ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Εκθέσεις 67

Επιμέλεια: Κ. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ

Ζ.Ν. ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΟΥ
Τ. ΚΑΒΟΥΝΙΔΗ
Κ. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ
Ε. ΚΑΔΙΤΗ
Ε. ΝΙΤΣΗ
Π.Κ. ΠΡΟΔΡΟΜΙΔΗΣ
Ι. ΧΟΛΕΖΑΣ
Α. ΧΥΜΗΣ

ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΜΕΡΟΣ Α΄: Παραγωγή προϊόντων

ΑΘΗΝΑ 2011

ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΓΟΡΑΣ
ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΜΕΡΟΣ Α΄: Παραγωγή προϊόντων

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Εκθέσεις 67

ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
ΜΕΡΟΣ Α΄: Παραγωγή προϊόντων

Επιμέλεια: **Κώστα Κανελλόπουλου**

Ζαχαρούλας Αναστασάκου
Τζένιφερ Καβουνίδη
Κώστα Κανελλόπουλου
Ελένης Καδίτη
Ελισάβετ Νίτση
Προδρόμου Προδρομίδη
Ιωάννη Χολέζα
Αθανασίου Χύμη
Ερευνητών ΚΕΠΕ

ΑΘΗΝΑ 2011

Copyright 2011
του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
Αμερικής 11, 106 72 Αθήνα
www.kepe.gr

ISBN: 978-960-341-099-7
ISSN: 1108-5797

Οι γνώμες και κρίσεις που περιέχει η εργασία αυτή
είναι των συγγραφέων και δεν αντιπροσωπεύουν αναγκαία
γνώμες ή κρίσεις του Κέντρου Προγραμματισμού
και Οικονομικών Ερευνών.

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Το Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (ΚΕΠΕ) είναι το μεγαλύτερο ερευνητικό ίδρυμα για την οικονομική επιστήμη στη χώρα μας. Ιδρύθηκε το 1959 ως μία μικρή ερευνητική μονάδα με την επωνυμία «Κέντρον Οικονομικών Ερευνών», με βασικό σκοπό την επιστημονική μελέτη των οικονομικών προβλημάτων της Ελλάδος, την ενθάρρυνση των οικονομικών ερευνών και τη συνεργασία με άλλα επιστημονικά ιδρύματα.

Το 1964 το ΚΕΠΕ πήρε τη σημερινή του ονομασία. Τότε του ανατέθηκαν οι εξής πρόσθετες αρμοδιότητες: πρώτον, η κατάρτιση σχεδίων για βραχυχρόνια, μεσοχρόνια και μακροχρόνια προγράμματα ανάπτυξης, η εκπόνηση σχεδίων προγραμμάτων περιφερειακής και χωροταξικής ανάπτυξης, καθώς και προγραμμάτων δημοσίων επενδύσεων, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές της κυβέρνησης· δεύτερον, η παρακολούθηση και ανάλυση της βραχυπρόθεσμης και μεσοπρόθεσμης εξέλιξης της ελληνικής οικονομίας, καθώς και η διαμόρφωση προτάσεων για τη λήψη των κατάλληλων μέτρων·και τρίτον, η επιμόρφωση νέων οικονομολόγων, ιδιαίτερα σε θέματα προγραμματισμού και οικονομικής ανάπτυξης.

Σήμερα το ΚΕΠΕ επικεντρώνεται στη διεξαγωγή εφαρμοσμένων οικονομικών ερευνών που ενδιαφέρουν την ελληνική οικονομία και με την ιδιότητα του συμβουλευτικού οργάνου της Κυβέρνησης, παρέχει τεχνικές υπηρεσίες σε θέματα οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων αυτών εντάσσεται και η δημοσίευση των σειρών: (α) Μελέτες, *που είναι επιστημονικές μονογραφίες, (β)* Εκθέσεις, *που είναι κείμενα εφαρμοσμένης ανάλυσης με προτάσεις πολιτικής σε επίπεδο κλάδων, περιφερειών και άλλων οικονομικών θεμάτων, (γ)* Εργασίες για Συζήτηση, *που είναι σχέδια εργασιών σε προχωρημένο στάδιο προσκεκλημένων επιστημόνων ή μελών του ερευνητικού προσωπικού του Ιδρύματος. Οι εκδόσεις του ΚΕΠΕ από την ίδρυσή του έως σήμερα υπερβαίνουν τις 650. Το ΚΕΠΕ επίσης εκδίδει την τετραμηνιαία περιοδική έκδοση* Οικονομικές Εξελίξεις, *με σκοπό να συμβάλλει στη συστηματική παρακολούθηση και ανάλυση της ελληνικής οικονομικής συγκυρίας, καθώς και στο πεδίο διαμόρφωσης της οικονομικής πολιτικής, αναλύοντας τις συνέπειες εναλλακτικών προσεγγίσεων σε επίκαιρα θέματα.*

Το ΚΕΠΕ βρίσκεται σε επικοινωνία με αντίστοιχα επιστημονικά ιδρύματα του εξωτερικού και ανταλλάσσει εκδόσεις, όπως και απόψεις και πληροφορίες, πάνω σε θέματα τρεχουσών οικονομικών εξελίξεων και μεθόδων οικονομικής έρευνας, συμβάλλοντας και με αυτόν τον τρόπο στην προαγωγή της οικονομικής επιστήμης στη χώρα.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι συνθήκες παραγωγής κάθε προϊόντος και υπηρεσίας στη χώρα έχουν σημασία για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών, τη διανομή του παραγόμενου πλούτου, την οικονομική επίδοση, καθώς και την οικονομική ανάπτυξη. Η λειτουργία των παραγωγικών μονάδων σε ανταγωνιστικές αγορές, όπου η δύναμη των επιμέρους παραγωγών είναι ασήμαντη, μαζί με τη χρήση σύγχρονων μεθόδων παραγωγής καθώς και την ανάληψη παραγωγικών επενδύσεων, θεωρούνται χαρακτηριστικά που προάγουν αποτελεσματικότερα τους οικονομικούς στόχους της κοινωνίας, εξυπηρετούν καλύτερα τους καταναλωτές και αξιοποιούν άριστα τους διαθέσιμους πόρους της κοινωνίας. Αντίθετα, η επικράτηση (ολιγο)μονοπωλιακών σχημάτων συνήθως οδηγεί σε οικονομικά αναποτελεσματικές και κοινωνικά απορριπτέες καταστάσεις. Σε τέτοιες περιπτώσεις, καθώς και όπου αλλού η αγορά δεν μπορεί να λειτουργήσει αποτελεσματικά, το κράτος παρεμβαίνει και ρυθμίζει την 'αποτυχία της αγοράς'. Έτσι, έχει σημασία η εξέταση των συνθηκών κάτω από τις οποίες διεξάγεται η παραγωγή και διάθεση των επιμέρους αγαθών και υπηρεσιών στη χώρα, λαμβάνοντας υπόψη και το γεγονός ότι πρόκειται για μια μικρή ανοικτή οικονομία, μέλος της ευρωζώνης, εκτεθειμένη στον ευρωπαϊκό και διεθνή ανταγωνισμό.

Η παρούσα εκτεταμένη εργασία εξετάζει συστηματικά και συνοπτικά τις συνθήκες παραγωγής και ανταγωνισμού πολλών αγαθών και υπηρεσιών στην ελληνική οικονομία. Ξεκινώντας από την εξέταση συγκεκριμένων βιομηχανικών προϊόντων στο Μέρος Α΄, προχωράει στους κλάδους της ενέργειας, των κατασκευών, του εμπορίου και των μεταφορών στο Μέρος Β΄, καθώς και σε συγκεκριμένους κλάδους υπηρεσιών αγοράς στο Μέρος Γ΄. Ενώ βασικό ζητούμενο εκάστου κεφαλαίου αποτελεί η τεκμηρίωση της έκτασης του ανταγωνισμού στο εξεταζόμενο προϊόν - υπηρεσία, το μέγεθος, τα χαρακτηριστικά, η σημασία τους για την οικονομία, καθώς και οι πρόσφατες εξελίξεις επίσης περιλαμβάνονται στην παρατιθέμενη ανάλυση.

Ελπίζουμε ότι η συνοπτική πληροφόρηση που προσφέρει η ανά χείρας εργασία, μαζί με το αναλυτικό της υπόβαθρο, τις διαπιστώσεις και τα συμπεράσματα για κάθε εξεταζόμενο προϊόν και υπηρεσία θα φανούν χρήσιμα στους διαμορφωτές της σχετικής οικονομικής πολιτικής, στους ενδιαφερόμενους για τους εξεταζόμενους κλάδους, καθώς και σε όσους προβληματίζονται για τον τρόπο λειτουργίας της ελληνικής οικονομίας.

Καθηγητής ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΟΡΛΙΡΑΣ

Πρόεδρος του Δ.Σ. και

Επιστημονικός Διευθυντής

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Μάρτιος 2011

Η παρούσα εργασία ξεκίνησε με την πρώτη επίσκεψη στο ΚΕΠΕ της κας Λούκας Κατσέλη ως Υπουργού Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας τον Νοέμβριο του 2009, οπότε και ζήτησε από τον Οργανισμό να εξετάσει την έκταση του ανταγωνισμού στην ελληνική οικονομία. Ο τότε αναπληρωτής πρόεδρος του ΚΕΠΕ καθηγητής Θεόδωρος Σκούντζος ανέθεσε στον υπογράφοντα την ευθύνη και το συντονισμό του έργου και σχηματίστηκε Ομάδα Εργασίας με μέλη ερευνητές του ΚΕΠΕ για την εξέταση της έκτασης του ανταγωνισμού σε συγκεκριμένες αγορές-προϊόντα. Η πολυμελής ομάδα που σύντομα και πρόθυμα προέκυψε αποφάσισε για την ακολουθούμενη μεθοδολογία και τους ερευνητέους κλάδους-προϊόντα, κατένειμε το έργο στα μέλη της και εργάστηκε συντόνως και συλλογικώς και το πρώτο σχέδιο της εργασίας απεστάλη στο ΥΠΟΙΑΝ τον Μάιο του 2010. Με την παρότρυνση και ενθάρρυνση του Προέδρου του ΚΕΠΕ καθηγητή Παναγιώτη Κορλίρα η εργασία αναθεωρήθηκε, προστέθηκαν έξι κεφάλαια και υποβλήθηκε στη διαδικασία κρίσης για δημοσίευση.

Θέλουμε να εκφράσουμε τις ειλικρινείς ευχαριστίες μας στον ανώνυμο κριτή της εργασίας που με τα εποικοδομητικά και ουσιαστικά του σχόλια βοήθησε στη βελτίωση του περιεχομένου και της επιχειρηματολογίας. Ευχαριστίες εκφράζονται στο προσωπικό της βιβλιοθήκης του ΚΕΠΕ που βοήθησε στη βιβλιογραφία και στατιστική τεκμηρίωση, και στην ΕΛΣΤΑΤ που παραχώρησε πρόθυμα στατιστικά στοιχεία. Ευχαριστίες εκφράζονται, επίσης, στους Τ. Καβουνίδη, Α. Κώτση και Π. Προδρομίδη που βοήθησαν στην ολοκλήρωση της διαδικασίας έκδοσης, στις Α. Κώτση και Ουρ. Σουλτάνη για τη μορφοποίηση της ολοκληρωμένης εργασίας και στην Ε. Σουλτανάκη για τη γλωσσική επιμέλεια.

Παρόλο που η εργασία αποτελεί προϊόν συλλογικής προσπάθειας και όλα τα κεφάλαια έχουν συζητηθεί στην Ομάδα, κάθε συγγραφέας θεωρείται υπεύθυνος για το έργο του.

ΚΩΣΤΑΣ Ν. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ

Ερευνητής Α΄Βαθμίδας ΚΕΠΕ

Φεβρουάριος 2011

ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΜΕΡΟΣ Α'

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ, ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ: Κώστας Κανελλόπουλος
2. ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΡΕΑΤΟΣ: Αθανάσιος Χύμης
3. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ: Αθανάσιος Χύμης
4. ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ: Αθανάσιος Χύμης
5. ΦΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΖΩΙΚΑ ΕΛΑΙΑ ΚΑΙ ΛΙΠΗ: Πρόδρομος Προδρομίδης
6. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ: Ελένη Καδίτη, Ελισάβετ Νίτση
7. ΑΡΤΟΠΟΙΙΑ ΚΑΙ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ: Τζέννιφερ Καβουνίδη
8. ΖΥΜΑΡΙΚΑ: Τζέννιφερ Καβουνίδη
9. ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ: Ελένη Καδίτη, Ελισάβετ Νίτση
10. ΕΝΔΥΣΗ: Ιωάννης Χολέζας
11. ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ: Ζ.Ν. Αναστασάκου

ΜΕΡΟΣ Β'

12. ΗΛΕΚΤΡΙΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΟ ΑΕΡΙΟ: Βασίλης Λυχναράς
13. ΚΑΥΣΙΜΑ: Βασίλης Λυχναράς
14. ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: Αγάπη Κώτση
15. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: Αγάπη Κώτση
16. ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ: Κυριακή Αθανασούλη
17. ΟΔΙΚΕΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ: Θεόδωρος Τσέκερης, Κλήμης Βογιατζόγλου
18. ΘΑΛΑΣΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ: Σοφία Σπαθή, Στέλιος Καραγιάννης
19. ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ: Θεόδωρος Τσέκερης, Κλήμης Βογιατζόγλου

ΜΕΡΟΣ Γ'

20. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ: Σωτήρης Παπαϊωάννου, Στέλιος Καραγιάννης

21. ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ: Νικόλαος Γεωργικόπουλος

22. ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ: Τηλέμαχος Ευθυμιάδης

23. ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ: Νίκος Κανελλόπουλος

24. ΥΓΕΙΑ: Ρωξάνη Καραγιάννη

25. ΕΛΕΓΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ: Κυριακή Αθανασούλη

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΜΕΡΟΥΣ Α'

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ, ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

1.1. Αντικείμενο της εργασίας 21
1.2. Θεωρητικό υπόβαθρο και χρησιμοποιούμενες έννοιες 24
1.2.1. Άλλοι περιορισμοί στη λειτουργία της αγοράς....30
1.2.2. Περιορισμοί στη λειτουργία επαγγελμάτων 32
1.3. Περιεχόμενο και μεθοδολογία επόμενων κεφαλαίων....40
1.4. Σύνοψη και κύριες διαπιστώσεις 47
Βιβλιογραφία 53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΡΕΑΤΟΣ

Σύνοψη....54
2.1. Εισαγωγή....55
2.2. Προσφορά και ζήτηση 58
2.2.1. Γενικά....58
2.2.2. Προσφορά....59
2.2.3. Ζήτηση....64
2.3. Εμπόριο 65
2.4. Χρηματοοικονομική ανάλυση....68
2.4.1. Γενικά....68
2.4.2. Χρηματοοικονομική ανάλυση υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος 68
2.4.3. Χρηματοοικονομικά υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών....72
2.4.4. Χρηματοοικονομικά υποκλάδου παραγωγής προϊόντων κρέατος και πουλερικών....75
2.5. Θεσμικό πλαίσιο....78
2.6. Ανταγωνισμός 82
2.6.1. Ανταγωνισμός στον κλάδο και τους υποκλάδους κρέατος....82
2.7. Συμπεράσματα....91
Βιβλιογραφία 93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ

(ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΨΑΡΙΩΝ, ΚΑΡΚΙΝΟΕΙΔΩΝ ΚΑΙ ΜΑΛΑΚΙΩΝ)

Σύνοψη....94
3.1. Εισαγωγή....95

3.2. Οικονομικά στοιχεία, προσφορά, ζήτηση 96
3.3. Εξωτερικό εμπόριο 99
3.4. Θεσμικό πλαίσιο 100
3.5. Χρηματοοικονομική ανάλυση 103
3.6. Ανταγωνισμός 106
3.7. Συμπεράσματα 109
Βιβλιογραφία 110

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ

(ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΦΡΟΥΤΩΝ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ)

Σύνοψη 111
4.1. Εισαγωγή 112
4.2. Οικονομικά στοιχεία, προσφορά, ζήτηση 114
4.3. Εξωτερικό εμπόριο 119
4.4. Θεσμικό πλαίσιο 122
4.5. Χρηματοοικονομική ανάλυση 124
4.6. Ανταγωνισμός 127
4.7. Συμπεράσματα 129
Βιβλιογραφία 130

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΦΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΖΩΙΚΑ ΕΛΑΙΑ ΚΑΙ ΛΙΠΗ

(ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ)

Σύνοψη 131
5.1. Εισαγωγή 133
5.2. Προσδιορισμός του εύρους της αγοράς 133
5.3. Η ζήτηση των νοικοκυριών 135
5.4. Η παραγωγή τυποποιημένων αγαθών 136
5.5. Εισαγωγές, εξαγωγές και το ζήτημα του μη τυποποιημένου ελαιολάδου 140
5.6. Το ελαιόλαδο: Παραδοσιακό αγαθό της Ελλάδος και Μεσογείου - Είδη και χρήσεις 142
5.7. Το ελληνικό προϊόν στον διεθνή ανταγωνισμό 145
5.8. Η παραγωγή και διάθεση ελαιολάδου στην Ελλάδα 149
5.9. Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής 153
Παράρτημα 159
Βιβλιογραφία 182

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

Σύνοψη....185
6.1. Εισαγωγή....186
6.2. Προσφορά και ζήτηση....188
6.2.1. Παραγωγή....188
6.2.2. Κατανάλωση....190
6.3. Εξωτερικό εμπόριο....192
6.4. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου....196
6.5. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά....198
6.6. Θεσμικό πλαίσιο....200
6.7. Ανταγωνισμός....203
6.8. Συμπεράσματα και προοπτικές....207
Βιβλιογραφία....207

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΑΡΤΟΠΟΙΙΑ ΚΑΙ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ

Σύνοψη....208
7.1. Εισαγωγή....209
7.1.1. Οριοθέτηση του κλάδου και σχετικά μεθοδολογικά ζητήματα....209
7.1.2. Βασικά μεγέθη του κλάδου....213
7.1.3. Εξελίξεις του κλάδου....214
7.2. Προσφορά, ζήτηση και προοπτικές του κλάδου....216
7.2.1. Προσφορά....216
7.2.2. Ζήτηση....218
7.2.3. Προοπτικές του κλάδου....219
7.3. Διεθνές εμπόριο....220
7.3.1. Εισαγωγές....220
7.3.2. Εξαγωγές....221
7.3.3. Δείκτες για το διεθνές εμπόριο....221
7.4. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά του κλάδου....223
7.4.1. Χρηματοοικονομικά μεγέθη....223
7.4.2. Χρηματοοικονομικοί δείκτες....226
7.5. Θεσμικό πλαίσιο....228
7.5.1. Βασικοί κανονισμοί της ΕΕ και εγχώριες ρυθμίσεις....228
7.5.2. Το ζήτημα του «bake off»....229
7.5.3. Περιπτώσεις εξέτασης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού....231
7.6. Ανταγωνισμός....232
7.6.1. Μεγαλύτερες επιχειρήσεις κλάδου, συγχωνεύσεις, συμπράξεις, εξαγορές....232
7.6.2. Μέγεθος ανταγωνισμού....234
7.6.3. Χαρακτηριστικά και προοπτικές του ανταγωνισμού του κλάδου....236

7.7. Συμπεράσματα και προοπτικές του κλάδου....239
Βιβλιογραφία....243

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΖΥΜΑΡΙΚΑ

Σύνοψη....244
8.1. Εισαγωγή....245
8.1.1. Οριοθέτηση του υποκλάδου και σχετικά μεθοδολογικά ζητήματα...245
8.1.2. Βασικά μεγέθη του υποκλάδου....246
8.1.3. Εξελίξεις του υποκλάδου....247
8.2. Προσφορά, ζήτηση και προοπτικές του υποκλάδου....248
8.2.1. Προσφορά....248
8.2.2. Ζήτηση....249
8.2.3. Προοπτικές του υποκλάδου....250
8.3. Διεθνές εμπόριο....251
8.3.1. Εισαγωγές....251
8.3.2. Εξαγωγές....252
8.3.3. Δείκτες για το διεθνές εμπόριο....252
8.4. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά του υποκλάδου....254
8.4.1. Χρηματοοικονομικά μεγέθη....254
8.4.2. Χρηματοοικονομικοί δείκτες....257
8.5. Θεσμικό πλαίσιο....259
8.5.1. Βασικοί κανονισμοί της ΕΕ και εγχώριες ρυθμίσεις....259
8.5.2. Περιπτώσεις εξέτασης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού....259
8.6. Ανταγωνισμός....260
8.6.1. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, συγχωνεύσεις, συμπράξεις, εξαγορές....260
8.6.2. Μέγεθος ανταγωνισμού....263
8.7. Συμπεράσματα και προοπτικές του υποκλάδου....265
Βιβλιογραφία....267

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ

Σύνοψη....268
9.1. Εισαγωγή....270
9.2. Προσφορά και ζήτηση....273
9.2.1. Παραγωγή....273
9.2.2. Κατανάλωση....278
9.3. Εξωτερικό εμπόριο....281
9.4. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου της ποτοποιίας....290
9.4.1. Οινοποιία....290
9.4.2. Ζυθοποιία....291

9.4.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά....294
9.4.4. Μη αλκοολούχα ποτά....294
9.5. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά....296
9.5.1. Οινοποιία....296
9.5.2. Ζυθοποιία....304
9.5.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά....304
9.5.4. Μη αλκοολούχα ποτά....305
9.6. Θεσμικό πλαίσιο....305
9.6.1. Οινοποιία....305
9.6.2. Ζυθοποιία....307
9.6.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά....308
9.6.4. Μη αλκοολούχα ποτά....309
9.7. Ανταγωνισμός....309
9.7.1. Οινοποιία....310
9.7.2. Ζυθοποιία....313
9.7.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά....313
9.7.4. Μη αλκοολούχα ποτά....316
9.7.5. Δείκτες συγκέντρωσης....316
9.8. Συμπεράσματα και προοπτικές....319
Βιβλιογραφία....322

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΕΝΔΥΣΗ

Σύνοψη....323
10.1. Εισαγωγή....326
10.2. Ο κλάδος της ένδυσης....327
10.2.1. Σύντομη ιστορική αναδρομή....327
10.2.2. Παρουσίαση του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης....329
10.2.3. Βασικά μεγέθη του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης....330
10.3. Προσφορά....333
10.3.1. Παραγωγή....333
10.3.2. Πωλήσεις....336
10.4. Ζήτηση....340
10.4.1. Διάρθρωση και εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης....341
10.4.2. Πληθυσμός....342
10.4.3. Δαπάνες για ενδύματα....344
10.4.4. Διαθέσιμο εισόδημα και τιμές....347
10.4.5. Νέες παραγγελίες....348
10.5. Εξωτερικό εμπόριο....351
10.5.1. Εξαγωγές....351
10.5.2. Εισαγωγές....354
10.5.3. Εμπορικό ισοζύγιο στα προϊόντα ένδυσης....356
10.5.4. Δείκτες....358

10.6. Θεσμικό πλαίσιο....359
10.6.1. Ελληνικό νομικό πλαίσιο....360
10.6.2. Ευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο....364
10.6.3. Περιορισμός εισαγωγών κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από την Κίνα....368
10.6.4. Συμπεράσματα....370
10.7. Χρηματοοικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων του κλάδου....370
10.7.1. Δείγμα....371
10.7.2. Δείκτες χρηματοοικονομικής κατάστασης....372
10.8. Ανταγωνισμός....380
10.9. Συμπεράσματα....394
Παράρτημα....399
Βιβλιογραφία....407

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σύνοψη....408
11.1. Εισαγωγή....411
11.2. Χαρακτηριστικά της φαρμακοβιομηχανίας....412
11.2.1. Βασικά μεγέθη του κλάδου....412
11.2.2. Προσφορά....415
11.2.3. Γενόσημα φάρμακα....418
11.2.4. Ζήτηση....426
11.2.5. Δείκτες τιμών καταναλωτή και παραγωγού....430
11.2.6. Εξωτερικές εμπορικές ροές....435
11.2.7. Παράλληλο εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων....437
11.2.8. Πρόσφατες εξελίξεις....444
11.3. Ανάλυση του φαρμακευτικού κλάδου βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών (ICAP)....447
11.3.1. Γενικά....447
11.3.2. Μερίδια αγοράς- Βαθμός συγκέντρωσης....447
11.3.3. Χρηματοοικονομική ανάλυση....450
11.3.4. Χρηματοοικονομικοί δείκτες....453
11.4. Θεσμικό πλαίσιο....458
11.4.1. Γενικά....458
11.4.2. Θεσμικό πλαίσιο στις χώρες του ΟΟΣΑ....460
11.4.3. Θεσμικό πλαίσιο στη χώρα - Πρόσφατες ρυθμιστικές παρεμβάσεις....462
11.5. Δημόσια φαρμακευτική δαπάνη....466
11.5.1. Παράρτημα για τα μεθοδολογικά προβλήματα του προσδιορισμού της φαρμακευτικής δαπάνης....472
11.6. Συμπερασματικές διαπιστώσεις....479
Βιβλιογραφία....481

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ, ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

Κώστας Ν. Κανελλόπουλος [*]

1.1. Αντικείμενο της εργασίας

Η έκταση του ανταγωνισμού στις επιμέρους αγορές των προϊόντων και των υπηρεσιών αποτελεί κρίσιμη μεταβλητή γιατί επηρεάζει τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων, τον τρόπο προσδιορισμού και το ύψος των τιμών, το επίπεδο της παραγωγής, καθώς και την αποτελεσματικότητα των αγορών. Ο ανταγωνισμός αναφέρεται κυρίως στην τιμή πώλησης των παραγόμενων προϊόντων, στην ποιότητά τους, στη χρησιμοποιούμενη τεχνολογία, στις παρεχόμενες ευκολίες στους αγοραστές, καθώς και στην ευχέρεια εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. Η οικονομική θεωρία καταδεικνύει ότι, εάν επικρατούν συνθήκες έντονου ή ακριβέστερα πλήρους ανταγωνισμού, εξασφαλίζεται η μέγιστη οικονομική ευημερία στην κοινωνία. Σε αυτή την περίπτωση οι διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι αξιοποιούνται πλήρως, παράγοντας τη μέγιστη δυνατή ποσότητα στο ελάχιστο μέσο κόστος, οι συντελεστές παραγωγής αμείβονται με την οριακή συμβολή τους στο παραγόμενο προϊόν, οι δε καταναλωτές πληρώνουν τις ελάχιστες δυνατές τιμές για τα παραγόμενα αγαθά και υπηρεσίες. Επιπλέον, σε τέτοιες συνθήκες ανταγωνισμού θεωρείται ότι προωθείται κατά τον άριστο τρόπο η οικονομική ανάπτυξη και η τεχνολογική πρόοδος της χώρας. Κάτι τέτοιο αναμένεται να συμβαίνει εάν οι επιμέρους αγορές λειτουργούν σε καθεστώς πλήρους ανταγωνισμού, που μεταξύ άλλων προϋποθέτει ελευθερία εισόδου και εξόδου των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων και εργαζομένων στον κάθε κλάδο, καθώς και ευκαμψία και ανταγωνισμό των τιμών. Για τους παραπάνω λόγους οικονομολόγοι και κοινωνικοί επιστήμονες υπερασπίζονται την ανταγωνιστική λειτουργία των αγορών, προς την οποία εξάλλου στοχεύει και η πολιτική ανταγωνισμού των κυβερνήσεων.

Εάν υπάρχουν αποκλίσεις και μάλιστα έντονες από την ανταγωνιστική αγορά, οι απασχολούμενοι συντελεστές παραγωγής μπορεί να είναι λιγότεροι ή περισσότεροι από την κοινωνικά άριστη ποσότητά τους, να απολαμβάνουν

[*] Επιθυμώ να ευχαριστήσω θερμά τους Λ. Αθανασίου, Ζ. Αναστασάκου, Τ. Ευθυμιάδη, Π. Κορλίρα, Ε. Νίτση, Π. Προδρομίδη, τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας του έργου, καθώς και τον ανώνυμο κριτή, που με εποικοδομητικά σχόλια και παρατηρήσεις συνέβαλαν στη δομή και το περιεχόμενο του κεφαλαίου. Γνώμες, παραλείψεις και τυχόν λάθη είναι δικά μου.

αδικαιολόγητη οικονομική πρόσοδο, η παραγωγή είναι μικρότερη από αυτή των ανταγωνιστικών συνθηκών, και οι καταναλωτές επιβαρύνονται με σχετικά υψηλότερες τιμές. Το κόστος που προκύπτει τόσο για τους καταναλωτές όσο και για την κοινωνία από τέτοιες ατελείς αγορές έχει οδηγήσει στη θέσπιση κανόνων προώθησης του ανταγωνισμού με στόχο την προστασία των καταναλωτών και την αύξηση της κοινωνικής ευημερίας. Το υπόδειγμα του πλήρους ανταγωνισμού δεν φαίνεται να συναντιέται συχνά στην πράξη, ούτε και είναι εφικτό όταν υπάρχει αποτυχία της αγοράς, δηλαδή αδυναμία του μηχανισμού των τιμών να ενσωματώσει όλα τα οφέλη και έξοδα παραγωγής συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών, οπότε δικαιολογείται κρατική παρέμβαση και ρύθμιση. Παρομοίως, το κράτος ελέγχει τη μονοπωλιακή δύναμη επιχειρήσεων όπου οι πρωταγωνιστές της αγοράς είναι αριθμητικά λίγοι και μπορούν να επηρεάζουν την τιμή ή την ποσότητα ισορροπίας, ρυθμίζει αγορές με ασυμμετρία ή ανεπάρκεια πληροφοριών, και επιβάλλει την εφαρμογή των κανόνων υγιεινής, ασφάλειας και προστασίας του περιβάλλοντος. Υπό τοιαύτες συνθήκες το κρίσιμο ερώτημα που ανακύπτει είναι σε ποιες αγορές και ποιες ρυθμίσεις (Πολιτική ελέγχου του Ανταγωνισμού ή Ρυθμιστική Πολιτική των αγορών) θεωρούνται οι αποτελεσματικότερες για την προσέγγιση των επιθυμητών αποτελεσμάτων χωρίς να εμποδίζονται τα οφέλη του (πλήρους) ανταγωνισμού.

