



**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Διπλωματική Εργασία

**ΜΕΛΕΤΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ
ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕΛΙΟΥ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ**

ΤΟΥ

ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΑΔΗ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Ιανουάριος 2018

«Αφιερώνεται στους υπέροχους γονείς μου Αναστάσιο και Μαρία,
στον αγαπημένο μου αδερφό Νικόλαο και
στην λατρευτή μου γιαγιά Παρθένα»

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω μέσα από τα βάθη της καρδιάς μου τους γονείς μου και τον αδερφό μου οι οποίοι ήταν μαζί μου από την πρώτη στιγμή που τους ανέφερα ότι θέλω να κάνω το συγκεκριμένο Μεταπτυχιακό και με στήριζαν καθ' όλη την διάρκεια αυτών των δύο χρόνων. Λόγω και των γνώσεων που κατέχουν, όντας μελισσοκόμοι, με βοήθησαν στην εκπόνηση αυτής της διπλωματικής εργασίας διότι μου έδωσαν να καταλάβω τι έπρεπε να γνωρίζω και πώς να κινηθώ για να βγει αυτό το αποτέλεσμα για το οποίο είμαι πολύ χαρούμενος.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου Κύριο Ιωάννη Χατζηδημητρίου που δέχτηκε να συνεργαστούμε και να με καθοδηγήσει σε όλη την διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας είναι να κάνει γνωστό στον αναγνώστη ποιο είναι το ελληνικό μέλι και πως μπορεί κάποιος αξιοποιώντας το να δημιουργήσει μία κερδοφόρα επιχειρηματική μονάδα η οποία θα μπορεί να φτάσει στο σημείο να ασχολείται και με την εξαγωγή των προϊόντων της στην Ρωσία. Για το λόγω αυτό γίνεται μία πλήρης ανάλυση για το ελληνικό μέλι, τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει η μελισσοκομική μονάδα, οι σχέσεις που διέπουν την Ελλάδα με την Ρωσία και την θέση που κατέχει το μέλι στην διατροφή των Ρώσων. Επίσης γίνεται ανάλυση στο σημαντικότερο κομμάτι της εργασίας, το θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο που θα πρέπει να γνωρίζει η επιχείρηση πριν προχωρήσει στην εξαγωγή του μελιού στην Ρωσία.

Για να μπορέσει να συλλεχθεί όλο το απαραίτητο υλικό χρησιμοποιήθηκε το διαδίκτυο όπου βρέθηκαν πολλά και αναλυτικά άρθρα καθώς και βιβλία σχετικά με το μέλι. Επίσης υπήρξε προσωπική επαφή με άτομα που ήδη δραστηριοποιούνται στον τομέα των εξαγωγών προς την Ρωσία καθώς και με Έλληνες παραγωγούς οι οποίοι δραστηριοποιούνται στην παραγωγή μελισσοκομικών προϊόντων. Αυτό διότι θα έπρεπε να γνωρίζουμε ποιο ακριβώς είναι το προϊόν για το οποίο γίνεται η διπλωματική εργασία, δηλαδή το ελληνικό φυσικό μέλι που είναι και το κύριο συστατικό για την παραγωγή των μελισσοκομικών προϊόντων καθώς επίσης και ποια είναι η χώρα με την οποία θέλουμε να συνεργαστούμε.

ABSTRACT

This diploma thesis deals with an analysis of the Greek honey and examines the ways of making profitable companies which can export their products to Russia. In this respect, this paper presents a detailed analysis of Greek honey, the features of relevant beekeeping units, the relationship between Greece and Russia and the importance of honey in Russians nutrition. Furthermore, a big part of subject paper concerns the institutional and legislative framework that every company should be aware of prior proceeding with exports.

The contribution of Internet was very important, since a lot of analytical articles and reports were available in order to collect all necessary information. In addition, personal interviews with export companies as well as with Greek producers helped in the writing of this paper.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	iv
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	v
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΠΙΝΑΚΩΝ	vii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΛΙ	1
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
1.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕΛΙΟΥ	1
1.2.1 ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕΛΙΟΥ	1
1.3 ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ	3
1.3.1 ΟΞΥΤΗΤΑ ΜΕΛΙΟΥ	4
1.3.2 ΟΙ ΕΥΕΡΓΕΤΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ	5
1.4 Η ΜΕΛΙΣΣΑ ΚΑΙ Η ΖΩΗ ΣΤΗΝ ΚΥΨΕΛΗ.....	7
1.4.1 Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ.....	8
1.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	8
1.5.1 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	9
1.6 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΕΛΙΟΥ	10
1.7 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ..	12
1.8 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ..	17
2.1 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ	18
2.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ.....	19
2.3 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ.....	19
2.4 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ	20
2.5 ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	21
2.6 ΤΟ ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	22
2.7 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΣ ΡΩΣΙΑΣ	24
3.1 ΡΩΣΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	25
3.2 ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΡΩΣΩΝ.....	26
3.3 ΕΛΛΗΝΟ – ΡΩΣΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	27
3.4 ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΡΩΣΩΝ.....	27
3.4.1 ΤΟ ΜΕΛΙ ΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΡΩΣΩΝ	29

3.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	29
3.6 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΩΓΗ ΜΕΛΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗ	
ΡΩΣΙΑ.....	34
4.1 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΡΩΣΙΑΣ	38
4.1.1 ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ	40
4.1.2 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ	40
4.1.3 ΤΕΛΩΝΙΑΚΟΙ ΔΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΙ.....	45
4.2 ΤΡΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ.....	46
4.3 ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ	49
4.3.1 ΟΔΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ	49
4.3.2 ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ	51
4.3.3 ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑ	52
4.4 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΡΩΣΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	55
4.5 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ.....	57
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	58
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΝΑΦΟΡΩΝ.....	59
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	59
ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ.....	62

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Κλίμακα pH μελιού	5
Πίνακας 2: Αριθμός κυψελών στην Ευρωπαϊκή Ένωση (2013).....	13
Πίνακας 3: Πυκνότητα (κυψέλες/km ²) (2013).....	14
Πίνακας 4: Μελισσοκόμοι ανά περιφέρεια της Ελλάδας (2013).....	14
Πίνακας 5: Μελισσοκόμοι με > 150 κυψέλες ανά περιφέρεια της Ελλάδος (2013)...	15
Πίνακας 6: Παραγωγή και Αξία των προϊόντων μελισσοκομίας (2016).....	15
Πίνακας 7: Εξαγωγές Ελλάδας ανά χώρα του κόσμου, δασμολογικής κλάσης 04090000 (μέλι φυσικό), για το διάστημα 2012-2016.....	31
Πίνακας 8: Εξαγωγές Ελλάδας ανά χώρα του κόσμου, δασμολογική κλάσης 04090000 (μέλι φυσικό), για το διάστημα 2012-2016.....	32

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΛΙ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να δώσει στον αναγνώστη σημαντικές πληροφορίες για το ελληνικό μέλι και πως μπορεί κάποιος με την χρήση του, να πετύχει στον επιχειρηματικό τομέα προσπαθώντας να το αξιοποιήσει και να το εξάγει στο εξωτερικό και συγκεκριμένα στην Ρωσία που είναι και ο στόχος της μελέτης. Παραχωρούνται όλες οι σημαντικές πληροφορίες που πρέπει να διαθέτει κάποιος προκειμένου να στήσει μία μελισσοκομική επιχείρηση, να παράγει μελισσοκομικά προϊόντα και μελλοντικά να τα εξάγει.

Σύμφωνα με τον γεωπόνο – εντομολόγο Σκαρέα με τον όρο μέλι εννοούμε μια γλυκιά παχύρρευστη ουσία που παράγεται από τις μέλισσες χρησιμοποιώντας σαν πρώτη ύλη το νέκταρ των φυτών ή τις μελιτώδεις εκκρίσεις που παράγουν, τις οποίες οι μέλισσες συλλέγουν και επεξεργάζονται εμπλουτίζοντας τες με ένζυμα και άλλες ουσίες και στο τέλος τις αποθηκεύουν στις κερήθρες της κυψέλης προκειμένου να ωριμάσουν. Το μέλι είναι από τα βασικότερα συστατικά της ίδιας της ζωής και η μέλισσα στηρίζει την ζωή και την βιοποικιλότητα του πλανήτη μας. Το νέκταρ των φυτών ή αλλιώς τροφή των θεών είναι η πρώτη ύλη για την υλοποίηση του μελιού. Η μέλισσα είναι ένας εργάτης σύμβολο καθώς δουλεύει αδιάκοπα έχοντας μεγάλη ενέργεια, δύναμη και δημιουργία. Το μέλι ως η απόλυτη συνέργεια φυτικού και ζωικού βασιλείου προσφέρει μια ενεργητική και δημιουργική μακροζωία.

1.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕΛΙΟΥ

Το μέλι χωρίζεται σε δύο κατηγορίες και με τη σειρά τους σε πολλές υποκατηγορίες. Οι κατηγορίες είναι το μέλι ανθέων, το λεγόμενο ανθόμελο που παράγεται από το νέκταρ των φυτών και το μέλι δασέων, το λεγόμενο δασόμελο το οποίο παράγεται από τα μελιτώματα και το χυμό των δέντρων.

1.2.1 ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΜΕΛΙΟΥ

Κάθε μέλι έχει τα δικά του χαρακτηριστικά τόσο σε γεύση όσο και σε στοιχεία επεξεργασίας και δημιουργίας του.

Θυμαρίσιο

Το μέλι τοποθετείται στις κορυφαίες ποιότητες μελιού. Είναι από τα πιο γνωστά καθώς έχει εξαιρετική και ευχάριστη γεύση με ανοιχτόχρωμη και λαμπερή εμφάνιση. Η κρυστάλλωση του επέρχεται σε διάστημα 6 με 18 μηνών από την παραγωγή του.

Πορτοκαλιάς

Είναι ένα είδος μελιού με υπέροχο και δυνατό άρωμα αλλά και εξαιρετική γεύση. Κρυσταλλώνει σε πιο σύντομο διάστημα, σε 1 με 2 μήνες. Είναι έντονα ανοιχτόχρωμο και παίρνει μια άσπρη μορφή μετά την κρυστάλλωση του.

Ερείκης

Το μέλι από ερείκη το επονομαζόμενο και “Σουσουρίσιο” θεωρείται ως ένα υψηλής θρεπτικής αξίας προϊόν και διατίθεται και από καταστήματα Υγιεινής Διατροφής. Έχει χαρακτηριστική οσμή και γεύση και αρέσει σε ιδιαίτερα απαιτητικούς πελάτες. Η κρυστάλλωση γίνεται σε 1 με 3 μήνες, έχει ανοιχτόχρωμο χρώμα ενώ μετά την κρυστάλλωση του παίρνει μια κοκκινωπή εμφάνιση.

Καστανιάς

Είναι από τα πιο δυσεύρετα είδη μελιού καθώς προέρχεται από ανάμειξη μελιτωμάτων καστανιάς και νέκταρος. Έχει έντονο άρωμα και μια γεύση που πικρίζει. Η κρυστάλλωση του αργεί καθώς γίνεται σε 1 με 2 χρόνια.

Πευκόμελο

Το 65% της συνολικής παραγωγής στην Ελλάδα είναι Πευκόμελο. Έχει πιο βαριά γεύση και είναι πιο πηχτό καθώς περιέχει περισσότερα ιχνοστοιχεία σε πρωτεΐνες και αμινοξέα. Είναι πολύ δύσκολο να κρυσταλλώσει.

Βαμβακιού

Είναι ένα ανοιχτόχρωμο μέλι το οποίο λαμβάνει μια άσπρη μορφή μετά την κρυστάλλωσή του η οποία επέρχεται σε 1 με 2 μήνες.

Ελάτης

Είναι μια από τις καλύτερες κατηγορίες μελιού που παράγεται στη χώρα μας. Έχει γεύση που αρέσει και στον πιο απαιτητικό καταναλωτή. Παραμένει ρευστό σχεδόν για πάντα.

Ελάτης (βανίλια)

Πρόκειται για μέλι με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (Π.Ο.Π) που παράγεται σε οριοθετημένη περιοχή. Είναι παχύρευστο με κεχριμπαρένιο χρώμα και ιδιαίτερο άρωμα. Η θρεπτική και βιολογική του αξία είναι πολύ μεγάλη αφού πρόκειται για μέλι με υψηλή συγκέντρωση σε ιχνοστοιχεία, είναι πλούσιο σε υδατάνθρακες, πρωτεΐνες, αμινοξέα, ένζυμα και βιταμίνες του συμπλέγματος Β.

Μέλι πολύκομβου

Φυτό που βρίσκουμε στις σιτοκαλαμιές μετά από τις καλοκαιρινές βροχές. Δίνει άφθονη γύρη και σκουρόχρωμο κοκκινωπό νέκταρ. Από αυτό παράγεται σκοτεινόχρωμο μέλι. Η γεύση του δεν αρέσει ιδιαίτερα και για αυτόν τον λόγο δεν είναι εμπορικό, παρόλα αυτά όμως είναι πλούσιο σε ένζυμα και ιχνοστοιχεία.

Μέλι ακακίας

Ένα μέλι με χαρακτηριστικό ανοιχτό σχεδόν διάφανο χρώμα, ελαφρύ αλλά με πολύ ιδιαίτερο άρωμα και αρκετά γλυκιά γεύση. Αν και ανθόμελο, δεν κρυσταλλώνει πολύ γρήγορα λόγω της συγκεκριμένης αναλογίας φρουκτόζης/γλυκόζης που διαθέτει. Μπορεί να καταναλωθεί και από διαβητικούς, καθώς έχει χαμηλά ποσοστά σουκρόζης.

1.3 ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Σύμφωνα με τον Thrasyvoulou (1986) το μέλι περιέχει 180 διαφορετικές ουσίες, οι οποίες διασυνδέονται οργανικά με τέτοιο τρόπο, ώστε κανείς μέχρι τώρα δεν έχει μπορέσει να το παράγει αποκλειστικά με τεχνητούς τρόπους, παρά τη γνωστή σύνθεσή του. Το εκλεκτό αυτό νέκταρ αποτελείται ουσιαστικά από διάφορα σάκχαρα, κυρίως από γλυκόζη και φρουκτόζη σε ποσοστό 77-78%. Το χρώμα του ποικίλλει και κυμαίνεται από σχεδόν άχρωμο έως σκούρο καφέ. Ως προς τη σύστασή του, μπορεί να είναι λεπτόρευστο, παχύρευστο ή κρυσταλλωμένο, δηλαδή ζαχαρωμένο.

Η κρυστάλλωση είναι ένα φυσικό φαινόμενο, που σχετίζεται με τη φυτική προέλευση του μελιού και επηρεάζεται από τη χημική σύνθεσή του. Υπάρχουν δύο είδη κρυστάλλωσης: η χονδροκρυστάλλωση (όταν το μέλι χωρίζεται στα δύο, επάνω ρευστό και κάτω κρυσταλλωμένο) και η λεπτοκρυστάλλωση (όταν κρυσταλλώνει ομοιόμορφα). Ένα κρυσταλλωμένο μέλι δεν είναι ούτε χαλασμένο ούτε νοθευμένο. Το κρυσταλλωμένο μέλι ρευστοποιείται εύκολα σε μπεν μαρί, χωρίς να χάσει καμία από τις βιολογικές και θρεπτικές ιδιότητές του. Χάρη επίσης στη σχετικά χαμηλή του

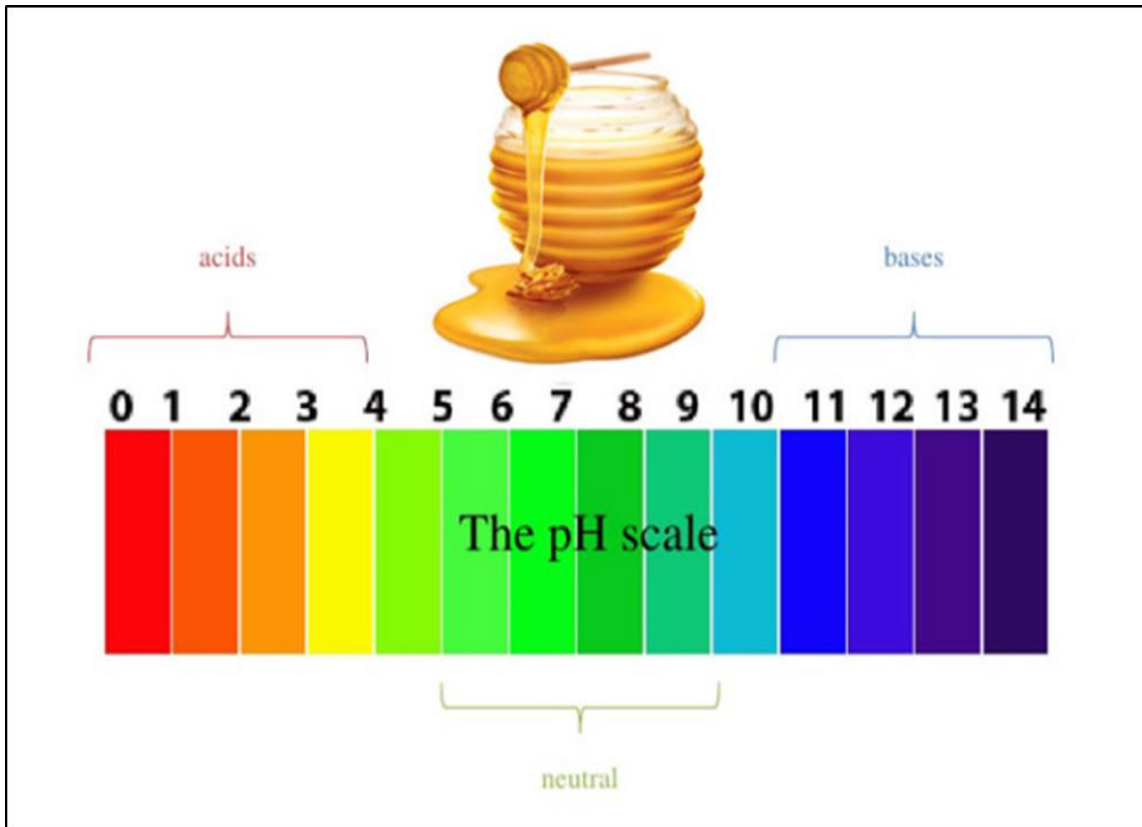
υγρασία, δεν ευνοεί την ανάπτυξη μικροοργανισμών. Γι' αυτό και οι δηλητηριάσεις από μέλι είναι πολύ σπάνιες. Άλλωστε, οι μέλισσες ποτέ δεν μαζεύουν νέκταρ από δηλητηριώδη φυτά. Άλλο ένα αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό του μελιού είναι πως πρόκειται για ένα από τα ελάχιστα τρόφιμα που δεν νοθεύονται εύκολα, διότι δύσκολα αναμιγνύεται με νερό, γλυκόζη ή άλλη γλυκαντική ουσία.

1.3.1 ΟΞΥΤΗΤΑ ΜΕΛΙΟΥ

Σύμφωνα με τον Thrasynoulou (1986), το μέλι παράγεται από τις σακχαρώδεις εκκρίσεις φυτών ή εντόμων, όπως το νέκταρ των λουλουδιών μέσω της αναγέννησης, της ενζυματικής δραστηριότητας και της εξάτμισης του νερού. Το μέσο pH του μελιού είναι 3,9, αλλά μπορεί να κυμαίνεται από 3,4 έως 6,1. Το μέλι περιέχει πολλά είδη οξέων, τόσο οργανικά όσο και αμινοξέα. Ωστόσο, οι διάφοροι τύποι και τα ποσά τους ποικίλλουν σημαντικά, ανάλογα με τον τύπο του μελιού. Αυτά τα οξέα μπορεί να είναι αρωματικά ή αλειφατικά (μη αρωματικά). Τα αλειφατικά οξέα συμβάλλουν σημαντικά στη γεύση του μελιού, αλληλεπιδρώντας με τις γεύσεις άλλων συστατικών.

Το μέλι έχει μέσο pH 3,9 και είναι όξινο. Το μέλι περιέχει μια σειρά από οργανικά και αμινοξέα που οδηγούν στην οξύτητα του μελιού που με την σειρά του είναι η εξήγηση στις φαρμακευτικές του ιδιότητες και στις αντιβακτηριδιακές ιδιότητες. Επιπλέον το μέλι περιέχει φλαβονοειδή και αντιοξειδωτικά που κατεβάζουν περισσότερο το μέσο pH με αποτέλεσμα να γίνεται περισσότερο όξινο. Φυσικά για να είναι όμως κανείς σίγουρος για την ακριβή σύσταση του χρειάζεται χημική ανάλυση μελιού.

Τα οργανικά οξέα περιέχουν τα περισσότερα από τα οξέα του μελιού, αντιπροσωπεύοντας το 0,17-1,17% του μείγματος, με το γλυκονικό οξύ που σχηματίζεται από τις δράσεις ενός ενζύμου που ονομάζεται οξειδάση γλυκόζης ως το πλέον διαδεδομένο. Άλλα οργανικά οξέα είναι μικρά, αποτελούμενα από μυρμηκικό, οξικό, βουτυρικό, κιτρικό, γαλακτικό, μηλικό, πυρογλουταμικό, προπιονικό, βαλερικό, καπρικό, παλμιτικό και ηλεκτρικό οξύ, μεταξύ πολλών άλλων.



Πίνακας 1: Κλίμακα pH μελιού

(Πηγή: Ορεινό μέλι, <https://oreinomeli.wordpress.com>, Νοέμβριος 2017)

1.3.2 ΟΙ ΕΥΕΡΓΕΤΙΚΕΣ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Το μέλι είναι από τα πολυτιμότερα, θρεπτικότερα και υγιεινότερα τρόφιμα που έχει στη διάθεσή του ο άνθρωπος όπως αναφέρει ο Τζιάσιος (2016).

Από τον Ιπποκράτη μέχρι τους σύγχρονους γιατρούς το συνιστούν ως φυσικό φάρμακο σε πολλές περιπτώσεις, από τη δυσκοιλιότητα και την αναιμία, μέχρι τις καρδιοπάθειες και τις περιπτώσεις κατάπτωσης και αδυναμίας. Το μέλι συνίσταται και για τα παιδιά, μετά από τα δύο συνήθως χρόνια τους, τα οποία απολαμβάνουν την πολύτιμη αυτή τροφή είτε σκέτη, είτε με βούτυρο και ψωμί, είτε μαζί με φρούτα ή δημητριακά ως ένα υγιεινό και ωφέλιμο πρωινό ή σνακ όλες τις ώρες. Τα ιχνοστοιχεία που περιέχει το μέλι, παίζουν σπουδαίο ρόλο στο μεταβολισμό και στη θρέψη του ανθρώπινου οργανισμού, ως βασικά συστατικά του σκελετού και των κυττάρων που ρυθμίζουν την οξύτητα του στομάχου. Είναι επίσης πλούσιο σε ασβέστιο, μαγνήσιο, φώσφορο, βιταμίνες B1 και B2 και βοηθά σημαντικά στην απορρόφηση του σιδήρου από τον οργανισμό. Η συγκέντρωση των βιταμινών, που έχει το μέλι, βοηθά επιπλέον

στην άμεση απορρόφηση των σακχάρων από το σώμα, γι' αυτό και το μέλι είναι μια γρήγορη πηγή ενέργειας για τον οργανισμό.

Το μέλι είναι επίσης, τονωτικό, αυξάνει το ρυθμό λειτουργίας της καρδιάς, μειώνει τα προβλήματα έλκους στο στομάχι και γενικά συμβάλλει στην καλή λειτουργία της υγείας. Κάνει καλό στον πονόλαιμο και στο βήχα, γι' αυτό χρησιμοποιείται και σαν φυσικό σιρόπι ή προστίθεται σε ζεστό τσάι. Έχει επίσης υψηλή περιεκτικότητα σε χολίνη, που βοηθά ιδιαίτερα τα άτομα που υποφέρουν από δυσκοιλιότητα λόγω της καθιστικής εργασίας.

Το μέλι έχει όμως και αντισηπτικές ιδιότητες. Η αντιμικροβιακή του δράση εμποδίζει την ανάπτυξη βακτηρίων και άλλων παθογόνων οργανισμών, γι' αυτό και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον καθαρισμό ή την απολύμανση πληγών, ακόμα και για την κακοσμία του στόματος. Δοκίμασε να φτιάξεις ένα φυσικό στοματικό διάλυμα από 1 1/2 κ.γ. μέλι, 1/2 κ.γ. μαγειρική σόδα, 1/2 κ.γ. κανέλα, χυμό από δύο λεμόνια τα οποία διαλύεις σε ένα φλιτζάνι ζεστό νερό και θα αποκτήσεις δροσερή αναπνοή για πάντα!

Τέλος, βοηθά σημαντικά στον ταχύτερο μεταβολισμό του οιοπνεύματος, με αποτέλεσμα να απαλλάσσεται κανείς γρηγορότερα από την κατάσταση μέθης. Ένα τσάι με μέλι είναι ιδανικό σε τέτοιες περιπτώσεις.

Το μέλι σύμμαχος στο αδυνάτισμα

Διάφορες έρευνες υποστηρίζουν πως αν αντικαταστήσουμε τη ζάχαρη με το μέλι χάνουμε ευκολότερα βάρος και δεν το ξαναπαίρνουμε. Πολλοί διατροφολόγοι συστήνουν να καταναλώνουμε μέλι και κανέλα (βρασμένα) καθημερινά πρωί και βράδυ με άδειο στομάχι. Αυτό το μείγμα, υποστηρίζουν, απομακρύνει το λίπος από το σώμα και βοηθά στη μείωση του βάρους. Φυσικά το μέλι αντενδείκνυται στις περιπτώσεις που πάσχουν από διαβήτη.

Το μέλι ως μυστικό ομορφιάς

Η πανέμορφη βασίλισσα της Αιγύπτου, Κλεοπάτρα, είχε ανακαλύψει 2.000 χρόνια πριν τα εξαιρετικά οφέλη του μελιού για την επιδερμίδα. Γι' αυτό και συνήθιζε να κάνει το μπάνιο της σε ένα μείγμα από μέλι και γάλα. Οι ενυδατικές και αντιοξειδωτικές του ιδιότητες καθιστούν το μέλι ένα φυσικό αντιγηραντικό καλλυντικό, που βοηθά την επιδερμίδα να διατηρείται λεία και ελαστική. Χάρη στην ικανότητα του να έλκει, να απορροφά και να διατηρεί την υγρασία στο δέρμα βοηθά στη θρέψη του δέρματος και

την ανανέωση των ιστών. Γι' αυτό ακόμα και σήμερα δεν είναι λίγα τα καλλυντικά τόσο για το πρόσωπο όσο και για το σώμα ή τα μαλλιά, που χρησιμοποιούν το μέλι ως κύριο συστατικό τους.

