

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ:**

**“ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ ΚΑΙ ΤΑ  
ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ”**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Κ. ΠΑΝΑΣ**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΤΣΟΥΤΣΑΣ ΑΝΤΩΝΗΣ (Πτυχίο Β’)**

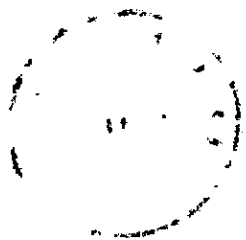
**ΝΤΑΡΔΑΣ ΝΙΚΟΣ (Πτυχίο Β’)**



**ΠΑΤΡΑ, ΜΑΪΟΣ 1995**

ΑΡΙΘΜΟΣ  
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

1630



## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

|   | <u>ΣΕΛ.</u> |
|---|-------------|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ  | 1           |
| <br>  |             |
| I. <u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ / ΓΕΝΙΚΑ</u>   |             |
| <br>  |             |
| A. Η μαστίχα στην Οικονομική και Κοινωνική ζωή της Χίου               | 3           |
| 1. Παραγωγή Μαστίχας  | 4           |
| 2. Μορφές και χρήσεις φυσικής μαστίχας                                | 4           |
| 3. Φορέας διαχείρισης Μαστίχας Χίου                                   | 8           |
| <br>  |             |
| B. Η Μαστίχα Χίου και τα παράγωγά της                                 |             |
| 1. Τσιχλα   | 9           |
| 2. Μαστιχέλαιο  | 10          |
| 3. Μοσχολίβανο  | 10          |
| 4. Γενικές παρατηρήσεις   | 10          |
| <br>  |             |
| II. ΜΕΡΟΣ Α: ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ                                |             |
| <br>  |             |
| I. ΧΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ                      |             |
| 1. Τσιχλα   | 14          |
| 2. Μαστιχέλαιο  | 15          |
| 3. Κολοφώνιο  | 17          |
| 4. Μοσχολίβανο  | 17          |
| <br>  |             |
| II. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ ΤΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΗΣ | 18          |
| <br>  |             |
| III. ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ   |             |
| 1. Τσιχλοποιία  | 19          |
| 2. Ποτοποιία  | 20          |
| 3. Αρτοποιία / ζαχαροπλαστική   | 24          |
| 4. Φαρμακοβιομηχανία  | 25          |
| 5. Καταστήματα υγιεινής διατροφής                                     | 26          |
| <br>  |             |
| IV. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ  |             |
| A. ΜΑΣΤΙΧΑ  |             |
| 1. Μέγεθος της αγοράς σε όγκο   | 28          |
| 2. Κατανομή πωλήσεων φυσικής μαστίχας                                 |             |

|   |    |
|---|----|
| κατά γεωγραφική ζώνη  | 33 |
| 3. Κατανομή πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας και η χρήση (κατηγορίες πελατών) και ποιότητα | 35 |
| 4. Μέγεθος αγοράς σε αξία   | 41 |
| 5. Υποκατηγορίες αγοράς   | 41 |
| 6. Τάσεις αγοράς  | 43 |
| 7. Ανταγωνισμός   | 46 |
| 8. Marketing Plan   | 47 |
| 9. Ο Καταναλωτής  | 48 |
| 10. Marketing Mix   | 48 |
| 11. Τιμολογιακή πολιτική  | 49 |

## B. ΤΣΙΧΛΑ

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 1. Αγορά : Μέγεθος αγοράς σε όγκο    | 53 |
| 2. Μέγεθος αγοράς σε αξία            | 53 |
| 3. Υποκατηγορίες αγοράς              | 54 |
| 4. Τάσεις της αγοράς                 | 56 |
| 5. Χαρακτηριστικά τσιχλας ELMA       | 56 |
| 6. Καθορισμός αγοράς - στόχου        | 57 |
| 7. Ο καταναλωτής                     | 59 |
| 8. Συσκευασία                        | 60 |
| 9. Διανομή και οργάνωση πωλήσεων     | 60 |
| 10. Κατανομή των πωλήσεων            | 61 |
| 11. Κατανομή πωλήσεων ανά περιφέρεια | 61 |
| 12. Μεριδία αγοράς (%)               | 61 |
| 13. Τζίρος ανά κανάλι διανομής       | 62 |
| 14. Δίκτυο πωλήσεων                  | 64 |
| 15. Διαφημιστική καμπάνια            | 66 |

## ΜΕΡΟΣ Β: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

### I. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

#### I.1. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ E.M.X.

|   |    |
|---|----|
| I.1.1. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ : ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ | 68 |
| I.1.2. ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΑ (ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ)   | 74 |
| I.1.3. ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΖΩΝΗ                        | 77 |
| I.1.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ                           | 79 |

1.2. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΩΡΩΝ

|  |    |
|--|----|
| 1.2.1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ                    | 83 |
| 1.2.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ | 88 |
| Γ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ                | 96 |

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο Νομός Χίου βρίσκεται στο ανατολικό άκρο της χώρας και περιλαμβάνει τα νησιά Χίο, Ψαρά και Οινούσες.

Διαιρείται διοικητικά σε 4 Δήμους και 56 Κοινότητες.

Από τους 4 Δήμους οι 3 (Δ. Βρουτάδου, Δ. Καρδαμύλων και Δ. Χίου) ανήκουν στο νησί της Χίου και ο Τέταρτος στο νησί Οινούσες (Δ. Οινουσών). Από τις 56 κοινότητες οι 55 ανήκουν στο νησί της Χίου και η μια αποτελεί την κοινότητα των Ψαρών.

Το κλίμα του νομού ανήκει στο μεσογειακό τύπο και χαρακτηρίζεται από θερμό και ξηρό καλοκαίρι και ήπιο χειμώνα. Οι θερμοκρασίες σπάνια κατεβαίνουν κάτω από 0° C. Οι βροχοπτώσεις είναι πολύ λίγες και το χιόνι είναι σπάνιο εκτός από τα ορεινά του νησιού.

Τα μαστιχόχωρα εντοπίζονται μόνο στο νησί της Χίου και ειδικότερα στο νότιο τμήμα του. 24 από τις 60 κοινότητες του νομού, καλλιεργούν τη μαστίχα. Οι 17 από αυτές είναι πεδινές και μόνο 7 είναι ημιορεινές.

Η έρευνα καλύπτει τόσο την εσωτερική αγορά με ιδιαίτερο βάρος στην κατανάλωση της φυσικής μαστίχας από διάφορους χρήστες και μικρή αναφορά στην τσίχλα ELMA (παράγωγο της φυσικής μαστίχας).

Επίσης γίνεται μια εκτενής αναφορά και ανάλυση της εξωτερικής αγοράς ανά χώρα που εξάγεται ή που είχε εξαχθεί στο παρελθόν η φυσική μαστίχα και η τσίχλα ELMA.

Υπάρχουν πολλά στατιστικά στοιχεία από την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου (Ε.Μ.Χ) που αφορούν την παραγωγή και πωλήσεις της Μαστίχας και των προϊόντων της.

Τέλος γίνεται περιληπτική αναφορά και προτάσεις για τα δίκτυα πωλήσεων της Ε.Μ.Χ και τις ανάγκες διαφήμισης.

## I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ / ΓΕΝΙΚΑ

### A. Η μαστίχα στην Οικονομική και Κοινωνική Ζωή της Χίου

Ο μαστιχοφόρος σχίνος, το γνωστό μαστιχόδεντρο της Χίου, είναι μία ποικιλία σχίνου από τα 20 περίπου είδη του γένους αυτού.

Το μαστιχόδεντρο της Χίου αν και απαντάται αυτοφυές σ'ολόκληρο το νησί, εν τούτοις μόνο στο νότιο τμήμα του και σε συγκεκριμένη περιοχή που την απαρτίζουν 21 χωριά (τα γνωστά Μαστιχοχώρια) καλλιεργείται εντατικά και παράγει τη γνωστή από την αρχαιότητα μαστίχα της Χίου, μοναδική στον κόσμο για το ιδιαίτερο άρωμά της.

Αυτός είναι και ο μοναδικός λόγος συγκράτησης του πληθυσμού στο νότιο τμήμα του νησιού.

Η μαστίχα λαμβάνεται σε φυσική μορφή από το κορμό του μαστιχόδεντρου είτε με εγκαρσιες τομές του φλοιού, είτε με "πάστα" του Χημικού τύπου  $H^2SO^4$ .

Η συνολική έκταση που καταλαμβάνουν τα μαστιχόδεντρα είναι 20.000 στρέμματα (το 12% περίπου της γεωργικής γης) και ο αριθμός τους φτάνει στα 200.000 δέντρα.

Η ακαθάριστη αξία παραγωγής της μαστίχας είναι το 20-30% της συνολικής ακαθάριστης αξίας φυτικής παραγωγής της Χίου και η συμμετοχή της στο ΑΕΠ του πρωτογενή τομέα εκτιμάται ότι είναι της τάξης του 15-20%.<sup>1</sup>

Αν υπολογισθεί ότι η πρωτογενής παραγωγή της μαστίχας είτε τυποποιείται, είτε ένα μέρος της μεταποιείται και διατίθεται στη κατανάλωση σαν τελικό ή ενδιάμεσο προϊόν του δευτερογενή τομέα, τότε ο ρόλος της μαστίχας σαν οικονομικό μέγεθος έχει ιδιαίτερη σημασία, αφού εκτιμάται ότι μόνο σαν πρωτογενής παραγωγή συμμετέχει στο συνολικό ΑΕΠ του Νομού κατά 4-5%.

- Εκτός όμως από την οικονομική σημασία της μαστίχας για την Χίο, ιδιαίτερο βάρος έχει για τον κοινωνικό ιστό της περιοχής αφού :

- α) Με την καλλιέργεια του προϊόντος ασχολούνται 5.000 περίπου οικογένειες σ'ολόκληρο το νότιο τμήμα του νησιού.
- β) Από το 1938 η καλλιέργεια, τυποποίηση και διάθεση της μαστίχας έγινε αφορμή να δημιουργηθεί ένας σημαντικός δευτεροβάθμιος συνεταιρισμός (η Ενωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου) ο οποίος έχει δημιουργήσει ισχυρούς και κοινωνικούς δεσμούς μεταξύ των κατοίκων της περιοχής.

---

<sup>1</sup> "Ενέργειες υποστήριξης για την υλοποίηση μέτρων του ΡΝΙC Χίου που αφορούν στα προϊόντα της μαστίχας Χίου", Γιώργος Παυλάκης, ΟΜΑΣ Ε.Π.Ε., 1991.



γ) Η παγκόσμια μοναδικότητα του προϊόντος και η εξαγωγή του σ'όλες τις Ηπείρους, έχει κάνει παγκόσμια γνωστό το νησί της Χίου και το συναισθηματικό μέρος του θέματος είναι πολύ σημαντικός παράγοντας για τους κατοίκους της περιοχής που βοηθά την παραμονή τους στις καλλιέργειες των μαστιχόδεντρων.

### 1. Παραγωγή Μαστίχας

- Η ετήσια παραγωγή φυσικής μαστίχας κυμαίνεται από 130 έως 200 τόννους, μέσα στη δεκαετία 1981-1989 με μέσο όρο ετησίως 161 τόννους.

Τα τελευταία τρία χρόνια (1988-1990) η παραγωγή εμφανίζεται σημαντικά μειωμένη έναντι των προηγούμενων και για το επόμενο έτος η μείωση θα είναι δραματική.

Οι κύριοι λόγοι μείωσης της παραγωγής είναι δύο:

- α. Οι δυσμενείς καιρικές - κλιματολογικές συνθήκες, ιδιαίτερα η ξηρασία.
- β. Η εγκατάλειψη σημαντικού μέρους της καλλιέργειας από τους παραγωγούς, κυρίως από εκείνους που δεν είναι κατά κύριο επάγγελμα γεωργοί, επειδή δεν είναι πλέον συμφέρουσα γι'αυτούς η συγκεκριμένη καλλιέργεια.

### 2. Μορφές και χρήσεις της φυσικής μαστίχας

- Οι κύριες κατηγορίες (μορφές) φυσικής μαστίχας είναι οι εξής:

- α. Η "πίττα" που δημιουργείται όταν πέσουν πολλές σταγόνες μαστίχας, η μία πάνω στην άλλη.
- β. Η "χοντρή", η οποία είναι στερεοποιημένοι κόκκοι μεγάλου σχετικά μεγέθους.
- γ. Η "ψιλή" η οποία είναι στερεοποιημένοι κόκκοι μικρού μεγέθους και
- δ. Μία άλλη ακόμα κατηγορία είναι η "ψιλή Νο5" η οποία έχει τη μορφή μικρών κόκκων, είναι υποπροϊόν της αρχικής επεξεργασίας της μαστίχας και παρομοιάζει με σκόνη.

Η χρήση της μπορεί να είναι ευρεία στη οικιακή ζαχαροπλαστική και μόλις τώρα έχουν αρχίσει σκέψεις στην ΕΜΧ για εμπορική αξιοποίησή της.

Η "ψιλή" μαστίχα είναι περίπου το 55% της συνολικής ετήσιας παραγωγής και είναι η κατηγορία μαστίχας που έχει τη μεγαλύτερη ζήτηση στην αγορά.

- Οι χρήσεις της μαστίχας είναι οι εξής και αφορούν όλες τις μορφές της.
  - Ανθρώπινη κατανάλωση στη φυσική της κατάσταση υπό μορφή κόκκων (κομματιών) για μάσημα αντί τσιχλας ή για την οικοκυρική ζαχαροπλαστική και μαγειρική.
  - Στα εργαστήρια ζαχαροπλαστικής & αρτοποιίας σα πρόσθετη ύλη για την παρασκευή γλυκισμάτων και αρτοσκευασμάτων.

- Στη βιομηχανία / βιοτεχνία ποτών και γλυκισμάτων σα πρόσθετη ύλη για ποτά, λουκούμια, καραμέλες κλπ.
- Στη βιομηχανία σα πρώτη ύλη για την παραγωγή.
  - \*Τσίχλας
  - \*Μαστιχελαίου
  - \*Μοσχολίβανου
  - \*ΚολοφωνίουΤο μαστιχέλαιο σαν ενδιάμεσο προϊόν χρησιμοποιείται για παραγωγή προϊόντων όπως:
  - \*Ποτά
  - \*Γλυκίσματα
  - \*Καλλυντικά
- Τέλος, η μαστίχα σε φυσική μορφή ή τα ενδιάμεσα βιομηχανικά προϊόντα της χρησιμοποιούνται για την παραγωγή :
  - \*φαρμάκων
  - \*βαφών

Πιο αναλυτικά οι χρήσεις της μαστίχας φαίνονται πιο κάτω όπου επιχειρείται μια ιστορική αναδρομή σ' αυτές και μια αναφορά στις σύγχρονες χρήσεις της σύμφωνα με την πρωτογενή διερεύνηση που έγινε για τους σκοπούς αυτής της μελέτης, αλλά και από εισηγήσεις ξένων αντιπροσώπων της Ε.Μ.Χ., καθηγητών παν/μίων και άλλων ειδικών κατά την πρόσφατη Διημερίδα που διοργάνωσε η Ε.Μ.Χ. στη Χίο την 12η και 13η/10/91.

## 2.1. Ιστορική αναφορά

Η μαστίχα είναι γνωστή από την αρχαιότητα. Ο Ιπποκράτης αναφέρεται σ' αυτήν και στις ιατρικές της χρήσεις ονομάζοντας τους κόκκους του μαστιχόδεντρου, σχινίδας.

- Ο Henry Vignand, φιλόλογος αμερικάνος και διπλωμάτης, στο έργο του "Etudes critiques sur la vie de Colomb avant ses decouvertes, Paris 1905", αναφέρει ότι το δένδρο που παράγει το κόμμι (μαστίχα) είναι σπανιότατο, δεν ευρίσκεται παρά μόνο στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στη Χίο και ότι η αριστοκρατία της Γενεύης πωλούσε το τοόφιμο αυτό σε λίαν υψηλή τιμή.
- Ο Francesco Piacenza, καθηγητής στη Μοδένη της Ιταλίας στο έργο του για τα νησιά του Αιγαίου (1688) είναι περισσότερο αποκαλυπτικός αφού παραθέτει αναλυτικά στοιχεία για τα χαρακτηριστικά, την παραγωγή, το εμπόριο και τις χρήσεις της μαστίχας.  
Όσον αφορά στις χρήσεις αναφέρει τα εξής:

- παντοιοτρόπως στην Ιατρική
  - μάσημα (λευκαίνει και ενισχύει τα δόντια, καθαρίζει και δυναμώνει τα ούλα, καθιστά ευχάριστη την αναπνοή).
  - καθαρισμός στομάχου
  - απομάκρυνση της καταρροής
  - διατροφή (αναμειγνύομενη με αλεύρι καθιστά το ψωμί εύγεστο και δυναμωτικό και λειτουργεί ως ερεθιστικό αυξάνοντας τις αφροδισίες ορέξεις).
- Τέλος ο Olfert Dapper, Ολλανδός ιατρός και γεωγράφος στο έργο του "Description exacte des îles de l' Archipel et de quelques autres adjacentes.., 1703" ενισχύει τις παραπάνω απόψεις σχετικά με την παραγωγή και τη διάθεση της μαστίχας ενώ είναι περισσότερο συγκεκριμένος αναφορικά με την μοναδικότητα και τις χρήσεις της.
- Είναι ενδιαφέρον να σημειώσουμε στο σημείο αυτό συγκεκριμένες παρατηρήσεις του:
- Ο σχίνος που φύεται στη Χίο παράγει την καλύτερη μαστίχα στον κόσμο, διότι είναι λευκή, διαφανής, διαυγής, περισσότερο εύγεστη και αρωματική από κάθε άλλη, ενώ καμιά ταραχή δεν προκαλεί σ' αυτόν που την χρησιμοποιεί και δεν αφήνει καμιά δυσάρεστη γεύση. Για το λόγο αυτό οι ιατροί την προτιμούν και την παραγγέλνουν όταν πρόκειται να χρησιμοποιηθεί εσωτερικά.
  - Οι χρήσεις της μαστίχας προσδιορίζονται όπως στη συνέχεια:
    - Από την ρίζα, τον κορμό και τα φύλλα του δένδρου παράγουν χυμό τον οποίο μεταχειρίζονται με επιτυχία όταν πυκνωθεί εναντίον της δυσεντερίας και της υπερβολικής ρύσεως των εμμήνων, δια τα κατάγματα της κνήμης, τα τραύματα και την πρόπτωση της μήτρας.
    - Από τους κόκκους της μαστίχας εξάγουν έλαιο, το οποίο ενδείκνυται για την καταπολέμηση:
      - της ψώρας
      - της αλωπεκίας
      - της πτώσης των τριχών
      - της φλεγμονής της γλώσσας
    - Η μαστίχα αναμειγμένη με κατάλληλο σιρόπι χρησιμοποιείται εναντίον πολλών αδιαθεσιών όπως:
      - πόνοι στοματικής κοιλότητας
      - εμετικές τάσεις
      - ανορεξία
      - δυσπεψία
      - αδυναμία στομάχου
      - αιμοπτυσία

- χρόνιος βήχας

## 2.2. Σύγχρονες χρήσεις

### 2.2.α. Οικιακή χρήση - Διατροφή

- Συμπληρωματικό σε διάφορα τρόφιμα και φαγητά
- Παρασκευή επιδορπίων και παγωτών
- Πρόσθετο στην παρασκευή καφέ
- Συμπληρωματικό στις χρήσεις του γάλακτος
- Θυμιάματα

Οι περισσότερες από τις παραπάνω χρήσεις συναντώνται στη Σαουδική Αραβία και στο Μαρόκο, αλλά και στις Αραβικές χώρες εν γένει, με κύριο σκοπό τη βελτίωση της γεύσης των τροφίμων αλλά και λόγω των αφροδισιακών ιδιοτήτων της μαστίχας.

### 2.2.β. Ιατρική - Χειρουργική - Οδοντιατρική

- Εφαρμογές πρακτικής φύσεως
- Παρασκευή επουλωτικής αλοιφής
- Περιβρεξη ασηπίου επιδέσμου
- Πρόσθετο σε δισκία φαρμάκων
- Παρασκευή οδοντόκρεμας

Όλες οι παραπάνω χρήσεις της μαστίχας οι οποίες ακόμα δεν έχουν τύχει μαζικής εμπορικής αξιοποίησης απορρέουν από τις παρακάτω πολλαπλές θεραπευτικές ιδιότητές της, όπως υποστηρίζουν Πανεπιστημιακοί ύστερα από πολύχρονες εργαστηριακές έρευνες:

- προκαλεί έκκριση σιέλου και γαστρικού υγρού
- τα συστατικά του αιθεραίου ελαίου έχουν αντισηπτική και βαλσαμική χρήση
- καμάρει τους ρευματικούς πόνους
- επουλώνει το έλκος (μειώνει την ελκωτική δράση)
- μειώνει την πίεση του αίματος
- αυξάνει την αντίδραση του ανοσοποιητικού συστήματος του οργανισμού
- μειώνει τη χοληστερόλη και το διαβήτη
- βοηθά στη χώνεψη
- ελλοτώνει το σάκχαρο στον ανθρώπινο οργανισμό

- βοηθά στη μείωση της συχνότητας λήψης φαρμάκων από τον ασθενή και σταθεροποιεί την αναγκαία θεραπευτική συγκέντρωση φαρμάκου στο αίμα για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.
- προσφέρει γενική βοήθεια στην υγιεινή του στόματος
- δυναμώνει τα ούλα
- θεραπεύει τη στρέβλωση των δόντων και
- τέλος προσφέρει λαμπερό χρώμα στα δόντια

#### 2.2.γ. Αρωματοποιία

- χρησιμοποιείται σε βάση αρωμάτων
- για τη φροντίδα της ομορφιάς

#### 2.2.δ. Ζαχαροπλαστική - Ποτοποιία

Χρησιμοποιείτε:

- σε διάφορα γλυκίσματα, κέικ κλπ
- στο ούζο
- στο λικέρ

#### 2.2.ε. Άλλες γοήσεις

- βερνίκια (αεροπλάνων, μουσικών οργάνων)
- σταθεροποιητής χρωμάτων (ζωγραφική)
- υφαντουργία

### 3. Φορέας διαχείρισης της Μαστίχας Χίου

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, φορέας διαχείρισης της μαστίχας (συγκέντρωση - τυποποίηση ή/και μεταποίηση - διάθεση) είναι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου (ΕΜΧ).

Η ΕΜΧ ιδρύθηκε το 1938 με τον αναγκαστικό νόμο 1939/1938 και περιλαμβάνει 20 Πρωτοβάθμιους Συνεταιρισμούς με 6.000 μέλη από αγροτικές οικογένειες.

Η κύρια δραστηριότητα της ΕΜΧ είναι η συλλογή, επεξεργασία, συσκευασία και διάθεση της μαστίχας Χίου και των προϊόντων της. Έχει όμως και άλλες δραστηριότητες όπως, διαχείριση ελαιουργείων, αλευρομύλων, παραγωγή και διαχείριση ζωοτροφών, διαχείριση λιπασμάτων, αντιπροσώπευση ασφαλειών, χρηματοπιστωτικές εργασίες, εκμετάλλευση SUPER MARKET και άλλες υπηρεσίες προς τους γεωργούς της περιοχής.

Η ΕΜΧ διοικείται από εννεαμελές Διοικητικό Συμβούλιο (τρία μόνιμα και έξι

εκλεγμένα μέλη). Τα μόνιμα είναι, ένας εκπρόσωπος του Υπ. Γεωργίας και δύο της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος (Τοπικών Υπηρεσιών).

- Το απασχολούμενο προσωπικό της EMX σήμερα ανέρχεται σε 108 άτομα (24 Διοικητικοί και 84 Εργατοτεχνίτες).
- Ο ετήσιος προϋπολογισμός της EMX είναι της τάξης των 1,2 Δις δρχ.
- Εκτός όμως από την οικονομική / διαχειριστική δραστηριότητα, η EMX παίζει ένα πολύ σημαντικό ρόλο στην οικονομική και κοινωνική ζωή του τόπου με την οργανωτική / διαχειριστική βοήθεια και υποστήριξη των μελών της γεωργών και κυρίως των μαστιχοπαραγωγών.
- Όλες όμως οι παραπάνω δραστηριότητες σε συνδυασμό με τα προβλήματα / αδυναμίες που έχει η μαστίχα και τα προϊόντα της, δημιουργούν στην EMX, έντονα οικονομικά προβλήματα τα οποία σε συνδυασμό με τη μορφή της και την επιχειρηματική οργάνωσή της την εμποδίζουν να δράσει αποτελεσματικά για την ανάπτυξη νέων μεθόδων καλλιέργειας, συλλογής, επεξεργασίας, μεταποίησης, τυποποίησης και εμπορίας της μαστίχας και των προϊόντων της.

## B. Η ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΡΑΓΩΓΑ ΤΗΣ

### 1. Τσίχλα

Η τσίχλα της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου (EMX) παράγεται στο ιδιόκτητο εργαστάσιο της EMX με τήξη και ανάμιξη κυρίως μαστίχας, ζάχαρης, βουτύρου, κακάου και γλυκερίνης.

Κυκλοφορεί στην αγορά με το BRAND ELMA με μορφή κουφέτου σε κουτιά των δύο (2) και δέκα (10) κουφέτων.

Η αναλογία της φυσικής μαστίχας στο τελικό προϊόν της τσίχλας είναι 17% και συνήθως χρησιμοποιείται η χονδρή μαστίχα ή η "πίττα" η οποία δεν είναι εμπορικός τύπος στην φυσική της μορφή.

Όπως φαίνεται από τον επόμενο πίνακα "Παραγωγή και αναλώσεις φυσικής μαστίχας κατά δραστηριότητα", ο μέσος ετήσιος όρος ανάλωσης φυσικής μαστίχας είναι το 16,4%<sup>1</sup> της παραγόμενης ποσότητας και απορροφώνται από 10 έως 38 τόνοι φυσικής μαστίχας ετησίως. Από τη συνολική ποσότητα αναλισκώμενης φυσικής μαστίχας απορροφά το 18,5% (Μέσος όρος στην 7ετία 1984 - 1990).

---

<sup>1</sup>Μέσος όρος της 7ετίας 1984 - 1990

## 2. Μαστιχέλαιο

Το μαστιχέλαιο παράγεται στο Εργοστάσιο της ΕΜΧ από απόσταξη της φυσικής μαστίχας συνήθως μη εμπορεύσιμου τύπου ("πίττα").

Συσκευάζεται σε φιάλες των 100, 200, 250 και 500 γραμμαρίων.

Η αναλογία της φυσικής μαστίχας στο τελικό προϊόν του μαστιχελαιού είναι 33 προς 1 (Δηλαδή για ένα κιλό μαστιχελαιού απαιτούνται 33 κιλά μαστίχας).

## 3. Μοσχολίβανο

Το μοσχολίβανο παράγεται στο εργοστάσιο της ΕΜΧ από τα υποπροϊόντα της φυσικής μαστίχας και συσκευάζεται σε κουτιά των 100 γραμμαρίων.

Για την παραγωγή μοσχολιβανου αναλώνονται ετησίως 5 τόνοι υποπροϊόντων μαστίχας τα οποία είναι χωρίς εμπορική αξία.

## 4. Γενικές παρατηρήσεις

Διαχρονικά η σχέση της φυσικής μαστίχας και των παραγώγων της, τα οποία επεξεργάζεται και εμπορεύεται η ΕΜΧ φαίνεται από τον πίνακα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα, με τίτλο "Παραγωγή και αναλώσεις φυσικής μαστίχας κατά δραστηριότητα.

Από τον πίνακα διαπιστώνεται ότι σε ετήσιους μέσους όρους στην 7ετία 1984 - 1990 οι πωλήσεις φυσικής μαστίχας αντιστοιχούν στο 68% της συνολικής παραγωγής, το 16,4% απευθύνεται στην παραγωγή της τσιχλας (όπως ήδη έχει αναφερθεί) και μόνο το 4,3% της παραγωγής γίνεται μαστιχέλαιο.

Σα σύνολο δε ο ετήσιος μέσος όρος των αναλίσκωμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας υπολοιπεται της παραγωγής κατά 11 ποσοστιαίες μονάδες γεγονός το οποίο δημιουργεί τα μεγάλα αποθέματα φυσικής μαστίχας της ΕΜΧ.

Αν πάρουμε υπόψη μας ότι το σύνολο της παραγόμενης φυσικής μαστίχας, το 55% είναι "ψιλή" και το υπόλοιπο 45% "χονδρή" τότε στην προαναφερόμενη 7ετία παρήχθησαν 636,2 τόνοι "ψιλής" μαστίχας και 520,5 τόνοι "χονδρής".

Αμέσως πιο κάτω και με τα δεδομένα του πίνακα "Παραγωγή και αναλώσεις μαστίχας κατά κατηγορία ποιότητας και δραστηριότητα" γίνεται συσχέτιση της παραγόμενης φυσικής μαστίχας κατά κατηγορία "ψιλή" και "χονδρή" με τις κατά κατηγορία αναλωθείσες ποσότητες, ώστε να εξαχθούν κάποια συμπεράσματα αναφορικά με τη δημιουργία αποθεμάτων, ένα από τα πιο βασικά προβλήματα της ΕΜΧ.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Οι συσχετισμοί αυτοί γίνονται καθαρά για θεωρητικούς λόγους και έχουν ισχύ εφ' όσον τα στοιχεία που μας εδόθησαν από την Ε.Μ.Χ. αναφορικά με τις αναλογίες παραγωγής "χονδρής" και "ψιλής" μαστίχας, αλλά και τα ποσοστά συμμετοχής κάθε ποιότητας μαστίχας στις εξαγωγές και την εσωτερική αγορά είναι υπολογίσημα και ακριβή.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΩΣΕΙΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

| ΕΤΗ    | ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΦΥΣΙΚΗΣ<br>ΜΑΣΤΙΧΑΣ | ΑΝΑΛΩΣΗ ΤΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ |      |                     |      |                          |     |                          |     |                                   |       |  |  |
|--------|---------------------------------|---|------|---------------------|------|--------------------------|-----|--------------------------|-----|-----------------------------------|-------|--|--|
|        |                                 | Πωλήσεις<br>φυσικής<br>μαστιχας                 |      | Παραγωγή<br>Τσιγλας |      | Παραγωγή<br>Μαστιγέλαιου |     | Παραγωγή<br>Μοσχολιβανου |     | ΣΥΝΟΛΟ<br>ΑΝΑΛΩΘΕΙΣΑΣ<br>ΜΑΣΤΙΧΑΣ |       |  |  |
|        |                                 | Τόννοι  | %    | Τόννοι              | %    | Τόννοι                   | %   | Τόννοι                   | %   | Τόννοι                            | %     |  |  |
| 1984   | 164,0                           | 142,8   | 87,1 | 37,9                | 23,1 | 6,3                      | 3,8 | 0,9                      | 0,5 | 187,9                             | 114,5 |  |  |
| 1985   | 185,7                           | 102,0   | 54,9 | 24,6                | 13,2 | 8,1                      | 4,4 | 1,1                      | 0,6 | 135,8                             | 73,1  |  |  |
| 1986   | 205,2                           | 96,6  | 47,1 | 35,5                | 17,3 | 9,5                      | 4,6 | 0,5                      | 0,2 | 142,1                             | 69,2  |  |  |
| 1987   | 163,0                           | 121,5   | 74,5 | 18,3                | 11,2 | 5,1                      | 3,1 | 0,5                      | 0,3 | 145,4                             | 89,1  |  |  |
| 1988   | 154,8                           | 110,5   | 71,4 | 10,4                | 6,7  | 7,8                      | 5,0 | 0,6                      | 0,4 | 129,3                             | 83,5  |  |  |
| 1989   | 156,0                           | 99,3  | 63,7 | 31,1                | 19,9 | 6,5                      | 4,2 | 0,7                      | 0,4 | 137,6                             | 88,2  |  |  |
| 1990   | 128,0                           | 112,4   | 87,8 | 32,0                | 25,0 | 6,5                      | 5,1 | 0,6                      | 0,5 | 51,5                              | 118,4 |  |  |
| ΣΥΝΟΛΟ | 1.156,7                         | 785,1   | 67,9 | 189,8               | 16,4 | 49,8                     | 4,3 | 4,9                      | 4,9 | 1.029,6                           | 89,0  |  |  |



Από τον πίνακα που ακολουθεί διαπιστώνονται τα εξής:

- Το σύνολο των εξαγωγών φυσικής μαστίχας στην 7ετία 1984 - 1990 ήταν 636,7 τόνοι. Με δεδομένο ότι το 14% περίπου της ποσότητας αυτής ήταν "χονδρή", η εξαχθείσα ποσότητα "χονδρής" μαστίχας ήταν 89 τόνοι περίπου.
- Οι πωλήσεις φυσικής μαστίχας στο εσωτερικό στην ίδια περίοδο ήταν 148,6 τόνοι. Με δεδομένο ότι το 90% περίπου της ποσότητας αυτής ήταν "χονδρή",<sup>1</sup> η πωληθείσα ποσότητα "χονδρής" μαστίχας στην εσωτερική αγορά ήταν 133,7 τόνοι.
- Επίσης με δεδομένο ότι στην παραγωγή τσίχλας, μαστιχελαίου και μοσχολίβανου χρησιμοποιείται "χονδρή" μαστίχα, το σύνολο της χονδρής μαστίχας που αναλώθηκε για την παραγωγή των τριών παραπάνω προϊόντων, στην 7ετία 1984 - 1990, έφθασε στους 244,6 τόνους.

Το σύνολο της αναλωθείσας "χονδρής" μαστίχας στην 7ετία 1984 - 1990 ήταν 467,4, ήτοι 66,8 τόνοι το χρόνο (μέση ετήσια ποσότητα), ενώ η αντίστοιχη ποσότητα "ψιλής" μαστίχας έφθασε τους 562,5 τόνους (80,4 τόνοι μέση ετήσια ποσότητα).

#### ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΩΣΕΙΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ (Για την περίοδο 1984 - 1990)

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ<br>ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΠΟΣΟ- (τόν)<br>ΤΗΤΕΣ ΑΝΑ<br>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗ<br>ΤΑ (τόνοι) | "ΨΙΛΗ"       |             | "ΧΟΝΔΡΗ"     |             | ΣΥΝΟΛΟ         |             |
|--|--------------|-------------|--------------|-------------|----------------|-------------|
|  | Τόνοι        | %           | Τόνοι        | %           | Τόνοι          | %           |
|  | 636,2        | 100,0       | 520,5        | 100,0       | 1.156,7        | 100,0       |
| Εξαγωγές   | 547,6        | 86,1        | 89,1         | 17,1        | 636,7          | 55,1        |
| Εσωτερικό  | 14,9         | 2,3         | 133,7        | 25,7        | 148,6          | 12,8        |
| Τσίχλα   | -            | -           | 189,9        | 36,5        | 189,9          | 16,4        |
| Μαστιχέλαιο  | -            | -           | 49,8         | 9,6         | 49,8           | 4,3         |
| Μοσχολίβανο  | -            | -           | 4,9          | 0,9         | 4,9            | 0,4         |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>  | <b>562,5</b> | <b>88,4</b> | <b>467,4</b> | <b>89,8</b> | <b>1.029,9</b> | <b>89,0</b> |
| <b>ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ</b>   | <b>73,7</b>  | <b>11,6</b> | <b>53,1</b>  | <b>10,2</b> | <b>126,8</b>   | <b>11,0</b> |

Από τα προαναφερόμενα διαπιστώνονται τα εξής για την επταετία 1984 - 1990:

<sup>1</sup> Από στοιχεία της EMX

- α. Οι μέσες ετήσιες συνολικά πωλούμενες ποσότητες μαστίχας φθάνουν τους 147 τόνους.
- β. Όταν η μέση ετήσια παραγόμενη ποσότητα φυσικής μαστίχας είναι 165 τόνοι, δημιουργούνται αποθέματα 18 τόνων το χρόνο (μέση ετήσια ποσότητα).
- γ. Η "χονδρή" μαστίχα αντιπροσωπεύει το 45,4% των συνολικών πωλουμένων / αναλίσκομένων ποσοτήτων είτε σαν τελικό προϊόν είτε σαν πρώτη ύλη στην κάθε είδους βιομηχανική χρήση από την Ε.Μ.Χ. Το υπόλοιπο 54,6% είναι "ψιλή" μαστίχα η οποία πωλείται από την Ε.Μ.Χ. στη φυσική της μορφή.
- δ. Τα αδιάθετα αποθέματα μαστίχας αφορούν και στις δύο ποιότητες "ψιλή" και "χονδρή" με μεγαλύτερο ποσοστό (11,6%) για την 7ετία 1984 - 1990, στην "ψιλή" μαστίχα, έναντι 10,2% στην "χονδρή".
- ε. Τα ποσοστά αναλίσκομης μαστίχας κατά ποιότητα ("χονδρή" και "ψιλή") παρουσιάζουν την ίδια ακριβώς αντιστοιχία με τα ποσοστά παραγόμενης μαστίχας κατά ποιότητα.

#### Σημείωση

Από τις συζητήσεις μας με την Ε.Μ.Χ. έχει διαπιστωθεί ότι δεν υπάρχουν αποθέματα "ψιλής" μαστίχας και όλα τα υπάρχοντα αποθέματα αποτελούνται από "χονδρή" μαστίχα.

Αυτό σημαίνει ότι:

- α) Είτε τα ποσοστά παραγόμενων ποιοτήτων φυσικής μαστίχας δεν είναι 45% "χονδρή" και 55% "ψιλή" (μέσος ετήσιος όρος)
- β) Είτε οι αναλογίες πωλουμένων ποσοτήτων στο εσωτερικό δεν είναι 90% "χονδρή" και 10% "ψιλή" και στο εξωτερικό 14% "χονδρή" και 86% "ψιλή".

#### Παρατήρηση

Η συγκεκριμενοποίηση των πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας κατά ποιότητα στο εσωτερικό και εξωτερικό είναι σημαντικός παράγοντας για τη χάραξη πολιτικής marketing προκειμένου να απορροφηθούν τα αποθέματα "χονδρής" μαστίχας ή / και να μη δημιουργηθούν στο μέλλον τέτοια αποθέματα.

**ΜΕΡΟΣ Α'**

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

## I. ΧΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

### α) Τσίχλα

Η τσίχλα από μαστίχα παράγεται στο εργοστάσιο της Ε.Μ.Χ. με τήξη και ανάμιξη κυρίως μαστίχας, ζάχαρης, βουτύρου κακάου και γλυκερίνης. Κυκλοφορεί στην αγορά με το BRAND ELMA σε μορφή κουφέτου σε κουτιά των 2 και 10 κουφέτων.

Η αναλογία της φυσικής μαστίχας στο τελικό προϊόν της τσίχλας είναι 17 % και συνήθως χρησιμοποιείται η χονδρή μαστίχα ή η "πίττα", τύπος μη εμπορεύσιμος.

Οι πωλήσεις της τσίχλας κυμαίνονται σε σχετικά ψηλά επίπεδα ως προς το σύνολο των αναλισκομένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας και απευθύνονται τόσο στην αγορά του εσωτερικού με μέσο ετήσιο όρο πωλήσεων για την δεκαετία 1979 - 1989 54.970,7 κιλά, όσο και στην αγορά του εξωτερικού και κυρίως στη Σαουδική Αραβία με μέσο ετήσιο όρο πωλήσεων 118.247,8 κιλά. Οι πωλήσεις του εξωτερικού σαφώς υπερτερούν αυτών του εσωτερικού και κυμαίνονται για την ίδια δεκαετία στο 68,3 % των συνολικών πωλήσεων. Από τον πίνακα μεταβολών των πωλήσεων τσίχλας φαίνεται η συνεχής πτωτική τάση των πωλήσεων του προϊόντος καθ' όλη τη δεκαετία με εξαίρεση το 1983 όπου παρατηρήθηκε μία αύξηση των συνολικών πωλήσεων κατά 26,6% (σαν έτος βάσης λαμβάνεται το 1979), που οφειλόταν στην μεγάλη αύξηση των πωλήσεων της τσίχλας στο εξωτερικό (58,9%).

Η πτώση των συνολικών πωλήσεων κυμαίνεται σε ποσοστό της τάξης του 45% - 55% παρουσιάζοντας ιδιαίτερη έξαρση το 1987 και 1988 με μείωση της τάξης του 68% ή 84% αντίστοιχα. Ιδιαίτερα παρατηρείται ότι τα έτη 1988-89 η πτώση των πωλήσεων ήταν πολύ μεγάλη αφού με την ετήσια μείωση των πωλήσεων στο εξωτερικό ξεπέρασε το 90%.

Το κόστος παραγωγής της τσίχλας για το 1990 ήταν 50 δολάρια το χαρτοκιβώτιο, ενώ η τιμή πώλησης για το εξωτερικό είναι κάτω του κόστους στα 45 δολάρια το χαρτοκιβώτιο<sup>1</sup> στο δε εσωτερικό είναι 80 δολάρια το χαρτοκιβώτιο υπερκαλύπτοντας έτσι το κόστος παραγωγής.

---

<sup>1</sup> Συγκεκριμένα στην Σ. Αραβία όπου γίνονται και οι μεγαλύτερες πωλήσεις τσίχλας είναι μόλις 33 δολάρια το χαρτοκιβώτιο.

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΣΙΧΛΑΣ

| ΕΤΟΣ | ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ | ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ | ΣΥΝΟΛΟ |
|------|-----------|-----------|--------|
|      | %         | %         | %      |
| 1979 | 100,0     | 100,0     | 100,0  |
| 1980 | 71,2      | 45,8      | 55,1   |
| 1981 | 43,0      | 81,0      | 67,1   |
| 1982 | 70,8      | 61,6      | 65,0   |
| 1983 | 70,7      | 158,9     | 126,6  |
| 1984 | 71,0      | 59,1      | 63,5   |
| 1985 | 26,3      | 59,1      | 47,1   |
| 1986 | 47,8      | 77,2      | 66,4   |
| 1987 | 33,3      | 32,5      | 32,8   |
| 1988 | 32,3      | 6,3       | 15,8   |
| 1989 | 43,0      | 75,5      | 63,6   |

β) Μαστιχέλαιο

Το μαστιχέλαιο παράγεται στο εργοστάσιο της EMX από απόσταξη φυσικής μαστίχας συνήθως μη εμπορεύσιμου τύπου ("πίττα"). Όπως έχει προαναφερθεί η αναλογία της φυσικής μαστίχας στο τελικό προϊόν του μαστιχελαίου είναι 33 προς 1. Το προϊόν συσκευάζεται σε φιάλες των 100, 200, 250 και 500 γραμμαρίων.

