

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑΚΩΝ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ ΚΑΙ
ΑΝΘΟΚΟΜΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

"ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΣΤΑΔΙΑ
ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΤΩΝ ΚΥΡΙΟΤΕΡΩΝ ΑΝΘΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟ
ΖΕΡΜΠΕΡΑ) ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥΣ".



ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΓΙΑΝΝΑΚΕΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΜΠΑΛΑΡΟΥΤΣΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΚΑΛΑΜΑΤΑ 1997

ΣΤΕΓ (ΘΕΣΑ)

π. 13

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



σελ.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1° ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑ

1.1.	ΓΕΝΙΚΑ (Ιστορικά στοιχεία για την Τριανταφυλλιά)	1
1.2.	Βοτανικοί Χαρακτήρες	2
1.3.	Είδη και Ποικιλίες	2
1.3.1.	Θαμνώδη Υβρίδια Τριανταφυλλιάς	2
1.4.	Περιβαλλοντικές Συνθήκες	3
1.4.1.	Θερμοκρασία	3
1.4.2.	Φωτισμός	4
1.4.3.	CO ₂	4
1.4.4.	Αερισμός	4
1.5.	Πολλαπλασιασμός	5
1.6.	Υποκείμενα Τριανταφυλλιάς	6
1.7.	Καλλιεργητικές Απαιτήσεις	6
1.7.1.	Προετοιμασία Εδάφους	6
1.7.2.	Διάστημα Φύτευσης	7
1.7.3.	Εποχή Φύτευσης	7
1.7.4.	Φύτευση	7
1.7.5.	Κλάδεμα	7
1.7.6.	Λίπανση	8
1.7.7.	Αρδευση	8
1.8.	Εχθροί και Ασθενείς	8
1.9.	Συγκομιδή	9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2° ΖΕΡΜΠΕΡΑ

2.1.	Γενικά	10
2.2.	Βοτανικοί Χαρακτήρες	10
2.3.	Είδη και Ποικιλίες	11
2.4.	Περιβαλλοντικές Συνθήκες	11
2.4.1.	Θερμοκρασία	11
2.4.2.	Φωτισμός	12
2.4.3.	CO ₂	12
2.4.4.	Αερισμός	12
2.5.	Πολλαπλασιασμός	13
2.6.	Καλλιεργητικές Απαιτήσεις	14

2.6.1.	Προετοιμασία Εδάφους	14
2.6.2.	Θέρμανση του Εδάφους	14
2.6.3.	Εποχή Φύτευσης	15
2.6.4.	Λίπανση	15
2.6.5.	Άλλες Καλλιεργητικές Φροντίδες	15
2.7.	Συγκομιδή	16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3° ΕΜΠΟΡΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ (MARKETING)

Τριανταφυλλιάς

3.1.	Εισαγωγή	17
3.2.	Προϊόν	17
3.3.	Τιμή	18
3.4.	Ζήτηση	18
3.5.	Προσφορά των προϊόντων	21
3.5.1.	Πως εκφράζεται η προσφορά	21
3.5.2.	Παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά	22
3.6.	Ελαστικότητα Ζήτησης και Προσφοράς	22
3.6.1.	Ελαστικότητα Ζήτησης	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4° ΣΤΑΔΙΑ MARKETING

4.1.	Τυποποίηση	25
4.1.1.	Τριαντάφυλλο	25
4.1.2.	Ζέρμπερα	26
4.1.3.	Ποικιλίες Τριαντάφυλλων	27
4.1.4.	Ποικιλίες Ζέρμπερας	27
4.1.5.	Πλεονεκτήματα Τυποποίησης	28
4.1.6.	Κόστος Τυποποίησης	29
4.1.7.	Προβλήματα Τυποποίησης	30
4.1.8.	Προτάσεις για την αντιμετώπισή τους	30
4.2.	Συσκευασία.	31

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ

4.2.1.	Τριαντάφυλλο	32
4.2.2.	Ζέρμπερα	32

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΩΝ

4.2.3.	Συσκευασία	32
4.2.4.	Μέσα Συσκευασίας	33
4.2.5.	Σκοπός Συσκευασίας	33
4.2.6.	Κόστος Συσκευασίας	34
4.2.7.	Προβλήματα και προτάσεις αντιμετώπισή τους	35
4.3.	Σήμανση	35

4.3.1.	Προβλήματα Σήμανσης και Προτάσεις Αντιμετώπισής τους.	36
4.4.	Μεταποίηση - Αποξήρανση	37
4.4.1.	Ωφέλειες Αποξήρανσης.	38
4.4.2.	Προβλήματα Αποξήρανσης και Προτάσεις Αντιμετώπισή τους.	38
4.5.	Αποθήκευση - Συντήρηση	39
4.5.1.	Παραγωγοί	39
4.5.2.	Ανθοπώλες	41
4.5.3.	Κόστος Αποθηκεύσεως	41
4.5.4.	Προβλήματα Προτάσεις	41
4.6.	Μεταφορά	41
4.6.1.	Κόστος Μεταφοράς	42
4.6.2.	Προβλήματα μεταφοράς και προτάσεις Αντιμετώπισή τους.	42
4.7.	Φθορές και Ζημιά	42
4.7.1.	Προβλήματα και Προτάσεις για την Αντιμετώπισή τους.	43
4.8.	Πληροφόρηση και Έρευνα Αγοράς.	43
4.8.1.	Απαραίτητες ιδιότητες Πληροφοριών	43
4.8.2.	Ωφέλειες Πληροφόρησης	44
4.8.3.	Πηγές και μέσα πληροφορήσεως	44
4.8.4.	Προβλήματα και Προτάσεις για την Αντιμετώπισή τους.	45
4.9.	Κίνδυνοι Εμπορία	45
4.9.1.	Προτάσεις και Αντιμετώπιση κινδύνων εμπορίας	46
4.10.	Προώθηση και Διαφήμιση	46
4.10.1.	Προβλήματα Διαφήμισης και τρόποι Αντιμετώπισή τους.	46
4.11	Χρηματοδότηση	47
4.11.1.	Στοιχεία Αποφάσεων Π.Ε.Π.	47
4.11.2.	Στοιχεία Αποφάσεων Μ.Ο.Π.	50
4.11.3.	Προβλήματα που παρουσιάζονται με τις πηγές χρηματοδοτήσεις προτάσεις για την Αντιμετώπισή τους	52
4.12	Δίκτυα Διανομής	53
4.12.1.	Επιλογή Δικτύου Διανομής.	53
4.12.2.	Κόστος Διανομής	54
4.12.3.	Προβλήματα Διανομής Προτάσεις για την Αντιμετώπισή τους.	55
4.13	Εξαγωγές - Εισαγωγές.	55
4.13.1.	Προτάσεις για την Αντιμετώπιση των προβλημάτων.	56

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

*Αφιερώνεται στην οικογένειά μου
και στον Αλεξάνδρη Δημήτρη*

*Ευχαριστώ τον Καθηγητή μου
Γιαννακέα Νικόλαο*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ τους κάτωθι, οι οποίοι με βοήθησαν σημαντικά με τις γνώσεις τους, ο καθένας στον τομέα του, με τις συζητήσεις που είχα μαζί τους.

ΑΝΘΩΠΩΛΕΣ

- ΣΚΟΥΦΑΚΗ ΑΛΚΗΣΤΙΣ
- ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΝΤΑΝΙΟΥΔΑΚΗ
- ΦΩΤΕΙΝΗ ΟΡΦΑΝΟΥ
- ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΤΕΡΙΝΑ
- ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΕΥΣΤΑΘΙΑ
- ΜΑΡΙΑ ΣΤΡΑΤΕΑ ΚΩΣΤΟΠΟΥΛΟΥ
- ΓΕΝΝΑΤΟ ΛΕΤΡΟ
- ΜΠΟΥΝΑ - ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ
- ΤΟΝΙΑ ΑΓΓΕΛΗ
- ΕΥΓΕΝΙΑ ΚΥΡΙΑΖΗ
- ΓΡΗΓΟΡΙΑΔΗ
- ΑΓΓΕΛΗ ΕΥΣΤΑΘΙΑ
- ΤΟΣΣΟΠΟΥΛΟ

Από την Διεύθυνση Γεωργία τους:

- ΧΡΙΣΤΟΦΙΛΟΠΟΥΛΟ ΝΙΚΟΛΑΟ
- ΔΗΜΗΤΡΑΚΟΠΟΥΛΟ ΙΩΑΝΝΗ
- ΤΗΝ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΝΟΜΑΡΧΙΑΣ
- ΤΟΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ ΓΑΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΑ ΑΝΘΗ
- ΣΥΝΑΝΗ ΓΕΩΡΓΙΟ
- ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ (ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ Τ.Ε.Ι. ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ).
- ΜΑΖΑΡΑΚΗ ΔΗΜΗΤΡΑ (ΔΑΚΤΥΛΟΓΡΑΦΟΣ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ)
- ΓΙΑΝΝΑΚΕΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Πριν ξεκινήσω την γραφή της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να ζητήσω την ανοχή σας για την χρήση του όρου "Marketing" σε ορισμένες προτάσεις αντί των όρων εμπορία και διακίνηση, διότι ο πρώτος όρος είναι πιο εύχρηστος και διεθνώς αναγνωρισμένος.

Το Marketing περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που είναι απαραίτητες για να φθάσουν αγαθά και υπηρεσίες στον καταναλωτή, είναι η γέφυρα μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης. Οι ανάγκες και οι απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού αυξάνονται διαρκώς γι' αυτό θα πρέπει οι παραγωγοί οι χονδρέμποροι, οι λιανέμποροι, οι ενδιάμεσοι, να κινούνται μέσα στα πλαίσια της ζήτησης της αγοράς, ώστε να καλύπτονται όλες οι ανάγκες.

Τα αγροτικά προϊόντα βεβαίως δεν θα μπορούσαν να αποκλειστούν από την αγορά και κυρίως, τα ανθοκομικά προϊόντα που ομορφαίνουν τη ζωή μας και αποτελούν σημαντικό στοιχείο για την οικονομία της χώρας μας.

Κατόπιν έρευνας δημιουργήθηκε η ανάγκη καταγραφής των προβλημάτων της εμπορίας και της διακίνησης (Marketing) των ανθοκομικών προϊόντων.

Ο Ν. Μεσσηνίας, και ως σύνολο η χώρα μας, υστερεί στον κλάδο της εμπορίας και διακίνησης των ανθοκομικών προϊόντων (τριαντάφυλλα - ζέρμπερα) σε σχέση με τις χώρες της Ε.Ο.Κ. και γι' αυτό παρουσιάζονται προβλήματα όχι μόνο στην εσωτερική αγορά αλλά και στον τομέα των εξαγωγών σε άλλες χώρες της κοινότητας, στον οποίο η Ελλάδα μειονεκτεί, σημαντικά με αποτέλεσμα να χάνονται σημαντικά κεφάλαια τα οποία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη της Ελληνικής ανθοκομίας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η συστηματική καλλιέργεια κομμένων ανθέων στην Ελλάδα ξεκίνησε το 1975 και μέχρι το 1992 παρουσίασε αύξηση 23%.

Στον Ν. Μεσσηνίας καλλιεργείται κυρίως τριαντάφυλλο υπό κάλυψη συνολικά 25 στρέμματα και το 1996 ξεκίνησε η καλλιέργεια ζέρμπτερας που καλύπτει μόνο περί τα 3,2 στρέμματα. Με την αύξηση της καλλιεργούμενης έκτασης ο κλάδος της ανθοκομίας έχει να αντιμετωπίσει διάφορα προβλήματα που σχετίζονται με την διακίνηση και την εμπορία (Marketing) αυτών των ανθέων.

Οι παραγωγοί για να μπορέσουν να απευθύνουν τα προϊόντα τους στους καταναλωτές θα πρέπει να καλύψουν τις ανάγκες αυτών για ποιότητα, ποσότητα και ποικιλία. Αυτό πετυχαίνουν με την πολυετή έρευνα με την βοήθεια της Γενετικής Μηχανικής, την βιοτεχνολογία και με την περαιτέρω ανάπτυξη στον τομέα της καλλιέργειας (χρήση φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων, κλαδέματα κ.τ.λ.).

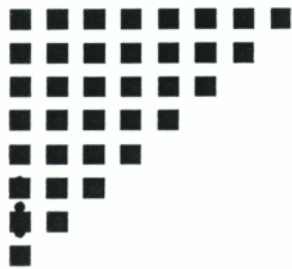
Η εξαγωγική δραστηριότητα στον τομέα άρχισε πριν 20 χρόνια περίπου με εξαγωγές γαρύφαλλου και τριαντάφυλλου κυρίως από συνεταιρισμούς της Κρήτης. Μέχρι το 1987 οι εξαγωγές σημείωσαν άνοδο ενώ στην συνέχεια παρατηρήθηκε σημαντική κάμψη που συνοδεύτηκε όμως από ραγδαία αύξηση των εισαγωγών.

Από εξαγωγική χώρα η Ελλάδα κατέληξε να είναι εισαγωγική. Έτσι ενώ το 1983 η σχέση εισαγωγές - εξαγωγές ήταν 7,5:1. Το 1989 έγινε 16,5:1 και σήμερα είναι 24:1.

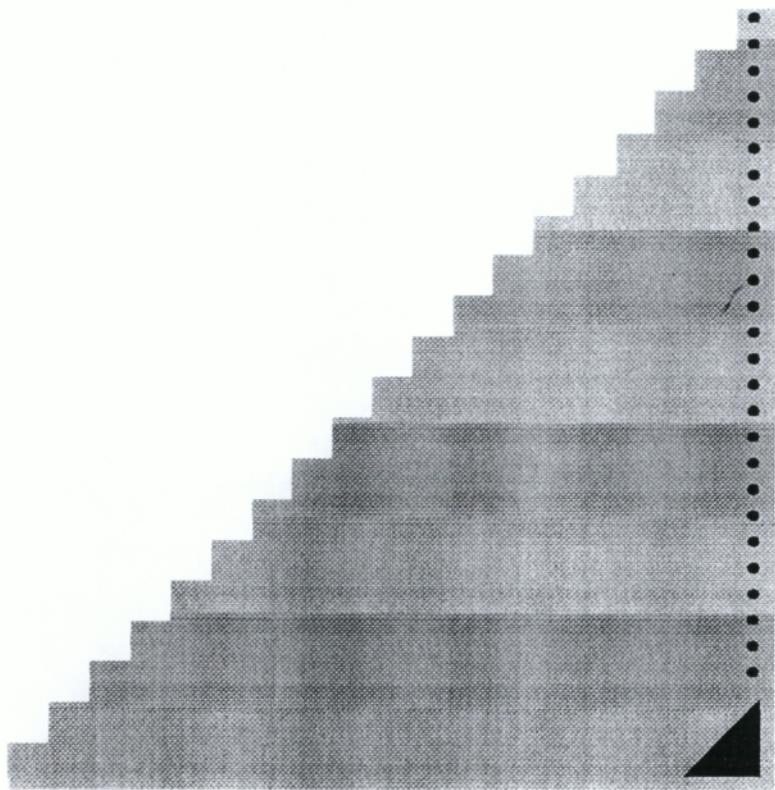
Η αναγκαιότητα για αναδιάρθρωση της Ελληνικής ανθοκομίας είναι προφανής θα πρέπει όλοι οι άνθρωποι που σχετίζονται με τον τομέα αλλά και το κράτος να υιοθετήσουν μια κοινή οικονομική πολιτική έτσι ώστε να δώσουν περισσότερη σημασία στον τομέα της εμπορίας και της διακίνησης.

Η χώρα μας διαθέτει τις καλύτερες δυνατές περιβαλλοντικές συνθήκες για την ανάπτυξη της ανθοκομίας. Ας προσπαθήσουμε όλοι να δημιουργήσουμε ευνοϊκότερες συνθήκες στον οικονομικό τομέα έτσι ώστε να μπορέσει η χώρα μας να πάρει τη θέση που της αρμόζει στον Αγροτικό Τομέα και όχι μόνο.

(Βλέπε σχεδ. 1 παράρτημα Ι.)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο



ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑ

1.1. ΓΕΝΙΚΑ (Ιστορικά Στοιχεία για την Καλλιέργεια της Τριανταφυλλιάς).

Τα τριαντάφυλλα μέσα στους αιώνες παρέμειναν τα πιο ρομαντικά λουλούδια όσα κι αν ήταν τα λουλούδια που προσπάθησαν να τα ανταγωνιστούν.

Όταν η Εύα στον κήπο της Εδέμ φίλησε ένα λευκό τριαντάφυλλο, αυτό, κοκκίνισε από την ντροπή του και από τότε παρέμεινε το ροδαλό του χρώμα. Πριν το προπατορικό αμάρτημα δεν είχε αγκάθια.

Κατά την Αρχαιότητα το λουλούδι αυτό άνηκε στην Αφροδίτη το οποίο ήταν λευκό αλλά βάφτηκε κόκκινο από το αίμα της Θεάς που τρέχοντας ξυπόλητη για να σώσει τον Άδωνη από τον Θεό Άρη πάτησε μια τριανταφυλλιά.

Το 5.000 π.χ. μισθοφόροι από τη Σουμερία έπειτα από τις εκστρατείες, έφεραν δείγματα για να στολίσουν τα παλάτια των Βασιλιάδων.

Ο πατέρας της Ιατρικής Ιπποκράτης περιέγραφε αρώματα για την θεραπεία αυτών που είχαν ανωμαλίες στο νευρικό σύστημα.

Οι πέρσες ήταν αυτοί που ξεκίνησαν την καλλιέργεια της Τριανταφυλλιάς δύο γεγονότα όμως είναι αυτά που κατέστησαν το τριαντάφυλλο το δημοφιλέστερο λουλούδι και άλλαξαν την μορφή του.

Το πρώτο γεγονός άρχισε με την αγορά του Μαλμαιζόν έξω από το Παρίσι το 1798 από τον Ναπολέοντα. Η Ιωσηφίνα η γυναίκα του ξόδεψε μια μεγάλη περιουσία για την συλλογή τριανταφυλλιών από όλο τον κόσμο. Αυτό το πάρκο υπάρχει και σήμερα με 25.000 τριανταφυλλιές περίπου.

Το δεύτερο γεγονός που άλλαξε τη μορφή του τριαντάφυλλου ήταν όταν ο ανθοκόμος Γκιγιώ το 1867 διασταύρωσε 2 ποικιλίες τριανταφυλλιών και πέτυχε το πρώτο πολύφορο υβρίδιο το οποίο ονόμασε «Γαλλία».

1.2. ΒΟΤΑΝΙΚΟΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΕΣ

Η τριανταφυλλιά ανήκει στην οικογένεια Rosacea. Είναι θάμνος, πολυετής, με σκληρούς βλαστούς, αγκάθια, φύλλα σύνθετα με 5-7 φυλλάρια. Οι ανθοφόροι βλαστοί φέρουν 3 ειδών φύλλα.

Οι μασχαλιαίοι οφθαλμοί που είναι μικροί και πεπλατυσμένοι είναι συνήθως τυφλοί. Οι οφθαλμοί που είναι επιμήκης και αιχμηροί δίνουν βραχυστέλεχα άνθη. Ενώ οι οφθαλμοί που είναι σφαιρικοί και καλοσχηματισμένοι δίνουν άνθη μακρυστέλεχα.

1.3. ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Υπάρχουν περίπου 200 γνωστά είδη τριανταφυλλιάς τα 18 από αυτά είναι αυτοφυή της Ελλάδας.

Τα είδη και οι ποικιλίες που καλλιεργούνταν στην Ευρώπη μέχρι το 1867 είναι γνωστά σαν "old garden roses". Τα σπουδαιότερα από αυτά είναι το *Rosa galligena* και το *R. damascena*

1.3.1. Θαμνώδη υβρίδια τριανταφυλλιάς

Κίνας και τσαγιού: Δημιουργήθηκαν στην Κίνα πριν το 1800 μ.Χ. και στην Ευρώπη εμφανίστηκαν το 1867 μ.Χ. μετά από διασταυρώσεις μεταξύ των ειδών, κυριότερα από τα οποία είναι τα *R. sinensis* και *R. gallika*. Σήμερα είναι τα πιο δημοφιλή υβρίδια και αντιπροσωπεύουν το 60% της παγκόσμιας αγοράς δρεπτού τριαντάφυλλου.

Πολύανθα: Τα πολύανθα υβρίδια σε σχέση με αυτά του τσαγιού έχουν μεγαλύτερη πλάγια ανάπτυξη, πλατύτερο φύλλωμα και σχηματίζουν μικρά άνθη που για εμπορικούς σκοπούς η καλλιέργειά τους είναι περιορισμένη.

Φλοριμπούντα: Τα φλοριμπούντα είναι τα δεύτερα πιο δημοφιλή μετά του τσαγιού.

Μεγανθή: Προέρχονται από τη διασταύρωση φλοριμπούντα και τσαγιού.

1.3.2. Αναρριχώμενες, μινιατούρες, έρπουσες και δενδρώδεις τριανταφυλλιές.

Σαν αναρριχώμενες χαρακτηρίζονται ποικιλίες με γρήγορη ανάπτυξη ζωηρούς και εύκαμπτους βλαστούς που υποβασταζόμενοι από υποστυλώματα αναρριχώνται σε αυτά. Περιλαμβάνουν υβρίδια τσαγιού και μεγανθή.

Οι μινιατούρες έφθασαν στην Ευρώπη από την Κίνα. Τα φυτά είναι θαμνώδη, με μέσο ύψος 80cm και άνθη μικρά σε μπουκέτα.

Είναι κατάλληλες για φυτοδοχεία και μπορντούρες σε κήπους.

Οι έρπουσες τριανταφυλλιές έχουν βλάστηση που εφάπτεται στο έδαφος και είναι κατάλληλες για βραχόκηπους.

Οι δενδρώδεις τριανταφυλλιές είναι υβρίδια τσαγιού, φλοριμπούντα, μινιατούρες εμβολιασμένα σε αγριοντριανταφυλλιές. Είναι πολύ διακοσμητικές για κήπους, δρόμους ακόμα και για γλάστρες.

1.4. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

1.4.1. Θερμοκρασία.

Η Θερμοκρασία ημέρας και νύχτας το φως και η συγκέντρωση του διοξειδίου του άνθρακα επιδρούν στην ποσοτική και ποιοτική απόδοση των φυτών, αφού επηρεάζουν την λειτουργία της φωτοσύνθεσης και κατά επέκταση, μέσω των προϊόντων της τον εφοδιασμό των φυτών με υδατάνθρακες και ενέργεια απαραίτητη για τις φυσιολογικές τους λειτουργίες.

Μετά τους 3 πρώτους μήνες από την εγκατάσταση της καλλιέργειας η θερμοκρασία κατά την διάρκεια της ημέρας πρέπει να κυμαίνεται μεταξύ 21° - 24°C με τις χαμηλότερες τιμές όταν επικρατεί συννεφιά. Όταν η θερμοκρασία φθάσει τους 28° - 30°C η ανάπτυξη του φυτού επιτυγχάνεται εις βάρος της

ποιότητας των ανθέων. Τα ανθικά στελέχη είναι τρυφερά, τα μπουμπούκια ανοίγουν πρόωρα και τα πέταλα είναι περισσότερα και ανοιχτότερου χρώματος. Η διατηρησιμότητα στο ανθοδοχείο μειώνεται.

Σε χαμηλότερες των 10° C θερμοκρασίες περιορίζεται η αύξηση των φυτών και η παραγωγικότητα. Η διατηρησιμότητα είναι μικρή.

1.4.2. Φωτισμός

Η τριανταφυλλιά έχει ανάγκη από φως υψηλής έντασης. Η διάρκεια της ημέρας δεν επιδρά στην ανάπτυξη του φυτού και την ανθοφορία του. Αντιθέτως επηρεάζεται από την ηλιοφάνεια. Κατά τους μήνες Νοέμβριο - Ιανουάριο ναι μεν μειώνεται η παραγωγή ανθέων αφ' ετέρου δε αυξάνεται η ποιότητα.

1.4.3. CO₂

Ο εμπλουτισμός της ατμόσφαιρας του θερμοκηπίου με CO₂ σε συγκέντρωση 1000 - 1500 ppm, δηλαδή σε επίπεδα πάνω από τα φυσιολογικά έχει θετικά αποτελέσματα μόνο όταν όλοι οι άλλοι παράγοντες π.χ. θερμοκρασία εδαφική υγρασία κ.α. βρίσκονται σε άριστα επίπεδα.

Σε αυτήν την περίπτωση βελτιώνεται η ποιότητα των ανθέων αφού αυξάνεται ο αριθμός και η διάμετρος των πετάλων της στεφάνης. Χειρισμοί CO₂ στον Ν. Μεσσηνίας δεν γίνονται.

1.4.4. Αερισμός

Με τον αερισμό ρυθμίζεται η θερμοκρασία και η σχετική υγρασία του περιβάλλοντος του θερμοκηπίου. Αερισμός γίνεται όταν η θερμοκρασία του θερμοκηπίου ξεπεράσει τους 24° C τους Καλοκαιρινούς μήνες και τους 20° C τους υπόλοιπους μήνες.