Είναι προφανές ότι δεν μπορεί να υπάρξει ενιαία αντιμετώπιση όλων των αγορών προϊόντων και υπηρεσιών, επειδή αυτές δεν παρουσιάζουν τα ίδια βασικά χαρακτηριστικά αλλά είναι ανομοιογενείς. Σε πολλά προϊόντα ο ανταγωνισμός λειτουργεί αποτελεσματικά, οπότε και η κρατική παρέμβαση θεωρείται περιττή αν όχι επιβλαβής. Σε συγκεκριμένα ωστόσο προϊόντα, λόγω ειδικών συνθηκών (φυσικά ή τεχνολογικά μονοπώλια, υψηλά εμπόδια εισόδου, περιβαλλοντική επιβάρυνση, έλλειψη επαρκούς και σύμμετρης πληροφόρησης, κίνδυνος για την ασφάλεια και την υγεία των εργαζομένων), η κρατική παρέμβαση κρίνεται σκόπιμη και το κρίσιμο ερώτημα είναι ο καθορισμός του τρόπου δράσης του κράτους ούτως ώστε τα οφέλη από την παρέμβαση να ξεπεράσουν το κόστος της όσο το δυνατόν περισσότερο. Από την άλλη πλευρά, τέτοιες παρεμβάσεις πρέπει να αξιολογούνται περιοδικά για να διαπιστώνεται εάν και κατά πόσο παραμένουν οικονομικά και κοινωνικά χρήσιμες.

Τις πρόσφατες δεκαετίες πολλές χώρες ανέλαβαν πρωτοβουλίες και άλλαξαν το θεσμικό τους πλαίσιο με στόχο την ενίσχυση του ανταγωνισμού και τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Τέτοιες πρωτοβουλίες ενισχύθηκαν από το διεθνές άνοιγμα των αγορών αγαθών, υπηρεσιών και κεφαλαίων (παγκοσμιοποίηση), το οποίο κατέστησε τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων μέσα στις χώρες αναγκαία προϋπόθεση για την επιβίωση και τη διατήρηση της ανταγωνιστικής τους θέσης. Ο απολογισμός τέτοιων μεταρρυθμίσεων διεθνώς θεωρείται θετικός με την έννοια ότι αύξησαν την παραγωγικότητα, μείωσαν τις τιμές και βελτίωσαν την ποιότητα και το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών, και σε πολλές περιπτώσεις αύξησαν και την

απασχόληση. Με αυτά τα αποτελέσματα τέτοιες διαρθρωτικές αλλαγές, πέρα από οικονομικούς στόχους, αποκτούν και κοινωνικό περιεχόμενο.

Οι συνθήκες παραγωγής και εμπορίας των επιμέρους προϊόντων και υπηρεσιών διαφέρουν αρκετά –λόγω τεχνολογίας, μεγέθους αγοράς, θεσμικών ρυθμίσεων και χαρακτηριστικών τους– και απαιτούν συστηματική εξέταση για την αξιολόγηση της έκτασης και των συνεπειών του όποιου ανταγωνισμού σε κλαδικό επίπεδο ή ακριβέστερα σε επίπεδο προϊόντος. Μια τέτοια προσέγγιση, πέρα από το επιστημονικό- αναλυτικό περιεχόμενό της, αναμένεται να βοηθήσει στην εξειδίκευση αρχών πολιτικής στη λειτουργία των επιμέρους κλάδων της οικονομίας ή συνώνυμα στην άσκηση πολιτικής ανταγωνισμού. Διαφορετική θα είναι η ενδεδειγμένη βιομηχανική- κλαδική πολιτική εάν σε μια διακριτή αγορά υπάρχουν πολλοί ανοργάνωτοι παραγωγοί και αγοραστές, διαφορετική εάν οι πρωταγωνιστές στην αγορά είναι λίγοι ή (συμπεριφέρονται ως) ένας, διαφορετική εάν το θεσμικό πλαίσιο εμποδίζει άμεσα ή έμμεσα την είσοδο νέων επιχειρηματιών στην αγορά, και διαφορετική εάν οι ισχύουσες ρυθμίσεις παραχωρούν αδικαιολόγητα προνόμια στους σημερινούς παραγωγούς συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι η έννοια του ανταγωνισμού, που εξετάζεται σε αυτή την εργασία, διαφέρει ουσιωδώς από αυτή της ανταγωνιστικότητας. Ο ανταγωνισμός αναφέρεται στον περιορισμό της ευχέρειας των επιχειρήσεων του κλάδου να ελέγχουν την αγορά καθορίζοντας τις τιμές, τα κέρδη, την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά ή και τις ιδιότητες των προϊόντων. Όσο μικρότερη η ικανότητα των επιχειρήσεων ως προς αυτά τόσο μεγαλύτερος ο ανταγωνισμός. Αντίθετα, η ανταγωνιστικότητα συνδέεται με τη σχετική ικανότητα επιχειρήσεων, κλάδων, τομέων ή ακόμη και κρατών συνολικά να πωλούν σε δεδομένη αγορά (λ.χ. διεθνή) τα προϊόντα που παράγουν. Παρά την αμφισβήτηση της έννοιας της ανταγωνιστικότητας, υπέρ της έννοιας της παραγωγικότητας, αυτή θεωρείται ότι ενισχύεται από τα υφιστάμενα δίκτυα που βοηθούν τις επιχειρήσεις να παράγουν αποτελεσματικά και να διαθέτουν τα προϊόντα τους στις αγορές με κέρδος, καθώς και από ποικίλα άλλα μέτρα που αντιμετωπίζουν τον διεθνή ανταγωνισμό ομοειδών προϊόντων[1]. Με αυτή την έννοια άλλος είναι ο στόχος και τα μέσα για την προώθηση του ανταγωνισμού στην αγορά (αποτροπή εκμετάλλευσης από τις επιχειρήσεις της τυχόν μονοπωλιακής τους δύναμης μέσω της πολιτικής ανταγωνισμού), και άλλα τα μέσα για την προώθηση της ανταγωνιστικότητας (διάθεση προϊόντων, προώθηση της εξωστρέφειας, προσέλκυση και ενθάρρυνση επενδύσεων, μείωση εμπορικού ελλείμματος). Ενδεικτικά αναφέρεται ότι συγκεκριμένες μεγάλες οικονομικές

[1] Σε πολλές χώρες, μεταξύ αυτών και η Ελλάδα, συντάσσονται τακτικές Εκθέσεις Ανταγωνιστικότητας, όπου καταγράφονται οι εξελίξεις δεικτών που προωθούν ή επιβαρύνουν την ανταγωνιστικότητα, καθώς και οι αρχές πολιτικής για τη βελτίωσή της. Οι συνθήκες ανάληψης επενδύσεων αποτελούν βασικό θέμα τέτοιων εκθέσεων. Το δε υψηλό άτυπο κόστος λόγω γραφειοκρατίας και διαφθοράς θεωρείται βασικός επιβαρυντικός παράγοντας της ανταγωνιστικότητας στην Ελλάδα.

μονάδες διεθνώς προωθούν τη διείσδυσή τους σε ξένες αγορές μέσω της σταυροειδούς επιδότησης των εξαγωγών τους. Πολλές επίσης χώρες, κυρίως ανεπτυγμένες, στοχεύοντας στην προώθηση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των προϊόντων τους τα ενισχύουν είτε άμεσα με ποικίλες (κρυφές) επιδοτήσεις είτε έμμεσα μέσω ενεργειών μάρκετινγκ, φορολογικών απαλλαγών, προώθησης δικτύων, προώθησης της έρευνας και ανάπτυξης, διακρατικών συμφωνιών κλπ. Ακόμη και η υποτίμηση του νομίσματος ή η διατήρηση υψηλών συστηματικών πλεονασμάτων στο εμπορικό ισοζύγιο κάποιων κρατών, λόγω υποτιμημένου νομίσματος, έχει θεωρηθεί ως σκόπιμη ενίσχυση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας συγκεκριμένων χωρών. Τέτοια μέσα ουσιαστικά αποτελούν εσκεμμένη απόκλιση από την ανταγωνιστική εσωτερική αγορά και υιοθετούνται για την προώθηση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας επιδοτώντας τα εξαγώγιμα προϊόντα εις βάρος των μη εξαγώγιμων.

Έχοντας αυτή τη θεώρηση ως βάση, η παρούσα εργασία σκοπό έχει να τεκμηριώσει και να εξετάσει το μεθοδολογικά δύσκολο θέμα του βαθμού του ανταγωνισμού σε επιμέρους κλάδους παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών της ελληνικής οικονομίας τα τελευταία έτη. Αυτό γίνεται συστηματικά στα κεφάλαια που ακολουθούν όπου σε κάθε κεφάλαιο εξετάζεται και ένας κλάδος ή, όπου αυτό είναι δυνατό, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Στο υπόλοιπο αυτού του εισαγωγικού κεφαλαίου επιδιώκονται τρεις στόχοι. Πρώτον γίνεται σύντομη παρουσίαση της σχετικής οικονομικής θεωρίας και των χρησιμοποιούμενων εννοιών για την ανάλυση της λειτουργίας των αγορών, αποδίδοντας προσοχή στο εάν πρόκειται για αγορές τελικών προϊόντων ή υπηρεσιών ή συντελεστών παραγωγής. Όπου κρίθηκε σκόπιμο παρουσιάζονται και σχετικά παραδείγματα από την ελληνική πραγματικότητα, τα οποία ωστόσο ουδόλως υποκαθιστούν τα αντίστοιχα κεφάλαια. Δεύτερον, για να αποφύγουμε κουραστικές επαναλήψεις στα επιμέρους κεφάλαια, παρουσιάζουμε την υιοθετούμενη μεθοδολογία για τη μέτρηση του βαθμού ανταγωνισμού, η οποία είναι σε γενικές γραμμές κοινή για όλους τους κλάδους που εξετάζονται στη συνέχεια. Τρίτον, αποπειράται μια αρχική πιθανή χαρτογράφηση της έκτασης του ανταγωνισμού στην ελληνική οικονομία με βάση τα σχετικά βασικά διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των κλάδων.

1.2. Θεωρητικό υπόβαθρο και χρησιμοποιούμενες έννοιες

Η αναλυτική προσέγγιση του βαθμού ανταγωνισμού στις επιμέρους αγορές προϊόντων και υπηρεσιών στη χώρα μας γίνεται αξιοποιώντας το υπόδειγμα της ζήτησης και προσφοράς στις διάφορες μορφές οργάνωσής της, το οποίο πρακτικά εξηγεί τις τιμές των προϊόντων ως το αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης των παραγωγών που πωλούν στην αγορά το προϊόν που παράγουν και των αγοραστών του προϊόντος που εμφανίζονται στην αγορά και ζητάνε να το αγοράσουν. Προφανώς, το αποτέλεσμα αυτής της αλληλεπίδρασης για τις τιμές που θα γίνουν οι συναλλαγές στην αγορά διαφέρει εάν υπάρχουν πολλοί παραγωγοί και πολλοί πωλητές του ίδιου προϊόντος (επικρατεί πλήρης ανταγωνισμός), εάν οι πολλοί αγοραστές και πολλοί πωλητές εμπορεύονται

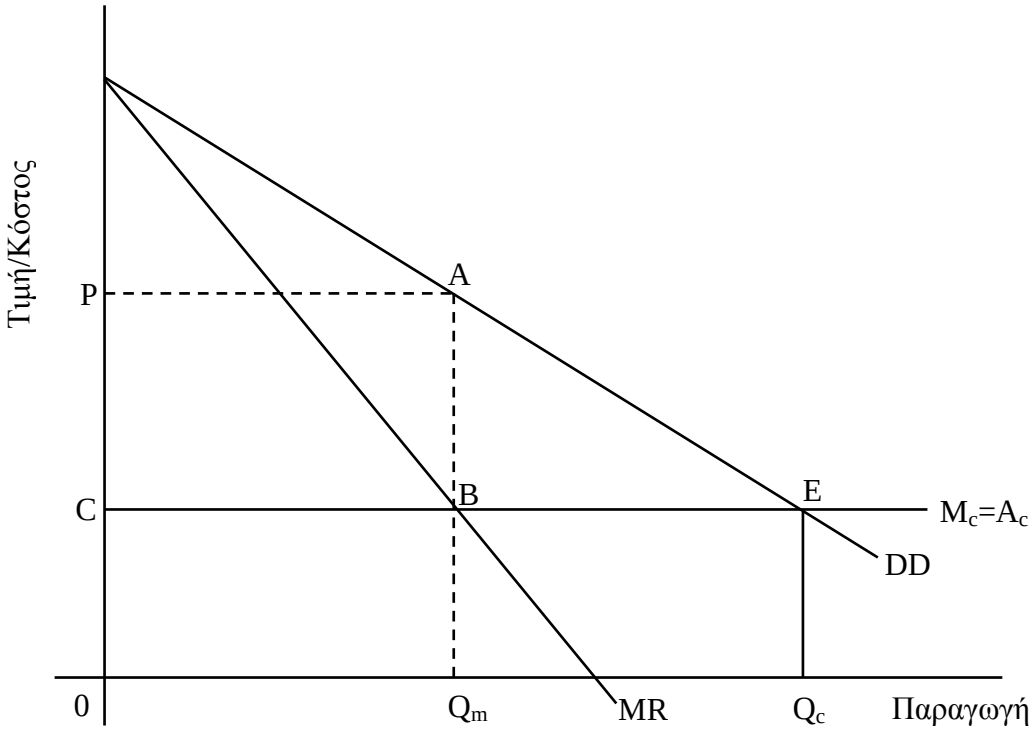
διαφοροποιημένο προϊόν (μονοπωλιακός ανταγωνισμός), εάν οι πωλητές είναι λίγοι (ολιγοπώλιο) ή ένας (μονοπώλιο). Εάν οι παραγωγοί είναι πάρα πολλοί και υπάρχει ελευθερία άμεσης εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά, η δραστηριότητα του μεμονωμένου επιχειρηματία δεν φαίνεται να έχει ορατές συνέπειες στην τιμή και ποσότητα ισορροπίας της αγοράς. Επίσης, υπό τέτοιες συνθήκες ανταγωνισμού υπερβολικά επιχειρηματικά κέρδη δεν επιβιώνουν, επειδή αυτά προσελκύουν επιπλέον παραγωγούς, οι οποίοι εισερχόμενοι στον κλάδο αυξάνουν την προσφορά, η οποία με τη σειρά της πιέζει τις τιμές στο κόστος παραγωγής της επιπλέον μονάδας (στο οριακό κόστος).

Προφανώς όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων και άρα όσο μικρότερη η συμμετοχή κάθε μιας στις πωλήσεις του κλάδου, τόσο μικρότερη δύναμη διαθέτει η κάθε επιχείρηση να ορίσει τιμή υψηλότερη από το οριακό κόστος. Εναλλακτικά, όσο μεγαλύτερος είναι ο ανταγωνισμός στην παραγωγή, τόσο χαμηλότερη η τιμή και άρα υψηλότερη η οικονομική ευημερία των καταναλωτών. Υπό τις ακραίες συνθήκες απουσίας κόστους συναλλαγών, ύπαρξης πλήρους πληροφόρησης και βεβαιότητας, η αγορά επιτυγχάνει το κοινωνικά άριστο. Οι αγορές ορισμένων αγροτικών προϊόντων με πολλούς ανοργάνωτους παραγωγούς και την ελευθερία εισόδου και εξόδου από τον κλάδο, καθώς και την ευχέρεια διάθεσης του προϊόντος είτε σε εμπόρους είτε σε καταναλωτές είτε προς εξαγωγές θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι προσεγγίζουν τις συνθήκες του πλήρους ανταγωνισμού. Εάν αυτά τα χαρακτηριστικά του ανταγωνισμού ισχύουν, η προβαλλόμενη θέση ότι οι μεσάζοντες στα αγροτικά προϊόντα εκμεταλλεύονται τους παραγωγούς και τους καταναλωτές είναι μάλλον υπερβολική. Πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι αυτή η στατική θεώρηση των αγορών αγνοεί τη βελτίωση λόγω καλύτερης οργάνωσης, εφαρμογής νέων τεχνολογιών και καινοτομιών που μπορεί να μην προωθούνται αρκετά στον πλήρη ανταγωνισμό. Ενδεικτικό είναι ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση και τα κράτη μέλη της ενισχύουν τη δημιουργία και λειτουργία Οργανώσεων Παραγωγών αγροτικών προϊόντων με σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του γεωργικού τομέα μέσω συντονισμένων παρεμβάσεων στην παραγωγή και εμπορία προϊόντων. Χώρες με διαδεδομένο τον θεσμό των Οργανώσεων Παραγωγών εμφανίζουν και μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα στη γεωργία τους (Ρεζίτη, 2010, κεφ. 2 και 7). Διαφαίνεται λοιπόν ότι έχει σημασία να εξετάσουμε εάν υπάρχουν και ποια εμπόδια εισόδου στον κάθε εξεταζόμενο κλάδο, εάν οι ισχύουσες ρυθμίσεις εμποδίζουν τη λειτουργία του ανταγωνισμού μέσα στον κάθε κλάδο, καθώς και εάν υπάρχουν αντικίνητρα στους παραγωγούς να ανταγωνιστούν στην αγορά που δραστηριοποιούνται.

Στην περίπτωση που υπάρχει ένας παραγωγός (μονοπώλιο), που καλύπτει μόνος του την εκδηλούμενη ζήτηση, αυτός πιθανόν δεν φοβάται άμεσες αντιδράσεις άλλων επίδοξων παραγωγών και άρα διαθέτει αξιόλογη οικονομική ή συνώνυμα μονοπωλιακή δύναμη, η οποία εκδηλώνεται με μονοπωλιακά κέρδη που προέρχονται από την πώληση σε τιμή υψηλότερη από το (οριακό) κόστος παραγωγής. Αυτό συνεπάγεται κοινωνικό κόστος από τη λειτουργία του

μονοπωλίου και μπορεί να απεικονιστεί διαγραμματικά στο ακόλουθο σχήμα. Έστω ότι επικρατούν συνθήκες σταθερού κόστους στην παραγωγή ενός προϊόντος όπως απεικονίζονται από την οριζόντια γραμμή Mc=Ac. Υπό συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού η παραγωγή θα είναι Qc όπου το οριακό κόστος τέμνεται με την καμπύλη ζήτησης DD. Εάν η αγορά του προϊόντος καταστεί μονοπωλιακή, η καμπύλη ζήτησης του κλάδου καθίσταται και καμπύλη ζήτησης (και μέσου εσόδου) του μονοπωλητή, ο οποίος μεγιστοποιεί τα κέρδη του όταν το σταθερό οριακό κόστος 0C ισούται με το ίδιο οριακό έσοδο QmB σε επίπεδο παραγωγής Qm και τιμή 0P. Εδώ εμφανίζονται μονοπωλιακά κέρδη, (το τετράγωνο PCBA) και οι καταναλωτές υφίστανται απώλεια του πλεονάσματός τους ίση με το τραπέζιο CPAE. Προφανώς μέρος αυτής της απώλειας, ίσο με το ορθογώνιο CPAB, μεταφέρεται στα κέρδη του μονοπωλητή και ένα άλλο, ίσο με το τρίγωνο ABE, αποτελεί την απώλεια της κοινωνικής ευημερίας λόγω της λειτουργίας του μονοπωλίου, η οποία θεωρητικά θα μπορούσε να υπολογιστεί.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.1
Μονοπωλιακή αγορά



Αυτή βέβαια η ανάλυση είναι στατική και αγνοεί τον ανταγωνισμό των αγορών, είτε ως άμεση αντίδραση προσέλκυσης νέων επιχειρηματιών λόγω των παρατηρούμενων κερδών, είτε ως μια πορεία ανταγωνισμού μέσω καινοτομιών από νεωτεριστές επιχειρηματίες στη διάρκεια του χρόνου. Έτσι η ύπαρξη μονοπωλίου μπορεί να προκαλέσει ανακατατάξεις στην αγορά, ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων και προϊόντων και εξαφάνιση των μονοπωλιακών κερδών. Σε όρους του διαγράμματος η είσοδος νέων επιχειρήσεων εξαφανίζει τα μονοπωλιακά κέρδη και αυξάνει την κοινωνική ευημερία. Αξίζει ωστόσο να

σημειωθεί ότι αυτό γίνεται λόγω της ύπαρξης ελκυστικών προσωρινών μονοπωλιακών κερδών, τα οποία λειτουργούν ως μαγνήτης για την είσοδο νέων επιχειρηματιών. Με αυτή τη λογική τα κράτη απονέμουν προσωρινά μονοπωλιακά κέρδη στους κατόχους ευρεσιτεχνιών για να ενθαρρύνουν την έρευνα και ανάπτυξη.

Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται συχνά στα λεγόμενα **φυσικά μονοπώλια**, που συναντώνται όταν είναι τεχνικά πιο αποτελεσματικό να υπάρχει ένας παραγωγός ή μία επιχείρηση. Ως κλασικά παραδείγματα αναφέρονται, από τον J. S. Mill που πρώτος χρησιμοποίησε το 1848 τον όρο φυσικά μονοπώλια, τα δίκτυα παροχής νερού, οι δρόμοι, οι σιδηρόδρομοι, όπου θα ήταν παράλογη η όποια προσπάθεια ενίσχυσης του ανταγωνισμού αλλά και η αξιοποίηση των όποιων οικονομιών κλίμακας (μείωση του μέσου κόστους καθώς αυξάνει η παραγωγή) γίνεται από την ύπαρξη μιας μεγάλης μονάδας, οπότε κάποιο είδος κρατικής παρέμβασης είναι αναγκαίο. Το κράτος συνήθως παραχωρεί ή διαχειρίζεται νομικά το αποκλειστικό δικαίωμα παραγωγής ενός τέτοιου προϊόντος ή υπηρεσίας. Το νομικό μονοπώλιο, που δημιουργεί το κράτος λειτουργεί με ελεγχόμενες τιμές ή με καθορισμένη απόδοση του κεφαλαίου του και αναλαμβάνει ταυτόχρονα και την υποχρέωση να προσφέρει ολοκληρωμένη κοινωνική υπηρεσία (συμφωνημένη ελάχιστη κάλυψη ολόκληρης ή μέρους της χώρας). Υπό αυτή την έννοια ωστόσο το μονοπώλιο από φυσικό καθίσταται νομοθετημένο και προφανώς θα προσπαθήσει, μέσω ποικίλων τρόπων, διαθέτοντας μέρος από τα κέρδη του για δωροδοκίες, χρηματοδοτήσεις ομάδων επιρροής, πολιτικές πιέσεις και παρόμοια, να διατηρήσει τη μονοπωλιακή του πρόσοδο δαπανώντας οικονομικούς πόρους. Για να εξουδετερωθούν τέτοια φαινόμενα, οικονομολόγοι και λοιποί κοινωνικοί επιστήμονες πλέον προτείνουν την αποχή του κράτους από την παραχώρηση αποκλειστικών μονοπωλιακών προνομίων καθιστώντας τις αγορές ανταγωνίσιμες. Όπως υποστηρίζει ο Baumol (1982), εάν υπάρχει απόλυτη ελευθερία εισόδου στον κλάδο και η έξοδος από αυτόν είναι χωρίς κόστος, ο κλάδος καθίσταται ανταγωνίσιμος, οι τιμές του θα διατηρηθούν κοντά στο κόστος παραγωγής και η κρατική παρέμβαση είναι περιττή. Εξάλλου η ύπαρξη οικονομιών κλίμακας, που αποτελούν το επιχείρημα για τη θεσμοθέτηση φυσικών μονοπωλίων, δεν επιβεβαιώνεται συχνά εμπειρικά. Για τους ελληνικούς σιδηροδρόμους λ.χ. ο Αθανασακόπουλος (2006, κεφ 4) εκτιμά ότι υπάρχει μη άριστο επίπεδο υποδομής και κακή κατανομή του διαθέσιμου κεφαλαίου.

Με τις αλλαγές που ήδη έχουν προωθηθεί διεθνώς, πολλά από τα γνωστά ιστορικά φυσικά μονοπώλια έχουν εν πολλοίς μεταρρυθμιστεί (μετοχοποιηθεί και εισαχθεί στα χρηματιστήρια ή ιδιωτικοποιηθεί) και κρατικές ρυθμιστικές αρχές ελέγχουν πλέον τη λειτουργία τους. Η δε κοινωνική υπηρεσία, όπου είναι αναγκαία, παρέχεται, μέσω δημοπρασίας, από τον μειοδότη επιχειρηματία (όχι αναγκαστικά και αποκλειστικό πάροχο) για καθορισμένα χρονικά διαστήματα με το όποιο κόστος να επιβαρύνει το κοινωνικό σύνολο (λ.χ. άγονες θαλάσσιες ή αεροπορικές γραμμές). Ταυτόχρονα, η προώθηση του ανταγωνισμού σε τέτοιες αγορές προϋποθέτει την εφαρμογή κανόνων που υποχρεώνουν τις παλιές

εταιρείες να μοιράζονται το δίκτυό τους με τις νεοεισερχόμενες στον κλάδο, καθώς και την ευχέρεια των καταναλωτών να αλλάζουν εύκολα πάροχο. Το τελευταίο φαίνεται ότι έχει προχωρήσει αρκετά στην Ελλάδα στις τηλεπικοινωνίες αλλά όχι στην ηλεκτρική ενέργεια, όπου παραμένουν ακόμη σιωπηρά εμπόδια στην είσοδο νέων παικτών.

Παρ' όλες αυτές τις εξελίξεις **φυσικά ή οιονεί φυσικά μονοπώλια** συνεχίζουν να υπάρχουν. Και το ερώτημα που ανακύπτει είναι πώς μπορούν να λειτουργούν αποτελεσματικά. Σε τέτοιες περιπτώσεις πολύ πιθανόν να έχει σημασία ο τρόπος και οι όροι εισόδου της επιχείρησης στη μονοπωλιακή αγορά, και όχι η ρύθμιση της τιμής και λειτουργίας εντός της αγοράς (Demsetz, 1968). Πιο συγκεκριμένα, το κράτος μπορεί να δημοπρατήσει το δικαίωμα λειτουργίας της μονοπωλιακής επιχείρησης με τους όρους που αυτό θεωρεί οικονομικά και κοινωνικά αναγκαίους. Επειδή από τη φύση της αγοράς δεν μπορεί να υπάρξει ανταγωνισμός στην αγορά μέσω τιμών, σκόπιμο θα είναι να υπάρξει ανταγωνισμός για την είσοδο στην αγορά. Τέτοιες ρυθμίσεις δεν είναι άγνωστες στη χώρα μας όπου έχουν δημοπρατηθεί και παραχωρηθεί άδειες λειτουργίας κινητής τηλεφωνίας, καζίνο κλπ. Αυτή η διαδικασία θεωρητικά θα μπορούσε να υιοθετηθεί, με θετικά αποτελέσματα στον κρατικό προϋπολογισμό, στον κλάδο των μεταφορών όπου προφανώς δεν μπορεί να υπάρξει ανεξέλεγκτος αριθμός αδειών οχημάτων δημοσίας χρήσεως ούτε και απεριόριστος ανταγωνισμός τιμών. Οι ενδιαφερόμενοι να εισέλθουν επιχειρηματικά στον κλάδο αντί να πληρώνουν στη «μαύρη» αγορά ακριβά την απόκτηση μιας άδειας, που έχει δημόσιο χαρακτήρα και την αξιοποιούν με τους τρέχοντες όρους της αγοράς, θα μπορούσαν να την αποκτήσουν μέσω ανοικτής δημοπρασίας με σαφείς όρους ως προς τη διάρκεια, τη μεταβίβαση και τους όρους εκμετάλλευσης. Η ίδια διαδικασία μπορεί να υιοθετηθεί και στις περιπτώσεις που διαπιστώνεται ότι οι ενδιαφερόμενοι υποψήφιοι επαγγελματίες είναι περισσότεροι από τις διαθέσιμες θέσεις. Βεβαίως εδώ χρειάζεται προσοχή διότι οι ενδιαφερόμενοι μπορεί να παρασυρθούν και να πληρώσουν στον πλειστηριασμό υψηλά ποσά, με την προοπτική αύξησης των τιμών, γεγονός που μπορεί να επιβαρύνει τον πληθωρισμό ή τους καταναλωτές.