Οι βασικές χρήσεις του είναι στην αρωματοποιία (αρώματα, κρέμες προσώπου, βερνίκια νυχιών) και στην ποτοποιία. Σε πιο περιορισμένη έκταση χρησιμοποιείται και στη φαρμακοβιομηχανία, λιθογραφία, υφαντουργία και βαμβακουργία. Το μαστιχέλαιο πωλείται σε μικρές ποσότητες - μέσος ετήσιος όρος πωλήσεων για τη δεκαετία 1979 - 1989 ήταν 94,23 κιλά - κυρίως στην αγορά του εσωτερικού, ενώ κάποιες ακόμα μικρότερες ποσότητες - μέσος όρος πωλήσεων 37,63 κιλά - εξάγονται.

Οι πωλήσεις του εσωτερικού για τη δεκαετία 1979-89 αποτελούσαν το 71,44% των συνολικών πωλήσεων, παρουσιάζοντας καθ' όλη τη διάρκεια της δεκαετίας μια συνεχή μείωση. Αν ληφθεί το 1979 σαν έτος βάσης, παρατηρείται ότι η μείωση αυτή των πωλήσεων έφθασε τα ανώτατα όριά της το 1988 και 1989

με ποσοστά της τάξης του 66,5% και 64,5% αντίστοιχα. Οι λόγοι μείωσης των πωλουμένων ποσοτήτων μαστιχέλαιου στην εσωτερική αγορά οφείλονται σε δύο κυρίως λόγους:

1. Επειδή ο κύριος όγκος του μαστιχέλαιου μέχρι πρότεινος χρησιμοποιείται στην ποτοποιία, η αντικατάστασή του από τους ποτοποιούς με φυσική μαστίχα ή / και μη χρησιμοποιώντας ούτε φυσική μαστίχα, έριξαν την κατανάλωση του μαστιχέλαιου σε πολύ χαμηλά επίπεδα.
2. Πολλές φορές η ποιότητα του μαστιχέλαιου (ιδιαίτερα σε σχέση, με την τιμή του και με τη δυνατότητα υποκατάστασής του από φυσική μαστίχα) δεν είναι ικανοποιητική για τους πελάτες / χρήστες του.

Αντίθετα, οι πωλήσεις του εξωτερικού παρουσιάζουν μια συνεχή αύξηση που το 1988 έφθασε το 1.000%. Εξαιτίας όμως του μικρού ποσοστού που οι πωλήσεις εξωτερικού έχουν επί των συνολικών πωλήσεων (28,58%) η αύξηση αυτή που παρουσίασαν δεν μπόρεσε να δώσει την αντίστοιχη ώθηση στις συνολικές πωλήσεις και να αντισταθμίσει πλήρως την μείωση των πωλήσεων στην αγορά του εσωτερικού. Το αποτέλεσμα είναι να παρατηρείται μια αυξομείωση των συνολικών πωλήσεων του μαστιχέλαιου της τάξης του 20% μέχρι το 1989, όπου και παρουσιάστηκε μια εντύπωση μείωση των πωλήσεων κατά 50,6%.

Ενας ακόμη περιοριστικός παράγοντας αυξήσεως των πωλήσεων του μαστιχέλαιου μπορεί να θεωρηθεί η τιμή πώλησής του, που φθάνει τις 50.000 δρχ. ανά κιλό για το εσωτερικό και 500 δολάρια ανά κιλό για το εξωτερικό. Οι τιμές διαμορφώθηκαν σε τόσο ψηλά επίπεδα εξαιτίας του ψηλού κόστους παραγωγής του μαστιχέλαιου, που με τη χρησιμοποίηση υποπροϊόντων αντί καθαρής μαστίχας φθάνει τις 40.000 δρχ. ανά κιλό. Στην περίπτωση χρησιμοποίησης μαστίχας το κόστος υπερβαίνει τις 60.000 δρχ. ανά κιλό.

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΑΣΤΙΧΕΛΑΙΟΥ

| ΕΤΟΣ | ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ<br>% | ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ<br>% | ΣΥΝΟΛΟ<br>% |
|------|----------------|----------------|-------------|
| 1979 | 100,0          | 100,0          | 100,0       |
| 1980 | 100,5          | 144,2          | 103,8       |
| 1981 | 89,3           | 356,7          | 109,3       |
| 1982 | 93,1           | 357,0          | 115,0       |
| 1983 | 70,4           | 221,1          | 81,8        |
| 1984 | 75,3           | 98,0           | 77,1        |
| 1985 | 81,3           | 497,0          | 112,6       |
| 1986 | 76,8           | 240,0          | 89,1        |
| 1987 | 52,3           | 539,0          | 88,8        |
| 1988 | 33,5           | 1187,0         | 120,2       |
| 1989 | 35,5           | 221,0          | 49,4        |

γ) Κολοφώνιο

Το κολοφώνιο είναι υποπροϊόν της απόσταξης του μαστιχέλαιου. Χρησιμοποιείται στην χειρουργική, την παραγωγή συνθετικού καουτσούκ, ελαστικά πλαστικών, τεχνητών δερμάτων, λινελαιού, βερνικιών, χρωμάτων.

Εξάγεται στη Γαλλία σε περιορισμένες ποσότητες που δεν ξεπερνούν τα 2.000-4.000 κιλά ετησίως στην τιμή των 9,5 \$ ανά κιλό.

δ) Μοσχολίβανο

Το μοσχολίβανο παράγεται από μαστίχα δεύτερης ποιότητας και κολοφώνιο. Χρησιμοποιείται για θρησκευτικούς σκοπούς. Το κόστος παραγωγής του φθάνει τις 1.657 δραχ. το κιλό και η τιμή πώλησής του τις 2.000 δραχ. το κιλό. Το μοσχολίβανο πωλείται μόνο στην αγορά του εσωτερικού σε πολύ μικρές ποσότητες.

## II. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ ΤΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΤΗΣ

Εξετάζοντας την πορεία τόσο της παραγωγής της φυσικής μαστίχας και των παραγώγων της όσο και των πωλήσεών τους, θα μπορούσαν να γίνουν μια σειρά από παρατηρήσεις.

Καταρχήν παρατηρείται ότι η παραγωγή της φυσικής μαστίχας κατά τη διάρκεια των ετών 1984 - 1990 αναλώνεται ποσοστιαία στις εξής δραστηριότητες: Το 67,9% της παραγωγής πωλείται σε φυσική μαστίχα, το 16,4% κατευθύνεται στην παραγωγή τσίχλας, το 4,3% στην παραγωγή μαστιχέλαιου και το 4,9% στην παραγωγή μοσχολίβανου.

Όσο αφορά στην πορεία παραγωγής της φυσικής μαστίχας, λαμβάνοντας το έτος 1984 σαν έτος βάσης, παρατηρείται ότι ενώ κατά τη διάρκεια του 1985 και 1986 υπήρξε μια αύξηση της παραγωγής της τάξης του 13% και 25% αντίστοιχα, στα μετέπειτα χρόνια υπήρξε μια σταθερή μείωσή του παρόλο που μέχρι και το 1989 δεν ξεπέρασε το 5%. Το 1990 η μείωση έφθασε το 27%.

Όσο αφορά τις πωλήσεις της φυσικής μαστίχας παρατηρείται μια συνεχής μείωση καθόλη τη διάρκεια των εξεταζόμενων ετών που κυμαίνεται στο 15% - 32%. Ο μέσος ετήσιος όρος πώλησεων της φυσικής μαστίχας είναι 113 τόννοι περίπου. Αν ληφθεί υπόψη ότι και οι πωλήσεις τσίχλας παρουσιάζουν μια ακόμα μεγαλύτερη ποσοστιαία πτώση, όπως έχει προαναφερθεί, ενώ οι πωλήσεις του μαστιχέλαιου παρουσιάζουν μικρές διακυμάνσεις (όμως το μαστιχέλαιο είναι μόλις το 4% της παραγωγής της φυσικής μαστίχας) είναι φυσικό να δημιουργούνται αποθέματα φυσικής μαστίχας.

Από τον προηγούμενο πίνακα "Παραγωγή και αναλώσεις μαστίχας κατά κατηγορία ποιότητας και δραστηριότητα", για τα έτη 1984 - 1990 παρατηρείται ότι η παραγωγή φυσικής μαστίχας ήταν 1.156.700 κιλά.

Οι πωλήσεις φυσικής μαστίχας, και η φυσική μαστίχα που περιεχόταν στην τσίχλα (17%) και στο μαστιχέλαιο (1 προς 33), και μοσχολίβανου, δεν ξεπέρασαν τα 1.029.000 κιλά. Το αποτέλεσμα ήταν ένα απόθεμα της τάξης των 127.100 κιλών για τα έτη 1984 - 1990, με μέσο ετήσιο όρο τα 18.157 κιλά.



## II. ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ

### Ι. Τσιχλοποιία

Ως γνωστό η τσιχλα ανήκει στην κατηγορία των ζαχαρωδών προϊόντων. Ακολουθούν στοιχεία που αφορούν την παραγωγή της τσιχλας για τα έτη 1983, 1984 και 1985, ανεξαρτήτως του αν η παραγωγή είναι από φυσική μαστίχα ή όχι.

| ΕΤΟΣ   | ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΖΑΧΑΡΩΔΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ | ΤΣΙΧΛΑ | ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΣΙΧΛΑΣ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ |
|--------|--------------------------------------|--------|--------------------------------------|
|        | ΤΟΝΝΟΙ                               | ΤΟΝΝΟΙ | %                                    |
| 1983   | 64.776                               | 4.321  | 6,6                                  |
| 1984   | 58.692                               | 4.513  | 7,6                                  |
| 1985   | 59.289                               | 4.454  | 7,5                                  |
| ΣΥΝΟΛΟ | 182.757                              | 13.288 | 7,2                                  |

Παρατηρείται ότι η συνολική παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων για την τριετία 1983-1985 παρουσίασε μία μείωση της τάξης του 12 % και 8,5 % για τα έτη 1984 και 1985 αντίστοιχα.

Αντίθετα, παρατηρείται ότι η τσιχλα την ίδια περίοδο παρουσιάζει μια μικρή άνοδο της τάξης του 3 % περίπου.

Το ποσοστό που κατέχει η τσιχλα στο σύνολο της παραγωγής των ζαχαρωδών προϊόντων ήταν 6,6 %, 7,6 % ή 7,5 % για τα έτη 1983, 1984 και 1985 αντίστοιχα.

Παρατηρείται δηλαδή ότι το ποσοστό που κατέχει η τσιχλα στην συνολική παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων είναι σχετικά μικρό. Αν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι αυτό το ποσοστό αντιπροσωπεύει αρκετές μάρκες τσιχλας, τότε συμπερασματικά η θέση της τσιχλας που παράγεται από τη φυσική μαστίχα της Χίου είναι αρκετά δύσκολη.

Το σημαντικό γεγονός είναι το ότι η αγορά της τσιχλας είναι δεδομένη και καθορίζεται μέσα σε συγκεκριμένα πλαίσια παραγωγής.

Ορισμένα στοιχεία από την πρωτογενή δειγματολογική έρευνα σε 20 από τους μεγαλύτερους χονδρεμπόρους τσιχλας στην Αττική είναι χρήσιμα σαν ενδείξεις για τη χάραξη συγκεκριμένης πολιτικής της Ε.Μ.Χ. αλλά και του αντιπροσώπου της.

Οι έμποροι τσιχλας διακινούν κυρίως τσιχλα ΕΛΜΑ στη συσκευασία των πακέτων με 10 κουφέτα (ποσοστό 70 - 100%). Διατυπώθηκε μάλιστα η παρατήρηση ότι το πακέτο των 2 κουφέτων είναι παθητικό. Οι ποσότητες τσιχλας που αγοράζουν τα τελευταία χρόνια παρουσίασε μια μείωση της τάξης του 35% - 40% περίπου. Στις πωλήσεις το ποσοστό του συνολικού τους τζίρου που αντιπροσωπεύει η τσιχλα για τους μεγάλους πελάτες είναι από 10% μέχρι 30% περίπου. Το ποσοστό μικτού κέρδους, όλων όσων ερωτήθηκαν για την τσιχλα ΕΛΜΑ είναι περίπου

της τάξης του 10%. Όσο αφορά τη γνώμη τους για την τσίχλα, όλοι συμφωνούν στο ότι μια διαφορετική συσκευασία της τσίχλας απ' την Ε.Μ.Χ. είναι απαραίτητη υπό τον όρο ότι συγχρόνως θα γίνει και κατάλληλη διαφήμιση για να τη γνωρίσει ο καταναλωτής.

Όσο αφορά τον προμηθευτή όσοι ερωτήθηκαν δηλώνουν ικανοποιημένοι και την τιμολογιακή πολιτική οι περισσότεροι τη βρίσκουν σωστή, αν και τονίστηκε από ορισμένους η ανάγκη να δίνονται ποσοστά έκπτωσης μια και ανταγωνιστές της τσίχλας ΕΛΜΑ, όπως η ADAMS και η PERFETTI, κάνουν έκπτωση της τάξης του 3 - 6% αν το ποσό εξοφληθεί σε 7 ημέρες.

Για τις προοπτικές της τσίχλας όλοι δηλώνουν απαισιόδοχοι αφού η τσίχλα παρουσιάζει σταθερά φθίνουσα πορεία και δεν γίνεται η κατάλληλη διαφήμιση που θα μπορούσε να την προωθήσει στην αγορά. Όλοι όσοι ερωτήθηκαν πιστεύουν ότι θα έπρεπε να βγουν κάποια νέα είδη τσίχλας σε καλύτερη συσκευασία, να υπάρξει κατάλληλη προώθηση της τσίχλας στα μαγαζιά μέσω κινήτρων που θα μπορούσαν να δοθούν στους χονδρέμπορους (πχ αυξημένο ποσοστό κέρδους) και να δοθεί μεγάλη βαρύτητα στη διαφήμιση.

Επίσης τονίστηκε η ανάγκη ελέγχου της αγοράς της τσίχλας γιατί έχουν μπει "πειρατές" που κατεβάζουν τις τιμές της τσίχλας.

Όσο αφορά την ποιότητα της τσίχλας οι περισσότεροι έμποροι συμφωνούν ότι ενώ έχει καλή γεύση και άρωμα, είναι σκληρή και πολύ γλυκιά.

Τέλος, όσο αφορά τις τιμές αγοράς ή πώλησης στους τελικούς καταναλωτές, οι περισσότεροι τις βρίσκουν από φθηνές μέχρι λογικές. Τονίζουν όμως παράλληλα ότι η τιμή πώλησης στους τελικούς καταναλωτές είναι ασαφής επειδή δεν αναγράφεται πάνω στα πακέτα, μ' αποτέλεσμα σ' ορισμένα περιίπτερα να την πουλάνε όσο θέλουν.

## 2. Ποιοποιία

Επίσης σημαντικός κλάδος είναι αυτός της ποτοποιίας. Στον πίνακα που ακολουθεί θα εξετάσουμε τη θέση του ποτού του ούζου ή του ποτού της μαστίχας στη συνολική παραγωγή οινοπνευματωδών ποτών.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ

| ΕΤΟΣ | ΟΥΖΟ   |      | ΑΠΕΡΙΤΙΦ, ΡΟΥΜΙ<br>ΜΑΣΤΙΧΑ ΚΛΠ |     | ΣΥΝΟΛΟ<br>ΟΙΝΟΠΝΕΥ-<br>ΜΑΤΩΔΩΝ<br>ΠΟΤΩΝ |
|------|--------|------|--------------------------------|-----|---|
|      | ΤΟΝΝΟΙ | %    | ΤΟΝΝΟΙ                         | %   | ΤΟΝΝΟΙ                                  |
| 1982 | 18.816 | -    | -                              | -   | -                                       |
| 1983 | 18.372 | 47,6 | 857                            | 2,2 | 38.545                                  |
| 1984 | 18.372 | 45,6 | 1.089                          | 2,7 | 40.256                                  |
| 1985 | 20.368 | 46,4 | 1.370                          | 3,1 | 43.817                                  |
| 1986 | 22.437 | -    | -                              | -   | -                                       |

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

| ΕΤΟΣ | ΟΥΖΟ  | ΑΠΕΡΙΤΙΦ,<br>ΡΟΥΜΙ<br>ΜΑΣΤΙΧΑ ΚΛΠ | ΣΥΝΟΛΟ<br>ΟΙΝΟΠΝ. ΠΟΤΩΝ |
|------|-------|-----------------------------------|-------------------------|
|      | %     | %                                 | %                       |
| 1982 | 100,0 | -                                 | -                       |
| 1983 | 97,6  | 100,0                             | 100,0                   |
| 1984 | 97,6  | 127,0                             | 104,4                   |
| 1985 | 108,2 | 159,8                             | 113,6                   |
| 1986 | 119,2 | -                                 | -                       |

Εξετάζοντας καταρχήν την πορεία παραγωγής του συνόλου των οινοπνευματοδών ποτών για την τριετία 1983 - 1985, παρατηρούμε ότι υπήρχε μια συνεχής τάση αύξησης της παραγωγής που κυμαινόταν στα επίπεδα του 4 % και 13 % για τα έτη 1984 και 1985 αντίστοιχα λαμβάνοντας το 1983 σαν έτος βάσης. Την ίδια τάση

αύξησης παρουσιάζει και η κατηγορία των απεριτίφ. μαστίχα κλπ., όπου τα ποσοστά αύξησης για τα έτη 1984 και 1985 - λαμβάνοντας και πάλι το 1983 σαν έτος βάσης - κυμαίνονταν στα αρκετά εντυπωσιακά επίπεδα του 27 % και 60 %. Όσο αφορά το ούζο, για την πενταετία 1982 - 1986, λαμβάνοντας το 1982 σαν έτος βάσης, παρατηρείται μια ελαφρά πτώση της παραγωγής της τάξης του 2,4% για τα έτη 1983 και 1984, με μια μετέπειτά αύξηση της τάξης του 8,2 % και 19,2 % για τα έτη 1985 και 1986 αντίστοιχα.

Ενώ τα ποτά απεριτίφ, ρούμι, μαστίχα κλπ έχουν ένα πολύ μικρό ποσοστό συμμετοχής στο σύνολο των παραγόμενων οινοπνευματωδών ποτών, που δεν ξεπερνάει το 3 %, το ούζο έχει μια πολύ αξιόλογη συμμετοχή που κυμαίνεται περίπου στο 46 %. Αξίζει λοιπόν να γίνουν κάποιες συμπερασματικές παρατηρήσεις για το ποτό αυτό.

Σύμφωνα με πληροφορίες μας από παραγωγούς ούζου, η αναλογία της φυσικής μαστίχας στο ούζο είναι 0,03 % και οι παραγωγοί υποχρεούνται τόσο από την Ελληνική νομοθεσία (υπουργ. απόφαση 22801/4512, "Παραγωγή και διάθεση αλκοολούχων ποτών, 4/12/1986, άρθρο 5, "Ούζο") όσο και από την Κοινοτική (Κανονισμός ΕΟΚ 1576/89 " για την θέσπιση των γενικών κανόνων σχετικά με τον ορισμό, χαρακτηρισμό και την παρουσίαση των αλκοολούχων ποτών") να χρησιμοποιούν τη φυσική μαστίχα για την παραγωγή του ποτού του ούζου. Αν δεν χρησιμοποιείται η φυσική μαστίχα που παράγεται στη Χίο, το ποτό δεν μπορεί να λάβει την ονομασία του ούζου.

Λαμβάνοντας υπόψη λοιπόν την αναλογία του 0,03 % της φυσικής μαστίχας στο ούζο, η ποσότητα της μαστίχας που θα μπορούσε ή θα έπρεπε να είχε καταναλωθεί για την παραγωγή του ούζου κατά τη διάρκεια των ετών 1982 - 1986 είναι 29,5 τόνοι φυσικής μαστίχας.

| ΕΤΟΣ | ΜΑΣΤΙΧΑ ΣΤΟ<br>ΟΥΖΟ<br>(σύμφωνα με αναλογία<br>0,03 %) |
|------|--|
|      | ΤΟΝΝΟΙ   |
| 1982 | 5,64   |
| 1983 | 5,51   |
| 1984 | 5,51   |
| 1985 | 6,11   |

|        |      |
|--------|------|
| 1986   | 6,73 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 29,5 |

Τέλος, αναφορικά με τις πωλήσεις φυσικής μαστίχας στον κλάδο της ποτοποιίας κατά τα έτη 1989, 1990 και 1991, από τη δειγματοληπτική πρωτογενή έρευνα που έγινε για την περιοχή της Αττικής, όπως αναφέρεται στον πρόλογο, και σύμφωνα με τα δεδομένα του πίνακα που ακολουθεί ο οποίος είναι προϊόν της έρευνας αυτής, μπορούν να γίνουν οι παρακάτω παρατηρήσεις:

| ΕΤΟΣ   | ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΑΠΟ ΠΟΤΟΠΟΙΟΥΣ |   | ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ |
|--------|------------------------------------|---|-----------------------|
|        | ΚΙΛΑ                               | (%) στο σύνολο των πωλουμένων ποσοτήτων |                       |
| 1989   | 1.295                              | 23,0                                    | 100,0                 |
| 1990   | 1.030                              | 14,9                                    | 79,5                  |
| 1991   | 455                                | 6,6                                     | 35,1                  |
| ΣΥΝΟΛΟ | 2.780                              |   |                       |

- Η κατανάλωση μαστίχα από τους ποτοποιούς κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης τριετίας, αλλά και σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια σύμφωνα με άποψη του αποκλειστικού αντιπροσώπου της Ε.Μ.Χ. στην Ελλάδα, παρουσιάζει μια συνεχή πτώση η οποία έφθασε στα ανώτατα επίπεδα της το έτος 1991 με ποσοστό 65% περίπου έναντι του 1989

- Οι συνολικές ποσότητες αναλίσκόμενης φυσικής μαστίχας από τους ποτοποιούς είναι μικρές και δεν πρέπει να ξεπερνούν τους δύο τόννους (2.000 κιλά) ετησίως.

- Οι προοπτικές αύξησης των πωλήσεων φυσικής μαστίχας στον κλάδο της ποτοποιίας είναι σημαντικές, αν εφαρμοστεί από τους παραγωγούς ούζου η Ελληνική ή και η Κοινοτική νομοθεσία. Στην περίπτωση αυτή ο τετραπλασιασμός των πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας στον κλάδο της ποτοποιίας είναι εφικτός στόχος<sup>1</sup> αν πάρουμε υπόψη μας τη συνεχή αύξηση παρα-

<sup>1</sup>Με την προϋπόθεση ότι μπορεί να επιβληθεί η εφαρμογή της Ελληνικής ή /και της Κοινοτικής νομοθεσίας περί ούζου.

γωγής ούζου και άλλων aperitives που περιέχουν μαστίχα.

### 3. Αρτοποιία / Ζαχαροπλαστική

Τόσο ο κλάδος της Αρτοποιίας όσο και της Ζαχαροπλαστικής είναι αρκετά αξιόλογοι στο σύνολο της Χώρας. Η κατανομή καταστημάτων Αρτοποιίας και Ζαχαροπλαστικής ανά Περιφέρεια, φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

#### ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

| ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ              | ΑΡΤΟΠΟΙΙΑΣ | ΖΑΧ/ΚΗΣ | ΣΥΝΟΛΟ |
|--------------------------|------------|---------|--------|
| Πρωτευούσης              | 1.738      | 1.060   | 2.798  |
| Λοιπής Στερεάς & Ευβοίας | 1.029      | 212     | 1.241  |
| Πελοποννήσου             | 675        | 243     | 918    |
| Ιονίων Νησιών            | 171        | 51      | 222    |
| Ηπείρου                  | 241        | 77      | 318    |
| Θεσσαλίας                | 530        | 271     | 801    |
| Μακεδονίας               | 1.522      | 779     | 2.301  |
| Θράκης                   | 169        | 93      | 262    |
| Νήσων Αιγαίου            | 460        | 162     | 622    |
| Κρήτης                   | 396        | 132     | 528    |
| ΣΥΝΟΛΟ                   | 6.931      | 3.080   | 10.011 |

ΠΗΓΗ: "Απογραφή καταστημάτων βιομηχανίας - βιοτεχνίας, ΕΣΥΕ.

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρείται ότι η μεγαλύτερη συγκέντρωση καταστημάτων αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής εντοπίζεται στις περιφέρειες που υπάρχουν μεγάλα αστικά κέντρα, δηλαδή στις περιφέρειες Πρωτευούσης και Μακεδονίας. Το σύνολο καταστημάτων αρτοποιίας στη χώρα το 1984 ήταν 6.931 και ζαχαροπλαστικής 3.080. Αθροιζόμενα έφταναν τα 10.011 καταστήματα.

-Τα αρτοποιία χρησιμοποιούν τη φυσική μαστίχα κυρίως στην παραγωγή τσουρεκιών

και σε πολύ μικρότερες ποσότητες σε κουλούρια και στους παραδοσιακούς άρτους που προσφέρονται για θρησκευτικούς σκοπούς στις εκκλησίες.

Η ποσότητα όμως της μαστίχας που χρησιμοποιείται ετήσια από κάθε αρτοποιείο δεν πρέπει να υπερβαίνει τα δύο (2) κιλά. Επίσης είναι βέβαιο ότι δεν χρησιμοποιεί μαστίχα το σύνολο των αρτοποιειών της Χώρας.

Αν λοιπόν εστιασθεί η προσοχή στα αρτοποιεία που βρίσκονται στα μεγάλα αστικά κέντρα της Χώρας και θεωρηθούν σα βάση τα δύο (2) κιλά ετήσιας κατανάλωσης μαστίχας ανά αρτοποιείο, η κατανάλωση φυσικής μαστίχας από τους αρτοποιούς θα μπορεί να υπερβεί τα 6.000 κιλά ετησίως.

Ο παραπάνω συλλογισμός δεν έχει μόνο θεωρητική αξία και περιγράφεται για να παρουσιασθούν οι δυνατότητες αύξησης των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας, εφ' όσον λειτουργήσει ένα σωστό δίκτυο πωλήσεων.

Αν λοιπόν δημιουργηθούν τα κατάλληλα δίκτυα που περιγράφονται στη συνέχεια και τα οποία θα προμηθεύουν τους αρτοποιούς ανά τη χώρα με μαστίχα η εν δυνάμει κατανάλωσή της εκτιμάται ότι θα φθάσει σε ψηλά επίπεδα.

Όσο αφορά τα καταστήματα ζαχαροπλαστικής χρησιμοποιούν τη μαστίχα σαν πρώτη ύλη στην παραγωγή πολλών προϊόντων, τόσο γλυκισμάτων όσο και παγωτών. Τα καταστήματα ζαχαροπλαστικής προμηθεύονται τη μαστίχα από εμπόρους που εμπορεύονται τη μαστίχα σαν πρώτη ύλη για ζαχαροπλαστεία. Από την προαναφερόμενη δειγματοληψία, 17 καταστήματα ζαχαροπλαστικής της περιφέρειας πρωτεύουσας προμηθεύονταν για τα έτη 1989 - 1990 και 1991 κατά μέσο όρο 35 κιλά μαστίχας ετήσια. Αν υποθεθεί ότι το δείγμα των ζαχαροπλαστείων είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου των ζαχαροπλαστείων στην περιφέρεια πρωτεύουσας, η εν δυνάμει κατανάλωση μαστίχας στην πρωτεύουσα ανέρχεται στα 2.180 κιλά ετήσια. Με την υπόθεση ότι η μαστίχα χρησιμοποιείται κυρίως από μεγάλα καταστήματα ζαχαροπλαστικής, το μέγεθος των οποίων και η ποιότητα των προϊόντων τους έχει σχέση με το εισοδηματικό επίπεδο των κατοίκων της περιοχής, οι συνολικές ποσότητες μαστίχας που θα μπορούσαν να καταναλωθούν από ζαχαροπλαστεία στην υπόλοιπη Ελλάδα θα μπορούσαν να φθάσουν τα 3.327 κιλά ετήσια (η ποσότητα που καταναλώνεται στην πρωτεύουσα μειωμένη κατά 20%).

Συμπερασματικά με ένα καλό marketing και δίκτυα πωλήσεων πανελλαδικά ο κλάδος των ζαχαροπλαστείων θα μπορούσε να καταναλώνει 5.000 κιλά φυσικής μαστίχας ετησίως.

#### 4. Φαρμακοβιομηχανία

Η χρήση της μαστίχας στη φαρμακοβιομηχανία είναι περιορισμένη και βασικά αφορά την παρασκευή επολωτικών αλοιφών.

Η μαστίχα χρησιμοποιείται βασικά για τη μείωση της ρευστότητας της αλοιφής,

αλλά μετά από έρευνες υπάρχουν βάσιμες ενδείξεις ότι έχει και επουλωτικές δυνατότητες.

Η μαστίχα αντιπροσωπεύει το 8% των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται στην παρασκευή μιας συγκεκριμένης αλοιφής και θα μπορούσε να χρησιμοποιείται και στην παρασκευή παρόμοιων αλοιφών, αν η φαρμακοβιομηχανία δεν αντιμετώπιζε πρόβλημα με την ποιότητα της μαστίχας που αγοράζει. Συγκεκριμένα, το εμπορικό δίκτυο της Ε.Μ.Χ. στην Αθήνα φαίνεται να μην ανταποκρίνεται στη ζήτηση της φαρμακοβιομηχανίας για αγορά καθαρής μαστίχας, δηλαδή αυτής που συλλέγεται απευθείας από το δένδρο και όχι αυτής που συλλέγεται από το έδαφος και είναι οξειδωμένη<sup>1</sup>.

Διατυπώθηκε δε εκ μέρους της φαρμακοβιομηχανίας η επιθυμία αύξησης της κατανάλωσης της μαστίχας και χρήσης της και σε άλλα παρόμοια με την επουλωτική αλοιφή φάρμακα υπό τον όρο ότι η μαστίχα που θα προμηθεύεται θα είναι η καθαρή.

#### 5. Καταστήματα ειδών υγιεινής διατροφής

Ο κλάδος των καταστημάτων ειδών υγιεινής διατροφής είναι κλάδος που αναπτύχθηκε τα τελευταία χρόνια και παρουσιάζει τη μεγαλύτερη του συγκέντρωση στην περιοχή της Αθήνας, όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα<sup>2</sup>

| ΠΕΡΙΟΧΗ         | ΑΡΙΘΜΟΣ<br>ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ |
|-----------------|-------------------------|
| ΑΘΗΝΑ           | 69                      |
| ΠΕΙΡΑΙΑΣ        | 4                       |
| ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ     | 8                       |
| ΚΡΗΤΗ           | 4                       |
| ΛΟΙΠΗ<br>ΕΛΛΑΔΑ | 8                       |
| ΣΥΝΟΛΟ          | 93                      |

ΠΗΓΗ: "Ενημερωτικό δελτίο Πανελληνίου Συνδέσμου Καταστηματάρχων φυσικής διατροφής και διαβίωσης", 1991.

<sup>1</sup> Παρατήρηση δύο φαρμακοβιομηχανιών της Αττικής

<sup>2</sup> Ο πίνακας αφορά μόνο στα μέλη του "Πανελληνίου Συνδέσμου Καταστηματάρχων φυσικής διατροφής και διαβίωσης".



Από στοιχεία του Πανελληνίου Συνδέσμου καταστημάτων υγιεινής διατροφής παρατηρείται ότι ενώ το σύνολο των καταστημάτων / μελών του στη χώρα είναι 93, τα 69 βρίσκονται στην Αθήνα (ποσοστό 74%).

Από τη δειγματολογική πρωτογενή έρευνα στα καταστήματα υγιεινής διατροφής διαπιστώθηκε ότι σε ελάχιστα καταστήματα αυτού του είδους έχει τοποθετηθεί μαστίχα Χίου.

Αν υποθεθεί ότι η ποσότητα αυτή της μαστίχας θα μπορούσε να καταναλωθεί από όλα τα καταστήματα της περιοχής Αθήνας, τότε η κατανάλωση μαστίχας θα μπορούσε να φθάσει το 1.725 κιλά ετήσια. Αν γίνει κάποια μείωση της εν δυνάμει κατανάλωσης στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας, με δεδομένη τη μείωση του εισοδηματικού επιπέδου, τα 2.000 κιλά μαστίχας ετήσια σε πανελλήνιο επίπεδο θα μπορούσε να θεωρηθεί εφικτός στόχος.

#### IV. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η ανάλυση της σημερινής καστάσταση της αγοράς περιλαμβάνει το τμήμα εκείνο που αφορά την φυσική μαστίχα και το τμήμα που αφορά την τσίχλα, προϊόν της μαστίχας Χίου.

##### A. ΜΑΣΤΙΧΑ

###### 1. Μέγεθος της αγοράς σε όγκο

Η μαστίχα της Χίου, με κύριο χαρακτηριστικό την φυσικότητα της, θεωρείται μοναδικό προϊόν του είδους του ανά τον κόσμο, άρα δεν αντιμετωπίζει προβλήματα ανταγωνισμού από όμοια προϊόντα.

Η χρήση της μαστίχας Χίου οφείλεται σε παραδοσιακά καταναλωτικά πρότυπα αφ' ενός, στη μοναδικότητά της και στα φυσικά της πλεονεκτήματα αφ' ετέρου. Ο ανταγωνισμός εμφανίζεται σε προϊόντα που έχουν την ίδια χρήση όπως θα δούμε στα επόμενα κεφάλαια.

###### 1.1 ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ (1983 - 1990) ΤΟΝ.

|             |     |
|-------------|-----|
| 1983 - 1984 | 135 |
| 1984 - 1985 | 164 |
| 1985 - 1986 | 189 |
| 1986 - 1987 | 208 |
| 1987 - 1988 | 155 |
| 1988 - 1989 | 156 |
| 1989 - 1990 | 128 |

(10.9.1990)

Πηγή : Ε.Μ.Χ.

Ο ανωτέρω πίνακας που μας δείχνει την παραγωγή μαστίχας τα έτη 1983 - 1990 αποδεικνύει ότι :

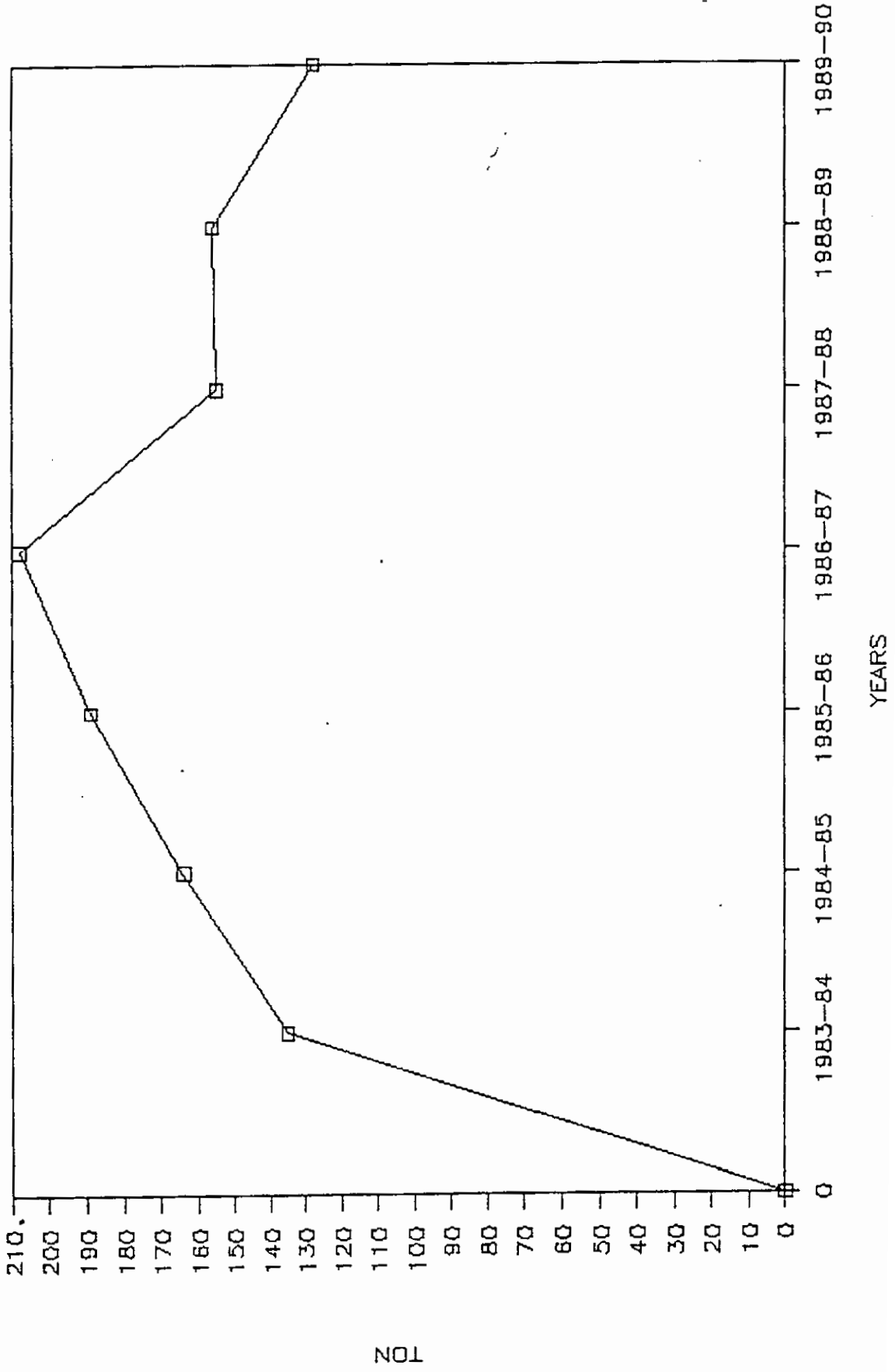
- α) Η παραγωγή της φυσικής μαστίχας ήταν αυξητική μέχρι το έτος 1987.
- β) Τα επόμενα χρόνια έχουμε κάμψη της παραγωγής.

Το ζητούμενο στην προκειμένη περίπτωση είναι να διαπιστώσουμε αν η μείωση της παραγωγής οφείλεται σε φυσικά αίτια (καιρικές συνθήκες κλπ.) ή στην μειωμένη προσφορά στην αγορά για άλλους λόγους. Η μειωμένη προσφορά εξαρτάται ή από την μειωμένη ζήτηση της αγοράς (σκληρός ανταγωνισμός) ή από το γεγονός ότι η αγορά δεν προσφέρει ικανοποιητικό εισόδημα στους παραγωγούς, άρα μειώνουν την παραγωγή τους.

Η εξέλιξη της παραγωγής λοιπόν παρουσιάζεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί από το οποίο φαίνεται η διακύμανσή της.

# GUM PRODUCTION

PERIOD: 1983-1990 (TONNOI)



Το διάγραμμα δείχνει την διακύμανση της παραγωγής μαστίχας την περίοδο 1983-1990. Είναι φανερό, ότι η παραγωγή μαστίχας στην ανωτέρω περίοδο παρουσιάζει σημαντική κάμψη, η οποία μετά το 1986-87 γίνεται συνεχής.

## 1.2 ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ (ΤΟΝ.)

|             |     |
|-------------|-----|
| 1983 - 1984 | 187 |
| 1984 - 1985 | 135 |
| 1985 - 1986 | 144 |
| 1986 - 1987 | 147 |
| 1987 - 1988 | 120 |
| 1988 - 1989 | 137 |
| 1989 - 1990 | 100 |

(Μέχρι 10.9.1990)

Πηγή : Ε.Μ.Χ.

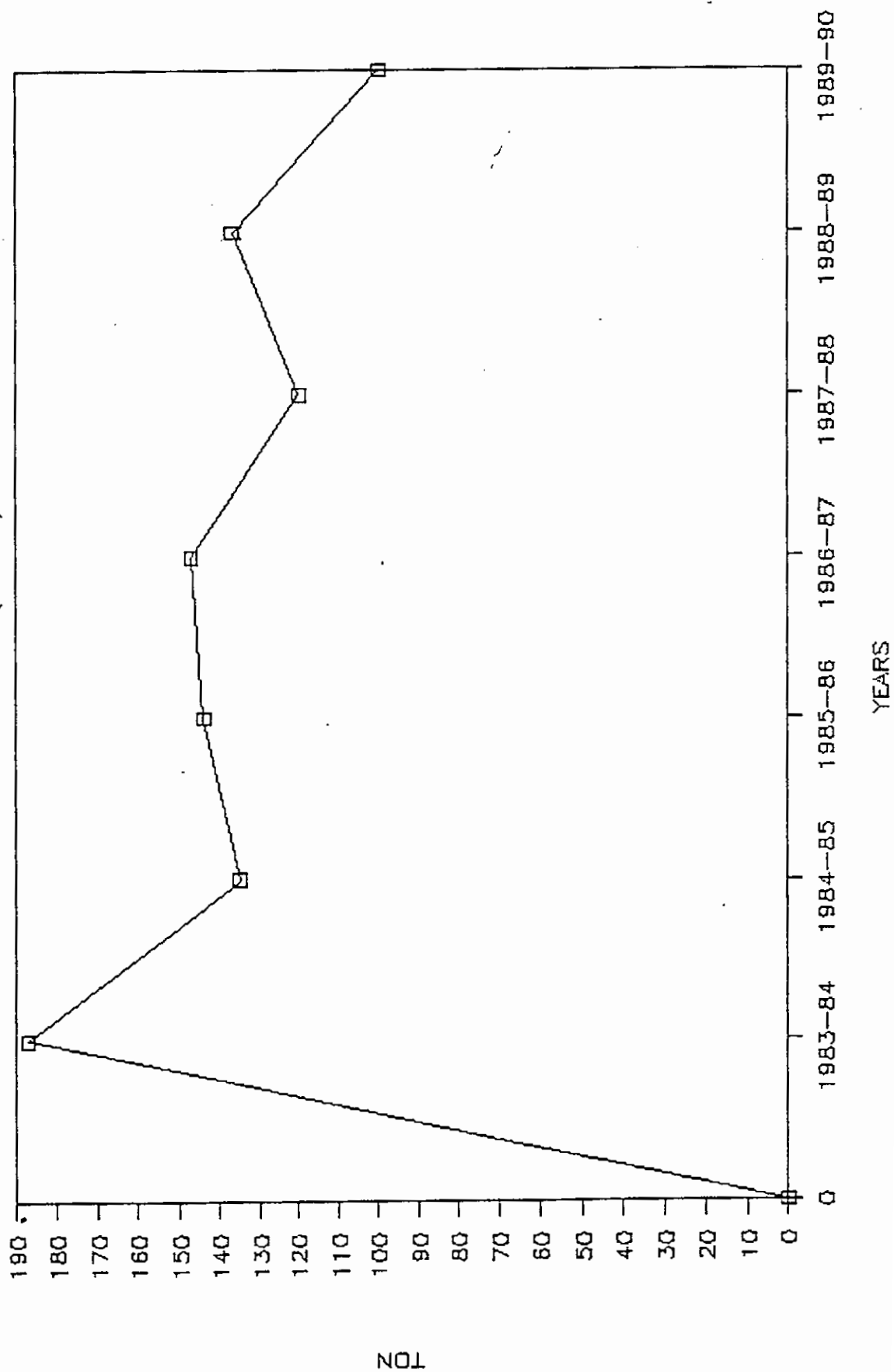
Παρατηρούμε από τον πίνακα των πωλήσεων ότι η διακύμανση τους στην αγορά είναι ικανοποιητική. Στα έτη που οι πωλήσεις είναι μεγαλύτερες της παραγωγής του έτους καλύπτονται από αποθέματα του προηγούμενου έτους. Το σημαντικό στην προκειμένη περίπτωση είναι να συγκρίνουμε την παραγωγή μαστίχας με τις πωλήσεις τα αντίστοιχα έτη.

