

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ – ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Ο κλάδος του ελαιόλαδου στην Ελλάδα, οι τρόποι
διάθεσης του στις αγορές, προκλήσεις και προοπτικές
για το μέλλον»**



ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ:

3784 ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ ΓΕΩΡΓΙΑ
3827 ΜΑΥΡΟΥΔΗΣ ΜΑΥΡΙΚΙΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:
ΒΑΡΔΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2014

**«Ο κλάδος του ελαιόλαδου στην Ελλάδα, οι τρόποι
διάθεσης του στις αγορές, προκλήσεις και προοπτικές
για το μέλλον»**



Copyright © Χαραλάμπους Γεωργία, Μαυρουδής Μαυρίκιος, 2014

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. Allrightsreserved.

Η έγκριση της εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστούμε πολύ τον επιβλέπων καθηγητή μας κ. Βάρδα Ιωάννη για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση. Επίσης ευχαριστούμε πολύ τους Έλληνες πολίτες για την βοήθεια τους στην έρευνα μας με την απάντηση των ερωτηματολογίων μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Με την παρούσα εργασία επιδιώκεται η προσέγγιση του θέματος της πτυχιακής μας εργασίας, οι τρόποι διάθεσης του στις αγορές, προκλήσεις και προοπτικές στο μέλλον στο τομέα του ελαιόλαδου στην Ελλάδα. Η έρευνα περιλαμβάνει δύο μέρη, την ερευνητική μελέτη και την δειγματοληπτική μελέτη που διεξήχθη με χρήση ερωτηματολογίου σε τυχαίο δείγμα.

Όσον αφορά την ερευνητική μελέτη αποσαφηνίζονται τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του Ελαιόλαδου όπως επίσης και τα επί μέρους είδη που είναι διαθέσιμα στην αγορά για κατανάλωση ή για βιομηχανική χρήση. Παρουσιάζονται αναλυτικά στοιχεία του κλάδου ελαιοπαραγωγής, και γίνεται σύγκριση με τις άλλες δύο χώρες στον κλάδο του ελαιόλαδου με την Ιταλία και την Ισπανία καθώς και η αγορά του ελαιόλαδου στο διαδίκτυο.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας αφορά την δειγματοληπτική έρευνα η οποία διεξήχθη τον Ιανουάριο του 2014. Οι 120 συμμετέχοντες επιλέχθηκαν με τυχαίο τρόπο και συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο. Τέλος παρατίθενται τα συμπεράσματα της έρευνας καθώς και συστάσεις για μελλοντική μελέτη, μετά από επεξεργασία των δεδομένων.

ABSTRACT

This assignment aims to approach the topic of our thesis, the various ways in which olive oil is distributed, challenges and future prospects for the industry of olive oil in Greece.

The assignment is divided into two parts, the first part is the research study and the second part is the research study that has been conducted using a questionnaire with a random sample of participants.

The research study focuses on the unique characteristics of olive oil as well as the different kinds of olive oil available in the market for consuming or for industrial purposes. This part of the study also presents analytical data for the area of olive oil production in Greece, a comparison between Greece, Italy and Spain in olive oil production as well as the market of olive oil on the web.

The second part of the assignment analyses the data that has been collected from the questionnaires that have been handed out to the participants of the research, which was conducted during January 2014. As mentioned above, the 120 participants were selected in random.

Finally, after analyzing all the data from both parts of the assignment, conclusions on the research as well as recommendations for future research on the topic of olive oil in Greece are presented.

Περιεχόμενα

Περίληψη	4
Εισαγωγή	6
Κεφάλαιο 1^ο	7
1.1 Ο Κλάδος Του Ελαιολάδου Στην Ελλάδα.....	7
1.1.1 Οικονομικά Στοιχεία Του Κλάδου	8
1.1.2 Το Προϊόν Και Τα Χαρακτηριστικά Του	10
1.1.3 Κατηγορίες Ελαιολάδου	13
Κεφάλαιο 2^ο	16
2.1 Οι Τρόποι Διάθεσης Του Στις Αγορές	16
2.1.1 Διαφήμιση Του Προϊόντος	16
2.1.2 Πηγές Ανταγωνισμού Του Προϊόντος	17
2.1.3 Τιμή Πώλησης Ελαιολάδου	18
2.1.4 Ποιο θεωρείται το ακριβότερο λάδι στο κόσμο και γιατί;.....	23
2.1.5 Ποιος Καταναλωτής Αγοράζει Τυποποιημένο Ελαιόλαδο Και Γιατί;;	24
Κεφάλαιο 3^ο	25
3.1 Προκλήσεις Και Προοπτικές Για Το Μέλλον	25
3.1.1 Αγορά Ελαιολάδου Στο Διαδίκτυο	29
Κεφάλαιο 4^ο	32
4. Μεθοδολογία Έρευνας	32
4.1 Σκοπός Έρευνας	32
4.2 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου Και Έρευνας	32
4.3 Συλλογή Στοιχείων	32
4.4 Στατιστική Ανάλυση	32
Κεφάλαιο 5^ο	33
Αποτελέσματα	33
Κεφάλαιο 6^ο	42
Συμπεράσματα	42
Παράρτημα	44

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύνηθες φαινόμενο του 20ου αιώνα την Ελλάδα, ήταν να υιοθετούνται δυτικοευρωπαϊκά πρότυπα στην ένδυση, την κουλτούρα και την διατροφή. Αξιοθαύμαστο είναι ότι ο τομέας του Ελαιολάδου, κατάφερε να είναι ένας από τους τομείς που τελικά επιβλήθηκε στην υπόλοιπη Ευρώπη.

Η τάση της εξάπλωσης της Κρητικής διατροφής, η οποία για ευνόητους πολιτικό-οικονομικούς λόγους μετονομάστηκε σε Μεσογειακή, ξεκίνησε τις τελευταίες δεκαετίες και εξακολουθεί να κερδίζει έδαφος σε παγκόσμιο επίπεδο, χρόνο με το χρόνο. Όπως προκύπτει από στατιστικές, η κατανάλωση ελαιολάδου στην Ευρώπη, αλλά και παγκοσμίως, παρουσιάζει σταθερά ανοδική πορεία.

Πληθυσμοί χωρών, οι οποίοι παραδοσιακά κατανάλωναν ζωικό λίπος, τα τελευταία χρόνια, αναγνωρίζοντας την αξία του ελαιολάδου, τροποποιούν τις διατροφικές τους συνήθειες, κάτι που γενικά είναι δύσκολο να συμβεί. Το γεγονός αυτό επιδρά θετικά και στην ψυχολογία των ελαιοπαραγωγών χωρών αλλά κυρίως στην οικονομία τους.

Στην παρούσα πτυχιακή μελέτη θα γίνει η καταγραφή των στοιχείων του κλάδου του ελαιόλαδου στην Ελλάδα, οι τρόποι διάθεσης του στις αγορές, προκλήσεις και προοπτικές για το μέλλον. Αποτελείται από δύο μέρη, στο πρώτο μέρος ακολουθεί ανάλυση του κλάδου του ελαιόλαδου στην Ελλάδα και οι τρόποι διάθεσης του στις αγορές καθώς και ποιες είναι οι προοπτικές για το μέλλον, ενώ στο δεύτερο μέρος θα γίνει ανάλυση των αποτελεσμάτων που προέκυψαν μετά την έρευνα μας.

Κεφάλαιο 1°

1.1 Ο κλάδος του ελαιόλαδου στην Ελλάδα

Η ΕΛΙΑ

Είναι δέντρο αειθαλές, έχει φύλλα αντίθετα, λογχοειδή, δερματώδη, σκούρο-πράσινα στην άνω επιφάνεια και αργυρόχρωμα στην κάτω. Τα άνθη της είναι απλά, μονοπέταλα και πολύ μικρά, σχηματίζουν ταξιανθία βότρουσ και εμφανίζονται προς το τέλος Μαΐου, ενώ ο καρπός ωριμάζει και συλλέγεται κατά τα τέλη του φθινοπώρου και αρχές του χειμώνα. Ανθίζει τους μήνες Απρίλιο και Μάιο και ευδοκίμει σε ήπιες και ξηρές περιοχές δηλαδή σε περιοχές με κλίμα που



χαρακτηρίζεται από μαλακό και υγρό χειμώνα και ξηρό και θερμό καλοκαίρι. Γι' αυτό το λόγο προτιμά τις παραθαλάσσιες περιοχές στις οποίες οι μεταβολές της θερμοκρασίας δεν είναι μεγάλες και απότομες. Οι χαμηλές θερμοκρασίες αλλά και οι πολύ υψηλές όταν συνοδεύονται από ξηρούς ανέμους προκαλούν ζημιές στο

δέντρο. Ο κορμός της ελιάς είναι οζώδης και καλύπτεται από τεφρόφαιο φλοιό. Είναι ανώτερο φυτό, ανήκει και έδωσε το όνομα της σε μια οικογένεια φυτών τους Ελαιώδες. Το δέντρο της ελιάς είναι αιωνόβιο και φτάνει σε ύψος 10 – 15 μέτρα. Οι ρίζες της σε άγονα εδάφη φθάνουν σε βάθος 5 – 10 μέτρα, αλλά σε γόνιμα εδάφη αναπτύσσονται επιπόλαια και με την πάροδο του χρόνου και τη διάβρωση του εδάφους μένουν εκτεθειμένες στον αέρα.

ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η ιστορία της ελιάς αρχίζει πριν ανακαλυφθεί η γραφή. Ευδοκίμει στο μεσογειακό χώρο και επηρέασε καταλυτικά την εξέλιξη του πολιτισμού από τους πιο πρώιμους πολιτισμούς.

Συνδέεται άρρηκτα με τη διατροφή, τη θρησκεία, τα ήθη και τα έθιμα των λαών της μεσογείου και έχει διαμορφώσει σε σημαντικό βαθμό την κοινωνική και οικονομική ιστορία της περιοχής αποτελώντας πολιτισμικό ορόσημο στην εξέλιξη του μεσογειακού πολιτισμού.

Τα πρώτα στάδια εκμετάλλευσης της ελιάς από τους κατοίκους του προϊστορικού Αιγαίου παραμένουν ακόμη σκοτεινά. Πιστεύεται, ωστόσο, ότι από τη Νεολιθική τουλάχιστον εποχή, μαζί με τους βρώσιμους καρπούς διαφόρων δέντρων, θα γίνονταν ευκαιριακά και συλλογή των καρπών της αγριελιάς για τη συμπλήρωση και τον εμπλουτισμό του διαιτολογίου.

«Στους χωρικούς της Κρήτης ανήκει η τιμή ότι μεταμόρφωσαν τις αγριελιές σε καλλιεργημένα δένδρα» σημειώνει ο Γάλλος ερευνητής Paul Faure. Η διαδικασία αυτή ήταν μακρόχρονη και επίμονη, εικάζετε ότι ξεκίνησε από την Κρήτη.

Ο Ελβετός συγγραφέας **Augustine Pyramusde Candolle** καθώς και άλλοι ιστορικοί συγγραφείς, θεωρούν σαν πιο πιθανό τόπο προέλευσης της ελιάς, τις περιοχές της Συρίας και της Μικράς Ασίας. Άλλοι πιστεύουν ότι η ελιά προέρχεται από την Αφρική (Αβησσυνία, Αίγυπτος). Από κει διαδόθηκε στην Κύπρο και στα βόρεια παράλια της Αφρικής (Μαρόκο, Αλγερία, Τυνησία και αλλού). Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι η ελιά από τη Βόρεια Συρία διαδόθηκε στα ελληνικά νησιά και από κει στην ηπειρωτική Ελλάδα από τους Φωκαείς και το 600 π.χ. στην Ιταλία, στη Σικελία και στη Σαρδηνία και μετά στις υπόλοιπες μεσογειακές χώρες.

“Για την εκμετάλλευση της ελιάς σημαντικότερες είναι και οι γραπτές μαρτυρίες που αποκρυπτογραφούνται στις πινακίδες της Γραμμικής Β που ανακαλύφθηκαν στην Κνωσό, την Πύλο και τις Μυκήνες. Από αυτές αντλούμε σημαντικές πληροφορίες για τη χρήση του ελαιόλαδου στην καθημερινή ζωή, τις θρησκευτικές τελετές, τις εμπορικές δραστηριότητες, τις βιοτεχνικές ασχολίες (αρωματοποιία, βυρσοδεψία, υφαντική, κ.λπ.).” <http://www.oliverhodon.gr/index.php/el/component/k2/item/18-istoria-tis-elias/18-istoria-tis-elias>

1.1.1 Οικονομικά στοιχεία του κλάδου

Σύμφωνα με κλαδική μελέτη για την παραγωγή του ελαιόλαδου στην Ελλάδα που διεξήχθη από το τμήμα ανάλυσης αγορών της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος (Σεπτέμβριος 2011), η Ελλάδα είναι η τρίτη μεγαλύτερη παραγωγός ελαιόλαδου (13% της παγκόσμιας παραγωγής τη δεκαετία του 2000) μετά την Ισπανία (40%) και την Ιταλία (22%). Παράλληλα, η Ελλάδα υπερέρχει σε όρους ποιότητας (τα $\frac{3}{4}$ της ελληνικής παραγωγής είναι εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, έναντι 45% της ιταλικής και 30% της ισπανικής). Παρά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και την αύξηση της διεθνούς ζήτησης, η πορεία του κλάδου στην Ελλάδα τα προηγούμενα χρόνια ήταν σε μεγάλο βαθμό αρνητική. Ο λόγος είναι ότι ο όγκος των εξαγωγών περιορίζεται διαχρονικά με αποτέλεσμα το μερίδιο της Ελλάδας στην διεθνή αγορά τυποποιημένου ελαιόλαδου να έχει περιοριστεί στο 3% τη δεκαετία του 2000 από 4% τη δεκαετία του 1990, μόνο το 20% της παραγωγής φθάνει στο στάδιο τυποποίησης, με το αντίστοιχο ποσοστό να είναι της τάξης του $\frac{1}{2}$ για την Ισπανία και $\frac{3}{4}$ για την Ιταλία.

Σύμφωνα με μελέτες της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών της ICAP Group (Δεκέμβριος 2011) σε πρόσφατη ανακοίνωση της εταιρείας τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα υποστηρίζουν ότι: «Η οικονομική κρίση σε συνδυασμό με τη διατήρηση των τιμών λιανικής σε σχετικά υψηλά επίπεδα, έχει οδηγήσει στον περιορισμό της κατανάλωσης ελαιολάδου. Επίσης, εξαιτίας της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών, η ζήτηση για προϊόντα ελαιολάδου ιδιωτικής ετικέτας είναι ανοδική.»

○ **Ελλάδα**

Αν και στην Ελλάδα την επόμενη πενταετία αναμένεται ανοδική ζήτηση (με μέσο ετήσιο ρυθμό 3% και 5% για τις νέες αγορές) και τιμές (€2,6/κιλό το 2015 από €2/κιλό τη διετία 2009-2010), ο σταδιακός περιορισμός των κονδυλίων της ΚΑΠ(**Κοινή Αγροτική πολιτική**) για το ελληνικό ελαιόλαδο (€420 εκατ. το 2020 από €550 εκατ. σήμερα) εκτιμάται ότι θα περιορίσει την παραγωγή κοντά στους 340.000 τόνους το 2015 και λίγο πάνω από 300.000 τόνους το 2020, από 360.000 τόνους το 2010 (λόγω ζημιολόγων αποτελεσμάτων σε μικρές εκτάσεις με χαμηλές αποδόσεις).

○ **Ισπανία**

Σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα στοιχεία του Ισπανικού Υπουργείου Γεωργίας, η παραγωγή ελαιολάδου της ελαιοκομικής περιόδου 2012/13 εκτιμάται ότι θα ανέλθει στους 675.000 τόνους, έναντι 1.599.000 τόνους και 1.395.200 τόνους των δύο προηγούμενων ελαιοκομικών περιόδων αντίστοιχα. Η εκτιμώμενη παραγωγή είναι αρκετά μικρότερη, κατά 57,8 %, από την παραγωγή της περιόδου 2011/2012, γεγονός που οφείλεται στις δυσμενείς καιρικές συνθήκες. Τα αποθέματα ελαιολάδου κατά την έναρξη της ελαιοκομικής περιόδου 2012/2013 (1.11.2012) ανέρχονταν στους 590.000 τόνους.

