

ΕΝΩΣΗ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ



**ΕΝΩΣΗ  
ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ  
ΧΙΟΥ**

**ΙΣΤΟΡΙΑ - ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

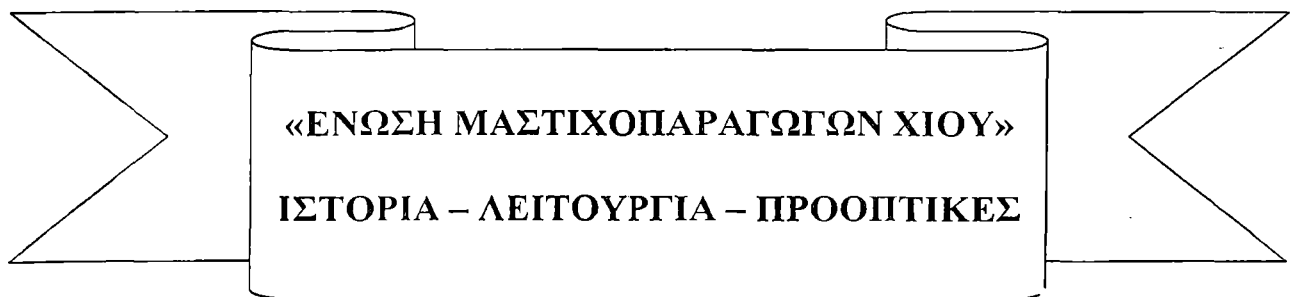
**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ**

**ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ: Σ.Σ.Ο.Ε.**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: κ. ΤΑΣΟΠΟΥΛΟΥ ΕΛΕΝΗ**



**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΓΕΡΟΠΑΝΤΑΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ (7066)**

**ΜΑΡΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ (7261)**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2004**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>	
<b><u>ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΛΑΔΟΥ</u></b>	
1.1. Ιστορικό της μαστίχας.....	9
1.2. Προβλήματα της επιχείρησης.....	11
1.3. Προοπτικές στην παραγωγή μαστίχας.....	14
1.4. Η ιστορία του κλάδου των ζαχαρωδών (τσίχλας).....	15
1.5. Παρουσίαση κλάδου ζαχαρωδών (τσίχλας)-Προοπτικές.....	17
1.6. Προβλήματα του κλάδου ζαχαρωδών (τσίχλας).....	19
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>	
<b><u>ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ</u></b>	
2.1. Ιστορικό επιχείρησης.....	21
2.2.1. Δραστηριότητες.....	21
2.2.2. Διοίκηση της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου.....	22
2.3. Η οργάνωση της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου.....	23
2.4. Λειτουργία Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου.....	24
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>	
<b><u>ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ - ΠΕΛΑΤΕΣ</u></b>	
3.1. Προμηθευτές.....	27
3.2. Πελάτες.....	29
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</b>	
<b><u>ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ</u></b> .....	36
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b>	
<b><u>ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ</u></b>	
5.1. Αγορά στόχος.....	41
5.2. Μίγμα μάρκετινγκ.....	42
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b>	
6.1. Υπηρεσιακή συγκρότηση της Ε.Μ.Χ.....	48
6.2. Πολιτική εργαζομένων.....	49
6.2.1. Κίνητρα παραγωγικότητας.....	50

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

<u>ΓΕΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....</u>	55
---	----

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΕΙΔΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

8.1. Προϊόντα και υπηρεσίες.....	60
8.2. Προϊόντα παραγωγής.....	60
8.2.1. Μαστίχα – Ιδιότητες και χρήσεις.....	60
8.3. Διακίνηση – Διανομή προϊόντων.....	67

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

9.1. Παραγωγική διαδικασία μαστίχας.....	69
9.2. Παραγωγική διαδικασία λοιπών προϊόντων.....	70

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ.....	73
ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ.....	76
ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....	77

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η πτυχιακή εργασία έχει εκπονηθεί με βάση την ένωση συνεταιρισμών «Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου». Η έδρα της επιχείρησης είναι το νησί της Χίου, καθώς είναι η μοναδική περιοχή στον κόσμο όπου παράγεται η φυσική μαστίχα. Η συγκεκριμένη επιχείρηση χρησιμοποιώντας ως πρώτη ύλη την μαστίχα, ασχολείται με την παραγωγή τσίκλας, μαστιχελαίου και μοσχολίβανου. Το γεγονός ότι τα προϊόντα της Ε.Μ.Χ. έχουν περιεκτικότητα σε μαστίχα, προσδίδει στην επιχείρηση συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των ζαχαρωδών. Στα κεφάλαια που ακολουθούν αναλύονται λεπτομερειακά στα στοιχεία του κλάδου για τα δύο βασικά προϊόντα της Ε.Μ.Χ. (μαστίχα, τσίχλα). Σημαντικό θεωρείται επίσης ότι πραγματοποιείται μια εκτενής αναφορά σε γενικά στοιχεία που αφορούν την επιχείρηση όπως το ιστορικό της, οι προμηθευτές και οι πελάτες της, η τιμολογιακή της πολιτική, η πολιτική μάρκετινγκ, η πολιτική εργαζομένων, καθώς και η γενική στρατηγική της επιχείρησης. Στη συνέχεια, αναφορά γίνεται και στα ειδικά στοιχεία της επιχείρησης που σχετίζεται με τους τύπους των προϊόντων που παράγει, την διαδικασία παραγωγής τους και τον μηχανολογικό εξοπλισμό που αυτή απαιτεί.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

« Η μαστίχα ένα δάκρυ που ευφραίνει, αρωματίζει, ανακουφίζει, γιατρεύει ». Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου μετά από πολύχρονους αγώνες κατόρθωσε να έχει την αποκλειστική διάθεση του φυσικού προϊόντος της μαστίχας με αποτέλεσμα να μπορεί να προστατεύει και να προωθεί το εμπόριο της, να αξιοποιεί το προϊόν και να ενισχύει τους παραγωγούς και γενικότερα την παραγωγή.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στα στοιχεία του κλάδου τόσο της μαστίχας όσο και των ζαχαρωδών γενικότερα. Συγκεκριμένα εξετάζεται η ιστορία της χιώτικης μαστίχας από την αρχαιότητα έως σήμερα, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου αναφορικά με τον κλάδο της μαστίχας καθώς και οι προοπτικές που προσφέρονται στην επιχείρηση για περαιτέρω ανάπτυξη και διάδοση του προϊόντος της. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στην ιστορία του κλάδου των ζαχαρωδών και ειδικότερα της τσίχλας, στην υφιστάμενη κατάσταση του κλάδου αυτού καθώς και στις προοπτικές του και τέλος στα προβλήματα που αυτός αντιμετωπίζει.

Στο επόμενο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια αναφορά στα γενικά στοιχεία της επιχείρησης και συγκεκριμένα παρουσιάζεται το ιστορικό της επιχείρησης, η σημερινή δομή και λειτουργία της, η διοίκησης της, καθώς και η υπηρεσιακή συγκρότηση και οργάνωση της.

Ακολουθεί αναφορά στους προμηθευτές της επιχείρησης, οι οποίοι εφοδιάζουν την Ε.Μ.Χ. με πρώτες ύλες για την παραγωγή της τσίχλας, υλικά συσκευασίας, τυπογραφικό χαρτί και μηχανολογικό εξοπλισμό και βρίσκονται εντός και εκτός ελληνικού χώρου. Το ίδιο συμβαίνει και για τους πελάτες της ένωσης. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται ονομαστικά οι πελάτες της ένωσης στον ελληνικό χώρο που είναι κυρίως μεγάλα super-market, φαρμακοβιομηχανίες, ποτοποιίες και βιοτεχνίες ζαχαρωδών. Αναφορικά με τους πελάτες του εξωτερικού, πραγματοποιείται διάκριση σε τρεις γεωγραφικές ζώνες (χώρες Ευρώπης, ζώνη Ειρηνικού, Μουσουλμανικές χώρες) και παρουσιάζονται οι μεγαλύτεροι πελάτες της επιχείρησης στις τρεις μεγαλύτερες εξαγωγικές χώρες, την Γαλλία (χώρες Ευρώπης), τις Η.Π.Α. (ζώνη Ειρηνικού) και την Σαουδική Αραβία (Μουσουλμανικές χώρες).

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζει η Ε.Μ.Χ. για τα δύο κύρια προϊόντα της (τσίχλα, μαστίχα). Καθώς όμως, η μαστίχα είναι το μοναδικό προϊόν στον κόσμο που επεξεργάζεται από μία μόνο επιχείρηση (Ε.Μ.Χ.) ενώ η τσίχλα παράγεται από περισσότερες εταιρείες ζαχαρωδών, γίνεται διάκριση μεταξύ της τιμολογιακής πολιτικής που εφαρμόζεται για κάθε ένα από αυτά τα δύο προϊόντα.

Στο πέμπτο κεφάλαιο εξετάζεται η πολιτική μάρκετινγκ που ακολουθεί η υπό εξέταση επιχείρηση. Συγκεκριμένα ερευνάται το αγοραστικό κοινό στο οποίο απευθύνονται τα προϊόντα που παράγει η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου καθώς

επίσης και οι περιοχές του ελλαδικού χώρου, στις οποίες παρατηρείται η μεγαλύτερη κατανάλωση κυρίως μαστίχας και τσίκλας. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στο μίγμα μάρκετινγκ με το οποίο η επιχείρηση επικοινωνεί με τους ενδιαμέσους φορείς της, τους καταναλωτές και τις διάφορες ομάδες κοινού. Επιπλέον εξετάζονται και τα βασικότερα εργαλεία στα οποία συνίσταται το μίγμα επικοινωνίας της E.M.X.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται η υπηρεσιακή συγκρότηση της E.M.X. Ειδικότερα παραθέτονται στοιχεία που αφορούν τον αριθμό των εργαζομένων και το διαχωρισμό τους σε διάφορους τομείς ανάλογα με τις δραστηριότητες που αναλαμβάνουν. Επιπρόσθετα γίνεται αναφορά στα στελέχη που διαθέτει η υπό εξέταση επιχείρηση καθώς και στην πολιτική εργαζομένων που αυτή εφαρμόζει. Τέλος εξετάζονται τα κίνητρα παραγωγικότητας που πρέπει να παρέχονται στους εργαζομένους προκειμένου να αυξάνεται η παραγωγικότητά τους και να προσελκύνονται στην επιχείρηση εξειδικευμένα και ικανά άτομα.

Στο έβδομο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην γενική στρατηγική που ακολουθεί η επιχείρηση. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφερθεί ότι δύο είναι οι βασικότεροι αντικειμενικοί στόχοι της E.M.X., η προώθηση και αύξηση των πωλήσεων της όπως επίσης και η τεκμηρίωση και ανάδειξη των φαρμακευτικών ιδιοτήτων της φυσικής μαστίχας. Δευτερεύοντες στόχοι της E.M.X. είναι επίσης η αύξηση της παραγωγικότητας της, η όσον το δυνατό καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της, η ύπαρξη περισσότερων της μιας αποκλειστικών αντιπροσωπειών, ο έλεγχος των δαπανών και η σωστή διαχείριση των χρηματοοικονομικών της και τέλος η κατάργηση των ζημιολογών δραστηριοτήτων της.

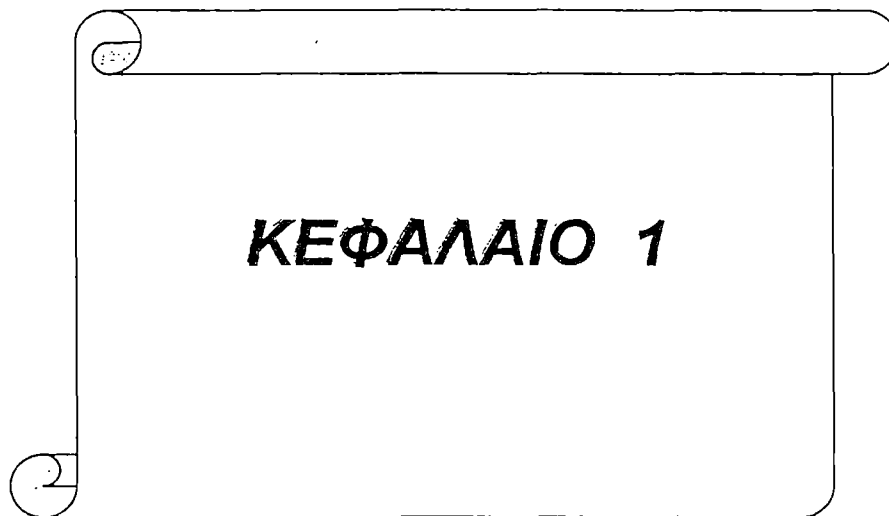
Στο όγδοο κεφάλαιο πραγματοποιείται παρουσίαση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρονται από την υπό εξέταση επιχείρηση. Συγκεκριμένα οι δραστηριότητες της E. M. X. κατηγοριοποιούνται σε τρεις κύριους τομείς , στα προϊόντα παραγωγής, σε προϊόντα εμπορίας και σε υπηρεσίες προς τους παραγωγούς. Στον πρώτο τομέα εξετάζονται οι τύποι και οι συσκευασίες της μαστίχας, της τσίκλας καθώς και των δευτερογενών προϊόντων της επιχείρησης (μαστιχέλαιο, μοσχολίβανο). Επίσης γίνεται αναφορά και στον πρωτογενή και δευτερογενή ποιοτικό έλεγχο που πραγματοποιείται στη μαστίχα τόσο από τους παραγωγούς όσο και από την ένωση. Επιπρόσθετα αναφέρονται και οι λοιπές εμπορικές δραστηριότητες της E.M.X. πέρα από την παραγωγή, επεξεργασία και εμπορία της μαστίχας και των άλλων προϊόντων. Τέλος παρουσιάζονται και δύο προγράμματα που εφαρμόζονται από την επιχείρηση για την προστασία και ενίσχυση της παραγωγής των επιμέρους συνεταιρισμών των μαστιχοπαραγωγών.

Στο επόμενο κεφάλαιο ακολουθεί μια ανάλυση που αφορά τις διαδικασίες που εκτελούνται για την επεξεργασία της μαστίχας και την παραγωγή της τσίκλας και των άλλων προϊόντων στα σύγχρονα εργοστάσια της επιχείρησης.

Στο τελευταίο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις εγκαταστάσεις και τον μηχανολογικό εξοπλισμό της επιχείρησης που είναι απαραίτητος για την επίτευξη της

παραγωγής των προϊόντων της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Συγκεκριμένα, η ένωση διαθέτει κεντρικό κτίριο όπου και βρίσκονται τα γραφεία της διοίκησης και υπόγειες αποθήκες, εργοστάσιο μαστίχας, εργοστάσιο τσίχλας, έξι ελαιουργεία, δύο αποθήκες και ένα πυρηνελαιουργείο σε διαφορετικές περιοχές του νησιού.





## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΛΑΔΟΥ

### 1.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

Η μαστίχα αποτελεί προϊόν του μαστιχοφόρου σχοίνου που ευδοκιμεί αποκλειστικά στο νησί της Χίου. Πρόκειται για ένα είδος ρητίνης που εξάγεται από τις τομές που γίνονται στον κορμό του δέντρου.

Η ιστορία της Χιώτικης Μαστίχας είναι πολύ παλιά και μπορεί να αναζητηθεί στις κλασσικές εποχές. Πολλοί συγγραφείς όπως ο Γαληνός, ο Μαρκέλος, ο Εμπειρικός, ο Διοσκουρίδης, ο Πλήνιος και ο Θεόφραστος από την εποχή του Ηρόδοτου και του Ιπποκράτη κάνουν αναφορά στις θεραπευτικές ιδιότητες της μαστίχας.

Συγκεκριμένα, υπάρχουν στοιχεία που αναφέρουν την χρήση της μαστίχας σαν πάστα για οδοντόκρεμα και σαν φάρμακο για την φλεγμονή του στομάχου από το Σκριμπόνιους Λάργκους κατά τον 1ο μ.Χ. αιώνα καθώς επίσης και την χρησιμοποίηση της σε συνταγές ενάντια στα δαγκώματα φιδιών, στην φλόγωση του στομάχου, των εντέρων και του συκωτιού και ενάντια στην φαλάκρα και την ψώρα από τον Γαληνό κατά τον 2ο μ.Χ. αιώνα. Κατά την διάρκεια του 4ου και 5ου μ.Χ. αιώνα, η μαστίχα Χίου φαίνεται να χρησιμοποιείται ως φάρμακο για την θεραπεία πόνων του στομάχου και της ουροδόχου κύστης σύμφωνα με μαρτυρίες του Μαρκέλου του Εμπειρικού ενώ κατά την ίδια περίοδο, η μαστίχα παρουσιάζεται να έχει θεραπευτικές ιδιότητες ενάντια στη λύσσα, σύμφωνα με τον Κλαύδιο τον Έρμερο.

Ιστορικά στοιχεία φέρουν τον 7ο μ.Χ. αιώνα τον Παύλο τον Αιγινίτη να θεωρεί την μαστίχα Χίου κατάλληλη για το στομάχι, τα έντερα και το συκώτι. Η ένταση της καλλιέργειας του Μαστιχοφόρου Σχοίνου για εμπορική εκμετάλλευση φαίνεται να αρχίζει από την εποχή του

μαρτυρίου του Αγίου Ισιδώρου. Ίσως αυτός να είναι και ο λόγος που η καλλιέργεια του Μαστιχοφόρου Σχοίνου συνδέεται με το μαρτύριο του. Η μαστίχα γίνεται περισσότερο διαδεδομένη από τον 10ο μ.Χ. αιώνα κυρίως από τους ξένους ταξιδιώτες που επισκέπτονται την Χίο και ξεκινάει να συνδέεται με την ιστορία του νησιού μέσα στους επόμενους αιώνες. Η μαστίχα γίνεται εκείνη την περίοδο η αιτία φιλονικιών και πολέμων. Βενετσιάνοι, και Γενουάτες επιδιώκουν την κατάκτηση του νησιού με απώτερο σκοπό την εκμετάλλευση της μαστίχας.

Το 1346 και ενώ το νησί κυριαρχείται από τους Γενουάτες, ιδρύεται από την οικογένεια των Gioustiniani ένα είδος Μετοχικής - Ναυλωτικής - Μονοπωλιακής Επιχείρησης, η περίφημη Μαόνα η οποία ασχολείται με το εμπόριο της μαστίχας.

Η Μαόνα έχει το μονοπώλιο και εμπορεύεται την μαστίχα, σε ορισμένες περιπτώσεις μέσω αντιπροσώπων υπογράφοντας συμβόλαια με εταιρείες της Γένοβας, της Κωνσταντινούπολης, της Αρμενίας, της Αλεξάνδρειας, της Ελλάδας, της Συρίας, της Ρόδου και της Κύπρου. Επιπλέον, η Μαόνα απασχολεί ειδικούς υπαλλήλους και συγκεκριμένα υπαλλήλους για την συγκομιδή, εξεταστές των οποίων η αρμοδιότητα είναι η εξέταση πλοίων για λαθραία μαστίχα, λογαριαστές και επόπτες της Μαστίχας.

Το νησί της Χίου κατακτάται από τους Τούρκους τον 16ο αιώνα και στην ουσία διαιρείται σε δύο μέρη: στα μαστιχοχώρια και στα χωριά που δεν παράγουν μαστίχα. Τα μαστιχοχώρια διοικούνται ανεξάρτητα από την Κεντρική Διοίκηση του νησιού από τον Σακίζ - Εμινί (φοροεισπράκτορα Μαστίχας) με την βοήθεια των λεγόμενων Σακίζ Βεκίλερί (φοροεισπρακτόρων Μαστίχας).

Στην καταστροφή της Χίου το 1822, οι Τούρκοι δείχνουν σεβασμό αρχικά στα μαστιχοχώρια. Μετά όμως από την πυρπόληση της Τουρκικής Ναυαρχίδας από τον Κανάρη, οι Τούρκοι καταστρέφουν οτιδήποτε προκειμένου να εκδικηθούν. Το 1853, τα προνόμια

παραχωρούνται ξανά στα Μαστιχοχώρια. Το 1912, η Χίος απελευθερώνεται από τους Τούρκους και το εμπόριο της μαστίχας γίνεται από ορισμένους εμπόρους τους Φραγκοβαλεντίνους που με τον καιρό εκτοπίζονται από τους Έλληνες οι οποίοι δημιουργούν την « Τάξη των Εμπόρων Μαστίχας ή Μαστιχάδων». Αυτοί είναι υπεύθυνοι για την συγκέντρωση, την επεξεργασία και την εμπορία της μαστίχας σε διάφορες αγορές. Αγοράζουν την μαστίχα από τους παραγωγούς σε χαμηλές τιμές αποκομίζοντας έτσι τεράστια κέρδη.

Το 1938, ο γιατρός Γεώργιος Σταγκούλης μετά από πολύχρονους αγώνες συμβάλλει σημαντικά στην σύσταση της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου (σύμφωνα με τον Αναγκαστικό Νόμο 1390). Είκοσι Πρωτοβάθμιοι Συνεταιρισμοί των Μαστιχοχωρίων αναλαμβάνουν αποκλειστικά την εμπορία της Μαστίχας. Το 1955 ξεκινάει από την Ε.Μ.Χ. έρευνα σχετικά με την παραγωγή τσίχλας από μαστίχα και το 1957 αρχίζει η λειτουργία του πρώτου εργοστασίου παραγωγής τσίχλας. Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου εξακολουθεί σήμερα να έχει την αποκλειστικότητα στο εμπόριο της μαστίχας, να προστατεύει και να αξιοποιεί το προϊόν αυτό και να ενισχύει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο την παραγωγή μαστίχας.

## 1.2. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου έχει την αποκλειστικότητα της διάθεσης και εμπορίας της Μαστίχας. Αποτελεί συνεπώς μονοπώλιο στον κλάδο της μαστίχας αφού είναι η μοναδική ένωση συνεταιρισμών που ασχολείται με την συλλογή, επεξεργασία, τυποποίηση και εμπορία του συγκεκριμένου προϊόντος. Η μοναδικότητα του προϊόντος και η ποικιλία χρήσεων του, δίνουν την δυνατότητα για περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου της μαστίχας. Παρόλα αυτά υπάρχουν κάποια προβλήματα που συνίστανται στην

κατά βάση αποκεντρωτικό. Παρόλα αυτά, είναι τα άτομα που μετατρέπουν το οργανωτικό πλαίσιο σε συγκεντρωτικό καθώς η πλειοψηφία των ατόμων απευθύνεται στην διοίκηση (Πρόεδρο, Διευθυντή).