Γραφικά το επόμενο διάγραμμα μας δείχνει τις διακυμάνσεις των πωλήσεων της μαστίχας.

Σ' ότι αφορά τις πωλήσεις μαστίχας σαφώς η διακύμανση ακολουθεί ακανόνιστη πορεία με πτωτικές αλλά και αυξητικές τάσεις. Σε καμία περίπτωση όμως οι πωλήσεις δεν σταθεροποιούνται στα επίπεδα του 1983-84 όπου πλησιάζουν τους 190 τόνους.

# GUM SALES

PERIOD: 1983-1990 (TONNOI)



### 1.3 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ - ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

| <u>ΕΤΟΣ</u> | <u>ΠΑΡΑΓΩΓΗ</u> | <u>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</u> |
|-------------|-----------------|-----------------|
| 1979 - 80   | 181             | 163             |
| 1980 - 81   | 144             | 156             |
| 1981 - 82   | 178             | 166             |
| 1982 - 83   | 163             | 191             |
| 1983 - 84   | 135             | 187             |
| 1984 - 85   | 164             | 135             |
| 1985 - 86   | 180             | 144             |
| 1986 - 87   | 208             | 147             |
| 1987 - 88   | 155             | 129             |
| 1988 - 89   | 156             | 137             |
| 1989 - 90   | 128             | 100             |

Πηγή : Ε.Μ.Χ.

Από τον παραπάνω πίνακα ο οποίος δειχνει την σχέση παραγωγής και πωλήσεων θα μπορούσαμε να διακρίνουμε την υστέρηση των πωλήσεων της μαστίχας έναντι της παραγωγής. Χρησιμοποιώντας τις στατιστικές μεθόδους διαπιστώνουμε ότι η παραγωγή ακολουθεί ένα μέσο όρο 162,9 τόννους ανά έτος και οι πωλήσεις 150,4 τόννους ανά έτος. Άρα σε σχέση με την παραγωγή υπάρχει μία υστέρηση των πωλήσεων.

Η παρά πάνω σχέση που φαίνεται καθαρά από τον πίνακα παραγωγή - πωλήσεις των τελευταίων 12 ετών δημιουργεί και το πρόβλημα της απορρόφησης των παραγόμενων ποσοτήτων μαστίχας στην αγορά όπως και των τρόπων αυτής της απορρόφησης.

Είναι φανερό ότι και η Μαστίχα της οποίας η παραγωγή εξαρτάται από τις καιρικές συνθήκες αλλά και τη γενικότερη αγροτική πολιτική, ακολουθεί το νόμο της παραγωγής αγροτικών προϊόντων, με αποτέλεσμα να μη καθίσταται δυνατή η ακριβής πρόβλεψη τόσο της παραγωγής όσο και των πωλήσεων.

Παρ' όλα αυτά θεωρούμε σκόπιμο να επιχειρήσουμε με επιστημονικό τρόπο και μέθοδο την πρόβλεψη των πωλήσεων για τα προσεχή χρόνια, σαν στοιχείο που θα στηριχθεί η Ε.Μ.Χ. για τον καθορισμό της στρατηγικής της για το συγκεκριμένο σκοπό.

## 2. Κατανομή πωλήσεων φυσικής μαστίχας κατά γεωγραφική ζώνη

|         | 1985   | 1986 | 1987 | 1988 | 1989  |
|---------|--------|------|------|------|-------|
| ΑΘΗΝΑ   | 10,095 | 5,12 | 5,80 | 8,1  | 10,10 |
| ΘΕΣΣΑΛ. | 5,097  | 6,60 | 6,02 | 6,3  | 6,40  |
| ΧΙΟΣ    | 4,100  | 2,77 | 4,60 | 4,6  | 4,37  |

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι οι πωλήσεις στην εσωτερική αγορά γίνονται κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα και φυσικά στην Χίο όπου είναι η παραγωγός περιοχή.

Οι πωλήσεις στην εσωτερική αγορά και ειδικότερα σε κάθε περιοχή ακολουθούν τις πληθυσμιακές τάσεις των διαμερισμάτων (πλην εκείνων της Χίου). Αυτό φαίνεται ευκρινώς από τις πωλήσεις Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Στην περιοχή της Αθήνας οι πωλήσεις παρουσιάζουν μετά το 1986 μία κάμψη για να φθάσει το 1989 στα επίπεδα του 1985.

Η περιοχή Θεσσαλονίκης έχει μία σταθερή διαχρονική αυξητική τάση.

Όπως είναι γνωστό από το έτος 1985, ύστερα από διάφορες ή εναλλακτικές λύσεις και αναζητήσεις οι οποίες δημιούργησαν προβλήματα στα δίκτυα διανομής, η Ε.Μ.Χ. έχει παραχωρήσει την αποκλειστική αντιπροσώπευσή της σε πανελλαδικό επίπεδο σε ένα μόνο αντιπρόσωπο, ο οποίος έχει δίκτυο στη Θεσσαλονίκη και τώρα προσπαθεί να δημιουργήσει δίκτυο στην Κρήτη.

Με δεδομένα ότι:

α) Οι πωλήσεις στην Αθήνα διοχετεύονται στις περιοχές:

- Λοιπή Στερεά Ελλάδα
- Πελοπόννησο
- Ιόνια νησιά και
- Κρήτη

β) Οι πωλήσεις στη Θεσσαλονίκη διοχετεύονται στις περιοχές:

- Ηπειρο
- Θεσσαλία
- Μακεδονία
- Θράκη

γ) Οι πωλήσεις στη Χίο διοχετεύονται στην περιοχή του Αιγαίου και

δ) Ο πληθυσμός των παραπάνω περιοχών όπως και του συνόλου της Χώρας λαμβάνεται όπως ήταν στην απογραφή του 1981,

διαμορφώνεται ο παρακάτω πίνακας ο οποίος δείχνει την κατά κεφαλή "κατανάλωση" φυσικής μαστίχας στις παραπάνω περιοχές, όπως και στο σύνολο της Χώρας.

Κατά κεφαλή "κατανάλωση" φυσικής μαστίχας κατά περιοχή

| ΠΕΡΙΟΧΗ<br>ΕΤΗ | ΑΘΗΝΑ | ΘΕΣ/ΝΙΚΗ | ΧΙΟΣ | ΣΥΝΟΛΟ<br>ΧΩΡΑΣ |
|----------------|-------|----------|------|-----------------|
| 1984           | 5,0   | -        | 11,5 | 2,0             |
| 1985           | 1,7   | 1,5      | 9,7  | 1,3             |
| 1986           | 0,9   | 1,9      | 5,3  | 1,5             |
| 1987           | 1,0   | 1,7      | 7,1  | 1,5             |
| 1988           | 1,4   | 1,8      | 10,8 | 2,0             |
| 1989           | 1,7   | 1,8      | 10,2 | 2,2             |

Σύμφωνα με τον πίνακα και όσον αφορά τις πωλήσεις φυσικής μαστίχας ανά περιοχή εντοπίζονται τα εξής:

1. Οι πωλήσεις στην Αθήνα πέρασαν μία περίοδο πτώσης (1986-1988) και από το 1989 έφθασαν στα επίπεδα του 1985.
2. Οι πωλήσεις στη Θεσσαλονίκη έχουν ένα σταθερό επίπεδο το οποίο παρουσιάζει μια τάση μικρής αλλά σταθερής αύξησης.
3. Οι πωλήσεις στη Χίο εκτός από μια χρονιά (1986) έντονης κάμψης, κρατάνε ένα σταθερό επίπεδο, το οποίο είναι πολύ υψηλό σε σχέση με τον πληθυσμό στον οποίο απευθύνονται.

Αναλύοντας τη χωρική κατανομή των πωλήσεων φυσικής μαστίχας και συγκεκριμένα στον παραπάνω πίνακα όπου παρουσιάζεται διαχρονικά η κατά κεφαλή κατανάλωση φυσικής μαστίχας στις προαναφερόμενες περιοχές, παρατηρούμε τα εξής :

- Η κατά κεφαλή κατανάλωση φυσικής μαστίχας στις περιοχές που καλύπτει το δίκτυο των Αθηνών είναι η μικρότερη από τις άλλες δύο περιοχές των υπάρχοντων δικτύων αλλά και από την κατά κεφαλή κατανάλωση σε επίπεδο Χώρας. Και αυτό παρά του ότι υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση βιομηχανίας, Ζαχαροπλαστείων και Αρτοποιείας οι οποίοι είναι ή μπορούν να είναι από τους κύριους καταναλωτές φυσικής μαστίχας.



- Η κατά κεφαλή κατανάλωση μαστίχας στις περιοχές που καλύπτει το δίκτυο Θεσσαλονίκης είναι σημαντικά αυξημένη έναντι εκείνης της Αθήνας και μικρότερη από την κατά κεφαλή κατανάλωση σε επίπεδο χώρας.

Αυτό μπορεί να σημαίνει δύο γεγονότα :

ι) Είτε ότι είναι καλύτερα οργανωμένο το δίκτυο

ιι) Είτε ο πληθυσμός είναι εθισμένος περισσότερο στην κατανάλωση μαστίχας.

- Τέλος η κατά κεφαλή κατανάλωση φυσικής μαστίχας στην περιοχή που καλύπτει το δίκτυο της Χίου φαίνεται σημαντικά ανώτερη από την κατακεφαλή κατανάλωση όλων των άλλων περιοχών και οπωσδήποτε πολύ μεγαλύτερη από εκείνη του συνόλου της Χώρας.

Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται στους εξής παράγοντες :

i) Στον εθισμό στην κατανάλωση μαστίχας των κατοίκων λόγω παράδοσης, αν και η αυτοκατανάλωση των καλλιεργειών θα μπορούσε να εξισορροπίσει τον παράγοντα αυτό.

ii) Η υπάρχουσα τοπική βιομηχανία / βιοτεχνία παραδοσιακών γλυκισμάτων και ποτών είναι ένας σημαντικός καταναλωτής φυσικής μαστίχας.

iii) Η τουριστική κατανάλωση (εσωτερικού και εξωτερικού τουρισμού) μαστίχας, λόγω παράδοσης και με την μορφή δώρων από κάθε επισκέπτη του νησιού.

iv) Η πιθανότητα λαθραίας εξαγωγής μαστίχας ιδιαίτερα προς την Τουρκία όπου είναι σχετικά εύκολη η πρόσβαση από τη Χίο.

Οι παραπάνω επισημάνσεις δίνουν την ευκαιρία εξαγωγής συμπερασμάτων ή στόχων αναφορικά με τη λειτουργία των δικτύων, ιδιαίτερα δε εκείνων της Αθήνας τα οποία φαίνεται να μην εξυπηρετούν ικανοποιητικά όλες τις περιοχές που καλύπτουν μέχρι σήμερα.

### 3. Κατανομή πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας κατά χρήση (κατηγορίες πελατών) και ποιότητα

Όπως έχει αναφερθεί στον πρόλογο, για την εργασία αυτή έγινε πρωτογενής έρευνα στην Αττική με ερωτηματολόγια σε επιλεγμένο δείγμα τριάντα (30) σημαντικών από πλευράς ποσοτήτων πελατών της φυσικής μαστίχας για τα έτη 1989, 1990 και 1991 το οποίο δείγμα για τα μεν δύο πρώτα έτη αντιπροσωπεύει το 27% των συνολικών ετησίων πωλήσεων<sup>1</sup> και για το 1991 αντιπρο-

---

<sup>1</sup>Συνολικές πωλήσεις πανελλαδικά

σωπεύει το 49% των συνολικών πωλήσεων μαστίχας μέχρι τον Αύγουστο 1991. (Η ανάλυση των στοιχείων της πρωτογενούς έρευνας φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί με τίτλο "Πωλήσεις μαστίχας κατά κατηγορία πελατών και ποιότητων προϊόντος", Σελίδα 40).

### ΠΟΙΟΤΗΤΑ

- Όσο αφορά τη συνολική ποιοτική κατανομή της μαστίχας, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό μαστίχας που καταναλώθηκε το κατέχει η ποιότητα της "χονδρής" μαστίχας, με ποσοστό της τάξης του 95%, 88,8% και 85,9% επί της συνολικής κατανάλωσης της μαστίχας για τα έτη 1989, 1990 και 1991 αντίστοιχα.

Η ποιότητα της "ψιλής" καταναλώνεται σε εντυπωσιακά μικρό ποσοστό που είναι της τάξης του 2,7%, 1,7% και 5,2% επί της συνολικής κατανάλωσης μαστίχας για τα έτη 1989, 1990 και 1991 αντίστοιχα.<sup>1</sup>

Τέλος η κατανάλωση της μπομπονιέρας κυμαίνεται σε υψηλότερα επίπεδα από αυτά της "ψιλής" μαστίχας, τουλάχιστο για τα έτη 1990 και 1991, με ποσοστό της τάξης 2,2%, 9,5% και 8,8% επί της συνολικής κατανάλωσης μαστίχας για τα έτη 1989, 1990 και 1991 αντίστοιχα.

Αν υποθεθεί ότι οι μπομπονιέρες περιέχουν "χονδρή" μαστίχα, τότε η αναλογία κατανάλωσης "χονδρής" μαστίχας στο σύνολο των πωλουμένων ποσοτήτων είναι πολύ υψηλή και ο μέσος όρος ετησίως για τα τρία τελευταία χρόνια (1989 - 1991) είναι 92,7%.

### ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ

Οι πελάτες οι οποίοι αγοράζουν τη φυσική μαστίχα είναι οι εξής:

- Χονδρέμποροι ή λιανέμποροι μπαχαρικών και βιοτεχνίες συσκευασίας μπαχαρικών
- Ποτοποιοί
- Ζαχαροπλαστεία
- Κάβες ποτών και καταστήματα ζαχαρωδών προϊόντων
- Λοιποί έμποροι
- Φαρμακοβιομηχανίες
- Βιομηχανίες / βιοτεχνίες ζαχαρωδών
- Αρτοποιεία

Από τα στοιχεία της δειγματοληπτικής διερεύνησης κατά κατηγορία πελατών δεν είναι δυνατόν να βγούν ακριβή συμπεράσματα για τις καταναλισκόμενες

---

<sup>1</sup> Τα ποσοστά πωλουμένων ποσοτήτων "ψιλής" μαστίχας φαίνονται στη δειγματοληπτική έρευνα πολύ μικρά επειδή ίσως αυτή την ποιότητα μαστίχας τη διακινούν μικρέμποροι οι οποίοι είναι εκτός δείγματος.

Ποσότητες της μαστίχας δεν την αγοράζουν άμεσα από τον αντιπρόσωπο αλλά από άλλα καταστήματα (χονδρέμπορους, super markets, μπαχαρικά κ.λπ). Έτσι οι ποσότητες και τα ποσοστά που αναφέρονται στα ζαχαροπλαστεία, αρτοποιεία και ίσως στους ποτοποιούς να είναι υποεκτιμημένα αφού πολλοί πελάτες αυτών των κατηγοριών αγοράζουν μαστίχα από χονδρέμπορους.

Αφού ληφθούν υπόψη οι παραπάνω παρατηρήσεις, είναι χρήσιμο να αναφερθούν ορισμένα στοιχεία ανά κατηγορία πελατών της φυσικής μαστίχας.

#### Ποτοποιοί

- Ο κλάδος της ποτοποιίας είναι ένας σημαντικός πελάτης / χρήστης της φυσικής μαστίχας<sup>2</sup> αφού σύμφωνα με τα στοιχεία του δείγματος η ετήσια κατανάλωση μαστίχα από τους ποτοποιούς φθάνει από 23% έως 6,6% των συνολικών πωλουμένων ποσοτήτων.

Στο σύνολο δε της τριετίας το ποσοστό πωλήσεων φυσικής μαστίχας στους ποτοποιούς είναι 14,3% στις συνολικές πωλήσεις φυσικής μαστίχας.

- Η ποιότητα φυσικής μαστίχα που καταναλώνει ο κλάδος είναι 100% "χονδρή".  
- Η πορεία πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχα στους ποτοποιούς βαίνει συνεχώς μειούμενη αφού η πτώση της το 1990 ήταν 20% έναντι του 1989 και το 1991 έναντι του 1990 η πτώση έφθασε το 65%.

Πιθανή αιτία της πτώσης των καταναλισκομένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας από τους ποτοποιούς είναι η μείωση της χρήσης της μαστίχας στο ούζο ύστερα από ελεύθερη και πιθανά λανθασμένη ερμηνεία του Κανονισμού (ΕΟΚ) 1576/89 περί χαρακτηρισμού ενός ποτού σαν ούζο και όσον αφορά στη χρήση της μαστίχας.

Αν για τα τρία χρόνια που αφορά η δειγματοληψία γίνει αναγωγή στο σύνολο των πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας, οι ποσότητες φυσικής μαστίχας που αγοράζουν οι ποτοποιοί θα έπρεπε να ήταν οι εξής κατ'έτος:

- 4.796 για το 1989
- 3.815 για το 1990 και
- 928 για το 1991 (μέχρι τον Αύγουστο του 1991).

Αν και οι αναγωγές αυτές θα πρέπει να περιέχουν κάποιο σφάλμα, διότι για τη δημιουργία του δείγματος ελήφθησαν στοιχεία από τους μεγαλύτερους πελάτες (μεγαλύτερες μαστιχέλαιο μαστιχέλαιοσοότητες μαστίχας) και έτσι το δείγμα του 17% για τα έτη 1989 και 1990 και του 49% για το 1991 πρέπει να

---

<sup>2</sup>Σε προηγούμενα χρόνια κατανάλωναν μαστιχέλαιο, αλλά τα τελευταία πέντε χρόνια αντικατέστησαν το μαστιχέλαιο με μαστίχα.

περιλαμβάνονται τα μεγαλύτερα ποσοστά πωλήσεων στους ποτοποιούς. Έτσι οι πραγματικές πωληθείσες ποσότητες φυσικής μαστίχας στους ποτοποιούς πρέπει να ήταν πολύ μικρότερες των 4.796 και 3.815 κιλών για τα έτη 1989 και 1990 αντίστοιχα.

Αναλυτικότερη όμως αναφορά για τον κλάδο της ποτοποιίας όσον αφορά στη χρήση της φυσικής μαστίχας, έχει γίνει σε προηγούμενο μέρος της εργασίας<sup>1</sup>

#### Καταστήματα Ζαχαρωδών / κάβες ποτών

Το είδος αυτών των καταστημάτων είναι ένας σημαντικός πελάτης της φυσικής μαστίχας αφού απορροφά ένα σημαντικό ποσοστό των συνολικών πωλουμένων ποσοτήτων (11 - 40%).

Στην τριετία 1989 - 1991 απορρόφησαν το 28% των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας και παρουσιάζει μια εντυπωσιακή άνοδο από το 1989 μέχρι το 1991 αφού η αύξηση το 1990 ήταν της τάξης του 122% έναντι του 1989 και το 1991 η αύξηση ήταν της τάξης του 41% έναντι του έτους 1990.

Η ποιότητα που απορροφάται από αυτή την κατηγορία των καταστημάτων είναι κυρίως "χονδρή" με ποσοστό συμμετοχής στο σύνολο των πωλουμένων ποσοτήτων σ' αυτά τα καταστήματα, 50 - 75%.

Τα καταστήματα δε αυτά είναι οι κύριοι "πελάτες" της μπομπονιέρας.

#### Εμποροι και συσκευαστές ύπαγαυικών

Αυτό το είδος των καταστημάτων είναι οι πιο σημαντικοί πελάτες φυσικής μαστίχας αφού απορρόφησαν το 45% περίπου των συνολικών πωλουμένων ποσοτήτων φυσικής μαστίχας στα τρία χρόνια (1989 - 1991) και η πορεία των αγορών της βαίνει αυξανόμενη.

Και σ' αυτά τα καταστήματα κυριαρχεί η "χονδρή" μαστίχα με ελάχιστη συμμετοχή της "ψιλής" και μηδαμινή παρουσία της μπομπονιέρας.

#### Λοιποί έμποροι (χονδοέμποροι)

Ο κλάδος των εμπόρων επίσης απορροφά κυρίως την ποσότητα της "χονδρής" μαστίχας και σε πολύ μικρότερες ποσότητες την ποιότητα της "ψιλής" και μπομπονιέρες. Η κατανάλωση, λαμβάνοντας το 1989 σαν έτος βάσης, παρουσιάζει μείωση της τάξης του 30% για το έτος 1990 και μια μετέπειτα αύξηση της τάξης του 64% για το έτος 1991 (παρ' όλο που οι ποσότητες για το 1991 είναι μέχρι τον Αύγουστο)

Η κατηγορία αυτή των πελατών παρουσιάζεται να απορροφά το 12,6%, το 7,1% και 17,2% της συνολικής κατανάλωσης μαστίχας του δείγματος για τα

---

<sup>1</sup> "ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ"

έτη 1989, 1990 και 1991 αντίστοιχα.

#### Φαρμακοβιομηχανία

Ο κλάδος της φαρμακοβιομηχανίας καταναλώνει μόνο την ποιότητα της "ψιλής" μαστίχας. Εξετάζοντας την κατανάλωση του κλάδου για τα έτη 1990 και 1991 παρατηρείται αύξησή της κατά 68% αλλά η κατανάλωση αυτή δεν ξεπερνάει το πολύ μικρό ποσοστό του 0,3% και 0,5% της συνολικής κατανάλωσης μαστίχας του δείγματος για τα έτη 1990 και 1991 αντίστοιχα.

#### Βιομηχανίες Ζαχαρωδών

Για τον κλάδο της βιομηχανίας ζαχαρωδών υπάρχουν στοιχεία μόνο για το 1991, από τα οποία παρατηρείται κατανάλωση μόνο της ποιότητας της "ψιλής" μαστίχας και σε ποσοστό 1,4% επί της συνολικής κατανάλωσης μαστίχας του δείγματος για το 1991.

#### Αρτοποιεία

Τέλος στον κλάδο των αρτοποιειών επίσης υπάρχουν στοιχεία μόνο για το 1991, όπου παρατηρείται κατανάλωση μόνο της ποιότητας της "χονδρής" μαστίχας σε ποσοστό 0,6% επί της συνολικής κατανάλωσης μαστίχας του δείγματος για το 1991.

#### Σημείωση

Όλα τα παραπάνω ποσοτικά στοιχεία της δειγματοληπτικής διερεύνησης φαίνονται αναλυτικά στον πίνακα που ακολουθεί στην επόμενη σελίδα.

Πωλησιες Μοστίνης κατά κατηγορία πελατών & ποιότητας προϊόντος

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΕΛΑΤΩΝ | 1 9 8 9 |       |               |        |         |        | 1 9 9 0 |               |         |       |        |       | 1 9 9 1       |        |       |      |   |  |
|-------------------|---------|-------|---------------|--------|---------|--------|---------|---------------|---------|-------|--------|-------|---------------|--------|-------|------|---|--|
|                   | ΧΩΡΗΦΗ  | ΨΥΛΗ  | ΜΗΝΟΜΟ-ΝΗΡΕΙΣ | ΣΥΝΟΛΟ |         | ΧΩΡΗΦΗ | ΨΥΛΗ    | ΜΗΝΟΜΟ-ΝΗΡΕΙΣ | ΣΥΝΟΛΟ  |       | ΧΩΡΗΦΗ | ΨΥΛΗ  | ΜΗΝΟΜΟ-ΝΗΡΕΙΣ | ΣΥΝΟΛΟ |       |      |   |  |
|                   |         |       |               | ΚΑΛΑ   | %       |        |         |               | ΚΑΛΑ    | %     |        |       |               | ΚΑΛΑ   | %     | ΚΑΛΑ | % |  |
| ΧΑΡΟΜΑΤΤΕΑ        | 50      | -     | -             | 50     | 0,9     | 30     | -       | -             | 30      | 0,4   | 30     | -     | -             | 30     | 0,4   |      |   |  |
| ΥΠΟΠΟΙΟΙ          | 1.295   | -     | -             | 1.295  | 23,0    | 1.030  | -       | -             | 1.030   | 14,9  | 455    | -     | -             | 455    | 6,6   |      |   |  |
| ΒΑ/ΖΑΧΥΡΩΔΗ       | 485     | -     | -             | 612    | 10,9    | 1.321  | -       | -             | 1.972   | 28,6  | 2.253  | -     | -             | 2.787  | 40,4  |      |   |  |
| ΤΑΧΑΡΙΚΑ/ΤΥΣΙΚ    | 2.906   | 55    | -             | 2.961  | 52,6    | 3.359  | -       | -             | 3.382,5 | 48,7  | 2.113  | 105   | 54            | 2.272  | 32,9  |      |   |  |
| ΑΠΟΡΟΙ            | 612     | 100   | -             | 712,5  | 12,6    | 391    | 100     | 0,8           | 492     | 7,1   | 1.040  | 125   | 22            | 1.187  | 17,2  |      |   |  |
| ΥΡΜΑΚΟΒΙΟΜΗΧΑΝ    | -       | -     | -             | -      | -       | -      | 19      | -             | 19      | 0,3   | -      | 32    | -             | 32     | 0,5   |      |   |  |
| ΟΜ.ΖΑΧΑΡΙΚΩΝ      | -       | -     | -             | -      | -       | -      | -       | -             | -       | -     | -      | 100   | -             | 100    | 1,4   |      |   |  |
| ΥΠΟΠΟΙΟΙ          | -       | -     | -             | -      | -       | -      | -       | -             | -       | -     | 40     | -     | -             | 40     | 0,6   |      |   |  |
| ΣΥΝΟΛΟ            | %       | 95    | 2,75          | 2,25   | -       | 100    | 89,8    | 1,7           | 9,5     | -     | 100    | 85,9  | 5,2           | 8,8    | -     |      |   |  |
|                   | ΚΑΛΑ    | 5.349 | 155           | 126,5  | 5.630,5 | -      | 6.131   | 119           | 635     | 6.905 | -      | 5.931 | 362           | 610    | 6.993 | -    |   |  |

ΠΗΓΗ: Ενεξέγερσια Εποπληγορολογίων

#### 4. Μέγεθος της αγοράς σε αξία

Σημαντικό βοηθητικό στοιχείο για την έρευνα αγοράς της μαστίχας Χίου είναι να εξετασθούν οι πωλήσεις διαχρονικά σε αξία τόσο στην εσωτερική όσο και στην εξωτερική αγορά.

Τα υπάρχοντα στοιχεία για τα τρία έτη 1986 - 1988 (πηγή Ε.Μ.Χ.) μας δίνουν τα εξής:

Πωλήσεις Μαστίχας σε αξία (εκατ. δοχ.) στην εσωτερική και εξωτερική αγορά

| ΕΤΟΣ | Εσωτερική αγορά |       | Εξωτερική αγορά |       | ΣΥΝΟΛΟ      |     |
|------|-----------------|-------|-----------------|-------|-------------|-----|
|      | Αξία            | %     | Αξία            | %     | Αξία        | %   |
| 1986 | 61.281.000      | 13,65 | 387.796.000     | 86,35 | 499.077.000 | 100 |
| 1987 | 65.170.000      | 11,86 | 484.392.000     | 88,14 | 549.562.000 | 100 |
| 1989 | 72.722.000      | 13,64 | 460.383.000     | 86,36 | 533.105.000 | 100 |

Παρατηρώντας τον ανωτέρω πίνακα εξαγάγουμε το συμπέρασμα ότι οι πωλήσεις της μαστίχας παρουσιάζουν μια αστάθεια, ο δε ο τζίρος που γίνεται για την Ε.Μ.Χ. από τις πωλήσεις στην εσωτερική αγορά είναι σημαντικός αλλά υπολείπεται κατά πολύ του αντίστοιχου τζίρου της εξωτερικής αγοράς.

Σημαντικό ρόλο στον τζίρο της εσωτερικής αγοράς παίζει η τιμολογιακή πολιτική που θα εξετάσουμε στα επόμενα, όπως και μια σειρά άλλων παραγόντων που αφορούν τον ανταγωνισμό και τη διάρθρωση των δικτύων πωλήσεων, τα καταναλωτικά πρότυπα, την ποιότητα και συσκευασία του προϊόντος, τη διαφήμιση και την προβολή του.

Πολλοί από τους παραπάνω παράγοντες έχουν θίγει στα προηγούμενα, άλλοι θα αναφερθούν στη συνέχεια, όλοι όμως οι παράγοντες πρέπει να αποτελέσουν για την Ε.Μ.Χ. σημεία αναφοράς και στόχους παρέμβασης για τη βελτίωση της θέσης του προϊόντος στην αγορά και την αύξηση των πωλήσεων και του τζίρου.

Ενα δεύτερο συμπέρασμα από την ανάλυση των παραπάνω στοιχείων είναι ότι η αύξηση του τζίρου μεταξύ 86 - 87 και 87 - 88 παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις, όπως προαναφέρθηκε, και δεν καλύπτει τις πληθωριστικές τάσεις.

#### 5. Υποκατηγορίες αγοράς

Στον επόμενο πίνακα φαίνονται οι κατηγορίες πωλουμένων ποσοτήτων μαστίχας

κατά ποιότητα και παραγώγων της για τα έτη 1985 - 1989.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΑΝΑ ΕΤΗ ΚΑΙ ΑΝΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΜΑΣΤΙΧΑΣ (τον.)

| ΕΤΟΣ<br>ΠΟΙΟΤΗΤΑ | 1985   | 1986   | 1987   | 1988   | 1989   |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Χονδρή Νο1       | 13,30  | 11,40  | 10,70  | 10,70  | 12,07  |
| Χονδρή Νο2       | 4,20   | 8,20   | 11,00  | 2,50   | 9,80   |
| Χονδρή Νο4       | 1,80   | 1,20   | 5,60   | 10,60  | 10,00  |
| Ψιλή Νο1         | 32,20  | 40,30  | 45,80  | 46,10  | 36,60  |
| Ψιλή Νο3         | 26,80  | 29,80  | 43,60  | 37,60  | 27,50  |
| Ψιλή Νο5         | 1,50   | 1,20   |        |        |        |
| EXTRA            | 1,00   | 1,80   | 0,80   |        |        |
| ΣΥΣ/ΜΕΝΗ         | 1,90   | 1,90   | 2,20   | 2,00   | 2,70   |
| ΠΑΛ. ΕΣΟΔ        | 18,00  | 2,50   | 1,00   |        |        |
| ΥΠΟ/ΝΤΑ          | 0,48   | 0,40   | 0,50   | 0,73   | 0,455  |
| ΤΣΙΧΛΑ           | 24,60  | 35,40  | 18,20  | 10,40  | 31,30  |
| ΜΟΣΧ/ΝΟ          | 1,10   | 0,49   | 0,48   | 0,63   | 0,70   |
| ΑΠΟΣΤΑΞΗ         | 8,00   | 9,50   | 5,00   | 7,80   | 6,50   |
| ΣΥΝΟΛΟ           | 134,88 | 144,00 | 144,88 | 129,06 | 137,60 |

Είναι γνωστό ότι στα εξεταζόμενα έτη οι τιμές μένουν σταθερές. Αρα το συμπέρασμα που βγαίνει από τα παραπάνω είναι ότι οι συνολικές πωλήσεις σε αξία ιδιαίτερα τα δύο τελευταία έτη είναι αποτέλεσμα της αύξησης του όγκου των πωλήσεων.

Είναι φανερό ότι οι μεγαλύτερες ποσότητες, εκ των πωλουμένων, είναι οι ποιότητες χονδρή Νο1, ψιλή Νο1, ψιλή Νο3, καθώς επίσης και οι ποσότητες μαστίχας που χρησιμοποιούνται για την τσίχλα. Δεν θα πρέπει όμως να θεωρείται αμελητέα η απορρόφηση μαστίχας στην απόσταξη.

Με βάση τα δεδομένα του πίνακα θα πρέπει να καθοριστεί μια πολιτική που θα έχει σχέση τόσο με την στρατηγική στην αγορά, μια στρατηγική που θα καθορίζει τις ποσότητες ανά ποιότητα μαστίχας και ανά χρήση, όσο και την τιμολογια-



κή πολιτική που θα εξετάσουμε παρακάτω.

6. Τάσεις αγοράς

| ΕΤΗ           | Συνολικές<br>πωλήσεις στην<br>εσωτερική και<br>εξωτερική αγορά<br>ΚΙΛΑ | Πωλήσεις στην Εσωτ/κή αγορά |              |
|---------------|--|-----------------------------|--------------|
|               |  | ΚΙΛΑ                        | %            |
| 1983          | 123.859  | 39.432                      | 31,84        |
| 1984          | 142.774  | 33.767                      | 23,65        |
| 1985          | 101.950  | 19.345                      | 18,97        |
| 1986          | 96.559   | 14.591                      | 15,11        |
| 1987          | 121.452  | 14.925                      | 12,29        |
| 1988          | 110.531  | 19.105                      | 17,28        |
| 1989          | 99.269   | 21.010                      | 21,16        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b> | <b>796.394</b>   | <b>162.175</b>              | <b>20,36</b> |

| ΕΤΗ           | Συνολικές<br>πωλήσεις<br>Εσωτ - Εξωτ (Κιλά) | ΕΞΑΓΩΓΕΣ       |              |
|---------------|---|----------------|--------------|
|               |   | ΚΙΛΑ           | %            |
| 1983          | 123.859                                     | 84.427         | 68,16        |
| 1984          | 142.774                                     | 109.007        | 76,35        |
| 1985          | 101.950                                     | 82.605         | 81,03        |
| 1986          | 96.559                                      | 81.968         | 84,89        |
| 1987          | 121.452                                     | 106.527        | 87,71        |
| 1988          | 110.531                                     | 91.426         | 82,72        |
| 1989          | 99.269                                      | 78.259         | 78,84        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b> | <b>796.394</b>                              | <b>634.219</b> | <b>79,64</b> |

Στα ίδια με τα παραπάνω συμπεράσματα, που αφορούν τόσο τις αγορές (εξωτερική και εσωτερική) όσο και τις πωλούμενες ποιότητες, καταλήγουμε εξετάζοντας την πορεία του όγκου των πωλήσεων της μαστίχας όπως αυτή παρουσιάζεται στους δύο πίνακες που προηγούνται.

Σημειώνουμε δε ότι σε σχέση με τις ποσότητες (συνολικές) φαίνεται ότι η αγορά δεν μεγαλώνει σ' ότι αφορά την μαστίχα, αντίθετα μειώνεται χρόνο με το χρόνο με αποτέλεσμα να μην απορροφάται η παραγωγή.

Φαίνεται ακόμη ότι η εξωτερική αγορά είναι η πιο σημαντική πηγή για την αύξηση του τζίρου της E.M.X.

Πράγματι οι εξαγωγές της φυσικής μαστίχας κατέχουν ένα σημαντικό ποσοστό σε σχέση με τις συνολικές πωλήσεις, εκτός από τις περιόδους 1986 - 1987 και το 1987 - 1988 που έχουμε, ιδιαίτερα τη δεύτερη, δραματική πτώση των εξαγωγών, γεγονός που θα ερευνηθεί στο δεύτερο μέρος αυτής της εργασίας.

Φαίνεται τέλος ότι οι πωλήσεις σε όγκο στην εσωτερική αγορά καλύπτουν περίπου το 1/4 του συνόλου των πωλήσεων μαστίχας.

Τα ποσοστά των πωλήσεων στην εσωτερική αγορά, σε σχέση με τις συνολικές πωλήσεις έχουν ένα σταθερό ποσοστό στην επταετία που εξετάζουμε, γεγονός που δείχνει αφ' ενός τις δυνατότητες της εσωτερικής αγοράς και αφ' ετέρου την δυνατότητα των δικτύων διανομής της μαστίχας.

- Παρά το ότι έχει γίνει αναφορά σε προηγούμενο σημείο της εργασίας για τις αναλώσεις της φυσικής μαστίχας κατά δραστηριότητα, ο πίνακας που ακολουθεί μας δίνει τη δυνατότητα για εξαγωγή ορισμένων συμπερασμάτων αναφορικά με τις πωλήσεις της μαστίχας στις δύο αγορές (εσωτερική και εξωτερική) και κατά δραστηριότητα.

ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ  
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ  
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΓΟΡΑ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ

| ΠΩΛΗΣΕΙΣ<br>ΕΤΟΣ | ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΣΕ<br>ΤΟΝΝΟΥΣ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ (%) |            | ΜΑΣΤΙΧΑ<br>ΓΙΑ<br>ΤΣΙΧΛΑ (%) | ΜΑΣΤ/ΛΑΙΟ<br>(%) | ΜΟΣΧ/ΝΟ<br>(%) |
|------------------|---------------------------|--------------|------------|------------------------------|------------------|----------------|
|                  |                           | ΕΣ. ΑΓΟΡΑΣ   | ΕΞ. ΑΓΟΡΑΣ |                              |                  |                |
| 1984 - 85        | 164                       | 11,80        | 50,37      | 15,01                        | 4,92             | 0,70           |
| 1985 - 86        | 180                       | 8,11         | 45,54      | 19,71                        | 5,30             | 0,27           |
| 1986 - 87        | 208                       | 7,18         | 51,21      | 8,80                         | 2,45             | 0,23           |
| 1987 - 88        | 155                       | 12,33        | 58,98      | 6,74                         | 5,05             | 0,41           |
| 1988 - 89        | 156                       | 13,47        | 50,17      | 19,96                        | 4,18             | 0,45           |
| 1989 - 90        | 128                       | 20,18        | 67,65      | 25,02                        | 5,10             | 0,44           |

Από τον προηγούμενο πίνακα και σε σχετικούς αριθμούς (ποσοστά) εξάγονται τα εξής συμπεράσματα:

- α. Η εσωτερική αγορά, η εξωτερική και η τσίχλα απορροφούν το μεγαλύτερο ποσοστό παραγόμενης μαστίχας σε όγκο.
- β. Το μαστιχέλαιο το μοσχολίβανο απορροφούν μικρές ποσότητες σε όγκο, όπως και το κολοφώνιο το οποίο δεν παρουσιάζεται στον πίνακα, λόγω της πολύ μικρής συμμετοχής του.
- γ. Οι πωλήσεις στην εσωτερική αγορά παρουσιάζουν σοβαρές αυξομειώσεις.
- δ. Οι πωλήσεις στην εξωτερική αγορά απορροφούν μεγάλες ποσοστιαίες αναλογίες με τάσεις βελτίωσης.
- ε. Το ποσοστό απορροφούμενης μαστίχας από την τσίχλα δεν είναι σταθερό και θα μπορούσαμε να πούμε ότι παρουσιάζει αυξητικές τάσεις, όχι λόγω αύξησης των πωλήσεων της τσίχλας στην αγορά, αλλά λόγω της πτώσης της παραγωγής τα τελευταία τρία χρόνια.

## 7. Ανταγωνισμός

### α. Μερίδια αγοράς σε όγκο

Η μαστίχα σαν προϊόν μοναδικό, δεν έχει ανταγωνισμό από όμοια προϊόντα, αλλά από συμπληρωματικά, δηλαδή προϊόντα που διαφέρουν από τη μαστίχα έχουν όμως ίδια ή παραπλήσια χρήση. Σαφώς δεν είναι εφικτό να συγκριθεί το μερίδιο της μαστίχας στην αγορά με το μερίδιο προϊόντων που έχουν την ίδια χρήση. Είναι όμως εφικτό μέσα από μια καμπάνια, η μαστίχα να μπει και σε άλλες χρήσεις, γεγονός που θα αυξήσει το μερίδιό της στην αγορά.

### β. Μερίδιο αγοράς σε αξία

Είναι γεγονός ότι στο συνολικό τζίρο που κάνουν τα συμπληρωματικά ή της ίδιας χρήσης προϊόντα με τη μαστίχα, το ποσοστό της μαστίχας εκτιμάται ότι είναι πολύ μικρό.

Ισχύει και σ' αυτή την περίπτωση ο όρος ότι εάν αυξηθούν οι χρήσεις της μαστίχας θα αυξηθεί σαφώς και το μερίδιό της σε αξία στην αγορά.

