

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ, ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΕΘΝΩΝ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΝΕΟΛΑΙΑΣ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ



ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΝΟΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΠΩΛΗΣΗΣ ΦΥΣΙΚΟΥ
ΟΙΝΟΥ



ΤΗΣ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ:
ΔΗΜΗΤΡΑΣ ΜΑΚΡΗ

Α.Μ: 21021

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ Π. ΜΠΙΤΖΕΝΗΣ



Εισαγωγή

Στη σύγχρονη εποχή καθίσταται όλο και πιο δύσκολη τόσο η βιωσιμότητα, όσο και η εξέλιξη των επιχειρήσεων. Προκειμένου να επιβιώσουν και ταυτόχρονα να επιτύχουν τους στόχους τους οι επιχειρήσεις, κρίνεται απαραίτητη η διαρκής προσπάθεια εξέλιξής τους, λαμβάνοντας πάντα υπόψη τις καταναλωτικές προτιμήσεις της αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται.

Μία ακόμη μικρομεσαία επιχείρηση αποτελεί η Καμάρα Οινοποιητική Α.Ε., η οποία δραστηριοποιείται στον χώρο των βιολογικών και φυσικών οίνων τα τελευταία έτη.

Το κύριο αντικείμενο μελέτης της διπλωματικής εργασίας είναι τα μέσα με τα οποία μία μικρομεσαία οικογενειακή επιχείρηση, όπως το Κτήμα Καμάρα Κιουτσούκη, μπορεί να αναδιοργανωθεί και να επεκταθεί δεδομένων των συνθηκών και χρησιμοποιώντας σύγχρονα εργαλεία και μέσα όπως το διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό κατάστημα.



**Γενικές πληροφορίες της επιχείρησης
Καμάρα Οινοποιητική Α.Ε**



Αποτελεί οικογενειακή επιχείρηση

Εξειδικεύεται στην παραγωγή φυσικού οίνου (κατά τη διαδικασία της οινοποίησης η επιχείρηση δε χρησιμοποιεί κανένα χημικό πρόσθετο)

Δραστηριοποιείται στον πρωτογενή (καλλιέργεια αμπελώνων), στο δευτερογενή (μεταποίηση των σταφυλιών σε κρασί) και στον τριτογενή τομέα (πώληση κρασιών)

Στόχος είναι η παραγωγή υψηλής ποιότητας κρασιών και καινοτόμων συνδυασμών διαφόρων ποικιλιών κρασιού

Υπεύθυνος	Τομέας δραστηριότητας
Ιδρυτής/Χημικός	Τμήμα πωλήσεων και προώθησης προϊόντων
	Οινοποίηση
Οινολόγος/Γεωπόνος	Παροχή συμβουλευτικής υποστήριξης κατά την καλλιέργεια των αμπελώνων
	Σχεδιασμός ετικετών των φιαλών κτήματος
	Οινοποίηση
Μηχανολόγος Μηχανικός	Μηχανικός παραγωγής και διοίκησης
	Τεχνικός βιομηχανικού εξοπλισμού
Γεωπόνος	Καλλιέργεια αμπελώνων
	Αποστολές και διαχείριση παραγγελιών

Πίνακας 1: Πίνακας οργάνωσης αρμοδιοτήτων εταιρείας



Για την προώθηση των φυσικών οίνων η επιχείρηση:

- ✓ Συμμετέχει σε εκθέσεις κρασιών παγκοσμίως
- ✓ Συμμετέχει σε παρουσιάσεις του portfolio των συνεργαζόμενων εταιρειών και εισαγωγέων
- ✓ Προσκαλεί συνεργαζόμενους ή εν δυνάμει εισαγωγείς να επισκεφθούν τις εγκαταστάσεις του οινοποιείου
- ✓ Οργανώνει εκδηλώσεις γευστιγνωσίας στον χώρο του οινοποιείου
- ✓ Με τη χρήση του διαδικτύου αναδεικνύει την μοναδικότητα των προϊόντων της



The background is a light green surface covered with various hand-drawn business diagrams and charts. These include flowcharts with boxes and arrows, line graphs with peaks and valleys, bar charts, pie charts, and circular diagrams. Some diagrams are labeled with words like 'PLAN', 'PROGRESS', 'MANAGEMENT', 'IDEA', 'START', 'NEXT', 'OPTIONS', 'UP', and 'DOWN'. There are also small icons of people and arrows pointing in different directions. The overall theme is business strategy and planning.

Σύνταξη του marketing plan του κτήματος Καμάρα Κιουτσούκη

01

Το marketing plan μιας επιχείρησης είναι αυτό που καθοδηγεί τις στρατηγικές που θα ακολουθήσει η επιχείρηση. Καθορίζει τους στόχους, μελετά τις καταναλωτικές συνήθειες, ανάγκες και προτιμήσεις.

02

Αρκετοί καταναλωτές οίνου στρέφονται στην ποσότητα, έναντι ποιότητας, ενώ παράλληλα ο κλάδος της παραγωγής και πώλησης οίνου στην Ελλάδα αλλά και στην παγκόσμια αγορά διακρίνεται από έντονο ανταγωνισμό.

03

Για να μπορούν επομένως οι επιχειρήσεις να παραμένουν ανταγωνιστικές, κρίνεται απαραίτητο να προσαρμόζονται συνεχώς στα νέα τεχνολογικά δεδομένα και να τα χρησιμοποιούν προς όφελός τους.

04

Η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, είναι μια στρατηγική κίνηση που θα επιτρέψει στην επιχείρηση να επεκταθεί σε εγχώρια και παγκόσμια κλίμακα.

Βασικοί στρατηγικοί στόχοι marketing που θα ακολουθήσει η επιχείρηση:

Κατανόηση καταναλωτικού κοινού – προσδιορισμός προτιμήσεων

Δημιουργία ενός ισχυρού εργαλείου διαφήμισης και πώλησης φυσικών κρασιών

Στοχευμένη δημιουργία περιεχομένου

The background of the slide features a blurred image of a document with a pen. A line graph is visible, showing an upward trend. The graph has a solid line and a dotted line. The numbers '2.5' and '2.47' are visible on the graph. The pen is positioned at the top right of the graph, pointing towards the data points.