1.4 Η ΜΕΛΙΣΣΑ ΚΑΙ Η ΖΩΗ ΣΤΗΝ ΚΥΨΕΛΗ

Όπως αναφέρει ο γεωπόνος – εντομολόγος Σκαρέας (2017) οι μέλισσες ζουν μέσα στην κυψέλη όπου και γίνεται η παραγωγή του μελιού μιας και εκεί μεταφέρεται το νέκταρ που μαζεύουν. Μέσα στην κυψέλη υπάρχει διαχωρισμός των μελισσών ανάλογα με τα καθήκοντά τους. Υπάρχουν τρεις ομάδες μέλισσας.

Η βασίλισσα που είναι αυτή που γεννάει τα αυγά και βγαίνουν νέες μέλισσες. Τρέφεται μόνο με βασιλικό πολτό και μπορεί να ζήσει από 3 έως 4 χρόνια. Η βασίλισσα σε όλη της τη ζωή βγαίνει μια φορά μόνο έξω από την κυψέλη ώστε να μπορέσει να γονιμοποιηθεί από τους κηφήνες και μετά επιστρέφει και αρχίζει να γεννάει τα αυγά της τα οποία μπορεί να είναι είτε εργάτριες είτε κηφήνες είτε και νέα βασίλισσα όταν πλέον η υπάρχουσα δεν αποδίδει όπως πρέπει.

Οι κηφήνες οι οποίοι είναι υπεύθυνοι μόνο για την αναπαραγωγή της βασίλισσας και μετά όταν κρίνουν οι εργάτριες ότι πλέον δε χρειάζονται άλλο είτε τους διώχνουν από την κυψέλη είτε τους σκοτώνουν. Ο μέσος όρος ζωής τους είναι 20 με 30 μέρες.

Οι εργάτριες οι οποίες είναι ουσιαστικά αυτές οι οποίες δουλεύουν και κρατάνε ζωντανή την κυψέλη μιας και είναι αυτές που μαζεύουν το μέλι φροντίζουν τη βασίλισσα και είναι υπεύθυνες για την ομαλή λειτουργία της κυψέλης. Ο μέσος όρος ζωής τους είναι 15 με 40 μέρες το καλοκαίρι, 30 με 60 μέρες την άνοιξη και το φθινόπωρο ενώ το χειμώνα φτάνει τις 140 μέρες. Μια μέλισσα εργάτρια μπορεί να μαζέψει μέλι έως 10 φορές τη μέρα ενώ καθώς μαζεύει το νέκταρ μαζεύουν με τα ποδαράκια τους και την γύρη σχηματίζοντας μικρά μπαλάκια.

Μέσα στην κυψέλη υπάρχει αυστηρή τήρηση της ιεραρχίας και σεβασμός προς της βασίλισσα. Ωστόσο από τις εργάτριες κρίνεται το πότε μια βασίλισσα μπορεί να αντεπεξέλθει στα καθήκοντά της ή το πότε πλέον έχει γεράσει και πρέπει να αντικατασταθεί από μια νέα και δυνατή βασίλισσα.

Οι μέλισσες υπερασπίζονται ακόμα και με τη ζωή τους την κυψέλη ή τον εαυτό τους χρησιμοποιώντας το κεντρί τους μιας και μετά την απώλεια του επέρχεται μετά από λίγο ο θάνατος τους.

1.4.1 Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Οι μέλισσες αφού μαζέψουν το νέκταρ από τα λουλούδια με τη βοήθεια μιας προβοσκίδας που έχουν μεταφέρουν αυτή τη σταγόνα στην κυψέλη. Εκεί τις προσθέτουν και άλλες ουσίες για την σωστή διατήρηση της στην κηρήθρα. Όταν γεμίσει κάποιο κελί τότε τα κλείνουν με κερί ώστε να διατηρηθεί για να έχουν τροφή ον χειμώνα.

1.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όπως αναφέρει η Βαφία (2017) η Ελλάδα είναι γνωστή για την μελισσοκομική της παράδοση εδώ και αιώνες καθώς θεωρείται πρόδρομος της συστηματικής Μελισσοκομίας. Ο τρόπος άσκησης της Μελισσοκομίας πλέον διαφέρει κατά πολύ με αυτόν που είχαν οι πρόγονοι μας, παρόλο αυτά συνεχίζει να είναι δυναμική η ενασχόληση όλο και περισσότερων με τον τομέα αυτό και για πολλούς να αποτελεί πλέον τρόπο ζωής.

Μια από τις βασικότερες αρχές για να ασχοληθεί κάποιος με την Μελισσοκομία που πρέπει να τηρεί είναι η αγάπη και ο σεβασμός που πρέπει να δείχνει προς τη φύση και την μέλισσα. Παλιότερα στις περισσότερες αγροτικές οικογένειες υπήρχαν μελίσσια για τη παραγωγή του μελιού τους.

Το μέλι προϋπήρχε πολύ πριν την ζάχαρη και ήταν η πρώτη γλυκαντική ουσία που χρησιμοποιούσαν τόσο στα γλυκά όσο και στα ροφήματα. Επίσης ένα ακόμα προϊόν που χρησιμοποιούσαν ήταν το κερί που παραγόταν από το λιώσιμο των κηρήθρων για να φωτίζουν τις νύχτες τα σπίτια τους. Τόσο το μέλι όσο και το κερί το χρησιμοποιούσαν και για θεραπευτικούς λόγους αφού ήταν από παλιά γνωστές οι θεραπευτικές τους ιδιότητες.

Οι μέλισσες υπάρχουν στον πλανήτη μας εδώ και 80 εκατομμύρια χρόνια και ήταν κάποια εξέλιξη από έντομα που είχαν κάποιες ομοιότητες με τις σφήκες.

Τις μέλισσες τις συνάντησε για πρώτη φορά ο άνθρωπος στο φυσικό τους χώρο, δηλαδή στα δάση, στα βουνά είτε μέσα σε κάποιο κούφιο κορμό είτε σε κάποια σχισμή βράχου. Από εκεί τις μετέγγισε στον δικό του χώρο και έτσι έγινε το ξεκίνημα της μελισσοκομίας. Υπάρχουν και είναι γνωστά περίπου 20.000 είδη μέλισσας από τα οποία τα 2.000 ζουν στην Ευρώπη. Η πιο κοινή μέλισσα που υπάρχει στην Ευρώπη είναι το είδος ARISMELIFICA ή MELIFERA. Το είδος αυτό με την πάροδο των χρόνων και με την επίδραση διαφορετικών οικολογικών συνθηκών αλλά και φυσικές

διασταυρώσεις έχει δημιουργήσει πολυάριθμες φυλές κάθε μια από τις οποίες έχει τα δικά της χαρακτηριστικά και ιδιότητες. Η ελληνική μέλισσα ανήκει στην Κεκροπία φυλή (APISMELIFICACECROPIA).

Στην Ελλάδα υπάρχει ήπιο κλίμα το οποίο ποικίλη σε μεγάλη έκταση με χλωρίδα καθώς και συνεχόμενες πλούσιες εκκρίσεις νέκταρ οι οποίες εξασφαλίζουν ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη της μελισσοκομίας στη χώρα μας.

Με την μελισσοκομία στην Ελλάδα ασχολούνται πολλές και διαφορετικές κατηγορίες πολιτών.

- Όπως είναι οι αγρότες παράλληλα με τις υπόλοιπες εργασίες τους για συμπλήρωμα του εισοδήματός τους.
- Εργαζόμενοι άλλων κλάδων ή συνταξιούχοι που την έχουν ως μια δευτερεύουσα πηγή εισοδήματος και είναι περισσότερο ερασιτέχνες.
- Και τέλος έχουμε τους επαγγελματίες μελισσοκόμους ή και μη επαγγελματίες οι οποίοι το έχουν σαν κύριο επάγγελμα και βιοπορίζονται μέσα από αυτό.

Οι μελισσοκόμοι ανάλογα την εποχή μετακινούν τους πληθυσμούς τους από περιοχή σε περιοχή. Οι μέλισσες ζούνε μέσα στις κυψέλες οι οποίες χωρίζονται σε Ευρωπαϊκού και εγχώριου τύπου που ποικίλει ανάλογα την περιοχή. Έτσι γίνεται η μεταφορά τους είτε σε περιοχή πλούσια σε λουλούδια ώστε να πάρουν το νέκταρ τους είτε σε δασώδη περιοχή για να πάρουν το μελίτωμα και να δημιουργήσουν το μέλι. Η απόδοση του κάθε μελισσοσμήνου μπορεί να ανέρθει στα 10,4 κιλά η οποία θεωρείται πολύ μικρή. Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν αυτή την απόδοση είναι ότι δεν υπάρχει εντατική εκμετάλλευση αλλά και πλήρης αξιοποίηση της μελισσοκομικής χλωρίδας καθώς και μη σωστή διατροφή και πρόληψη ασθενειών.

1.5.1 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παρακάτω γίνεται μία ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων της ελληνικής μελισσοκομίας καθώς και των απειλών και ευκαιριών που την διέπουν όπου σε αυτό βοήθησε η έκθεση για το Ενδεικτικό Business Plan KEMEL (2014) «Top MeliBee».

➤ ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Υψηλά ποιοτικά χαρακτηριστικά με παγκόσμια αναγνώριση.
- Υψηλού επιπέδου τεχνογνωσία των μελισσοκόμων.
- Πλούσια χλωρίδα και βιοποικιλότητα.

- Αυξημένη τάση των καταναλωτών για υγιεινή διατροφή.

➤ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Εισαγωγή και διακίνηση φθηνών και αμφιβόλου προέλευσης προϊόντων μελιού.
- Ελλείψεις υποδομών και Marketing.
- Ανεπαρκής πολιτική προώθησης του ελληνικού μελιού.
- Υψηλό κόστος παραγωγής.

➤ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- Αύξηση της κατανάλωσης του μελιού μέσα από την προβολή ως ενός προτύπου υγιεινής διατροφής
- Ενίσχυση και υποστήριξη των εξαγωγών μέσω δράσεων.
- Παραγωγή νέων και εξελιγμένων προϊόντων μελισσοκομίας.
- Υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των νέων μελισσοκόμων.
- Επενδύσεις και σχέδια βελτίωσης των μονάδων τυποποίησης μελιού.
- Χρήση Πιστοποιήσεων.
- Ενίσχυση της μελισσοκομικής χλωρίδας.
- Προώθηση της συνεταιριστικής οργάνωσης.

➤ ΑΠΕΙΛΕΣ

- Κλιματική αλλαγή και ακραία καιρικά φαινόμενα.
- Ελληνικό κράτος με οικονομική κρίση με αποτέλεσμα την μείωση του οικογενειακού εισοδήματος.
- Μη υπάρξει επιχορηγήσεων και ενισχύσεων από το κράτος.
- Μόλυνση περιβάλλοντος από ψεκασμούς.
- Στασιμότητα και μη δυνατότητα παρακολούθησης των διεθνών εξελίξεων μελισσοκομίας.

1.6 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Στην Ελλάδα υπάρχουν και δραστηριοποιούνται περίπου 25.000 μελισσοκόμοι από τους οποίους οι 5.000 είναι επαγγελματίες (έχουν δηλαδή περισσότερα από 150 μελίσσια) και η ετήσια παραγωγή μελιού κυμαίνεται από 16 ως 17 χιλιάδες τόνους με το μεγαλύτερο μέρος να είναι δασόμελο (πεύκο 55-60%, έλατο 5-10%) ενώ μόλις το 1/3 να είναι μέλι ανθέων (10% θυμάρι, 10% πορτοκάλι).

Το εισόδημα το οποίο προκύπτει από την εκμετάλλευση και πώληση του μελιού κυμαίνεται στα 35 ευρώ ανά κυψέλη και θεωρείται ικανοποιητικό μιας και συμμετέχει κατά 86% στο ακαθάριστο εισόδημα του μελισσοκόμου. Αυτό μας δείχνει την ανάγκη για παραπάνω γη αλλά και την παραγωγή και άλλων προϊόντων από την κυψέλη όπως είναι γύρη και βασιλικός πολτός.

Αν και τα τελευταία χρόνια οι Έλληνες μελισσοκόμοι αντιμετωπίζουν κάποια προβλήματα τόσο στην παραγωγή όσο και στην διάθεση του μελιού παρόλα αυτά παραμένει ένα προϊόν υψηλής ποιότητας μιας και υπάρχει ιδανικό κλίμα και τεράστια βιοποικιλότητα. Οι δυσκολίες κυρίως έχουν να κάνουν με την αύξηση των πρώτων υλών αλλά και τη ταυτόχρονη μείωση των τιμών πώλησης του ελληνικού μελιού καθώς και της ζήτησης του. Ένα ακόμα μεγάλο πρόβλημα είναι η αλλαγή του κλίματος, με αποτέλεσμα τη μείωση των περιοχών που μπορούν να δουλέψουν οι μέλισσες αλλά και την έλλειψη σεμιναρίων για την επιμόρφωση των μελισσοκόμων με ότι νέο υπάρχει στο χώρο τις μελισσοκομίας.

Το μέλλον της ελληνικής μελισσοκομίας και της παραγωγής ελληνικού μελιού είναι μια δυναμική ενασχόληση με πολλές προοπτικές αλλά για να μπορέσει να γίνει θα πρέπει να αξιοποιηθούν οι εναλλακτικές επιλογές που έχει ο Έλληνας μελισσοκόμος. Θα πρέπει να παράγει και άλλα προϊόντα που μπορεί να παράγει από την κυψέλη, όπως η γύρη και ο βασιλικός πολτός αλλά και πρόπολη και κερί. Επιπλέον θα πρέπει να παράγει και περισσότερα είδη μελιού μιας και υπάρχουν πολλά στη χώρα μας τόσο στην κατηγορία δασόμελου όσο και στην κατηγορία άνθους. Επίσης θα πρέπει να επενδύσει στην καλύτερη διαφήμιση και συσκευασία των προϊόντων του καθώς και ενημέρωση των καταναλωτών για τις ευεργετικές ιδιότητες αυτών. Τελευταίο και κύριο τόσο για νέους όσο και για παλιούς μελισσοκόμους είναι η έναρξη σεμιναρίων για τη διαρκή ενημέρωση των μελισσοκόμων για τα νέα δεδομένα.

Το ελληνικό μέλι έχει παρελθόν παρόν και ένα πολύ μεγάλο μέλλον αρκεί όποιος ασχολείται με αυτό να το κάνει με σεβασμό και αγάπη.

Όπως αναφέρει η Φρειδερίκη Γκουλιαδίτη, γεωπόνος και επόπτρια μελισσοκομίας του Κέντρου Μελισσοκομίας της ΠΑΣΕΓΕΣ, η έλλειψη σε υποδομές, η ανεπαρκής προώθηση του μελιού διεθνώς και το υψηλό κόστος παραγωγής είναι τα αδύνατα σημεία της ελληνικής μελισσοκομίας. Όπως τόνισε στην ομιλία της με θέμα «Άξονες στρατηγικής για την ανάπτυξη της μελισσοκομίας», για την προώθηση αυτή χρειάζεται συστηματική συνεργασία των Κέντρων Μελισσοκομίας με τα γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων των πρεσβειών προκειμένου να αναλυθούν οι

ευκαιρίες και οι κίνδυνοι των δικτύων διανομής των ξένων χωρών αλλά και έρευνα αγοράς για τη μελέτη της τοπικής αγοράς.

Έτσι ενδεχομένως να αυξηθούν οι εξαγωγές ελληνικού μελιού στις χώρες που διακινείται ήδη αλλά και να εισχωρήσει σε νέες χώρες. Στην προώθηση των μελισσοκομικών προϊόντων μπορεί να συμβάλλει η συμμετοχή σε εκθέσεις, φεστιβάλ, επιδείξεις, γευσιγνωσίες και άλλα παρόμοια γεγονότα. Όπως αναφέρει η Φ. Γκουλιαδίτη, τα ελληνικά μελισσοκομικά προϊόντα χαίρουν παγκόσμιας αναγνωσιμότητας, χάρη στην υψηλή ποιότητα τους, η οποία αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα της ελληνικής μελισσοκομίας. Ένα άλλο δυνατό σημείο της μελισσοκομίας στην Ελλάδα είναι η τεχνογνωσία υψηλού επιπέδου των μελισσοκόμων, η πλούσια μελισσοκομική χλωρίδα της χώρας, η οποία μπορεί να εμπλουτιστεί με την δημιουργία μελισσοκομικών πάρκων. Τέλος η αυξημένη τάση για υγιεινή διατροφή που παρατηρείται στους καταναλωτές, όπου η προβολή του προτύπου αυτού θα μπορούσε να οδηγήσει στην αύξηση της κατανάλωσης του μελιού.

1.7 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα κατατάσσεται 3η στην Ευρωπαϊκή Ένωση και 19η παγκοσμίως σε παραγωγή μελιού, με ετήσια παραγωγή μεγαλύτερη από 17 χιλιάδες τόνους ή το 8,5% της παραγωγής της ΕΕ, εισάγονται 2.600 τόνοι και εξάγονται 550 τόνοι και συνολική κατανάλωση 1,7Kg/κεφαλή.

Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 20 χιλιάδες μελισσοκόμοι, που κατέχουν 1,5 εκατ. κυψέλες, οπότε η μέση εκμετάλλευση έχει μέγεθος 77 κυψέλες.

Το μέσο μέγεθος της μελισσοκομικής εκμετάλλευσης ανέρχεται σε περίπου 270 κυψέλες. Οι ετήσιες ανάγκες σε εργασία ανέρχονται σε 7,3 ώρες ανά κυψέλη,

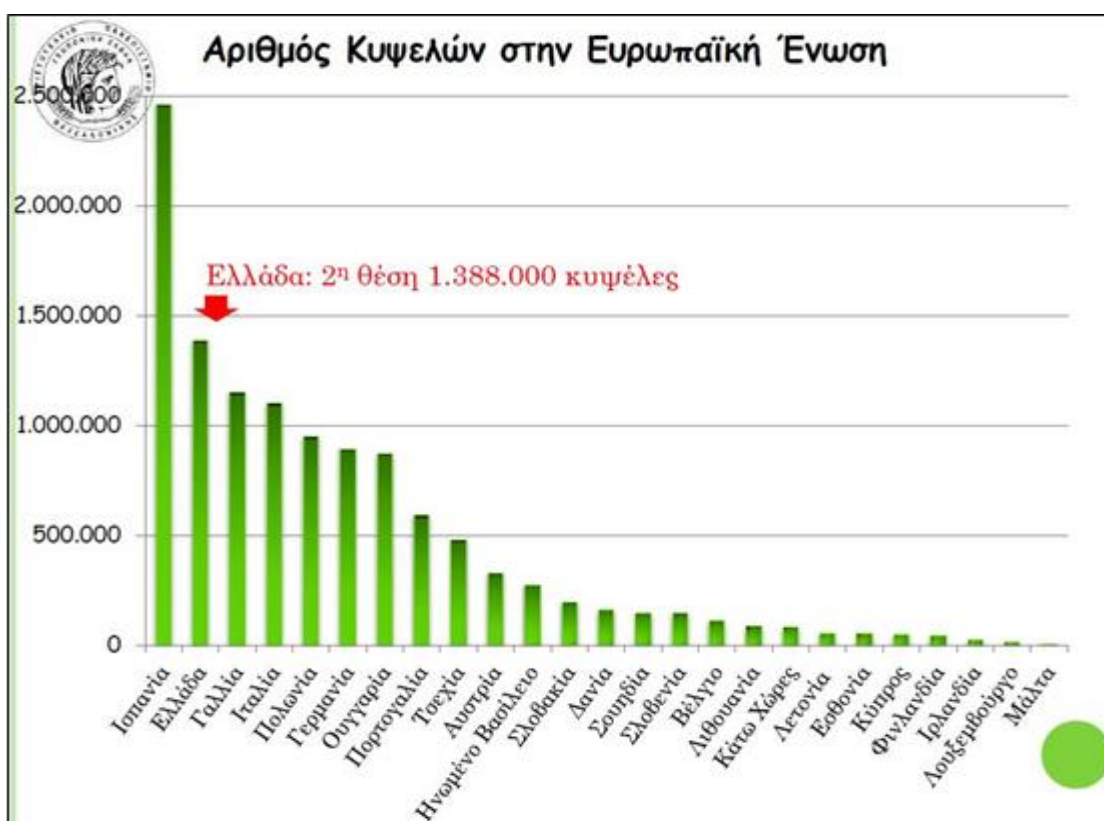
Το μέλι στην ελληνική αγορά διατίθεται σε αντίστοιχα ποσοστά ως:

- 1) Πευκόμελο 60-65%,
- 2) Ελάτης 5-10%,
- 3) Θυμαρίσιο 10% και
- 4) Ανθόμελο 20-25%

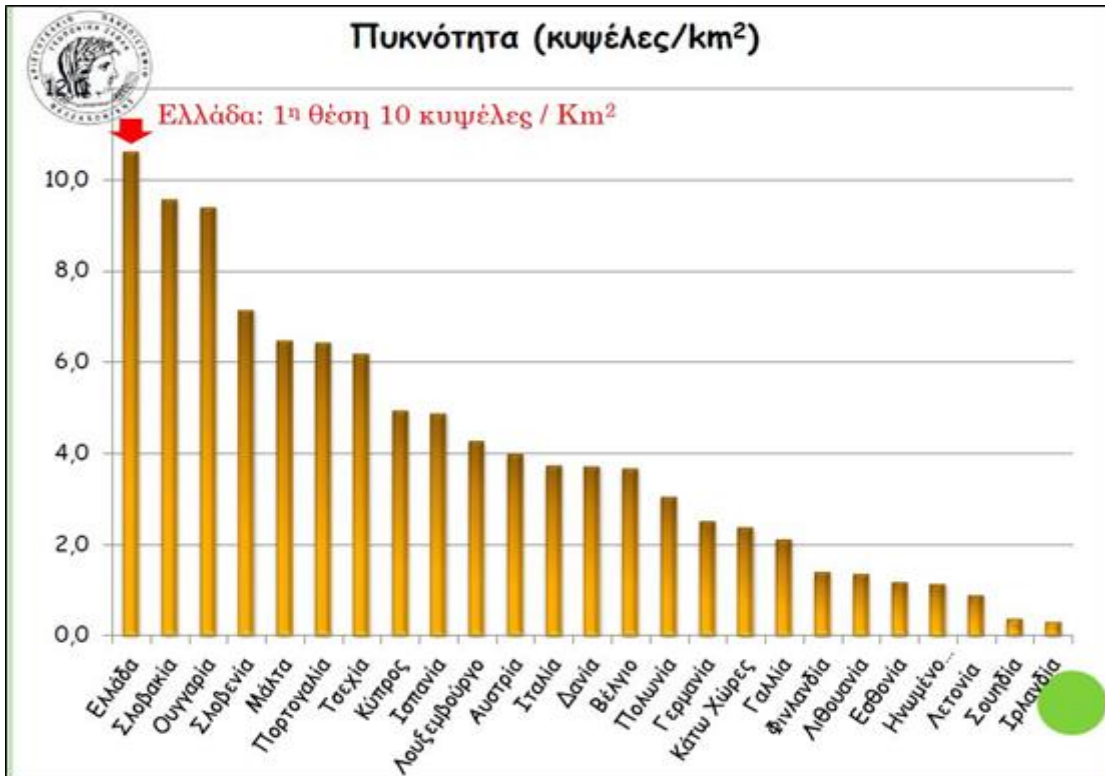
Η χονδρική τιμή μελιού για τον παραγωγό στην αγορά για το 2009 διαμορφώθηκε στα 3-4 €/Kg και η τελική τιμή καταναλωτή του συσκευασμένου μελιού στα 10-13 €/Kg. Το κόστος συσκευασίας μελιού κυμαίνεται στα 1-1,5 €/Kg.

Σε γενικές γραμμές, η μελισσοκομία παρουσιάζεται ως μία κερδοφόρος απασχόληση, με ανά κυψέλη κέρδος 35 € περίπου. Το κόστος για την παραγωγή μελιού διαμορφώνεται στα 4,4 €/Kg. Η ανά κυψέλη παραγωγή μελιού υπολογίζεται σε 16,4 Kg/κυψέλη. Η μέση τιμή πώλησης του μελιού ανέρχεται σε 6,4 €/Kg, για το έτος 2008, συνολικά δηλαδή η αξία του πλησιάζει τα 104 €/κυψέλη.

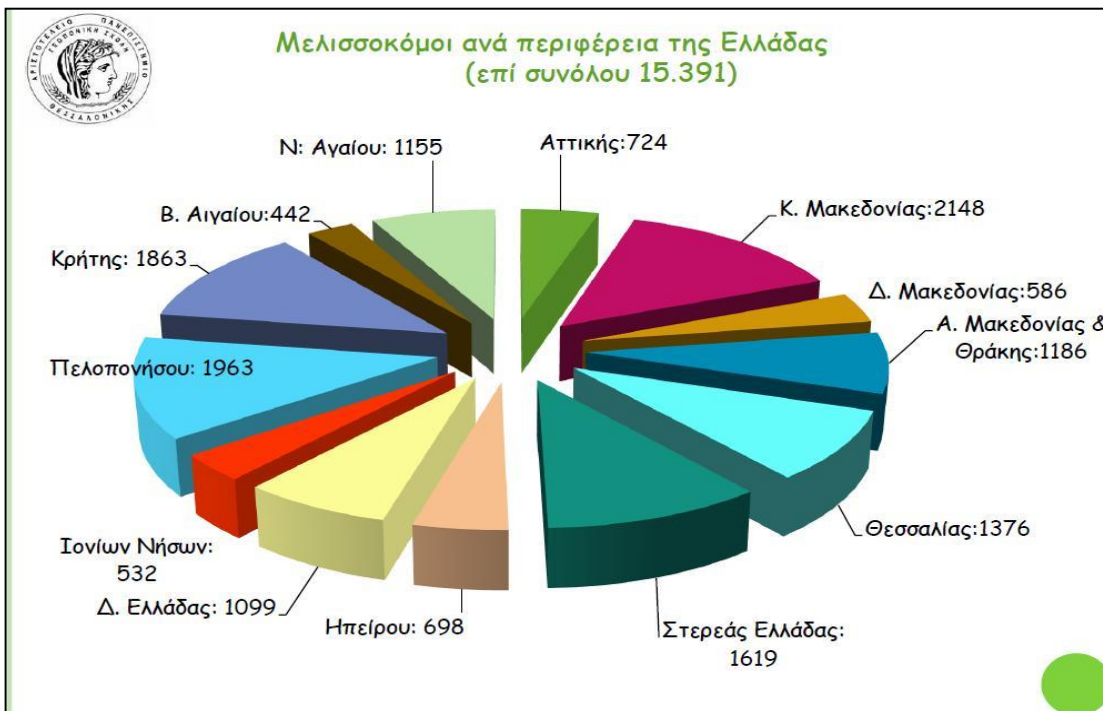
Όσον αφορά το κερύ, η παραγωγή του αγγίζει τα 0,4 Kg/κυψέλη, και η μέση τιμή του τα 6,4€/Kg. Τελικά, προκειμένου ένας μελισσοκόμος να μην έχει ζημία, θα πρέπει η εκμετάλλευσή του να έχει απόδοση τουλάχιστον 11,2 Kg/κυψέλη.