### γ. Αναγνωριστικότητα

Είναι γεγονός ότι η μαστίχα Χίου φημίζεται για τη μοναδικότητά της. Εκτός αυτού έχουμε τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μοναδικό φυσικό προϊόν
- Σκληρή στο μάσημα
- Ευχάριστη στη γεύση

- Ιδιαίτερες ιδιότητες σε σχέση με τα συμπληρωματικά προϊόντα (ιδιότητες ρητινης).
- Υγιεινό προϊόν
- Προϊόν χωρίς ζάχαρη και ζαχαρίνη

## 8. Marketing Plan

### ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣ

Παρατηρώντας τους προηγούμενους πίνακες που έχουν σχέση με την γεωγραφική κατανομή των πωλήσεων και τις συνολικές ποσότητες που πωλούνται στην αγορά καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα :

- α) Οι πωλήσεις μαστίχας στην εσωτερική αγορά καλύπτουν ένα σημαντικό ποσοστό στο σύνολο των πωλήσεων.
- β) Οι μεγαλύτερες ποσότητες μαστίχας μπορεί να πωληθούν στις αστικές περιοχές της Ελλάδας.
- γ) Μεγάλες ποσότητες μαστίχας μπορούν να πωληθούν στην Περιφέρεια Θράκης όπου κατοικεί μουσουλμανικό στοιχείο.
- δ) Οι περιοχές της Αττικής και της Θεσσαλονίκης επίσης προσφέρονται για αυξημένες πωλήσεις μαστίχας, αφού και σήμερα απορροφούν σημαντικές ποσότητες, αλλά παρουσιάζουν και συγκέντρωση μεταποιητικών μονάδων (βιοτεχνιών - βιομηχανιών) οι οποίες είναι εν δυνάμει πελάτες της φυσικής μαστίχας.

### Καθορισμός στόχου αγοράς

Η δειγματοληπτική έρευνα στην εσωτερική αγορά, και οι εκτιμήσεις μας για την εξωτερική αγορά, όπως θα αναφερθούν στα επόμενα, καθώς και η αναγκαία ανάλυση των αποθεμάτων της μαστίχας επιβάλλουν τη διαμόρφωση των ετήσιων συνολικών πωλήσεων στην επόμενη πενταετία όπως στον παρακάτω πίνακα.

| ΕΤΟΣ | ΠΡΟΒΛΕΨΗ<br>ΠΩΛΗΣΕΩΝ |
|------|----------------------|
| 1991 | 160                  |
| 1992 | 180                  |
| 1993 | 210                  |
| 1994 | 230                  |
| 1995 | 245                  |

Οι πωλήσεις αυτές δεν είναι δυνατό να συμπέσουν με τις προβλέψεις βάση της μεθόδου των ελαχίστων τετραγώνων, ( $y=ax+b$ , όπου  $y$  η παραγωγή και  $x$  οι πωλήσεις) βάσει της οποίας και σύμφωνα με τις διακυμάνσεις παραγωγής και πωλήσεων της περιόδου 1979 - 1990, εφικτός στόχος είναι η αύξηση των πωλήσεων φυσικής μαστίχας στην εσωτερική αγορά της τάξης του 5%.

Όσον αφορά δε τις πωλήσεις κατά γεωγραφικές ενότητες της Χώρας, οι στόχοι για τις πωλήσεις φυσικής μαστίχας θα πρέπει να προσδιορισθούν στα εξής επίπεδα:

|            |           |
|------------|-----------|
| ▪ ΑΘΗΝΑ    | 16 τόννοι |
| ▪ ΘΕΣ/ΝΙΚΗ | 11 τόννοι |
| ▪ ΧΙΟΣ     | 4 τόννοι  |
| ▪ ΛΟΙΠΟΙ   | 6 τόννοι  |

## 9. Ο Καταναλωτής

Το αγοραστικό κοινό της μαστίχας Χίου ποικίλει ανάλογα με την χρήση. Κατ' αρχήν θα πρέπει να εντοπίσουμε εκτός από το μάζημα τους εξής κύριους κλάδους χρήσης της μαστίχας:

- Ζαχαροπλαστική
- Ποτοποιία

Οι παραπάνω κλάδοι μπορούν να απορροφήσουν τις μεγαλύτερες ποσότητες μαστίχας Χίου.

Η ενημέρωση όμως για τις άλλες χρήσεις (που είναι πάρα πολλές) μπορεί να συντελέσει στο να αυξηθούν οι πωλήσεις στην εσωτερική αγορά ακόμα περισσότερο.

## 10. Marketing Mix

### α. Το προϊόν

Σύμφωνα με την προηγούμενη ανάλυση, μπορεί να προταθεί μια νέα προοπτική για τη μαστίχα.

Το προϊόν θα πρέπει να αντιμετωπιστεί τόσο από την Ε.Μ.Χ. όσο και από τις κρατικές ή άλλες αρχές σαν ένα προϊόν που οι ιδιαίτερες φυσικές ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά του προσφέρουν τη δυνατότητα να έχει μια ιδιαίτερη θέση στην εσωτερική και διεθνή αγορά.

Οι χρήσεις του μπορούν να επεκταθούν σε πολλούς τομείς της παραγωγικής διαδικασίας, με αποτέλεσμα να γίνει βασικό ενδιάμεσο προϊόν σε κλάδους της βιο-

μηχανίας όπως ζαχαροπλαστική, ποτοποιία, φαρμακοβιομηχανία κλπ.

### β. Συσκευασία

Η μικρής συσκευασίας μαστίχα σήμερα δεν πωλείται σε μεγάλες ποσότητες.

|      |           |
|------|-----------|
| 1986 | 1.934 kgr |
| 1987 | 2.289 kgr |
| 1988 | 2.077 kgr |
| 1989 | 2.714 kgr |

Πηγή : Ε.Μ.Χ.

Τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν τις ποσότητες που πωλήθηκαν τα έτη 1986 - 1989. Αν λάβουμε υπ' όψη μας, τις υψηλές τιμές της συσκευασμένης μαστίχας μπορούμε να πούμε ότι δημιουργείται μία σημαντική αξία των πωλήσεων, γεγονός που προτρέπει για την χάραξη ορθολογικής πολιτικής για την προώθηση της μικρής συσκευασίας μαστίχας στην αγορά.

Η συσκευασία σήμερα είναι σε κουτιά των 500 γρ., των 100 γρ. και των 50 γρ. Επίσης δε μπομπονιέρα 120 γρ. και φακελάκι των 10 γρ.

Θα πρέπει όμως να μελετηθεί περεταίρω η συσκευασία της μαστίχας ώστε να ανταποκρίνεται στις νέες απαιτήσεις της αγοράς σήμερα, οι οποίες προσδιορίζουν κυρίως τις χρήσεις, το design και την τιμή του προϊόντος.

## 11. Τιμολογιακή πολιτική

Η τιμολογιακή πολιτική για την μαστίχα θα πρέπει να εξυπηρετεί τους κάτωθι στόχους:

1. Διατήρηση και αύξηση του μεριδίου της αγοράς
2. Παραπέρα γνωριμία με τους καταναλωτές
3. Ανταγωνιστική τιμή σε μια αγορά που αλλάζει μέρα με την ημέρα.
4. Σημαντική παρουσία του προϊόντος στα κανάλια διανομής
5. Υποβοήθηση του δικτύου διανομής για την προώθηση της μαστίχας στις επιμέρους αγορές.

Με βάση τους προηγούμενους στόχους τιμολογιακής πολιτικής, καθοριστικό στοιχείο της λειτουργίας της Ε.Μ.Χ. είναι η συμπίεση του κόστους παραγωγής σε χαμηλά επίπεδα.

Η συμπίεση του κόστους μπορεί να επιτευχθεί στα εξής τρία επίπεδα:

- α. Στην πρωτογενή παραγωγή
- β. Στην μεταποίηση της μαστίχας
- γ. Στη διάρθρωση των πωλήσεων

Η επίτευξη όμως των παραπάνω στόχων απαιτεί τον εκσυγχρονισμό των μεθόδων παραγωγής (πρωτογενή και δευτερογενή) και τη σύγχρονη επιχειρηματική οργάνωση και λειτουργία της Ε.Μ.Χ..





Με βάση τον προηγούμενο πίνακα που δείχνει τις τιμές της μαστίχας ανά ποιότητα, εξάγονται τα εξής συμπεράσματα:

Χονδρή Νο1: Η αύξηση της συγκεκριμένης ποιότητας από χρόνο σε χρόνο είναι μηδαμινή.

Χονδρή Νο3: Αύξηση της τιμής από χρόνο σε χρόνο της τάξης του 6 - 8%.

Χονδρή Νο4: Αύξηση της τιμής γύρω στα 4 - 6% κάθε χρόνο.

Ψιλή Νο1 : Αύξηση σημαντική το 1988 της τάξης του 5% και το 1989 της τάξης του 12%.

Ψιλή Νο3 : Αυξήσεις σημαντικές το 1988 και 1989.

Η τιμολογιακή πολιτική θα πρέπει να είναι ενταγμένη σε μία στρατηγική που θα έχει καθορισμένους άξονες και στόχους. Αν θέλουμε να εφαρμόσουμε την στρατηγική αύξησης μεριδίου στην αγορά θα πρέπει να έχουμε τιμές σταθερές και με μικρές αυξήσεις, πάντα όμως στα πλαίσια του κόστους παραγωγής με ένα μικρό ποσοστό κέρδους.

Το δεύτερο σημείο πολύ σημαντικό για την διείσδυση στις αγορές είναι η πολιτική των promotions ώστε να αξιοποιηθεί το δίκτυο διανομής της E.M.X.

Σημαντικό στοιχείο της τιμολογιακής πολιτικής είναι η πιστωτική πολιτική που θα ακολουθεί σε σχέση με τους πελάτες. Θα πρέπει η Δ/ση πωλήσεων σε συνεργασία με την οικονομική διεύθυνση να επεξεργαστούν ένα σύστημα πιστωτικής πολιτικής. Μια σωστή πολιτική με τους πελάτες θα διευκολύνει, στην σημερινή περίοδο έλλειψης ρευστότητας και τον στρατηγικό στόχο για αύξηση των μεριδίων στην αγορά.

Με βάση τα προηγούμενα, οι αυξήσεις των τιμών κάθε χρόνο δεν πρέπει να ξεπερνούν το ποσοστό του 4 - 5%.

Οι πελάτες θα πρέπει να ενημερώνονται εγκαίρως για την αλλαγή στις τιμές της μαστίχας.

Στις διάφορες περιοχές (αγορές) οι διευκολύνσεις στους αντιπροσώπους να είναι ενιαίες ώστε να μη δημιουργείται διαταραχή του δικτύου.

**B. ΤΣΙΧΛΑ**

Βασική χρήση της φυσικής μαστίχας Χίου είναι η παραγωγή απ' αυτής της ομώνυμης τσίχλας.

Σημαντικό μέρος της παραγωγής της μαστίχας απορροφάται για την παραγωγή τσίχλας.

Σκόπιμο, λοιπόν, είναι να εξετάσουμε την θέση της τσίχλας "ΕΛΜΑ" στην αγορά.

**1. Αγορά : Μέγεθος αγοράς σε όγκο**

| ΕΤΟΣ | Πωλήσεις τσίχλας πανελλ. | Ετήσια μεταβολή |
|------|--------------------------|-----------------|
| 1984 | 5.907                    | -               |
| 1985 | 6.072                    | + 2,8           |
| 1986 | 6.247                    | + 2,9           |
| 1987 | 6.142                    | - 1,7           |
| 1988 | 2.071                    | -               |

Ο υπολογισμός γίνεται ανά 1.000 πακέτα 200 τεμαχίων

Φαίνεται από τον πίνακα ότι η αγορά της τσίχλας δεν παρουσιάζει μεγάλες μεταβολές τα τελευταία χρόνια.

**2. Μέγεθος αγοράς σε αξία (πωλήσεις αξία)**

|                |           |         |
|----------------|-----------|---------|
| 1984           | 1.546.270 |         |
| 1985           | 2.038.360 | + 31,8% |
| 1986           | 2.814.260 | + 38,1% |
| 1987           | 3.460.720 | + 23,0% |
| 1988 (4 μήνες) | 1.322.940 |         |

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει την αυξητική πορεία των πωλήσεων της τσίχλας σε αξία από το 1984 έως και το πρώτο τετράμηνο του 1988.

### 3. Υποκατηγορίες αγοράς

Η αγορά της τσίχλας χωρίζεται στις εξής υποκατηγορίες :

- α. Τσιχλόφουσκα
- β. Τσίχλα φυλλαράκι με ζάχαρη
- γ. Τσίχλα κουφετάκι
- δ. Τσίχλα χωρίς ζάχαρη

Μέσα στα παραπάνω δεδομένα θα πρέπει να εξετάσουμε τη θέση της τσίχλας ΕΛΜΑ, αλλά και την μελλοντική της πορεία.

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΤΣΙΧΛΑΣ

2 κουφετάκια = 1 φυλλάριόκι = 1 τσιχλόφουσκο

|                                     | 1984  |      | 1985    |      | 1986    |      | 1987    |      |
|-------------------------------------|-------|------|---------|------|---------|------|---------|------|
|                                     |       | %    |         | %    |         | %    |         | %    |
| ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΣΙΧΛΑΣ ΣΕ 1.000 ΠΙΑΚΕΤΑ | 5.907 |      | 6.072   |      | 6.247   |      | 6.142   |      |
| 200 ΤΕΜΑΧΙΟΝ                        |       |      |         |      |         |      |         |      |
| Τσιχλόφουσκοι                       | 1.538 | 26,0 | 1.562   | 25,7 | 1.591,3 | 27,7 | 1.541   | 25,1 |
| Τσιχλες χωρίς ζάχαρη                | 1.130 | 19,1 | 1.296,5 | 21,4 | 1.439,0 | 23,0 | 1.590   | 25,9 |
| Φυλλάριόκι με ζάχαρη                | 1.982 | 33,6 | 2.001,3 | 33,0 | 1.858,6 | 29,7 | 1.768,9 | 28,8 |
| Κουφέτα                             | 1.256 | 21,3 | 1.209,9 | 19,9 | 1.222,6 | 19,6 | 1.240,7 | 20,2 |

Αξιολογώντας τα παραπάνω στοιχεία :

- 1) Η τσίχλα χωρίς ζάχαρη παρουσιάζει συνεχή αύξηση
- 2) Οι τσιγλόφουσκες είναι στα ίδια επίπεδα
- 3) Το φυλλαράκι με ζάχαρη παρουσιάζει συνεχή μείωση
- 4) Η τσίχλα σε κουφέτα παρουσιάζει μικρή αύξηση.

#### 4. Τάση της αγοράς

Τα στοιχεία δείχνουν ότι, η τάση της αγοράς είναι τσίχλα χωρίς ζάχαρη. Αυτό οφείλεται στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου που επιτρέπει στους καταναλωτές να φροντίζουν περισσότερο την υγεία, την εμφάνιση και την κοινωνική τους εικόνα.

Οι τελευταίες κοινωνικές απαιτήσεις για την ποιότητα ζωής βοηθά τις πωλήσεις τσίχλας χωρίς ζάχαρη.

#### 5. Χαρακτηριστικά τσίχλας ΕΛΜΑ

| ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ                | ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ   |
|------------------------------|---|
| ΥΠΕΙΝΗ<br>ΑΓΝΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ | ΣΚΛΗΡΗ<br>ΔΕΝ ΔΙΑΡΚΕΙ ΤΟ ΑΡΩΜΑ<br>ΔΕΝ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΕΥΚΟΛΑ<br>ΕΛΑΧΙΣΤΑ ΔΡΟΣΙΣΤΙΚΗ<br>ΞΕΠΕΡΑΣΜΕΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ<br>ΑΝΕΠΑΡΚΗΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ<br>ΠΟΛΥ ΓΛΥΚΙΑ |

Φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα ότι :

- Η τσίχλα ΕΛΜΑ πρέπει να γίνει πιο μαλακή, άρα απαιτείται έρευνα σε σχέση μ' αυτό το πρόβλημα.
- Θα πρέπει να οργανωθεί δίκτυο πωλήσεων ώστε να πωλείται σε περισσότερα πόστα.
- Θα πρέπει να υπάρξει άλλη συσκευασία ώστε να γίνει ανταγωνιστική σε σχέση με τις άλλες τσίχλες.

## 6. Καθορισμός αγοράς - στόχου

Μεγάλες ηλικίες ▶ κουφετάκια

Μεσαίες ηλικίες ▶ φυλλαράκια

### Τμηματοποίηση κατά ηλικία και γεωγραφική περιφέρεια

#### ΑΘΗΝΑ

| <u>Ηλικίες</u> | <u>HEAVY USERS</u> | <u>LIGHT USERS</u> | <u>ΣΥΝΟΛΟ</u> |
|----------------|--------------------|--------------------|---------------|
| 15 - 19        | 64,0               | 23,5               | 88,0          |
| 20 - 24        | 32,0               | 25,1               | 57,1          |
| 25 - 35        | 42,0               | 33,2               | 76,0          |
| 35 - 45        | 23,0               | 27,5               | 50,7          |
| 45 +           | 34,4               | 22,2               | 56,6          |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>  | <b>197,3</b>       | <b>131,6</b>       | <b>329,08</b> |

Από τον παραπάνω πίνακα που δείχνει τις πωλήσεις τσιγλας στην περιοχή ΑΘΗΝΑΣ διαπιστώνεται ότι :

- Οι συνήθεις καταναλωτές τσιγλας σε μεγαλύτερο ποσοστό είναι οι ηλικίες 15 - 19 ετών και μετά από 25 - 35 ετών.
- Στους υψηλότερους καταναλωτές της μεγαλύτερης τάσης για κατανάλωση έχουν όσοι είναι ηλικίας 25 - 35.

Τμηματοποίηση κατά ηλικία και  
γεωγραφική προέλευση

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

| <u>Ηλικίες</u> | <u>HEAVY USERS</u> | <u>LIGHT USERS</u> | <u>ΣΥΝΟΛΟ</u> |
|----------------|--------------------|--------------------|---------------|
| 15 - 19        | 51,8               | 22,9               | 74,7          |
| 20 - 24        | 24,9               | 25,8               | 50,8          |
| 25 - 35        | 37,8               | 34,5               | 72,4          |
| 35 - 45        | 19,6               | 28,7               | 48,3          |
| 45 +           | 37,091             | 21,3               | 58,4          |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>  | <b>171,3</b>       | <b>133,4</b>       | <b>304,7</b>  |

| <u>Τμήμα</u>  | <u>15 - 20</u> | <u>20 - 25</u> | <u>25 - 35</u> | <u>35 - 45</u> | <u>45 +</u>  |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| HEAVY         | 401,7          | 187,6          | 280,2          | 138,3          | 179,2        |
| LIGHT         | 143,4          | 122,9          | 183,9          | 125,3          | 126,5        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b> | <b>545,1</b>   | <b>310,6</b>   | <b>464,2</b>   | <b>263,7</b>   | <b>305,8</b> |

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ

|                        |       |         |        |       |       |
|------------------------|-------|---------|--------|-------|-------|
| ΚΟΥΦΕΤΑΚΙ              | 145,5 | 68,6    | 155,5  | 61,9  | 82,2  |
| ΦΥΛΛΑΡΑΚΙ              | 237,1 | 115,2   | 155,05 | 102,3 | 81,7  |
| ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ<br>ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ | 162,4 | 127,059 | 153,6  | 99,1  | 144,6 |

Σ'ότι αφορά την περιοχή Θεσσαλονίκης οι ηλικίες 15 - 20 ετών χρησιμοποιούν περισσότερο την τσιγλα στους Heavy Users ενώ στους Light Users είναι οι ηλικίες 25 - 35 ετών.

Αυτό φαίνεται από τους ανωτέρω πίνακες.

Επίσης από τους ανωτέρω πίνακες φαίνονται τα ποσοστά που προτιμούν κουφετάκι, φυλλαράκι και όσοι δεν έχουν προτιμήσεις.



Τμηματοποίηση σε αστικές περιοχές (εκατ. κομμάτια)

| <u>Ηλικίες</u> | <u>HEAVY USERS</u> | <u>LIGHT USERS</u> | <u>ΣΥΝΟΛΟ</u> |
|----------------|--------------------|--------------------|---------------|
| 15 - 19        | 64,3               | 20,0               | 84,3          |
| 20 - 24        | 34,2               | 23,0               | 57,2          |
| 25 - 35        | 42,5               | 31,0               | 73,5          |
| 35 - 45        | 23,0               | 25,0               | 48,0          |
| 45 +           | 38,0               | 20,0               | 58,0          |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>  | <b>202,0</b>       | <b>119,0</b>       | <b>321,0</b>  |

Από τον πίνακα που δείχνει την εξέλιξη της αγοράς στις αστικές περιοχές φαίνεται ότι στις ηλικίες 15 - 19 και 25 - 35 στους HEAVY USERS έχουμε τα μεγαλύτερα ποσοστά. Αντίστοιχα στους LIGHT USERS τα μεγαλύτερα ποσοστά είναι στις ηλικίες 35 - 45

## 7. Ο Καταναλωτής

Διαπιστώνουμε στην αγορά της τσιχλας ότι αυτή-ός που αγοράζει το "φυλλαράκι" είναι το ίδιο πρόσωπο με εκείνο που αγοράζει το κουφετάκι.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερη τσιχλα από τους άνδρες.

Πολλές φορές οι τσιχλες αγοράζονται από τους γονείς για τα παιδιά.

Σε σχέση με τα στοιχεία για την Ε.Μ.Χ. χρειάζεται η παραγωγή και σε φυλλαράκι και κουφετάκι. Προτείνεται κατ' αρχήν η παραγωγή σε φυλλαράκι και κουφετάκι:

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΗΣ ΤΣΙΧΛΑΣ ΧΙΟΥ

| ΠΡΟΙΟΝ Α  | ΠΡΟΙΟΝ Β  |
|---|---|
| ΦΥΛΛΑΡΑΚΙ   | ΚΟΥΦΕΤΑΚΙ   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- μοντέρνα νεανική τσιχλα</li><li>- ωραία γεύση</li><li>- γεύση διαρκείας</li><li>- ωραίο άρωμα</li><li>- φρεσκάρει την αναπνοή</li><li>- προστατεύει τα δόντια</li><li>- καθαρίζει τα δόντια</li><li>- δεν κολλάει στα δόντια</li><li>- έχει καλό μάσιμα</li><li>- έχει ωραία συσκευασία</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- φυσικό προϊόν</li><li>- γεύση που διαρκεί</li><li>- έντονη γεύση</li><li>- ωραίο άρωμα</li><li>- φρεσκάρει την αναπνοή</li><li>- καλό μάσιμα</li><li>- δεν κολλάει στα δόντια</li><li>- ωραία συσκευασία</li><li>- βρίσκεται εύκολα</li><li>- λογική τιμή</li></ul> |

8. Συσκευασία

Η συσκευασία της τσιχλας ΕΛΜΑ πρέπει να αλλάξει. Θα πρέπει να δείχνει την υψηλή ποιότητα του προϊόντος και να δείχνει πραγματικά την δυνατότητα των προϊόντων της Χίου.

Είναι ανάγκη ειδικής έρευνας για την συσκευασία της τσιχλας που θα χρειαστεί να ανταγωνιστεί μία σειρά τσιχλών στην αγορά, σ'ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον πολύ δύσκολο.

9. Διανομή και οργάνωση πωλήσεων

Η διανομή καθορίζει σε σημαντικό βαθμό τις πωλήσεις του προϊόντος. Εχοντας υπόψη ότι η ΕΛΜΑ βρίσκεται δύσκολα θα πρέπει να οργανωθούν έτσι οι πωλήσεις ώστε η τσιχλα να πωλείται παντού.

## 10. Κατανομή των πωλήσεων

### ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΣΙΧΛΩΝ

| Πωλήσεις τσίχλας<br>σε 1.000 πακέτα<br>των 200 τεμ. | 1984  | 1985  | 1986  | 1987  |
|---|-------|-------|-------|-------|
|   | 5.907 | 6.072 | 6.247 | 6.142 |
| ΨΙΛΙΚΑ  | 25,2% | 26,7% | 27,2% | 26,9% |
| ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ   | 74,8% | 73,2% | 72,8% | 72,3% |

Από τον προηγούμενο πίνακα φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό τσίχλας διακινείται σε περιπτερά φθάνει σχεδόν στο 75% των πωλήσεων. Το υπόλοιπο τμήμα είναι σε καταστήματα ψιλικών.

## 11. Κατανομή πωλήσεων ανά Περιφέρεια

|               | 1984  | 1985  | 1986  | 1987  |
|---------------|-------|-------|-------|-------|
| ΑΤΤΙΚΗ        | 27,3% | 23,9% | 24,5% | 26,2% |
| ΘΕΣ/ΝΙΚΗ      | 12,8% | 13,4% | 10,5% | 9,4%  |
| ΜΑΚ / ΘΡΑΚΗ   | 24,3% | 26,1% | 24,5% | 24,6% |
| ΚΕΝΤΡ. ΕΛΛΑΔΑ | 20,6% | 20,5% | 22,0% | 20,1% |
| ΠΕΛ./ ΚΡΗΤΗ   | 14,6% | 16,1% | 18,5% | 19,7% |

Από τον πίνακα κατανομής των πωλήσεων φαίνεται ότι η Αττική, η Μακεδονία και η Θράκη έχουν την μεγαλύτερη κατανάλωση τσίχλας.

Δεν θα πρέπει βέβαια να υποτιμώνται και οι υπόλοιπες περιοχές της χώρας.

## 12. Μεριδία αγοράς (%)

|           | 1984 | 1985 | 1986 | 1987 | 1988 |
|-----------|------|------|------|------|------|
| BIG BABOL | 8%   | 7,1% | 8,6% | 9%   | 8,5% |

|                 |     |     |     |      |       |
|-----------------|-----|-----|-----|------|-------|
| DENTINE         | 13% | 10% | 9%  | 10%  | 11%   |
| TRIDENT         | 17% | 19% | 20% | 22%  | 27,5% |
| ION             | 6%  | 6%  | 7%  | 7,5% | 7,8%  |
| STIMOROL        | 6%  | 6%  | 7%  | 7,1% | 7%    |
| ELMA            |     |     |     |      | 3,9%  |
| ΑΛΛΕΣ<br>ΜΑΡΚΕΣ |     |     |     |      |       |

Από τα μερίδια της αγοράς φαίνεται ότι η ΕΛΜΑ κατέχει μικρό τμήμα της αγοράς που μπορεί όμως να θεωρηθεί αξιολογικό αφού το τμήμα αυτό της αγοράς κατέχεται χωρίς καμμία διαφημιστική προσπάθεια.

### 13. Τζίρος ανά κανάλι διανομής

| ΣΥΝΟΛΟ ΚΑΝΑΛΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ |         |      | ΤΖΙΡΟΣ ΑΝΑ ΚΑΝΑΛΙ (ΣΕ ΕΚΑΤ) |           |
|----------------------------|---------|------|-----------------------------|-----------|
| ΚΑΝΑΛΙΑ                    | ΑΡΙΘΜΟΣ | %    | ΚΟΥΦΕΤΑΚΙ                   | ΦΥΛΛΑΡΑΚΙ |
| ΨΙΛΙΚΑ                     | 5.540   | 51,5 | 53,5                        | 70,04     |
| ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ                  | 4.410   | 41   | 42,6                        | 55,76     |
| SUPER<br>MARKETS           | 790     | 7,5  | 7,9                         | 10,2      |
| ΣΥΝΟΛΟ                     | 10.740  | 100  | 104                         | 136       |

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι:

- Στα ψιλικά καταστήματα και περίπτερα σε σύνολο 10.740 σημείων διανομής (πωλήσεων) της τσίχλας διακινούνται διαφορετικές ποσότητες.
- Στα ψιλικά καταστήματα ο τζίρος σε κουφετάκι αλλά και σε φυλλαράκι είναι σαφώς μεγαλύτερες απ' ότι σε περίπτερα.
- Είναι φανερό όμως ότι στο σύνολο του τζιρού τα ψιλικά καταστήματα και τα περίπτερα κατέχουν την μερίδα του λέοντος.
- Θέλοντας να εξετάσουμε την απόδοση σε τζίρο κάθε σημείου πώλησης μπορούμε να πούμε ότι:

Τα ψιλικά καταστήματα: 9.660 δρχ σε τζίρο στο κουφετάκι και 12.640 δρχ στο φυλλαράκι

σε σχέση με τα περίπτερα που δίνουν: κουφετάκι 9.520 δρχ / σημείο πώλησης

φυλλαράκι: 12.500 δρχ / σημείο πώλησης.

#### 14. Δίκτυο πωλήσεων

Θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί το ίδιο δίκτυο μ'αυτό της μαστίχας. Η διαφορά βρίσκεται στο ότι τα τελικά κανάλια διανομής της τσιχλας ποικίλουν σε σχέση με την μαστίχα. Έτσι θα πρέπει να δοθεί έμφαση στα περιπτερα και καταστήματα ψιλικών που είναι αρκετά σε αριθμό.

Η σημερινή κατάσταση που εμποδίζει την ύπαρξη σε πολλά περιπτερα ή ψιλικά καταστήματα της τσιχλας ΕΛΜΑ, δημιουργεί πρόβλημα στις πωλήσεις που απαιτεί άμεση λύση.

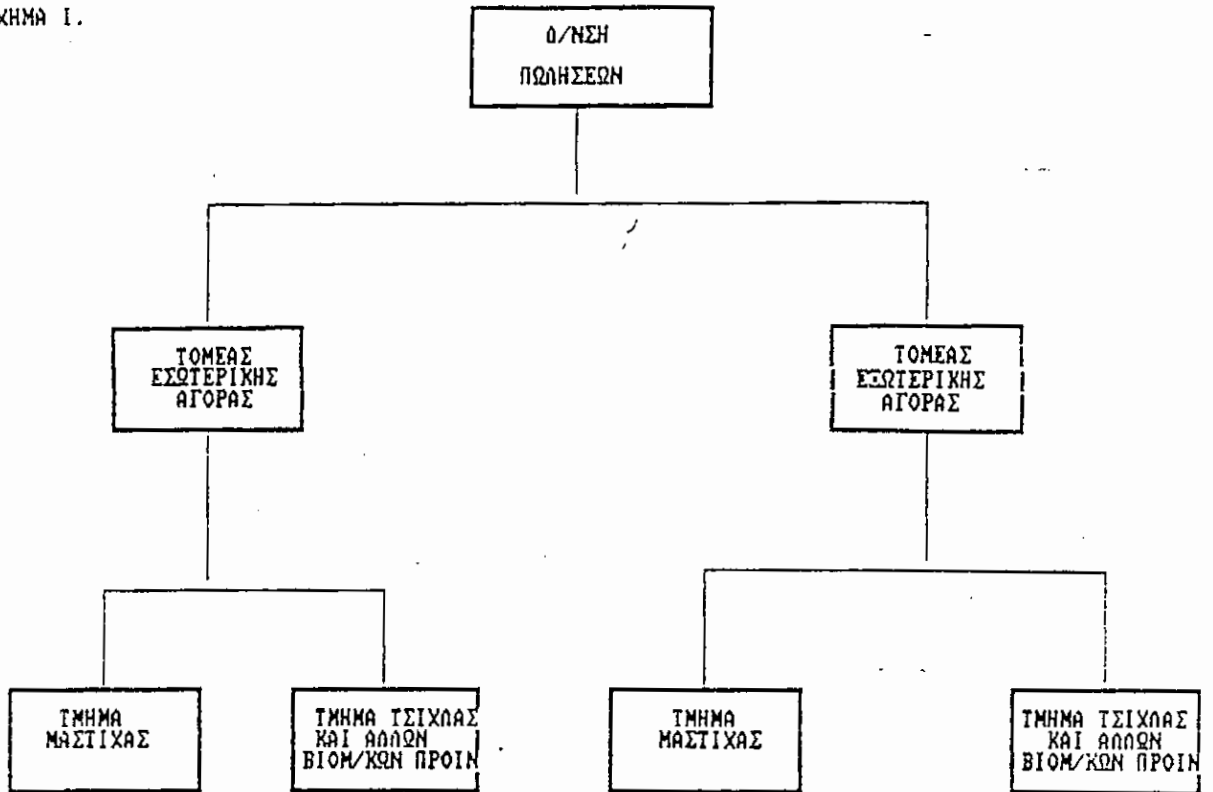
Προτείνεται μια διεύθυνση πωλήσεων ευέλικτη, η οποία θα παρακολουθεί, θα αναλύει και θα σχεδιάζει την παρέμβαση στην αγορά, εσωτερική και εξωτερική.

Η πρόταση που ακολουθεί με το σχήμα I είναι μια δυνατή λύση για την οργάνωση της διεύθυνσης των πωλήσεων.

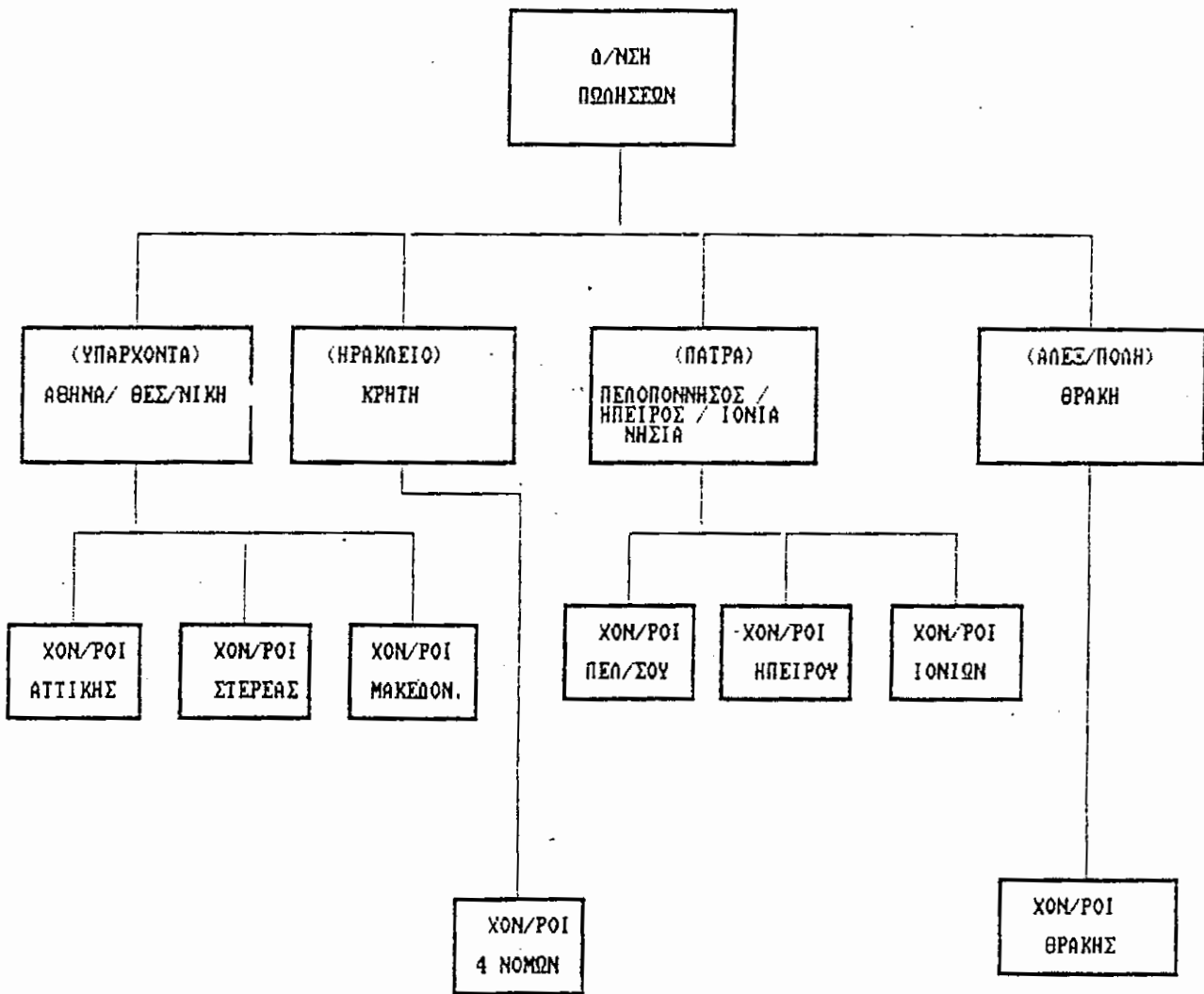
Παράλληλα προτείνεται η βελτίωση της οργάνωσης του δικτύου πωλήσεων στην εσωτερική αγορά, ώστε να ξεπερασθεί η σημερινή κατάσταση η οποία περιορίζεται σ' ένα και μοναδικό αντιπρόσωπο πανελλαδικά με αποτέλεσμα την ανεπαρκή κάλυψη της αγοράς.

Το σχήμα II παρουσιάζει εφικτή πρόταση οργάνωσης δικτύων με περιφερειακούς αντιπροσώπους οι οποίοι θα απευθύνονται άμεσα στην διεύθυνση πωλήσεων της Ε.Μ.Χ..

ΣΧΗΜΑ Ι.



ΣΧΗΜΑ ΙΙ.



ΣΗΜΕΙΩΣΗ

ΣΕ ΠΑΡΕΝΘΕΣΗ ΟΙ ΕΔΡΕΣ

## 15. Διαφημιστική καμπάνια

Στις σημερινές συνθήκες της αγοράς η διαφημιστική καμπάνια είναι απαραίτητη για τη στήριξη των προϊόντων αλλά και του δικτύου διανομής τους.

Οι τρόποι προώθησης και διαφήμισης της μαστίχας αλλά και των άλλων προϊόντων της δεν είναι άλλοι από τους συνήθεις στην αγορά.

Στη συγκεκριμένη φάση προτείνουμε:

- α) Prospectus
- β) Δειγματοδιανομή
- γ) Promotions
- δ) Καταχώρηση στον Τύπο
- ε) Τηλεόραση

### α) Prospectus

Το διαφημιστικό φυλλάδιο είναι εκείνο που θα μείνει στον καταναλωτή για αρκετό χρονικό διάστημα να το μελετήσει. Επίσης είναι εκείνο που θα δώσει τη δυνατότητα στον έμπορο της μαστίχας να πείσει τους μελλοντικούς αγοραστές.

Είναι ανάγκη λοιπόν να φτιαχτεί κάποιο φυλλάδιο (prospectus) με μεγάλη προσοχή.

### β) Δειγματοδιανομή

Είναι ένας κλασικός, αλλά αρκετά αποτελεσματικός τρόπος προώθησης του προϊόντος ή των προϊόντων τα οποία μας ενδιαφέρουν. Η δειγματοδιανομή θα πρέπει να γίνεται ανελλιπώς μέσω του δικτύου των πωλήσεων της μαστίχας. Έτσι υπάρχει και μία συνεχής ενημέρωση για το τι ζητάει η αγορά.

### γ) Promotions

Ο σκληρός ανταγωνισμός δημιουργεί την ανάγκη να επεξεργαστεί η Δ/νση πωλήσεων μια πολιτική της προώθησης των προϊόντων μέσα από ευκαιρίες ή εκπτώσεις για τους αγοραστές. Οι promotions σήμερα είναι αποτελεσματικός τρόπος διείσδυσης σε νέες αγορές και αύξηση των πωλήσεων.

### δ) Τύπος

Είναι ανάγκη οι καταχωρήσεις στον τύπο, αλλά και η επιλογή των καταχωρήσεων.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση θα πρέπει να γίνει επιλογή των εντύπων μέσω των οποίων η διαφήμιση της μαστίχας θα είναι πιο αποτελεσματική.

Θα προτείνουμε έντυπα επαγγελματικού ενδιαφέροντος όπως έντυπα ζαχαροπλα-



στικής, αρτοποιίας, φαρμακευτικά κλπ.

ε) Τηλεόραση

Η τηλεόραση προσφέρεται για μια καμπάνια υπενθύμισης του προϊόντος. Στην τηλεόραση θα μπορέσει να προβληθεί η τσίχλα ΕΛΜΑ και η φυσική μαστίχα μ' όλα τα θετικά στοιχεία της.

Κόστος της καμπάνιας

Σχετικά με το κόστος της διαφημιστικής καμπάνιας δεν θα μπορεί να λεχθεί κάτι ακριβές, εφ' όσον ούτε λεπτομερώς μπορούμε να αναλύσουμε τη διαφημιστική καμπάνια, ούτε γνωρίζουμε τη χρονική στιγμή που θα γίνει και πόσο θα διαρκέσει.

Μπορούμε όμως να προτείνουμε το κόστος της διαφημιστικής καμπάνιας να είναι το 2% της συνολικής διαφήμισης στον κλάδο.

Τα στοιχεία των συνολικών ποσών της διαφήμισης είναι αντικείμενο ξεχωριστής έρευνας που θα γίνει από τη διαφημιστική εταιρεία που θα αναλάβει την καμπάνια.

**ΜΕΡΟΣ Β'**

**ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ  
(ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1980 - 1990)**

I. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

I.1. ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ Ε.Μ.Χ.

I.1.1. Η Συνολική διάθεση της φυσικής μαστίχας

Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Η φυσική μαστίχα, όπως προκύπτει από την επεξεργασία των στατιστικών στοιχείων του πίνακα 1 (παράρτημα 1), διατίθεται τόσο στο εμπόριο όσο και στη βιομηχανία της Ε.Μ.Χ.

Το εμπόριο, στην ενδεκαετία 1980 - 1990, απορρόφησε το 74,9% των συνολικών πωλήσεων ενώ η βιομηχανία της Ε.Μ.Χ. το υπόλοιπο 25,1%.

Το σημαντικότερο ποσοστό των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας στο εμπόριο, απορροφά η εξωτερική αγορά. Ακολουθούν σε μεγάλη απόσταση οι "πωλήσεις" μαστίχας για παραγωγή μαστιχέλαιου και μοσχολίβανου.