○ **Ιταλία**

Η ιταλική παραγωγή της ελαιοκομικής περιόδου 2011/12, υπολογίζεται σε 484.368 τόνους, μειούμενη κατά 5,66%, σε σχέση με τη συγκομιδή του προηγούμενου έτους, ενώ η μέση παραγωγή κατά την τελευταία τριετία ανέρχεται σε περίπου 505.000 τόνους.

Σε ορισμένες Περιφέρειες σημειώθηκε τρομακτική μείωση της παραγωγής, όπως σε αυτές Λατίου, Σαρδηνίας, Τοσκάνης και Μάρκες (-40%), ενώ σημαντική αύξηση κατέγραψε η παραγωγή της Λιγουρίας (24,99%). Αναφορικά με τον ιταλικό Νότο, ο οποίος συγκεντρώνει περίπου το 85% της ελαιοπαραγωγής, οι μεταβολές της παραγωγής ήταν οριακά θετικές (εξαιρέση η Σικελία με αύξηση της τάξεως του 5,67%).

Για την ελαιοκομική περίοδο 2011/2012, πρώτη σε επίπεδο παραγωγής χώρα ήταν η Ισπανία, αντιπροσωπεύοντας το 61,79% της παγκόσμιας παραγωγής, ακολούθησε η Ιταλία με μερίδιο παραγωγής ύψους 20,18% και η Ελλάδα με 14,22%. Οι χώρες της Μεσογείου (εκτός Ε.Ε.) για την ίδια ελαιοκομική περίοδο κατέγραψαν αυξητικές τάσεις στην παραγωγή τους (Τυνησία 50%, Τουρκία 13%, Συρία 11% και Αλγερία 9%).

Παραδοσιακά, ο βασικός καταναλωτής είναι η Ε.Ε., που αντιπροσωπεύει το 61,38% της παγκόσμιας κατανάλωσης. Σε κοινοτικό επίπεδο, η πρώτη σε κατανάλωση ελαιολάδου χώρα είναι η Ιταλία με 35% της συνολικής κατανάλωσης της Ε.Ε., ακολουθούμενη από την Ισπανία, με ποσοστό 31% και την Ελλάδα με 12%.

1.1.2 Το προϊόν και τα χαρακτηριστικά του

«Παρθένο ελαιόλαδο είναι το ελαιόλαδο που λαμβάνεται από τον καρπό της ελιάς αποκλειστικά και μόνο με μηχανικά ή άλλα φυσικά μέσα και κάτω από συνθήκες, κυρίως συνθήκες θέρμανσης που δεν οδηγούν σε αλλαγές στο έλαιο και το οποίο δεν έχει υποβληθεί σε καμία άλλη μεταχείριση εκτός από πλύσιμο, διαχωρισμό, φυγοκέντρηση και διήθηση.»

Ο πιο πάνω ορισμός δείχνει ότι η διαδικασία παραγωγής του ελαιολάδου περιλαμβάνει σχετικά απλές, αλλά βασικές λειτουργίες.

Συνεπώς, κάθε μια από τις λειτουργίες αυτές πρέπει να εκτελείται σωστά για να παραλάβουμε ελαιόλαδο υψηλής ποιότητας. Η επίτευξη λοιπόν ενός υψηλής ποιότητας ελαιολάδου είναι μια αλυσίδα που αρχίζει στο δένδρο και τελειώνει όταν το μπουκάλι φθάσει στον καταναλωτή.



✓ Χαρακτηριστικά Ελαιόλαδου

Τα τρία βασικά χαρακτηριστικά του ελαιολάδου είναι το **άρωμα**, η **γεύση** και το **χρώμα** του. Το άρωμά του πρέπει να είναι ευχάριστο και να θυμίζει αυτό της φρέσκιας ελιάς. Η γεύση του επίσης πρέπει να είναι ευχάριστη, ούτε πολύ βαριά ούτε και να περνά απαρατήρητη. Το ελαιόλαδο που καίει κάπως στο λαιμό, σημαίνει ότι περιέχει πολλές φαινόλες, που εμποδίζουν την οξειδωσή του, και ωφελούν τον οργανισμό. Όσο πιο γρήγορα από την παραγωγή του καταναλώνεται, τόσο περισσότερο ευνοεί την υγεία μας, καθώς με την πάροδο του χρόνου τα αμινοξέα και οι βιταμίνες που περιέχει ελαττώνονται. Ένα σημάδι που μας δείχνει ότι το ελαιόλαδο είναι φρέσκο, είναι η θολότητά του, που οφείλεται στο νερό που δεν έχει απομακρυνθεί στο ελαιοτριβείο, και σε σωματίδια που έχουν παραμείνει κατά την επεξεργασία του ελαιόκαρπου. Αυτά κατακάθονται με το χρόνο και το ελαιόλαδο παίρνει το γνωστό σε όλους μας κρυστάλλινο χρώμα του. Το ελαιόλαδο πρέπει να έχει χρώμα πράσινο προς κιτρινοπράσινο, ενώ αν έχει κίτρινο, σημαίνει ότι πιθανότατα έχει αναμειχθεί με σπορέλαιο ή έχει ραφιναριστεί.



✓ Θετικές οργανοληπτικές ιδιότητες Ελαιόλαδου :

Οξύτητα: Προσδιορίζει την ποσότητα των οξέων στο ελαιόλαδο, που όσο πιο χαμηλή είναι τόσο πιο καλής ποιότητας θεωρείται το λάδι. Καθώς ανεβαίνουν οι βαθμοί της οξύτητας, το ελαιόλαδο δεν είναι και τόσο καλής ποιότητας.

Γλυκύτητα: Έχει ευχάριστη έως ουδέτερη γεύση, χωρίς να είναι ούτε γλυκό, αλλά ούτε και πικρό.

Πικράδα: Είναι η χαρακτηριστική γεύση του αγουρέλαιου, δηλαδή του ελαιόλαδου που έχει γίνει από αλεσμένο άγουρο καρπό ελιάς. Θεωρείται ίσως η πιο καλή ποιότητα ελαιόλαδου, ενώ είναι αμφισβητούμενη η νοστιμάδα του, καθώς αρκετοί θεωρούν τη γεύση του αγουρέλαιου ιδιαίτερα έντονη.

Λεμονάτη γεύση: Η γεύση μερικών ειδών ελαιόλαδου μας δίνει την αίσθηση ότι είναι λεμονάτη και συναντάται σε πολλές ποικιλίες. Αυτό γίνεται γιατί ο ελαιώνας απ' όπου συλλέχθηκαν οι ελιές για το συγκεκριμένο ελαιόλαδο βρίσκεται κοντά σε έκταση με λεμονιές ή άλλα δένδρα εσπεριδοειδών (μανταρινιές, πορτοκαλιές) και λόγω της γειτνίασης οι καρποί της ελιάς έχουν μια λεμονάτη γεύση, η οποία "μεταφέρεται" και στο ελαιόλαδο.

Πιπεράτη γεύση: Πρόκειται για το ελαιόλαδο που έχει πικάντικη γεύση με ιδιαίτερη σπιρτάδα και πικράδα. Δεν μπορούμε να αποδώσουμε τη γεύση αυτή

σε κάτι συγκεκριμένο, παρά μόνο στο χρώμα που ευδοκιμούν οι ελιές, από τις οποίες παράγεται το ελαιόλαδο αυτό.

Αμυγδαλένια γεύση: Υπάρχει στο ελαιόλαδο που η γεύση του αφήνει στο στόμα μία αίσθηση αμυγδαλού. Πρόκειται συνήθως και για τα πιο γλυκά ελαιόλαδα, που κυρίως χρησιμοποιούνται στα φρέσκα ντρέσινγκ, αλλά και στις σαλάτες.

✓ **Αρνητικές οργανοληπτικές ιδιότητες Ελαιόλαδου των οποίων η ύπαρξη δεν είναι επιθυμητή:**

Ατροχάδο : Χαρακτηριστική οσμή-γεύση ελαιόλαδου που έχει παραληφθεί από ελιές αποθηκευμένες σε σωρούς και που βρίσκονται σε προχωρημένο στάδιο αναερόβιας ζύμωσης.

Μουχλιασμένο-Νοτισμένο : Χαρακτηριστική οσμή-γεύση ελαιόλαδου που έχει παραληφθεί από ελιές στις οποίες έχει αναπτυχθεί μεγάλος αριθμός μυκήτων και ζυμομυκήτων μετά από την παραμονή των καρπών σε υγρές συνθήκες για αρκετές ημέρες.

Μούργα : Χαρακτηριστική οσμή-γεύση ελαιόλαδου που έχει παραμείνει σε επαφή με το ίζημα που καθιζάνει σε δεξαμενές φύλαξης.

Κρασώδες- ξιδάτο : Χαρακτηριστική οσμή-γεύση ελαιόλαδου που θυμίζει κρασί ή ξύδι. Αυτή η γεύση οφείλεται κυρίως σε μια διαδικασία ζύμωσης στους καρπούς ελιάς που οδηγεί στο σχηματισμό οξικού οξέος και αιθανόλης.

Μεταλλικό : Γεύση που θυμίζει μέταλλα. Είναι χαρακτηριστικό ελαιόλαδου που έχει έλθει σε παρατεταμένη επαφή με μεταλλικές επιφάνειες κατά την διάρκεια της θραύσης των ελαιοκάρπων, της μάλαξης, της πίεσης ή της αποθήκευσης.

Ταγγό : Χαρακτηριστική οσμή-γεύση ελαιόλαδου που έχει υποστεί μια διαδικασία οξειδωσης που οφείλεται σε παρατεταμένη επαφή με τον ατμοσφαιρικό αέρα. Αυτή η γεύση είναι αδύνατον να διορθωθεί.

1. Παρθένο Ελαιόλαδο

Έλαια που λαμβάνονται από τον ελαιόκαρπο μόνο με μηχανικές μεθόδους ή άλλες φυσικές επεξεργασίες, με συνθήκες που δεν προκαλούν αλλοίωση του ελαίου και τα οποία δεν έχουν υποστεί καμία άλλη επεξεργασία πλην της πλύσης, της μετάγγισης, της φυγοκέντρωσης και της διήθησης. Εξαιρούνται τα έλαια που λαμβάνονται με διαλύτες, με βοηθητικές ύλες παραλαβής που έχουν χημική ή βιοχημική δράση, ή πρόσμειξης με έλαια άλλης φύσης.

Τα έλαια αυτά κατατάσσονται και ταξινομούνται αναλυτικά με τις ακόλουθες ονομασίες:

1.1 Εξαιρετικό ή έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο (virgin olive oil - extra)

Το ελαιόλαδο, του οποίου η περιεκτικότητα σε ελεύθερα λιπαρά οξέα (οξύτητα), δεν υπερβαίνει τα 0,8 g ανά 100 g (0,8%) και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

1.2 Παρθένο Ελαιόλαδο

Το ελαιόλαδο η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 2,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

1.3 Ελαιόλαδο Λαμπάντε

Το ελαιόλαδο του οποίου η οξύτητα είναι μεγαλύτερη του 2,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

2. Εξευγενισμένο Ελαιόλαδο

Το ελαιόλαδο που λαμβάνεται από τον εξευγενισμό παρθένων ελαιολάδων, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 0,3 % και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

3. Ελαιόλαδο-αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα.

Το έλαιο που λαμβάνεται από ανάμειξη εξευγενισμένου ελαιολάδου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 1,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

4. Ακατέργαστο Πυρηνέλαιο

Το έλαιο που λαμβάνεται από τους πυρήνες της ελιάς, κατόπιν επεξεργασίας με διαλύτες ή με φυσικά μέσα ή το έλαιο που αντιστοιχεί (με εξαίρεση ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά) σε ελαιόλαδο λαμπάντε.

5. Εξευγενισμένο Πυρηνέλαιο

Το έλαιο που λαμβάνεται από τον εξευγενισμό του ακατέργαστου πυρηνελαίου, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 0,3% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

6. Πυρηνέλαιο

Το έλαιο που λαμβάνεται από ανάμιξη εξευγενισμένου πυρηνελαίου και παρθένων ελαιολάδων, εκτός από το ελαιόλαδο λαμπάντε, η οξύτητα του οποίου δεν υπερβαίνει το 1,0% και τα άλλα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του είναι σύμφωνα με τα προβλεπόμενα για την κατηγορία αυτή.

➤ **Σύμφωνα με το άρθρο 4§2 και το παράρτημα I του Κανονισμού 865/04, στο στάδιο του λιανικού εμπορίου επιτρέπεται να διατίθενται μόνο τα ελαιόλαδα των παρακάτω ποιοτικών κατηγοριών:**

- ✓ Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο
- ✓ Παρθένο Ελαιόλαδο
- ✓ Ελαιόλαδο – αποτελούμενο από εξευγενισμένα ελαιόλαδα και παρθένα ελαιόλαδα
- ✓ Πυρηνέλαιο

Εκτός τις παραπάνω κατηγορίες ελαιολάδου, το προϊόν διακρίνεται επίσης σε:

Ελαιόλαδο Π.Ο.Π (Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης): Πρόκειται για Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο, το οποίο παράγεται στα συγκεκριμένα γεωγραφικά όρια κάποιας περιοχής και τα χαρακτηριστικά του οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στο γεωγραφικό αυτό περιβάλλον. Το περιβάλλον αυτό περιλαμβάνει τους φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες και η παραγωγή, η μεταποίηση και η επεξεργασία του προϊόντος λαμβάνουν χώρα στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή. Η τυποποίησή τους γίνεται σε αριθμημένα μπουκάλια.

Ελαιόλαδο Π.Γ.Ε (Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης): Πρόκειται για Εξαιρετικά Παρθένο Ελαιόλαδο, του οποίου μια συγκεκριμένη ποιότητα ή φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό μπορούν να αποδοθούν στη γεωγραφική του προέλευση και του οποίου η παραγωγή ή /και η μεταποίηση ή/και η επεξεργασία πραγματοποιούνται στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή.

Ελαιόλαδο Προϊόν Οργανικής Καλλιέργειας: Πρόκειται για Εξαιρετικό Παρθένο ή Παρθένο Ελαιόλαδο, το οποίο προέρχεται από ελαιώνες στους οποίους εφαρμόζονται οι κανόνες της βιολογικής καλλιέργειας. Όλη η διαδικασία, από την καλλιέργεια έως και την εμφιάλωση, ελέγχονται από ειδικούς Οργανισμούς Πιστοποίησης και το ελαιόλαδο συνοδεύεται από ειδικές αναλύσεις που πιστοποιούν την έλλειψη υπολειμμάτων χημικών ουσιών στο τελικό προϊόν.



Κεφάλαιο 2ο

2.1 Οι τρόποι διάθεσης του στις αγορές

2.1.1 Διαφήμιση του προϊόντος

Από τα πιο ακριβά και λιγότερο αποδοτικά προγράμματα προώθησης ελαιολάδου αποδεικνύεται ότι έχει η Ελλάδα την τελευταία πενταετία για τις εξαγωγές του τυποποιημένου ελαιολάδου. Για κάθε ευρώ διαφήμισης γίνεται εξαγωγή δύο ευρώ ελαιόλαδου.

Κατά την περίοδο των ετών 2007-2012 έχουν υλοποιηθεί προγράμματα 15,3 εκατ. Ευρώ και έχουν αυξηθεί οι εξαγωγές από 262 εκατ. ευρώ σε 289 εκατ. ευρώ.

Δηλαδή με 15,3 εκατ. ευρώ που έγινε επένδυση σε μια διαφήμιση και προώθηση του προϊόντος, έγινε αύξηση κατά μόλις 27 εκατ. ευρώ στις εξαγωγές.