Ανάλυση δεδομένων του business plan





Economic

- Πληθωρισμός – μείωση καταναλωτικής δύναμης
- Μεταβολές της αγοράς - πανδημία

Social

- Επιρροή της παγκοσμιοποίησης
- Σύγχρονα trends – μόδες

Political

- Αλλαγές στη νομοθεσία
- Πολιτικές αγορών σε άλλες χώρες – περιορισμοί
- Γραφειοκρατία

P.E.S.T.L.E
ANALYSIS

Environmental

- Κλιματικές αλλαγές
- Εκμετάλλευση φυσικών πόρων-απορριμμάτων

Legal

- Νομοθεσίες
- Δίκαιο εργασίας
- Φορολογία εισαγωγών/εξαγωγών

Technological

- Νέες τεχνολογίες: μεγαλύτερη ταχύτητα - μείωση κόστους παραγωγής
- Διαδίκτυο



**Σενάρια business plan με χρηματοδότηση
Leader**

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	262.500 €	276.500 €	280.500 €	314.500 €	391.000 €
ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	240.170 €	260.225 €	263.595 €	311.075 €	378.925 €

Πίνακας 1.1: Πίνακας εσόδων-εξόδων απαισιόδοξου σεναρίου κατασκευής υπόγειου κελαριού και σχεδίου οινοτουρισμού [Πηγή: Μακρή, Δ.:2021]

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	300.000 €	320.000 €	330.000 €	370.000 €	460.000 €
ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	246.200 €	267.500 €	272.700 €	321.500 €	392.500 €

Πίνακας 2.1: Πίνακας εσόδων-εξόδων κανονικού σεναρίου κατασκευής υπόγειου κελαριού και σχεδίου οινοτουρισμού [Πηγή: Μακρή, Δ.:2021]

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	337.500 €	363.500 €	379.500 €	425.500 €	529.000 €
ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	252.230 €	274.775 €	281.805 €	331.925 €	406.075 €


Πίνακας 3.1: Πίνακας εσόδων-εξόδων αισιόδοξου σεναρίου κατασκευής υπόγειου κελαριού και σχεδίου οινοτουρισμού [Πηγή: Μακρή, Δ.:2021]

Απαισιόδοξο σενάριο: τα κέρδη της επιχείρησης ήταν ελάχιστα εντός του διαστήματος της 5ετίας.

Κανονικό σενάριο: η επιχείρηση εντός της 5ετίας έχει ένα μέτριο προς καλό ποσοστό κέρδους

Αισιόδοξο σενάριο: οι κατασκευές του κελαριού και του καταλύματος, παράλληλα με τις αυξήσεις των πωλήσεων των προϊόντων παρέχουν πολύ θετική πρόβλεψη εισοδήματος εντός της 5ετίας.



A collage of business-related items including a keyboard, a calculator, a compass, a pen, and various charts and graphs. The background is a light gray with a semi-transparent white overlay containing the text.

Χρηματοοικονομική ανάλυση δεδομένων του business plan: πιθανά σενάρια

125,058	154,568	95,054	124,500
125,487	56,845	97,511	125,000
124,000	110,000	99,011	154,000
150	150,000	99,216	95,000
	35,000	101,090	154,200
		101,684	110,000
		101,962	89,000
			50,000
			10,700

Απαισιόδοξο σενάριο

ΔΙΑΙΣΙΟΔΟΞΟ ΣΕΝΑΡΙΟ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	496.570 €	338.704 €	355.639 €	373.421 €	392.092 €
ΠΩΛΗΣΕΙΣ/ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	322.575 €	338.704 €	355.639 €	373.421 €	392.092 €
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΙΣΙΟΔΟΣΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ(ΚΕΡΑΗ 2ΟΥ ΕΤΟΥΣ)	173.995 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΚΟΣΤΗ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ ΥΛΙΚΩΝ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ	0,50 €	0,50 €	0,50 €	0,50 €	0,50 €
ΦΕΛΛΟΙ	0,19 €	0,19 €	0,19 €	0,19 €	0,19 €
ΚΙΒΩΤΙΑ	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €
ΕΤΙΚΕΤΕΣ	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €
ΚΕΡΙ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΦΕΛΛΩΝ	0,13 €	0,13 €	0,13 €	0,13 €	0,13 €
ΚΑΨΥΛΙΑ ΕΠΙΠΩΜΑΤΩΣΗΣ	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €
ΕΤΗΣΙΑ ΚΟΣΤΗ ΥΛΙΚΩΝ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΚΟΣΤΟΣ ΜΠΟΥΚΑΛΙΩΝ	23.800,00 €	25.466,00 €	27.249,00 €	29.156,00 €	31.197,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΦΕΛΛΩΝ	9.044,00 €	9.677,00 €	10.354,00 €	11.079,00 €	11.855,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΙΒΩΤΙΩΝ	7.933,00 €	8.489,00 €	9.083,00 €	9.719,00 €	10.399,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΤΙΚΕΤΩΝ	6.664,00 €	7.130,00 €	7.630,00 €	8.164,00 €	8.735,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΕΡΙΩΝ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΦΕΛΛΩΝ	476,00 €	509,00 €	545,00 €	583,00 €	624,00 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΨΥΛΙΩΝ ΕΠΙΠΩΜΑΤΩΣΗΣ	4.393,00 €	4.701,00 €	5.030,00 €	5.382,00 €	5.759,00 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΛΙΚΩΝ	52.311,00 €	55.973,00 €	59.891,00 €	64.083,00 €	68.569,00 €
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΣΤΑΘΕΡΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ/ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΞΟΔΑ	20.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €
ΕΚΘΕΣΕΙΣ	60.000,00 €	63.000,00 €	63.400,00 €	65.000,00 €	67.000,00 €
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ/ΤΡΑΚΤΕΡ/ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ/SERVICES	33.000,00 €	52.000,00 €	70.000,00 €	80.000,00 €	86.000,00 €
ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΑ/ΦΥΤΙΚΑ ΡΑΝΤΙΣΜΑΤΑ	20.000,00 €	21.000,00 €	23.000,00 €	23.000,00 €	24.000,00 €
ΕΞΟΔΑ MARKETING/ΕΞΟΔΑ WEBSITE	3.000,00 €	2.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
ΜΙΣΘΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ/ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ	100.000,00 €	110.000,00 €	115.000,00 €	117.000,00 €	118.000,00 €
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ	3.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ	5.000,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ COURIER	1.900,00 €	2.033,00 €	2.175,00 €	2.328,00 €	2.491,00 €
ΕΤΗΣΙΑ ΕΞΟΔΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΤΗΣΙΑ ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ	247.400,00 €	273.533,00 €	298.075,00 €	311.828,00 €	321.991,00 €
ΕΞΟΔΑ/ΖΗΜΙΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	22.864 €	9.198 €	-2.327 €	-2.490 €	1.533 €
ΚΕΡΑΗ/ΖΗΜΙΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	196.859 €	9.198 €	-2.327 €	-2.490 €	1.533 €
ΦΟΡΟΣ 24%	5.487 €	2.208 €	0 €	0 €	368 €
(ΚΕΡΑΗ/ΖΗΜΙΑ)	17.377 €	6.991 €	-2.327 €	-2.490 €	1.165 €
ΚΑΛΥΨΗ ΖΗΜΙΑΣ ΜΕΣΩ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΔΙΣΙΟΔΟΣΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ ΔΙΠΟ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ LEADER	173.995 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΣΩΡΕΥΤΙΚΟ	191.372 €	198.363 €	196.036 €	193.546 €	194.711 €