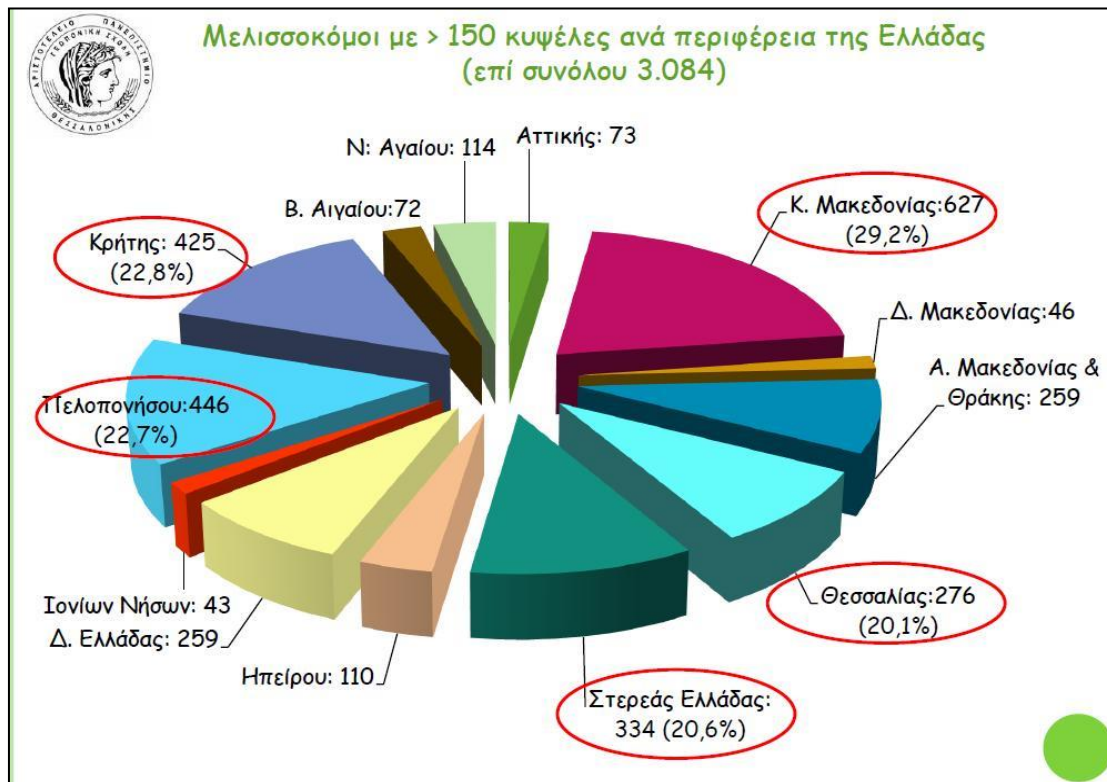
Πίνακας 2: Αριθμός κυψελών στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Πηγή: "Προοπτικές ανάπτυξης της Μελισσοκομίας", υπό Χ. Τανανάκη - Α. Θρασυβούλου - Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 2013)



Πίνακας 3: Πυκνότητα (κυψέλες/km²) (Πηγή: "Προοπτικές ανάπτυξης της Μελισσοκομίας", υπό Χ. Τανανάκη - Α. Θρασυβούλου - Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 2013)



Πίνακας 4: Μελισσοκόμοι ανά περιφέρεια της Ελλάδας (Πηγή: "Προοπτικές ανάπτυξης της Μελισσοκομίας", υπό Χ. Τανανάκη - Α. Θρασυβούλου - Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης 2013)



Πίνακας 5: Μελισσοκόμοι με > 150 κυψέλες ανά περιφέρεια της Ελλάδος (Πηγή: "Προοπτικές ανάπτυξης της Μελισσοκομίας", υπό Χ. Τανανάκη - Α. Θρασυβούλου - Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, 2013)

Προϊόν	Παραγωγή	Αξία (λιανική)
Βασιλικός πολτός	50 g/μελίσι	15-30 €/10g
Γύρη	2-4 Kg/μελίσι	15-30 €/Kg
Πρόπολη	30-50 g/μελίσι	50 €/Kg (χονδρική)
Κερί	200-300 g/μελίσι	8 €/Kg

Πίνακας 6: Παραγωγή και Αξία των προϊόντων μελισσοκομίας (Πηγή: Δρ. Ελευθέριος Αλυσσανδράκης (2016), Εργαστήριο Εντομολογίας και Γεωργικής Φαρμακολογίας, Τμήμα Τεχνολόγων Γεωπόνων, ΤΕΙ Κρήτης)

1.8 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Θεώρησα σκόπιμο εφόσον το κύριο αντικείμενο της μελέτης είναι το μέλι και ειδικότερα το ελληνικό μέλι, να δώσουμε στον αναγνώστη μία περιεκτική αναφορά γενικά για το ελληνικό μέλι και τις μέλισσες. Μέσα στο πρώτο κεφάλαιο δίνεται η δυνατότητα στον αναγνώστη να μάθει για το μέλι γενικά, τις κατηγορίες του και τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Παράλληλα γίνεται αναφορά στις ευεργετικές ιδιότητες του μελιού, οι οποίες είναι σε πολλούς άγνωστες και έτσι θα μπορεί να καταλάβει ο καθένας ότι θα πρέπει το μέλι να είναι κομμάτι της διατροφής μας. Στην συνέχεια γίνεται αναφορά για τον κλάδο της μελισσοκομίας στην Ελλάδα και για να γίνουν ακόμη πιο κατανοητά τα στοιχεία, παρατίθενται στο τέλος κάποια ενδιαφέροντα στατιστικά στοιχεία. Τέλος γίνεται μία ανάλυση σε θέματα που αφορούν το μέλλον του ελληνικού μελιού διότι είναι κρίμα να μην γίνει ακόμη πιο γνωστό και ανταγωνιστικό το ελληνικό μέλι στην παγκόσμια κοινότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η επιχείρηση είναι μια παραγωγική οικονομική μονάδα καθώς συνδυάζει και αξιοποιεί τους παραγωγικούς συντελεστές προκειμένου να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες με σκοπό την διάθεσή τους στον τελικό καταναλωτή. Οι συντελεστές παραγωγής σε μια επιχείρηση διακρίνονται σε έμψυχους και άψυχους. Έμψυχοι είναι το ανθρώπινο δυναμικό δηλαδή το σύνολο των εργαζομένων της. Άψυχοι είναι αυτοί που αναφέρονται στις εγκαταστάσεις ουσιαστικά της επιχείρησης καθώς και ο εκάστωτε εξοπλισμός της κάθε επιχείρησης αλλά και τα άυλα περιουσιακά στοιχεία της κάθε επιχείρησης όπως είναι η επωνυμία ή το εμπορικό της σήμα.

Ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων επικαιροποιείται προκειμένου να εκτιμηθεί καλύτερα η οικονομική πραγματικότητα των επιχειρήσεων αυτών. Ο ορισμός των επιχειρήσεων σε σχέση με τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων και τον κύκλο εργασιών ή το σύνολο ισολογισμού έχει σημασία για τον καθορισμό των επιχειρήσεων-δικαιούχων στα προγράμματα ή τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) που προορίζονται συγκεκριμένα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Ως μεγάλη επιχείρηση ορίζεται αυτή η οποία απασχολεί περισσότερα από 250 άτομα προσωπικό και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της υπερβαίνει τα 50 εκατ. Ευρώ ενώ ο ετήσιος ισολογισμός της υπερβαίνει τα 43 εκατ. Ευρώ.

Ως μεσαία επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατ. ευρώ.

Ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ.

Ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατ. ευρώ.

Στον τομέα της μελισσοκομίας σαν επιχείρηση στην Ελλάδα μπορούμε να την εντάξουμε είτε σαν πολύ μικρή επιχείρηση ειδικά όταν είναι στο ξεκίνημα της και συνήθως πρόκειται για οικογενειακές επιχειρήσεις ή βρίσκονται σε ερασιτεχνικό στάδιο, είτε σαν μικρή επιχείρηση αφού έχουμε συμπληρώσει έναν αριθμό κυψελών

μεγαλύτερο των 350 ώστε να υπάρχει ο απαιτούμενος αριθμός ανθρώπινου δυναμικού και ένας ισολογισμός κάτω των 10 εκατ. Ευρώ.

Στην Ελλάδα είναι πολύ δύσκολο να φτάσει μια επιχείρηση μελισσοκομίας στον κλάδο της μεσαίας επιχείρησης ή τις μεγάλες επιχειρήσεις λόγω του ότι δεν υπάρχει η απαιτούμενη παραγόμενη ποσότητα μελιού μιας και η χώρα μας έχει πολλούς παραγωγούς αλλά δεν έχει αντίστοιχες εταιρίες, νομοθεσία και βοήθεια από το κράτος για να το επιτύχει αυτό. Ενώ αντίστοιχα σε μεγάλες χώρες του εξωτερικού υπάρχουν και μεγάλες εταιρείες όπως είναι στις ΗΠΑ αλλά και μεσαίες όπως είναι σε πολλές άλλες χώρες παραγωγής μελιού. Όλα τα παραπάνω σύμφωνα με την ΑΣΠΑΙΤΕ (Ανώτατη Σχολή Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης) (2017) και τον ιστότοπο Foodgrade (2017).

2.1 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟΥ

Μια εγκατάσταση Μελισσοκομικής μονάδος έχει κάποια απαραίτητα χαρακτηριστικά όπως αναφέρει ο Χαριζάνης (2011) τα οποία είναι:

- Ο χώρος όπου γίνεται ο τρύγος αλλά και η συσκευασία του μελιού, ο οποίος πρέπει να έχει πλακάκια τόσο στο δάπεδο όσο και στους τοίχους αλλά και να έχει ένα καλό σύστημα αποστράγγισης.
- Να υπάρχουν μεγάλες εισοδοί έξοδοι για την διευκόλυνση των οχημάτων μεταφοράς καθώς και χώρος φορτοεκφόρτωσης.
- Σωστά καλυμμένα παράθυρα με πόρτες με σήτες για την αποφυγή εντόμων.
- Όσο το δυνατόν καλύτερη ασφάλιση για την περίπτωση κλοπής.
- Χρειάζεται επίσης να υπάρχει σύστημα ζεστού και κρύου νερού με λάστιχου για το πλύσιμο του δαπέδου στο χώρο εξαγωγής του μελιού.
- Ένα πλήρες σύστημα από πρίζες για την τροφοδότηση των μηχανημάτων με ηλεκτρικό ρεύμα.
- Διαχωρισμός του χώρου για τον τρύγο και γραφείων καθώς και την αποθήκευση και φύλαξη ατρύγητων κηρηθρών καθώς και διατήρησης των συσκευασμένων βάζων μελιού.
- Χώρος αποθήκευσης του προϊόντος αλλά και πώλησης του με καλά τοποθετημένα και γερά ράφια μιας και θα πρέπει να αντέχουν μεγάλο βάρος.
- Ένα γραφείο με παράθυρο για την εξυπηρέτηση είτε των πελατών είτε των απασχολούμενων στην επιχείρηση.
- Μπάνιο με τουαλέτα, νιπτήρα και ντουζιέρα.

- Χώρο κατάλληλο για το καθάρισμα των εξαρτημάτων από την πρόπολη και το κερί καθώς και μέλια που κόλλησαν.
- Έναν χώρο όπου θα γίνεται τόσο η συντήρηση του εξοπλισμού όσο και τα βάνιμο και διόρθωμα των κυψελών.
- Το σημαντικότερο η επιχείρηση να είναι εναρμονισμένη με τους κανόνες τόσο της πολεοδομίας όσο και της υγιεινής.

2.2 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΟΥ ΕΡΓΑΣΗΡΙΟΥ

Ένα Μελισσοκομικό εργαστήριο πρέπει να διαθέτει μια πληθώρα μηχανημάτων εξοπλισμού τα οποία αναλύονται παρακάτω:

- ❖ Φορητό μέγεθος ανάλογου με το πλήθος των κυψελών που διαθέτει η επιχείρηση.
- ❖ Ποτίστρες για τις κυψέλες.
- ❖ Γυρεοπαγίδες
- ❖ Ζυμωτήριο (τουλάχιστον 100 κιλών)
- ❖ Μύλος άλεσης ζάχαρης
- ❖ Δεξαμενή για την Παρασκευή σιροπιού
- ❖ Καροτσάκι μεταφοράς
- ❖ Συσκευή συρμάτωσης πλαισίων
- ❖ Μελιτοεξαγωγή
- ❖ Δεξαμενές αποθήκευσης του μελιού
- ❖ Πυροσφραγίδα
- ❖ Τροφοδότες
- ❖ Καπνιστήριο
- ❖ Διάφορα εργαλεία για την κυψέλη
- ❖ Στολές, γάντια και μάσκες κατάλληλα για μελισσοκομία

2.3 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

Σε ένα Μελισσοκομικό εργαστήριο μπορεί να υπάρξουν και κάποια προβλήματα από εξωγενείς παράγοντες. Τέτοια προβλήματα είναι:

Ποντίκια

Το μελισσοκομικό εργαστήριο όπως και κάθε εργαστήριο παρασκευής τροφίμων μπορεί να γίνει μέρος όπου ποντίκια θα ψάξουν να βρουν τροφή και να κάνουν και ζημιές στον εξοπλισμό. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιούνται διάφορες παγίδες και προφυλάξεις ώστε να προλαμβάνεται κάποιο τέτοιο συμβάν.

Μέλισσες (ληλασία)

Ένας κύριος λόγος που πρέπει να κλίνουμε τα παράθυρα καλά με σήτα είναι και ο κίνδυνος εισβολής μελισσών από έξω μιας και θα υπάρχουν κηρήθρες με μέλι το οποίο και θα προσπαθήσουν να πάρουν. Για το λόγο αυτό στο χώρο όπου γίνεται η επεξεργασία του μελιού πρέπει να είναι καλά μονωμένος από εξωτερικούς παράγοντες.

Έντομα

Μεγάλο επίσης πρόβλημα σε μια τέτοια επιχείρηση μπορεί να υπάρξει από διάφορα έντομα που θα εισέλθουν στο χώρο. Τέτοια είναι ο κηρόσκορος, τα μυρμήγκια, οι κατσαρίδες που κάνουν ζημιά στον εξοπλισμό αλλά μπορεί να δυσκολέψουν την παραγωγή μελιού.

Πυρκαγιά

Ένας κίνδυνος που ελλοχεύει λόγω των υλικών που υπάρχουν και κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες είναι ο κίνδυνος εκδήλωσης πυρκαγιάς. Για το λόγο αυτό πρέπει να λαμβάνονται προφυλάξεις με πυροσβεστήρες ή και σύστημα πυρόσβεσης.

2.4 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

Κάθε επιχείρηση μικρή ή μεγάλη έχει το ανθρώπινο δυναμικό της και τους υπεύθυνους για την επιλογή αυτού. Υπεύθυνη για το ανθρώπινο δυναμικό είναι η διοίκηση ανθρωπίνων πόρων ή απλά διοίκηση προσωπικού η οποία είναι από τις σημαντικότερες λειτουργίες μιας επιχείρησης.

Η διοίκηση ανθρωπίνων πόρων ή διοίκηση προσωπικού έχει σαν εργασία την εύρεση του κατάλληλου προσωπικού για την επιχείρηση αλλά και την περαιτέρω εκπαίδευση και αξιοποίηση του με στόχο την αύξηση της απόδοσής τους ώστε να μπορέσει να αναπτυχθεί η εταιρεία μιας και το ανθρώπινο δυναμικό είναι η βάση για την επιτυχία αυτή.

Η δομή του τμήματος χωρίζεται σε κατηγορίες ανάλογα με την λειτουργία που είναι υπεύθυνος ο καθένας. Έτσι έχουμε:

- ❖ Ο διευθυντής ο οποίος είναι υπεύθυνος για τον έλεγχο και την ομαλή λειτουργία των υπολοίπων.
- ❖ Τμήμα προσλήψεων που κρίνει και προσλαμβάνει τους ικανότερους
- ❖ Τμήμα εκπαίδευσης για την εκπαίδευση των εργαζομένων πάνω στο αντικείμενο εργασίας τους.
- ❖ Τμήμα αξιολόγησης όπου εδώ κάθε εργαζόμενος αξιολογείται κατά πόσο κάνει σωστά τη δουλειά του.
- ❖ Τμήμα πληρωμών που είναι ουσιαστικά υπεύθυνο για τις πληρωμές των εργαζομένων.
- ❖ Τμήμα εργασιακών σχέσεων που καθορίζει τις σχέσεις εργαζομένων - επιχείρησης.

Το ίδιο ισχύει και για μια επιχείρηση μελισσοκομίας είτε είναι μικρή είτε είναι μεγάλη πρέπει να έχει το σωστό ανθρώπινο δυναμικό το οποίο θα μπορεί να ανταπεξέλθει στις ιδιαίτερες κάποιες φορές συνθήκες της εργασίας. Θα πρέπει να είναι γνώστες του επαγγέλματος και να το αγαπάνε μιας και στη μελισσοκομία ουσιαστικά έχουν να κάνουν με ζωντανά όντα τα οποία χρειάζονται σεβασμό, προσοχή αλλά και φροντίδα. Κάθε τέτοια επιχείρηση θα πρέπει να εκπαιδεύει ανά τακτά χρονικά διαστήματα τους υπαλλήλους της, για νέες προκλήσεις και εξελίξεις που θα προκύπτουν γύρω από τον κλάδο τις μελισσοκομίας αλλά και τους νέους τρόπους επεξεργασίας για την παραγωγή μελιού. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί είτε μέσω σεμιναρίων είτε μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων που λαμβάνουν μέρος οι εργαζόμενοι. Όλα τα παραπάνω ισχύουν σύμφωνα με το Wikimart (2012).

2.5 ΤΜΗΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Κάθε μικρή ή μεγάλη επιχείρηση μελισσοκομίας έχει σχεδόν τον ίδιο τρόπο περίπου για την παραγωγή του μελιού αλλά και συσκευασίας του. Οπότε πλέον για να μπορέσει να γίνει πιο ανταγωνιστική μια επιχείρηση έναντι των υπολοίπων πρέπει να επενδύσει στον τομέα του Μάρκετινγκ με την αξιοποίηση των δημοσίων σχέσεων και της προώθησης των προϊόντων της μέσω της χρήσης σύγχρονων εργαλείων που προσφέρονται από άλλους κλάδους επιχειρήσεων όπως είναι το ίντερνετ. Μέσω αυτών θα μπορέσει να έρθει πιο κοντά στους μελλοντικούς της πελάτες παρουσιάζοντας

αναλυτικά τα οφέλη και το κέρδος που μπορεί να επιτευχθεί από την αγορά και χρήση των προϊόντων τους.

Έτσι γίνεται αντιληπτό ότι πέρα από τα υπόλοιπα βασικά τμήματα της επιχείρησης, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το τμήμα Μάρκετινγκ το οποίο είναι ουσιαστικά υπεύθυνο για την όσο το δυνατόν καλύτερη προώθηση του προϊόντος με διάφορους τρόπους μιας και πλέον έχει στα χέρια του μια πληθώρα εργαλείων και σύγχρονων μέσων. Μέσω αυτών δημιουργείται ένα πλάνο για το πώς θα προωθηθούν τα προϊόντα αλλά και τον τρόπο πώλησης τους εκτός μέσω των συνεργατών.

Κύριος στόχος του τμήματος Μάρκετινγκ είναι:

- ❖ Η γνωριμία του πελάτη με το προϊόν και η πρόκληση ενδιαφέροντος είτε μέσα από παρουσιάσεις σε διάφορες εκδηλώσεις είτε μέσω της διαφήμισης είτε μέσω των social media.
- ❖ Το να μπορέσει να πείσει τον καταναλωτή ώστε να έχει μια θετική άποψη για την επιχείρηση και το προϊόν.
- ❖ Να κερδίσει την εμπιστοσύνη ανάμεσα σε επιχείρηση και καταναλωτή
- ❖ Να μπορέσει να πείσει τον πελάτη για την αγορά του προϊόντος και την επανάληψη αυτής.

2.6 ΤΟ ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Τα τελευταία χρόνια ραγδαία άνοδο στον κλάδο του Μάρκετινγκ για την προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων έχει παίξει η βοήθεια του ίντερνετ. Πλέον ένα μεγάλο μέρος της αγοράς κινείται μέσα από αυτό είτε για εύρεση πληροφοριών είτε για αγορές προϊόντων. Κάθε επιχείρηση πλέον εκμεταλλεύεται στο έπακρο τα εργαλεία που της δίνονται για να προωθήσει τα προϊόντα της. Ένα μέσω προβολής της κάθε επιχείρησης είτε μικρής είτε μεγάλης είναι η δημιουργία σελίδας στο ίντερνετ καθώς και online e-shop για την διευκόλυνση στις αγορές των προϊόντων. Λόγω του μικρού κόστους και της ευκολίας στο στήσιμο τους πλέον πολλές μικρές επιχειρήσεις μελισσοκομίας έχουν φτιάξει τη δική τους σελίδα και διαφημίζονται μέσω αυτής. Ένας ακόμα τρόπος και εργαλείο που προσφέρει το ίντερνετ είναι τα social media που μπήκαν τα τελευταία χρόνια στη ζωή μας και είναι ο πιο εύκολος και ανέξοδος τρόπος διαφήμισης. Μέσω του ίντερνετ κάθε μελισσοκόμος μπορεί πλέον όπου και αν βρίσκεται να έχει άμεση επαφή με το καταναλωτικό κοινό να μαθαίνει νέα και να συνομιλεί με πελάτες για προβλήματα ή κάποιες προτάσεις για το προϊόν αλλά και να προωθεί το προϊόν του άμεσα και χωρίς μεσάζοντες. Μέσα από αυτό πλέον μπορούν να προωθούνται και

διάφορες συνταγές με μέλι και άλλοι τρόποι που μπορούν να φανούν χρήσιμοι στους καταναλωτές. Επίσης μπορούν να ενημερώνονται για τις ιατρικές και θεραπευτικές του ιδιότητες τις οποίες δε γνωρίζει μεγάλο μέρος του κόσμου. Τα παραπάνω είναι σύμφωνα με το Ενδεικτικό Business Plan KEMEA (2014) «Top MeliBee».

2.7 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Στο 2^ο Κεφάλαιο γίνεται μία ανάλυση σχετικά με την δομή μίας επιχείρησης και κυρίως της δομής μιας μελισσοκομικής επιχείρησης, η οποία σκοπεύει να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί σε μία πολύ ανταγωνιστική επιχείρηση. Γίνεται παρουσίαση στις εγκαταστάσεις που θα πρέπει να διαθέτει, προφυλάξεις που θα πρέπει να πάρει και τα διάφορα τμήματα της. Με βάση την προσωπική μου εμπειρία όντας μέλος μίας μελισσοκομικής οικογένειας αυτό που έχω διαπιστώσει είναι ότι το σημαντικότερο κομμάτι της επιχείρησης είναι ο ανθρώπινος παράγοντας. Όπως μου αναφέρουν συνέχεια οι γονείς μου αν δεν τα αγαπάς τα μελίσσια καλύτερα να ασχοληθείς με κάτι άλλο, διότι πρόκειται για ζωντανούς οργανισμούς οι οποίοι όπως όλοι οι ζωντανοί οργανισμοί έχουν τις ανάγκες τους είτε αυτές λέγονται τροφή είτε ασθένειες. Τέλος ο δεύτερος σημαντικότερος παράγοντας είναι η προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων, που και εδώ πάλι ο ανθρώπινος παράγοντας είναι αυτός που θα πρέπει να αξιοποιήσει τις ικανότητες του για να επιτευχθούν οι στόχοι της επιχείρησης. Σε αυτό, μεγάλος σύμμαχος είναι το διαδίκτυο που μπορεί να σε φέρει σε επαφή με οποιονδήποτε στην Ελλάδα και το εξωτερικό και μπορείς να κάνεις γνωστά τα προϊόντα σου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΣ ΡΩΣΙΑΣ

Η Ρωσία ή επίσημα γνωστή ως Ρωσική Ομοσπονδία είναι μια χώρα που βρίσκεται στη βόρεια Ευρασία όπως αναφέρεται στην Wikipedia (2017) για την Ρωσία και τον Ρωσικό πολιτισμό. Το Πολίτευμα της είναι η Ομοσπονδιακή Προεδρική Δημοκρατία και αποτελείται από 85 ομοσπονδιακά κρατίδια. Από τα βορειοδυτικά ως τα νοτιοανατολικά, η Ρωσία, συνορεύει με τη Νορβηγία, τη Φινλανδία, την Εσθονία, τη Λετονία, τη Λιθουανία, την Πολωνία, την Ουκρανία, τη Γεωργία, την Αμπχαζία, τη Νότια Οσσετία, το Αζερμπαϊτζάν, το Καζακστάν, την Κίνα, τη Μογγολία και τη Βόρεια Κορέα. Στη θάλασσα είναι πλησίον της Ιαπωνίας και της Αμερικάνικης Πολιτείας της Αλάσκα. Έχει έκταση 17.098.246 τ.χλμ. και αποτελεί το μεγαλύτερο κράτος του πλανήτη, καλύπτοντας πάνω από το ένα όγδοο της παγκόσμιας κατοικήσιμης γης. Η Ρωσία, είναι επίσης, η ένατη σε πληθυσμό χώρα παγκοσμίως, με 146.804.372 κατοίκους, σύμφωνα με εκτιμήσεις για το 2017. Πρωτεύουσα της χώρας είναι η Μόσχα. Η επίσημη γλώσσα είναι τα ρωσικά και νόμισμα το ρούβλι.

