κρασιού και τα συμμετέχοντα οινοποιεία.

Η μη εφαρμογή των παραπάνω μπορεί να έχει ως επακόλουθο την αποτομπή του μέλους από τους Δρόμους του Κρασιού της Μακεδονίας και την αφαίρεση της ειδικής πινακίδας που φέρει στην είσοδο του. Υπάρχουν όμως και ορισμένες προαιρετικές ευθύνες του οινοπαραγωγού προς τον επισκέπτη, όπως η προσφορά τοπικών προϊόντων, η έκθεση παραδοσιακών αντικειμένων αμπελουργίας, οινοποιίας, η λειτουργία μουσείου και οι πωλήσεις αξεσουάρ κρασιού και βιβλίων.



(εικ 26) χάρτης Δρόμων κρασιού Βορείου Ελλάδος

2.2 Διαδρομές στην Κεντρική Μακεδονία

Η Μακεδονία, στη Βόρεια Ελλάδα, είναι μια περιοχή ποτισμένη από τις μνήμες 4.000 χρόνων ιστορίας. Στην Κεντρική Μακεδονία το κλίμα είναι ήπιο, με επαρκή υγρασία για την τέλεια ωρίμαση των σταφυλιών, μεγάλες καλοκαιρινές ημέρες, ελαφριές βροχοπτώσεις και δροσερές νύχτες. Χάρη στις κλιματολογικές και εδαφολογικές συνθήκες το κλίμα της περιοχής είναι εξαιρετικό για αμπελοκαλλιέργεια, με πολλές ώρες ηλιοφάνειας και άφθονη βροχόπτωση. Η Κεντρική Μακεδονία είναι μία από τις 13 περιφέρειες της Ελλάδας και μία από τις περιφέρειες της Μακεδονίας. Αποτελείται από τους νομούς Χαλκιδικής, Ημαθίας, Κιλκίς, Πέλλας, Πιερίας, Σερρών και Θεσσαλονίκης. Η αμπελουργική παράδοση στη Μακεδονία έχει τις ρίζες τις στα αρχαία χρόνια. Πολλές ιστορικές πόλεις, όπως η Πέλλα, η Σίνδος και η Πύδνα, ήταν διάσημες για τα εξαιρετικά κρασιά τους. Τα αρχαιολογικά ευρήματα, όπως ο Μακεδονικός κρατήρας (340 π. Χ.), που ενέπνευσε το σχεδιασμό της φιάλης των κρασιών, μαρτυρούν την μακριά αμπελουργική παράδοση της περιοχής. Η Κεντρική Μακεδονία διαθέτει πολλά επισκέψιμα οινοποιεία, που σχηματίζουν διάφορες διαδρομές κρασιών. [Τσαντάλη. (2005). Μακεδονία - Ιστορική αναδρομή. Ανακτήθηκε 7 Φεβρουαρίου, 2010, από www.tsantali.gr/index.php?option=com].

Στο κέντρο των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος βρίσκεται η Θεσσαλονίκη. Στη διαδρομή του κρασιού της Θεσσαλονίκης, ο επισκέπτης περνάει από το Καλοχώρι και το Δέλτα Αξιού με τον αξιόλογο υδροβιότοπο με κατεύθυνση, είτε βόρεια στο Λαγκαδά και στην ορεινή Όσσα, είτε ανατολικά, στον Ασκό και τις λίμνες Κορώνεια και Βόλβη μέχρι τον Στρυμωνικό κόλπο. Πλησιέστερα στη Θεσσαλονίκη, η διαδρομή οδηγεί στα παραθαλάσσια κέντρα Περαία, Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα για να καταλήξει στην Επανομή, στο ακρωτήριο, στην άκρη του Θερμαϊκού. Τα οινοποιεία όπου μπορούν να ξεναγηθούν οι επισκέπτες της περιοχής είναι το Κτήμα Γεροβασιλείου στην Επανομή, το Κτήμα Μπαμπατζιμόπουλου στην Όσσα Λαγκαδά, η Οινοποιία Αρβανιτίδη στον Ασκό Σοχού και η Οινοποιία Κεχρή στο Καλοχώρι. Κατά μήκος της διαδρομής οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να απολαύσουν ζεστή φιλοξενία, τοπικές γεύσεις και παραδοσιακά προϊόντα από τις επιλεγμένες επιχειρήσεις - μέλη των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος. Για τους επισκέπτες των οινοποιείων υπάρχει στη Θεσσαλονίκη και ένα πλήθος από σημαντικά αξιοθέατα που μπορούν να συνδυαστούν με την περιήγηση στην περιοχή και τα οινοποιεία.

Η Διαδρομή του Κρασιού της Χαλκιδικής ξεκινάει από τον Άγιο Παύλο στη χερσόνησο της Χαλκιδικής με σταθμό το οινοποιείο της εταιρείας Τσάνταλη, συνεχίζει στο Πόρτο Καρράς στη Σιθωνία και το Κτήμα Πόρτο Καρράς, για να ανηφορίσει στην ορεινή Χαλκιδική, στην Αρναία και το Κτήμα Κλαούντια Παπαγιάννη και να καταλήξει στο Άγιο Όρος, στη Χρωμίτσα και το οινοποιείο του Μυλοπόταμου. Οι επισκέπτες της Διαδρομής του Κρασιού της Χαλκιδικής μπορούν να συνοδεύσουν τις οινογευστικές περιπλανήσεις τους με φιλοξενία και γευσιγνωσία τοπικών συνταγών υψηλού επιπέδου όπως και με ποιοτικά τοπικά προϊόντα και εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις – μέλη των Δρόμων του Κρασιού.

Η Διαδρομή Πέλλας-Γουμένισσας γεωγραφικά ανήκει στους Νομούς Κιλκίς και Πέλλας και περιλαμβάνει τις αμπελοοινικές περιοχές της Γουμένισσας και των Γιαννιτών. Τα οινοποιεία που βρίσκονται στη διαδρομή και συμμετέχουν στους Δρόμους του Κρασιού είναι του Χρίστου Αϊδαρίνη, της Μπουτάρη Α.Ε., της οικογένειας Τάτση και του Βαγγέλη Χατζηβαρύτη στη Γουμένισσα Νομού Κιλκίς, του Θωμά Λίγα στα Γιαννιτά Νομού Πέλλας. Στη γραφική κωμόπολη της Γουμένισσας, πρωτεύουσα της επαρχίας Παιονίας, υπάρχει η Ζώνη Ονομασίας

Προελεύσεως Ανωτέρας Ποιότητας Γουμένισσας. Η ζώνη βρίσκεται 70χιλιόμετρα από τη Θεσσαλονίκη και εκτείνεται στις παρυφές του Πάϊκου. Εκεί βρίσκονται τα οινοποιεία του Χρίστου Αϊδαρίνη, της Μπουτάρη Α.Ε. και της οικογένειας Τάτση. Κατηφορίζοντας στα Γιαννισιά, ο περιηγητής θα συναντήσει το Κτήμα Λίγα και αμέσως μετά, στα ανατολικά, μπορεί να επισκεφθεί τον αρχαιολογικό χώρο της αρχαίας Πέλλας με τα μοναδικά ψηφιδωτά δάπεδα και το ομώνυμο μουσείο. [Δρομοί Κρασιού Βορείου Ελλάδος. (2002). Οινικές διαδρομές. Ανακτήθηκε 9 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.wineroads.gr>].

Η Διαδρομή του Κρασιού της Νάουσας αποτελεί την πιο διάσημη περιοχή παραγωγής κρασιού της Βορείου Ελλάδος. Εκεί ωριμάζει η πιο εκλεκτή ερυθρή ποικιλία του βορειοελλαδικού χώρου, το ξινόμαυρο, ενώ στην περιοχή, υπάρχει σημαντικός αριθμός επισκέψιμων οινοποιείων. Η διαδρομή ξεκινά από τη Βέροια, 74χλμ. από τη Θεσσαλονίκη και το μικρό χωριό της Βεργίνας. Ο περιηγητής της διαδρομής μπορεί να επισκεφθεί τα οινοποιεία της Διαδρομής του Κρασιού της Νάουσας. Αυτά είναι, το οινοποιείο Μπουτάρη στη Στενήμαχο, το Κτήμα Φουντή στη Νέα Στράντζα, το Κυρ-Γιάννη στο Γιαννακοχώρι, το Αργατία στο Ροδοχώρι και το Βαένι Νάουσα στην Επισκοπή. Επίσης, στη Νάουσα λειτουργεί το Μουσείο Οίνου και Αμπέλου, από τον Δημοτικό Πολιτιστικό Οργανισμό Νάουσας. Το μουσείο στεγάζεται στο παραδοσιακό, ανακαινισμένο κτίριο Ι. Μπουτάρη. Πρόκειται για ένα νεοκλασικό κτίριο που ανεγέρθη το 1908, όπως αυτό φαίνεται από την μαρμάρινη πλάκα στην πρόσοψη, από τον Ιωάννη Μπουτάρη, ιδρυτή της ομώνυμης εταιρίας και κατασκευάστηκε για να χρησιμοποιηθεί σαν οινοποιείο, το πρώτο οργανωμένο οινοποιείο στην Νάουσα. Στο μουσείο υπάρχουν εκθέματα τα οποία παρουσιάζουν στον επισκέπτη ή στο μελετητή, όλη την παραδοσιακή διαδικασία παραγωγής κρασιού από τον αμπελώνα μέχρι την αποθήκευση του σε βαρέλια (εικ 28), καθώς επίσης και μικροαντικείμενα που είναι απαραίτητα για την διαδικασία παραγωγής και κατανάλωσης του κρασιού. Το Μουσείο αναβαθμίζει το τουριστικό προϊόν των Δρόμων του Κρασιού της περιοχής προσφέροντας ένα ακόμα στοιχείο στο πολύμορφο τοπικό πάζλ και εμπλουτίζοντας με τον τρόπο αυτό την υφισταμένη υποδομή των οινοποιείων.

Τέλος στη Διαδρομή του Κρασιού του Διονύσου ανήκει το κτήμα του Αποστόλη. Το οινοποιείο βρίσκεται στους Άμπελους Σερρών. Διαθέτει επισκέψιμα κελάρια, χώρους παλαίωσης και αίθουσα γευσιγνωσίας (εικ 27)

κατασκευασμένη με σεβασμό στην παράδοση ώστε να δεχτεί όσους επιθυμούν να γνωρίσουν τους χώρους του και να δοκιμάσουν τα κρασιά. [Δρομοι Κρασιού Βορείου Ελλάδος. (2002). Οινικές διαδρομές. Ανακτήθηκε 9 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.wineroads.gr>].

Στη διάθεση των επισκεπτών όλων των παραπάνω διαδρομών βρίσκεται και μια μεγάλη λίστα επιλεγμένων ξενώνων, εστιατορίων, εργαστηρίων τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεων που προσφέρουν εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής. Αυτά είναι τα μέλη του δικτύου που ολοκληρώνουν την αγροτουριστική πρόταση των Δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος.



(εικ 27) Παραδοσιακή αίθουσα γευσιγνωσίας



(εικ 28) κελάρι οινοποιείου

2.3 Πλεονεκτήματα επισκέψιμων οινοποιείων

Στον οινοτουρισμό βασικός άξονας είναι, η επίσκεψη των τουριστών στα οινοποιεία . Οι επισκέψεις αυτές κρύβουν πολλά πλεονεκτήματα τόσο για τους επισκέπτες, τους ίδιους τους παραγωγούς αλλά και την τοπική κοινωνία.

Οι επισκέπτες έχουν τα εξής πλεονεκτήματα:

1. Η επίσκεψη σε ένα οινοποιείο και γενικά σε έναν αμπελότοπο είναι μια απόδραση από τη ρουτίνα της καθημερινότητας, και τους βοηθάει να χαλαρώσουν και να ηρεμήσουν απολαμβάνοντας το κρασί.
2. Ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να δει από κοντά πως λειτουργεί ένα οινοποιείο, και του δίνεται η δυνατότητα μέσω σεμιναρίων να κατανοήσει όλη τη διαδικασία παραγωγής οίνου.

3. Έχει την ευκαιρία να δοκιμάσει κρασί μέσα από τη διαδικασία της γευσισγνωσίας που πραγματοποιείται στα οινοποιεία και να γνωρίσει από κοντά αυτούς που το φτιάχνουν.
4. Μπορεί να αγοράσει απευθείας κρασιά που δεν μπορεί να βρει αλλού και μάλιστα σε οικονομικότερες τιμές.

Όσο αναφορά τον παραγωγό:

1. Έρχεται σε άμεση επαφή με τον καταναλωτή όπου και ενημερώνεται για τις προτιμήσεις του σε ότι αφορά το κρασί.
2. Δίνει τη δυνατότητα προβολής, ιδιαίτερα για τους μικρούς παραγωγούς που δεν έχουν τη δυνατότητα προώθησης των προϊόντων τους και δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν σε έξοδα μάρκετινγκ.
3. Δίνει τη δυνατότητα σε παραγωγούς μεγαλύτερης ηλικίας να εκτιμήσουν εκ του σύνεγγυς την αποδοχή νέων γεύσεων από τον καταναλωτή.

Για την τοπική κοινωνία:

1. Η επίσκεψη σε ένα οινοποιείο συντελεί στην ανάδειξη του φυσικού και πολιτιστικού πλούτου κάθε περιοχής και στην καλή εικόνα και τη φήμη των κρασιών της.
2. Προωθεί τις οινοπαραγωγές αγροτικές περιοχές και συνεισφέρει στην ανακάλυψη και διατήρηση των παραδόσεων των περιοχών αυτών.
3. Συντελεί στη βελτίωση της ποιότητας ζωής του τοπικού πληθυσμού με αποτέλεσμα την ανακοπή της μετανάστευσης.
4. Δημιουργούνται περισσότερες θέσεις εργασίας και συμπληρωματικά εισοδήματα.

2.4 Το Πρόγραμμα LEADER+ για το Νομό Θεσσαλονίκης

Στα προγράμματα επιδότησης για τη μετατροπή μιας μονάδας οινοποίησης σε επισκέψιμο οινοποιείο λειτούργησε και το πρόγραμμα LEADER+.

Η περιοχή παρέμβασης, για το Νομό Θεσσαλονίκης και με βάση τις επιλεξιμότητες του Προγράμματος, ορίστηκε η περιοχή των Δήμων: Απολλωνίας, Αρέθουσας, Ασσήρου, Βερτίσκου, Εγνατίας, Καλλινδοίων, Κορώνειας, Λαχανά, Μαδύτου, Μυγδονίας και Σοχού καθώς και των Τοπικών Διαμερισμάτων: Ανάληψης, Κολχικού, Χρυσαιγής και Λαγυνών του Δήμου

Λαγκαδά, Περιστεράς, Λιβαδίου και Αγίου Αντώνιου του Δήμου Βασιλικών, Βρασνών του Δήμου Αγίου Γεωργίου και Άνω Σταυρού και Βόλβης του Δήμου Ρεντίνας. [

(6 Σεπτεμβρίου, 2006). Νέα του LEADER+. Ανακτήθηκε 6 Απριλίου, 2010, από <http://www.aneth.gr/nea.asp?nID=88&clD=1>].



(εικ 29) Χάρτης περιοχής εφαρμογής προγράμματος LEADER+

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το Οινοποιείο Ταβατίδη. Στο Τοπικό Διαμέρισμα Λευκούδας του Δήμου Αρέθουσας, 80 χιλιόμετρα περίπου Ανατολικά της Θεσσαλονίκης, σε οικόπεδο εμβαδού 2.309,00 τ.μ., εντός του οικισμού, λειτουργεί αμπελοοινική επιχείρηση, όπου οινοποιούνται σταφύλια που παράγονται σε ιδιόκτητο αμπελώνα με βιολογική μέθοδο. Μέσω της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER+ επιδοτήθηκε η μετατροπή της μονάδας οινοποίησης σε επισκέψιμο οινοποιείο, με την κατασκευή κάβας με θυρίδες οίνου και αίθουσας πολλαπλών χρήσεων (γευσιγνωσία, πραγματοποίηση συνεδρίων), με τη δυνατότητα κάλυψης των αναγκών των ΑμΕΑ και των ΑΜΚ.