Συγκεκριμένα στην προαναφερθείσα περίοδο η συνολική διάθεση της φυσικής μαστίχας (σε %) παρουσιάζει την εξής εικόνα :

| ΔΙΑΘΕΣΗ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ |                       |             |      |
|--------------------------|-----------------------|-------------|------|
| ΚΛΑΔΟΙ                   | ΠΩΛΗΣΕΙΣ              | ΟΓΚΟΣ ΣΕ ΚΓ | %    |
| Α. ΕΜΠΟΡΙΟ               | ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ            | 966.430     | 56,6 |
|                          | ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ            | 308.858     | 18,1 |
|                          | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΣΙΧΛΑΣ      | 338.735     | 19,8 |
| Β. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ Ε.Μ.Χ.     | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΑΣΤΙΧΕΛΑΙΟΥ | 83.415      | 4,9  |
|                          | ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΟΣΧΟΛΙΒΑΝΟΥ | 10.277      | 0,6  |
| ΣΥΝΟΛΟ                   |                       | 1.707.715   | 100  |

Η παραπάνω διάρθρωση των πωλήσεων αντικατοπτρίζει τη συνολική δραστηριότητα της Ε.Μ.Χ. Μία δραστηριότητα εξωστρεφή εξαρτώμενη κύρια από τις διακυμάνσεις της εξωτερικής αγοράς, και παραδοσιακή, αφού το προϊόν, μετά από μικρή επεξεργασία καθαρισμού και τυποποίησης, εξάγεται ως πρώτη ύλη για τις χρήσεις της βιοτεχνίας, της βιομηχανίας και των καταναλωτών.

Το μικρό ποσοστό της μαστίχας (25,1%) που απορροφά η οικεία μεταποιητική μονάδα,

- Λειτουργεί περιοριστικά για το μέγεθος της παραγόμενης τοπικά προστιθέμενης αξίας
- Θεωρείται λύση επιβαλλόμενη από την "ευκολία" των εξαγωγών και τη δυσκολία δημιουργίας και διάθεσης σύγχρονων και επώνυμων προϊόντων από μία πρώτη ύλη μοναδική σε παγκόσμιο επίπεδο και
- Προκαλεί και προτρέπει για τη χάραξη νέας αναπτυξιακής στρατηγικής

Αν και δεν αποτελεί αντικείμενο αυτής της μελέτης ο καθορισμός αναπτυξιακών στόχων, τόσο η αγορά όσο και ο τρόπος διάθεσης της φυσικής μαστίχας επιβάλλουν να παρατηρήσουμε ότι ο βασικός προσανατολισμός της Ε.Μ.Χ. πρέπει να είναι η ανάπτυξη της παραγωγής και των εξαγωγών των βιομηχανικών προϊόντων της, ιδίως εκείνων της τσίχλας και του μαστιγελαιού, και η μείωση της εξάρτησής της από την διάθεση του φυσικού προϊόντος στην εξωτερική αγορά.

Όπως σημειώσαμε ήδη στην προκαταρκτική μελέτη, ο στόχος αυτός είναι μακροπρόθεσμος, δεν αναιρεί δηλαδή σ'αυτή τη φάση την αύξηση των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας στην εξωτερική αγορά, και προϋποθέτει :

- i) Την βελτίωση του εξοπλισμού και των εγκαταστάσεων,
- ii) Την ανάπτυξη της έρευνας για παραγωγή νέων προϊόντων και τη βελτίωση των υπαρχόντων,
- iii) Την κατάκτηση με κάθε μέσο της εσωτερικής αγοράς της τσίχλας,
- iv) Την κρατική στήριξη
- v) Την αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων που προσφέρει η Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση όπως και την προφύλαξη από τις έμμεσες δυσμενείς επιπτώσεις της.

Εχουμε την αίσθηση ότι η Ε.Μ.Χ. έχει την δυνατότητα να εξελιχθεί σταδιακά σε μία σύγχρονη μεταποιητική και εξαγωγική μονάδα που θα κατέχει μία εξέχουσα θέση στο διεθνές εμπόριο με την παραγωγή υγιεινών προϊόντων λόγω της μοναδικότητας της πρώτης ύλης που διαθέτει.

- Ο στρατηγικός αυτός στόχος ενισχύεται από τρεις σημαντικούς παράγοντες:
  - i) Η ποιότητα των αποθεμάτων, που δημιουργήθηκαν στην διάρκεια των τελευταίων ετών, υποβαθμίζεται στο πέρασμα του χρόνου και καθίσταται εμπορικά μη εκμεταλλεύσιμη, αφού μεταξύ άλλων περιλαμβάνει τις αποκαλούμενες "σκουριές" και "σκόνη", προερχόμενες από τον καθαρισμό των εμπορικών

ποιοτήτων, ιδιαίτερα δε της μαστίχας ψιλή No 1.

- ii) Η παραγόμενη ποσότητα μαστίχας, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Μ.Χ., περιλαμβάνει κατά 55% ψιλή και κατά 45% χονδρή ποιότητα. Με δεδομένο δε ότι τα στοιχεία της εξωτερικής αγοράς δείχνουν ότι οι καταναλωτές προτιμούν την ψιλή μαστίχα, η οποία και διατίθεται στις αρχές κάθε έτους, σε σημείο που η Ένωση να μην μπορεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της, το ύψος των αποθεμάτων (200 τόνοι σήμερα) διαμορφώνεται ουσιαστικά από τις χονδρές ποιότητες μαστίχας και την πίττα.

Οι παραπάνω ποιότητες όμως είναι αυτές που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των βιομηχανικών προϊόντων της Ε.Μ.Χ. (τσίχλα, μαστιχέλαιο, μοσχολίβανο).

Καθίσταται εμφανές ότι κάθε αύξηση της παραγωγής αυτών των προϊόντων θα έχει ως συνέπεια την μεγαλύτερη απορρόφηση χονδρών ποσοτήτων και στη σταδιακή μείωση των αποθεμάτων.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε λοιπόν ότι η διάσταση που παρατηρείται μεταξύ ζήτησης καταναλωτών εξωτερικού για την ψιλή μαστίχα και δυνατοτήτων παραγωγής αυτής της ποιότητας, είναι αμφίβολο εάν μπορεί να επιλυθεί μέσω του μηχανισμού των τιμών για την μεταστροφή της αγοράς προς τις χονδρές ποιότητες, αφού η ζήτηση ψιλής μαστίχας No 1 αντιστοιχεί σε συγκεκριμένες προτιμήσεις των καταναλωτών επιβαλλόμενες από αντίστοιχες ειδικές χρήσεις, για τις οποίες υπάρχουν ενδείξεις ότι εντοπίζονται σε υψηλής τεχνολογίας βιομηχανίες ενδιάμεσων και καταναλωτικών αγαθών όπως φαρμακοβιομηχανίες, βιομηχανίες καλλυντικών, χημικές βιομηχανίες.

Επίσης είναι αμφίβολο εάν η επίλυση του παραπάνω προβλήματος μπορεί να προέλθει από την αύξηση των τιμών στην εσωτερική αγορά χωρίς παράλληλες ενέργειες στον τομέα της προβολής και της ποιοτικής βελτίωσης του προϊόντος. Σ'αντίθετη βεβαίως περίπτωση αυξάνονται οι πιθανότητες απώλειας τμήματος και της εσωτερικής αγοράς.

Εάν η παραπάνω θέση ταυτίζεται και με τις παρατηρήσεις της Ε.Μ.Χ. για την πορεία της αγοράς είναι σχεδόν βέβαιο ότι η λύση εξαρτάται από δύο παράγοντες :

1. από την δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης του βιομηχανικού τμήματος σε συνδυασμό με τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας, και
2. από τη βελτίωση του τρόπου και του χρόνου συλλογής της φυσικής μαστίχας ώστε να αυξηθούν οι ποσότητες της ψιλής μαστίχας και να μειωθούν αντίστοιχα εκείνες της χονδρής μαστίχας και της πίττας.

Με βάση τα παραπάνω και εφόσον η μαστίχα χρησιμοποιείται ως ενδιάμεσο προϊόν στη βιομηχανία αλλά και ως τελικό προϊόν (διατροφή κ.λπ.) άμεσος στόχος της Ε.Μ.Χ. πρέπει να είναι η κάλυψη των αναγκών της υπάρχουσας ζήτησης μέσω της προσφοράς, αφού δεν μπορεί να παρέμβει αποφασιστικά

στη διαμόρφωση της ζήτησης.

iii). Η παραγωγή μαστίχας τα τελευταία 12 χρόνια, αν και έχει σημαντικές διακυμάνσεις και την τριετία 88 - 90 είναι σε πτώση, παρουσιάζει μία σταθερότητα με μικρές αυξητικές τάσεις. Για παράδειγμα η παραγωγή μαστίχας στην 5ετία 1981 - 1985 είναι, της τάξης των 157.054 κιλών (μέση ετήσια παραγωγή) ενώ στην 5ετία (1986 - 1990) ανέρχεται στις 165.293 κιλά (Πίνακας που ακολουθεί).

#### ΠΙΝΑΚΑΣ

#### ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΕΞΑΛΙΕΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

Σε kg

| ΠΕΡΙΟΔΟΙ    | ΠΑΡΑΓΩΓΗ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ |
|-------------|----------|----------|
| 1981 - 1985 | 157.054  | 167.565  |
| 1986 - 1990 | 165.531  | 141.191  |
| 1981 - 1990 | 161.293  | 152.451  |

Όμως οι πωλήσεις φυσικής μαστίχας παρουσιάζουν σημαντική πτώση. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός των πωλήσεων που ήταν 167.565 κιλά στην 5ετία 1981 - 1985 κατέρχεται στις 141.191 κιλά στην 5ετία 1986 - 1990.

Τέλος ως προς τα αποθέματα ενώ η περίοδος 1981 - 1985 παρουσιάζει αρνητικό υπόλοιπο ύψους - 75.417 κιλών, η περίοδος 1986 - 1990 παρουσιάζει θετικό υπόλοιπο της τάξης των + 169.910 κιλών.

Τα σημερινά λοιπόν αποθέματα είναι κυρίως αποτελέσματα της αύξησης της παραγωγής και κυρίως της πτώσης των πωλήσεων της περιόδου 1984 - 1990.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις επιβάλλουν τις εξής παρατηρήσεις :

1ο Ός προς την παραγωγή φυσικής μαστίχας οι διακυμάνσεις της παραγωγής από έτος σε έτος μπορούν να εξηγηθούν από δύο ουσιαστικά αιτίες : τις καιρικές συνθήκες και το ύψος των προκαταβολών στους παραγωγούς που λειτουργούν ως θετικό ή αρνητικό κίνητρο ανάλογα με το ύψος τους.

Εάν για τις καιρικές συνθήκες δεν υπάρχουν τρόποι, προς το παρόν, επηρεασμού τους, οι προκαταβολές προς τους παραγωγούς αποτελούν ισχυρό μέσο πολιτικής για την επίδραση της παραγωγής εφ' όσον βεβαίως έχουν προεκτιμηθεί οι πωλήσεις του επόμενου έτους (προϋπολογισμός πωλήσεων).

Εάν ακόμη η πτώση της παραγωγής φυσικής μαστίχας τα τελευταία

τρία χρόνια δεν οφείλεται στις καιρικές συνθήκες αλλά σε κάποια εγκατάλειψη της παραγωγής θα πρέπει τα αίτια να αναζητηθούν αφ' ενός στην πορεία των πωλήσεων και αφ' ετέρου στις τιμές που απολαμβάνουν οι παραγωγοί μαστίχας.

Είναι πιθανόν οι παραγωγοί να μην απολαμβάνουν τιμές παραγωγής, τιμές δηλαδή που περιλαμβάνουν ποσοστό κέρδους αλλά τιμές κόστους ή κάτω του κόστους. Τρεις ενδείξεις ενισχύουν την παραπάνω άποψη:

i) Οι τιμές μαστίχας για παραγωγή τσίχλας στο εργοστάσιο της E.M.X. ακολουθούν πτωτική τάση όπως δείχνουν τα παρακάτω στοιχεία.

| <u>Ετη</u> | <u>Τιμή πώλησης μαστίχας για παραγωγή τσίχλας</u> |
|------------|---|
| 1984       | 2.950 δρχ.  |
| 1985       | 2.700 δρχ.  |
| 1986       | 2.500 δρχ.  |
| 1987       | 2.500 δρχ.  |
| 1988       | 2.500 δρχ.  |

ii) Η τσίχλα παρ' όλα αυτά πωλείται σε τιμές κάτω του κόστους στην εξωτερική αγορά.

iii) Οι μέσες ετήσιες τιμές της μαστίχας στο εμπόριο σε δολάρια Η.Π.Α. μεταξύ 1985 και 1989 δεν παρουσιάζουν σημαντικές τάσεις ανόδου.

Οι χαμηλές αυτές τιμές οφείλονται κατά κύριο λόγο στην σημερινή διάρθρωση της αγοράς της μαστίχας και των προϊόντων της αλλά και στην διάρθρωση και την οργάνωση της παραγωγής στον πρωτογενή τομέα και στο εργοστάσιο της E.M.X. (χαμηλή παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα).

Από την μία μεριά δηλαδή οι εξαγωγές πρώτης ύλης, ιδίως μαστίχας ψιλής Νο 1, ενώ έχουν υψηλό κόστος παραγωγής και επεξεργασίας αφού απαιτούνται 1.300 κιλά παραγωγής ψιλής μαστίχας για εξαγωγή 1.000 κιλών, δεν εξασφαλίζουν το απαραίτητο επίπεδο τιμών αφού η E.M.X., παρά τη μοναδικότητα των προϊόντων της, δεν μπορεί να αυξήσει τις τιμές τους σε επιθυμητά επίπεδα, λόγω του ανταγωνισμού των υποκατάστατων της μαστίχας προϊόντων και της ελλειπούς ενημέρωσης των καταναλωτών για την ποιοτική ανωτερότητα και την μοναδικότητα της μαστίχας και των προϊόντων της, ώστε να την προτιμούν ακόμη και σε υψηλές τιμές.

Από την άλλη μεριά ο τεχνολογικός εξοπλισμός του εργοστασίου της E.M.X. και η οργάνωση της παραγωγής του και του Management δεν εξασφαλίζουν φαίνεται την απαραίτητη παραγωγικότητα και ευελιξία για την διαμόρφωση ανταγωνιστικών τιμών σε χαμηλά επίπεδα και υψηλών κερδών.

2ο Ως προς τα αποθέματα και τις πωλήσεις στο εξωτερικό, είναι πλέον βέβαιο ότι η πτώση των πωλήσεων ιδίως μετά το 1985 δημιούργησε τα σημερινά αποθέματα.

Όπως δείχνει ο πίνακας που ακολουθεί η πτώση αυτή των πωλήσεων φυσικής μαστίχας οφείλεται κυρίως στην κάμψη της βιομηχανικής παραγωγής της E.M.X. και των πωλήσεων της εσωτερικής αγοράς.

Οι πωλήσεις εξωτερικού ακολουθούν μικρή μεν αλλά ανοδική πορεία παρά την απώλεια μεγάλων και σημαντικών αγορών όπως η Λιβύη. Φαίνεται λοιπόν ότι η πτώση των συνολικών πωλήσεων είναι συνδεδεμένη με την πτώση της εσωτερικής αγοράς και την αδυναμία της E.M.X να επιβάλλει στην αγορά τα βιομηχανικά της προϊόντα πράγμα που συναντά τις εισαγωγικές μας παρατηρήσεις για την ανάγκη ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού εγκαταστάσεων και προϊόντων.

Βέβαια η απώλεια αγορών εξωτερικού για λόγους που δεν σχετίζονται με ιδιαίτερες πολιτικοοικονομικές συγκυρίες αποκαλύπτει μια ακόμη αδυναμία της E.M.X. αναφορικά με τη στάση της απέναντι στην αγορά, την πρόβλεψη και τον επηρεασμό των μελλοντικών τάσεων.

Είναι δε βέβαιο ότι εάν η απώλεια συγκεκριμένων αγορών εξωτερικού είχε αποφευχθεί, τα σημερινά αποθέματα δεν θα είχαν δημιουργηθεί, παρά τη μείωση της κατανάλωσης μαστίχας από τη βιομηχανία της E.M.X. και την πτώση της εσωτερικής αγοράς.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ

Μέσες ετήσιες πωλήσεις μαστίχας κατά κατηγορία κατανάλωσης. Σε κιλά

| Περίοδοι  | Πωλήσεις   | Πωλήσεις   | Παραγωγή | Παραγωγή  | Παοαγ.  | Συνολικές |
|-----------|------------|------------|----------|-----------|---------|-----------|
|           | Εξωτερικού | Εσωτερικού | τσιγλας  | μαστιγέλ. | Μοσχολ. | Πωλήσεις  |
| 1981-1985 | 85.819     | 35.700     | 37.622   | 7.209     | 1214    | 167.565   |
| 1986-1990 | 88.959     | 19.092     | 25.475   | 7.092     | 574     | 141.191   |
| 1981-1990 | 87.387     | 27.396     | 31.548   | 7.151     | 894     | 152.451   |
| 1981-1985 | +3.136     | -16.608    | -12.147  | -117      | -640    | -26.374   |
| 1986-1990 | +3,6%      | -46%       | -32,3%   | -1,6%     | -52,7%  | -15,7%    |



I.1.2. ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΑ (ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ)

- Οι πωλήσεις εξωτερικού, όπως ήδη σημειώσαμε, κατά τη διάρκεια της ενδεκαετίας 1980 - 1990, αντιστοιχούν στο 56,6% της συνολικής διάθεσης της φυσικής μαστίχας.

Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί σε 966.430 κιλά σε σύνολο 1.707.715 κιλών που απορροφήθηκαν από το εμπόριο και τη βιομηχανία της Ε.Μ.Χ.

Η διαχρονική εξέλιξη των πωλήσεων στην εξωτερική αγορά παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις.

Σε σχετικούς αριθμούς το ποσοστό των πωλήσεων εξωτερικού στο σύνολο των πωλήσεων κυμαίνεται από 41,1% το 1983 έως 73,3% το 1987.

Ο δε όγκος των πωλήσεων από 74.716 κιλά το 1982 έως 109.007 κιλά το 1984.

Στο σύνολο των 11 χρόνων παρατηρούμε έξι εναλλαγές στην εξέλιξη των πωλήσεων εξωτερικού. Από το 1980 έως το 1982 οι τάσεις είναι καθοδικές, το 1983 και το 1984 ανοδικές. Το 1985 και το 1986 έχουμε ξανά πτώση της εξαγωγικής δραστηριότητας η οποία και συνεχίζεται μέχρι το 1989 με εξαίρεση το έτος 1987 όπου παρατηρείται άνοδος των πωλήσεων.

Τέλος το 1990 παρατηρείται μικρή αύξηση της τάξης του 4,3% σε σχέση με το 1989.

Σε συνέχεια αυτής της εξέλιξης παρατηρούμε ότι οι εξαγωγές φυσικής μαστίχας του έτους 1990 ευρισκονται στο ύψος του 88,18% των εξαγωγών του έτους 1980 και στο 74,87% των εξαγωγών του έτους 1984 που είναι και το έτος με το μεγαλύτερο όγκο των εξαγωγών κατά τη διάρκεια της περιόδου 1980 - 1990. (Βλέπε Πίνακα 1 και διαγράμματα I και II του πρώτου παραρτήματος).

Εξετάζοντας όμως την εξέλιξη των μέσων ετήσιων πωλήσεων των περιόδων 1981 - 1985 και 1986 - 1990, το συμπέρασμα είναι ότι οι πωλήσεις εξωτερικού ακολουθούν αυξητικές τάσεις (βλέπε πίνακα προηγούμενης σελίδας), που όμως δεν είναι αρκετές για να καλύψουν την απώλεια που προέρχεται από την πτώση της εσωτερικής αγοράς και την παραγωγή του βιομηχανικού συγκροτήματος της Ε.Μ.Χ.

- Οι πωλήσεις μαστίχας στο εξωτερικό πραγματοποιούνται μέσω τριών διαφορετικών καναλιών. Την ίδια της Ε.Μ.Χ., τον Θηριανό και διάφορους άλλους μικροεξαγωγείς.

• Η σημασία και η εξέλιξη των πωλήσεων κάθε καναλιού δίδεται από τους πίνακες 2 - 5 και τα διαγράμματα III και IV του παραρτήματος 1.

Παρατηρούμε ότι :

- Η απ'ευθείας εξαγωγική δραστηριότητα της Ε.Μ.Χ. διαμορφώνει το 77,2% του όγκου των πωλήσεων στο εξωτερικό στην περίοδο 1980 - 1989.

- Ο Θηριανός το 15,7%
- και οι υπόλοιποι εξαγωγείς το 7,1%

Ως προς την αξία των εξαγωγών τα αντίστοιχα ποσοστά των τριών καναλιών, και για την πενταετία 1985 - 1989, διαμορφώνονται ως εξής :

- E.M.X. 77,0%
- Θηριανός 15,4%
- Διάφοροι 7,6%

Οι μέσοι αυτοί όροι του όγκου και της αξίας των πωλήσεων στην εξωτερική αγορά των τριών δικτύων, δεν παρουσιάζουν βεβαίως τις σημαντικές ετήσιες διακυμάνσεις όπως και τις αυξομειώσεις της σημασίας εκάστου δικτύου στο σύνολο των πωλήσεων εξωτερικού.

Αναλύοντας τα στοιχεία των προαναφερόμενων πινάκων παρατηρούμε ότι το ποσοστό της E.M.X. με κατώτατο επίπεδο το 58,0% το 1985 ανέρχεται στο 90,0% το 1989. Από το 1980 ως το 1985 το μερίδιο της E.M.X. συρρικνώνεται σε ετήσια βάση, με εξαίρεση το 1983, για να επανέλθει μετά το 1985 στα επίπεδα του 1980.

Αντιστροφή βεβαίως είναι η εξέλιξη των άλλων δύο δικτύων. Είναι χαρακτηριστικό ότι ενώ το 1985 ο Θηριανός και οι διάφοροι εξαγωγείς αντιπροσωπεύουν το 42% του όγκου των εξαγωγών, με αντίστοιχα ποσοστά 29,0% και 13,0%, το 1989 αντιπροσωπεύουν μόνο το 10%.

Συγκρίνοντας τέλος τον όγκο και την αξία των εξαγωγών κάθε δικτύου (Πίνακας 4, Παράρτημα 1) παρατηρούμε ότι η E.M.X. ακολουθεί διαφορετική τιμολογιακή πολιτική έναντι των δικών της πελατών στο εξωτερικό και το Θηριανό, απ' ό,τι έναντι των διάφορων εξαγωγέων.

Για παράδειγμα, την πενταετία 1985 - 1989 ενώ το ποσοστό της αξίας των εξαγωγών είναι ανώτερο ή ίσο με το ποσοστό του όγκου των εξαγωγών για την E.M.X. και το Θηριανό, είναι σταθερά κατώτερο για τους διάφορους.

Το γεγονός αυτό μας οδήγησε στην συγκεκριμενοποίηση του μεγέθους της παραπάνω διαφοράς.

Ο Πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει λοιπόν την εξέλιξη της μέσης τιμής ανά κιλό και για τα τρία δίκτυα την πενταετία 1985 - 1989 σε δολ. Η.Π.Α.

Πίνακας

**ΕΞΕΛΙΞΗ ΜΕΣΗΣ ΤΙΜΗΣ ΑΝΑ ΚΙΛΟ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ  
ΣΕ \$ Η.Π.Α**

| ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ /<br>Kg<br>ΕΤΗ | Ε. Μ. Χ. | ΘΗΡΙΑΝΟΣ | ΔΙΑΦΟΡΟΙ |
|--------------------------|----------|----------|----------|
| 1985                     | 34,23    | 33,56    | 27,16    |

|                                    |       |       |       |
|------------------------------------|-------|-------|-------|
| 1986                               | 33,29 | 33,27 | 32,57 |
| 1987                               | 34,28 | 35,47 | 32,95 |
| 1988                               | 35,76 | 35,58 | 29,62 |
| 1989                               | 34,50 | 35,48 | 33,78 |
| Πηγή Ε.Μ.Χ.: Επεξεργασία στοιχείων |       |       |       |

Με την επιφύλαξη ότι οι πωλούμενες ποσότητες μαστίχας από τα τρία δίκτυα αναφέρονται και σε ίδιες ή περίπου ίδιες ποιότητες, παρατηρούμε ότι οι διάφοροι απολαμβάνουν καλύτερες (χαμηλότερες) τιμές από την Ε.Μ.Χ. σε σχέση με το Θηριανό και τους απ'ευθείας πελάτες της στο εξωτερικό. Η παρατήρηση αυτή ισχύει γαι όλη τη διάρκεια της πενταετίας και παρά τη σημαντική αύξησης της μέσης τιμής ανά κιλό από 27,16 δολ το 1985 σε 33,78 δολάρια Η.Π.Α. το 1989.

Τα παραπάνω στοιχεία, σε συνδυασμό με τα στοιχεία των πινάκων 2 - 5 του πρώτου παραρτήματος, οδηγούν στα εξής συμπεράσματα :

- Μέχρι το έτος 1985 τα δίκτυα εξαγωγών λειτουργούν σχετικά συμπληρωματικά
- Μετά το 1986 και μέχρι σήμερα τα δίκτυα λειτουργούν ανεξάρτητα ενώ παρατηρείται πτώση του θηριανού και των Τρίτων
- Το έτος 1990 η Ε.Μ.Χ μονοπωλεί την εξαγωγική δραστηριότητα, αφού όπως ήδη σημειώσαμε, εξάγει από μόνη της το 90% των συνολικών ποσοτήτων.
- Η τιμολογιακή πολιτική της Ε.Μ.Χ. έναντι των τριών δικτύων και με την υπόθεση ότι κλείνονται συμβόλαια αρκετούς μήνες πριν την πώληση, φαίνεται να ακολουθεί με σχετική χρονική υστέρηση τις διακυμάνσεις της τιμής του δολλαρίου. Η σχετική αυτή μη ευελιξία δημιουργεί την εντύπωση ότι η τιμολογιακή πολιτική της Ε.Μ.Χ. στηρίζεται κατά το μεγαλύτερο ποσοστό στην ισοτιμία του δολλαρίου έναντι της δραχμής, γεγονός που υποβαθμίζει τη σημασία και άλλων παραγόντων όπως :
  - i) Αγορά (ζήτηση, ανταγωνισμός)
  - ii) Τιμή δολλαρίου έναντι του νομίσματος της χώρας εξαγωγής
  - iii) Επιδοτήσεις εξαγωγής και
  - iv) Εξαγωγική πολιτική του παραγωγικού φορέα.

### I.1.3. ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΖΩΝΗ<sup>1</sup>

Η εξέλιξη των εξαγωγών κατά γεωγραφική ζώνη παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Τρεις είναι οι γεωγραφικές ενότητες με κοινά, μεταξύ των χωρών που τις απαρτίζουν, οικονομικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και εθιμικά στοιχεία, στις οποίες γίνονται εξαγωγές φυσικής μαστίχας

- Οι Ευρωπαϊκές κατ'αρχήν χώρες

Η ενότητα αυτή περιλαμβάνει 13 χώρες μέλη ή μη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

- Οι Μουσουλμανικές χώρες, 19 συνολικά χώρες της Ασίας και της Αφρικής

- Και οι χώρες του Ειρηνικού. Στην ζώνη αυτή περιλαμβάνονται 4 χώρες.

Οι χώρες που απαρτίζουν τις τρεις αυτές γεωγραφικές ζώνες δίδονται στον πίνακα 6 του πρώτου παραρτήματος.

Εκτός των ευρωπαϊκών και μουσουλμανικών χωρών, που ήδη είναι γνωστές στην Ε.Μ.Χ., παρατηρούμε ότι στη ζώνη του Ειρηνικού εντάσσονται, η Αυστραλία, οι Ηνωμένες Πολιτείες, ο Καναδάς και η Σιγκαπούρη.

Οι χώρες αυτές, μαζί με άλλες όπως Ιαπωνία, Κορέα, Ταϊβάν κλπ, όπου δεν γίνονται προς το παρόν εξαγωγές φυσικής μαστίχας, σχηματίζουν μια ομάδα χωρών με έντονη ανάπτυξη και παρουσία στο σύγχρονο κόσμο.

Πολλοί οικονομολόγοι τοποθετούν εκεί το κέντρο της παρούσας αλλά και της μελλοντικής οικονομικής ανάπτυξης.

Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τ'ότι η Ε.Μ.Χ. είναι ήδη παρούσα σε μερικές από τις παραπάνω αγορές, που παρουσιάζουν όπως θα δούμε στη συνέχεια ανοδικές τάσεις, και με τ'ότι η μαστίχα δεν έχει πλέον μόνο την παραδοσιακή χρήση της αλλά κατά σημαντικό ποσοστό απευθύνεται στη βιομηχανία, απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή και προσδιορίζει νέους στόχους για την Ε.Μ.Χ. που προσεγγίζονται στη συνέχεια.

Οι εξαγωγές μαστίχας κατά γεωγραφική ζώνη στην περίοδο 1980-1990 παρουσιάζουν την εξής πορεία:

Οι Ευρωπαϊκές χώρες απορροφούν το 44,5 % του όγκου των εξαγωγών της προαναφερόμενης περιόδου. Σ'ετήσια βάση το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 32,2 % (1984) έως 66,5 % (1983).

Οι Μουσουλμανικές χώρες απορροφούν το 50,2 %, με ετήσιες διακυμάνσεις από 30,5 % έως 64 %, ενώ οι χώρες του Ειρηνικού το 5,3 %.

• Από την ανάπτυξη των πινάκων 1-4 και των διαγραμμάτων I και II του δευτέρου παραρτήματος προκύπτουν τα εξής:

---

<sup>1</sup> Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά μόνο τις απ' ευθείας εξαγωγές της Ε.Μ.Χ. και όχι εκείνες των άλλων δικτύων

- Οι εξαγωγές μαστίχας τόσο στις Ευρωπαϊκές όσο και στις Μουσουλμανικές χώρες παρουσιάζουν έντονες διακυμάνσεις, ενώ ακολουθούν όπως δείχνουν και τα σχετικά διαγράμματα παράλληλη πορεία.

Με εξαίρεση τα έτη 1983, για τις Ευρωπαϊκές χώρες, και 1984, για τις Μουσουλμανικές, όπου η μεγάλη αύξηση των εξαγωγών οφείλεται στις μεγάλες εισαγωγές μαστίχας από τη Γαλλία και τη Λιβύη αντίστοιχα, δεν παρατηρούνται ιδιαίτερα μεγάλες αυξητικές τάσεις.

Το 1990 δε, οι συνολικές πωλήσεις προς τις δύο αυτές ζώνες είναι κατώτερες των αντίστοιχων πωλήσεων του έτους 1980.

Παρ' όλα αυτά θα πρέπει να τονισθεί ότι οι μέσες ετήσιες πωλήσεις μαστίχας στις δύο προαναφερόμενες ζώνες, όπως και στη ζώνη του Ειρηνικού, την περίοδο 1986 - 1990 είναι ανώτερες των μέσων ετήσιων πωλήσεων της περιόδου 1981 - 1985 (Βλέπε πίνακα που ακολουθεί).

Πίνακας

ΜΕΣΕΣ ΕΤΗΣΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΖΩΝΗ

ΣΕ Kg

| ΠΕΡΙΟΔΟΙ<br>ΖΩΝΕΣ        | 1981 - 1985 | 1986 - 1990 | 1981 - 1990 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|
| ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ<br>ΧΩΡΕΣ      | 29.928      | 30.350      | 30.139      |
| ΜΟΥΣΟΥΛΜΑΝΙΚ<br>ΕΣ ΧΩΡΕΣ | 31.809      | 38.092      | 34.950      |
| ΧΩΡΕΣ<br>ΕΙΡΗΝΙΚΟΥ       | 2.458       | 5.513       | 3.986       |

Κατά τη διάρκεια της περιόδου 1980-1985 οι Ευρωπαϊκές και οι Μουσουλμανικές χώρες εναλλάσσονται στην πρώτη θέση, από άποψη εισαγωγών μαστίχας, εξ' αιτίας των διακυμάνσεων των αγορών των 30 περίπου χωρών που τις απαρτίζουν και ιδιαίτερα λόγω των αυξομειώσεων των αγορών των δύο χωρών, της Γαλλίας και της Σαουδικής Αραβίας. Οι χώρες αυτές μονοπωλούν σχεδόν το ενδιαφέρον αφού απορροφούν το 58,3 % και το 51,04 % αντίστοιχα των συνολικών ποσοτήτων της μαστίχας που εξάγεται προς τις δύο αυτές ζώνες.

Από το 1986 έως το 1990 οι Μουσουλμανικές χώρες υπερτερούν σταθερά σε απόλυτους και σχετικούς αριθμούς. Το 1990 αντιπροσωπεύουν το 54,5% των συνολικών εξαγωγών φυσικής μαστίχας έναντι 47,1% το 1980. Τα αντι-

στοιχα ποσοστά για τις Ευρωπαϊκές χώρες είναι το 1990 35,6% και το 1980 51,4%.

Η εξέλιξη μετά το 1986 καθορίζεται ουσιαστικά, όπως θα δούμε αναλυτικά στη συνέχεια, από τη μεγάλη αύξηση των εξαγωγών στη Σαουδική Αραβία και τη μικρή αύξηση εκείνων στη Γαλλία.

- Διαφορετική βεβαίως είναι η εξέλιξη στις χώρες του Ειρηνικού.

Δύο είναι τα κύρια στοιχεία που χαρακτηρίζουν τις εξαγωγές μαστίχας στις παραπάνω χώρες.

Πρώτο. Οι ετήσιες πωλήσεις δεν ακολουθούν τις διακυμάνσεις των ετήσιων πωλήσεων στις δύο άλλες ζώνες.

Δεύτερο. Οι εξαγωγές στις χώρες αυτές ακολουθούν με σταθερούς ρυθμούς ανοδική πορεία.

Σε απόλυτους αριθμούς παρατηρούμε ότι οι εξαγωγές από 1.261 κιλά το 1980 ανήλθαν στα 3.450 κατά το 1984, στα 5.555 το 1988 και στα 8.070 κιλά το 1990.

Σε σχετικούς αριθμούς το ποσοστό των χωρών αυτών από 1,5% το 1980 γίνεται 6,0% το 1985 και 9,9% το 1990.

Τα παραπάνω μεγέθη ευρίσκονται βεβαίως πολύ μακριά από τα αντίστοιχα των Ευρωπαϊκών και των Μουσουλμανικών χωρών δεν παύουν όμως να σηματοδοτούν μια τάση και μια προοπτική της οποίας η σημασία δεν πρέπει να υποτιμηθεί.

Τέλος σημειώνουμε ότι η ζώνη του Ειρηνικού έχει σε σχετικούς αριθμούς τη μεγαλύτερη ανάπτυξη των μέσων ετήσιων πωλήσεων την περίοδο 1986 - 1990 (+124%) έναντι 19,7% για τις Μουσουλμανικές και 1,4% για τις Ευρωπαϊκές χώρες.

#### I.1.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ

Τα βασικά συμπεράσματα από τη μέχρι τώρα ανάλυση της εξαγωγικής δραστηριότητας της Ε.Μ.Χ. αναφορικά με την φυσική μαστίχα μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

i) Ός προς τη συνολική διάθεση της φυσικής μαστίχας, παρατηρούμε την υπέρμετρη εξάρτησή της από το εξωτερικό εμπόριο, όπως και μια διάσταση μεταξύ ζητούμενων και προσφερόμενων ποιοτήτων.

Η εξωτερική ζήτηση για μαστίχα ψιλή Νο1 έχει επιβάλλει στην Ε.Μ.Χ. εξωστρεφή "ανάπτυξη", με εξειδίκευση στην εξαγωγή "πρώτης "ύλης".

• Η εξειδίκευση αυτή τείνει να ενισχυθεί στο μέλλον σύμφωνα με τα μηνύματα της αγοράς εξ αιτίας της ανάπτυξης των χρήσεων της φυσικής μαστίχας ιδίως από τη βιομηχανία αλλά και τους ιδιώτες καταναλωτές.

Οι πιέσεις της εξωτερικής, ιδίως, αγοράς και όχι μόνο έχουν λοιπόν περιορίσει και διατηρήσει σε χαμηλά επίπεδα τη μεταποιητική δραστηριότητα

της Ε.Μ.Χ. που με τη σειρά της περιορίζει το συνολικό κύκλο εργασιών της ένωσης.

Η συνέχιση αυτής της πορείας σημαίνει παθητική αποδοχή των επιπτώσεων του καταμερισμού της εργασίας στον κλάδο σε διεθνές επίπεδο. Είναι δε μια προοπτική που έχουμε τη γνώμη ότι πρέπει να αποφευχθεί αφού μέχρι σήμερα η κατεύθυνση αυτή έχει δημιουργήσει αδιέξοδα και δεν φαίνεται να επιλύει ούτε τα προβλήματα της πρωτογενούς παραγωγής της φυσικής μαστίχας (εγκατάλειψη καλλιεργειών, πτώση παραγωγής) ούτε εκείνα των αποθεμάτων και της ρευστότητας της ίδιας της Ε.Μ.Χ.

Ακόμη και στην περίπτωση που οι πωλήσεις φυσικής μαστίχας στο εξωτερικό διπλασιαθούν, ο κύκλος εργασιών της Ε.Μ.Χ. θα είναι, για παράδειγμα, κάτω του μισού του κύκλου εργασιών της "Γουόρνερ Λάμπερτ Α.Ε. Ανταμς τσιχλας", στην Ελλάδα που ήταν το 1990 5,2 δις δρχ και απέφερε στην εταιρία 820 εκατ. δρχ καθαρά κέρδη.<sup>2</sup>

Το παραπάνω παράδειγμα δείχνει την υστέρηση της κατάκτησης της διεθνούς αγοράς με φυσικό προϊόν σε σχέση με την κατάκτηση μόνο της εσωτερικής αγοράς με βιομηχανικά προϊόντα (τσιχλα) και συναντά τις εισαγωγικές παρατηρήσεις μας αναφορικά με τις προοπτικές και τους μεσομακροπρόθεσμους στόχους της Ε.Μ.Χ.

ii). Σχετικά με τα κανάλια διανομής, βασικό στοιχείο της εξεταζόμενης περιόδου είναι η συρρίκνωση του δικτύου του Θηριανού και των άλλων εξαγωγέων και η μονοπώληση σχεδόν της εξαγωγικής δραστηριότητας από την Ε.Μ.Χ.

Επειδή κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου οι διάφοροι εξαγωγείς παρ' ότι απολαμβάνουν καλύτερες τιμές, δεν κατορθώνουν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους και επειδή τα έτη που παρατηρείται πτώση της απ'ευθείας εξαγωγικής δραστηριότητας της Ε.Μ.Χ., τα δίκτυα παρουσιάζουν ανοδικές τάσεις, συνάγεται το συμπέρασμα ότι τα δίκτυα διανομής λειτουργούν με χώρες και πελάτες της Ε.Μ.Χ.. Λειτουργούν δηλαδή ανταγωνιστικά στην εξαγωγική δραστηριότητα της Ε.Μ.Χ. παρά τη φαινομενική συμπληρωματικότητά τους.

Η αύξηση λοιπόν των τιμών πώλησης φυσικής μαστίχας από την Ε.Μ.Χ. στα δύο άλλα δίκτυα, που παρατηρείται μετά το 1986 και που οδήγησε στη μείωση της εξαγωγικής τους δραστηριότητας, φαίνεται να ήταν προς τη σωστή κατεύθυνση.

Με βάση τα παραπάνω μια διαφοροποιημένη τιμολογιακή πολιτική απέναντι στα δύο αυτά δίκτυα διανομής θα είχε σημασία μόνο στην περίπτωση που

---

<sup>2</sup>Εφημερίδα "Βήμα" 12-9-1991 σελ. Δ4.

μπορεί αυτή να συνδυασθεί με την στροφή των δικτύων αυτών σε νέες αγορές εξωτερικού και νέους πελάτες.

Είναι ένα θέμα που πρέπει να απασχολήσει σοβαρά την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου στην προσπάθειά της να αυξήσει τις πωλήσεις της στην εξωτερική αγορά.

iii) Όσον αφορά τέλος τις γεωγραφικές ζώνες εξαγωγικής δραστηριότητας της Ε.Μ.Χ. σημειώνουμε τα ακόλουθα:

- Η ζώνη των χωρών του Ειρηνικού παρουσιάζει τα στοιχεία και τις τάσεις νέας αγοράς. Οι πωλήσεις είναι μικρές σε όγκο και αξία. Η εξέλιξή τους όμως ανοδική. Μια σειρά μεγάλων χωρών της περιοχής, όπως για παράδειγμα η Ιαπωνία, δεν γνωρίζουν ακόμη το προϊόν και τις χρήσεις του. Η αύξηση των εξαγωγών μαστίχας στην περιοχή οφείλεται ουσιαστικά στις αγορές της Σιγκαπούρης και των Η.Π.Α.

Κατά συνέπεια και με δεδομένα:

- Τις χρήσεις της φυσικής μαστίχας στη βιομηχανία και την ιδιωτική κατανάλωση.
- Την ανάπτυξη των ενδιάμεσων και καταναλωτικών βιομηχανιών (χημική βιομηχανία, βιομηχανία τροφίμων, βιομηχανία καλλυντικών) στις χώρες που απαρτίζουν τη ζώνη του Ειρηνικού και ιδίως στην Ιαπωνία, στις Η.Π.Α., στην Κορέα, στην Ταϊβάν, στην Σιγκαπούρη, στην Αυστραλία και στον Καναδά.
- Τον δυναμισμό των παραπάνω αγορών και το μέγεθός τους [επισημαίνεται ότι η ζώνη του Ειρηνικού έχει πληθυσμό 650 περίπου εκατομμυρίων κατοίκων, όσο δηλαδή και η Ευρωπαϊκή ζώνη και διπλάσιο της ζώνης των Μουσουλμανικών χωρών. Επειδή δε παρατηρείται ύπαρξη Μουσουλμανικού πληθυσμού και ιδιαίτερες καταναλωτικές συνήθειες στις περισσότερες χώρες της περιοχής (ιδιαίτερες συνήθειες διατροφής, ιδιόμορφη κουζίνα, ποικιλία γεύσεων, χρήση μπαχαρικών και φυσικών ουσιών) είναι ένα επιπλέον στοιχείο που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη. Ούτως ή άλλως οι εξαγωγές μαστίχας την περίοδο 1980-1990 στις χώρες αυτές, που αντιστοιχούν μόνο στο 11% των εξαγωγών προς τις ευρωπαϊκές ή τις μουσουλμανικές χώρες, δεν ανταποκρίνονται στα γνωρίσματα, το δυναμισμό και τις ιδιαιτερότητες της παραπάνω αγοράς].
- Το έκδηλο πλέον ενδιαφέρον οίκων της Ιαπωνίας για αγορά φυσικής μαστίχας και
- την ιδιαίτερη θέση της Σιγκαπούρης στο διεθνές διαμετακομιστικό εμπό-



ριο.