Στα εργασιακά πλαίσια, το σύστημα που επικρατεί για την αμοιβή των εργαζομένων δημιουργεί προβλήματα στην παραγωγικότητα και αποδοτικότητα τους. Συγκεκριμένα, η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου δεν καθορίζει αύξηση στην αμοιβή ενός εργαζομένου (δηλαδή αύξηση στην αμοιβή που καθορίζεται από την συλλογική σύμβαση εργασίας) με βάση τα χρόνια υπηρεσίας του εργαζομένου στην επιχείρηση, το επίπεδο απόδοσης του και την πείρα του. Μ' αυτόν τον τρόπο, ένας αποδοτικός εργάτης αμοιβεται το ίδιο με έναν λιγότερο αποδοτικό εργάτη. Κατά συνέπεια, δεν παρέχονται οικονομικά κίνητρα στους εργαζόμενους για την αύξηση της παραγωγικότητας και αποδοτικότητας τους. Επιπρόσθετα, ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει τα επίπεδα αποδοτικότητας των εργαζομένων είναι η μονιμότητα τους στις θέσεις εργασίας. Αυτό συμβαίνει γιατί οι εργαζόμενοι εξασφαλίζουν την θέση εργασίας τους και πιθανόν να μην ενδιαφέρονται για την απόδοσή τους.

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα που παρουσιάζεται από την εμπορία της μαστίχας είναι εκείνο που σχετίζεται με την διακίνηση και μεταφορά των προϊόντων. Σε αρκετές περιπτώσεις, λόγω του τόπου εγκατάστασης της Ε.Μ.Χ. και λόγω των άσχημων καιρικών συνθηκών που μπορεί να επικρατούν, δυσχεραίνονται οι μεταφορές των προϊόντων. Επιπλέον, υπάρχουν προβλήματα αύξησης κόστους εξαιτίας της έλλειψης ειδικών στην περιοχή της Χίου για την συντήρηση και επισκευή του μηχανολογικού εξοπλισμού καθώς και για άλλες περιπτώσεις.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση χρειάζεται ειδικό μηχανολογικό εξοπλισμό για την επεξεργασία της μαστίχας και την παραγωγή τσίχλας με μαστίχα. Η Ε.Μ.Χ. είχε

αντιμετωπίσει προβλήματα με το μηχάνημα μπλίστερ το οποίο τελικά προσαρμόστηκε στις ανάγκες επεξεργασίας της μαστίχας.

Δεν θα πρέπει να παραλείψουμε το γεγονός ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου αντιμετωπίζει προβλήματα έλλειψης εξειδικευμένου προσωπικού κυρίως στον τομέα των στελεχών. Αυτό συμβαίνει γιατί οι αμοιβές που καθορίζονται από τις συμβάσεις εργασίας είναι χαμηλές. Κατά συνέπεια, δεν παρέχονται κίνητρα προκειμένου να προσελκύονται τα άτομα με τα απαραίτητα προσόντα γι' αυτές τις θέσεις εργασίας.

Επιπλέον, η υπό εξέταση επιχείρηση δεν έχει την δυνατότητα να προβάλλει τα προϊόντα της σε έναν ευρύτερο αριθμό αγορών μέσω δαπανηρών διαφημίσεων. Δεν μπορεί δηλαδή να προωθήσει την μοναδικότητα του βασικού προϊόντος παραγωγής της σε παγκόσμιο επίπεδο και έτσι περιορίζεται στην προβολή των προϊόντων της μέσω του INTERNET, στην παραγωγή CD-ROM για την προβολή σε εκθέσεις και στην προώθηση των προϊόντων της με διαφημίσεις σε τοπικά κανάλια.<sup>1</sup>



### 1.3. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

Η μαστίχα Χίου είναι ένα προϊόν που χαρακτηρίζεται για την μοναδικότητα του και για την μεγάλη ποικιλία χρήσεων του . Το γεγονός αυτό δημιουργεί μία καλή βάση για την μελλοντική , περαιτέρω ανάπτυξη του . Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου έχει την δυνατότητα να βελτιώσει την αποδοτικότητα της ωστόσο όμως για να επέλθει αυτή η ανάπτυξη απαιτείται η εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων καλλιέργειας και παραγωγής κι αυτό γιατί η Ε.Μ.Χ είναι μια ένωση συνεταιρισμών των οποίων το μέγεθος είναι μικρό για τα ευρωπαϊκά δεδομένα .

<sup>1</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ Ε.Μ.Χ Κ. ΓΑΝΝΙΑΡΗ.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι η Ε.Μ.Χ. είναι σε θέση να παρέχει όλο και μεγαλύτερα επίπεδα ικανοποίησης στους πελάτες της και ανταπόκριση στις απαιτήσεις τους μέσω του Α.Ε.Δ. Αυτό συμβαίνει γιατί εργαλείο Ανασχεδιασμού Επιχειρηματικών Διαδικασιών συμβάλλει στην βελτίωση της οργάνωσης της επιχείρησης και κατά συνέπεια και στην βελτίωση της λειτουργικότητας των προϊόντων της, του συστήματος παράδοσης τους και της αποτελεσματικότητας της.

Δεν θα πρέπει να παραληφθεί το γεγονός ότι η επιχείρηση διεξάγει έρευνες που αφορούν την καλλιέργεια του μαστιχοφόρου σχοίνου και την συλλογή της Φυσικής Μαστίχας. Οι έρευνες που επικεντρώνονται στην καλλιέργεια του μαστιχοφόρου σχοίνου αποσκοπούν στην βελτίωση των τρόπων, μεθόδων και τεχνολογιών καλλιέργειας των δέντρων. Η « Ανασχοίνωση » είναι ένα από τα προγράμματα που υλοποιεί η Ε.Μ.Χ. για τον σκοπό αυτό. Επίσης, το πρόγραμμα « Υγρή Συλλογή της Μαστίχας » στοχεύει στην βελτίωση των τρόπων, μεθόδων και τεχνολογιών συλλογής της μαστίχας απ' το δέντρο. Τα δύο αυτά προγράμματα συμβάλλουν σημαντικά στην περαιτέρω ανάπτυξη της ένωσης.

Επιπρόσθετα, η περαιτέρω ανάπτυξη της Ε.Μ.Χ. θα είναι εφικτή με την ύπαρξη διεθνούς επικοινωνίας και με την διεξαγωγή ερευνών και μελετών στην παγκοσμιοποιημένη αγορά. Η υπό εξέταση επιχείρηση θα πρέπει να ερευνήσει το τι θέλει η αγορά για να μπορέσει να το προσφέρει.

Όπως όλες οι επιχειρήσεις, έτσι και η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου έχει έναν οικονομικό κύκλο ζωής και περνάει από κάποιες διακυμάνσεις. Παρόλα αυτά όμως και παρά το γεγονός ότι ξεκίνησε την λειτουργία της με χαμηλές προοπτικές, διαγράφει μια σταθερή πορεία και παρουσιάζει μία συνεχή άνοδο και βελτίωση τα τελευταία χρόνια. Μία περαιτέρω δυνατότητα αξιοποίησης των πόρων της είναι εφικτή με την καλύτερη αξιοποίηση του προσωπικού και του μηχανολογικού εξοπλισμού της .

Τέλος θα πρέπει να σημειωθεί ότι είναι αναγκαία η ενίσχυση της Ε.Μ.Χ. τόσο σε επίπεδο κράτους όσο και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, προκειμένου να επιτευχθεί η βελτίωση της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητας της. Είναι λοιπόν απαραίτητο να ερευνηθούν νέες εφαρμογές εμπορίας της μαστίχας, να ενισχυθεί οικονομικά ο παραγωγός και η παραγωγική διαδικασία και να διαδοθεί η ποικιλία χρήσεων και ιδιοτήτων του προϊόντος στο ευρύτερο ευρωπαϊκό χώρο.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η Ε.Μ.Χ. δεν έχει ξεπεράσει τις δυνατότητες της και ότι είναι δυνατόν να βελτιώσει την αποτελεσματικότητά της και να αναπτυχθεί περαιτέρω, αρκεί να πληρούνται κάποιες αναγκαίες προϋποθέσεις.

#### 1.4 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΖΑΧΑΡΩΔΩΝ (ΤΣΙΧΛΑΣ)

Οι πρώτες πληροφορίες που αναφέρουν την εμφάνιση της τσίχλας, χρονολογούνται από τους πρώτους πολιτισμούς και στα δύο

ημισφαίρια, το Ανατολικό και το Δυτικό. Στην Ελλάδα και την Μέση Ανατολή, οι άνθρωποι μασούσαν μαστίχα εδώ και αιώνες. Η μαστίχα είναι το ρετσίνι που παράγεται από τον κορμό του μαστιχόδεντρου που ευδοκιμεί μόνο στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στο νότιο μέρος της Χίου. Οι γυναίκες στην αρχαία Ελλάδα μασούσαν μαστίχα για να γλυκάνουν την αναπνοή τους και να καθαρίσουν τα δόντια τους. Ο Διοσκουρίδης χρησιμοποίησε πρωτοποριακά θρυμματισμένη μαστίχα σαν φάρμακο. Στην Κεντρική Αμερική, οι αρχαίοι Μάγιας, όπως και οι αρχαίοι Έλληνες μασούσαν το ρετσίνι ενός δέντρου. Αυτό το ρετσίνι ονομαζόταν τσίκλα και αυτή διαμορφώνει τη βάση της ιστορίας για τη σύγχρονη τσίχλα. Οι πρώτοι άποικοι της Βόρειας Αμερικής από τις συναλλαγές τους με τους Ινδιάνους έμαθαν την ευχαρίστηση του μασήματος ενός παρόμοιου με την τσίκλα ρετσινιού που γινόταν πάνω σ' ένα είδος έλατου όταν χαραζόταν ο κορμός του.

Βιομηχανικοί οι Νέοι Εγγλέζοι, γρήγορα δημιούργησαν μία αγορά πουλώντας σβόλους απ' αυτό το ρετσίνι. Στις αρχές της δεκαετίας του 1850, δύο άντρες, ένας Μεξικανός και ένας Νεοϋορκέζος γνωρίστηκαν. Ήταν αυτή η συνάντηση που είχε μία μυστηριώδη επίδραση στην τεράστια σύγχρονη βιομηχανία της τσίχλας. Ο ένας από τους άντρες, ο Antonio Lopez de Santa Anna, κατακτητής του Άλαμο και μερικές φορές πρόεδρος του Μεξικό και ο άλλος ένας νέος φωτογράφος, ο Thomas Adams. Μία μέρα ο Santa Anna παρατήρησε ένα αντικείμενο το οποίο θεώρησε ότι θα μπορούσε να κάνει τον φίλο του Adams πλούσιο. Αυτό το αντικείμενο ήταν η τσίκλα, η ίδια ουσία κόμμα την οποία οι ντόπιοι κάτοικοι της πατρίδας του εξήγαγαν από τα ψηλά δέντρα *sapota* και μασούσαν για χιλιάδες χρόνια. Ο Santa Anna πίστευε ότι ο Adams θα μπορούσε να αναμείξει την τσίκλα με καουτσούκ και να δημιουργήσει ένα υποθετικά φθηνότερο συνδυασμό παραγωγής λάστιχου. Έτσι έστειλε μία μεγάλη ποσότητα τσίκλας στον Adams. Μετά από έναν χρόνο πειραμάτων, οι προσπάθειες του Adams ήταν αποτυχημένες. Έτσι, ενώ ο Adams ήταν έτοιμος να πετάξει το



φορτίο του ήρθε η ιδέα να κατασκευάσει τσίχλα με αυτό. Ήταν ένα κοριτσάκι, βρισκόμενο σ' ένα φαρμακείο την ίδια στιγμή με τον Adams που του έδωσε την ιδέα όταν ζήτησε να αγοράσει τσίχλα. Οι τσίχλες που παρασκεύασε ο Adams με τον γιο του ήταν φτιαγμένες από αγνή τσίχλα χωρίς άρωμα ή γεύση.

Το 1879, παρακινήμένος από την μετέπειτα επιτυχία του Adams, ο John Colgan, ιδιοκτήτης ενός επιτυχημένου φαρμακείου στο Λούιζβιλ στο Κεντάκυ, παραγγέλνει φορτίο τσίχλας από την Κεντρική Αμερική. Ο Colgan που παρασκεύαζε τσίχλα προερχόμενη από ένα βαλσαμικό δέντρο, καρικευμένη με άχνη ζάχαρη για τους κατοίκους του Λούιζβιλ, γνώρισε μεγάλη επιτυχία με την τσίχλα Colgan' 5 Taffy Tolu και αποφάσισε να ασχοληθεί εξ' ολοκλήρου με την βιομηχανία της τσίχλας. Γύρω στα 1880, ο William J. White, ένας πωλητής καλαμποκιού από το Κλίβελαντ, ήταν εκείνος που ανακάλυψε τον τρόπο με τον οποίο μπορείς να δώσεις γεύση στην τσίχλα. Ο White παρασκεύασε την τσίχλα YUGATAN με γεύση δυόσμου και έκανε θραύση στην αγορά με αυτή την καινοτομία του. Η παραγωγή της τσίχλας επεκτάθηκε σε μια μεγάλη βιομηχανία έκτοτε.

#### 1.5. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΚΛΑΔΟΥ ΖΑΧΑΡΩΔΩΝ (ΤΣΙΧΛΑΣ) .ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Ο κλάδος των ζαχαρωδών παρουσίασε το οικονομικό έτος 2002, τιμή αγοράς 36. 125.000.000 δρχ. στον τομέα της τσίχλας και 13.938.000.000 στον τομέα της καραμέλας.

Οι κυριότερες εταιρείες που κυριαρχούν στον κλάδο των ζαχαρωδών είναι οι ακόλουθες: η Perfetti, η Adams, η ΕΛΓΕΚΑ και η Tasty. Το 2002, το μερίδιο αγοράς που κατείχε η Perfetti σε όγκο πωλήσεων ήταν 15%. Το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς παρουσίαζε η Adams και η ΕΛΓΕΚΑ, με ποσοστό 41% και 30%, αντίστοιχα. Η Tasty κατείχε το 7.5% του όγκου πωλήσεων της αγοράς και οι υπόλοιπες

εταιρείες κατείχαν το 6.5% της αγοράς. Στην τελευταία κατηγορία συμπεριλαμβάνεται και η Ε.Μ.Χ. της οποίας το μερίδιο αγοράς ήταν 0.7% για τις τσίχλες ΕΛΜΑ με ζάχαρη και 0.1% για τα κουφέτα χωρίς ζάχαρη.

Επιπλέον θα πρέπει να αναφερθεί ότι το ίδιο έτος, η αξία των πωλήσεων της Adams ανερχόταν σε 16.9 δις. Η ΕΛΓΕΚΑ παρουσίαζε αξία πωλήσεων 8.77 δις, ενώ η αξία πωλήσεων της Perfetti ανερχόταν σε 5.75 δις. Τέλος, η Tasty είχε αξία πωλήσεων 2.71 δις σε αντίθεση με εκείνη της Ε.Μ.Χ. που ανερχόταν σε 720 εκ.

Τα τελευταία χρόνια, και συγκεκριμένα από το 1997 μέχρι το 2002, ο κλάδος των ζαχαρωδών χαρακτηρίστηκε από μία πτωτική πορεία της τάξης του 7% και περίπου 3.5% σε όγκο πωλήσεων. Ωστόσο, η πορεία του ήταν ελαφρά ανοδική σε αξία πωλήσεων της τάξης του 1% -1.5%. Ο κλάδος των ζαχαρωδών διαγράφει σήμερα ανοδική πορεία.

Παρατηρείται μια αύξηση του όγκου των πωλήσεων της τάξης του 2.5% -3% και αύξηση της αξίας των πωλήσεων της τάξης του 5%.

Ο υπό εξέταση κλάδος αναμένεται να συνεχίσει την ίδια πορεία, δηλαδή να παρουσιάζει αύξηση της τάξης του 1.5% -2%. Σήμερα, υφίσταται μια στροφή της κατανάλωσης προς τα κουφέτα χωρίς ζάχαρη. Ειδικότερα, τα κουφέτα χωρίς ζάχαρη αποτελούν σήμερα το 60% της κατανάλωσης τσίχλας. Από το 1995, έχει παρατηρηθεί μία βασική στροφή από το κουφέτο με ζάχαρη σε κουφέτο χωρίς ζάχαρη.

.Κυρίαρχο είδος στην αγορά ήταν η πλακέτα με ζάχαρη, η οποία σήμερα έχει αντικατασταθεί από πλακέτα χωρίς ζάχαρη και κατέχει το 20% της αγοράς. Η πλακέτα με ζάχαρη είναι ένα προϊόν το οποίο έχει εξαφανιστεί. Το υπόλοιπο μερίδιο της αγοράς μερίζεται στην τσιχλόφουσκα με ζάχαρη που κατέχει το 7% της αγοράς και στο -φυλλαράκι που αποτελεί το 1% στην συνολική κατανάλωση στον τομέα της τσίχλας. Το τελευταίο προϊόν το οποίο είναι ένα παραδοσιακό προϊόν σε αντίθεση με το κουφέτο, αναμένεται να

συρρικνωθεί σταδιακά. Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι το 90% της αγοράς αποτελείται από τσίχλες χωρίς ζάχαρη, κυρίως σε μορφή κουφέτων και λιγότερο σε μορφή πλακέτας.<sup>4</sup>

#### 1.6. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΖΑΧΑΡΩΔΩΝ (ΤΣΙΧΛΑΣ)

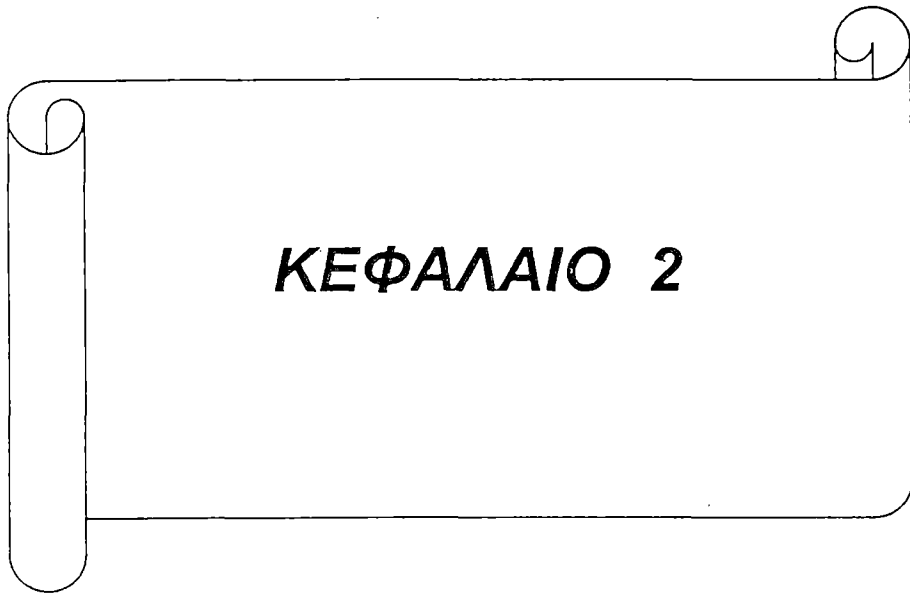
Είναι γενικά παραδεκτό ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία πτώση στη ζήτηση όχι μόνο της τσίχλας αλλά και γενικότερα των ζαχαρωδών προϊόντων. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι υπάρχει στην αγορά ένας σημαντικός αριθμός συμπληρωματικών αγαθών. Τα άτομα και ειδικότερα τα παιδιά στις μέρες μας στρέφουν το ενδιαφέρον τους σε άλλου είδους προϊόντα. Αυτό συμβαίνει γιατί η αγορά προσφέρει πολλά εναλλακτικά αγαθά και έτσι οι άνθρωποι έχουν την δυνατότητα να επιλέξουν μέσα από μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων και να διαθέσουν μέρος του εισοδήματός τους σε διάφορους τομείς.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι μία επιχείρηση που πιθανόν να επηρεάζεται λιγότερο από τις μεταβολές αυτές στον κλάδο των ζαχαρωδών και ειδικότερα της τσίχλας, ακριβώς επειδή τα προϊόντα της παρουσιάζουν μία ιδιαιτερότητα. Συγκεκριμένα, η τσίχλα που παρασκευάζεται από την Ε.Μ.Χ. έχει το συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τα προϊόντα των άλλων εταιρειών ότι περιέχει μαστίχα. Παρόλα αυτά, υφίσταται κάποια επίδραση στην υπό εξέταση επιχείρηση από τις γενικότερες μεταβολές της αγοράς.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ PRODUCT MANAGER ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΖΑΧΑΡΩΔΩΝ PERFETTI. ΓΙΑΝΝΗΣ ΜΕΛΙΤΑΣ.

<sup>5</sup> ΠΗΓΗ : ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΕΝΩΣΗΣ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΣΟΥΡΟΣ.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ο γιατρός Γεώργιος Σταγκούλης (1905 – 1978) πρωτοστάτησε στους αγώνες της δημιουργίας της Ε.Μ.Χ και διετέλεσε πρόεδρος της από το 1938 έως τον θάνατο του .

### 2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι ο φορέας διαχείρισης της μαστίχας. Συγκεκριμένα αναλαμβάνει την συλλογή, επεξεργασία, τυποποίηση και διάθεση της μαστίχας.

Ιδρυτής της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου ήταν ο ιατρός Γεώργιος Σταγκούλης, ο οποίος κατόρθωσε με τις άοκνες προσπάθειές του και τους πολύχρονους αγώνες του να εμποδίσει τους λίγους εμπόρους, την περίοδο μετά την απελευθέρωση της Χίου από τους Τούρκους, να αγοράζουν τη μαστίχα σε εξευτελιστικές τιμές από τους παραγωγούς, με αποτέλεσμα να εξασφαλίζουν τεράστια κέρδη για τους εαυτούς τους.

Έτσι το 1938 ιδρύθηκε η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου με τον αναγκαστικό νόμο του 1390/1938 και περιλαμβάνει είκοσι πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς με 5.681 μέλη από αγροτικές οικογένειες, που έχουν την αποκλειστικότητα της διάθεσης και εμπορίας της μαστίχας.

Από το 1955 η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου άρχισε να ερευνά και την παραγωγή τσίκλας από μαστίχα.