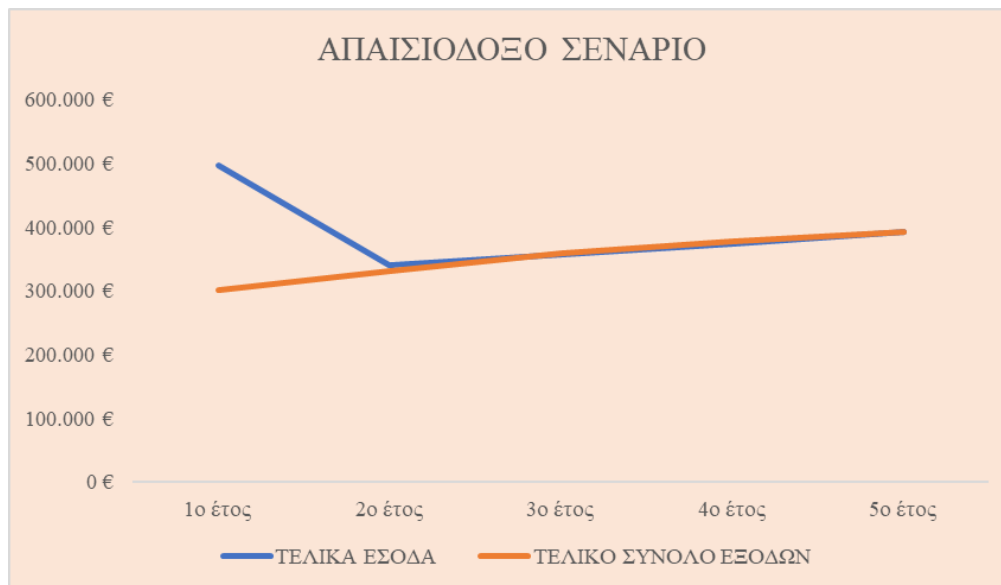
Πίνακας 2: Χρηματοοικονομική ανάλυση απαισιόδοξου σεναρίου

- Η δημιουργία ιστοσελίδας και ηλεκτρονικού καταστήματος δεν κατάφερε να αυξήσει την δημοτικότητα της επιχείρησης.
- Ο υψηλός πληθωρισμός μείωσε την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, μειώνοντας τη ζήτηση και την κατανάλωση οίνου.
- Χαμηλότερος αριθμός πωλήσεων → μειωμένη κερδοφορία.
- Έσοδα από τις πωλήσεις και την διαμονή στο κατάλυμα υπολογίζονται με μία μείωση 15% σε σχέση με το κανονικό σενάριο.
- Η μειωμένη αποτελεσματικότητα της επένδυσης οδήγησε σε μειωμένη δημοτικότητα της εταιρείας → μειωμένη προτίμηση από τους τελικούς καταναλωτές.
- Τα κόστη υλικών, μειώνονται ελαφρώς λόγω της μειωμένης ζήτησης και των λιγότερων παραχθέντων μονάδων προϊόντος.



Απαισιόδοξο σενάριο

Τα υπόλοιπα έξοδα της επιχείρησης παραμένουν σταθερά με αποτέλεσμα στο 3ο και 4ο έτος τα συνολικά έξοδα να υπερβαίνουν τα έσοδα της επιχείρησης οδηγώντας σε ζημία.



Διάγραμμα 1: Τελικά έσοδα και έξοδα απαισιόδοξου σεναρίου

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	496.570 €	338.704 €	355.639 €	373.421 €	392.092 €
ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	299.711 €	329.506 €	357.966 €	375.911 €	390.560 €

Πίνακας 3: Πίνακας εσόδων-εξόδων απαισιόδοξου σεναρίου

Διάγραμμα 1:

Τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης παρουσιάζουν μια αυξητική τάση και τα έξοδα της αυξάνονται με τον ίδιο ρυθμό.



Μείωση κερδοφορίας/ζημία κατά το 3^ο και 4^ο έτος η γραμμή των εξόδων ξεπερνάει αυτή των εσόδων.