Ο ρωσικός πολιτισμός είχε ως απαρχή τους Ανατολικούς Σλάβους, με τις ειδωλολατρικές τους πεποιθήσεις και τον συγκεκριμένο τρόπο ζωής τους στις δασικές περιοχές της Ανατολικής Ευρώπης. Αυτός ο πρόωρος πολιτισμός επηρεάστηκε από τις γειτονικές Φινο-Ουγγρικές φυλές και από τους νομάδες, όπως τους Κιπτσάκους και τους Ιράνιους λαούς της Ποντιακής Στέπας. Στα τέλη της 1ης χιλιετίας μ.Χ. οι Σκανδιναβοί Βίκινγκς ή Βάραγγες, συνέβαλαν και αυτοί με τη σειρά τους στο σχηματισμό της ρωσικής ταυτότητας και της πολιτικής οντότητας της Κιέβινης Ρωσίας. Η Κιέβινη Ρωσία αποδέχτηκε την Ορθοδοξία από τους Βυζαντινούς, το 988, και αυτό το γεγονός όρισε σε μεγάλο βαθμό τη ρωσική κουλτούρα της επόμενης χιλιετίας ως μείγμα μεταξύ του σλαβικού και του βυζαντινού πολιτισμού. Μετά την πτώση της Κωνσταντινούπολης, το 1453, η Ρωσία έγινε το μεγαλύτερο Ορθόδοξο έθνος στον κόσμο και διεκδίκησε την απόκτηση της βυζαντινής κληρονομιάς, με τη μορφή της ιδέας της Τρίτης Ρώμης. Σε διάφορα σημεία της ιστορίας της, η χώρα επηρεάστηκε έντονα από τον πολιτισμό της Δυτικής Ευρώπης. Από την εποχή των μεταρρυθμίσεων του Μεγάλου Πέτρου και για δύο μετέπειτα αιώνες, ο ρωσικός πολιτισμός αναπτύχθηκε σε μεγάλο βαθμό εντός του γενικού πλαισίου του ευρωπαϊκού πολιτισμού, αντί να επιδιώξει άλλες τοπικές μορφές. Η κατάσταση άλλαξε τον 20ο αιώνα, όταν η κομμουνιστική ιδεολογία έγινε σημαντικός παράγοντας του πολιτισμού της Σοβιετικής

Ένωσης, της οποίας μέρος και μεγαλύτερη συνιστώσα ήταν η Ρωσική Σοβιετική Ομοσπονδιακή Σοσιαλιστική Δημοκρατία.

Τέλος, και η ρωσική κουζίνα έχει μια πλούσια ιστορία βασισμένη σε σούπες και πιάτα τα οποία δημιουργούνται από ποτά και δημητριακά. Γενικώς, η διατροφή των Ρώσων περιλαμβάνει κυρίως λαχανικά και φρούτα, όχι τόσο πολύ κρέας. Πολύ γνωστά πιάτα είναι η κρύα σούπα οκρόσκα και η σούπα λαχανικών μπορς καθώς και το παραδοσιακό αλκοολούχο ρόφημα από ψωμί, το κβας.

3.1 ΡΩΣΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Ρωσική αγορά μαζί με τις αγορές της Κίνας, της Βραζιλίας και της Ινδίας αποτελεί μια από τις σημαντικότερες αλλά και ενδιαφέρουσες αγορές των αναδυομένων χωρών. Σε μια πρόσφατη μελέτη της Παγκόσμιας Τράπεζας τα στοιχεία που προέκυψαν δείχνουν ότι η Ρωσική αγορά είναι περισσότερο ελκυστική από αυτή της Κίνας.

Η Ρωσία έχει κάποια χαρακτηριστικά που την ευνοούν έναντι πολλών άλλων χωρών. Αυτά είναι πρώτων η γεωγραφική της θέση αλλά και το μέγεθος της, οι πρώτες ύλες που διαθέτει σαν χώρα αλλά και τον υψηλό βαθμό εκπαίδευσης παράλληλα με το χαμηλό εργατικό κόστος την καθιστάν μια ενδιαφέρουσα αγορά τόσο για της ελληνικές επιχειρήσεις όσο και για τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης.

Η βασική πηγή εσόδων της Ρωσίας από εξαγωγές είναι τα πετρελαιοειδή αλλά και το αέριο τα οποία είναι ο κορμός στον οποίο στηρίζεται η ανάπτυξη της Ρωσικής οικονομίας. Παράλληλα προσφέρει σε πολλές ξένες και μεγάλες εταιρίες ευκαιρίες επενδύσεων στη χώρα αρκεί να υπάρχει μεγάλο απόθεμα για την σωστή προμήθεια των προϊόντων της κάθε εταιρείας μιας και η Ρωσία είναι μια χώρα με μεγάλο πληθυσμό.

Γενικά οι κλάδοι στους οποίους μπορούν να επενδύσουν επιχειρήσεις και να έχουν κερδοφόρα αποτελέσματα είναι:

- Στην γεωργία και την παραγωγή και επεξεργασία τροφίμων και ποτών.
- Στον κλάδο των κατασκευών μιας και υπάρχει ραγδαία ιδιαίτερα στις μεγάλες πόλεις ζήτηση γραφείων από εταιρείες αλλά και σπιτιών.
- Ο κλάδος του τουρισμού επίσης είναι ένα πολύ δυνατό χαρτί στο οποίο μπορεί να επενδύσει κάποιος μιας και γνωρίζει τα τελευταία χρόνια μεγάλη άνθηση.
- Η ενέργεια δηλαδή τα πετρελαιοειδή και το φυσικό αέριο που συνεχώς επεκτείνεται στις υπόλοιπες χώρες και δημιουργείται ένα παγκόσμιο δίκτυο.
- Τα δίκτυα διανομής λόγω της ανάπτυξης

- Άλλοι κλάδοι που υπάρχουν ευκαιρίες είναι στον ιατρικό τομέα αλλά και στον τραπεζικό.

Γενικά την τελευταία δεκαετία η Ρωσική οικονομία παρουσιάζει συνεχή βελτίωση αλλά και σταθερότητα κάτι που υποκινεί όλο και περισσότερους ξένους επιχειρηματίες και πολλούς Έλληνες να επενδύσουν στην χώρα σε διάφορους τομείς μιας και τους δίνονται και πολλά πλεονεκτήματα για να κάνουν αυτό το βήμα.

3.2 ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΡΩΣΩΝ

Η Ρωσία έχει μια μακρά ιστορία και παράδοση σε πολλές πτυχές της τέχνης, όπως η λογοτεχνία, η φιλοσοφία, η κλασική μουσική, το μπαλέτο, η ζωγραφική και με όλα αυτά τα στοιχεία να επηρεάζουν σημαντικά τον παγκόσμιο πολιτισμό. Διάσημα μπαλέτα της είναι τα ξακουστά «Μπολσόι» και «Κύρωφ» ενώ στην κλασική μουσική κάποιοι εκ των γνωστότερων καλλιτεχνών είναι οι Ρίμσκυ Κόρσακωφ, Γκλίνκα, Μουσόργκσκι, Τσαϊκόφσκι, Σοστακόβιτς, Ραχμάνινοβ. Επίσης, η ρωσική λογοτεχνία έχει αφήσει ως παγκόσμια κληρονομιά έργα μεγάλων συγγραφέων, όπως Ντοστογιέφσκι, Τολστόι, Τσέχωφ και Πούσκιν. Η χώρα έχει επίσης, ένα μεγάλο υλικό πολιτισμού και παράδοσης στην τεχνολογία. Οι Ρώσοι διαθέτουν μια ευρεία γκάμα από είδη τόσο παραδοσιακής όσο και σύγχρονης μουσικής αλλά και οργάνων τα οποία είναι η ιστορία των μουσικής τους όπως είναι η μπαλαλάικα. Μεγάλη αγάπη δείχνουν για την όπερα με διάσημα κτίρια όπερας αλλά και καλλιτέχνες αυτής, όπως ακόμα τους αρέσει πολύ το θέατρο και ο κινηματογράφος μιας και διαθέτουν και την παλαιότερη σχολή κινηματογράφου στον κόσμο και είναι και από τις πρώτες χώρες που δημιούργησε τα λεγόμενα animation που κυρίως είχαν αναφορά στα χρόνια της Σοβιετικής Ένωσης. Αλλά και στην αρχιτεκτονική τα κτίρια που δημιούργησαν τόσο από τα παλιά χρόνια όσο και τα νεότερα είναι αξιοζήλευτης τεχνικής και θαυμασμού μιας και αποτελούν μοναδικά στολίδια της Ρωσίας με ιδιαίτερη βάση κυρίως στους ναούς, τα παλάτια αλλά και τα κτίρια δημόσιων επιχειρήσεων.

Στην Ρωσία συναντά κανείς τέσσερις κυρίως θρησκευτικές ομάδες. Το 95% του πληθυσμού αποτελεί ο Χριστιανισμός και μετά ακολουθούν το Ισλάμ, ο Βουδισμός και ο Ιουδαϊσμός.

Στην κουλτούρα των Ρώσων τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα μετά από τις επενδύσεις τεράστιων κεφαλαίων από Ρώσους έχει ενταχθεί και ο αθλητισμός με μεγάλες επιτυχίες τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και παγκόσμιο επίπεδο. Τα ηνία κρατάει το

χόκεϋ και ακολουθούν ποδόσφαιρο και μπάσκετ. Πάλι για την ανάλυση των παραπάνω δύο ενοτήτων έγινε χρήση του ιστότοπου Wikipedia (2017).

3.3 ΕΛΛΗΝΟ – ΡΩΣΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Όπως αναγράφονται στη σελίδα του Υπουργείου Εξωτερικών στον τομέα Οικονομικών - Εμπορικών υποθέσεων (2017), η Ελλάδα και η Ρωσία έχουν πολύ καλές και ισχυρές σχέσεις τόσο σε διπλωματικό και φιλικό επίπεδο όσο και σε επιχειρηματικό. Οι δύο χώρες έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά αλλά και δεσμούς τόσο σε πολιτιστικό όσο και θρησκευτικό περιβάλλον. Και οι δύο χώρες μοιράζονται κοινές πολιτικές απόψεις για τα Βαλκάνια και τον κόσμο. Τόσο η Ελλάδα όσο και η Ρωσία είναι πλήρη μέλη πολλών οργανισμών, συμπεριλαμβανομένου του Συμβουλίου της Ευρώπης, του Οργανισμού για την Ασφάλεια και τη Συνεργασία στην Ευρώπη και τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας του Ευξείνου Πόντου

Μεταξύ των δύο χωρών έχουν υπογραφεί και άλλες σημαντικές συμφωνίες προς όφελος της οικονομικής ανάπτυξης αλλά και την διευκόλυνση των επιχειρηματικών επενδύσεων ανάμεσα στις δύο χώρες όπως είναι:

- Η Συμφωνία Αποφυγής Διπλής Φορολογίας τέθηκε σε ισχύ την 1.1.2008.
- Συμφωνία για Συνεργασία στο Γεωργικό Τομέα.
- Οι διαπραγματεύσεις για την ανανέωση της διμερούς Αεροπορικής Συμφωνίας.
- Η συμφωνία για τον αγωγό φυσικού αερίου South Stream υπεγράφη στην Μόσχα.
- Συμφωνία για Συνεργασία στον Τελωνειακό Τομέα.
- Συμφωνία Αεροπορικών Μεταφορών.
- Συμφωνία Τουριστικής Συνεργασίας.
- Συμφωνία Οικονομικής, Βιομηχανικής, Τεχνολογικής και Επιστημονικής Συνεργασίας.
- Δημιουργία του Ελληνορωσικού Εμπορικού Επιμελητηρίου.

3.4 ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΡΩΣΩΝ

Η ρωσική κουζίνα είναι μια συλλογή από τις διαφορετικές μαγειρικές παραδόσεις του ρωσικού λαού όπως αναφέρεται στην Wikipedia. Η κουζίνα είναι ποικίλη, με τις επιδράσεις της Βόρειας Ευρώπης, της Κεντρικής Ευρώπης, της Κεντρικής Ασίας, της Σιβηρίας, της Ανατολικής Ασίας και της Μέσης Ανατολής, καθώς η Ρωσία είναι η μεγαλύτερη χώρα στον κόσμο. Η ρωσική κουζίνα παράγει τον ποικίλο χαρακτήρα της

από την τεράστια και πολυπολιτισμική έκταση της Ρωσίας. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να χωρίσει τη ρωσική παραδοσιακή κουζίνα και τη σοβιετική κουζίνα, η οποία έχει τη δική της ιδιαιτερότητα. Τα θεμέλιά της τοποθετήθηκαν από τα αγροτικά τρόφιμα του αγροτικού πληθυσμού σε ένα συχνά σκληρό κλίμα, με συνδυασμό άφθονων ψαριών, χοιρινού κρέατος, πουλερικά, χαβιάρι, μανιτάρια, μούρα και μέλι. Οι καλλιέργειες σίκαλης, σιταριού, κριθαριού και κεχρί παρείχαν τα συστατικά για μια πληθώρα ψωμιών, τηγανίτες, πίτες, δημητριακά, μπύρα και βότκα. Οι σούπες επικεντρώνονται σε εποχιακά ή αποθηκευτικά προϊόντα, ψάρια και κρέατα. Τέτοια τρόφιμα παρέμειναν τα βασικά για τη συντριπτική πλειονότητα των Ρώσων και στον 20^ο αιώνα.

Οι μεγάλες επεκτάσεις του πολιτισμού, της επιρροής και του ενδιαφέροντος της Ρωσίας τον 16^ο – 18^ο αιώνα έφεραν πιο εκλεπτυσμένα τρόφιμα και μαγειρικές τεχνικές, καθώς και μία από τις πιο εκλεπτυσμένες χώρες τροφίμων στον κόσμο. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου εισήχθησαν από το εξωτερικό καπνιστά κρέατα και ψάρια, μαγείρεμα ζαχαροπλαστικής, σαλάτες και πράσινα λαχανικά, σοκολάτα, παγωτά, κρασιά και χυμοί. Τουλάχιστον για την αστική αριστοκρατία και την επαρχιακή κυβέρνηση, αυτό άνοιξε τις πόρτες για τη δημιουργική ενσωμάτωση αυτών των νέων τροφίμων με παραδοσιακά ρωσικά πιάτα.

Οι Ρώσοι έχουν ένα μεγάλο εύρος από σούπες στη διατροφή τους τόσο κρύες όσο και ζεστές κάποιες από τις οποίες έχουν γίνει διάσημες και σε άλλες χώρες που τις έχουν εντάξει στα μενού τους, όπως είναι το Shchi και το μπορς. Μεγάλη σημασία επίσης δίνουν τόσο στις σαλάτες αλλά και στα κύρια πιάτα τα οποία είναι είτε κρέας είτε ψάρι τα οποία είναι βασικός τρόπος διατροφής τους. Στη Ρωσική κουζίνα θα βρει κάποιος πολλά προϊόντα από πίτες παραδοσιακές με πιο γνωστό το πιροσκι που πλέον υπάρχει σχεδόν σε όλους τους φούρνους της Ελλάδας.

Στη Ρωσία ένα ακόμα μεγάλο μέρος της διατροφικής κουλτούρας τους είναι το ποτό με πολλά και διάφορα είδη, πολλά από τα οποία μπορεί κάποιος να τα βρει μόνο εκεί μιας και είναι αυτόχθονα. Το πιο γνωστό ποτό τους το οποίο είναι και παγκοσμίως γνωστό είναι η βότκα τη οποία παράγεται με διάφορες παραλλαγές. Επίσης μπορεί κάποιος να βρει και μεγάλη γκάμα από μη αλκοολούχα ποτά όπως το Kvass αλλά και πλήθος διαφόρων ειδών τσάι.

3.4.1 ΤΟ ΜΕΛΙ ΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΡΩΣΩΝ

Στη Ρωσία υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός μελισσοκόμων για την παραγωγή μεγάλων ετήσιων ποσοτήτων μελιού και παρόλα αυτά δεν φτάνει για να καλύψει τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού όπως αναφέρεται στο Foods, R. (2017) και russia-ic. (2011).

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει μεγάλες επενδύσεις στον τομέα της Μελισσοκομίας ενώ έχουν αυξηθεί πάρα πολύ οι εισαγωγές μελιού στη χώρα από άλλες γειτονικές χώρες με ένα σχετικά σημαντικό ποσοστό να κατέχει η Ελλάδα. Η τιμή του είναι υψηλότερη από ότι στην Ελλάδα και αυτό δείχνει ένα επιπλέον κίνητρο σε Έλληνες μελισσοκόμους να εξάγουν το προϊόν τους και να έχουν επιχειρηματικές σχέσεις με την Ρωσία. Το μέλι χρησιμοποιείται στη καθημερινή διατροφή των Ρώσων σε μεγάλο βαθμό από τα παλιά χρόνια μέχρι τις μέρες μας μιας και το χρησιμοποιούν σχεδόν καθημερινά με το τσάι τους που προτιμάτε από τον καφέ αλλά και το πρωινό γεύμα που έχει σχεδόν πάντα pancakes ή τη Medovik το οποίο είναι μια παραδοσιακή πίτα από μέλι και είναι από τα επίσημα γλυκά και συνοδευτικά των Ρώσων. Στη ρωσική κουζίνα προτιμάτε το μέλι σαν γλυκαντική ουσία παρά η ζάχαρη και έτσι συνεχίζεται η παραδοσιακή κουζίνα τους. Πολύ γνωστά τα τελευταία χρόνια και γνωρίζουν μεγάλη άνθιση είναι τα μαγαζιά μελιού όπου μπορείς είτε να αγοράσεις προϊόντα μελιού είτε να κάτσεις να τα γευθείς εκεί.

3.5 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Στους δύο παρακάτω Πίνακες 7 και 8 παρουσιάζονται οι εξαγωγές μελιού από την Ελλάδα προς όλες τις χώρες με τις οποίες είχε εμπορικές σχέσεις κατά την περίοδο 2012-2016 με βάση τα στοιχεία της Eurostat. Τα στατιστικά στοιχεία αναφέρονται στο φυσικό μέλι με δασμολογική κλάση 04090000 το οποίο είναι και αυτό που αφορά την μελέτη μας. Τα δεδομένα είναι σε μονάδες χρηματικής αξίας (ευρώ) και σε κιλά (100kg). Εκείνο που γίνεται άμεσα αντιληπτό από την μελέτη των παρακάτω στατιστικών στοιχείων είναι ότι ενώ τα έτη 2012 και 2013 υπήρχε εξαγωγική κίνηση προς της Ρωσία, τα επόμενα έτη 2014 έως και 2016 είναι μηδενικά τα νούμερα.

Δύο είναι οι κύριοι λόγοι αυτής της μείωσης και παύσης των εξαγωγών. Ο πρώτος είναι ο έντονος ανταγωνισμός από τα άλλα κράτη αλλά και από την ίδια την Ρωσία με την δική της εγχώρια παραγωγή η οποία δεν επαρκεί για να καλύψει τις ανάγκες των πολιτών της. Ο δεύτερος κύριος λόγος είναι το γνωστό εμπάργκο που ξεκίνησε το ρωσικό κράτος για την εισαγωγή προϊόντων στην χώρα από το 2014. Οι ανακοινώσεις παρουσιάζονται στο προσάρτημα της εργασίας. Μέσα στα προϊόντα που

ξεκίνησε η Ρωσία το εμπάργκο μπορεί να μην περιλαμβανόταν το ελληνικό φυσικό μέλι με την δασμολογική κλάση 04090000 αλλά η νομοθεσία και η όλη διαδικασία για την εξαγωγή του μελιού έγινε πολύ χρονοβόρα και γραφειοκρατική αφού απαιτούνταν πολλά έγγραφα και συγκεκριμένοι έλεγχοι. Σιγά σιγά έχει αρχίσει να γίνεται πιο ελαφριά η όλη διαδικασία η οποία θα αναλυθεί στο επόμενο Κεφάλαιο.

Εκείνο που δεν πρέπει σίγουρα να πτοήσει κάποιον είναι να μην αλλάξει γνώμη και να το προσπαθήσει, διότι πρόκειται για μεγάλη και πλούσια αγορά που είναι διατεθειμένη να πληρώσει για το ποιοτικό προϊόν. Αυτό το καταλάβαμε εγώ και η οικογένεια μου από προσωπικής μεριάς έχοντας έρθει σε επαφή με Ρώσους επιχειρηματίες που ελπίζουμε μελλοντικά να συνεργαστούμε. Το σημαντικό που θα πρέπει να γνωρίζει η εξαγωγική εταιρεία είναι η νοοτροπία των Ρώσων. Θέλουν ο συνεργάτης τους να είναι έμπιστος και συνεργάσιμος. Σε καμία περίπτωση δεν δέχονται δικαιολογίες και ψέματα. Αυτά είναι αιτίες διάλυσης συνεργασιών. Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να κερδίσει η υποψήφια εξαγωγική εταιρεία από την πρώτη στιγμή την εμπιστοσύνη τους και να είναι πάντα ειλικρινής μαζί τους, λέγοντας τους πάντα την αλήθεια για οποιοδήποτε πρόβλημα μπορεί να προκύψει, διότι όπως όλοι γνωρίζουμε όσο και να το θέλουμε τα απρόοπτα είναι πάντα μέσα στην ζωή μας.

	2012	2013	2014	2015	2016	Μερίδιο 16	ET 16/15	MET 16/12
WORLD	6.475.171	7.772.068	7.157.308	9.910.539	8.064.170	100%	-19%	6%
UNITED STATES	491.370	724.049	511.777	682.978	991.176	12%	45%	19%
CYPRUS	598.748	434.924	553.386	885.919	914.658	11%	3%	11%
GERMANY (incl DD from 1991)	2.833.370	2.994.764	2.190.135	2.168.555	901.336	11%	-58%	-25%
SPAIN	207.119	113.882	186.072	481.373	850.513	11%	77%	42%
FRANCE	433.241	686.316	836.738	1.005.787	639.874	8%	-36%	10%
CANADA	570.066	1.061.365	501.114	1.174.707	583.747	7%	-50%	1%
CZECH REPUBLIC (CS->1992)	7.209	2.170	675	2.708	460.598	6%	16909%	183%
UNITED KINGDOM	357.383	162.110	295.356	412.830	454.078	6%	10%	6%
KOREA, REPUBLIC OF (SOUTH KOREA)	206	4.800	0	216.748	256.966	3%	19%	na
POLAND	13.695	11.778	193.717	537.927	248.325	3%	-54%	106%
BELGIUM (and LUXBG -> 1998)	117.334	134.923	95.695	167.306	216.596	3%	29%	17%
SWITZERLAND (incl. LI->1994)	29.513	30.396	41.394	51.272	206.114	3%	302%	63%
IRELAND	0	0	0	68.976	135.792	2%	97%	na
LEBANON	79.762	85.223	89.649	87.308	120.718	1%	38%	11%
AUSTRIA	82.452	513.223	409.070	491.269	114.063	1%	-77%	8%
AUSTRALIA	40.840	82.749	72.158	145.105	109.491	1%	-25%	28%
CHINA (PEOPLE'S REPUBLIC OF)	24.172	169.634	209.957	211.640	88.087	1%	-58%	38%
ITALY	162.909	297.013	191.222	37.015	83.097	1%	124%	-15%
ISRAEL (GAZA and JERICHO->1994)	0	0	0	0	70.228	1%	na	na
NETHERLANDS	29.618	33.974	36.882	31.262	69.417	1%	122%	24%
SAUDI ARABIA	46.417	40.013	39.410	79.881	62.053	1%	-22%	8%
BAHRAIN	0	0	5.153	13.838	43.494	1%	214%	na
UNITED ARAB EMIRATES	13.156	2.625	6.229	63.971	42.800	1%	-33%	34%
EGYPT	0	0	16.086	38.703	42.085	1%	9%	na
DENMARK	140	384	4.853	9.994	40.792	1%	308%	313%
LIBYAN ARAB JAMAHIRIYA (LIBYA)	0	8.859	2.988	0	37.652	0%	na	na
FINLAND	7.132	1.693	5.218	39.642	33.900	0%	-14%	48%
SWEDEN	23.634	30.664	44.342	72.043	29.449	0%	-59%	6%
JAPAN	42.939	21.714	48.399	33.346	27.325	0%	-18%	-11%
ROMANIA	2.559	3.557	108.942	28.183	26.497	0%	-6%	79%
SINGAPORE	7.925	15.506	263.295	300.209	23.616	0%	-92%	31%
HONG KONG	9.074	8.027	8.467	28.865	22.590	0%	-22%	26%
CROATIA	0	0	0	0	22.250	0%	na	na
NORWAY (incl. SJ excl. 1995, 1996)	11.750	12.409	27.159	35.357	16.447	0%	-53%	9%
SERBIA (EU data from 01/06/05 ex CS)	6.467	8.668	5.690	34.163	12.797	0%	-63%	19%
VIETNAM (excl. NORTH -> 1976)	0	0	0	0	11.492	0%	na	na
BULGARIA	3.595	9.107	125.026	188.617	9.427	0%	-95%	27%
QATAR	0	0	1.213	10.518	8.230	0%	-22%	na
SLOVENIA	107.590	0	841	19.288	7.742	0%	-60%	na
THAILAND	0	0	0	2.170	7.741	0%	257%	na
PANAMA (excl. CANAL ->1980)	17.171	9.275	7.282	1.267	7.164	0%	465%	-20%
ALBANIA	23.084	994	2.779	1.805	4.811	0%	167%	-32%
KUWAIT	0	0	0	0	3.750	0%	na	na
OMAN	0	0	0	0	1.650	0%	na	na
COSTA RICA	0	0	0	0	1.496	0%	na	na
SLOVAKIA	338	0	97	55	616	0%	1020%	na
LITHUANIA	0	1.174	0	0	478	0%	na	na
SOUTH AFRICA (incl. NA ->1989)	0	0	0	0	432	0%	na	na
LIECHTENSTEIN	0	0	0	0	358	0%	na	na
PORTUGAL	0	144	20	0	104	0%	na	na
HUNGARY	159	0	0	14.900	58	0%	-100%	na
AZERBAIJAN	0	0	5.096	0	0	0%	na	na
CONGO, DEMOCRATIC REPUBLIC OF (ZAIRE ->1997)	0	4.234	2.689	0	0	0%	na	na
CONGO	0	6.964	0	0	0	0%	na	na
ESTONIA	0	0	554	26	0	0%	na	na
JORDAN	0	7.536	6.347	4.450	0	0%	na	na
LUXEMBOURG	3.445	2.222	1.485	10.022	0	0%	na	na
LATVIA	0	169	0	0	0	0%	na	na
MONTENEGRO	0	0	0	185	0	0%	na	na
MALI	0	0	0	17.234	0	0%	na	na
MALAYSIA	0	0	0	968	0	0%	na	na
PERU	0	0	59	0	0	0%	na	na
PHILIPPINES	0	0	2.481	0	0	0%	na	na
COUNTRIES AND TERRITORIES NOT SPECIFIED WITHIN THE FRAMEWORK OF TRADE WITH THIRD COUNTRIES	72	0	111	0	0	0%	na	na
RUSSIAN FEDERATION (RUSSIA)	66.000	27.012	0	0	0	0%	na	na
TAIWAN	3.517	5.525	0	0	0	0%	na	na
UKRAINE	0	300	0	0	0	0%	na	na
CEUTA (incl. MELILLA -> 1998)	0	0	0	154	0	0%	na	na