Ποιο κάτω αναφέρονται οι αυξήσεις σε πωλήσεις στις χώρες του εξωτερικού μετά από τις διαφημίσεις του ελαιόλαδου:

Στην αγορά της Νορβηγίας, όπου μεταξύ των 16 καλύτερα πωληθέντων ελαιολάδων τα ελαιόλαδα ΠΟΠ Καλαμάτα και ΠΟΠ Σητεία ελληνικής εταιρίας καταλαμβάνουν την 4η θέση.

Προς θετική κατεύθυνση κινήθηκαν και οι εξαγωγές των επιχειρήσεων του ΣΕΒΙΤΕΛ προς τη Βόρειο Αμερική, σημειώνοντας μέσα στο 2010, αύξηση της αξίας πωλήσεων που ξεπέρασε το 5-13%. Τα ίδια θετικά αποτελέσματα συνεχίστηκαν και το 2011 με αύξηση της αξίας των πωλήσεων πάνω από 24%.

Στην αγορά της Μεγάλης Βρετανίας η ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση ελαιολάδου σημείωσε αισθητή αύξηση την ίδια περίοδο, ενώ η δυναμική αύξηση των ελληνικών πωλήσεων συνεχίστηκε και κατά το 2012.

Οι εξαγωγές ελαιολάδου προς τη Γερμανία έχουν σχεδόν τετραπλασιαστεί και είναι ιδιαίτερα σημαντικό ότι ελληνικά ελαιόλαδα συγκαταλέγονται μεταξύ των 20 πιο διαδεδομένων ελαιολάδων της συγκεκριμένης αγοράς.

Αυξήσεις πωλήσεων από μεγάλες εταιρείες καταγράφηκαν στην Αυστραλία, κατά το 2012, σε σχέση με το 2011, κατά 350% στην αξία πωλήσεων.

Θετικά είναι τα μηνύματα και για τις καινούργιες αγορές, όπως η Ρωσία, η Κίνα και η Ιαπωνία, όπου παρατηρήθηκε αύξηση από 1,7 εκατ. ευρώ το 2007 σε 6 εκατ. ευρώ το 2012 στη Ρωσία, από 1,7 εκατ. ευρώ το 2007 σε 8,4 εκατ. ευρώ το 2012 στην Κίνα και από 1,6 εκατ. ευρώ το 2007 σε 2,7 εκατ. ευρώ το 2012 στην Ιαπωνία.

2.1.2 Πηγές ανταγωνισμού του προϊόντος

Προϊόν

Υποκατάστατα (Σπορέλαια):

Σογιέλαιο, Αραβοσιτέλαιο, Ηλιέλαιο, Βαμβακέλαιο, Πυρηνέλαιο, Σησαμέλαιο.

Άλλα είδη φυτικών ελαίων συνήθως για μη μαγειρική χρήση: σταφυλέλαιο, αμυγδαλέλαιο, φουντουκέλαιο, καρυδέλαιο κτλ.

Κανάλια Διανομής

Σουπερμάρκετ, καταστήματα προϊόντων λαδιού, καταστήματα βιολογικών προϊόντων και ειδών υγιεινής διατροφής.

Παρόλη την τεράστια παράδοση και το γεγονός η Ελλάδα κατέχει την τρίτη θέση στην παγκόσμια παραγωγή ελαιόλαδου και την πρώτη σε εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, τα οικονομικά οφέλη για τον Έλληνα ελαιοπαραγωγό είναι αρκετά περιορισμένα, αφού το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών αφορά χύμα ελαιόλαδο.

Ενδεικτικά, ενώ το 2007 η συνολική ποσότητα εξαγωγών ελαιόλαδου προς τις χώρες της ΕΕ ανήλθε σε 104.000 τόνους, μόνο 8.500 τόνοι αφορούσαν τυποποιημένο ελαιόλαδο.

Σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου, η υπόλοιπη ποσότητα 95.500 τόνοι αφορούσε χύμα ελαιόλαδο, επιπλέον 9.400 τόνοι ελαιόλαδου διατέθηκαν σε τρίτες χώρες.

Αν και το ελληνικό ελαιόλαδο θεωρείται ποιοτικό προϊόν, είναι το ιταλικό αυτό που χαίρει της προτιμήσεως των αγορών υψηλού εισοδήματος, όπως οι ΗΠΑ, η Αυστραλία, ο Καναδάς και οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Αυτό οφείλεται στην:

Ταύτιση του προϊόντος με την ιταλική κουζίνα, η οποία είναι γνωστή και αγαπητή στις χώρες αυτές.

Χρήση καλαίσθητων γυάλινων συσκευασιών

Διατήρηση της καλής φήμης του προϊόντος μέσω της διοχeteύσεως επωνύμων και συνεπώς αναγνωρίσιμων ποιοτήτων σε επαρκείς ποσότητες και ικανοποιητική σχέση ποιότητας και τιμής.

Αξιοποίηση του ήδη εγκατεστημένου και εν λειτουργία δικτύου διανομής και προβολής του ιταλικού ελαιολάδου υπέρ της αποτροπής διεισδύσεων στις ανεπτυγμένες αγορές άλλων προϊόντων.

2.1.3 Τιμή Πώλησης ελαιόλαδου

41η Εβδομάδα 2013 (13 Οκτώβρη 2013)

Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ				
Τιμές του έξτρα παρθένου ελαιολάδου €/κilo(*)				
Πόλη	A	B	Γ	Δ
Jaen (Es)	2,34	2,45	-4,49%	%
Granada (Es)νέο	2,28	2,40	-5,0%	%
Borjas(ES)	2,53	2,64	-4,7%	%
Toledo (Es)	2,49	2,52	-1,19%	%
Sevilla (Es) Arbequino	2,58	2,58	0,0%	
Sevilla (Es)	2,49	2,58	-4,26%	%
Bari (IT)	2,83	2,96	-4,3%	-1,6%
Foggia (IT)	2,79	2,85	-2.1%	-3,0%
Taranto(IT)	2,60	2,67	-2,4%	2,0%

Cosenza (IT)	3,03	2,65	14,2%	13,1%
Catanzaro (IT)	2,95	2,65	11,3%	8,3%
Reggio Calabria (It)	3,30	3,30	0,0%	
Chieti (IT)	3,55	3,55	0,0%	-2,9%
Palermo(IT)	3,25	3,25	0,0%	-5,8%
Trapani (IT)	3,35	3,35	0,0	5,6
Pescara	3,55	3,55	%	2,9%
Viterbo	5,10	5,10	0,0%	13,3
Siena(IT)(κοινό)	3,15	---	0,0%	----%
Grossetto (It)	6,0	6,0	0,0%	0,0%
Καλαμάτα	2,60	2,65	-1,7%	11,2%
Σπάρτη	2,64	2,68	-1,6%	4,4%
Κρήτη	2,60	2,66	-2,1%	11,7%
Μυτιλήνη (Παρθένο)	1,78	1,85	.4,1%	-9,0%
Sfax (Τυνησία)	2,43	2,53	-4,0%	-2,0%

A=41η εβδ. (13 Οκτώβρη 2013), B=40η εβδομάδα2013

Γ= % μεταβολή των τιμών της 41ης επί της προηγούμενης

Δ=% μεταβολή τιμών επί της ίδιας εβδομάδας του 2012

(<http://filiatranet.blogspot.com/2013/10/13-2013.html>)

Δελτίο Τιμών Ελαιολάδου 12-11-13

Πιν.1 ΤΙΜΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ (€/Kg)

Πιν.1α Ελαιόλαδο Έξτρα Παρθένο 0.3 βαθμών

ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ή ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	15 Οκτ.	29 Οκτ.	05 Νοε.	12 Νοε.	Αύξηση ή Μείωση *%
ΚΡΗΤΗ					
ΕΑΣ ΚΥΔ.- ΚΙΣΑΜΟΥ Υποκ. Κολυμβαρίου	2,50 ^M	ΔΑ	2,45 ^M	2,45 ^M	0
Ε.Α.Σ. ΣΕΛΙΝΟΥ	2,40 ^M	2,40 ^M	2,40 ^M	2,40 ^M	0
Α.Σ ΠΛΑΤΑΝΟΥ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	-
ΚΟΛΥΜΒΑΡΙ Α.Ε.	2,60 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	0
Α.Β.Ε.Ανατολή	2,60 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	0
Ε.Α.Σ. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	2,60 ^M	2,40 ^M	2,35 ^M	2,35 ^M	0
Ε.Α.Σ. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	ΔΑ	ΔΑ	2,50 ^M	2,50 ^M	0
Ε.Α.Σ. ΠΕΖΩΝ	2,50 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	0
Ν.ΑΕΡΑΚΗΣ Σητεία	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	-
Α.Σ ΖΑΚΡΟΥ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	-
Αφοι ΡΟΥΜΠΕΔΑΚΗΑ.Πάντες	ΔΑ	ΔΑ	2,30 ^M	2,50 ^M	+8,7
ΑΝΩΣΚΕΛΗ Α.Β.Ε.Ε.	ΔΑ	2,50 ^M	2,50 ^M	2,50 ^M	0
ΑΛΜΠΑΝΤΑΚΗΣΚαλέσια	2,55 ^M	2,40 ^M	2,40 ^M	2,40 ^M	0
ΜΠΡΑΧΙΜΟ Πέραμα	2,50 ^M	2,45 ^M	2,50 ^M	2,40 ^M	-4
ΚΑΠΝΑΣ Α.Ε. Βαγιωνιά	2,60 ^M	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	-

ΑΦΟΙ ΚΥΔΩΝΑΚΗΤυμπάκι	2,50 ^M	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	-
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ - ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ					
ΕΑΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	ΔΑ	2,70 ^{E3μ}	2,70 ^{E3μ}	2,50 ^{E3μ}	-7,4
ΕΑΣ ΛΑΚΩΝΙΑΣ	2,50 ^{M,Π}	2,50 ^{M,Π}	2,50 ^{M,Π}	2,50 ^{M,Π}	0
ΕΑΣ ΚΥΝΟΥΡΙΑΣ	ΔΑ	ΔΑ	2,40 ^M	2,40 ^M	0
Α.Σ Ελαιώνας,Γαργαλιάνοι	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	2,85 ^Π	-
ΑφοιΑΡΚΑΔΙΝΟΥΖάκυνθος	2,50 ^M	2,30 ^M	2,35 ^M	2,35 ^M	0
ΛΕΣΒΟΣ					
ΕΑΣ ΛΕΣΒΟΥ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	ΔΑ	-
Πιν.1β Ελαιόλαδο Βιομηχανικό 5.0 βαθμών					
Ε.Α.Σ. ΣΕΛΙΝΟΥ	1,80 ^M	1,70 ^M	1,70 ^M	1,70 ^M	0
Ε.Α.Σ. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	1,85 ^M	1,85 ^M	1,85 ^M	1,85 ^M	0
Α.Β.Ε.Ανατολή	1,85 ^M	1,85 ^M	1,85 ^M	1,85 ^M	0
^M Πληρωμή μετρητοίς (σε ευρώ), ^{M20η} πληρωμή μετρητοίς σε 20 μέρες ^Π Τιμές για πελάτες αντίστοιχων συνεταιρισμών ή ελαιοτριβείων ^β Τιμές για ποσότητες βυτίου , ΔΑ = Δεν αγοράζει ή δεν απαντά ^{E6μ} Εξάμηνη Επιταγή , ^{E3μ} Τρίμηνη επιταγή, ⁵ 0.5 βαθμοί, *σε σχέση με την προηγ βδομάδα					
ΚΥΠΡΟΣ					
ΜΑΥΡΟΥΔΗΣ Λευκωσία	2,30 ^M	2,30 ^M	2,30 ^M	2,30 ^M	0

Πιν.2 ΤΙΜΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ (€/Kg)						
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		09 Οκτ	24 Οκτ	30 Οκτ	06 Νοε	Αύξηση ή Μείωση *%
ΑΝΔΑΛΟΥΣΙΑΣ		15 Οκτ	29 Οκτ	05 Νοε	12 Νοε	
ΕΞΤΡΑ ΠΑΡΘΕΝΟ Οξύτ.<0,8°	Μέγιστη	2,58	2,46	2,6	2,71	+4,2
	Μέση	2,38	2,30	2,28	2,34	+2,6
	Ελάχιστη	2,13	2,12	2,16	2,10	-2,8
ΠΑΡΘΕΝΟ Οξύτ.<2°		2,14	2,18	2,17	2,11	-2,8
ΛΑΜΠΑΝΤΕ Οξύτ.>2°		2,04	2,03	2,05	2,02	-1,5
Πωλήσεις (τόνοι)	Εξτρα παρθένο	658	946	565	907	+60,5
	Λαμπάντε	662	678	226	833	+268,6
	Συνολικά	2.673	2.724	1.371	2.360	+72,1
Πιν.3 ΤΙΜΕΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ ΣΤΗΝ ΙΤΑΛΙΑ (€/Kg)						
ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ		07 Οκτ 13 Οκτ	21 Οκτ 27 Οκτ	28 Οκτ 03 Νοε	04 Νοε 10 Νοε	Αύξηση ή Μείωση *%
ΕΞΤΡΑ ΠΑΡΘΕΝΟ Οξύτ.<0,8°		2,87	2,96	2,82	2,73	-3,4
ΠΑΡΘΕΝΟ Οξύτ.<2°		2,30	2,28	2,25	2,20	-2,3
ΛΑΜΠΑΝΤΕ Οξύτ.>2°		1,96	1,85	1,81	1,78	-1,4
ΠΟΠ- ΠΓΕ	ΜΕΓΙΣΤΗ	9,50	9,50	9,50	9,50	0
	ΕΛΑΧΙΣΤΗ	2,83	2,83	2,83	2,83	0

http://www.sedik.gr/el/index.php?option=com_content&task=view&id=127#.Uo99NtJRq_g

2.1.4 Ποιο θεωρείται το ακριβότερο λάδι στο κόσμο και γιατί;

Τέλος στις βιτρίνες του Harrods υπάρχει το ακριβότερο ελαιόλαδο με ονομασία «λ» και είναι το ακριβότερο λάδι στον κόσμο. Περικλείεται σε χειροποίητη



κασετίνα από λευκό λακαρισμένο μασίφ ξύλο, με δύο πλακέτες λευκόχρυσου. Τα πρώτα πράγματα που τραβάνε την προσοχή στο «λ» είναι το μπουκάλι του και η θήκη πολυτελείας. Θα μπορούσε να παραπέμπει σε άρωμα ή σε ένα ακριβό ουίσκι, σε καμία περίπτωση όμως σε αγνό παρθένο ελαιόλαδο Κρήτης. Είναι το πρώτο σε τόσο ακριβή συσκευασία δώρου παγκοσμίως (€ 150 ή \$ 180), αλλιώς € 41 το μπουκάλι (500 ml).

Το «λ» αναβαθμίζει εξήμισι φορές την προστιθέμενη εξαγωγίμη αξία του ελληνικού ελαιόλαδου στο εξωτερικό.