Κανονικό σενάριο



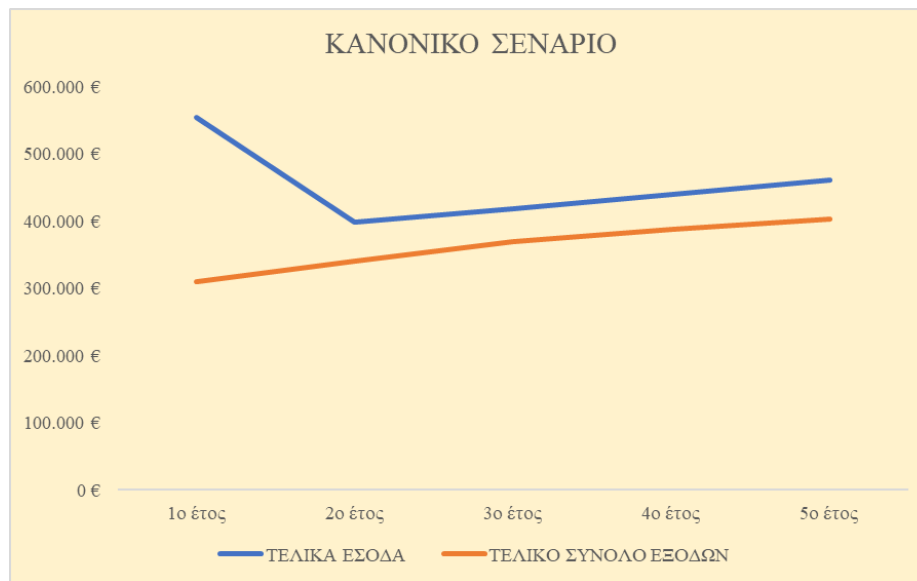
- Αύξηση τόσο της αναγνωρισιμότητας της επιχείρησης, όσο και των πωλήσεων των φυσικών οίνων του κτήματος.
- Επαρκής αύξηση των γενικότερων εσόδων της επιχείρησης και σταθερή αύξηση της επισκεψιμότητας στα καταλύματα.
- Η δημιουργία της ιστοσελίδας και του ηλεκτρονικού καταστήματος, αυξάνει τις πωλήσεις και τα έσοδα κατά 15% σε σχέση με το απαισιόδοξο σενάριο
- Τα επόμενα έτη παρατηρείται μία αύξηση 5% ετησίως.
- Κατά το κανονικό σενάριο η εταιρεία παρουσιάζει μια ικανοποιητική κερδοφορία → επικερδής επένδυση

ΚΑΝΟΝΙΚΟ ΣΕΝΑΡΙΟ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	553.495 €	398.475 €	418.399 €	439.319 €	461.285 €
ΠΩΛΗΣΕΙΣ/ΕΣΟΔΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	379.500 €	398.475 €	418.399 €	439.319 €	461.285 €
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΑΙΣΙΟΔΟΞΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ(ΚΕΡΑΗ 2ΟΥ ΕΤΟΥΣ)	173.995 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΚΟΣΤΗ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ ΥΛΙΚΩΝ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ	0,50 €	0,50 €	0,50 €	0,50 €	0,50 €
ΦΕΛΛΟΙ	0,19 €	0,19 €	0,19 €	0,19 €	0,19 €
ΚΙΒΩΤΙΑ	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €
ΕΤΙΚΕΤΕΣ	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €
ΚΕΡΙ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΦΕΛΛΩΝ	0,13 €	0,13 €	0,13 €	0,13 €	0,13 €
ΚΑΨΥΛΙΑ ΕΠΙΠΩΜΑΤΩΣΗΣ	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €
ΕΤΗΣΙΑ ΚΟΣΤΗ ΥΛΙΚΩΝ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΚΟΣΤΟΣ ΜΠΟΥΚΑΛΙΩΝ	28.000 €	29.960 €	32.057 €	34.301 €	36.702 €
ΚΟΣΤΟΣ ΦΕΛΛΩΝ	10.640 €	11.385 €	12.182 €	13.034 €	13.947 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΙΒΩΤΙΩΝ	9.333 €	9.987 €	10.686 €	11.434 €	12.234 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΤΙΚΕΤΩΝ	7.840 €	8.389 €	8.976 €	9.604 €	10.277 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΕΡΙΩΝ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΦΕΛΛΩΝ	560 €	599 €	641 €	686 €	734 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΨΥΛΙΩΝ ΕΠΙΠΩΜΑΤΩΣΗΣ	5.169 €	5.531 €	5.918 €	6.332 €	6.775 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΛΙΚΩΝ	61.542 €	65.850 €	70.460 €	75.392 €	80.669 €
ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΣΤΑΘΕΡΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ/ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΣΟΔΑ	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
ΕΚΘΕΣΕΙΣ	60.000 €	63.000 €	63.400 €	65.000 €	67.000 €
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ/ΤΡΑΚΤΕΡ/ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ/SERVICES	33.000 €	52.000 €	70.000 €	80.000 €	86.000 €
ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ/ΦΥΤΙΚΑ ΡΑΝΤΙΣΜΑΤΑ	20.000 €	21.000 €	23.000 €	23.000 €	24.000 €
ΕΣΟΔΑ MARKETING/ΕΣΟΔΑ WEBSITE	3.000 €	2.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
ΜΙΣΘΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ/ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ	100.000 €	110.000 €	115.000 €	117.000 €	118.000 €
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑΣ	3.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ	5.000 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ COURIER	1.900 €	2.033 €	2.175 €	2.328 €	2.491 €
ΕΤΗΣΙΑ ΕΣΟΔΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΤΗΣΙΑ ΛΟΙΠΑ ΕΣΟΔΑ	247.400 €	273.533 €	298.075 €	311.828 €	321.991 €
ΕΣΟΔΑ/ΖΗΜΙΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	70.558 €	59.092 €	49.864 €	52.099 €	58.625 €
ΚΕΡΑΗ/ΖΗΜΙΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	244.553 €	59.092 €	49.864 €	52.099 €	58.625 €
ΦΟΡΟΣ 24%	16.934 €	14.182 €	11.967 €	12.504 €	14.070 €
(ΚΕΡΑΗ/ΖΗΜΙΑ)	53.624 €	44.910 €	37.897 €	39.596 €	44.555 €
ΚΑΛΥΨΗ ΖΗΜΙΑΣ ΜΕΣΩ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΑΙΣΙΟΔΟΞΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ LEADER	173.995 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΣΩΦΡΕΥΤΙΚΟ	227.619 €	272.529 €	310.426 €	350.022 €	394.577 €

Πίνακας 4: Χρηματοοικονομική ανάλυση κανονικού σεναρίου

Κανονικό σενάριο

Στον πίνακα 5, παρουσιάζονται τα συνολικά έσοδα και έξοδα της επιχείρησης ανά έτος, καθιστώντας εμφανή την αποδοτικότητα της επένδυσης, αφού κάθε έτος η εταιρεία παρουσιάζει ικανοποιητικά κέρδη.