Πίνακας 7: Εξαγωγές Ελλάδας ανά χώρα του κόσμου, δασμολογικής κλάσης 04090000 (μέλι φυσικό), για το διάστημα 2012-2016, σε αξία (ευρώ) (Πηγή: Eurostat)

	2012	2013	2014	2015	2016	Μερίδιο 16	ET 16/15	MET 16/12
WORLD	13.460	17.325	15.471	21.281	15.360	100%	-28%	3%
SPAIN	755	411	617	1.472	2.714	18%	84%	38%
CYPRUS	1.473	1.261	1.653	2.513	2.624	17%	4%	16%
GERMANY (incl DD from 1991)	6.054	7.111	4.570	4.254	1.379	9%	-68%	-31%
FRANCE	637	1.529	1.862	2.172	1.194	8%	-45%	17%
CANADA	1.194	2.565	1.203	3.003	1.126	7%	-63%	-1%
UNITED STATES	566	756	579	799	1.090	7%	36%	18%
CZECH REPUBLIC (CS->1992)	9	3	1	5	733	5%	14560%	200%
POLAND	16	14	622	1.641	675	4%	-59%	155%
UNITED KINGDOM	764	146	539	624	637	4%	2%	-4%
IRELAND	0	0	0	206	415	3%	101%	na
AUSTRIA	205	1.757	1.436	1.622	411	3%	-75%	19%
BELGIUM (and LUXBG -> 1998)	117	175	98	184	376	2%	104%	34%
SWITZERLAND (incl. LI->1994)	36	34	41	63	344	2%	446%	76%
ISRAEL (GAZA and JERICHO->1994)	0	0	0	0	200	1%	na	na
KOREA, REPUBLIC OF (SOUTH KOREA)	0	6	0	132	153	1%	16%	na
ITALY	634	849	624	82	149	1%	82%	-30%
LEBANON	82	86	90	88	125	1%	42%	11%
NETHERLANDS	47	56	54	49	107	1%	118%	23%
AUSTRALIA	39	69	59	282	104	1%	-63%	28%
DENMARK	0	0	4	10	101	1%	910%	na
CHINA (PEOPLE'S REPUBLIC OF)	23	214	229	258	99	1%	-62%	44%
SWEDEN	39	50	75	151	75	0%	-50%	18%
BAHRAIN	0	0	6	11	74	0%	573%	na
SAUDI ARABIA	72	39	145	191	56	0%	-71%	-6%
EGYPT	0	0	21	52	50	0%	-4%	na
UNITED ARAB EMIRATES	51	2	8	103	48	0%	-53%	-2%
FINLAND	11	2	6	55	47	0%	-15%	44%
LIBYAN ARAB JAMAHIRIYA (LIBYA)	0	15	5	0	35	0%	na	na
ROMANIA	4	5	284	47	33	0%	-30%	69%
CROATIA	0	0	0	0	32	0%	na	na
JAPAN	41	27	40	31	22	0%	-29%	-14%
HONG KONG	11	7	8	16	21	0%	31%	18%
BULGARIA	8	27	410	684	20	0%	-97%	26%
SINGAPORE	8	12	121	234	20	0%	-91%	26%
SERBIA (EU data from 01/06/05 ex CS)	6	12	4	64	13	0%	-80%	21%
SLOVENIA	406	0	1	26	12	0%	-54%	na
NORWAY (incl. SJ excl. 1995, 1996)	9	9	25	24	10	0%	-58%	3%
ALBANIA	33	3	6	2	9	0%	350%	-28%
PANAMA (excl. CANAL -> 1980)	12	8	7	1	7	0%	600%	-13%
VIETNAM (excl. NORTH -> 1976)	0	0	0	0	7	0%	na	na
THAILAND	0	0	0	1	4	0%	300%	na
KUWAIT	0	0	0	0	3	0%	na	na
QATAR	0	0	2	5	3	0%	-40%	na
COSTA RICA	0	0	0	0	2	0%	na	na
OMAN	0	0	0	0	1	0%	na	na
AZERBAIJAN	0	0	4	0	0	0%	na	na
CONGO, DEMOCRATIC REPUBLIC OF (ZAIRE -> 1997)	0	4	2	0	0	0%	na	na
CONGO	0	6	0	0	0	0%	na	na
ESTONIA	0	0	1	0	0	0%	na	na
HUNGARY	0	0	0	20	0	0%	na	na
JORDAN	0	11	4	8	0	0%	na	na
LITHUANIA	0	1	0	0	0	0%	na	na
LUXEMBOURG	4	4	2	17	0	0%	na	na
MALI	0	0	0	78	0	0%	na	na
MALAYSIA	0	0	0	1	0	0%	na	na
PHILIPPINES	0	0	3	0	0	0%	na	na
RUSSIAN FEDERATION (RUSSIA)	89	32	0	0	0	0%	na	na
SLOVAKIA	1	0	0	0	0	0%	na	na
TAIWAN	4	6	0	0	0	0%	na	na
UKRAINE	0	1	0	0	0	0%	na	na

Πίνακας 8: Εξαγωγές Ελλάδας ανά χώρα του κόσμου, δασμολογική κλάσης 04090000 (μέλι φυσικό), για το διάστημα 2012-2016, σε ποσότητα (100kg) (Πηγή: Eurostat)

Ανάλυση συντομογραφιών:
MET: Μέση Ετήσια Τάση
ET: Ετήσια Τάση
na: Non Available

3.6 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Μέσα από την ανάλυση του 3^{ου} Κεφαλαίου γίνεται μία προσπάθεια να κατανοήσουμε το Ρωσικό κράτος αφού είναι και η χώρα που μας ενδιαφέρει να ασχοληθούμε επιχειρηματικά. Έτσι παρουσιάζονται στοιχεία της κουλτούρας τους, της οικονομίας τους καθώς επίσης και οι διατροφικές τους συνήθειες διότι θα πρέπει η επιχείρηση που θα προσπαθήσει να εξάγει τα προϊόντα της στην Ρωσία να γνωρίσει τους ανθρώπους με τους οποίους θα έχει συναναστροφές. Μέσα από αυτήν την διαδικασία θα μπορέσει να αποκτήσει ο υποψήφιος εξαγωγέας την εκτίμηση και το σεβασμό της ρωσικής εταιρείας πελάτη διότι ο σεβασμός και η εμπιστοσύνη είναι σημαντικοί παράγοντες για τους Ρώσους επιχειρηματίες. Αν δεν γνωρίζουμε ποιος είναι ο πελάτης μας καλύτερα να μην επιχειρήσουμε κάποια κίνηση διότι η αποτυχία θα είναι σίγουρη και μόνο κερδισμένοι δεν θα είμαστε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΩΓΗ ΜΕΛΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ

Σύμφωνα με τον Παπαστεργιόπουλο (2017), για να μπορέσει μια επιχείρηση να κάνει έναρξη εξαγωγών θα πρέπει πρώτα να δημιουργήσει το προϊόν της ή να προχωρήσει στη δημιουργία και νέων προϊόντων ώστε να διευρύνει τη γκάμα της. Υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις οι οποίες θα πρέπει να τηρούνται:

- Πρώτον είναι ο σωστός σχεδιασμός (design).
- Ο τρόπος συσκευασίας είναι επίσης μια σημαντική προϋπόθεση.
- Η πιστοποίηση τόσο του προϊόντος αλλά και των υλικών συσκευασίας.

Μια επιχείρηση μέσα από το τομέα των εξαγωγών μπορεί να πετύχει πολλά πλεονεκτήματα και ευκαιρίες όπως είναι:

- Οικονομίες κλίμακας.
- Αύξηση των πωλήσεων.
- Αύξηση των κερδών.
- Μείωση της εξάρτησης της επιχείρησης από την εγχώρια αγορά.
- Απόκτηση τεχνογνωσίας.
- Ενδυνάμωση της θέσης του προϊόντος στην εγχώρια αγορά.

Φυσικά εκτός από τις ευκαιρίες για ανάπτυξη και επέκταση που θα παρουσιαστούν ταυτόχρονα εμφανίζονται και προκλήσεις και απειλές που χρίζουν άμεσης αντιμετώπισης. Τέτοιες είναι:

- Αυξημένα κόστη παραγωγής ή λειτουργίας.
- Προσαρμογές στη διοίκηση της επιχείρησης.
- Ανταγωνισμός.
- Μακροπρόθεσμη απόδοση της επένδυσης.
- Γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Επίσης αρχίζοντας ο επιχειρηματίας πρέπει να λάβει υπόψη του και κάποιες άλλες πτυχές:

- Την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος.
- Τους ανθρώπινους πόρους της επιχείρησης.
- Τη χρηματοδότηση της επιχείρησης.
- Τις προσδοκίες και τους στόχους.

Πριν ξεκινήσει τις απαιτούμενες ενέργειες ο επιχειρηματίας για την έξοδο του στις ξένες αγορές θα πρέπει να λάβει υπόψη κάποιους ακόμα τομείς:

- Ποιοι είναι οι πιθανοί πελάτες – στόχος.
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του ίδιου του προϊόντος.
- Ποια είναι η παραγωγική δυναμικότητα της επιχείρησης.
- Πώς να προσαρμόσετε το προϊόν σας για εξαγωγή.

Πολλές φορές θα πρέπει το ίδιο το προϊόν να τροποποιηθεί ώστε να μπορέσει να εξαχθεί μιας και υπάρχουν μια πληθώρα από κανονισμούς και τεχνικές που διέπουν τις εξαγωγές προς κάθε χώρα, κάποιες από τις οποίες είναι απλές και γρήγορες αλλά υπάρχουν και οι πολυδάπανες και χρονοβόρες διαδικασίες επίσης. Σε κάθε περίπτωση η συνεννόηση γίνεται ανάμεσα στον εξαγωγέα και τον αντίστοιχο αντιπρόσωπο ή υπεύθυνο διανομής του προϊόντος. Η έρευνα ή η τεχνική που θα ακολουθηθεί μπορεί να αφορά:

- Τη μελέτη και την καταγραφή αντίστοιχων ανταγωνιστικών προϊόντων.
- Τεχνικά χαρακτηριστικά όπως: πρώτες ύλες, μορφή προϊόντος, ποικιλία, τύπος, μεγέθη, σήματα, χρώματα, τροποποιήσεις, βελτιώσεις, ανθεκτικότητα.
- Την εκτίμηση της ποιότητας όπως είναι σε θέμα, αντοχής, ικανότητα, απόδοση, εμφάνιση, καταλληλότητα και ευκολία χειρισμού.
- Νομική κατοχύρωση όπως το σχέδιο, μορφή του προϊόντος, δικαιώματα ευρεσιτεχνίας, εγκρίσεις.
- Συσκευασία – Παρουσίαση.
- Τεχνικά χαρακτηριστικά όπως: σχεδιασμός, σχήμα, υλικά κατασκευής, αντοχή στις κλιματολογικές συνθήκες, ευκολία και σταθερότητα στις διαδικασίες φόρτωσης και εκφόρτωσης, διακίνησης αποθήκευσης και έκθεσης, προσαρμογής στους επίσημους κανόνες και νομοθετικές ρυθμίσεις.
- Ελκυστικότητα: μέγεθος, σχήμα, κατάλληλος χρωματισμός, σφραγίδα ποιότητας και σχεδιασμός ετικέτας.
- Στοιχεία ταυτότητας όπως είναι το σχήμα, χρώμα, ετικέτα σήμα κατατεθέν.
- Πληροφορίες: περιγραφή προϊόντος, σύνθεση περιεχομένου, οδηγίες χρήσεως.
- Παροχή υπηρεσιών: το είδος των υπηρεσιών που προσφέρονται από τα ανταγωνιστικά προϊόντα όπως παράδοση, εγκατάσταση, προετοιμασία, κύρια μέρη και εξαρτήματα, εκπαίδευση για τη χρήση, επισκευές, ανταποδοτικά αγαθά.
- Ανταγωνιστικές τιμές.

- Τιμές καταναλωτή: κατάλογος βασικών τιμών, φόροι, εκπτώσεις, τρόποι πληρωμής, ποικιλία προϊόντων, τομείς αγοράς και τρόποι πώλησης.
- Τιμές για το εμπόριο: διαφορετικές τιμές, εκπτώσεις, όροι πληρωμής, διαφορετικές τιμές για τους εισαγωγείς, χονδρέμπορους και λιανοπωλητές, τομείς, μέγεθος παραγγελιών, είδος εμπορών.

Αποδοχή προϊόντος

Το προϊόν το οποίο θα διατεθεί στους καταναλωτές θα πρέπει να το παρουσιάσει ο εξαγωγέας στο ευρύ κοινό αρχίζοντας πρώτα με τους εισαγωγείς οι οποίοι θα του προτείνουν τις πρώτες αλλαγές που θα πρέπει να κάνει για να γίνει πιο γρήγορα γνωστό και αγαπητό. Επίσης θα μπορέσει να λάβει και γνώμες από τους ίδιους τους καταναλωτές. Θα πρέπει να εξετασθεί επίσης:

- ❖ Το μέγεθος και οι διαστάσεις που θα πρέπει να έχει το προϊόν.
- ❖ Ο τύπος του εξωτερικού περιβλήματος όπου και θα είναι συσκευασμένο.
- ❖ Ο τρόπος συσκευασίας ώστε να γίνεται εύκολα η μεταφορά του στην αποθήκη.
- ❖ Η ευκολία που προσφέρει η συσκευασία για αποθήκευση σε ψυγεία.
- ❖ Η τιμή πώλησης και ανάλογες παροχές.
- ❖ Ο τρόπος τιμολόγησης του προϊόντος.

Ο τρόπος τιμολόγησης των εξαγόμενων προϊόντων έχει ιδιαίτερη σημασία μιας και λαμβάνονται υπόψη και άλλοι παράγοντες εκτός του κόστους παράγωγης που μπορεί να αφορούν τη μεταφορά και παράδοση στις ξένες χώρες. Αυτοί μπορεί να είναι:

- ❖ Οι διαφορές στις ισοτιμίες νομισμάτων.
- ❖ Η μεταφορά των εμπορευμάτων.
- ❖ Η ειδική συσκευασία των εξαγόμενων προϊόντων.
- ❖ Η ασφάλιση των εμπορευμάτων.
- ❖ Οι προμήθειες και άλλες χρεώσεις που αφορούν τους ενδιαμέσους.
- ❖ Η διαμόρφωση των τιμών του προϊόντος βασίζεται και την ζήτηση που θα έχει από τις τοπικές κοινωνίες και ανάλογα το εισόδημα των κατοίκων της χώρας ή περιοχής.

Φυσικά ο τρόπος τιμολόγησης επίσης μπορεί να εξαρτηθεί και από τον τρόπο που θέλουμε να εξάγουμε και να διανέμουμε το προϊόν μας. Μπορεί να επιλεγεί η γρήγορη εξάπλωση στην αγορά ή η αντικατάσταση υπαρχόντων ή αργή αλλά σταθερή διείσδυση στην αγορά. Ανάλογα με την στρατηγική μας επιλέγεται και ο τρόπος διάθεσης του προϊόντος.

Υπάρχουν και διαφορετικές μορφές τιμολόγησης όπως:

- ❖ Στατική τιμολόγηση όπου υπάρχει μια τιμή για όλους τους πελάτες.
- ❖ Ευέλικτη τιμολόγηση όπου οι τιμές διαφοροποιούνται για διάφορα είδη πελατών.
- ❖ Τιμολόγηση βάση κόστους όπου η τιμολόγηση γίνεται για την πλήρη κάλυψη των σταθερών και μεταβλητών δαπανών παραγωγής και εξαγωγής των προϊόντων.
- ❖ Τιμολόγηση βάσει μεταβλητού κόστους για την κάλυψη των μεταβλητών δαπανών ενώ οι σταθερές καλύπτονται από τις πωλήσεις και στην εσωτερική αγορά.
- ❖ Τιμολόγηση διείσδυσης είναι ο τρόπος εισαγωγής στην αγορά με χαμηλή τιμή
- ❖ Τιμολόγηση αγορών με μικρό ανταγωνισμό είναι ο τρόπος μεγαλύτερου κέρδους όταν δεν υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός.

Για να μπορέσει η επιχείρηση να τιμολογήσει όσο μπορεί πιο αποτελεσματικά τα προϊόντα της θα πρέπει να λάβει υπόψη και κάποια κόστη όπως είναι:

- ❖ Το κόστος του μάρκετινγκ και της προώθησης
- ❖ Το κόστος παραγωγής
- ❖ Το κόστος συσκευασίας
- ❖ Το κόστος οργάνωσης και διοίκησης
- ❖ Το κόστος μεταφορικών για τη μεταφορά των προϊόντων
- ❖ Χρηματοοικονομικά κόστη
- ❖ Προώθηση του προϊόντος

Τα μέσα για την καλύτερη προώθηση των προϊόντων τόσο στις εγχώριες αγορές τόσο και στις εξαγωγίμες χώρες είναι τα ίδια:

- ❖ Ο πιο συνήθης τρόπος είναι φυσικά η διαφήμιση η οποία μπορεί να γίνει είτε στον έντυπο τύπο είτε σε ψηφιακό μιας και πλέον δίνεται μια ευρεία γκάμα στις επιχειρήσεις.
- ❖ Προσωπικές επισκέψεις και συναντήσεις με πιθανούς πελάτες.
- ❖ Εκθεσιακοί χώροι όπου λαμβάνουν μέρος επιχειρήσεις και ελκύουν ένα μεγάλο αριθμό πελατών.
- ❖ Κατασκευή προσωπικής ιστοσελίδας και συνεχείς ενημέρωσή της ώστε να μπορεί το καταναλωτικό κοινό να μαθαίνει νέα και παρουσιάσεις των προϊόντων τις επιχειρήσης.

Τρόποι διείσδυσης σε ξένες αγορές

Εφόσον η επιχείρηση έχει επιτύχει όλους τους απαιτούμενους στόχους και έχοντας λάβει υπόψη το τι ισχύει στις εκάστοτε χώρες επιλέγει τις αγορές που θέλει να προωθήσει το προϊόν της. Η μέθοδος διείσδυσης στις αγορές μπορεί να εξαρτηθεί από διάφορους παράγοντες όπως:

- ❖ Την χρηματοοικονομική δυναμική της επιχείρησης.
- ❖ Τα πλεονεκτήματα των προϊόντων στο εξωτερικό αλλά και οι κίνδυνοι από το βήμα αυτό.
- ❖ Τα εμπόδια που θα συναντήσει η κάθε επιχείρηση.
- ❖ Το προϊόν το οποίο θα εξαχθεί.
- ❖ Τον τύπο τις κάθε αγοράς και τις ιδιαιτερότητες της.

4.1 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΡΩΣΙΑΣ

Το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις οικονομικές σχέσεις των δύο χωρών περιλαμβάνει:

A) Συμφωνία Οικονομικής, Βιομηχανικής, Τεχνολογικής και Επιστημονικής Συνεργασίας

(Αθήνα, 30-06-1993, Ν 2249/1994, ΦΕΚ 187/Α/10.11.1994, έναρξη ισχύος 05.01.1995, ΦΕΚ 130/Α/26.06.2001)

B) Συμφωνία για την Προώθηση και την Αμοιβαία Προστασία των Επενδύσεων

(Αθήνα, 30.06.1993, Ν 2248/1994 ΦΕΚ 187 Α/Α/10.11.1994, έναρξη ισχύος 23/02/1997 ΦΕΚ 23Α/26.02.1997).

Γ) Συμφωνία για την Προμήθεια Φυσικού αερίου από την Ε.Σ.Σ.Δ.

(07.10.1987, Ν. 1748/1988 ΦΕΚ 20/Α/03.02.1988, έναρξη ισχύος 14.03.1987, Ανακοίνωση ΦΕΚ 79/Α/29.04.1988 25, Προσάρτημα 01.07.1993 και Πρωτόκολλο τροποποιητικό του προσαρτήματος 19/12/1994 ΦΕΚ 66/Α/07.04.1995).

Γi) Συμφωνία για Ανταγορές Ελληνικών Προϊόντων και Υπηρεσιών έναντι προμήθειας Φυσικού Αερίου

(Κυρώθηκε με τον Ν 2032/92 ΦΕΚ 54).

Γii) Προσάρτημα στη Συμφωνία του 1987 για την Προμήθεια Φυσικού Αερίου

(Κυρώθηκε με τον Ν 2295/95 ΦΕΚ 43Α)

Η Διακρατική Συμφωνία του 1987 καθώς και η Συμφωνία των Ανταγορών του 1988 ρυθμίζουν το θέμα της προμήθειας φυσικού αερίου από την Ρωσία. Η Συμφωνία των Ανταγορών προβλέπει ότι το 70-75% του συναλλάγματος από τις εξαγωγές φυσικού αερίου στην Ελλάδα θα χρησιμοποιηθεί από τη Ρωσία για την αγορά ελληνικών

προϊόντων και για την πληρωμή υπηρεσιών ελληνικών εταιρειών για την κατασκευή έργων στη Ρωσία. Η Συμφωνία αυτή λειτουργεί μέχρι σήμερα μονομερώς, δεδομένου ότι, η χώρα μας πραγματοποιεί από το 1997 κανονικά εισαγωγές φυσικού αερίου από τη Ρωσία, ενώ η ρωσική πλευρά δεν προβαίνει στην πραγματοποίηση ανταγορών ελληνικών προϊόντων. Στο πλαίσιο της 5^η ΜΔΕ (28-29.09.2005), αποφασίστηκε η σύσταση μικτής Ομάδας Εργασίας για τις Ανταγορές, απόφαση η οποία δεν έχει υλοποιηθεί μέχρι σήμερα, για διαφόρους ουσιαστικούς λόγους (λ.χ. επιφυλακτικότητα ΔΕΠΑ).

Δ) Η υπογραφή της Διακρατικής Συμφωνίας για τον Αγωγό Μπουργκάς-Αλεξανδρούπολη στις 15.03.2007 μεταξύ της Κυβέρνησης της Ελληνικής Δημοκρατίας, της Κυβέρνησης της Ρωσικής Ομοσπονδίας και της Κυβέρνησης της Δημοκρατίας της Βουλγαρίας και η θέση της σε ισχύ στις 03.07.2007 δημιούργησαν τη βάση για μια επικερδή και για τις τρεις χώρες συνεργασία. Η συμφωνία για τη σύσταση της εταιρείας, η οποία θα υλοποιήσει το έργο υπεγράφη στη Σόφια στις 18.01.2008.

Ε) Συμφωνία Αποφυγής Διπλής Φορολογίας και Αποτροπής της Φοροδιαφυγής για Φόρους Εισοδήματος και Κεφαλαίου

(Μόσχα, 26.06.2000, Ν. 3047/2002 ΦΕΚ 200/Α/2002, έναρξη ισχύος 20.12.2007).

ΣΤ) Συμφωνία Διεθνών Οδικών Μεταφορών

(Μόσχα, 12.02.1985, Ν. 1605/1986 ΦΕΚ 88/Α/7.7.1986, έναρξη ισχύος 03/09/1986, ΦΕΚ 143/Α/22.9.1986).

Ζ) Συμφωνία Τουριστικής Συνεργασίας

(16.08.94, Ν 2210/1994, ΦΕΚ 73/Α/11.5.1994, έναρξη ισχύος 16/08/1994, ΦΕΚ 79/27.10.1994)

Η σύγκληση της 1^{ης} συνόδου Μικτής Επιτροπής Τουρισμού έλαβε χώρα στη Μόσχα (20.03.2007). Η σύναψη Συμφωνίας Ευρωπαϊκής Κοινότητας-Ρωσίας, για την απλούστευση της έκδοσης θεωρήσεων εισόδου διαμονής, η οποία ετέθη σε ισχύ από 01.06.2007, αναμένεται να συμβάλει στην αύξηση των επισκέψεων Ρώσων τουριστών στη χώρα μας.

Η) Συμφωνία για Συνεργασία στο Γεωργικό Τομέα

(Αθήνα, 28.07.1999, Ν. 2823/2000 ΦΕΚ 89/Α/ 16.03.2000, έναρξη ισχύος 06/10/2000, ΦΕΚ 250/Α, 14.11.2000)

Θ) Συμφωνία για την ανάπτυξη της Περιφερειακής Συνεργασίας Ελλάδας και Περιφέρειας Κρασονοτάρ

(Ν. 2295/95 ΦΕΚ 43Α)

Ι) Συμφωνία για Συνεργασία στον Τελωνειακό Τομέα

(Μόσχα, 23.07.1991, Ν 2529/1997 ΦΕΚ 217/Α, 23.06.1999).

ΙΑ) Συμφωνία Αεροπορικών Μεταφορών

(Αθήνα, 06.12.2001, Ν. 3077/2002/ΦΕΚ309/Α/10-12-2002, έναρξη ισχύος 13.02.2003 ΦΕΚ 96/Α/23-04-03).

Όλα τα ανωτέρω είναι σύμφωνα με την επίσημη ενημέρωση της Ελληνικής Πρεσβείας στη Μόσχα «ΘΕΣΜΙΚΟ-ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ, ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ» (2014).

4.1.1 ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

- ❖ Η Συμφωνία Αποφυγής Διπλής Φορολογίας τέθηκε σε ισχύ την 01.01.2008
- ❖ Η Συμφωνία των μετόχων για το έργο του αγωγού Μπουργκάς – Αλεξανδρούπολη υπεγράφη την 18.01.2008 στη Σόφια από τους εκπροσώπους της Βουλγαρίας, Ρωσίας και Ελλάδος. Τη χώρα μας εκπροσώπησε ο Υπουργός Ανάπτυξης κ. Χ. Φώλιας. Κατά την υπογραφή της Συμφωνίας παρέστησαν οι Πρόεδροι της Ρωσίας, κ. Β. Πούτιν, και της Βουλγαρίας, κ. Γ. Παρβάνοφ.
- ❖ Ολοκληρώθηκαν οι διαπραγματεύσεις και μονογράφηκε το κείμενο της νέας Συμφωνίας Διεθνών Οδικών Μεταφορών κατά τη διάρκεια της συνόδου της Μικτής Επιτροπής για Θέματα Οδικών Μεταφορών Ελλάδος-Ρωσίας. (Μόσχα, 21-22.01.2008). Αναμένεται η υπογραφή της.
- ❖ Οι διαπραγματεύσεις για την ανανέωση της διμερούς Αεροπορικής Συμφωνίας. Ο πρώτος γύρος των διαπραγματεύσεων πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα (09-10.10.2007) και ο επόμενος διεξήχθη στη Μόσχα στις 05-06.02.2008 με την υπογραφή σχετικού πρωτοκόλλου.
- ❖ Η συμφωνία για τον αγωγό φυσικού αερίου South Stream υπεγράφη στην Μόσχα την 29.04.2008 από τους Υπουργούς Ενέργειας των δύο χωρών, παρουσία του Προέδρου της Ρωσικής Ομοσπονδίας και του Έλληνα Πρωθυπουργού.