Ήθελα να δημιουργήσω ένα κόσμημα στο τραπέζι. Το μπουκάλι είναι χειροποίητο. Ακόμα και η ετικέτα πίσω μπαίνει με το χέρι, όπως και ο φελλός. Ήθελα να φτιάξω ένα προϊόν μαγικό, να σε ταξιδεύει στη γεύση», αναφέρει ο κ. Κολιόπουλος. (<http://www.iefimerida.gr/news/87971/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CF%8C%CF%82-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF-%CE%B3%CE%B9%CF%8E%CF%81%CE%B3%CE%BF%CF%82-%CE%BA%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%8C%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%BF%CF%82-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CF%80%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%AC%CE%B5%CE%B9-%CF%84%CE%BF-%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B9-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%82-150-%CE%B5%CF%85%CF%81%CF%8E-%CF%84%CE%BF-%CE%BB%CE%AF%CF%84%CF%81%CE%BF-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B5%CE%BC%CF%80%CE%BD%CE%B5%CF%8D%CF%83%CF%84>)

Μεγάλη εντύπωση μας έχει κάνει το παρθένο ελαιόλαδο Κριτσά που βρίσκεται στον αγροτικό συνεταιρισμό Κριτσά, στο νομό Λασιθίου Κρήτης. Οι βασικές δραστηριότητες του συνεταιρισμού αυτού είναι η επεξεργασία ελαιόκαρπου και παραγωγή ελαιόλαδου, η τυποποίηση ελαιολάδου και η εμπορία του. Από το 2006 μέχρι σήμερα έχει πάρει πολλά βραβεία. Το 2006 πήρε το 3^ο βραβείο στην κατηγορία μέση ένταση φρουτώδους ενώ το 2008 πήρε το 1^ο βραβείο στην ίδια κατηγορία. Το 2007 πήρε το 1ο βραβείο στον 2^ο πανελλήνιο διαγωνισμό τυποποιημένου εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου στην κατηγορία ισχυρή ένταση φρουτώδους. Το 2008 πήρε χρυσό βραβείο ποιότητας στην έκθεση ελαιολαδικής

καθώς και χρυσό βραβείο γεύσης στο 2^ο φεστιβάλ ελαιόλαδου και ελιάς. Το 2009 αντίστοιχα πήρε το αργυρό βραβείο στο διαγωνισμό συσκευασίας το χρυσό κότινο στην κατηγορία χαμηλής έντασης φρουτώδους το 2^ο βραβείο εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου στην κατηγορία ισχυρή ένταση φρουτώδους στο 3^ο πανελλήνιο διαγωνισμό τυποποιημένου Extra παρθένο ελαιόλαδο. Το 2011 πήρε στα δέκατα διεθνή βραβεία ελαιόλαδου το καλύτερο της Ελλάδας στην κατηγορία μέσης έντασης καθώς και το χρυσός κότινος στην κατηγορία χαμηλής έντασης φρουτώδους. Το 2012 στο Λονδίνο πήρε το τίτλο golden taste και το ασημένιο μετάλλιο στη Μόσχα το . Το 2013 πήρε το χάλκινο βραβείο γεύσης στο 1^ο διαγωνισμό Κριτικών ελαιόλαδων, πήρε το τίτλο JAPANE SILVER AWARD ΚΑΙ TO SILVER CAT CORA.

2.1.5 Ποιος Καταναλωτής αγοράζει τυποποιημένο λάδι και γιατί;

Ο καταναλωτής που επιλέγει τυποποιημένο ελαιόλαδο, θα στραφεί σε αυτό γιατί θεωρεί ότι είναι ελεγμένο από το κράτος. Ο έλεγχος αφορά στην ορθότητα των στοιχείων που αναγράφει η ετικέτα του προϊόντος. Με μια γρήγορη ματιά στις επικέτες των συστατικών, αλλά και με μια σύντομη έρευνα στις ιστοσελίδες των πιο αναγνωρισμένων εταιριών της αγοράς, αναγράφονται λέξεις για τα προϊόντα τους, όπως ραφινέ, προσμίξεις, έλαια, αλλά και ξεκάθαρες περιγραφές για το ραφινέ έξτρα παρθένο ελαιόλαδο. Με τον τρόπο αυτό ο καταναλωτής είναι σε θέση να καταλάβει την διαφορά του πραγματικά έξτρα παρθένο ελαιολάδου του παραγωγού από το προϊόν που διατίθεται στο ράφι.

Η επίτευξη του κέρδους σημαίνει διαφήμιση-marketing και επιτυγχάνεται από την προώθηση ενός καλού Brand name, που ως γνωστόν μεταφράζεται σε προσπάθεια πώλησης βασισμένη σε στοιχεία που κατά κύριο λόγο δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα.

Σύμφωνα με έρευνα καταναλωτή για σύγκριση της τιμής του χύμα και τυποποιημένου ελαιόλαδου ανακάλυψε ότι: Ένας 17λιτρος τενεκές χύμα λάδι κάνει γύρω στα 80€, η καλύτερη τιμή που βρήκα ήταν στα 78€.

Τα Τυποποιημένα που βρίσκονται ποιο εύκολα έχουν το εξής εύρος τιμής:

- 5λιτρο Μινέρβα Μεσσήνη 23.18 ευρώ
- 5λιτρο Χωριό 18.00 ευρώ το κλασσικό
- 5λιτρο Άλτις Πηγαδίτσι Μεσσηνίας 21.99 ευρώ
- 5 Λίτρα Άλτις Παραλία Τήνου 18.25 ευρώ
- 5 Λίτρα Μινέρβα Φλώρινα Κέντρο 18.90 ευρώ

Χονδρικά λοιπόν, το χύμα λάδι κοστίζει 80 ευρώ τα 17 λίτρα, το τυποποιημένο κοστίζει 20 ευρώ τα 5 λίτρα. Άρα με 80 ευρώ, παίρνεις ή 17 λίτρα χύμα, ή 20 λίτρα τυποποιημένο ελαιόλαδο.

Είπε χαρακτηριστικά:

" Αισθάνομαι πολύ βλάκας που έπεσα στην παγίδα και πήρα χύμα λάδι. Πέρα από τα προβλήματα που μπορεί να προκαλέσει στην υγεία επειδή δεν έχει περάσει ελέγχους, είναι και πιο ακριβό. Αλλά δε μπορώ να καταλάβω πως γίνεται να είναι πιο ακριβό όταν η διαδικασία παραγωγής του έχει λιγότερα στάδια, άρα είναι πιο οικονομική. Περίεργο. "

<http://xymastoladi.blogspot.com/2011/02/vs.html>

Κεφάλαιο 3:

3.1 Προκλήσεις και προοπτικές για το μέλλον

Ο κλάδος του ελαιολάδου στη χώρα μας , παρά την αστάθεια που επικρατεί εξαιτίας του ανταγωνισμού και της διεθνούς οικονομικής κρίσης, παρουσιάζει μεσοπρόθεσμες προοπτικές ανάπτυξης. Η ποιοτική υπεροχή του Ελληνικού ελαιολάδου, η σημαντική ποικιλομορφία και διαφοροποίηση της εγχώριας παραγωγής και η αναγνώριση της διατροφικής του αξίας διεθνώς, αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικά στοιχεία για την ανάπτυξη του κλάδου.

Επιπρόσθετα η υψηλή κατανάλωση ελαιολάδου στη χώρα μας και η ανελαστικότητα της ζήτησης του ελαιολάδου ως προς το εισόδημα έχει ως αποτέλεσμα, να επηρεάζει σε ελάχιστο βαθμό την εγχώρια ζήτηση από την παρούσα οικονομική κρίση και το διαθέσιμο εισόδημα.

Είναι γεγονός ότι η Ελληνική παραγωγή, υπό τις συνθήκες που επικρατούν δεν είναι δυνατό να αυξηθεί. Επιπλέον επειδή οι εξαγωγές γίνονται κυρίως σε μορφή χύμα, στόχος είναι να μεταβληθούν οι όροι εμπορίας του, αυξάνοντας τη προστιθέμενη αξία του, έτσι ώστε να αυξηθούν όσο γίνεται περισσότερο τα έσοδα από την διάθεση του στο εξωτερικό. Τα οφέλη από μια τέτοια αναδιάρθρωση θα ήταν σημαντικά.

Πραγματικό γεγονός είναι ότι τα τελευταία χρόνια το εξαιρετικής ποιότητας ελληνικό ελαιόλαδο έφευγε “χύμα” προς το εξωτερικό, κυρίως προς την Ιταλία όπου εκεί το επεξεργάζονταν και το εμφιάλωναν, εξάγοντας το σε ολόκληρο τον κόσμο ως Ιταλικό. Αν το μεγαλύτερο ποσοστό του ελαιολάδου κατευθυνόταν στις βιομηχανίες τυποποίησης, η αύξηση του επιπέδου των πωλήσεων τους θα ήταν τέτοια ώστε το μέσο μέγεθος των ελληνικών εταιρειών θα προσέγγιζε τα επίπεδα των αντίστοιχων ιταλικών € 1,5 εκατομμύρια πωλήσεις από € 0,5 εκατομμύριο σήμερα. Συνεπώς, θα δημιουργούνταν οι απαραίτητες οικονομίες κλίμακας αλλά και η κρίσιμη μάζα για τη σωστή διαφήμιση αλλά και προώθηση του ελαιολάδου στο εξωτερικό.



Η Ελλάδα είναι η τρίτη ελαιοπαραγωγός χώρα στον κόσμο και έχει το μεγαλύτερο μερίδιο της παραγωγής ελαιολάδου υψηλής ποιότητας. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις μας αν η Ελλάδα κατάφερνε να κατακτήσει στη διεθνή αγορά τυποποιημένου ελαιολάδου ποσοστό παρόμοιο με εκείνο που κατέχει στην παραγωγή, τότε θα μπορούσε να αποφέρει μια πρόσθετη υπεραξία στη χώρα, της τάξης των €80 εκατομμυρίων ετησίως. Γι' αυτό εργάζονται έτσι ώστε να μειωθεί η παραγωγή χύμα ελαιολάδου και να αυξηθεί η διάθεση τυποποιημένου και πιστοποιημένου ελαιολάδου προκειμένου να μείνει η προστιθέμενη αξία στην Ελλάδα. Το ελληνικό ελαιόλαδο με αυτό τον τρόπο θα γίνει γνωστό σε όλο τον κόσμο, θα διακριθεί σε διαγωνισμούς και θα φέρει τεράστια έσοδα στην χώρα.

Η χώρα μας για να βγει από την κρίση πρέπει να εστιάσει στην εξωστρέφεια και στις ιδιωτικές επενδύσεις. Το ελαιόλαδο βρίσκεται στην βιτρίνα των εστιασμένων περιοχών που μπορούν να φέρουν ανάφλεξη της ανάπτυξης, καθώς η ζήτηση για το τυποποιημένο ελαιόλαδο αυξάνεται παγκόσμια. Στην συνέχεια για να απολαμβάνει τις υψηλότερες τιμές που αξίζει η ποιότητα του ελαιολάδου πρέπει να εξάγεται σε επώνυμες συσκευασίες ειδικών προδιαγραφών στις ξένες αγορές, με τον τρόπο αυτό θα αποκτήσει αναγνωσιμότητα και σταθερή παρουσία.



Όλο και περισσότερες εταιρείες παραγωγής ελληνικού ελαιολάδου εκσυγχρονίζουν τις εγκαταστάσεις τους, κυνηγώντας συνεργασίες με αγορές του εξωτερικού και αναπτύσσοντας με αυτό τον τρόπο τις εξαγωγές τους.

Τα τελευταία 5 χρόνια οι εξαγωγές τυποποιημένου ελαιολάδου έχουν αυξηθεί κατά 45%, γεγονός το οποίο οφείλεται και στα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα προώθησης τα οποία έχει υλοποιήσει και συνεχίζει να υλοποιεί ο ΣΕΒΙΤΕΛ (Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τυποποίησης Ελαιολάδου) σε συνολικά 18 χώρες – στόχους.

Επομένως απαραίτητη προϋπόθεση για να εκμεταλλευτεί ο κλάδος του ελληνικού ελαιολάδου τα συγκριτικά του πλεονεκτήματα είναι ο περιορισμός του τμήματος της εγχώριας αγοράς που καλύπτεται από χύμα ελαιόλαδο. Η συγκέντρωση στον κλάδο των ελαιοτριβείων όσο και στον τομέα των συνεταιρισμών θα μπορούσε να βοηθήσει προς αυτή την κατεύθυνση. Παράλληλα, η οργάνωση και ο αυστηρός έλεγχος ποιότητας καθώς και οι πολιτικές προορισμού της φοροδιαφυγής, μπορούν να βοηθήσουν να πραγματοποιηθεί ουσιαστική στροφή στο τυποποιημένο ελαιόλαδο.

Για την ανάπτυξη του κλάδου απαιτούνται διαρθρωτικές μεταβολές που θα επιτρέψουν την καλύτερη αξιοποίηση της ελληνικής παραγωγής, την αύξηση των εσόδων της αγοράς του ελαιολάδου και την κατάκτηση υψηλότερου και σταθερού μεριδίου στη διεθνή αγορά. Οι μεταβολές αυτές κυρίως αφορούν τη συμπίεση του κόστους παραγωγής, την αύξηση του μεριδίου παραγωγής που τυποποιείται και τη διαμόρφωση μιας συνεπούς και όχι αποσπασματικού χαρακτήρα στρατηγικής εξαγωγικού marketing.

Στην συνέχεια παραθέτουμε ορισμένες προτάσεις που μπορούν να συμβάλουν προς αυτή την κατεύθυνση.

Η παραγωγή θα πρέπει να επικεντρωθεί σε περιοχές με υψηλές αποδόσεις λόγω γεωγραφικής θέσης κυρίως Κρήτη και Πελοπόννησο, σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερες εκτάσεις και να προωθηθεί όπου είναι εφικτό η συλλογή καρπών με χρήση μηχανημάτων μειώνοντας σημαντικά το κόστος συγκομιδής του ελαιόκαρπου. Η περιορισμένη στήριξη της ΚΑΠ (Κοινή Αγροτική πολιτική) μπορεί μεσοπρόθεσμα να οδηγήσει προς αυτή την κατεύθυνση καθώς, ο περιορισμός των επιδοτήσεων θα θέσει εκτός αγορά τους παραγωγούς που λειτουργούν με εξαιρετικά χαμηλές αποδόσεις.

Απαραίτητη θεωρείται και η εφαρμογή της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, με σκοπό την «τακτοποίηση του κόστους» και την καλύτερη τιμή που προσδοκούν οι παραγωγοί. Το σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, βασίζεται στην τήρηση των νομικών απαιτήσεων, την ορθολογική χρήση όλων των εισροών και την παρακολούθηση και τον έλεγχο όλων των φάσεων παραγωγής με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή, καθώς και την παραγωγή επώνυμων, ποιοτικών, ασφαλών και ανταγωνιστικών προϊόντων.



Επιπρόσθετα απαιτείται η σταδιακή αναβάθμιση της τεχνολογίας των ελαιοτριβείων που εκτιμάται ότι μπορεί να περιοριστεί σημαντικά το κόστος παραγωγής.

Παράλληλα αναγκαία είναι η συνένωση ή άμεση συνεργασία των μικρών αγροτεμαχίων – ελαιώνων καθώς και ελαιοτριβείων, με αποτέλεσμα τη δημιουργία και απόκτηση οικονομιών κλίμακας. Το πιο σημαντικό στοιχείο στην προσπάθεια αυτή είναι η ύπαρξη εταιριών με την απαιτούμενη οικονομική

επιφάνεια για την στήριξη μεγάλων εξαγωγών προγραμμάτων καθώς και τη διερεύνηση αγορών του εξωτερικού.

Ένα σημείο που αξίζει να αναφερθεί είναι η οργάνωση και ο αυστηρός έλεγχος ποιότητας, καθώς οι πολιτικές προορισμού της φοροδιαφυγής, μπορούν να βοηθήσουν να πραγματοποιηθεί ουσιαστική στροφή στο τυποποιημένο ελαιόλαδο.

Επίσης απαραίτητη είναι η τυποποίηση προϊόντος στις κατάλληλες για κάθε αγορά συσκευασίες με στόχο τη μείωση των απωλειών εσόδων και την ενίσχυση τους και μέσω της επιταχυνόμενης αύξησης της προστιθέμενης αξίας του προϊόντος.

Επιπλέον η προώθηση του ελαιολάδου και σε συσκευασίες μικρές και εύχρηστες, οι οποίες θα εξυπηρετούσαν τους καταναλωτές στις καθημερινές τους ανάγκες.

Στη συνέχεια ένα επιπρόσθετο στοιχείο είναι ότι σε κάθε περίπτωση θα πρέπει η οποιαδήποτε εξαγωγική κίνηση να τεκμηριώνεται με αντίστοιχη μελέτη στρατηγικού μάρκετινγκ.