Διάγραμμα 2: Τελικά έσοδα και έξοδα κανονικού σεναρίου

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	553.495 €	398.475 €	418.399 €	439.319 €	461.285 €
ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	308.942 €	339.383 €	368.535 €	387.220 €	402.660 €

Πίνακας 5: Πίνακας εσόδων-εξόδων κανονικού σεναρίου

Διάγραμμα 2:

Κατά το 2^ο και 3^ο έτος τα έσοδα και τα έξοδα φαίνεται να έχουν την ίδια κλίση, ενώ κατά το 5^ο έτος φαίνεται να αποκλίνουν



Μεγαλύτερα κέρδη για την εταιρεία

Αισιόδοξο σενάριο

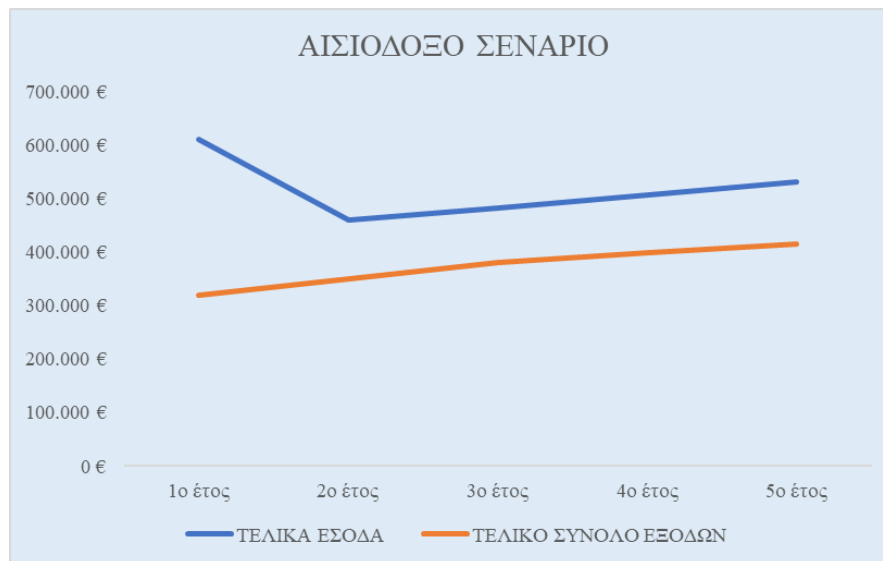
ΔΙΣΙΔΟΞΟ ΣΕΝΑΡΙΟ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	610.420 €	458.246 €	481.159 €	505.216 €	530.477 €
ΠΩΛΗΣΕΙΣ/ΕΣΟΔΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ	436.425 €	458.246 €	481.159 €	505.216 €	530.477 €
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΙΣΙΔΟΞΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ(ΚΕΡΑΗ 2ΟΥ ΕΤΟΥΣ)	173.995 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΚΟΣΤΗ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ ΥΛΙΚΩΝ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΜΠΟΥΚΑΛΙΑ	0,50 €	0,50 €	0,50 €	0,50 €	0,50 €
ΦΕΛΛΟΙ	0,19 €	0,19 €	0,19 €	0,19 €	0,19 €
ΚΙΒΩΤΙΑ	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €	1,00 €
ΕΤΙΚΕΤΕΣ	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €	0,14 €
ΚΕΡΙ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΦΕΛΛΩΝ	0,13 €	0,13 €	0,13 €	0,13 €	0,13 €
ΚΑΨΥΛΙΑ ΕΠΙΠΩΜΑΤΩΣΗΣ	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €	0,10 €
ΕΤΗΣΙΑ ΚΟΣΤΗ ΥΛΙΚΩΝ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΚΟΣΤΟΣ ΜΠΟΥΚΑΛΙΩΝ	32.200 €	34.454 €	36.866 €	39.446 €	42.208 €
ΚΟΣΤΟΣ ΦΕΛΛΩΝ	12.236 €	13.093 €	14.009 €	14.990 €	16.039 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΙΒΩΤΙΩΝ	10.733 €	11.485 €	12.289 €	13.149 €	14.069 €
ΚΟΣΤΟΣ ΕΤΙΚΕΤΩΝ	9.016 €	9.647 €	10.322 €	11.045 €	11.818 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΕΡΙΩΝ ΕΠΙΚΑΛΥΨΗΣ ΦΕΛΛΩΝ	644 €	689 €	737 €	789 €	844 €
ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΨΥΛΙΩΝ ΕΠΙΠΩΜΑΤΩΣΗΣ	5.944 €	6.360 €	6.805 €	7.282 €	7.792 €
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΥΛΙΚΩΝ	70.773 €	75.728 €	81.029 €	86.701 €	92.770 €
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΣΤΑΘΕΡΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ/ΕΚΤΑΚΤΑ ΕΞΟΔΑ	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
ΕΚΘΕΣΕΙΣ	60.000 €	63.000 €	63.400 €	65.000 €	67.000 €
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ/ΤΡΑΚΤΕΡ/ΠΕΤΡΕΛΑΙΟ/SERVICES	33.000 €	52.000 €	70.000 €	80.000 €	86.000 €
ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ/ΦΥΤΙΚΑ ΡΑΝΤΙΣΜΑΤΑ	20.000 €	21.000 €	23.000 €	23.000 €	24.000 €
ΕΞΟΔΑ MARKETING/ΕΞΟΔΑ WEBSITE	3.000 €	2.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
ΜΙΣΘΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ/ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ	100.000 €	110.000 €	115.000 €	117.000 €	118.000 €
ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΓΙΤΟΣΕΛΙΔΑΣ	3.500 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ	5.000 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €	2.500 €
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ COURIER	1.900 €	2.033 €	2.175 €	2.328 €	2.491 €
ΕΤΗΣΙΑ ΕΞΟΔΑ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΤΗΣΙΑ ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ	247.400 €	273.533 €	298.075 €	311.828 €	321.991 €
ΕΣΟΔΑ/ΖΗΜΙΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	118.252 €	108.986 €	102.055 €	106.688 €	115.717 €
ΚΕΡΑΗ/ΖΗΜΙΕΣ ΧΩΡΙΣ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	292.247 €	108.986 €	102.055 €	106.688 €	115.717 €
ΦΟΡΟΣ 24%	28.380 €	26.157 €	24.493 €	25.605 €	27.772 €
(ΚΕΡΑΗ/ΖΗΜΙΑ)	89.871 €	82.829 €	77.562 €	81.083 €	87.945 €
ΚΑΛΥΨΗ ΖΗΜΙΑΣ ΜΕΣΩ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΔΙΣΙΔΟΞΟΥ ΣΕΝΑΡΙΟΥ ΑΠΟ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ LEADER	173.995 €	0 €	0 €	0 €	0 €
ΣΩΡΕΥΤΙΚΟ	263.866 €	346.695 €	424.257 €	505.340 €	593.285 €