4.1.2 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Κατά την εισαγωγή των προϊόντων μελιού στην Ρωσική αγορά θα πρέπει να εκδίδονται διάφορα πιστοποιητικά τα οποία πιστοποιούν προϊόντα όπως φυτοϋγειονομικά, υγιεινής, ασφαλείας, καταλληλότητας, 'ΑΤΑ', προέλευσης κλπ. Υπάρχουν και δυσκολίες που είναι γνωστές πλέον όπως η μη αναγνώριση κοινοτικών πιστοποιητικών λόγω μη μετάφρασης στη Ρωσική γλώσσα κάτι το οποίο αναγκάζει τις επιχειρήσεις σε

καλύτερη οργάνωση και προετοιμασία με εισαγωγείς, εκτελωνιστές και ειδικές εταιρείες που αναλαμβάνουν την πιστοποίηση των προϊόντων. Στο προσάρτημα υπάρχει και το υπόδειγμα του πιστοποιητικού που θα πρέπει να εκδοθεί απαραίτητα για την εισαγωγή προϊόντων μελισσοκομίας στην Ρωσία (Έκθεμα 1).

Παράλληλα τα προϊόντα που εισάγονται στην Ρωσική Ομοσπονδία πρέπει να συνοδεύονται από ανάλογες πιστοποιήσεις οι οποίες υποβάλλονται στις τελωνειακές αρχές με την εισαγωγή κάθε παρτίδας του προϊόντος. Το βασικό πιστοποιητικό που πρέπει να λάβουν όλα τα προϊόντα είναι το Πιστοποιητικό Καταλληλότητας (Certificate of Conformity) (GOST) από την Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Τεχνικών Κανονισμών και Μετρολογίας (γνωστή ως Gosstandart) (<http://www.gost.ru>).

Γενικότερα υφίστανται δύο τύποι πιστοποίησης προϊόντων και υπηρεσιών: η υποχρεωτική και η εθελοντική. Υποχρεωτική πιστοποίηση των προϊόντων ή υπηρεσιών διεξάγεται για προϊόντα, που περιλαμβάνονται στην ονοματολογία εμπορευμάτων, που υπόκεινται σε υποχρεωτική πιστοποίηση. Ο κατάλογος των εγχώριων και εισαγόμενων προϊόντων, που υπόκεινται σε υποχρεωτική πιστοποίηση, ή η διασφάλιση της καταλληλότητας/συμμόρφωσης των οποίων διεξάγεται με τη μορφή της υποχρεωτικής δήλωσης, περιλαμβάνεται στην υπ' αριθ. Ν 982 από 1η Δεκεμβρίου 2009 Απόφαση της Κυβέρνησης της Ρωσικής Ομοσπονδίας "Περί έγκρισης ενιαίου καταλόγου των προϊόντων, που υπόκεινται σε υποχρεωτική πιστοποίηση, και ενιαίου καταλόγου προϊόντων, η καταλληλότητα/συμμόρφωση των οποίων διεξάγεται με τη μορφή δήλωσης καταλληλότητας/συμμόρφωσης".

Ο κατάλογος των προϊόντων-υπηρεσιών, που υπόκεινται σε υποχρεωτική πιστοποίηση, είναι προσβάσιμος στην εξής παραπομπή στο Διαδίκτυο, στη ρωσική: <http://murenasert.ru/perechen-produktsii-podlejaschey-obyzatelnoy-sertifikatsii-v-sisteme-gostr/>

Υποχρεωτική Πιστοποίηση

- Έκδοση πιστοποιητικού καταλληλότητας GOST R

Η έκδοση του πιστοποιητικού καταλληλότητας στη Ρωσία δύναται να διεκπεραιώνεται ποικιλοτρόπως: διεκπεραίωση πιστοποιητικού (βεβαίωση εγγραφής) για μια περιορισμένη παραγωγή παρτίδας, για σειρά παραγωγής (από τον κατασκευαστή) ή για ποσότητα μιας συγκεκριμένης συμφωνίας/σύμβασης.

- Πιστοποιητικό καταλληλότητας/συμμόρφωσης GOST R για συγκεκριμένη σύμβαση:

Προϋποθέτει δοκιμές και πρωτοκόλληση του προϊόντος στο μητρώο. Στο πιστοποιητικό καταλληλότητας/συμμόρφωσης «GOST R» αναγράφεται το σύστημα πιστοποίησης, η εταιρεία-παραλήπτης του πιστοποιητικού, (δηλαδή η εταιρεία, στο όνομα της οποίας αυτό εκδίδεται), ο αριθμός και η ημερομηνία της σύμβασης προμήθειας, καθώς και τα στοιχεία του παραγωγού. Το συγκεκριμένο μοντέλο πιστοποίησης χρησιμοποιείται όταν η εισαγωγή δεν περιορίζεται σε μία μόνο παρτίδα. Η σύμβαση διεκπεραιώνεται μεταξύ του παραλήπτη του προϊόντος και του κατασκευαστή/παραγωγού ή του προμηθευτή. Τα εκδοθέντα δικαιολογητικά/πιστοποιητικά έχουν ισχύ ενός ημερολογιακού έτους, κατά τη διάρκεια του οποίου η εταιρεία, στο όνομα της οποίας αυτά έχουν εκδοθεί, έχει τη δυνατότητα εισαγωγής απεριόριστων ποσοτήτων εμπορεύματος.

- Πιστοποιητικό καταλληλότητας/συμμόρφωσης GOST R για παρτίδα εμπορεύματος

Εκδίδεται μόνο για ένα δείγμα προϊόντος ή για περιορισμένη παρτίδα προϊόντος με ανοιχτή ημερομηνία. Δεν προϋποθέτει πρωτόκολλο δοκιμών, ενώ σε αυτό αναγράφονται η ημερομηνία και ο αριθμός του τιμολογίου (invoice). Κατά κανόνα, το συγκεκριμένο σύστημα πιστοποίησης χρησιμοποιείται για πιστοποίηση δειγμάτων, ή για πιστοποίηση προϊόντων, που εισάγονται σπάνια και σε περιορισμένες ποσότητες (π.χ. μηχανολογικός εξοπλισμός).

- Πιστοποιητικό καταλληλότητας/συμμόρφωσης GOST R για μαζική παραγωγή

Εκδίδεται στο όνομα του κατασκευαστή του προϊόντος και προϋποθέτει τη διεξαγωγή όλων των απαραίτητων δοκιμών. Ο αριθμός πρωτοκόλλου του πρακτικού δοκιμών αναγράφεται σε σχετικό έγγραφο για την ποιότητα του προϊόντος. Το πιστοποιητικό, στην περίπτωση αυτή, έχει ισχύ από ένα έως τρία ημερολογιακά έτη. Το εν λόγω σχήμα πιστοποίησης χρησιμοποιείται για να επιβεβαιώσει την ποιότητα των εγχωρίων ή εισαγομένων προϊόντων, συνεπώς δύναται να εκδίδεται είτε στο όνομα του εγχωρίου κατασκευαστή/παραγωγού είτε στο όνομα ξένης εταιρείας - κατασκευαστή/παραγωγού.

Εθελοντική Πιστοποίηση

Εκτός από την υποχρεωτική πιστοποίηση, υφίσταται σύστημα εθελοντικής πιστοποίησης προϊόντων ή υπηρεσιών. Η εθελοντική πιστοποίηση πραγματοποιείται κατόπιν πρωτοβουλίας του αιτούντος (κατασκευαστή, πωλητή), προκειμένου να επιβεβαιώσει την καταλληλότητα/συμμόρφωση του προϊόντος του σύμφωνα με τις προδιαγραφές του προϊόντος, τις συνταγές, τις τεχνικές παραμέτρους και λοιπά

δικαιολογητικά, όπως προσδιορίζονται από τον αιτούντα. Η εθελοντική πιστοποίηση πραγματοποιείται με στόχο την επιβεβαίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών των προϊόντων. Το σήμα της εθελοντικής πιστοποίησης, επάνω στο προϊόν, εξασφαλίζει αύξηση του καταναλωτικού του κοινού, καθώς και διευκόλυνση των εισαγωγικών-εξαγωγικών διαδικασιών του.

Πιστοποίηση Τροφίμων EAC

Από το Φεβρουάριο του 2010 έχει καταργηθεί η υποχρεωτική πιστοποίηση των τροφίμων (Απόφαση Κυβέρνησης № 982 από 15.02.2010). Το πιστοποιητικό καταλληλότητας/συμμόρφωσης αντικαταστάθηκε από τη δήλωση (declaration) καταλληλότητας (EAC), η οποία εκδίδεται από φορείς εξουσιοδοτημένους να προβαίνουν σε πιστοποίηση. Η τροποποίηση αυτή σχετίζεται με την έναρξη σε ισχύ της Τελωνειακής Ένωσης. Στο σημείο τούτο αναφέρουμε ότι η Τελωνειακή Ένωση της Ρωσίας, της Λευκορωσίας και του Καζακστάν υπεγράφη την 1η Ιουλίου 2010, ενώ ετέθη σε ισχύ στις 01.04.2011. Η βασική σκοπιμότητα της Τελωνειακής Ένωσης έγκειται στην άρση των τεχνικών εμποδίων, όπως η υποχρεωτική πιστοποίηση των εμπορευμάτων κατά τις συναλλαγές μεταξύ των τριών χωρών, καθώς και στη μείωση του αριθμού των υποχρεωτικών τεχνικών διαδικασιών κατά την εισαγωγή/εξαγωγή των εμπορευμάτων από και προς την επικράτεια της Τελωνειακής Ένωσης.

Η έκδοση της δήλωσης καταλληλότητας προϋποθέτει εργαστηριακές αναλύσεις δειγμάτων των προϊόντων, ενώ το πιστοποιητικό καταλληλότητας προϋπέθετε και έλεγχο/πραγματογνωμοσύνη του χώρου παραγωγής των.

Η ως ανωτέρω αναφερόμενη εθελοντική πιστοποίηση εξακολουθεί να ισχύει.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΚΑΤΑΓΩΓΗΣ – CERTIFICATE OF ORIGIN

Για την εξαγωγή του ελληνικού μελιού στην Ρωσία είναι απαραίτητο να συνοδεύεται από το Πιστοποιητικά Καταγωγής χορηγούνται από τα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια του τόπου που εδρεύουν οι εξαγωγικές επιχειρήσεις. Είναι απολύτως απαραίτητα, ως αποδεικτικά καταγωγής των εμπορευμάτων στις χώρες εισαγωγής τους. Σύμφωνα με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (2015) θα πρέπει ο εκάστοτε εξαγωγές να είναι εγγεγραμμένος στο Επιμελητήριο του τόπου του και να έχει εκπληρώσει τις οικονομικές του οφειλές προς αυτό.

Τα έντυπα των Πιστοποιητικών Καταγωγής χορηγούνται από την αρμόδια Υπηρεσία του ΕΒΕΑ. Είναι σε τρία (3) αντίτυπα (Αίτηση, Πρωτότυπο, Αντίγραφο),

πανομοιότυπα, αλλά διαφορετικού χρώματος. Συμπληρώνονται από τον εξαγωγέα σε γραφομηχανή ή σε ηλεκτρονικό υπολογιστή, σε μία από τις επίσημες γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (κατά προτίμηση αγγλικά) και υποβάλλονται στην Υπηρεσία προς θεώρηση ως εξής:

α) Ένα (1) Πρωτότυπο

β) Μία (1) Αίτηση και

γ) Τρία έως τέσσερα (3-4) αντίγραφα, ανάλογα με το αίτημα του ενδιαφερομένου.

- Επισημαίνεται ότι Πρωτότυπο Πιστοποιητικό Καταγωγής προβλέπεται μόνο ένα για κάθε τιμολόγιο εξαγωγής και είναι μονοσέλιδο (όχι δεύτερη σελίδα).

- Δεν πρέπει να έχουν διορθώσεις (σβησμένες λέξεις, διπλογραμμένες κλπ)

- Κάθε μεταβολή πρέπει να ελέγχεται και να επικυρώνεται από τον αρμόδιο υπάλληλο του Επιμελητηρίου που το έχει θεωρήσει.

- Την αίτηση υπογράφει και σφραγίζει ο υπεύθυνος της εξαγωγικής επιχείρησης.

Τα απαιτούμενα κατά την υποβολή δικαιολογητικά είναι:

α) Τιμολόγιο Εξαγωγής.

β) Τιμολόγιο Αγοράς των εμπορευμάτων από τις Ελληνικές Βιομηχανίες - Βιοτεχνίες ή εμπόρους-εισαγωγείς τους.

γ) Τιμολόγιο Εισαγωγής των εμπορευμάτων όταν πρόκειται για επανεξαγωγή από τον ίδιο τον Εξαγωγέα.

δ) Υπεύθυνη δήλωση.

ε) Βεβαίωση ταμειακής ενημερότητας από οικείο επιμελητήριο εφόσον ο εξαγωγέας δεν είναι μέλος του Επιμελητηρίου.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι για την αποφυγή τυχόν ψευδών δηλώσεων και την όσο δυνατόν καλύτερη διασφάλιση της αξιοπιστίας, τόσο του Επιμελητηρίου όσο και του Έλληνα εξαγωγέα γενικότερα, ζητείται από το αρμόδιο Τμήμα όπως μετά το πέρας της εξαγωγής προσκομιστεί αντίγραφο της σχετικής διασάφησης.

Επίσης, από την Υπηρεσία θεωρούνται, εκτός των Πιστοποιητικών Καταγωγής, κατόπιν έγγραφης αιτήσεως, Εμπορικά Τιμολόγια Εξαγωγής, καθώς και διάφορα άλλα ξενόγλωσσα πιστοποιητικά όπως Ποιότητας, Ανάλυσης, Φυτοϋγείας, Ραδιενέργειας). Αυτό γίνεται σε περίπτωση που ζητηθεί από τον παραλήπτη.

Για την θεώρηση των Πιστοποιητικών Καταγωγής καταβάλλεται παράβολο 10 ευρώ και για τη θεώρηση Εμπορικών Τιμολογίων ή άλλων Πιστοποιητικών 5 ευρώ ανά πρωτότυπο έγγραφο.

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΦΥΤΟΥΓΕΙΑΣ - PHYTOSANITARY CERTIFICATE

Όπως αναφέρεται από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (2017), ένας εξαγωγέας που προγραμματίζει την εξαγωγή μελιού προς μία τρίτη χώρα πρέπει να επικοινωνήσει με την αρμόδια υπηρεσία φυτοϋγειονομικού ελέγχου της εν λόγω χώρας (NPPO=National Plant Protection Organization) στην συγκεκριμένη περίπτωση της Ρωσίας, προκειμένου να πληροφορηθεί για τις επίσημες φυτοϋγειονομικές απαιτήσεις τις οποίες μπορεί επίσης να βρει στην ιστοσελίδα της Διεθνούς Σύμβασης Προστασίας των Φυτών (IPPC=International Plant Protection Convention) που είναι στην ακόλουθη ηλεκτρονική διεύθυνση: <https://www.ippc.int/>. Για την εξαγωγή φυσικού μελιού από την Ελλάδα προς την Ρωσία απαιτείται η έκδοση του Πιστοποιητικού Φυτοϋγείας.

Τις φυτοϋγειονομικές απαιτήσεις της τρίτης χώρας όπως ισχύουν κατά την περίοδο της εξαγωγής, ο ενδιαφερόμενος εξαγωγέας τις γνωστοποιεί στην οικεία υπηρεσία φυτοϋγειονομικού ελέγχου της χώρας του. Η Διεύθυνση Προστασίας Φυτικής Παραγωγής μπορεί να επικοινωνεί με την αρμόδια υπηρεσία φυτοϋγειονομικού ελέγχου μιας τρίτης χώρας σε εξαιρετικές ή και σε άλλες περιπτώσεις που αυτό κρίνεται απαραίτητο.

NPPO της Ελλάδας είναι η Διεύθυνση Προστασίας Φυτικής Παραγωγής, Ν. 3495/2006(Α'215) «Κύρωση του νέου αναθεωρημένου κειμένου της Διεθνούς Σύμβασης Προστασίας Φυτών» όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 24 του Ν. 4039/2012(Α'15).

Για τον φυτοϋγειονομικό έλεγχο και την έκδοση ή μη ενός Πιστοποιητικού Φυτοϋγείας (ΠΦ) ή ενός Πιστοποιητικού Φυτοϋγείας Επανεξαγωγής (ΠΦΕ) αρμόδιες αρχές είναι οι Διευθύνσεις Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής των Περιφερειών με τους ορισμένους φυτοϋγειονομικούς ελεγκτές ή σε ορισμένες περιπτώσεις τα Περιφερειακά Κέντρα Προστασίας Φυτών και Ποιοτικού Ελέγχου.

4.1.3 ΤΕΛΩΝΙΑΚΟΙ ΔΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΙ

Δασμοί καταβάλλονται για όλα τα προϊόντα ανάλογα με την δασμολογική κλάση που ανήκουν. Για την κωδικοποίηση των προϊόντων χρησιμοποιείται το εναρμοσμένο σύστημα. Οι δασμοί φτάνουν στις περισσότερες περιπτώσεις από 5% έως 25% επί της αξίας ενώ για κάποια αγαθά ορίζονται κατώτατα όρια. Η μορφή των τελωνειακών δασμών ορίζεται από τον τελωνειακό κώδικα. Τα προϊόντα κατατάσσονται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες οι οποίες είναι: πρώτες ύλες, ημιτελή προϊόντα, τελικά προϊόντα

και τρόφιμα με αντίστοιχούς δασμούς 5%, 10%, 15% και 20%. Το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων επιβαρύνονται με δασμούς 5% (το 36% του συνόλου) και 15% (28% του συνόλου), με επιβάρυνση 0% είναι το 0,4% του συνόλου των προϊόντων, ενώ με το 20% επιβαρύνονται το 1,9% του συνόλου.

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο λόγω του εμπάργκο που έχει κηρύξει το ρωσικό κράτος θα πρέπει να ενημερωνόμαστε συχνά για εξελίξεις όπως π.χ απαγόρευση εισαγωγής φυσικού μελιού στην Ρωσία ή νέα μέτρα/κανόνες που θα πρέπει να ακολουθήσουμε ή αλλαγή στους δασμούς. Στο Προσάρτημα μπορείτε να βρείτε την πρώτη ενημέρωση που είχε κάνει η ρωσική κυβέρνηση τον Αύγουστο του 2014 για τα προϊόντα που δεν μπορούν πλέον να γίνουν εισαγωγή στην Ρωσία (Εκθεμα 2). Παράλληλα αυτό μπορεί να γίνει με την βοήθεια του εκτελωνιστή συνεργάτη μας καθώς επίσης και με την ενημέρωση από το site της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (https://ec.europa.eu/commission/index_el) ακολουθώντας τα βήματα: Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή > Φορολογία και Τελωνειακή Ένωση > Βάσεις δεδομένων > TARIC > Μέτρα. Έπειτα πληκτρολογούμε την χώρα καταγωγής ή προορισμού και τον κωδικό δασμολογικής κλάσης του προϊόντος (TARIC). Είναι ένα πάρα πολύ χρήσιμο εργαλείο το οποίο θα πρέπει να επισκεπτόμαστε συχνά διότι ανανεώνεται άμεσα με οποιαδήποτε αλλαγή συμβεί.

Σύμφωνα με το site της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ο δασμός που θα πρέπει να πληρώσει ο εισαγωγέας του ελληνικού φυσικού μελιού με δασμολογική κλάση 0409 στην Ρωσία, για τον Ιανουάριο του 2018 είναι 17,30% της αξίας του εμπορικού τιμολογίου του προμηθευτή του.

4.2 ΤΡΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ

Για να μπορέσει μια ελληνική επιχείρηση να εισέλθει στην αγορά της Ρωσίας πρέπει να επιλέξει την κατάλληλη στρατηγική εκ μέρους των διοικήσεων των ελληνικών επιχειρήσεων (εξαγωγές, ίδρυση γραφείου αντιπροσωπείας, αξιοποίηση δικτύων διανομής, κοινοπραξίες, κλπ). Λόγου του μεγάλου μεγέθους της αγοράς αλλά και της μεγάλης γεωγραφικής έκτασης οι ελληνικές εταιρείες θα πρέπει να είναι έτοιμες να καλύψουν τις ποσότητες ζήτησεων για την αγορά της Ρωσίας και να διασφαλίζουν τη σταθερή προμήθεια των προϊόντων τους. Τα τελευταία χρόνια αναπτύχθηκαν καλά οργανωμένα κανάλια διανομής, ιδιαίτερα στις δύο μεγαλύτερες πόλεις Μόσχα και Αγία Πετρούπολη τα οποία επεκτείνονται σιγά-σιγά σε άλλα σημεία της χώρας. Η εύρεση εισαγωγέα αποτελεί το πρώτο και κυριότερο βήμα για την είσοδο στην αγορά. Οι

Ελληνικές επιχειρήσεις για την προώθηση των προϊόντων τους μπορούν να επιλέξουν μεταξύ:

Οι απευθείας εξαγωγές αφορούν στην πώληση των προϊόντων απευθείας από την επιχείρηση στον τελικό πελάτη. Τα κύρια πλεονεκτήματα της μεθόδου αυτής αφορούν στην εξασφάλιση μεγαλύτερου περιθωρίου κέρδους λόγω της απουσίας ενδιάμεσων, τη δυνατότητα καθορισμού χαμηλών τιμών και την άμεση επαφή και γνώση των τελικών πελατών/ καταναλωτών των προϊόντων της επιχείρησης. Υπάρχουν όμως και μειονεκτήματα που εντοπίζονται στο ότι η επιχείρηση πρέπει να έχει άριστη γνώση της αγοράς ενώ και η αναγνωσιμότητα του προϊόντος και της επιχείρησης είναι αργή.

Οι εξαγωγές μέσω τρίτων αφορούν την πώληση των προϊόντων της επιχείρησης σε κάποιον ενδιάμεσο, που μπορεί να είναι χονδρέμπορος ή διανομέας. Η επιχείρηση μπορεί επίσης να έχει κάποιον αντιπρόσωπο που δεν αγοράζει τα προϊόντα της αλλά τα αντιπροσωπεύει στη συγκεκριμένη αγορά.

Η σύναψη συνεργασίας με άλλη επιχείρηση για τη διενέργεια εξαγωγών μπορεί να προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως μεταφορά τεχνογνωσίας, καταμερισμό του ρίσκου, ισόποση συμβολή στα απαιτούμενα κεφάλαια, ταυτόχρονη διείσδυση σε διάφορες αγορές στόχο κλπ.

Η σύναψη στρατηγικής συνεργασίας με επιχείρηση της αγοράς-στόχου μπορεί επίσης να αποβεί εξαιρετικά ωφέλιμη καθώς επιλέγονται συνήθως επιχειρήσεις με συμπληρωματικά προϊόντα και αξιοποιούνται τα υφιστάμενα δίκτυα διανομής και μέσα προώθησης.

Παρά το ότι οι απευθείας εξαγωγές μπορεί να φαίνονται περισσότερο κερδοφόρες για την επιχείρηση, η ύπαρξη ενδιάμεσων μπορεί να σημαίνει σημαντική εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος για την επιχείρηση.

Μία μορφή εισαγωγής στην αγορά στόχο είναι μέσω αντιπροσώπων, που συνήθως εκπροσωπούν μια συγκεκριμένη αγορά και πωλούν και συμπληρωματικά προϊόντα. Είναι εξουσιοδοτημένοι να συνάπτουν συμφωνίες πωλήσεων για τις επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν και πληρώνονται με προμήθεια μόνο όταν πραγματοποιήσουν πωλήσεις. Μια συμφωνία με ένα αντιπρόσωπο σε αγορά του εξωτερικού βοηθά στο να έχει άμεσα η επιχείρηση ή το προϊόν παρουσία στην αγορά αυτή. Συνήθως έχει μικρότερο κόστος από τις απευθείας εξαγωγές, ενώ η επιχείρηση διατηρεί τον έλεγχο του προϊόντος και της τιμής πώλησής του. Οι τοπικοί αντιπρόσωποι μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση και στην υλοποίηση ερευνών αγοράς, στην παροχή συμβουλών για θέματα μεταφοράς εμπορευμάτων, στη διείσδυση

σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών και στην παροχή πληροφοριών για νομικά, οικονομικά και διαδικαστικά θέματα.