Η λειτουργία του πρώτου εργοστασίου άρχισε το 1957 με παραγωγή 8.000 κιλών ενώ το 1988 έφτασε τα 192.000 κιλά.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου στην πορεία αυτών των χρόνων κατάφερε :

- να συστηματοποιήσει την καλλιέργεια
- να διευρύνει τις αγορές της πέραν των παραδοσιακών μουσουλμανικών χωρών
- να διευρύνει τις εφαρμοσμένες χρήσεις της μαστίχας, ως αποτέλεσμα των ερευνών της
- να δώσει οντότητα και εισόδημα στους παραγωγούς της.<sup>6</sup>

### 2.2. ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ

#### 2.2.1. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ο πρωταρχικός σκοπός της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι η προστασία της μαστίχας της Χίου. Γι' αυτό όπως αναφέρθηκε προηγούμενα αναλαμβάνει την συστηματοποίηση, τη συσκευασία, την επεξεργασία και τη διάθεση της μαστίχας και των προϊόντων της ( τσίκλα ΕΛΜΑ, τσίκλα ΕΛΜΑ χωρίς

ζάχαρη, τσίκλα smile, μαστιχέλαιο και μοσχολίβανο). Έτσι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών αποτελεί το φορέα διαχείρισης της μαστίχας. Πέραν όμως από τις κύριες δραστηριότητες που αναφέρθηκαν παραπάνω η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου ασχολείται και με δραστηριότητες όπως η διαχείριση ελαιουργίων, αλευρόμυλων, λιπασμάτων, η παραγωγή και διαχείριση ζωοτροφών, η αντιπροσώπευση ασφαλειών, οι χρηματοπιστωτικές εργασίες και άλλες υπηρεσίες προς τους γεωργούς του νησιού της Χίου.

#### 2.2.2. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ

Η δομή της διοίκησης της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου ακολουθεί τα οριζόμενα από το νόμο σαν συνεταιρισμός ( Ν. 1390/38) με ανώτατο αποφασιστικό όργανο τη Γενική Συνέλευση. Η Γενική Συνέλευση αποτελείται από εκατό δεκαοχτώ εκλεγμένους αντιπροσώπους των είκοσι πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών και συγκαλείται μια φορά το χρόνο. Στη Γενική Συνέλευση μετέχει ένας εκπρόσωπος ανά πενήντα μέλη του συνεταιρισμού με τριετή θητεία.

Η διοίκηση της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου ασκείται από το δεκαμελές συμβούλιο που αποτελείται από τρία μόνιμα και έξι εκλεγμένα μέλη από τη Γενική Συνέλευση. Το δέκατο μέλος είναι ένας εκπρόσωπος των εργαζομένων.

Ο ιδρυτικός νόμος (Ν. 1390/38) προβλέπει και την ύπαρξη εποπτικού συμβουλίου, το οποίο εποπτεύει και παρακολουθεί την κανονική και μέσα στα όρια του νόμου και καταστατικού των κανονισμών της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου, των αποφάσεων της Γενικής Συνέλευσης και των καθηκόντων του διοικητικού συμβουλίου. Το εποπτικό συμβούλιο είναι πενταμελές. Σ' αυτό μετέχουν τρία αιρετά και δύο μόνιμα μέλη. Την διεύθυνση της επιχείρησης ασκεί ο Διευθυντής συνεπικουρούμενος από τον Υποδιευθυντή.

Στους παρακάτω πίνακες φαίνεται τόσο η σύνθεση του δεκαμελούς διοικητικού συμβουλίου όσο και η σύνθεση του πενταμελούς εποπτικού συμβουλίου.

#### ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ( 10μελές)

Εκλεγμένα μέλη :	Γανιάρης Κωνσταντίνος ( Πρόεδρος)
	Βαρλός Σταμάτης ( Αντιπρόεδρος)
	Κλωθάκης Αλέξανδρος ( Ταμίας-Γραμματέας)
	Μονιώδης Κωνσταντίνος (Μέλος)
	Παρθενίδης Χρυσοσθένης (Μέλος)
	Βρουλής Παντελής( Μέλος)

---

<sup>6</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ Ε.Μ.Χ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΣΟΥΡΟΣ.

Μόνιμα μέλη : Σπυράκης Νίκος (Α.Τ.Ε. Χίου)  
Σιδεράκης Χρήστος ( Δ/ση Αγροτ. Αναπτ.)  
Τζουτσομήτρος Αθανάσιος (Α.Τ.Ε. Μυτιλήνης)  
Εκπρόσωπος εργαζομένων: Αβδελιώδης Παναγιώτης (Μέλος)

#### ΕΠΟΠΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ (5μελές)

Εκλεγμένα μέλη : Λαβίδας Χρήστος (Μέλος)  
Πικούνης Σταμάτιος (Μέλος)  
Δημητράκης Νίκος (Μέλος)  
Μόνιμα μέλη : Πασχαλίδης Κωνσταντίνος (Πρωτοδίκης / Πρόεδρος)  
Αγκάς Κωνσταντίνος (Α.Τ.Ε Χίου / Μέλος)<sup>7</sup>

### 2.3. Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ

Η υπηρεσιακή συγκρότηση και οργάνωση της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου αποτυπώνεται στο οργανόγραμμα που ακολουθεί και αποτελείται από μια διεύθυνση με αρμόδιο το διευθυντή και υποδιευθυντή καθώς και από τέσσερις οριζόντιες υπηρεσίες που διευθύνονται από τους αντίστοιχους υπηρεσιάρχες και είναι οι εξής :

- Οικονομική Υπηρεσία
- Εμπορική Υπηρεσία
- Υπηρεσία Πρωτογενή Τομέα
- Υπηρεσία Δευτερογενή Τομέα

Η πρώτη από αυτές, η οικονομική υπηρεσία διεκπεραιώνει τις λογιστικές και φοροτεχνικές εργασίες της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου καθώς και τον οικονομικό προγραμματισμό της επιχείρησης αλλά και όλες τις οικονομικές της συναλλαγές. Της οικονομικής υπηρεσίας προϊστάται πτυχιούχος λογιστής, ενώ όλες οι οικονομικές λειτουργίες της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι πλήρως μηχανογραφημένες.

Η εμπορική υπηρεσία διεκπεραιώνει τις εργασίες προώθησης των πωλήσεων, όλες τις εμπορικές πράξεις της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου καθώς και το marketing plan (σχέδιο μάρκετινγκ) της επιχείρησης. Της εμπορικής υπηρεσίας προϊστάται πτυχιούχος ανώτατου εκπαιδευτικού ιδρύματος με εξειδίκευση στις πωλήσεις ενώ όλες οι λειτουργίες της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι πλήρως μηχανογραφημένες.

---

<sup>7</sup> ΕΚΘΕΣΗ ΠΕΠΡΑΓΜΕΝΩΝ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.

Η υπηρεσία πρωτογενούς παραγωγής παρέχει υποστήριξη στους αγρότες μέλη αλλά και μη μέλη της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Σε αυτό το σημείο πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι η ίδια η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών δεν ασχολείται με την πρωτογενή παραγωγή. Στην υπηρεσία αυτή προΐστανται γεωπόνος με υποστηρικτικό διοικητικό προσωπικό.

Τέλος η υπηρεσία δευτερογενούς παραγωγής περιλαμβάνει όλες τις μεταποιητικές δραστηριότητες της επιχείρησης (εργοστάσιο επεξεργασίας / τυποποίησης μαστίχας, εργοστάσιο παραγωγής και τυποποίησης τσίκλας, ελαιοτριβεία, αλευρόμυλοι, τυπογραφείο). Κάθε εργοστάσιο και δραστηριότητα της δευτερογενούς παραγωγής διοικείται από τον προϊστάμενό του, ενώ όλων αυτών προΐστανται ο προϊστάμενος της υπηρεσίας δευτερογενούς παραγωγής, ο οποίος είναι μηχανολόγος / μηχανικός παραγωγής με μεταπτυχιακά στο management παραγωγής.

Τέλος το απασχολούμενο προσωπικό της επιχείρησης ανέρχεται στα εξήντα άτομα.<sup>8</sup>

#### 2.4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΝΩΣΗΣ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ

Τα μέλη των είκοσι πρωτοβάθμιων συνεταιρισμών είναι υπεύθυνα για την καλλιέργεια του μαστιχοφόρου σχίνου και την συλλογή του μοναδικού στον κόσμο προϊόντος του, τη φυσική μαστίχα.

Η μαστίχα συγκεντρώνεται από την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου στις άρτιες εγκαταστάσεις της όπου και υφίστανται την κατάλληλη επεξεργασία και τυποποίηση και στη συνέχεια διατίθεται στην αγορά για κατανάλωση. Εκτός όμως από την αναγκαστική συλλογή και το μονοπώλιο της μαστίχας η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία του νησιού καθώς παρέχει οργανωτική και διαχειριστική βοήθεια και υποστήριξη στα μέλη της (γεωργοί) και κυρίως στους μαστιχοπαραγωγούς. Συγκεκριμένα συσκευάζει και πωλεί για λογαριασμό των συνεταιρισμών τα προϊόντα τους αλλά και ενεργεί για λογαριασμό αυτών προμήθειες χρήσιμων ειδών για τις καλλιεργητικές τους ανάγκες.

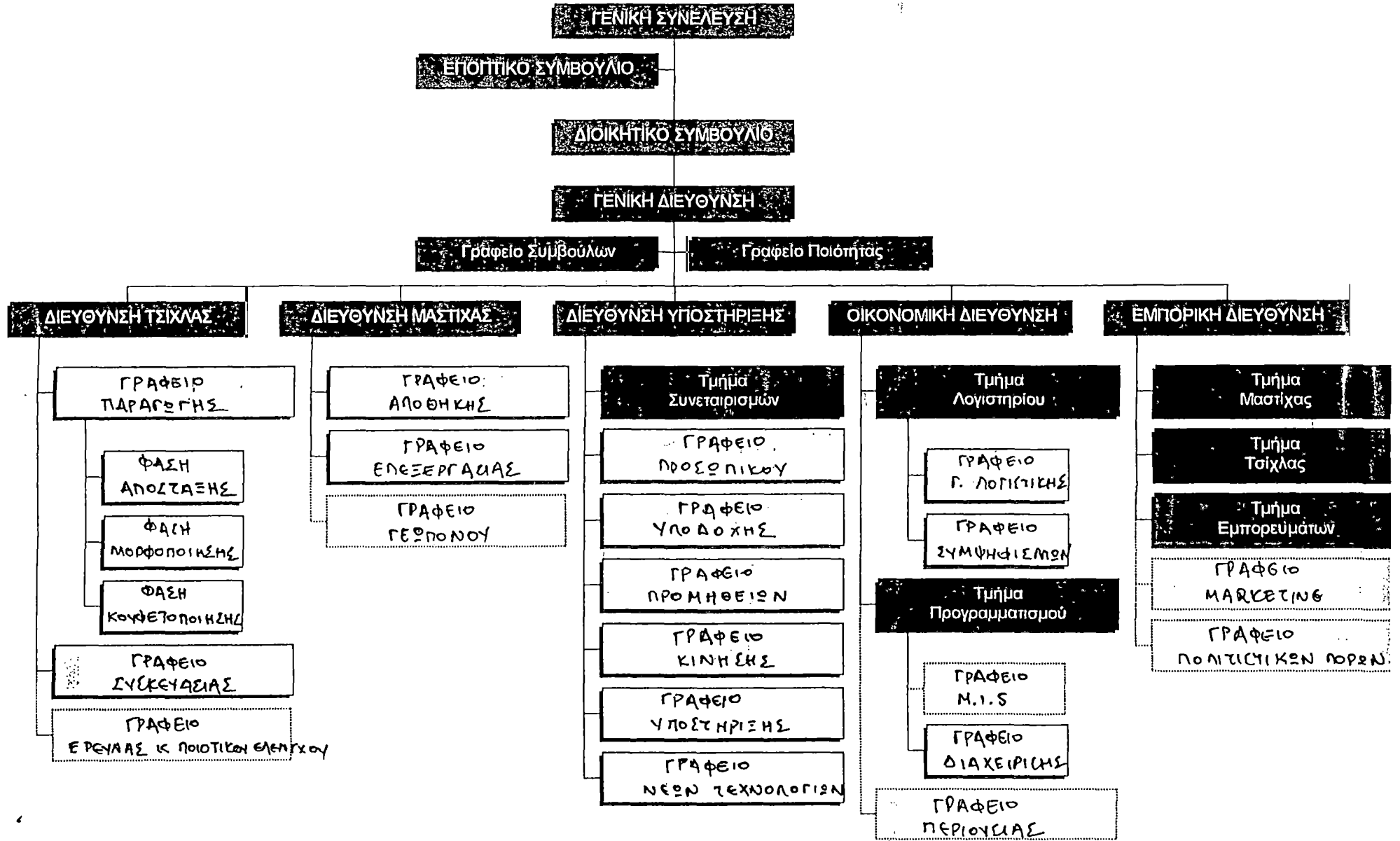
Σε ότι αφορά την κοινωνική ζωή του νησιού είναι σημαντική η συμβολή της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου καθώς αναλαμβάνει πρωτοβουλίες ανασχοίνωσης, ένταξης των σχοινοτύπων σε δασικές περιοχές καθώς και προμήθειες πυροσβεστικών αυτοκινήτων και βυτίων.

---

<sup>8</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ Ε.Μ.Χ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΓΑΝΙΑΡΗΣ.



ΕΝΩΣΗ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ





### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ - ΠΕΛΑΤΕΣ

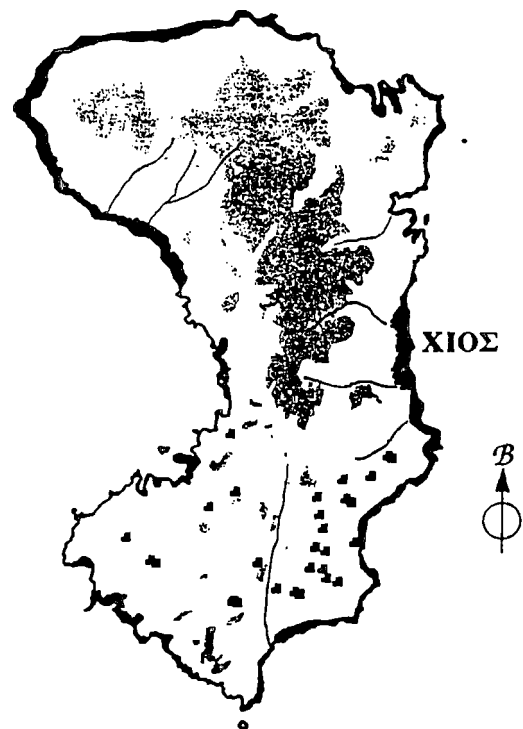
#### 3.1. ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Ξεκινώντας την ανάλυση του κεφαλαίου αυτού που αναφέρεται στους προμηθευτές της επιχείρησης πρέπει να επισημανθεί το γεγονός ότι η παραγωγή της φυσικής μαστίχας γίνεται από τους μαστιχοπαραγωγούς, οι οποίοι και αποτελούν τα μέλη της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Οι μαστιχοπαραγωγοί δεν αποτελούν τους προμηθευτές της επιχείρησης. Άλλωστε η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου διαδραματίζει ρόλο μεσολαβητή μεταξύ του παραγωγού της φυσικής μαστίχας και του πελάτη. Όμως οι μαστιχοπαραγωγοί ως μέλη της επιχείρησης που εξετάζεται και με βάση τα οριζόμενα από το άρθρο 8 του καταστατικού της επιχείρησης, είναι υποχρεωμένοι να παραδίδουν στην Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου ολόκληρη την παραγωγή της φυσικής μαστίχας για επεξεργασία και από κοινού πώληση.

Οι μαστιχοπαραγωγοί είναι εγκατεστημένοι σε 24 χωριά της Νότιας Χίου και κάνουν τους μαστιχοφόρους σχοίνους να « δακρύζουν ». Αυτό επιτυγχάνεται με τομές που γίνονται στον κορμό του δέντρου παράγοντας έτσι ένα είδος ρητίνης, τη μαστίχα.

Στην εικόνα που ακολουθεί φαίνονται τα 24 χωριά της Χίου από τα οποία παράγεται η φυσική μαστίχα. Τα χωριά αυτά, τα χαρακτηριζόμενα ως μαστιχοχώρια είναι τα ακόλουθα:

- Άγιος Γεώργιος Συκούσης
- Αρμόλια
- Βαβύλοι
- Βέσσα
- Βουνό
- Ελάτα
- Έξω Διδύμα
- Θολοποτάμι
- Θυμιανά
- Καλαμωτή
- Καλλιμασιά
- Καταρράκτης
- Κοινή
- Λιθί
- Μέσα Διδύμα
- Μεστά
- Μυρμίγκι
- Νένητα



- Νεοχώρι
- Ολύμπιοι
- Παγίδα
- Πατρικά
- Πυργί
- Φλάτσια

Η παραγωγή της μαστίχας γίνεται από τον Ιούνιο έως και τον Σεπτέμβριο και στην περίπτωση που οι καιρικές συνθήκες είναι ευνοϊκές η παραγωγή συνεχίζεται και έως τον Οκτώβριο. Όταν ολοκληρωθούν οι εργασίες που περιλαμβάνει η παραγωγή μαστίχας (εργασίες πριν το μάζεμα – μάζεμα – πρώτη κατεργασία από τους γεωργούς και μαστιχοπαραγωγούς), οι μαστιχοπαραγωγοί παραδίδουν στην Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου την παραγωγή τους και στη συνέχεια η επιχείρηση αναλαμβάνει η ίδια την εμπορική κατεργασία της φυσικής μαστίχας στα ιδιόκτητα εργοστάσιά της.<sup>9</sup>

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθούμε στους προμηθευτές της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου και συγκεκριμένα σε εκείνους που εφοδιάζουν την επιχείρηση με πρώτες ύλες, υλικά συσκευασίας και μηχανολογικό εξοπλισμό απαραίτητο για την εκτέλεση της παραγωγικής διαδικασίας της επιχείρησης. Όμως είναι σημαντικό να τονιστεί ότι καθώς η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι η μοναδική επιχείρηση σε ολόκληρο τον κόσμο που επεξεργάζεται τη μαστίχα και παράγει τσίκλα με βασικό συστατικό τη μαστίχα, ο μηχανολογικός εξοπλισμός που χρησιμοποιεί για την παραγωγή των προϊόντων της παρουσιάζει ιδιομορφίες κάτι που τον καθιστά ιδιαίτερα δαπανηρό.

Άλλωστε αυτά τα μηχανήματα δεν προϋπάρχουν, με την έννοια ότι χρησιμοποιούνται στην μεταποίηση παρόμοιων προϊόντων τουλάχιστον σε ότι αφορά την επεξεργασία της φυσικής μαστίχας, αλλά κατασκευάζονται αφού πρώτα διεξαχθεί η απαραίτητη διερεύνηση τόσο του προϊόντος όσο και του τρόπου παραγωγής του.

Οι προμηθευτές της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου βρίσκονται τόσο στον ελληνικό χώρο όσο και στο εξωτερικό.

Οι κυριότεροι προμηθευτές της επιχείρησης που βρίσκονται εντός του ελληνικού χώρου είναι οι παρακάτω:

• **Parepack-Τσουκαρίδης ΑΒΕΕ.** Εφοδιάζει της επιχείρηση με υλικά συσκευασίας όπως για παράδειγμα τα κουτιά όπου τοποθετούνται οι τσίκλες που είναι έτοιμες για πώληση.

• **Ρουμπουλάκης Π. – Εμπορία.** Προμηθεύει της Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου με πρώτες ύλες όπως το παραφινέλαιο, η μενθόλη και η γλυκερίνη, απαραίτητες για την παραγωγή της τσίκλας.

<sup>9</sup> ΕΝΩΣΗ ΜΑΣΤΙΧΟΠΑΡΑΓΩΓΩΝ ΧΙΟΥ, Η ΜΑΣΤΙΧΑ ΤΗΣ ΧΙΟΥ, ΕΝΑ ΔΑΚΡΥ ΠΟΥ ΕΥΦΡΑΙΝΕΙ-ΑΡΩΜΑΤΙΖΕΙ-ΑΝΑΚΟΥΦΙΖΕΙ-ΓΙΑΤΡΕΥΕΙ. ΕΚΔΟΣΕΙΣ «ΑΛΦΑ ΠΙ». ΧΙΟΣ, ΣΕΛ. 16.

### 3.2. ΠΕΛΑΤΕΣ

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου ως μονοπωλιακός διαχειριστής της συλλογής, επεξεργασίας και διάθεσης της φυσικής μαστίχας έχει πελάτες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

#### Ελληνικός χώρος

Οι πωλήσεις στην εσωτερική αγορά γίνονται κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα και φυσικά στη Χίο που είναι η παραγωγός περιοχή.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου έχει παραχωρήσει την αποκλειστική αντιπροσώπευσή της σε έναν αντιπρόσωπο ( Θ & Κ Μιχαλάκης Ο.Ε ), που διαθέτει δίκτυο τόσο στην Αθήνα όσο και στη Θεσσαλονίκη.

Οι πωλήσεις στην Αθήνα διοχετεύονται σε περιοχές όπως :

- Λοιπή Στερεά Ελλάδα
- Πελοπόννησο
- Ιόνια Νησιά
- Νησιά Αιγαίου
- Κρήτη

Οι πωλήσεις στην Θεσσαλονίκη διοχετεύονται στις παρακάτω περιοχές :

- Ήπειρο
- Θεσσαλία
- Μακεδονία
- Θράκη

Κατανομή πωλήσεων (τόνοι) μαστίχας κατά την περίοδο 1989 κατά γεωγραφική ζώνη<sup>11</sup>

Αθήνα	10,10
Θεσσαλονίκη	6,40
Χίος	4,37

Σύνολο πωλήσεων (κιλά) φυσικής μαστίχας την περίοδο 2002 κατά γεωγραφική ζώνη<sup>12</sup>

Αθήνα	13.439,66
Θεσσαλονίκη	3.980,18
Χίος	4.383,81

<sup>11</sup> ΔΙΟΝΥΣΗΣ ΚΑΛΟΦΩΝΟΣ-ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΜΠΕΡΕΤΑΣ (ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΜΕΛΕΤΗΣ). ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ (ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ). ΑΘΗΝΑ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 1991, ΣΕΛ. 33.

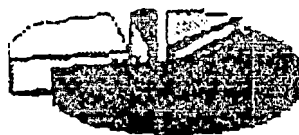
<sup>12</sup> ΕΚΘΕΣΗ ΠΕΠΡΑΓΜΕΝΩΝ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ. ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ 2002 ΣΕΛ.12.