Από την άλλη πλευρά, σε **ολιγοπωλιακές αγορές** οι λίγες επιχειρήσεις του κλάδου, ρητά ή σιωπηρά, μπορεί να συνεννοούνται με σκοπό τον περιορισμό του ανταγωνισμού καθορίζοντας την τιμή και μοιράζοντας μεταξύ τους την αγορά, δημιουργώντας δηλαδή το γνωστό καρτέλ. Όπου υπάρχουν καρτέλ ο οικονομικός λογισμός οδηγεί σε αύξηση των τιμών, σε μείωση της παραγόμενης ποσότητας και περιορισμό της ποικιλίας μειώνοντας έτσι την οικονομική ευημερία, γι' αυτό και η νομοθεσία περί ανταγωνισμού τα απαγορεύει. Οι περιπτώσεις φανερής ή μυστικής συμφωνίας αποτελούν τα κλασικά παραδείγματα καρτέλ, τα οποία ωστόσο σπανίως συναντιώνται ή αντίστοιχα δύσκολα τεκμηριώνονται. Σχετικές έρευνες της Επιτροπής Ανταγωνισμού δεν φαίνεται να έχουν αποδώσει σε πολλές περιπτώσεις τα αναμενόμενα. Βεβαίως η συνεργασία των (έστω και λίγων) επιχειρήσεων σε ορισμένα θέματα θεωρείται επωφελής, εξάλλου το

δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι είναι συνταγματικά κατοχυρωμένο και ήδη λειτουργούν ενώσεις ή σύνδεσμοι επιχειρήσεων σε πάρα πολλούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Ως αντικείμενα επιθυμητής συνεργασίας αναφέρονται οι κοινές ερευνητικές προσπάθειες, η υιοθέτηση κοινών προτύπων και συμβατών συστημάτων, η αυτορρύθμιση σε θέματα ποιότητας, ασφάλειας και προστασίας του περιβάλλοντος των προϊόντων, ή η εξειδίκευση και εφαρμογή κωδίκων συμπεριφοράς και επαγγελματικής δεοντολογίας από τα μέλη επιστημονικών συλλόγων. Η πρόκληση ωστόσο είναι μήπως τέτοιες συνεργασίες μπορούν να επεκταθούν στον καθορισμό τιμών και σε μοίρασμα της παραγωγής και των κερδών. Ας μην ξεχνάμε ότι ο Adam Smith, που πολεμούσε τα θεσμικώς προστατευμένα μονοπώλια, έγραψε ότι οι εργοδότες «πάντοτε και παντού» εμπλέκονται σε συνομωσίες ελέγχου των τιμών και μισθών. Αν και αυτή η θέση μπορεί να θεωρηθεί υπερβολική, τέτοιες καταστάσεις μπορεί να επιδιώκονται σε πολλούς κλάδους της οικονομίας όπου υπάρχουν λίγες επιχειρήσεις. Για αυτό και δικαιολογείται ο κρατικός έλεγχος για εναρμονισμένες τιμολογιακές και άλλες πρακτικές σε αγορές με λίγες κυρίαρχες επιχειρήσεις. Ωστόσο, όπως θα δούμε στη συνέχεια, εάν υπάρχει ανταγωνισμός από εισαγόμενα από το εξωτερικό ομοειδή προϊόντα, το μέγεθος της αγοράς είναι σχετικά μικρό, η τεχνολογία γνωστή και υπάρχει ελευθερία εισόδου, τότε προσπάθειες ελέγχου τιμών και κερδών από εγχώριους ολιγοπωλητές καθίστανται μάταιες.

Αρκετοί μελετητές υποστηρίζουν ότι, με την ευρεία έννοια, οι επαγγελματικές, επιστημονικές ενώσεις και παρόμοιες οργανώσεις, που τα μέλη τους προσφέρουν μη εμπορεύσιμες διεθνώς υπηρεσίες, επιτελούν είτε αυτοτελώς είτε στα πλαίσια νομοθετικών ρυθμίσεων που ισχύουν, αρκετές από τις δραστηριότητες που συνήθως συνδέονται με ένα καρτέλ. Ως κάτι τέτοιο θα μπορούσε να θεωρηθεί ο χειρισμός των εσόδων από την υποχρεωτική παράσταση των δικηγόρων στα συμβόλαια μεταβιβάσεως ακινήτων (από «αντικειμενική» αξία περίπου 30 χιλ. ευρώ) με καθορισμένη νομοθετικά ελάχιστη αμοιβή που είναι ποσοστό επί της αξίας του συμβολαίου. Ένα υψηλό ποσοστό από αυτά τα έσοδα (25%) εισρέει στους κατά τόπους Δικηγορικούς Συλλόγους και μοιράζεται στο τέλος του έτους ως μέρισμα σε όλα τα μέλη του.

Από την άλλη πλευρά σε ολιγοπωλιακές αγορές, αν και σπανίως, παρατηρείται ο λεγόμενος «πόλεμος τιμών» με την έννοια ότι μια μεγάλη επιχείρηση στον συγκεκριμένο κλάδο (ή και περιοχή) μειώνει αρκετά την τιμή ούτως ώστε να μην μπορεί να επιβιώσει επί μακρόν άλλη επιχείρηση (ακόμη και εξίσου αποτελεσματικά λειτουργούσα), με σκοπό μεσοχρόνια να διατηρήσει ή αυξήσει τη μονοπωλιακή της δύναμη. Αυτός ο ανταγωνισμός, γνωστός και ως εξουθενωτικός ή καταστροφικός ανταγωνισμός (cut throat competition), καταλήγει σε τιμές οι οποίες δεν καλύπτουν το κόστος παραγωγής για εκτεταμένη χρονική περίοδο. Δεν θεωρείται υγιής ανταγωνισμός ως προς την αποτελεσματική κατανομή των παραγωγικών πόρων και, αν και ευνοεί τους καταναλωτές προσωρινά, δεν είναι αποδεκτός ούτε θεωρητικά ούτε νομικά, αν και δύσκολα μπορεί να τεκμηριωθεί και τιμωρηθεί.

1.2.1. Άλλοι περιορισμοί στη λειτουργία της αγοράς

Πέρα από τις παραπάνω περιπτώσεις των φυσικών μονοπωλίων, το κράτος παρεμβαίνει με πολλούς τρόπους στη λειτουργία και άλλων αγορών. Πολλοί από αυτούς τους τρόπους επηρεάζουν την προσφορά ελέγχοντας τον αριθμό των εισερχομένων στην αγορά, ή καθορίζοντας τους κανόνες με τους οποίους θα λειτουργούν μέσα στην αγορά, ή περιορίζοντας την παραγόμενη ποσότητα. Από την άλλη πλευρά, επηρεάζοντας ή ακόμη καθορίζοντας την τιμή ή καθιστώντας υποχρεωτική την απόκτηση κάποιων προϊόντων ή υπηρεσιών από τους καταναλωτές, επηρεάζεται και η σχετική ζήτηση. Αν και κατά την υιοθέτηση τέτοιων περιορισμών, που έχουν τη μορφή ποικίλων νομοθετικών ή διοικητικών ρυθμίσεων, προβάλλονται από τις κυβερνήσεις και τις ενδιαφερόμενες συνδικαλιστικές οργανώσεις πολλές οικονομικές και κοινωνικές δικαιολογίες, είναι σημαντικό να αναγνωρίζονται και οι πιθανές αρνητικές τους συνέπειες στη λειτουργία του ανταγωνισμού και των αγορών. Στη συνέχεια γίνεται σύντομη επισκόπηση συνηθισμένων μεθόδων που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό των αγορών, παρουσιάζοντας όπου είναι δυνατό και σχετικά παραδείγματα.

Περιορισμοί στον αριθμό και την ανάπτυξη καταστημάτων λιανικής, ιδιαίτερα μεγάλων, είναι συχνοί σε αστικές περιοχές πολλών χωρών για τον έλεγχο της αστικής συμφόρησης και της προστασίας του περιβάλλοντος. Περιορισμοί στη χρήση της γης, στον βαθμό που είναι λογικοί, θεωρούνται διεθνώς δικαιολογημένοι, αρκεί να μην είναι μεροληπτικοί υπέρ των ήδη υφισταμένων επιχειρήσεων. Επίσης οι όροι χρήσης της γης πρέπει να είναι σαφείς, να μην επιδέχονται αμφισβήτησης, ούτε να προξενούν μακροχρόνιους δικαστικούς αγώνες. Αντίθετα, δεν θεωρούνται δικαιολογημένοι οι περιορισμοί στα ωράρια λειτουργίας των καταστημάτων, επειδή μειώνουν τον ανταγωνισμό, τις καινοτομίες και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

Μια άλλη μορφή περιορισμού της εισόδου επιπλέον επιχειρήσεων σε έναν κλάδο είναι η παραχώρηση ή η ανανέωση αποκλειστικών δικαιωμάτων, οπότε δεν μπορούν να εισέλθουν στον κλάδο νέες. Ως τέτοιοι περιορισμοί καταγράφονται οι κατοχυρωμένες ευρεσιτεχνίες, η παραχώρηση από τοπικές ή περιφερειακές αρχές σε μια επιχείρηση του αποκλειστικού δικαιώματος παραγωγής ειδικού προϊόντος ή υπηρεσίας, καθώς και τα παραπάνω αναφερόμενα παραχωρημένα φυσικά μονοπώλια. Ένα θέμα που παραμένει σε διαμάχη σε διεθνές επίπεδο είναι η επέκταση της ευρεσιτεχνίας φαρμάκων (OECD, 2010, σελ. 36). Φαρμακευτικές εταιρείες αγωνίζονται και δικαστικά να επεκτείνουν την περίοδο προστασίας της ευρεσιτεχνίας, παρά την παρατηρούμενη άνθηση του τομέα παραγωγής γενοσήμων (=επώνυμων αντιγράφων) φαρμάκων σε πολλές χώρες. Αυτό ωστόσο σημαίνει επιβάρυνση των καταναλωτών, αλλά και υψηλό κόστος για τους δυνητικούς ανταγωνιστές τους, με αποτέλεσμα την αποθάρρυνσή τους. Γενικότερα, αυτό που προτείνουν και διεθνείς οργανισμοί είναι ο λεπτομερής έλεγχος τέτοιων παραχωρήσεων και η αποφυγή της δημιουργίας ιδιωτικών μονοπωλίων στη θέση των μέχρι προ ολίγου χρόνου δημοσίων.

Η ρύθμιση της ροής αγαθών και υπηρεσιών από περιοχή σε περιοχή χρησιμοποιείται ως μέσο προστασίας των τοπικών επιχειρήσεων από τον εξωτερικό ανταγωνισμό, αλλά εμφανίζεται και ως προστασία των καταναλωτών. Ως τέτοιες ρυθμίσεις στη χώρα μας μπορεί να αναφερθούν οι παρακάτω: οι νομαρχιακές άδειες των φορτηγών δημόσιας χρήσης που δεν μπορούν να αναλάβουν φορτίο από ένα νομό σε άλλον, τα ταξί που περιορίζονται στις τοπικές τους αγορές, καθώς και οι δικηγόροι που δεν μπορούν να δραστηριοποιηθούν πέρα από το πρωτοδικείο που έχει έδρα ο Δικηγορικός Σύλλογος που είναι μέλη. Τέτοιοι συνήθως περιορισμοί δεν έχουν καμιά οικονομική δικαιολογία. Συμβάλλουν ωστόσο στην παροχή κάποιων υπηρεσιών στις επιμέρους περιοχές- αγορές. Ήδη, όπου υπάρχουν διεθνώς, αίρονται επ' ωφελεία καταναλωτών και επιχειρήσεων.

Ένα άλλο εμπόδιο στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, που αναφέρεται συχνά στη βιβλιογραφία, είναι το υψηλό μη ανακτήσιμο κόστος. Δηλαδή το κόστος της επιχείρησης που, άπαξ και αναληφθεί, δεν επανακτάται, εάν η επιχείρηση αποφασίσει να σταματήσει τη σχετική δραστηριότητα. Αυτό οφείλεται στο ότι συγκεκριμένες παραγωγικές εισροές είναι εξειδικευμένες και δεν έχουν υπολογίσιμη εναλλακτική αξία. Ως τέτοιες αναφέρονται οι δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη εάν δεν επιτύχουν, οι δαπάνες για ανάπτυξη νέων προϊόντων, οι διαφημιστικές δαπάνες, οι δαπάνες αδειοδότησης και αρχικής λειτουργίας κλπ. Συναφές με αυτά είναι και το ύψος των επενδύσεων που πρέπει να αναλάβει η νέα επιχείρηση που εισέρχεται στον κλάδο, ιδιαίτερα εάν χρειάζεται και χρηματοδότηση με εγγυήσεις. Για να ενισχυθεί ο ανταγωνισμός, διεθνείς οργανισμοί προτείνουν τη μείωση του κόστος εξόδου με το να επιτρέπεται η σύντομη ρευστοποίηση των εμπορευμάτων (πώληση κάτω του κόστους).

Υπάρχουν επίσης πολλές και ποικίλες ρυθμίσεις που περιορίζουν τη λειτουργία των αγορών. Τέτοιες ρυθμίσεις πηγάζουν από το κράτος αλλά πολλές φορές και από τις σχετικές επαγγελματικές- επιστημονικές ενώσεις, όπου υπάρχει αυτορρύθμιση των επαγγελματικών αγορών. Αυτές αναφέρονται κυρίως στον καθορισμό ή τον επηρεασμό των τιμών πώλησης των αγαθών ή υπηρεσιών, στην καθιέρωση αδικαιολόγητα υψηλών ποιοτικών προτύπων μη συμβατών με τις επιλογές που θα έκαναν πολλοί καλώς πληροφορημένοι καταναλωτές ή που προσφέρουν πλεονέκτημα σε κάποιους παραγωγούς, καθώς και στην απαγόρευση διαφημίσεων. Ακόμη και υπερβολικοί κανόνες υγιεινής ή προστασίας της δημόσιας υγείας μπορεί να καθιστούν τον ανταγωνισμό ανέφικτο, ιδιαίτερα στο εμπόριο κάποιων τροφίμων.

Η ρύθμιση των τιμών των λεγόμενων φυσικών μονοπωλίων (ηλεκτρισμός, τηλεφωνία, ύδρευση, ταχυδρομεία) έγινε από τις κυβερνήσεις για να προστατευτεί ο καταναλωτής, διότι διαφορετικά πιθανόν να πλήρωνε υψηλότερες τιμές. Το μειονέκτημα τέτοιων ρυθμίσεων είναι ότι οι επιχειρήσεις με ρυθμισμένες τιμές μπορεί να μειώσουν την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών εάν δεν ικανοποιούνται από τις καθορισμένες τιμές, αποφεύγουν να βελτιώσουν τις

προσφερόμενες ποικιλίες, ενώ νέες επιχειρήσεις αποθαρρύνονται να μπουν στον κλάδο με δυσμενείς μακροχρόνιες συνέπειες. Η τάση είναι, όπου λειτουργεί ο ανταγωνισμός, να αποφεύγονται οι έλεγχοι των τιμών.

1.2.2. Περιορισμοί στη λειτουργία επαγγελμάτων

Η παραπάνω προσέγγιση αναφέρεται κυρίως σε προϊόντα τα οποία παράγονται, αποθηκεύονται, μεταπωλούνται, εξάγονται ή εισάγονται και γενικά η κατανάλωσή τους διαφέρει χρονικά από την παραγωγή. Δεν ισχύει ωστόσο το ίδιο με τις υπηρεσίες, οι οποίες όταν παράγονται κατά κανόνα και καταναλώνονται. Αυτή η ιδιότητα συνήθως καθιστά τις υπηρεσίες, μη εμπορεύσιμες διεθνώς και έτσι αποκλείει τον ανταγωνισμό στις υπηρεσίες από άλλες αγορές, κυρίως του εξωτερικού. Κατά τα άλλα αναλυτικά η εξέταση των τιμών (αμοιβών)[2] και ποσοτήτων στις διάφορες υπηρεσίες είναι η ίδια με την αντίστοιχη εξέταση των υλικών αγαθών. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι υπηρεσίες αποκτούν όλο και περισσότερη σημασία καθώς οι οικονομίες καθίστανται οικονομίες υπηρεσιών, οι οποίες ήδη απορροφούν υψηλά ποσοστά απασχόλησης (σχεδόν το 67% στην Ελλάδα) και επίσης αντιπροσωπεύουν υψηλό ποσοστό του εγχώριου προϊόντος. Βεβαίως εξωτερικός ανταγωνισμός των υπηρεσιών υπάρχει, έστω έμμεσος. Η Ελλάδα λ.χ. με τους πολλούς φοιτητές (για πρώτο πτυχίο και μεταπτυχιακούς) που έχει στο εξωτερικό εισάγει αρκετές υπηρεσίες τριτοβάθμιας εκπαίδευσης από πολλές ευρωπαϊκές και όχι μόνο χώρες. Το ίδιο συμβαίνει και με τις υπηρεσίες υγείας, όπου ασθενείς για συγκεκριμένες αρρώστιες πηγαίνουν για θεραπεία στο εξωτερικό. Με την ανάπτυξη ωστόσο αντίστοιχων παροχών υγείας στη χώρα, κυρίως από μη δημόσιους φορείς, η έξοδος ασθενών έχει μειωθεί δραστικά, ενώ ήδη και με την αλλαγή της νομοθεσίας για συγκεκριμένες ιατρικές πράξεις παρατηρούνται και «τουρίστες υγείας» προς τη χώρα μας.

Στην πράξη οι αγορές των επιμέρους υπηρεσιών δύσκολα μπορεί να υποστηριχθεί ότι ακολουθούν το θεωρητικό ανταγωνιστικό υπόδειγμα και στη συνέχεια καταγράφουμε μερικούς από τους πιο συνηθισμένους περιορισμούς. Σε πολλά ελεύθερα επιστημονικά επαγγέλματα, καθώς και σε επαγγέλματα στον τομέα των μεταφορών, υπάρχουν ποσοτικοί περιορισμοί εισόδου (και όχι μόνο) για την εξασφάλιση προτύπων ποιότητας κατά την άσκηση των επαγγελματικών καθηκόντων. Ο αριθμός των συμβολαιογράφων είναι δεδομένος. Το άνοιγμα νέων φαρμακείων υπόκειται σε πληθυσμιακούς και γεωγραφικούς περιορισμούς.

[2] Το τι περιλαμβάνεται στην εκάστοτε τιμή πολλές φορές δεν είναι σαφές στον αγοραστή. Πέρα από την αμοιβή του πωλητή υπάρχουν και οι έμμεσοι φόροι, πιθανόν εισφορές σε ασφαλιστικά ταμεία, καθώς και οι συνηθισμένοι στη χώρα αναχρονιστικοί φόροι υπέρ τρίτων, οι οποίοι, πέρα από το ότι συχνά είναι κοινωνικά άδικοι, στρεβλώνουν τη σύνθεση του παραγόμενου ΑΕΠ. Η διαφάνεια των τιμών και η αναλυτική γνωστοποίηση των διαφόρων χρεώσεων στον υποψήφιο αγοραστή αποτελεί προϋπόθεση ομαλής λειτουργίας των αγορών και είναι αρμοδιότητα και ευθύνη της πολιτείας να την διασφαλίζει. Επίσης, σε αυτή την εργασία θεωρείται δεδομένο ότι το κράτος διασφαλίζει με τα ελεγκτικά του όργανα προστασίας του καταναλωτή ότι το αναγραφόμενο βάρος και χαρακτηριστικά των προϊόντων ανταποκρίνονται στα πραγματικά.

Ο αριθμός των αδειών φορτηγών δημόσιας χρήσης είναι για πολλά χρόνια δεδομένος και κατανεμημένος κατά νομό. Ποσοτικοί περιορισμοί υπάρχουν επίσης στον αριθμό των πωλητών στις λαϊκές αγορές. Αυτοί οι περιορισμοί, που επηρεάζουν τη διάρθρωση της αγοράς, μπορεί να οδηγήσουν σε περιορισμό του ανταγωνισμού οδηγώντας σε υψηλότερες τιμές και χαμηλότερη ποικιλία παρεχομένων υπηρεσιών.

Για πολλά επίσης επαγγέλματα απαιτείται άδεια άσκησης επαγγέλματος, την οποία συνήθως (συν)χορηγούν οι ήδη ασκούντες το επάγγελμα. Η χορήγηση της άδειας μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο περιορισμού της εισόδου νέων επαγγελματιών. Το ίδιο μπορεί να γίνει καθορίζοντας ως προϋπόθεση απόκτησης της άδειας ελάχιστη περίοδο επαγγελματικής εμπειρίας, αυστηρές εξετάσεις ή συστάσεις από ήδη υπάρχοντες επαγγελματίες. Οι προϋποθέσεις απόκτησης επαγγελματικής άδειας είναι κατά κανόνα αυστηρότερες, αν όχι απαγορευτικές, για τους αλλοδαπούς. Η γνώση της ελληνικής γλώσσας αποτελεί προϋπόθεση ακόμη και για εργασίες που δεν είναι αναγκαία η επαφή με το κοινό. Σε πολλές περιπτώσεις τέτοιοι περιορισμοί εισόδου συνδυάζονται με ειδικά (αποκλειστικά) δικαιώματα παροχής ορισμένων υπηρεσιών μόνο από τους κατόχους επαγγελματικής άδειας. Στο εμπόριο λ.χ. η μεταφορά καυσίμων από τα διυλιστήρια πετρελαίου σε πρατήρια καυσίμων γίνεται αποκλειστικά από τα βυτιοφόρα δημόσιας χρήσης και όχι από βυτιοφόρα ιδιωτικών εταιρειών.

Παρόμοια με την άδεια επαγγέλματος αλλά με μικρότερους περιορισμούς είναι η πιστοποίηση επαγγέλματος, όπου κάποιος αρμόδιος, συνήθως κρατικός, φορέας, ύστερα από εξετάσεις πιστοποιεί την ικανότητα κάποιων προσώπων να εκτελούν συγκεκριμένο επάγγελμα, οπότε γίνεται λόγος για πιστοποιημένο αλλά όχι και αδειοδοτημένο επάγγελμα. Στα πιστοποιημένα επαγγέλματα μπορεί να δραστηριοποιηθεί οποιοσδήποτε το επιθυμεί (όχι μόνο οι πιστοποιημένοι), ενώ στα αδειοδοτημένα μόνο όσοι κατέχουν την αντίστοιχη επαγγελματική άδεια. Έτσι η πιστοποίηση θεωρείται ότι πλεονεκτεί της άδειας ασκήσεως επαγγέλματος, επειδή εξασφαλίζει την αναγκαία επαγγελματική ποιότητα χωρίς να περιορίζει την προσφορά των ασκούντων το επάγγελμα και τις επιλογές των καταναλωτών.

Μια άλλη μορφή περιορισμού της προσφοράς, που συναντιέται σε ορισμένα ελεύθερα επαγγέλματα, είναι η θεσμοθέτηση κανόνων για τη διάρθρωση των αντίστοιχων επιχειρήσεων. Τέτοιοι κανόνες μπορεί να περιορίζουν την ιδιοκτησιακή διάρθρωση των εταιρειών παροχής επαγγελματικών υπηρεσιών αποκλειστικά από αντίστοιχους επαγγελματίες, να απαγορεύουν τη δυνατότητα ίδρυσης υποκαταστημάτων, τη δημιουργία αλυσίδων, τη συνεργασία με επαγγελματίες άλλου ή και του ίδιου επαγγέλματος, των συμφωνιών δικαιόχρησης κλπ. Μόνο οι γιατροί επιτρέπεται να λειτουργούν κλινικές, καθώς και μόνο καθηγητές μέσης εκπαίδευσης μπορούν να λάβουν άδεια για ένα μόνο φροντιστήριο. Αποτέλεσμα αυτών των περιοριστικών ρυθμίσεων μπορεί να είναι η αποθάρρυνση αποτελεσματικών μορφών οργάνωσης της παραγωγής (μη ανάπτυξη και αξιοποίηση οικονομιών κλίμακας), ο περιορισμός των καινοτο-

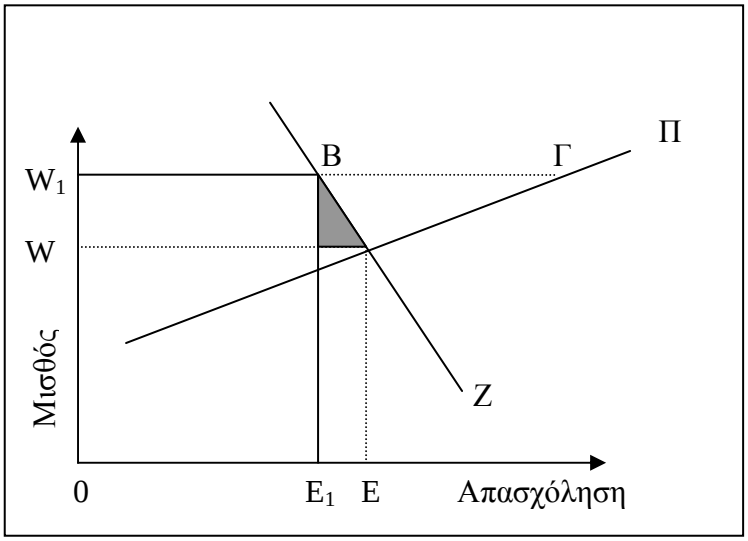
μιών, η μακροχρόνια διατήρηση οικονομικής προσόδου υψηλότερης από ό,τι δικαιολογεί η αντίστοιχη αγορά, καθώς και η επιβάρυνση του κόστους παραγωγής, οσάκις η προστατευμένη υπηρεσία ή προϊόν είναι εισροή για την παραγωγή άλλων υπηρεσιών ή προϊόντων.

Η πλήρης ή περιορισμένη απαγόρευση της διαφήμισης που ισχύει για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες θεωρείται επίσης ότι περιορίζει τον ανταγωνισμό μεταξύ των παικτών της αγοράς και δεν ενημερώνει τους ενδιαφερόμενους για τα νέα προϊόντα. Αν και η αιτιολογία τέτοιων περιορισμών είναι η αποφυγή σπατάλης και παραπλάνησης των καταναλωτών, είναι αμφίβολο εάν οι απαγορεύσεις είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικές. Η γνωστή δράση των ιατρικών επισκεπτών, καθώς και οι συστηματικές χορηγίες ιατρικών συνεδρίων από φαρμακευτικές εταιρείες, είναι αμφίβολο εάν αποτελούν αποτελεσματικότερο και διαφανέστερο μέσο από τη διαφήμιση των φαρμάκων. Ήδη διεθνώς η τάση είναι να αίρονται οι περιορισμοί στη διαφήμιση για τα επιστημονικά ονομαζόμενα επαγγέλματα με ευνοϊκά αποτελέσματα στον καταναλωτή και την ανάπτυξη (OECD, 2010).

Οι συνέπειες των περιορισμών στην προσφορά ενός επαγγέλματος μπορούν να γίνουν κατανοητές με τη βοήθεια του ακόλουθου διαγράμματος, που αποτελεί κλασική απεικόνιση της προσφοράς και ζήτησης, με τη διαφορά ότι εδώ, αντί για τιμές και ποσότητες, μετράμε μισθό και απασχόληση. Η ζήτηση απεικονίζεται με την καμπύλη Z και η προσφορά με την Π που δείχνει τον αριθμό των ατόμων που προτιμούν να εισέλθουν στο επάγγελμα σε διάφορα επίπεδα μισθού ή γενικότερα αμοιβών. Εάν υπάρχει ελευθερία εισόδου Ε άνθρωποι θα εργάζονται σε αυτό το επάγγελμα ή κλάδο με μισθό W. Ωστόσο, λόγω περιορισμών στην είσοδο, μόνο E_1 άτομα μπορούν να μπουν στο επάγγελμα. Προβάλλοντας αυτή την απασχόληση στη ζήτηση εργασίας βλέπουμε ότι αυτός ο αριθμός εργαζομένων αμείβεται με W_1 σαφώς παραπάνω από ό,τι εάν υπήρχε ανταγωνισμός και ελευθερία εισόδου.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.2

Προσδιορισμός απασχόλησης και μισθού σε τυπική αγορά εργασίας



Όπου η προσφορά εργασίας καθίσταται σταθερή (δεδομένος ο αριθμός θέσεων), το επίπεδο των αμοιβών προσδιορίζεται αποκλειστικά από μεταβολές στη ζήτηση. Μετακινήσεις της ζήτησης προς τα πάνω οδηγούν σε αύξηση των αμοιβών, ενώ μετακινήσεις της ζήτησης προς τα κάτω οδηγούν σε μείωση των αμοιβών. Σε καμιά όμως αλλαγή της ζήτησης δεν αλλάζει η δεδομένη απασχόληση. Η εκάστοτε αύξηση των «αντικειμενικών» αξιών των ακινήτων με υπουργική απόφαση αυξάνει αυτομάτως τα εισοδήματα των δεδομένων συμβολαιογράφων, που αμείβονται επί της αξίας των μεταβιβαζόμενων ακινήτων. Ο περιορισμός της προσφοράς εργασίας αχρηστεύει τη λειτουργία της αγοράς εργασίας στην κατανομή του εργατικού δυναμικού στα διάφορα επαγγέλματα ή κλάδους. Επίσης, ο ανταγωνισμός, οι επιλογές των καταναλωτών, καθώς και η ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος ή υπηρεσίας σε τέτοιες περιπτώσεις επηρεάζονται αρνητικά.