Μία δεύτερη επιλογή του επιχειρηματία αφορά την πώληση σε αγορές του εξωτερικού μέσω χονδρεμπόρων, που σε κάποιες περιπτώσεις αγοράζουν και μεταπωλούν τα προϊόντα και σε κάποιες άλλες πωλούν με προμήθεια. Συνήθως εξειδικεύονται σε συγκεκριμένα προϊόντα ή κατηγορίες προϊόντων. Σε πολλές περιπτώσεις αναλαμβάνουν δράσεις προώθησης των προϊόντων στην εκάστοτε αγορά, μέσω διαφήμισης, συμμετοχής σε εκθέσεις, προσωπικών πωλήσεων κλπ.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί και η ύπαρξη των διανομέων, οι οποίοι αγοράζουν τα προϊόντα και τα μεταπωλούν σε πελάτες της αγοράς του εξωτερικού. Συνήθως οι ίδιοι καθορίζουν τις τιμές πώλησης και αναλαμβάνουν την παρακολούθηση της πορείας του προϊόντος στην αγορά. Το μειονέκτημα της πώλησης μέσω διανομέων έγκειται στη μείωση του περιθωρίου κέρδους για τον εξαγωγέα και στο μειωμένο έλεγχο της θέσης του προϊόντος και της τιμής του. Για την επιλογή του ενδιαμέσου με τον οποίο θα συνεργαστεί η επιχείρηση για να εξάγει, πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες, καθώς η απόφαση είναι ιδιαίτερα σημαντική και οι επιλογές πιθανόν να είναι πολλές. Κάποιοι από τους παράγοντες αυτούς μπορεί να είναι:

- Το δίκτυο πωλήσεων του ενδιαμέσου, ο βαθμός ανάπτυξης και εξάπλωσής του με την πάροδο του χρόνου κλπ.
- Το τμήμα της αγοράς στόχου που καλύπτει και η σχέση αυτού με τους στόχους της επιχείρησης, η ύπαρξη υποκαταστημάτων ή τοπικών γραφείων στην αγορά στόχο.
- Η ποικιλία και το μίγμα των προϊόντων που αντιπροσωπεύει ή πουλά, η σχέση τους με τα προϊόντα της επιχείρησης, η αντιπροσώπευση άλλων προϊόντων από την ελληνική αγορά, οι ελάχιστες πωλήσεις που μπορεί να εξασφαλίσει, η αποτελεσματικότητά του από πωλήσεις συμπληρωματικών ή σχετικών προϊόντων.
- Η μέθοδος αποθήκευσης ή αποθεματοποίησης των προϊόντων, η ευκολία επικοινωνίας μαζί του, η οργάνωση της επιχείρησης, οι υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει στον τελικό πελάτη κλπ.
- Η μέθοδος πωλήσεων που ακολουθεί, ο τρόπος παρακολούθησης της πορείας των πωλήσεων, ο τρόπος εκπαίδευσης του προσωπικού πωλήσεων.
- Τα χαρακτηριστικά των πελατών του, ποιοι και πόσοι είναι οι κυριότεροι πελάτες του.
- Η παροχή τεχνικής βοήθειας στη διενέργεια έρευνας αγοράς, τα μέσα προώθησης που χρησιμοποιεί, τα ποσά που επενδύει σε διαφήμιση και άλλες δράσεις

προώθησης, η πρόθεση να μοιραστεί το κόστος διαφήμισης, η ύπαρξη ιστοσελίδας και η προβολή των προϊόντων των επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύει μέσω αυτής.

Όλα τα ανωτέρω είναι σύμφωνα με την επίσημη ενημέρωση της Ελληνικής Πρεσβείας στη Μόσχα «ΘΕΣΜΙΚΟ-ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ, ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ» (2014).

4.3 ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να γίνει η μεταφορά των προϊόντων από την Ελλάδα προς την Ρωσία είναι κυρίως:

- Οδικώς.
- Αεροπορικώς.
- Θαλασσίως.

Για να επιλέξουμε το μεταφορικό μέσω εξαρτάται από:

- Την ποσότητα που θέλουμε να αποστείλουμε
- Τον χρόνο ταξιδιού
- Το κόστος μεταφοράς
- Την περιοχή από την οποία επιθυμεί ο πελάτης να παραλάβει τα προϊόντα

Πάντα ο τρόπος επιλέγεται σε συνεργασία με τον πελάτη διότι αυτός γνωρίζει καλύτερα την χώρα του, τις ιδιαιτερότητες της και αυτός έχει πάντα τον πρώτο λόγο. Όσον αφορά ποιος θα αναλάβει το έξοδα της μεταφοράς αυτό είναι καθαρά ένα εμπορικό κομμάτι το οποίο θα πρέπει να διευθετηθεί κατά την διάρκεια της σύναψης της εμπορικής συμφωνίας. Έπειτα θα πρέπει να βρούμε τους κατάλληλους συνεργάτες στον εκάστοτε μεταφορικό τομέα που θα μας παρέχουν υποστήριξη και γνώση της όλης διαδικασίας για την αποστολή των προϊόντων.

4.3.1 ΟΔΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ

Η μεταφορά των εμπορευμάτων γίνεται αποκλειστικά από φορτηγά κλειστού τύπου, δηλαδή με σταθερά τοιχώματα και όχι μουςαμά. Πριν την οποιαδήποτε οργάνωση οδικής μεταφοράς θα πρέπει η μεταφορική εταιρεία να παραλάβει επίσημο έγγραφο από τον παραλήπτη ότι αποδέχεται και επιβεβαιώνει ότι θα παραλάβει τα εμπορεύματα με την άφιξη τους στην Ρωσία. Επίσης θα πρέπει εξ αρχής να δηλωθεί το τελωνείο της Ρωσίας στο οποίο θα γίνει ο εκτελωνισμός των εμπορευμάτων.

Τα εμπορεύματα τοποθετούνται πάνω σε ευρώ παλέτες οι οποίες θα πρέπει να είναι απεντομωμένες σύμφωνα με τον διεθνή κώδικα ISPM 15. Έπειτα γίνεται πολύ προσεκτικό δέσιμο των παλετών καθώς και συσκευασία τους με ειδική μεμβράνη για να υπάρχει ασφάλεια κατά την μεταφορά, ειδικότερα σε περίπτωση που το μέλι έχει τοποθετηθεί σε γυάλινα βάζα που είναι εύθραυστα.

Ο οδηγός θα πρέπει να έχει μαζί του κατά την αναχώρηση του από την Ελλάδα τα πρωτότυπα έγγραφα των εμπορευμάτων τα οποία είναι: το εμπορικό τιμολόγιο, το κιβωτολόγιο, το πιστοποιητικό φυτοϋγείας, το πιστοποιητικό καταγωγής καθώς και το απαραίτητο κτηνιατρικό πιστοποιητικό που αναφέρθηκαν παραπάνω. Είναι ακριβώς τα ίδια έγγραφα που απαιτούνται και στην θαλάσσια μεταφορά μόνο που θα πρέπει να τα έχει ο οδηγός μαζί του κατά την διάρκεια του ταξιδιού.

Το κόστος μεταφοράς π.χ. από την Θεσσαλονίκη προς την Μόσχα είναι περίπου 4500 ευρώ και ο χρόνος ταξιδιού είναι περίπου 7-10 ημέρες μέσω Ρουμανίας. Κόστος πολύ ακριβότερο από το θαλάσσιο αλλά με μικρότερο χρόνο ταξιδιού. Το κόστος αυτό αφορά ένα φορτηγό το οποίο έχει φορτωθεί πλήρως από την εξαγωγική εταιρεία. Στην οδική μεταφορά υπάρχει η δυνατότητα αποστολής πιο λίγων παλετών. Δηλαδή συμφόρτωση με άλλους φορτωτές.

Αντίστοιχα στην οδική μεταφορά εκδίδεται η φορτωτική οδικής μεταφοράς η λεγόμενη CMR (Convention relative au contrat de transport international de Marchandises per Roure) η οποία είναι μοναδική για κάθε φορτίο.

Πάλι και σε αυτήν την περίπτωση μεταφοράς η ύπαρξη εκτελωνιστή είναι απαραίτητη καθώς χρειάζεται για την έκδοση της άδειας εξαγωγής και των λοιπών απαιτούμενων εγγράφων που θα πρέπει να εκδοθούν. Η αμοιβή του και σε αυτή την περίπτωση κυμαίνεται μεταξύ 60 με 100 ευρώ.

Τέλος καλό θα είναι η μεταφορική εταιρεία που θα επιλέξει η εξαγωγική εταιρεία να συνεργαστεί να διαθέτει φορτηγά με εγγύηση μεταφοράς TIR (Transports Internationaux Routiers – Διεθνείς Οδικές Μεταφορές), το οποίο σημαίνει ότι το φορτηγό θα σφραγιστεί στην χώρα φόρτωσης δηλαδή στην Ελλάδα και θα ανοιχτεί στην χώρα προορισμού δηλαδή την Ρωσία, δίχως να ανοιχτεί στις ενδιάμεσες χώρες που θα περάσει το φορτηγό δηλαδή την Ρουμανία.

Για τις παραπάνω πληροφορίες της οδικής μεταφοράς χρειάστηκε η τηλεφωνική επικοινωνία με την μεταφορική εταιρεία DHL. Η επαφή έγινε τον Ιανουάριο 2018.

4.3.2 ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑ

Για το λόγο ότι υπάρχουν περιορισμοί από τα ρωσικά αεροδρόμια για τα εμπορεύματα που θέλουμε να αποστείλουμε θα πρέπει να συμβουλευτούμε την αεροπορική εταιρεία η οποία γνωρίζει πιο αεροδρόμιο θα πρέπει να χρησιμοποιήσουμε. Στην συγκεκριμένη περίπτωση έχοντας επικοινωνήσει με την μεταφορική εταιρεία DHL προκειμένου να συμβουλευτούμε και να μας καθοδηγήσουν λόγω ότι το προϊόν μας ανήκει στην κατηγορία των τροφίμων καλό είναι να επιλέξουμε το αεροδρόμιο της Μόσχας. Η επιλογή ήταν τυχαία και κατά κύριο λόγο θέλαμε να μάθουμε την όλη διαδικασία της αεροπορικής μεταφοράς. Εάν γνωρίζουμε που είναι ο παραλήπτης μας και ενημερώνοντας μας πιο αεροδρόμιο τον εξυπηρετεί καλύτερα τότε θα πρέπει να συμβουλευτούμε και πάλι την μεταφορική εταιρεία για τυχόν περιορισμούς και δυσκολίες που μπορεί να υπάρχουν. Ο χρόνος ταξιδιού από Αθήνα για Μόσχα είναι περίπου 2-4 ημέρες μέσω Βελιγραδίου και η αεροπορική εταιρεία που χρησιμοποιείται είναι η Air Serbia.

Δυστυχώς για την αποστολή των εμπορευμάτων θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί το αεροδρόμιο της Αθήνας, διότι προς το παρόν δεν υπάρχει σύνδεση με τη Ρωσία από την Θεσσαλονίκη για την αποστολή εμπορευμάτων. Παρόμοια και εδώ η τοποθέτηση των εμπορευμάτων γίνεται σε ευρώ παλέτες απεντομωμένες βάση του κώδικα ISPM 15 με διαστάσεις 1,20 μέτρα x 0,80 μέτρα. Το ανώτερο ύψος που θα πρέπει να έχουν τα τοποθετημένα προϊόντα πάνω στη παλέτα είναι 1,10 μέτρα. Το βάρος της παλέτας θα πρέπει να είναι μικρότερο από 150 κιλά. Τα προϊόντα θα πρέπει να τοποθετηθούν σταθερά πάνω στις παλέτες και στο τέλος να συσκευαστούν με ειδική μεμβράνη. Επίσης θα πρέπει να γίνει η χρήση φυσαλίδων αέρα ανάμεσα στις παλέτες σε περίπτωση που το προϊόν είναι εύθραυστο.

Θα πρέπει και στις τέσσερις μεριές της συσκευασμένης παλέτας να τοποθετηθούν τα πλήρη στοιχεία του αποστολέα και του παραλήπτη. Πάντα πριν την επιβίβαση της παλέτας στο αεροδρόμιο γίνεται έλεγχος με σύστημα ακτινών X-ray το οποίο είναι προσαρμοσμένο στις διαστάσεις της ευρώ παλέτας (1,20μ. x 0,80μ. x 1,10μ.). Αυτός είναι και ο λόγος που θα πρέπει να τηρήσει ο φορτωτής τις ακριβείς διαστάσεις διότι αλλιώς δεν θα μπορεί να περάσει από τον έλεγχο.

Όπως και στην οδική μεταφορά έτσι και εδώ η αεροπορική εταιρεία θα πρέπει να παραλάβει επίσημο έγγραφο του παραλήπτη ότι αποδέχεται και επιβεβαιώνει ότι θα παραλάβει τα εμπορεύματα. Για την παραλαβή των εμπορευμάτων από τον παραλήπτη απαιτούνται και εδώ τα ίδια έγγραφα όπως στην θαλάσσια και οδική μεταφορά δηλαδή πρωτότυπα: εμπορικό τιμολόγιο, κιβωτολόγιο, πιστοποιητικό φυτοϋγείας,

πιστοποιητικό καταγωγής καθώς και το απαραίτητο κτηνιατρικό πιστοποιητικό. Παράλληλα η αεροπορική εταιρεία εκδίδει την σχετική φορτωτική της η οποία απαιτείται επίσης για την παραλαβή των εμπορευμάτων.

Το κόστος για την αποστολή μίας παλέτας 45 κιλών είναι περίπου 100 ευρώ (περιλαμβάνει τον αεροπορικό ναύλο, τα έξοδα φορτώσεως και τα έξοδα της έκδοσης φορτωτικής). Αναλόγως τα κιλά υπάρχει και σχετική κλίμακα. Επίσης και εδώ τα ναύλα ισχύουν για ένα μήνα, από την αρχή του μήνα έως το τέλος του. Στην αεροπορική μεταφορά την διαδικασία του εκτελωνισμού την αναλαμβάνει η αεροπορική εταιρεία με κόστος 90 ευρώ.

Τέλος ο παραλήπτης θα πρέπει να παραλάβει άμεσα τα εμπορεύματα από το ντεπό της αεροπορικής γραμμής διότι τα αποθηκευτικά έξοδα είναι υψηλά. Η παραλαβή των εμπορευμάτων γίνεται όλο το 24ωρο.

4.3.3 ΘΑΛΑΣΣΙΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑ

Για την ανάλυση του τρόπου της θαλάσσιας μεταφοράς θα υπάρξει ανάλυση με βάση της γνώσεις από την επαγγελματική μου εμπειρία όντας υπάλληλος μίας ναυτιλιακής εταιρείας που δραστηριοποιείται στις θαλάσσιες εισαγωγές και εξαγωγές προϊόντων με την χρήση εμπορευματοκιβωτίων.

Πρώτα απ' όλα θα πρέπει να αναφερθεί ότι οπωσδήποτε η εταιρεία θα πρέπει να διαθέτει έναν εκτελωνιστή συνεργάτη χωρίς του οποίου την μεσολάβηση με τα τελωνεία δεν μπορεί να προχωρήσει καμιά διαδικασία εξαγωγής. Αυτός είναι και ο αρμόδιος κατάλληλος να ενημερώσει και να διαφυλάξει την εταιρεία από την σωστή εξαγωγική διαδικασία την εξαγωγή στην χώρα ενδιαφέροντος και συγκεκριμένα στην Ρωσία. Θα πρέπει οπωσδήποτε η εταιρεία να εξουσιοδοτήσει τον εκτελωνιστή. Το κόστος περίπου του εκτελωνιστή για την διαδικασία του εκτελωνισμού είναι περίπου 60 με 100 ευρώ. Αναλόγως τις διαδικασίες που θα του αναθέσει η εταιρεία να κάνει για λογαριασμό της, πέρα από τα θέματα τα εκτελωνιστικά όπως είναι π.χ. η θεώρηση των εγγράφων από εμπορικό επιμελητήριο.

Όπως αναφέρεται από την ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ Α.Ε. (2015) τα απαραίτητα έγγραφα για την εξαγωγή εμπορευμάτων είναι τα ακόλουθα:

1. Κιβωτολόγιο (packing list). Αναλυτικά το περιεχόμενο για κάθε κιβώτιο με Μικτό βάρος και Καθαρό βάρος.

2. Δελτίο αποστολής του παραλήπτη του πελάτη του εξωτερικού και τόπο παράδοσης το τελωνείο εξαγωγής
3. Επιμελητηριακή ενημερότητα (αντίγραφο και των 2 όψεων της κάρτας που χορηγεί το Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο που φαίνεται η εγγραφή του εξαγωγέα στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγών). Προαιρετικά από 2012 αν είναι εγγεγραμμένοι στο ΓΕΜΗ (Γενικό Εμπορικό Μητρώο).
4. Πιστοποιητικά ανάλογα με το είδος ή τη χώρα καταγωγής και προορισμού (όχι στην περίπτωση οριστικής εξαγωγής εμπορευμάτων).
5. Εφόσον απαιτείται, υποβολή ειδικού πιστοποιητικού ή έγκρισης
6. EORI number (Economic Operator registration and Identification). Ο αριθμός EORI είναι ένας μοναδικός αριθμός που χορηγείται από τις αρμόδιες τελωνειακές αρχές των Κρατών Μελών στους οικονομικούς φορείς οι οποίοι στα πλαίσια των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων εμπλέκονται σε συναλλαγές που διέπονται από την τελωνειακή νομοθεσία.
7. Τιμολόγιο εξαγωγής-πώλησης χωρίς ΦΠΑ (INVOICE).

Για να επανέλθουμε στην θαλάσσια μεταφορά η εταιρεία αναλόγως από την πόλη στην οποία δραστηριοποιείται μπορεί να επιλέξει το λιμάνι από το οποίο επιθυμεί να εξαγάγει τα προϊόντα της. Στην Ελλάδα τα διαθέσιμα λιμάνι εμπορευματοκιβωτίων είναι το λιμάνι του Πειραιά, της Θεσσαλονίκης, του Βόλου και του Ηρακλείου.

Τα λιμάνια της Ρωσίας που χρησιμοποιούνται για την εξαγωγή των προϊόντων είναι κυρίως της Αγίας Πετρούπολης (Saint Petersburg) και του Νοβοροσίσκ (Novorossiysk) και πιο σπάνια του Καλίνινγκραντ (Kaliningrad). Το λιμάνι που θα πρέπει να επιλεγεί είναι ευθύνη του παραλήπτη διότι αυτός γνωρίζει ποιο είναι το πιο βολικό γι' αυτόν. Το ναυτιλιακό κόστος εξαρτάται από τον τύπο του εμπορευματοκιβωτίου που τα χρησιμοποιηθεί, 20ποδο ή 40ποδο. Παρακάτω γίνεται μια αναφορά για εξαγωγή από το λιμάνι της Θεσσαλονίκης και του Πειραιά προς τα αντίστοιχα Ρωσικά λιμάνια καθώς και οι χρόνοι ταξιδιού με βάση τις ανακοινωθέντες τιμές και δρομολόγια της ναυτιλιακής γραμμής για το μην Ιανουάριο 2018. Η εταιρεία λαμβάνει πάντοτε γραπτώς την προσφορά της εκάστοτε ναυτιλιακής γραμμής:

➤ Αγία Πετρούπολη:

- Τοπικά έξοδα φορτώσεως: ευρώ 165/20ποδο εμπ/τιο και ευρώ 215/40ποδο εμπ/τιο (είναι το κόστος για την παραλαβή και τοποθέτηση του εμπ/τίου επάνω στο πλοίο και είναι ίδια ανεξαρτήτως λιμανιού προορισμού, εξαρτάται από την ειδική συμφωνία που έχει συνάψει η εταιρεία με την ναυτιλιακή γραμμή.).

- Θαλάσσιος ναύλος: ευρώ 775/20ποδο εμπ/τιο και ευρώ 1300/40ποδο εμπ/τιο (ο θαλάσσιος ναύλος έχει ισχύ συνήθως ενός μήνα, από την αρχή μέχρι το τέλος του εκτός και αν υπάρξει διαφορετική συμφωνία με την ναυτιλιακή γραμμή).
- Χρόνος ταξιδιού: περίπου 24 ημέρες μέσω του λιμανιού του Ρότερνταμ.

➤ Νοβοροσίσκ:

- Τοπικά έξοδα φορτώσεως: ευρώ 165/20ποδο εμπ/τιο και ευρώ 215/40ποδο εμπ/τιο.
- Θαλάσσιος ναύλος: usd 510/20ποδο εμπ/τιο και usd 820/40ποδο εμπ/τιο.
- Χρόνος ταξιδιού: περίπου 14 ημέρες μέσω του λιμανιού του Πειραιά.

➤ Καλίνινγκραντ:

- Τοπικά έξοδα φορτώσεως: ευρώ 165/20ποδο εμπ/τιο και ευρώ 215/40ποδο εμπ/τιο.
- Θαλάσσιος ναύλος: ευρώ 775/20ποδο εμπ/τιο και ευρώ 1300/40ποδο εμπ/τιο.
- Χρόνος ταξιδιού: περίπου 23 ημέρες μέσω του λιμανιού της Αμβέρσας.

Σε περίπτωση που δεν διαθέτει η εταιρεία κάποιον γνώστη με τα ναυτιλιακά κόστη ή δεν διαθέτει αρμόδιο τμήμα μπορεί να αναθέσει την διαδικασία στον εκτελωνιστή της ή σε κάποια ενδιάμεση ναυτιλιακή εταιρεία τις λεγόμενες Freight Forwarders στον κλάδο τον ναυτιλιακό.

Στην συνέχεια εφόσον έχει επέλθει συμφωνία με το κόστος των ναύλων ακολουθείται μία διαδικασία λόγω του εμπάργκο που έχει ανακοινωθεί από την χώρα της Ρωσίας για την εισαγωγή των εμπορευμάτων. Θα πρέπει η εταιρεία να παραχωρήσει τα παρακάτω στοιχεία στην ναυτιλιακή γραμμή προκειμένου να τα αποστείλει στο νομικό της τμήμα το οποίο ασχολείται με αυτό το κομμάτι. Τα στοιχεία είναι τα κάτωθι τα οποία θα πρέπει από την αρχή μέχρι το τέλος να παραμείνουν αμετάβλητα διότι αλλιώς δεν θα μπορεί να προχωρήσει η εξαγωγή:

- Λιμάνι φόρτωσης.
- Λιμάνι εκφόρτωσης.
- Το προϊόν με την δασμολογική του κλάση.
- Για ποιο λόγο θα χρησιμοποιηθεί από τον παραλήπτη του.
- Αποστολέας ή αλλιώς φορτωτής με τα πλήρη στοιχεία του και η εμπορική του ιδιότητα.
- Παραλήπτης με τα πλήρη στοιχεία του και η εμπορική του ιδιότητα.

Μόλις η ναυτιλιακή εταιρεία πάρει το πράσινο φως από το νομικό της τμήμα τότε μπορεί ο φορτωτής, δηλαδή η εταιρεία που θα κάνει την εξαγωγή, να παραλάβει το εμπ/τιο από την μάντρα της ναυτιλιακής γραμμής και να προχωρήσει στην φόρτωση του εμπ/τίου. Για το λόγο αυτό χρειάζεται και η συνεργασία με μία μεταφορική εταιρεία η οποία αναλαμβάνει να παραλάβει το εμπ/τιο από την μάντρα της ναυτιλιακής, το μεταφέρει στην εταιρεία προκειμένου να γίνει η φόρτωση και έπειτα το επιστρέφει έμφορτο στην μάντρα της ναυτιλιακής γραμμής ή απευθείας μέσα στο λιμάνι, εξαρτάται από τις οδηγίες που θα του δώσει η γραμμή. Το κόστος πάντα της μεταφορικής εξαρτάται από το λιμάνι φόρτωσης και από το που βρίσκεται η εταιρεία φόρτωσης. Π.χ ένα κόστος για εξαγωγή από το λιμάνι της Θεσσαλονίκης για μια εταιρεία που βρίσκεται στην Σίνδο της Θεσσαλονίκης είναι περίπου 110 ευρώ.

Πάντοτε ο φορτωτής είναι υπεύθυνος για την σωστή φόρτωση/τοποθέτηση των εμπορευμάτων του μέσα στο εμπ/τιο. Το ίδιο αναφέρεται και στην φορτωτική που θα λάβει ο φορτωτής. Μετά την ολοκλήρωση της φόρτωσης, ο φορτωτής αποστέλλει το σημείωμα φόρτωσης στην ναυτιλιακή γραμμή προκειμένου να του εκδώσει την φορτωτική του. Το σημείωμα φόρτωσης αναφέρει ποιος είναι ο φορτωτής, ο παραλήπτης και τι έχει φορτωθεί μέσα στο εμπ/τιο καθώς και το μεικτό βάρος των εμπορευμάτων.

Όταν ολοκληρωθούν όλα με το καλό και αναχωρήσει το πλοίο θα πρέπει ο φορτωτής να αποστείλει στον παραλήπτη του όλα τα εμπορικά έγγραφα (πρωτότυπο εμπορικό τιμολόγιο, πρωτότυπο κιβωτολόγιο), τις πρωτότυπες φορτωτικές και τα πιστοποιητικά φυτοϋγείας, καταγωγής και το κτηνιατρικό πιστοποιητικό τα οποία απαιτούνται για την εξαγωγή του φυσικού μελιού και άλλων προϊόντων μελισσοκομίας, στον παραλήπτη του προκειμένου να παραλάβει το εμπ/τιο όταν φτάσει στο λιμάνι προορισμού. Ο παραλήπτης πάντα ειδοποιείται λίγες ημέρες από τον πράκτορα της ναυτιλιακής γραμμής στην Ρωσία για την άφιξη του εμπ/τίου και έχει δικαίωμα εντός λίγων ημερών να παραλάβει το έμφορτο εμπ/τιο, εφόσον προσκομίσει τα απαραίτητα έγγραφα και ο εκτελωνιστής του έχει προχωρήσει με τον εκτελωνισμό του και να το επιστρέψει στην ίδια καλή κατάσταση που το παρέλαβε.

4.4 SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΡΩΣΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Όπως έγινε αντιληπτό δεν θα μπορούσαμε να μην ασχοληθούμε και με μία SWOT ανάλυση της ρωσικής αγοράς, που είναι και η αγορά στόχος μας. Αυτό διότι θα βοηθήσει να διαπιστώσουμε κατά πόσο τελικά θα πρέπει να επιλεγεί ή όχι αυτή η

αγορά και τι θα πρέπει να προσέξουμε. Πάντοτε όπως γνωρίζουμε στον εργασιακό τομέα υπάρχει και το ρίσκο που θα πρέπει να πάρει ή όχι κάποια επιχείρηση για τους δικούς της λόγους, ασχέτως με το τι ισχύει ή όχι για την ρωσική αγορά. Στην παρακάτω ανάλυση με βοήθησε πολύ η επαφή με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά με την αγορά της Ρωσίας.

➤ ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Ισχυρή Οικονομία.
- Συνεχώς αναπτυσσόμενο κράτος.
- Φερεγγυότητα επιχειρήσεων.
- Αυξημένη τάση των καταναλωτών για υγιεινή διατροφή.
- Ύπαρξη Οργανισμών για την επαφή με ρωσικές επιχειρήσεις.
- Άρτια οργανωμένο εμπορικό επιμελητήριο.

➤ ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Ασταθές νομοθετικό πλαίσιο λόγω εμπάργκο.
- Καιρικές συνθήκες.
- Μεγάλο γεωγραφικά κράτος.
- Δύσκολη γλώσσα και όχι καλή χρήση των αγγλικών.
- Υποχρέωση για τήρηση των στοιχείων της κουλτούρας τους.
- Αυστηροί έλεγχοι.

➤ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- Μεγάλη αγορά.
- Ευρύ καταναλωτικό κοινό.
- Καλές σχέσεις Ελλάδας – Ρωσίας.
- Χρήση του μελιού στην καθημερινή τους διατροφή.
- Αναζήτηση ποιοτικών προϊόντων μελιού από τους Ρώσους κατοίκους.
- Ευκολία αποστολής προϊόντων.