Παρατηρώντας τους παραπάνω πίνακες που αναφέρονται στις πωλήσεις της φυσικής μαστίχας σε τρεις γεωγραφικές ζώνες (Αθήνα - Θεσσαλονίκη -Χίος) θα κατέληγε στα παρακάτω συμπεράσματα :

- 1) Στην περιοχή της Αθήνας οι πωλήσεις της φυσικής μαστίχας στη διάρκεια μιας δεκαετίας έχουν αυξηθεί. Αυτό μπορεί να οφείλεται είτε στο γεγονός ότι αυτό το δίκτυο είναι καλά οργανωμένο είτε στο ότι ο πληθυσμός είναι εθισμένος περισσότερο στην κατανάλωση της μαστίχας.
- 2) Αντίθετα στην περιοχή της Θεσσαλονίκης παρατηρείται μια σημαντική κάμψη παρά το γεγονός ότι στην περιοχή αυτή υπάρχει σημαντική συγκέντρωση βιομηχανίας, ζαχαροπλασטיών και αρτοποιιών που μπορεί να αποτελέσουν τους κύριους καταναλωτές της φυσικής μαστίχας.
- 3) Στην περιοχή της Χίου που όπως έχει αναφερθεί είναι η παραγωγός περιοχή κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα στη διάρκεια μιας δεκαετίας ( 1989 - 2002 ). Αυτό μπορεί να στηριχθεί στο γεγονός ότι η υπάρχουσα τοπική βιοτεχνία παραδοσιακών γλυκισμάτων και ποτών είναι ένας σημαντικός καταναλωτής φυσικής μαστίχας. Επίσης δεν πρέπει να παραληφθεί η τουριστική κατανάλωση μαστίχας, τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού τουρισμού λόγω της παράδοσης και με τη μορφή δώρων από κάθε επισκέπτη του νησιού. Τέλος επισημαίνεται και ως αίτιο ο εθισμός των κατοίκων του νησιού στην κατανάλωση της φυσικής μαστίχας λόγω της παράδοσης αν και η αυτοκατανάλωση των καλλιεργειών θα μπορούσε να εξισορροπήσει αυτόν τον παράγοντα.

Στην Ελλάδα τα προϊόντα της επιχείρησης διατίθενται στην αγορά μέσα από τα τουριστικά καταστήματα, τα καταστήματα ζαχαρωδών, τα supermarkets, τις κάβες και τα περίπτερα.

#### ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



<input type="checkbox"/> ΠΟΤΟΠΟΙΟΙ	<input checked="" type="checkbox"/> ΚΑΤ. ΖΑΧΑΡΩΔΩΝ
<input type="checkbox"/> ΧΟΛΔΡΕΚΠΟΡΟΙ	<input checked="" type="checkbox"/> ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΙΚΗ
<input checked="" type="checkbox"/> ΑΡΤΟΠΟΙΕΙΑ	

Η μαστίχα και κυρίως το μοσχολίβανο χρησιμοποιούνται από τις ποτοποιίες ούζου και λικέρ μαστίχας καθώς και από βιοτεχνίες ζαχαρωδών αλλά και από τα εργαστήρια ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας που χρησιμοποιούν την μαστίχα για την παραγωγή γλυκών κουταλιού, παγωτών και άλλα. Στη μαγειρική χρησιμοποιείται για το άρωμα που προσθέτει στα φαγητά. Επίσης αρκετές βιομηχανίες χρησιμοποιούν το μαστιχέλαιο για την παρασκευή αντηλιακού γαλακτώματος, ενυδατικού γαλακτώματος, κρεμών ημέρας και αντηλιακών.

Στον ελλαδικό χώρο οι βασικότεροι πελάτες της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι οι ακόλουθοι :

#### Supermarkets

- Βερόπουλος Α.Ε.Β.Ε
- Μαρινόπουλος
- Σκλαβενίτης
- Βιδάλης Market
- Key Food Α.Ε.
- Mr Mon Α.Ε
- Super Market « Χαρά » Αφοί Γιαννούμη Ο.Ε
- Super market Λεβίδης ( Λεβίδης και Σια Ο.Ε)
- Standar Market

#### Ποτοποιοί

- Ποτοποιία Τέππερη Ο.Ε.
- Ποτοποιία – Αρωματοποιία Απαλλαρίνα (Αφοι Σεραφείμ)
- Ποτοποιία Ψυχής Κ και Υιοί

#### Βιοτεχνίες ζαχαρωδών

- Σαραντής Α.Ε.Β.Ε
- Δέλτα
- Πάνεμ
- Αρτοσέρβις
- Τζανίδης
- Κοράκης Μ- Μαρίνος Ε – Μαρίνος Α

#### Βιομηχανίες μπαχαρικών

- Μπαχαρικά Ήλιος
- Βιομηχανία Γιώτης

#### Φαρμακοβιομηχανία

- Σόδης Ε.Π.Ε<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΥ Ε.Μ.Χ. Θ. ΜΙΧΑΛΑΚΗΣ.

### Πελάτες εξωτερικού

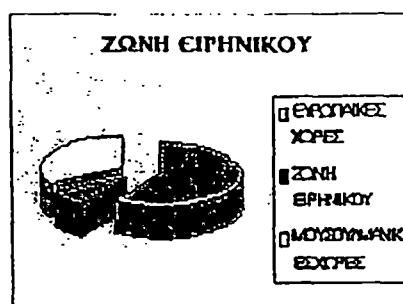
Η πώληση των προϊόντων της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου δεν περιορίζεται μόνο εντός Ελλάδας αλλά αντίθετα επεκτείνεται και στο εξωτερικό. Οι πελάτες της επιχείρησης που προέρχονται από το εξωτερικό διακρίνονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες. Η πρώτη περιλαμβάνει τους πελάτες που είναι εγκαταστημένοι σε χώρες της Ευρώπης, η δεύτερη κατηγορία είναι γνωστή ως ζώνη του Ειρηνικού και η τρίτη κατηγορία αναφέρεται στους πελάτες που είναι εγκατεστημένοι σε μουσουλμανικές χώρες.



Αναφορικά με την πρώτη κατηγορία σημειώνεται ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου εξάγει σε 9 χώρες της Ευρωπαϊκής αγοράς μεταξύ των οποίων ιδιαίτερη θέση κατέχει η αγορά της Γαλλίας. Στη Γαλλία οι περισσότεροι από τους πελάτες είναι εγκατεστημένοι κι έχουν έδρα το Παρίσι. Όμως είναι ιδιαίτερα σημαντικό το γεγονός ότι πωλήσεις πραγματοποιούνται και σε πόλεις της επαρχίας (για παράδειγμα στις πόλεις Nice και Marsevilles). Οι βασικότεροι Γάλλοι πελάτες είναι οι ακόλουθοι :

- Ducros
- Societe Suproc
- Bertrand – Fretes – Ouest
- Ben`s Alimentaire
- Societe Charles

Άλλες χώρες που εισάγουν τα προϊόντα της επιχείρησης που εξετάζουμε είναι η Κύπρος, η Ισπανία, η Γερμανία, η Ιταλία η Αγγλία , η Δανία και η Ελβετία. Την τετραετία 1992 –1995 η ευρωπαϊκή αγορά απορρόφησε το 1/3 των εξαγόμενων ποσοτήτων της επιχείρησης σε μαστίχα με την αγορά της Γαλλίας να απορροφά πάνω από το 60% της εξαγόμενης μαστίχας με προορισμό τις ευρωπαϊκές χώρες.



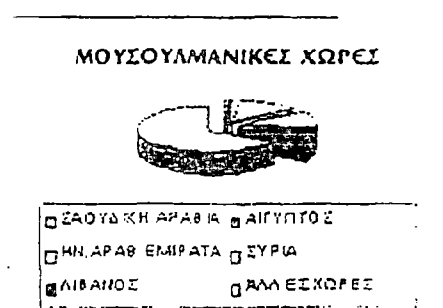


Η δεύτερη κατηγορία, γνωστή ως ζώνη του Ειρηνικού περιλαμβάνει τις ΗΠΑ, την Σιγκαπούρη, την Ιαπωνία, και την Αυστραλία. Την τετραετία 1992-1995 οι χώρες αυτές απορρόφησαν το 7,5% των εξαγωγών της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Σε ότι αφορά την αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής πρέπει να αναφερθεί ότι από το 1996 έως και το 2002 οι εξαγωγές αυξήθηκαν σημαντικά. Έτσι από 3.760 κιλά μαστίχας που προμηθεύονταν από την εν λόγω επιχείρηση το 1996, οι εξαγωγές έφτασαν τα 11.038 κιλά το έτος 2002. Δύο από τους σημαντικότερους πελάτες της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής είναι οι παρακάτω :

- Ferndale Laboratories inc
- Sheel corporation

Οι πελάτες αυτοί τοποθετούνται στους κλάδους των φαρμακευτικών και χημικών βιομηχανιών.

Ενώ οι εξαγωγές προς τις χώρες του Ειρηνικού παραμένουν σε χαμηλό επίπεδο, η αγορά αυτή παρουσιάζει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης για τα προϊόντα της επιχείρησης και ιδιαίτερα η αγορά των ΗΠΑ. Η Ιαπωνία επίσης αποτελεί μια νέα αγορά για την επιχείρηση και τελευταία έδειξε αυξημένο ενδιαφέρον για τα προϊόντα της φυσικής μαστίχας. Επιπρόσθετα η αγορά αυτή αποτελεί μια θετική προοπτική για τις εξαγωγές της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου γιατί παράλληλα μπορεί να βοηθήσει στην επέκταση τους στις γειτονικές χώρες της Κίνας, της Κορέας και των Φιλιππίνων.



Κλείνοντας με τους πελάτες της επιχείρησης που εξετάζεται αξίζει να γίνει αναφορά και στην γεωγραφική οντότητα των μουσουλμανικών κρατών που αποτελούν την τρίτη κατηγορία των πελατών και απαρτίζουν συνολικά 14 χώρες της Αφρικής και της Ασίας. Οι χώρες αυτές αποτελούν τον σημαντικότερο εξαγωγικό προορισμό των προϊόντων της επιχείρησης αφού κατά την τετραετία 1992-1995 απορρόφησαν πάνω από το 60% των εξαγωγών της μαστίχας. Κυρίαρχη θέση στην κατηγορία αυτή κατέχει η Σαουδική Αραβία που απορροφά το 50% του συνόλου των

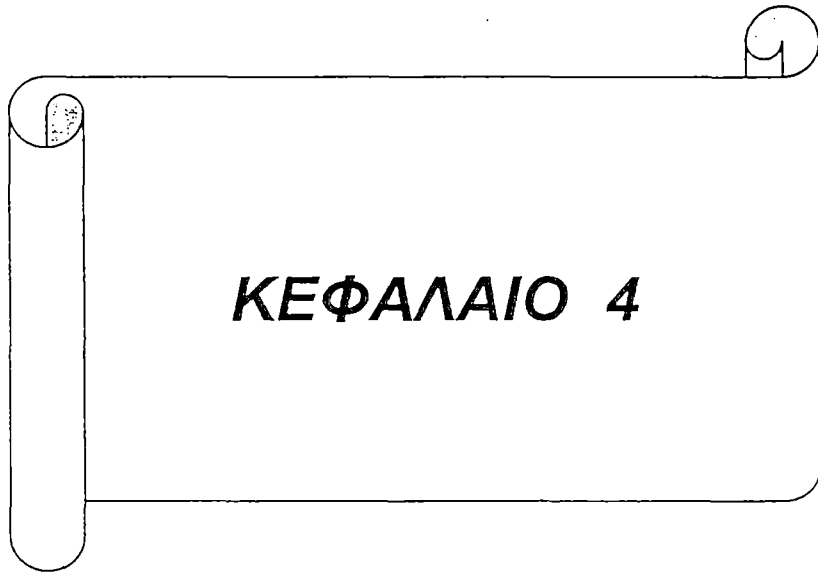
εξαγωγών των μουσουλμανικών χωρών. Ακολουθούν η Αίγυπτος, τα Ηνωμένα Εμιράτα, η Συρία και ο Λίβανος.

Αναφορικά με την Σαουδική Αραβία θα μπορούσε να σημειωθεί ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου διαθέτει στη χώρα αυτή πελάτες οι οποίοι ευρίσκονται στην Τζέντα , στη Μέκκα και στο Ριάντ αυτοί είναι :

- AHMED ABDEL KADER GONEID BAGNGID
- AHMED ABDUL RAHMAN BIN AFIF TRADING CO

Επίσης η ίδια η Σαουδική Αραβία εξάγει μαστίχα στις γειτονικές αραβικές χώρες.

Οι μουσουλμανικές χώρες αποτελούν για την Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου μια σταθερή αγορά που κρατάει σε υψηλά επίπεδα τις πωλήσεις σε μαστίχα και σε προϊόντα φυσικής μαστίχας όπως τσίκλες, μοσχολίβανο και μαστιχέλαιο.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Σε προηγούμενα κεφάλαια έχει αναφερθεί ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου αναλαμβάνει την επεξεργασία και τυποποίηση της φυσικής μαστίχας ενώ παράλληλα ασχολείται και με την παραγωγή της τσίκλας. Στην πρώτη περίπτωση δεν υπάρχουν ανταγωνιστές για την επιχείρηση ενώ στην περίπτωση της τσίκλας υπάρχουν μεγάλες εταιρείες στην Ελλάδα που ανταγωνίζονται την τσίκλα που παράγει η συγκεκριμένη επιχείρηση. Εξαιτίας της παραπάνω διαφοροποίησης που προκύπτει για τα δύο προϊόντα μαστίχα – τσίκλα είναι αναγκαίο για την επιχείρηση να διαφοροποιήσει την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει για την μαστίχα σε σχέση με εκείνη που θα ακολουθήσει για την τσίκλα.

#### Τιμολογιακή πολιτική για τη μαστίχα

Η τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης για την μαστίχα εξυπηρετεί τους παρακάτω στόχους :

- Διατήρηση και αύξηση του μεριδίου της αγοράς
- Παραπέρα γνωριμία του προϊόντος (φυσικής μαστίχας) με τους καταναλωτές
- Σημαντική παρουσία του προϊόντος στα κανάλια διανομής
- Υποβοήθηση του δικτύου διανομής για την προώθηση της μαστίχας στις επιμέρους αγορές.

Με βάση τους παραπάνω στόχους τιμολογιακής πολιτικής η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου προσπαθεί να συμπίεσει το κόστος παραγωγής στα παρακάτω επίπεδα :

- Στην πρωτογενή παραγωγή. Συγκεκριμένα η επιχείρηση προσπαθεί με διάφορους τρόπους να μειώσει το κόστος καθαρισμού της φυσικής μαστίχας.
- Στην μεταποίηση της μαστίχας. Στην περίπτωση αυτή η επιχείρηση προσπαθεί να συμπίεσει το κόστος με την απόκτηση τεχνολογικά εξοπλισμένων μηχανημάτων που θα συμβάλλουν στην γρηγορότερη ποιοτική αλλά και ποσοτική μεταποίηση και επεξεργασία της φυσικής μαστίχας.
- Στην διάρθρωση των πωλήσεων. Προκειμένου να συμπίεστεί το κόστος σε αυτό το επίπεδο η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου αναλαμβάνει την διεκπεραίωση ερευνών αγοράς που διερευνούν εκτός των άλλων, τις προτιμήσεις των καταναλωτών σχετικά με τον τόπο που επιθυμούν να προμηθεύονται και να αγοράζουν τα προϊόντα της επιχείρησης (πολυκαταστήματα, super market, καταστήματα ζαχαρωδών). Επίσης η συνεργασία με έναν αποκλειστικό μεταφορέα που θα μεταφέρει τα προϊόντα της επιχείρησης, με την προϋπόθεση ότι αυτός θα παρέχει αξιόπιστη μεταφορά, θα παρέχει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να

αποκτήσει μεγαλύτερη διαπραγματευτική ικανότητα απέναντι στον μεταφορέα, γεγονός που θα επιτρέψει στην Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου να μεταφέρει μεγαλύτερες ποσότητες προϊόντος σε μια ικανοποιητική και σχετικά χαμηλή τιμή γι' αυτήν.

Τέλος σε ότι αφορά την διαμόρφωση της τιμής της φυσικής μαστίχας πρέπει να σημειωθεί ότι η τιμή αυτής διαπραγματεύεται ελεύθερα στην αγορά. Η διαπραγμάτευση πραγματοποιείται μεταξύ του πελάτη της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου που ενεργεί για λογαριασμό των μελών – μαστιχοπαραγωγών. Όταν καθοριστεί η τελική τιμή πώλησης της φυσικής μαστίχας τότε η επιχείρηση παρακρατά ένα ποσοστό που κυμαίνεται μεταξύ του 22%- 23% της τελικής τιμής, ώστε η ίδια να καλύπτει τα έξοδα της. Τα υπόλοιπα χρήματα λαμβάνονται από τους μαστιχοπαραγωγούς.<sup>15</sup>

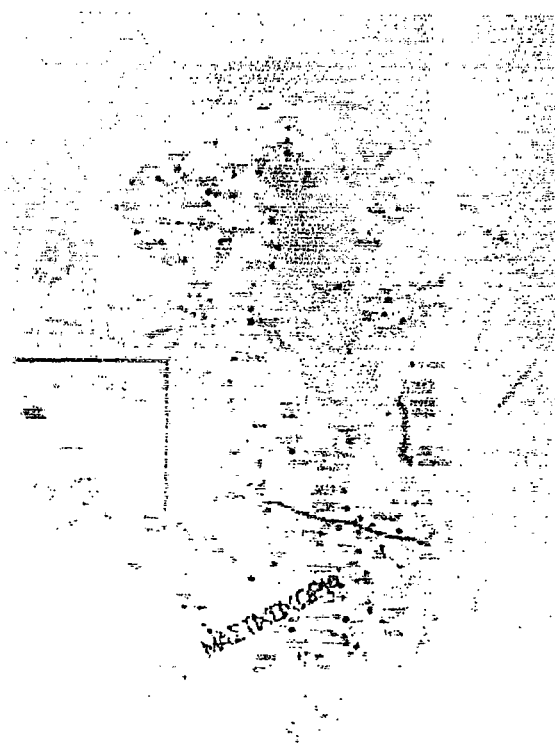
#### Τιμολογιακή πολιτική για την τσίκλα

Αναφορικά με την τιμολογιακή πολιτική που εφαρμόζεται για την τσίκλα πρέπει να τονιστεί ότι αυτή στηρίζεται στις τιμές που καθορίζουν οι ανταγωνιστές για τα προϊόντα τους αλλά και σε πιθανές μεταβολές των τιμών που αυτοί μπορεί να προβούν. Στο σημείο αυτό όμως πρέπει να αναφερθεί ότι το παραπάνω συμβαίνει με την προϋπόθεση ότι η τιμή που επιβάλλει η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου για την τσίκλα έχει ως αποτέλεσμα να μειώνει το κόστος της παραγωγής της ( κυρίως μέσω των οικονομιών κλίμακας) γιατί στην αντίθετη περίπτωση που η επιχείρηση θα πουλούσε την τσίκλα σε τιμή μικρότερη του κόστους παραγωγής θα αντιμετώπιζε ζημιολόγα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα. Δηλαδή η επιχείρηση δίνει μεγάλη σημασία στις τιμές των προϊόντων του κύριου ανταγωνιστή και στο κόστος παραγωγής της όταν πρόκειται να τιμολογήσει τα προϊόντα της. Έτσι δεν καθορίζει μια τιμή υψηλότερη από αυτή που καθορίζει η ανταγωνίστρια εταιρεία Adams, αλλά πάντα επιδιώκει η τιμή της να είναι χαμηλότερη από του ανταγωνιστή. Στο σημείο αυτό πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι αυτό που συχνά συμβαίνει είναι η επιχείρηση που εξετάζεται να ακολουθεί την επιχείρηση leader στον κλάδο της τσίκλας όταν πρόκειται να τιμολογήσει τα προϊόντα της. Όμως όταν πρόκειται για την τσίκλα με μαστίχα τότε η επιχείρηση ακολουθεί πάλι τον ηγέτη όμως μπορεί και να εκμεταλλευτεί το συγκριτικό της πλεονέκτημα, δηλαδή το γεγονός ότι η τσίκλα που παράγει περιέχει φυσική μαστίχα κάτι που δεν περιέχεται σε άλλες τσίκλες που διατίθενται στην αγορά και έτσι να προβεί σε μια μικρή αύξηση της τιμής του προϊόντος της.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ Ε.Μ.Χ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΓΑΝΙΑΡΗΣ.

<sup>16</sup> ΠΗΓΗ: ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ Ε.Μ.Χ. ΤΣΟΥΡΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ.

Επίσης η επιχείρηση είναι απαραίτητο να γνωρίζει την τιμή και την ποιότητα της προσφοράς του ανταγωνιστή της, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιήσει τα παραπάνω ως σημείο προσανατολισμού για την δική της τιμολόγηση. Σε περίπτωση που η προσφορά της επιχείρησης είναι όμοια με την προσφορά ενός βασικού ανταγωνιστή θα καθορίσει την τιμή της κοντά στην τιμή του ανταγωνιστή γιατί αλλιώς θα χάσει μέρος από τις πωλήσεις της. Σε περίπτωση που η προσφορά της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι χειρότερη, τότε δεν θα μπορεί να επιβάλλει υψηλότερη τιμή από αυτήν του ανταγωνιστή. Αν όμως η προσφορά της επιχείρησης είναι καλύτερη από εκείνη του ανταγωνιστή τότε μπορεί να επιβάλλει υψηλότερη τιμή από εκείνη του ανταγωνιστή της.<sup>17</sup>



<sup>17</sup>PHILIP KOTLER, ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ-ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΑΝΑΛΥΣΗ, ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ. Β' ΤΟΜΟΣ.ΕΚΔΟΣΕΙΣ INTERBOOKS 1991.ΣΕΛ.821

# PRICE LIST

## A. 1 GUM MASTIC

LARGE TEARS NO 1 AT USD \$ 55  
 LARGE TEARS NO 3 AT USD \$ 53  
 LARGE TEARS NO 4 AT USD \$ 50

SMALL TEARS NO 1 AT USD \$ 66  
 SMALL TEARS NO 3 AT USD \$ 55  
 SMALL TEARS NO 5 AT USD \$ 57

PER KILO FOB ATHENS



## A.2 PACKING

1. In cartons of 10 kilos net, containing 2 smaller cartons of 5 kilos net each one.-All qualities
2. In cartons of 25 kilos net, hooped with plastic bands.-All qualities
3. In carton boxes of 500 grms net, 50 such boxes in a carton, hooped with plastic bands. (plus 0,50 \$ per kilo). All qualities - except Large Tears No 1
4. In carton boxes of 100 grms net (plus 1 \$ per kilo) Large Tears No 1
5. In carton boxes of 50 grms net (plus 1,50 \$ per kilo) Large Tears No 3 - Small Tears No 1
6. In envelopes of 10 grms net, 24 env. In a packet (plus 8 \$ per kilo) Large Tears No 3



## B.1 MASTIC CHEWING GUM "ELMA"

Small Tears No 1

PRICE PER CARTON USD \$ 85 FOB ATHENS

PRICE PER PACKET OF 20 SMALL BOXES OF 10 PCS. AT USD \$ 3,40

PRICE PER PACKET OF 40 SMALL BOXES OF 5 PCS. AT USD \$ 3,40

PRICE PER PACKET OF 100 SMALL BOXES OF 2 PCS. AT USD \$ 3,40

## B.2 MASTIC CHEWING GUM "ELMA" SUGAR FREE

PRICE PER CARTON USD \$ 125 FOB ATHENS

PRICE PER PACKET OF 20 SMALL BOXES OF 10 PCS. AT USD \$ 5

## B.3 CHEWING GUM "CHIOS SMILE"

PRICE PER CARTON USD \$ 85 FOB ATHENS

PRICE PER PACKET OF 20 SMALL BOXES OF 10 PCS. AT USD \$ 3,40



## B. 4 PACKING

In cartons of 25 packets, hooped with plastic bands.