Παραπέρα αυτοί που επιθυμούν να εργαστούν στο συγκεκριμένο κλάδο ή επάγγελμα αλλά δεν μπορούν να εισέλθουν (στο Διάγραμμα 1.2 φαίνονται από το τμήμα $ΕΕ_1$) δεν θα μείνουν εσαεί άνεργοι. Θα στραφούν σε άλλα επαγγέλματα και κλάδους στα οποία η προσφορά εργασίας θα αυξηθεί ισόποσα και θα οδηγήσει σε μείωση των εκεί μισθών ισορροπίας. Έτσι η διάρθρωση των αμοιβών στρεβλώνεται προς δύο κατευθύνσεις. Από τη μια πλευρά αυξάνει τεχνητά για το επάγγελμα με περιορισμούς στην είσοδο, ενώ μειώνεται επίσης τεχνητά στα επαγγέλματα χωρίς περιορισμούς. Έτσι οι αμοιβές και τα εισοδήματα των ασκούντων το ελεγχόμενο επάγγελμα αυξάνουν σε σχέση με ό,τι θα λάμβαναν εάν υπήρχε ανταγωνισμός (αποκτούν μια επιπλέον πρόσοδο ίση με την αύξηση του μισθού επί τον αριθμό των απασχολούμενων). Επιπλέον, κατευθύνοντας εργαζόμενους εκεί που το οριακό τους προϊόν είναι χαμηλότερο, το εθνικό προϊόν μειώνεται, όπως απεικονίζεται στο Διάγραμμα 1.2 από το γραμμοσκιασμένο τρίγωνο, γνωστό ως τρίγωνο απώλειας κοινωνικής ευημερίας (welfare triangle loss), η οποία με την κατάλληλη πληροφόρηση θα μπορούσε να εκτιμηθεί.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το επίπεδο της ζήτησης μπορεί επίσης να ανέβει (αύξηση της ζήτησης) με διοικητικές ρυθμίσεις, όπως λ.χ. την υποχρεωτική παράσταση και αμοιβή δικηγόρων κατά τη σύνταξη συμβολαίου μεταβίβασης ακινήτου (και όχι μόνο). Όταν μάλιστα αυτή η ρύθμιση συνδυάζεται με διοικητικό καθορισμό ελάχιστων αμοιβών, η έννοια του όποιου ανταγωνισμού της εξεταζόμενης αγοράς παύει να υπάρχει. Ωστόσο ο καθορισμός διοικητικά τόσο του ύψους των αμοιβών όσο και της ποσότητας των χρησιμοποιούμενων επαγγελματικών υπηρεσιών αποτελούν έναυσμα για την προσέλκυση περισσότερων από τους αναγκαίους στο επάγγελμα νέους. Ο παρατηρούμενος μη βιώσιμος επαγγελματικός πληθωρισμός σε πολλά «κλειστά» επαγγέλματα οφείλεται ακριβώς στο ότι είναι κλειστά και ελκυστικά για νέους επιστήμονες. Η Ελλάδα διαθέτει τους περισσότερους φαρμακοποιούς, γιατρούς, δικηγόρους, φορτηγά ΔΧ ανά χίλιους κατοίκους, που προφανώς δεν είναι άσχετο με τις ισχύουσες ρυθμίσεις αυτών των επαγγελμάτων που είναι από τις πλέον

περιοριστικές στον ΟΟΣΑ. Τέτοιες ρυθμίσεις αποτελούν σπατάλη ανθρωπίνων πόρων, οι οποίοι αποκτούν πρόσοδο από μη αναγκαίες μη παραγωγικές δραστηριότητες και ανταγωνίζονται συχνά αθέμιτα επαγγελματικά προσφέροντας εκπτώσεις επί των ελάχιστων νομοθετημένων αμοιβών τους. Είναι γνωστό ότι σε συγκεκριμένα επιστημονικά επαγγέλματα εισπράττονται μικρότερες αμοιβές από τις νόμιμες μέσω άτυπων εκπτώσεων. Επίσης τέτοιες ρυθμίσεις στερούν την εθνική οικονομία από τους περιορισμένους ανθρώπινους πόρους που διαθέτει για την οικονομική της επιβίωση και ανάπτυξη. Το ανθρώπινο «άλας της χώρας» σπαταλιέται σε παρασιτικές δραστηριότητες. Η δε πρόσφατη οικονομική κρίση πιθανό να ωθήσει πολλούς νέους επιστήμονες των παραπάνω κατηγοριών που δεν μπορούν πλέον να απορροφηθούν στις κορεσμένες ελληνικές αγορές προς την εξωτερική μετανάστευση.

Το παραπάνω Διάγραμμα μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για να καταστεί σαφές τι θα συμβεί εάν υπάρξει εξωγενής καθορισμός της αμοιβής υψηλότερα από τον μισθό ισορροπίας λ.χ. στο W_1. Σε αυτό τον μισθό η υφιστάμενη ζήτηση εργασίας συνεπάγεται απασχόληση ίση με E_1 εργαζόμενους αντί τους Ε που θα απασχολούντο στον ανταγωνιστικό μισθό. Έτσι, μέσω καθορισμού υψηλότερου μισθού, μειώνεται έμμεσα η απασχόληση στον κλάδο. Και εδώ οι εκτοπισμένοι λόγω υψηλότερου μισθού θα στραφούν αλλού, όπου θα αυξήσουν την προσφορά εργασίας πιέζοντας προς τα κάτω τον εκεί μισθό. Αποτέλεσμα και εδώ είναι η στρέβλωση της διάρθρωσης μισθών και απασχόλησης.

Ο καθορισμός μισθού (και γενικότερα της αμοιβής) υψηλότερου από αυτόν της ισορροπίας μπορεί να γίνει είτε λόγω αποτελεσματικής δράσης του ενδιαφερόμενου συνδικάτου, ή σε διάφορες χώρες από τη δράση της αντίστοιχης επιστημονικής- επαγγελματικής ένωσης, είτε λόγω κρατικής παρέμβασης που νομοθετεί τις σχετικές αμοιβές. Μια συναφής μορφή παρέμβασης είναι οι συνιστώμενες ή οι ελάχιστες υποχρεωτικές αμοιβές (ή συνιστώμενες τιμές χρέωσης), οι οποίες ενδέχεται να ενθαρρύνουν την εναρμόνιση των αμοιβών μεταξύ των παρόχων συγκεκριμένων υπηρεσιών που μπορεί να απέχουν από τις εύλογες. Σημειωτέον ότι πολλές τέτοιες αμοιβές, πέρα από κάθε οικονομική λογική, ορίζονται ως ποσοστό επί του προϋπολογισμού του έργου (αμοιβή μηχανικού), ή της αξίας του αντικείμενου της συναλλαγής (συμβολαιογράφοι, δικηγόροι) και όχι ως αποτέλεσμα του χρόνου και της προσπάθειας που απαιτούνται. Όποια ωστόσο και να είναι η πηγή καθορισμού του μισθού στο W_1, η διατήρησή του μπορεί να μην είναι εύκολη, εάν σε αυτό τον μισθό (ή και σε χαμηλότερο) θέλουν να εργαστούν στο συγκεκριμένο επάγγελμα πολλοί περισσότεροι, κατά ΒΓ στο Διάγραμμα 1.2, από όσους εργάζονται. Αυτό δημιουργεί κίνητρο, εάν επιτρέπεται νομικά, να δημιουργηθούν νέες επιχειρήσεις και επαγγελματίες που να προσφέρουν τα ίδια προϊόντα και υπηρεσίες, οπότε η διατήρηση του W_1, εάν υπάρχει ανταγωνισμός στην αγορά προϊόντος (ελευθερία εισόδου), καθίσταται μεσοχρόνια δύσκολη.

Βεβαίως για πολλούς από τους παραπάνω περιορισμούς προβάλλονται, ιδιαίτερα από τις αντίστοιχες επαγγελματικές ενώσεις ή συνδικάτα, ειδικότεροι

λόγοι για να τους δικαιολογήσουν, που συνδέονται με την εξασφάλιση ενός ελάχιστου επιπέδου ποιότητας της παρεχόμενης στους καταναλωτές υπηρεσίας. Ένας τέτοιος λόγος είναι η ασυμμετρία ή διαφορά στην πληροφόρηση μεταξύ αγοραστών και πωλητών- παρόχων ως προς την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. Οι αγοραστές πιθανόν να μην έχουν τις γνώσεις να αξιολογήσουν την ποιότητα κάποιων υπηρεσιών που αγοράζουν. Έτσι πρέπει να υπάρξει ρύθμιση για την εξασφάλιση της ελάχιστης αναγκαίας ποιότητας. Επίσης, κάποιες υπηρεσίες, που βοηθούν στην απονομή της δικαιοσύνης ή στην προώθηση της υγείας και την ανάπτυξη ποιοτικού περιβάλλοντος, θεωρείται ότι εμπεριέχουν τον χαρακτήρα των οιονεί δημοσίων αγαθών, που είναι επωφελή για το κοινωνικό σύνολο, και άρα χρειάζονται ελάχιστα ποιοτικά και ποσοτικά πρότυπα. Τέλος, υπάρχει και το επιχείρημα της αρνητικής εξωτερικότητας (externalities), όπου η υποβαθμισμένη παροχή μιας υπηρεσίας μπορεί να στοιχίσει όχι μόνο στο- χρήστη- καταναλωτή αλλά σε περισσότερα άτομα.

Ενώ κάποιοι από αυτούς τους λόγους για συγκεκριμένες περιπτώσεις υπηρεσιών είναι βάσιμοι, δεν οδηγούν αναγκαστικά στις συναντώμενες στην πράξη περιοριστικές μορφές ρύθμισης, ούτε όλοι οι χρήστες (νοικοκυριά, μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, Δημόσιο) χρειάζονται την ίδια άνωθεν προστασία. Οι υπερβολικοί λ.χ. περιορισμοί στη χορήγηση αδειών φαίνεται ότι καταλήγουν σε υψηλότερες τιμές, χωρίς να εξασφαλίζεται αναγκαστικά υψηλότερη ποιότητα υπηρεσιών. Είναι επίσης αμφίβολο κατά πόσο οι παρατηρούμενες ρυθμίσεις είναι και οι οικονομικά και κοινωνικά πιο αποτελεσματικές.

Για τα φαρμακεία, πέρα από τους ποικίλους περιορισμούς που αποκλείουν τον οποιονδήποτε ανταγωνισμό τιμών, ισχύουν δημογραφικοί και γεωγραφικοί περιορισμοί, οι οποίοι μάλιστα από τον Ιανουάριο του 2005 κατέστησαν νομοθετικά πιο περιοριστικοί. Το σκεπτικό για αυτή την αυστηροποίηση ήταν η δημιουργία πολλών φαρμακείων στην περιοχή των Αθηνών και η έλλειψη φαρμακείων σε νησιά, όπου κάποια δεν είχαν φαρμακευτική κάλυψη. Αντί ωστόσο να επιδοτηθεί η λειτουργία φαρμακείων στα νησιά, μέσω της αρχής της κρατικής βοήθειας για παροχή της ελάχιστης κοινωνικής υπηρεσίας που αποδέχεται και η ΕΕ, και να επιτραπεί η αυξημένη προσφορά στην Αττική, προτιμήθηκαν οι πληθυσμιακοί και γεωγραφικοί περιορισμοί. Εξάλλου οι λεπτομερείς ρυθμίσεις που υπάρχουν στον καθορισμό των τιμών των φαρμάκων, στα ωράρια λειτουργίας, τις εφημερίες και στην είσοδο νέων φαρμακείων στον κλάδο δεν φαίνεται ότι απέτρεψαν τη δραστική αύξηση των δαπανών για φάρμακα τα τελευταία έτη. Τα δε περιθώρια ακαθάριστου κέρδους χονδρικής (8,43% επί της εργοστασιακής τιμής) και λιανικής πώλησης (35% επί της χονδρικής ανεξάρτητα ύψους τιμής) των φαρμάκων στη χώρα φαίνεται ότι είναι από τα υψηλότερα στον ΟΟΣΑ.[3] Από την άλλη πλευρά στην παραγωγή φαρμάκων ισχύουν ανώτατα όρια τιμών και δεν μπορούν οι τιμές των εγχωρίως παραγομένων να είναι υψηλότερες από τις αντίστοιχες τιμές στις τρεις

[3] *Pharmaceutical Pricing Policies in a Global Market*, OECD Health Policy Studies, 2008, σελ. 47.

φτηνότερες χώρες της ΕΕ27, γεγονός που προφανώς επηρεάζει την επίδοση και ανάπτυξη της ελληνικής φαρμακοβιομηχανίας.

Σημειώνεται επίσης ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2004 και ακολούθως το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, σε συμφωνία με τον στόχο της Λισαβόνας για προώθηση του ανταγωνισμού των αγορών, κάλεσε τα κράτη μέλη της να αξιολογήσουν τις ρυθμίσεις που εμποδίζουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό στο εσωτερικό τους σε συγκεκριμένες προσφερόμενες επαγγελματικές υπηρεσίες. Οι υπηρεσίες αυτές είναι οι φαρμακοποιοί, δικηγόροι, συμβολαιογράφοι, μηχανικοί, αρχιτέκτονες και λογιστές. Η ΕΕ παρότρυνε τα κράτη μέλη της να καταργήσουν ή μεταρρυθμίσουν τις δυσανάλογες και αδικαιολόγητες περιοριστικές ρυθμίσεις σε αυτά τα επαγγέλματα και να διατηρήσουν μόνο όσες αποδεδειγμένα προάγουν το γενικό συμφέρον και δεν έρχονται σε αντίθεση με τους κοινοτικούς κανόνες ανταγωνισμού (άρθρο 81 της Συνθήκης Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων)[4]. Αρμόδιες για να κρίνουν εάν οι ισχύουσες ρυθμίσεις παραβιάζουν τους κανόνες του ανταγωνισμού θεωρούνται οι εθνικές Επιτροπές Ανταγωνισμού. Τα αποτελέσματα αυτής της προσπάθειας διαφέρουν μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ (με τη χώρα μας να μην παρουσιάζει ιδιαίτερες επιδόσεις) και, αν και ενθαρρυντικά[5], δεν θεωρούνται εντυπωσιακά[6] .

Αξίζει να αναφερθεί σχετικά ότι για αυτές τις επαγγελματικές υπηρεσίες έχουν γίνει συγκριτικές μελέτες μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ΟΟΣΑ ως προς την έκταση ή ακριβέστερα τον περιορισμό του ανταγωνισμού μέσω νομοθετικών ρυθμίσεων, όπως αυτός μετριέται με πολλά κριτήρια. Βασική σχετική μελέτη θεωρείται αυτή που έγινε από το Institute of Advanced Studies (IHS) για λογαριασμό της ΕΕ και η οποία αργότερα εμπλουτίστηκε (η νεότερη έκδοση είναι των Schmid et al., 2007). Λαμβάνοντας υπόψη τους περιορισμούς εισόδου, τους περιορισμούς στην άσκηση του επαγγέλματος (καθορισμός αμοιβών, απαγόρευση διαφημίσεων, μετακίνησης, εταιρικής μορφής, ευθύνες επαγγελματία, έλεγχο ποιότητας, κλπ.) διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα εντάσσεται στις χώρες με τις περισσότερο ρυθμισμένες επαγγελματικές δραστηριότητες. Στους δικηγόρους λ.χ. μόνο στην Ελλάδα υπάρχει ελάχιστη υποχρεωτική αμοιβή για όλες τις υπηρεσίες, ενώ σε λίγες χώρες είναι τόσο αυστηρή η υποχρεωτική παράσταση των δικηγόρων, και σε πολλές είναι προαιρετική. Συνολικά ο δείκτης ρύθμισης για τους δικηγόρους εμφανίζεται να είναι ο υψηλότερος στις μελετώμενες χώρες. Το ίδιο ισχύει και για τους συμβολαιογράφους (Schmid et al., 2007).

Ο ΟΟΣΑ επίσης έχει συλλέξει στοιχεία δεικτών ρύθμισης για τα κράτη μέλη του στις υπηρεσίες αγοράς και στην ενέργεια (μη βιομηχανικούς οικονομικούς κλάδους) όπου προκύπτει ότι η Ελλάδα κατατάσσεται στις χώρες με τις περισσότερο ρυθμισμένες αγορές (Conway and Nicoletti, 2006), ενώ και οι

[4] Βλ:http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0083:FIN:EL:PDF

[5] Βλ:http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0405:FIN:EL:DOC

[6] Βλ:http://ec.europa.eu/comm/competition/sectors/professional_services/reports/annex.pdf

αλλαγές στις ρυθμίσεις διαχρονικά δεν φαίνονται σημαντικές.[7] Στην ενέργεια η χώρα προκύπτει ως η πλέον ρυθμισμένη, ενώ στο εμπόριο η δεύτερη πλέον ρυθμισμένη (μετά το Βέλγιο). Με αυτά τα δεδομένα η αρνητική επίδραση αυτών των δεικτών στους υπόλοιπους παραγωγικούς κλάδους είναι επίσης από τις σχετικά υψηλότερες. Ήδη στα πλαίσια του Μνημονίου Συνεργασίας της Ελλάδος με την Ευρωπαϊκή Ένωση και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (Νόμος 3845/2010 για τα «*Μέτρα για την εφαρμογή του μηχανισμού στήριξης της ελληνικής οικονομίας από τα κράτη−μέλη της Ζώνης του Ευρώ και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο*» η ελληνική κυβέρνηση έχει αναλάβει την υποχρέωση της άρσης αρκετών περιορισμών σε συγκεκριμένα λεγόμενα «κλειστά» επαγγέλματα.

Στα περίπτερα, που αποτελούν ελληνικό φαινόμενο, ο αριθμός είναι διοικητικά δεδομένος και η έκδοση νέων αδειών απαιτεί τη συνεργασία αρκετών Υπουργείων. Αξίζει να σημειωθεί ότι αρχικά δικαίωμα απόκτησης άδειας περιπτέρου είχαν μόνο οι ανάπηροι πολέμου. Στην πορεία προστέθηκαν και άλλες κατηγορίες στον κατάλογο των δικαιούχων, όπως οι τραυματίες εν ώρα υπηρεσίας στα σώματα της αστυνομίας, της πυροσβεστικής, του στρατού, του ναυτικού, της αεροπορίας κ.λπ. Τα περίπτερα, που το 2010 εκτιμώνται σε 12 χιλιάδες, σπάνια πλέον τα λειτουργούν οι δικαιούχοι και κατά κανόνα τα παραχωρούν σε τρίτους και εισπράττουν απλά το ενοίκιο, το οποίο ποικίλλει ανάλογα με τη θέση που βρίσκονται, τις πωλήσεις που κάνουν, και τον λεγόμενο ανεπίσημο 'αέρα' σε περίπτωση αλλαγής ενοικιαστού. Τα περίπτερα, των οποίων τα ωράρια λειτουργίας δεν υπόκεινται απ' ό,τι φαίνεται σε κανέναν θεσμικό περιορισμό, δεν μπορούν νόμιμα να πουλάνε γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωμένους χυμούς και νερά, ενώ άλλα καταστήματα που πουλάνε και τρόφιμα (mini markets) απαγορεύεται να πουλάνε και τσιγάρα (προϊόντα καπνού), που θεωρούνται προνόμιο των περιπτέρων.

Για τα αρτοποιεία επίσης, παρόλο που πολλοί από τους περιορισμούς έχουν αρθεί, υπάρχουν βάσιμα παράπονα ότι η ισχύουσα νομοθεσία περιορίζει υπέρμετρα την εμπορία άρτου των αρτοβιομηχανιών. Υπάρχουν επίσης αυστηροί περιορισμοί στη διαδικασία bake off και τα προϊόντα τους.

Τέλος, αυστηροί περιορισμοί φαίνεται ότι υπάρχουν και στον υποκλάδο της εμπορίας υγρών καυσίμων κυρίως ως προς την ευχέρεια εισόδου νέων, όσο και ως προς τους όρους λειτουργίας των υφισταμένων εμπόρων. Πρόσφατα η Επιτροπή Ανταγωνισμού εξέδωσε σχετική έκθεση για την έλλειψη ανταγωνισμού σε αυτόν τον κλάδο.

Πολλοί από αυτούς τους περιορισμούς, πέρα από τους ήδη εργαζόμενους σε αυτά τα επαγγέλματα, δεν φαίνεται να εξυπηρετούν άλλους σκοπούς. Είναι σε βάρος του καταναλωτή που πληρώνει υψηλότερη τιμή, έρχονται σε αντίθεση με

[7] Βλ: «Product Market Competition in the OECD Countries: Taking Stock and Moving Forward», Economics Department Working Paper No. 575, υπό Jens Høj, Miguel Jimenez, Maria Maher, Guiseppe Nicoletti and Mikael Wise.

την αρχή της εξασφάλισης ίσων ευκαιριών στους εργαζόμενους, της δίκαιης διανομής του παραγόμενου πλούτου, καθυστερούν την οικονομική ανάπτυξη και μάλλον μειώνουν τις ευκαιρίες απασχόλησης.

Μετά την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας ψηφίστηκε στη Βουλή των Ελλήνων τον Μάρτιο του 2011 ο Νόμος 3919 με τίτλο '*Αρχή της επαγγελματικής ελευθερίας, κατάργηση αδικαιολόγητων περιορισμών στην πρόσβαση και άσκηση επαγγελμάτων'*, ο οποίος ως γενική αρχή αίρει τους διάφορους περιορισμούς που ισχύουν για την άσκηση όλων των επαγγελμάτων τέσσερις μήνες μετά τη δημοσίευση αυτού του νόμου, εκτός εάν για ειδικούς λόγους υπάρξουν ειδικές θεσμικές ρυθμίσεις για την άσκηση επιμέρους επαγγελμάτων. Το ίδιο νομοσχέδιο στο δεύτερο μέρος του χαλαρώνει τις ρυθμίσεις άσκησης των γνωστών πολυσυζητημένων ελεύθερων επαγγελμάτων (δικηγόροι, συμβολαιογράφοι, μηχανικοί, λογιστές- ελεγκτές). Πρόσφατος επίσης νόμος (ν. 3852/2010 (ΦΕΚ 87 Α΄)) χαλάρωσε τα πληθυσμιακά κριτήρια για την ίδρυση φαρμακείων, διπλασίασε τον αριθμό των φαρμακείων κοντά σε μονάδες παροχής υγείας και διευκολύνει τη συστέγαση φαρμακείων.

1.3. Περιεχόμενο και μεθοδολογία επόμενων κεφαλαίων

Η σημασία της ύπαρξης ή έλλειψης ανταγωνισμού στους επιμέρους κλάδους της οικονομίας προφανώς εξαρτάται από το μέγεθός τους, τη συμμετοχή και επιρροή τους στο σύνολο της οικονομίας, καθώς και από την επίδοσή τους σε όρους παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας τόσο στο εσωτερικό της χώρας (χρηματοοικονομικοί δείκτες επίδοσης) όσο και διεθνώς (δείκτες διεθνούς ανταγωνιστικότητας). Με βάση αυτά τα σύνθετα κριτήρια, καθώς και τις ειδικεύσεις των ερευνητών του ΚΕΠΕ, επελέγησαν οι συγκεκριμένοι κλάδοι-προϊόντα που εξετάζονται στα επόμενα κεφάλαια επιδιώκοντας να υπάρχει επαρκής αντιπροσώπευση τόσο κλάδων προϊόντων όσο και υπηρεσιών, ενώ δεν καλύφθηκαν κλάδοι όπου θεωρείται ότι επικρατεί ανταγωνισμός, όπως η γεωργία. Έτσι στην εξέταση του κάθε κλάδου, που γίνεται στα επόμενα κεφάλαια, κρίθηκε χρήσιμο να εξεταστούν αρχικά τα βασικά μεγέθη του κλάδου, καθώς και το μερίδιό του στο σύνολο της οικονομίας. Ακολούθως εξετάζονται μεγέθη που θεωρείται ότι προσεγγίζουν τις συνθήκες της προσφοράς (αριθμός και μέγεθος παραγωγικών μονάδων, κόστος παραγωγής και παραγωγικότητα), καθώς και τις συνθήκες ζήτησης (κατανάλωση και τιμές) για κάθε εξεταζόμενη αγορά, τα πρόσφατα έτη, με στόχο να διαβλέψουμε και τις προοπτικές της. Για τα διεθνώς εμπορεύσιμα προϊόντα που εξετάζονται γίνεται προσπάθεια καταγραφής του εξωτερικού τους εμπορίου, μιας και αποτελεί ένδειξη αφενός των συνθηκών διεθνούς ανταγωνισμού τις οποίες αντιμετωπίζουν και αφετέρου της όποιας διεθνούς επίδοσής τους. Τέλος, εξετάζονται τα χρηματοοικονομικά μεγέθη του κάθε αναλυόμενου κλάδου, που μετρούν την ευρωστία και αποδοτικότητά του, καθώς και το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του, πριν την παρουσίαση της έκτασης και των μορφών του ανταγωνισμού, που αποτελεί το κύριο θέμα της μελέτης. Η εξέταση του κάθε κλάδου ολοκληρώνεται με τη

διατύπωση συμπερασμάτων και τη σύνοψη των πιθανών προοπτικών του κλάδου.

Η πρώτη αναλυτική ερώτηση που τίθεται στη μελέτη της έκτασης του ανταγωνισμού στην ελληνική, όπως εξάλλου και σε κάθε οικονομία, απαιτεί από την αρχή τον ορισμό της αναλυόμενης μονάδας ή συνώνυμα τον καθορισμό του επιπέδου στο οποίο θα γίνει η σχετική ανάλυση. Με άλλα λόγια πού θα γίνεται η μέτρηση και αξιολόγηση του ανταγωνισμού; Ποια είναι η **σχετική αγορά** (relevant market) στην οποία θα εξετάσουμε την έκταση του ανταγωνισμού; Προφανώς επειδή στην οικονομία εμπορεύονται χιλιάδες προϊόντα και υπηρεσίες, η σχετική αγορά οριοθετείται με τον προσδιορισμό των ανταγωνιστικών προϊόντων και τη γεωγραφική περιοχή μέσα στην οποία ο ανταγωνισμός μεταξύ των προϊόντων αυτών λαμβάνει χώρα καθορίζοντας και την τιμή των προϊόντων αυτών (Βέττας και Κατσουλάκος, 2004, σελ. 271). Ο καθορισμός των προϊόντων σε μια σχετική αγορά μπορεί να καταστεί σύνθετος. Συνδέεται με το εάν το προϊόν που πουλάει μια επιχείρηση είναι στενό υποκατάστατο (ή ανταγωνιστικό) αυτού που πουλάει μια άλλη επιχείρηση στην ίδια γεωγραφική περιοχή. Η έκταση που τα προϊόντα δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων είναι στενά υποκατάστατα εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και τη γεωγραφική τους διάθεση. Για παράδειγμα η Coca Cola και η Pepsi Cola λογικά θεωρούνται ότι ανήκουν στην ίδια αγορά ως στενά υποκατάστατα, που είναι ανταγωνιστικά μεταξύ τους. Μπορούμε ωστόσο στην ίδια αγορά να εντάξουμε και άλλα ανθρακούχα (ή μη ανθρακούχα) αναψυκτικά ή ακόμη και το γάλα;

Ο αξιόπιστος ορισμός της σχετικής αγοράς έχει σημασία, διότι η όποια μέτρηση και αξιολόγηση του ανταγωνισμού προφανώς αναφέρεται στο επίπεδο της οριοθετημένης αγοράς. Παραπέρα η εφαρμογή της πολιτικής ανταγωνισμού από τις αρμόδιες κρατικές αρχές, που μπορεί να συνεπάγεται και την επιβολή υψηλών προστίμων για αντιανταγωνιστικές πρακτικές, γίνεται στο επίπεδο της σχετικής αγοράς. Έτσι η σχετική αγορά αποκτά νομική διάσταση, η οποία μπορεί να είναι διαφορετική για κάθε εξεταζόμενη περίπτωση και να είναι στενότερη ή ευρύτερη από τη συνήθη χρήση του όρου ‘αγορά’ στα οικονομικά.

Σε αυτή την εργασία το επίπεδο ανάλυσης, και άρα ο ορισμός της αγοράς, που υιοθετήθηκε καθορίστηκε από τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία. Ενώ είναι σκόπιμο να αναλύεται η αγορά (υποκατάστατων) προϊόντων, αυτό σε πολλές περιπτώσεις δεν κατέστη δυνατό και η ανάλυση περιορίστηκε στον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας που πολύ πιθανό περιλαμβάνει ανομοιογενή προϊόντα. Η συστηματική εκτίμηση της σημασίας των επιμέρους αγορών για την ελληνική οικονομία δύσκολα μπορεί να γίνει σε αναλυτικότερο επίπεδο από τη διψήφια ταξινόμηση των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας, που αντλούμε από την ΕΛΣΤΑΤ. Προκειμένου περί μεταποίησης η ανάλυση γίνεται σε τριψήφιο (και σε λίγες περιπτώσεις σε τετραψήφιο) κλάδο, όπως προκύπτει από τις ετήσιες *Έρευνες Βιομηχανίας*. Στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών για τις αγορές των εξεταζόμενων διεθνώς εμπορεύσιμων προϊόντων αντλήθηκαν από την Eurostat και τον ΟΟΣΑ, ενώ ο υπολογισμός δεικτών συγκέντρωσης στηρίχτηκε σε

δημοσιευμένους ισολογισμούς επιχειρήσεων και στη βάση δεδομένων της ICAP. Μια βασική αδυναμία των χρησιμοποιούμενων στοιχείων για τον υπολογισμό δεικτών συγκέντρωσης είναι ότι πολλές σχετικά μεγάλες επιχειρήσεις παράγουν ή εμπορεύονται προϊόντα που ανήκουν σε περισσότερες από μια σχετικές αγορές και είναι δύσκολο να ξεχωρίσει κανείς αξιόπιστα ποια είναι η δραστηριότητά τους στα επιμέρους προϊόντα. Παρά τις όποιες ελλείψεις και αδυναμίες των διαθέσιμων στατιστικών στοιχείων, η επιχειρούμενη ανάλυση σε επίπεδο προϊόντος, ή κλάδου, όπου κατέστη δυνατόν, φαίνεται πολλαπλώς χρήσιμη. Ενδεικτικό είναι ότι οι κλαδικές μελέτες αποτελούν το συνηθισμένο επίπεδο ανάλυσης διεθνώς. Η δε γνώση της επίδοσης, του μεγέθους, της διάρθρωσης, της συγκέντρωσης, και του ανταγωνισμού του κλάδου είναι χρήσιμη για την αξιολόγησή του, την εκτίμηση των προοπτικών του και της συμβολής του στην εθνική οικονομία.