Αξιοσημείωτο είναι ότι τα οφέλη από μια αναδιάρθρωση θα ήταν σημαντικά. Η τυποποίηση του ελαιολάδου θα επέφερε αύξηση του επιπέδου των πωλήσεων των ελληνικών εταιρειών στα επίπεδα των αντίστοιχων ιταλικών και θα συνέβαλε στη δημιουργία των απαραίτητων οικονομιών κλίμακας και κρίσιμης μάζας για τη σωστή διαφήμιση αλλά και προώθηση κατάλληλου τυποποιημένου και συσκευασμένου ελαιολάδου στο εξωτερικό.

Τέλος εάν δεν γίνουν συστηματικές προσπάθειες κυρίως από τον ιδιωτικό τομέα συνεπικουρούμενου και από μια συνεπή εθνική στρατηγική προώθησης του ελληνικού ελαιολάδου, τα επόμενα χρόνια, υπάρχει κίνδυνος οι κύριοι βασικοί "θύλακες" στο εξωτερικό, όπου θα μπορεί κανείς να βρει επώνυμο ελληνικό ελαιόλαδο, να περιοριστούν στις μικρές ομογενειακές αγορές, ενώ ένα μέρος των χύμα ελληνικών εξαγωγών στην Ιταλία θα αντικατασταθεί με εξαγωγές συσκευασμένου ελαιολάδου με τη μέθοδο "privatelabel" δηλαδή με επώνυμα των ξένων μεγάλων supermarkets.

Συνοψίζοντας, οι προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει το ελληνικό ελαιόλαδο είναι πάρα πολλές. Από την μια η διεθνής οικονομική κρίση και από την άλλη ο οξύς ανταγωνισμός. Παρόλα αυτά το ελληνικό ελαιόλαδο, έχοντας διεθνώς ποιοτική υπεροχή, μπορεί να ανταπεξέλθει στις αντίξοες συνθήκες που δημιουργούνται κατά καιρούς, αφού αφήσει βέβαια πίσω του την εσωστρέφεια που το χαρακτηρίζει. Οι προοπτικές που ανοίγονται μπροστά στην Ελλάδα θα είναι τεράστιες εφόσον αυξηθεί η παραγωγή και εξαγωγή τυποποιημένου

ελαιολάδου και όχι χύμα. Τέλος η χώρα μας θα πρέπει να παίξει ουσιαστικό ρόλο στον εκσυγχρονισμό των εταιρειών έτσι ώστε να κυνηγήσουν συνεργασίες με χώρες του εξωτερικού.

3.1.1 Αγορά ελαιολάδου στο διαδίκτυο

Το ελληνικό ελαιόλαδο αποτελεί ένα προϊόν άριστης ποιότητας το οποίο όμως δεν κατέχει τη θέση που θα μπορούσε να έχει στην παγκόσμια αγορά με αποτέλεσμα οι Έλληνες παραγωγοί να χάνουν σημαντικά κέρδη.

Η αυξανόμενη ζήτηση ελαιολάδου παγκοσμίως και ο μεγάλος όγκος παραγωγής ελαιολάδου στην Ελλάδα σε συνδυασμό με τη ραγδαία διάδοση της επιχειρηματικής χρήσης του Διαδικτύου δημιουργούν νέα δεδομένα για την αγορά ελληνικού ελαιολάδου με υψηλά περιθώρια ανάπτυξης.

Στο πλαίσιο αυτό οι επιχειρήσεις αποσκοπούν στη δημιουργία ηλεκτρονικής αγοράς ελληνικού τυποποιημένου ελαιολάδου μέσω διαδικτύου για τη βελτίωση και αυτοματοποίηση της διεκπεραίωσης των επιχειρηματικών συναλλαγών των συναλλασσόμενων μερών της αγοράς ελαιολάδου.

Αναλυτικότερα στοχεύει στην παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών διαμεσολάβησης καθώς και στην παροχή επιπλέον υπηρεσιών όπως τυποποίησης, χημικών αναλύσεων, διανομής, αποθήκευσης και χρηματοοικονομικών συναλλαγών.

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες θα υλοποιούνται μέσω δικτυακού τύπου ο οποίος θα υποστηρίζει από την μια ηλεκτρονική αγορά μεταξύ προμηθευτών ελαιολάδου και αγοραστών η οποία θα μεσολαβεί στη γρήγορη και αποτελεσματική ανταλλαγή επιχειρηματικής πληροφορίας και στην ηλεκτρονική διακίνηση εγγράφων αποστολής και διανομής προϊόντων και από την άλλη ένα ηλεκτρονικό κατάστημα μεταξύ προμηθευτών ελαιολάδου και μεμονωμένων καταναλωτών.

Οι επιχειρήσεις εκτιμάται ότι μπορούν να συνεισφέρουν στην προβολή και στον εκσυγχρονισμό επιχειρηματικών διαδικασιών εξαγωγής του ελληνικού ελαιολάδου, επίσης μπορούν να υποστηρίξουν τη δυνατότητα πρόσβασης των ελαιοπαραγωγών σε διεθνείς αγορές, μπορούν επιπλέον να προσφέρουν δυνατότητα διασύνδεσης αυτόνομων ρόλων στην αλυσίδα εμπορίας ελαιολάδου, μπορούν ακόμη να συμβάλουν στην ανάπτυξη σταθερών σχέσεων μεταξύ ελαιοπαραγωγών και αγοραστών του εξωτερικού, επιπρόσθετα μπορούν να παρέχουν τη δυνατότητα ανάπτυξης νέων μορφών συνεταιρισμών και στο τέλος

μπορούν να συμβάλουν στην καλύτερη παρακολούθηση των τάσεων των αγορών και πωλήσεων.



Στην συνέχεια παρουσιάζουμε έξι e-shops απ' όπου μπορούμε να προμηθευτούμε online ελαιόλαδο προερχόμενο από διαφορετικά μέρη της Ελλάδας φημισμένα για την συγκεκριμένη παραγωγή τους.

Ένωση Αγροτών Συνεταιρισμών Πεζών Κρήτης (www.salepoint.gr). Για το λάδι από την Κρήτη τι να πει κανείς. Πασίγνωστο για την κορυφαία του ποιότητα. Η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Πεζών Κρήτης δραστηριοποιείται χρόνια στην εμπορία προϊόντων από τη Μεγαλόνησο, ενώ διαθέτει και σειρά φυσικών καταστημάτων στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και το Ηράκλειο.

Μαξούλι – ελαιόλαδο από την Λακωνία (www.maxouli.gr). Ο δικτυακός τόπος προμηθεύει το φημισμένο λάδι από τη Λακωνία. Το ελαιόλαδο από τη συγκεκριμένη περιοχή θεωρείται ότι είναι ένα από τα κορυφαία σε όλη την Ελλάδα.

Naturashop – προϊόντα Θάσου (www.natura-thasos.gr). Μεταφερόμαστε στην Βόρεια Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα στο υπέροχο νησί της Θάσου. Το naturashop περιλαμβάνει μια μεγάλη γκάμα τοπικών προϊόντων, όπως μέλι, παραδοσιακά γλυκά, λικέρ μεταξύ των οποίων και το ελαιόλαδο σε συσκευασίες των 250, 500 και 750 ml.

Talesoftaste (www.talesoftaste.gr). Ένα πολύ καλό e-shop παραδοσιακών προϊόντων της ελληνικής γης μεταξύ των οποίων βέβαια κύρια θέση κατέχει το ελαιόλαδο, και μάλιστα από διαφορετικά μέρη της Ελλάδας όπως η Κορινθία, η Αρκαδία και η Ζάκυνθος.

Messinia oil (www.messinia-oil.gr). Ελαιόλαδο από τη φημισμένη για την ποιότητα του λαδιού της Μεσσηνίας. Πωλείται σε μεγάλη συσκευασία των 17,5 λίτρων και μικρή των 5,7 λίτρων.

Traditional market – Παραδοσιακά προϊόντα Κυθήρων (www.traditionalmarket.gr). Το ελαιόλαδο των Κυθήρων, ζυμωμένο με την αλμύρα της θάλασσας θεωρείται εξαιρετικό από τους ειδικούς. Το traditional market είναι ένας δικτυακός τόπος απ' όπου μπορεί κάποιος να προμηθευτεί παραδοσιακά προϊόντα από τα Κύθηρα μεταξύ των οποίων και το εξαιρετικό τοπικό ελαιόλαδο..

Το Ελληνικό ελαιόλαδο επομένως θα πρέπει να κατακτήσει την θέση που του αναλογεί στην παγκόσμια αγορά. Για να το επιτύχει λοιπόν θα πρέπει να συμβαδίσει με τα νέα δεδομένα που επικρατούν. Η ραγδαία διάδοση της επιχειρηματικής χρήσης του διαδικτύου καθιστά απαραίτητη την προσαρμογή της ανάπτυξης και παραγωγής του ελληνικού ελαιολάδου μ' αυτή. Θα πρέπει λοιπόν να προωθήσουμε την αγορά ελαιολάδου μέσω διαδικτύου αφού ο καταναλωτής εξυπηρετείται άμεσα παίρνοντας προϊόντα όχι μόνο ποιοτικά καλύτερα αλλά και σε χαμηλότερη τιμή.



Κεφάλαιο 4ο : Μεθοδολογία Έρευνας

4.1 Σκοπός Έρευνας

Κύριοι σκοποί της έρευνας μας είναι: α) η μελέτη στο κλάδο του ελαιόλαδου

β) τους τρόπους διάθεσης του στις αγορές και

γ) οι προκλήσεις και προοπτικές του προϊόντος στο μέλλον.

4.2 Σχεδιασμός Ερωτηματολογίου και Έρευνας

Το δείγμα της μελέτης μας προέρχεται από Έλληνες εργαζόμενους πολίτες. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο με 18 ερωτήσεις, η διανομή του οποίου και η συλλογή των δεδομένων έγινε από τις 12 Δεκεμβρίου 2013 έως τις 10 Ιανουαρίου 2014 στο Ηράκλειο Κρήτης. (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ)

4.3 Συλλογή Στοιχείων

Χρονοδιάγραμμα:

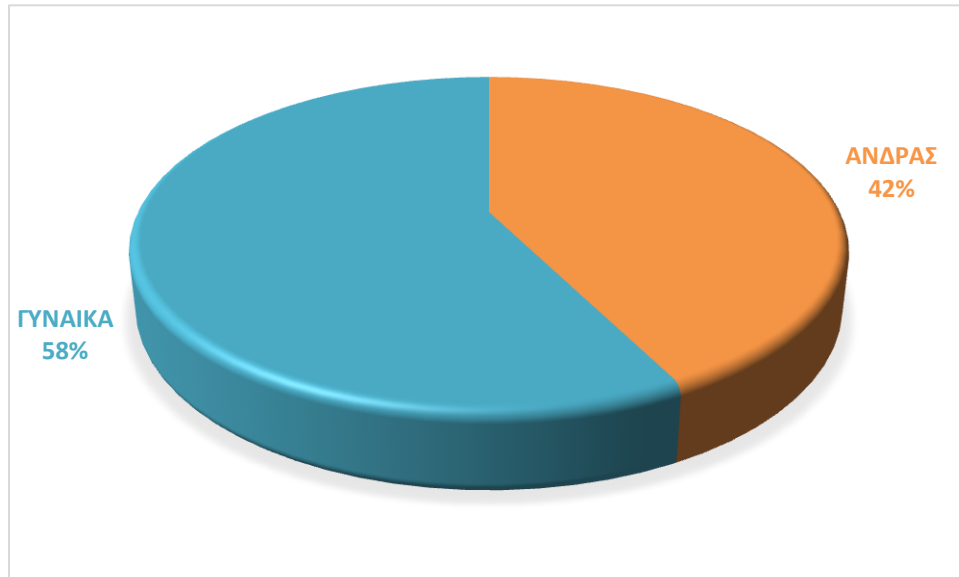
Η εργασία άρχισε με την συλλογή της βιβλιογραφίας και των δεδομένων και διήρκησε από τις 3/10/2013 μέχρι τις 21/01/2014. .

4.4 Στατιστική Ανάλυση

Για τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα Microsoft office excel 2013.

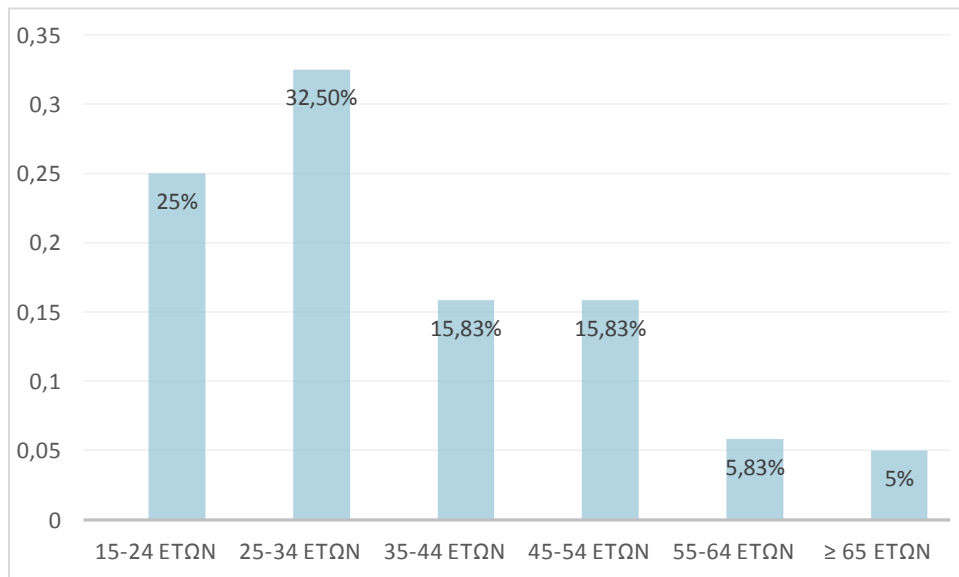
Κεφάλαιο 5ο: Αποτελέσματα

1.



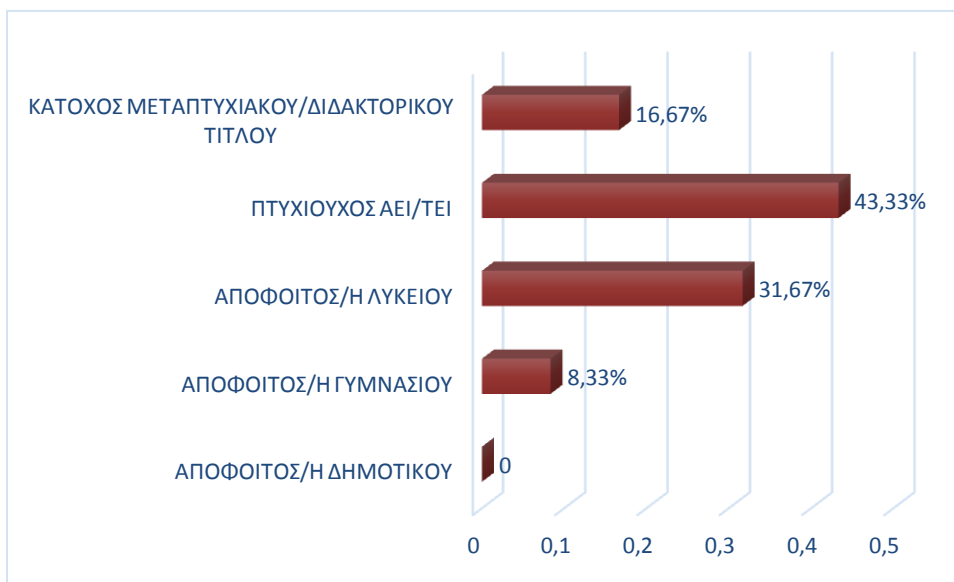
Το δείγμα μας αποτελείται από 42% ΑΝΤΡΕΣ και 58% ΓΥΝΑΙΚΕΣ.

2.