## C. 1 GUM MASTIC OIL

A' QUALITY PRICE PER KILO USD \$ 1150 FOB ATHENS

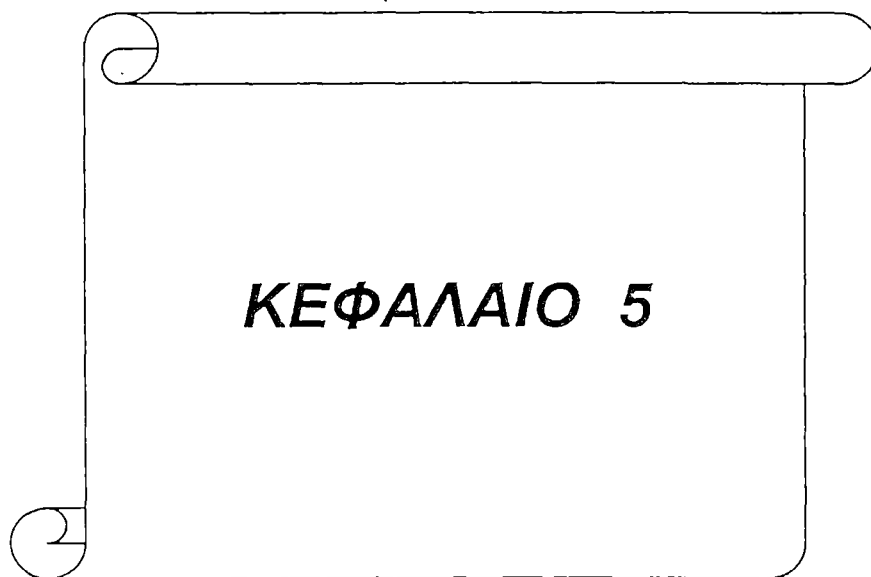


## C. 2 PACKING

In bottles of 500 grms net, each bottle in a tin and the tins in a wooden case, hooped with metallic strips and covered with bags.

## PAYMENT

By confirmed irrevocable L/C opened in our favour at the Chios' Branch of any bank (Agricultural Bank, National Bank, Commercial Bank, Ionian Bank, ) or by check or transfer in advance.





## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

#### 5.1. ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟΣ

Το σύγχρονο μάρκετινγκ απαιτεί κάτι περισσότερο απ' την δημιουργία ενός καλού προϊόντος, απ' την ελκυστική του τιμολόγηση και την μεσολάβηση ώστε να καταστεί δυνατή η προσέγγιση των πελατών στόχων. Οι εταιρείες πρέπει επίσης να επικοινωνούν με τους σημερινούς και τους υποψήφιους πελάτες. Προκειμένου όμως να καταστεί αυτό δυνατό είναι αρχικά απαραίτητος ο καθορισμός της αγοράς - στόχου και η τμηματοποίηση της αγοράς.

Στην υπό εξέταση επιχείρηση, διεξάγονται ορισμένες έρευνες πάνω στην γεωγραφική κατανομή των πωλήσεων και στις συνολικές ποσότητες που πωλούνται στην αγορά. Στα πλαίσια λοιπόν του σχεδίου μάρκετινγκ της E.M.X. έχει διαπιστωθεί ότι οι πωλήσεις της μαστίχας στην εσωτερική αγορά καλύπτουν ένα σημαντικό ποσοστό στο σύνολο των πωλήσεων και ότι οι μεγαλύτερες ποσότητες μαστίχας μπορούν να πωληθούν στις αστικές περιοχές της Ελλάδας. Επιπλέον, μεγάλες ποσότητες είναι δυνατόν να πωληθούν στην περιφέρεια Θράκης όπου κατοικεί μουσουλμανικό στοιχείο. Οι περιοχές της Αττικής και της Θεσσαλονίκης επίσης προσφέρονται για αυξημένες πωλήσεις μαστίχας αφού απορροφούν σημαντικές ποσότητες, αλλά παρουσιάζουν και συγκέντρωση μεταποιητικών μονάδων (βιοτεχνιών - βιομηχανιών) οι οποίες είναι εν δυνάμει πελάτες της φυσικής μαστίχας. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι οι στόχοι για τις πωλήσεις φυσικής μαστίχας κατά γεωγραφικές ενότητες προσδιορίζονται κυρίως για την Αθήνα και την Θεσσαλονίκη και στη συνέχεια για την Χίο και για τις υπόλοιπες περιοχές.

Θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι το αγοραστικό κοινό της μαστίχας Χίου ποικίλει ανάλογα με την χρήση του προϊόντος. Αυτό συμβαίνει γιατί η φυσική μαστίχα χρησιμοποιείται μεταξύ άλλων και στους τομείς της ποτοποιίας και της ζαχαροπλαστικής οι οποίοι μπορούν να απορροφήσουν μεγαλύτερες ποσότητες προϊόντος. Συνεπώς διεξάγονται έρευνες από την Ε.Μ.Χ. προκειμένου να διαπιστωθούν εναλλακτικές χρήσεις της μαστίχας και γίνεται ενημέρωση του αγοραστικού κοινού. Οι ενέργειες αυτές είναι δυνατόν να συμβάλλουν στην αύξηση των πωλήσεων ιδιαίτερα στην εσωτερική αγορά.

Στον τομέα της τσίχλας, η πολιτική που ακολουθεί η επιχείρηση είναι ανάλογη με εκείνη της φυσικής μαστίχας προκειμένου να καθορίσει την αγορά - στόχο της. Πιο συγκεκριμένα, το αγοραστικό κοινό τμηματοποιείται κατά ηλικία και γεωγραφική περιφέρεια. Από την έρευνα αγοράς που έχει πραγματοποιηθεί, προκύπτει ότι οι συνήθεις καταναλωτές τσίχλας είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό οι ηλικίες 15 - 19 ετών και 25 - 35 ετών. Δεν θα πρέπει επίσης να παραλειφθεί το γεγονός ότι αυτές είναι οι ηλικίες που παρουσιάζουν την μεγαλύτερη κατανάλωση τσίχλας στις αστικές περιοχές. Τέλος, τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερη τσίχλα από τους άντρες.

## 5.2. ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Μία σύγχρονη εταιρεία ασκεί μανάτζμεντ σε ένα πολύπλοκο σύστημα επικοινωνιών μάρκετινγκ. Η εταιρεία επικοινωνεί με τους ενδιαμέσους φορείς που διαθέτει στην αγορά, τους καταναλωτές και τις διάφορες ομάδες κοινού. Κάθε επιμέρους ομάδα επανατροφοδοτεί πληροφορίες σε κάθε άλλη ομάδα.

Το μίγμα επικοινωνίας μάρκετινγκ συνίσταται σε τέσσερα βασικά εργαλεία:

- Διαφήμιση. Συγκεκριμένα, στην διαφήμιση περιλαμβάνονται έντυπες, ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές διαφημίσεις, διαφημιστικά φιλμ, μπροσούρες και φυλλάδια, σύμβολα και λογότυπα, εξωτερική και εσωτερική συσκευασία, ταχυδρομούμενα έντυπα, κατάλογοι και άλλα εργαλεία.

- Προώθηση πωλήσεων, η οποία συνίσταται στην διεξαγωγή εκθέσεων, επιδείξεων, δειγματοδιανομών και διαγωνισμών.

- Δημόσιες σχέσεις, δηλαδή συνεντεύξεις τύπου, ομιλίες, σεμινάρια, χορηγίες, ετήσιες εκθέσεις, δημοσιεύματα, ομάδες επηρεασμού, φιλανθρωπικές δωρεές.

- Προσωπική πώληση, η οποία περιλαμβάνει παρουσίαση πωλήσεων, προγράμματα κινήτρων, δείγματα, τηλεμάρκετινγκ.

Στις σημερινές συνθήκες αγοράς, η διαφημιστική καμπάνια είναι απαραίτητη για την στήριξη των προϊόντων αλλά και του δικτύου διανομής τους. Οι τρόποι προώθησης και διαφήμισης της μαστίχας και των άλλων προϊόντων της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι τόσο παραδοσιακοί όσο και σύγχρονοι. Συγκεκριμένα, η υπό εξέταση επιχείρηση επικεντρώνεται στην διανομή προσπέκτους, στην δειγματοδιανομή, στις καταχωρήσεις στον Τύπο, στην προώθηση των προϊόντων και στην διαφήμιση μέσω της τοπικής τηλεόρασης.

Η Ε.Μ.Χ. εκδίδει διαφημιστικά φυλλάδια στα οποία αναφέρεται στην μαστίχα, στην τσίχλα και στα άλλα δευτερογενή προϊόντα της, καθώς και στις συσκευασίες στις οποίες διατίθενται αυτά. Τα διαφημιστικά φυλλάδια έχουν σημαντικά πλεονεκτήματα αφού μένουν στον καταναλωτή και του δίνουν την δυνατότητα να τα μελετήσει. Επιπλέον, παρέχουν στον έμπορο της μαστίχας την ευκαιρία να πείσει τους μελλοντικούς αγοραστές. Για τον λόγο αυτό, τα φυλλάδια θα πρέπει να φτιάχνονται με ιδιαίτερη προσοχή.

Η δειγματοδιανομή είναι ένας κλασικός αλλά ταυτόχρονα και αποδοτικός τρόπος προώθησης των προϊόντων που παράγει και διανέμει μια εταιρεία. Με την δειγματοδιανομή, η E.M.X. έχει συνεχή ενημέρωση και είναι σε θέση να γνωρίζει το τι ζητάει η αγορά. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η δειγματοδιανομή για να προσφέρει θεμιτά αποτελέσματα θα πρέπει να γίνεται ανελλιπώς μέσω του δικτύου των πωλήσεων της μαστίχας και των άλλων προϊόντων της εταιρείας.

Ένας άλλος τρόπος προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων της υπό εξέταση επιχείρησης είναι μέσω καταχωρήσεων στον Τύπο. Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου επιλέγει τα έντυπα εκείνα μέσω των οποίων η διαφήμιση θα είναι πιο αποτελεσματική. Τα έντυπα τα οποία παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον είναι τα επαγγελματικά όπως έντυπα ζαχαροπλαστικής, αρτοποιίας, φαρμακευτικά και ιατρικά.

Στις μέρες μας, ο σκληρός ανταγωνισμός δημιουργεί την ανάγκη για την επεξεργασία μιας πολιτικής προώθησης των προϊόντων της εταιρείας από την Διεύθυνση των Πωλήσεων. Μια πολιτική αυτού του είδους, η οποία περιλαμβάνει ευκαιρίες ή εκπτώσεις για τους αγοραστές, δίνει στην εταιρεία την δυνατότητα διεξόδου σε νέες αγορές και αύξησης των πωλήσεων.

Δεν θα πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός ότι η E.M.X. προβάλλει τα προϊόντα της και μέσω διαφημίσεων στα τοπικά κανάλια της Χίου. Η τηλεόραση προσφέρεται για μια καμπάνια υπενθύμισης των προϊόντων και αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό μέσο για την διαφήμιση των προϊόντων μιας εταιρείας.

Η μαστίχα αντιμετωπίζεται τόσο από την E.M.X. όσο και από τις κρατικές ή άλλες αρχές σαν ένα προϊόν που οι ιδιαίτερες φυσικές ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά του προσφέρουν την δυνατότητα να έχει μια ιδιαίτερη θέση στην εσωτερική και διεθνή αγορά. Οι χρήσεις της μπορούν να επεκταθούν σε πολλούς τομείς της παραγωγικής διαδικασίας, με αποτέλεσμα να γίνει βασικό ενδιάμεσο προϊόν σε

κλάδους της βιομηχανίας. Είναι αυτές οι ιδιότητες της μαστίχας που αποτελούν το κίνητρο για την προβολή της μέσω της τηλεόρασης σε εθνικό επίπεδο. Σε αρκετές περιπτώσεις, υπάρχει ενημέρωση μέσω της τηλεόρασης και μέσω Ευρωπαϊκών προγραμμάτων για τις ιατρικές, θεραπευτικές και φαρμακευτικές ιδιότητες της μαστίχας, καθώς επίσης και για τις χρήσεις της.

Επιπρόσθετα, στον τριτογενή τομέα, η Έρευνα της E.M.X. έχει στραφεί στα θέματα της Διοίκησης και του Μάρκετινγκ. Η εταιρεία σε συνεργασία με το τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, πραγματοποιεί ένα Ερευνητικό Πρόγραμμα («ΤΕΣΕΛΜΑ») το οποίο επικεντρώνεται στην προβολή των προϊόντων της μέσω του INTERNET, καθώς και στην παραγωγή CD - ROM για την προβολή της E.M.X., της μαστίχας και των άλλων προϊόντων της σε εκθέσεις. Επιπλέον, το πρόγραμμα αυτό αναλαμβάνει δραστηριότητες σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο των προϊόντων της εταιρείας και προβαίνει σε ενέργειες που αφορούν τον Ανασχεδιασμό των Επιχειρηματικών Διαδικασιών της, καθώς και την διαχείριση των αποθεμάτων της.

Θα πρέπει να αναφερθεί επίσης ότι ένας άλλος τρόπος με τον οποίο η E.M.X. επιδιώκει την διαφήμιση των προϊόντων της είναι η παροχή χορηγιών σε αθλητικές ομάδες. Οι χορηγίες αυτές βέβαια περιορίζονται σε τοπικό επίπεδο, δηλαδή στην περιοχή της Χίου και δεν επεκτείνονται ευρύτερα.

Οι πωλήσεις των προϊόντων της E.M.X. δίνουν στην εταιρεία την δυνατότητα να γνωρίζει τις συσκευασίες που προτιμώνται από το αγοραστικό κοινό και έτσι να προβαίνει στην χάραξη μιας ορθολογικής πολιτικής για την προώθηση των διαφορετικών συσκευασιών των προϊόντων στην αγορά. Η εταιρεία θα πρέπει να διεξάγει έρευνες προκειμένου να μελετάται περαιτέρω η συσκευασία των προϊόντων ώστε να ανταποκρίνεται στις νέες απαιτήσεις της αγοράς σήμερα, οι οποίες στην ουσία προσδιορίζουν τις χρήσεις, το σχέδιο και την τιμή ενός προϊόντος.

Συμπεραίνουμε λοιπόν απ' όσα προαναφέρθηκαν, ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου, παρά το γεγονός ότι προβαίνει σε διάφορες ενέργειες προκειμένου να διαφημίσει και να προωθήσει τα προϊόντα της, δεν έχει την δυνατότητα να πραγματοποιήσει μια καλή και πολυδάπανη καμπάνια. Το γεγονός αυτό αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα ιδιαίτερα στον τομέα της τσίχλας όπου η συγκεκριμένη επιχείρηση ανταγωνίζεται εταιρείες κολοσσούς με μεγάλα περιθώρια κέρδους και με μεγάλες δυνατότητες για πολυδάπανες διαφημιστικές καμπάνιες.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### 6.1. ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΗ ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου απασχολεί σήμερα εξήντα άτομα κατά μέσο όρο. Το υπαλληλικό προσωπικό ανέρχεται σε τριάντα οκτώ άτομα ενώ το εργατοτεχνικό προσωπικό σε είκοσι δύο άτομα. Θα πρέπει να σημειωθεί επίσης ότι κατά την διάρκεια των εργασιών της επιχείρησης το οικονομικό έτος 2002 απασχολήθηκαν δύο ακόμη άτομα με σύμβαση έργου, των οποίων η ειδικότητα είναι προγραμματιστής - αναλυτής και ηλεκτρολόγος - μηχανολόγος, αντίστοιχα.

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι τα άτομα που υπάγονται στον τομέα του υπαλληλικού προσωπικού διαχωρίζονται ανάλογα με τις δραστηριότητες που έχουν αναλάβει. Ειδικότερα, δεκατρία είναι τα άτομα που απασχολούνται στην διοίκηση της ένωσης. Στον αριθμό αυτό συγκαταλέγεται ο Διευθυντής της επιχείρησης, ο Υποδιευθυντής και ο Προϊστάμενος του Οικονομικού τμήματος. Στον τομέα της μαστίχας απασχολούνται εννέα υπάλληλοι ανάμεσα στους οποίους και ο Προϊστάμενος του εμπορικού τμήματος. Σε ότι αφορά το τμήμα της τσίχλας, θα πρέπει να σημειωθεί ότι απασχολούνται τέσσερα άτομα στα οποία κατατάσσεται και ο Προϊστάμενος Δευτερογενούς Παραγωγής. Δύο είναι τα άτομα που υπάγονται στον τομέα των ζωοτροφών μαζί με τον Προϊστάμενο Πρωτογενούς Παραγωγής. Επιπλέον, απασχολείται ένα άτομο στο τμήμα των γεωργικών φαρμάκων όπως επίσης και στον τομέα του μαστιχελαίου. Στο τυπογραφείο που διαθέτει η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου για την τύπωση των χάρτινων κουτιών που χρησιμοποιούνται για την συσκευασία της τσίχλας που παράγει, εργάζονται τέσσερα άτομα. Τέλος δύο είναι οι υπάλληλοι που εργάζονται στον τομέα των μεταφορών για την διακίνηση και διανομή των παραγόμενων



προϊόντων. Δεν θα πρέπει να παραλείψουμε το γεγονός ότι ο Διευθυντής, ο Υποδιευθυντής, ο Προϊστάμενος του Εμπορικού τμήματος, ο Προϊστάμενος Δευτερογενούς Παραγωγής, καθώς επίσης και ο Προϊστάμενος Πρωτογενούς Παραγωγής είναι πτυχιούχοι Α.Ε.Ι.

Στον τομέα των ημερομισθίων, οι υπάλληλοι κατατάσσονται στο τμήμα της τσίχλας, μαστίχας, ζωοτροφών και στο τυπογραφείο ανάλογα με τις εργασίες που εκτελούν. Έτσι, τέσσερα είναι τα άτομα που απασχολούνται στον τομέα της τσίχλας και δέκα στον τομέα της μαστίχας. Τέλος, τέσσερις είναι οι υπάλληλοι που εργάζονται στο τμήμα των ζωοτροφών όπως επίσης και στο τυπογραφείο.<sup>22</sup>

## 6.2. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου προσλαμβάνει το προσωπικό της με συμβάσεις συνεταιριστικών υπαλλήλων. Ένα βασικό στοιχείο που χαρακτηρίζει την υπηρεσιακή συγκρότηση της επιχείρησης είναι η μονιμότητα των υπαλλήλων στις εργασιακές τους θέσεις, γεγονός που μπορεί να αποτελέσει και μειονέκτημα για την παραγωγικότητα και αποδοτικότητα τους.

Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση αντιμετωπίζει προβλήματα έλλειψης ειδικευμένου προσωπικού κυρίως γιατί οι μισθοί είναι χαμηλοί για να προσελκύσουν αυτήν την κατηγορία υπαλλήλων. Επιπλέον, ελλείψεις παρατηρούνται και στον τομέα των στελεχών όπου η ένωση έχει ανάγκη από πτυχιούχους καταρτισμένους και έμπειρους στο αντικείμενο τους.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> ΕΚΘΕΣΗ ΠΕΠΡΑΓΜΕΝΩΝ ΤΗΣ Ε.Μ.Χ.

<sup>23</sup> ΠΗΓΗ : ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ Ε.Μ.Χ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΣΟΥΡΟΣ.

### 6.2.1. ΚΙΝΗΤΡΑ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑΣ

Είναι γενικά παραδεκτό ότι οι επιχειρήσεις και ιδιαίτερα αυτές του ιδιωτικού τομέα, παρέχουν ορισμένα κίνητρα και βραβεία προκειμένου να παρακινήσουν το προσωπικό τους και να το επιβραβεύσουν για την επίτευξη συγκεκριμένων αποτελεσμάτων. Αυτό συμβαίνει γιατί ένα σύστημα κινήτρων παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως είναι ο καθορισμός άμεσης και σαφής σχέσης μεταξύ απόδοσης και πληρωμής, η δημιουργία μιας κουλτούρας εργαζομένων προσανατολισμένης προς την δράση και τα αποτελέσματα, η προσέλκυση ατόμων ικανών και με διάθεση για επιτυχία και διάκριση, η ενθάρρυνση της επιχειρηματικής νοοτροπίας και συμπεριφοράς στελεχών και εργατοϋπαλλήλων, η συμβολή στην παραμονή αξίων και ικανών εργαζομένων και η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του όλου συστήματος αμοιβής. Τα παρεχόμενα κίνητρα είναι συνήθως περισσότερο οικονομικά αλλά μπορεί να είναι και ηθικά. Ένα σύστημα κινήτρων συνδέει στις περισσότερες περιπτώσεις την πληρωμή με την επίτευξη προκαθορισμένων στόχων (ποσοτικών και ποιοτικών) και με τα καθορισμένα πρότυπα απόδοσης σε ατομικό, ομαδικό και επιχειρησιακό επίπεδο.<sup>24</sup>

Σε ότι αφορά την υπό εξέταση επιχείρηση, θα πρέπει να αναφερθεί ότι ένα βασικό μειονέκτημα της επικεντρώνεται στο γεγονός ότι δεν υφίσταται και δεν εφαρμόζεται ένα σύστημα κινήτρων. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τον αρνητικό επηρεασμό των εργαζομένων. Η παραγωγικότητα και η αποδοτικότητα τους θα μπορούσε να βελτιωθεί περαιτέρω αν η επιχείρηση προσέφερε κάποια κίνητρα είτε οικονομικά είτε άλλης φύσεως.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου παρέχει στους υπαλλήλους της χαμηλές αμοιβές γεγονός που καταρχήν αποτρέπει άτομα

---

<sup>24</sup> ΛΕΩΝΙΔΑΣ Σ. ΧΥΤΗΡΗΣ (2001). ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ. ΕΚΔΟΤΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ « INTERBOOKS ». ΑΘΗΝΑ . ΣΕΛ. 188 – 189.