Αν και η τριανταφυλλιά απαιτεί συνθήκες υψηλής σχετικής υγρασίας θα πρέπει να εξασφαλίζεται επαρκής αερισμός κατά τις πρωινές και βραδινές

ώρες όπου οι συνθήκες ευνοούν την συμπύκνωση των υδρατμών και την γρήγορη εξάπλωση μυκητολογικών ασθενειών.

1.5. ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ

Η τριανταφυλλιά πολλαπλασιάζεται εγγενώς με σπόρο και αγενώς με καταβολάδες, με μοσχεύματα και με εμβολιασμό κατάλληλα επιλεγμένων υποκειμένων.

Παρακάτω αναλύονται οι μέθοδοι:

- Με σπόρο:** Χρησιμοποιείται από τους βελτιωτές για την δημιουργία νέων υβριδίων.
- Με καταβολάδες:** Είναι μια εναλλακτική μέθοδος πολλαπλασιασμού που εφαρμόζεται αργά την άνοιξη.
- Με Μοσχεύματα:** Είναι λιγότερο δαπανηρή μέθοδος από τα εμβολιασμένα φυτά. Τα φυτά όμως είναι λιγότερο εύρωστα παρουσιάζουν χαμηλή παραγωγικότητα συγκριτικά με τις ίδιες ποικιλίες που είναι εμβολιασμένες σε άγριο υποκείμενο.

Αξίζει να σημειωθεί ότι όσον αφορά τα μοσχεύματα θαμνωδών και αναρριχώμενων τριανταφυλλιών το εγχώριο πολλαπλασιαστικό υλικό καλύπτει το 90% των αναγκών της αγοράς.

Το κάθε μόσχευμα στοιχίζει 250 δρχ. περίπου.

Στον Ν. Μεσσηνίας οι παραγωγοί χρησιμοποιούν έριζα μοσχεύματα που προμηθεύονται από Ελληνικά φυτώρια αλλά και από το Ισραήλ. Αυτή η προτίμηση οφείλεται στην καλύτερη οργάνωση των ξένων φυτωρίων αλλά και ότι έχουν σχεδόν το ίδιο κόστος με τα Ελληνικά. Μελλοντικά οι παραγωγοί σκέφτονται να συμπεριλάβουν το πολλαπλασιασμό εντός τις επιχειρήσεως για την μείωση του κόστους αγοράς.

- Με Εμβολιασμό:** Είναι ο κατά εξοχήν τρόπος πολλαπλασιασμού της τριανταφυλλιάς σε εμπορική κλίμακα. Τα φυτά είναι εύρωστα έχουν πυκνή βλάστηση και μπαίνουν νωρίς σε ανθοφορία. Τα

φυτά πριν διοχετευθούν στο εμπόριο απολυμαίνονται καθαρίζονται και τοποθετούνται ανά 25 τεμάχια σε κιβώτια.

1.6. ΥΠΟΚΕΙΜΕΝΑ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑΣ

Γενικά συνίσταται η χρήση φυτών εμβολιασμένων σε άγριο υποκείμενο γιατί έτσι εξασφαλίζονται μεγαλύτερες αποδόσεις. Τα φυτά είναι ανθεκτικότερα σε ασθένειες και έχουν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής. Τα υποκείμενα χωρίζονται σε 2 ομάδες, αυτές είναι:

α. Caninae με το *Rosa canina*

β. indicae με τα *R. indica major*

R. manetti

R. multiflora

* εδώ στον Ν. Μεσσηνίας ως υποκείμενο χρησιμοποιείται το *R. indica*.

1.7. ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

1.7.1. Προετοιμασία εδάφους.

Η παραγωγική ζωή της τριανταφυλλιάς είναι 7 χρόνια για αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία το έδαφος να είναι γόνιμο με καλή συγκρατητική ικανότητα, να έχει ελαφρώς όξινη αντίδραση 5,5 - 6,0.

Στον Ν. Μεσσηνίας τα εδάφη είναι αμμώδη κατά 80% - 90% και θεωρείται καλό έδαφος. Για την εγκατάσταση της καλλιέργειας γίνεται βαθύ όργωμα και προσθήκη οργανικής ουσίας. Ακολουθεί απολύμανση εδάφους με ατμό ή και χημικά μέσα.

1.7.2. Σύστημα φύτευσης.

Στον Ν. Μεσσηνίας η φύτευση γίνεται σε διπλές γραμμές. Η πυκνότητα των φυτών είναι 6 φυτά/m². Η απόσταση μεταξύ των γραμμών είναι 1,1m και των φυτών πάνω στην γραμμή 15-20 cm (βλέπε σχήμα 1 παράρτημα Ι).

1.7.3. Εποχή φύτευσης.

Η ιδανική εποχή για φύτευση της τριανταφυλλιάς είναι από Δεκέμβριο έως Μάρτιο. Η φύτευση γίνεται από προσωπικό που διενεργεί και τις άλλες εργασίες.

1.7.4. Φύτευση.

Πριν την φύτευση αφαιρούνται οι κατεστραμμένες ή σε κακή κατάσταση ρίζες και βλαστοί. Οι βλαστοί που προέρχονται από τα εμβόλια κλαδεύονται σε μήκος 15cm περίπου ενώ οι πιο αδύναμοι στα 8cm. Οι ρίζες κλαδεύονται σε 10-15cm και έπειτα τα φυτά εμβαπτίζονται σε μυκητοκτόνο ευρέως φάσματος. Τα φυτά τοποθετούνται σε λάκκους.

1.7.5. Κλάδεμα

Οι παλαιοί βλαστοί ξεραίνονται και παραμένουν στο φυτό. Σκοπός του κλαδέματος είναι η επιτάχυνση αυτής της φυσικής διαδικασίας για την ανάπτυξη του φυτού.

Το κλάδεμα χρησιμοποιείται ως εξής:

A. Κλάδεμα μόρφωσης.

Στους πρώτους 6-8 μήνες επιδιώκεται η μόρφωση του φυτού με την δημιουργία ενός ισχυρού σκελετού με αρμονικό σχήμα και καλά ανεπτυγμένη φιλική επιφάνεια.

Β. Κλάδεμα ανθοφορίας.

Το κλάδεμα ανθοφορίας αποβλέπει στον καθορισμό του αριθμού των παραγωγικών μονάδων "μάτια" που θα διατηρηθούν στο φυτό και στη ρύθμιση της παραγωγής.

Γ. Κλάδεμα ανανέωσης.

Κάθε 3-4 χρόνια στο τέλος της παραγωγικής περιόδου στις αρχές Ιουνίου γίνεται πολύ αυστηρό κλάδεμα καθώς αφαιρούνται οι παλιοί βραχίονες.

1.7.6. Λίπανση

Κατά την καλλιέργεια της τριανταφυλλιάς στο θερμοκήπιο, οι μεγάλες απαιτήσεις για ποιοτική και ποσοτική παραγωγή σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, επιβάλλουν την εφαρμογή υδρολίπανσης η οποία βασίζεται σε τακτικές αναλύσεις εδάφους. Συνήθως χορηγούνται Φώσφορο, Άζωτο, Κάλιο, Μαγνήσιο, Σίδηρο.

1.7.7. Αρδευση

Τις 3 πρώτες εβδομάδες μετά τη φύτευση τα φυτά έχουν ανάγκη από πολύ υψηλή σχετική υγρασία περίπου 90% λόγω της υψηλής διαπνοής τους. Αυτή εξασφαλίζεται με σύστημα υδρονέφωσης. Τα ποτίσματα γίνονται κάθε μέρα σε μικρές ποσότητες.

1.8. ΕΧΘΡΟΙ ΚΑΙ ΑΣΘΕΝΕΙΕΣ

Οι κυριότεροι εχθροί και ασθένειες της τριανταφυλλιάς είναι οι αφίδες, ο θρίπας, ο τετράνυχος, το ωίδιο, η σκωρίαση και εχθροί όπως τα κολεόπτερα, τα κοκκοειδή, τα λεπιδόπτερα.

Στα θερμοκήπια του Ν. Μεσσηνίας χρησιμοποιούνται εκθειωτήρες γι' αυτό και δεν είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν βιολογικά σκευάσματα για την

καταπολέμηση. Το κόστος των χημικών είναι πολύ ακριβό π.χ. για την καταπολέμηση του τετρανύχου δίνονται 300.000 δρχ. το χρόνο για την έκταση των 9 στρεμμάτων. Δηλ. 33.300 δρχ. το στρ./ έτος.

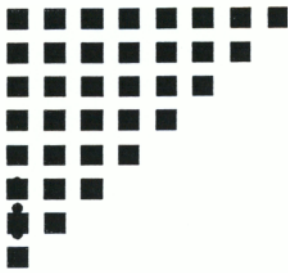
1.9. ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ

Την Άνοιξη και το Καλοκαίρι που η βλαστική ανάπτυξη είναι μεγάλη η κοπή των στελεχών γίνεται πάνω από το 1 σύνθετο 5-φυλλο. Το φθινόπωρο και τον Χειμώνα που χρειάζεται η φυλλική μάζα κόβονται λιγότερο αυστηρά πάνω από το 2 σύνθετο 5-φυλλο.

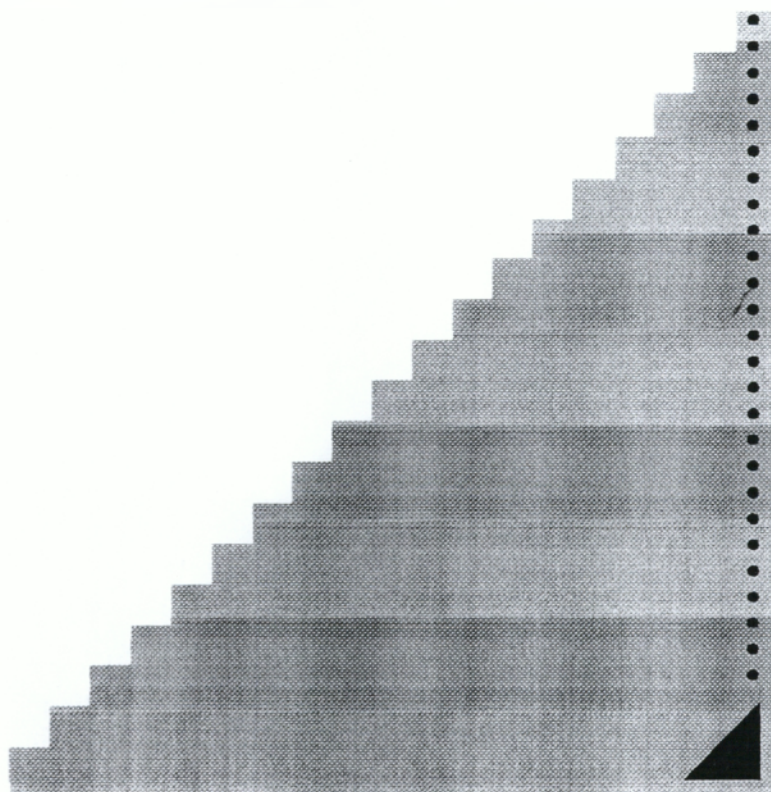
Στις κόκκινες και ροζ ποικιλίες η συγκομιδή γίνεται όταν τα σέπαλα διατάσσονται κάθετα προς το ανθικό στέλεχος και 1-2 από τα εξωτερικά πέταλα αρχίζουν να ανοίγουν.

Σε ορισμένες ποικιλίες κυρίως στις κίτρινες η συγκομιδή γίνεται όταν το άνθος είναι ελαφρά κλειστό. Εάν το άνθος συγκομισθεί πιο κλειστό από όσο πρέπει κινδυνεύει να μην ανοίξει στο ανθοδοχείο.

Η κοπή γίνεται κατά τις πρωινές ώρες από εξειδικευμένα άτομα.
(Βλέπε σχήμα 2. Παράρτημα Ι)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο



ΖΕΡΜΠΕΡΑ

2.1. ΓΕΝΙΚΑ

Η ζέρμπερα ως νέο σχετικά φυτό στην ανθοκομική αγορά κερδίζει συνεχώς έδαφος στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Τι οδηγεί σε αυτή την προτίμηση; Τα όμορφα άνθη του φυτού που μοιάζουν λίγο με μεγάλες μαργαρίτες, οι ποικιλία χρωμάτων και ειδών που συνεχώς βελτιώνονται. Τέλος η διατηρησιμότητα του άνθους στο ανθοδοχείο είναι μεγάλη.

Στον Ν. Μεσσηνίας την αγορά καλύπτει ένας παραγωγός που καλλιεργεί 3,2 στρέμματα ζέρμπερας.

Η ζέρμπερα στην ανθοκομία μπορεί να χρησιμοποιηθεί παντού όπως σε ανθοδέσμες σε «caspro» ακόμα και σε γλάστρα. Το τελευταίο όμως δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη αφού ο κόσμος δεν το γνωρίζει και δεν υπάρχει ζήτηση.

2.2. ΒΟΤΑΝΙΚΟΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΕΣ

Η ζέρμπερα προέρχεται από το Transvaal της Ν. Αφρικής και ανήκει στην οικογένεια των Compositae. Το λατινικό της όνομα είναι *Gerbera Jamesonii*. Είναι φυτό ποώδες πολυετές.

Τα φύλλα της εκφύονται από τον ρόδακα και γύρω από αυτόν με μήκος περίπου 40cm. Το ύψος του φυτού ποικίλει ανάλογα την ποικιλία που ανήκει.

Σε κάθε ανθικό στέλεχος αντιστοιχούν 2-8 φύλλα. Τα ανθικά στελέχη ξεκινούν σαν μικροί βλαστοί και έπειτα καταλήγουν σε άνθος. Τα άνθη είναι τοποθετημένα σε μακριούς βλαστούς από 25 έως και 60cm.

Τα άνθη είναι σύνθετα (ταξιανθία) και αποτελούνται από τα επιμήκη ανθίδια της περιφέρειας και τα βραχέα του κέντρου της κεφαλής.

Το κάθε άνθος αποτελείται από 30-40 πέταλα και η διάμετρός του κυμαίνεται από 5-14cm.

Οι ρίζες του φυτού είναι χονδρές και σαρκώδεις.

2.3. ΕΙΔΗ ΚΑΙ ΠΟΙΚΙΛΙΕΣ

Τα είδη που συναντάμε σήμερα είναι:

- *Cerbera Abyssina*: προέλευση οροπέδιο του Mont Lango.
- *Cerbera Piloseloides*: προέλευση Κεντρική Αφρική.
- *Cerbera Asplenifolia*: μωβ λουλούδια.
- *Cerbera Kunzeana*: άσπρα λουλούδια.
- *Cerbera Lanuginosa*: άσπρα λουλούδια.
- *Cerbera Viridifolia*: άσπρα λουλούδια.
- Σήμερα χρησιμοποιούνται τα *jamesonii* x *Viridifolia*.

2.4. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ

2.4.1. Θερμοκρασία.

Μετά την εγκατάσταση της καλλιέργειας και για 3 έως 4 εβδομάδες, η θερμοκρασία πρέπει να διατηρείται την ημέρα στους 22°C - 25°C και τη νύχτα 20°C - 22°C.

Αυτές οι θερμοκρασίες πρέπει να είναι σε αυτά τα όρια γιατί έτσι ευνοείται η καλή ανάπτυξη των ριζών και περαιτέρω η καλή εγκατάσταση των φυτών.

Αν τα φυτά φυτευθούν την άνοιξη η κατώτερη θερμοκρασία είναι στους 14° - 16°C. Ομοίως και το καλοκαίρι η ελάχιστη θερμοκρασία θα πρέπει να είναι στους 12° - 14°C.

Η θερμοκρασία κατά την διάρκεια της ημέρας πρέπει να κυμαίνεται από 16°C έως 25°C.

Το χειμώνα οι ελάχιστες θερμοκρασίες είναι 12° - 13°C.

Υψηλότερες θερμοκρασίες δίνουν αδύνατα άνθη κατώτερης ποιότητας.

Το φυτό βεβαίως ανθίζει όταν η θερμοκρασία περιβάλλοντος ξεπεράσει τους 12°C, σε μικρότερες θερμοκρασίες το φυτό πέφτει σε λήθαργο.

2.4.2. Φωτισμός

Ο φωτοπεριοδισμός δεν παίζει κανένα ρόλο στην άνθιση του φυτού. Η ένταση του φωτός είναι σημαντική. Σε μέρες με παρατεταμένη συννεφιά η παραγωγή ανθέων μειώνεται.

Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες επειδή στη χώρα μας η ηλιοφάνεια είναι μεγάλης διάρκειας και έντασης, γίνεται σκίαση του θερμοκηπίου με κουρτίνες σκίασης ή με ασβέστωμα.

Ο έντονος φωτισμός και κατά συνέπεια οι υψηλές θερμοκρασίες οδηγούν σε παραγωγή με μειωμένης ποιότητας άνθη.

2.4.3. CO₂

Η προσθήκη CO₂ επηρεάζει θετικά την παραγωγή ανθέων. Συγκέντρωση 700ppm είναι ικανοποιητική.

Τα φυτά δεν αναπτύσσονται σε συγκέντρωση CO₂ κάτω των 300ppm, γι' αυτό πρέπει να ελέγχουμε τη συγκέντρωση, ειδικά κατά τους χειμερινούς μήνες κατά τους οποίους ο αερισμός είναι σχετικά φτωχός.

Σε συγκεντρώσεις CO₂ άνω των 1000ppm προκαλούνται ζημιές στα φυτά.

2.4.4. Αερισμός

Με την διαδικασία του αερισμού διευκολύνεται ο έλεγχος αυξομείωσης της θερμοκρασίας και ο έλεγχος του CO₂ επίσης. Όταν η θερμοκρασία ξεπεράσει του 25°C τότε θα πρέπει να ανοίγονται τα παράθυρα (Αυτοματισμός) όπως επίσης και όταν κρίνεται απαραίτητος ο εμπλουτισμός του θερμοκηπίου με CO₂.

Με τον αερισμό ελέγχεται επίσης και η σχετική υγρασία που στην προκειμένη περίπτωση θα πρέπει να είναι 90% με υγρασία σε μεγαλύτερα επίπεδα ενδέχεται τα άνθη να παραμορφωθούν.

2.5. ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ

Η Ζέρμπερα πολλαπλασιάζεται με τους εξής τρόπους:

Με σπόρο: χρησιμοποιείται μόνο για φυτά γλάστρα και παρουσιάζει τα εξής μειονεκτήματα:

- Μεγάλο χρονικό διάστημα μέχρι την εμφάνιση ανθέων ανομοιομορφία στην ανάπτυξη των φυτών.
- Χαμηλή παραγωγή ανθέων.
- Ενδεχόμενο να κλείνουν τα άνθη τη νύχτα.
- Παραλλακτικότητα στον χρωματισμό των ανθέων.

Επιπλέον ο σπόρος χάνει γρήγορα τη βλαστική του ικανότητα και έτσι πρέπει να φυτεύεται "φέτος".

Το μόνο πλεονέκτημα της μεθόδου είναι το χαμηλό κόστος.

Με διαίρεση ριζωμάτων:

Γι' αυτή τη μέθοδο χρησιμοποιούνται φυτά 1-2 ετών από τα οποία διαιρούνται τα μοσχεύματα. Κάθε διαιρούμενο τμήμα θα πρέπει να έχει 2-4 βλαστικούς οφθαλμούς. Οι παλιές ρίζες κλαδεύονται για να ανανεωθούν. Η μέθοδος έχει τα εξής μειονεκτήματα:

- Εύκολη προσβολή από ασθένειες όπως Phytophthora, Fusarium.

Με ιστοκαλλιέργεια

Αυτή η μέθοδος είναι η πιο αξιόπιστη και χρησιμοποιείται για καλλιέργεια σε θερμοκήπιο. Το μοναδικό μειονέκτημα είναι το υψηλό κόστος παραγωγής τους.*

Συγκεντρώνει όμως τα εξής πλεονεκτήματα:

- Φυτά απαλλαγμένα από ασθένειες.
- Παραγωγή φυτικού υλικού όλο το χρόνο.
- Γρήγορη παραγωγή νέων ποικιλιών.
- Ομοιόμορφη βλαστική ανάπτυξη και ομοιόμορφος χρωματισμός.
- Παραγωγή μεγάλου αριθμού φυτών.
- Παραγωγή ανθέων σε 2-3 μήνες από την εγκατάστασή τους.

- Όχι φραγμοί εξαγωγής.

* Στοιχίζει το φυτό 550 δρχ. στο στρέμμα καλλιεργούνται 6.000 φυτά.

2.6. ΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΙΚΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ

2.6.1. Προετοιμασία εδάφους.

Αρχικά πρέπει να γίνει ανάλυση εδάφους. Η ζέρμπερα είναι φυτό απαιτητικό σε θρεπτικά στοιχεία. Πριν τη φύτευση ενσωματώνεται χωνεμένη κοπριά και φωσφορικά λιπάσματα. Τα Ν και το Κ δίνονται κατά τη διάρκεια της καλλιέργειας με την υδρολίπανση. Αν το pH είναι όξινο συνίσταται η προσθήκη ασβεστίου. Το άριστο pH είναι μεταξύ 6 και 6,5.

Η ζέρμπερα αναπτύσσεται καλύτερα σε εδάφη ελαφρά ώστε να επιτυγχάνεται καλός αερισμός του εδάφους. Για να το πετύχουμε αυτό γίνεται προσθήκη τύρφης πριν την εγκατάσταση της καλλιέργειας καλό είναι να γίνεται απολύμανση του εδάφους για την καταστροφή των μυκήτων κ.α.

Η απολύμανση μπορεί να γίνει με τους εξής τρόπους:

1. Απολύμανση με ατμό.
2. Απολύμανση με βρωμιούχο μεθύλιο.

2.6.2. Θέρμανση του εδάφους.

Η ζέρμπερα μπορεί να αναπτυχθεί καλύτερα αν το έδαφος θερμανθεί ικανοποιητικά οπότε προκύπτει:

1. Υψηλότερη χειμερινή παραγωγή.
2. Γρηγορότερη παραγωγή από την Άνοιξη
3. Μείωση μολύνσεων
4. Ευνοϊκή επίδραση στη διάμετρο των λουλουδιών.

Για την θέρμανση του εδάφους χρησιμοποιούνται αγωγοί ζεστού νερού.

2.6.3. Εποχή φύτευσης.

Για την ζέρμπερα υπάρχουν 2 εποχές φύτευσης.

A. Την Άνοιξη (Μάρτιο μέχρι Μάιο).

B. Το Καλοκαίρι (Ιούνιο μέχρι Αύγουστο).

Η φύτευση το φθινόπωρο και το χειμώνα είναι λιγότερο επικερδής λόγω υψηλού κόστους θέρμανσης.

Όταν φυτεύεται η ζέρμπερα τα βλαστικά όργανα θα πρέπει να βρίσκονται λίγο πάνω από το έδαφος.

Αν φυτευθεί βαθύτερα, τότε υπάρχουν 2 κίνδυνοι

α) Προσβολή από σήψεις λαιμού

β) Το φυτό δυσκολεύεται να εκπύξει τα ανθικά στελέχη

Τα φυτά τοποθετούνται σε "σαμάρια" 55-60 cm πλάτος 30cm ύψος σε διπλές σειρές.

(Βλέπε Σχήμα 3 παράρτημα I)

2.6.4. Λίπανση

Για μια κανονική ανάπτυξη και παραγωγή είναι απαραίτητη η λίπανση. Η ζερμπερα είναι απαιτητικό φυτό. Επίσης είναι επιρρεπής σε τροφοπενίες ιχνοστοιχείων είτε από ανταγωνισμό είτε από έλλειψη είτε από αδυναμία απορρόφησης.

2.6.5. Άλλες καλλιεργητικές φροντίδες

Μετά τον πρώτο χρόνο καλλιέργειας πρέπει να αφαιρεθούν τα παλιά και γερασμένα φύλλα όπως και τα σαπισμένα. Έτσι περιορίζεται η πιθανότητα ασθενειών.

Γίνεται η αφαίρεση των κατωτέρων φύλλων για την ανανέωση του φυτού.

2.7. ΣΥΓΚΟΜΙΔΗ

Το στάδιο συγκομιδής για την ζέρμπερα είναι πολύ σημαντικό. Τα άνθη κόβονται όταν οι 2 εξωτερικές σειρές των ανθιδίων του κέντρου έχουν ανθηρές που φαίνεται η γύρη τους και τα άλλα ανθίδια της κεφαλής είναι πλήρως ανεπτυγμένα.

Μερικές ποικιλίες μαζεύονται λίγο πιο αργά και ειδικότερα οι διπλοί τύποι.

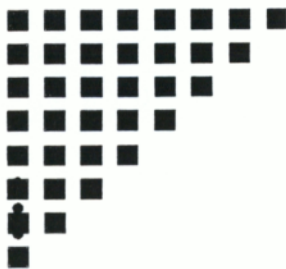
Αν η συγκομιδή γίνει νωρίτερα ή αργότερα τότε θα συμβούν τα εξής:

- α. Μικρότερη διάρκεια ζωής στο ανθοδοχείο.
- β. Τα άνθη κλείνουν τη νύχτα.
- γ. Τα στελέχη κυρτώνουν.