Πίνακας 6: Χρηματοοικονομική ανάλυση αισιόδοξου σεναρίου

- Αύξηση των οινόφιλων τουριστών → εκτόξευση τόσο των εσόδων διαμονής όσο και των πωλήσεων των προϊόντων, κατά 15% σε σύγκριση με το κανονικό σενάριο.
- Η κατασκευή του ηλεκτρονικού καταστήματος διευκολύνει την αγορά των προϊόντων
- Κάθε έτος υπολογίζεται μια σταθερή αύξηση περίπου 5%
- Τα κόστη υλικών εμφανίζονται υψηλότερα λόγω της αύξησης των πωλήσεων.
- Η επένδυση αποτελεί έναν πολύ αποδοτικό τρόπο ανάπτυξης της εταιρείας.
- Τα τελικά κέρδη θα είναι αυξημένα κατά περίπου 50% σε σχέση με το κανονικό σενάριο.

Αισιόδοξο σενάριο

Από τα στοιχεία του πίνακα 7 είναι εμφανές ότι τα έσοδα της εταιρείας ξεπερνούν κατά πολύ τα έξοδά της, επιφέροντας έτσι μεγάλα ποσοστά κέρδους.



Διάγραμμα 3: Τελικά έσοδα και έξοδα αισιόδοξου σεναρίου

	1ο έτος	2ο έτος	3ο έτος	4ο έτος	5ο έτος
ΤΕΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	610.420 €	458.246 €	481.159 €	505.216 €	530.477 €
ΤΕΛΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΟΔΩΝ	318.173 €	349.261 €	379.104 €	398.529 €	414.761 €

Πίνακας 7: Πίνακας εσόδων-εξόδων αισιόδοξου σεναρίου

Διάγραμμα 3:

Τα έσοδα της επιχείρησης, ξεπερνούν τα έξοδά της κάθε χρόνο κατά περίπου 100.000€, ενώ στο τέλος της πενταετίας η μικρή απόκλιση μεταξύ των δύο γραμμών επισημαίνει την αύξηση της διαφοράς των εσόδων και των εξόδων.

Σημαντική αύξηση κερδών για την εταιρεία



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΟΥ BUSINESS
PLAN





- Συνδυάζοντας την τεχνολογία, με τη μελέτη της αγοράς δίνεται η ευκαιρία στο οίνοποιείο να κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών, καθώς και τις τάσεις της αγοράς.
- Ένα ορθό και σωστά μελετημένο business plan, επιτρέπει στην επιχείρηση να αναγνωρίσει και έπειτα να αντιμετωπίσει πιθανούς κινδύνους και προκλήσεις της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.
- Η καινοτομία λοιπόν, σε συνδυασμό με ένα καλά μελετημένο business plan, αλλά και ένα ορθά δομημένο marketing plan μπορούν να συνδεθούν άμεσα τόσο με την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, όσο και με την αύξηση της κερδοφορίας της.
- Η επιτυχία του οίνοποιείου εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως: ο καλός σχεδιασμός ενός επιχειρηματικού σχεδίου, η καινοτομία και η καλή γνώση της αγοράς, η ορθή χρήση των εργαλείων διαφήμισης, η πρόβλεψη των νέων τάσεων.
- Παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, σε συνδυασμό με την καλή και άμεση εξυπηρέτηση που προσφέρει, αποτελούν βασικούς παράγοντες που μπορούν να της παρέχουν μελλοντικά τη διατήρηση του ανταγωνιστικού της πλεονεκτήματος στην παγκόσμια αγορά πώλησης φυσικού οίνου.