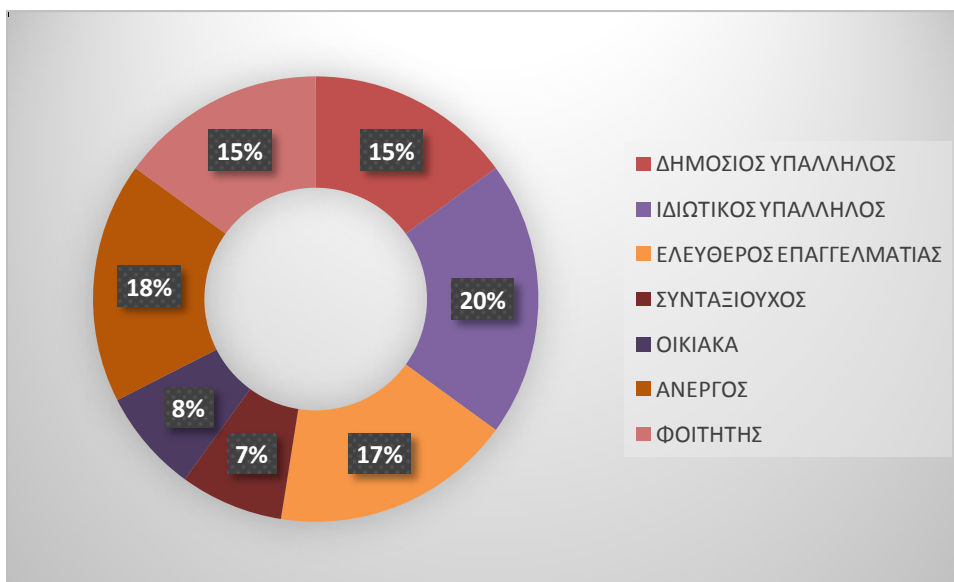
Το δείγμα μας αποτελείται από 25% άτομα 15-24 ετών, 32,5% 25-34 ετών, 15,83% 35-44 ετών, 15,83% 45-54 ετών, 5,83% 55-64 ετών και τέλος 5% ≥65 ετών.

3.



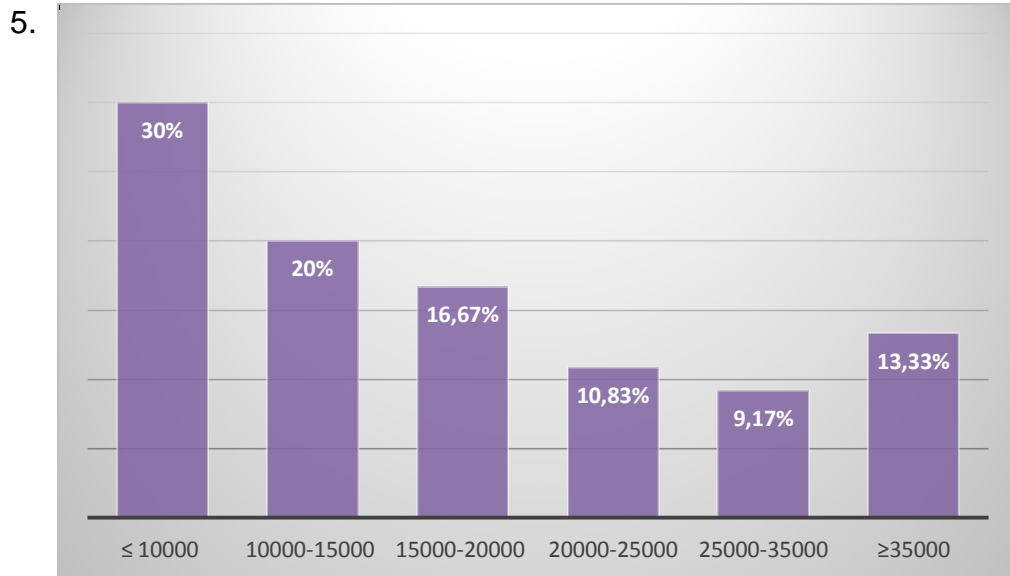
Στο δείγμα μας, το επίπεδο εκπαίδευσης των πολιτών είναι 16.67% ΚΑΤΟΧΟΙ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ/ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ, 43.33% ΠΤΥΧΙΟΥΧΟΙ ΑΕΙ/ΤΕΙ, 31.67% ΑΠΟΦΟΙΤΟΙ ΛΥΚΕΙΟΥ και τέλος 8.33% ΑΠΟΦΟΙΤΟΙ ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ.

4.

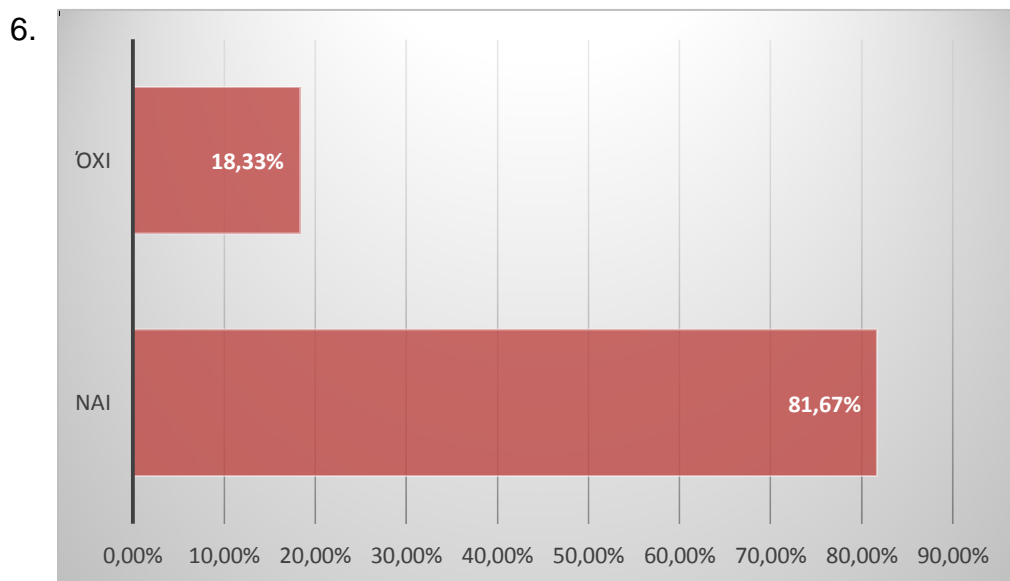


Στο δείγμα μας, το επάγγελμα των πολιτών είναι 15% ΔΗΜΟΣΙΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ, 20% ΙΔΙΩΤΙΚΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ, 17% ΕΛΕΥΘΕΡΟΙ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ, 7% ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΙ, 8% ΟΙΚΙΑΚΑ, 18% ΑΝΕΡΓΟΙ και τέλος 15% ΦΟΙΤΗΤΕΣ.

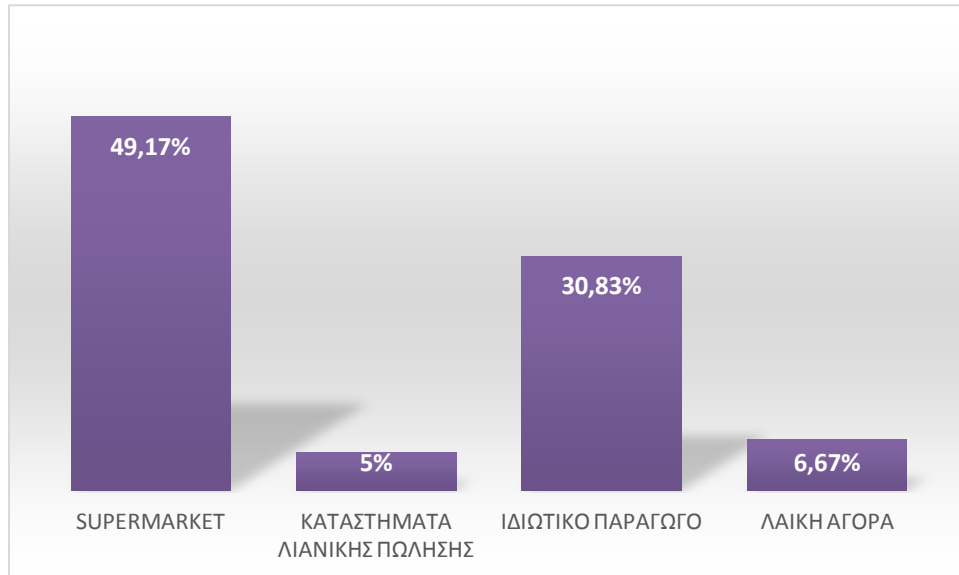


Στο δείγμα μας, το οικογενειακό Ετήσιο Εισόδημα των πολιτών είναι 30% παίρνουν ≤10.000 ευρώ, 20% 10-15.000 ευρώ, 16.67% 15-20.000 ευρώ, 10.83% 20-25.000 ευρώ, 9.17% 25-35.000 ευρώ και τέλος 13.33% ≥35.000 ευρώ.



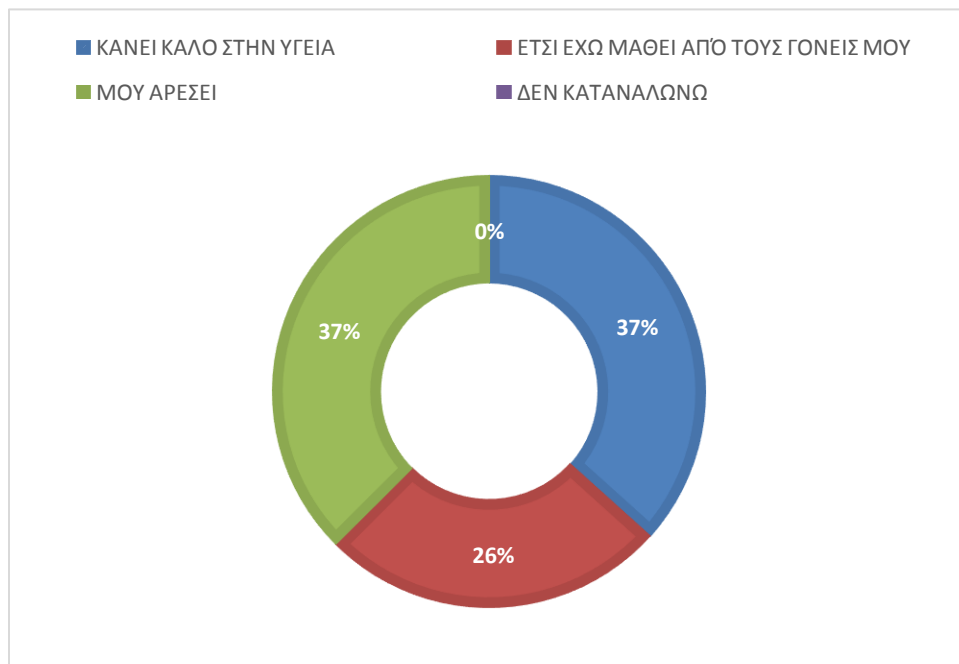
Στην ερώτηση μας, αγοράζετε τουλάχιστον 1 λίτρο ελαιόλαδο κάθε μήνα, το 81.67% μας απάντησε ναι και το 18.33% ΟΧΙ.

7.



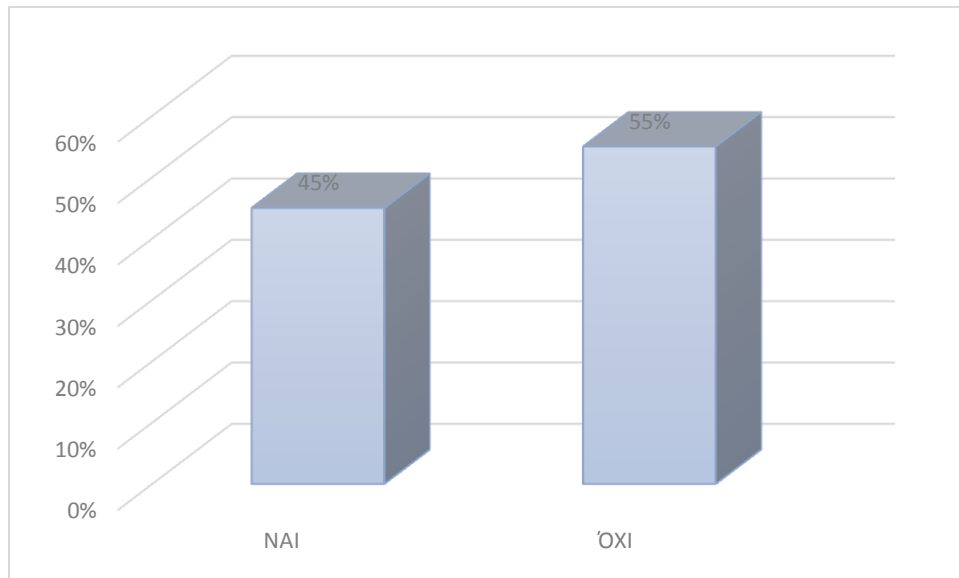
Στην συνέχεια το 49.17% μας απάντησαν ότι αγοράζουν ελαιόλαδο από το SUPERMARKET, το 30.83% από ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΠΑΡΑΓΩΓΟ, το 6.67% από ΛΑΪΚΗ ΑΓΟΡΑ και τέλος 5% από ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ.

8.



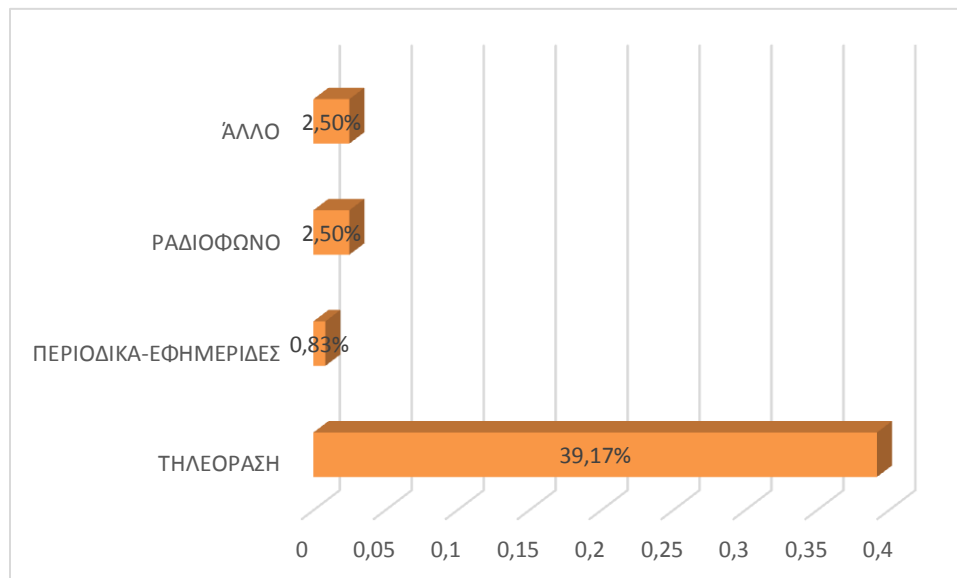
Το 37% των Ελλήνων πολιτών μας απάντησαν ότι καταναλώνουν ελαιόλαδο γιατί ΚΑΝΕΙ ΚΑΛΟ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ, το 37% ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ και το 26% ΕΤΣΙ ΕΧΩ ΜΑΘΕΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΓΟΝΕΙΣ ΜΟΥ.

9.



Στην συνέχεια το 45% των πολιτών μας απάντησαν ότι θυμούνται κάποια διαφήμιση ελαιολάδου που τους έκανε εντύπωση και το 55% ΟΧΙ.