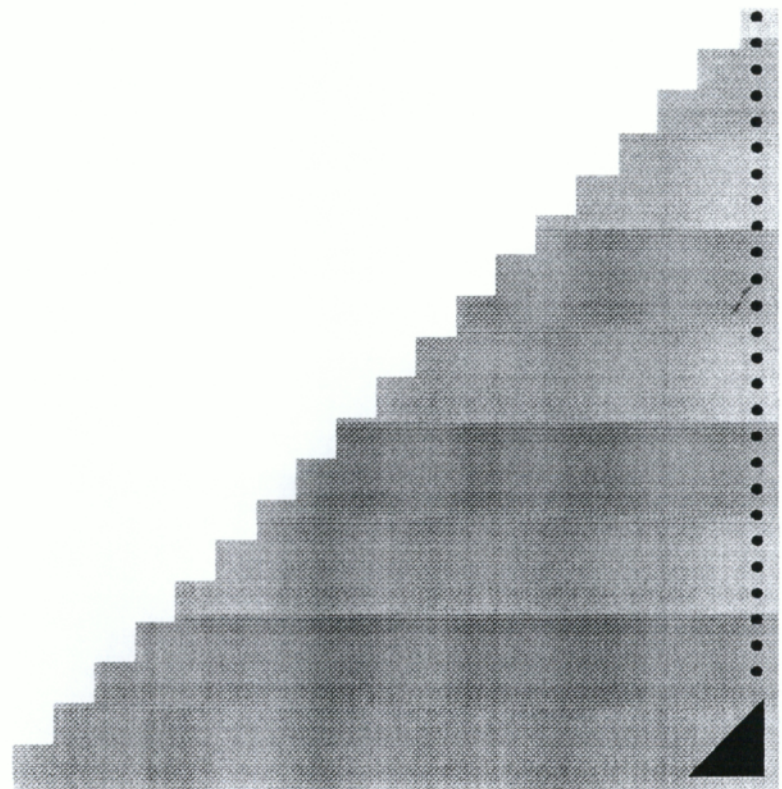
Για να κοπεί πιο εύκολα το στέλεχος το στρίβουμε δεν το τραβάμε γιατί έτσι υπάρχει κίνδυνος να ξεριζωθεί το λουλούδι.

Η συγκομιδή γίνεται κάθε μέρα από συγγενείς αλλά και προσωπικό το οποίο κοστίζει περίπου 10.000 ημερησίως. Υπάρχουν δύο εργαζόμενα μέλη εκτός οικογενείας.

Στο θερμοκήπιο του Ν. Μεσσηνίας κατά μέσο όρο κόβονται 700 άνθη την ημέρα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο



ΕΜΠΟΡΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ (MARKETING) ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑΣ.

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το Marketing μπορεί να ορισθεί, σαν το σύνολο των ενεργειών μιας επιχείρησης που αποβλέπουν στην αναγνώριση (επισήμανση) των αναγκών του καταναλωτή, στην ανάπτυξη των προϊόντων και υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες αυτές και στη δημιουργία ζήτησης γι' αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες με σκοπό τις επικερδείς πωλήσεις.

Για αυτό το Marketing έχει σαν αρχές.

- α). Να βλέπει τον καταναλωτή σαν δέκτη των ενεργειών του.
- β). Να λαμβάνει ενεργά μέρος στη λήψη αποφάσεων σε όλες τις φάσεις διοίκησης μιας επιχείρησης.

Οι διάφορες ανάγκες γίνονται αισθητές στους καταναλωτές από την έλλειψη ορισμένων ικανοποιήσεων της ανθρώπινης κατάστασης και βιολογίας. Ο άνθρωπος λόγω χάριν, χρειάζεται τροφή, ρούχα, στέγη ασφάλεια κ.α. για την επιβίωσή του.

Τις ανάγκες αυτές δημιουργήσε η κοινωνία λόγω της ανθρώπινης υπόστασης. Λόγω αυτών των αναγκών δημιουργούνται και οι επιθυμίες. Στην δημιουργία μιας επιθυμίας συμβάλλει το "Marketing" με την προώθηση των προϊόντων.

3.2. ΠΡΟΪΟΝ

Προϊόν είναι οτιδήποτε αūλο ή υλικό του θεωρείται κατάλληλο ή και ικανό να ικανοποιήσει μια ανάγκη ή επιθυμία και το σύνολο των πραγματικών ή πιθανών αγοραστών ενός προϊόντος αποτελεί την αγορά γι' αυτό το προϊόν.

Το σχεδιάγραμμα που πρέπει να ακολουθήσει κάποιος είναι.

α. Ανάπτυξη προϊόντος δηλ. ψάξιμο για νέες ιδέες, επεξεργασία της ιδέας δοκιμή, σχεδιάσμα, παραγωγή, συσκευασία ενός προϊόντος.

β. Τιμολόγηση προϊόντος.

γ. Διανομή - τρόποι διακίνησης για να γίνει το προϊόν προσιτό στην αγορά και

δ. Διαφήμιση - προώθηση του προϊόντος.

Τα προϊόντα (αγαθά) χωρίζονται σε δύο κατηγορίες ελεύθερα και οικονομικά αγαθά. Ελεύθερα είναι εκείνα τα αγαθά που βρίσκονται ελεύθερα στη φύση (O₂) και δεν απαιτείται καταβολή χρημάτων για την απόκτησή τους.

3.3. ΤΙΜΗ

Ένα προϊόν όσο ασήμαντο κι αν είναι έχει μια τιμή αγοράς. Τιμή ενός προϊόντος είναι το ποσόν των χρημάτων που απαιτούνται για την απόκτηση μιας μονάδας προϊόντος ή μιας υπηρεσίας.

Η τιμή ενός προϊόντος καθορίζεται από τις συναρτήσεις ζήτησης και της προσφοράς που ισχύουν σε μια αγορά. π.χ. Όταν ένα τριαντάφυλλο “βγει” πρώιμα στην αγορά τότε δηλ. που η ζήτησή του είναι μεγάλη και η προσφορά του μικρή το συγκεκριμένο προϊόν θα “πιάσει” υψηλές τιμές.

3.4. ΖΗΤΗΣΗ

Ζήτηση για ένα προϊόν είναι η ποσότητα του αγαθού που μπορεί να αγοραστεί σε συγκεκριμένη τιμή για συγκεκριμένη περιοχή και χρονική περίοδο.

Για να εκδηλωθεί η ζήτηση για ένα προϊόν αυτό θα πρέπει:

α. Να είναι χρήσιμο (δηλ. να ικανοποιεί ανθρώπινη ανάγκη)

β. Να βρίσκεται σε στενότητα (δηλ. να μην είναι ελεύθερο προϊόν)

γ. Να έχουν χρήματα οι καταναλωτές (ενεργός ζήτηση).

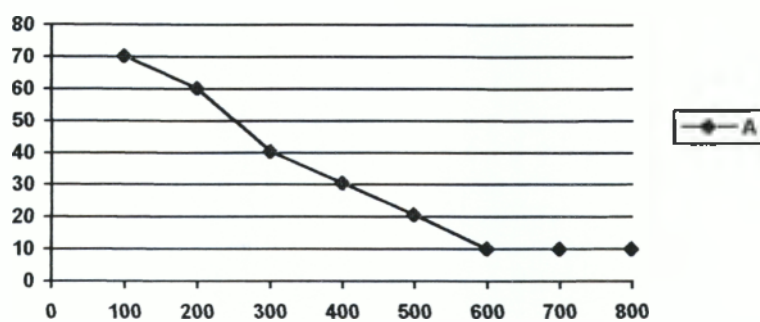
Η ζήτηση μπορεί να εκφρασθεί ως εξής:

Αριθμητικά: με τον πίνακα ζήτησεως ο οποίος δείχνει τις ποσότητες του προϊόντος που ο καταναλωτής αγοράζει στις αντίστοιχες τιμές.

Ζήτηση - Προσφορά και οι σχέσεις τιμών

ΤΙΜΗ	ΖΗΤ. ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΠΡΟΣ. ΠΟΣΟΤΗΤΑ
50	190	400
30	250	250
20	300	160
10	390	0

Γεωμετρικά: με την καμπύλη ζήτησης σε ορθογώνιο σύστημα συντεταγμένων. Στον κάθετο άξονα τοποθετούμε τις τιμές και το οριζόντιο τις ζητηθείσες ποσότητες.



Αυτή η καμπύλη δείχνει γραφικά τις υπάρχουσες σχέσεις μεταξύ των τιμών ενός αγαθού και των αντίστοιχων ποσοτήτων που ζητούνται στη αγορά.

Αλγεβρικά: με την γενική συνάρτηση της ζήτησης:

$$Q_p = F (P, \Pi, \Omega, E, P_u, P_s \dots)$$

Q = Ζητούμενη ποσότητα

P = Τιμή του Αγαθού

Ω = Το μέγεθος και η σύνθεση του πληθυσμού

E = Το μέγεθος του εισοδήματος

P_υ = Η τιμή του υποκατάστατου

P_σ = Η τιμή του συμπληρωματικού

Π = Προτιμήσεις των καταναλωτών.

Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση.

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση είναι οι εξής:

- α). Η τιμή του ζητούμενου προϊόντος.
- β). Οι προτιμήσεις και οι συνήθειες των καταναλωτών.
- γ). Το μέγεθος και η σύνθεση του πληθυσμού από πλευράς ηλικίας.
- δ). Οι τιμές των λοιπών αγαθών.

δ₁ υποκατάστατα ή ανταγωνιστικά εννοούμε τα αγαθά εκείνα που μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους προς ικανοποίηση μιας συγκεκριμένης ανάγκης του καταναλωτή. π.χ.

Βοδινό κρέας - πουλερικά

Βούτυρο - μαργαρίνη

Τριαντάφυλλα - γαρύφαλλο.

δ₂ Συμπληρωματικά εννοούμε τα αγαθά τα οποία ζητούνται ταυτόχρονα π.χ.

Ζάχαρη - καφές

Αυτοκίνητο - Βενζίνη.

δ_{3α}. Ανεξάρτητα δύο αγαθά είναι ανεξάρτητα ή ουδέτερα όταν δεν είναι υποκατάστατα ή συμπληρωματικά.

δ_{3β} ή όταν δεν υπάρχει οποιαδήποτε σχέση μεταξύ τους.

ε). Το ύψος του εισοδήματος και η κατανομή του.

Τρόποι αύξησης της ζήτησης των προϊόντων

Για την αύξηση της ζήτησης μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι εξής μέθοδοι:

- α). Μείωση της τιμής του προϊόντος.
- β). Η μεταποίησή του.
- γ). Η αποθήκευσή του.
- δ). Η τυποποίηση και η συσκευασία.
- ε). Η διαφήμιση και προώθησή του.

3.5. ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

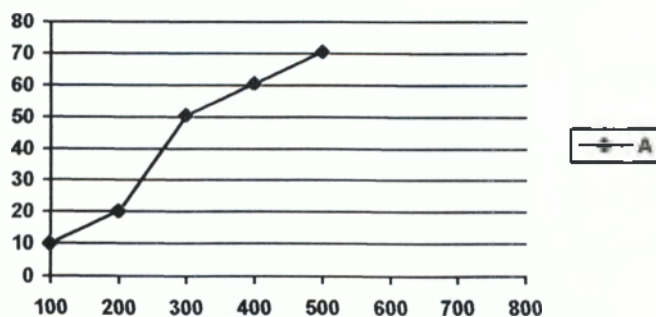
Όταν λέμε προσφορά εννοούμε τη συνεχή συνάρτηση μεταξύ των τιμών των προϊόντων και των αντίστοιχων ποσοτήτων του, που οι παραγωγοί θέλουν και μπορούν να πουλήσουν, σε ορισμένο τόπο και χρόνο.

3.5.1. Πως εκφράζεται η προσφορά.

Αριθμητικά : με τον πίνακα προσφοράς. Ο πίνακας αυτός μας δείχνει πως, όσο αυξάνονται οι τιμές, τόσο και οι προσφερόμενες ποσότητες των πωλητών παραγωγών αυξάνουν.

ΤΙΜΗ	ΖΗΤ. ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ	ΠΡΟΣ. ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ
50	190	400
30	250	250
20	300	160
10	390	0

Γεωμετρικά: με την "καμπύλη προσφοράς", η οποία δείχνει γραφικά τις σχέσεις που υπάρχουν ανάμεσα στις τιμές του προϊόντος και στις αντίστοιχες ποσότητες που προσφέρονται προς πώληση.



Αλγεβρικά: με τη γενική συνάρτηση προσφοράς.

$$Q = F (P, T, P_{\alpha}, K_{\pi}, \Pi \dots)$$

Q = προσφερόμενη ποσότητα

P = τιμή του αγαθού

P_α = οι τιμές των άλλων αγαθών

K_π = το κόστος παραγωγής

Π = προβλέψεις καταναλωτών κ.λ.π.

3.5.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά.

Ο χρόνος είναι πολύ σπουδαίο χαρακτηριστικό για την ανάλυση προσφοράς. Επειδή χρειάζεται να περάσει ένα χρονικό διάστημα για να παραχθούν οι διάφορες ποσότητες προϊόντων.

Οι σπουδαιότεροι παράγοντες είναι:

- Η τιμή του προϊόντος
- Η ευπάθειά του
- Η δυνατότητα και το κόστος αποθήκευσης
- Οι τιμές των λοιπών αγαθών
- Οι τιμές των συντελεστών παραγωγής
- Οι καιρικές συνθήκες
- Η τεχνολογική πρόοδος.

3.6. ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΖΗΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ

3.6.1. Ελαστικότητα ζήτησης

α. Ελαστικότητα τιμής:

Η ζήτηση σε ορισμένα αγαθά και υπηρεσίες είναι πιο ευαίσθητη στις μεταβολές της τιμής, ενώ σε άλλα είναι λιγότερο ευαίσθητη.

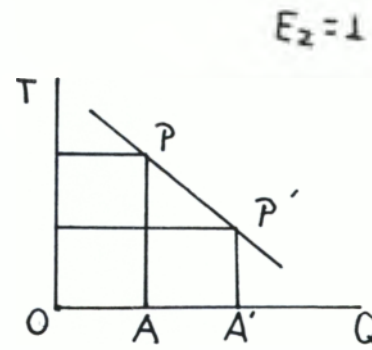
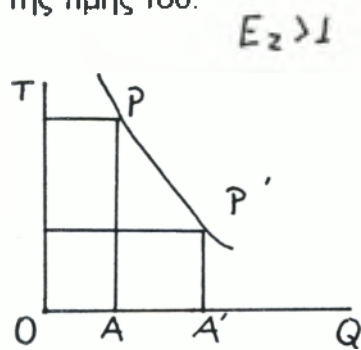
Διακρίνουμε 3 κατηγορίες ελαστικότητας.

1. $E_z > 1$

Σ' αυτή την περίπτωση μιλάμε για ελαστικότητα ζήτησεως μεγαλύτερη της μονάδας. Αυτό σημαίνει ότι η εκατοστιαία μεταβολή της ζητούμενης ποσότητας ενός αγαθού είναι μεγαλύτερη από την εκατοστιαία μεταβολή της τιμής του. Ελαστική ζήτηση έχουν τα αυτοκίνητα ή T.V. τα πολυτελή αγαθά.

2. $E_z = 1$

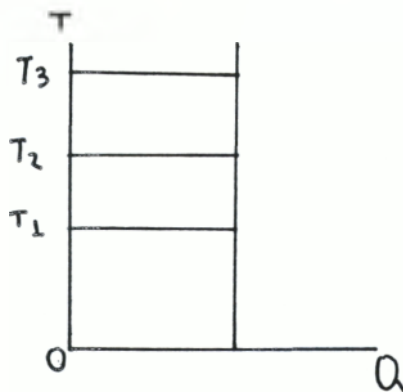
Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για ελαστικότητα ζήτησεως ίση με την 1 ή για μοναδιαία ελαστικότητα ζήτησης. Αυτό σημαίνει ότι η εκατοστιαία μεταβολή της ζητούμενης ποσότητας ενός αγαθού ισούται με την εκατοστιαία μεταβολή της τιμής του.



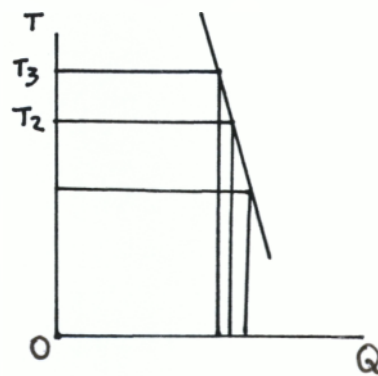
3. $E_z < 1$

Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για ανελαστική ζήτηση ή για ελαστικότητα ζήτησεως μικρότερη της μονάδας. Αυτό σημαίνει ότι η εκατοστιαία μεταβολή της ζητούμενης ποσότητας του είναι μικρότερη από την εκατοστιαία μεταβολή της τιμής του.

Ανελαστική ζήτηση έχουν όλα τα αγαθά που είναι αναγκαία για τον άνθρωπο ενδύματα, τρόφιμα κ.τ.λ. Εντελώς ανελαστική ζήτηση σημαίνει ότι όσο κι αν ανέβει η τιμή του προϊόντος οι ποσότητες που αγοράζονται παραμένουν ίδιες.



α) εντελώς ανελαστική ζήτηση



β) ανελαστική ζήτηση

Τα αγροτικά προϊόντα είναι ανελαστικής ζήτησεως διότι είναι πρώτης ανάγκης και όσο κι αν αυξάνεται η τιμή οι ποσότητες παραμένουν ίδιες γιατί δεν είναι εύκολη η προσαρμογή της παραγωγής βραχυχρονίως ώστε να επωφεληθούν οι παραγωγοί μεγαλύτερης τιμής.

β. Ελαστικότητα προσφοράς ως προς την τιμή

Όπως συμβαίνει με την ζήτηση έτσι και με την προσφορά. Οι μεταβολές των ποσοτήτων που προσφέρονται μεταβάλλονται κατά διάφορα τρόπο στις μεταβολές των τιμών. Ελαστικότητα προσφοράς υπάρχει όταν η μεν αύξηση της τιμής ή η μείωση των δαπανών παραγωγής συνεπάγεται αύξηση της προσφοράς η δε μείωση της τιμής ή η αύξηση των δαπανών παραγωγής μείωση της προσφοράς.

Η ελαστικότητα της προσφοράς υπολογίζεται με τον τύπο.

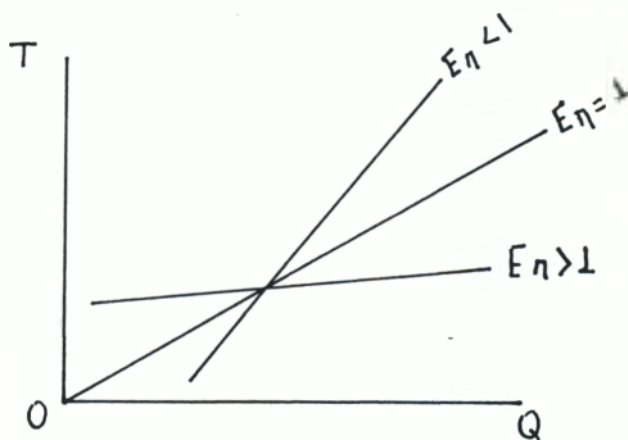
$$E_{\pi} = \frac{1\% \text{ μεταβολή στην προσφερόμενη ποσότητα του αγαθού A}}{\% \text{ μεταβολή στην τιμή του αγαθού A}}$$

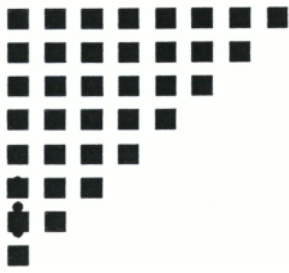
Διακρίνονται 3 κυρίως ελαστικότητες προσφοράς:

$E_{\pi} > 1$ ελαστική προσφορά όσο η χρονική περίοδος επεκτείνεται τόσο η προσφορά γίνεται ελαστική.

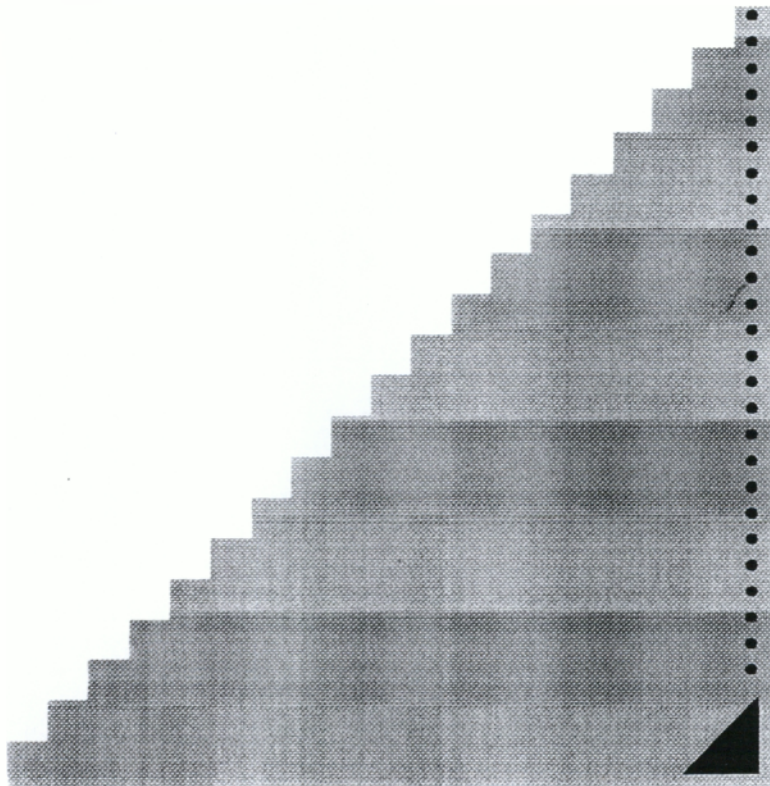
$E_{\pi} < 1$ στα αγροτικά προϊόντα για συγκεκριμένη περίοδο Σεπτέμβριος - Δεκέμβριος είναι ανελαστική.

$E_{\pi} = 1$ μοναδιαία ελαστικότητα προσφοράς.





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο



ΣΤΑΔΙΑ MARKETING

4.1. ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ

Απαραίτητη προϋπόθεση για να λειτουργήσει αποτελεσματικά ένα σύστημα εμπορίας, είναι η κατάταξη των προς εμπορία προϊόντων, με βάση ορισμένα κριτήρια, σε κατηγορίες, κάθε μια από τις οποίες έχει κατά μέσο όρο ομοιόμορφα ποιοτικά χαρακτηριστικά που προβλέπουν για την περίπτωση οι κανόνες ποιοτικής κατάταξης. Με την τυποποίηση δεν θα υπάρχει αυτό που οι έμποροι ονομάζουν "μόστρα".

Ο παραγωγός πληρώνεται για την ποιότητα που προσφέρει και ο καταναλωτής πληρώνει για την ποιότητα που αγοράζει.

4.1.1. Τριαντάφυλλα.

Το τριαντάφυλλο κατατάσσεται σε ποιοτικές κατηγορίες ως εξής:

Στελέχη με μήκος 90 και άνω	A A A A
Στελέχη με μήκος 70-90	A A A
Στελέχη με μήκος 60-70	A A
Στελέχη με μήκος 50-60	A
Στελέχη με μήκος 40-50	B

(Βλέπε φωτογραφία 1 παρ. II.)

Στελέχη με ύψος κάτω 40cm έως και 30cm "πιάνουν" χαμηλότερη τιμή κατά την πώληση. Στελέχη με πληγές στα πέταλα ή στα φύλλα δεν πωλούνται. (Βλέπε φωτογραφία 2 παρ. II.).

Οι ποιοτικές διαβαθμίσεις εξαρτώνται από:

- Αν το στέλεχος εκφύεται από λαίμαργο είναι A κατηγορίες.
- Από το κλάδεμα που εφαρμόζεται.
- Από την θερμοκρασία.

- Από την ηλιοφάνεια.
- Από τους εχθρούς και τις ασθένειες.
- Τέλος από το ποσό καλά διενεργούνται οι εργασίες.

4.1.2. Ζέρμπερα

Η ζέρμπερα κατατάσσεται σε 3 κατηγορίες:

Κατηγορία Α: Τα άνθη θα πρέπει να είναι ομοιογενή

- να είναι ευθυτενή
- να είναι ζωηρόχρωμα
- να είναι ψηλά
- να μην λείπουν πέταλα
- να έχουν το ίδιο χρώμα
- να είναι ώριμα

(Βλέπε φωτογραφία 3 παρ. II.)

Κατηγορία Β: τα άνθη έχουν προβλήματα όπως:

- να λείπουν πέταλα
- να έχουν διαφορετικό χρώμα
- να είναι στραβά
- να είναι κοντά

(Βλέπε φωτογραφία 4 παρ. II.)

Κατηγορία Γ: Σ' αυτήν την κατηγορία κατατάσσονται τα σπασμένα στελέχη, αυτά με κακομορφίες τα πολύ στραβά κ.τ.λ. τα οποία πετάγονται ή αν είναι απλά σπασμένο το στέλεχος τα "κεφάλια" χρησιμοποιούνται για στεφάνια σε κηδείες κ.τ.λ.

(Βλέπε φωτογραφία 5 παρ. II.)

4.1.3. Ποικιλίες τριαντάφυλλων.