οι προοπτικές αύξησης των πωλήσεων με τη δημιουργία νέων αγορών και την επέκταση των υπαρχόντων είναι μεγάλες.

Η ζώνη των χωρών του Ειρηνικού πρέπει λοιπόν να αντιμετωπισθεί από την Ε.Μ.Χ. με ιδιαίτερη προσοχή και μεγάλο ενδιαφέρον. Μακροπρόθεσμος στόχος πρέπει να είναι η δημιουργία στην περιοχή μιας αγοράς με τα αντίστοιχα ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά των δύο άλλων μεγάλων αγορών των Ευρωπαϊκών και Μουσουλμανικών χωρών.

Προς αυτή την κατεύθυνση επισημαίνεται ο ρόλος τον οποίο μπορεί να παίξει η Σιγκαπούρη, λόγω θέσης και ειδικευσης στο διεθνές εμπόριο, ως "πλατφόρμα" εξαγωγών και προώθησης των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας προς τις υπόλοιπες χώρες της περιοχής, σε περίπτωση βεβαίως που η απ'ευθείας πώληση σ' αυτές συναντά δυσχέρειες.

Η ορθολογική λοιπόν επιλογή αντιπροσώπου και η αποφυγή της πολυδιάσπασης των προσπαθειών και του εμπορικού δικτύου, με δεδομένα τα μικρά περιθώρια εμπορικού κέρδους, που συνεπάγεται η διακίνηση της φυσικής μαστίχας, θεωρούνται μέτρα απαραίτητα τουλάχιστο σ' αυτό το στάδιο της ανάπτυξης των εξαγωγών στην παραπάνω γεωγραφική ζώνη.

Οι χώρες της Ευρωπαϊκής και Μουσουλμανικής ζώνης παρουσιάζουν όπως ήδη σημειώθηκε τάσεις αύξησης των εξαγωγών.

Η γενική όμως αυτή διαπίστωση αποκρύπτει σημαντικές διαφοροποιήσεις στις δύο ζώνες. Η μικρή αύξηση των μέσων ετήσιων πωλήσεων στην Ευρωπαϊκή ζώνη την περίοδο 1986 - 1990 διαμορφώνεται από την απώλεια της αγοράς της Σοβιετικής Ένωσης, τη μικρή πρόοδο της αγοράς της Γαλλίας, τις διακυμάνσεις της αγοράς της Βουλγαρίας και την μικρή αύξηση των αγορών των άλλων Ευρωπαϊκών χωρών (Αγγλία, Ιταλία, Γερμανία).

Η αύξηση του μέσου ετήσιου όγκου των πωλήσεων στη δεύτερη περίοδο στις Μουσουλμανικές και Αραβικές χώρες, παρά την απώλεια σημαντικών αγορών των χωρών αυτών, όπως Λιβύη, Συρία, Ιράκ και τις διακυμάνσεις των αγορών άλλων χωρών, όπως για παράδειγμα Τουρκία ή Μαρόκο, οφείλεται ουσιαστικά στην αύξηση των πωλήσεων στη Σαουδική Αραβία.

Με βάση τα παραπάνω οι στόχοι για την Ε.Μ.Χ. για τις δύο αυτές γεωγραφικές ζώνες μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

- Αντιστροφή της πτωτικής τάσης των εξαγωγών σε μερικές χώρες της Ευρωπαϊκής ζώνης και σταθεροποίηση της αγοράς σε ανώτερα επίπεδα πωλήσεων.
- Διατήρηση της αύξησης των εξαγωγών προς τις Μουσουλμανικές χώρες

και επέκταση της αγοράς με την ανάκτηση των απωλεσθέντων αγορών και την αύξηση των πωλήσεων σε μουσουλμανικές χώρες που γίνονται ήδη εξαγωγές σε μικρές ποσότητες. Οι μουσουλμανικές χώρες που δεν γίνονται καθόλου εξαγωγές δεν παρουσιάζουν ενδιαφέρον. Οι χώρες όμως με μικρές εξαγωγές είναι αρκετές, όπως θα δούμε στη συνέχεια, και παρουσιάζουν προοπτικές.

Η σωστή εκμετάλλευσή τους προϋποθέτει βεβαίως την έντονη δραστηριοποίηση της διεύθυνσης των πωλήσεων προς αυτή την κατεύθυνση.

## 1.2 ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ Σ'ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΩΡΩΝ

### 1.2.1 ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι απ'ευθείας εξαγωγές φυσικής μαστίχας από την Ε.Μ.Χ. πραγματοποιήθηκαν την περίοδο 1980-1990 σε 35 συνολικά χώρες.

Η εξέλιξή τους, η οποία παρουσιάζεται στους πίνακες 1-7 του τρίτου παραρτήματος, επιτρέπει τις εξής διαπιστώσεις και παρατηρήσεις:

-Δύο χώρες, η Σαουδική Αραβία και η Γαλλία, απορρόφησαν την περίοδο αυτή το 51,56% του συνολικού όγκου των εξαγωγών. Το ποσοστό κάθε χώρας είναι αντίστοιχα 25,92% και 25,64%.

-Οι πρώτες 5 χώρες διαμορφώνουν το 66,77% των εξαγωγών, ενώ οι πρώτες 10 χώρες το 80,26%. Τέλος 25 ακόμη χώρες συμμετέχουν με ποσοστό 19,74%.

-Με εξαίρεση τη Σαουδική Αραβία και τη Γαλλία καμιά άλλη χώρα δεν έχει ποσοστό στο συνολικό όγκο των εξαγωγών ανώτερο από 6,19% (Βουλγαρία).

-Η κατάταξη των χωρών σύμφωνα με την συμμετοχή τους στον όγκο των εξαγωγών δίδει τις εξής έξη (6) κατηγορίες:

- Δύο χώρες (Σαουδική Αραβία, Γαλλία) ευρίσκονται στο επίπεδο του 26%.
- Δύο χώρες (Βουλγαρία, Λιβύη) μεταξύ 5,5 και 7%.
- Δύο χώρες (Γερμανία, Κανάρια Νησιά) μεταξύ 3% και 4%.
- Επτά χώρες (Η.Π.Α., Τουρκία, Κουβέιτ, Σιγκαπούρη, Μαρόκο, Ην. Αραβ. Εμιράτα και Κύπρος) από 2% ως 3%.
- Εξι χώρες (Λίβανος, Σοβιετική Ένωση, Αίγυπτος, Πακιστάν, Ινδία και Αγγλία) από 1% έως 2%.
- Δεκαέξι χώρες (Ιταλία, Ιορδανία, Τυνησία, Συρία, Μαυριτανία, Ελβετία, Ελγερία, Αφγανιστάν, Αυστραλία, Τζιμπουτί, Ιράκ, Ρουμανία, Δανία, Ν. Αφρική, Καναδάς και Βέλγιο) κάτω του 1%.

Στις περισσότερες από τις τελευταίες χώρες, που διαμορφώνουν την πληθέστερη κατηγορία, οι εξαγωγές μαστίχας, όπως παρουσιάζουν τα στοιχεία

των πινάκων 1 και 2 του τρίτου παραρτήματος, δεν έχουν συνέχεια, είναι αποσπασματικές και "τυχαίες".

-Εξη χώρες σταμάτησαν τις εξαγωγές φυσικής μαστίχας στη διάρκεια των 11 χρόνων που εξετάζουμε. Οι χώρες αυτές είναι :

- Η Λιβύη το 1984
- Η Σοβιετική Ένωση το 1986
- Η Συρία το 1981, αν και για τη χώρα αυτή παρατηρείται μικρή εξαγωγική δραστηριότητα το έτος 1987.
- Το Αφγανιστάν, το Τιμπουτί και ο Καναδάς μετά το 1985.

Η απώλεια των αγορών των παραπάνω χωρών θεωρείται σημαντική, ιδιαίτερα δε εκείνη της αγοράς της Λιβύης, αφού η χώρα αυτή, με αγορές μαστίχας μόνο για μία τριετία σε σύνολο 11 ετών, κατατάσσεται 4η μεταξύ 35 χωρών σχετικά με τον όγκο των εξαγωγών που αυτές απορρόφησαν.

Επίσης σημαντική κρίνεται η απώλεια της αγοράς της Σοβιετικής Ένωσης όπως και εκείνη της Συρίας και του Αφγανιστάν, ενώ σε υποδεέστερη θέση ευρίσκονται ο Καναδάς και το Τιμπουτί, χώρες προς τις οποίες δεν πραγματοποιήθηκαν ποτέ αξιόλογες εξαγωγές μαστίχας.

Είναι απαραίτητο να τονισθεί στο σημείο αυτό, για να γίνει κατανοητή η σημασία της απώλειας των παραπάνω αγορών, ότι :

Λαμβάνοντας υπόψη τις μέσες ετήσιες πωλήσεις της περιόδου που πραγματοποιήθηκαν εξαγωγές μαστίχας προς τρεις μόνο από τις παραπάνω χώρες, δηλαδή τη Λιβύη, τη Σοβιετική Ένωση και τη Συρία, και προβάλλοντάς τες στην περίοδο της εξαγωγικής απραξίας προς κάθε χώρα, οι απώλειες για την Ε.Μ.Χ. μεταφράζονται σε 112.135 κιλά μαστίχας, όγκος που αντιστοιχεί στο 56% περίπου των σημερινών συνολικών αποθεμάτων και στο 100% και πλέον των αποθεμάτων της περιόδου 1980 - 1990.

Είναι λοιπόν η απώλεια συγκεκριμένων και μεγάλων αγορών του εξωτερικού που εξηγεί κατά ένα μεγάλο μέρος την διαμόρφωση του σημερινού επιπέδου των αποθεμάτων.

Το γεγονός δε ότι οι απώλειες των αγορών αυτών, όπως και εκείνης του Ιράκ την δεκαετία του 1970, δεν εξηγούνται με εξαίρεση τη Σοβιετική Ένωση, από σημαντικές αλλαγές στην οικονομική, κοινωνική και πολιτική δομή των χωρών αυτών, πρέπει να προβληματίσει ιδιαίτερα την διοίκηση της Ε.Μ.Χ. αναφορικά με την πολιτική των εξαγωγών που ακολουθεί και την στρατηγική Marketing που χαράσσει.

Όσον μας αφορά τονίζουμε με έμφαση ότι η διατήρηση και η ανάπτυξη των δεδομένων αγορών του εξωτερικού, όπως βεβαίως και η δημιουργία νέων, εξαρτάται από πολλούς παράγοντες μεταξύ των οποίων ιδιαίτερη θέση έχει η πολιτική του εξαγωγικού φορέα σε σχέση με τη διαμόρφωση και διατήρηση της ζήτησης σε κάθε αγορά. Αυτό με τη σειρά του προϋποθέτει κινητικότητα,

ευελιξία, ποιότητα, εξυπηρέτηση, πρόβλεψη, σχεδιασμό και διαμόρφωση, στο μέτρο που είναι δυνατόν, των μελλοντικών τάσεων.

Όλα τα παραπάνω επιβάλλουν αυξημένες υποχρεώσεις στην διεύθυνση των πωλήσεων, ορθολογική οργάνωση και ανάπτυξη των υπηρεσιών του Marketing.

-Η παρατήρηση της εξέλιξης του όγκου των μέσων ετήσιων πωλήσεων της Ε.Μ.Χ., στις βασικότερες χώρες, στις περιόδους 1981 - 1985 και 1986 - 1990, που καταγράφεται στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Η σύγκριση των δύο περιόδων αναδεικνύει αλλαγές και διαφοροποιήσεις στις αγορές των εξεταζόμενων χωρών κατά τη διάρκεια της ενδεκαετίας 1980 - 1990.

Πίνακας

| Α. ΧΩΡΕΣ ΜΕ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΟΓΚΟΥ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΤΗΣΙΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ |             |             |
|---|-------------|-------------|
|   | 1981 - 1985 | 1986 - 1990 |
| 1. Σαουδική Αραβία                                      | 13.085      | 23.082      |
| 2. Γαλλία   | 16.525      | 18.630      |
| 3. Γερμανία   | 1.977       | 3.400       |
| 4. Η.Π.Α.   | 1.693       | 2.571       |
| 5. Κουβέιτ  | 1.110       | 1.792       |
| 6. Σιγκαπούρη   | 713         | 2.858       |
| 7. Ην. Αραβ. Εμιράτα                                    | 864         | 2.451       |
| 8. Κύπρος   | 1.182       | 1.851       |
| 9. Αίγυπτος   | 482         | 2.348       |
| 10. Πακιστάν  | 989         | 1.238       |
| 11. Ινδία   | 698,8       | 700         |
| 12. Αγγλία  | 579         | 817         |
| 13. Ιταλία  | 514         | 599         |
| 14. Ιορδανία  | 386         | 650         |
| 15. Τυνησία   | 320         | 650         |

**Β. ΧΩΡΕΣ ΜΕ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΟΡΙΟΥ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΤΗΣΙΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

|                                     |        |        |
|-------------------------------------|--------|--------|
| 1. Βουλγαρία                        | 5.320  | 2.840  |
| 2. Λιβύη                            | 7.500  | -      |
| 3. Κανάρια Νησιά                    | 1.940  | 1.760  |
| 4. Τουρκία                          | 2.720  | 1.681  |
| 5. Μαρόκο                           | 1.568  | 1.445  |
| 6. Λίβανος                          | 1.215  | 951    |
| 7. Ε.Σ.Σ.Δ.                         | 1.880  | 420    |
| 8. Συρία                            | 400    | 60     |
| <b>Γ. ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΩΝ</b>              |        |        |
| 35. Χώρες                           | 64.196 | 73.955 |
| ΠΗΓΗ : Ε.Μ.Χ. Επεξεργασία στοιχείων |        |        |

Ός προς το σύνολο των εξαγωγών κατ'αρχήν, παρατηρούμε ότι την περίοδο 1986 - 1990 οι μέσες ετήσιες πωλήσεις αυξήθηκαν σε 73.955 κιλά από 64.196 κιλά που ήταν την περίοδο 1981 - 1985. Η αύξηση αυτή είναι βεβαίως μικρή και συνάρτηση της αύξησης των μέσων ετήσιων πωλήσεων σε 15 χώρες και της μείωσης τους σε άλλες 8 χώρες.

Διαμορφώνονται με τον τρόπο αυτό δύο μεγάλες κατηγορίες αγορών :

Η πρώτη κατηγορία παρουσιάζει ένα δυναμισμό, μετρούμενο βεβαίως με τις αυξητικές τάσεις των πωλήσεων και περιλαμβάνει τρεις ομάδες χωρών.

Στην πρώτη ομάδα κατατάσσονται οι χώρες εκείνες που αγοράζουν σημαντικές ποσότητες μαστίχας καθ'όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, όπως κυρίως η Σαουδική Αραβία και η Γαλλία και δευτερευόντως η Γερμανία, η Η.Π.Α. και το Κουβέιτ. Μεταξύ των χωρών αυτών ιδιαίτερη είναι η θέση της Σαουδικής Αραβίας προς την οποία οι μέσες ετήσιες πωλήσεις μαστίχας αυξήθηκαν την περίοδο 1986 - 1990 κατά 64% σε σχέση με την περίοδο 1981 - 1985.

Στην δεύτερη ομάδα συγκαταλέγονται χώρες, όπως η Σιγκαπούρη, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, η Κύπρος και το Πακιστάν, των οποίων οι αγορές παρουσιάζουν ραγδαία άνοδο την περίοδο 1986 - 1990.

Στην τρίτη ομάδα περιλαμβάνονται 5 χώρες, δύο της Ευρωπαϊκής ζώνης, Αγγλία και Ιταλία, και τρεις της Μουσουλμανικής, Ιορδανία, Τυνησία και Ινδία, των οποίων οι αγορές παρουσιάζουν στασιμότητα ή πολύ μικρή άνοδο.

Οι μέσες ετήσιες πωλήσεις προς αυτές τις χώρες παραμένουν σε πολύ χαμηλά επίπεδα (κάτω των 1.000 κιλών) σ'όλη τη διάρκεια της περιόδου 1981 -

1990.

Η δεύτερη κατηγορία αγορών, περιλαμβάνει οκτώ χώρες και χαρακτηρίζεται από την μείωση της εξαγωγικής δραστηριότητας της Ε.Μ.Χ. Την περίοδο 1986 - 1990 παρατηρείται στις χώρες αυτές φθίνουσα πορεία των μέσων ετήσιων πωλήσεων.

Στην κατηγορία αυτή κατατάσσονται αξιόλογες αγορές, που είτε απωλέσθηκαν κατά τη διάρκεια της περιόδου 1986 - 1990 (Λιβύη, Ε.Σ.Σ.Δ., Συρία) είτε μείωσαν σημαντικά τις εισαγωγές τους (Βουλγαρία, Κανάρια Νησιά, Τουρκία, Μαρόκο και Λίβανος).

Μεγάλη πτώση των μέσων ετήσιων πωλήσεων παρουσιάζει η αγορά της Βουλγαρίας. Από 5.320 κιλά την περίοδο 1981 - 1985 οι μέσες ετήσιες πωλήσεις κατέρχονται σε 2.840 κιλά την περίοδο 1986 - 1990. Η πτώση αυτή εξηγείται από την μη πραγματοποίηση εξαγωγών μαστίχας προς την χώρα αυτή τα έτη 1986 και 1989. Η εξήγηση αυτή ισχύει λιγώτερο γαι την Τουρκία και τα Κανάρια Νησιά, όπου δεν πραγματοποιήθηκαν εξαγωγές τα έτη 1989 και 1986 αντίστοιχα, και καθόλου για το Λίβανο και το Μαρόκο, όπου οι πωλήσεις ακολουθούν πτωτική τάση.

Τέλος μία τρίτη κατηγορία αγορών διαμορφώνεται από 12 χώρες οι οποίες δεν περιλαμβάνονται στον παραπάνω πίνακα επειδή οι μικρές και αποσπασματικές αγορές μαστίχας που πραγματοποιούν δεν επιτρέπουν την σύγκριση των δύο περιόδων. Οι χώρες αυτές είναι : Μαυριτανία, Ελβετία, Αλγερία, Αφγανιστάν, Αυστραλία, Τσιμπουτί, Ιράκ, Ρουμανία, Δανία, Νότιος Αφρική, Καναδάς και Βέλγιο.

-Η εξέλιξη της αξίας των πωλήσεων κατά χώρα σε απόλυτους και σχετικούς αριθμούς δίδεται από τους πίνακες 4, 5 και 6 του τρίτου παραρτήματος για τα έτη 1985 - 1990.

Παρατηρούμε ότι το 1/3 (32,87%) της συνολικής αξίας των εξαγωγών της περιόδου 1985 - 1990 πραγματοποιείται από την Σαουδική Αραβία, το 25% περίπου από τη Γαλλία, 31% από τις δέκα επόμενες χώρες, ενώ 22 χώρες συμμετέχουν μόνο με 11% περίπου.

Οι συγκρίσεις όγκου και αξίας εξαγωγών ανά χώρα (Πίνακας 6) δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Οι χώρες που έχουν μεγαλύτερο ποσοστό αξίας από το ποσοστό του όγκου των εξαγωγών εισάγουν καλύτερη ποιότητα μαστίχας, συνήθως ψιλή Νο1. Αξίζει όμως να σημειωθεί η περίπτωση της Σαουδικής Αραβίας η οποία μετά το 1988 με ποσοστό όγκου εξαγωγών 35% περίπου συμμετέχει με πλέον του 37% στη διαμόρφωση της συνολικής αξίας των πωλήσεων.

Η ίδια παρατήρηση ισχύει και γαι τις διακυμάνσεις της μέσης τιμής ανά κιλό

και ανά χώρα (Πίνακας 7)

Οφείλουμε όμως στο σημείο αυτό να σημειώσουμε ότι δύο χώρες, η Τουρκία και η Κύπρος, παρουσιάζουν ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ ποσοστού όγκου και αξίας εξαγωγών όπως και ιδιαίτερα χαμηλές μέσες τιμές ανά κιλό που δεν εξηγούνται από τις εξαγόμενες σ' αυτές τις χώρες ποιότητες. Εάν τα στοιχεία της Ε.Μ.Χ. αναφορικά με τον όγκο και την αξία των εξαγωγών στις χώρες αυτές είναι ακριβή θα πρέπει να αναζητηθούν τα αίτια που διαμορφώνουν την παραπάνω κατάσταση.

## Ι.2.2. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ

-Η εξαγωγική δραστηριότητα της Ε.Μ.Χ. αναφορικά με τη μαστίχα, παρά τον μεγάλο αριθμό των χωρών που συμμετέχουν σ' αυτήν, παρουσιάζεται ουσιαστικά περιορισμένη (συγκεντρωμένη) σε 10 χώρες οι οποίες και απορροφούν το 80% των εξαγωγών.

Μεταξύ αυτών δύο χώρες η Σαουδική Αραβία και η Γαλλία, όπως ήδη σημειώθηκε, συγκεντρώνουν το 52% περίπου.

Το γεγονός ότι οι δύο αυτές χώρες ευρίσκονται σε διαφορετικές γεωπολιτικές, οικονομικές και πολιτιστικές σφαίρες σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες όπως μεγάλες εξαγωγές ρητινοδών ουσιών και τσιχλας<sup>3</sup>, μικρές εξαγωγές μαστίχας της Ε.Μ.Χ. προς γειτονικές προς αυτές χώρες, αποτελεί ένδειξη τόσο των διαφορετικών χρήσεων της φυσικής μαστίχας όσο και των μερικών χρήσεων της στην εσωτερική αγορά.

Οι δύο αυτές χώρες κατά συνέπεια εξάγουν φυσική μαστίχα, ή προϊόντα που την εμπεριέχουν και λειτουργούν έτσι περιοριστικά ως προς τον έλεγχο της αγοράς εξωτερικού από την Ε.Μ.Χ. (διαμόρφωση τιμών, δίκτυα διανομής).

Ο προσδιορισμός των χρήσεων της φυσικής μαστίχας που έγινε στο πρώτο τμήμα αυτής της μελέτης, όπως επίσης και η αύξηση των πωλήσεων της Ε.Μ.Χ. σε άλλες χώρες, αποτελούν βασικούς παράγοντες υπέρβασης αυτής της κατάστασης.

Με βάση αυτούς, η Ε.Μ.Χ., έχουμε τη γνώμη, ότι πρέπει να προχωρήσει στην χάραξη μίας νέας επιθετικής εξαγωγικής πολιτικής μέσω :

- 1ο της απόκτησης σοβαρών και μεγάλων πελατών ανά χώρα όπως αυτοί προσδιορίζονται από τις αντίστοιχες χρήσεις της φυσικής μαστίχας.
  - 2ο της ορθολογικοποίησης του δικτύου διανομής των προϊόντων της με την σωστή επιλογή αντιπροσώπων και διανομέων.
- Όπως ήδη τονίσθηκε το μέγεθος (όγκος) των διακινουμένων ποσοτήτων δεν

---

<sup>3</sup> Ευρωπαϊκή οικονομική Κοινότητα : Στατιστικές εξωτερικού Εμπορίου - Ετη 1988, 1989, 1990.  
- Γραφείο Αθηνών

επιτρέπει την πολυδιάσπαση του εμπορικού δικτύου αφού κάτι τέτοιο σημαίνει την μείωση των εμπορικών κερδών εκάστου παράγοντα που με τη σειρά του επιδρά αρνητικά στο ενδιαφέρον του για το προϊόν.

Με δεδομένο δε ότι η δημιουργία ιδίου δικτύου (εμπορικού) στο εξωτερικό εκτός του μεγάλου λειτουργικού κόστους παρουσιάζει σοβαρούς κινδύνους απώλειας της αγοράς (υπάρχουν αρνητικές εμπειρίες στον εθνικό και διεθνή χώρο), η παραπάνω πρόταση, αν δεν είναι και η μοναδική ενισχύεται σημαντικά.

Τέλος το γεγονός ότι η E.M.X. ελέγχει τα τελευταία έτη το 90% των καταγραμμένων εξαγωγών από την Ελλάδα περιορίζοντας τα άλλα δίκτυα, προσφέρει σ'αυτήν την απαραίτητη ευελιξία και αποτελεί πρόκληση για την χάραξη επιθετικής εξαγωγικής πολιτικής.

-Η παρατήρηση της εξέλιξης των εξαγωγών στο σύνολο των χωρών, η κατηγοριοποίηση των χωρών σύμφωνα με την πορεία των αγορών τους σε δυναμικές, φθίνουσες και αποσπασματικές, όπως και οι προοπτικές ανάπτυξης νέων αγορών και απόκτησης των απωλεσθέντων, επιτρέπουν τον προσδιορισμό στόχων που θα προσπαθήσουμε να περιγράψουμε στη συνέχεια.

Προς το παρόν είναι απαραίτητο να διευκρινηθούν τα παρακάτω :

1ο. Σε σχέση με τις νέες αγορές :

Η έρευνα 135 και πλέον χωρών ως προς το βιοτικό επίπεδο, την οικονομική ανάπτυξη, τον πληθυσμό και τις ιδιαίτερες καταναλωτικές συνήθειες των λαών τους έδειξε, όσον αναφορά κατ'αρχήν τις μουσουλμανικές χώρες, ότι :

Οι χώρες με μουσουλμανικό στοιχείο ανέρχονται σε 70 περίπου. Απ'αυτές, στις 20 χώρες γίνονται ήδη ή έγιναν αποσπασματικά εξαγωγές μαστίχας. Από τις άλλες 50 χώρες, με βάση τα παραπάνω στοιχεία, παρουσιάζουν κατ'αρχήν ενδιαφέρον μόνο 8 χώρες :

- Το Κατάρ και το Μπαχρέϊν στον Περσικό Κόλπο

- Η Γκάνα και η Νιγηρία στη Δυτική Αφρική

- Το Ιράν

- Η Ινδονησία, η Μαλαισία και οι Φιλιπίνες στη ζώνη του Ειρηνικού

Ολες οι παραπάνω χώρες παρουσιάζουν όμως, μέσα από μία προσεκτικότερη προσσέγγιση, προβλήματα, αφού είτε δεν συνδυάζουν όλα τα παραπάνω κριτήρια είτε εξωγενείς παράγοντες δημιουργούν αρνητικές επιδράσεις. Συγκεκριμένα :

- Το Κατάρ και το Μπαχρέϊν έχουν μουσουλμανικό πληθυσμό, υψηλό βιοτικό επίπεδο αλλά μικρό αριθμό κατοίκων και το σπουδαιότερο συνορεύουν με τη Σαουδική Αραβία πρώτη χώρα στη εισαγωγή μαστίχας.
- Η Γκάνα και η Νιγηρία στη δυτική Αφρική με υψηλό βιοτικό επίπεδο η πρώτη, μεγάλο πληθυσμό η δεύτερη και μουσουλμανικό στοιχείο αμφότερες,



ευρίσκονται σε μία δύσκολη εμπορική ζώνη με αυξημένους κινδύνους.

- Το Ιράν, ισλαμική χώρα με 40 περίπου εκατομμύρια πληθυσμό λόγω του πολέμου της με το Ιράκ, τις προσπάθειες ανασυγκρότησής της και την αστάθεια της περιοχής δεν παρουσιάζει άμεσο τουλάχιστον ενδιαφέρον.
- Τέλος οι τρεις χώρες της ζώνης του Ειρηνικού, αν και έχουν μεγάλο πληθυσμό, ικανοποιητικό μουσουλμανικό στοιχείο και ιδιαίτερες συνήθειες διατροφής, έχουν χαμηλό βιοτικό επίπεδο και ευρίσκονται εντός της ζώνης της εξαγωγικής δραστηριότητας της Σιγκαπούρης.

Ως τελικό συμπέρασμα, σε σχέση με την ύπαρξη νέων αγορών στη ζώνη των μουσουλμανικών χωρών, σημειώνουμε ότι η προοπτική αυτή είναι μάλλον περιορισμένη αν όχι αρνητική. Το γεγονός αυτό ενισχύει την προηγούμενη θέση μας αναφορικά με την αύξηση των πωλήσεων στις μουσουλμανικές χώρες που ήδη αποτελούν αγορές μικρές ή μεγάλες για την Ε.Μ.Χ.

Σχετικά με τις ευρωπαϊκές χώρες είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι εξαγωγές μαστίχας δεν γίνονται στην Ολλανδία, στις χώρες της Ιβηρικής χερσονήσου (Ισπανία, Πορτογαλία), της κεντρικής Ευρώπης (Αυστρία, Ουγγαρία, Τσεχοσλοβακία) και της Σκανδιναβίας (Σουηδία, Νορβηγία, Φιλανδία).

Επίσης παρατηρείται ότι οι μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες, που συνορεύουν ή ευρίσκονται πλησίον της Γαλλίας, όπως Γερμανία, Ιταλία, Αγγλία και Ελβετία, αν και αποτελούν ήδη αγορές για την Ε.Μ.Χ. και παρουσιάζουν, κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου αυξητικές τάσεις των αγορών τους, ο όγκος των εξαγωγών προς αυτές παραμένει σε χαμηλά επίπεδα.

Το γεγονός ότι οι χώρες αυτές με εξαίρεση την Ελβετία αγοράζουν ανελλιπώς και σε ετήσια βάση μαστίχα, συνδυαζόμενο με την παρουσία σ'αυτές μουσουλμανικού στοιχείου (Γερμανία, Αγγλία) και την ανάπτυξη των βιομηχανιών τροφίμων και ποτών, των φαρμακευτικών και χημικών βιομηχανιών όπως επίσης και των καλλυντικών, επιτρέπει την εξαγωγή θετικών συμπερασμάτων ως προς τις προοπτικές διεύρυνσης των αγορών αυτών.

Η ίδια παρατήρηση με εξαίρεση βεβαίως του μουσουλμανικού στοιχείου ισχύει και για τις χώρες της Σκανδιναβίας, της Ιβηρικής χερσονήσου και της κεντρικής Ευρώπης.

Οι χώρες αυτές μπορούν να αποτελέσουν νέες αγορές για την Ε.Μ.Χ. με προγραμματισμένη προώθηση του προϊόντος για βιομηχανική χρήση.

Τέλος, αναφορικά με τις χώρες του Ειρηνικού αποτελούν πρόκληση ως νέες αγορές, η Ιαπωνία, η Νότια Κορέα και η Τaiwan, όπως επίσης η Ινδονησία, η Μαλαισία και οι Φιλιππίνες. Μεταξύ των δύο αυτών ομάδων χωρών, η πρώτη έχει υψηλό βιοτικό επίπεδο και βιομηχανική ανάπτυξη και η δεύτερη μικρή ανάπτυξη, χαμηλό βιοτικό επίπεδο αλλά παρουσία ικανοποιητικού αριθμού μουσουλμάνων.

Η δεύτερη ομάδα χωρών ευρίσκεται επίσης πλησίον της Σιγκαπούρης η οποία όπως θα δούμε και στη συνέχεια, έχει μεν μικρό ποσοστό μουσουλμανικού

πληθυσμού αλλά παρουσιάζει ιδιαίτερο εμπορικό ενδιαφέρον και μπορεί να εξυπηρετήσει τη ζώνη αυτή αν δεν το κάνει ήδη.

2ο Σε σχέση με τις αγορές που σταμάτησε η εξαγωγική προσπάθεια της Ε.Μ.Χ. :

Από τις αγορές αυτές, που είναι όπως είδαμε επτά στον αριθμό, μόνο τρεις μπορούν να αποτελέσουν αντίκειμενο άμεσης εξαγωγικής επαναδραστηριοποίησης.

Η Λιβύη με την οποία γίνονται ήδη οι σχετικές επαφές, η Συρία προς την οποία εξαγονται ήδη ποσότητες μαστίχας από άλλα δίκτυα και, με σχετική επιφυλακτικότητα το Αφγανιστάν.

Από τις άλλες τέσσερεις χώρες αυτής της κατηγορίας η Σοβιετική Ένωση και το Ιράκ μάλλον δεν μπορούν να αποτελέσουν, λόγω των ιδιαίτερων προβλημάτων τους, εξαγωγικό στόχο, ενώ το Τιμπουτί και ο Καναδάς απορροφούν αμέλητες ποσότητες.

Με βάση τα παραπάνω παρουσιάζουμε στη συνέχεια δύο σενάρια αύξησης των εξαγωγών της μαστίχας όσο το δυνατό περισσότερο ρεαλιστικά και σε συνδυασμό με τις εξαγωγικές τάσεις της περιόδου 1980 - 1990 και τις νέες προοπτικές :

Σενάριο Ι. ΕΞΩΣΤΡΕΦΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (1992 - 1996)

Στηρίζεται στις εξής υποθέσεις :

- i) Μέση ετήσια παραγωγή μαστίχας για την πενταετία 1992 - 1996, 165.000 κιλά.
- ii) Εξαγόμενη ποσότητα ετησίως 65% ή 78.000 κιλά.
- iii) Ποσοστό μαστίχας ψιλής ποιότητας στις εξαγωγές 86% ή 67.000 κιλά και χονδρής 14% ή 11.000 κιλά.
- iv) Σταθερή αγορά της ψιλής Νο 1 μαστίχας.
- v) Μη συμμετοχή της εσωτερικής αγοράς στην απορρόφηση των αποθεμάτων.
- vi) Παραγωγή εργοστασίου Ε.Μ.Χ. σταθερή, όπως δηλαδή την περίοδο 1986 - 1990.

Στόχος : Απορρόφηση 100.000 κιλών χονδρής μαστίχας στην πενταετία.

Με βάση τα παραπάνω και με την προϋπόθεση ότι τα αποθέματα είναι εμπορικώς εκμεταλλεύσιμα, η απορρόφηση των 100.000 κιλών την επόμενη πενταετία σημαίνει αύξηση των ετήσιων πωλήσεων μαστίχας χονδρής ποιότητας στην εξωτερική αγορά από 9.500 κιλά που ήταν το 1989 σε 35.000 κιλά / έτος την επόμενη πενταετία. Πράγμα που σημαίνει ότι οι συνολικές πωλήσεις μαστίχας στο εξωτερικό, θα φθάσουν στο ύψος των 127.000 κιλών.

Με δεδομένη όμως την αγορά των 9 χώρων που απορροφούν χονδρής ποσότητας μαστίχα (πίνακας που ακολουθεί) σύμφωνα με τα στοιχεία του έτους 1989, η αύξηση αυτή θεωρείται ακατόρθωτη αφού οι μέσες ετήσιες πωλήσεις προς τις χώρες αυτές σημείωσαν αύξηση την πενταετία 86 - 90 της τάξης

ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΑΣΤΙΚΑΣ ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ. ΕΤΟΣ:1989 ΜΕΓΕΘΟΣ:ΚΙΛΑ

| ΠΟΙΟΤΗΤΕΣ<br>ΧΩΡΕΣ | Α. Ψ Ι Λ Η |        |        |                                    | Β. Χ Ο Ν Δ Ρ Η |        |        |                                    |
|--------------------|------------|--------|--------|------------------------------------|----------------|--------|--------|------------------------------------|
|                    | Ψ. Νο1     | Ψ. Νο3 | ΣΥΝΟΛΟ | % ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΗ ΧΩΡΑ | Χ. Νο3         | Χ. Νο4 | ΣΥΝΟΛΟ | % ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΗ ΧΩΡΑ |
| Σ. ΑΡΑΒΙΑ          | 24400      | -      | 24440  | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΓΑΛΛΙΑ             | -          | 19000  | 19000  | 95                                 | 525            | -      | 525    | 5                                  |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ           | 1200       | -      | 1200   | 28,6                               | 3000           | -      | 3000   | 71,4                               |
| ΚΑΝΑΡΙΑ ΝΗΣΙΑ      | -          | 1000   | 1000   | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| Η.Π.Α              | 1800       | 250    | 2050   | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΚΟΥΒΕΙΤ            | 2030       | -      | 2030   | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ         | -          | 2440   | 2440   | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΜΑΡΟΚΟ             | -          | 1450   | 1450   | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ    | 2030       | 1100   | 3130   | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΚΥΠΡΟΣ             | 25         | 200    | 225    | 10,2                               | -              | 1975   | 1975   | 89,8                               |
| ΛΙΒΑΝΟΣ            | 625        | 125    | 750    | 90,9                               | 75             | -      | 75     | 8,1                                |
| ΑΙΓΥΠΤΟΣ           | -          | -      | -      | 0                                  | 3000           | -      | 3000   | 100                                |
| ΠΑΚΙΣΤΑΝ           | -          | -      | -      | 0                                  | -              | 500    | 500    | 100                                |
| ΙΝΔΙΑ              | -          | 400    | 400    | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΑΙΤΑΛΙΑ            | -          | -      | -      | 0                                  | 149,2          | -      | 149,2  | 100                                |
| ΙΤΑΛΙΑ             | 500        | -      | 500    | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΙΟΥΡΔΑΝΙΑ          | 650        | 100    | 750    | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΕΛΒΕΤΙΑ            | -          | 840    | 840    | 80,8                               | -              | 200    | 200    | 19,2                               |
| ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ          | -          | -      | -      | 0                                  | 100            | -      | 100    | 100                                |
| ΒΕΛΓΟ              | 20         | -      | -      | 100                                | -              | -      | -      | 0                                  |
| ΣΥΝΟΛΟ             |            |        | 60185  | 86,3                               |                |        | 8542,2 | 13,7                               |

του 27% περίπου, ενώ απαιτείται για την νέα πενταετία αύξηση 226,3%. Είναι λοιπόν ρεαλιστικότερο, με βάση τις αυξητικές τάσεις των κυριότερων χωρών αγοράς μαστίχας χονδρής ποιότητας, (Γερμανία + 66%, Αίγυπτος 485,5% και Κύπρος +77,3%) για την περίοδο 86 - 90 και τον μη κορεσμό των αγορών αυτών, να επιδιωχθεί μία αύξηση των μέσων ετήσιων πωλήσεων της τάξης του 100% δηλαδή από 9.500 σε 19.000 κιλά για την πενταετία 92 - 96.

Οι δε υπόλοιπες ποσότητες να προωθηθούν σε νέες αγορές όπως η Λιβύη και η Συρία των οποίων, οι μέσες ετήσιες πωλήσεις των ετών που πραγματοποιήθηκαν εξαγωγές προς αυτές, φθάνουν στο ύψος των 12.600 κιλών, ποσότητα που, προστιθέμενη στις εξαγωγές προς τις άλλες 9 χώρες (19.000 κιλά/έτος) καλύπτει σχεδόν τον στόχο των 31.000 κιλών / έτος.

#### ΣΕΝΑΡΙΟ Π. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ., ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

Το σενάριο στηρίζεται στις παρακάτω υποθέσεις και δεδομένα:

i) Μέση ετήσια παραγωγή περιόδου 1992 - 1996 165.000 κιλά μαστίχας εκ των οποίων

ψιλή : 165.000 κιλά X 55 % = 90.750 κιλά / έτος

χονδρή : 165.000 κιλά X 45 % = 74.250 κιλά / έτος

ii) Διάρθρωση συνολικής διάθεσης (πωλήσεων) φυσικής μαστίχας (σε ποσοστό ετησίως) περιόδου 1980 - 1990

57 % εξωτερική αγορά

17 % εσωτερική αγορά

20 % παραγωγή τσίχλας

5 % παραγωγή μαστιχέλαιου

1 % παραγωγή μοσχολίβανου

iii) Ποιότητες μαστίχας κατά χρήση περιόδου 1980 - 1990 σε ποσοστό:

εξωτερική αγορά : 86 % ψιλή 14 % χονδρή ποιότητα

εσωτερική αγορά : 10 % ψιλή 90 % χονδρή ποιότητα

παραγωγή εργοστασίου Ε.Μ.Χ. : 100 % χονδρή ποιότητα.

και θέτει ως στόχο την απορρόφηση της ετήσιας παραγωγής και 200.000 κιλών αποθεμάτων χονδρής ποιότητας την πενταετία 92 - 96, κυρίως μέσα από την ανάπτυξη των βιομηχανικών προϊόντων (τσίχλα) και την ανάπτυξη της εσωτερικής και εξωτερικής αγοράς. Το σενάριο απαιτεί για την υλοποίησή του στόχου τον διπλασιασμό της παραγόμενης ποσότητας τσίχλας και των πωλήσεων της μαστίχας χονδρής ποιότητας στην εσωτερική και εξωτερική αγορά.

Με βάση τα παραπάνω η μέση ετήσια διάθεση φυσικής μαστίχας για την πενταετία 1992 - 1996 πρέπει να ανέλθει στο ύψος των 205.000 κιλών (165.000 κιλά ετήσια παραγωγή και 40.000 κιλά αποθέματα).

Η μέση ετήσια διάθεση της μαστίχας της περιόδου 1986 - 1990 ήταν της τάξης των 141.745 κιλών και η διάρθρωσή της αυτή που ακολουθεί:

- εξαγωγές : 89.495 κιλά / έτος
- εσωτερική αγορά : 19.106 κιλά
- παραγωγή τσίχλας : 25.476 κιλά
- παραγωγή μαστιχέλαιου : 7.093 κιλά
- παραγωγή μοσχολίβανου : 575 κιλά

Αρα στη νέα περίοδο (1992 - 1996) πρέπει να απορροφούνται 63.255 κιλά ετησίως επιπλέον σε σχέση με την περίοδο 1985 - 1990 (205.000 - 141.745 κιλά).