Η επιχείρηση έχει ενταχθεί στο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας για τις μεταποιητικές επιχειρήσεις στο Νομό Θεσσαλονίκης.

2.5 Πράσινη Επιχείρηση 2010

Σήμερα μια μεταποιητική αμπελοοινική επιχείρηση για να χρηματοδοτηθεί, μέσω επιδοτούμενων προγραμμάτων πρέπει να ενταχθεί σε προγράμματα του «ΕΣΠΑ 2007 2013», όπως για παράδειγμα το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα» πράσινη επιχείρηση 2010.

Στο πρόγραμμα μπορούν να υποβάλλουν από μια πρόταση υφιστάμενες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ελληνικό χώρο στους τομείς της μεταποίησης και των υπηρεσιών που δρουν υποστηρικτικά σε αυτές.(ΚΑΔ 2008, 10–33), όπως επίσης και οι ΚΑΔ 2008, 82.92 και 96.01 του τομέα υπηρεσιών). Για το παρόν πρόγραμμα ως υφιστάμενες επιχειρήσεις ορίζονται αυτές που έχουν κλείσει τουλάχιστον τρεις (3) πλήρεις δωδεκάμηνες διαχειριστικές χρήσεις.

Στο πλαίσιο της Προγράμματος «ΠΡΑΣΙΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ 2010» ενισχύονται έργα προϋπολογισμού ύψους επένδυσης από €30.000,00 έως €200.000,00 ανά αίτηση. Το ύψος του προϋπολογισμού του προτεινόμενου επενδυτικού σχεδίου δεν δύναται να υπερβαίνει το 100% του Μέσου Όρου του Κύκλου εργασιών της επιχείρησης της τελευταίας 3ετίας (2007,2008 και 2009). [Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας. (26 Μαΐου, 2010). 'Πράσινη Επιχείρηση 2010. Ανακτήθηκε 9 Απριλίου, 2010, από <http://www.espa.gr/el/Page>].

Το ποσοστό Δημόσιας Χρηματοδότησης καθορίζεται από τον τόπο υλοποίησης της επένδυσης και διαμορφώνεται ως εξής:

Περιοχή Α. Στο 35% του επιλέξιμου προϋπολογισμού Νομοί: Αττικής και Θεσσαλονίκης πλην των Βιομηχανικών Επιχειρηματικών Περιοχών (Β.Ε.ΠΕ.) και των νησιών των Νομών αυτών που εντάσσονται στην Περιοχή Β΄.

Περιοχή Β. Στο 40% του επιλέξιμου προϋπολογισμού: Νομοί: Καρδίτσας, Λάρισας, Μαγνησίας, Τρικάλων, Κυκλάδων, Δωδεκανήσου,

Κέρκυρας, Λευκάδος, Κεφαλληνίας, Ζακύνθου, Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνου, Χανίων, Χαλκιδικής, Κιλκίς, Σερρών, Πέλλας, Ημαθίας, Πιερίας, Γρεβενών, Κοζάνης, Φλώρινας, Καστοριάς, Φθιώτιδος, Φωκίδος, Εύβοιας, Βοιωτίας, Ευρυτανίας.

Περιοχή Γ. Στο 45% του επιλέξιμου προϋπολογισμού Νομοί: Άρτας, Πρέβεζας, Θεσπρωτίας, Ιωαννίνων, Ξάνθης, Ροδόπης, Έβρου, Δράμας, Λέσβου, Χίου, Σάμου, Λακωνίας, Μεσσηνίας, Αργολίδος, Αρκαδίας, Κορινθίας, Αχαΐας, Αιτωλοακαρνανίας, Ηλείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

Η χρησιμοποίηση των αριθμοδεικτών σαν ένα σημαντικό μέσο ερμηνείας και αξιολόγησης των χρηματοοικονομικών καταστάσεων για τη λήψη αποφάσεων επενδύσεων είναι πολύ παλιά. Πιο συγκεκριμένα στις Η.Π.Α. η χρησιμοποίηση των αριθμοδεικτών στην ανάλυση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων τοποθετείται στα τέλη του 18^{ου} αιώνα.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση γίνεται για να προσδιοριστούν οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της επιχείρησης και να διαπιστωθεί κατά πόσο είναι χρηματοοικονομικά ισχυρή και κερδοφόρα σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις του χώρου της και κατά πόσο διαχρονικά βελτιώνεται η επιδεινώνεται η χρηματοοικονομική της θέση. Οι επενδυτές χρειάζονται αυτές τις πληροφορίες για να μπορέσουν να εκτιμήσουν τις μελλοντικές χρηματικές ροές της επιχείρησης αλλά και τους αντίστοιχους κινδύνους που εγκυμονούν αυτές. [Αλεξανδρίδης, Μ. (2004). Χρηματοοικονομική Διαχείριση. Αθήνα].

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ανάλυση με βάση την τεχνική αυτή περιλαμβάνει το διαχωρισμό των χρηματοοικονομικών καταστάσεων, που αποτελούν αντικείμενο εξέτασης, στα στατιστικά τους στοιχεία ή σε ομάδες στοιχείων, και την αξιολόγηση του ενός σε σχέση με το άλλο και με εξωγενή πρότυπα. Η σχέση ενός στοιχείου μιας χρηματοοικονομικής κατάστασης προς ένα άλλο στοιχείο της ίδιας ή άλλης χρηματοοικονομικής κατάστασης εκφρασμένη σε απλή μορφή είναι γνωστή ως δείκτης ή αριθμοδείκτης.

Πιο συγκεκριμένα αριθμοδείκτης είναι μία σχέση μεταξύ δυο μεγεθών που μπορούν να παρασταθούν είτε σαν λόγος αυτών είτε σαν εκατοστιαία αναλογία αυτών. Επομένως είναι μια σχέση μεταξύ δυο χαρακτηριστικών δεδομένων της επιχείρησης, ενδεικτική της καθαρής θέσης, του δυναμικού, της δραστηριότητας ή της αποδοτικότητας αυτής. Σχέση ενδεικτική γιατί από δυο δεδομένα παρέχεται ένα νέο στοιχείο. Είναι αυτονόητο ότι ο αριθμοδείκτης είναι χωρίς αξία αν τα μεγέθη από τα οποία αποτελείται έχουν επιλεγεί εσφαλμένα. Πράγματι δεν αρκεί να συνδυάσουμε δυο οποιαδήποτε μεγέθη για να έχουμε ένα ενδιαφέρον νέο στοιχείο, αλλά πρέπει να υπάρχει και μία λογική συσχέτιση μεταξύ των δύο όρων του αριθμοδείκτη.

3.1 Εισαγωγή στους χρηματοοικονομικούς δείκτες

Η χρησιμοποίηση των χρηματοοικονομικών δεικτών, είναι μια αποτελεσματική μέθοδος για να συνοψίσουμε έναν μεγάλο αριθμό χρηματοοικονομικών δεδομένων, προκειμένου να τα αξιολογήσουμε και να συγκρίνουμε τις επιδόσεις των επιχειρήσεων.

Ο λόγος που οδήγησε στην καθιέρωση της χρήσης των αριθμοδεικτών, είναι η αδυναμία να γίνεται άμεσα αντιληπτή η πραγματική αξία και η σπουδαιότητα των απολύτων μεγεθών των στοιχείων που περιλαμβάνονται στον ισολογισμό ή στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης μιας οικονομικής μονάδας. Βέβαια, ένας μεμονωμένος αριθμοδείκτης δε δύναται να μας δώσει πλήρη εικόνα της οικονομικής κατάστασης μιας επιχείρησης, αν δε συγκριθεί με άλλους αντιπροσωπευτικούς ή πρότυπους αριθμοδείκτες προηγούμενων ετών.

Οι αριθμοδείκτες χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: 1) Αριθμοδείκτες Ρευστότητας οι οποίοι μετρούν την ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της κατά το χρόνο λήξης τους, 2) Αριθμοδείκτες Δανειακής Επιβάρυνσης, που μετρούν το βαθμό στον οποίο η χρηματοδότηση της επιχείρησης έχει γίνει με δανεισμό, 3) Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας, που μετρούν τον βαθμό αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων που απασχολούνται από την επιχείρηση, και 4) Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας, που μετρούν τη συνολική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, όπως αυτή εμφανίζεται από τα ποσοστά απόδοσης που πραγματοποιήθηκαν επί των πωλήσεων και επί της επένδυσης που πραγματοποιήθηκε. [Αλεξανδρίδης, Μ. (2004). Χρηματοοικονομική Διαχείριση. Αθήνα].

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες κατατάσσονται συνήθως σε επιμέρους κατηγορίες, με κριτήριο το είδος της βασικής πληροφόρησης που παρέχουν. Η κατάταξη αυτή επιτρέπει μεν τη συστηματική παρουσίαση του θέματος, δεν θα πρέπει όμως να παρερμηνευθεί. Ειδικότερα, κάθε δείκτης μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διασταύρωση ενδείξεων που συνδέονται με διαφορετικές καταστάσεις της επιχείρησης και όχι μόνο για μια συγκεκριμένη κατάσταση. Με την έννοια αυτή, δεν υπάρχουν αμιγείς δείκτες π.χ. ρευστότητας, αποδοτικότητας, κεφαλαιακής διάρθρωσης.

Η σπουδαιότητα της χρησιμοποίησης των αριθμοδεικτών ως βοηθητικού μέσου της μελέτης των απόλυτων δεδομένων των χρηματοοικονομικών καταστάσεων απορρέει από την ανάγκη να καθοριστούν οι σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ στοιχείων των χρηματοοικονομικών καταστάσεων που έχουν σχέση μεταξύ τους. Επίσης η σπουδαιότητα της χρησιμοποίησης των αριθμοδεικτών, προέρχεται από το γεγονός ότι διευκολύνουν την ανάλυση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων, με τη μείωση του μεγάλου αριθμού στοιχείων που περιλαμβάνει η ανάλυση σε ένα σχετικά μικρό σύνολο δεικτών που είναι εύκολοι από άποψη κατανόησης και σημαντικοί από οικονομική άποψη. Η σύγκριση με τις τιμές του αριθμοδείκτη των προηγούμενων λογιστικών χρήσεων, είναι σημαντική, αφού κατά την άποψη αρκετών αναλυτών καταστάσεων το μέλλον είναι παρελθόν που επιστρέφει δια μέσου μιας άλλης εισόδου. Ένα άλλο πρότυπο σύγκρισης, καθοριστικό για την ποιότητα πληροφόρησης που μας παρέχει η ανάλυση των αριθμοδεικτών, αποτελεί η αντιπροσωπευτική τιμή του αριθμοδείκτη για τον κλάδο της οικονομίας στον οποίο ανήκει η επιχείρηση. Αυτή η αντιπροσωπευτική τιμή μπορεί να είναι ο μέσος όρος ή κάποιο άλλο στατιστικό μέτρο που να δείχνει μέση τιμή. Η σπουδαιότητα του πρότυπου αυτού έγκειται μεταξύ άλλων και στην προσαρμοστικότητα τόσο στην στατική όσο και στη διαχρονική ανάλυση. Οι αριθμοδείκτες σαν άλλα στατιστικά δεδομένα, αντιπροσωπεύουν απλώς έναν πρόσφορο τρόπο για τον εντοπισμό της προσοχής του αναλυτή πάνω σε συγκεκριμένες σχέσεις που απαιτούν παραπέρα διερεύνηση. Οι αριθμοδείκτες είναι μέσα της ανάλυσης που, τις περισσότερες φορές, παρέχουν στον αναλυτή ενδείξεις και συμπτώματα των βασικών συνθηκών. Οι αριθμοδείκτες σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τον προβληματισμό του αναλυτή καταστάσεων. Δεν είναι σε καμία περίπτωση η τελική έκφραση των βασικών συνθηκών που επικρατούν στην επιχείρηση. Οι αριθμοδείκτες εάν ερμηνευθούν κατάλληλα μπορούν να υποδείξουν τις περιοχές που απαιτούν παραπέρα διερεύνηση. Η ανάλυση ενός αριθμοδείκτη μπορεί να αποκαλύψει συσχετίσεις, καθώς επίσης βάσεις σύγκρισης που φανερώνουν συνθήκες και τάσεις που δεν μπορούν να εντοπισθούν από μια εξέταση των επιμέρους συστατικών στοιχείων του αριθμοδείκτη.

Η τεχνική των αριθμοδεικτών, όπως τονίσαμε είναι η πιο γνωστή και αυτή που χρησιμοποιείται περισσότερο από τις τεχνικές της παραδοσιακής προσέγγισης

ανάλυσης χρηματοοικονομικών καταστάσεων. Συνήθως οι αντικειμενικοί στόχοι της ανάλυσης αριθμοδεικτών παρανοούνται, με αποτέλεσμα η σπουδαιότητα τους να μπορεί εύκολα να υπερεκτιμηθεί. Από την άλλη πλευρά η ευκολία με την οποία δημιουργείται ένας αριθμοδείκτης μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία ενός μεγάλου αριθμού αριθμοδεικτών που κάθε άλλο παρά συμβάλουν στην επίτευξη του αντικειμενικού σκοπού του αναλυτή καταστάσεων, που είναι ο προσδιορισμός της χρηματοοικονομικής κατάστασης της επιχείρησης. Η σπουδαιότητα ενός αριθμοδείκτη εξαρτάται από την έκταση στην οποία αυτός εκφράζει μια σημαντική οικονομική σχέση. Η χρησιμότητα της ανάλυσης αριθμοδεικτών επαυξάνεται όταν σε συνδυασμό με την κατανόηση των αντικειμενικών στόχων της ανάλυσης αριθμοδεικτών, και το σωστό τρόπο σχηματισμού των αριθμοδεικτών, συνδυάζεται ευφυής και επιδέξιος τρόπος ερμηνείας τους από μέρος του αναλυτή. [[Παπαδόπουλος, Δ. (1985). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης. Θεσσαλονίκη: ΑΦΟΙ Κυριακίδη].

Υπάρχει μια σειρά δεικτών που προσπαθεί να αξιολογήσει τις επιδόσεις των εταιριών σε διάφορους τομείς, όπως η κερδοφορία, η αποδοτικότητα, η ικανότητα μιας εταιρίας να δανείζεται (δανειοληπτική ικανότητα), η ρευστότητα (η ικανότητα μιας εταιρίας να ανταποκρίνεται στις τρέχουσες υποχρεώσεις της), η παγιοποίηση (το ύψος των πάγιων περιουσιακών της στοιχείων σε σχέση με το σύνολο των κεφαλαίων της), κ.λπ. Η χρησιμότητα των δεικτών είναι σημαντική, αφού, μέσω των δεικτών αυτών μπορούμε:

α) Να διαγνώσουμε αρκετά ενδιαφέροντα σημεία γύρω από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της εταιρίας, όπως οι μικρές ή μεγάλες ανάγκες της σε πάγιο εξοπλισμό, η ανάγκη για χαμηλά ή υψηλά αποθέματα, η ταχεία ή αργή ανακύκλωση των αποθεμάτων, το υψηλό ή το χαμηλό περιθώριο κέρδους της εταιρίας, κ.λπ. Έτσι, μπορούμε να δούμε ότι μια βιομηχανική μονάδα συνήθως διαθέτει υψηλό λόγο παγίων προς συνολικό ενεργητικό, ενώ το αντίθετο συμβαίνει σε ορισμένες εμπορικές εταιρίες. Επίσης, ότι, π.χ., το μικτό περιθώριο κέρδους μιας βιομηχανικής μονάδας είναι ανώτερο από το αντίστοιχο περιθώριο, π.χ., ενός super market.