Σημαντικό ρόλο στην κατάταξη μιας κατηγορίας παίζουν οι ποικιλίες. Στα θερμοκήπια του Ν. Μεσσηνίας χρησιμοποιούνται:

Ποικιλία	Χρώμα άνθους
First red	κόκκινο
Madelon	κόκκινο
Samantha	κόκκινο
Cardinal	κόκκινο
Melody	ροζ
Sonia	ροζ
Vivaldy	ροζ - σωμών
Osiana	σωμών
Sophia	φούξια
Candia	δίχρωμα
Nickole	δίχρωμα
Tineke	λευκό
Orna	κίτρινο
White satin	λευκό
Suprise	Κίτρινο
Lambada	Λευκό
Arifa	Lauinnette

(Βλέπε φωτογραφία 6, 7, 8, 9 παρ. II.)

4.1.4. Ποικιλίες Ζέρμπερας

Οι ζέρμπερες διακρίνονται σε 5 κατηγορίες:

1. Ποικιλίες με μονά άνθη: Τα ανθίδια του κέντρου τις ανθικής κεφαλής είναι πολύ μικρά συγκρινόμενα με τα ανθίδια της περιφέρειας.

(Βλέπε φωτογραφία 10 παρ. II)

2. Ποικιλίες με ημίδιπλα άνθη: Τα ανθίδια του κέντρου της ανθικής κεφαλής φθάνουν το 1/3 των ανθιδίων της περιφέρειας.

(Βλέπε φωτογραφία 11 παρ. II.)

3. Ποικιλίες με διπλά άνθη: Τα ανθίδια του κέντρου της ανθικής κεφαλής φθάνουν στο μισό περίπου των ανθιδίων της περιφέρειας.

(Βλέπε φωτογραφία 12 παρ. II.)

4. Ποικιλίες με άνθη με σκούρο κέντρο: Η μόνη διαφορά είναι το σκούρο κέντρο.

(Βλέπε φωτογραφία 12 παρ. II.)

5. Νάνες ποικιλίες: Η διαφορά είναι στο μέγεθος του στελέχους.

* για τις ποικιλίες πίνακας 1 και 2 παράρτημα 2 υποσημείωση.

4.1.5. Πλεονεκτήματα Τυποποίησης

Τα πλεονεκτήματα μπορούμε να τα διακρίνουμε σε εκείνα που αναφέρονται :

■ Στην αγορά

◇ Αυξάνει το βαθμό "διαύγειας" της αγοράς και έτσι επιτρέπει την διαμόρφωση των τιμών βάσει της πραγματικής προσφοράς και ζήτησης κατά ποιότητα.

◇ Διευκολύνει τη μεταβίβαση από τις διάφορες περιοχές.

■ Στον παραγωγό.

◇ Διευκολύνει τις συναλλαγές

◇ Παρακινεί τον παραγωγό να βελτιώνει την ποιότητα

◇ Δυναμώνει την διαπραγματευτική του δύναμη

◇ Το μέρος το οποίο είναι χαμηλής ποιότητας περιορίζεται σε μια κατηγορία

◇ Βοηθάει τον παραγωγό να αυξάνει το εισόδημά του λόγω ίδιας τυποποίησης.

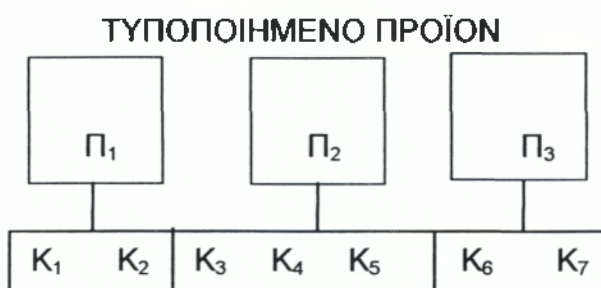
- Στον καταναλωτή
- ◇ Του παρέχει δυνατότητα να εκφράσει τις προτιμήσεις του ανάλογα με το εισόδημά του.
- ◇ Συμβάλλει στην μείωση του χρόνου αγοράς.
- ◇ Αποφεύγεται η κερδοσκοπία

σχήμα 1



κατηγορίες καταναλωτών

σχήμα 2



κατηγορίες καταναλωτών

1. Ένα ατυποποίητο προϊόν που ελάχιστα ανταποκρίνεται στη διαφοροποιημένη ζήτηση του καταναλωτικού κοινού.
2. Ένα τυποποιημένο προϊόν που εναρμονίζει την προσφορά και τη ζήτηση.

4.1.6. Κόστος Τυποποίησης

Η τυποποίηση έχει ένα κόστος χρησιμοποιούνται για αυτή άτομα ειδικευμένα, μηχανήματα κ.λ.π. (Βλέπε φωτογραφία 14, 15 παρ. II.)

Οι μεγαλύτερες τιμές που λαμβάνει όμως το τυποποιημένο προϊόν αντισταθμίζουν το κόστος τυποποίησης. Όπως επίσης συμβάλει και στο κόστος εμπορίας και αυτό για τους εξής λόγους:

- Συντελεί στην εξοικονόμηση πολύτιμου χρόνου.
- Μειώνει το κόστος μεταφοράς (όχι σκάρτα προϊόντα).
- μειώνει τις φθορές.

Το κόστος τυποποίησης είναι το ίδιο για τα 2 φυτά.

Περιλαμβάνει τα 2/3 του μισθού ενός εργάτη δηλ. αν υποθέσουμε ότι ημερησίως ένας εργάτης πληρώνεται 5.000 δρχ. και απασχολούνται 3 εργάτες τότε το κόστος τυποποίησης ανέρχεται τις 10.000 δρχ. ανά ημέρα.

Το υπόλοιπο 1/3 αφορά την συσκευασία. Ημερησίως τυποποιούνται 700 άνθη για τη ζέρμπερα και για το τριαντάφυλλο τυποποιούνται περίπου 1500 δηλ. για τη ζέρμπερα 14,25 δρχ. και για το τριαντάφυλλο 15 δρχ. το άνθος.

4.1.7. Προβλήματα Τυποποίησης.

Το κυριότερο πρόβλημα της τυποποίησης είναι ότι αυτή είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα ακόμα κι αν χρησιμοποιούνται τα μηχανήματα κατά συνέπεια αυξάνοντας το χρόνο εργασίας αυξάνεται και ο μισθός του εργάτη. Και απαραίτητη προϋπόθεση για "καλή" τυποποίηση είναι και το μικρό κόστος.

Από την άλλη μεριά ακόμα κι αν χρησιμοποιούνται μηχανήματα στην ουσία χρησιμοποιούνται τα ίδια εργατικά. Οπότε μειώνεται λίγο ο χρόνος τυποποίησης αλλά επιβαρύνεται η επιχείρηση από το κόστος αγοράς του μηχανήματος. Αυτά για το τριαντάφυλλο.

Για την ζέρμπερα τώρα δεν χρησιμοποιείται μηχανήματα τυποποίησης. Πως θα μπορούσε άλλωστε αφού αυτό θα επιβάρυνε τα άνθη. Οπότε η εργασία γίνεται αποκλειστικά από εργατικά χέρια. Το κόστος υψηλό.

Το μεγάλο πρόβλημα για την ζέρμπερα, κατά την γνώμη μου είναι ότι καθώς γίνεται η ταξινόμηση σε Α, Β, Γ κατηγορίες δεν δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στις ιδιαιτερότητες κάθε ποικιλίας. Γιατί τοποθετούνται με βάση το ύψος.

4.1.8. Προτάσεις για την Αντιμετώπιση των Προβλημάτων Τυποποίησης

Όπως αναφέρθηκε ήδη, πρόβλημα τυποποίησης υπάρχει στη ζέρμπερα.

Σαν πρώτη λύση θα πρέπει να έρθουν σε συνεννόηση ο παραγωγός και οι ανθοπώλες έτσι ώστε να συζητηθούν οι ιδιαιτερότητες κάθε ποικιλίας.

Η τοποθέτηση 30 ανθικών στελεχών ζέρμπερας στο μπουκέτο σίγουρα είναι οικονομική για τους ανθοπώλες αφού έτσι έχουν ποικιλία χρωμάτων. Έτσι όμως κονταίνουν τα μπουκέτα κάτι που οι ίδιοι αποδοκιμάζουν.

Οι λύσεις που προτείνω είναι οι εξής:

1. Αντί για 30 ανθικά στελέχη διαφόρων ποικιλιών μπορεί να δοθούν 3 μπουκέτα των 10 ανθικών στελεχών ως εξής:

1 μπουκέτο με ψηλές ζέρμπερες ίδιου ή διάφορου χρώματος

1 μπουκέτο με κοντές ζέρμπερες ίδιου ή διάφορου χρώματος

1 μπουκέτο με το χρώμα που ζητείται περισσότερο ασχέτως ύψους.

Τα λεφτά θα είναι ακριβώς τα ίδια.

2. Να επιτρέπεται ο ανθοπώλης να ζητάει χύμα όποια ποικιλία και όσα τεμάχια θέλει.

4.2. ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

Όταν λέμε συσκευασία ενός προϊόντος εννοούμε την τοποθέτησή του σε ειδικό περίβλημα με σκοπό την προστασία του από τους φυσικούς κινδύνους και την ελκυστική του εμφάνιση.

Δεν πρέπει να συγχέουμε την τυποποίηση που είναι ποιοτικός διαχωρισμός του προϊόντος με την συσκευασία που είναι τοποθέτηση του προϊόντος σε μέσα συσκευασίας.

ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ

Ο παραγωγός για να διευκολυνθεί στην εμπορία και κυρίως την διακίνηση του προϊόντος έχει δημιουργήσει και χρησιμοποιεί ειδικές συσκευασίες.

4.2.1. Τριαντάφυλλο

Η συσκευασία του τριαντάφυλλου γίνεται με διαφανές σελοφάν και μια κορδέλα στο 1/3 του ύψους του μπουκέτου όπου αναγράφεται το ύψος των στελεχών.

Τα ανθικά στελέχη τοποθετούνται ανά 20 στην ζελατίνα και έπειτα τοποθετούνται σε κουβάδες με νερό.

(Βλέπε φωτογραφίες 16, 17, 18, 19, 20, 21 παρ. II.)

4.2.2. Ζέρμπερα

Στην περίπτωση της ζέρμπερας τα ανθικά στελέχη τοποθετούνται ανά 30 σε ζελατίνα δένονται με μια κορδέλα και λαστιχάκι και έπειτα τοποθετούνται σε κουβάδες με νερό. Αυτή είναι η πρώτη συσκευασία.

Η δεύτερη συσκευασία χρησιμοποιείται όταν πρόκειται να μεταφερθούν οι ζέρμπερες σε μεγάλες αποστάσεις. Αποτελείται από ένα χαρτοκιβώτιο διαστάσεων 40x37x8 και φέρει σειρές από τρύπες από όπου μπαίνει το στέλεχος.

Αυτή η συσκευασία είναι δαπανηρή αφού κοστίζει 650 δρχ. το τεμάχιο.
(Βλέπε φωτογραφία 22, 23 παρ. II.)

4.2.3. Συσκευασία Λιανοπωλητών

Στους λιανοπωλητές η συσκευασία είναι ίδια και για τα δύο άνθη. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία στα είδη που χρησιμοποιούνται φθάνει να υπάρχει φαντασία και βέβαια τα υλικά να είναι εύχρηστα. Τα λουλούδια μπορούν να διαταχθούν ως εξής:

Μπουκέτο: Ο πλέον κλασσικός τρόπος διάταξης σε κυκλική μορφή. Με προσθήκη πρασίνων φυτών όπως η φτέρη "γεμίζουν" τα κενά της ανθοδέσμης. Όπως επίσης και με την προσθήκη άλλων ανθέων για ποικιλία ή ακόμα και για σχηματική αντίθεση.

Ανθοδέσμη: Σε διάφορες διατάξεις κυκλική, επιμήκη, τριγωνική.

Caspo: Τοποθέτηση λουλουδιών σε δοχείο με διάφορα σχήματα σε απορροφητικό σφουγγάρι για την διατήρηση των ανθέων.

(Βλέπε φωτογραφία 24 παρ. II.)

4.2.4. Μέσα Συσκευασίας

Στην συσκευασία των ανθοπωλών υπάρχει μεγάλη ποικιλία χρωμάτων και μέσων.

Η συσκευασία λοιπόν μπορεί να γίνει:

- ◇ Με σελοφάν διάφανο ή αδιαφανές.
- ◇ Με ζελατίνα διάφανη ή με διάφορα σχήματα όπως π.χ. λουλούδια ή ακόμα και την φέρμα του ανθοπωλείου.
- ◇ Με λινάτσα που είναι ένας καινούργιος τρόπος ανθοδέσμης.
- ◇ Με χαρτί ανακυκλωμένο (οικολογικό).
- ◇ Με μεταλιζέ κόλλα.
- ◇ Με τούλι σε διάφορα χρώματα.
- ◇ Με χόρτο (μόνο δέσιμο).
- ◇ Με γκοφρέ χαρτί.
- ◇ Με πάπυρο.

Το δέσιμο της ανθοδέσμης γίνεται με:

- ◇ Με χόρτο.
- ◇ με κορδέλα υφασμάτινη.
- ◇ Με κορδέλα πλαστική.

(Βλέπε φωτογραφία 25 παράρτημα II.).

4.2.5. Σκοπός της Συσκευασίας.

Η συσκευασία παραγωγών και λιανοπωλητών έχει ως σκοπούς τους κάτωθι:

- ⇒ Να προστατεύει το προϊόν από φυσικές φθορές και επιδράσεις εξωτερικές.
- ⇒ Να διευκολύνει χειρισμούς όπως π.χ. αποθήκευση.

- ⇒ Να προωθήσει τις πωλήσεις των ανθέων.
- ⇒ Να διευκολύνει τους αγοραστές.

4.2.6. Κόστος Συσσκευασίας.

Τα βασικά στοιχεία που συνιστούν το κόστος συσκευασίας είναι :

- ⇒ Η αμοιβή της εργασίας.
- ⇒ Η αξία των αναλώσιμων υλικών.

Τα αναλώσιμα υλικά κοστίζουν:

Παραγωγοί: ζελατίνα 500-600 δρχ./ κιλό. Το κάθε μπουκέτο στοιχίζει 6-7 δρχ. περίπου.

<u>Ανθοπώλες:</u> Οικολογικό χαρτί	4-5.000 δρχ./ κιλό
Σελοφάν	1.200 δρχ. / κιλό
Τούλι	350 δρχ. / μέτρο
Πάπυρος	5.000 δρχ./ κιλό
Μεταλιζέ	1.600 δρχ./ κιλό
Γκοφρέ	350 δρχ. το ρολό

Συνήθως για κάθε ανθοδέσμη το κόστος είναι σχετικά μικρό οπότε και δεν χρεώνεται ξεχωριστά.

Κόστος εργατικών για τους παραγωγούς το 1/3 του συνολικού μισθού. Όπως προαναφέραμε τα 2/3 δίνονται για συγκομιδή, τυποποίηση. Οι ανθοδέσμες κυμαίνονται από το κόστος εργατικών για τους ανθοπώλες: Βέβαια και πληρώνεται η φαντασία και η καλή δουλειά. Σε μια απλή ανθοδέσμη το κόστος βγαίνει από την αυξημένη τιμή των λουλουδιών. Σε ακριβότερες ανθοδέσμες χρεώνεται ξέχωρα και φθάνει περίπου το 10-15% της αξίας των λουλουδιών.

4.2.7. Προβλήματα και Προτάσεις Αντιμετώπισής τους.

Το μεγάλο πρόβλημα της συσκευασίας και τρόπου παρουσίασης των λουλουδιών είναι ότι οι ανθοπώλες δεν ανανεώνουν τις γνώσεις τους παρά μένουν στις ιδέες που είχαν και προ 5ετίας π.χ.

Λίγοι είναι αυτοί που έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια. Ακόμα οι Έλληνες ανθοπώλες δεν πειραματίζονται με τις συνθέσεις. Περιμένουν την μόδα και ύστερα την ακολουθούν πιστότατα.

Οι προτάσεις μου είναι:

Σεμινάρια που θα γίνονται μέσω των συνδέσμων των ανθοπωλών η ανθοπαραγωγών.

Προσπάθεια για νέες συνθέσεις ή έστω καλυτέρευση των ήδη υπαρχόντων συνθέσεων.

4.3. ΣΗΜΑΝΣΗ

Η σήμανση είναι στενά συνδεδεμένη με την συσκευασία.

Όταν λέμε σήμανση εννοούμε τα σήματα, σύμβολα ή και λέξεις που κάνουν ένα προϊόν να ξεχωρίζει από τα άλλα.

Για την ταυτότητα των προϊόντων χρησιμοποιούμε τα παρακάτω στοιχεία.

Το εμπορικό σήμα είναι δυνατόν να είναι μια λέξη ή ένα σύμβολο κ.λ.π. που χρησιμοποιεί κάθε επιχείρηση για να αναγνωριστούν τα προϊόντα της.

Οι ετικέτες είναι όσα γράφονται πάνω σε ένα μέσο συσκευασίας για να δώσουν πληροφορίες για το προϊόν π.χ. θα μπορούσε να είναι για τα τριαντάφυλλα: Καρδάσης ποικ. Samantha λευκό 60 εκ.

Μια καλή ετικέτα για να είναι ολοκληρωμένη θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- ◊ Το εμπορικό σήμα της επιχείρησης
- ◊ Το όνομα του παραγωγού.
- ◊ Εικόνα του προϊόντος.
- ◊ Διάφορες πληροφορίες όπως μήκος, ποικιλία, αριθμ. στελεχών.

Στον Ν. Μεσσηνίας οι παραγωγοί δεν τοποθετούν ετικέτα στα προϊόντα τους.

Οι ανθοπώλες αντί για ετικέτα πάνω στο μέσο συσκευασίας της ανθοδέσμης καρφισιώνουν διάφορες κάρτες που αναφέρουν όλα τα στοιχεία. Δίνεται δωρεάν.

Το κόστος είναι περίπου 8.000 τα 10 κουτιά, το κάθε κουτί περιλαμβάνει περίπου 100 κάρτες.

Ποσό μικρό είναι το κόστος μιας κάρτας όμως σε σχέση με την διαφήμιση που γίνεται στο κατάστημα.

Βλέπε κάρτες παράρτημα II

4.3.1. Προβλήματα Σήμανσης - Προτάσεις για Αντιμετώπιση

Οι παραγωγοί δεν τοποθετούν ετικέτα στα προϊόντα τους παρά εμπιστεύονται τον χονδρέμπορο για την προώθηση των προϊόντων τους. π.χ. αν κάποιος παραγωγός τοποθετήσει ετικέτα τότε θα δει κάποιος τα δικά του άνθη και με την προϋπόθεση ότι είναι καλά θα ζητάει διαρκώς τα δικά του προϊόντα.

Αυτό είναι καλό γιατί έτσι ο παραγωγός θα είναι "υποχρεωμένος" να δίνει πάντα καλής ποιότητας άνθη εξασφαλίζοντας έτσι την διακίνηση καλών ανθέων.

Ή ακόμα και στην αντίθετη περίπτωση αν δουν ότι ο τάδε παραγωγός δεν δίνει καλά άνθη να του γίνει παρατήρηση για το καλό του.

Ακόμα και σε περίπτωση κορεσμού της αγοράς κάποια επώνυμα προϊόντα θα πουληθούν σίγουρα.

Η λύση λοιπόν είναι σελοφάν με όνομα του παραγωγού τοποθεσία προέλευσης του προϊόντος και ποικιλία.

Σίγουρα το κόστος δεν είναι πολύ μεγάλο συγκριτικά με την διαφήμιση που θα γίνει.

4.4. ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ - ΑΠΟΞΗΡΑΝΣΗ

Πολλά προϊόντα υπόκεινται μεταποίησης γιατί ζητούνται από τους καταναλωτές σε διαφορετική μορφή της αρχικής. π.χ. τα τριαντάφυλλα μπορούν να αποξηρανθούν είτε για να προστεθούν σε συνθέσεις είτε για να σταθούν αυτούσια ως σύνθεση.

Αυτή η μορφή τριαντάφυλλου έχει αρχίσει να ανεβαίνει στις προτιμήσεις των καταναλωτών γιατί παραμένουν για περισσότερο καιρό στην σύνθεση.

Για μεταποίηση - αποξήρανση στέλνονται κυρίως τα λουλούδια που έχουν ωριμάσει αρκετά, και για να μην "χάσει" ο ανθοπώλης τα αποξηραίνει. Η αποξήρανση στα ανθοπωλεία γίνεται με τον πιο απλό και κλασσικό τρόπο. Τα στελέχη τοποθετούνται σε σκιερό μέρος, ανάποδα μέχρι να χάσουν όλη τους την υγρασία.

Με αυτό τον τρόπο το κόστος της αποξήρανσης είναι μηδαμινό.

Στην Καλαμάτα υπάρχουν 2 καταστήματα που δεν συμφωνούν με την μέθοδο της απλής αποξήρανσης και παρακάτω παραθέτονται οι λόγοι:

- ◇ Τα τριαντάφυλλα που αποξηραίνονται με τον απλό τρόπο προσβάλλονται από μύκητες δεν έχουν υποστεί διεργασίες και δεν "δέχονται" σωστά τις διάφορες βαφές.
- ◇ Τα εισαγόμενα άνθη έχουν υποστεί όλες αυτές τις διαδικασίες και φυσικά είναι καλύτερης ποιότητας διατηρούνται για περισσότερο καιρό ακέραια και έχουν μεγαλύτερη ποικιλία.

Η εισαγωγή αποξηραμένου τριαντάφυλλου γίνεται από τις κάτωθι χώρες κατά σειρά προτεραιότητας

1. Ολλανδία
2. Ιταλία
3. Γαλλία

Η Ολλανδία δίνει τα καλύτερης ποιότητας τριαντάφυλλα. Το κόστος δεν είναι απαγορευτικό, έρχονται σχεδόν στην ίδια τιμή με τα Ελληνικά τα οποία και υστερούν.

Τα αποξηραμένα λουλούδια φθάνουν σε ζελατίνα μέσα σε χαρτοκιβώτιο γιατί είναι πολύ ευαίσθητα στους κραδασμούς, σπάζουν.

Η ποιότητά τους τα κατατάσσει πάντα στην Α κατηγορία.

Το 90% περίπου των αποξηραμένων δίνεται αυτούσιο όπως έρχεται δηλ. σε ματσάκια ιδίου χρώματος, το 10% προστίθεται σε συνθέσεις.

Αν σπάσει ένα στέλεχος το κεφάλι τοποθετείται σε στεφάνια ή σε μπομπονιέρες.

Τα ποσοστά που ζητούνται ανά χρώμα είναι περίπου:

45% δίχρωμο

45% κόκκινο

10% κίτρινο

(Βλέπε φωτογραφίες 26 - 27 παράρτημα II).

4.4.1. Οι Οφέλεις της Μεταποίησης - Αποξήρανσης

Τα μεταποιημένα - αποξηραμένα προϊόντα γίνονται αποδεκτά για τους εξής λόγους:

- ◇ Αποκτούν μεγαλύτερη διατηρησιμότητα.
- ◇ Διευρύνεται η αγορά των προϊόντων.
- ◇ Γίνεται εύκολη η παράδοσή τους όλο το χρόνο.
- ◇ Δεν αποτελούν ολική ζημιά για τους ανθοπώλες αφού τα μένοντα (λόγω έλλειψης ζήτησης) δεν καταστρέφονται αλλά αξιοποιούνται με την αποξήρανση.

4.4.2. Προβλήματα - Προτάσεις.

Ένα από τα προβλήματα είναι ότι το κόστος αγοράς αποξηραμένων είναι επιβαρημένο γιατί τα αποξηραμένα εισαγωγής προτιμούνται από τα Ελληνικά λόγω καλύτερης ποιότητας.

Ένα άλλο πρόβλημα είναι ότι οι ανθοπώλες της Μεσσηνίας νομίζουν ότι με την τεχνική του "κρεμάσματος" αποκτήσανε και αποξηραμένα.

Δεν είναι έτσι. Τα αποξηραμένα αυτά άνθη στερούνται ποιότητας δεν δέχονται τις βαφές και προσβάλλονται από ασθένειες.

Επίσης δεν υπάρχει μεταποίηση αφού δεν έχει ζητηθεί ποτέ από τους παραγωγούς η χρήση των ανθέων στην αρωματοβιομηχανία.

Για την μείωση του κόστους θα μπορούσαν να αγοράζουν Ελληνικά αποξηραμένα αποζητώντας ταυτόχρονα ποιότητα. Προμηθευόμενοι οι παραγωγοί αποξηραμένα μέσω συνεταιρισμών δηλ. σε μεγαλύτερες ποσότητες μειώνουν επίσης το κόστος.

Για καλύτερες αποξηραμένες συνθέσεις καλό είναι να χρησιμοποιούνται επαγγελματικές μέθοδοι και προσωπική εργασία του ανθοπώλη.

4.5. ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ - ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ

4.5.1. Παραγωγοί

α) Τριαντάφυλλα

Τα τριαντάφυλλα κόβονται κατά τις πρωινές ώρες. Η διάρκεια ζωής του κομμένου άνθους καθορίζεται από τις καλλιεργητικές φροντίδες και τις περιβαλλοντικές συνθήκες, αλλά κυρίως από τους μετασυλλεκτικούς χειρισμούς. Καθοριστική επίδραση στην μακροβιότητα του άνθους έχει η καταλληλότητα του σταδίου συλλογής τους.