Το επόμενο αναλυτικό βήμα μετά τον ορισμό της σχετικής αγοράς είναι η εξέταση μεταβλητών που περιγράφουν τη χρηματοοικονομική κατάσταση και επίδοση των ερευνώμενων επιχειρήσεων. Προς τούτο χρησιμοποιούνται πέντε τυπικοί σχετικοί δείκτες οι οποίοι αναφέρονται στην απόδοση ενεργητικού, στην απόδοση ιδίων κεφαλαίων, στη γενική ρευστότητα της επιχείρησης, στη δανειακή της πίεση, καθώς και στο περιθώριο καθαρού κέρδους (μετά την αφαίρεση των φόρων). Αυτοί οι δείκτες είναι οι πλέον χρησιμοποιούμενοι στην αξιολόγηση της χρηματοοικονομικής επίδοσης των επιχειρήσεων, μιας και καταγράφουν κρίσιμες διαστάσεις της πορείας τους, η οποία μπορεί να μην είναι μονοδιάστατη. Ορίζονται δε ως το πηλίκον δύο σχετικών μεταβλητών, όπως φαίνεται στην υποσημείωση που ακολουθεί[8], ή εναλλακτικά το πηλίκον πολλαπλασιάζεται επί εκατό για να εμφανιστεί ως το ποσοστό των ιδίων αυτών μεταβλητών (Νιάρχος 2002, σελ 102 κ.επ.).

Ακολούθως εξετάζεται η *διάρθρωση της σχετικής αγοράς*. Ως κατάλληλες μεταβλητές για αυτό θεωρούνται ο αριθμός των επιχειρήσεων, με την έννοια ότι όσο μεγαλύτερος ο αριθμός των επιχειρήσεων, τόσο μικρότερη η δυνατότητα άσκησης μονοπωλιακής δύναμης. Από την άλλη πλευρά, ο μικρός αριθμός των επιχειρήσεων σε έναν κλάδο δεν είναι απαραίτητα κακός για τον ανταγωνισμό. Αυτό εξαρτάται από τυχόν εμπόδια εισόδου στον κλάδο, από τον έντονο ανταγωνισμό από το εξωτερικό, ή εάν οι λίγες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται ύστερα από δημόσιο διαγωνισμό. Για αυτό και ο αριθμός των νεοεισερχόμενων, καθώς και εξερχόμενων, επιχειρήσεων στον κλάδο θεωρείται καλή ένδειξη της έκτασης του ανταγωνισμού. Το μέγεθος των επιχειρήσεων έχει επίσης σημασία. Άλλες οι προοπτικές του ανταγωνισμού εάν υπάρχει μία ή λίγες ηγέτιδες επιχειρήσεις με πολλές μικρές, και άλλη εάν όλες οι επιχειρήσεις έχουν

[8] Απόδοση Ενεργητικού = (Καθαρά Κέρδη / Σύνολο Ενεργητικού)
Απόδοση Ιδίων Κεφαλαίων = (Καθαρά Κέρδη / Ίδια κεφάλαια)
Ρευστότητα = (Κυκλοφορούν Ενεργητικό / Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις)
Δανειακή Πίεση = (Ξένα Κεφάλαια / Σύνολο Ενεργητικού)
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους = (Καθαρά Κέρδη / Πωλήσεις).

παραπλήσιο μέγεθος. Βασική μεταβλητή για την εκτίμηση του ανταγωνισμού θεωρείται ο βαθμός συγκέντρωσης των πωλήσεων, ο οποίος μετρά την έκταση στην οποία οι πωλήσεις συγκεντρώνονται σε λίγες επιχειρήσεις της αγοράς. Ένας απλός τέτοιος δείκτης είναι το μερίδιο πωλήσεων των 4 ή 8 (CR4 ή CR8, αντίστοιχα) μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου στο σύνολο των πωλήσεων του κλάδου[9]. Ο δείκτης συγκέντρωσης πωλήσεων που χρησιμοποιείται από τις αρχές ανταγωνισμού αρκετών χωρών είναι ο Herfindahl- Hirschman Index (HHI)[10] ο οποίος όσο μεγαλύτερες τιμές παίρνει, τόσο πιο συγκεντρωμένες είναι οι πωλήσεις σε λίγες επιχειρήσεις και πιο πιθανή η μονοπωλιακή δύναμή τους στην αγορά.

Πρέπει ωστόσο να τονιστεί ότι ακόμη και υψηλοί δείκτες συγκέντρωσης δεν συνεπάγονται αναγκαστικά ικανότητα άσκησης μονοπωλιακής δύναμης. Για μια

---

[9] Οι δείκτες συγκέντρωσης μετρούν το ποσοστό της αγοράς που ελέγχεται από μικρό αριθμό επιχειρήσεων και επηρεάζονται από τον αριθμό και το σχετικό μέγεθος των επιχειρήσεων στην αγορά.

Ο λόγος συγκέντρωσης (CR_n) των n μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου εκφράζει τη συμβολή των μεγάλων επιχειρήσεων ως ποσοστό του συνολικού μεγέθους της αγοράς και υπολογίζεται από τη σχέση:

$CR_n = \sum_{i=1}^{n} S_i$, όπου S_i είναι το σχετικό μέγεθος της επιχείρησης i.

Ο δείκτης λαμβάνει τιμές μεταξύ 0 και 1 (τέλειος ανταγωνισμός και μονοπώλιο, αντίστοιχα). Αν και το μέγεθος της αγοράς μπορεί να μετρηθεί εναλλακτικά με τις πωλήσεις, την προστιθέμενη αξία, τη δυναμικότητα ή την απασχόληση, στην παρούσα εργασία ο δείκτης συγκέντρωσης βασίζεται στις πωλήσεις των επιχειρήσεων.

[10] Ο Herfindahl – Hirschman Index (HHI) ορίζεται ως ακολούθως: Έστω ότι υπάρχουν N επιχειρήσεις στην αγορά με Q τις πωλήσεις όλων των επιχειρήσεων και q_i τις πωλήσεις της i επιχείρησης. Το μερίδιο της i επιχείρησης στην αγορά είναι $s_i = \frac{q_i}{Q}$ και ο HHI ορίζεται ως

$HHI = \sum_{i=1}^{N} (s_i^2)$.

Όταν η αγορά κυριαρχείται από μία μόνο επιχείρηση (μονοπώλιο) ο δείκτης παίρνει τη μέγιστη τιμή 1. Η τιμή μειώνεται με την αύξηση του αριθμού των n επιχειρήσεων του κλάδου. Η τιμή του δείκτη εξαρτάται από το μέγεθος των μεγάλων επιχειρήσεων, εφόσον λαμβάνεται υπόψη το τετράγωνο του σχετικού μεγέθους των επιχειρήσεων. Για τον λόγο αυτό είναι συνήθως ικανοποιητικό να περιλαμβάνονται επιχειρήσεις με μερίδιο αγοράς 0,01 ή μεγαλύτερο, δεδομένου ότι τα τετράγωνα των μεριδίων των μικρότερων επιχειρήσεων είναι πολύ μικρά για να επηρεάζουν τον δείκτη συνολικά (Ουσταπασίδης και Κατσουλάκος, 1999, σελ. 121-123). Στην παρούσα εργασία συμπεριλαμβάνονται κατά κανόνα μόνο οι επιχειρήσεις του κλάδου που είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύουν ισολογισμό και των οποίων το μερίδιο της αγοράς είναι μεγαλύτερο του 0,01. Μιας και ο δείκτης HHI παίρνει τιμές από 0 έως 1 εκφράζεται είτε από 0 έως 1, είτε από 0 έως 1.000 ή τέλος από 0 έως 10.000. Με βάση τις τιμές του HHI θεωρούνται ανταγωνιστικές οι συνθήκες σε μία αγορά όταν ο HHI είναι κάτω του 0,1. Τιμές μεταξύ του 0,1 και 0,18 θεωρείται ότι δείχνουν μικρή έως μέτρια συγκέντρωση στην αγορά και τιμές άνω του 0,18 δείχνουν σχετικά μεγάλη συγκέντρωση.

θεμελιωμένη αξιολόγηση της αγοράς απαιτείται επίσης ο έλεγχος των ποικίλων εμποδίων εισόδου σε αυτή και γενικότερα των περιορισμών στην προσφορά, καθώς και της τυχόν αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς των ήδη υπαρχουσών επιχειρήσεων στον εξεταζόμενο κλάδο.

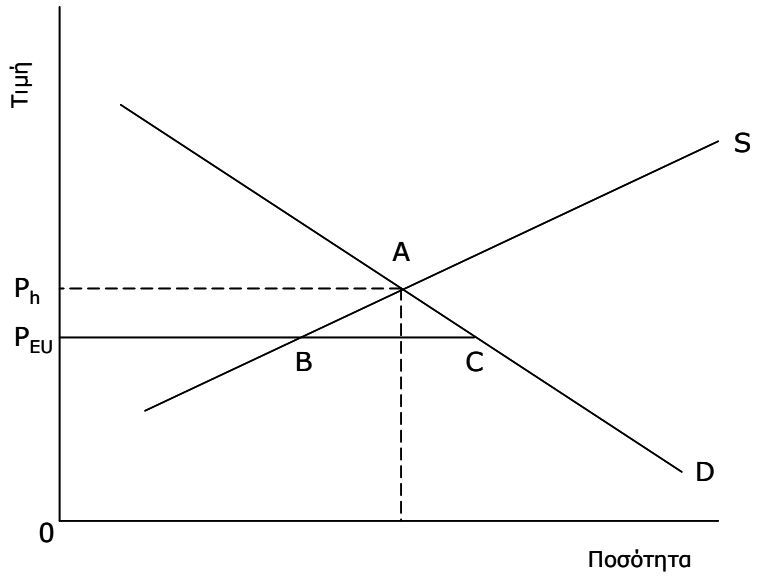
Θεωρητικά ο υπολογισμός της διαφοράς μεταξύ τιμής και οριακού κόστους (P-MC) μιας επιχείρησης, η οποία στον πλήρη ανταγωνισμό τείνει να εξαφανιστεί, θα μας έδινε σαφή ένδειξη για τη μονοπωλιακή της δύναμη. Αυτή η διαφορά διαιρεμένη με την τιμή, γνωστή και ως δείκτης Lerner, εκφράζει την απόκλιση της τιμής από το οριακό κόστος και προσεγγίζεται και με το αντίστροφο της ελαστικότητας ζήτησης ως προς την τιμή. Η κατάρτιση ωστόσο αυτού του δείκτη στο πλαίσιο αυτής της εργασίας είναι δυσχερής λόγω ακαταλληλότητας των διαθέσιμων λογιστικών δεδομένων για τον υπολογισμό του οριακού κόστους παραγωγής ή ακόμη και για τον υπολογισμό της ελαστικότητας ζήτησης ως προς την τιμή. Έτσι ο ρόλος των τιμών των εξεταζομένων προϊόντων στα κεφάλαια που ακολουθούν περιορίζεται κατά τα κανόνα στην εξέταση της εξέλιξής τους σε σχέση με το γενικό επίπεδο των τιμών.

Η οικονομική συγκυρία προφανώς έχει επίσης σημασία για την αξιολόγηση του μεγέθους διαφόρων δεικτών συγκέντρωσης. Σε περιόδους οικονομικής ύφεσης με πτώση των πωλήσεων, μείωση των κερδών και περιορισμό της παραγωγής είναι δύσκολο να γίνεται λόγος για ενεργή εκμετάλλευση της μονοπωλιακής δύναμης, με την ταυτόχρονη παρατηρούμενη εξαφάνιση οριακών μονάδων του κλάδου. Ενδεικτικό είναι ότι η καταδικαστική δραστηριότητα της Επιτροπής Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης για αντιανταγωνιστικές πρακτικές έχει μειωθεί από την εκδήλωση της τρέχουσας χρηματοοικονομικής κρίσης. Το αντίθετο φυσικά ισχύει σε περιόδους ανόδου και ανθηρής κερδοφορίας και υψηλών επιδόσεων των μεγάλων επιχειρήσεων.

Εξάλλου η μικρή ελληνική οικονομία δεν είναι απομονωμένη από τις οικονομίες άλλων χωρών. Αντίθετα, είναι μέλος της ΕΕ και της Ζώνης του Ευρώ που συνεπάγεται ελευθερία εισαγωγών και εξαγωγών προϊόντων στη χώρα, καθιστώντας την οικονομία της και ανοικτή. Με αυτή την έννοια οι επιχειρήσεις δεν ανταγωνίζονται μόνο τις αντίστοιχες επιχειρήσεις της χώρας αλλά και όσες βρίσκονται στα διάφορα κράτη της ΕΕ και όχι μόνο. Αυτός ο **εξωτερικός ανταγωνισμός** μπορεί να επηρεάσει την τιμή και ποσότητα στην εγχώρια αγορά όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1.3. Χωρίς εξωτερικό εμπόριο ο κλάδος θα βρισκόταν σε ισορροπία στο σημείο Α με τιμή την $0P_h$ και παραγόμενη ποσότητα P_hA. Εάν το συγκεκριμένο προϊόν προσφέρεται στις ευρωπαϊκές αγορές στη χαμηλότερη τιμή $0P_{eu}$ για όση ποσότητα ζητήσει η χώρα μας, η οριζόντια γραμμή αποτελεί την ευρωπαϊκή καμπύλη προσφοράς του προϊόντος (εάν υπολογιστεί το κόστος μεταφοράς, η καμπύλη αυτή μετατίθεται ισόποσα υψηλότερα). Σε αυτή τη χαμηλότερη τιμή $0P_{eu}$ θα ζητούνται $P_{eu}C$ ποσότητες, θα προσφέρεται εγχωρίως μόνο η ποσότητα $P_{eu}B$ και το έλλειμμα προσφοράς BC θα το καλύπτουν οι εισαγωγές. Ο διεθνής ανταγωνισμός σε αυτή την περίπτωση

μειώνει την εγχώρια παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος από P_hA σε $P_{eu}B$, καταργεί θέσεις απασχόλησης και απελευθερώνει πόρους για τα όποια άλλα πιο ανταγωνιστικά προϊόντα υπάρχουν, αλλιώς οι εκτοπιζόμενοι πόροι καθίστανται άνεργοι, τουλάχιστον για μια περίοδο προσαρμογής στη νέα κατάσταση. Εάν αντίθετα ο κλάδος μπορεί να παράγει σχετικά φτηνότερα, αντί εισαγωγών θα παρατηρούνται εξαγωγές.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1.3.
Ισορροπία αγοράς με διεθνές εμπόριο



Από την άλλη πλευρά η αιτίαση ότι αρκετά προϊόντα εισάγονται στη χώρα σε τιμές υψηλότερες από ό,τι σε άλλες χώρες, ανεξάρτητα από την έκταση που συμβαίνει και που προφανώς πρέπει να ελέγχεται ενδελεχώς για την τεκμηριωμένη αιτιολόγηση (έξοδα μεταφοράς, υψηλότερη φορολογία, υψηλότερα ενοίκια, μικρή αγορά), δείχνει τη σημαντική υστέρηση της ανταγωνιστικότητας της χώρας. Ακόμη και όταν οι τιμές εισαγόμενων προϊόντων στην Ελλάδα ξεπερνούν τις αντίστοιχες τιμές άλλων χωρών, δεν εμφανίζονται στην αγορά αντίστοιχα ελληνικά ανταγωνιστικά προϊόντα. Ταυτόχρονα τέτοια φαινόμενα δείχνουν τις μεγάλες δυσκολίες εξουδετέρωσης των εισαγομένων προϊόντων από ομοειδή υποκατάστατα εγχωρίως παραγόμενα, ακόμη και όταν πρόκειται για χαμηλής ή μεσαίας τεχνολογίας και ευρείας κατανάλωσης προϊόντα[11].

[11] Ένα ενδιαφέρον ζήτημα που αναφύεται εδώ είναι κατά πόσο οι στόχοι των πολυεθνικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται και στην Ελλάδα είτε ως παραγωγοί- μεταποιητές είτε ως εισαγωγείς συμβιβάζονται με την προώθηση των εξαγωγών ελληνικών προϊόντων, ή οι πολυεθνικές προτιμούν την προώθηση ανταγωνιστικών προϊόντων που παράγονται σε άλλες χώρες. Στην έκταση λ.χ. που πολυεθνικές που εμπορεύονται το ελαιόλαδο έχουν επιλέξει την προώθηση διεθνώς ελαιόλαδου από άλλες χώρες, δεν φαίνεται να υπάρχουν πολλά περιθώρια προώθησης των εξαγωγών ελληνικού ελαιόλαδου μέσω τέτοιων επιχειρήσεων και χρειάζονται άλλοι φορείς για την προώθηση των ελληνικών εξαγωγών.

Τα παραπάνω δείχνουν ότι βασική διάσταση της επίδοσης κάποιου κλάδου διεθνώς εμπορεύσιμου προϊόντος στον σημερινό παγκοσμιοποιημένο κόσμο αποτελεί η σχετική του θέση στη διεθνή αγορά, ή συνώνυμα η ανταγωνιστικότητά του στις διεθνείς αγορές. Η γνώση του μεγέθους και της τάσης τέτοιων μεγεθών έχει πολλαπλή σημασία για την άσκηση κλαδικής βιομηχανικής εμπορικής και επενδυτικής πολιτικής. Προφανώς αυτό έχει σημασία κυρίως για τα διεθνώς εμπορεύσιμα προϊόντα όπως είναι τα μεταποιητικά και αγροτικά και λιγότερο για τις υπηρεσίες, οι οποίες εκεί που παράγονται συνήθως και καταναλώνονται. Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι με τις υπηρεσίες του διαδικτύου και το ηλεκτρονικό εμπόριο σε πολλές υπηρεσίες της αγοράς υπάρχει ήδη ανταγωνισμός και από το εξωτερικό. Αρκετές τραπεζικές υπηρεσίες λ.χ. προσφέρονται πλέον και από τράπεζες που δεν είναι εγκατεστημένες στη χώρα που βρίσκονται οι χρήστες των υπηρεσιών τους. Παρομοίως υπηρεσίες που είναι διεθνώς ανταγωνιστικές προσελκύουν χρήστες- καταναλωτές από το εξωτερικό στη χώρα παραγωγής τους.

Σε αυτή την εργασία στο αντίστοιχο τμήμα παρουσιάζονται στοιχεία του διεθνούς εμπορίου των εξεταζόμενων προϊόντων. Αρχικά οι εξαγωγές (Χ) και οι εισαγωγές (Μ) που αμέσως επιτρέπουν την εκτίμηση του εμπορικού ελλείμματος (Χ – Μ), της εξωστρέφειας του κλάδου (Χ/Προϊόν), καθώς και της εισαγωγικής διείσδυσης (Μ/εγχώρια κατανάλωση). Όσο υψηλότερο το ποσοστό (του όγκου) της παραγωγής που εξάγεται, τόσο υψηλότερη η εξωστρέφεια του κλάδου. Αντίστοιχα, όσο υψηλότερο ποσοστό της κατανάλωσης αντιπροσωπεύουν οι εισαγωγές, τόσο υψηλότερη η εισαγωγική διείσδυση αλλά και η έκθεση του κλάδου στον διεθνή ανταγωνισμό. Επίσης, αν και το κύριο αντικείμενο της παρούσας εργασίας δεν είναι η μέτρηση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων, θέμα που εξετάζεται στο ΚΕΠΕ στην εργασία των Μπαλφούσια, Αθανασίου, Αναστασάκου, Κουτρούλη και Πέτρου (2010), καθώς και των Καδίτη και Νίτση (2010) για τα αγροτικά προϊόντα, ακολουθώντας αυτές τις εργασίες για τα εξεταζόμενα εδώ διεθνώς εμπορεύσιμα προϊόντα, εκτιμώνται οι συγκεκριμένοι αντιπροσωπευτικοί δείκτες της διεθνούς ανταγωνιστικότητας που εμφανίζονται στην ακόλουθη υποσημείωση[12]. Αυτοί είναι: Ο δείκτης

[12] $$\text{Δείκτης Balassa} = \frac{\text{Εξαγωγές Κλάδου}/\text{Σύνολο Εξαγωγών Χώρας}}{\text{Εξαγωγές Κλάδου ΕΕ}/\text{Σύνολο Εξαγωγών ΕΕ}}$$

Για τιμή μεγαλύτερη της μονάδας η χώρα εμφανίζει καλύτερη επίδοση στις εξαγωγές του εξεταζόμενου προϊόντος (συγκριτικό πλεονέκτημα) σε σχέση με τις άλλες εξεταζόμενες χώρες. Αντίθετα τιμές μικρότερες της μονάδας δείχνουν συγκριτικό μειονέκτημα στο εξεταζόμενο προϊόν.

$$\text{Δείκτης Vollrath} = \text{Δείκτης Balassa} - \frac{\text{Εισαγωγές Κλάδου}/\text{Σύνολο Εισαγωγών Χώρας}}{\text{Εισαγωγές Κλάδου ΕΕ}/\text{Σύνολο Εισαγωγών ΕΕ}}$$

Ο δείκτης Vollrath για θετικές τιμές δηλώνει την ύπαρξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και για αρνητικές τιμές ανταγωνιστικό μειονέκτημα.

$$\text{Δείκτης έντασης εμπορίου} = \frac{\text{Εξαγωγές Κλάδου} - \text{Εισαγωγές Κλάδου}}{\text{Εξαγωγές Κλάδου} + \text{Εισαγωγές Κλάδου}}$$

Balassa, που μετρά το αποκαλυφθέν συγκριτικό πλεονέκτημα μιας χώρας σε ένα προϊόν «διαιρώντας το μερίδιο του προϊόντος στις εξαγωγές της χώρας με το αντίστοιχο μερίδιο του ίδιου προϊόντος στις εξαγωγές των εξεταζόμενων χωρών». Ο δείκτης Vollrath, που προσεγγίζει το αποκαλυφθέν συγκριτικό πλεονέκτημα ενσωματώνοντας τόσο τη ζήτηση όσο και την προσφορά των εμπορευόμενων προϊόντων (εξαγωγές και εισαγωγές), και υπολογίζεται ως η διαφορά μεταξύ του σχετικού πλεονεκτήματος των εξαγωγών, το οποίο ισοδυναμεί με τον δείκτη του Balassa, και του σχετικού πλεονεκτήματος των εισαγωγών. Ο δείκτης έντασης εμπορίου, που ορίζεται ως ο λόγος του εμπορικού ισοζυγίου προς τις συνολικές εμπορικές ροές του κλάδου. Αυτός ο δείκτης, γνωστός και ως δείκτης Ballance επειδή προτάθηκε από τους Ballance, Forstner και Murray (1987), ουσιαστικά είναι δείκτης ενδοκλαδικού εμπορίου επειδή αναφέρεται στις ταυτόχρονες εξαγωγές και εισαγωγές του ίδιου κλάδου ή προϊόντος. Έτσι δεν μπορεί να θεωρηθεί ως δείκτης συγκριτικού πλεονεκτήματος σε κάποιο προϊόν, μιας και δεν συγκρίνει προϊόντα, αλλά απλώς ως ένδειξη της ανταγωνιστικότητας της χώρας στο συγκεκριμένο προϊόν.

1.4. Σύνοψη και κύριες διαπιστώσεις

Το εισαγωγικό αυτό κεφάλαιο κατάστησε σαφές ότι οι αγορές διαφέρουν ουσιωδώς μεταξύ τους. Σε αρκετές αγορές, ιδιαίτερα διεθνώς εμπορεύσιμων προϊόντων, φαίνεται ότι υπάρχει αξιόλογος ανταγωνισμός είτε εσωτερικός (πολλές επιχειρήσεις μοιράζονται την περιορισμένη αγορά) είτε εξωτερικός (εισαγωγική διείσδυση ομοειδών ή υποκατάστατων προϊόντων). Από την άλλη πλευρά σε συγκεκριμένες επιμέρους αγορές μπορεί να επικρατούν συνθήκες που επιτρέπουν την άσκηση αντι-ανταγωνιστικής πολιτικής από τους επιχειρηματίες, που δύσκολα ωστόσο τεκμηριώνεται. Τέτοιες συμπεριφορές μπορεί να προέρχονται από πολλές αιτίες. Υψηλό κόστος εισόδου σε συγκεκριμένους κλάδους, μικρό μέγεθος ελληνικής αγοράς, μεγάλη απόσταση της χώρας από κέντρα παραγωγής, κρατικές θεσμικές ρυθμίσεις και συνδικαλιστικές πρακτικές, καθώς και η έλλειψη κουλτούρας ανταγωνισμού φαίνεται ότι αποτελούν τις πιθανές αιτίες συντήρησης κάποιων αγορών χωρίς ανταγωνισμό. Ο εντεινόμενος ωστόσο διεθνής ανταγωνισμός, η ένταξη της χώρας στην ΟΝΕ, οι θεσμικές μεταρρυθμίσεις επιμέρους αγορών φαίνεται ότι συστηματικά ενισχύουν τις τελευταίες δεκαετίες τον ανταγωνισμό στην ελληνική οικονομία.

Διερεύνηση του πόσο συχνές είναι οι συνθήκες ανταγωνισμού στην ελληνική οικονομία συνολικά θα μπορούσε να προκύψει εξετάζοντας αρχικά τις συνθήκες ανταγωνισμού κατά προϊόν ή κλάδο παραγωγής ομοειδών προϊόντων, όπως γίνεται στα επόμενα ειδικά κεφάλαια, και ακολούθως αθροίζοντας τα αποτελέσματα να φτάσουμε στην οικονομία συνολικά. Αυτό προϋποθέτει την ύπαρξη και συστηματική εξέταση στατιστικών στοιχείων σε επίπεδο προϊόντος,

---

Οι τιμές που παίρνει είναι από -1 (μηδενικές εξαγωγές και αποκαλυπτόμενο μειονέκτημα) έως +1 (μηδενικές εισαγωγές και αποκαλυπτόμενο πλεονέκτημα).

που δεν έχουμε στη διάθεσή μας. Έτσι εδώ επιχειρούμε μια πρώτη προσέγγιση στο ερώτημα αξιοποιώντας τα όποια διαθέσιμα κλαδικά στοιχεία, τα ευρήματα των επόμενων κεφαλαίων, καθώς και άλλες πληροφορίες και το αποτέλεσμα συνοψίζεται στον Πίνακα 1.1.

Ο Πίνακας 1.1 παρουσιάζει για κάθε μονοψήφιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας τη συμμετοχή του στην παραγόμενη προστιθέμενη αξία, καθώς και στην απασχόληση ως δείκτες της σημασίας τους στο σύνολο της οικονομίας. Επίσης γίνεται προσπάθεια καταγραφής των βασικών χαρακτηριστικών του κάθε κλάδου ως προς την έκταση του ανταγωνισμού. Στόχος είναι η καταγραφή των βασικών κριτηρίων που επιτρέπουν τον χαρακτηρισμό των αγορών ως ανταγωνιστικών ή όχι. Προφανώς αγορές με πολλές επιχειρήσεις, χαμηλούς και ασταθείς δείκτες συγκέντρωσης, χαμηλή κερδοφορία, εύκαμπτη τιμολόγηση και ευχέρεια εισόδου νέων επιχειρήσεων και εισαγωγών στον κλάδο δείχνουν αξιόλογο ανταγωνισμό στην αγορά. Αντίθετα, όταν μια επιχείρηση εμφανίζει πολύ υψηλό μερίδιο στις πωλήσεις, χωρίς να υπάρχουν στενά υποκατάστατα του προϊόντος που προσφέρει, ελέγχει την τιμή του προϊόντος, εμφανίζει κερδοφορία υψηλότερη από τη μέση και υπάρχουν εμπόδια εισόδου άλλων επιχειρήσεων στον κλάδο, αυτή η επιχείρηση έχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά και πολύ πιθανόν να εκμεταλλεύεται τους καταναλωτές. Συναφής με αυτή την περίπτωση είναι η ύπαρξη δεμένου ολιγοπωλίου με την έννοια ότι υπάρχουν λίγες επιχειρήσεις με υψηλούς και σταθερούς δείκτες συγκέντρωσης που επιδιώκουν εναρμονισμένη τιμολογιακή πολιτική σε αγορά με σημαντικά εμπόδια εισόδου, δηλαδή σε τέτοια περίπτωση υπάρχει σιωπηρό καρτέλ.