β) Να συγκρίνουμε τα στοιχεία αυτά με τα στοιχεία των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου. Οι διαφορές που θα προκύψουν θα μας οδηγήσουν στα στοιχεία υπεροχής ή υστέρησης της εταιρίας σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρίες του

κλάδου, καθώς επίσης πιθανόν να μας οδηγήσουν στις απαιτούμενες ενέργειες ώστε να βελτιωθούν οι τυχόν αδυναμίες της εταιρίας,

γ) Να βοηθηθούμε ώστε να υπολογίσουμε με σχετική ακρίβεια τις χρηματοδοτικές ανάγκες και τα κέρδη της εταιρίας σε κάθε προβλεπόμενη μεταβολή των πωλήσεων. Έτσι, εάν προβλέψουμε ότι οι πωλήσεις μιας εταιρίας θα αυξηθούν κατά 10% το τρέχον έτος, τότε να μπορούμε να πούμε ότι με βάση τους δεδομένους χρηματοοικονομικούς δείκτες κόστους, αποθεμάτων, κ.λπ., η εταιρία θα χρειαστεί επιπλέον χρηματοδότηση, π.χ., 5 εκατ. ευρώ και ότι η εταιρία θα επιτύχει επιπλέον 2 εκατ. ευρώ κέρδη εξαιτίας αυτής της αύξησης των πωλήσεων, δ) Να συγκρίνουμε τις επιδόσεις των δεικτών της εταιρίας με την τρέχουσα χρηματιστηριακή αξία της και έτσι να έχουμε ένα μέτρο για το αν η τιμή της μετοχής είναι ελκυστική ή όχι.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι, (όπως συμβαίνει και με όλους τους δείκτες), οι δείκτες υποδεικνύουν στην καλύτερη περίπτωση το σύμπτωμα και όχι το αίτιο. Οι τιμές λοιπόν των δεικτών θα πρέπει να αποτελούν την αφετηρία για να ερευνησουμε γιατί μια εταιρία πλεονεκτεί ή μειονεκτεί έναντι των υπολοίπων εταιριών του κλάδου και όχι να αποτελούν τα συμπεράσματα της έρευνάς μας. Τέλος, θα πρέπει να τονίσουμε ότι θα πρέπει να εξετάζουμε ένα σύνολο δεικτών και όχι να περιοριζόμαστε στην εξέταση ενός ή δύο χρηματοοικονομικών δεικτών.

Κύριος αντικειμενικός στόχος της ανάλυσης αριθμοδεικτών είναι η διευκόλυνση της ερμηνείας των χρηματοοικονομικών δεδομένων που εμφανίζονται στις καταστάσεις που αποτελούν αντικείμενο μελέτης. Ο σκοπός αυτός επιτυγχάνεται βασικά με τη μείωση του μεγάλου αριθμού των στοιχείων των χρηματοοικονομικών καταστάσεων σε ένα σχετικά μικρό αριθμό αριθμοδεικτών. Γιατί δεν πρέπει να μας διαφεύγει ότι, ο αριθμός των διαφόρων αριθμοδεικτών που μπορεί να υπολογισθεί με βάση τα στοιχεία των βασικών χρηματοοικονομικών καταστάσεων είναι πολύ μεγάλος. Το γεγονός όμως ότι πολλοί από τους αριθμοδείκτες που μπορούν να υπολογισθούν δεν έχουν καμιά οικονομική σημασία, κάνει δυνατή την απόδοση ενός μεγάλου μέρους της πληροφόρησης που περιέχει στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις σε ένα σχετικά μικρό αριθμό αριθμοδεικτών.

Ένα από τα μειονεκτήματα των αριθμοδεικτών που πρέπει να προσεχθεί είναι και η ανεπαρκής εκτίμηση του παράγοντα χρόνου. Και αυτό γιατί τα

συγκρινόμενα μεγέθη είναι επιδεκτικά συχνών μεταβολών σε μεγάλη αναλογία. Οι αριθμοδείκτες πρέπει να υπολογίζονται σε χρονικές στιγμές κανονικά χωρισμένες. Η σύγκριση τους μέσα στο χρόνο επιτρέπει την παρακολούθηση της εξέλιξης της επιχείρησης. Για την πραγματοποίηση συγκρίσεων μεταξύ περισσότερων επιχειρήσεων, οι αριθμοδείκτες θα έχουν μεγαλύτερη σημασία, εφόσον υπολογίζονται κατά την ίδια χρονική στιγμή του κύκλου εκμετάλλευσης. Οι αριθμοδείκτες αναφέρονται συνηθέστερα σε παρωχημένες καταστάσεις, δεν εξηγούν μια εξέλιξη, απλά την επισημαίνουν. Πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι με τους δείκτες γίνεται εκτίμηση της φερεγγυότητας και της ποιότητας της διαχείρισης των επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου.

Όσο αναφορά τον τρόπο υπολογισμού των αριθμοδεικτών, ισχύουν οι κανόνες ομοιογένειας οι οποίοι ισχύουν για τον υπολογισμό ποσοτικών παραμέτρων. Δηλαδή τα χρησιμοποιούμενα στοιχεία θα πρέπει: α) να εκφράζονται στις ίδιες μονάδες μέτρησης, β) να αναφέρονται στις ίδιες χρονικές περιόδους, γ) να προκύπτουν με τις ίδιες τεχνικές μεθόδους, δ) να μην περιέχουν τάσεις διαστρέβλωσης, οφειλόμενη στον πληθωρισμό, σε μεταβολές συναλλαγματικών ισοτιμιών και σε εποχιακές διακυμάνσεις.

Βέβαια η χρησιμοποίηση και ιδιαίτερα η ερμηνεία των αριθμοδεικτών θα πρέπει να γίνεται πολύ προσεκτικά και τηρουμένων πάντοτε ορισμένων επιφυλάξεων. Επίσης, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος αριθμός αριθμοδεικτών, ο οποίος να μπορεί να καλύψει τις ανάγκες πληροφόρησης όλων των ενδιαφερομένων για την επιχείρηση. Τέλος θα πρέπει να παρατηρήσουμε ότι οι σημαντικότεροι λόγοι χρησιμοποίησης των αριθμοδεικτών είναι οι ακόλουθοι: α) προσφέρονται για διαχρονικές συγκρίσεις, δηλαδή για συγκρίσεις συγκεκριμένων στοιχείων ή δραστηριοτήτων της ίδιας επιχείρησης μεταξύ δύο ή περισσότερων οικονομικών χρήσεων, β) προσφέρονται για τομεακές συγκρίσεις δηλαδή, για συγκρίσεις μεταξύ επιχειρήσεων οι οποίες ανήκουν στον ίδιο τομέα ή κλάδο, γ) συνοψίζουν τη γενική οικονομική εικόνα της επιχείρησης, με τη ταυτόχρονη μελέτη και ανάλυση διαφορετικών δεικτών της ίδιας επιχείρησης. [Αλεξανδρίδης, Μ. (2004). Χρηματοοικονομική Διαχείριση. Αθήνα].

Όπως αναφέραμε η ερμηνεία των αριθμοδεικτών είναι η πιο δύσκολη πλευρά της ανάλυσης τους. Και αυτό γιατί οι αλληλεξαρτήσεις των επιχειρησιακών μεταβλητών και οι παράγοντες που τις επηρεάζουν έχουν πολλές όψεις και είναι

πολύ πολύπλοκες. Ο αναλυτής καταστάσεων θα πρέπει να έχει υπόψη του ότι οι αριθμοδείκτες επηρεάζονται εκτός από τις εσωτερικές συνθήκες που επικρατούν στην επιχείρηση, και από άλλους παράγοντες, όπως γενικές οικονομικές συνθήκες, κατάσταση του κλάδου στον οποίο ανήκει η επιχείρηση, πολιτικές της διοίκησης της επιχείρησης, καθώς επίσης και αρχές λογιστικής που εφαρμόζει η επιχείρηση.

3.2 Ανάλυση και υπολογισμός των δεικτών

3.2.1 Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας

Η μέτρηση της ρευστότητας γίνεται με στοιχεία που προέρχονται από τον ισολογισμό και την κατάσταση, μεταβολών χρηματοοικονομικής θέσης, είτε με στοιχεία που προέρχονται μόνο από την κατάσταση μεταβολών χρηματοοικονομικής θέσης. Ο προσδιορισμός της ρευστότητας συνδέεται με τη μελέτη του καθαρού κεφαλαίου κίνησης, αφού το καθαρό κεφάλαιο κίνησης είναι η διαφορά μεταξύ κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων και βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.

Ο πιο συχνά χρησιμοποιούμενος αριθμοδείκτης ρευστότητας είναι ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ή γενικής ρευστότητας. Ο αριθμοδείκτης αυτός υπολογίζεται με τη διαίρεση των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Ο αριθμοδείκτης αυτός είναι, κατά γενική ομολογία, το πιο πλατιά διαδεδομένο μέτρο ρευστότητας και της βραχυχρόνιας χρηματοοικονομικής ευρωστίας της επιχείρησης. Οι βασικοί λόγοι που έχουν οδηγήσει στην πλατιά χρησιμοποίηση του αριθμοδείκτη αυτού ως μέτρου ρευστότητας της επιχείρησης είναι οι ακόλουθοι: 1) Ο αριθμοδείκτης αυτός μετράει το βαθμό στον οποίο τα κυκλοφοριακά περιουσιακά στοιχεία καλύπτουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Όσο μεγαλύτερο είναι το ύψος των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων σε σχέση με τις τρέχουσες υποχρεώσεις τόσο μεγαλύτερη είναι η εγγύηση ότι αυτές οι υποχρεώσεις θα μπορέσουν να ικανοποιηθούν από τα υπάρχοντα περιουσιακά στοιχεία. Γενικά

μπορούμε να πούμε ότι μια υψηλή τιμή του δείκτη αυτού συνεπάγεται μικρότερο κίνδυνο για τα άτομα που έχουν επενδύσει χρηματικά ποσά στην επιχείρηση. 2) Το πλεόνασμα των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων πάνω από τις τρέχουσες υποχρεώσεις παρέχει ένα περιθώριο ασφάλειας. Όσο πιο ουσιαστικό είναι αυτό το περιθώριο προστασίας τόσο ασφαλέστερη είναι η ικανοποίηση των πιστωτών, αφού τόσο πιο ευνοϊκή θα είναι η θέση της επιχείρησης. 3) Ο αριθμοδείκτης αυτός μετράει το απόθεμα των ρευστών κεφαλαίων πάνω στις τρέχουσες υποχρεώσεις. Το απόθεμα αυτό είναι διαθέσιμο ως ένα περιθώριο ασφάλειας έναντι της αβεβαιότητας και των τυχαίων διαταραχών, στις οποίες υπόκεινται οι ροές των κεφαλαίων της επιχείρησης. [Παπαδόπουλος, Δ. (1985). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης. Θεσσαλονίκη: ΑΦΟΙ Κυριακίδη].

Ο αριθμοδείκτης αυτός μετράει την ικανότητα των παρόντων κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων να εξοφλήσουν τις υπάρχουσες τρέχουσες υποχρεώσεις και θεωρεί το πλεόνασμα, εάν φυσικά υπάρχει, ως ένα απόθεμα ρευστών διαθέσιμο για την ικανοποίηση τυχόν διαταραχών στη ροή των κεφαλαίων και άλλων απρόοπτων γεγονότων. Τα παραπάνω κάνουν φανερό ότι ο αριθμοδείκτης αυτός αντικατοπτρίζει μια θεώρηση που αναφέρεται στην κατάσταση ρευστοποίησης της επιχείρησης, ενώ στη συνήθη κατάσταση της επιχείρησης η φύση των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων είναι διαφορετική.

Οι τιμές που παίρνει ο δείκτης αυτός είναι προτιμότερο να είναι μεγαλύτερες από τη μονάδα, διαφορετικά δείχνει προβλήματα ρευστότητας. Αν ο δείκτης πάρει τιμή μεγαλύτερη από τη μονάδα είναι ένδειξη ύπαρξης ρευστότητας, δηλαδή η οικονομική μονάδα έχει την ικανότητα να υπερκαλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της χωρίς να δημιουργηθούν σοβαρά προβλήματα στην παραγωγική διαδικασία. Αν η τιμή του δείκτη είναι μικρότερη από τη μονάδα, η γεωργική εκμετάλλευση ή επιχείρηση δε διαθέτει ικανοποιητική ρευστότητα, με αποτέλεσμα να παρουσιάζει μικρό περιθώριο ασφάλειας και καθόλου ισχυρή χρηματοοικονομική θέση. Τέλος αν η τιμή του δείκτη ισούται με την μονάδα, η γεωργική εκμετάλλευση ή επιχείρηση βρίσκεται σε κατάσταση αδιαφορίας όσον αφορά την ικανότητα ρευστότητας, μιας και το κυκλοφοριακό ενεργητικό της καλύπτει ακριβώς τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της.

Ο Δείκτης Γενικής Ρευστότητας υπολογίζεται ως εξής:

Κυκλοφοριακό Ενεργητικό/ Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις

2003: 40949,41/ 150104,06

2004: 47538,98/ 41421,20

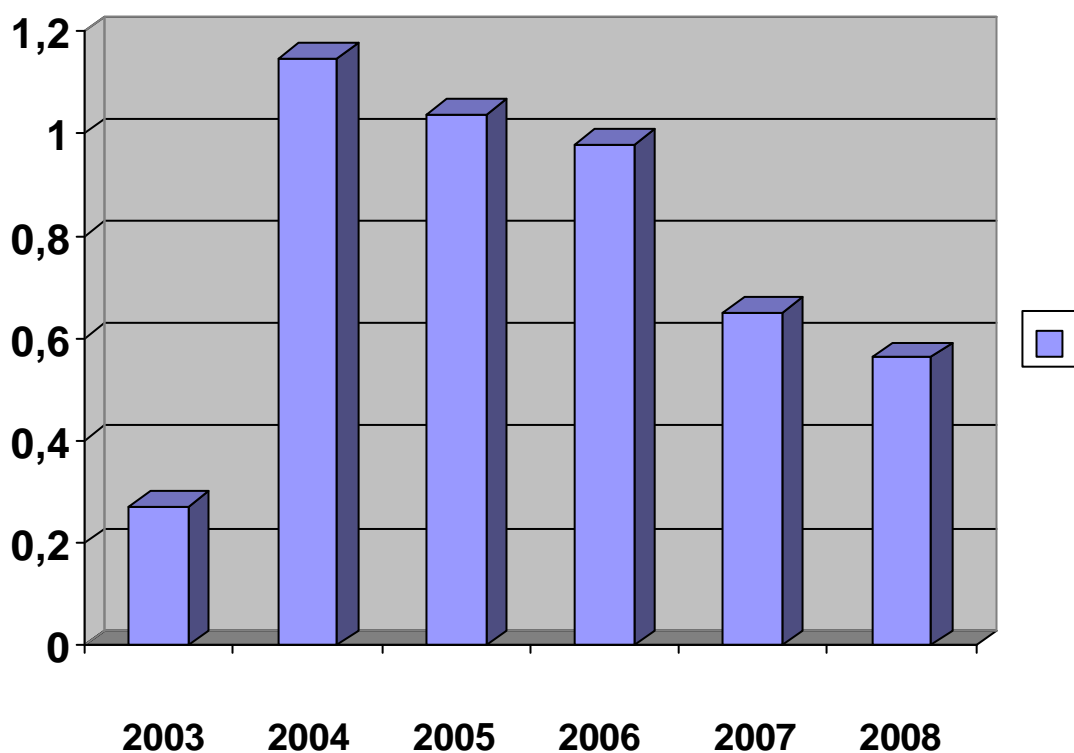
2005: 84311,81/ 81236,60

2006: 72324,47/ 73925,27

2007: 213171,95/ 327244,58

2008: 205967,08/ 365368,35

2003	2004	2005	2006	2007	2008
0,272	1,147	1,037	0,978	0,651	0,563



3.2.2 Ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων

Οι αριθμοδείκτες κυκλοφοριακής ταχύτητας αποσκοπούν να μετρήσουν το βαθμό της αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης. Ο βαθμός της αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των περιουσιακών στοιχείων καθορίζεται από τη συσχέτιση του επιπέδου πωλήσεων και του ύψους του κεφαλαίου που επενδύθηκε στα διάφορα περιουσιακά στοιχεία.