Τα πρόωρα κομμένα τριαντάφυλλα συχνά παρουσιάζουν κύρτωση του λαιμού ακριβώς κάτω από το άνθος, ενώ τα τριαντάφυλλα που συγκομίζονται καθυστερημένα δείχνουν μικρή διατηρησιμότητα στο ανθοδοχείο. Προληπτικά η κύρτωση του λαιμού μπορεί να αποφευχθεί αν αμέσως μετά τη συγκομιδή οι άκρες των ανθικών στελεχών τοποθετηθούν για μερικές ώρες στο νερό στους 22-24C που περιέχει 2% ζαχαρόζη και 200ppm γ- υδροξυκινολίνη. Από έρευνες έχει βρεθεί ότι θα πρέπει να αποφεύγεται η απομάκρυνση των αγκαθιών από τη βάση των στελεχών των κομμένων ανθέων, προκειμένου να διευκολυνθούν οι διάφοροι χειρισμοί, γιατί κάτι τέτοιο πιθανόν επηρεάζει θετικά την είσοδο των μικροοργανισμών και το φράξιμο των αγγείων του στελέχους, επιτυγχάνοντας την μάρανση των πετάλων.

Όταν τα κομμένα άνθη πρόκειται να διατεθούν στις εσωτερικές αγορές (τοπικές) αμέσως μετά την κοπή τους και πριν την ταξινόμησή τους τοποθετούνται για 12 ώρες τουλάχιστον σε κρύο νερό και σε χώρους με θερμοκρασίες στους 4° C. Εάν όμως η διάθεση τους είναι για την εξωτερική αγορά δεν εβαπτίζονται στο νερό (ξηρή αποθήκευση) αλλά διατηρούνται όρθια μέσα σε δοχεία επενδεδυμένα με φύλλα πολυαιθυλενίου ώστε να αποφεύγεται η απώλεια υγρασίας και να κυκλοφορεί σταθερά το O₂ και το CO₂. Μετά την αποθήκευσή τους και μέχρι την κατανάλωση συνίσταται η άκρη των στελεχών να ξανακόβεται (1-2)cm και να διατηρούνται σε υδατικό διάλυμα συντηρητικών ουσιών σε θερμοκρασία χώρου 4°C περίπου.

Τα τριαντάφυλλα χρειάζονται τουλάχιστον 2 ημέρες το ψυγείο πριν την κατανάλωση γιατί η 1^η ημέρα χρειάζεται για την σκληραγώγηση των ανθέων και η δεύτερη για την συσκευασία την τρίτη ημέρα είναι έτοιμα να δοθούν στο εμπόριο.

Εκτός των 2 ημερών όμως τα λουλούδια μπορούν να διατηρηθούν στο ψυγείο ως και 5 ημέρες στους 4°C.

β) Ζέρμπερες

Η ζέρμπερα κόβεται κατά τις πρωινές ώρες. Το στάδιο συγκομιδής τους παίζει σημαντικό ρόλο, αν η ζέρμπερα κοπεί πρόωρα τότε δεν ανοίγει στο βάζο και η όψη της δείχνει ανωριμότητα. Αν πάλι κοπεί όψιμα τότε παρουσιάζεται κύρτωση του λαιμού και βέβαια δεν διατηρείται στο βάζο.

Η ζέρμπερα παραμένει τουλάχιστον μια ημέρα στο ψυγείο του παραγωγού για να σκληρύνει με ειδικό διάλυμα, Cryzal, για τη συντήρησή τους στους 6°C. Μετά από μια ημέρα τα άνθη δίνονται στους ανθοπώλες. Αν όμως δεν πουληθεί αμέσως μπορεί να κρατηθεί από τον παραγωγό και 3 ημέρες.

(Βλέπε φωτογραφίες 28 -29 παράρτημα II).

4.5.2. Ανθοπώλες

Οι ανθοπώλες αφού παραλάβουν τα ανθικά στελέχη τα βγάζουν από τους κουβάδες και τα τοποθετούν μέσα στα ειδικά ανθοδοχεία μεγάλης χωρητικότητας στο ψυγείο και σε θερμοκρασία που κυμαίνεται από 5-11°C.

Τα τριαντάφυλλα μπορούν να διατηρηθούν και μια εβδομάδα.

Η ζέρμπερα έχει μικρότερη διάρκεια ζωής και στις 2 περιπτώσεις η διάρκεια εξαρτάται από την διάρκεια που ο παραγωγός κρατούσε τα άνθη πριν την διάθεσή τους στους ανθοπώλες.

4.5.3. Κόστος Αποθήκευσης.

Το κόστος αποθήκευσης και για τους ανθοπώλες και για τους παραγωγούς επηρεάζεται από:

- ◊ Το κεφάλαιο που επενδύθηκε για την αγορά του ψυγείου
- ◊ Την συντήρησή του
- ◊ Το κόστος της Δ.Ε.Η.
- ◊ Το χώρο που καταλαμβάνει το ψυγείο και κατά πόσο θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για άλλη εργασία.

4.5.4. Προβλήματα - Προτάσεις.

Σε αυτόν το τομέα δεν παρουσιάζονται προβλήματα.

4.6. ΜΕΤΑΦΟΡΑ

Η μεταφορά τριαντάφυλλων γίνεται με φορτηγά ψυγεία είτε για την αγορά της Αθήνας είτε για την τοπική αγορά. Λειτουργούν στους 2-4°C.

Στην ζέρμπερα χρησιμοποιείται απλό φορτηγό. Η μεταφορά γίνεται κάθε 2 ημέρες. Τα άνθη ταλαιπωρούνται πολύ ειδικά κατά τις ζεστές ημέρες αφού στο εσωτερικό του φορτηγού αναπτύσσονται υψηλές θερμοκρασίες.

4.6.1. Κόστος Μεταφοράς

Το κόστος επηρεάζεται από:

- ◇ Το κεφάλαιο που διατέθηκε για την αγορά του φορτηγού ψυγείου ή απλού
- ◇ Συντήρηση του αυτοκινήτου
- ◇ Μισθός ατόμων - οδηγών
- ◇ Ασφάλιστρα - τέλη κυκλοφορίας.

Στην ζέρμπερα η μεταφορά γίνεται 2 φορές την εβδομάδα στην Αθήνα και κοστίζει 30.000 δρχ. για 1200 περίπου άνθη.

Για το τριαντάφυλλο το κόστος είναι 50.000 δρχ. η μεταφορά για ίδια ποσότητα.

4.6.2. Προβλήματα - Προτάσεις.

Πρόβλημα είναι το κόστος της μεταφοράς, το οποίο, θα μπορούσε να μειωθεί αν ο παραγωγός, πήγαινε ο ίδιος, τα προϊόντα στην Αθήνα.

Η θα μπορούσαν οι παραγωγοί να συνεννοηθούν έτσι ώστε να πηγαίνει ένα φορτηγό στην Αθήνα για να πληρώνεται ένας οδηγός προς όφελος βέβαια των παραγωγών (κοινή μεταφορά).

4.7. ΦΘΟΡΕΣ ΚΑΙ ΖΗΜΙΑ

Οι φθορές που παρατηρούνται είναι οι εξής:

Για τους παραγωγούς:

- ◆ Σπασμένα στελέχη από κακούς χειρισμούς
- ◆ Χάνονται οι κουβάδες κατά τη μεταφορά
- ◆ Ταλαιπωρία των στελεχών κατά την μεταφορά
- ◆ Να μην υπάρχει ζήτηση

Για τους ανθοπώλες

- ◆ Παραλαβή παραγγελίας με κάποια σπασμένα στελέχη
- ◆ Να παραλάβουν ανθικά στελέχη που έχουν συγκομισθεί από καιρό
- ◆ Να μείνουν απούλητα τα λουλούδια.

4.7.1. Προβλήματα - Προτάσεις.

Για τους ανθοπώλες η αντιμετώπιση είναι εύκολη αφού δεν έχουν τίποτα να χάσουν, αν δεν αγοράσουν άνθη από τον παραγωγό που δεν πληρεί τους κανόνες. Μπορούν επίσης για να μην είναι δραστήκιός να επιστρέψει το μπουκέτο και να μην πληρώσει.

Όσο για τους κουβάδες δεν υπάρχει άμεση λύση αφού μπερδεύονται διαρκώς.

Για την περίπτωση των απούλητων ανθέων μπορεί να γίνει:

- ◊ Αποξήρανση
- ◊ Παράδοση σε λαϊκές.

4.8. ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ

Για μια επιτυχημένη είσοδο ενός προϊόντος στην αγορά πρέπει να είναι γνωστά κάποια στοιχεία όπως:

- ◊ Ανάγκες της αγοράς
- ◊ Την ζήτηση και την προσφορά
- ◊ Την τιμή που μπορεί να απολαμβάνει το προϊόν

Σ' αυτό μπορεί να βοηθήσει η "πληροφόρηση αγοράς" που περιλαμβάνει τη συγκέντρωση κάθε δεδομένου που αναφέρεται στις συνθήκες αγοράς των διάφορων ανθοκομικών προϊόντων.

Ενώ αντίθετα η "έρευνα αγοράς" συγκεντρώνεται σε ένα ειδικό πρόβλημα όπως π.χ. γιατί το συγκεκριμένο προϊόν παρουσιάζει μείωση στις πωλήσεις κ.λ.π.

4.8.1. Απαραίτητες Ιδιότητες Πληροφοριών

Για να είναι χρήσιμες οι πληροφορίες στους παραγωγούς θα πρέπει:

- ◊ Να είναι ακριβείς και σαφείς ώστε να μπορεί να συμπεράνει ο παραγωγός που ορίζοντας οι διάφορές τιμών στα ανθικά προϊόντα
- ◊ Να είναι επίκαιρες

- ◊ Να δίνονται με απλό τρόπο για να γίνονται κατανοητές από τους παράγοντες.

4.8.2. Ωφέλειες της Πληροφόρησης

Η πληροφόρηση της αγοράς γίνεται μια από τις πιο σπουδαίες λειτουργίες εμπορίας με τα παραπάνω πλεονεκτήματα και οικονομικά οφέλη:

α. για τους παραγωγούς.

1. Παράγουν τα προϊόντα που έχουν ζήτηση
2. Πουλούν τα προϊόντα στον κατάλληλο τόπο και χρόνο
3. Πουλούν τα προϊόντα στην κατάλληλη ποιότητα που ζητά ο καταναλωτής.

β. Για τους καταναλωτές.

1. μαθαίνουν να εκτιμούν τα προϊόντα που κυκλοφορούν και να αγοράζουν τα καλύτερα από ποιοτική άποψη και σε λογικές τιμές ανθοκομικά προϊόντα.
2. Προσέχουν τα έξοδά τους.

γ. Για τους φορείς εμπορίας.

1. Θα πουλήσουν τα προϊόντα που προτιμούνται στην αγορά
2. Θα λάβουν υπ' όψη τις ανταγωνίστριες εταιρίες.

δ. Για το κράτος.

1. Γίνεται σωστός προγραμματισμός και εξαγγέλλονται προγράμματα για την διεθνή και εσωτερική αγορά.
2. Προωθεί και διευρύνει τις εξαγωγές.

4.8.3. Πηγές και Μέσα Διαδόσεως Πληροφοριών

Οι σημαντικότερες πηγές πληροφόρησης είναι η Α.Τ.Ε. το Υπουργείο Γεωργίας, οι κατά τόπους Διευθύνσεις Γεωργίας τα ιδρύματα έρευνας η Ε.Σ.Υ.Ε. (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας).

Τα μέσα πληροφόρησης είναι το ραδιόφωνο η τηλεόραση, τουριστικοί οδηγοί, τα περιοδικά, διαφημιστικά φυλλάδια, οι εκθέσεις κ.λ.π.

4.8.4 Προβλήματα - Προτάσεις

Ούτε οι ανθοπαραγωγοί ούτε οι ανθοπώλες του Ν. Μεσσηνίας πραγματοποιούν έρευνες αγοράς. Το κόστος μιας έρευνας αγοράς είναι υπερβολικό για το μικρό μέγεθος των Μεσσηνίων ανθοπαραγωγών - ανθοπωλών. Εκείνο που μπορούν να κάνουν είναι να φροντίζουν να μαθαίνουν τα αποτελέσματα ερευνών που γίνονται σε πανελλήνια ή διεθνή κλίμακα είτε από το κράτος είτε από άλλους φορείς και τις πληροφορίες αυτές να τις αξιοποιούν κατάλληλα για τα προϊόντα τους στις συνθέσεις που επικρατούν στον Ν. Μεσσηνίας.

4.9. ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ

Η κατοχή αγαθών δημιουργεί κινδύνους από μελλοντικά απρόβλεπτα γεγονότα.

Αυτοί οι κίνδυνοι διακρίνονται σε:

- ◇ Φυσικούς κινδύνους
- ◇ Απότομες αλλαγές στην θερμοκρασία σε ψυγεία μπορεί να προκαλέσουν καταστροφή όλο του εμπορεύματος.
- ◇ Εντομολογικές προσβολές επίσης μπορεί να μειώσουν την ποιότητα του εμπορεύματος.
- ◇ Απροσεξία κ.τ.λ.
- ◇ Κίνδυνοι αγοράς.

Είναι οι κίνδυνοι που αναφέρονται στο αν θα διατεθεί όλο το εμπόρευμα στην τιμή που πρέπει ή αυτό θα παραμείνει απούλητο.

4.9.1. Αντιμετώπιση - Προτάσεις.

Για τους φυσικούς κινδύνους μπορεί να γίνει καλύτερη συντήρηση.

Για τους κινδύνους αγοράς μπορεί να γίνει:

- ◇ Ετικέτα στα προϊόντα.
- ◇ Να γίνουν προσφορές στους ανθοπώλες.
- ◇ Λαϊκή.

4.10. ΠΡΩΘΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Για να πουληθεί ένα ανθοκομικό προϊόν θα πρέπει αυτή η ανάγκη να δημιουργηθεί στον καταναλωτή έτσι ώστε αυτός να αγοράσει λουλούδια.

Οι μέθοδοι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν είναι:

- ◇ Διαφήμιση.
- ◇ Προσωπική πώληση όπως και συμβαίνει στον Ν. Μεσσηνίας.
- ◇ Με δημόσιες σχέσεις.
- ◇ Με ειδικά προγράμματα προωθήσεως των πωλήσεων.

βλέπε σχεδ. 1 παρ. II.

4.10.1. Προβλήματα - Προτάσεις για Αντιμετώπιση

Το πρόβλημα είναι ότι διαφήμιση γίνεται μόνο σε περιοδικά και με τις κάρτες. Επίσης είναι πολύ λίγοι αυτοί που περιστασιακά και αποσπασματικά έχουν κάνει καταχωρήσεις σε τοπικό ραδιόφωνο και εφημερίδα.

Οι προτεινόμενες λύσεις είναι:

1. Για τους ανθοπαραγωγούς η καλύτερη λύση είναι η προσωπική επαφή με τους ανθοπώλες αφού ο αριθμός τους είναι μικρός και πρακτικά εφαρμόσιμος.
2. Να γίνεται μια διαφημιστική καμπάνια εκ μέρους όλων των ανθοπωλών για τα λουλούδια.
3. Να γίνονται εκθέσεις π.χ. 1 Μάη με την βοήθεια του δήμου χωρίς να ζητάει συμμετοχή και κυρίως να είναι εκθέσεις ανθοπωλών.

4. Να μοιράζονται καρτούλες του ανθοπωλείου από σπίτι σε σπίτι.
5. Να γίνονται καταχωρήσεις σε διαφημιστικό πίνακα.
6. Διαφημίσεις από το τοπικό ραδιόφωνο με μικρό κόστος κυρίως για τις ιδιαίτερες υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν όπως, στολισμός γάμων, τελετών, χώρων εγκαινίων στεφάνων κηδειών κ.τ.λ.

4.11. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Για να ξεκινήσει μια επιχείρηση θα πρέπει να έχει κεφάλαια. Λέγοντας χρηματοδότηση εννοούμε την διαδικασία εξεύρεσης κεφαλαίων, πως τα κεφάλαια θα διατεθούν και τέλος πως θα αποπληρωθούν.

Ποιες όμως θα μπορούσαν να είναι οι πηγές χρηματοδότησης.

Οι πηγές χρηματοδότησεως χωρίζονται σε αυτοχρηματοδότηση και εξωτερική χρηματοδότηση.

Στην δεύτερη κατηγορία υπάγονται η Α.Τ.Ε. (Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος) και οι Κοινοτικές ενισχύσεις.

Οι παραγωγοί θερμοκηπίων τριανταφυλλιάς έχουν τύχει και των τριών ενισχύσεων.

4.11.1. Π.Ε.Π.

Παρακάτω παρατίθενται διάφορα στοιχεία για τους παραγωγούς που μπορεί να τύχουν οικονομικής ενίσχυσης από το ΠΕΠ (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ).

Σύμφωνα με :

1. Την Κοινή Απόφαση Αριθ. 163/7-2-95 των κ.κ. Υπουργών Γεωργίας και Οικονομικών.
2. Την 6033/13-7-94 Απόφαση Πρωθυπουργού και Υπουργού Γεωργίας «Περί ανάθεσης αρμοδ. στους Υφυπουργούς Γεωργίας» (Φ.Ε.Κ. 550/Β/15-7-94).

4. Να μοιράζονται καρτούλες του ανθοπωλείου από σπίτι σε σπίτι.
5. Να γίνονται καταχωρήσεις σε διαφημιστικό πίνακα.
6. Διαφημίσεις από το τοπικό ραδιόφωνο με μικρό κόστος κυρίως για τις ιδιαίτερες υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν όπως, στολισμός γάμων, τελετών, χώρων εγκαινίων στεφάνων κηδειών κ.τ.λ.

(Βλέπε φωτογραφία 30, 31, 32 παράρτημα II.)

4.11. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Για να ξεκινήσει μια επιχείρηση θα πρέπει να έχει κεφάλαια. Λέγοντας χρηματοδότηση εννοούμε την διαδικασία εξεύρεσης κεφαλαίων, πως τα κεφάλαια θα διατεθούν και τέλος πως θα αποπληρωθούν.

Ποιες όμως θα μπορούσαν να είναι οι πηγές χρηματοδότησης.

Οι πηγές χρηματοδότησεως χωρίζονται σε αυτοχρηματοδότηση και εξωτερική χρηματοδότηση.

Στην δεύτερη κατηγορία υπάγονται η Α.Τ.Ε. (Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος) και οι Κοινοτικές ενισχύσεις.

Οι παραγωγοί θερμοκηπίων τριανταφυλλιάς έχουν τύχει και των τριών ενισχύσεων.

4.11.1. Π.Ε.Π.

Παρακάτω παρατίθενται διάφορα στοιχεία για τους παραγωγούς που μπορεί να τύχουν οικονομικής ενίσχυσης από το ΠΕΠ (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ).

Σύμφωνα με :

1. Την Κοινή Απόφαση Αριθ. 163/7-2-95 των κ.κ. Υπουργών Γεωργίας και Οικονομικών.
2. Την 6033/13-7-94 Απόφαση Πρωθυπουργού και Υπουργού Γεωργίας «Περί ανάθεσης αρμοδ. στους Υφυπουργούς Γεωργίας» (Φ.Ε.Κ. 550/Β/15-7-94).

3. Την με Α.Π. 394576/31-10-94 απόφαση του Υφυπουργού Γεωργίας περί «Μεταβίβασης στους Γεν. Γραμματείς να υπογράψουν με εντολή Υφυπουργού».
4. Την με Α.Π. 297/17-3-95 απόφαση του Υπουργού Γεωργίας περί «Καθορισμού δικαιολογητικών και τρόπου πληρωμής κ.λ.π.» του Π.Ε.Π. '94-'99.

1. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ.

Εγκρίνουμε τη χορήγηση οικονομικής ενίσχυσης για τις ακόλουθες δραστηριότητες.

Α. Εγκατάσταση σύγχρονων τυποποιημένων θερμοκηπίων με τον απαραίτητο εξοπλισμό τους, για την αξιοποίηση ηπίων μορφών ενέργειας και περιορισμό της χρήσης φυτοφαρμάκων, προς παραγωγή κηπευτικών και ανθοκομικών προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Β. Εξοπλισμό εγκατεστημένων τυποποιημένων θερμοκηπίων με συστήματα για την καλύτερη αξιοποίηση των ηπίων μορφών ενέργειας (ηλιακή ενέργεια, βιομάζα, γεωθερμία) και περιορισμό της χρήσης φυτοφαρμάκων προς παραγωγή κηπευτικών και ανθοκομικών προϊόντων υψηλής ποιότητας.

Γ. Ύψος ενίσχυσης:

Για τα ανωτέρω Α και Β η οικονομική ενίσχυση ορίζεται σε ποσοστό 50% επί της συνολικής επένδυσης.

Ειδικότερα για τους νέους γεωργούς (δηλαδή να είναι κάτω των σαράντα ετών και εφόσον έχουν εκμετάλλευση, αυτή να μην ξεπερνά τη διάρκεια λειτουργίας των πέντε ετών), δίδονται επιπλέον 10 ποσοστιαίες μονάδες, ήτοι ποσοστό ενίσχυσης για τους νέους γεωργούς 60%. Σε περίπτωση εταιρειών με συμμετοχή νέων αγροτών το επί πλέον ποσοστό της ενίσχυσης (10%) θα καταβάλλεται ανάλογα με την ποσοστιαία συμμετοχή των νέων αγροτών στην εταιρεία.

Δ. Μέγεθος μονάδων

- ♦ Για τις νέες μονάδες (παράγραφος Α) η έκτασή τους δεν μπορεί να είναι κατώτερη των 3 στρεμμάτων και μεγαλύτερη των 5 στρεμμάτων.

- ♦ Για την βελτίωση υπαρχόντων μονάδων (παράγραφος Β) η έκτασή τους δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη των 5 στρεμμάτων.
- ♦ Σε περίπτωση που πρόκειται για επέκταση θερμοκηπιακής μονάδας με την εγκατάσταση του νέου θερμοκηπίου το τελικό μέγεθος της μονάδας δεν θα πρέπει να είναι μεγαλύτερο των 5 στρεμμάτων ενώ δεν θα ισχύει ο περιορισμός των 3 στρεμμάτων.

2. ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΙΝΑΙ:

- ♦ Γεωργοί κηπευτικών ή ανθοκομικών ειδών με εμπειρία και γνώση της καλλιέργειας καθώς και της διάθεσης του προϊόντος με βεβαίωση των αρχών.
- ♦ Νέοι γεωργοί που έχουν παρακολουθήσει ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα των Δ/νσεων Γεωργίας με βεβαίωση των αρχών.
- ♦ Γεωπόνοι και Τεχνολόγοι γεωπονίας φυτικής παραγωγής ελεύθεροι επαγγελματίες, με βεβαίωση των αρχών.
- ♦ Νομικά πρόσωπα των οποίων οι κύριοι μέτοχοι να είναι εκ των ανωτέρω.

3. ΤΟΠΟΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

- ♦ Να έχει εύκολη πρόσβαση σε οδικό δίκτυο.
- ♦ Να βρίσκεται σε τέτοια απόσταση από κατοικίες ώστε να μην δημιουργούνται προβλήματα.
- ♦ Το έδαφος να είναι κατά το δυνατό επίπεδο ώστε να μην απαιτούνται μεγάλες δαπάνες διαμόρφωσης.
- ♦ Να διαθέτει κατάλληλο νερό άρδευσης.
- ♦ Να δίδεται ιδιαίτερη έμφαση ώστε οι νέες μονάδες να εγκαθίστανται εντός θερμοκηπιακών ζωνών με την προοπτική ότι αυτές θα αποτελέσουν θερμοκηπιακά κέντρα που θα διαθέτουν τεχνική υποστήριξη και εφόδια για τους παραγωγούς και μέσα τυποποίησης, συσκευασίας, με την κατάλληλη δε συγκέντρωση της παραγωγής θα δύνανται να προωθήσουν την εμπορία των προϊόντων στο εσωτερικό και εξωτερικό.

Για την εγκατάσταση σύγχρονων τυποποιημένων θερμοκηπιακών η ενίσχυση ορίζεται μέχρι 16.775.000 δρχ. / στέμμα θερμοκήπιο.

Για τον εξοπλισμό εγκατεστημένων τυποποιημένων θερμοκηπίων η ενίσχυση ορίζεται μέχρι 9.150.000 δρχ. / στρέμμα.

Στην περιφέρεια Πελοποννήσου και συγκεκριμένα για τον Ν. Μεσσηνίας δόθηκαν 209 εκατομμύρια δρχ.

4.11.2. Μεσογειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα

ΘΕΜΑ: Οικονομικές ενισχύσεις για δραστηριότητες του ΜΟΠ Αιγαίου.