Βιβλιογραφία

I. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Βιβλία

Αντωνόπουλος, Β.Γ. (2012) *Δίκαιο εμπορικών εταιριών (Προσωπικές εταιρίες- Α.Ε.- Ε.Π.Ε) Μετά το Ν.4072/2012*. Αθήνα, Θεσσαλονίκη: Σάκκουλα ΑΕ

Ζαφειρόπουλος, Κ. (2005) *Πώς γίνεται μια επιστημονική εργασία; Επιστημονική έρευνα και συγγραφή εργασιών*. Αθήνα: Κριτική ΑΕ

Κατσουλάκος, Γ. (2001) *Νέα οικονομία, διαδίκτυο και ηλεκτρονικό εμπόριο*. Αθήνα: Κέρκυρα

Κέφης, Β.Ν. και Παπαζαχαρίου, Π. (2009) *Το επιχειρηματικό όραμα σε business plan*. Αθήνα: Κριτική

Λεάνδρος, Ν. (2005) *Το διαδίκτυο, ανάπτυξη και αλλαγή*. Αθήνα: Καστανιώτης

Μπιτζένης, Π.Α. (2014) *Διεθνής επιχειρηματικότητα και επενδύσεις: Σύγχρονο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον*. Αθήνα: Σταμούλης

Μπιτζένης, Π.Α. (2009) *Παγκοσμιοποίηση, πολυεθνικές επενδύσεις και ευρωπαϊκή ολοκλήρωση στο νέο παγκόσμιο οικονομικό σύστημα*. Αθήνα: Σταμούλης

Πανηγυράκης, Γ.Γ. (1999) *Διεθνές εξαγωγικό marketing*. Αθήνα: Σταμούλης

Σαφάρης, Κ. και Σιταράς, Θ. (1999) *Το εμπορικό κατάστημα στη νέα χιλιετία: πρακτικές εφαρμογές marketing στο λιανεμπόριο*. Αθήνα: Σταμούλης

Χριστοδούλου, Δ. και Νίκας, Χ. (2012) *Η διεθνής οικονομική στην εποχή της παγκοσμιοποίησης*. Θεσσαλονίκη: Επίκεντρο

Βιβλιογραφία

Β. Πτυχιακές και Εργασίες

Βαλασσά, Φ. (2011) *Ο οινoturισμός ως ειδική μορφή τουρισμού - προοπτικές αξιοποίησης του οινoturισμού στην τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας.*

Βγενοπούλου, Χ., Γεωργούσης, Χ., Παναγούλιας, Μ. (2021) *Η μετά την πανδημία του Κορωνοϊού εποχή και το μέλλον των επιχειρήσεων.*

Γκατζάρου, Ε. (2021) *Οικονομοτεχνική ανάλυση και αξιολόγηση ίδρυσης μονάδας παραγωγής έτοιμων μινιμάτων ζαχαροπλαστικής.*

Καλλή, Μ., Πάντζιου, Μ. (2020) *Ανακαίνιση οινοποιείου στη Νεμέα και προσθήκη τουριστικών υποδομών.*

Μακρή, Δ. (2020) *Διεθνές marketing και παγκοσμιοποίηση: μελέτη της «Καμάρα Οινοποιητικής Α.Ε» (Καμάρα Κτήμα Κιουτσούκη).*

Μακρή, Δ. (2021) *Ανανεωμένο business plan: τρόποι προώθησης και εξέλιξης της «Καμάρα Οινοποιητικής Α.Ε» (Καμάρα Κτήμα Κιουτσούκη).*

Σιέτης, Α. (2022) *Χρηματοοικονομική ανάλυση εταιρειών του κλάδου της καπνοβιομηχανίας.*

Στεφανίδης, Π. (2003) *Μάρκετινγκ στον κλάδο της οινοποιίας, ιδιαίτερη αναφορά στο νομό Δράμας (κτήμα κ.Λαζαρίδη).*

Βιβλιογραφία

II. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Βιβλία

Barrow, C., Barrow, P. and Brown, R. (2008) *The business plan workbook: the definitive guide to researching, writing up and presenting a winning plan*. London: Kogan Page

Blackwell, E. (2004) *How to prepare a business plan*. London: Kogan Page

Cateora, P.R. and Graham, J.L. (2003) *Διεθνές Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Παπαζήσης

Cohen, W.A (2006) *The marketing plan*. Hoboken, NJ: J. Wiley & Sons

Cravens, D.W., Hills, G.E. and Woodruff, R.B. (1980) *Marketing decision making. Concepts and strategy*. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin Inc.

Del Marmol, T. & Feys, B. (2015) *PESTLE Analysis: Understand and plan for your business environment*. Plurilingua Publishing

Eglash, J. (2001) *How to write a.com business plan: The internet entrepreneur's guide to everything you need to know about business plans and financing options*. New York: McGraw-Hill

Finch, B. (2002) *Δημιούργησε το business plan σε 30'*. Αθήνα: Διάλογος

Ford, B.R, Bornstein, J., Pruitt, P.T and Siegel, E.S (2007) *The Ernst & Young business plan guide*. Hoboken, N.J.: Wiley

Gillespie, K. and Hennessey, D. (2013) *Global marketing*. Cengage India

Gorman, R.T. (1999) *Online business planning: how to create a better business plan using the Internet, including a complete, up-to-date resource guide*. Franklin Lakes, NJ: Career Press

Βιβλιογραφία

II. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Βιβλία

Hall, M.C., Sharples, L., Cambourne, B. and Macionis, N. (eds) (2000) *Wine tourism around the world: development, management and markets*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann

Heibing, R.G. and Cooper, S.W. (1990) *The successful marketing plan: a disciplined and comprehensive approach*. Lincolnwood, Ill.: NTC Business Books

Joly, N. (2008) *Biodynamic Wine, Demystified*. South San Francisco: Wine Appreciation Guild

Karlsson, B., Karlsson, P. and Bokförlag, C. (2014) *Biodynamic, Organic and Natural Winemaking. Sustainable Viticulture and Viniculture*. Edinburgh: Floris Books

Knight, P. (2004) *The highly effective marketing plan*. London: Pearson/Prentice Hall Business

Lucas, H.C, Jr. (2008) *Inside the future surviving the technology revolution*. Westport, Connecticut London: Praeger

Luther, W.M. (2001) *The marketing plan: how to prepare and implement it*. New York: AMACOM

McGuckin, F. (2005) *Business for beginners. From research and business plans to money, marketing and the law*. Naperville, Illinois: Sourcebooks Inc.