καταρτισμένα και εξειδικευμένα να αναζητήσουν εργασία στην συγκεκριμένη επιχείρηση. Ταυτόχρονα, η έλλειψη κινήτρων και προοπτικών είναι άλλοι δύο παράγοντες που δυσχεραίνουν την προσέλκυση ικανών ατόμων με μακροχρόνιους στόχους.

Αναφορικά με τα άτομα που απασχολούνται στην Ε.Μ.Χ. θα πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχει ελάχιστη παρακίνηση για την επίτευξη καθορισμένων στόχων. Σ' αυτό συμβάλλει και το γεγονός ότι υπάρχει μονιμότητα στις εργασιακές θέσεις. Συνεπώς, υφίσταται κατοχύρωση των θέσεων και έτσι οι εργαζόμενοι δεν ενδιαφέρονται να αυξήσουν την αποτελεσματικότητά τους προκειμένου να διατηρήσουν την εργασία τους.

Το συλλογικό και ομαδικό πνεύμα που δημιουργείται λόγω της αποκλειστικότητας της καλλιέργειας, συλλογής, επεξεργασίας, παραγωγής και εμπορίας της φυσικής μαστίχας στο νησί της Χίου μπορεί να θεωρηθεί ως το καθοριστικότερο σημείο που παρακινεί τους υπαλλήλους να βελτιώσουν την απόδοσή τους. Η Χίος έχει το συγκριτικό πλεονέκτημα ότι ο μαστιχοφόρος σχοίνος ευδοκίμει μόνο στο έδαφος της (και συγκεκριμένα μόνο στην περιοχή των Μαστιχοχωρίων). Οι κάτοικοι της λοιπόν και ακόμη περισσότερο οι μαστιχοπαραγωγοί και οι υπάλληλοι της Ε.Μ.Χ. επιδιώκουν την διατήρηση αυτού του πλεονεκτήματος και της μοναδικότητας του προϊόντος τους. Το γεγονός αυτό ίσως να αποτελεί λοιπόν ένα βασικό κίνητρο για την δημιουργία μιας ενιαίας κουλτούρας εργαζομένων προσανατολισμένης προς αυτόν τον σκοπό και για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης ιδιαίτερα στον τομέα παραγωγής τσίχλας.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΟΠΟΙΑ ΚΑΤΑ ΚΥΡΙΟ ΛΟΓΩ ΑΠΑΣΧΟΛΗΘΗΚΑΝ

**B) Υπόμνηση Σχέση**

1. Τσούρος	Γεώργιος (Διευθυντής)	Διοίκηση
2. Κουντουριάδης	Δημήτριος (Υποδιευθυντής)	Διοίκηση
3. Περρίκος	Γιάννης (Πρ. Υπ. Εμπορ.)	Μαστίχα
4. Στομοβλα	Καλλιόπη (Πρ. Υπ. Δευτ. Παρ)	Τσίκλα
5. Βασιλάκης	Τηλέμαχος (Πρ. Υπ. Πρωτ.)	Ζωοτροφές
6. Γεωργίτσος	Γεώργιος (Πρ. Υπ. Οικον.)	Διοίκηση
7. Μπενοβία	Κυριακή	Μαστίχα
8. Τσελεπή	Αγγελική	Διοίκηση
9. Μπουλαμπανίδου	Καλλιόπη	Διοίκηση
10. Σούτης	Κων/νος	Διοίκηση
11. Βούτσας	Γιάννης	Διοίκηση
12. Αβδελιώδης	Παναγιώτης	Διοίκηση
13. Κωσταρή	Αγγελική	Διοίκηση
14. Γιαννακή	Μαρία	Διοίκηση
15. Σωτηράκη	Ευαγγελία	Διοίκηση
16. Γεωργιάς	Δημοσθένης	Διοίκηση
17. Τσάμπος	Σταμάτης	Διοίκηση
18. Βασιλικός	Παντελής του Αριστ.	Τσίκλα
19. Γιαλούσης	Αντώνης	Τυπογραφ
20. Βουνουσάκης	Γιάννης	Μαστίχα
21. Μισετζή	Αικατερίνη	Μαστίχα
22. Σπρουμπάκης	Πέτρος	Μαστίχα
23. Δηράκης	Αθανάσιος	Μαστίχα
24. Γιαλούσης	Γιάννης	Μαστίχα
25. Φεγγάρα	Μήνα	Διοίκηση
26. Κοκκαλιά	Μαριγώ	Διοίκηση
27. Βασιλικός	Παντελής του Γεωργ.	Γεωργ. Φάρμακα
28. Γιαννουρής	Ελευθέριος	Ζωοτροφές
29. Κολιάρος	Γιάννης	Μεταφ. Μέσα
30. Χαραλαμπίδης	Μιχάλης	Μεταφ. Μέσα
31. Αβδελιώδης	Γιάννης	Τσίκλα
32. Αμύγδαλος	Κων/νος	Τσίκλα

Γ. ΗΜΕΡΟΜΗΣΙΟΙ

1. Στρουμπάκη	Πετρούλα	Τσίτλα
2. Κοκκαλιά	Μαργαρίτα	Τσίτλα
3. Παντελούκα	Ολυμπία	Τυπογραφείο
4. Ψαλλάκη	Μαρία	"
5. Παντελούκα	Αδαμαντία	"
6. Μουλάκης	Στέφανος	Μαστίχα
7. Χαζίρης	Ευκλείδης	Τσίτλα
8. Αμαρτώλου	Αναστασία	Μαστίχα
9. Γαβρίλη	Μαρία	Μαστίχα
10. Γιακουμή	Ειρήνη	"
11. Δελλιού	Ελένη	Τυπογραφείο
12. Γλαράκη	Ειρήνη	Μαστίχα
13. Καυώλη	Κυριακή	"
14. Κολόμβου	Κυριακή	"
15. Ντόλια	Μαρία	"
16. Πολυχρόνη	Μαρουσώ	"
17. Παντελάκη	Μαρία	Μαστίχα
18. Σκαρβέλη	Μαρία	Τσίτλα
19. Εκατομάτης	Επαμεινώνδας	Ζωοτροφές
20. Μουλάκης	Γεώργιος	"
21. Κουργιάς	Σπύρος	"
22. Γιαννίρης	Ιωάννης	"

ΣΥΝΕΤΑ, ΣΑΥΕΛ



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΓΕΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ο βασικότερος αντικειμενικός στόχος της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι προώθηση των βιομηχανικών της προϊόντων τόσο στην εγχώρια όσο και στην εξωτερική αγορά. Με άλλα λόγια η επιχείρηση έχει ως στόχο την αύξηση των πωλήσεων της φυσικής μαστίχας και της τσίκλας, ώστε η ζήτηση μαστίχας από το εργοστάσιο της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου να αυξηθεί σημαντικά μειώνοντας παράλληλα και σταδιακά την εξάρτηση από τις εξαγωγές πρώτης ύλης. Για την επίτευξη του παραπάνω στόχου θα πρέπει να υπάρξουν παρεμβάσεις σε πολλά επίπεδα.

Αρχικά θα πρέπει να σημειωθεί ότι απαιτείται αναδιοργάνωση της διεύθυνσης των πωλήσεων . Δηλαδή η διεύθυνση των πωλήσεων θεωρείται ότι είναι ανελλιπώς οργανωμένη κι επίσης χαρακτηρίζεται από έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού. Έτσι η προσπάθεια αναδιοργάνωσής της κατά προϊόν (φυσική μαστίχα, τσίκλα, μοσχολίβανο, μαστιχέλαιο) ή κατά αγορά (εσωτερική αγορά και εξωτερική αγορά ), η κατάλληλη στελέχωσή της και η λειτουργία της σύμφωνα με τα επιστημονικά δεδομένα ( κατάρτιση προϋπολογισμού πωλήσεων, παρακολούθηση αγοράς, τιμολογιακή πολιτική, οργάνωση δικτύων, μάρκετινγκ και διαφημιστικά προγράμματα) θα αποτελέσει την πρώτη και κύρια παρέμβαση της επιχείρησης.

Επιπρόσθετα η βελτίωση της συσκευασίας και της ποιότητας των βιομηχανικών προϊόντων και κυρίως της τσίκλας θεωρείται αναγκαία. Η βελτίωση του κουτιού της τσίκλας ΕΛΜΑ, η δημιουργία νέου κουφέτου τσίκλας που θα διατηρεί όλα τα στοιχεία του υπάρχοντος κουφέτου εκτός από την σκληρότητά του καθώς και η ανάπτυξη νέων προϊόντων τσίκλας που επιβάλλονται από τις συνθήκες και τον ανταγωνισμό ( π.χ. τσίκλα φυλλαράκι) αποτελούν τις τρεις παρεμβάσεις σε αυτό το επίπεδο.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι απαιτείται να επιτευχθεί βελτίωση των δικτύων πώλησης στην εσωτερική και την εξωτερική αγορά. Είναι γνωστό ότι το εσωτερικό δίκτυο είναι ανεπαρκώς αναπτυγμένο και επίσης μονοπωλείται. Έτσι επιβάλλεται η δημιουργία περιφερειακών δικτύων για την προώθηση των προϊόντων σε όλες τις περιοχές της Ελλάδας. Σε ότι αφορά την εξωτερική αγορά απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή και φροντίδα. Η σταδιακή ανάπτυξη νέων αγορών δεν πρέπει να οδηγήσει στη μείωση του ενδιαφέροντος για τις μεγάλες ( όπως η Σαουδική Αραβία και η Γαλλία) και σταθερές αγορές της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Ακόμη το γεγονός ότι οι μεγάλες αγορές επανεξάγουν μαστίχα σε γειτονικές χώρες εξαιτίας του γεγονότος ότι η εν λόγω επιχείρηση δεν μπορεί να επιβληθεί με την τιμολογιακή της πολιτική, δεν πρέπει να οδηγήσει σε λανθασμένες κινήσεις της επιχείρησης. Επίσης η ανάπτυξη δικτύων στις ανατολικές χώρες όπως η Ουγγαρία και η Τσεχοσλοβακία

αλλά και σε βιομηχανικές χώρες όπως η Ιταλία, η Γερμανία και η Αγγλία θεωρούνται ενέργειες απαραίτητες για την προώθηση των πωλήσεων και συγκεκριμένα των εξαγωγών της επιχείρησης. Τέλος σημαντικό είναι και το ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών θα πρέπει να καταβάλλει προσπάθειες ώστε να επαναδραστηριοποιήσει σημαντικές αγορές που απωλέστηκαν στο παρελθόν εξαιτίας οικονομικών και πολιτικών λόγων είτε εξαιτίας λαθών της ίδιας της διοίκησης της επιχείρησης.

Δεν πρέπει επίσης να παραληφθεί και το ότι η επιχείρηση πρέπει να αναζητήσει μεγάλους πελάτες η ίδια σύμφωνα πάντοτε με τις χρήσεις της φυσικής μαστίχας. Συγκεκριμένα η αναζήτηση πελατών σύμφωνα με τις κλαδικές χρήσεις της φυσικής μαστίχας είναι μια επιβαλλόμενη πολιτική από πολλούς παράγοντες που σχετίζονται τόσο με την διερεύνηση της σχετικής αυτονομίας της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου όσο και με την αύξηση των πωλήσεων και την ποιοτική βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων προς τους πελάτες λόγω αμεσότητας. Βιομηχανικοί κλάδοι από όπου θα μπορούσε να αναζητήσει πελάτες η επιχείρηση είναι οι βιομηχανικοί κλάδοι των τροφίμων, ποτών, χημικών και φαρμακευτικών προϊόντων. Επίσης μεγάλα πολυκαταστήματα και supermarkets θα μπορούσαν να αποτελέσουν τους πελάτες της επιχείρησης.

Αναφορικά με την διαφήμιση και προβολή της μαστίχας και των προϊόντων της πρέπει να αναφερθεί ότι υπάρχει άγνοια του καταναλωτικού κοινού για την μαστίχα Χίου, τα προϊόντα της καθώς και τα ιδιαίτερα ποιοτικά τους χαρακτηριστικά. Έτσι θα πρέπει να διατεθούν αρκετά χρήματα για της διαφήμιση των παραπάνω. Άλλωστε πρέπει να τονιστεί ότι τα έξοδα διαφήμισης δεν είναι σπατάλη αλλά επένδυση, είναι δηλαδή παραγωγικά ενώ το καταλληλότερο μέσο για αυτό το σκοπό είναι η τηλεόραση. Στο σημείο όμως αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι η διαφήμιση που απαιτείται να υπάρξει δεν εξαντλείται με ένα ή δύο διαφημιστικά μηνύματα από την τηλεόραση αλλά απαιτείται συνεχόμενη και συντονισμένη προσπάθεια με τη χρήση όλων των σύγχρονων μέσων ( ραδιόφωνο, ημερήσιος και περιοδικός τύπος) αλλά και αξιοποίηση των σύγχρονων μεθόδων προβολής ( εκθέσεις, ημερίδες, ενημέρωση) των προϊόντων και ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων. Επιπρόσθετα είναι γνωστό ότι η διαφήμιση σχετίζεται με την ποιότητα του προϊόντος, την κατάλληλη συσκευασία και τυποποίηση αφού ο καλύτερος διαφημιστής είναι ο τελικός αποδέκτης. Τέλος η διαφήμιση απαιτεί προγραμματισμό, προϋπολογισμό και δραστηριοποίηση του τμήματος πωλήσεων σε ετήσια βάση.

Επίσης η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου προσπαθεί να αναπτύξει έρευνα για νέα προϊόντα και νέες χρήσεις της φυσικής μαστίχας. Συγκεκριμένα η επιχείρηση αρχικά πρέπει να αναπτύξει ενδοεργοστασιακή έρευνα καθώς αυτή θεωρείται απαραίτητο στοιχείο κατάκτησης της αγοράς αφού είναι αυτή που καθορίζει το ρυθμό προόδου των νέων και καινοτόμων προϊόντων, τη φόρμα, τη μορφή και το



περιεχόμενό τους, κατά συνέπεια είναι αυτή καθορίζει το μέγεθος της αντίστασης στον ανταγωνισμό.

Αναφορικά με την τιμολογιακή πολιτική τόσο της μαστίχας όσο και της τσίγκας πρέπει να σημειωθεί ότι αυτή πρέπει να λαμβάνει υπόψη της το κόστος της παραγωγής των προϊόντων της επιχείρησης, τις συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες (έλλειψη ρευστότητας), την στήριξη του δικτύου διανομής και τον ανταγωνισμό που γίνεται περισσότερο σκληρός. Επίσης είναι απαραίτητο να τονιστεί ότι η τιμολογιακή πολιτική οφείλει να τείνει προς την εξισορρόπηση των τιμών του εσωτερικού και εξωτερικού για την αποφυγή δυσλειτουργιών στην αγορά όπως για παράδειγμα την ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας εκτός καναλιού της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου.

Τέλος για την επιτυχή πορεία της μαστίχας και των προϊόντων της στην εσωτερική και εξωτερική αγορά είναι απαραίτητη προϋπόθεση η στήριξη της επιχείρησης τόσο από το κράτος όσο και από τα προγράμματα της Ε.Ο.Κ. Η αξιοποίηση προγραμμάτων προώθησης των εξαγωγών, εκσυγχρονισμού των εγκαταστάσεων και του τεχνολογικού εξοπλισμού, επιμόρφωσης, ενίσχυσης της πρωτογενούς παραγωγής της μαστίχας, έρευνας και τεχνολογίας θα μπορούσε να συνεισφέρει αποφασιστικά στην ανάπτυξη προϊόντων και δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Ένας δεύτερος αντικειμενικός στόχος της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι η ανάδειξη και τεκμηρίωση των φαρμακευτικών ιδιοτήτων της φυσικής μαστίχας. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό ότι από το 1985 έχει ξεκινήσει επιστημονική έρευνα από διακεκριμένα πανεπιστήμια έτσι ώστε να αποδειχτούν οι φαρμακευτικές ιδιότητες της μαστίχας και του μαστιχελαίου. Συγκεκριμένα το 1985 πραγματοποιήθηκε κλινική μελέτη στη δράση της μαστίχας Χίου στη στοματική υγιεινή από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο της Θεσσαλονίκης. Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης έδειξαν ότι με τη συστηματική μάζηση της μαστίχας Χίου το ποσό της μικροβιακής πλάκας μειώνεται σημαντικά σε ποσοστό 41,5% σε σύγκριση με την περίπτωση που δεν υπήρξε μάζηση της μαστίχας. Επίσης το Δεκέβριο του 1998 πραγματοποιήθηκε έρευνα από την πανεπιστημιακή κλινική (The new England journal of medicine) του Nottingham (Ηνωμένο Βασίλειο), τα αποτελέσματα της οποίας υποδηλώνουν ότι η μαστίχα έχει βέβαια αντιβακτηριακή δράση στο ελικοβακτηρίδιο του πυλωρού. Η δράση της αυτή μπορεί να εξηγήσει τις αντιελκωτικές της δράσεις. Τέλος την ίδια περίοδο πραγματοποιήθηκε έρευνα από το τμήμα φαρμακευτικής του Πανεπιστημίου Αθηνών που έδειξε ότι το μαστιχέλαιο δείχνει μια αξιοσημείωτη αντιβακτηριακή δράση. Εμφάνισε επίσης μια πολύ σημαντική αντιμυκητιακή δράση. Η πολύ ενδιαφέρουσα αντιβακτηριακή δράση της ρετσίνης (μαστίχας) θα δικαιολογούσε μια έρευνα στη δράση της εναντίον κλινικά απομονωμένων ανθεκτικών μικροοργανισμών. Βέβαια η επιστημονική έρευνα για την ανάδειξη και τεκμηρίωση των φαρμακευτικών ιδιοτήτων

της μαστίχας συνεχίζεται σε πολλές χώρες όπου και υπάρχουν σημαντικές φαρμακοβιομηχανίες.

Επιπρόσθετα ένας ακόμη στόχος της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι και η αύξηση της παραγωγικότητάς της. Δηλαδή η επιχείρηση πέραν από το ότι επιθυμεί την προώθηση των πωλήσεών της στην εγχώρια και εξωτερική αγορά, στοχεύει και στην αύξηση της παραγόμενης ποσότητάς της. Πουλώντας περισσότερα προϊόντα θα αυξηθούν τα έσοδα και κατά συνέπεια τα κέρδη της. Κάτι τέτοιο θα επιτρέψει στην επιχείρηση να επεκτείνει τις εγκαταστάσεις της και να τις βελτιώσει όχι μόνο ποσοτικά αλλά και ποιοτικά. Στα πλαίσια του παραπάνω τοποθετείται και η δημιουργία εργοστασίου της επιχείρησης σε κάποια άλλη περιοχή της χώρας με την προϋπόθεση ότι αυτή θα βρίσκεται κοντά σε συγκοινωνιακούς κόμβους ( λιμάνια, αεροδρόμια , σιδηρόδρομοι). Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω απαιτείται η εφαρμογή νέων τεχνολογιών δηλαδή τεχνολογικά εξοπλισμένων μηχανημάτων που θα παράγουν μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντος στη μονάδα του χρόνου αλλά και ταυτόχρονα η παροχή κινήτρων στους μαστιχοπαραγωγούς - γεωργούς όπως για παράδειγμα οικονομικές ευκολίες στην απόκτηση μηχανημάτων που σχετίζονται με την συγκεκριμένη δραστηριότητα, εκπτώσεις στα προϊόντα της επιχείρησης εκτός της φυσικής μαστίχας που η επιχείρηση αναλαμβάνει την πώλησή της για λογαριασμό των μαστιχοπαραγωγών και άλλα.

Δεν πρέπει επίσης να παραληφθεί ότι ένας ακόμη αντικειμενικός στόχος της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι και η εξυπηρέτηση των πελατών της τόσο του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού, αλλά και ταυτόχρονα η ικανοποίηση των απαιτήσεών τους. Προκειμένου όμως να εξυπηρετούνται οι πελάτες της επιχείρησης απαιτείται να είναι υψηλή η ποιότητα των προϊόντων που αυτή παράγει . Επίσης η αξία των προϊόντων θα πρέπει να ανταποκρίνεται στην τιμή που πληρώνουν οι πελάτες ώστε να αποκτήσουν τα προϊόντα. Ακόμη θα πρέπει να μην δημιουργούνται καθυστερήσεις κατά την μεταφορά των προϊόντων στους τελικούς πελάτες αλλά αντίθετα να υπάρχει ταχύτητα στην παράδοση και αξιοπιστία δηλαδή να μην υπάρχει απόκλιση από τον συμφωνημένο χρόνο. Η ασφάλεια επίσης χαρακτηρίζει τον όρο εξυπηρέτηση. Έτσι απαιτείται ελαχιστοποίηση των ζημιών που θα μπορούσαν να προκληθούν σε αυτό κυρίως κατά την μεταφορά του καθώς αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την μείωση της αξίας του. Αναφορικά με την εξυπηρέτηση των πελατών θα πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι στόχος της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου είναι να υπάρχει έτοιμο το δίκτυο διανομής των προϊόντων της έτσι ώστε να μην καταβάλλει προσπάθειες ο ίδιος ο πελάτης να το δημιουργήσει. Τέλος είναι γνωστό ότι ο πελάτης που είναι ικανοποιημένος από την κατανάλωση ενός προϊόντος είναι καλός διαφημιστής του προϊόντος αυτού καθώς διαδίδει καλές πληροφορίες για το συγκεκριμένο προϊόν και θα προτρέψει τους γνωστούς και τους φίλους του να το χρησιμοποιήσουν. Έτσι όμως αυξάνονται οι πωλήσεις της επιχείρησης και κατά συνέπεια αυξάνεται το κύρος της αλλά και απλώνεται η φήμη της.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΕΙΔΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

#### 8.1. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου ασχολείται με την συλλογή, επεξεργασία, συσκευασία και εμπορία της μαστίχας. Πέρα όμως απ' αυτές τις αρμοδιότητες της, αναλαμβάνει και διάφορες ενέργειες για την ενίσχυση και την ευημερία των μελών της. Έτσι, οι δραστηριότητες της κατηγοριοποιούνται σε τρεις κύριους τομείς:

- σε προϊόντα παραγωγής
- σε προϊόντα εμπορίας
- σε υπηρεσίες προς τους παραγωγούς.