Η επιτροπή Τιμών και Εισοδημάτων έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του Ν. 1558/85 Φ.Ε.Κ. 137 Α΄.
2. Τις διατάξεις του Ν.Δ. 131/74 «περί παροχής οικονομικών ενισχύσεων εις την γεωργικήν κ.λ.π. παραγωγήν» όπως τροποποιήθηκε με το Ν. 1409/83
3. Τον Καν. 2088/ΕΟΚ της 23^{ης} Ιουλίου του Συμβουλίου για τα ολοκληρωμένα μεσογειακά Προγράμματα
4. Την αριθ. Ε (87) 2455/11 απόφαση της Επιτροπής Ε.Κ. για την έγκριση του ΜΟΠ Αιγαίου.
5. Την 293/1984 απόφασή μας περί καθορισμού αμοιβών για τη διαχείριση των πιστώσεων ή χρηματοδοτήσεων του Δημοσίου στο γεωργικό τομέα
6. Την αριθ. 262936/17-3-88 εισήγηση του Υπουργού Γεωργίας, με την οποία εισηγείται την εφαρμογή του ΜΟΠ Αιγαίου.

ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ ΟΜΟΦΩΝΑ

1. Εγκρίνει την εφαρμογή δραστηριοτήτων στα πλαίσια της παραγράφου 3 του κεφαλαίου 5 του ΜΟΠ Αιγαίου κατά την περίοδο 1986 - 1992.
2. Οι δραστηριότητες που εγκρίνεται να ενισχυθούν, οι δικαιούχοι, καθώς και το ύψος, οι όροι και οι προϋποθέσεις χορήγησης των ενισχύσεων καθορίζονται στη συνέχεια:

Χορήγηση οικονομικής ενίσχυσης για την αξιοποίηση ήπιων μορφών ενέργειας (γεωθερμία και ηλιακή ενέργεια) για παραγωγή ανθοκομικών προϊόντων. (Συνολική δημόσια δαπάνη 3.584 χιλ. ECUS).

α) Δικαιούχοι:

1. Για τις αποδεικτικές μονάδες η τοπική Αυτοδιοίκηση και Συν/κές οργανώσεις οι οποίες θα αναλάβουν και την μετέπειτα διαχείριση του θερμού νερού, στην περίπτωση γεωθερμίας, ενώ για την περίπτωση ηλιακής ενέργειας όπως στην περίπτωση (2) κατωτέρω.
2. Για την εγκατάσταση θερμοκηπίων παραγωγής ανθοκομικών προϊόντων η τοπική Αυτοδιοίκηση, Συν/κές Οργανώσεις, γεωργοί με γνώσεις και εμπειρία στην καλλιέργεια ανθοκομικών ειδών με βεβαίωση των αρχών και γεωπόνοι καθώς και τεχνολόγοι γεωπονίας φυτικής παραγωγής (ελεύθεροι επαγγελματίες) ή άλλα νομικά πρόσωπα.

β) Ύψος ενίσχυσης

1. Χορήγηση οικονομικής ενίσχυσης στους φορείς που θα προβούν στην εγκατάσταση των αποδεικτικών μονάδων μέχρι το 70% των δαπανών και μέχρι 476.000 ECUS ανά μονάδα 4 στρ. γεωθερμίας και μέχρι 280.000 ECUS ανά μονάδα 4 στρ. με ηλιακή ενέργεια.
2. Χορήγηση οικονομική ενίσχυσης στους φορείς που θα προβούν στην εγκατάσταση θερμοκηπίων παραγωγής ανθοκομικών προϊόντων με γεωθερμία η ηλιακή ενέργεια μέχρι 70% των δαπανών και μέχρι 49.000 ECUS / στρ. Προκειμένου περί φυσικών προσώπων το ύψος της ενίσχυσης δεν είναι δυνατό να είναι μεγαλύτερο των 490.000 ECUS.
3. Οι δικαιούχοι υποβάλλουν γεωργοοικονομική μελέτη στη Δ/ση Γεωργίας της περιοχής εγκατάστασης.

Η Δ/ση Γεωργίας εισηγείται σχετικά στη Δ/ση Δενδροκηπευτικής του Υπουργείου Γεωργίας η οποία αξιολογεί τη μελέτη. Με απόφαση του Υπουργού Γεωργίας εγκρίνεται η χορήγηση της οικονομικής ενίσχυσης για κάθε σχέδιο και καθορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις καταβολής της.

4. Όσοι δεν τηρούν το σχέδιο κάλυψης τουλάχιστον κατά 80% με ανθοκομικά φυτά υποχρεούνται στην επιστροφή της ενίσχυσης και των 2 ενισχύσεων έχουν τύχει οι παραγωγοί τριαντάφυλλου Ζέρμπερας στο Ν. Μεσσηνίας.

4.11.3. Προβλήματα που Παρουσιάζονται με τις πηγές Χρηματοδότησεως. Προτάσεις.

Σύμφωνα με την γνώμη παραγωγού “μια επιχείρηση που έχει τύχει δανείου από τράπεζα χρειάζεται τουλάχιστον μια δεκαετία για να αποδώσει”.

Και αυτό γιατί τα πρώτα χρόνια η επιχείρηση αποσβένεται και χρειάζεται να κατατεθούν οι δόσεις εξόφλησης του δανείου οι οποίες με τους τόκους ανέρχονται σε μεγάλα ποσά.

Αν και τα μεγαλύτερα προβλήματα παρουσιάζονται όταν κάποιος καταθέσει ανάλογη αίτηση στην Α.Τ.Ε. για δανειοδότηση.

Η γραφειοκρατία είναι αρκετά μεγάλη γιατί χρειάζονται εγγυήσεις των εγγυήσεων για την φερεγγυότητα ενός ατόμου. Μπορεί κάποιος να χρειαστεί και 2 χρόνια για να ξεκινήσει την επιχείρησή του.

Και σίγουρα δεν φθάνουν μόνο αυτά θα πρέπει κάποιος να προσθέσει και από τα δικά του χρήματα. Οπότε η έλλειψη μετρητών, και μάλιστα τα επιτόκια που χάνονται αν αυτά τα χρήματα ήταν στην τράπεζα, είναι αρκετά μεγάλη και οι νέοι παραγωγοί βρίσκονται σε δυσχέρεια.

Επίσης αν δεν ξεχρεωθεί το δάνειο γίνεται δήμευση του θερμοκηπίου.

Και αυτό γιατί οι παραγωγοί επαναπαύονται και δεν καταθέτουν το δάνειο.

Καλό θα ήταν να βρουν μια λύση παραγωγοί και Α.Τ.Ε. Να βρει ένα τρόπο η Α.Τ.Ε. να τους “αναγκάσει” να δίνουν τις δόσεις.

Θα μπορούσε να γίνει κάπως έτσι:

- Να στέλνονται ειδοποιητήρια για την κάθε δόση.
- Αν κάποιος πάρει 10.000.000 και θα πρέπει να ξεχρεώσει σε 5 χρόνια να υποχρεούνται στα 25 χρόνια να δώσει τα μισά τουλάχιστον αλλιώς δεν θα ισχύει το χρονικό όριο.
- Να μειώσει τα επιτόκια.

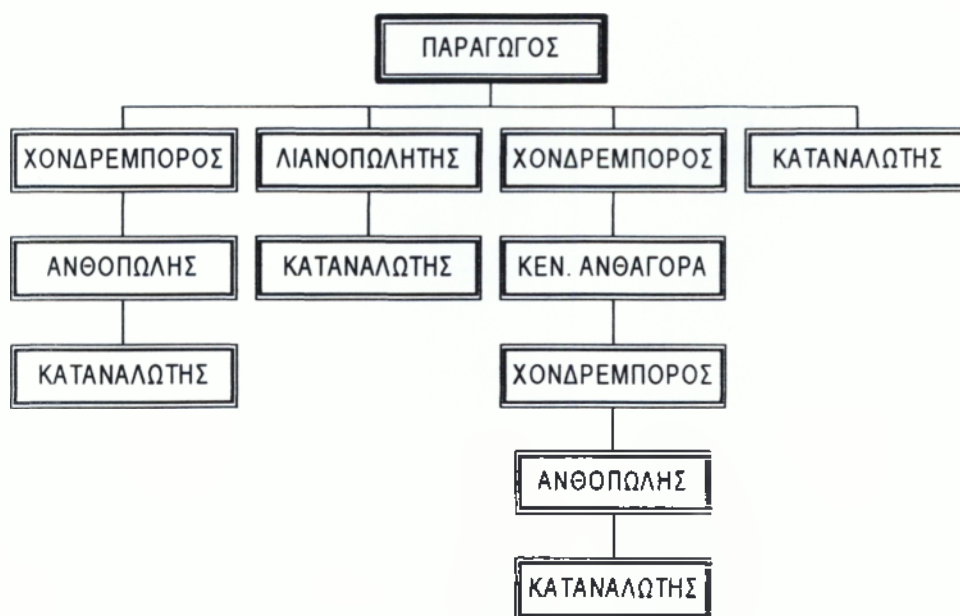
- Να μην παίρνουν δάνεια για ποσά μεγαλύτερα από εκείνο που μπορούν να ξεχρεώσουν με βάση τις αρχικές μελέτες της επένδυσης.

4.12. ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Τα δίκτυα διανομής θα αναπτυχθούν από κοινού για το τριαντάφυλλο και την ζέρμπερα γιατί είναι το ίδιο και για τα δύο άνθη.

Τα κυριότερα κανάλια διανομής είναι:

- α) ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ → ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΣ → ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΗΣ → ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
- β) ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ → ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΗΣ → ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
- γ) ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ → ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
- δ) ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ → ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΟΣ → ΑΝΘΑΓΟΡΑ → ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΗΣ → ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ



4.12.1. Επιλογή Δικτύου Διανομής.

Η επιλογή του δικτύου διανομής γίνεται από τον παραγωγό βάσει διαφόρων παραγόντων όπως:

- α) Η απόσταση του καταναλωτικού κέντρου.
- β) Αν υπάρχει τοπική αγορά.

γ) Το πόσο εύκολο είναι να διαθέσει το προϊόν μόνος (γνωριμίες).

Στον Ν. Μεσσηνίας ισχύουν τα συστήματα α, β για την τοπική αγορά και αυτό γιατί:

Περίπτωση (α). παραγωγός για να διαθέσει τα προϊόντα του σε όλα τα ανθοπωλεία της περιοχής δίδει μέρος της παραγωγής σε χονδρέμπορο. Έτσι ώστε αυτός να τα διαθέσει σε ανθοπωλεία όπου έχει τις απαραίτητες γνωριμίες. Αλλιώς αυτά τα καταστήματα θα αγόραζαν από κάποιον χονδρέμπορο της Αθήνας, άγνωστου παραγωγού άνθη.

Περίπτωση (β). ο παραγωγός παραδίδει την παραγωγή του σε καταστήματα της περιοχής όπου απέκτησε σαν πελάτες μέσω τρίτων (γνωστών) είτε από προσωπική επαφή.

Τα κανάλι διανομής παραγωγός - καταναλωτής δεν χρησιμοποιείται διότι: Αν ένας παραγωγός διέθετε τα προϊόντα του απευθείας, τα καταστήματα θα έπαυαν να αγοράζουν από αυτόν. Και είναι γνωστό ότι ένα ανθοπωλείο μόνο του δεν μπορεί να διαθέσει όλη την παραγωγή ενός θερμοκηπίου σε μια ημέρα.

Για τις εξωτερικές αγορές κυρίως Αθήνα (Ανθαγορά) ακολουθείται ένα μόνο δίκτυο διανομής και αυτό είναι το μεγάλο πρόβλημα των παραγωγών.

Το δίκτυο αυτό είναι:

Παραγωγός→Χονδρέμπορος→Ανθαγορά→Χονδρέμπορος→Λιανοπωλητής → καταναλωτής

4.12.2. Κόστος Διανομής

Το κόστος διανομής είναι διαφορετικό για κάθε κανάλι που ακολουθείται.

Όταν πρόκειται για τοπική αγορά και το κανάλι παραγωγός → ανθοπώλης το κόστος είναι αμελητέο όταν όμως πρόκειται να εισέλθουν χονδρέμποροι στην όλη διαδικασία διανομής το κόστος μπορεί να φθάσει και το 50% τα οποία διατίθεται για προμήθεια έμποροι και κόστος εμπορίας π.χ. ο παραγωγός διαθέτει το άνθος 120 δρχ. ο χονδρέμπορος θα το διαθέσει 180 δρχ. και τελικά ο καταναλωτής θα λάβει το άνθος για 250 δρχ. και πάνω.

ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΑΝΘΟΠΩΛΩΝ INTERFLORA

Κάποια ανθοπωλεία παίρνουν μέρος σε αυτή την εταιρία και αν π.χ. κάποιος μένει στην Αθήνα παραγγέλνει ανθοδέσμη για κάποιον στην Καλαμάτα.

Minimum κόστος 7.000 δρχ. 500 δρχ. στην interflora.

Ανθοδέσμη 5.500 δρχ.

Τηλέφωνο 1.000 δρχ.

4.12.3. Προβλήματα - Προτάσεις.

Για το καλό των παραγωγών θα έπρεπε να δημιουργηθούν και άλλες κεντρικές αγορές σε άλλες τοποθεσίες Πάτρα - Μενίδι - Θεσσαλονίκη, ώστε να αποδυναμωθεί κύκλωμα της Αθηναϊκής Αγοράς.

Επίσης για την εξάλειψη των χονδρεμπόρων θα μπορούσαν τα ανθοκομικά προϊόντα να διακινηθούν μέσω συνεταιρισμών.

Είναι προτιμότερο να δοθούν κάποια χρήματα για συμμετοχή σε συνεταιρισμούς παρά σε χονδρέμπορους οι οποίοι ανεβάζουν στα ύψη τις τιμές.

Η ακόμα να δουλεύει κάποιο άτομο ως χονδρέμπορους με βασικό μισθό.

4.13. ΕΞΑΓΩΓΕΣ - ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Εξαγωγές δεν γίνονται από τους ανθοπαραγωγούς του Ν. Μεσσηνίας
α) διότι το τελικό προϊόν θα έχει υψηλή τιμή λόγω επιβαρύνσεων μεταφοράς, μεσάζοντων κ.τ.λ.

β) διότι έχουν μικρό μέγεθος και δεν μπορούν μεμονωμένα να καλύψουν τις απαιτήσεις όγκου για μεταφορά ή για κάλυψη αναγκών ενός ξένου εισαγωγέα.

γ) διότι δεν υπάρχει το κατάλληλο εργατικό δυναμικό.

4.13.1. Λύσεις που Προτείνονται

1. Επιδοτήσεις από το κράτος για παραγωγούς που εξάγουν σε τρίτες χώρες.
2. Λιγότερες επιβαρύνσεις στους εξαγωγείς και λιγότερες γραφειοκρατικές διαδικασίες.
3. Μέτρα προστασίας των Ελλήνων ανθοπαραγωγών.
4. Αν το πρόβλημα είναι το μικρό μέγεθος θα πρέπει να συνεννοηθούν πολλοί παραγωγοί ώστε να πραγματοποιηθούν κοινές εξαγωγές.
5. Ένας Μεσσήνιος ανθοπαραγωγός μπορεί να συνεννοηθεί με Αθηναίο εξαγωγέα ώστε ο Μεσσήνιος ανθοπαραγωγός να του παραδίδει μέρος του προς εξαγωγή φορτίου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΘΑΝΑΣΗΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ, "ΑΡΧΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ", 1986 -88.
2. ΚΩΣΤΑΣ & ΑΛΕΞΙΑ ΤΕΡΖΑΚΗ, "ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ", 1997.
3. Ν.Κ. ΧΑΛΑΤΣΗ, "ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ", 1992.
4. ΝΙΚ. ΧΑΛΑΤΣΗ, "ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΕΣ", 1991.
5. ΑΦΡΟΔΙΤΗ ΚΛΕΙΔΩΝΑ, "ΑΝΘΟΚΟΜΙΑ ΙΙ (ΔΡΕΠΤΑ ΑΝΘΗ)", 1994.
6. ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ, "ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ".
7. ΕΚΔΟΣΗ ΑΝΘΟΚΟΜΙΑ, 1991.

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Κήποι εσωτερικών χώρων John Brookes.
- Ο κήπος, Φεβρουάριος - Μάρτιος 1997.
- Ο κήπος, Τεύχος 5.
- Ο κήπος, Τεύχος 6.
- Ο κήπος, Μάιος - Ιούνιος 1996.
- Ο κήπος, Τεύχος 11.
- Ο κήπος, Μάρτιος - Απρίλιος 1996.
- Ο κήπος, Ιούλιος - Αύγουστος 1996.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

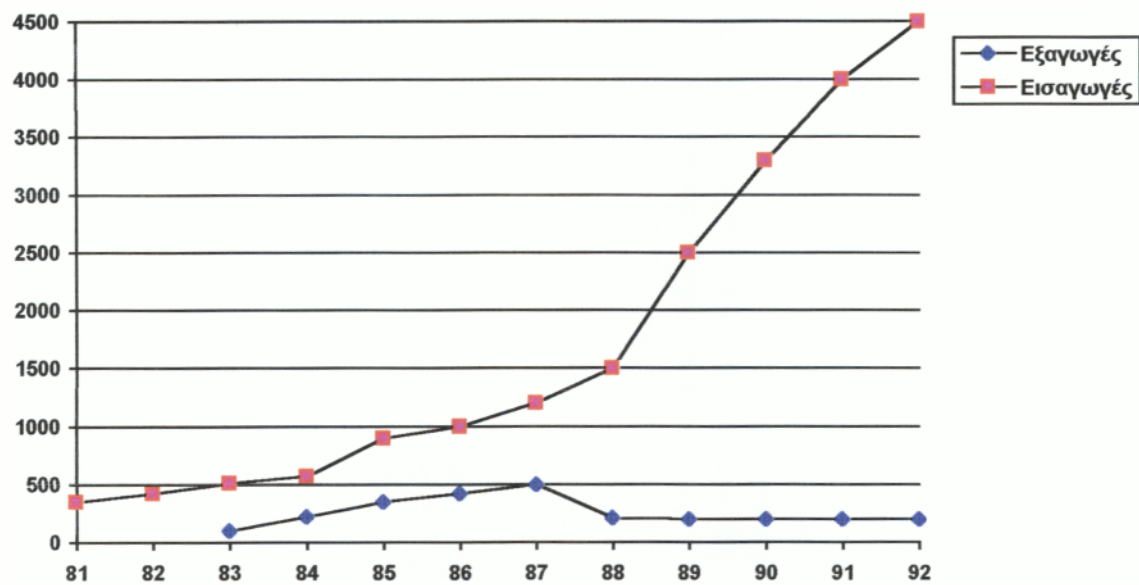
1. Αποστολάκης Παναγιώτης, (Ανθοπαραγωγός), συνέντευξη που αφορούσε όλο το κύκλωμα εμπορίας ανθέων. Συνάντηση σε μία συνέντευξη στον χώρο του θερμοκηπίου και τηλεφωνικές συνδιαλέξεις στις τρεις (3) του μηνός Φεβρουαρίου.

2. Καρδάσης Γρηγόριος, (Ανθοπαραγωγός), συνέντευξη που αφορούσε την Καλλιέργεια της Τριανταφυλλιάς και την εμπορία της και έλαβε τόπο στο θερμοκήπιο του ίδιου στις δύο (2) του μηνός Φεβρουαρίου.
3. Φιλιππαίος Κωνσταντίνος, (Ανθοπαραγωγός), συνέντευξη που αφορούσε την Καλλιέργεια και την εμπορία της Ζέρμπερας και έγινε στο θερμοκήπιο του ίδιου.

Οι συνεντεύξεις έγιναν σε διάφορες ημερομηνίες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

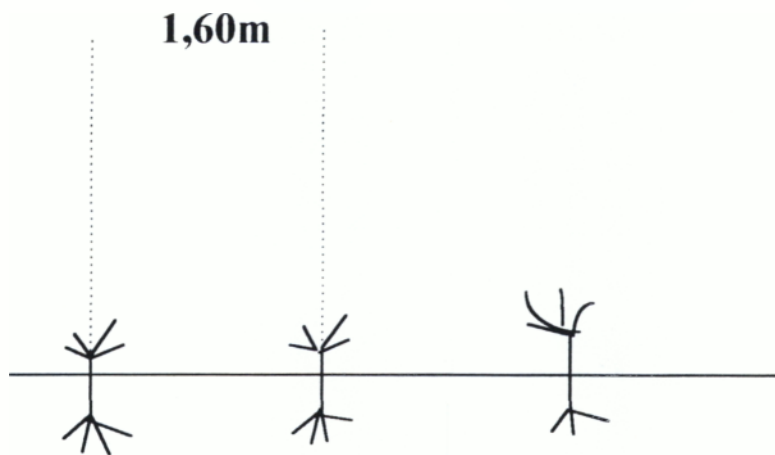
ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1



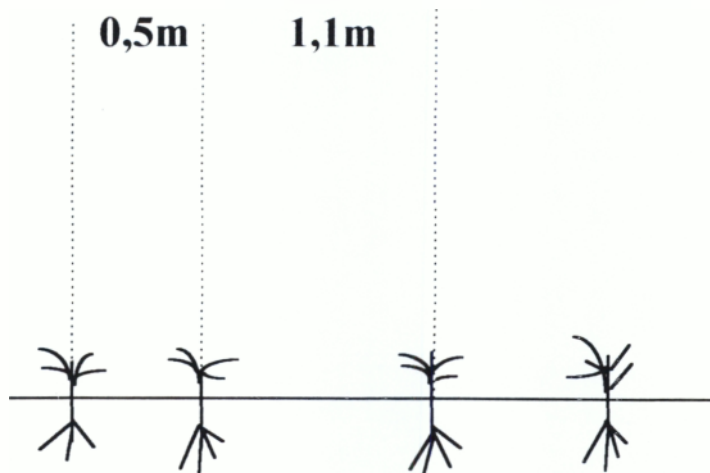
Πηγή: Αφροδίτη Κλειδωνα (Καθηγήτρια Τ.Ε.Ι. Καλαμάτας), “Ανθοκομία II Δρεπτά Άνθη” 1992.

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΦΥΤΕΥΣΗΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑΣ

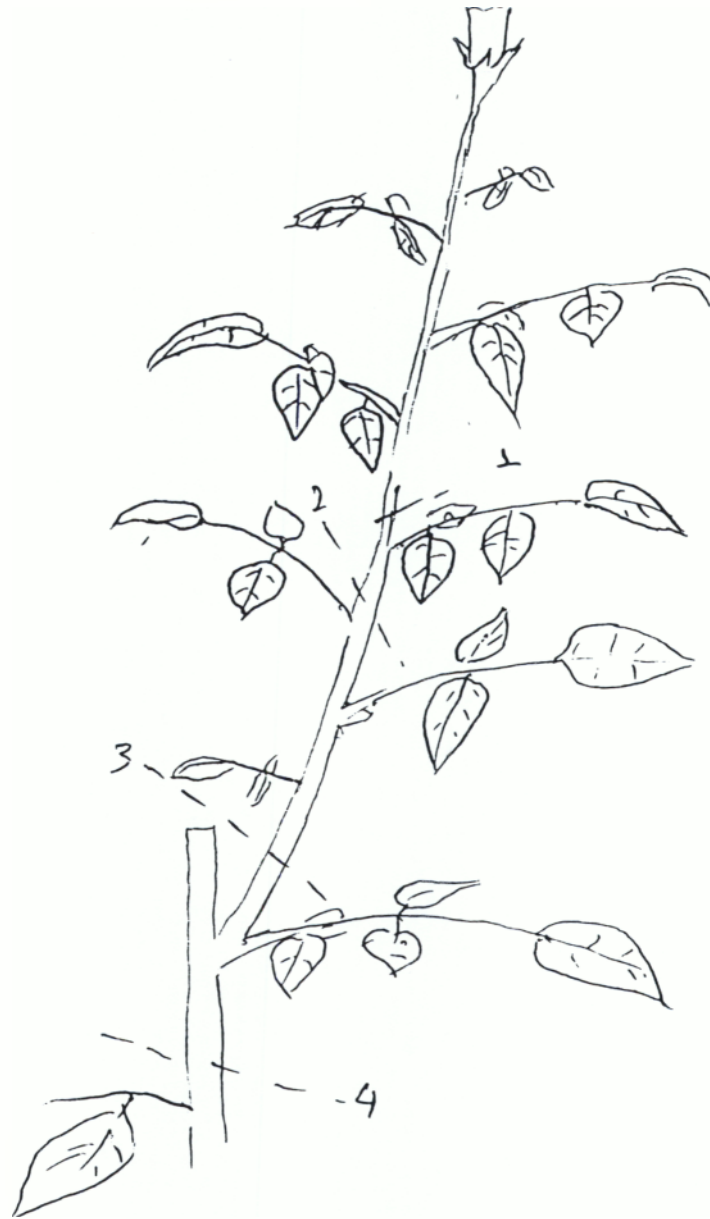
Α. ΜΟΝΕΣ ΣΕΙΡΕΣ



Β. ΔΙΠΛΕΣ ΣΕΙΡΕΣ



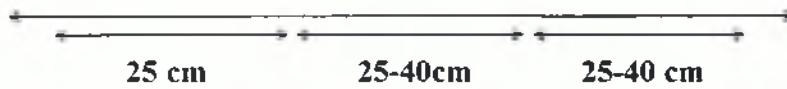
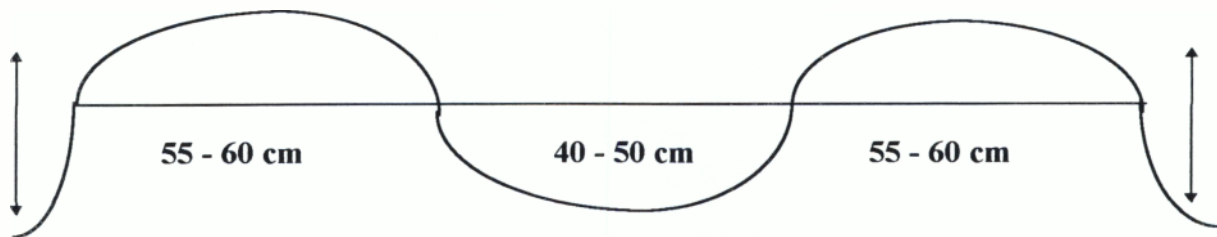
ΣΧΗΜΑ 2



Δυνατές θέσεις τομείς

1. πάνω από το 2^ο 5-φύλλο
2. πάνω από το 1^ο 5-φύλλο
3. πάνω από την διακλάδωση
4. κάτω από το σημείο έκδυσης του ανθοφόρου στελέχους.