Τέλος οι ποιότητες μαστίχας που πρέπει να διετίθενται ετησίως στην περίοδο 1992 - 1996 διαμορφώνονται ως εξής:

- α) 114.250 κιλά χονδρής ποιότητας (40.000 κιλά αποθέματα και 74.250 κιλά από ετήσια παραγωγή)
- β) 90.750 κιλά ψιλής ποιότητας (165.000 κιλά παραγωγή X 55 %)

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία κατά ποιότητα παραγόμενης μαστίχας, ο στόχος για την πενταετία 1992 - 1996 διαμορφώνεται ως εξής:

ι. Διάθεση χονδρής ποιότητας. Μέσες ετήσιες πωλήσεις περιόδου 1992 - 1996.

- παραγωγή μαστιχέλαιου και μοσχολίβανου (σταθερή)..... 7.668 κιλά
- παραγωγή τσίχλας: (25.476 X 2)..... 50.950 κιλά
- εσωτερική αγορά : (19.106 X 90 % X 2)..... 34.389 κιλά
- εξωτερική αγορά : (έτος 1989 X 2,2)..... 21.243 κιλά

Σύνολο .... 114.250 κιλά

ii. Διάθεση ψιλής ποιότητας. Μέσες ετήσιες πωλήσεις περιόδου 1992 - 1996.

- εσωτερική αγορά : (19.105 X 10 % X 2) ..... 3.821 κιλά
- εξωτερική αγορά : (90.750 - 3.821) ..... 86.929 κιλά

Με βάση το μέσο ετήσιο όρο των εξαγωγών ψιλής ποιότητας της περιόδου 1986 - 1990 που είναι:

89.495 κιλά εξαγωγών (EMX + δίκτυα) X 86% ψιλή = 76.966 κιλά, οι εξαγωγές, εάν επαληθευτεί το σενάριο αυτό, θα απαιτήσουν επιπλέον ποσότητες ψιλής

μαστιχας κατά 86.929 - 76.966 = 9.963 κιλά / έτος, χωρίς να υπολογίζεται βεβαίως περαιτέρω αύξηση της ζήτησης ψιλής μαστιχας.

Η παραπάνω ποσότητα μπορεί να καλυφθεί είτε με αύξηση των παραγόμενων ποσοτήτων ψιλής μαστιχας με την βελτίωση των μεθόδων παραγωγής και τυποποίησης είτε με μικρή μεταστροφή των αγορών σε χονδρές ποιότητες. Με βάση τους ποσοτικούς στόχους του σεναρίου η διάρθρωση της μέσης ετήσιας διάθεσης της μαστιχας την περίοδο 1992 - 1996 παρουσιάζεται ως εξής:

| ΜΕΓΕΘΗ<br>ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ                       | ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1986 - 1990 |      | ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1992 - 1996 |      |
|--|----------------------|------|----------------------|------|
|  | ΟΓΚΟΣ                | %    | ΟΓΚΟΣ                | %    |
| ΕΞΑΓΩΓΕΣ                                   | 89.495               | 63,1 | 108.172              | 52,8 |
| ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ                            | 19.106               | 13,5 | 38.210               | 18,6 |
| ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΣΙΧΛΑΣ                           | 25.476               | 18,0 | 50.950               | 24,8 |
| ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΜΑΣΤΙΧΕΛΑΙΟΥ &<br>ΜΟΣΧΟΛΙΒΑΝΟΥ | 7.668                | 5,4  | 7.668                | 3,8  |
| ΣΥΝΟΛΟ                                     | 141.745              | 100  | 205.000              | 100  |

Η επίτευξη των στόχων του σεναρίου εξαρτάται βεβαίως από πολλούς παράγοντες μεταξύ των οποίων ιδιάζουσα θέση κατέχουν:

- Η σωστή προβολή και διαφήμιση της μαστιχας και ιδίως της τσιχλας στην εσωτερική και εξωτερική αγορά.
- Η δημιουργία περιφερειακού δικτύου πωλήσεων στην εσωτερική αγορά.
- Η επιλεκτική δημιουργία δικτύου αντιπροσώπων σε σχέση με το υπάρχον δίκτυο μεμονωμένων πελατών.
- Η χάραξη ορθολογικής και ευέλικτης τιμολογιακής πολιτικής.
- Η ποιοτική βελτίωση των προϊόντων.
- Η ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού για τις χρήσεις και τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά της μαστιχας.
- Η αξιοποίηση των βιομηχανικών χρήσεων της μαστιχας στην εσωτερική και διεθνή αγορά.
- Η αποτελεσματική οργάνωση και λειτουργία του τμήματος των πωλήσεων.

### Γ. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Από τα στοιχεία της αγοράς, που προέκυψαν στη διάρκεια αυτής της μελέτης, και από την ανάλυση που προηγήθηκε μπορούν να εξαχθούν βασικά συμπεράσματα αναφορικά με την πορεία της Ε.Μ.Χ. και των προϊόντων της.

Τα βασικά αυτά συμπεράσματα παραθέτουμε στη συνέχεια με μοναδικό σκοπό και στόχο να διευκολύνουμε στο μέτρο των δυνατοτήτων μας το διάλογο και τον προβληματισμό γύρω από το μέλλον της μαστίχας όπως επίσης και τη λήψη ορθολογικών αποφάσεων από το Δ.Σ. της Ε.Μ.Χ.

Η σπουδαιότητα του προϊόντος για την οικονομία και την εργασία των κατοίκων του νησιού, την προβολή της Χίου ανά τον κόσμο και την ισόρροπη ανάπτυξη τομέων και κλάδων, επιβάλλουν να ειδωθεί το όλο πλαίσιο των απαιτούμενων διαρθρωτικών παρεμβάσεων με τη δέουσα σοβαρότητα.

Το περιεχόμενο της λέξης "σοβαρότητα" είναι τρισδιάστατο και περιλαμβάνει:

- Ταχύτητα στις αποφάσεις και ρυθμούς τέτοιους που προσδιορίζονται από τον ανταγωνισμό.
- Έκσυγχρονιστικές αλλαγές στην παραγωγή, τα προϊόντα, τις πωλήσεις και την διοίκηση αυτών.
- Την συστράτευση όλων των ιδιωτικών, κοινωνικών και κρατικών παραγόντων (παραγωγών, στελεχών και Διοίκηση της Ε.Μ.Χ., Κράτους) για την επίτευξη στόχων που θα οδηγήσουν την Ε.Μ.Χ. σε ανώτερα επίπεδα ανάπτυξης και θα βελτιώσουν τη θέση των προϊόντων της στην Ελληνική και διεθνή αγορά.

Κατ' αρχήν από τη διάρθρωση και την εξέλιξη των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας προκύπτει αβίαστα το συμπέρασμα ότι η δραστηριότητα της Ε.Μ.Χ. είναι στην ουσία εξωστρεφής και παραδοσιακή.

Η εξωστρέφεια υποδηλώνει τη μεγάλη εξάρτηση από τις διακυμάνσεις της εξωτερικής αγοράς (κάθε απώλεια χώρας δημιουργεί τεράστια προβλήματα στις πωλήσεις) ενώ ο παραδοσιακός χαρακτήρας της όλης δραστηριότητας αναδεικνύει απλές εργασίες καθαρισμού και τυποποίησης και την εξαγωγή του μεγαλύτερου μέρους της μαστίχας στη φυσική της μορφή, ως πρώτη ύλη, για τις χρήσεις της βιοτεχνίας, της βιομηχανίας και των καταναλωτών.

Τέλος και οι δύο παραπάνω χαρακτηρισμοί (εξωστρεφής και παραδοσιακή δραστηριότητα) οριοθετούν το μέγεθος της παραγόμενης τοπικά προστιθέμενης αξίας.

Η αξία αυτή είναι μικρή, αφού το προϊόν μαστίχα δεν ενσωματώνει επιπλέον βιομηχανική εργασία και τα άλλα βιομηχανικά προϊόντα της Ε.Μ.Χ. δεν έχουν επαρκώς αναπτυχθεί, ώστε να απορροφούν μεγάλες ποσότητες φυσικής μαστίχας.

Έχει ήδη αναφερθεί ότι ο περιοριστικός αυτός παράγοντας για το μέγεθος των χρηματικών ροών προς τη Χίο, πρέπει να αρθεί με τη σταδιακή ανάπτυξη των βιομηχανικών δραστηριοτήτων (τσιχλα, μαστιχέλαιο).

Ο νέος αυτός προσανατολισμός προϋποθέτει βεβαίως σημαντικές έκσυγχρονιστικές αλλαγές και όχι μόνο δεν αναιρεί αλλά έχει ανάγκη, σ' αυτή τη φάση, την αύξηση

των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας και των προϊόντων της, ιδίως της τσίχλας στην εσωτερική και εξωτερική αγορά.

Η ζητούμενη κατ' ανάγκη αύξηση των πωλήσεων φυσικής μαστίχας και η με μεγαλύτερες ρυθμούς αύξηση των πωλήσεων τσίχλας, ώστε η ζήτηση μαστίχας από το εργοστάσιο της Ε.Μ.Χ. να αυξηθεί μειώνοντας σταδιακά την εξάρτηση από τις εξαγωγές πρώτης ύλης, αποτελούν στόχους που μπορούν να υλοποιηθούν με παράλληλες παρεμβάσεις σε πολλά επίπεδα.

Τα επίπεδα αυτά, κατά τη γνώμη μας και σύμφωνα με τα στοιχεία της αγοράς είναι:

1. Αναδιοργάνωση της Δ/σης των πωλήσεων.

Η διεύθυνση των πωλήσεων είναι ανελλιπώς οργανωμένη και προπάντων έχει έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού.

Πιστεύεται ότι η αναδιοργάνωσή της κατά προϊόν (φυσική μαστίχα, τσίχλα και βιομηχανικά προϊόντα) ή αγορά (εσωτερική αγορά, εξωτερική αγορά), η κατάλληλη στελέχωσή της και η λειτουργία της σύμφωνα με επιστημονικά δεδομένα (κατάρτιση προϋπολογισμού πωλήσεων, marketing, παρακολούθηση αγοράς, τιμολογιακή πολιτική, οργάνωση δικτύων, διαφημιστικά προγράμματα) αποτελεί την πρώτη και κύρια παρέμβαση της Διοίκησης της Ε.Μ.Χ.

Απ' αυτήν εξαρτάται στην κυριολεξία η επιτυχία όλων των άλλων ενεργειών που ακολουθούν.

2. Η βελτίωση της συσκευασίας και της ποιότητας των βιομηχανικών προϊόντων και κυρίως της τσίχλας

Τρεις είναι οι αναγκαίες παρεμβάσεις σ' αυτό το επίπεδο. Η βελτίωση του κουτιού της τσίχλας ΕΛΜΑ, η δημιουργία νέου κουφέτου τσίχλας, που θα διατηρεί όλα τα στοιχεία του υπάρχοντος κουφέτου εκτός της σκληρότητάς του, και η ανάπτυξη νέων προϊόντων τσίχλας που επιβάλλονται από τις συνήθειες των καταναλωτών και τον ανταγωνισμό (φιλαράκι, τσίχλα χωρίς ζάχαρη)

3. Η βελτίωση των δικτύων πώλησης στην εσωτερική και εξωτερική αγορά

Όπως έχει ήδη σημειωθεί το εσωτερικό δίκτυο είναι ανεπαρκώς αναπτυγμένο και μονοπωλείται. Επιβάλλεται λοιπόν η δημιουργία περιφερειακών δικτύων για την προώθηση των προϊόντων σ' όλες τις περιφέρειες της Χώρας.

Η εξωτερική αγορά με δεδομένη την κυριαρχία δύο χωρών, της Γαλλίας και της Σαουδικής Αραβίας, απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή και φροντίδα. Η σταδιακή ανάπτυξη νέων αγορών (πχ Σιγκαπούρη) δεν πρέπει να οδηγήσει στη μείωση του ενδιαφέροντος για τις δύο μεγάλες και σταθερές αγορές της Ε.Μ.Χ., ούτε η διαπίστωση ότι οι χώρες αυτές επανεξάγουν μαστίχα σε γειτονικές χώρες πρέπει να οδηγήσει σε βεβιασμένες και λανθασμένες κινήσεις. Εφ' όσον η Ε.Μ.Χ. δεν μπορεί να επιβληθεί με την τιμολογιακή πολιτική της στις αγορές των χωρών που προμηθεύονται από Γαλλία και Σαουδική Αραβία, είναι προτιμώτερο να μην επιδιωχθεί με



άλλους τρόπους η αλλαγή της σημερινής κατάστασης.

Τέλος ως προς την εξωτερική αγορά οφείλουμε να σημειώσουμε ακόμη ότι η ανάπτυξη εμπορικών δικτύων στις ανατολικές χώρες (Ουγγαρία, Τσεχοσλαβακία) και σε βιομηχανικές χώρες της Δυτικής Ευρώπης (Ιταλία, Γερμανία, Αγγλία) όπως και η άριστη αξιοποίηση της θέσης της Σιγκαπούρης στο διεθνές εμπόριο θεωρούνται απαραίτητες ενέργειες για την προώθηση των εξαγωγών.

Πέραν των ανωτέρω μια συνολική προσέγγιση της εξωτερικής αγοράς από την άποψη του προσδιορισμού των χωρών στόχων στα πλαίσια της προώθησης της μαστίχας και των προϊόντων της, διαμορφώνει την εικόνα που ακολουθεί:

- Ως πρώτος στόχος από την Ε.Μ.Χ. πρέπει να τεθεί η επαναδραστηριοποίηση των σημαντικών αγορών που απωλέσθηκαν την τελευταία δεκαετία είτε για οικονομικοπολιτικούς λόγους είτε από λάθη της ίδιας της διοίκησης της Ε.Μ.Χ.

Οι χώρες αυτές είναι στην ουσία μόνο η Λιβύη και η Συρία αφού το Κουβέιτ, το Ιράκ και η Σοβιετική Ένωση, λόγω των ιδιαίτερων συνθηκών που αντιμετωπίζουν, δεν παρουσιάζουν άμεσες προοπτικές.

- Δεύτερο, επιβάλλεται η συνέχιση των προσπαθειών για:

α) Τη διατήρηση των αυξητικών τάσεων των πωλήσεων σε 13 χώρες που είναι: Σαουδική Αραβία, Γαλλία, Γερμανία, Η.Π.Α., Σιγκαπούρη, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Κύπρος, Αίγυπτος, Πακιστάν, Αγγλία, Ιταλία, Ιορδανία και Τυνησία.

β) Την αντιστροφή των πτωτικών τάσεων στις αγορές των χωρών που ακολουθούν: Βουλγαρία, Κανάρια Νησιά, Τουρκία, Μαρόκο και Λίβανος.

- Τέλος, ο τρίτος στόχος για την Ε.Μ.Χ. πρέπει να είναι η διεύρυνση των αγορών της μαστίχας και των προϊόντων της με αναζήτηση νέων αγορών.

Ως χώρες που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο γι' αυτή την προσπάθεια αναφέρονται: η Ιαπωνία, οι ανατολικές χώρες και ιδίως η Τσεχοσλοβακία και οι χώρες της Σκανδιναβικής και της Ιβηρικής Χερσονήσου.

#### 4. Η αναζήτηση μεγάλων πελατών απ' ευθείας από την Ε.Μ.Χ. σύμφωνα με τις γοήσεις της Μαστίχας

Παράλληλα με τη δημιουργία και οργάνωση εμπορικών δικτύων στην Ελλάδα και το εξωτερικό, η αναζήτηση μεγάλων πελατών σύμφωνα με τις κλαδικές χρήσεις της φυσικής μαστίχας είναι πολιτική επιβαλλόμενη από πολλούς παράγοντες που σχετίζονται τόσο με τη διεύρυνση της σχετικής αυτονομίας της Ε.Μ.Χ. από δίκτυα και αγορές όσο και με την αύξηση των πωλήσεων και την ποιοτική βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων προς τους πελάτες, λόγω αμεσότητας.

Ιδιαίτερα σημειώνουμε τους βιομηχανικούς κλάδους των τροφίμων και ποτών και λιγότερο των χημικών και φαρμακευτικών προϊόντων, όπως επίσης και τα μεγάλα πολυκαταστήματα και Super Market.

#### 5. Η διαφήμιση και προβολή της μαστίχας και των προϊόντων της

Ιδιαίτερη σημασία για τη μέχρι τώρα πορεία των πωλήσεων έχει το γεγονός της

άγνοιας του καταναλωτικού κοινού για την ύπαρξη, στην κυριολεξία, της μαστίχας Χίου και των προϊόντων της όπως και των ιδιαίτερων ποιοτικών τους χαρακτηριστικών.

Η κατάσταση αυτή δεν μπορεί βεβαίως να συνεχισθεί αφού σταδιακά τορπιλίζει τα οικονομικά αποτελέσματα και σε τελική ανάλυση την επιβίωση και ανάπτυξη της Ε.Μ.Χ.

Τονίζοντας για άλλη μια φορά ότι τα έξοδα διαφήμισης δεν είναι σπατάλη αλλά "επένδυση", είναι δηλαδή παραγωγικά και ότι το προσφορότερο μέσο για αυτό το σκοπό είναι η τηλεόραση, σημειώνουμε τα ακόλουθα:

- Η διαφήμιση σχετίζεται με την ποιότητα του προϊόντος, την κατάλληλη συσκευασία και τυποποίηση, αφού ο καλύτερος διαφημιστής είναι ο τελικός αποδέκτης αυτού (καταναλωτής).
- Η διαφήμιση δεν εξαντλείται με ένα ή δύο διαφημιστικά μηνύματα από την τηλεόραση αλλά απαιτεί συνεχόμενη και συντονισμένη προσπάθεια με χρήση όλων των σύγχρονων μέσων (ραδιόφωνο, ημερήσιος και περιοδικός τύπος) και αξιοποίηση όλων των σύγχρονων μεθόδων προβολής (εκθέσεις, ημερίδες, ταξίδια, ενημέρωση κλπ) των προϊόντων και την ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων.
- Τέλος η διαφήμιση απαιτεί προγραμματισμό, προϋπολογισμό και δραστηριοποίηση του τμήματος πωλήσεων σε ετήσια βάση.

#### 6. Η ανάπτυξη της έρευνας για νέα προϊόντα και νέες γοήσεις της μαστίχας

Η πορεία της μαστίχας στην αγορά όσον αφορά την ανάπτυξη των βιομηχανικών χρήσεων της θα εξαρτηθεί κύρια από την πρόοδο των ερευνητικών εργασιών στους κλάδους που αυτή καταναλώνεται και την Πανεπιστημιακή έρευνα.

Το γεγονός αυτό δεν πρέπει να οδηγήσει την Ε.Μ.Χ. στην αδράνεια και τον εφησυχασμό.

Η ανάπτυξη της ενδοεργοστασιακής έρευνας της Ε.Μ.Χ. είναι απαραίτητο στοιχείο κατάκτησης της αγοράς αφού είναι αυτή που καθορίζει τον ρυθμό προόδου των νέων και καινοτόμων προϊόντων, τη φόρμα, τη μορφή και το περιεχόμενο αυτών, κατά συνέπεια, είναι αυτή που καθορίζει το μέγεθος της αντίστασης στον ανταγωνισμό των άλλων.

#### 7. Η τιμολογιακή πολιτική

Η τιμολογιακή πολιτική τόσο της μαστίχας όσο και της τσίχλας θα πρέπει να λαμβάνει υπ' όψη:

- Το κόστος παραγωγής
- Τις συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες (έλλειψη ρευστότητας κλπ)
- Τη στήριξη του δικτύου διανομής
- Τον ανταγωνισμό που συνέχεια γίνεται πιο σκληρός

Επίσης είναι απαραίτητο να σημειωθεί ότι η τιμολογιακή πολιτική οφείλει να τεί-

νει προς τη σχετική εξισορρόπηση των τιμών εσωτερικού και εξωτερικού για την αποφυγή δυσλειτουργιών στην αγορά όπως για παράδειγμα ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας εκτός καναλιού Ε.Μ.Χ.

#### 8. Η Κρατική στήριξη και η αξιοποίηση των προγραμμάτων ΕΟΚ

Τέλος για την επιτυχή πορεία της μαστίχας και των προϊόντων της στην εσωτερική και εξωτερική αγορά απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί τόσο η κρατική στήριξη όσο και η αξιοποίηση των προγραμμάτων της ΕΟΚ.

Προγράμματα προώθησης των εξαγωγών, εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεων και τεχνολογικού εξοπλισμού, επιμόρφωσης, έρευνας και τεχνολογίας, ενίσχυσης της πρωτογενούς παραγωγής της μαστίχας κλπ., μπορούν, όπως δείχνει και η πρόσφατη εμπειρία της Ε.Μ.Χ. να συνεισφέρουν αποφασιστικά στην ανάπτυξη προϊόντων και δραστηριοτήτων αρκεί να αξιοποιηθούν προς τη σωστή κατεύθυνση.

Επιθυμούμε κλείνοντας να σημειώσουμε ότι η ανάπτυξη δεν εξαρτάται από τον τόπο που κατοικούμε και δραστηριοποιούμεθα ούτε από τα προϊόντα με τα οποία η φύση προίκισε κατ' αποκλειστικότητα τα εδάφη μας.

Η ανάπτυξη εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο αξιοποιούμε τους παραπάνω παράγοντες.

Το τι μηχανευόμαστε στο βίο μας και με ποιο τρόπο, ποιες δηλαδή μεθόδους και μέσα χρησιμοποιούμε για την παραγωγή και τι τελικά παράγουμε, είναι αυτά για τα οποία μας αμοιβουν οι άλλοι.

Η αμοιβή γι' αυτά τα προϊόντα είναι υψηλή όταν μεταξύ άλλων ενσωματώνουν υψηλά ποσοστά προστιθέμενης αξίας και φαιάς ουσίας. Είναι δηλαδή "έξυπνα προϊόντα".

Τα προϊόντα της σκέψης και της εργασίας μας κάνουν τελικά γνωστούς και όχι το φυσικό περιβάλλον. Αυτό όμως δεν είναι αρκετό. Η πραγματοποίηση της αξίας (του κέρδους) γίνεται στην αγορά η οποία δεν έχει ιδιοκτησία και δεν μονοπωλείται σήμερα ούτε από προϊόντα μονοπωλιακού χαρακτήρα σαν τη μαστίχα.

Το γεγονός αυτό επιβάλλει τη χάραξη μιας επιθετικής πολιτικής προώθησης της μαστίχας και των προϊόντων της με βάση τα στοιχεία και άξονες που παραθέσαμε.

Η αναμονή, η παθητική στάση, η αντίληψη ότι οι άλλοι θα μας ανακαλύψουν και θα μας αμοίσουν για τον κόπο που κάναμε να παράγουμε προϊόντα τα οποία δεν γνωρίζουν, δεν αρμόζουν στις σημερινές συνθήκες της αγοράς που όλα κινούνται μετακινούνται και αλλάζουν με γρήγορους ρυθμούς.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ  
ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΔΙΑΘΕΣΗ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.  
ΜΕΓΕΘΟΣ: ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΚΙΛΑ. ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1980-1990

| ΧΡΗΣΙΣ<br>ΕΤΗ | ΠΩΛΗΣΕΙΣ<br>ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ |      | ΠΩΛΗΣΕΙΣ<br>ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ |      | ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ. ΠΑ |     |                        |     |                     |      | ΣΥΝΟΛΟ    |     |
|---------------|------------------------|------|------------------------|------|---------------------------------------|-----|------------------------|-----|---------------------|------|-----------|-----|
|               | ΚΙΛΑ                   | %    | ΚΙΛΑ                   | %    | ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΜΑΣΤΙΧΕΛΑΙΟΥ              |     | ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΜΟΣΧ/ΒΑΝΟΥ |     | ΠΑΡΑΓΩΓΗ<br>ΤΣΙΧΛΑΣ |      | ΚΙΛΑ      | %   |
|               |                        |      |                        |      | ΚΙΛΑ                                  | %   | ΚΙΛΑ                   | %   | ΚΙΛΑ                | %    |           |     |
| 1980          | 92.557                 | 56,4 | 34.897                 | 21,3 | 11.904                                | 7,3 | 1.330                  | 0,8 | 23.247              | 14,2 | 163.935   | 100 |
| 1981          | 78.340                 | 50,2 | 35.667                 | 22,8 | 8.505                                 | 5,4 | 1.960                  | 1,2 | 31.618              | 19,2 | 156.090   | 100 |
| 1982          | 74.716                 | 44,8 | 50.289                 | 30,1 | 8.304                                 | 4,9 | 1.057                  | 0,6 | 32.508              | 19,6 | 166.874   | 100 |
| 1983          | 84.427                 | 41,1 | 39.432                 | 20,6 | 4.855                                 | 2,5 | 994                    | 0,5 | 61.506              | 35,3 | 191.214   | 100 |
| 1984          | 109.007                | 58,0 | 33.767                 | 17,9 | 6.312                                 | 3,4 | 921                    | 0,4 | 37.854              | 20,1 | 187.861   | 100 |
| 1985          | 82.605                 | 60,8 | 19.345                 | 14,2 | 8.071                                 | 6,0 | 1.141                  | 0,8 | 24.624              | 18,1 | 135.786   | 100 |
| 1986          | 81.968                 | 57,7 | 14.591                 | 10,3 | 9.510                                 | 6,6 | 497                    | 0,3 | 35.478              | 24,9 | 142.044   | 100 |
| 1987          | 106.527                | 73,3 | 14.925                 | 10,3 | 5.091                                 | 3,5 | 480                    | 0,3 | 18.285              | 12,5 | 145.308   | 100 |
| 1988          | 91.426                 | 70,6 | 19.105                 | 14,8 | 7.842                                 | 6,0 | 630                    | 0,4 | 10.442              | 8,0  | 129.445   | 100 |
| 1989          | 78.259                 | 56,8 | 21.010                 | 15,2 | 6.514                                 | 4,7 | 707                    | 0,5 | 31.146              | 22,6 | 137.636   | 100 |
| 1990          | 86.598                 | 57,1 | 25.830                 | 17,0 | 6.507                                 | 4,3 | 560                    | 0,4 | 32.027              | 21,2 | 151.522   | 100 |
| 1980-90       | 966.430                | 56,6 | 308.858                | 18,1 | 83.415                                | 4,9 | 10.277                 | 0,6 | 338.735             | 19,8 | 1.707.715 | 100 |



**ΠΙΝΑΚΑΣ 3**

ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΑ

ΜΕΓΕΘΗ: ΑΞΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΟΛ. Η.Π.Α. ΚΑΙ % - ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1985 - 1989

| ΑΞΙΑ<br>ΕΞΑΓΩΓΕΙΣ     | 1985      |       | 1986      |       | 1987      |       | 1988      |       | 1989      |       |
|-----------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|                       | ΑΞΙΑ      | %     | ΑΞΙΑ      | %     | ΑΞΙΑ      | %     | ΑΞΙΑ      | %     | ΑΞΙΑ      | %     |
| ΕΝΟΣΗ ΜΑΣΤΙΧ/ΤΟΝ ΧΙΟΥ | 1.642.194 | 60,01 | 1.974.644 | 72,52 | 2.818.396 | 77,02 | 2.727.725 | 84,31 | 2.427.749 | 89,87 |
| ΘΗΡΙΑΝΟΣ              | 803.840   | 29,37 | 472.855   | 17,34 | 553.392   | 15,12 | 350.426   | 10,83 | 140.150   | 5,18  |
| ΔΙΑΦΟΡΟΙ              | 290.165   | 10,62 | 275.576   | 10,12 | 287.241   | 7,85  | 156.991   | 4,86  | 133.445   | 4,95  |
| ΣΥΝΟΛΟ                | 2.736.199 | 100   | 2.722.576 | 100   | 3.659.029 | 100   | 3.235.142 | 100   | 2.701.344 | 100   |



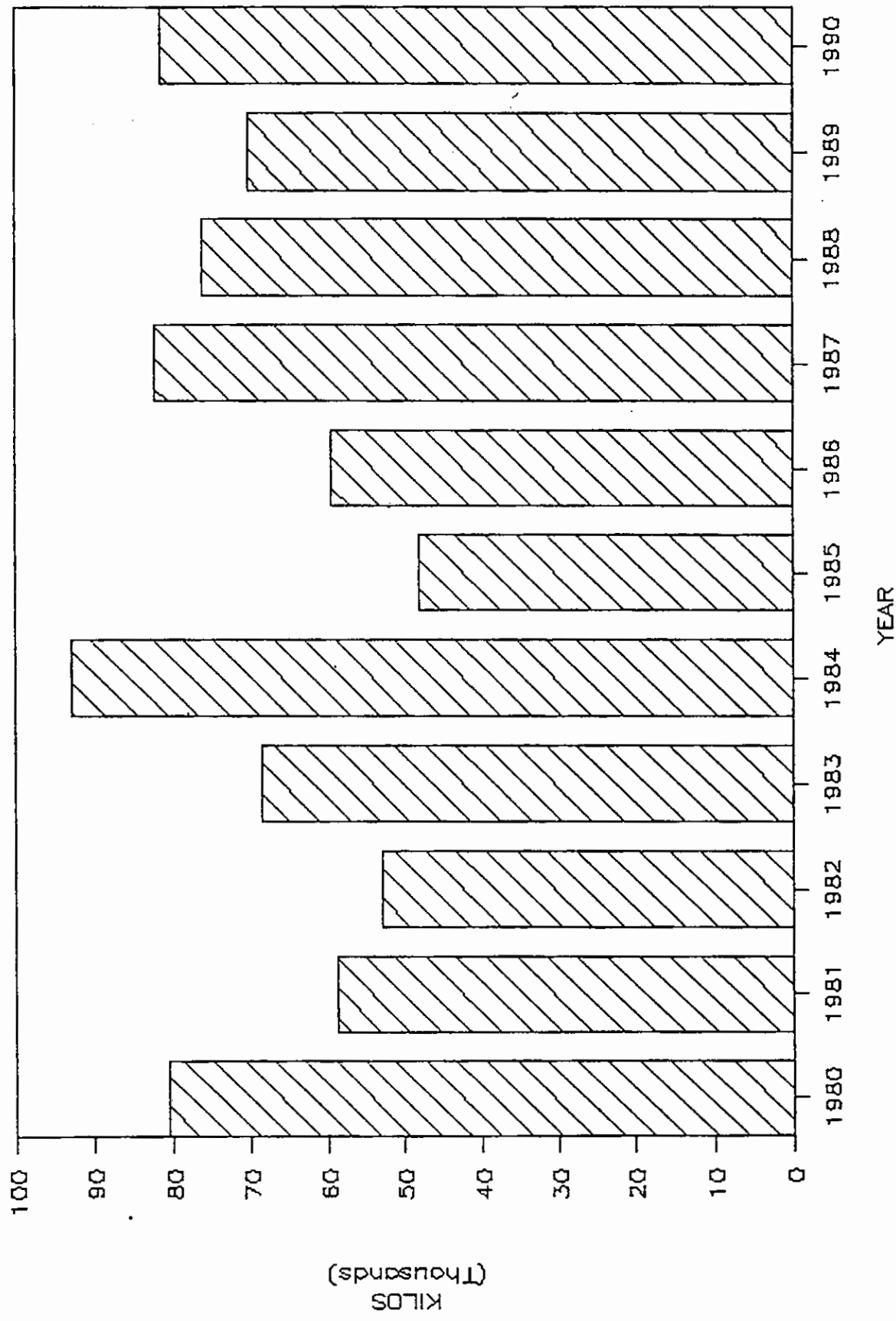


ΠΙΝΑΚΑΣ 5  
 ΣΥΝΟΛΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΑ  
 ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ (%) ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΟΓΚΟΥ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ  
 ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1980-1990

| % ΑΥΞΗΣΗ<br>ΟΓΚΟΥ<br>ΕΞΑΓΩΓΩΝ  | 80-81         | 81-82        | 82-83         | 83-84         | 84-85         | 85-86        | 86-87         | 87-88         | 88-89         | 89-90  |
|--------------------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------|
| <b>ΕΞΑΓΩΓΕΙΣ</b>               |               |              |               |               |               |              |               |               |               |        |
| ΕΝΩΣΗ<br>ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓ.<br>ΧΙΟΥ | -26,86        | -11,49       | +28,13        | +35,34        | -48,35        | +23,64       | +38,60        | -7,21         | -7,75         | +16,00 |
| ΘΗΡΙΑΝΟΣ                       | +81,36        | +18,36       | -27,48        | -34,64        | +139,5        | -40,73       | +9,89         | -36,86        | -59,89        |        |
| ΔΙΑΦΟΡΟΙ                       | -             | -            | +787,5        | +5155,9       | -59,10        | -20,80       | +3,01         | -39,18        | -25,47        |        |
| <b>ΣΥΝΟΛΟ</b>                  | <b>-15,36</b> | <b>-4,62</b> | <b>+12,80</b> | <b>+53,05</b> | <b>-35,96</b> | <b>-0,76</b> | <b>+29,96</b> | <b>-14,17</b> | <b>-14,40</b> |        |

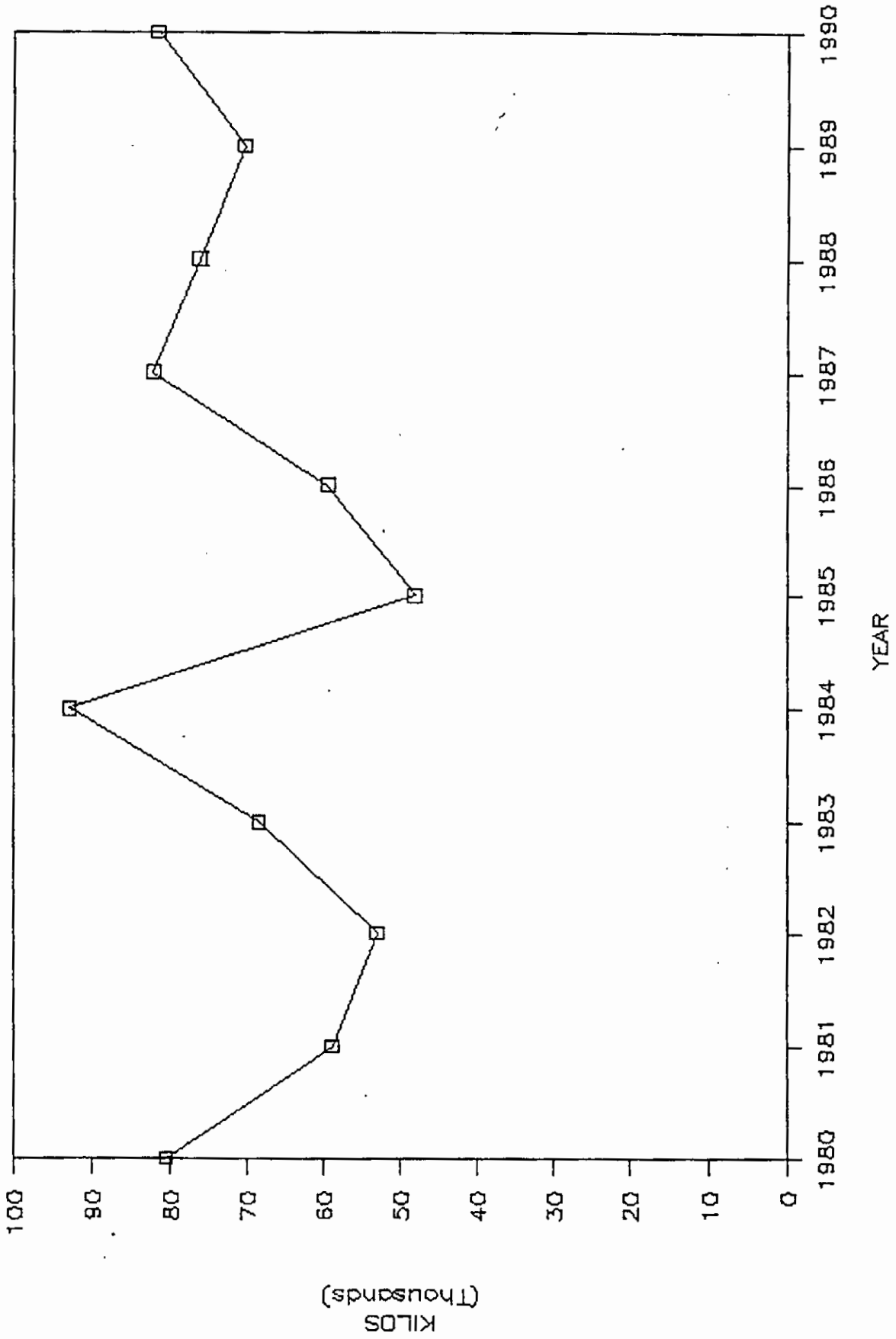
# WORLD EXPORTS

PERIOD: 1980-1990



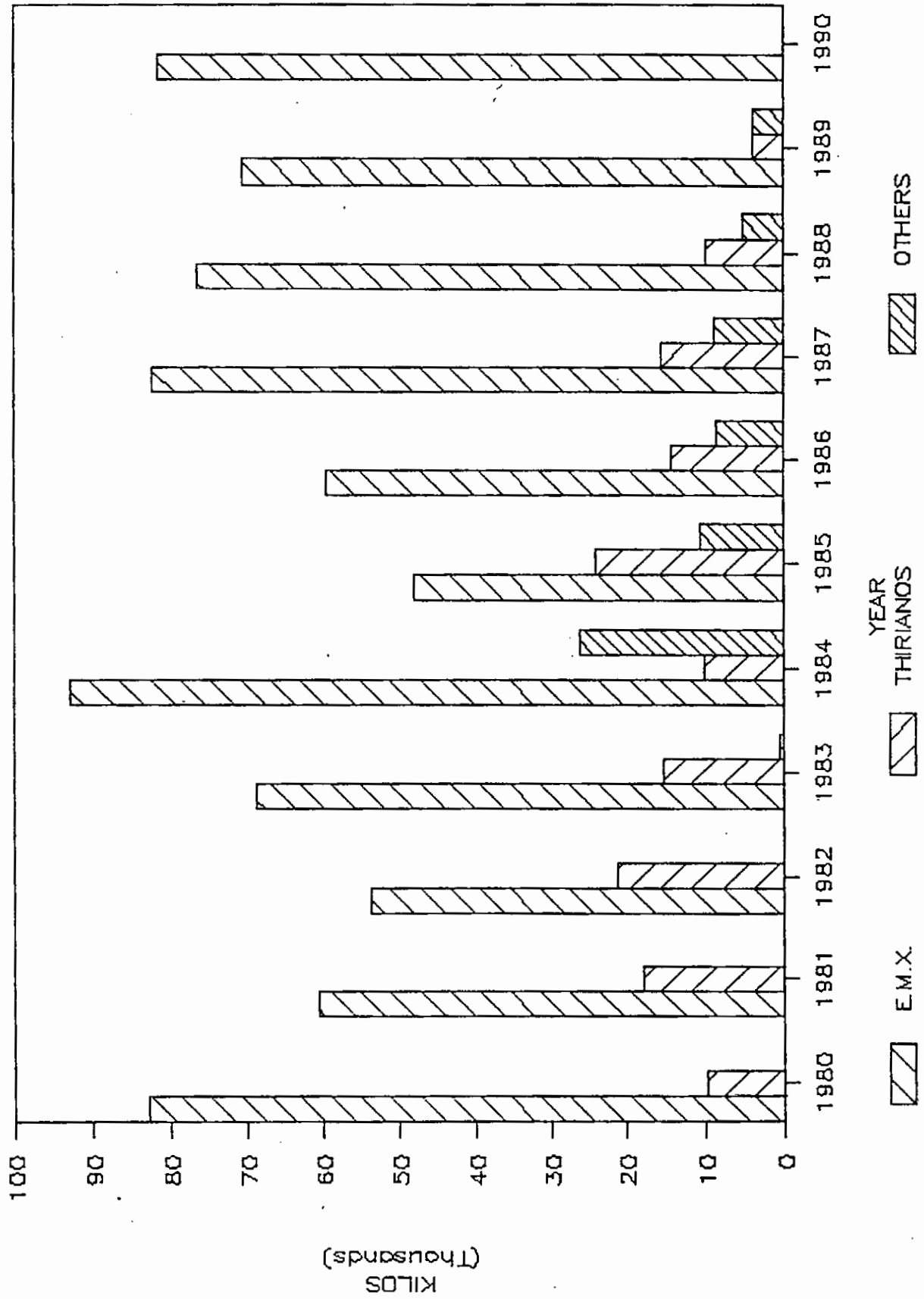
# TOTAL EXPORTS

PERIOD: 1980-1990



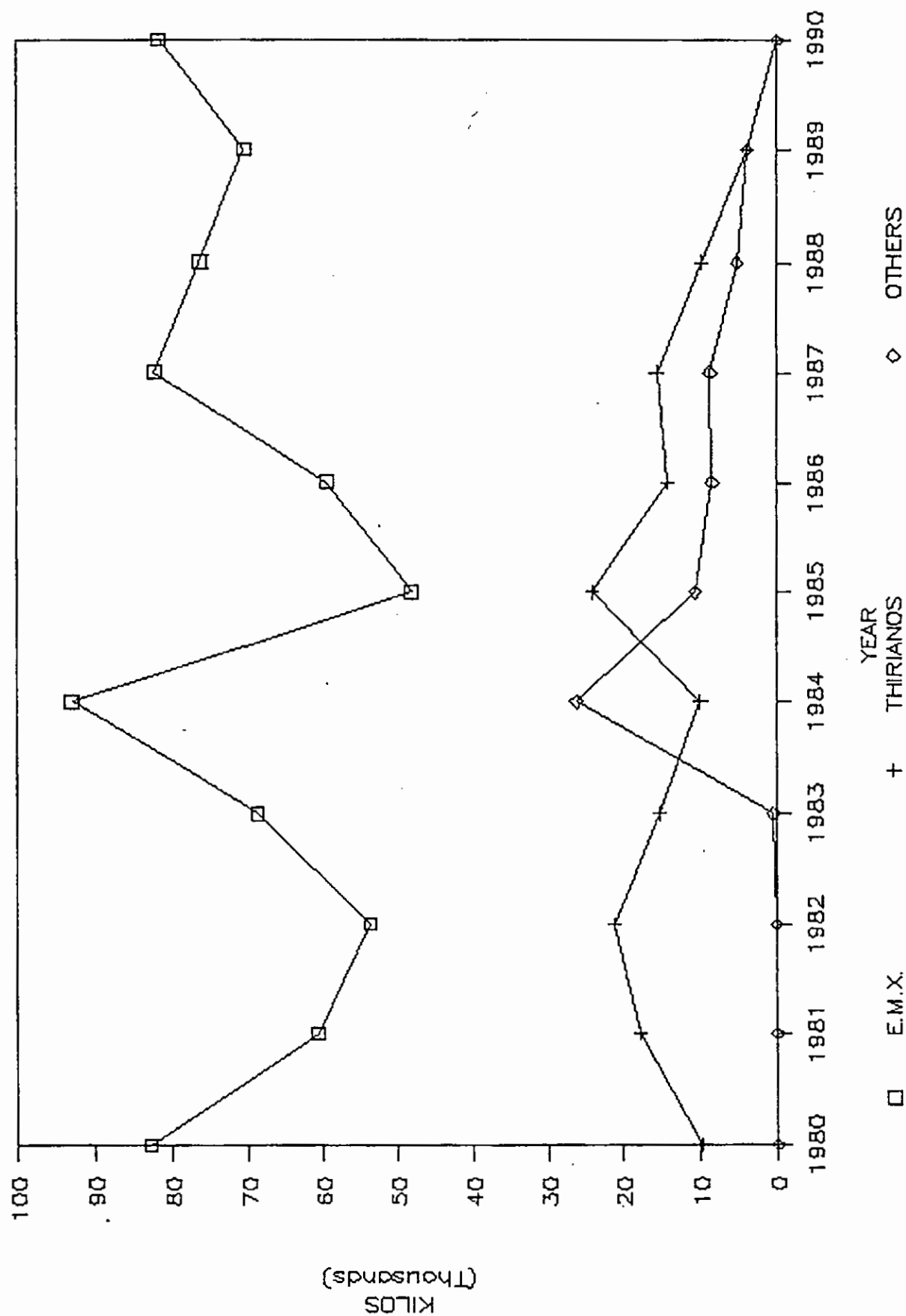
# INDIAL EXPORTS

PERIOD: 1980-1990



# TOTAL EXPORTS

PERIOD: 1980-1990



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ  
ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΖΩΝΗ

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΖΩΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ Ε.Μ.Χ.  
ΠΡΟΙΟΝ: ΜΑΣΤΙΧΑ - ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1980 - 1990 - ΜΕΓΕΘΟΣ: ΟΓΚΟΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

| ΕΤΗ<br>ΕΞΑΓΩΓΕΙΣ                  | 1980 | 1981   | 1982   | 1983   | 1984   | 1985   | 1986   | 1987   | 1988   | 1989   | 1990   | 1980 - 1990 |
|-----------------------------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ <sup>1</sup>     | ΚΙΛΑ | 23.430 | 27.745 | 45.554 | 29.885 | 23.028 | 26.283 | 34.919 | 33.382 | 28.134 | 29.036 | 342.732     |
|                                   | %    | 40,0   | 52,5   | 66,5   | 32,2   | 48,0   | 44,3   | 42,5   | 43,8   | 40,0   | 35,6   | 44,5        |
| ΜΟΥΣΟΥΛΜΑΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ <sup>2</sup> | ΚΙΛΑ | 33.281 | 23.205 | 20.928 | 59.550 | 22.082 | 28.176 | 42.793 | 37.340 | 37.635 | 44.512 | 387.427     |
|                                   | %    | 56,6   | 43,9   | 30,5   | 64,1   | 46,0   | 47,5   | 52,0   | 48,9   | 53,5   | 54,5   | 50,2        |
| ΛΟΙΠΑ ΧΩΡΕΣ <sup>3</sup>          | ΚΙΛΑ | 2.065  | 1.910  | 2.008  | 3.450  | 2.860  | 4.855  | 4.499  | 5.555  | 4.590  | 8.070  | 41.123      |
|                                   | %    | 3,4    | 3,6    | 3,0    | 3,7    | 6,0    | 8,2    | 5,5    | 7,3    | 6,5    | 9,9    | 5,3         |
| ΣΥΝΟΛΟ                            | ΚΙΛΑ | 58.776 | 52.860 | 68.490 | 92.885 | 47.970 | 59.314 | 82.211 | 76.277 | 70.359 | 81.618 | 771.282     |
|                                   | %    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100         |

<sup>1</sup> ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ: Αγγλία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Ελβετία, Ιταλία, Κανάρια Νησιά, Κύπρος, Ρουμανία, Σοβιετική Ένωση.