➤ ΑΠΕΙΛΕΣ

- Έντονος ανταγωνισμός.
- Εμπάργκο ρωσικής κυβέρνησης.

4.5 ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Το 4^ο Κεφάλαιο που είναι ίσως και το σημαντικότερο με βάση το θέμα της εργασίας καθώς γίνεται μία πλήρης ανάλυση των όσων θα πρέπει να γνωρίζει η ελληνική μελισσοκομική επιχείρηση και γενικά οι επιχειρήσεις που θέλουν να εξάγουν τα προϊόντα τους στην Ρωσία. Έγινε μία προσπάθεια να συγκεντρωθούν και να αναλυθούν όλα εκείνα τα βασικά σημεία που θα πρέπει να γνωρίζει η επιχείρηση που επιθυμεί να εξάγει τα προϊόντα της στην Ρωσία όπως είναι η νομοθεσία που θα πρέπει να ακολουθήσει πιστά, οι διάφορες πιστοποιήσεις που θα πρέπει να έχουν τα μελισσοκομικά προϊόντα καθώς επίσης και πως μπορεί να γίνει η μεταφορά των προϊόντων από την Ελλάδα στην Ρωσία. Ουσιαστικά μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν ένας καλός οδηγός και το μόνο που ίσως μπορεί να χρειαστεί η επιχείρηση είναι κάποιες διευκρινίσεις.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Έχοντας ολοκληρώσει την διπλωματική μου εργασία, μέσα από διεξοδική έρευνα και επικοινωνία με ανθρώπους του κλάδου, διαπίστωσα ότι πρόκειται για μία καλή ευκαιρία για νέους ανθρώπους που αναζητούν την πρόοδο και την επιτυχία στον επαγγελματικό τους τομέα καθώς και την εξέλιξή τους σε πετυχημένους επιχειρηματίες. Σίγουρα η αρχή θα είναι δύσκολη αλλά με προσπάθεια και καλή θέληση το αποτέλεσμα θα ανταμείψει την όλη τους προσπάθεια.

Όπως έχει αναφερθεί, το άτομο που θα ξεκινήσει την δραστηριοποίηση του στον τομέα της μελισσοκομίας πρέπει πρώτα απ' όλα να το κάνει γιατί το αγαπάει. Μόνο έτσι θα καταλάβει με τι ακριβώς έχει να κάνει και πως πρέπει να πορευτεί. Αυτό το έχω βιώσει από την οικογένεια μου, όπου πλέον έχουμε φτάσει σε ένα σημείο που πιστεύουμε ότι σιγά σιγά πρέπει να κάνουμε το πρώτο βήμα και να ασχοληθούμε με τις εξαγωγές. Ζώντας σε μία χώρα με οικονομική κρίση και χαμηλό εισοδηματικό κύκλο, οι εξαγωγές είναι ο μοναδικός τρόπος για να επιβιώσει η επιχείρηση. Για το λόγο αυτό η εξαγωγή θα πρέπει να γίνει σε κάποιο κράτος που υπάρχει η δυνατότητα πώλησης του προϊόντος σε πολύ υψηλότερες τιμές απ' ότι στην Ελλάδα. Αυτός είναι και ένας από τους λόγους που επιλέχθηκε η Ρωσία σαν αγορά στόχος.

Για το λόγο αυτό θα πρέπει να είμαστε απόλυτα σίγουροι για το προϊόν μας, να μπορούμε να το υποστηρίξουμε καθώς και να μπορούμε να το εξελίξουμε, για να αποκτήσουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Όλα αυτά μπορούν να γίνουν πλέον πολύ εύκολα μέσα από διάφορα σεμινάρια που πραγματοποιούνται στους διάφορους νομούς της χώρας καθώς και με την συναναστροφή με επιχειρηματίες του κλάδου. Σημαντικό είναι και η απόκτηση καλών σχέσεων με άτομα του κλάδου για την υποστήριξη και βοήθεια σε περίπτωση οποιουδήποτε προβλήματος μπορεί να μας εμφανιστεί.

Τέλος αυτό που έγινε απόλυτα αντιληπτό και θα πρέπει να ακολουθήσει ο κάθε ενδιαφερόμενος, είναι η εγγραφή σε διάφορες ιστοσελίδες σχετικές με την μελισσοκομία. Μέσα από αυτά τα site μπορεί εύκολα ο καθένας να μαθαίνει έγκαιρα νέα και εξελίξεις του κλάδου καθώς επίσης και να λαμβάνει συμβουλές και λύσεις για κάποια ενδεχόμενα προβλήματα που αντιμετωπίζει και το σημαντικότερο είναι ότι τα περισσότερα είναι δωρεάν.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΑΝΑΦΟΡΩΝ

Ξένη

1. A, Thrasyvoulou (1986). *The use of HMF and diastase as criteria of quality of Greek honey*. σσ. 186-195.
2. Benton, T. A. (1982). *Rates of growth of honeybee larvae J.Apic. Res.* 21. σσ. 189-192.
3. Thrasyvoulou, A. (1986). *Journal of Apicultural Research*.

Ελληνική

1. Θρασυβούλου, Α. (1977). Στο *Εχθροί και Ασθένειες των Μελισσών* (σ. 166). Μελισσοκομική Επιθεώρηση.
2. Θρασυβούλου, Α. (1992). Στο *Μαθήματα Μελισσοκομίας* (σ. 240). Υπηρεσία Δημοσιευμάτων ΑΠΘ.
3. Θρασυβούλου, Α. (1998). *Πρακτική Μελισσοκομία. Προβλήματα, Αιτίες, Λύσεις. Μελισσοκομική Επιθεώρηση*
4. Θρασυβούλου Α. Καρανάσιος, Μ. (1982). *Μερικά χαρακτηριστικά του εγχώριου μελιού στην Ελληνική αγορά. Μελισσοκομική Επιθεώρηση*.
5. Πρεσβεία της Ελλάδας στη Μόσχα, (2014). *ΘΕΣΜΙΚΟ-ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ, ΚΑΝΟΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΥΠΑ ΕΜΠΟΡΙΟΥ*
6. Τανανάκη, Χ. (2013). *Προοπτικές ανάπτυξης της Μελισσοκομίας*.
7. Τατανάκη, Χ. (2002). Στο *Εμβολιασμός βασιλικών κελιών με γόνο κηφήνων* (σσ. 9-12). Μελισσοκομική Επιθεώρηση.
8. Σκαρέας, Σ. (2011). *Θαυμαστός κόσμος της μέλισσας*.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ


1. Aspete. (12/2017). *Ορισμός της επιχείρησης*. Ανάκτηση από <https://sites.google.com/site/epicheirleitourgiesaspete/kephalaio-1/orismos-epicheireses>
2. Foodgrade. (12/2017). *Πως καθορίζεται το μέγεθος των επιχειρήσεων*. Ανάκτηση από <http://www.foodgrade.gr/business-development/business-development-faqs-menu/71-organisation-size>
3. Foods, R. (2017). *Medovik – Russian Honey Cake Recipe*. Ανάκτηση από <https://russianfoods.com/medovik-russian-honey-cake>

4. russia-ic. (2011). *Sbitten – Old Russian Honey Herbal Drink*. Ανάκτηση από http://russia-ic.com/culture_art/cuisine/1264/#.WmCxrIRI_cu
5. Wikimart. (2012). *Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων- Έννοια και Περιεχόμενο*. Ανάκτηση από <https://wikimarkt.wikispaces.com>
6. Wikipedia. (12/2017). *Honey*. Ανάκτηση από https://en.wikipedia.org/wiki/Honey#Acid_content_and_flavor_effects
7. Wikipedia. (12/2017). *Russian cuisine*. Ανάκτηση από https://en.wikipedia.org/wiki/Russian_cuisine
8. Wikipedia. (12/2017). *Ρωσία*. Ανάκτηση από <https://en.wikipedia.org/wiki/Russia>
9. Wikipedia. (12/2017). *Ρωσικός πολιτισμός*. Ανάκτηση από https://en.wikipedia.org/wiki/Russian_culture
10. Βασιλική, Ν. (12/2017). *Τα είδη του μελιού και η εποχικότητά τους*. Ανάκτηση από <http://www.diaitologia.gr/eidi-meliou>
11. Βαφία, Α. (12/2017). *Ο κλάδος της Μελισσοκομίας στην Ελλάδα*. Ανάκτηση από http://www.melissokomia.com/aggeliki_vafia/greek_beekeeping.html
12. Υπουργείο Εξωτερικών (2017). *Οικονομικές - Εμπορικές υποθέσεις*. Ανάκτηση από <http://www.agora.mfa.gr/ta-grafeia-oikonomikon-emporikon-upotheseon/grafeia-ana-xora/office/863>
13. ΚΕΜΕΛ. (2014). *Top MeliBee*. Ανάκτηση από https://www.kemel.gr/sites/default/files/files/business_plan_top_melibee_201403_31_0.pdf
14. Λιαργκόβα, Ν. (2015). *Μέλι: Το νέκταρ των θεών και τα οφέλη του*. Ανάκτηση από <http://www.protothema.gr/afieromata/trefomai-sosta-gia-na-zo-kala/arthro/517190/meli-to-nektar-ton-theon-kai-ta-ofeli-tou>
15. Παπαστεργιόπουλος, Γ. (2017). *Πώς να ξεκινήσετε εξαγωγές (προϊόντα)*. Ανάκτηση από <http://startupgreece.gov.gr/el/howto>
16. Πασχάλης Χαριζάνης, Κ. Γ. (2011). *Οργάνωση μελισσοκομικής εκμετάλλευσης*. Ανάκτηση από <https://epoptes.wordpress.com>
17. Σκαρέας, Σ. (2017). *Η ζωή μέσα στην κυψέλη*. Ανάκτηση από <http://www.greekgastronomyguide.gr/item/zoi-mesa-stin-kypseli-meli>
18. Στράτος. (2017). *Τελικά τι είναι το μέλι; Όξινο, βασικό ή ουδέτερο;.* Ανάκτηση από <https://oreinomeli.wordpress.com/2017/11/30>
19. Τζιάσιος, Ι. (2016). *Μέλι - Τα οφέλη, η νοθεία, η κατανάλωση, οι μύθοι και οι αλήθειες*. Ανάκτηση από <http://www.ellinikomeli.gr/katanalotis/katanalotes-meli/891-meli-ofeli-notheia-katanalosi-mythoi-alithies>

20. Ε.Β.Ε.Α. (2015). *Πιστοποιητικά καταγωγής*. Ανάκτηση από <http://www.acci.gr/acci/articles/article.jsp?context=103&categoryid=434&articleid=779>
21. Ελληνική Εταιρεία Επενδύσεων και Εξωτερικού Εμπορίου Α.Ε. (2015). *Πιστοποιητικά Εξαγωγών*. Ανάκτηση από <http://www.enterprisegreece.gov.gr/files/%CE%92%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%20%CE%A0%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CE%B5%CE%BE%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CF%8E%CE%BD-2015-1.pdf>

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑ

ΕΚΘΕΜΑ 1: Δείγμα Πιστοποιητικού για την εξαγωγή φυσικού μελιού στην Ρωσία.

1. Shipment description / Описание поставки / Περιγραφή φορτίου 1.1 Name and address of consignor / Название и адрес грузоотправителя / Όνομα και Διεύθυνση Αποστολέα:	1.5 Certificate / Сертификат №/ Αριθμός Πιστοποιητικού: <h3 style="text-align: center;">30 GR</h3>
1.2 Name and address of consignee / Название и адрес грузополучателя / Όνομα και Διεύθυνση Παραλήπτη :	<div style="text-align: center;">  <p>HELLENIC REPUBLIC/ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ Veterinary certificate to export of natural honey and other apiculture products to the customs territory of the Eurasian Economic Union</p> <p>Βετεριναρνый сертификат на экспортные на таможенную территорию Евразийского экономического союза натуральный мед и другие продукты пчеловодства</p> <p>Κτηνιατρικό πιστοποιητικό για την εξαγωγή φυσικού μελιού και άλλων προϊόντων μελισσοκομίας στο τελωνειακό έδαφος της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης</p> </div>
1.3 Means of transport / Транспорт/ Μέσο Μεταφοράς: <i>(the number of the railway carriage, truck, container, flight-number, name of the ship / № вагона, автомашины, контейнера, рейс самолета, название судна. / ο αριθμός κυκλοφορίας φορτηγού, ο αριθμός βαγονιού ή εμπορευματοκιβωτίου, ο αριθμός πτήσης ή πλοίου.)</i>	1.6 Country of origin / Страна происхождения товара/ Χώρα προέλευσης: 1.7 Certifying country / Страна, выдавшая сертификат/Πιστοποιημένη χώρα:
1.4 Country of transit / Страна(ы) транзита/Χώρα διέλευσης:	1.8 Competent authority of the exporting country/ Компетентное ведомство страны-экспортера/Αρμόδια αρχή της χώρας εξαγωγής 1.9 Organisation of the exporting country issuing this certificate / Учреждение страны-экспортера, выдавшее сертификат/Οργανισμός της χώρας εξαγωγής που εκδίδει αυτό το πιστοποιητικό :
1.10 Point of crossing the border of the customs territory of the Eurasian Economic Union / Пункт пропуска товаров через таможенную границу/Σημείο διέλευσης των συνόρων της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης:	
2. Identification of products / Идентификация товара/ Ταυτοποίηση των προϊόντων:	
2.1 Name of the product / Наименование товара: Όνομα του προϊόντος: _____	
2.2 Date of production / Дата выработки товара/ Ημερομηνία παραγωγής: _____	
2.3 Type of package / Упаковка / Είδος συσκευασίας: _____	
2.4 Number of packages / Количество мест / Αριθμός πακέτων: _____	
2.5 Net weight (kg)/ Вес нетто (кг) / Καθαρό Βάρος (kg) : _____	
2.6 Number of seal / Номер пломбы: / Αριθμός της σφραγίδας: _____	
2.7 Identification marks / Маркировка / Σήμα αναγνώρισης: _____	
2.8 Conditions of storage and transport / Условия хранения и перевозки / Συνθήκες αποθήκευσης και μεταφοράς: _____	
3. Origin of the products / Происхождение товара/ Προέλευση των προϊόντων:	
3.1 Name, registration number and address of the company/ Название, регистрационный номер и адрес предприятия / Όνομα, αριθμός καταχώρησης και διεύθυνση της εγκατάστασης : _____	
3.2 Administrative-territorial unit / Административно-территориальная единица / Διοικητική ενότητα: _____	

4. Certificate on suitability of products in food / Свидетельство о пригодности продукции в пищу/ Πιστοποίηση της καταλληλότητας των προϊόντων στο τρόφιμο																	
<p>I, the undersigned state/official veterinarian certify that: Я, нижеподписавшийся государственный/официальный ветеринарный врач, настоящим удостоверяю следующее: Εγώ, ο υλογεγραμμένος κρατικός/επίσημος κτηνίατρος πιστοποιώ ότι :</p> <p>The certificate is based on the following pre-export certificates (see attached list in case more than two): Сертификат выдан на основе следующих до-экспортных сертификатов (при наличии более двух до-экспортных сертификатов прилагается список): Το πιστοποιητικό βασίζεται στα ακόλουθα προ-εξαγωγικά έγγραφα (επισημαίνεται κατάλογος στην περίπτωση που είναι περισσότερα από δύο) :</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Date: Дата: Ημερομηνία :</th> <th>Number: Номер Αριθμός :</th> <th>Country of origin: Страна происхождения Χώρα καταγωγής :</th> <th>Administrative territory: Административная территория: Διοικητική Ενότητα</th> <th>Registration number of the establishment: Регистрационный номер предприятия: Αριθμός καταχώρησης της Εγκατάστασης</th> <th>Name and quantity (net weight) of the product: Вид и количество (вес нетто) продукции: Όνομα και ποσότητα (καθαρό βάρος) του προϊόντος:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>						Date: Дата: Ημερομηνία :	Number: Номер Αριθμός :	Country of origin: Страна происхождения Χώρα καταγωγής :	Administrative territory: Административная территория: Διοικητική Ενότητα	Registration number of the establishment: Регистрационный номер предприятия: Αριθμός καταχώρησης της Εγκατάστασης	Name and quantity (net weight) of the product: Вид и количество (вес нетто) продукции: Όνομα και ποσότητα (καθαρό βάρος) του προϊόντος:						
Date: Дата: Ημερομηνία :	Number: Номер Αριθμός :	Country of origin: Страна происхождения Χώρα καταγωγής :	Administrative territory: Административная территория: Διοικητική Ενότητα	Registration number of the establishment: Регистрационный номер предприятия: Αριθμός καταχώρησης της Εγκατάστασης	Name and quantity (net weight) of the product: Вид и количество (вес нетто) продукции: Όνομα και ποσότητα (καθαρό βάρος) του προϊόντος:												
<p>4.1. Exported to the customs territory of the Eurasian Economic Union, natural honey and other apiculture products sourced from farms (apiaries) and administrative territories in accordance with regionalization, free from American foulbrood, European foulbrood, nose mosis during the last 3 months Экспортируемые на таможенную территорию Евразийского экономического союза натуральный мед и продукты пчеловодства получены из хозяйств (пасек) и административных территорий в соответствии с регионализацией, свободных от американского гнильца, европейского гнильца, нозематоза в течение последних 3 месяцев на территории хозяйств. Εξάγονται με προορισμό το τελωνειακό έδαφος της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης, φυσικό μέλι και τα άλλα μελισσοκομικά προϊόντα που προέρχονται από εκμεταλλεύσεις (μελίσσια) και διοικητικές περιοχές, σύμφωνα με την περιφερειοποίηση, ελεύθερες από την αμερικανική σηψηγόνια, την ευρωπαϊκή σηψηγόνια και τη νοζεμίαση, κατά τη διάρκεια των τελευταίων 3 μηνών.</p>																	
<p>4.2. Honey and apiculture products do not contain residues of chloramphenicol, chlorpromazine, colchicine, dapsone, dimetridazole, nitrofurans, ronidazole. Содержание хлорамфеникола - не более 100 мкг/кг, амитраз - не более 200 мкг/кг. Мед и продукты пчеловодства не содержат остатков хлорамфеникола, хлорпромазина, колхицина, дапсона, диметридазола, нитрофуранов, ронидазола. Содержание кумарфоса - не более 100 мкг/кг, амитраз - не более 200 мкг/кг. Το μέλι και τα μελισσοκομικά προϊόντα δεν περιέχουν κατάλοιπα χλωραμφαινικόλης, χλωροπρομαζίνης, κολχικίνης, δαψόνης, διμετριδαζόλης, νιτροφουράνια, ρονιδαζόλη. Κουμαρφός - λιγότερο από 100 μg / kg , αμιτράζη - λιγότερο από 200 μg / kg</p>																	
<p>4.3. Honey and apiculture products exported to the customs territory of the Eurasian Economic Union: - Have not modified the organoleptic, physical and chemical parameters; - Do not contain natural or synthetic estrogenic hormonal substances, thyrostatic preparations; - Do not have a package integrity violations; - Not contain residues of drugs that have been used for the treatment and processing of bee Мед и продукты пчеловодства, экспортируемые на таможенную территорию Евразийского экономического союза: - не имеют измененных органолептических, физических и химических показателей; - не содержат натуральных или синтетических эстрогенных гормональных веществ, тироостатических препаратов; - не имеют нарушений целостности упаковки; - не содержат остатков лекарственных препаратов, которые применялись для лечения и обработки пчел Μέλι και μελισσοκομικά προϊόντα που εξάγονται με προορισμό το τελωνειακό έδαφος της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης: - Δεν έχουν τροποποιηθεί τα οργανοληπτικά, φυσικές και χημικές παραμέτρους - Δεν περιέχουν φυσικές ή συνθετικές οσσίες με οιστρογόνο και θυροστατική δράση - Δεν έχει παραβιαστεί η ακεραιότητα της συσκευασίας - Δεν περιέχουν κατάλοιπα φαρμάκων που έχουν χρησιμοποιηθεί για τη θεραπεία και την επεξεργασία των μελισσών</p>																	
<p>4.4. The following pesticides were used during the collection of honey and the production of apiculture products В ходе сбора меда и производства продуктов пчеловодства использовались следующие пестициды Κατά την διάρκεια της συλλογής του μελιού και της παραγωγής των μελισσοκομικών προϊόντων χρησιμοποιήθηκαν τα ακόλουθα φυτοφάρμακα</p>																	
<p>4.5 Chemical-toxicological (heavy metals, pesticides), radiological and other indicators of honey and apiculture products correspond to actual veterinary and sanitary requirements and rules t of the customs territory of the Eurasian Economic Union. Химико-токсикологические (тяжелые металлы, пестициды), радиологические и другие показатели меда и продуктов пчеловодства соответствуют действующим на таможенной территории Евразийского экономического союза ветеринарным и санитарным нормам и правилам. Χημικοί -τοξικολογικοί (βαρέα μέταλλα, φυτοφάρμακα), ραδιολογικοί και άλλοι δείκτες του μελιού και μελισσοκομικών προϊόντων συμμορφώνεται με τις κτηνιατρικές και υγειονομικές απαιτήσεις και κανόνες που ισχύουν στο τελωνειακό έδαφος της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης.</p>																	
<p>4.6 Honey and apiculture products are fit for human consumption. Мед и продукты пчеловодства признаны пригодными для употребления в пищу. Το μέλι και τα μελισσοκομικά προϊόντα είναι κατάλληλα για ανθρώπινη κατανάλωση</p>																	

<p>4.7 Single-use containers and packaging material correspond to requirements of the Eurasian Economic Union Тара и упаковочный материал одноразовые и соответствуют требованиям Евразийского экономического союза Δοχεία και υλικά συσκευασίας είναι μιας χρήσης και συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις της Ευρασιατικής Οικονομικής Ένωσης</p>		
<p>4.8 The means of transport are treated and prepared in accordance with the rules approved in the exported country Транспортное средство обработано и подготовлено в соответствии с правилами, принятыми в стране-экспортере. Τα μέσα μεταφοράς υφίστανται χειρισμούς και προετοιμάζονται σύμφωνα με τους κανόνες που έχουν εγκριθεί στην χώρα εξαγωγής</p>		
<p>Place Место _____ Τόπος</p>	<p>Date Дата _____ Ημερομηνία</p>	<p>Official stamp : Печать Επίσημη σφραγίδα</p>
<p>Signature of state/official veterinarian Подпись государственного/официального ветеринарного врача Υπογραφή του Κρατικού/επίσημου κτηνίατρος</p>		
<p>Name and position in capital letters Ф.И.О. и должность Όνομα και θέση με κεφαλαία γράμματα</p>		
<p>Signature and stamp must be in a different colour to that in the printed certificate / Подпись и печать должны отличаться цветом от бланка / Η υπογραφή και η σφραγίδα πρέπει να έχουν διαφορετικό χρώμα από το τυπωμένο πιστοποιητικό.</p>		

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (2017).

ΕΚΘΕΜΑ 2: Η ανακοίνωση της Ρωσικής κυβέρνησης για τα προϊόντα που απαγορεύτηκε η εισαγωγή τους στην χώρα τους.

Unofficial translation

GOVERNMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION

RESOLUTION

Of 20 August 2014 No.830

Moscow

On the introduction of changes in the Resolution of the Government of the Russian Federation of 7 August 2014 No.778

The Government of the Russian Federation decrees as follows:

To approve the enclosed changes which are introduced in the Resolution of the Government of the Russian Federation of 7 August 2014 No.778 "On measures for implementation of the Decree of the President of the Russian Federation dated August 6, 2014 № 560 "On the application of certain special economic measures to ensure the security of the Russian Federation" (Official internet-portal of legal information (www.pravo.gov.ru), 7 August 2014, No. 00012014080070021).

Chairman of the Government of the Russian Federation

D.Medvedev

APPROVED
 By the Resolution of the Government
 Of the Russian Federation
 Of 20 August 2014 No.830

CHANGES

Which are introduced in the Resolution of the Government of the Russian Federation of 7 August 2014 No.778

To put the list of agricultural products, raw materials and foodstuffs originating from the United States, countries of the European Union, Canada, Australia and the Kingdom of Norway, and that are banned for imports to the Russian Federation for a period of one year, foreseen by the indicated Resolution, as follows:

ANNEX

To the Resolution of the Government of the Russian Federation of 7 August 2014 No.778
 (in edition of the Resolution of the Government of the Russian Federation
 of 20 August 2014 No.830)

List of agricultural products, raw materials and foodstuffs originating from the United States, countries of the European Union, Canada, Australia and the Kingdom of Norway, and that are banned for imports to the Russian Federation for a period of one year

CN CODE	List of products *) ***)
0201	Meat of bovine animals, fresh or chilled
0202	Meat of bovine animals, frozen
0203	Pork, fresh, chilled or frozen
0207	Meat and edible offal of the poultry indicated in line 0105, fresh, chilled or frozen
Out of 0210 **	Meat salted, in brine, dried or smoked
Out of 0301**	Live fish (excluding hatchlings of salmon (<i>Salmo salar</i>) and trout (<i>Salmo trutta</i>))
0302, 0303, 0304, 0305, 0306, 0307, 0308	Fish and crustaceans, molluscs and other aquatic invertebrates
Out of 0401**, out of 0402**, Out of 0403**, out of 0404**, Out of 0405**, out of 0406**	Milk and dairy products (excluding lactose-free milk and lactose-free milk products)
0701 (excluding 0701 10 000 0), 0702 00 000, 0703 (excluding 0703 10 110 0), 0704, 0705, 0706,	Vegetables, edible roots and tubers (excluding seed potatoes, seed onion, sugar maize hybrid for planting, peas for planting)

0707 00,
0708, 0709,
0710, 0711,
0712 (excluding 0712 90 110 0),
0713 (excluding 0713 10 100 0),
0714

0801, 0802,
0803, 0804,
0805, 0806,
0807, 0808,
0809, 0810,
0811, 0813

Fruit and nuts

1601 00

Sausages and similar products of meat, meat offal or blood;
final food products based thereon

Out of 1901 90 110 0**,
Out of 1901 90 910 0**

Food or finished products (excluding biologically active
supplements; vitamin-mineral complexes; flavour additives;
protein concentrates (of animal and plant origin) and their
mixtures; food fibers; food additives (including complex ones)

Out of 2106 90 920 0**,
Out of 2106 90 980 4**,
Out of 2106 90 980 5**,
Out of 2106 90 980 9**

* For the purposes of the application of this list, one should be guided solely by the CN CODE, name of product is shown for convenience.

** For the purposes of the application of this position, one should be guided both by a CN CODE, and the name of the product.

*** Except for goods destined for baby food.

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (2017).