Με βάση τα εμφανιζόμενα στον Πίνακα 1.1 διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των αγορών και τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων φαίνεται ότι σχετικά πολύ χαμηλά ποσοστά της παραγόμενης προστιθέμενης αξίας ικανοποιούν τις παραπάνω αναγκαίες συνθήκες πιθανής εμφάνισης μονοπωλιακών πρακτικών. Στην ούτως ή άλλως συρρικνούμενη τις τελευταίες δεκαετίες μεταποίηση φαίνεται ότι κατά κανόνα επικρατεί αξιόλογος ανταγωνισμός. Πέρα από τα καταγραφόμενα στον Πίνακα 1.1 διαρθρωτικά χαρακτηριστικά, η μείωση της μεταποίησης σε αριθμό επιχειρήσεων, σε απασχόληση, σε συμμετοχή στη συνολική προστιθέμενη αξία, ακόμη και η εξαφάνιση ολόκληρων κλάδων μεταποίησης τις τελευταίες δεκαετίες είναι ασυμβίβαστη με την ύπαρξη ισχυρών κερδοφόρων ολιγοπωλίων που δρουν αντιανταγωνιστικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1
Μέγεθος και χαρακτηριστικά ανταγωνισμού κατά κλάδο

Κλάδος	Ακαθ. Προσ. Αξία 2000	Ακαθ. Προσ. Αξία 2008	Απασχόληση 2008	Ενδείξεις ανταγωνισμού
Γεωργία, θήρα και δασοκομία	6,10	2,86	10,84	Πλήθος μικρών μονάδων, χαμηλή συγκέντρωση, υψηλές εισαγωγές μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας
Αλιεία	0,49	0,29	0,46	Πολλές μικρές μονάδες, χαμηλή συγκέντρωση, μη εντοπισμός υψηλής συστημ. κερδοφορίας
Ορυχεία και λατομεία	0,57	0,43	0,27	Πολλές μικρές μονάδες, χαμηλή συγκέντρωση, μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας
Μεταποίηση	11,12	9,91	10,73	Γενικά υψηλή εισαγωγική διείσδυση, πολλές εγχώριες μονάδες και μικρή κερδοφορία Εξαίρεση: Θύλακες υψηλής συγκέντρωσης με έλεγχο εισαγωγών από πρωταγωνιστή του κλάδου και με υπολογίσιμη κερδοφορία
Παροχή ηλεκτρικού, αερίου και νερού	2,23	2,70	0,62	Κυρίαρχος ο ρόλος του Δημοσίου στις ελεγχόμενες από αυτό επιχειρήσεις που δεσπόζουν στον κλάδο
Κατασκευές	7,04	5,15	7,95	Πολλές μικρές και μικρομεσαίες μονάδες, χαμηλή και ασταθής συγκέντρωση, μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο	14,80	16,34	20,86	Συμβίωση μικρών και μεγάλων μονάδων, υπολογίσιμοι δείκτες συγκέντρωσης, υψηλή εισαγωγική διείσδυση εμπορευμάτων, μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας. Θύλακες εμπορίου, λ.χ. φαρμάκων, ρυθμισμένοι νομοθετικά
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	7,53	7,29	6,58	Πολλές μικρές και μικρομεσαίες μονάδες, χαμηλή και ασταθής συγκέντρωση, μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας
Μεταφορές, αποθηκεύσεις και επικοινωνίες	7,80	10,97	4,96	Σε υποκλάδους πολλές μικρές μονάδες ανοργάνωτες μονάδες. Στις θαλάσσιες, αεροπορικές μεταφορές υψηλή συγκέντρωση σε μικρή αγορά με όχι συστηματική πρόσοδο. Άγονες γραμμές
Ενδιάμεσοι χρηματοπιστ. Οργαν.	5,54	5,15	2,38	Υψηλή συγκέντρωση, χαμηλή ανταγωνιστικότητα, σημαντική η παρουσία του κράτους
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, και επιχειρηματικές δραστηριότ.	15,06	13,94	7,69	Μικρές και μικρομεσαίες μονάδες, χαμηλή συγκέντρωση, μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας, θύλακες επαγγελματικών υπηρεσιών ρυθμισμένοι νομοθετικά
Δημόσια διοίκηση, κοινωνική ασφάλιση	8,28	8,73	8,90	Υπηρεσίες παρεχόμενες από το κράτος εκτός επιχειρηματικού τομέα
Εκπαίδευση	5,14	6,33	6,49	Υπηρεσίες παρεχόμενες κατ' εξοχήν (95%) εκτός επιχειρηματικού τομέα από το κράτος. Οι υπολοιπες παρέχονται ανταγωνιστικά χωρίς υψηλή συστηματική κερδοφορία
Υγεία και κοινωνική μέριμνα	3,72	4,48	4,78	Κοινωνική μέριμνα εκτός αγοράς. Υγεία κατά περίπου 80% εκτός αγοράς από το κράτος. Το υπολοιπο με υπολογίσιμη συγκέντρωση χωρίς εντοπισμό υψηλής συστηματικής κερδοφορίας
Άλλες υπηρεσίες υπέρ του κοινωνικού συνόλου	3,97	4,51	4,14	Πολλές μικρές και μικρομεσαίες μονάδες, χαμηλή συγκέντρωση, μη εντοπισμός υψηλής συστηματικής κερδοφορίας
Ιδιωτικά νοικοκυριά	0,62	0,90	2,37	Ανταγωνιστικές συνθήκες με μεγάλο ανεπίσημο τμήμα
	100,00	100,00	100,00	
Σύνολο (εκατ. Ευρώ, χιλ. άτομα)	120.382	208.229	4.791	

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, *Εθνικοί Λογαρισμοί*, Επόμενα κεφάλαια, Δικές μας εκτιμήσεις.

Σε συγκεκριμένους ωστόσο βιομηχανικούς κλάδους ή προϊόντα με λίγες μονάδες, παρά την αυξανόμενη εισαγωγική διείσδυση, επειδή οι εισαγωγές γίνονται από την ίδια (πολυεθνική) επιχείρηση που παράγει και εγχωρίως, χρειάζεται παραπέρα διερεύνηση για τυχόν εκμετάλλευση της κυρίαρχης ή δεσπόζουσας θέσης[13].

Από τους κλάδους υπηρεσιών, παρόλο που δεν είναι άμεσα διεθνώς εμπορεύσιμες, στο εμπόριο, στις κατασκευές, στα εστιατόρια και ξενοδοχεία, που αντιπροσωπεύουν υψηλό ποσοστό της παραγόμενης προστιθέμενης αξίας, επικρατούν οι μικρομεσαίοι που συμβιώνουν με μεγαλύτερες μονάδες και δεν εμφανίζουν συστηματικά υψηλά κέρδη. Στο εμπόριο ειδικότερα, όπου διακινούνται κυρίως διεθνώς εμπορεύσιμα, η εξασφάλιση υπερπροσόδων μέσω περιορισμού του ανταγωνισμού είναι δύσκολη λόγω της ευχέρειας εισαγωγών. Η δε πρόσφατη κινητικότητα στον κλάδο με την είσοδο και έξοδο μεγάλων επιχειρήσεων συνηγορεί υπέρ της ύπαρξης έντονου ανταγωνισμού. Η έλλειψη ανταγωνισμού σε κάποιους άλλους κλάδους υπηρεσιών, όπως μεταφορές, επικοινωνίες, παροχή επιστημονικών υπηρεσιών, εντοπίζεται κυρίως λόγω ρυθμίσεων του κράτους και όχι εξαιτίας μεθοδεύσεων από την πλευρά των οικονομικών μονάδων του ιδιωτικού τομέα. Οι παρεμβάσεις αυτές του κράτους, αν και όπως είδαμε διαχρονικά περιορίζονται, έρχονται σε αντίθεση με τον βασικό στόχο της σχετικής κρατικής πολιτικής που είναι η ενίσχυση του ανταγωνισμού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, παρά τις όποιες ενδείξεις για ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης ή δεμένου ολιγοπωλίου σε κλάδους των υπηρεσιών, δεν φαίνονται σημαντικές ενδείξεις για ύπαρξη συστηματικών (υπέρ)κερδών. Το πρόβλημα περιορισμού του ανταγωνισμού και ατελειών στην αγορά, που είναι ασφαλώς υπαρκτό και συνδέεται κυρίως με νομοθετημένα από τα κράτος εμπόδια στον ανταγωνισμό και τα φυσικά μονοπώλια, αφορά σχετικά περιορισμένο τμήμα της οικονομίας. Αυτό το τμήμα δεν έχει έκταση τέτοια ώστε να φθείρει σε ουσιώδη βαθμό την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας. Θα ήταν υπερβολικό να υποστηριχθεί ότι τα παραπάνω φαινόμενα, ιδίως αν εξαιρεθούν οι περιπτώσεις περιορισμού του ανταγωνισμού που πηγάζουν από παρεμβάσεις του κράτους, ευθύνονται σε κρίσιμο βαθμό για το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Τα βασικά αίτια για το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας θα πρέπει να αναζητηθούν αλλού.

---

[13] Συναφής με αυτό είναι η συχνά επανερχόμενη στην επικαιρότητα υπερτιμολόγηση των εισαγωγών από πολυεθνικές που καταλήγει σε υψηλότερες τιμές στην Ελλάδα από άλλες αγορές στο εξωτερικό. Πηγή των όποιων τέτοιων φαινομένων από τις πολυεθνικές εταιρείες θεωρείται η προσπάθεια μείωσης σε διεθνές επίπεδο της φορολογίας που πληρώνουν συνολικά. Οπότε η υπερτιμολόγηση των εισαγωγών στην Ελλάδα έχει οικονομική βάση, εάν η φορολογία από εκεί που προέρχονται είναι μικρότερη από ό,τι στην Ελλάδα, διαφορετικά δεν συμφέρει την πολυεθνική η υπερτιμολόγηση. Κάτι τέτοιο δεν φαίνεται να ισχύει για πολλά βιομηχανικά προϊόντα που εισάγονται στην Ελλάδα από ανεπτυγμένες χώρες, οπότε το φαινόμενο της μεταβίβασης τιμών (tranfer pricing) μάλλον έχει λάβει υπερβάλλουσα σημασία.

Ένα άλλο θέμα που επανέρχεται συχνά στην επικαιρότητα είναι η αιτίαση των ατελειών στις αγορές και η έλλειψη ανταγωνισμού για τον υψηλό πληθωρισμό της χώρας, με την έννοια ότι τα ολιγοπώλια αναπροσαρμόζουν όπως και όποτε θέλουν τις τιμές. Η παραπάνω εξέταση κατέστησε σαφές ότι τέτοιες ελεγχόμενες από ιδιώτες αγορές δεν αφορούν παρά πολύ μικρό ποσοστό της συνολικής παραγωγής. Οι δε διαρθρωτικές συνθήκες παραγωγής στη χώρα δεν έχουν αλλάξει δραστικά την τελευταία εικοσαετία και οι όποιες αλλαγές έχουν επέλθει είναι μάλλον ως προς την ένταση του ανταγωνισμού με τη συνακόλουθη δυσκολία καθορισμού των τιμών. Από την άλλη πλευρά, την ίδια εικοσαετία ο πληθωρισμός κυμάνθηκε από 1,5% - 22% ανάλογα με την εκάστοτε ασκηθείσα νομισματική, δημοσιονομική και εισοδηματική πολιτική. Έτσι, αναλυτικά είναι δύσκολο να συνδεθεί ο εκάστοτε πληθωρισμός με την υποτιθέμενη μόνιμη μονοπωλιακή διάρθρωση της αγοράς.

Βεβαίως η μη αξιοποίηση των όποιων οικονομιών κλίμακας, καθώς και η ανυπαρξία αποτελεσματικών δικτύων διάθεσης εγχωρίως παραγομένων προϊόντων (αγροτικών αλλά και βιομηχανικών), δικαιολογημένα μπορούν να θεωρηθούν ως αιτίες της μεγάλης απόστασης μεταξύ τιμής παραγωγού και καταναλωτή, αλλά αυτά δεν προϋποθέτουν ούτε έλλειψη ανταγωνισμού ούτε υπερβολικά κέρδη. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η ανάπτυξη τέτοιων δικτύων στην εμπορία και διάθεση των αγροτικών προϊόντων αυξάνει την παραγωγι-κότητα και ανταγωνιστικότητα.

Συναφώς σημειώνουμε ότι η εκτίμηση ότι «η μετακύλιση του μεγαλύτερου μέρους των αυξήσεων των έμμεσων φόρων (που επιβλήθηκαν στα πλαίσια του μνημονίου συνεργασίας της Ελλάδος με ΔΝΤ, ΕΕ και ΕΚΤ) στην τελική τιμή είναι ενδεικτική της έλλειψης ανταγωνισμού και της επικράτησης ολιγοπωλιακών δομών στην αγορά», όπως διατυπώνεται στο Επικαιροποιημένο Μνημόνιο, δύσκολα αντέχει στην οικονομική λογική. Εάν η αγορά είναι ανταγωνιστική, ήτοι οι απασχολούμενοι συντελεστές σε ισορροπία αμείβονται περίπου με το οριακό τους προϊόν, η όποια επιβάρυνση του κόστους παραγωγής δεν μπορεί παρά να εκδηλωθεί, για δεδομένη ζήτηση, ως αύξηση τιμών ή και με μείωση της παραγωγής, όπερ και παρατηρήθηκε στην Ελλάδα το 2010. Οι τιμές ανέβηκαν και οριακές επιχειρήσεις έκλεισαν σε πολλούς κλάδους και αυτό έγινε ακριβώς επειδή υπάρχει ανταγωνισμός στις αγορές. Εάν, αντίθετα, υπήρχαν λίγες μεγάλες επιχειρήσεις με αξιόλογη κερδοφορία, στον φόβο απώλειας πελατείας εάν οι ανταγωνιστές τους δεν τις ακολουθήσουν, θα απέφευγαν τη σύντομη αύξηση των τιμών ύστερα από αύξηση της φορολογίας (θεωρία Sweezy για τεθλασμένη καμπύλη ζήτησης), γεγονός που εδώ δεν συνέβη. Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα, κατά κανόνα μικρομεσαίες και οριακές, αδυνατώντας να απορροφήσουν την αύξηση της φορολογίας, τη μεταφέρουν στις τιμές ή ακόμη και μη βγάζοντας πλέον ένα μεροκάματο επιφύλαξης, κλείνουν την επιχείρηση. Το γεγονός ότι από το 5,53% που έτρεχε ο πληθωρισμός τον Ιούλιο του 2010, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, το 5,05% οφείλεται στην αύξηση της φορολογίας και μόνο 0,48% σε όλους τους άλλους παράγοντες (Κουτσουβέλης, 2010, σελ. 48) είναι συμβατό με την ύπαρξη συνθηκών ανταγωνισμού στις αγορές και όχι με

την κυριαρχία ολίγων επιχειρήσεων με υψηλή κερδοφορία. Μάλιστα επειδή τα καύσιμα είναι εισροή στην παραγωγή άλλων προϊόντων, η συμβολή της αυξημένης φορολογίας (και των καυσίμων) του 2010 στον πληθωρισμό πολύ πιθανόν να είναι και περισσότερη από την παραπάνω εκτιμώμενη. Εξάλλου, η αυξημένη έξοδος - κλείσιμο από την αγορά πολλών αλλά αγνώστου ακόμη αριθμού επιχειρήσεων το 2010 επιβεβαιώνει αυτή την εκτίμηση.

Η Ελλάδα φαίνεται ότι υστερεί σε σχέση με άλλες χώρες ως προς τη μεταρρύθμιση και απελευθέρωση συγκεκριμένων κλάδων υπηρεσιών και επαγγελμάτων, με αρνητικές επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητά της στον σημερινό παγκοσμιοποιημένο κόσμο. Τέτοιοι είναι οι κλάδοι ενέργειας, μεταφορών, υγείας, τα επιστημονικά επαγγέλματα κλπ. Με το Μνημόνιο Συνεργασίας της Ελλάδος με την Ευρωπαϊκή Ένωση και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο για τον μηχανισμό στήριξης της ελληνικής οικονομίας, η ελληνική κυβέρνηση έχει αναλάβει την υποχρέωση της σύντομης άρσης εξειδικευμένων περιορισμών στους παραπάνω κλάδους και επιστημονικά επαγγέλματα. Ήδη έχουν ψηφιστεί σχετικοί νόμοι, απομένει ωστόσο η έκδοση των αναγκαίων Υπουργικών Αποφάσεων και Εγκυκλίων για την εφαρμογή τους στην πράξη.

Η πλήρης απελευθέρωση σε όλες τις αγορές, όπως δείχνει και η διεθνής εμπειρία, ούτε δυνατή ούτε σκόπιμη είναι. Σε ατελείς αγορές και οιονεί φυσικά μονοπώλια, όπως ο κλάδος των μεταφορών, ο ανταγωνισμός για την είσοδο στην αγορά, μέσω καλώς οργανωμένων δημοπρασιών, μπορεί να αποδειχθεί οικονομικά και κοινωνικά αποτελεσματικός και δημοσιονομικά επωφελής.

Αν και στα κεφάλαια που ακολουθούν υπάρχουν επιμέρους προτάσεις πολιτικής, ως γενικές αρχές μπορούν να διατυπωθούν ότι η προστασία και ενίσχυση του ανταγωνισμού σε περιπτώσεις αντιανταγωνιστικών πρακτικών πρέπει να αποτελούν αρμοδιότητα θεσμικά ανεξάρτητων, αδιάφθορων, και ποιοτικά επαρκών Επιτροπών Ανταγωνισμού.

Αναγνωρίζοντας επίσης τις θετικές επιπτώσεις του ανταγωνισμού για τους καταναλωτές, την απασχόληση, τη νομισματική σταθερότητα, την ανάπτυξη και την παροχή ίσων ευκαιριών, η οποιαδήποτε νομοθετική ή διοικητική ρύθμιση υιοθετείται, σε οποιονδήποτε τομέα της οικονομίας, πρέπει να ελέγχεται και για τις επιπτώσεις της στη λειτουργία του ανταγωνισμού.

Στα επόμενα κεφάλαια εξετάζονται επιμέρους προϊόντα ή κλάδοι των οποίων η αρίθμηση έγινε σύμφωνα με την εμφάνισή τους στην Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ 2008). Λόγω του μεγάλου όγκου του, το συνολικό έργο χωρίστηκε σε τρία μέρη. Στο Μέρος Α΄ εξετάζονται βιομηχανικά προϊόντα που είναι διεθνώς εμπορεύσιμα. Στο Μέρος Β΄ αναλύονται η ενέργεια, το εμπόριο, οι κατασκευές, καθώς και κλάδοι των μεταφορών. Τέλος στο Μέρος Γ΄ εξετάζονται η πληροφορική και οι επικοινωνίες, οι τράπεζες, η ιδιωτική ασφάλιση, η υγεία, καθώς και οι ελεγκτικές υπηρεσίες.

Βιβλιογραφία

Αθανασακόπουλος Δ. (2006), *Μέθοδοι Αναδιάρθρωσης και Ιδιωτικοποίησης του Σιδηροδρόμου και των Λιμένων Πειραιώς και Θεσσαλονίκης*, Εκθέσεις No. 49, ΚΕΠΕ.

Βέττας Ν. και Γ. Κατσουλάκος (2004), *Πολιτική Ανταγωνισμού & Ρυθμιστική Πολιτική*, Τυπωθήτω, Αθήνα.

Καδίτη Ε. και Ε. Νίτση (2010), *Ο Αγροτικός Τομέας στην Ελλάδα*, Εκθέσεις No. 60, ΚΕΠΕ.

Κουτσουβέλης Π. (2010) 'Εξέλιξη του πληθωρισμού με βάση το δείκτη τιμών καταναλωτή και το δείκτη με σταθερούς φορολογικούς συντελεστές' στο *Οικονομικές Εξελίξεις*, No 13, 47- 50, ΚΕΠΕ, Αθήνα.

Μπαλφούσια Σ., Ε. Αθανασίου, Ζ. Αναστασάκου, Α. Κουτρούλης και Σ. Πέτρος (2010), *Ελληνική Μεταποίηση, Εξελίξεις και Προοπτικές*, ΚΕΠΕ.

Νιάρχος Ν. (2002), *Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Ουσταπασίδης Κ. και Ι. Κατσουλάκος (1999), *Εφαρμοσμένη Βιομηχανική Οικονομική και Πολιτική*, Εκδόσεις Ζυγός, Θεσσαλονίκη.

Ρεζίτη Ι. (2010), *Η διαδικασία μετακύλισης τιμής στον ελληνικό αγροτικό τομέα: Η περίπτωση των οπωροκηπευτικών*, Μελέτες 69, ΚΕΠΕ.

Balassa B. (1965) 'Trade liberalization and 'revealed comparative advantage'', *The Manchester School*, vol. XXXIII.

Ballance R. H., H. Forstner and Tr. Murray (1987), 'Consistency tests of alternative measures of comparative advantage', *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol. 33.

Baumol W. J. (1982), 'Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure', *American Economic Review*, 72(1) 1- 15.

Demsetz H (1968), 'Why regulate utilities?' *Journal of Law and Economics* 11, 55-65.

Conway Paul and Giuseppe Nicoletti (2006), '*Product market regulation in the non-manufacturing sectors of OECD countries: measurement and highlights*', ECO/WKP No 530.

OECD (2010), *Competition Assessment Guidance, Competition Assessment Toolkit*, Volume II.

Schmid Christoph, Marcel Fink, Gabriel Lee, Iain Paterson, Steffen Sebastian (2007), *Conveyancing Services Market*, Comp/2006/D3/003, October 2007.

Schmid Christoph (coordinator) (2007), *Conveyancing Services Market, Country Fiches***,** COMP/2006/D3/003, December 2007.

Vollrath Th. (1991), 'A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage', *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 127.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΡΕΑΤΟΣ

Αθανάσιος Χύμης [*]

Σύνοψη

Το κρέας είναι από τα βασικά είδη διατροφής με σημαντική οικονομική σημασία στο καλάθι της νοικοκυράς. Για το λόγο αυτό είναι επιθυμητό να γνωρίζει ο καταναλωτής ότι η αγορά του κρέατος παρέχει προϊόν ελεγμένο από πλευράς υγιεινής, ποιοτικό και σε λογικές τιμές, τιμές δηλαδή που καθορίζονται από συνθήκες ανταγωνιστικές, οι οποίες εγγυώνται την αύξηση της κοινωνικής ευημερίας, συνθήκες που δεν εμποδίζονται από φαινόμενα ολιγοπωλιακής ή μονοπωλιακής δυνάμεως στην αγορά. Πράγματι οι ιδιαίτερες συνθήκες που επικρατούν στην αγορά κρέατος, όπως πολλές σχετικά μικρές επιχειρήσεις, και μεγάλος βαθμός εισαγωγών συμβάλλουν στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Το θεσμικό πλαίσιο της χώρας αλλά και της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την από καιρού άρση δασμών και εμποδίων στο εμπόριο και στη δημιουργία επιχειρήσεων βοηθούν στην απρόσκοπτη λειτουργία του ανταγωνισμού.

Σημειώνεται επίσης ότι η πρωτογενής παραγωγή κρέατος, δηλαδή ο κτηνοτροφικός κλάδος, στην Ελλάδα είναι αρκετά περιορισμένος. Γενικά, η Ελλάδα δεν είναι χώρα ανταγωνιστική σε προϊόντα κρέατος και αυτό φαίνεται από τον μεγάλο βαθμό εισαγωγικής διείσδυσης, ιδιαίτερα σε βόειο και χοιρινό κρέας και λιγότερο σε πουλερικά. Οι εξαγωγές της χώρας είναι αμελητέες με αποτέλεσμα το μεγάλο έλλειμμα εμπορικού ισοζυγίου σε προϊόντα κρέατος. Η ανάπτυξη της βιομηχανίας κρέατος δεν είναι ανεξάρτητη της πρωτογενούς παραγωγής κρέατος, αφού από αυτήν αντλεί μεγάλο μέρος της πρώτης ύλης. Η αύξηση του μεγέθους των κτηνοτροφικών μονάδων, η επιχειρηματικής μορφής οργάνωσή τους, και η άμεση σύνδεσή τους με τη βιομηχανία κρέατος θα δώσει αναπτυξιακή ώθηση και στις δύο. Καθετοποίηση της παραγωγής προϊόντων κρέατος μέσω ιδιόκτητων κτηνοτροφικών μονάδων ή μέσω συμβολαιακής κτηνοτροφίας, ώστε η βιομηχανία κρέατος να μπορεί να προμηθεύεται τις αναγκαίες ποσότητες πρώτης ύλης, περιορίζοντας έτσι τις ανάγκες εισαγωγών, θα βοηθήσει και την ανάπτυξη της βιομηχανίας κρέατος και θα περιορίσει το σοβαρό έλλειμμα στο ισοζύγιο προϊόντων κρέατος.

[*] Ο συγγραφέας του κεφαλαίου ευχαριστεί τους συναδέλφους Ελισάβετ Νίτση και Κωνσταντίνο Κανελλόπουλο για χρήσιμα σχόλια και παρατηρήσεις.

2.1. Εισαγωγή

Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών είναι ένας σημαντικός κλάδος της μεταποιητικής βιομηχανίας. Αφορά στη διατροφή του πληθυσμού και κατά συνέπεια η σημαντικότητά του δεν περιορίζεται μόνο σε οικονομικούς όρους αλλά και σε όρους υγείας. Σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) του 2004-2005, η διατροφή και τα μη αλκοολούχα ποτά απορροφούν το 17% των εξόδων ενός μέσου νοικοκυριού. Εάν σε αυτό προσθέσουμε και το ποσό που ξοδεύεται σε εστιατόρια (υπηρεσίες τροφοδοσίας) το οποίο είναι 9%, τότε τα έξοδα διατροφής των νοικοκυριών ανεβαίνουν στο 26%.

Ο κλάδος της βιομηχανίας κρέατος είναι από τους σημαντικότερους κλάδους της βιομηχανίας τροφίμων. Η σημαντικότητα του κλάδου φαίνεται στον παρακάτω πίνακα που δείχνει τη μεταβολή στη μηνιαία κατανάλωση προϊόντων διατροφής σύμφωνα με τις Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ. Βλέπουμε ότι η κατανάλωση κρέατος την τελευταία 30-ετία έχει αυξηθεί κατά περίπου 60%. Μαζί με το γιαούρτι (92%) και το τυρί (44%) αποτελούν τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη αύξηση. Παρακάτω, στο κεφάλαιο για τη ζήτηση, θα δούμε αναλυτικότερα τη συμβολή του κρέατος στο καλάθι της νοικοκυράς, όπου θα φανεί ακόμα καθαρότερα η σημαντικότητα του κλάδου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1
Μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων διατροφής

Είδη διατροφής	Μονάδα μέτρησης	ΕΟΠ		Ποσοστιαία μεταβολή 1974 /2004/05 %
		1974	2004/05	
Ρύζι	Χιλιόγραμμα	0,55	0,49	-11,5
Ζυμαρικά	>>	0,70	0,88	26,0
Ψωμί όλων των τύπων	>>	6,77	4,25	-37,2
Κρέας	>>	3,00	4,78	58,8
Ψάρια	>>	1,09	1,39	26,6
Ελαιόλαδο	Λίτρα	1,62	1,95	20,9
Νωπό γάλα	>>	3,21	4,49	40,1
Γιαούρτι	Χιλιόγραμμα	0,37	0,72	92,2
Τυρί	>>	0,99	1,42	44,2
Αυγά	Τεμάχια	15,00	7,00	-53,3
Φρούτα	Χιλιόγραμμα	9,15	8,05	-12,0
Πατάτες	>>	3,76	3,73	-0,8
Όσπρια	>>	0,52	0,43	-16,7
Ζάχαρη	>>	1,18	0,76	-35,9

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών.

Σύμφωνα με τη Στατιστική Ταξινόμηση Οικονομικών Δραστηριοτήτων (ΣΤΑΚΟΔ) του 2008, ο κλάδος του κρέατος έχει τον 3-ψήφιο κωδικό 101 (πλήρης τίτλος: Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος) και χωρίζεται σε 3 υποκλάδους: α) 101.1 Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος, β) 101.2 Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος πουλερικών, και γ) 101.3 Παραγωγή προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών.

Μεθοδολογικά υπάρχουν αρκετά προβλήματα στην ανάλυση και στατιστική επεξεργασία των στοιχείων, διότι πολλές επιχειρήσεις που ανήκουν

σε έναν υποκλάδο δραστηριοποιούνται και σε άλλον. Παράγουν δηλαδή προϊόντα που ανήκουν σε περισσότερους υποκλάδους και όχι μόνο σε αυτόν που η εταιρεία είναι καταχωρισμένη. Μάλιστα το πρόβλημα μεγαλώνει ακόμη περισσότερο όταν έχουμε περιπτώσεις επιχειρήσεων που δεν περιορίζονται καν στον κλάδο του κρέατος, αλλά παράγουν και προϊόντα που ταξινομούνται σε άλλους κλάδους. Το μεγάλο φάσμα προϊόντων που παράγουν πολλές επιχειρήσεις καθιστά την ακριβή οικονομική ανάλυση του κλάδου πολύ δύσκολη, αδύνατη πολλές φορές λόγω ελλείψεως στοιχείων.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η *Hellenic Quality Foods*. Η εταιρεία ξεκίνησε δραστηριότητα το 2002, όταν η εταιρεία *Κανάκης* που δραστηριοποιείται στον κλάδο των αρτοσκευασμάτων (κωδικός 1072) συγχωνεύτηκε με την *Μιμίκος*, εταιρεία παραγωγής και επεξεργασίας κρέατος πουλερικών (1012), και ταξινομήθηκε με τον κωδικό 1072. Έτσι η *Hellenic Quality Foods* δεν εμφανίζεται στη βάση δεδομένων με τις επιχειρήσεις κρέατος, αν και το 75% του τζίρου της είναι από την παραγωγή κοτόπουλου.