<sup>2</sup> ΜΟΥΣΟΥΛΜΑΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ: Αίγυπτος, Αλγερία, Αφγανιστάν, Ενωμένα Αραβικά Εμιράτα, Ινδία, Ιορδανία, Ιράκ, Κουβέιτ, Λίβανος, Λιβύη, Μαρόκο, Μαυριτανία, Νότιος Αφρική, Πακιστάν, Σαουδική Αραβία, Συρία, Τζιμπουτί, Τουρκία, Τυνησία.

<sup>3</sup> ΧΩΡΕΣ ΕΙΡΗΝΙΚΟΥ: Αυστραλία, Ενωμένες Πολιτείες Αμερικής, Καναδάς, Σιγκαπούρη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΝΩΣΗΣ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ  
 ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΟΓΚΟΥ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΖΩΝΗ  
 ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1980-1990

| ΧΑΥΕΙΣΗ<br>ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΖΩΝΕΣ | 80-81  | 81-82  | 82-83  | 83-84  | 84-85  | 85-86  | 86-87  | 87-88  | 88-89  | 89-90  |
|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ             | -43,31 | +18,41 | +64,18 | -34,39 | -22,94 | +14,13 | +32,85 | -4,40  | -15,72 | +3,20  |
| ΜΟΥΣΟΥΛΜΑΝΙΚΕΣ<br>ΧΩΡΕΣ      | -12,24 | -30,27 | -9,81  | +184,5 | -62,91 | +27,59 | +51,87 | -12,74 | +0,79  | +18,27 |
| ΧΩΡΕΣ ΕΙΡΗΝΙΚΟΥ              | +63,75 | -7,50  | +5,13  | +71,81 | -17,10 | +69,75 | -7,33  | +23,47 | -17,37 | +75,81 |
| ΣΥΝΟΛΟ                       | -27,00 | -10,06 | +29,56 | +35,61 | -48,35 | +23,64 | +38,60 | -7,21  | -7,75  | +16,00 |



**Π Ι Ν Α Κ Α Σ 3**

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΖΩΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ Ε.Μ.Χ.

ΠΡΟΙΟΝ: ΜΑΣΤΙΧΑ - ΜΕΓΕΘΟΣ: ΑΞΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΟΛ. Η.Π.Α. - ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1985 - 1990

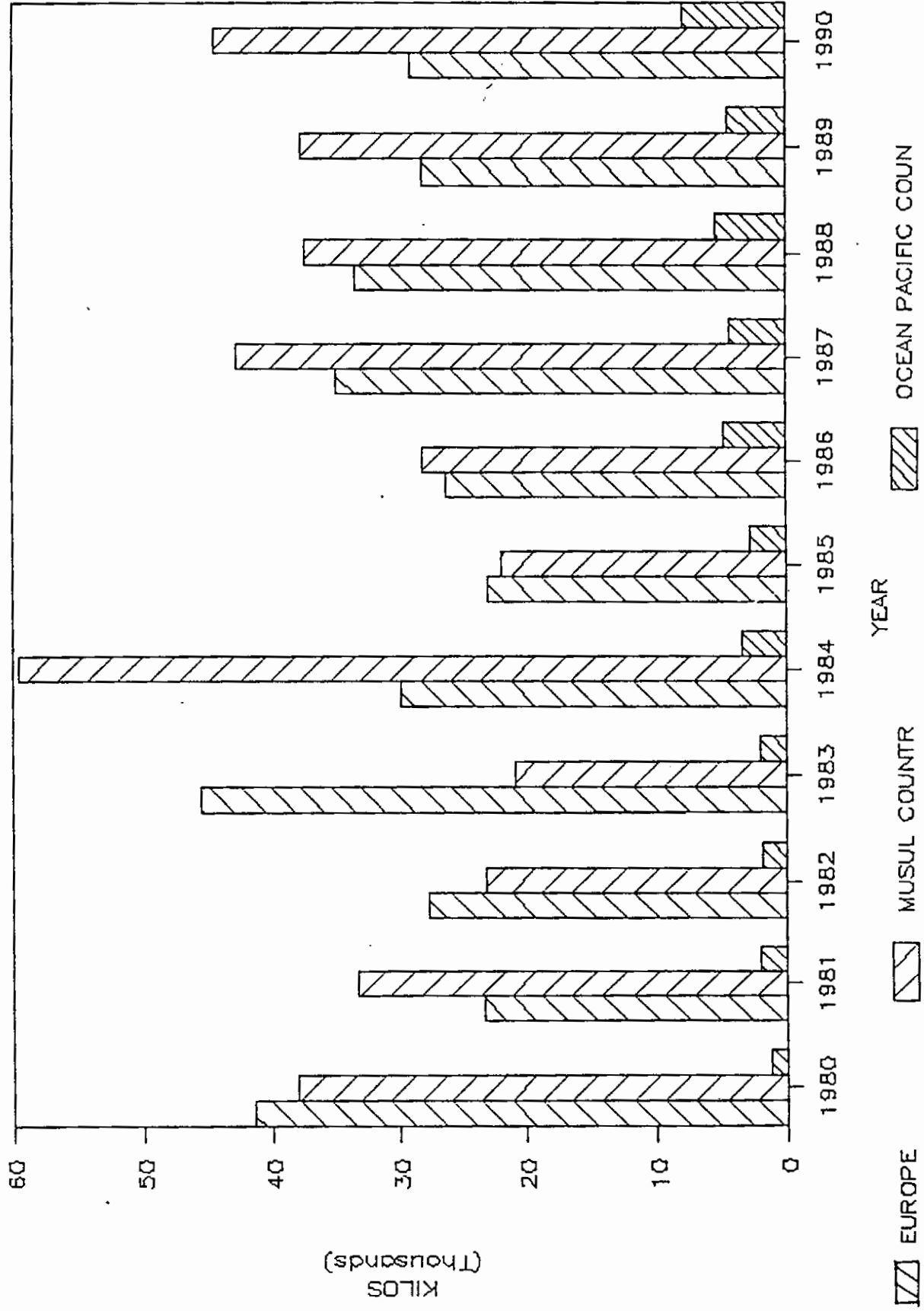
| ΑΞΙΑ                           |      | 1985      | 1986      | 1987      | 1988      | 1989      | 1990      | 1985 - 1990 |
|--------------------------------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΖΩΝΕΣ <sup>1</sup> |      |           |           |           |           |           |           |             |
| ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ               | ΑΞΙΑ | 777.563   | 824.799   | 1.172.016 | 1.129.063 | 905.309   | 962.059   | 5.788.809   |
|                                | %    | 47,34     | 42,68     | 41,58     | 41,39     | 37,29     | 34,01     | 40,14       |
| ΜΟΥΣΟΥΛ/ΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ            | ΑΞΙΑ | 763.054   | 973.586   | 1.486.261 | 1.401.068 | 1.357.784 | 1.586.691 | 7.568.444   |
|                                | %    | 46,46     | 49,30     | 52,73     | 51,36     | 55,92     | 56,09     | 52,48       |
| ΧΩΡΕΣ ΕΙΡΗΝΙΚΟΥ                | ΑΞΙΑ | 101.577   | 158.259   | 160.119   | 197.594   | 164.656   | 279.910   | 1.062.115   |
|                                | %    | 6,20      | 8,02      | 5,64      | 7,25      | 6,79      | 9,90      | 7,38        |
| ΣΥΝΟΛΟ                         | ΑΞΙΑ | 1.642.194 | 1.974.644 | 2.818.396 | 2.727.725 | 2.427.749 | 2.828.660 | 14.419.368  |
|                                | %    | 100       | 100       | 100       | 100       | 100       | 100       | 100         |

<sup>1</sup> Για τις χώρες που αναρτίζονται τις γεωγραφικές ζώνες, βλέπε σημειώσεις Πίνακα Νο 1



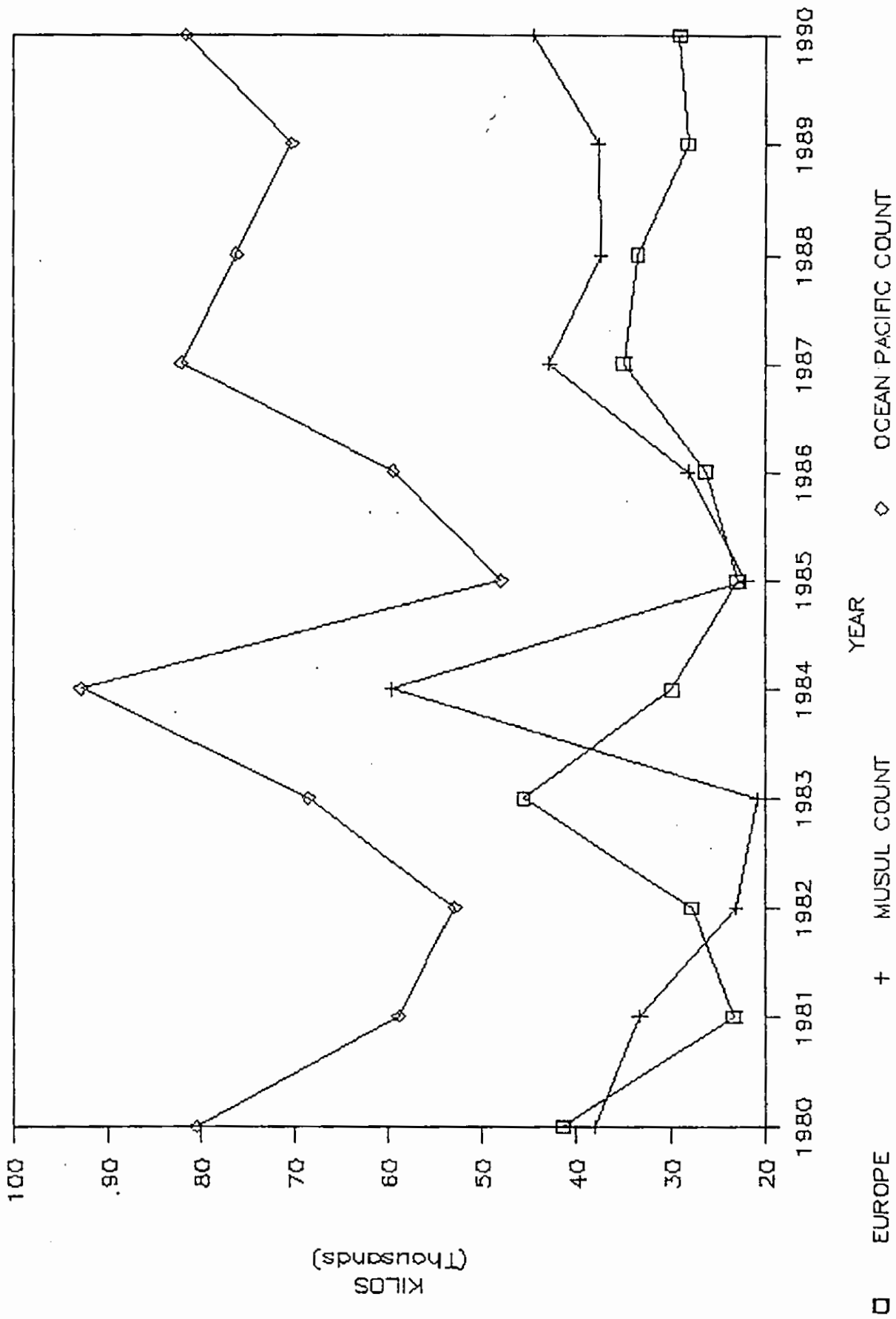
# TOTAL EXPORTS

PERIOD: 1980-1990



# TOTAL EXPORTS

PERIOD: 1980-1990



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3

ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΦΥΣΙΚΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ  
ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1**  
**ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.**  
**ΚΑΙ ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟΝ ΟΓΚΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**  
**ΠΡΟΙΟΝ:ΜΑΣΤΙΧΑ. ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1980 - 1990**

· ΣΕ ΚΙΛΑ ·

| ΕΤΗ                | 1980   | 1981   | 1982   | 1983   | 1984   | 1985   | 1986   | 1987   | 1988   | 1989   | 1990   | 1900-1990 |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| ΑΟΥΔ. ΑΡΑΒΙΑ       | 19.150 | 10.350 | 16.200 | 11.300 | 16.625 | 10.950 | 12.455 | 22.760 | 26.799 | 24.900 | 28.500 | 199.980   |
| ΑΛΛΙΑ              | 22.000 | 6.800  | 13.475 | 27.100 | 20.800 | 14.450 | 18.000 | 22.850 | 18.775 | 19.025 | 14.500 | 197.775   |
| ΒΥΛΓΑΡΙΑ           | 7.000  | 7.200  | 5.540  | 5.760  | 5.100  | 3.000  | -      | 2.200  | 6.800  | -      | 5.200  | 47.800    |
| ΒΥΗ                | 2.500  | 17.500 | -      | -      | 20.000 | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 40.000    |
| ΕΡΜΑΝΙΑ            | 2.400  | 2.500  | 1.600  | 3.275  | 1.510  | 1.000  | 3.000  | 6.500  | 2.500  | 4.200  | 1.200  | 29.685    |
| ΑΝΑΡΙΑ ΝΗΣΙΑ       | 4.750  | 1.000  | 3.700  | 5.000  | -      | -      | -      | 2.000  | 2.500  | 1.000  | 3.500  | 23.450    |
| Π.Α.               | 1.007  | 1.557  | 1.910  | 1.500  | 1.900  | 1.600  | 2.275  | 1.989  | 2.295  | 2.050  | 4.250  | 22.333    |
| ΔΥΡΚΙΑ             | -      | -      | -      | -      | 13.000 | 600    | 5.300  | 1.031  | 725    | -      | 1.350  | 22.006    |
| ΔΥΒΕΙΤ             | 3.840  | 1.000  | 1.250  | 800    | 2.000  | 500    | 1.900  | 1.940  | 1.540  | 2.030  | 1.550  | 18.350    |
| ΕΚΑΠΟΥΡΗ           | 254    | 508    | -      | 508    | 1.550  | 1.000  | 2.530  | 2.400  | 3.200  | 2.440  | 3.720  | 18.110    |
| ΕΡΟΚΟ              | 1.770  | -      | 1.400  | 2.510  | 2.010  | 1.920  | 2.400  | 175    | 800    | 2.100  | 1.750  | 16.835    |
| Η.ΑΡ.ΕΜΙΡΑΤΑ       | 150    | -      | 1.100  | 750    | 1.320  | 1.150  | 2.276  | 1.900  | 3.050  | 3.130  | 1.900  | 16.726    |
| ΥΠΡΟΣ              | 350    | 1.820  | 50     | 919    | 2.125  | 1.000  | 1.650  | 1.757  | 1.450  | 2.200  | 2.200  | 15.521    |
| ΕΒΑΝΟΣ             | 4.000  | 603    | 1.585  | 1.990  | 1.600  | 300    | 600    | 450    | 1.570  | 825    | 1.311  | 14.834    |
| ΟΒ.ΕΝΩΣΗ           | 3.000  | 3.000  | 2.000  | 2.000  | -      | 2.400  | 2.400  | -      | -      | -      | -      | 14.800    |
| ΕΥΠΤΟΣ             | -      | -      | -      | 250    | 500    | 1.660  | -      | 7.100  | -      | 3.000  | 1.638  | 14.148    |
| ΕΚΙΣΤΑΝ            | 930    | 1.168  | 762    | 508    | 1.016  | 1.491  | 1.200  | 2.000  | 1.000  | 500    | 1.492  | 12.067    |
| ΕΚΙΑ               | 2.336  | 660    | 508    | 1.520  | 254    | 552    | 1.100  | 700    | 800    | 400    | 500    | 9.330     |
| ΕΚΓΑΙΑ             | 1.386  | 710    | 880    | 600    | 100    | 608    | 763    | 1.325  | 537    | 149    | 1.311  | 8.360     |
| ΕΚΑΙΑ              | 450    | 400    | 500    | 900    | 200    | 570    | 470    | 475    | 750    | 500    | 800    | 6.015     |
| ΕΚΡΑΝΙΑ            | 600    | -      | 300    | -      | 725    | 905    | 945    | 900    | 656    | 750    | -      | 5.781     |
| ΕΚΝΗΣΙΑ            | -      | -      | 100    | 1.300  | 200    | -      | -      | 1.260  | 400    | -      | 2.000  | 5.260     |
| ΕΚΥΡΙΑ             | 2.649  | 2.000  | -      | -      | -      | -      | -      | 300    | -      | -      | -      | 4.949     |
| ΕΚΥΡΙΤΑΝΙΑ         | -      | -      | -      | -      | -      | 550    | -      | -      | -      | -      | 1.500  | 2.050     |
| ΕΚΒΕΤΙΑ            | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 20     | 1.040  | -      | 1.060     |
| ΕΚΓΕΡΙΑ            | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 1.021  | 1.021     |
| ΕΚΓΑΝΙΣΤΑΝ         | -      | -      | -      | -      | -      | 1.000  | -      | -      | -      | -      | -      | 1.000     |
| ΕΚΥΣΤΡΑΛΙΑ         | -      | -      | -      | -      | -      | 200    | 50     | 110    | 50     | 100    | 100    | 620       |
| ΕΚΖΙΠΟΥΤΙ          | -      | -      | -      | -      | 300    | 210    | -      | -      | -      | -      | -      | 510       |
| ΕΚΑΚ               | -      | -      | -      | -      | -      | 294    | -      | -      | -      | -      | -      | 294       |
| ΕΚΟΥΜΑΝΙΑ          | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 275    | 275       |
| ΕΚΑΝΙΑ             | -      | -      | -      | -      | 50     | -      | -      | -      | 50     | -      | 50     | 150       |
| ΕΚΑΦΡΙΚΗ           | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 77     | -      | -      | -      | 77        |
| ΕΚΑΝΑΔΑΣ           | -      | -      | -      | -      | -      | 60     | -      | -      | -      | -      | -      | 60        |
| ΕΚΕΛΓΙΟ            | -      | -      | -      | -      | -      | -      | -      | 12     | -      | 20     | -      | 32        |
| ΣΥΝΟΛΟ<br>35 ΧΩΡΩΝ | 80.522 | 58.776 | 52.860 | 68.490 | 92.885 | 47.970 | 59.314 | 82.211 | 76.277 | 70.359 | 81.618 | 771.282   |



**ΠΙΝΑΚΑΣ 3**  
**ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ Ε.Μ.Χ. ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΟΓΚΟΥ ΤΩΝ**  
**ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΑΝΑ ΧΩΡΑ. ΠΡΟΙΟΝ: ΜΑΣΤΙΧΑ. ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1980-1990**

· ΣΕ ΚΙΛΑ ·

| ΧΩΡΕΣ                        | ΕΤΗ | 80-81   | 81-82   | 82-83   | 83-84   | 84-85   | 85-86   | 86-87   | 87-88   | 88-89   | 89-90   |
|------------------------------|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ΣΑΟΥΔ. ΑΡΑΒΙΑ                |     | - 49,95 | +56,52  | -30,24  | +47,12  | -34,13  | +13,74  | +82,73  | +17,74  | -07,08  | +14,45  |
| ΓΑΛΛΙΑ                       |     | - 69,09 | +98,16  | +101,11 | -23,24  | -30,52  | +24,56  | +26,94  | -17,83  | +1,33   | -23,78  |
| ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ                    |     | + 2,85  | -23,05  | +3,95   | -11,45  | -41,17  | -       | -       | +209,09 | -       | -       |
| ΛΙΒΥΗ                        |     | +600,0  | -       | -       | -       | -       | -       | -       | -       | -       | -       |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ                     |     | + 4,16  | -36,00  | +104,68 | -53,98  | -33,77  | +200,0  | +116,66 | -61,53  | +68,00  | -71,42  |
| ΚΑΝΑΡΙΑ ΝΗΣΙΑ                |     | - 78,94 | +27,00  | +35,13  | -       | -       | -       | -       | +25,00  | -60,00  | +25,00  |
| Η.Π.Α.                       |     | + 54,61 | +22,67  | -21,46  | +26,66  | -15,78  | +42,18  | -12,57  | +15,38  | -10,67  | +107,31 |
| ΤΟΥΡΚΙΑ                      |     | -       | -       | -       | -       | -95,38  | +783,33 | -80,54  | -29,67  | -       | -       |
| ΚΟΥΒΕΙΤ                      |     | - 73,95 | +25,00  | -36,00  | +150,0  | -75,00  | +280,0  | +2,10   | -20,61  | +31,81  | -23,64  |
| ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ                   |     | +100,0  | -       | -       | +205,11 | -35,48  | +153,0  | -05,13  | +33,33  | -23,75  | +52,45  |
| ΜΑΡΟΚΟ                       |     | -       | -       | +79,28  | -19,92  | -4,47   | +25,00  | -92,70  | +357,14 | +162,50 | -16,66  |
| ΗΝ.ΑΡ.ΕΜΙΡΑΤΑ                |     | -       | -       | -31,80  | +76,00  | -12,87  | +97,91  | -16,52  | +60,52  | +2,62   | -39,29  |
| ΚΥΠΡΟΣ                       |     | +420,0  | -97,20  | +1738,0 | +131,22 | -52,94  | +65,00  | +6,48   | -17,47  | +51,72  | 0,00    |
| ΛΙΒΑΝΟΣ                      |     | - 84,92 | +162,85 | +25,55  | -19,59  | -81,25  | +100,00 | -25,00  | +248,88 | -47,45  | +58,90  |
| ΣΟΒ.ΕΝΩΣΗ                    |     | 0,00    | -33,33  | 0,00    | -       | -       | 0,00    | -       | -       | -       | -       |
| ΑΙΓΥΠΤΟΣ                     |     | -       | -       | -       | +100,00 | +232,0  | -       | -       | -       | -       | +45,40  |
| ΠΑΚΙΣΤΑΝ                     |     | + 25,59 | -34,76  | -33,33  | +100,00 | +46,75  | -19,51  | +66,66  | -50,00  | -50,00  | +198,40 |
| ΙΝΔΙΑ                        |     | - 71,74 | -23,03  | +199,21 | -83,28  | +117,32 | +99,27  | -36,36  | +14,28  | -50,00  | +25,00  |
| ΑΓΓΛΙΑ                       |     | - 48,77 | +23,94  | -31,81  | -83,33  | +508,0  | +25,49  | +73,65  | -59,47  | -72,25  | +779,86 |
| ΙΤΑΛΙΑ                       |     | - 11,11 | +25,00  | +80,00  | -77,77  | +185,0  | -17,54  | +1,06   | +57,89  | -33,33  | +60,00  |
| ΙΟΥΡΔΑΝΙΑ                    |     | -       | -       | -       | -       | +24,82  | +4,41   | -4,76   | -27,11  | +14,32  | -       |
| ΤΥΝΗΣΙΑ                      |     | -       | -       | +1200,0 | -84,61  | -       | -       | -       | -68,25  | -       | -       |
| ΣΥΝΟΛΟ<br>ΕΞΑΓΩΓΩΝ<br>Ε.Μ.Χ. |     | - 27,00 | -10,06  | +29,56  | +35,61  | -48,35  | +23,64  | +38,60  | -7,21   | -7,75   | +16,00  |



**ΠΙΝΑΚΑΣ 4**

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.  
ΠΡΟΙΟΝ: ΜΑΣΤΙΧΑ - ΜΕΓΕΘΟΣ: ΑΞΙΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΕ ΔΟΛ. Η.Π.Α.  
ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1895 - 1990

| ΧΩΡΕΣ         | 1985      | 1986      | 1987      | 1988      | 1989      | 1990      | 1985-1990  |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| ΣΑΟΥΔ. ΑΡΑΒΙΑ | 398.800   | 460.199   | 884.848   | 1.019.152 | 917.080   | 1.060.550 | 4.740.629  |
| ΓΑΛΛΙΑ        | 478.322   | 565.990   | 734.068   | 628.233   | 645.072   | 502.800   | 3.554.485  |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ      | 37.200    | 104.600   | 188.800   | 93.000    | 129.400   | 45.350    | 598.350    |
| ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ     | 100.200   | -         | 69.080    | 227.120   | -         | 176.800   | 573.200    |
| Η.Π.Α.        | 58.685    | 79.480    | 71.475    | 83.904    | 75.460    | 161.262   | 530.266    |
| ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ    | 34.000    | 86.653    | 84.884    | 111.230   | 86.376    | 114.788   | 517.931    |
| ΗΝ.ΑΡ.ΕΜΙΡΑΤΑ | 41.820    | 85.666    | 60.929    | 117.888   | 117.660   | 75.140    | 499.103    |
| ΑΙΓΥΠΤΟΣ      | 40.670    | -         | 238.370   | -         | 84.000    | 47.095    | 410.135    |
| ΚΟΥΒΕΙΤ       | 13.950    | 71.530    | 76.495    | 60.420    | 79.890    | 60.475    | 362.760    |
| ΚΑΝΑΡΙΑ ΝΗΣΙΑ | -         | -         | 69.800    | 88.600    | 35.500    | 128.900   | 322.800    |
| ΜΑΡΟΚΟ        | 64.143    | 75.280    | 4.910     | 27.500    | 71.700    | 63.225    | 306.758    |
| ΠΑΚΙΣΤΑΝ      | 51.612    | 39.180    | 60.000    | 30.000    | 15.000    | 44.760    | 240.552    |
| ΤΟΥΡΚΙΑ       | 17.390    | 139.010   | 30.450    | 22.112    | -         | 17.490    | 226.452    |
| ΚΥΠΡΟΣ        | 30.195    | 44.381    | 51.010    | 41.312    | 36.450    | 15.062    | 218.410    |
| ΣΟΒ.ΕΝΩΣΗ     | 89.400    | 84.000    | -         | -         | -         | -         | 173.400    |
| ΑΓΓΛΙΑ        | 21.450    | 27.339    | 41.797    | 19.910    | 4.880     | 51.720    | 167.096    |
| ΛΙΒΑΝΟΣ       | 10.440    | 18.840    | 15.374    | 55.875    | 30.174    | 29.558    | 160.261    |
| ΙΟΥΔΑΝΙΑ      | 32.960    | 36.390    | 36.185    | 24.720    | 27.880    | -         | 158.135    |
| ΙΝΔΙΑ         | 19.967    | 37.717    | 24.615    | 29.200    | 14.400    | 18.800    | 144.699    |
| ΙΤΑΛΙΑ        | 20.796    | 16.489    | 17.074    | 28.312    | 18.875    | 31.130    | 132.676    |
| ΤΥΝΗΣΙΑ       | -         | -         | 40.975    | 14.200    | -         | 71.200    | 126.375    |
| ΜΑΥΡΥΤΑΝΙΑ    | 17.677    | -         | -         | -         | -         | 58.400    | 76.077     |
| ΑΛΓΕΡΙΑ       | -         | -         | -         | -         | -         | 39.997    | 39.997     |
| ΑΦΓΑΝΙΣΤΑΝ    | 36.650    | -         | -         | -         | -         | -         | 36.650     |
| ΕΛΒΕΤΙΑ       | -         | -         | -         | 716       | 34.432    | -         | 35.148     |
| ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ     | 6.660     | 1.900     | 3.760     | 2.460     | 2.820     | 3.860     | 21.460     |
| ΙΡΑΚ          | 11.294    | -         | -         | -         | -         | -         | 11.294     |
| ΣΥΡΙΑ         | -         | -         | 10.560    | -         | -         | -         | 10.560     |
| ΡΟΥΜΑΝΙΑ      | -         | -         | -         | -         | -         | 8.387     | 8.387      |
| ΤΖΙΠΟΥΤΙ      | 5.680     | -         | -         | -         | -         | -         | 5.680      |
| ΔΑΝΙΑ         | -         | -         | -         | 1.860     | -         | 1.910     | 3.770      |
| Ν.ΑΦΡΙΚΗ      | -         | -         | 2.520     | -         | -         | -         | 2.520      |
| ΚΑΝΑΔΑΣ       | 2.232     | -         | -         | -         | -         | -         | 2.232      |
| ΒΕΛΓΙΟ        | -         | -         | 387       | -         | 700       | -         | 1.087      |
| ΣΥΝΟΛΟ        | 1.642.194 | 1.974.644 | 2.818.396 | 2.727.725 | 2.427.749 | 2.828.660 | 14.419.309 |



**ΠΙΝΑΚΑΣ 5**  
**ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.**  
**ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΚΑΘΕ ΧΩΡΑΣ ΕΠΙ ΤΗΣ ΑΞΙΑΣ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**  
**ΠΡΟΙΟΝ: ΜΑΣΤΙΧΑ - ΠΕΡΙΟΔΟΣ: 1895 - 1990**

| ΧΩΡΕΣ           | ΕΤΗ | 1985  | 1986  | 1987  | 1988  | 1989  | 1990  | 1985-1990 |
|-----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| ΣΑΟΥΔ. ΑΡΑΒΙΑ   |     | 24,29 | 23,30 | 31,39 | 37,36 | 37,77 | 37,49 | 32,87     |
| ΓΑΛΛΙΑ          |     | 29,13 | 28,66 | 26,04 | 23,03 | 26,57 | 17,77 | 24,65     |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ        |     | 2,26  | 5,29  | 6,69  | 3,40  | 5,33  | 1,60  | 4,15      |
| ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ       |     | 6,10  | -     | 2,45  | 8,32  | -     | 6,25  | 3,97      |
| Η.Π.Α.          |     | 3,57  | 4,02  | 2,54  | 3,07  | 3,10  | 5,70  | 3,67      |
| ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ      |     | 2,07  | 4,39  | 3,01  | 4,07  | 3,55  | 4,05  | 3,59      |
| ΗΝ.ΑΡΑΒ.ΕΜΙΡΑΤΑ |     | 2,54  | 4,84  | 2,16  | 4,32  | 4,84  | 2,65  | 3,46      |
| ΑΙΓΥΠΤΟΣ        |     | 2,48  | -     | 8,45  | -     | 3,45  | 1,66  | 2,84      |
| ΚΟΥΒΕΙΤ         |     | 0,85  | 3,62  | 2,71  | 2,21  | 3,29  | 2,13  | 2,51      |
| ΚΑΝΑΡΙΑ ΝΗΣΙΑ   |     | -     | -     | 2,47  | 3,24  | 1,46  | 4,55  | 2,23      |
| ΜΑΡΟΚΟ          |     | 3,90  | 3,81  | 0,17  | 1,00  | 2,95  | 2,23  | 2,12      |
| ΠΑΚΙΣΤΑΝ        |     | 3,14  | 1,98  | 2,12  | 1,09  | 0,61  | 1,58  | 1,66      |
| ΤΟΥΡΚΙΑ         |     | 1,06  | 7,04  | 1,08  | 0,81  | -     | 0,61  | 1,57      |
| ΚΥΠΡΟΣ          |     | 1,84  | 2,24  | 1,80  | 1,51  | 1,50  | 0,53  | 1,51      |
| ΣΟΒ.ΕΝΩΣΗ       |     | 5,44  | 4,25  | -     | -     | -     | -     | 1,20      |
| ΑΓΓΛΙΑ          |     | 1,30  | 1,38  | 1,48  | 0,72  | 0,20  | 1,82  | 1,15      |
| ΛΙΒΑΝΟΣ         |     | 0,63  | 0,95  | 0,54  | 2,04  | 1,24  | 1,04  | 1,11      |
| ΙΟΡΔΑΝΙΑ        |     | 2,00  | 1,84  | 1,28  | 0,90  | 1,14  | -     | 1,09      |
| ΙΝΔΙΑ           |     | 1,21  | 1,91  | 0,87  | 1,07  | 0,59  | 0,66  | 1,00      |
| ΙΤΑΛΙΑ          |     | 1,27  | 0,83  | 0,60  | 1,03  | 0,77  | 1,10  | 0,92      |
| ΤΥΝΗΣΙΑ         |     | -     | -     | 1,14  | 0,52  | -     | 2,51  | 0,87      |
| ΜΑΥΡΥΤΑΝΙΑ      |     | 1,08  | -     | -     | -     | -     | 2,06  | 0,52      |
| ΑΛΓΕΡΙΑ         |     | -     | -     | -     | -     | -     | 1,41  | 0,27      |
| ΑΦΓΑΝΙΣΤΑΝ      |     | 2,23  | -     | -     | -     | -     | -     | 0,25      |
| ΕΛΒΕΤΙΑ         |     | -     | -     | -     | 0,02  | 1,41  | -     | 0,24      |
| ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ       |     | 0,40  | 0,09  | 0,13  | 0,09  | 0,11  | 0,14  | 0,14      |
| ΙΡΑΚ            |     | 0,69  | -     | -     | -     | -     | -     | 0,07      |
| ΣΥΡΙΑ           |     | -     | -     | 0,37  | -     | -     | -     | 0,07      |
| ΡΟΥΜΑΝΙΑ        |     | -     | -     | -     | -     | -     | 0,29  | 0,05      |
| ΤΖΙΠΟΥΤΙ        |     | 0,34  | -     | -     | -     | -     | -     | 0,03      |
| ΔΑΝΙΑ           |     | -     | -     | -     | 0,06  | -     | 0,06  | 0,03      |
| Ν.ΑΦΡΙΚΗ        |     | -     | -     | 0,08  | -     | -     | -     | 0,02      |
| ΚΑΝΑΔΑΣ         |     | 0,13  | -     | -     | -     | -     | -     | 0,01      |
| ΒΕΛΓΙΟ          |     | -     | -     | 0,01  | -     | 0,02  | -     | 0,00      |
| ΣΥΝΟΛΟ          |     | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100   | 100       |

## ΠΙΝΑΚΑΣ 7

ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ Ε.Μ.Χ. - ΠΡΟΙΟΝ ΜΑΣΤΙΧΑ  
ΜΕΓΕΘΟΣ: ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΑΝΑ ΚΙΛΟ ΣΕ \$ Η.Π.Α. - ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1985-1990

| ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ<br>ΧΩΡΕΣ | 1985  | 1986  | 1987  | 1988  | 1989  | 1990  |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Σ.ΑΡΑΒΙΑ           | 36,42 | 36,94 | 38,87 | 38,02 | 36,83 | 37,21 |
| ΓΑΛΛΙΑ             | 33,10 | 31,44 | 33,12 | 33,46 | 33,90 | 34,67 |
| ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ          | 33,40 | ---   | 31,40 | 33,40 | ---   | 34,00 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ           | 37,20 | 34,86 | 29,04 | 37,20 | 30,80 | 37,79 |
| ΚΑΝΑΡΙΑ Ν.         | ---   | ---   | 34,90 | 35,44 | 35,50 | 36,82 |
| Η.Π.Α.             | 36,67 | 34,93 | 35,91 | 36,55 | 36,80 | 37,94 |
| ΤΟΥΡΚΙΑ            | 28,98 | 26,22 | 29,53 | 30,50 | ---   | 12,95 |
| ΚΟΥΒΕΙΤ            | 27,90 | 37,64 | 39,43 | 39,23 | 39,35 | 39,01 |
| ΣΥΓΚΑΠΟΥΡΗ         | 34,00 | 34,25 | 35,36 | 34,75 | 35,40 | 30,85 |
| ΜΑΡΟΚΟ             | 33,40 | 31,36 | 28,05 | 34,37 | 34,14 | 36,12 |
| ΗΝ.ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡ.   | 36,36 | 37,63 | 32,06 | 38,65 | 37,59 | 39,50 |
| ΚΥΠΡΟΣ             | 30,19 | 26,89 | 29,03 | 28,49 | 16,56 | 6,84  |
| ΛΙΒΑΝΟΣ            | 34,80 | 31,40 | 34,16 | 35,58 | 36,57 | 22,54 |
| Σ.ΕΝΩΣΗ            | 37,25 | 35,00 | ---   | ---   | ---   | ---   |
| ΑΙΓΥΠΤΟΣ           | 24,50 | ---   | 33,57 | ---   | 28,00 | 28,75 |
| ΠΑΚΙΣΤΑΝ           | 34,60 | 32,65 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | 30,00 |
| ΙΝΔΙΑ              | 36,14 | 34,28 | 35,16 | 36,50 | 36,00 | 37,60 |
| ΑΓΓΛΙΑ             | 35,27 | 35,83 | 31,52 | 37,03 | 32,70 | 39,44 |
| ΙΤΑΛΙΑ             | 36,46 | 35,08 | 35,94 | 37,75 | 37,75 | 38,91 |
| ΙΟΡΔΑΝΙΑ           | 36,41 | 38,50 | 40,20 | 37,68 | 37,17 | ---   |
| ΤΥΝΗΣΙΑ            | ---   | ---   | 32,52 | 35,50 | ---   | 35,60 |
| ΣΥΡΙΑ              | ---   | ---   | 35,20 | ---   | ---   | ---   |
| ΜΑΥΡΙΤΑΝΙΑ         | 32,14 | ---   | ---   | ---   | ---   | 38,93 |
| ΕΛΒΕΤΙΑ            | ---   | ---   | ---   | 35,80 | 33,10 | ---   |
| ΑΛΓΕΡΙΑ            | ---   | ---   | ---   | ---   | ---   | 39,17 |
| ΑΦΓΑΝΙΣΤΑΝ         | 36,85 | ---   | ---   | ---   | ---   | ---   |
| ΤΖΙΠΟΥΤΙ           | 27,05 | ---   | ---   | ---   | ---   | ---   |
| ΙΡΑΚ               | 38,34 | ---   | ---   | ---   | ---   | ---   |
| ΡΟΥΜΑΝΙΑ           | ---   | ---   | ---   | ---   | ---   | 30,50 |
| ΔΑΝΙΑ              | ---   | ---   | ---   | 37,20 | ---   | 38,20 |
| Ν.ΑΦΡΙΚΗ           | ---   | ---   | 32,64 | ---   | ---   | ---   |
| ΚΑΝΑΔΑΣ            | 37,20 | ---   | ---   | ---   | ---   | ---   |
| ΒΕΛΓΙΟ             | ---   | ---   | 32,26 | ---   | 35,00 | ---   |
| ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ          | 33,90 | 38,00 | 34,18 | 41,00 | 28,20 | 38,60 |