Οι αριθμοδείκτες αυτοί προϋποθέτουν την ύπαρξη μιας κατάλληλης ισορροπίας μεταξύ του ύψους των πωλήσεων και του ύψους των λογαριασμών των διαφόρων περιουσιακών στοιχείων ή των λογαριασμών των άλλων στοιχείων του ισολογισμού. Η χρησιμότητα αυτών των αριθμοδεικτών δεν σταματάει στο σημείο αυτό. Αρκετοί από τους αριθμοδείκτες αυτούς επίσης σχετίζονται με τη ρευστότητα όχι μόνο γιατί περιλαμβάνουν σημαντικά στοιχεία του κεφαλαίου κίνησης αλλά γιατί η ποιότητα και η ρευστότητα αυτών επηρεάζονται από το βαθμό της κυκλοφοριακής ταχύτητας τους.

Οι αριθμοδείκτες κυκλοφοριακής ταχύτητας των κυκλοφοριακών περιουσιακών στοιχείων δείχνουν, πόσες φορές ολοκληρώνεται στη συγκεκριμένη λογιστική χρήση το κύκλωμα ρευστοποίησης και δημιουργίας πάλι του συγκεκριμένου αγαθού.

Ο αριθμοδείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων υπολογίζεται εάν διαιρέσουμε το ύψος των πιστωτικών πωλήσεων της λογιστικής χρήσης με το μέσο ύψος των ανείσπρακτων απαιτήσεων κατά την ίδια χρονική περίοδο. Όμως το ύψος των πιστωτικών πωλήσεων σπάνια είναι γνωστό στους εκτός της επιχείρησης λαμβάνοντες αποφάσεις. Για αυτό συνήθως ο αριθμοδείκτης αυτός υπολογίζεται με τη διαίρεση των καθαρών πωλήσεων με το μέσο όρο των ανείσπρακτων απαιτήσεων κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσης. [Παπαδόπουλος, Δ. (1985). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης. Θεσσαλονίκη: ΑΦΟΙ Κυριακίδη].

Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει πόσες φορές κατά μέσο όρο οι απαιτήσεις ολοκληρώνουν το κύκλωμα δηλαδή δημιουργούνται και εισπράττονται κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσης. Όπως και για τους άλλους δείκτες της κατηγορίας αυτής, ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας απαιτήσεων είναι προτιμότερο να λαμβάνει υψηλές τιμές. Όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή του

αριθμοδείκτη τόσο μεγαλύτερη είναι η εμπιστοσύνη στα συμπεράσματα που αντλούνται από τη χρησιμοποίηση των αριθμοδεικτών ρευστότητας. Ακόμα όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή του δείκτη αυτού τόσο καλύτερα διαχειρίζεται πελάτες της η συγκεκριμένη επιχείρηση.

Ο Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων υπολογίζεται ως εξής:

Πωλήσεις/ Απαιτήσεις

2003: 299665,01/ 19802,27

2004: 277832,51/ 37045,52

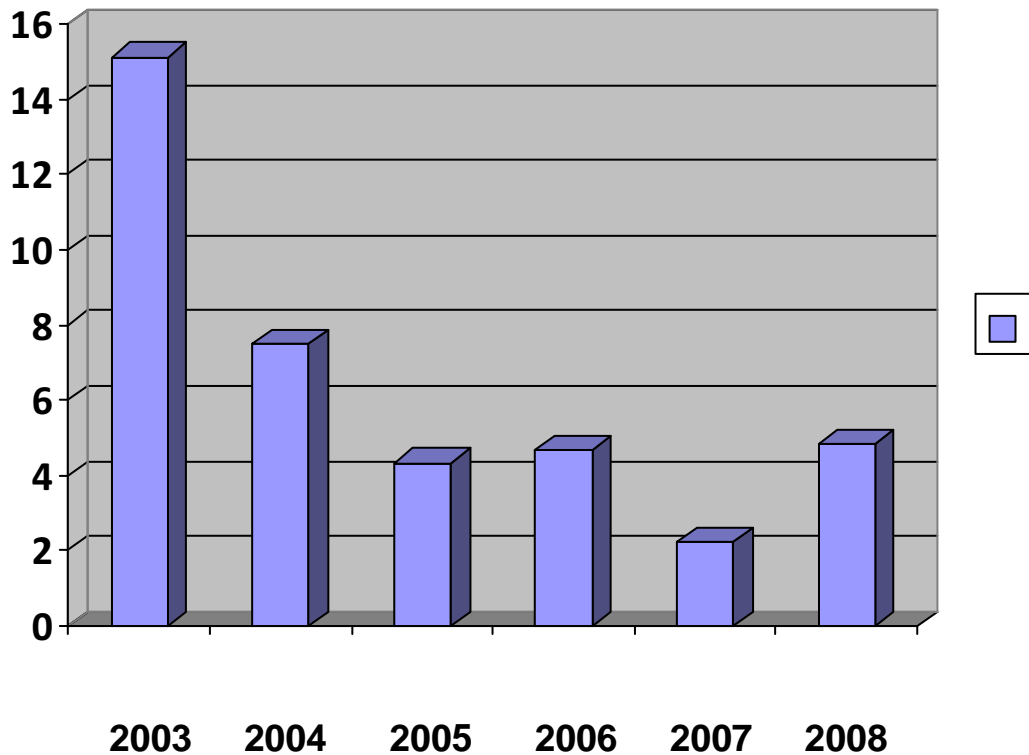
2005: 286629,46/ 66283,08

2006: 292602,92/ 62595,26

2007: 349681,51/ 158264,83

2008: 731107,90/ 151595,98

2003	2004	2005	2006	2007	2008
15,13	7,499	4,324	4,674	2,209	4,822



3.2.3 Αριθμοδείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους

Επιχείρηση είναι η οικονομική εκείνη μονάδα στα πλαίσια της οποίας συνδυάζονται συστηματικά οι συντελεστές της παραγωγής, με σκοπό όπως, με την παραγωγή υλικών αγαθών και παροχή υπηρεσιών που συλλαμβάνουν αμέσως ή εμμέσως στην κάλυψη των ανθρωπίνων αναγκών, επιτύχουν την πραγματοποίηση κέρδους που περιέχεται στο φορέα ή τους φορείς της. Η πραγματοποίηση κέρδους από την επιχείρηση κάνει απόλυτα αναγκαία την ανάλυση αποδοτικότητας, για να διαπιστωθεί εάν είναι σωστή η συνέχιση της παραπέρα δέσμευσης των ήδη επενδυθέντων κεφαλαίων ή η δέσμευση νέων κεφαλαίων στην επιχείρηση από τους επιχειρηματίες ή τους επενδυτές γενικότερα.

Η ανάλυση της αποδοτικότητας μας πληροφορεί σχετικά με το δυναμικό κερδών της επιχείρησης και το βαθμό αποτελεσματικότητας με τον οποίο διοικείται μια επιχείρηση. Αφού η ύπαρξη των περισσοτέρων επιχειρήσεων είναι συνυφασμένη με την πραγματοποίηση κερδών, οι αριθμοδείκτες αποδοτικότητας είναι μεταξύ των σημαντικών χρηματοοικονομικών αριθμοδεικτών.

Η αποδοτικότητα κάθε επιχείρησης είναι το αποτέλεσμα ενός μεγάλου αριθμού επιχειρηματικών αποφάσεων, καθώς επίσης και της πολιτικής που ακολουθείται κάθε φορά. Οι αριθμοδείκτες αποδοτικότητας δίνουν την τελική απάντηση στο ερώτημα: πόσο αποτελεσματικά διοικείται η συγκεκριμένη επιχείρηση. [Παπαδόπουλος, Δ. (1985). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης. Θεσσαλονίκη: ΑΦΟΙ Κυριακίδη].

Ο δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους απεικονίζει τη συνολική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Προσδιορίζει το κέρδος από τις λειτουργικές δραστηριότητες, δηλαδή το ποσοστό κέρδους που μένει στην επιχείρηση μετά την αφαίρεση από τις καθαρές πωλήσεις του κόστους πωληθέντων και των λοιπών εξόδων. Το καθαρό περιθώριο κέρδους ισούται με το κλάσμα των καθαρών κερδών μετά φόρων, διά των πωλήσεων. Μια ενδεχομένως ανοδική πορεία του δείκτη Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους είναι άκρως ενθαρρυντική για την πορεία της μονάδας, καθόσον αποτελεί ένδειξη

ορθολογικής άσκησης τιμολογιακής πολιτικής, σωστής κοστολόγησης και οργανωμένης διαχείρισης. Αντίθετα, χαμηλή τιμή του δείκτη πιθανόν υποδηλώνει χαμηλή τιμή διάθεσης των προϊόντων ή ύπαρξη υψηλού κόστους παραγωγής και διάθεσης αυτών ή ακόμα συνδυασμό και των δύο. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης, τόσο επικερδέστερη είναι η επιχείρηση.

Ο Δείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους υπολογίζεται ως εξής:
Καθαρά Κέρδη/ Πωλήσεις

2003: -41449,32/ 299665,01

2004: 23976,14/ 277832,51

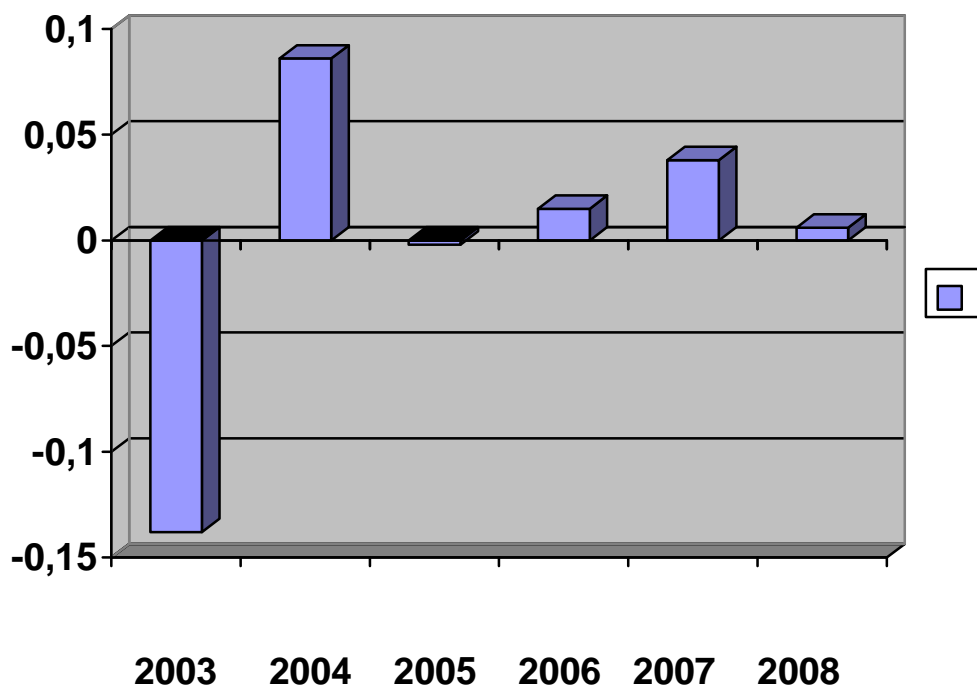
2005:-828,69/ 286629,46

2006:4652,99/ 292602,92

2007:13299,88/ 349681,51

2008: 4485,23/ 731107,90

2003	2004	2005	2006	2007	2008
- 0,138	0,086	-0,002	0,015	0,038	0,006



3.2.4 Αριθμοδείκτης Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης

Η ανάλυση της μακροχρόνιας χρηματοοικονομικής κατάστασης ενός κλάδου επιχειρήσεων, προϋποθέτει την εκτίμηση και την αξιολόγηση των δεικτών Δανειακής Επιβάρυνσης.

Οι δείκτες δανειακής επιβάρυνσης αποτυπώνουν το βαθμό χρηματοδότησης της γεωργικής εκμετάλλευσης ή επιχείρησης με ξένα κεφάλαια και δίνουν έτσι την απαραίτητη πληροφόρηση του περιθωρίου ασφαλείας, που παρέχεται από το ύψος των ιδίων κεφαλαίων της.

Ο δείκτης συνολικής δανειακής επιβάρυνσης αποτελεί ένα δείκτη κλειδί για τους δανειστές μιας γεωργικής εκμετάλλευσης ή επιχείρησης, καθόσον προσδιορίζει το ποσοστό των συνολικών κεφαλαίων που προέρχονται από δανεισμό. Οι δανειστές δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον βαθμό συνολικής δανειακής επιβάρυνσης, αφού ο δείκτης αυτός τους πληροφορεί για τον χρηματοοικονομικό κίνδυνο της επένδυσής τους.

Οι τιμές που παίρνει ο δείκτης της Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης κυμαίνονται μεταξύ του μηδέν και της μονάδας. Ο δείκτης αυτός είναι προτιμότερο να είναι όσο το δυνατόν μικρότερος. Γενικά, όσο μικρότερη είναι η τιμή του δείκτη τόσο περισσότερο προστατεύονται οι δανειστές σε περίπτωση πτώχευσης. Η επιχείρηση θεωρείται ότι είναι σε ευμενή θέση όταν η τιμή του δείκτη είναι γύρω στο μηδέν, γιατί τα ξένα κεφάλαια που συμμετέχουν στην διάρθρωση του συνολικού κεφαλαίου της είναι ελάχιστα. Όταν η τιμή του δείκτη βρίσκεται κοντά στη μονάδα, τότε η εκμετάλλευση ή επιχείρηση βρίσκεται σε δυσμενή χρηματοοικονομική κατάσταση. [Παπαδόπουλος, Δ. (1985). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης. Θεσσαλονίκη: ΑΦΟΙ Κυριακίδη].