#### 8.2. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Η Ε.Μ.Χ. πέρα από την επεξεργασία και την συσκευασία της φυσικής μαστίχας, που είναι το βασικό προϊόν της, ασχολείται και με την παραγωγή τριών τύπων τσίχλας. Επιπλέον, παράγει από απόσταξη της φυσικής μαστίχας, μαστιχέλαιο καθώς και μοσχολίβανο ή θυμίαμα το οποίο καίγεται ως μυρωδικό.

##### 8.2.1. ΜΑΣΤΙΧΑ - ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΣΕΙΣ

Η μαστίχα, όπως έχει ήδη αναφερθεί, είναι το προϊόν του μαστιχοφόρου σχοίνου που ευδοκimeί αποκλειστικά στο νησί της Χίου και συγκεκριμένα στην περιοχή των Μαστιχοχωρίων. Είναι ένα είδος ρητίνης που εξάγεται από τις τομές που γίνονται στον κορμό του δέντρου.

Το προϊόν αυτό θεωρείται από την αρχαιότητα ως σήμερα πως έχει μια ποικιλία χρήσεων και διάφορες ιδιότητες. Έτσι, η μαστίχα χρησιμοποιείται σε πολλούς τομείς, όπως στην οδοντιατρική, στην φαρμακευτική, στην ποτοποιία, στην ζαχαροπλαστική, στην ζωγραφική - λιθογραφία και στην ναυπηγική - αεροπορία.

Συγκεκριμένα, στην οδοντιατρική χρησιμοποιείται ως βάση για την παραγωγή οδοντόκρεμας και στοματικού διαλύματος, γιατί βοηθάει στην διατήρηση της υγείας των δοντιών και των ούλων και στην αντισηψία του στόματος. Επιπλέον, χρησιμοποιείται ως συστατικό για το σφράγισμα των δοντιών, την κάλυψη των κοιλοτήτων, καθώς και για την αντιμετώπιση περιπτώσεων σκελετικών χασμοδοντιών.

Σημαντική είναι η χρήση της μαστίχας στον τομέα της φαρμακευτικής. Ειδικότερα, θεωρείται ότι συμβάλλει στην μείωση της χοληστερίνης, των τριγλυκεριδίων, των καρδιακών παθήσεων, της υψηλής πίεσης του αίματος και των ολικών λιπιδίων του οργανισμού. Χρησιμοποιείται επίσης για την θεραπεία του σακχαροδιαβήτη, καθώς και για την παρασκευή εμπλάστρων και αλοιφών ενάντια στα εγκαύματα, τα κρουσπαγήματα, τους κακοήθεις όγκους, καθώς και τις εξωτερικές δερματικές παθήσεις.

Επιπρόσθετα, πολλά ποτά όπως λικέρ, μπράντυ και ούζο παρασκευάζονται χρησιμοποιώντας σαν συστατικό τους την μαστίχα. Οι Αραβικοί λαοί παρασκευάζουν ένα παραδοσιακό ποτό που έχει ως βάση του την μαστίχα και επίσης αρωματίζουν το πόσιμο νερό με αυτή.

Στα εργαστήρια ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας, γίνεται μία ευρεία χρήση της μαστίχας Χίου σαν πρόσθετη ύλη για γλυκά, ζαχαρωτά, λουκούμια, μπισκότα, τσουρέκια, παγωτά και άλλα εδέσματα. Στην Κύπρο, στην Σαουδική Αραβία και σε άλλες χώρες, η μαστίχα χρησιμοποιείται σαν μπαχαρικό, καθώς επίσης και σαν αρωματικό για το ψωμί και το φαγητό.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η μαστίχα χρησιμοποιείται στην χειρουργική, για την παρασκευή χειρουργικών ραμμάτων. Στην Αμερική, παρασκευάζεται ένα φάρμακο με συστατικό την μαστίχα, το οποίο χρησιμοποιείται για την επικόλληση επιδέσμων σε πληγές.

Ευρεία είναι η χρησιμοποίηση της μαστίχας για την παραγωγή φυτοφαρμάκων, ελαστικών, καουτσούκ, πλαστικών, βερνικιών και τεχνητών δερμάτων. Η χρήση της μαστίχας σαν μονωτική και στεγανωτική πρώτη ύλη είναι επίσης διαδεδομένη.

Δεν θα πρέπει να παραλειφθεί το γεγονός ότι ειδικές ουσίες για την συντήρηση, αποκατάσταση και στιλπνότητα των εικόνων και τοιχογραφιών παρασκευάζονται με βάση την μαστίχα. Σε χώρες όπως η Αμερική και η Γαλλία, η χρήση της μαστίχας στην παρασκευή κατάλληλης πάστας για την επίστρωση της βάσης των πινάκων ζωγραφικής και βερνικιών για την βαφή των πινάκων είναι ευρεία. Στην Βουλγαρία, χρησιμεύει ως σταθεροποιητής χρωμάτων.

Τέλος, στην ναυπηγική και στην αεροπορία, η μαστίχα χρησιμοποιείται για την παραγωγή χρωμάτων αντοχής με τα οποία βάφονται τα ύφαλα των πλοίων και τα αεροπλάνα, αντίστοιχα. Στην κατασκευή αεροπλάνων χρησιμεύει και ως συντηρητής χρώματος.

## ΕΙΔΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ - ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ

Οι μαστιχοπαραγωγοί, είτε κατά την διάρκεια της συλλογής, είτε μετά την ολοκλήρωση της, επεξεργάζονται την μαστίχα και την ταξινομούν σε διάφορες κατηγορίες. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι ακόλουθες:

- Πίπτα: είναι ο αφρός της μαστίχας που προκύπτει όταν πέσουν πολλές σταγόνες μαστίχας η μία πάνω στην άλλη.
- Φλισκάρι ή Καντηλέρα: μικρότερα κομμάτια μαστίχας σε σχέση με την πίπτα τα οποία κρέμονται από την τομή του μαστιχόδεντρου.

- Δασκυλιδόπετρα: Κομμάτια μαστίχας πιο μικρά από το φλισκάρι τα οποία έχουν το σχήμα πέτρας δαχτυλιδιού.
- Δάκρυ: Κομμάτια μαστίχας που κρέμονται σαν δάκρυ και είναι επίσης μικρότερα απ' το φλισκάρι.
- Ψιλό ή Κυλιστό: Πολύ μικρά στρογγυλά κομμάτια που παίρνουν το σχήμα τους όταν πέφτουν από την τομή.
- Αναπινάδα ή Νεροπινάδα: Χαμηλής εμπορικής αξίας μαστίχα γιατί βράχηκε ή πήρε χρώμα.
- Βολαρίδα: Μαστίχα που κόλλησε και έχασε την εμπορική της αξία.
- Σκόνη: Υπολείμματα της επεξεργασίας.

Είδος	Συσκευασία	Τιμή ανά κιλό	Τιμή μονάδος
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 1	κουτι 500 γραμμαρίων	14.000	7.000
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 1	κουτι 100 γραμμαρίων	14.000	1.400
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 1	μπομπονιέρα 20 γραμμαρίων	17.500	350
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 3	κουτι 500 γραμμαρίων	13.500	6.750
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 3	κουτι 50 γραμμαρίων (12 κουτιά X 50 γραμμάρια)	13.500	8.100
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 3	φακελάκι 10 γραμμαρίων (24 φακελλάκια)	16.250	3.900
1. Μαστίχα Χονδρή Νο 4	κουτι 500 γραμμαρίων	12.700	6.350
1. Μαστίχα Ψιλή Νο 1	κουτι 500 γραμμαρίων	17.000	3.500
1. Μαστίχα Ψιλή Νο 1	κουτι 100 γραμμαρίων	17.000	1.700
1. Μαστίχα Ψιλή Νο 1	κουτι 50 γραμμαρίων (12 κουτιά)	17.000	10.200
1. Μαστίχα Ψιλή Νο 1	φακελάκι 10 γραμμαρίων (24 φακελλάκια)	21.250	5.100
1. Μαστίχα Ψιλή Νο 3	Κουτι 500 γραμμαρίων	15.200	7.600
1. Μαστίχα Ψιλή Νο 5	Κουτι 500 γραμμαρίων	10.200	5.100



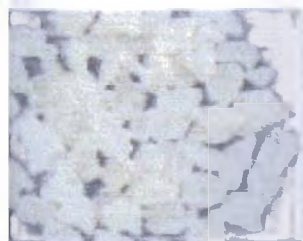
**ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ**  
**ΦΥΣΙΚΗ**  
Χονδρή. Ξύλινο  
κουτί 20gr  
€ 5.40

Φυσική μαστίχα Χίου No1, καθαρισμένη χωρίς  
εξεργασία, όπως βγαίνει από το  
στιχόδενδρο. Σε Ξύλινο οικολογικό κουτί



**ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ**  
Φυσική χονδρή. Χύμα  
500gr  
€ 69.80

Φυσική μαστίχα Χίου, καθαρισμένη χωρίς  
εξεργασία, όπως βγαίνει από το  
στιχόδενδρο. Σε μεγάλα κομμάτια. (No 1)



**ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ**  
Φυσική χονδρή. Χύμα  
1000gr  
€ 137.00

Φυσική μαστίχα Χίου, καθαρισμένη χωρίς  
εξεργασία, όπως βγαίνει από το  
στιχόδενδρο. Σε μεγάλα κομμάτια. (No 1)



**ΜΑΣΤΙΧΑ ΧΙΟΥ Φυσική**  
"μεσαία δάκρυα" (σε πολύ  
ωραίο μεταλλικό κουτί)  
20gr  
€ 4.90

Φυσική μαστίχα Χίου, καθαρισμένη χωρίς  
εξεργασία, όπως βγαίνει από το  
στιχόδενδρο. Σε μεσαία κομμάτια. (No3)





**ΣΚΟΝΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ Χύμα**  
**100gr**  
€ 15.90

πική μαστίχα Χίου τριμμένη σε σκόνη για  
μακευτική ή ζαχαροπλαστική χρήση.  
γίες Χρήσης  
οιόν EMX

---



**ΣΚΟΝΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ Χύμα**  
**200gr**

€ 28.40

πική μαστίχα Χίου τριμμένη σε σκόνη για  
μακευτική ή ζαχαροπλαστική χρήση.  
γίες Χρήσης  
οιόν EMX

---



**ΣΚΟΝΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ\* Χύμα**  
**500gr**

€ 68.90

πική μαστίχα Χίου τριμμένη σε σκόνη για  
μακευτική ή ζαχαροπλαστική χρήση.  
γίες Χρήσης  
οιόν EMX

---



**ΣΚΟΝΗ ΜΑΣΤΙΧΑΣ\* Χύμα**  
**1000gr**

€ 136.00

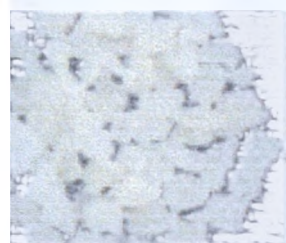
πική μαστίχα Χίου τριμμένη σε σκόνη για  
μακευτική ή ζαχαροπλαστική χρήση.  
γίες Χρήσης  
οιόν EMX

---



**Μαστιχέλαιο 10gr**  
**€ 34.50**

ποιότητα. Το γνήσιο και πραγματικό "απόσταγμα" της μαστίχας. Όλο το άρωμα και οι ιδιότητες της μαστίχας συμπυκνωμένες. Ένα κιλό μαστίχα μας δίνει περίπου 20gr. Μαστιχέλαιου.



**Μαστίχα Ψιλή Α'**  
**ποιότητα, μέγεθος**  
**100gr, 2000 γρ**  
**€ 165.94**

Ψιλή μαστίχα Χίου, σε πολύ μικρά κομμάτια.  
Ψιλή για να γίνει σκόνη. Κορυφαία ποιότητα.

#### ΛΗΓΙΕΣ ΧΡΗΣΗΣ

για διαβητικούς, πάσχοντες από χοληστερίνη, στομάχι, έλκος στομάχου. Αυξάνει την ανοσολογική άμυνα του οργανισμού και καταπραΰνει τον πόνο του στομάχου. Κάθε πρωί, με ένα κοφτό κουταλάκι του γλυκού, (περίπου 1-1,5 γρ.) μαστίχα σε σκόνη πριν το φαγητό.

**ΠΡΟΣΟΧΗ:** Αυτές είναι εμπειρικές και όχι ιατρικές συμβουλές. Εάν είστε σε αμφιβολία συμβουλευθείτε τον ιατρό σας.

### 8.3. ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ – ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Κύρια δραστηριότητα της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου, πέρα από την επεξεργασία και τυποποίηση, είναι η εμπορία της μαστίχας και των άλλων προϊόντων της. Το εμπόριο των προϊόντων διεξάγεται τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και σε αγορές του εξωτερικού.

Στην Ελλάδα, η διανομή των προϊόντων πραγματοποιείται μέσω αντιπροσώπου ο οποίος τα διοχετεύει σε δίκτυα χονδρεμπόρων χωρίς να μεταπουλάει. Σε χώρες του εξωτερικού, η εμπορία των προϊόντων γίνεται μέσω αντιπροσώπων οι οποίοι είναι μεγάλοι εισαγωγείς.

Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου έχει στην διάθεση της έναν ορισμένο αριθμό μεταφορικών μέσων για την διακίνηση των προϊόντων της. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιεί δύο φορτηγά Μερσεντές και τα δύο φορτηγάκια ( το ένα εκ των οποίων κλειστό, τύπου DAIHATSU ) για την μεταφορά εμπορευμάτων μαστίχας- τσίχλας.

Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι λόγω του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης, υφίστανται προβλήματα μεταφορών. Αυτό σημαίνει ότι δημιουργούνται καθυστερήσεις στην διανομή των εμπορευμάτων σε περιπτώσεις κακοκαιρίας που διακόπτεται ο απόπλους των πλοίων. Το γεγονός αυτό αποτελεί μειονέκτημα για τον τομέα των μεταφορών της συγκεκριμένης επιχείρησης.



**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9**

## 9. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΜΑΣΤΙΧΑΣ

Οι διαδικασίες που ακολουθούνται για την καλλιέργεια του φυσικού προϊόντος της μαστίχας είναι οι ακόλουθες:

- κλάδεμα, λίπασμα
- καθαρισμός του χώματος και τοποθέτηση ειδικού ασπροχώματος
- κέντημα του δέντρου για την εκροή της μαστίχας
- συλλογή της χονδρής μαστίχας
- συλλογή της ψιλής μαστίχας
- συλλογή με σκούπισμα της μαστίχας που έπεσε στο χώμα.

Στη συνέχεια ακολουθεί ο Πρωτογενής Καθαρισμός της μαστίχας από ξένα σώματα από τους παραγωγούς.



Μετά το πλύσιμο και την διαλογή, γίνεται η επεξεργασία της φυσικής μαστίχας με ή χωρίς ζάχαρη σε κατάλληλα ειδικευμένο τεχνολογικό εξοπλισμό προκειμένου να παραμείνουν αναλλοίωτες οι φυσικές της ιδιότητες. Στη συνέχεια, γίνεται η παρασκευή της μάζας της τσίχλας σε πλάκες χαραγμένες. Οι πλάκες αυτές τοποθετούνται σε απόλυτα προσδιορισμένες τεχνητές περιβαλλοντικές συνθήκες και σε κατάλληλους ψυκτικούς χώρους όπου και παραμένουν για δύο εβδομάδες μέχρι να στεγνώσουν. Μετά το στέγνωμα των χαραγμένων πλακών της τσίχλας, πραγματοποιείται η μηχανική κοπή τους σε μορφή κουφέτων. Τα κουφέτα της τσίχλας συσκευάζονται με αυτοματοποιημένες διαδικασίες σε κουτιά χάρτινα διαφόρων μεγεθών, τα οποία έχουν τυπωθεί ήδη στο τυπογραφείο της E.M.X. Έπειτα, ακολουθεί η μηχανική επανασυσκευασία των επιμέρους μεγέθους κουτιών τσίχλας με σελοφάν σε καθορισμένες ποσότητες. Τέλος, διεξάγεται η μεταφορά της συσκευασμένης τσίχλας σε κατάλληλα διαμορφωμένους και κλιματιζόμενους χώρους απ' όπου γίνεται και η μετέπειτα προώθηση της στην αγορά.

## 9.2. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΛΟΙΠΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Η επιχείρηση, όπως έχει ήδη αναφερθεί, πέραν των βασικών προϊόντων της που είναι η μαστίχα και η τσίχλα, παράγει και ορισμένα δευτερογενή είδη όπως μαστιχέλαιο και μοσχολίβανο.

Το μαστιχέλαιο παρασκευάζεται από απόσταξη της φυσικής μαστίχας και κυρίως από τον μη εμπορεύσιμο τύπο, την πίττα και την σε υγρή μορφή συλλεχθείσα μαστίχα. Αυτή η μορφή μαστίχας έχει μεγάλη περιεκτικότητα σε μαστιχέλαιο που φθάνει περίπου το 10%. Αντίθετα, η περιεκτικότητα της πίττας σε μαστιχέλαιο είναι μικρότερη και κινείται περίπου στο 3%.

Το μοσχολίβανο παρασκευάζεται κυρίως από τα υποπροϊόντα της μαστίχας. Συγκεκριμένα, παράγεται από μαστίχα, κολοφώνιο μαστίχας που είναι η ρητινική ουσία που προκύπτει μετά την απομάκρυνση του αιθέριου ελαίου από την φυσική μαστίχα, διογκωτικά τρίμματα και εμπλουτίζεται και με φυσικά αρώματα.



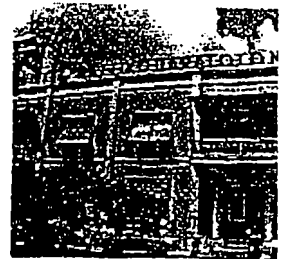
**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10**



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Η υποδομή της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου περιλαμβάνει ακίνητα, εγκαταστάσεις και μηχανήματα που είναι απαραίτητα για την εμπορική της δραστηριότητα και την καθιστούν ως τον σημαντικότερο οικονομικό οργανισμό στη Χίο. Τα οικόπεδα που διαθέτει έχουν συνολική έκταση 25.000 τετραγωνικά μέτρα ενώ τα κτίριά της έχουν συνολική έκταση 6000 τετραγωνικά μέτρα και είναι τα μεγαλύτερα όλων των αντίστοιχων μεγεθών των επιχειρήσεων στη Χίο. Συγκεκριμένα το κεντρικό κτίριο της επιχείρησης που βρίσκεται εγκατεστημένο στην πρωτεύουσα του νησιού, στην πόλη της Χίου και στην οδό Κωνσταντίνου Μονομάχου 1 έχει συνολική έκταση 4.000 τετραγωνικά μέτρα και βρίσκεται σε οικόπεδο συνολικής εκτάσεως 6.000 τετραγωνικών μέτρων το οποίο περιλαμβάνει :

- Τα γραφεία της διοίκησης της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου(600 τ.μ)
- Ισόγειο ενοικιασμένο super market (600 τ.μ.)
- Ισόγεια ενοικιασμένη αποθήκη (600 τ.μ.)
- Αποθήκη – εργοστάσιο μαστίχας (1.400 τ.μ.)
- Αποθήκη ζωοτροφών ( 800 τ.μ.)



Τα μηχανήματα και ο εξοπλισμός των γραφείων διοίκησης είναι τα παρακάτω:

Δεκαπέντε ηλεκτρονικοί υπολογιστές Pendium

Ένας ηλεκτρονικός υπολογιστής 486

Δεκαπέντε εκτυπωτές (printers)

Γραφεία

Τηλεφωνικό Κέντρο

Φωτοτυπικό μηχάνημα

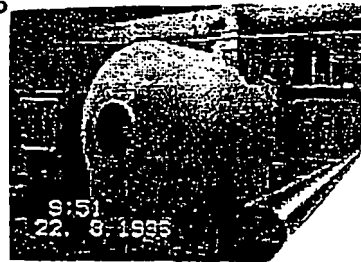
Φάξ

Scanner

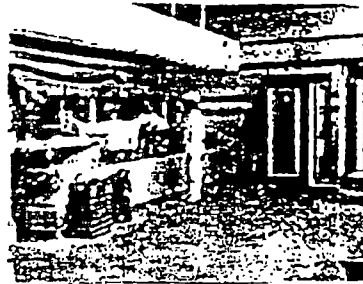
Router για σύνδεση με το διαδίκτυο (Internet)

Η αποθήκη ζωοτροφών περιλαμβάνει επίσης :

- Μύλο ανάμειξης ζωοτροφών
- Συσκευασία για τους σάκους των ζωοτροφών.



Σε προηγούμενο κεφάλαιο έχει αναφερθεί ότι η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου ασχολείται με την κατεργασία και την τυποποίηση της μαστίχας που παράγεται από τον μαστιχοφόρο σχοίνο, αλλά και με την παραγωγή τριών ειδών τσίκλας ( τσίκλα ΕΛΜΑ, τσίκλα ΕΛΜΑ χωρίς ζάχαρη, τσίκλα Smile). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ύπαρξη δύο διαφορετικών εγκαταστάσεων, το εργοστάσιο της μαστίχας και το εργοστάσιο της τσίκλας, κάθε ένα από τα οποία επιτελεί διαφορετικό σκοπό.



### Το εργοστάσιο της μαστίχας

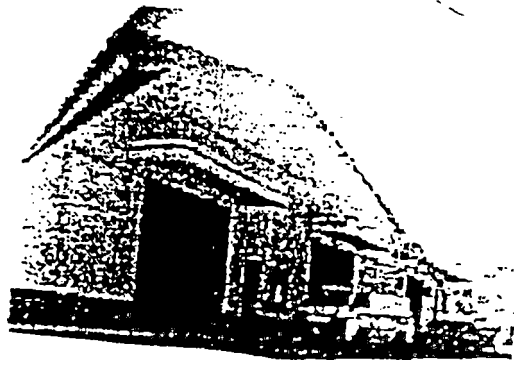
Μετά την κατεργασία και την ταξινόμηση της συλλεχθείσας μαστίχας από τους παραγωγούς και την παράδοσή της στους πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς, αυτή αποστέλλεται στην Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Στο εργοστάσιό της Ένωσης γίνεται η δεύτερη κατεργασία. Εκεί αφού πλυθεί πολλές φορές απλώνεται για να στεγνώσει και μετά τοποθετείται σε τραπέζια όπου οι εργάτριες πραγματοποιούν τον δεύτερο καθαρισμό. Η καθαρή μαστίχα περνάει στο μηχανοποιημένο στάδιο του διαχωρισμού των ποιοτήτων και κατανέμεται σε χονδρή, ψιλή, υποπροϊόντα και σκόνη. Εμπορική αξία έχουν κυρίως οι τύποι της χονδρής και της ψιλής μαστίχας. Ακολουθεί η διαδικασία της συσκευασίας, όπου η μαστίχα συσκευάζεται σε εμπορική μορφή και διατίθεται στο εμπόριο.