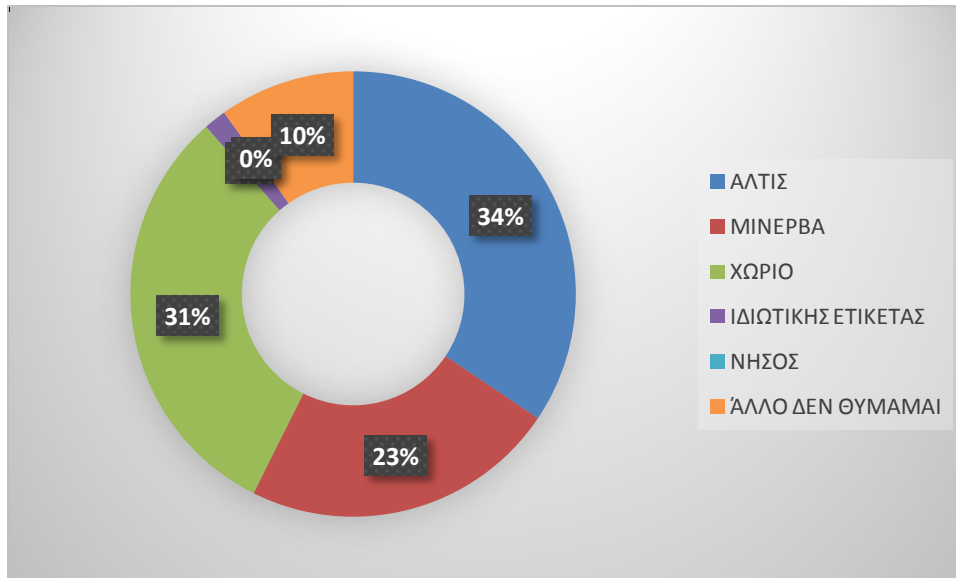
10.



Το 45% των πολιτών που μας απάντησαν ναι στην προηγούμενη ερώτηση, το 39.17% απάντησαν ότι η διαφήμιση προβαλλόταν από την ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ, το

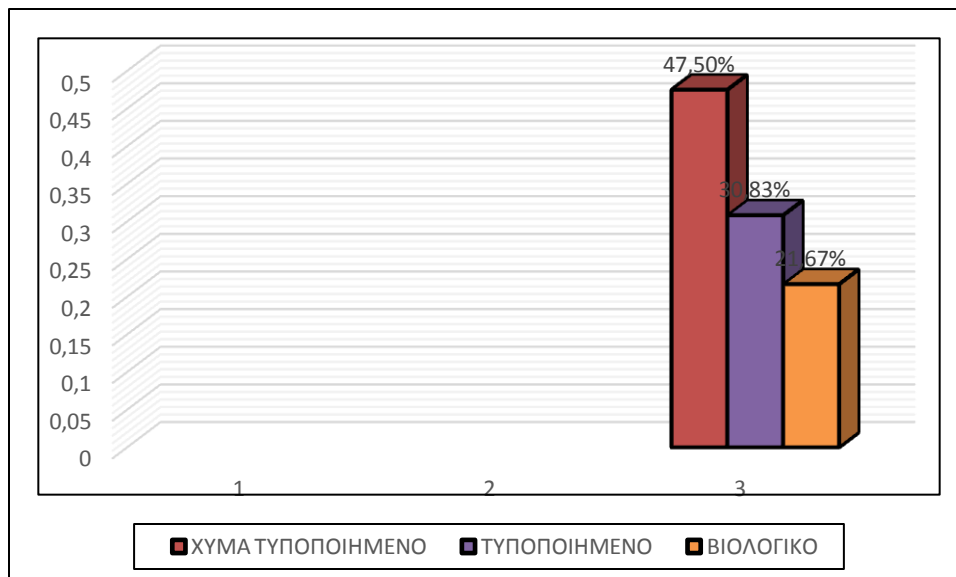
2.5% από ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ, 0.83% από ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ- ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ και τέλος το 2.5% από ΑΛΛΟ μέσο.

11.



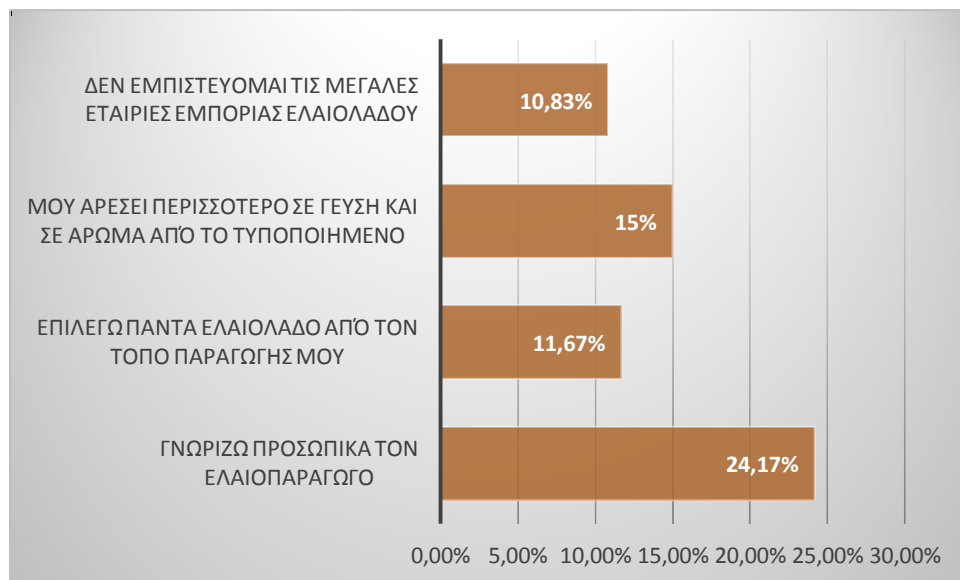
Στην ερώτηση μας ποιά επωνυμία αφορούσε, το 34% μας απάντησε ΆΛΤΙΣ, το 23% ΜΙΝΕΡΒΑ, το 31% ΧΩΡΙΟ και τέλος το 10% ΔΕΝ ΘΥΜΑΜΑΙ.

12.



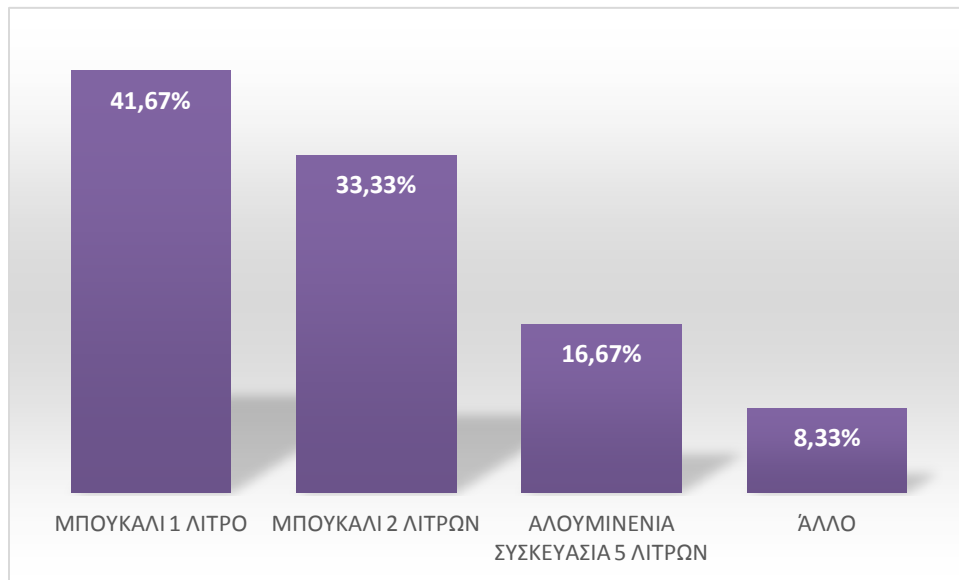
Το 47.5% των πολιτών μας απάντησε ότι προτιμά ΧΥΜΑ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ, το 30.83% ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ και τέλος 21.67% ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ.

13.



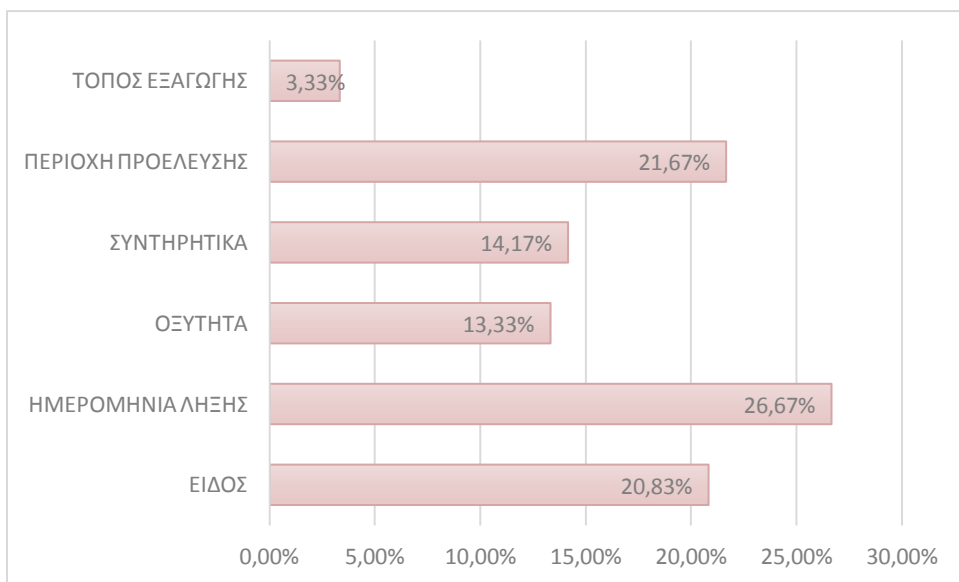
Επίσης στην ερώτηση «ποιος είναι ο σημαντικότερος λόγος που επιλέγετε να αγοράζετε χύμα ελαιόλαδο» μας απάντησαν το 10.83% ΔΕΝ ΕΜΠΙΣΤΕΥΟΜΑΙ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ, το 15% ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΣΕ ΓΕΥΣΗ ΚΑΙ ΣΕ ΑΡΩΜΑ ΑΠΟ ΤΟ ΤΥΠΟΠΟΙΗΜΕΝΟ, το 11.67% ΕΠΙΛΕΓΩ ΠΑΝΤΑ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΠΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΜΟΥ και τέλος το 24.17% ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΤΟΝ ΕΛΑΙΟΠΑΡΑΓΩΓΟ.

14.



Το 41.67% των ερωτηθέντων προτίμησαν συσκευασία 1^{ος} ΛΙΤΡΟΥ, το 33.33% 2 ΛΙΤΡΩΝ, το 16.67% ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ 5 ΛΙΤΡΩΝ και τέλος το 8.33% ΑΛΛΟ.

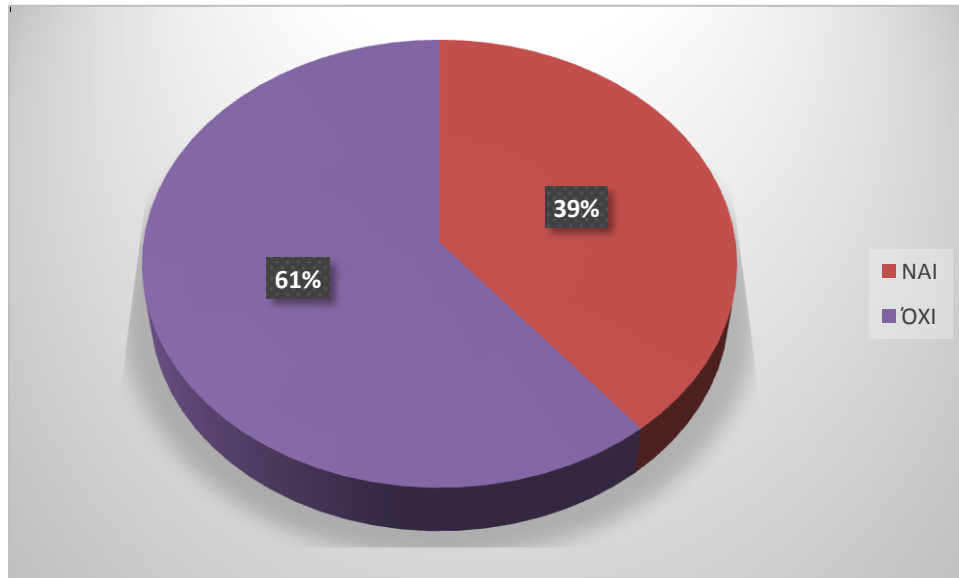
15.



Σύμφωνα με τις απαντήσεις που μας δόθηκαν από τους πολίτες το 3.33% εξετάζει πάντα τον ΤΟΠΟ ΕΞΑΓΩΓΗΣ, το 21.67% την ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ,

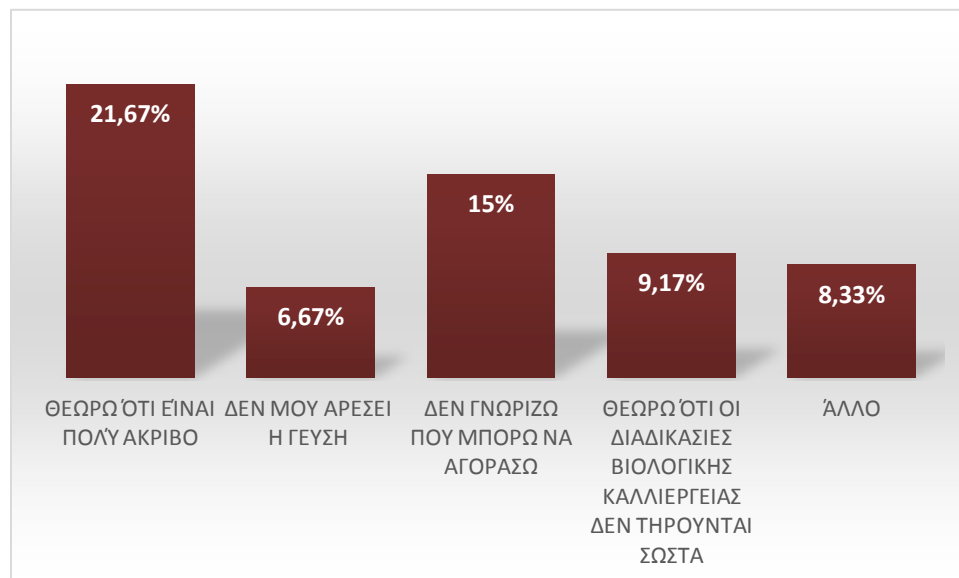
το 14.17% τα ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΑ, το 13.33% την ΟΞΥΤΗΤΑ, το 26.67% την ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ και τέλος το 20.83% το ΕΙΔΟΣ.

16.



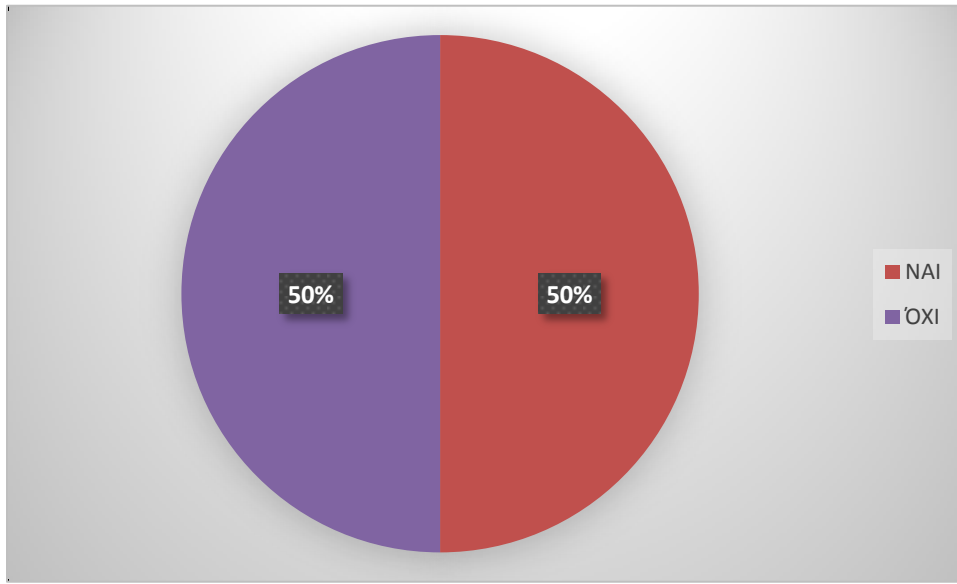
Στην ερώτηση «αγοράζετε βιολογικό ελαιόλαδο» το 61% των πολιτών μας απάντησαν ΟΧΙ και το 39% ΝΑΙ.