ΣΧΗΜΑ 3

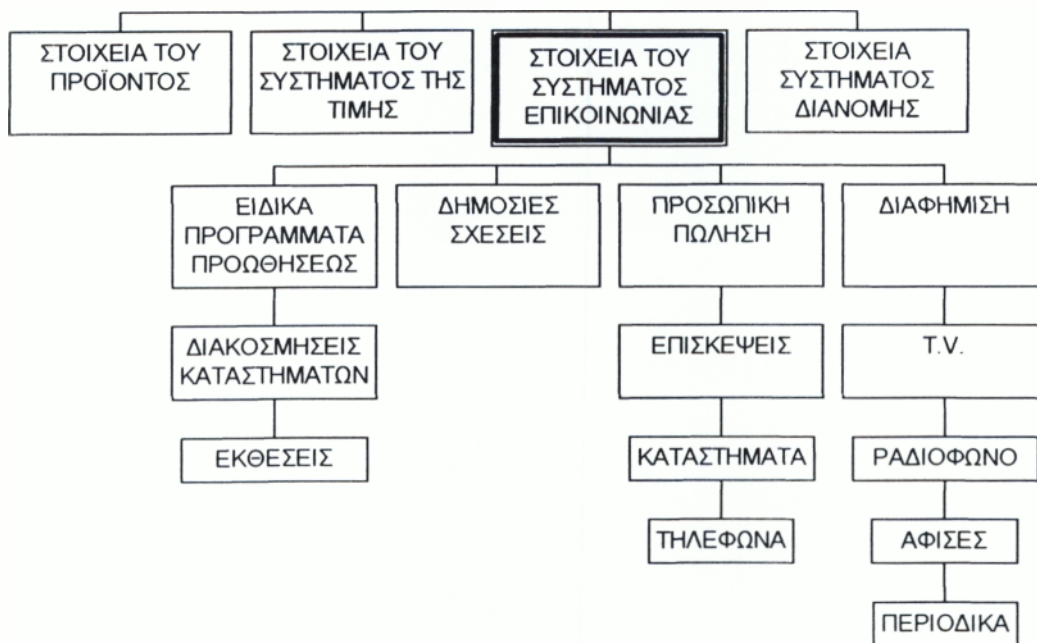


Αποστάσεις φυτών μεταξύ σαμαριών διαδρόμων

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

ΠΡΩΘΗΣΗ - ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ



ΠΙΝΑΚΑΣ 1 : Κυριότερες καλλιεργούμενες ποικιλίες στην Ελλάδα σε εμπορική κλίμακα

ΟΝΟΜΑΣΙΑ		ΤΥΠΟΣ	ΧΡΩΜΑ		ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ (μ ²)
ΑΝΣΟΦΙ	(N)	ΑΠΛΟΣ	ΑΣΠΡΟ	Μ Κ	130-140
ΕΣΤΕΛΛΑ		ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΡΟΖ	Μ Κ	140
ΙΡΜΙΓΚΡΑΝΤ	(N)	ΑΠΛΟΣ	ΡΟΖ- ΛΙΛΑ	Μ Κ	110
ΚΕΛΛΥ		ΔΙΠΛΟΣ	ΑΣΠΡΟ		140
ΚΡΙΣΤΕΛ	(N)	ΔΙΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ Μ Κ		160
ΜΑΝΤΣΟ	(N)	ΔΙΠΛΟΣ	ΠΟΡΤ /ΚΟΚΚΙΝΟ		110-120
ΜΑΡΙΑ		ΔΙΠΛΟΣ	ΑΣΠΡΟ		120-130
ΜΕΡΣΙ		ΑΠΛΟΣ	ΠΑΣΤΕΛ ΚΡΕΜ		160
ΜΙΡΑΖ		ΔΙΠΛΟΣ	ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ		140
ΜΕΣΣΕΛ	(N)	ΑΠΛΟΣ	ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ	Μ Κ	130
ΜΟΝΙΚΑ	(N)	ΑΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ		130
ΝΤΑΝΙΕΛ	(N)	ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΚΙΤΡΙΝΟ		150-180
ΝΤΟΓΚΑ		ΔΙΠΛΟΣ	ΚΡΕΜ - ΡΟΖ	Μ Κ	130
ΝΤΡΑΓΚΟΝ		ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΚΙΤΡΙΝΟ / ΚΟΚΚΙΝΟ	Μ Κ	130
ΟΤΤΕΛΟ	(N)	ΔΙΠΛΟΣ	ΚΙΤΡΙΝΟ	Μ Κ	120-130
ΠΑΜΕΛΑ		ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΛΙΛΑ		120-130
ΠΑΡΕΙΝΤ		ΑΠΛΟΣ	ΛΙΛΑ	Μ Κ	125
ΠΑΡΤΥ	(N)	ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΛΙΛΑ		140-145
ΠΑΣΙΦΙΚ	(N)	ΑΠΛΟΣ	ΡΟΖ ΠΑΣΤΕΛ		150-160
ΠΑΣΚΑΛ		ΔΙΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ		130-140
ΠΛΑΓΙΑ		ΔΙΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ		130
ΠΡΟΒΑΝΣ	(N)	ΔΙΠΛΟΣ	ΡΟΖ		
ΡΑΙΣΑ		ΔΙΠΛΟΣ	ΡΟΖ	Μ Κ	140

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΤΥΠΟΣ	ΧΡΩΜΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ (μ ³)
ΡΕΓΚΙΝΑ	ΔΙΠΛΟΣ	ΡΟΖ	140-150
ΡΙΜΙΝΙ	ΔΙΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ	130-140
ΡΟΖΑΜΟΥΝΤ	ΑΠΛΟΣ	ΡΟΖ	140
ΣΑΝΓΑΙ	ΑΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ	Μ.Κ. 150
ΣΙΛΙΑ	ΑΠΛΟΣ	ΛΙΛΑ	Μ.Κ. 150
ΣΙΡΛΕΥ	ΑΠΛΟΣ	ΡΟΖ	Μ.Κ. 140
ΣΤΡΑΡΛΑΙΤ	ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΚΡΕΜ ΚΟΚΚΙΝΟ	Μ.Κ. 120-130
ΤΕΝΕΣΗ	ΔΙΠΛΟΣ	ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ	Μ.Κ. 110
ΤΟΥΤΣΙ	ΑΠΛΟΣ	ΑΣΠΡΟ	130
ΦΕΗΜ	ΑΠΛΟΣ	ΚΙΤΡΙΝΟ	160
ΦΙΟΝΑ	ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΡΟΖ	140-150
ΦΟΡΜΟΖΑ	ΔΙΠΛΟΣ	ΚΙΤΡΙΝΟ	130
ΦΟΥΕΓΚΟ	ΑΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ	Μ.Κ. 130
ΦΡΕΝΤΙΓΚΟΡ	ΑΠΛΟΣ	ΛΙΛΑ	Μ.Κ. 150
ΧΙΜΕΝΑ	ΑΠΛΟΣ	ΚΟΚΚΙΝΟ	Μ.Κ. 140
ΧΟΥΑΝΙΤΑ	ΗΜΙΔΙΠΛΟΣ	ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ	Μ.Κ. 170

ΣΗΜ: (N) = Νέα Ποικιλία

Μ.Κ. = Μαύρη Καρδιά



ΑΝΘΗ
ΦΥΤΑ
ΕΙΔΗ ΔΩΡΩΝ

Αποστολή - Παραδόσεων
σε όλο τον κόσμο

ΜΑΡΑΝΤΟΣ



Φυτά

ου - Β. Μπούνας

ΤΗΛ (0721)20850 - 86085

ΑΝΘΗ - ΦΥΤΑ
ΡΑΜΟΝΑ

Στολισμοί Γαμων - Βαπτίσεων

Δημιουργίες αποξηραμένων

ΦΑΡΩΝ 12 ΤΗΛ.: 93758
ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΟΙΚ. 91792



Ανθη φυτά
Είδη δώρων



Ευγενία
Κυριαζή



Κατερίνα
αnθη - ζοτά δώρα

- Στολισμοί εκδηλώσεων.
- Λακωνηπιές ευρω.
- Αποστολή σε όλο τον κόσμο

Τόνια Αγγελή 95511
Φαρόν 143 Καλαμάτα τηλ 21770



κατερίνα
σταθοπούλου
ανθη-φυτα

Ανθοδημιουργίες

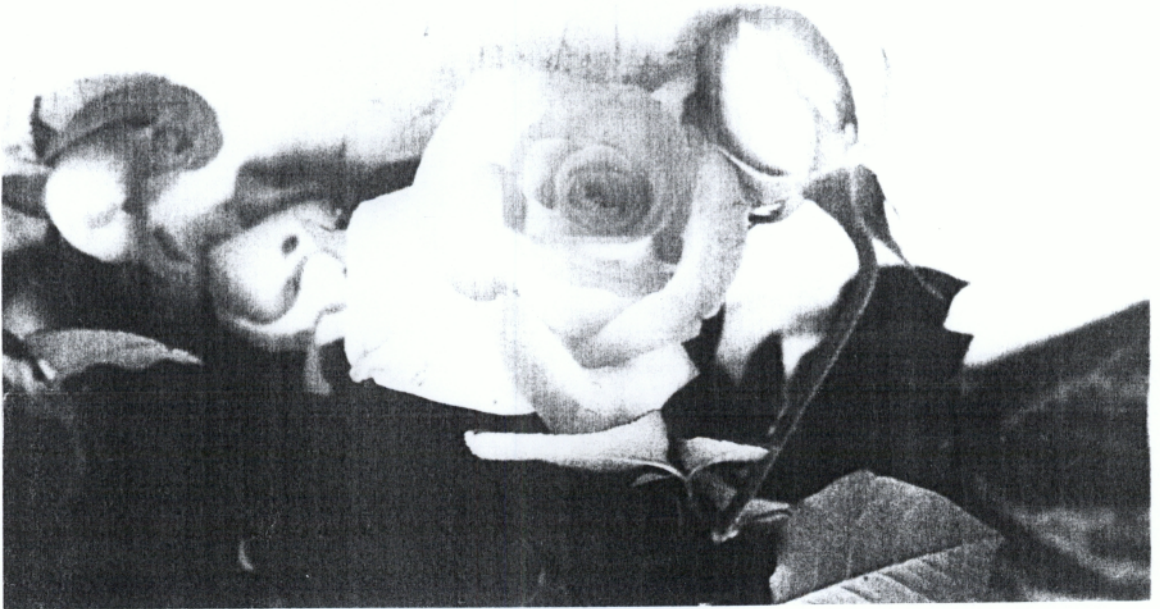
αλεξανδρου παναγουλη 33 τηλ. 96055



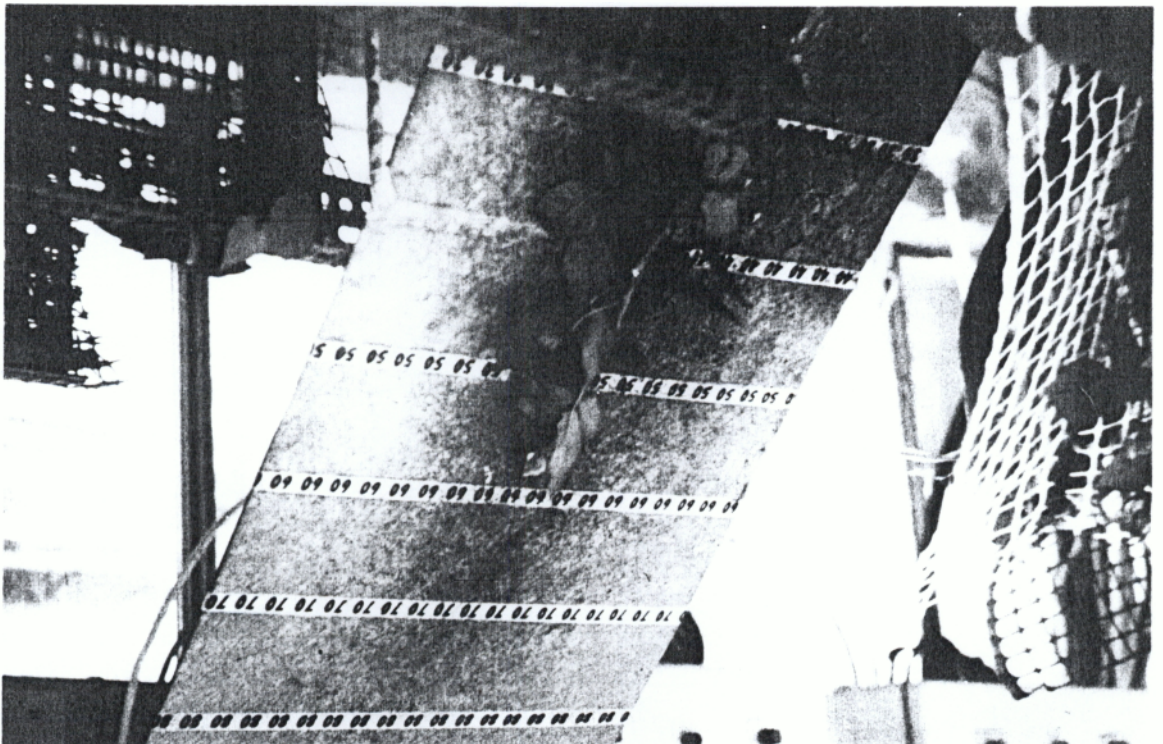
• ΑΝΘΗ
• ΦΥΤΑ
ΑΘΗΝΕ

Φ. Π. ΓΡΗΓΟΡΙΑΔΗ

φωτο: 2



φωτο: 1





Φωτο 3



Φωτο 4

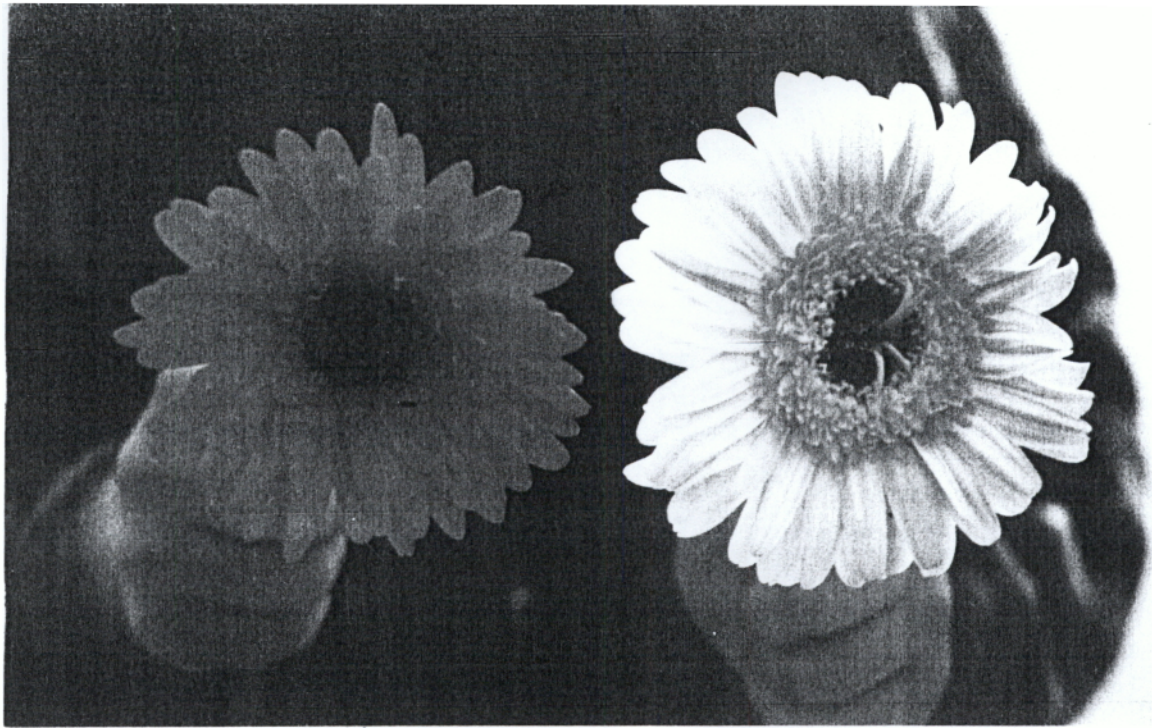


PHOTO 5



PHOTO 6

Cabruccino

© 1998 Cabruccino



Φωτο 7

στηΑ



Φωτο 8

Aphrodite®

Taraxidor -

Durch die Form und Schönheit eine immer...



PHOTO 9

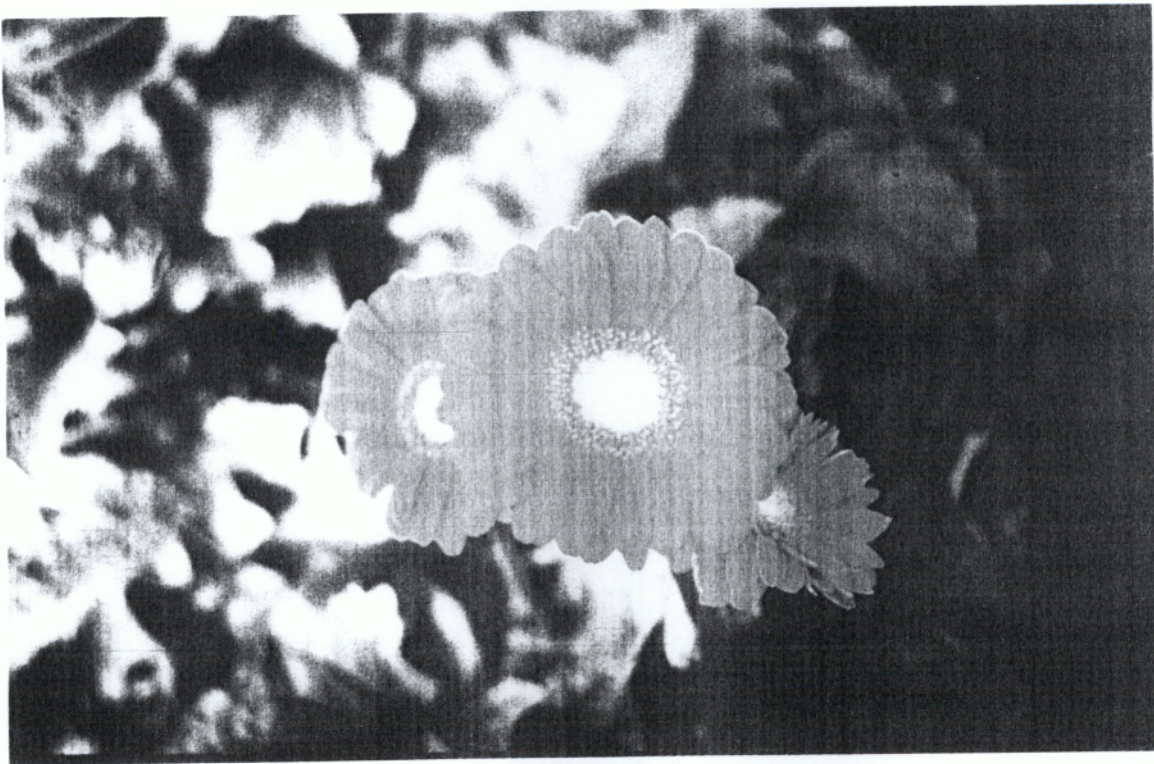


PHOTO 10

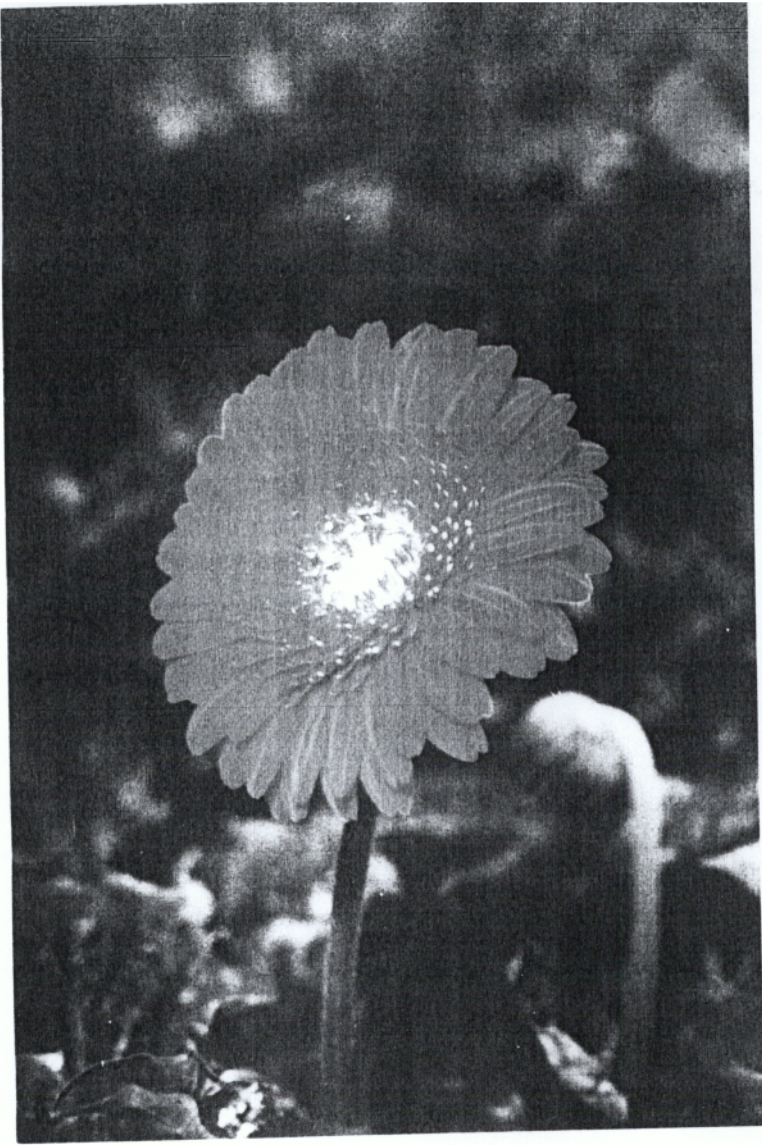


PHOTO 11

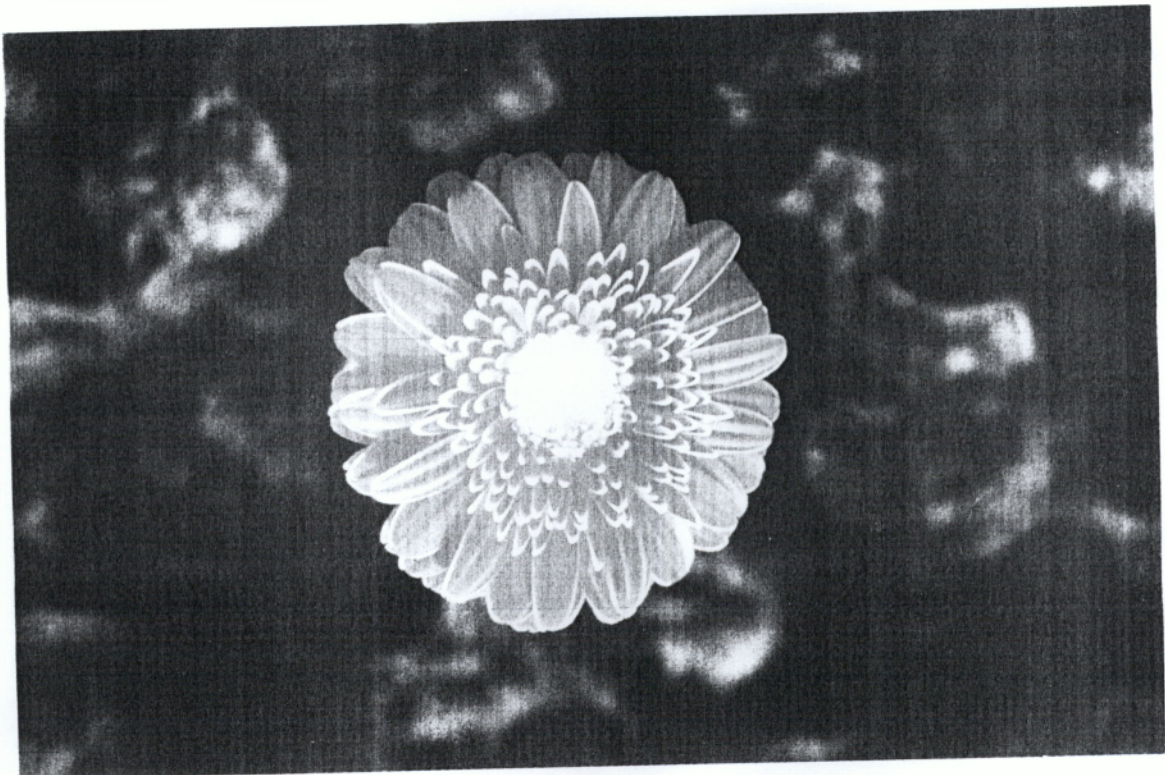
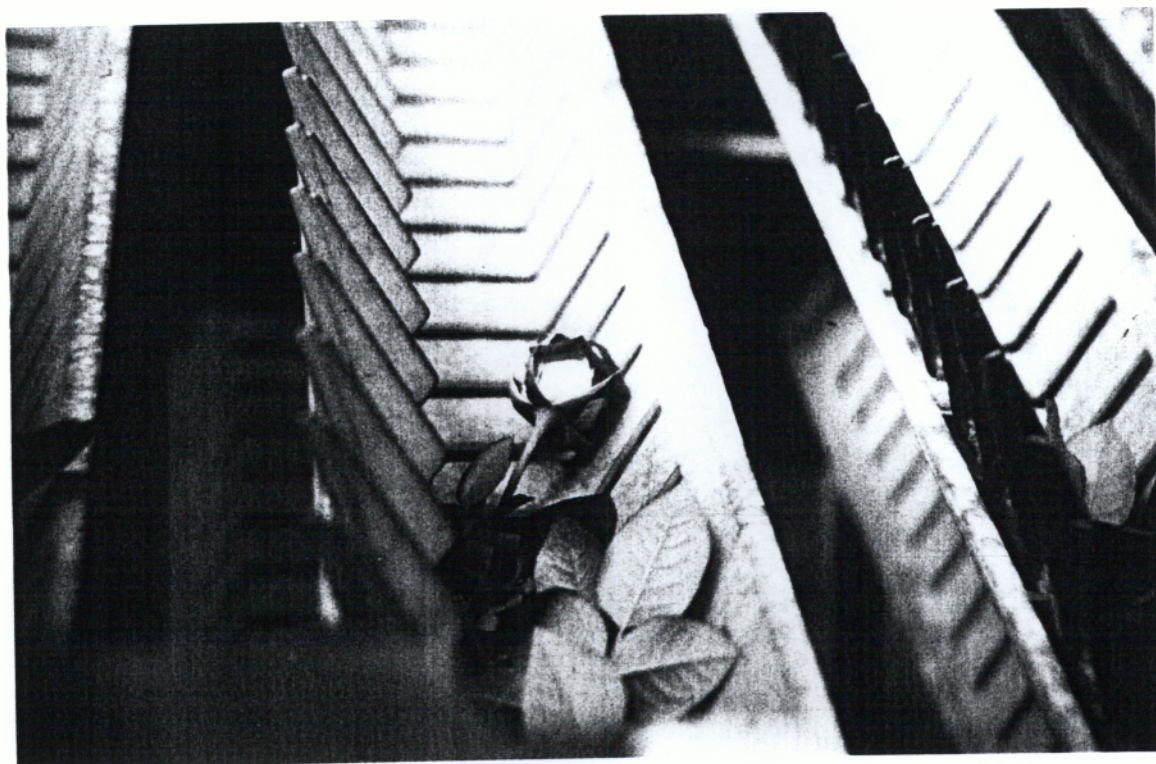