Ο Δείκτης Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης υπολογίζεται ως εξής:
Συνολικές Υποχρεώσεις/ Σύνολο Ενεργητικού

2003: 150104,06/ 180491,60

2004: 41421,20/ 86455,88

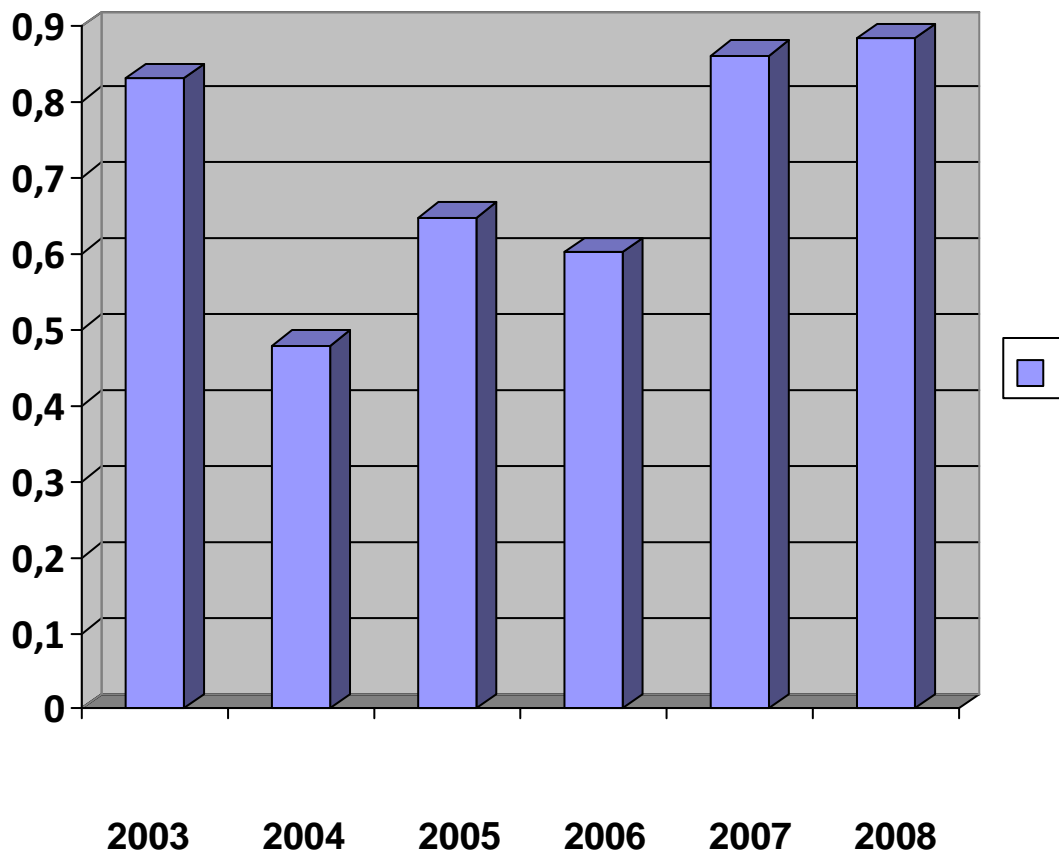
2005: 81236,60/ 125442,59

2006: 73925,27/ 122784,25

2007: 327244,58/ 380004,44

2008: 365368,35/ 412928,71

2003	2004	2005	2006	2007	2008
0,831	0,479	0,647	0,602	0,861	0,884



3.3 Συμπεράσματα έρευνας

	Γενικής Ρευστότητας	Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων	Καθαρό Περιθώριο Κέρδους	Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης
2003	0,272	15,13	-0,138	0,831
2004	1,147	7,499	0,086	0,479
2005	1,037	4,324	-0,002	0,647
2006	0,978	4,674	0,015	0,602
2007	0,651	2,209	0,038	0,861
2008	0,563	4,822	0,006	0,884

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα ο Δείκτης Γενικής Ρευστότητας το πρώτο έτος έχει μια πολύ μικρή τιμή. Το δεύτερο και το τρίτο έτος παρατηρούμε μια αύξηση αφού η τιμή του ξεπερνά το 1. Από το 4ο έως το 6ο έτος ο δείκτης αρχίζει πάλι να παίρνει όλο και χαμηλότερες τιμές. Αυτό σημαίνει ότι η εκμετάλλευση έχει προβλήματα ρευστότητας, με αποτέλεσμα να παρουσιάζει μικρό περιθώριο ασφάλειας και καθόλου ισχυρή χρηματοοικονομική θέση αφού ο συγκεκριμένος δείκτης είναι προτιμότερο να παίρνει τιμές μεγαλύτερες από τη μονάδα. Μόνο το δεύτερο και το τρίτο έτος που ο δείκτης παίρνει τιμές πάνω από τη μονάδα υπάρχει μια ένδειξη ύπαρξης ρευστότητας, δηλαδή η οικονομική μονάδα έχει την ικανότητα να υπερκαλύψει τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της χωρίς να δημιουργηθούν σοβαρά προβλήματα στην παραγωγική διαδικασία.

Ο δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Απαιτήσεων το πρώτο έτος έχει μια μεγάλη τιμή ενώ από το δεύτερο ως το έκτο έτος η τιμή του μειώνεται αρκετά. Την μικρότερη τιμή ο δείκτης παίρνει το πέμπτο έτος. Ο αριθμοδείκτης αυτός δείχνει πόσες φορές κατά μέσο όρο οι απαιτήσεις ολοκληρώνουν το κύκλωμα δηλαδή δημιουργούνται και εισπράττονται κατά τη διάρκεια της λογιστικής χρήσης. Ο δείκτης αυτός είναι προτιμότερο να λαμβάνει υψηλές τιμές όπως στο πρώτο έτος. Η μεγάλη τιμή του δείκτη δείχνει ότι η εκμετάλλευση διαχειρίζεται καλύτερα τους πελάτες της, σε αντίθεση με τα επόμενα έτη.

Ο δείκτης Καθαρού Περιθωρίου Κέρδους έχει πάρα πολύ χαμηλές τιμές ακόμα και αρνητικές όπως φαίνεται στο πρώτο και το τρίτο έτος. Η χαμηλές τιμές που παίρνει ο δείκτης υποδηλώνουν χαμηλή τιμή διάθεσης των προϊόντων ή ύπαρξη υψηλού κόστους παραγωγής και διάθεσης αυτών ή ακόμα συνδυασμό και των δύο. Επίσης από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι η επιχείρηση δεν είναι καθόλου επικερδής.

Ο δείκτης Συνολικής Δανειακής Επιβάρυνσης παίρνει τιμές που κυμαίνονται μεταξύ του μηδέν και της μονάδας. Όπως φαίνεται το δεύτερο, τρίτο και τέταρτο έτος ο δείκτης παίρνει τις χαμηλότερες τιμές και κυρίως το δεύτερο έτος. Αυτό σημαίνει ότι οι δανειστές προστατεύονται περισσότερο σε περίπτωση πτώχευσης και ότι η εκμετάλλευση θεωρείται ότι είναι σε ευμενή θέση καθώς τα ξένα κεφάλαια που συμμετέχουν στην διάρθρωση του συνολικού κεφαλαίου της είναι ελάχιστα. Αντίθετα το πρώτο, το πέμπτο και το έκτο έτος παρατηρούμε μεγαλύτερες τιμές που πλησιάζουν την μονάδα. Αυτό σημαίνει ότι η εκμετάλλευση βρίσκεται σε δυσμενή χρηματοοικονομική κατάσταση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

4.1 Συμπεράσματα

Η Ελλάδα έχει μεγάλη οινική παράδοση, η οποία είναι αναπόσπαστο μέρος του πολιτισμού της. Αυτό μαρτυρούν τα πολυάριθμα ευρήματα, οι οινικές αναφορές σε αρχαία κείμενα και οι αναπαραστάσεις αμπελοκαλλιέργειας σε αγγεία.

Η ιστορία της σύγχρονης ελληνικής οινοπαραγωγής και η ανάπτυξη του εμφιαλωμένου κρασιού στην Ελλάδα ξεκίνησε τη δεκαετία του 1960. Τότε άρχισαν να γίνονται και οι πρώτες σοβαρές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και μηχανολογικό εξοπλισμό με αποτέλεσμα τη θεαματική βελτίωση των ελληνικών κρασιών σε ότι αφορούσε την τεχνολογία.

Ο οινικός τουρισμός εντάσσεται στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού και λογίζεται ως υποκατηγορία του αγροτουρισμού. Οι επισκέπτες έρχονται σε επαφή με τον αμπελουργό-οινοποιό, εκτός από την τεχνογνωσία που τους μεταδίδεται, γνωρίζουν και την οινική κουλτούρα, την τοπική κουζίνα, τα ήθη και τα έθιμα καθιστώντας έτσι την επίσκεψη σε ένα οινοποιείο ένα ολοκληρωμένο ταξίδι σε μια περιοχή. Το κομμάτι του οινοτουρισμού μπορούμε να το δούμε από δύο διαφορετικές σκοπιές και δύο διαφορετικές ταχύτητες. Το ένα κομμάτι είναι να δούμε τον οινοτουρισμό σαν μια εξειδικευμένη μορφή τουρισμού η οποία δίνει εμπειρίες και απευθύνεται σε εξειδικευμένους επισκέπτες Έλληνες η ξένους και το δεύτερο κομμάτι έχει σχέση με το πώς μπορούμε να αξιοποιήσουμε τις αφίξεις των τουριστών που έχουμε, και τι θα κάνουμε για να τους γνωρίσουμε το κρασί μας και την γαστρονομία μας, σαν επιπρόσθετα συστατικά μιας συνολικής ολικής εμπειρίας του τόπου μας. Ο οινοτουρισμός είναι μια αναπτυξιακή ευκαιρία που πρέπει να αξιοποιηθεί, αφού διαθέτει όλα τα δυναμικά και ποιοτικά στοιχεία που επιτρέπουν τη διασύνδεση τουριστικής οικονομίας και πολιτισμού, με όρους πραγματικά αναπτυξιακούς, συμβατούς με τη φυσική και πολιτιστική ισορροπία των τόπων προορισμού.

Η Κεντρική Μακεδονία διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό οινοποιείων τα οποία έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα Δρόμοι του Κρασιού της Βόρειου Ελλάδος και προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό επισκεπτών ετησίως. Τα κίνητρα των

επισκεπτών αυτών ποικίλλουν και διαφοροποιούνται ανάλογα με τα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά, τις αντιλήψεις και τα ενδιαφέροντά τους. Έτσι κατατάσσονται σε τέσσερις κατηγορίες. α) Οι οινόφιλοι που διαθέτουν υψηλό επίπεδο μόρφωσης, β) οι νεοφώτιστοι που είναι συνήθως φοιτητές, γ) οι περιστασιακοί επισκέπτες με βασικό κίνητρο τη γαστρονομία της περιοχής, και τέλος δ) οι τουρίστες οι οποίοι αντιμετωπίζουν το οινοποιείο και τους αμπελώνες ως τουριστικά αξιοθέατα. Καθεμιά από τις τέσσερις κατηγορίες μπορεί να γίνει στόχος επιχειρηματικών σχεδίων καθώς και να συμβάλλει στην ανάπτυξη του οινικού τουρισμού με τους οινόφιλους και τους νεοφώτιστους να συμβάλλουν περισσότερο στα κέρδη των οινοποιητικών επιχειρήσεων. Ο οινοτουρισμός ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας και την ενδυνάμωση και ανάδειξη της πολιτιστικής ταυτότητας και των ιδιαίτερων ποιοτικών χαρακτηριστικών που συνθέτουν την εικόνα μιας περιφέρειας.

Τα οινοποιεία της Κεντρικής Μακεδονίας σχηματίζουν πολλές διαδρομές κρασιών τις οποίες μπορεί να επιλέξει και να ακολουθήσει ένας οινοτουρίστας. Οι διαδρομές από τις οποίες μπορεί να επιλέξει είναι οι εξής: α) Η Διαδρομή Κρασιού Θεσσαλονίκης, β) η Διαδρομή Κρασιού της Χαλκιδικής, γ) η Διαδρομή Πέλλας-Γουμένισσας, δ) η Διαδρομή του Κρασιού της Νάουσας και ε) η Διαδρομή του Κρασιού του Διονύσου.

Οι οινοτουριστικές επιχειρήσεις, αξιοποιούν τα στοιχεία αυθεντικότητας του χώρου, όπως τη φυσική υποδομή του οινοποιείου, το περιβάλλον, τους χώρους με τους αμπελώνες, το αγροτικό τοπίο, τα τοπικά προϊόντα και τη γαστρονομία. Ο παραγωγός εντάσσεται και λειτουργεί στο ευρύτερο δίκτυο της τοπικής οικονομίας, βρίσκει εναλλακτικούς τρόπους στήριξης του εισοδήματός του και απαντήσει σε πιεστικά διλήμματα που τίθενται σε καιρούς σκληρού παγκόσμιου ανταγωνισμού.

Τα επισκέψιμα οινοποιεία, για τη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων τους οργανώνουν διάφορες δράσεις προσελκύοντας πολλούς επισκέπτες. Στις δράσεις αυτές ανήκουν η γευσιγνωσία, οι πολιτιστικές και εορταστικές εκδηλώσεις οι οποίες είναι γνωστές με το όνομα Γιορτή Κρασιού, οι Ανοιχτές Πόρτες που αποτελούν πρωτοβουλία του Ευρωπαϊκού Δικτύου Πόλεων του Κρασιού και η επίσκεψη και ξενάγηση των αμπελώνων. Η υποστήριξη των δράσεων των δρόμων του κρασιού, έχει επιπτώσεις θετικές όχι μόνο στην τοπική οικονομία, αλλά μπορεί να λειτουργήσει και σαν μέτρο πολιτισμού.

Η χρησιμοποίηση των χρηματοοικονομικών δεικτών, είναι μια αποτελεσματική μέθοδος για να συνοψίσουμε έναν μεγάλο αριθμό χρηματοοικονομικών δεδομένων, προκειμένου να τα αξιολογήσουμε και να συγκρίνουμε τις επιδόσεις των επιχειρήσεων. Οι αριθμοδείκτες χωρίζονται στις εξής κατηγορίες: 1) Αριθμοδείκτες Ρευστότητας , 2) Αριθμοδείκτες Δανειακής Επιβάρυνσης, 3) Αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ταχύτητας και 4) Αριθμοδείκτες Αποδοτικότητας. Η σπουδαιότητα της χρησιμοποίησης των αριθμοδεικτών, προέρχεται από το γεγονός ότι διευκολύνουν την ανάλυση των χρηματοοικονομικών καταστάσεων, με τη μείωση του μεγάλου αριθμού στοιχείων που περιλαμβάνει η ανάλυση σε ένα σχετικά μικρό σύνολο δεικτών που είναι εύκολοι από άποψη κατανόησης και σημαντικοί από οικονομική άποψη. Κύριος αντικειμενικός στόχος της ανάλυσης αριθμοδεικτών είναι η διευκόλυνση της ερμηνείας των χρηματοοικονομικών δεδομένων που εμφανίζονται στις καταστάσεις που αποτελούν αντικείμενο μελέτης.

4.2 Προτάσεις

Η εκπόνηση ενός εθνικού αμπελοοινικού σχεδιασμού στον οποίο να εντάσσεται και ο οινοτουρισμός, η διαδικασία προσδιορισμού χρήσης γης και ο χωροταξικός σχεδιασμός θεωρούνται ως άμεση προτεραιότητα.

Η δημιουργία δικτύων και επιχειρηματικών συστάδων και ενός ολοκληρωμένου σχεδίου marketing, θεωρούνται αναγκαίες συνθήκες για την επιτυχή ένταξη του οινοτουρισμού στην τουριστική προσφορά της χώρας.

Το κρασί και η τέχνη είναι δυο παράλληλοι δρόμοι. Έτσι μέσα από τον οινοτουρισμό μπορούμε να αναδείξουμε την πολιτιστική κληρονομιά του κάθε τόπου. Με κάθε δράση οινοτουρισμού θα μπορούσαμε να προβάσουμε το φυσικό και πολιτιστικό τοπίο της κάθε περιοχής και τη σύνδεση αγροτικών, κοινωνικών, ιστορικών, λαογραφικών, οικονομικών δρώμενων για τη δημιουργία και υλοποίηση επιτυχών και κατάλληλα διαρθρωμένων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Επιδίωξη θα είναι η ανάδειξη και η παγίωση

μιας διαφορετικής δυναμικής τουριστικής πρότασης της χώρας και η προβολή του τεράστιου δυναμικού των περιοχών της, όπως είναι οι αμπελοοινικές.

Πρέπει να ληφθούν πρωτοβουλίες σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο για τη διατήρηση του τοπίου και την αποκατάσταση της αποδομημένης και αλλοιωμένης υπαίθριας χώρας καθώς και ο σχεδιασμός δράσεων και συνεργειών ώστε παραδοσιακές καλλιέργειες, όπως το αμπέλι και ήπιες μορφές τουρισμού, όπως οι «δρόμοι του κρασιού», να αναδειχθούν ως πόρος δημιουργίας θέσεων εργασίας και ανάπτυξης της υπαίθρου.

Η δυνατότητα συνολικής ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και συμμετοχής όλων των εμπλεκόμενων, υπουργείων, φορέων και επαγγελματιών θα βοηθούσε στην αύξηση και ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών μέσω της προώθησης τουριστικών προτάσεων, σε συνδυασμό με την προβολή προϊόντων υψηλής ποιότητας, όπως ο οίνος.

Με την κατάλληλη συνεργασία από τα Υπουργεία Αγροτικής Ανάπτυξης και Τουριστικής Ανάπτυξης και Πολιτισμού, με το Δίκτυο των Πόλεων του Κρασιού θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένα ειδικό χρηματοδοτικό πρόγραμμα για τον οινοτουρισμό και συγκεκριμένα για όσα οينوποιεία είναι μέλη αυτού.