17.



Το 61% των πολιτών που μας απάντησαν όχι στην προηγούμενη ερώτηση, το 21.67% ΘΕΩΡΕΙ ΟΤΙ ΕΙΝΑΙ ΠΟΛΥ ΑΚΡΙΒΟ, το 6.67% ΔΕΝ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ Η ΓΕΥΣΗ, το 15% ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΠΟΥ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΑΓΟΡΑΣΩ, το 9.17% ΘΕΩΡΩ ΟΤΙ ΟΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΔΕΝ ΤΗΡΟΥΝΤΑΙ ΣΩΣΤΑ και τέλος το 8.33% ΑΛΛΟ.

18.



Τέλος το 50% των πολιτών αν είχε την δυνατότητα θα αγόραζε ελαιόλαδο ανωτέρων ποιοτικών χαρακτηριστικών από το διαδίκτυο και το υπόλοιπο 50% ΟΧΙ.

Κεφάλαιο 6ο: Συμπεράσματα

Στην παρούσα πτυχιακή μελέτη οι κύριοι ερευνητικοί σκοποί μας ήταν η μελέτη στον κλάδο του ελαιόλαδου στην Ελλάδα, οι τρόποι διάθεσης του προϊόντος στις αγορές καθώς επίσης οι προκλήσεις και προοπτικές του στο μέλλον.

Η μεθοδολογία της έρευνας μας αρχικά ξεκίνησε ορίζοντας τους κύριους ερευνητικούς σκοπούς της έρευνας μας, προχωρήσαμε σχεδιάζοντας ένα ερωτηματολόγιο 18 ερωτήσεων το οποίο απευθυνόταν σε ένα δείγμα πληθυσμού 120 Ελλήνων εργαζόμενων πολιτών. Εφόσον έγινε η συλλογή στοιχείων προχωρήσαμε στην στατιστική ανάλυση των δεδομένων και καταλήξαμε στα παρακάτω συμπεράσματα.

Όπως είδαμε και στα δημογραφικά στοιχεία το δείγμα παρουσιάζει υψηλό μορφωτικό επίπεδο με τους πλείστους να είναι απόφοιτοι ΑΕΙ και ΤΕΙ.

Το δείγμα πληθυσμού που απάντησε το ερωτηματολόγιο αντιστοιχεί σε 58% των γυναικών και 42% των αντρών. Το όριο ηλικίας 25-34 ετών είχε το υψηλότερο ποσοστό από τις άλλες ηλικίες με 32,5% σε αντίθεση με το χαμηλότερο ποσοστό 5% που ανήκει στην ηλικία των 65 και άνω. Εδώ δίνουμε έμφαση στην ηλικία των 25-34 ετών καθώς είναι και οι πιο νεοεισερχόμενοι στην αγορά εργασίας και με το πιο υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης.

Στην ερώτηση τι επάγγελμα κάνει ο καθένας είδαμε με όχι μεγάλο ποσοστό διαφοράς να ανήκει στους ιδιωτικούς υπάλληλους με ποσοστό 20% καθώς και στο οικογενειακό εισόδημα το ποσοστό των 30% να παίρνει κάτω από 10.000 ευρώ ετησίως.

Μεγάλη εντύπωση μας έκανε το γεγονός ότι στην ερώτηση αν αγοράζουν τουλάχιστον 1 λίτρο ελαιόλαδο κάθε μήνα το 81,67% μας απάντησε ναι με επιτυχία οδηγώντας μας στο συμπέρασμα ότι εν καιρώ οικονομικής κρίσης το ελαιόλαδο παραμένει σε μεγάλη ζήτηση και θεωρείτε ως μια από την πιο σημαντική αγορά στο καλάθι της σύγχρονης νοικοκυράς.

Όπως είδαμε στην στατιστική ανάλυση των δεδομένων, το 38% των Ελλήνων πολιτών απάντησε ότι ένας από τους λόγους που καταναλώνει το ελαιόλαδο είναι γιατί κάνει καλό στην υγεία, και ο πιο εύκολος τρόπος που μπορούν να το προμηθευτούν είναι τα supermarket και καταφθάνει το ποσοστό των 49,17%.

Στη συνέχεια βλέπουμε ότι το πιο σημαντικό μέσο μαζικής ενημέρωσης που προβάλλει την διαφήμιση του προϊόντος είναι η τηλεόραση με υψηλό ποσοστό 39,17% αλλά στην ερώτηση αν θυμούνται κάποια διαφήμιση του ελαιόλαδου το 55% απάντησε αρνητικά ενώ το 45% απάντησε θετικά.

Το 47,5% των Ελλήνων πολιτών προτιμά το χύμα τυποποιημένο ελαιόλαδο, το 30,83% το τυποποιημένο και τέλος το 21,67% το βιολογικό ελαιόλαδο.

Ακολουθώντας ρωτήσαμε ποιος είναι ο σημαντικότερος λόγος που επιλέγουν να αγοράζουν χύμα ελαιόλαδο με το 24,17% να απαντούν ότι γνωρίζουν προσωπικά τον ελαιοπαραγωγό σε αντίθεση με το 10,83% να απαντούν ότι δεν εμπιστεύονται τις μεγάλες εταιρείες εμπορίας ελαιόλαδου οδηγώντας μας στο συμπέρασμα ότι χάνουν ένα μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού. Εδώ ως παρατηρητές της έρευνας και ως σπουδαστές στο τμήμα Διοίκησης επιχειρήσεων εισηγούμαστε ότι θα ήταν καλό οι επιχειρήσεις να αυξήσουν τις διαφημίσεις στα μέσα μαζικής ενημέρωσης με πιο πειστικές διαφημίσεις αφού είδαμε ότι το ποσοστό των 55% δεν θυμάται κάποια συγκεκριμένη διαφήμιση και έτσι ίσως αυξηθεί και η εμπιστοσύνη των πολιτών στις μεγάλες εταιρείες.

Έπειτα μετά από την ερώτηση τι ελαιόλαδο προτιμά ο καταναλωτής έγινε συγκεκριμένη ερώτηση για το βιολογικό ελαιόλαδο και είδαμε ότι είναι ελάχιστο το ποσοστό που το προτιμά και ο λόγος είναι ότι το θεωρούν πολύ ακριβό.

Τελειώνοντας με τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ερωτήθηκαν οι πολίτες κατά πόσο είναι εφικτό να γίνεται η αγορά ελαιόλαδου από το διαδίκτυο απαντώντας μας ισοβάθμια με το ποσοστό των 50% και οι δύο.

Ανακεφαλαιώνοντας λοιπόν στο πρώτο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στον κλάδο του ελαιόλαδου στην Ελλάδα, και στα οικονομικά στοιχεία του κλάδου όπου έχουμε σύγκριση της Ελλάδας, Ισπανίας και Ιταλίας με αποτέλεσμα η Ισπανία να κατέχει την πρώτη θέση παγκοσμίως δεύτερη η Ιταλία και μετά η Ελλάδα. Στη συνέχεια ακολουθώντας οι χώρες της Μεσογείου με την Τυνησία, η Τουρκία, η Συρία με και τέλος η Αλγερία. Αναφερθήκαμε επίσης στα τρία χαρακτηριστικά του ελαιόλαδου καθώς επίσης στις θετικές και αρνητικές οργανοληπτικές ιδιότητες του και τέλος στις κατηγορίες του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στους τρόπους διάθεσης του στις αγορές με την διαφήμιση του προϊόντος όπου είδαμε ότι η Ελλάδα για κάθε ευρώ διαφήμισης γίνεται εξαγωγή δύο ευρώ ελαιόλαδου, στις πηγές ανταγωνισμού του προϊόντος, στην τιμή πώλησης του προϊόντος, αναφερθήκαμε στο ελαιόλαδο με ονομασία «λ» όπου είναι το ακριβότερο λάδι στον κόσμο και διατίθεται στις βιτρίνες του Harrods και τέλος είδαμε ότι ο καταναλωτής θα προτιμήσει να αγοράσει τυποποιημένο λάδι η όχι αποδεικνύοντας ότι με μια γρήγορη ματιά στις επικέτες των συστατικών και με μια σύντομη έρευνα σε ιστοσελίδες των πιο αναγνωρισμένων εταιρειών της αγοράς είναι σε θέση να καταλάβει τη διαφορά του έξτρα παρθένου ελαιόλαδου από το προϊόν που διατίθεται στο ράφι.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στις προκλήσεις και προοπτικές του προϊόντος για το μέλλον καθώς και στην αγορά του ελαιόλαδου στο διαδίκτυο.

Θα παρουσίαζε μεγάλο ενδιαφέρον εάν οι μεγάλες εταιρείες εκμεταλλευόντουσαν περισσότερο την διαφήμιση με πιο πειστικούς τρόπους,

όπως προαναφέραμε πιο πάνω, για να υπάρχει μεγαλύτερη παραγωγή ελαιόλαδου και σε άλλες χώρες όχι μόνο στην Ελλάδα με αποτέλεσμα να προσδώσει μεγαλύτερη αξιοπιστία στην παραγωγή του προϊόντος. Επίσης μια μελλοντική μελέτη από τις μεγάλες επιχειρήσεις θα ήταν πολύ καλό να γίνει και να προωθήσουν περισσότερο το βιολογικό λάδι εφόσον είναι και πιο υγιεινό . Καταλήγοντας με αυτό τον τρόπο οι καταναλωτές της χώρας θα πάψουν να εμπιστεύονται μόνο τις μικρές επιχειρήσεις και έτσι αφού αποκτήσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών είναι και ένας τρόπος για να αυξηθεί και λίγο η οικονομία όχι μόνο στο τομέα αλλά και γενικώς στη χώρα.

ΠΗΓΕΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

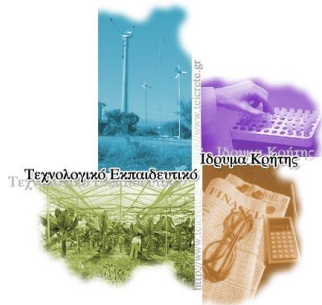
➤ **ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

1. www.wikipedia.com
2. <http://www.teicrete.gr/olivegrove/>
3. <http://dspace.aua.gr/xmlui/handle/10329/47>
4. <http://www.oliveoil.gr/>
5. <http://redwest.gr/759/%CF%80%CF%84%CF%8E%CF%83%CE%B7-%CF%83%CE%BF%CE%BA-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%A E-%CE%B5%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CF%8C%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%BF%CF%85/>
6. www.google.com
7. <http://www.care.gr/post/7876/elaiolado-kritis-me-geysi-kai-aroma-lemoniouta-spaei-sti-germania>
8. <http://basilakakis.gr/2013/03/27/%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AE-%CF%83%CF%84%CE%BF-%CF%87%CF%8D%CE%BC%CE%B1-%CE%B5%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CF%8C%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%BF-%CE%BB%CF%8C%CE%B3%CF%89-%CE%BA%CF%81%CE%AF%CF%83%CE%B7%CF%82/>
9. http://www.moa.gov.cy/moa/agriculture.nsf/index_gr/index_gr?opendocument
10. <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/crop-production/elialadi>

➤ **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος Κύπρου,
Τμήμα Γεωργίας

ΘΕΡΙΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, «ΕΛΑΙΟΚΟΜΙΑ», ΓΑΡΤΑΓΑΝΗΣ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ
ΑΘΗΝΑ, 2005



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ερωτηματολόγιο διερευνά τον κλάδο του ελαιολάδου στην Ελλάδα τους τρόπους διάθεσης του στις αγορές, προκλήσεις και τις προοπτικές για το μέλλον στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας με τίτλο **Ο κλάδος του ελαιολάδου στην Ελλάδα. Οι τρόποι διάθεσης του στις αγορές, προκλήσεις και προοπτικές για το μέλλον**. Παρακαλώ απαντήστε με ειλικρίνεια. Τα στοιχεία που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν με εμπιστευτικό τρόπο.

Μέρος Α'

1. Φύλο

Άνδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία

15-24 ετών

25-34 ετών

35-44 ετών

45-54 ετών

55-64 ετών

≥ 65 ετών

3. Επίπεδο εκπαίδευσης

- Απόφοιτος/η Δημοτικού Απόφοιτος/η Γυμνασίου
 Απόφοιτος/η Λυκείου Πτυχιούχος ΑΕΙ/ΤΕΙ
 Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού Τίτλου

4. Ποιό είναι το επάγγελμά σας;

- Δημόσιος Υπάλληλος Ιδιωτικός Υπάλληλος
 Ελεύθερος Επαγγελματίας Συνταξιούχος
 Οικιακά Άνεργος Φοιτητής

5. Ποιό είναι το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα;

- ≤ 10000 10000-15000 15000-20000
 20000-25000 25000-35000 +35000

Μέρος Β'

6. Αγοράζετε τουλάχιστον 1 λίτρο ελαιόλαδο κάθε μήνα;

- Ναι Όχι

7. Από που αγοράζετε ελαιόλαδο;

- Supermarket Καταστήματα Λιανικής Πώλησης
 Ιδιωτικό Παραγωγό Λαϊκή αγορά

8. Για ποιό λόγο καταναλώνετε ελαιόλαδο;

- Κάνει καλό στην υγεία Έτσι έχω μάθει από τους γονείς μου
 Μου αρέσει Δεν καταναλώνω

9. Θυμάστε κάποια διαφήμιση ελαιολάδου που σας έκανε εντύπωση;

- Ναι Όχι

10. Αν στην προηγούμενη ερώτηση απαντήσατε "Ναι" πείτε μας ποιο μέσο την προέβαλε;

- Τηλεόραση Περιοδικά-Εφημερίδες
 Ραδιόφωνο Άλλο

11. Ποιά επωνυμία αφορούσε;

- Άλτις Μινέρβα Χωριό Δεν θυμάμαι
 Ιδιωτικής ετικέτας Νήσος Άλλο

12. Ποιο τύπο ελαιόλαδου προτιμάτε;

- Χύμα Τυποποιημένο Τυποποιημένο βιολογικό

13. Ποιός είναι ο σημαντικότερος λόγος που επιλέγετε να αγοράζετε χύμα ελαιόλαδο;

- Γνωρίζω προσωπικά τον ελαιοπαραγωγό
 Επιλέγω πάντα ελαιόλαδο από τον τόπο παραγωγής μου
 Μου αρέσει περισσότερο σε γεύση και σε άρωμα από το τυποποιημένο
 Δεν εμπιστεύομαι τις μεγάλες εταιρίες εμπορίας ελαιόλαδου (νοθεία ,

Χημικά πρόσθετα, συντηρητικά)

14. Σε περίπτωση που θα αγοράζετε τυποποιημένο ελαιόλαδο ποιά συσκευασία θα προτιμούσατε;

- Μπουκάλι 1 λίτρο Μπουκάλι 2 λίτρων
 Αλουμινένια συσκευασία 5 λίτρων Άλλο

15. Σημειώστε ποιά πληροφορία εξετάζετε ΠΑΝΤΑ στην ετικέτα μιας συσκευασίας ελαιολάδου; (επιλέξτε μέχρι 2 απαντήσεις)

- Είδος Ημερομηνία λήξης Οξύτητα
- Συντηρητικά Περιοχή προέλευσης Τρόπος Εξαγωγής

16. Αγοράζετε βιολογικό ελαιόλαδο;

- Ναι Όχι

17. Αν στην προηγούμενη ερώτηση απαντήσατε ΟΧΙ πείτε μας για ποίο λόγο;

- Θεωρώ ότι είναι πολύ ακριβό
- Δεν μου αρέσει η γεύση
- Δεν γνωρίζω που μπορώ να αγοράσω
- Θεωρώ ότι οι διαδικασίες βιολογικής καλλιέργειας δεν τηρούνται σωστά
- Άλλο

18. Θα αγοράζατε ελαιόλαδο ανωτέρων ποιοτικών χαρακτηριστικών από το διαδίκτυο εάν είχατε την δυνατότητα;

- Ναι Όχι

Σχόλια:

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