McKeever, M.P. and Goldoftas, L. (1992) *How to write a business plan*. Berkeley, Calif.: Nolo Press

McKenzie, R.B. (2003) *Digital Economics: How information technology has transformed business thinking*. Westport, Connecticut London: Praeger

McLaughlin, H.J. (1985) *Building your business plan: a step-by-step approach*. New York: Wiley

O'Reilly, J.A. *Διεθνές Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Οργανισμός προώθησης εξαγωγών

Βιβλιογραφία

II. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Βιβλία

Quelch, J. (Ed.). (2004) *The global market: developing a strategy to manage across borders*. San Francisco: John Wiley

Project Management Institute. (2017) *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)*. Pennsylvania 19073-3299 USA: Project Management Institute, Inc.

Renshaw, P. (1994) *Marketing plan development guide*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall

Runia, P., Wahl, F., Geyer, O. and Thewiben, C. (2014) *Μάρκετινγκ διαδικασίες, πρακτική*. Αθήνα: Προπομπός

Speth, C. (2015) *The SWOT analysis: A key tool for developing your business strategy*. Plurilingua Publishing

Stapleton, J. (1982) *How to prepare a marketing plan*. Aldershot, Hampshire: Gower

Stutely, R. (2003) *Το ιδανικό επιχειρηματικό σχέδιο: ο σύντομος δρόμος του έξυπνου επιχειρηματικού σχεδιασμού για στελέχη και επιχειρηματίες*. Αθήνα: Παπασωτηρίου

Tapscott, D. (2000) *Η ψηφιακή οικονομία. Υποσχέσεις και κίνδυνοι στην εποχή της δικτυακής ευφυΐας*. Αθήνα: Leader Books A.E

Taylor, J.W (2005) *Επιχειρησιακός προγραμματισμός = business plan*. Αθήνα: Κριτήριο

Tourangeau, K.W (1981) *Strategy management: how to plan, execute, and control strategic plans for your business*. New York: McGraw-Hill

Westwood, J. (1996) *The marketing plan: a practitioner's guide*. London: Kogan Page

Βιβλιογραφία

II. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

B. Άρθρα

Anderson, K. & Wittwer, G. (2013) *Modeling Global Wine Markets to 2018: Exchange Rates, Taste Changes, and China's Import Growth*, Journal of Wine Economics, Volume 8 (2), 131–158

Bitzenis, A. (2007) *Political and economic alternatives for the Central and East European Region and China*, Global Business and Economics Review 9 (1), 101-122

Bitzenis, A. (2011) “Globalisation”. In P.A. O'Hara (ed), *International Encyclopedia of Public Policy: Volume 1-Global Governance and Development*. GPERU: Perth, 233-239.

Carvalho, L. & Costa, T. (2014) *Small and medium enterprises (SMEs) and competitiveness: An empirical study*. Journal of Management Studies, International business review (2017), Volume 26 (2)

Estreicher, S.K. (2004) *WINE the past 7,400 years*. ACADEMIA, Version 4.1, 1

Fehér, J., Lengyel, G. & Lugasi, A. (2007) *The cultural history of wine - theoretical background to wine therapy*. Versita - Central European Journal of Medicine, 379-382

Festa, G., Cuomo, M.T., Metallo, G. & Festa, A. (2016) *The (r)evolution of wine marketing mix: From the 4Ps to the 4Es*, Journal of Business Research 69, 1550–1555

O'Rourke, K.H. & Williamson, J.G. (2002) *When did globalisation begin?*, [European Review of Economic History](#) 6 (1), 23-50

Philpott, D. (2017) *The world of wine and food: a guide to varieties, tastes, history, and pairings*. Rowman & Littlefield, 129

[Rugman](#), A.M. (2001) *VIEWPOINT: The myth of global strategy*, International Marketing Review, Volume 18 (6), 583-588

Simpson, J. (2014) *Wine: a short history*. Universidad Carlos III de Madrid, 1-4

Βιβλιογραφία

II. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

B. Άρθρα

Spence, C., Velasco, C. & Knoeferle, K. (2014) *A large sample study on the influence of the multisensory environment on the wine drinking experience*. Flavour 3, p8

Spence, C. (2019) *Multisensory experiential wine marketing*, Food Quality and Preference 71, 106–116

Wittwer, G., Berger, N. & Anderson, K. (2003) *A model of the world's wine markets*. Economic Modelling 20, 487-506

Γ. Διαδικτυακές Πηγές

<https://www.scribd.com/read/359259046/A-Guide-to-the-Project-Management-Body-of-Knowledge-PMBOK-Guide-Sixth-Edition> [Τελευταία προβολή 04/08/2022]

<https://www.scribd.com/read/306359653/The-SWOT-Analysis-A-key-tool-for-developing-your-business-strategy> [Τελευταία προβολή 08/08/2022]

<https://www.scribd.com/read/306358625/PESTLE-Analysis-Understand-and-plan-for-your-business-environment> [Τελευταία προβολή 09/08/2022]

<https://www.50minutes.com/title/pestle-analysis/> [Τελευταία προβολή 09/08/2022]

<https://www.50minutes.com/title/the-swot-analysis/> [Τελευταία προβολή 09/08/2022]

<https://www.bing.com/videos/search?q=best+books+on+product+management&docid=603546568452226384&mid=B4D9EC71C7E9B290C2C1B4D9EC71C7E9B290C2C1&view=detail&FORM=VIRE> [Τελευταία προβολή 11/09/2023]

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/wdn-20230921-1> [Τελευταία προβολή 23/09/2023]

Βιβλιογραφία

II. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Γ. Διαδικτυακές Πηγές

<https://www.pwc.com/gx/en/services/deals/trends/consumer-markets.html> [Τελευταία προβολή 13/10/2023]

<https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey.html> [Τελευταία προβολή 13/10/2023]

<https://www.pwc.com/gx/en/industries/consumer-markets/consumer-insights-survey-feb-2023.html> [Τελευταία προβολή 13/10/2023]

Presentation images:

<https://www.kibrispdr.org/unduh-4/swot-analysis-template.html>

<https://www.kamarawinery.com/el/aythentika-krasia>

<https://www.moneyandlife.gr/i-ellada-tou-krasiou-pieria-to-klima-ta-oinopoieia-oi-poikilies-oi-etiketes/>

ΣΑΣ
ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ
ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟΝ
ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!