Έμφαση επίσης πρέπει να δοθεί στον τρόπο με τον οποίο ενημερώνεται ή προσεγγίζεται ο δυνητικός οινοτουρίστας καθώς και τα μηνύματα και οι πρακτικές που πρέπει να επιστρατευτούν για την προσέγγιση οινοτουριστών από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Και αυτό γιατί δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι το marketing και η διαφήμιση παίζουν τον πιο σημαντικό ρόλο σε αυτό το κομμάτι.

Η διαχρονική αξία του ελληνικού αμπελώνα σε σχέση με το περιβάλλον και τη διατήρηση του τοπίου, η πιστοποίηση ποιότητας των εστιατορίων και ξενοδοχείων τα οποία θα διαθέτουν κρασί των οينوποιείων που είναι μέλη στους Δρόμους του Κρασιού, η ανάδειξη των περιοχών που θα πληρούν βασικά κριτήρια και θα προτείνονται με ειδικό έντυπο ως οινοτουριστικοί προορισμοί, ο εμπλουτισμός της ελληνικής τουριστικής αγοράς με την προσθήκη της εμπειρίας των «δρόμων του κρασιού» σε όσους επισκέπτονται τη χώρα, θα οδηγήσει σε επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην ανάδειξη εναλλακτικών προορισμών.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι αμπελουργοί-οينوποιοί, είναι η κινητήρια δύναμη του οινοτουρισμού. Έτσι μια πολυεπίπεδη εκπαίδευση και επιμόρφωση, σεβασμού και προστασίας του αμπελοοινικού τοπίου, δημιουργικότητας και

ανάδειξης της πολιτιστικής ταυτότητας κάθε περιοχής θα μπορούσε να θεωρηθεί απαραίτητη.

Τέλος η στήριξη του μικρού αριθμού επιχειρήσεων που επιθυμούν να πρωτοπορήσουν και να διαφοροποιηθούν δίνοντας έτσι το παράδειγμα και σε άλλες επιχειρήσεις που θα επακολουθήσουν θα μπορούσαν να συμβάλουν σημαντικά στην η αύξηση του πλούτου στην περιοχή και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Ουσιαστικά πρέπει να ληφθούν μια σειρά Μέτρων και Δράσεων που να στοχεύουν στη βελτίωση και οργάνωση του τουριστικού προϊόντος, την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της απασχόλησης, την αύξηση της επισκεψιμότητας της αγροτικής υπαίθρου, τη συμβολή στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την προβολή και προώθηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των περιοχών παρέμβασης τόσο ως προς το φυσικό όσο και ως προς το πολιτιστικό περιβάλλον με αποτέλεσμα τη διαφοροποίηση της τοπικής παραγωγικής δομής και την ανταγωνιστικότητα της τοπικής οικονομίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

(2010). ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ. Ανακτήθηκε 16 Απριλίου, 2010, από <http://www.greektourism.gr/portal/site/eot/menuit>.

[(2004). ΦΑΓΗΤΟ & ΚΡΑΣΙ. Ανακτήθηκε 7 Ιανουαρίου, 2010, από www.e-sifnos.com/Sifnos_food_&_wine.htm.]

[Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης. (16 Ιανουαρίου, 2008). Η ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ. Ανακτήθηκε 14 Μαρτίου, 2010, από www.panepo.gr/images]

[Υπουργείο Ανάπτυξης. (2006). Ηλεκτρονικά Συστήματα Μάρκετινγκ Οίνου & Οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε 7 Ιανουαρίου, 2010, από www.ebusinessforum.gr/teams/teamsall/view/inner/index.php?].

(2008). Οι Δρόμοι του Ελληνικού Κρασιού. Ανακτήθηκε 8 Απριλίου, 2010, από <http://w4u.eexi.gr/~oinos/GRHST.HTM>

[(2008). Περί Οίνου. Ανακτήθηκε 5 Μαρτίου, 2010, από www.pelopnet.gr/view.php?article=290].

[(20 Οκτωβρίου, 2008). Η μεγάλη πρόκληση του οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε 18 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.pbs.gr/cms/?q=node/1060>].

[(2008). Οινικός τουρισμός πολλών αστέρων. Ανακτήθηκε 29 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.nline.gr/?p=2105>].

[Πίπτας, Γ. (14 Αυγούστου, 2008). Παριανός Αμπελώνας. Ανακτήθηκε 15 Ιανουαρίου, 2010, από <http://simadiatouaigaiou.wordpress.com/2008/08>].

[(19 Φεβρουαρίου, 2010). Παριανός αμπελώνας - μια πρόκληση. Ανακτήθηκε 15 Απριλίου, 2010, από <http://www.aegeancuisine.gr/ReadNews>].

[Χατζηνικολάου, Δ. (2006). Οδοιπορικό στην χώρα των Ελλ-οίνων. Ανακτήθηκε 12 Μαρτίου, 2010, από <http://www.heracles.gr/vinamedicata-hatzinikolaou.htm>].

[(15 Φεβρουαρίου, 2008). Γευσιγνωσία – Οργανοληπτική εξέταση του οίνου. Ανακτήθηκε 7 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.wines.gr/portal/el/content>].

[(2008). Γιορτή κρασιού στη Νεμέα. Ανακτήθηκε 16 Μαρτίου, 2010, από <http://www.agrotravel.gr/agro/site>].

[(12 Μαΐου, 2010). Ανοιχτές Πόρτες στα οινοποιεία των δρόμων του κρασιού. Ανακτήθηκε 22 Μαΐου, 2010, από <http://www.sfedona.gr/2010/05>].

[(2008). Επισκέψεις- Ξεναγήσεις. Ανακτήθηκε 5 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.geowines.gr/gr/episkepseis.htm>].

(2006). Ηλεκτρονικά Συστήματα Μάρκετινγκ Οίνου & Οινοτουρισμού. Ανακτήθηκε 7 Ιανουαρίου, 2010, από www.ebusinessforum.gr/teams/teamsall/view/inner/index.php?language].

[Τερζούδη, Μ. (7 Μαΐου, 2009). ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ Πόλος έλξης τα οινοποιεία. Ανακτήθηκε 6 Φεβρουαρίου, 2010, από <http://www.makthes.gr/news>].

[Δρόμοι Κρασιού Βορείου Ελλάδος. (2002). Οινικές διαδρομές. Ανακτήθηκε 9 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.wineroads.gr>].

[Τσάνταλη. (2005). Μακεδονία - Ιστορική αναδρομή. Ανακτήθηκε 7 Φεβρουαρίου, 2010, από www.tsantali.gr/index.php?option=com].

[Δρόμοι Κρασιού Βορείου Ελλάδος. (2002). Οινικές διαδρομές. Ανακτήθηκε 9 Ιανουαρίου, 2010, από <http://www.wineroads.gr>].

(6 Σεπτεμβρίου, 2006). Νέα του LEADER+. Ανακτήθηκε 6 Απριλίου, 2010, από <http://www.aneth.gr/nea.asp?nID=88&cID=1>].

[Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας. (26 Μαΐου, 2010). 'Πράσινη Επιχείρηση 2010. Ανακτήθηκε 9 Απριλίου, 2010, από <http://www.espa.gr/el/Page>].

[Αλεξανδρίδης, Μ. (2004). Χρηματοοικονομική Διαχείριση. Αθήνα].

[Παπαδόπουλος, Δ. (1985). Ανάλυση χρηματοοικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης. Θεσσαλονίκη: ΑΦΟΙ Κυριακίδη].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

I

ΔΟΚΙΜΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΟΙΝΩΝ

Η διαδικασία γευσιγνωσίας οίνου μπορεί να περιγραφεί με τον τίτλο "6 S" κατά την αγγλική ορολογία (Setup, Seeing, Swirling, Sniffing, Slurping, Spitting)

Πιο αναλυτικά:

1. Διαμόρφωση των συνθηκών γευσιγνωσίας (Setup)

Σωστή επιλογή του χώρου δοκιμής. Αν είναι δυνατόν, θα πρέπει ο χώρος να είναι ευχάριστος, απλός, απαλλαγμένος από οσμές και θορύβους. Θα πρέπει να υπάρχει ηρεμία και άφθονος χρόνος. Η περιβάλλουσα κατάσταση, η αναμονή και η προσδοκία παίζουν μεγάλο ρόλο στη ψυχολογία του δοκιμαστή, η οποία είναι καταλυτική στην αποκομιδή εντυπώσεων γευσιγνωσίας.

Επιλογή του ποτηριού. Το σωστό ποτήρι γευσιγνωσίας έχει το σχήμα της τουλίπας, έτσι ώστε:

- το πόδι του να επιτρέπει εύκολο πιάσιμο, χωρίς να κρύβει τη θέα του περιεχομένου.
- η θερμοκρασία του περιεχομένου να μην αλλοιώνεται με την επαφή του χεριού.
- το ορθό του άνοιγμα να επιτρέπει τη συγκέντρωση αρωματικών συστατικών του κρασιού στο χώρο που μένει κενός στο ποτήρι και την κατεύθυνση του προς τη μύτη.
- Το ποτήρι δεν θα πρέπει να γεμίζει ποτέ πάνω από τα δύο τρίτα του.

2. Βλέπω (Seeing)

Εξέταση της επιφάνειας – λαμπερότητας του κρασιού. Εξέταση της διαύγειας και της έντασης του χρώματος του κρασιού τοποθετώντας το ποτήρι μπροστά από κάποιο φως. Έτσι έχουμε τις πληροφορίες για το χρώμα του, την ένταση και την απόχρωσή του, το αν έχει ιζήματα, αν είναι θολερό, για το βαθμό οξειδωσης ενός λευκού κρασιού, για την ηλικία ενός κόκκινου κλπ).

Αντικειμενικό κριτήριο είναι το χρώμα του κρασιού, το οποίο δίνει πληροφορίες για την ποικιλία από την οποία προέρχεται, τον τρόπο οινοποίησης, την ηλικία ενός κρασιού. Ένα νέο κόκκινο κρασί έχει χρώμα ζωντανό κόκκινο - μωβ, ενώ το κρασί που αρχίζει και παλιώνει έχει σκοτεινές αποχρώσεις (κεραμιδί).

Από το λεξιλόγιο των χρωμάτων του κρασιού: άσπρο, χρυσαφί, κίτρινο, πρασινωπό, κιτρινοπράσινο, κεχριμπαρένιο, χρυσό, καστανό, ροζέ, κοκκινέλι, πορφυρό, βιολετί, κεραμιδί, καστανό, σοκολατί κ.α.

3. Στροβιλίζω στο ποτήρι (Swirling)

Περιστροφή του ποτηριού ανακινώντας το κρασί. Η ανάδευση του κρασιού έχει ως αποτέλεσμα τη μεγέθυνση της επιφάνειας εξάτμισης και συνεπώς την απελευθέρωση περισσότερων οσμών επιτρέποντας συγχρόνως να εμφανίζονται και νέες μυρωδιές που αφορούν και άλλα αρωματικά συστατικά.

4. Μυρίζω (Sniffing)

Μυρίζουμε το κρασί πριν τη δοκιμή, εξετάζοντας τις οσμές του και τα αρωματικά του συστατικά. Συλλέγουμε πληροφορίες για τα αρώματα που μυρίζουμε. Αντικειμενικά κριτήρια της οσμής του κρασιού είναι το άρωμα και το bouquet.

Το άρωμα οφείλεται στην πρώτη ύλη (πρωτογενές ή ποικιλιακό άρωμα) και στη ζύμωση (δευτερογενές). Το bouquet αναπτύσσεται στο βαρέλι και αργότερα μέσα στο μπουκάλι κατά τα στάδια ωρίμανσης και παλαίωσης του κρασιού.

Από τα λεξιλόγιο αρωμάτων του κρασιού: λουλουδιών, φρούτων, ξηρών φρούτων και καρπών, ξηρών χόρτων και φυλλωμάτων, καβουρδισμένων προϊόντων, μπαχαρικών, βαλσαμικά, ζωικά, τροφών.

5. Στροβιλίζω στο στόμα (Slurping)

Δοκιμάζουμε μια γουλιά κρασί εισπνέοντας μικρή ποσότητα αέρα από το στόμα. Ο αέρας βοηθά την ανάπτυξη των αρωμάτων και σωστή τους εκτίμηση στο στόμα.

Στροβιλίζουμε το κρασί στο στόμα για να του δώσουμε την ευκαιρία να ζεσταθεί απελευθερώνοντας όλα τα συστατικά του, αλλά και για να ενεργοποιήσουμε όλα τα γευστικά κέντρα του στόματος. Οι φυσαλίδες αερίζουν, εμποτίζουν και οξειδώνουν το κρασί. Το σάλιο χωρίζει τις ενώσεις, μαλακώνει τα οξέα, καταλύει

και αναπτύσσει τις δευτεροβάθμιες γεύσεις. Συλλέγουμε πληροφορίες για την αξιολόγηση των γεύσεων, την αρμονία, ισορροπία και τον πλούτο των χαρακτηριστικών του κρασιού.

Γεύση: Στο κρασί περιέχονται συστατικά που είναι υπεύθυνα και για τις τέσσερις γεύσεις που αντιλαμβάνεται η γλώσσα. Η αίσθηση της γεύσης σχηματίζεται πάνω στις θηλές της γλώσσας. Οι γεύσεις στα διάφορα σημεία της γλώσσας, με την σειρά που γίνονται αντιληπτές είναι:

- Γλυκό, μπροστά άκρο της γλώσσας
- Αλμυρό, αριστερά και δεξιά στο μπροστά μέρος
- Ξινό, πλάγια μέρη και κάτω μέρος
- Πικρό, πίσω μέρος.

Η πρώτη γεύση που γίνεται αντιληπτή είναι η γλυκιά και ακολουθεί η εμφάνιση της ξινής και της αλμυρής . Τελευταία γίνεται αντιληπτή η πικρή, κυρίως όταν καταπίνουμε.

Οσμή: Η αίσθηση που αντιλαμβανόμαστε όταν το κρασί βρίσκεται μέσα στο στόμα δεν ανήκει μόνο στη γεύση. Κατά ένα μεγάλο μέρος οφείλεται και στην οσμή. Διαμέσου της στοματορινικής κοιλότητας φτάνει στην έδρα της όσφρησης το άρωμα της γεύσης ή άρωμα του στόματος.

Αφή: Αισθήσεις ανάλογες της αφής γίνονται αντιληπτές πάνω στη γλώσσα, στο εσωτερικό των παρειών και στα ούλα. Αυτές μας πληροφορούν για το ιξώδες, το ελαιώδες, τη θερμοκρασία και τον όγκο του κρασιού.

Αντικειμενικό κριτήριο είναι το σύνολο των γευστικών αισθήσεων που χαρακτηρίζουν ένα κρασί. Ένα κρασί έχει σώμα όταν δίνει την εντύπωση αφθονίας στο στόμα, διαφορετικά χαρακτηρίζεται ελαφρύ. Ένα κρασί είναι απαλό όταν έχει μεταξωτή υφή στην γλώσσα και δεν αφήνει τραχεία αίσθηση στον ουρανίσκο. Ένα κρασί χαρακτηρίζεται ισορροπημένο στις επί μέρους γεύσεις δηλαδή στην οξύτητα, στην γλυκύτητα και στην σπιφάδα. Ένα κρασί χαρακτηρίζεται μακρύ εάν η διάρκεια στο στόμα είναι μεγάλη. Το αντίθετο του είναι ένα σύντομο κρασί.

Από το λεξιλόγιο γεύσης του κρασιού: μαλακό, ταννικό, κλειστό, σκληρό, στυφό, χορταρώδες, πικρό, στρογγυλό, βελούδινο, πλαδαρό, ζωηρό, νευρικό, δροσερό, γεμάτο, ειλικρινές κ.α.