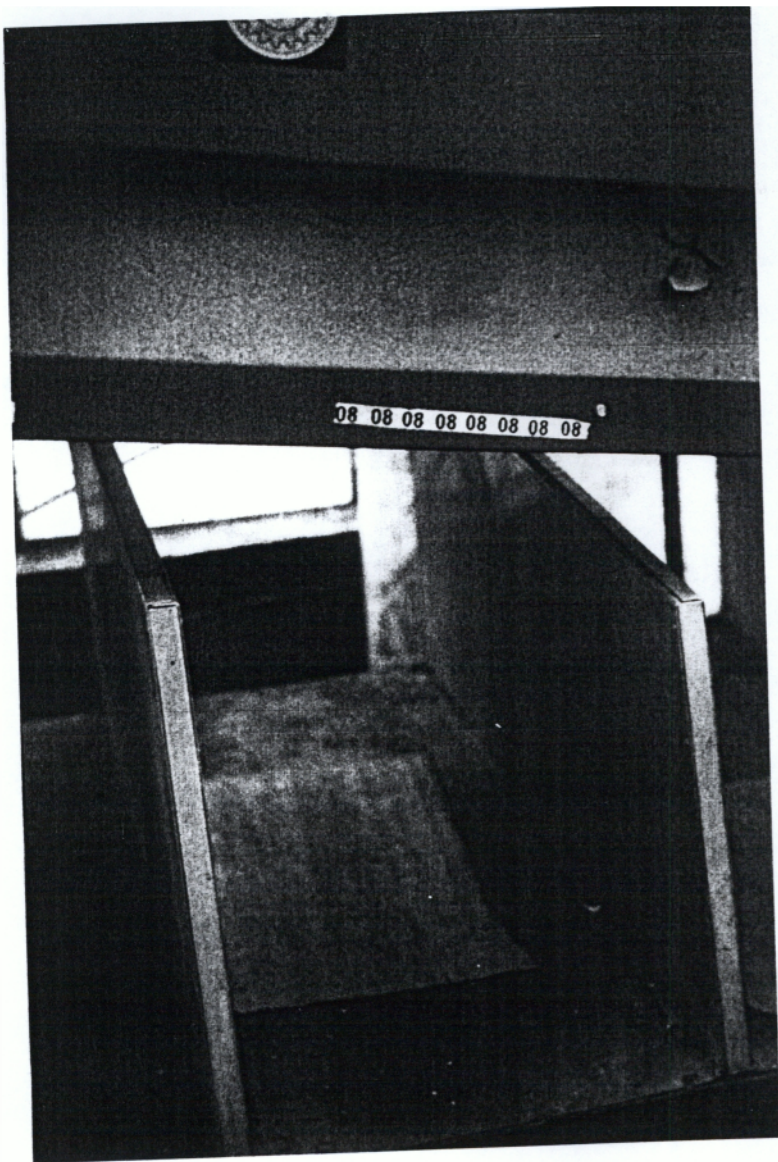
PHOTO 12



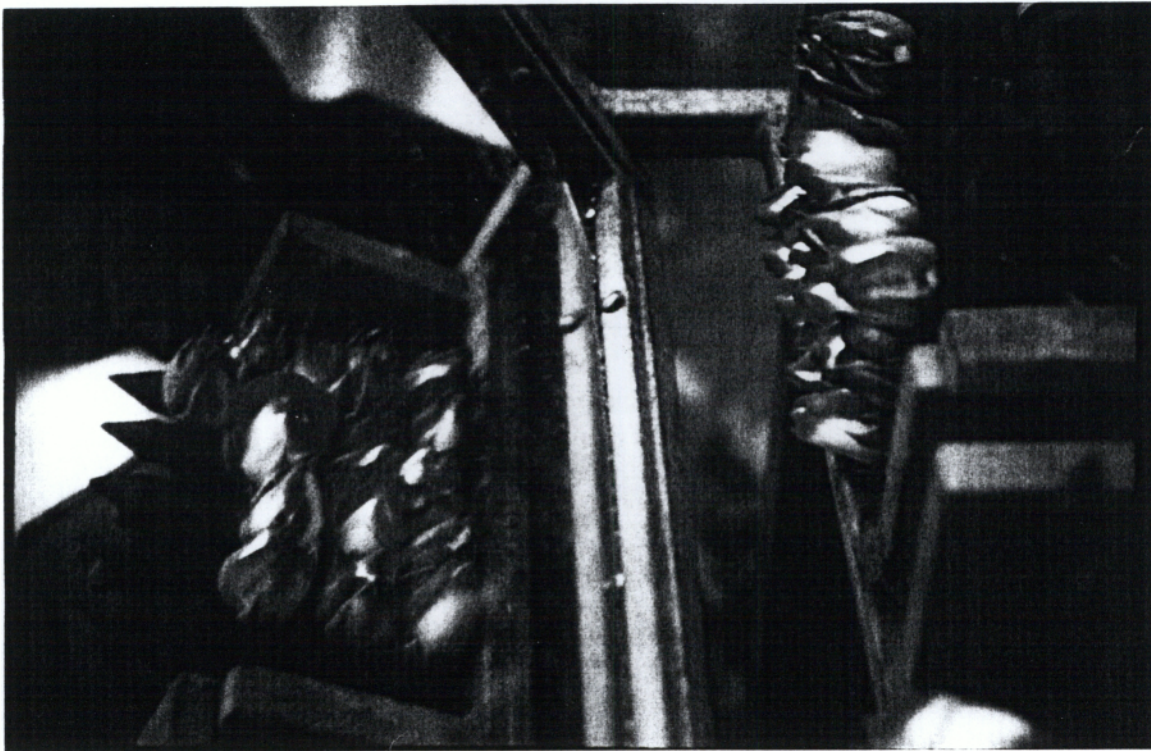
ΦΩΤΟ 13



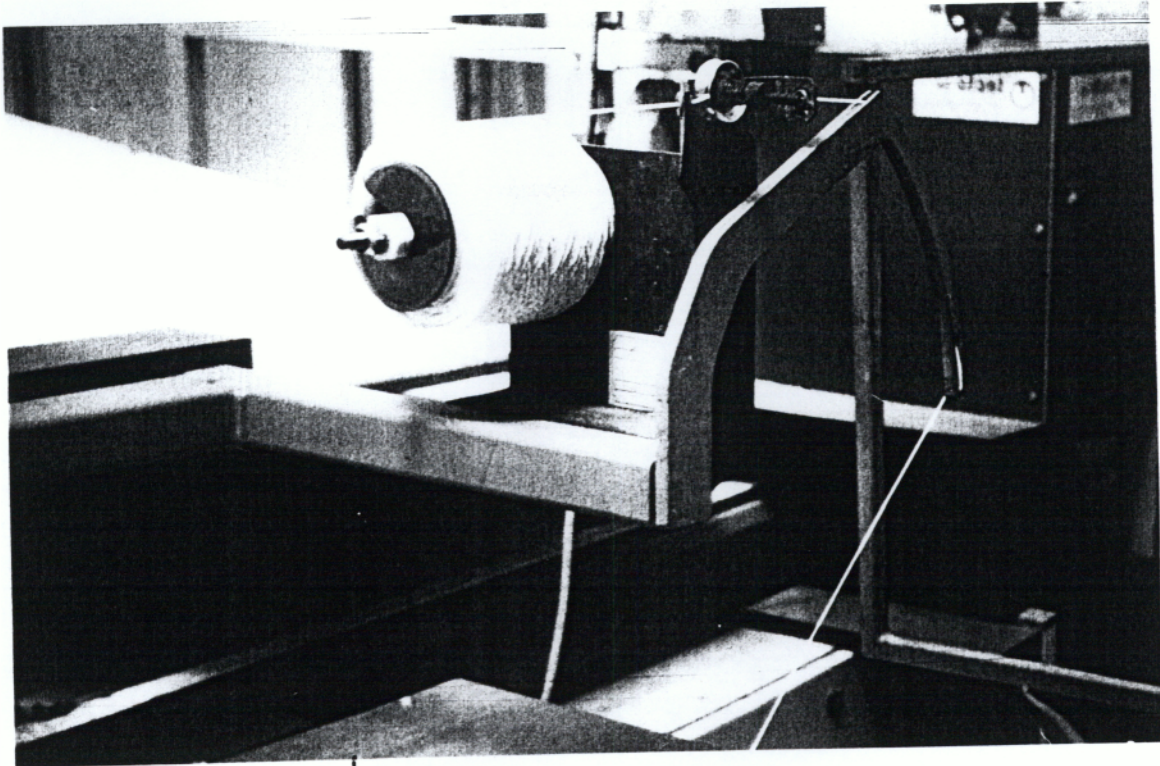
ΦΩΤΟ 14



Φωτο: 15



Φωτο: 16



ΦΩΤΟ: 17

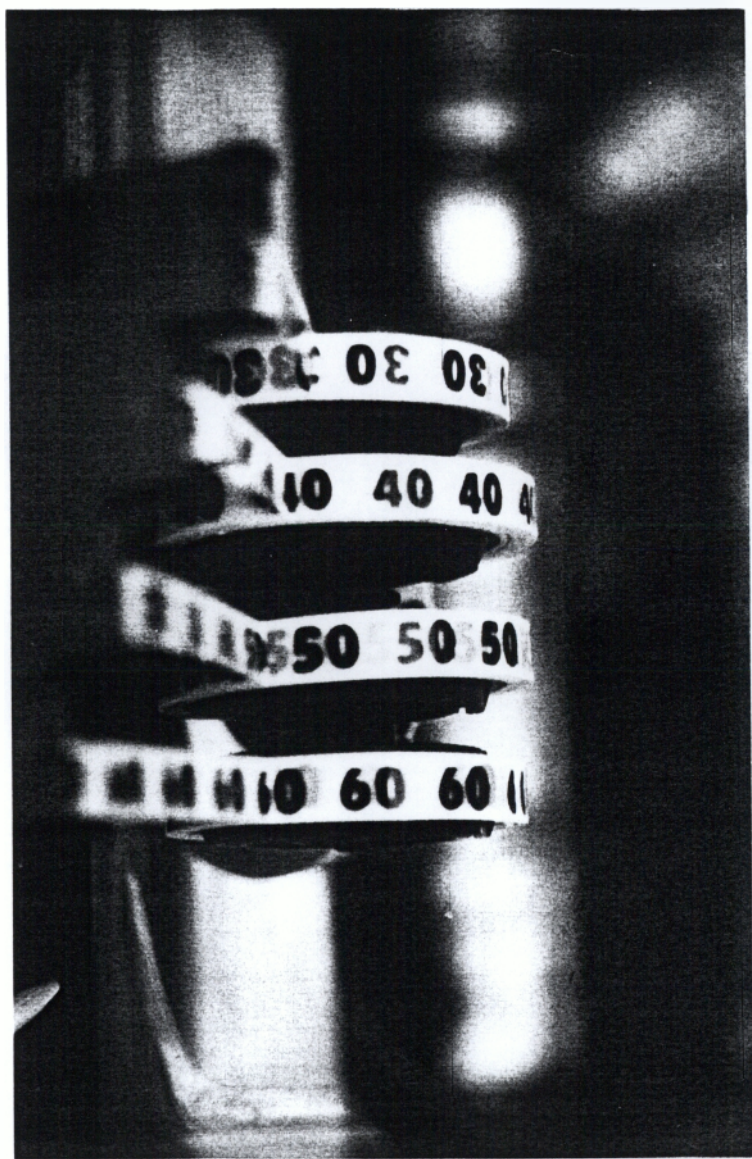


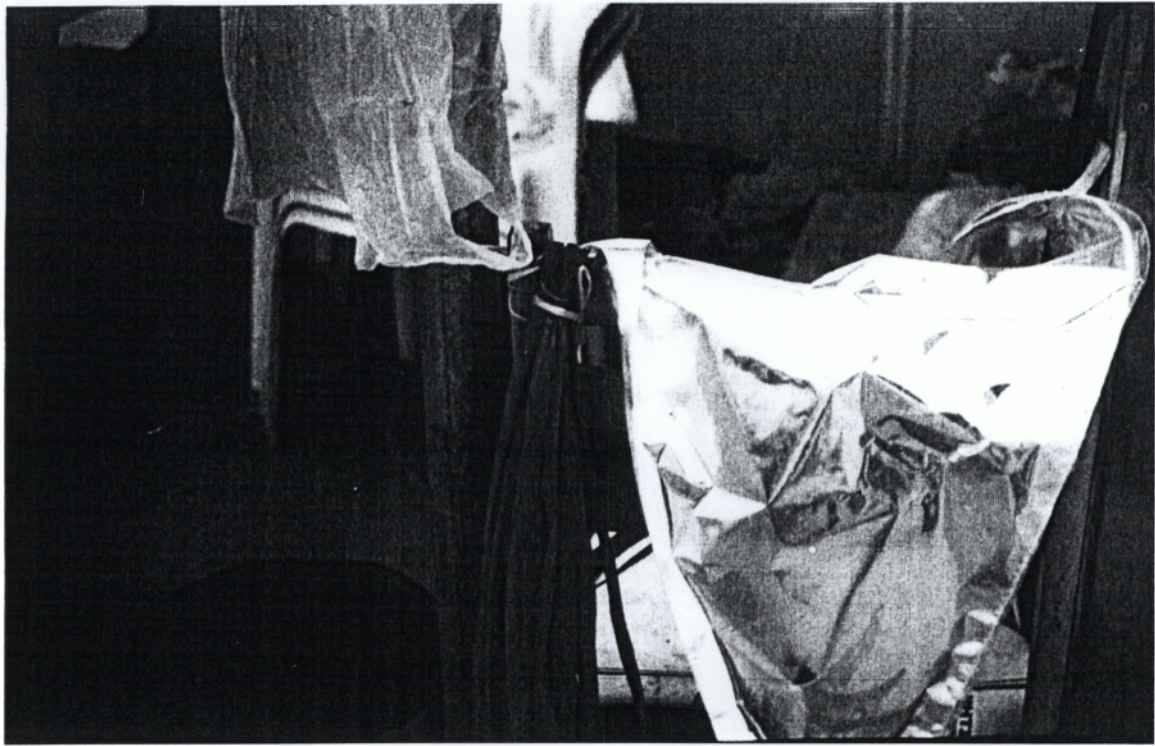
ΦΩΤΟ: 18

Photo: 20



ФОТО: 19





φωτο: 22

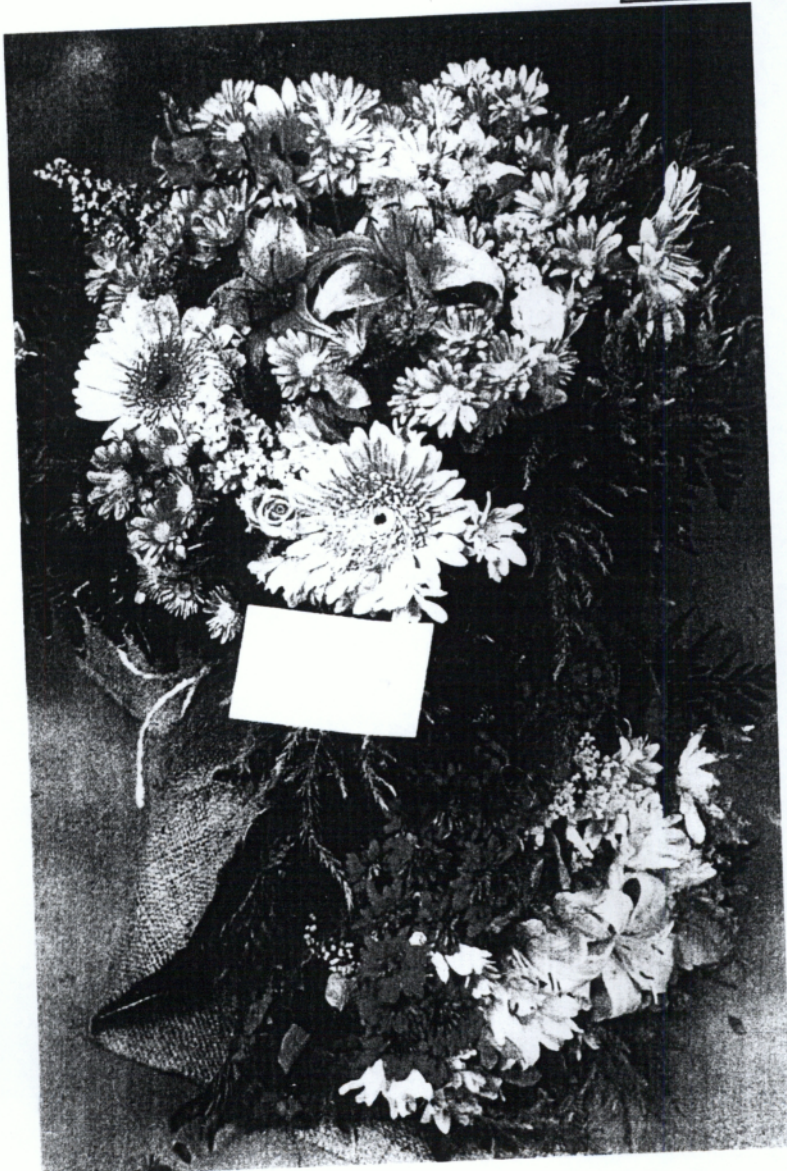


φωτο: 23



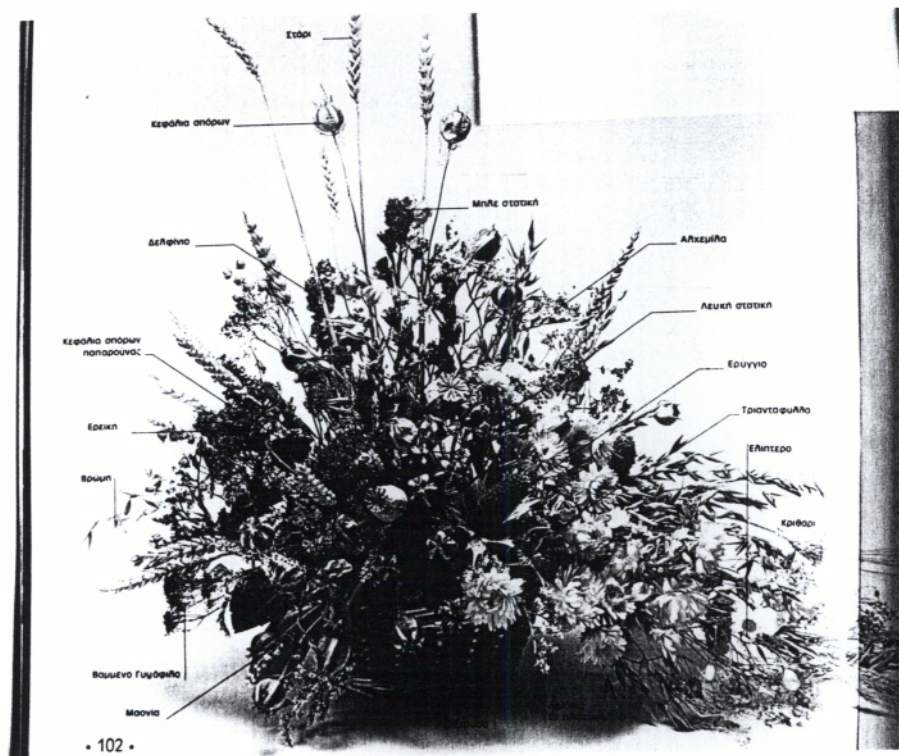
ΦΩΤΟ: 24

PHOTO: 25





ΦΩΤΟ: 26



ΦΩΤΟ: 27

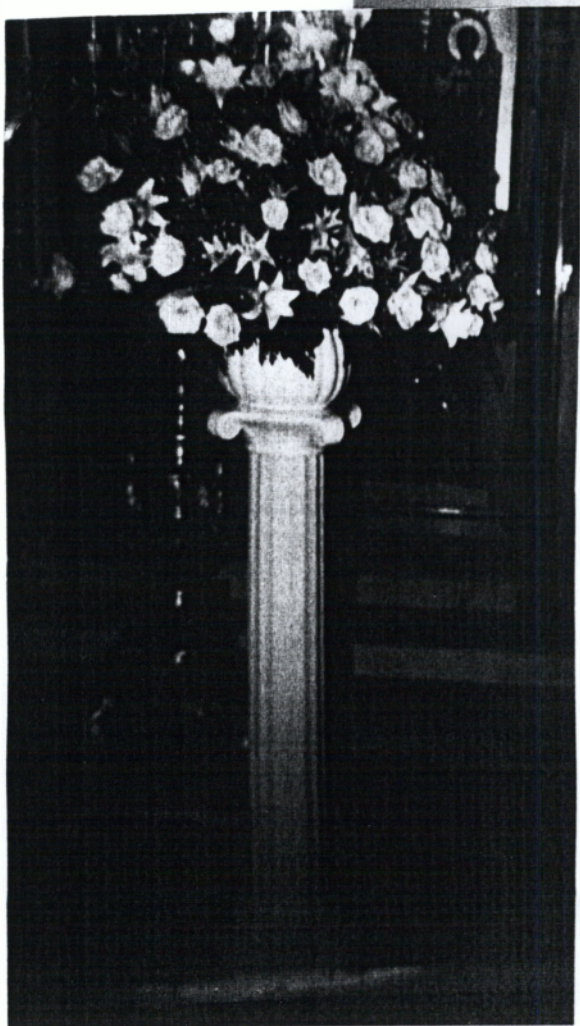
PHOTO 29



PHOTO 28



φωτο: 30



φωτο: 31

ωΤΟ: 32