Το εργοστάσιο – αποθήκη μαστίχας περιλαμβάνει :

- Δύο ζυγούς
- Κομπρεσέρ αέρος κατάλληλο για την λειτουργία των μηχανημάτων.
- Δύο συσκευαστικά ογκοζυγιστικά για την συσκευασία μαστίχας σε φακελάκι
- Δύο χρωματοδιαλογείς για τον καθαρισμό της μαστίχας
- Ένα κλάρκ πεζού χειριστού
- Δύο κόσκινα μηχανήματα για την διαλογή της μαστίχας
- Μια σελοφαναριστική μηχανή παλαιάς τεχνολογίας για την συσκευασία των κουτιών
- Μια μηχανή αυτόματη για την συσκευασία σε δέματα των χαρτοκιβωτίων

### Το εργοστάσιο της τσίκλας

Έχει συνολική έκταση 2.098 τετραγωνικά μέτρα και βρίσκεται εγκαταστημένο στην περιοχή Καρδαμάδα, λίγα χιλιόμετρα έξω από την πόλη της Χίου. Το 1955 η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου άρχισε να ερευνά για την παραγωγή τσίκλας από μαστίχα. Η λειτουργία του πρώτου εργοστασίου άρχισε το 1957 και η παραγωγή τότε ανέρχονταν στις οχτώ χιλιάδες κιλά τσίκλας από μαστίχα (τσίκλα ΕΛΜΑ). Η τσίκλα αυτή πήρε την ονομασία της από τα αρχικά των λέξεων Ελληνική Μαστίχα. Το 1962 η παραγωγή της τσίκλας αυξήθηκε και έφτασε στα 65.000 κιλά ενώ το 1986 η παραγωγή σχεδόν τριπλασιάστηκε φτάνοντας τα 192.000 κιλά. Σήμερα η τσίκλα παράγεται στις



άρτιες εγκαταστάσεις του νέου εργοστασίου που διαθέτει σύγχρονο εξοπλισμό και σύγχρονη τεχνολογία όπως φαίνεται παρακάτω :

- Μύλος άλεσης ζάχαρης
- Φούρνος για να λιώνει η μαστίχα για την παραπέρα κατεργασία της σε τσίκλα
- Μίξερ μαστίχας και λοιπών υλικών τσίκλας
- Μηχανήματα χαρακτηριστικά διαμόρφωσης της τσίκλας
- Αποστακτήρας μαστιχελαίου
- Μηχάνημα φιλτραρίσματος μαστίχας
- Εμφιαλωτήριο μαστιχελαίου
- Μηχανήματα χημείου ζυγοί ακριβείας
- Αεριοχρωματογράφος για το χημείο
- Κλιματιστικά για την ξήρανση της τσίκλας
- Τρεις κουφετιέρες αυτόματες για την κουφετοποίηση
- Δύο συσκευαστικά τσίκλας σε κουτιά των δύο κουφétων
- Τυπογραφική μηχανή offer διχρωμίας
- Στάντζα για κοπή των χαρτιών που τυπώνονται
- Συρταροκολλητική μηχανή για την κατασκευή κουτιών τσίκλας και μαστίχας
- Δύο παλιές τυπογραφικές μηχανές λιθογραφίας
- Ένα σελοφαναριστικό για τα κουτιά της τσίκλας
- Ένα ηλεκτροπαραγωγικό ζεύγος (γεννήτρια ρεύματος)
- Λέβητας εργοστασίου
- Ψυκτικός θάλαμος μαστίχας-μαστιχελαίου
- Ένα παλεταριστικό για την συσκευασία σε παλέτες

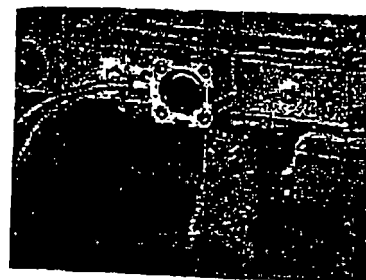
Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου παράγει τρία είδη τσίκλας, την ΕΛΜΑ με περιεκτικότητα μαστίχας 17%, την ΕΛΜΑ sugar free, δηλαδή χωρίς ζάχαρη με περιεκτικότητα μαστίχας 40% και την τσίκλα smile που δεν περιέχει μαστίχα. Τα συστατικά τη τσίκλας , ύστερα από επεξεργασία, τοποθετούνται στον αναδευτήρα για την δημιουργία της μάζας. Αυτή στη συνέχεια τοποθετείται στο αναδευτήριο, το οποίο την διοχετεύει σε ειδική μηχανή για τον επιμερισμό της σε μικρότερα φύλλα. Το προωθητήριο προωθεί τα φύλλα μάζας στην μηχανή χάραξης των πυρήνων των

κουφétων που στη συνέχεια διοχετεύονται στις κουφετιέρες για την τελική φάση της δημιουργίας των κουφétων.

Στο εργοστάσιο της τσίκλας λειτουργούν επίσης και οι μονάδες παραγωγής μαστιχελαίου και μοσχολιβάνου. Το πρώτο χρησιμοποιείται από φαρμακευτικές εταιρείες και εταιρείες παραγωγής καλλυντικών και αρωμάτων, ενώ το δεύτερο χρησιμοποιείται από την Ορθόδοξη εκκλησία για θυμίαμα στους ναούς. Το μαστιχέλαιο παράγεται από την απόσταξη της μη εμπορεύσιμης μαστίχας τύπου πίπτας ενώ το μοσχολίβανο (ή θυμίαμα) παράγεται από τα υποπροϊόντα της μαστίχας όπως έχει τονιστεί σε προηγούμενο κεφάλαιο.

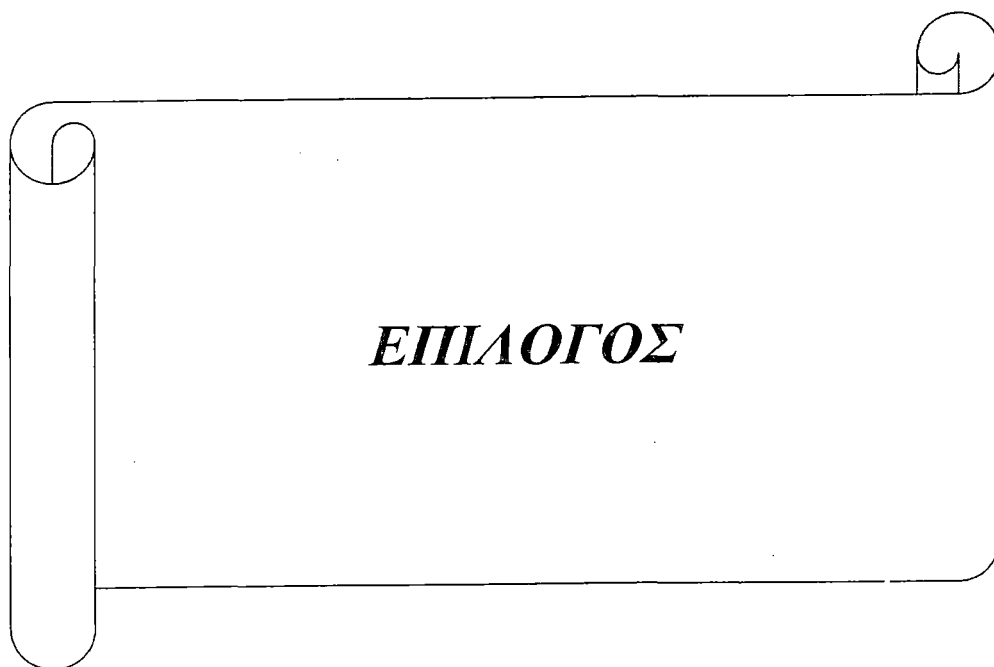
#### Άλλες κτιριακές εγκαταστάσεις της Ένωσης Μαστιχοπαραγωγών Χίου

- Το πυρηνελαιουργείο, που βρίσκεται στην περιοχή του Αγίου Ιωάννη
- Το ελαιουργείο Νενήτων με συνολική έκταση 400 τ.μ.
- Το ελαιουργείο Μέσας Διδύμας με συνολική έκταση 400 τ.μ.
- Το ελαιουργείο Κοινής με συνολική έκταση 112 τ.μ.
- Το ελαιουργείο Καλαμωτής με συνολική έκταση 300 τ.μ.
- Το ελαιουργείο Πυργίου με συνολική έκταση 150 τ.μ.
- Το ελαιουργείο Βουνού με συνολική έκταση 200 τ.μ.
- Την αποθήκη Καλλιμασιάς με συνολική έκταση 600 τ.μ.
- Την αποθήκη Καρδαμάδας με συνολική έκταση 837 τ.μ.

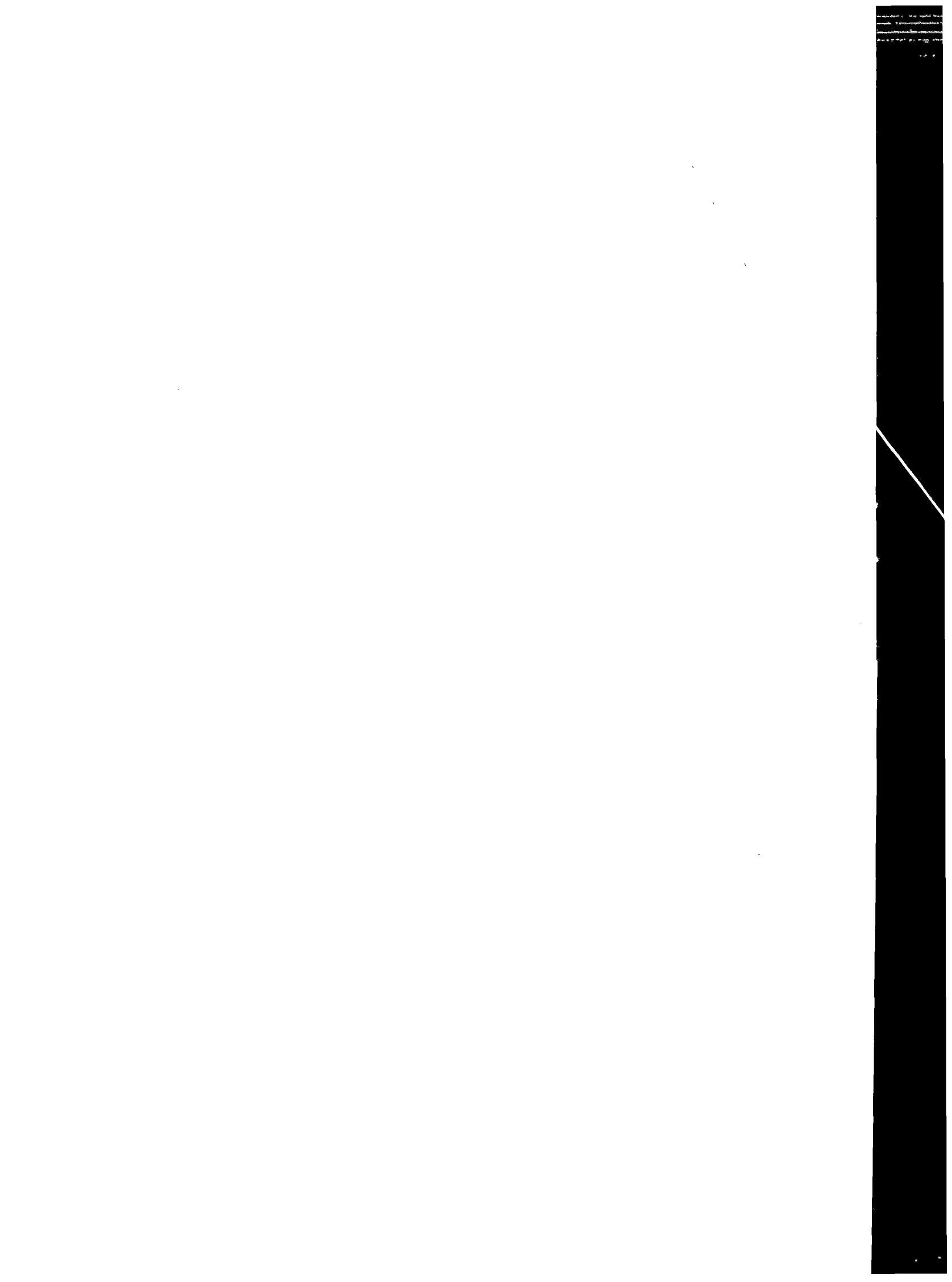


#### Μεταφορικά μέσα

- \* Δύο φορτηγά Μερσεντές για την μεταφορά εμπορευμάτων μαστίχας –τσίκλας
- \* Ένα φορτηγό Μερσεντές που βρίσκεται σε κατάσταση αχρηστίας
- \* Πέντε πυροσβεστικά οχήματα Μισσομπίσι 4 x 4
- \* Ένα κλειστό φορτηγάκι Daihatsu για την μεταφορά εμπορευμάτων
- \* Ένα αγροτικό Toyota
- \* Ένα μηχάνημα έργου φόρτωσης
- \* Ένα μηχάνημα έργου εκσκαφείας φόρτωσης
- \* Ένα φορτηγάκι



**ΕΠΙΛΟΓΟΣ**



Μετά την μελέτη της υπό εξέταση επιχείρησης καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι πρόκειται για μία μικρή περιφερειακή οικονομική μονάδα, η οποία διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα που σχετίζεται με την περιεκτικότητα των προϊόντων της σε φυσική μαστίχα. Η επιχείρηση αυτή έχει το μονοπώλιο στην επεξεργασία και διάθεση της φυσικής μαστίχας, ενώ στην περίπτωση της τσίχλας, η επιχείρηση δραστηριοποιείται στον κλάδο των ζαχαρωδών που χαρακτηρίζεται από χαμηλό ρυθμό ανάπτυξης και αποτελεί ολιγοπωλιακή αγορά. Η επιχείρηση αυτή είναι εγκατεστημένη στην Χίο που αποτελεί νησί της παραμεθορίου, με αποτέλεσμα τα προϊόντα της να μην είναι ευρέως γνωστά στο καταναλωτικό κοινό. Το παραπάνω αποτελεί μειονέκτημα για την επιχείρηση.

Προκειμένου η επιχείρηση αυτή να αναπτυχθεί, θα πρέπει να καταβληθούν συντονισμένες προσπάθειες που θα στοχεύουν:

- στην προώθηση των βιομηχανικών προϊόντων της επιχείρησης στην εγχώρια αλλά και εξωτερική αγορά. Για την επίτευξη του παραπάνω στόχου θα πρέπει να υπάρξουν παρεμβάσεις σε πολλά επίπεδα όπως:
  - βελτίωση της συσκευασίας και της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων και ιδιαίτερα της τσίχλας, καθώς στον κλάδο αυτό υπάρχει έντονος ανταγωνισμός. Άλλωστε, όπως έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, καθώς η αγορά είναι ολιγοπωλιακή, η διαφοροποίηση των προϊόντων δεν γίνεται στις τιμές αλλά στην συσκευασία, την εμφάνιση και τα συστατικά του.
  - βελτίωση των δικτύων πώλησης στην εσωτερική και εξωτερική αγορά με απώτερο σκοπό την προώθηση των προϊόντων σε αυτές τις περιοχές. Ιδιαίτερα σε ότι αφορά την εξωτερική αγορά, η Ε.Μ.Χ. πρέπει να λάβει υπόψη της το γεγονός ότι η σταδιακή ανάπτυξη νέων αγορών δεν πρέπει να οδηγήσει σε μείωση του ενδιαφέροντος για τις μεγάλες αλλά και το ότι οι υπάρχουσες μεγάλες αγορές επανεξάγουν την μαστίχα σε γειτονικές τους χώρες. Επίσης, η Ε.Μ.Χ. πρέπει να καταβάλλει συντονισμένες προσπάθειες ώστε να επαναδραστηριοποιήσει σημαντικές αγορές που απωλέσθηκαν στο πάρελθόν εξαιτίας οικονομικών, πολιτικών λόγων ή λαθών που στα οποία προέβη η ίδια η διοίκηση της επιχείρησης.
  - έρευνα για νέα προϊόντα και νέες χρήσεις της φυσικής μαστίχας. Με αυτόν τον τρόπο, η επιχείρηση θα αναζητήσει πελάτες σύμφωνα με τις κλαδικές χρήσεις της μαστίχας, με αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων και την ποιοτική βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων προς τους πελάτες λόγω αμεσότητας. Οι βιομηχανικοί κλάδοι στους οποίους θα μπορούσε να αναζητήσει πελάτες είναι εκείνοι των

φαρμακευτικών προϊόντων, των τροφίμων, των ποτών και των χημικών.

- διαφήμιση και προβολή της μαστίχας και των προϊόντων της ώστε να μην υπάρχει άγνοια του καταναλωτικού κοινού. Όμως, για την επίτευξη του παραπάνω στόχου απαιτείται δαπάνη σημαντικών κεφαλαίων. Η Ε.Μ.Χ. πρέπει να κατανοήσει ότι τα έξοδα διαφήμισης δεν είναι σπατάλη αλλά επένδυση, δηλαδή είναι παραγωγικά και το καταλληλότερο μέσο για αυτόν τον σκοπό είναι η διαφήμιση, η οποία δεν πρέπει να εξαντλείται με ένα ή δύο διαφημιστικά μηνύματα από την τηλεόραση αλλά απαιτείται συνεχόμενη και συντονισμένη προσπάθεια με την χρήση όλων των σύγχρονων μέσων (ραδιόφωνο, ημερήσιος και περιοδικός τύπος), αλλά και αξιοποίηση των σύγχρονων μεθόδων προβολής (εκθέσεις, ημερίδες, ενημέρωση) των προϊόντων και ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων. Η διαφήμιση όμως, απαιτεί προγραμματισμό, προϋπολογισμό και δραστηριοποίηση του τμήματος πωλήσεων σε ετήσια βάση.
- σε ότι αφορά την τιμολογιακή πολιτική τόσο της μαστίχας όσο και της τσίχλας, η επιχείρηση λαμβάνει υπόψη της το κόστος της παραγωγής των προϊόντων της, τις συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες, την στήριξη του δικτύου διανομής και τον ανταγωνισμό που γίνεται σκληρός. Η Ε.Μ.Χ. είναι απαραίτητο να εφαρμόζει τέτοια τιμολογιακή πολιτική που θα τείνει προς την εξισορρόπηση των τιμών του εσωτερικού και του εξωτερικού για την αποφυγή δυσλειτουργιών στην αγορά όπως για παράδειγμα την ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας εκτός καναλιού της Ε.Μ.Χ.
- η Ε.Μ.Χ. οφείλει να εκμεταλλευτεί επιχορηγήσεις που δέχεται από το κράτος αλλά και προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ώστε να αξιοποιήσει προγράμματα προώθησης των εξαγωγών, να εκσυγχρονίσει τις εγκαταστάσεις και τον μηχανολογικό της εξοπλισμό, να ενισχύσει την πρωτογενή παραγωγή της μαστίχας και να επιδοθεί σε έρευνα και ανάπτυξη των προϊόντων και των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.
- ένας δεύτερος αντικειμενικός στόχος της Ε.Μ.Χ. είναι και η ανάδειξη και η τεκμηρίωση των φαρμακευτικών ιδιοτήτων της φυσικής μαστίχας που θα οδηγήσει στην αύξηση των πωλήσεων τόσο της ίδιας της μαστίχας όσο και των προϊόντων που περιέχουν μαστίχα. Από το 1985, έχει ξεκινήσει επιστημονική έρευνα από διακεκριμένα πανεπιστήμια προκειμένου να αποδειχθούν οι φαρμακευτικές ιδιότητες της μαστίχας. Συγκεκριμένα, το 1985 κατόπιν μελέτης από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο της Θεσσαλονίκης, αποδείχθηκε ότι με συστηματική μάζηση της μαστίχας Χίου, το ποσό της μικροβιακής πλάκας μειώνεται σε ποσοστό 41,5 % σε σχέση με την περίπτωση που δεν υπάρχει μάζηση της μαστίχας. Τρία χρόνια αργότερα (Δεκέμβριος 1998), η Πανεπιστημιακή Κλινική του Nottingham πραγματοποίησε έρευνα και απέδειξε ότι η μαστίχα έχει αντιβακτηριακή δράση στο ελικοβακτηρίδιο του πύλωρου. Την ίδια περίοδο, το Τμήμα Φαρμακευτικής του



Πανεπιστημίου Αθηνών απέδειξε ότι το μαστιχέλαιο χαρακτηρίζεται από αντιβακτηριακή και αντιμυκητιακή δράση. Σήμερα, η επιστημονική έρευνα για την ανάδειξη και τεκμηρίωση των φαρμακευτικών ιδιοτήτων της μαστίχας συνεχίζεται σε πολλές χώρες όπου είναι εγκατεστημένες σημαντικές φαρμακοβιομηχανίες.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Συνέντευξη Προέδρου Διοικητικού Συμβουλίου Ε.Μ.Χ κ. Κων. Γαννιάρη .
2. Συνέντευξη Product Manager ζαχαρωδών Perfetti κ. Ιωαν. Μελίτα .
3. Συνέντευξη Διευθυντή Ε.Μ.Χ κ. Γεωργ. Τσουρού .
4. Έκθεση πεπραγμένων της Ε.Μ.Χ για χρήση 2002
5. Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου. Ένα δάκρυ που ευφραίνει- αρωματίζει- ανακουφίζει . Εκδόσεις « ΑΛΦΑ ΠΙ » , Χίος .
6. Διονύσης Καλόφωνος – Αναστάσιος Μπερέτας ( Υπεύθυνοι Μελέτης ) . Έρευνα αγοράς για την μαστίχα Χίου & τα προϊόντα της ( Κλαδική Μελέτη ) . Αθήνα . Νοέμβριος 1991
7. Συνέντευξη Αντιπροσώπου Ε.Μ.Χ Θ. Μιχαλάκης .
8. Philip Kotler. Marketing – Management. Ανάλυση , Σχεδιασμός , Υλοποίηση και Έλεγχος . Β΄ Τόμος . Εκδόσεις « INTERBOOKS » (1991) .
9. Λεωνίδας Σ . Χυτήρης (2001) . Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων . Εκδοτικός οίκος « INTERBOOKS » Αθήνα .
10. [www.gummastic.gr](http://www.gummastic.gr)
11. [www.chiosnet.gr](http://www.chiosnet.gr)
12. Εφημερίδα Καθημερινή . 21 Απριλίου 2003