6. Φτύνω (*Spitting*)

Φτύνουμε το κρασί της δοκιμής. Αυτό γίνεται αν πρόκειται να ακολουθήσει γευσίγνωσία αρκετών ακόμα κρασιών και επιθυμούμε τις αισθήσεις μας ακέραιες. Αλλιώς, απολαμβάνουμε την κατάποση του κρασιού. Με την ολοκλήρωση της γευσίγνωσίας καλό θα ήταν να αναλύσουμε τις εντυπώσεις μας και ακόμα καλύτερο να τις καταγράψουμε. Αυτό θα ήταν χρήσιμο σε μια επόμενη γευσίγνωσία του ίδιου ή άλλου τύπου κρασιού κατά τη σύγκριση των χαρακτηριστικών.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

II

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ (ΕΘΝΙΚΟΙ ΦΑΚΕΛΟΙ)

Στον Εθνικό Φάκελο περιλαμβάνονται τα παρακάτω μέτρα:

- Χορήγηση ενιαίας ενίσχυσης στους αμπελοκαλλιεργητές οινοποιήσιμων ποικιλιών που θα παραμείνουν στο τομέα.
- Προώθηση και προβολή των ευρωπαϊκών οίνων στις αγορές των τρίτων χωρών, για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητά τους στις αγορές αυτές. Η κοινοτική συμμετοχή στις δραστηριότητες προώθησης ανέρχεται στο 50% της επιλέξιμης δαπάνης.
- Αναδιάρθρωση και μετατροπή των αμπελώνων με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Η συγκεκριμένη δράση περιλαμβάνει την ποικιλιακή μετατροπή των αμπελώνων, την εκρίζωση και αναφύτευση και βελτιώσεις των τεχνικών διαχείρισής τους. Η κοινοτική συμμετοχή ανέρχεται στο 50% των επιλέξιμων δαπανών ενώ, για τις περιοχές που κατατάσσονται στις περιφέρειες σύγκλισης ανέρχεται στο 75% .
- Εκσυγχρονισμός της αλυσίδας παραγωγής και υποστήριξη καινοτομιών, με χρηματοδότηση στα πρότυπα του Καν(ΕΚ) 1698/2005 για τη στήριξη της Αγροτικής Ανάπτυξης.
- Πρώιμος τρύγος: Η δράση αυτή αποσκοπεί στη μείωση της οινοπαραγωγής και αποφυγή κρίσεων στην αγορά, με την ολική καταστροφή ή απομάκρυνση των σταφυλιών που δεν έχουν ακόμη ωριμάσει. Η ενίσχυση χορηγείται κατ' αποκοπή ανά στρέμμα και δεν μπορεί να υπερβαίνει το 50% του συνόλου των δαπανών καταστροφής ή απομάκρυνσης της σταφυλικής παραγωγής και της απώλειας του εισοδήματος του παραγωγού από την εφαρμογή αυτής της δράσης.
- Ασφάλεια συγκομιδής: Η στήριξη για την ασφάλεια συγκομιδής, αφορά κάλυψη 50% έως 80% του κόστους των ασφαλιστρων και συμβάλλει στην προστασία του εισοδήματος των παραγωγών για απώλειες που προκλήθηκαν από φυσικές καταστροφές, δυσμενή καιρικά φαινόμενα και προσβολές ή ασθένειες.
- Ταμεία αλληλοβοήθειας: Η στήριξη για τη σύσταση αυτών των ταμείων χορηγείται με τη μορφή ενίσχυσης για την κάλυψη των διοικητικών δαπανών.

- Απόσταση κρίσης: Η χώρα μας έχει τη δυνατότητα για τέσσερα χρόνια να οδηγήσει την πιθανή πλεονάζουσα ποσότητα οίνου προς απόσταση. Για τη δράση αυτή υπάρχει η δυνατότητα διάθεσης κοινοτικών και εθνικών πόρων, που μπορούν να ανέρχονται στο 20% του συνολικού προϋπολογισμού του εθνικού φακέλου. Από το πέμπτο έτος και μετά η δράση αυτή θα στηρίζεται μόνο με εθνική χρηματοδότηση.
- Απόσταση υποπροϊόντων: Για τη διασφάλιση της ποιότητας των οίνων, χορηγείται κοινοτική ενίσχυση για την απόσταση των υποπροϊόντων οινοποίησης (στέμφυλα και οινολάσπες). Επιπλέον, για περίοδο πέντε ετών, δίνεται η δυνατότητα στους οινοπαραγωγούς που θα αποσύρουν τα υποπροϊόντα τους να λάβουν οικονομική ενίσχυση από τα μέτρα Αγροτικής Ανάπτυξης (Καν(ΕΚ) 1698/2005).
- Απόσταση οίνων για την παραγωγή πόσιμης αλκοόλης: Το κράτος -μέλος μπορεί να δώσει συνδεδεμένη ενίσχυση για τους παραγωγούς εκείνους που οδηγούν το κρασί προς απόσταση. Η ενίσχυση αυτή, ακολουθώντας το μοντέλο της αναθεώρησης του τομέα των οπωροκηπευτικών, θα μετατραπεί σε αποδεδειγμένη από το 4^ο έτος και μετά, στο πλαίσιο της ενιαίας ενίσχυσης.
- Ενίσχυση για τη χρήση γλευκών: Επιτρέπεται να χορηγούνται ενισχύσεις για τη χρήση γλευκών για μια μεταβατική περίοδο τεσσάρων ετών, μετά δε από την περίοδο αυτή οι ενισχύσεις θα μετατραπούν σε αποσυνδεδεμένες ενισχύσεις προς τους αμπελουργούς.

Κάθε Κ-Μ θα υποβάλλει άπαξ στην Επιτροπή εντός του έτους(Ιούνιος 2008), ένα μόνο σχέδιο Προγράμματος Στήριξης(δράσεις εθνικού φακέλου) για πέντε χρόνια. Μετά την έναρξη ισχύος του Προγράμματος Στήριξης, το Κ-Μ έχει τη δυνατότητα υποβολής στην Επιτροπή αναγκαίων τροποποιήσεων αυτού. Τα μέτρα στήριξης καταρτίζονται στο γεωγραφικό επίπεδο το οποίο τα Κ-Μ θεωρούν το πιο ενδεδειγμένο και πριν από την υποβολή τους θα αποτελέσουν αντικείμενο διαβούλευσης με τις αρμόδιες αρχές και τις οργανώσεις του κλάδου σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

III

ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ Ε.Ν.Ο.Α.Β.Ε Α.Ε
'ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ'

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2004 - 8η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1.1.2004 - 31.12.2004) Μ. Α. Ε: 35442/62/Β/96/87

	Ποσά κλειόμεν. χρήσεως 2004			Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2003			ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΧΡΗΣΗ 2004	ΧΡΗΣΗ 2003
	ΑΞΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ	ΑΞΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							Α. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚ/ΣΕΩΣ							Ι. ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΜΕΤΟΧΙΚΟ)		
1. Έξοδα ιδρύσ. & πρωτ. εγκατ.	1.104,03	1.104,03	---	1.104,03	1.104,03	---	1. ΚΑΤΑΒΛΗΜΕΝΟ	88.098,00	88.098,00
2. Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως	2.578,11	2.578,08	0,03	2.394,98	2.394,95	0,03	ΙΙΙ. Διαφορές αναπρ. - επιχ. επενδ.		
	3.682,14	3.682,11	0,03	3.499,01	3.498,98	0,03	2. Διαφ. από αναπρ. αξ. λοιπ. περ. στοιχ.	94,06	94,06
								94,06	94,06
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							ΙV. Αποθεματικά κεφάλαια		
ΙΙ. Ενσώματες ακιν/σεις							1. Τακτικό αποθεματικό	429,73	429,73
6. Επιπλα & λ. εξοπλισμός	78.422,45	65.491,85	12.930,60	77.933,46	56.940,09	20.993,37	V. Αποτελέσματα εις νέο		
Σύνολο ακιν/σεων	78.422,45	65.491,85	12.930,60	77.933,46	56.940,09	20.993,37	2. Υπόλοιπο ζημιών χρήσεως εις νέο	---	-41.449,32
ΙΙΙ. Συμμ/χές και άλλ. μακρ. χρημ. απαιτ.							3. Υπόλοιπο ζημιών προηγ. χρήσεων	-43.587,11	-16.784,93
7. Λοιπές μακρ/σμες απαιτήσεις			25.986,27			118.548,79	Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	45.034,68	30.387,54
Σύνολο παγίου ενεργητικού			38.916,87			139.542,16	Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							ΙΙ. Βραχ/σμες υποχρεώσεις		
ΙΙ. Απαιτήσεις							1. Προμηθευτές	---	66.272,17
1. Πελάτες			1.796,55			---	3. Τράπεζες λογ/βραχ. υποχρεώσεων	26.042,53	30.000,00
11. Χρεώστες διάφοροι			699,23			---	5. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	11.401,89	1.248,33
12. Λογ/σμοί Διαχ. προκ/λων & πιστώσεων			34.549,74			19.802,27	6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί	1.957,32	2.964,87
			37.045,52			19.802,27	11. Πιστωτές διάφοροι	2.019,46	49.618,69
ΙV. Διαθέσιμα							Σύνολο υποχρεώσεων	41.421,20	150.104,06
1. Ταμείο			3.309,09			422,80			
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας			7.184,37			20.724,34			
			10.493,46			21.147,14			
Σύνολο κυκλ/ντος ενεργητικού			47.538,98			40.949,41			
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			86.455,88			180.491,60	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	86.455,88	180.491,60
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ									
Ι. ΑΠΟΤ/ΤΑ ΕΚΜΕΤ/ΣΕΩΣ							ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις)			277.832,51			299.665,01	Καθαρά αποτ/τα χρήσεως	23.976,14	-41.449,32
Μείον: κόστος πωλήσεων			---			693,00	(+) ή (-) Υπόλοιπο αποτ/των προηγ. χρήσ.	-58.234,25	-16.784,93
Μικτά αποτ/τα εκμετ/σεων			277.832,51			298.972,01	(+) ή (-) Διαφ. φαρ. ελέγχου προηγ. χρήσεων	-9.329,00	---
Μείον: 1. Έξοδα διοικ. λειτουργίας		234.106,00			340.421,33	340.421,33	Σύνολο	-43.587,11	-58.234,25
3. Έξοδα λειτουργίας διαθέσεως		19.750,37	253.856,37			340.421,33	Κέρδη προς διάθεση	-43.587,11	-58.234,25
Μερικά αποτ/τα εκμετ/σεως			23.976,14			-41.449,32			
Ολικά αποτ/τα εκμετ/σης			23.976,14			-41.449,32	Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ		
ΙΙ. ΕΚΤΑΚΤΑ ΑΠΟΤ/ΤΑ							ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΕΥΑΓΓ./Α.Δ.Τ 2958938		
Οργανικά & έκτακτα αποτελέσματα			23.976,14			-41.449,32	Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ		
Μείον: Σύνολο αποσβέσεων πάγιων στοιχείων		8.554,77			14.862,63		ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ ΠΑΝΑΓ. ΑΔΤ Τ 321714		
Μείον: Οι από αυτές ενσωμ/νες στο λειτουργ.καστ.		8.554,77	---		14.862,63				
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ			23.976,14			-41.449,32	Ο ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ		
							ΛΙΑΤΣΗΣ Γ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ Α.Δ.Τ. ☉ 172188		

ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ Ε.Ν.Ο.Α.Β.Ε Α.Ε
'ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ'

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2005 - 9η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1.1.2005 - 31.12.2005) Μ. Α. Ε: 35442/62/Β/96/87

	Ποσά κλειόμεν. χρήσεως 2005			Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2004			ΠΛΗΘΗΤΙΚΟ	ΧΡΗΣΗ 2005	ΧΡΗΣΗ 2004
	ΑΞΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ	ΑΞΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							Α. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚ/ΣΕΩΣ							Γ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΜΕΤΟΧΙΚΟ)		
1. Εξόδα ιδρύσ. & πρωτ. εγκατ.	1.104,03	1.104,03	---	1.104,03	1.104,03	---	(29.366 Μετοχές από 3,00 η εκαστη)		
2. Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως	8.578,11	3.778,08	4.800,03	2.578,11	2.578,08	0,03	1. ΚΑΤΑΒΛΗΜΕΝΟ	88.098,00	88.098,00
	<u>9.682,14</u>	<u>4.882,11</u>	<u>4.800,03</u>	<u>3.682,14</u>	<u>3.682,11</u>	<u>0,03</u>	III. Διαφορές αναπρ. - επιχ. επενδ.		
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							2. Διαφ. από αναπρ.αξ. λοιπ.περ.στοιχ.	94,06	94,06
II. Ενσώματες ακιν/σεις								<u>94,06</u>	<u>94,06</u>
6. Επιπλα & λ. εξοπλισμός	78.422,45	68.077,97	10.344,48	78.422,45	65.491,85	12.930,60	IV. Αποθεματικά κεφάλαια		
Σύνολο ακιν/σεων	<u>78.422,45</u>	<u>68.077,97</u>	<u>10.344,48</u>	<u>78.422,45</u>	<u>65.491,85</u>	<u>12.930,60</u>	1. Τακτικό αποθεματικό	429,73	429,73
III. Συμμ/χές και άλλ. μακρ. χρημ. απαιτ.							V. Αποτελέσματα εις νέο		
7. Λοιπές μακρ/σμες απαιτήσεις			25.986,27			25.986,27	2. Υπόλοιπο ζημιών χρήσεως εις νέο	-828,69	---
Σύνολο παγίου ενεργητικού			<u>36.330,75</u>			<u>38.916,87</u>	3. Υπόλοιπο ζημιών προηγ.χρήσεως	-43.587,11	-43.587,11
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ								<u>-44.415,80</u>	<u>-43.587,11</u>
II. Απαιτήσεις							Σύνολο ιδίων κεφαλαίων	<u>-44.205,80</u>	<u>45.034,68</u>
1. Πελάτες			58.237,04			1.796,55	Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
11. Χρεώστες διάφοροι			8.046,04			699,23	II. Βραχ/σμες υποχρεώσεις		
12. Λογ/σμοι Διαχ.προκ/λων & πιστώσεων			---			34.549,74	1. Προμηθευτές	7.797,15	---
			<u>66.283,08</u>			<u>37.045,52</u>	3. Τράπεζες λογ/βραχ. υποχρεώσεων	58.286,27	26.042,53
IV. Διαθέσιμα							5. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	1.109,39	11.401,89
1. Ταμείο			3.842,71			3.309,09	6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί	2.878,79	1.957,32
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας			14.186,02			7.184,37	11. Πιστωτές διάφοροι	11.165,00	2.019,46
			<u>18.028,73</u>			<u>10.493,46</u>	Σύνολο υποχρεώσεων	81.236,60	41.421,20
Σύνολο κυκλ/ντος ενεργητικού			<u>84.311,81</u>			<u>47.538,98</u>	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΛΗΘΗΤΙΚΟΥ	<u>125.442,59</u>	<u>86.455,88</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			<u>125.442,59</u>			<u>86.455,88</u>			
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ							ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
I. ΑΠΟΤ/ΤΑ ΕΚΜΕΤ/ΣΕΩΣ				ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣΗΣ 2005		ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣΗΣ 2004	Καθαρά αποτ/τα χρήσεως	-828,69	23.976,14
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις)			286.629,46			277.832,51	(+) ή (-)Υπόλοιπο αποτ/των προηγ. χρήσ.	-34.258,11	-58.234,25
Μικτά αποτ/τα εκμετ/σεως			286.629,46			277.832,51	(+) ή (-) Διαφ. φορ. ελέγχου προηγ. χρήσεων	-9.329,00	-9.329,00
Μείον: 1. Έξοδα διοικ. λειτουργίας	265.004,78	---	---			---	Σύνολο	-44.415,80	-43.587,11
3. Έξοδα λειτουργίας διαθέσεως	22.453,37	287.458,15	---			---	Κέρδη προς διάθεση	<u>-44.415,80</u>	<u>-43.587,11</u>
Οργανικά αποτελέσματα εκμ/σης			-828,69			23.976,14			
Μείον: Σύνολο αποσβέσεων πάγιων στοιχείων		3.786,12	---			8.554,77	ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ		
Μείον: Οι από αυτές ενσωμ/νες στο λειτουρ.καστ.		3.786,12	---			8.554,77	ΛΙΓΑΣ ΘΩΜΑΣ		
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ			<u>-828,69</u>			<u>23.976,14</u>	Ο ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ		
							ΛΙΑΤΣΗΣ Γ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ / Α.Δ.Τ. Φ 172186		
							Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ		
							ΓΕΡΟΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΕΥΑΓΓ.		
							Α.Δ.Τ 2958938		
							Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ		
							ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ		

ΕΝΔΣΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ Ε.Ν.Ο.Α.Β.Ε. Α.Ε.

'ΑΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ'

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2007 - ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1.1.2007 - 31.12.2007) Μ.Α.Ε. 35442/62/Β/96/87

	ΧΡΗΣΗ 2007	ΧΡΗΣΗ 2006
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚ/ΣΕΩΣ		
1. Έξοδα ίδρυσ. & πρωτ. εγκατ.		
2. Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως	8.578,11	8.000,03
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		
I. Ανώματες ακινητοποιήσεις		
5. Λοιπές ασώματες ακινητοποιήσεις	126.300,69	---
II. Ενσώματες ακιν/σες		
6. Επιπλα & λ. εξοπλισμός	78.422,45	68.077,97
Σύνολο ακιν/σεων	<u>204.723,14</u>	<u>68.077,97</u>
III. Συμμ/χές και άλλ. μακρο. απαιτ.		
7. Λοιπές μακροσ/μες απαιτήσεις	25.986,27	---
Σύνολο παγίου ενεργητικού (Γ+II+III)	<u>162.631,44</u>	<u>126.300,69</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		
II. Απαιτήσεις		
11. Πελάτες	149.029,79	---
11. Χρεώστες διάφοροι	9.239,04	---
	<u>158.264,83</u>	<u>---</u>
IV. Διαθέσιμα		
1. Ταμείο	16.569,55	---
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας	38.347,57	---
	<u>54.907,12</u>	<u>---</u>
Σύνολο κυκλ/ντος ενεργητικού(Δ+II+IV)	<u>360.004,44</u>	<u>126.300,69</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ(Β+Γ+Δ)	<u>122.784,25</u>	<u>126.300,69</u>
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ		
Ι. ΑΠΟΤΙΤΑ ΕΚΜΕΤΙΣΕΩΣ		
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις)	349.681,51	---
Μικτά αποτ/τα εκμετ/σεως	349.681,51	---
Μείον: 1. Έξοδα διοικ. λειτουργίας	293.339,45	---
3. Έξοδα λειτουργίας διαθέσεως	43.112,18	---
Μερικά αποτελέσματα εκμ/σης	<u>8.886,93</u>	<u>---</u>
Μείον: 3. Χρεωστικοί τόκοι & συναφή έξοδα	---	---
Ολικά αποτελέσματα εκμ/σης	<u>13.229,88</u>	<u>---</u>
Μείον: Σύνολο αποσβέσεων πάγιων στοιχείων	598,98	---
Μείον: Οι από αυτές ενσωμ/νες στο λειτουργ. κόστ.	<u>588,98</u>	<u>---</u>
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	<u>13.229,88</u>	<u>---</u>
ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
Καθάρ. αποτ/τα χρήσεως	13.229,88	4.652,99
(+) ή (-) Υπόλοιπο αποτ/των προηγ. χρήσ.	-39.762,81	-44.415,80
(+) ή (-) Διαφ. φερ. ελέγχου προηγ. χρήσεων	-9.329,00	---
Σύνολο	<u>-35.861,93</u>	<u>-39.762,81</u>
Κέρδη προς διάθεση	<u>-35.861,93</u>	<u>-39.762,81</u>
Ο ΠΡΟΦΑΡΟΣ Δ. ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ		
ΓΕΡΩΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΕΥΑΓΓ.	13.539,92	---
Α.Δ.Τ 2958938	-8.886,93	---
	<u>4.652,99</u>	<u>---</u>
ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ		
ΛΙΓΑΣ ΘΩΜΑΣ	---	---
	<u>4.652,99</u>	<u>---</u>
Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ		
ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	---	---
	<u>---</u>	<u>---</u>
Ο ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ		
ΛΙΑΤΣΗΣ Γ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ/Α.Δ.Τ. ΑΖ 155182	---	---
ΑΡ. ΑΔ. 13417 Α' ΤΣΕΠΣ	<u>---</u>	<u>---</u>

www.kalevra.gr

ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ ΕΝ.Ο.Α.Β.Ε.Α.Ε 'ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ'

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2008 - ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1.1.2008 - 31.12.2008) Μ. Α. Ε. 35442/62/Β/96/87

	Ποσά κλειόμεν. χρήσεως 2008			Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2007			ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΧΡΗΣΗ 2008	ΧΡΗΣΗ 2007
	ΑΕΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΕΙΑ	ΑΕΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΕΙΑ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							Α. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚ/ΣΕΩΣ							I. ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΜΕΤΟΧΙΚΟ)		
1. Εξόδα ιδρύσ. & πρωτ. εγκατ.	1.104.03	1.104.03	---	1.104.03	1.104.03	---	1. Καταβλημένο (29.366 μετ. *3,00 εκάστη)	88.098,00	88.098,00
2. Λοιπά εξόδα εγκαταστάσεως	8.578,11	8.578,11	---	8.578,11	4.377,06	4.201,05	III. Διαφορές αναπα. - επιχ. επενδ.		
	9.682,14	9.682,14	---	9.682,14	5.481,09	4.201,05	2. Διαφ. από αναπαρ. αξ. λοιπ. περ. στοιχ.	94,06	94,06
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							IV. Αποθεματικά κεφάλαια		
I. Ανώματες ακινητοποιήσεις							1. Τακτικό αποθεματικό	429,73	429,73
5. Λοιπές ασώματες ακινητοποιήσεις	313.764,00	106.802,66	206.961,34	126.300,69	---	126.300,69	V. Αποτελέσματα εις νέο		
II. Ενσώματες ακιν/σεις							3. Υπόλοιπα ζημιών προηγ. χρήσεων	-41.061,43	-35.861,93
6. Επιπλα & λ. εξοπλισμός	78.540,09	78.539,80	0,29	78.422,45	68.077,97	10.344,48	Σύνολο ιδίων κεφαλαίων (ΑΙ+ΑΙΙ+ΑΙΥ+ΑΥ)	47.560,36	52.759,86
Σύνολο ακιν/σεων	392.304,09	185.342,46	206.961,63	204.723,14	68.077,97	136.645,17	Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
III. Συμμ/χές και άλλ. μακρ. χρημ. απαιτ.							II. Βραχ/σιμες υποχρεώσεις		
7. Λοιπές μακρ/σιμες απαιτήσεις			---			25.986,27	1. Προμηθευτές	94.510,62	37.513,25
Σύνολο παγίου ενεργητικού (ΓII+ΓIII)			206.961,63			152.631,44	3. Τράπεζες λογ/βραχ. υποχρεώσεων	249.608,93	198.680,94
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							6. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	10.027,36	10.159,66
II. Απαιτήσεις							6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί	4.054,62	3.041,33
1. Πελάτες			67.773,90			149.025,79	11. Πιστωτές διάφοροι	7.166,83	77.849,40
11. Χρεώστες διάφοροι			83.822,08			9.239,04	Σύνολο υποχρεώσεων	365.368,35	327.244,58
			151.595,98			158.264,83			
IV. Διαθέσιμα									
1. Ταμείο			36.489,26			16.559,55			
3. Καταθέσεις όψεως & πρόθεσμίας			17.881,85			38.347,57			
			54.371,10			54.907,12			
Σύνολο κυκλ/ντος ενεργητικού (ΔII+ΔIV)			205.967,08			213.171,95			
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Β+Γ+Δ)			412.928,71			380.004,44	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (Α+Γ)	412.928,71	380.004,44
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ									
I. ΑΠΟΤ/ΤΑ ΕΚΜΕΤ/ΣΕΩΣ			ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣΗΣ 2008			ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣΗΣ 2007	ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις)			731.107,90			349.681,51	Καθαρά αποτ/το χρήσεως	4.485,23	13.229,88
Μείων: Κόστος πωλήσεων			17.325,89			---	(-) ή (-) Υπόλοιπα αποτ/των προηγ. χρήσ.	-35.861,93	-39.762,81
Μικτά αποτ/τα εκμετ/σεως			713.782,01			349.681,51	(+) ή (-) Διαφ. φορ. ελέγχου προηγ. χρήσεων	-9.684,73	-9.329,00
Μείων: 1. Εξόδα διοικ. λειτουργίας			650.625,27			293.339,46	Σύνολο	-41.061,43	-35.861,93
3. Εξόδα λειτουργίας διαθέσεως			34.243,44			43.112,18	Κέρδη προς διάθεση	-41.061,43	-35.861,93
Μερικά αποτελέσματα εκμ/σης			28.913,30			13.229,88			
Μείων: 3. Χρεωστικοί τόκοι & συναφή έξοδα			24.118,23			---	Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ Δ. ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ		
Ολικά αποτελέσματα εκμ/σης			4.795,07			13.229,88	ΓΕΡΩΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΕΥΑΓΓ.		
Μείων έκτακτα & ανόργανα έξοδα			309,84			---	Α.Δ.Τ 2968938		
Οργανικά και έκτακτα αποτελέσματα			4.485,23			13.229,88	ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ		
Μείων: Σύνολο αποσβέσεων πάγιων στοιχείων			121.465,54			598,98	ΛΙΓΑΣ ΘΩΜΑΣ		
Μείων: Οι από αυτές ενσωμ/νες στο λειτουργ.καστ.			121.465,54			598,98			
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ			4.485,23			13.229,88			
							Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ		
							ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ		
							Ο ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ		
							ΛΙΑΤΣΗΣ Γ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ/Α.Δ.Τ. ΑΖ 166182		
							ΑΡ. ΑΔ. 13417 Α' ΤΑΞΗΣ		

ΕΝΩΣΗ ΟΙΝΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΟΥ ΑΜΠΕΛΩΝΑ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ Ε.Ν.Ο.Α.Β.Ε. Α.Ε.
'ΑΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ'

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2006 - 10η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (1.1.2006 - 31.12.2006) Μ. Α. Ε. 35442/62/Β/96/87

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Ποσά κλεισθέν. χρήσεως 2006			Ποσά προηγούμενης χρήσεως 2005			ΠΑΘΗΤΙΚΟ	ΧΡΗΣΗ 2006	ΧΡΗΣΗ 2005
	ΑΞΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ	ΑΞΙΑ ΚΤ.	ΑΠΟΣΒΕΣ.	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ			
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚ/ΣΕΩΣ							Ι. ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΜΕΤΟΧΙΚΟ)		
1. Εξόδα ιδρύσ. & πρωτ. εγκατ.	1.104,03	1.104,03	---	1.104,03	1.104,03	---	1. Καταβλημένο	88.098,00	88.098,00
2. Λοιπά έξοδα εγκαταστάσεως	8.578,11	3.778,08	4.800,03	8.578,11	3.778,08	4.800,03	III. Διαφορές αναπρ. - επιχ. επενδ.	94,06	94,06
	<u>9.682,14</u>	<u>4.882,11</u>	<u>4.800,03</u>	<u>9.682,14</u>	<u>4.882,11</u>	<u>4.800,03</u>	2. Διαφ. από αναπρ. αξ. λοιπ. περ. στοιχ.	94,06	94,06
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							IV. Αποθεματικά κεφάλαια		
II. Ενσώματες ακιν/σεις							1. Τακτικό αποθεματικό	429,73	429,73
6. Επιπλα & λ. εξοπλισμός	78.422,45	68.077,97	10.344,48	78.422,45	68.077,97	10.344,48	V. Αποτελέσματα εις νέο		
Σύνολο ακιν/σεων	<u>78.422,45</u>	<u>68.077,97</u>	<u>10.344,48</u>	<u>78.422,45</u>	<u>68.077,97</u>	<u>10.344,48</u>	2. Υπόλοιπο ζημιών χρήσεως εις νέο	-39.762,81	-828,69
III. Συμμ/γές και άλλ. μακρ. χρομ. απαιτ.							3. Υπόλοιπο ζημιών προηγ. χρήσεων	-49.091,81	-43.587,11
7. Λοιπές μακρ/σμες απαιτήσεις			25.986,27			25.986,27	Σύνολο	-49.091,81	-44.415,80
Σύνολο παγίου ενεργητικού(ΓII+ΓIII)			<u>36.330,75</u>			<u>36.330,75</u>	Σύνολο ιδίων κεφαλαίων(AI+AIII+AIV)	<u>48.858,98</u>	<u>44.205,80</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ							Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ		
II. Απαιτήσεις							I. Βραχ/σμες υποχρεώσεις		
1. Πελάτες			52.459,54			58.237,04	1. Προμηθευτές	783,82	7.797,15
11. Χρεώστες διάφοροι			10.135,72			8.046,04	3. Τράπεζες λογ/βραχ. υποχρεώσεων	62.912,15	58.286,27
			<u>62.595,26</u>			<u>66.283,08</u>	5. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	---	1.109,39
IV. Διαθέσιμα							6. Ασφαλιστικοί οργανισμοί	2.026,28	2.878,79
1. Ταμείο			10.728,66			3.842,71	11. Πιστωτές διάφοροι	8.203,02	11.165,00
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας			8.329,55			14.186,02	Σύνολο υποχρεώσεων	73.925,27	81.236,60
			<u>19.058,21</u>			<u>18.028,73</u>	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ(A+Γ)	<u>122.784,25</u>	<u>125.442,59</u>
Σύνολο κυκλ/ντος ενεργητικού(ΔII+ΔIV)			<u>72.324,47</u>			<u>84.311,81</u>	ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ		
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ(B+Γ+Δ)			<u>122.784,25</u>			<u>125.442,59</u>	Καθαρά αποτ/τα χρήσεως	4.652,99	-828,69
							(+) ή (-) Υπόλοιπο αποτ/των προηγ. χρήσ.	-44.415,80	-34.258,11
							(+) ή (-) Διαφ. φορ. ελέγχου προηγ. χρήσεων	-9.329,00	-9.329,00
							Σύνολο	-49.091,81	-44.415,80
							Κέρδη προς διάθεση	-49.091,81	-44.415,80
ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ							Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ		
I. ΑΠΟΤ/ΤΑ ΕΚΜΕΤ/ΣΕΩΣ							ΓΕΡΩΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΕΥΑΓΓ.		
ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣΗΣ 2006							Α.Δ.Τ 2958938		
Κύκλος εργασιών (πωλήσεις)			292.602,92			286.629,46	ΕΝΑ ΜΕΛΟΣ		
Μικτά αποτ/τα εκμετ/σεων			292.602,92			286.629,46	ΛΙΓΑΣ ΘΩΜΑΣ		
Μείον: 1. έξοδα διοικ. λειτουργίας		279.063,00		265.004,78	---	---	Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ		
3. Έξοδα λειτουργίας διαθέσεως		<u>279.063,00</u>	<u>279.063,00</u>	<u>22.453,37</u>	<u>287.458,15</u>	<u>-828,69</u>	ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ		
Μερικά αποτελέσματα εκμ/σης			13.539,92			---	Ο ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ		
Μείον: 3. Χρεωστικοί τόκοι & συναφή έξοδα		8.886,93	-8.886,93			---	ΛΙΑΤΣΗΣ Γ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ/Α.Δ.Τ. © 172186		
Ολικά αποτελέσματα εκμ/σης			4.652,99			---			
Μείον: Σύνολο αποσβέσεων πάγιων στοιχείων			---	3.786,12	---	---			
Μείον: Οι από αυτές ενσωμ/νες στο λειτουργ. κ.σ.τ.			---	3.786,12	---	---			
ΚΑΘΑΡΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ			<u>4.652,99</u>			<u>-828,69</u>			

www.kalevra.gr