Ο κλάδος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα κρέατος από το στάδιο της επεξεργασίας και συντηρήσεως και παραγωγής προϊόντων αυτού. Επειδή όπως προαναφέρθηκε οι 3 υποκλάδοι στους οποίους ο κλάδος διαιρείται είναι αρκετά συναφείς και οι περισσότερες εταιρείες παράγουν προϊόντα που ταξινομούνται σε περισσότερους από έναν υποκλάδο, θεωρήθηκε σκόπιμο στη γενική περιγραφή (προσφορά, ζήτηση και εξωτερικό εμπόριο) να μη γίνει διαχωρισμός των 3 υποκλάδων και να μελετηθεί ο κλάδος σε επίπεδο 3-ψηφίου κωδικού συνολικά.

Στον Πίνακα 2.2 παρουσιάζεται η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, σε εκατομμύρια ευρώ και σε τρέχουσες τιμές, του συνόλου της οικονομίας και της βιομηχανίας τροφίμων στο σύνολό της. Η βιομηχανία τροφίμων συνολικά καταλαμβάνει το 3% περίπου του ΑΕΠ. Ο κλάδος του κρέατος συγκεκριμένα αποτελεί το 8-9% της βιομηχανίας τροφίμων ή 0,25% του ΑΕΠ συνολικά. Παρατηρείται επίσης ότι, ενώ η βιομηχανία τροφίμων αυξάνει το ποσοστό της στην συμμετοχή του ΑΕΠ, ο κλάδος του κρέατος υποχωρεί ελαφρά αφήνοντας προφανώς έδαφος στις άλλες βιομηχανίες τροφίμων (γαλακτοκομικά, οπωροκηπευτικά, λίπη έλαια, προϊόντα αμύλου, άλλα είδη διατροφής).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2

Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία σε εκ. ευρώ, σε τρέχουσες τιμές

Έτος	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*	2008*
Σύνολο οικονομίας (60 κλάδοι)	120.382	128.969	139.116	154.303	167.080	175.171	186.044	199.802	210.724
Βιομ. τροφίμων	3.209	3.638	3.439	3.503	4.742	5.131	5.417	6.058	6.885
% Βιομ. τροφίμων επί συνόλου κλάδων	2,67	2,82	2,47	2,27	2,84	2,93	2,91	3,03	3,27
% Κλάδου κρέατος επί βιομ. τροφίμων	8,62	8,93	9,84	10,08	9,29	8,56	8,93	8,00	7,64
% Κλάδου κρέατος στο ΑΕΠ	0,23	0,25	0,24	0,23	0,26	0,25	0,26	0,24	0,24

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανιών *προσωρινά στοιχεία.

Ο Πίνακας 2.3 παρουσιάζει την ακαθάριστη αξία παραγωγής συγκριτικά στον κλάδο κρέατος και συνολικά στον κλάδο τροφίμων. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα ποσά αυτά αντιστοιχούν στους κλάδους τροφίμων και κρέατος χωρίς να συμπεριλαμβάνουν τις επιχειρήσεις με κάτω από 10 απασχολούμενους. Από στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για τον αριθμό απασχολουμένων σε επιχειρήσεις με 10 απασχολουμένους και κάτω, για το έτος 2007, μπορούμε ενδεικτικά να βγάλουμε ένα σχετικά ασφαλές συμπέρασμα για το πόσο θα άλλαζαν οι αριθμοί αυτοί αν συμπεριλαμβάναμε όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου, δηλαδή και αυτές με 10 ή λιγότερα άτομα προσωπικό (Πίνακας 2.4).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3

Ακαθάριστη αξία παραγωγής (επιχειρήσεις με 10 απασχολούμενους και άνω)

Έτος	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*	2008*
Κλάδος τροφίμων	6.034	6.807	6.654	6.823	7.006	7212	7.503	8.492	9.105
Κλάδος κρέατος	520	608	655	688	651	617	670	679	695
% Κλάδου κρέατος επί βιομ. τροφίμων	8,62	8,93	9,84	10,08	9,29	8,56	8,93	8,00	7,64
% στο ΑΕΠ	0,23	0,25	0,24	0,23	0,26	0,25	0,26	0,24	0,24

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανιών *προσωρινά στοιχεία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4

Επιχειρήσεις στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων (συνολικά), έτος 2007

	Επιχειρήσεις	Εργαζόμενοι	Ακ.Αξ.Παραγ.	Προστ. Αξία.	Επενδύσεις
10+ εργ/μενοι	767	53.122	8.492 εκ €	3.533 εκ €	468,4 εκ €
<10 εργ/μενοι	15.606	34.851	2.365 εκ €	892 εκ €	143,6 εκ €
Σύνολο	16.373	87.973	10.857 εκ €	4425 εκ €	612 εκ €

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Χαρακτηριστικά για το 2007, όπου έχουμε στοιχεία, διαπιστώνουμε ότι συνολικά στον κλάδο της βιομηχανίας τροφίμων η προστιθέμενη αξία και η ακαθάριστη αξία των επιχειρήσεων με λιγότερα από 10 άτομα αποτελεί το 25,2% και 27,8%, αντίστοιχα, των παραγομένων αξιών από τις επιχειρήσεις άνω των 10 ατόμων. Είναι χαρακτηριστικό ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων με λιγότερα από 10 άτομα είναι πολύ μεγάλος σε σχέση με το αριθμό αυτών με περισσότερα από 10 άτομα.

Οι μικρές αυτές επιχειρήσεις είναι συνήθως οικογενειακής μορφής (αρτοποιεία της γειτονιάς, μικρά τυροκομεία, κλπ.) με μέσο όρο 2,2 απασχολού-

μενους, ενώ οι επιχειρήσεις με πάνω από 10 απασχολούμενους έχουν κατά μέσο όρο 69,3 εργαζόμενους. Οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν το 95% των επιχειρήσεων στη βιομηχανία τροφίμων (σύνολο 16.373), απασχολούν το 39,6% των εργαζομένων (επί συνόλου 87.973), παράγουν το 25-26% της συνολικής αξίας και συμμετέχουν στο 23,5% των συνολικών επενδύσεων. Βέβαια πολλές από τις μικρές αυτές επιχειρήσεις δεν έχουν δημοσιοποιημένα χρηματοοικονομικά στοιχεία και δεν περιλαμβάνονται στην ανάλυση.

Στον Πίνακα 2.5 παρουσιάζεται η εξέλιξη των επενδύσεων και της απασχόλησης στον κλάδο του κρέατος και τροφίμων γενικά, ώστε να φανεί πώς κινείται ο κλάδος του κρέατος συγκριτικά με τη βιομηχανία τροφίμων. Βλέπουμε γενικά μια πτωτική τάση στις επενδύσεις και την απασχόληση. Στην απασχόληση, ενώ υπάρχει ελαφρά ανοδική τάση στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων, παρατηρείται το αντίστροφο στον κλάδο του κρέατος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.5
Εξέλιξη επενδύσεων (σε εκ. ευρώ) και απασχόληση

Εξέλιξη επενδύσεων	1999	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*
Κλάδος κρέατος	49,80	38,33	55,17	73,14	54,78	40,89	32,70	54,10	31,18
Βιομ. τροφίμων	510,3	538,5	504,4	482,5	515,4	490,8	368,2	430,1	468,4
% Κλάδου στη β. τροφ.	9,76	7,12	10,94	15,16	10,63	8,33	8,88	12,58	6,66
Απασχόληση									
Κλάδος κρέατος	4.782	4.936	5.526	5.929	5.933	5.474	5.360	5.784	5.246
Βιομ. τροφίμων	49.883	50.430	51.394	51.485	50.858	50.178	50.092	52.062	53.122
% Κλάδου στη β. τροφ.	9,59	9,79	10,75	11,52	11,67	10,91	10,70	11,11	9,88

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανιών *προσωρινά στοιχεία.

2.2. Προσφορά και ζήτηση

2.2.1. Γενικά

Ενώ η ζήτηση προϊόντων κρέατος τις τελευταίες δεκαετίες αυξήθηκε και μάλιστα τη δεκαετία του ’80 με ταχείς ρυθμούς, η παραγωγή δεν ακολούθησε αυτούς τους ρυθμούς λόγω υποκατάστασης με εισαγωγές. Έτσι η πρωτογενής εγχώρια παραγωγή κρέατος έφθασε στα υψηλότερα επίπεδά της το 1992, στους 596,71 χιλ. τόνους, ενώ έκτοτε ακολούθησε φθίνουσα τάση, με μέσο ετήσιο ρυθμό μείωσης 1,16%, για να φθάσει στους 506,9 χιλ. τόνους το 2006 (ICAP, 2007).

Οι εισαγωγές κρεάτων συνεχώς αυξάνουν. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης ήταν 3,15% για την 20-ετία 1986-2006. Τελικά το 2006 διαμορφώνονται στους 450,8 χιλ. τόνους, για να μειωθούν στους 416,5 χιλ. τόνους το 2008. Οι εξαγωγές του κλάδου είναι σχεδόν ανύπαρκτες έως το 1992, αλλά αυξάνονται από το 1993 και μετά. Συγκεκριμένα το 2008 ανήλθαν στους 40,6 χιλ. τόνους, όταν το 1986 ήταν μόλις 1,1 χιλ. τόνοι. Παρά την αύξηση, οι εξαγόμενες ποσότητες παραμένουν ένα μικρό κλάσμα (κάτω του 10%) των εισαγομένων (ICAP, 2007· ΕΛΣΤΑΤ).

Η εγχώρια παραγωγή κρέατος χωρίζεται στις εξής κατηγορίες:

α) Βόειο: Η παραγωγή βοείου-μοσχαρίσιου κρέατος είναι η πιο περιορισμένη σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες κρέατος. Την περίοδο (1985-2006) μειώθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 1,37% και το 2006 διαμορφώθηκε στους 61,7 χιλ. τόνους. Η κατανάλωση του βοείου κρέατος, αν και παρουσίασε διακυμάνσεις κατά την περίοδο 1985-2006, είχε γενικά φθίνουσα πορεία (μέσος ετήσιος ρυθμός μείωσης 0,68%), για να φθάσει στους 185,5 χιλ. τόνους το 2006. Ο βαθμός αυτάρκειας στην αγορά βοείου κρέατος, ακολουθώντας την πτωτική πορεία της παραγωγής, έφθασε στο 33,3% το 2006 από 38,5% το 1985. Οι εξαγωγές βοείου κρέατος είναι ελάχιστες, και η εισαγωγική διείσδυση φθάνει το 67,2%.

β) Χοιρινό: Η παραγωγή χοιρινού κρέατος κυμαίνεται στους 120 χιλ. τόνους ακολουθώντας πτωτική πορεία το διάστημα 1985-2006, με μέση ετήσια μείωση 1,03%. Η εισαγωγική διείσδυση στο χοιρινό ανέρχεται στο 65%. Η κατανάλωση του χοιρινού κρέατος αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 1,93% την ίδια περίοδο και ανέρχεται στους 316,3 χιλ. τόνους, ενώ ο βαθμός αυτάρκειας περιορίζεται στο 37,5%.

γ) Κρέας πουλερικών: η παραγωγή κρέατος πουλερικών είναι αξιόλογη και κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο στο σύνολο της εγχώριας παραγωγής κρέατος. Η παραγωγή φθάνει τους 170 χιλ. τόνους περίπου (2006). Έτσι ο κλάδος των πουλερικών παρουσιάζει μεγάλο βαθμό αυτάρκειας και περιορισμένη εισαγωγική διείσδυση, σε σχέση πάντα με τις υπόλοιπες κατηγορίες κρέατος. Παρά ταύτα, ενώ μέχρι το 1992, ο βαθμός αυτάρκειας υπερέβαινε το 90%, η αύξηση των εισαγωγών και στο κρέας πουλερικών θα τον μειώσει στο 78,3% το 2006. Η κατανάλωση κρέατος πουλερικών σημείωσε μέση ετήσια αύξηση 1,45% την περίοδο 1985-2006 φθάνοντας στους 215,1 χιλ. τόνους. Η ύπαρξη μεγάλων καθετοποιημένων μονάδων παραγωγής όπως η *Πίνδος Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Ιωαννίνων*, ο *Νιτσιάκος*, η *Hellenic Quality Foods* και ο *Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Άρτας* συμβάλλουν στην υψηλή εγχώρια παραγωγή, το βαθμό αυτάρκειας και το χαμηλό βαθμό εισαγωγικής διείσδυσης, αντίστοιχα.

δ) Αιγοπρόβειο: Ο υψηλότερος βαθμός αυτάρκειας, 87,1%, σημειώνεται στο αιγοπρόβειο κρέας η παραγωγή του οποίου ανήλθε το 2006 σε 112,2 χιλ. τόνους. Οι εισαγωγές είναι περιορισμένες και η κατανάλωση κυμαίνεται στους 128,8 χιλ. τόνους παρουσιάζοντας κάμψη την τελευταία δεκαετία (ICAP, 2007· ΕΛΣΤΑΤ).

2.2.2. Προσφορά

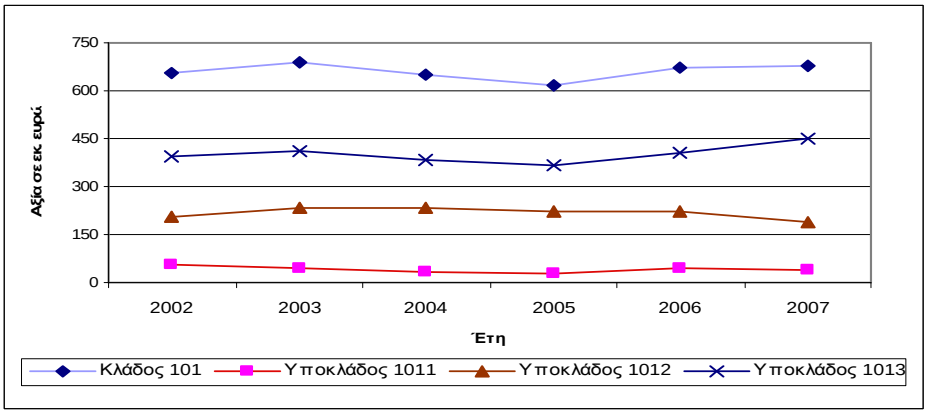
Η παραγωγή της βιομηχανίας κρέατος έχει γενικά σταθεροποιητικές τάσεις χωρίς ιδιαίτερη αύξηση τα τελευταία χρόνια (μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής για την περίοδο 2002-2008 μόλις 1%). Γενικά στη βιομηχανία τροφίμων υπάρχει αυξητική τάση με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 5,17% για την ίδια περίοδο. Ο έντονα εισαγωγικός χαρακτήρας του κλάδου υποσκελίζει την εγχώρια παραγωγή.

Όπως θα δούμε στο κεφάλαιο για το εξωτερικό εμπόριο, ο κλάδος του κρέατος δεν είναι καθόλου ανταγωνιστικός, οι εισαγωγές είναι πολλαπλάσιες των εξαγωγών και σε συγκεκριμένες περιπτώσεις (βόειο κρέας) είναι σχεδόν ανύπαρκτες. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε ότι, ενώ όλη η ακαθάριστη αξία παραγωγής του κλάδου κρέατος ήταν το 2008 περίπου €700 εκ., η αξία εισαγωγών υπερέβη τα €1.100 εκ.

Από το Διάγραμμα 2.1 παρατηρούμε ότι, από πλευράς παραγωγής, μόνο ο υποκλάδος 1013 (παραγωγή προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών) σημειώνει αύξηση με ρυθμό μεταβολής 2,78% για την πενταετία 2002-2007. Αντίθετα οι άλλοι υποκλάδοι, 1011 (επεξεργασία και συντήρηση κρέατος) και 1012 (επεξεργασία και συντήρηση κρέατος πουλερικών) έχουν πτωτική τάση -7% ο πρώτος και ελαφρότερα πτωτική ο δεύτερος (-1,6%). Ο κλάδος επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος φαίνεται ότι δεν συνεισφέρει σημαντικά στο σύνολο του κλάδου του κρέατος. Ουσιαστικά στον κλάδο συμβάλλουν οι υποκλάδοι κρέας πουλερικών και παραγωγή προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών (αλαντοποιία).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.1

Αξία παραγωγής κλάδου κρέατος και υποκλάδων



1011: Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος,
1012: Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος πουλερικών,
1013: Παραγωγή προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανιών.

Στον Πίνακα 2.6 παρατίθενται στοιχεία για την απασχόληση, την παραγωγή και το κόστος εργασίας στους υποκλάδους. Είναι φανερό ότι η απασχόληση γενικά στον κλάδο αυξήθηκε από το 1999 μέχρι το 2002-2003 και μετά παρατηρείται πτωτική τάση, ιδιαίτερα στον υποκλάδο επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος. Η παραγωγή είδαμε ότι παρουσιάζει στασιμότητα ή και κάμψη σε ορισμένες περιπτώσεις. Είναι αξιοσημείωτο ότι το κόστος εργασίας αυξάνεται και, όπως χαρακτηριστικά φαίνεται από το ποσοστό συμμετοχής του στο συνολικό κόστος παραγωγής, έχει ανέβει από περίπου 15% το 1999-2000 στο 18-19% το 2007. Μάλιστα στον υποκλάδο επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος έφθασε το 21,5%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.6

Απασχολούμενοι, παραγωγή και κόστος εργασίας στον κλάδο και κατά υποκλάδο

Κλάδος (101): Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος και παραγωγή προϊόντων κρέατος

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Σύνολο επιχειρήσεων	77	90	97	104	118	129	138	145	145	131
Επιχ/σεις: 0-10 εργ/μενοι.	17	21	23	24	28	32	32	32	30	29
Επιχ/σεις: 11-49 εργ/μενοι	28	32	33	34	41	41	45	47	48	40
Επιχ/σεις: 50-250 εργ/μενοι	18	20	21	20	20	22	24	25	25	23
Επιχειρήσεις: 250+ εργ/μενοι	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Μέση ετήσια απασχόληση**	4.782	4.936	5.526	5.929	5.933	5.474	5.360	5.784	5.246	
Παραγωγή (Αξία), εκ.€	452,5	520,2	608,3	654.8	687.6	650.9	616.6	669.9	679.4	
Κόστος εργασίας, εκ.€	69,2	79,6	91,5	101,3	111,9	111,6	116,1	132,1	127,3	
% Κόστους επί Αξ. Παραγωγ.	15,3	15,3	15,0	15,5	16,3	17,1	18,8	19,7	18,7	

Υποκλάδος (1011): Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Σύνολο επιχειρήσεων	35	44	47	50	56	61	65	69	70	62
Επιχ/σεις: 0-10 εργ/μενοι.	9	14	15	15	16	18	17	17	17	16
Επιχ/σεις: 11-49 εργ/μενοι	11	13	14	14	17	16	19	19	19	17
Επιχ/σεις: 50-250 εργ/μενοι	4	5	5	5	5	6	6	6	6	4
Επιχειρήσεις: 250+ εργ/μενοι	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Μέση ετήσια απασχόληση**	762	503	511	667	522	289	267	450	416	
Παραγωγή (Αξία), εκ.€	62.2	48,6	52,7	54,8	43,1	31,0	29,5	44,1	38,1	
Κόστος εργασίας, εκ.€	9,7	7,8	9,5	11,3	9,6	5,1	4,9	8,6	8,2	
% Κόστους επί Αξ. Παραγωγ.	15,6	16,0	18,0	20,6	22,3	16,5	16,6	19,5	21,5	

*Δεν έχουν δώσει όλες οι επιχειρήσεις στοιχεία.

**Αριθμός εργαζομένων σε επιχειρήσεις με άνω των 10 απασχολουμένων.

Πηγή: Έρευνα Βιομηχανιών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.6 (συνέχεια)

Υποκλάδος: (1012) Επεξεργασία και συντήρηση κρέατος πουλερικών

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Σύνολο επιχειρήσεων	14	17	20	22	24	26	28	30	30	27
Επιχ/σεις: 0-10 εργ/μενοι.	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4
Επιχ/σεις: 11-49 εργ/μενοι	5	5	5	6	7	6	6	7	7	4
Επιχ/σεις: 50-250 εργ/μενοι	5	7	8	8	8	9	10	11	11	11
Επιχειρήσεις: 250+ εργ/μενοι	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Μέση ετήσια απασχόληση**	1.297	1.295	1.796	1.841	1.954	1.918	1.956	2.122	1.469	
Παραγωγή (Αξία), εκ.€	138,0	140,9	188,3	206,8	235,5	235,3	220,6	219,7	190,3	
Κόστος εργασίας, εκ.€	19,4	20,7	29,9	32,8	38,6	40,7	42,1	47,3	34,3	
% Κόστους επί Αξ. Παραγωγ.	14,1	14,7	15,9	15,9	16,4	17,3	19,1	21,5	18,0	

Υποκλάδος: (1013) Παραγωγή προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Σύνολο επιχειρήσεων	28	29	30	32	38	42	45	46	45	42
Επιχ/σεις: 0-10 εργ/μενοι.	6	5	5	6	9	11	11	11	9	9
Επιχ/σεις: 11-49 εργ/μενοι	12	14	14	14	17	19	20	21	22	19
Επιχ/σεις: 50-250 εργ/μενοι	9	8	8	7	7	7	8	8	8	8
Επιχειρήσεις: 250+ εργ/μενοι	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Μέση ετήσια απασχόληση**	2.680	3.100	3.200	3.404	3.437	3.222	3.137	3.208	3.354	
Παραγωγή (Αξία), εκ.€	252,4	330,7	367,3	393,2	409,1	384,5	366,5	406,1	451,0	
Κόστος εργασίας, εκ.€	39,7	51,2	52,2	56,9	63,7	67,1	69,0	77,3	84,9	
% Κόστους επί Αξ. Παραγωγ.	15,7	15,5	14,2	14,5	15,6	17,5	18,8	19,0	18,8	

*Δεν έχουν δώσει όλες οι επιχειρήσεις στοιχεία.
**Αριθμός εργαζομένων σε επιχειρήσεις με άνω των 10 απασχολουμένων.
Πηγή: Έρευνα Βιομηχανιών.

Όπως ανεφέρθη και παραπάνω, η συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση της ΣΤΑΚΟΔ 2008 δημιουργεί προβλήματα για την ανάλυση του κλάδου. Πολλές επιχειρήσεις παράγουν προϊόντα που ανήκουν σε περισσότερους από έναν υποκλάδους και η χρήση των δημοσιευμένων ισολογισμών των επιχειρήσεων που χρησιμοποιείται για την ανάλυση χρησιμοποιεί διαφορετική κατηγοριοποίηση. Έτσι θα παρατηρηθούν διαφορές μεταξύ των στοιχείων που αναφέρονται εδώ και σε αυτά που θα αναφερθούν στο κεφάλαιο των χρηματοοικονομικών και του ανταγωνισμού.

Βασικό χαρακτηριστικό του κλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στον παραγωγικό τομέα. Στην αγορά του κρέατος, δεν λειτουργούν παρά λίγες μεγάλες βιομηχανίες, με καθετοποιημένη μορφή, και μεγάλος αριθμός χοιροτροφικών, πτηνοτροφικών και βοοτροφικών εκμεταλλεύσεων-μονάδων παραγωγής κρέατος. Πολλές εταιρείες που θέλουν να διευρύνουν την παρουσία τους στην αγορά ασχολούνται με την επεξεργασία και τυποποίηση κρέατος. Η προμήθεια των μονάδων αυτών σε κρέας γίνεται είτε από την εγχώρια αγορά είτε από το εξωτερικό. Οι επιχειρήσεις αυτές προβαίνουν στον τεμαχισμό, την αποστέωση, την τυποποίηση σε συσκευασίες που προορίζονται είτε για «επαγγελματική» χρήση είτε για λιανική πώληση ή ακόμη την παραγωγή κρεατοσκευασμάτων (ICAP, 2007).

Ο υποκλάδος επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος (1011) που περιλαμβάνει κρέας βόειο, χοίρειο και αιγοπρόβειο είναι μικρός σε σχέση με τους άλλους δύο. Ο λόγος είναι ότι οι μεγαλύτερες ποσότητες βοείου, χοιρείου και αιγοπροβείου κρέατος διατίθενται στον καταναλωτή από κρεοπωλεία ή σούπερ μάρκετς, τα οποία κυρίως προμηθεύονται από παραγωγούς ή κατευθείαν από εισαγωγές. Ο υποκλάδος αποτελείται από μικρές μονάδες τοπικού χαρακτήρα που προμηθεύονται από τοπικούς παραγωγούς. Δεν υπάρχει συγκέντρωση. Είναι χαρακτηριστικό ότι δεν υπάρχει επιχείρηση άνω των 250 εργαζομένων και μόνο 4 εταιρείες απασχολούν 50-250 εργαζομένους.

Ο υποκλάδος της επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών (1012) είναι ένας αρκετά ανεπτυγμένος κλάδος στη χώρα με καθετοποιημένες βιομηχανικές μονάδες. Ο υποκλάδος παραγωγής κρέατος και κρέατος πουλερικών (1013) περιλαμβάνει κυρίως την αλλαντοποιία. Οι μονάδες προμηθεύονται μεγάλες ποσότητες από εισαγωγές αλλά και από την εγχώρια αγορά. Ο βαθμός καθετοποίησης είναι σημαντικός. Πράγματι στους δύο αυτούς υποκλάδους υπάρχουν –έστω και μικρός αριθμός επιχειρήσεις– με 50-250 και με περισσότερους από 250 εργαζόμενους η κάθε μία (Πίνακας 2.6).

Γενικά σε όλους τους υποκλάδους υπάρχει έντονος ανταγωνισμός, με πολλές σχετικά μεγάλες αλλά και περισσότερες μικρότερες επιχειρήσεις. Ιδιαίτερη βέβαια πίεση ασκούν οι εισαγωγές και η συνεχής πτώση της ανταγωνιστικότητας. Αυτό φαίνεται στην εξέλιξη του κλάδου που δεν είναι πολύ θετική. Η παραγωγή σημειώνει ελαφρά αύξηση αλλά οι επενδύσεις και η απασχόληση φθίνουν. Είναι χαρακτηριστικό της αρνητικής πορείας του κλάδου ότι την πενταετία 2002-2007 η μείωση στις επενδύσεις «έτρεχε» με ρυθμό 15%

ετησίως, όταν στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων περιορίστηκε στο -0,6% και η απασχόληση μειώθηκε με ρυθμό 2,4%, ενώ στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων αυξήθηκε με ρυθμό 0,6%.

2.2.3. Ζήτηση

Είδαμε στο εισαγωγικό τμήμα ότι η κατανάλωση αυξήθηκε κατά 58,8% την τριακονταετία 1974-2004. Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP ο ετήσιος ρυθμός αύξησης της κατανάλωσης προϊόντων κρέατος κατά το διάστημα 1986-2008 ήταν 0,67%, αν και παρουσίασε διακυμάνσεις. Το 2008 διαμορφώθηκε στους 926,1 χιλ. τόνους, αυξημένη από το 1986 κατά 18,5%. Μεγάλη αύξηση σημειώθηκε τα χρόνια που ακολούθησαν την ένταξη της Ελλάδας στην τότε ΕΟΚ, δηλαδή στις αρχές της δεκαετίας του ’80, οπότε και αυξήθηκαν κατακόρυφα οι εισαγωγές κρέατος αλλά και γάλακτος.

Το κρέας είναι βασικό είδος διατροφής με χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης. Αυτό σημαίνει ότι τυχόν διακυμάνσεις στην τιμή δεν επηρεάζουν σημαντικά την ποσότητα που καταναλώνεται. Μπορούν όμως να επιδράσουν στον βαθμό υποκατάστασης ενός είδους κρέατος με άλλο. Παράγοντες που κυρίως επιδρούν στη ζήτηση είναι η αντίληψη για την ποιότητα, η οποία συχνά συνδέεται με την προέλευσή του, οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών και τα έθιμα και οι παραδόσεις που επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση συγκεκριμένων κατηγοριών κρέατος σε συγκεκριμένες περιόδους (π.χ. Χριστούγεννα, Λαμπρή).

Η αντίληψη των καταναλωτών για την ποιότητα του κρέατος και η σύνδεσή του με την προέλευση είναι η αιτία που οι κρεοπώλες συχνά διαμαρτύρονται για αθέμιτο ανταγωνισμό από αλυσίδες σούπερ μάρκετ που πωλούν σε περιόδους εορτών σε αρκετά χαμηλότερες τιμές κρέας εισαγόμενο, στο οποίο αναγράφεται ως γενικός τόπος προέλευσής του η Ευρωπαϊκή Ένωση, χωρίς να αναγράφεται η συγκεκριμένη χώρα, η οποία πολύ πιθανόν να είναι η Βουλγαρία ή η Ρουμανία.

Τα τελευταία χρόνια διάφορες ασθένειες κατέστησαν επιφυλακτικό το καταναλωτικό κοινό στην αγορά κρέατος, με αποτέλεσμα την ελαφρά μείωση της κατανάλωσης. Βέβαια η μείωση αφορά περισσότερο στον χρόνο αμέσως μετά το ξέσπασμα της κρίσης (σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια, διοξίνες, αφθώδης πυρετός, γρίπη πουλερικών) και αμβλύνεται σχετικά γρήγορα, οπότε η αγορά ανακάμπτει και επανέρχεται στα πρό της κρίσης επίπεδα (ICAP, 2007).

Σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ κατά την περίοδο 2004-2005 η μέση μηνιαία δαπάνη ανά νοικοκυριό για κρέας ανήλθε στα €67,66 που αντιστοιχεί στο 23,4% των δαπανών για είδη διατροφής, αυξημένος κατά μία ποσοστιαία μονάδα από την περίοδο 1998-99 όπου ήταν στο 22,3% και ανερχόταν στα €50,72. Δεδομένου ότι η διατροφή αποτελεί το 17% των συνολικών δαπανών ενός μέσου νοικοκυριού, συμπεραίνεται ότι το κρέας αποτελεί το 3,9% των δαπανών ενός μέσου νοικοκυριού.

Η σύγκριση του ποσοστού του κρέατος στις δαπάνες του νοικοκυριού (3,9%) με το χαμηλό ποσοστό της βιομηχανίας κρέατος στο ΑΕΠ (0,25%) οφείλεται: πρώτον, στο ότι οι δαπάνες για προϊόντα κρέατος αφορούν μόνο στο σκέλος του ΑΕΠ που σχετίζεται με τα νοικοκυριά, δεδομένου ότι αυτά μόνον καταναλώνουν κρέας· ένα μεγάλο κομμάτι του ΑΕΠ είναι το κράτος και ως γνωστόν η Ελλάδα έχει αρκετά μεγάλο κράτος –σε σχέση με τις άλλες ανεπτυγμένες χώρες– με όλα τα αρνητικά που αυτό συνεπάγεται για την οικονομία[1], και δεύτερον στο ότι στη δαπάνη κρέατος από τα νοικοκυριά είναι ενσωματωμένη και η αξία της πρωτογενούς παραγωγής αλλά και οι εισαγωγές του κλάδου, οι οποίες είναι πολύ υψηλές και έχουν δράσει ανασταλτικά στην ανάπτυξη ισχυρής πρωτογενούς παραγωγής αλλά και δευτερογενούς παραγωγής (βιομηχανία κρέατος).

2.3. Εμπόριο

Χαρακτηριστικό της έλλειψης ανταγωνιστικότητας στον κλάδο του κρέατος είναι ο βαθμός αυτάρκειας ο οποίος, όπως προανεφέρθη, είναι πολύ περιορισμένος, ιδιαιτέρως δε σε συγκεκριμένες κατηγορίες κρέατος όπως το βόειο και το χοίρειο. Συνολικά στον κλάδο η αυτάρκεια είναι στο 55% και στις επιμέρους κατηγορίες έχει ως εξής: βόειο 33%, χοίρειο 37%, κρέας πουλερικών 78% και αιγοπρόβειο 87%. Αξιοσημείωτο είναι ότι σε όλες τις κατηγορίες ο βαθμός αυτάρκειας είναι φθίνων, ακόμη και στο αιγοπρόβειο στο οποίο η Ελλάδα θεωρείται παραδοσιακή παραγωγός.

Αυτό δείχνει ότι η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών παραγωγικών μονάδων φθίνει συνεχώς, με αποτέλεσμα την εισαγωγή φθηνότερου κρέατος όλων των κατηγοριών από το εξωτερικό. Σαν αποτέλεσμα, ο βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης αυξάνει συνεχώς και σύμφωνα με την ICAP, κυμαίνεται στο 43-48,5% την τελευταία εξαετία. Η συνεχής άνοδος των εισαγωγών οφείλεται στις εγγενείς αδυναμίες της πρωτογενούς εγχώριας παραγωγής που επηρεάζει αρνητικά και την ανταγωνιστικότητα των εγχωρίων προϊόντων κρέατος. Έτσι οι εξαγωγές ελληνικών κρεάτων παραμένουν σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

Ο Πίνακας 2.7 παρουσιάζει τις εισαγωγές και εξαγωγές κρέατος της Ελλάδος και της ΕΕ αλλά και το σύνολο των εισαγωγών-εξαγωγών της χώρας και της ΕΕ, έτσι ώστε να υπολογιστούν οι δείκτες εμπορίου. Είναι εμφανής η τεράστια διαφορά μεταξύ εισαγωγών και εξαγωγών της χώρας, €1.204 εκ. προς μόλις €69 εκ. για το 2009. Από τον πίνακα φαίνεται ότι, παρά τη σημαντική σε ποσοστό αύξηση (μέσος ετήσιος ρυθμός 12,48% για την περίοδο 1999-2008) των εξαγωγών, αυτές δεν αποτελούν παρά μόλις το 6% των εισαγωγών. Σε απόλυτα δηλαδή ποσά παραμένουν σχεδόν αμελητέες.

[1] Ενδεικτικά βλ. Robert Barro *Determinants of Economic Growth: A cross country empirical study*, MIT (1998).

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.7

Εξέλιξη εισαγωγών-εξαγωγών κρέατος Ελλάδος και ΕΕ, συνολικών εισαγωγών-εξαγωγών Ελλάδος και ΕΕ, και δείκτες εμπορίου

εκ. €

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% ρυθμός μεταβολής 1999-08*
Εισαγωγές κρέατος	808	895	883	847	893	929	1.041	1.211	1.114	1.216	1.204	4,65
Εξαγωγές κρέατος	26	30	24	26	27	29	40	36	52	76	69	12,48
Συν. εισαγωγών χώρας	28.644	36.249	35.742	33.387	39.650	42.415	43.755	50.668	55.634	60.975	42.915	8,76
Συν. εξαγωγών χώρας	10.386	12.723	12.675	11.013	11.830	12.306	13.888	16.525	17.205	17.440	14.405	5,93
ΕΕ εισαγωγές κρέατος	3.060	3.701	4.164	3.930	3.891	4.131	4.895	5.276	5.482	5.622	5.129	6,99
ΕΕ εξαγωγές κρέατος	5.172	5.523	5.096	4.995	4.439	4.993	4.971	5.153	5.331	6.506	6.034	2,58
Συν.ΕΕ- εισαγωγές	683.082	849.739	884.707	891.898	869.236	952.723	1.052.719	1.160.100	1.240.538	1.309.791	1.096.253	7,50
Συν.ΕΕ- εξαγωγές.	743.297	992.698	979.145	936.972	935.245	1.026.709	1.179.569	1.352.787	1.433.431	1.564.925	1.199.688	8,62
Εξαγωγές, τόνοι	14.731	17.251	20.516	12.975	14.832	18.975	28.305	26.650	33.732	44.567	44.399	13,09
Εισαγωγές, τόνοι	397.988	422.235	439.488	402.410	515.175	412.313	445.394	488.391	456.196	458.983	475.156	1,60
Εισαγωγές (από ΕΕ)	777	859	845	807	853	887	997	1.168	1.070	1.174	1.164	4,69
Εισαγωγές (εκτός ΕΕ)	31	36	38	40	40	42	44	43	44	42	40	3,58
Εξαγωγές (προς ΕΕ)	13	15	16	15	18	20	31	28	36	57	47	18,21
Εξαγωγές (εκτός ΕΕ)	14	15	8	11	9	9	9	8	16	19	23	3,83
Δείκτης Balassa	0,37	0,42	0,36	0,45	0,48	0,48	0,68	0,56	0,81	1,05	0,95	
Δείκτης Vollrath	-5,93	-5,25	-4,89	-5,30	-4,55	-4,58	-4,43	-4,69	-3,72	-3,59	-5,04	
Ένταση εμπορίου	-0,94	-0,94	-0,95	-0,94	-0,94	-0,94	-0,93	-0,94	-0,91	-0,88	-0,89	

Πηγή: Eurostat .*Στον υπολογισμό του μέσου ετήσιου ρυθμού μεταβολής δεν περιλαμβάνεται το 2009 λόγω των ιδιαιτέρων οικονομικών συνθηκών (χρηματοπιστωτική κρίση). Τα ποσοστά αφορούν στην περίοδο 1999-2008.

Οι εισαγωγές συνεχώς αυξάνουν (μέσος ετήσιος ρυθμός 4,65%) με άμεσο αποτέλεσμα τη διαρκή επιδείνωση του αγροτικού εμπορικού ισοζυγίου το οποίο φθάνει τα €3 δις, εκ των οποίων το €1,1 δις προέρχεται από προϊόντα κρέατος.

Εξετάζοντας τις ποσότητες, βλέπουμε ότι, παρά την με ρυθμό 13,09% αύξηση των εξαγωγών (βέβαια η αύξηση αυτή αφορά στην 5-ετία 2005-2009 κυρίως και όχι όλη την περίοδο 1999-2008) και την μόλις με ρυθμό 1,6% κατ' έτος αύξηση των εισαγωγών, η αντίστοιχη σε αξία αύξηση δεν ακολουθεί τους ίδιους ρυθμούς. Αυτό δείχνει ότι τα προϊόντα μας δεν είναι δεόντως ανταγωνιστικά ώστε να κρατούν τις τιμές τους. Αυτό το πρόβλημα φαίνεται σαφώς από το ότι οι αντίστοιχες τιμές των εισαγωγών αυξάνουν, ενώ των εξαγωγών ουσιαστικά μειώνονται. Έτσι, ενώ το 2008 οι εξαγωγές σε ποσότητα αποτελούν σχεδόν το 10% των εισαγωγών, σε αξία δεν υπερβαίνουν το 6%.

Εξάγοντας από τα στοιχεία του πίνακα τους δείκτες εμπορίου[2], δεν εκπλήσσει το γεγονός ότι αυτοί δείχνουν καθαρά το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας και την πλήρη απουσία συγκριτικού πλεονεκτήματος. Ο δείκτης Balassa λαμβάνει υπόψη του μόνο τις εξαγωγές, ενώ οι άλλοι δύο και τις εισαγωγές. Αυτός είναι και ένας λόγος που ο συγκεκριμένος δείκτης έχει κατηγορηθεί ότι δεν είναι τόσο αντικειμενικός. Πράγματι, αυτό φαίνεται από τη σύγκριση των τιμών του δείκτη Balassa με αυτές του Vollrath.

Οι τιμές του δείκτη έντασης εμπορίου κυμαίνονται στην περιοχή πολύ κοντά στο -1, δηλαδή είναι σαφής η σχεδόν απουσία εξαγωγών. Ο δείκτης παρουσιάζει μία μικρή άνοδο τα τελευταία χρόνια και αντανακλά τη σχετική αύξηση των εξαγωγών. Ο δείκτης Vollrath με τιμές στο -4,-5 είναι επίσης σαφής για την απουσία συγκριτικού πλεονεκτήματος. Θα πρέπει να εξηγηθεί λοιπόν πώς ο δείκτης Balassa δεν δείχνει τόσο έντονα την απουσία πλεονεκτήματος. Ο δείκτης Balassa ξεκινά με τιμές αρκετά χαμηλές από τη μονάδα που πράγματι δείχνουν την έλλειψη συγκριτικού πλεονεκτήματος, όμως στη συνέχεια παρουσιάζουν αύξηση και μάλιστα το 2008 υπερβαίνει κατά τι τη μονάδα, υπονοώντας σαφή βελτίωση του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Κάτι τέτοιο βέβαια δεν ισχύει και τεκμηριώνει την προαναφερθείσα αδυναμία του δείκτη.

Αυτό που συμβαίνει είναι ότι η ΕΕ έχει, σχετικά με την Ελλάδα, πολύ υψηλές συνολικές εξαγωγές οι οποίες και αυξάνουν με μεγαλύτερο ρυθμό από της Ελλάδος και οι ελληνικές εξαγωγές κρέατος αυξήθηκαν γρηγορότερα από τις αντίστοιχες της ΕΕ αλλά πάντα παραμένουν αμελητέες σε σχέση με τις εισαγωγές. Οι γενικά λοιπόν υψηλές εξαγωγές της ΕΕ και οι πολύ χαμηλές της Ελλάδος επηρεάζουν τον δείκτη ο οποίος πράγματι χάνει την αντικειμενικότητά του λόγω του τρόπου υπολογισμού του. Ο φαινομενικά υψηλός ρυθμός αύξησης των εξαγωγών δεν πρέπει να μας παραπλανά, διότι οι απόλυτες ποσότητες είναι πολύ μικρές και μπορεί κάλλιστα να είναι παροδικός. Μόνον αν ο ρυθμός αυτός

[2] Οι εξεταζόμενοι δείκτες είναι οι: Balassa, Vollrath και δείκτης έντασης εμπορίου. Οι ορισμοί δίδονται στο εισαγωγικό κεφάλαιο.

διατηρηθεί και οι ποσότητες αυξηθούν, θα μπορούμε να μιλάμε για ουσιαστική αύξηση των εξαγωγών.

Τέλος, να σημειωθεί ότι οι εισαγωγές κρέατος αφορούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (άνω του 96%) εισαγωγές από χώρες της ΕΕ. Οι εξαγωγές επίσης απορροφώνται από την ΕΕ σε ποσοστό που κυμαίνεται γύρω στο 75%.

2.4. Χρηματοοικονομική ανάλυση

2.4.1. Γενικά

Στο παρόν κεφάλαιο εξετάζονται τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων του κλάδου του κρέατος. Παρουσιάζονται κατά σειρά οι 3 υποκλάδοι, επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος (1011), επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών (1012) και παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών (1013). Τα στοιχεία ελήφθησαν από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς των επιχειρήσεων. Τα βασικά χρηματοοικονομικά μεγέθη που μελετώνται είναι τα εξής: Αποδοτικότητα –η οποία μετριέται με 2 δείκτες, απόδοσης ενεργητικού και απόδοσης ιδίων κεφαλαίων– ρευστότητα, δανειακή πίεση και περιθώριο καθαρού κέρδους[3].

Η οικονομική θεωρία, όπως περιγράφηκε στο εισαγωγικό κεφάλαιο, αναφέρει ότι μεγάλα περιθώρια κέρδους ίσως είναι δείκτες μεγάλης συγκέντρωσης και άρα όχι ικανοποιητικών επιπέδων ανταγωνισμού στην αγορά. Γενικά στην οικονομία και την αγορά επιθυμούμε υψηλό ανταγωνισμό, αφού έτσι μεγιστοποιείται η κοινωνική ευημερία. Αντιθέτως, συνθήκες μονοπωλιακές ή ολιγοπωλιακές αυξάνουν σημαντικά τα οφέλη για μία πολύ μικρή ομάδα εις βάρος της πλειονότητας των ανθρώπων. Έτσι, όταν παρατηρούνται φαινόμενα περιορισμού του ανταγωνισμού, ενδεχομένως να είναι επιθυμητή κάποιας μορφής κρατική παρέμβαση για περιορισμό των μονοπωλιακών-ολιγοπωλιακών συνθηκών και αύξηση των συνθηκών πλήρους ανταγωνισμού. Η επιθυμητή κρατική παρέμβαση περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, άνοιγμα των κλειστών επαγγελμάτων, άρση τυχόν εμποδίων εισόδου-εξόδου, πιο ευέλικτο εργασιακό πλαίσιο, μείωση φορολογίας και γραφειοκρατίας.

2.4.2. Χρηματοοικονομική ανάλυση υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος

Στον Πίνακα 2.8 παρουσιάζονται οι χρηματοοικονομικοί δείκτες των 14 μεγαλυτέρων επιχειρήσεων του υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος. Βλέπουμε ότι ο υποκλάδος υστερεί γενικά σε σχέση με τον κλάδο του κρέατος, αλλά υπάρχει μία τάση βελτίωσης από το 2006 και μετά.

[3] Για τους ορισμούς των χρηματοοικονομικών δεικτών βλ. στο εισαγωγικό κεφάλαιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.8

Χρηματοοικονομικοί δείκτες υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος (1011)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Απόδοση ενεργητικού (%)					
ΚΡΕ.ΚΑ	6,87	5,63	3,95	2,31	0,72	1,68	0,48	0,41	1,50	1,50
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ	7,63	5,99	26,66	14,66	20,16	14,62	8,51	10,35	8,07	8,37
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ	-8,49	-0,61	-0,95	-1,37	-6,97	-7,16	-0,49	-9,07	-4,36	3,34
ΔΑΒΟΥΤΗΣ-ΜΑΥΡ	9,18	5,67	26,24	6,82	7,50	9,47	11,65	10,00	8,98	1,45
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ	13,82	3,20	3,85	3,01	2,67	4,12	0,78	0,10	-1,17	0,99
DIRO	0,16	0,45	0,97	1,42	1,80	0,68	0,75	0,75	0,75	-1,91
ΤΣΙΚΑΚΗΣ-ΓΙΑΝΝ.	0,26	0,22	2,74	1,00	1,59	0,63	1,64	2,17	1,50	1,08
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ.								1,43	1,61	1,70
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	5,42	7,23	15,67	5,20	1,00	3,42	2,43	0,05	0,16	0,25
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ.						19,60	3,36	2,97	1,14	1,27
ΘΑΝΟΣ	6,00	7,57	10,07	6,27	4,90	4,83	4,84	3,26	1,19	-1,38
ΠΑΡΑΔ. ΑΓΡΟΣ*					0,22	2,35	1,50	1,47	2,75	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε.*		-4,31	-0,26	-8,20	5,54	-4,62	-1,43	0,22	-4,91	
ΣΒΕΚΗ*	1,63	-1,11	-1,09	-1,96	0,01	-5,63	-10,00	-9,01	-8,74	
Υποκλάδος	-0,08	0,74	2,06	0,34	0,79	0,07	0,73	0,04	0,58	1,16
Κλάδος	3,95	1,55	2,04	2,33	3,17	2,50	2,37	-0,25	1,74	0,51
					Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (%)					
ΚΡΕ.ΚΑ	11,23	9,24	7,46	4,61	1,39	3,47	0,88	0,77	3,38	3,37
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ	12,54	6,97	33,98	22,44	24,34	16,64	10,05	12,10	8,99	9,40
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ	-92,73	-4,23	-7,35	-15,72	-628,47	-222,96	-24,07	102,54	29,37	-557,66
ΔΑΒΟΥΤΗΣ-ΜΑΥΡ	33,42	22,72	70,45	24,38	24,68	30,93	33,05	33,36	26,88	4,97
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ	26,43	6,07	6,51	4,86	4,55	7,04	1,24	0,18	-2,25	1,89
DIRO	0,29	0,83	1,86	2,51	4,67	1,86	2,10	2,58	2,80	-9,23
ΤΣΙΚΑΚΗΣ-ΓΙΑΝΝ.	0,62	0,49	5,43	2,22	3,54	1,55	3,40	4,74	3,33	2,72
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ.								11,57	21,41	30,51
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	32,94	35,00	93,58	42,12	12,46	32,52	14,49	0,41	1,43	0,94
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ.						54,12	15,21	15,10	4,87	8,57
ΘΑΝΟΣ	13,62	18,64	23,13	13,91	9,81	8,93	9,32	5,71	2,05	-2,45
ΠΑΡΑΔ. ΑΓΡΟΣ*					0,60	3,54	3,46	5,55	15,87	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε.*		-19,80	-1,21	-59,90	29,09	-32,73	-10,61	1,57	-49,34	
ΣΒΕΚΗ*	4,25	-3,55	-4,47	-10,58	0,08	-44,53	-164,64	286,79	73,96	
Υποκλάδος	-0,18	1,64	4,56	0,79	1,90	0,18	1,72	0,10	1,50	2,79
Κλάδος	8,77	3,76	5,09	6,26	8,41	7,16	6,99	-0,83	5,84	1,73

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.8 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Ρευστότητα				
ΚΡΕ.ΚΑ	1,23	1,10	0,94	0,88	0,99	0,50	0,78	4,16	1,17	1,27
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ	1,23	7,14	2,67	1,20	1,88	2,56	2,49	2,87	5,34	3,86
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ	0,66	0,71	0,80	0,80	0,66	0,65	0,68	0,70	0,67	0,82
ΔΑΒΟΥΤΗΣ-ΜΑΥΡ	1,03	1,09	1,32	1,12	1,13	1,14	0,97	1,00	1,08	1,20
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ	1,37	1,24	0,94	1,00	1,00	0,96	1,01	0,92	1,09	1,16
DIRO	1,11	0,92	1,00	1,36	1,00	1,06	1,86	1,34	1,50	1,17
ΤΣΙΚΑΚΗΣ-ΓΙΑΝΝ.	1,11	0,66	0,94	1,41	1,59	1,67	1,57	1,41	1,44	1,81
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ.								0,75	1,04	1,02
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	1,09	1,13	1,07	1,05	0,99	0,98	1,02	0,91	0,78	0,96
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ.						1,47	1,06	1,06	0,95	1,00
ΘΑΝΟΣ	1,42	1,38	1,48	1,50	1,67	1,89	1,68	1,82	1,83	1,68
ΠΑΡΑΔ. ΑΓΡΟΣ*					1,20	1,18	1,32	0,96	1,19	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε.*		0,30	0,35	0,37	0,59	0,64	0,71	0,81	0,84	
ΣΒΕΚΗ*	1,00	1,00	0,99	0,96	0,91	0,82	0,72	0,70	0,62	
Υποκλάδος	1,00	0,85	0,92	0,98	1,04	0,97	1,07	1,11	1,17	1,19
Κλάδος	1,02	1,05	1,01	0,96	1,03	0,98	0,99	1,05	1,12	1,08
						Δανειακή πίεση				
ΚΡΕ.ΚΑ	0,39	0,39	0,47	0,50	0,48	0,52	0,45	0,47	0,56	0,55
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ	0,39	0,14	0,22	0,35	0,17	0,12	0,15	0,14	0,10	0,11
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ	0,91	0,86	0,87	0,91	0,99	0,97	0,98	1,09	1,15	1,01
ΔΑΒΟΥΤΗΣ-ΜΑΥΡ	0,73	0,75	0,63	0,72	0,70	0,69	0,65	0,70	0,67	0,71
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ	0,48	0,47	0,41	0,38	0,41	0,41	0,37	0,43	0,48	0,47
DIRO	0,43	0,45	0,48	0,43	0,61	0,64	0,64	0,71	0,73	0,79
ΤΣΙΚΑΚΗΣ-ΓΙΑΝΝ.	0,58	0,54	0,50	0,55	0,55	0,59	0,52	0,54	0,55	0,60
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ.								0,88	0,92	0,94
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	0,84	0,79	0,83	0,88	0,92	0,89	0,83	0,88	0,89	0,73
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ.						0,64	0,78	0,80	0,77	0,85
ΘΑΝΟΣ	0,56	0,59	0,56	0,55	0,50	0,46	0,48	0,43	0,42	0,44
ΠΑΡΑΔ. ΑΓΡΟΣ*					0,63	0,33	0,57	0,74	0,83	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε.*		0,78	0,79	0,86	0,81	0,86	0,86	0,86	0,90	
ΣΒΕΚΗ*	0,62	0,69	0,76	0,82	0,84	0,87	0,94	1,03	1,12	
Υποκλάδος	0,55	0,55	0,55	0,57	0,58	0,58	0,57	0,60	0,61	0,59
Κλάδος	0,55	0,59	0,60	0,63	0,62	0,65	0,66	0,70	0,70	0,71

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.8 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Περιθώριο καθαρού κέρδους (%)									
ΚΡΕ.ΚΑ	11,11	10,31	9,58	5,81	1,74	4,40	1,31	1,11	2,12	1,98
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ	3,60	1,88	12,78	7,81	10,46	10,21	5,12	5,35	4,32	5,02
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ	-19,64	-1,23	-1,39	-2,24	-11,10	-10,02	-0,64	-11,62	-7,21	5,05
ΔΑΒΟΥΤΗΣ-ΜΑΥΡ	2,47	1,58	6,90	2,30	2,36	3,52	3,89	3,67	3,16	0,54
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ	9,88	2,06	4,16	3,43	2,91	4,25	1,10	0,15	-1,35	1,12
DIRO	0,33	0,79	1,52	2,09	3,54	1,37	1,31	1,24	1,33	-4,14
ΤΣΙΚΑΚΗΣ-ΓΙΑΝΝ.	0,37	0,31	3,16	1,17	1,59	0,64	1,93	2,40	1,74	1,13
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ.								0,43	0,79	0,82
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	1,55	1,87	4,78	2,12	0,40	1,26	1,29	0,04	0,15	0,26
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ.						12,66	2,59	1,67	0,77	0,81
ΘΑΝΟΣ	3,83	4,45	5,79	3,69	2,38	2,26	2,48	1,69	0,59	-0,69
ΠΑΡΑΔ. ΑΓΡΟΣ*					0,37	2,74	2,13	1,66	3,23	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε.*		-7,81	-0,39	-13,42	10,21	-7,90	-2,29	0,29	-6,84	
ΣΒΕΚΗ*	1,12	-0,84	-0,68	-1,57	0,01	-5,96	-8,74	-7,60	-8,59	
Υποκλάδος	-0,11	1,08	2,59	0,43	0,96	0,09	0,85	0,04	0,66	1,40
Κλάδος	4,53	1,70	1,98	2,39	3,33	2,79	2,67	-0,29	1,85	0,54

*Μερικές εταιρείες δεν είχαν δημοσιεύσει ακόμα τα στοιχεία τους για το 2008. Τα κενά στις υπόλοιπες χρονιές είναι είτε λόγω ελλείψεως στοιχείων είτε κυρίως λόγω του ότι οι συγκεκριμένες εταιρείες δεν είχαν ακόμα συσταθεί.

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Συγκεκριμένα, ο υποκλάδος επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος έχει χειρότερους δείκτες απόδοσης ενεργητικού, απόδοσης ιδίων κεφαλαίων και περιθωρίου κέρδους από τους άλλους 2 υποκλάδους. Όμως από το 2006 και μετά οι δείκτες παρουσιάζουν βελτίωση και το 2008 σε όλους τους χρηματοοικονομικούς δείκτες ο υποκλάδος υπερτερεί του συνόλου του κλάδου του κρέατος. Η ρευστότητα είναι γενικά καλή στον υποκλάδο με τιμές άνω της μονάδας, και η δανειακή πίεση στο 0,6, χαμηλότερη από το 0,7 του κλάδου συνολικά. Τα γενικά χαμηλά περιθώρια κέρδους εξηγούνται εν μέρει από τη μεγάλη εισαγωγική διείσδυση και τις πολύ περιορισμένες εξαγωγές του κλάδου και δείχνουν υψηλά επίπεδα ανταγωνισμού στον υποκλάδο και τον κλάδο του κρέατος εν γένει.

Οι επιχειρήσεις με την καλύτερη απόδοση ενεργητικού είναι οι *Νικολόπουλος* με 8,37% και *Κελαϊδίτης* με 3,34%, σημαντικά βελτιωμένη από τα προηγούμενα χρόνια που κυμαινόταν σε αρνητικά ποσοστά. Όσον αφορά στην απόδοση ιδίων κεφαλαίων τις καλύτερες επιδόσεις έχουν και πάλι η *Νικολόπουλος* με 9,40%, *Κόσσυβας* με 30,5%, *Λαδάς* 8,57%, *Δαβούτης–Μαυριδόπουλος* 4,97% και *Κρε.Κα* 3,37%. Επίσης η *Θάνος* ξεκίνησε με πολύ καλές αποδόσεις ιδίων κεφαλαίων, αλλά κινήθηκε πτωτικά και έτσι το 2008 έπεσε σε αρνητική απόδοση -2,45%. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι μερικά «αφύσικα» ποσοστά, όπως π.χ. -557% στην περίπτωση της *Κελαϊδίτης*, οφείλονται στο γεγονός ότι τα ίδια κεφάλαια είναι αρνητικά, οπότε το ποσοστό δεν έχει έννοια. Τα ίδια κεφάλαια υπολογίζονται ως τα συνολικά μείον τις βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις.

Στον δείκτη ρευστότητας οι περισσότερες επιχειρήσεις βρίσκονται πάνω από τη μονάδα πλην των *Κελαϊδίτης* και *Λα Κρε* που φαίνεται να έχουν πρόβλημα να αντεπεξέρχονται στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους. Η *Νικολόπουλος* έχει πολύ υψηλό δείκτη 3,86 και αυτό δείχνει ότι η εταιρεία πιθανόν δεν χρησιμοποιεί αποδοτικά τα κεφάλαιά της.

Οι δείκτες δανειακής πίεσης δείχνουν ότι η *Κελαϊδίτης* (1,08) έχει μεγάλα δάνεια, ενώ όλες οι άλλες κυμαίνονται κάτω της μονάδας. Το χαμηλότερο δείκτη, δηλαδή χαμηλά επίπεδα δανεισμού έχουν οι *Νικολόπουλος* (0,11), *Θάνος* (0,44), *Φάρμα Εφύρα* (0,47), και *Κρε.Κα* (0,55).

Τέλος, το περιθώριο καθαρού κέρδους που είναι και ο βασικός δείκτης κερδοφορίας και σχετίζεται με τα επίπεδα του ανταγωνισμού, στον υποκλάδο επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος το 2008 είναι σε αρκετά χαμηλά επίπεδα (1,40%), παραπάνω βέβαια από το περιθώριο κέρδους συνολικά στον κλάδο του κρέατος που είναι πολύ χαμηλό, στο 0,54%. Γενικά όμως την τελευταία δεκαετία, ο υποκλάδος έχει χαμηλότερο περιθώριο καθαρού κέρδους από το σύνολο του κλάδου. Η τάση του κλάδου συνολικά είναι πτωτική και αντανακλά την αύξηση των εισαγωγών, η οποία συνεπάγεται την αύξηση των συνθηκών ανταγωνισμού. Οι επιχειρήσεις με το μεγαλύτερο περιθώριο καθαρού κέρδους για το 2008 εμφανίζεται να είναι οι Κελαϊδίτης (5,05%) Νικολόπουλος (5,02%), και Κρε.Κα (1,98%).

2.4.3. Χρηματοοικονομικά υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών

Ο υποκλάδος επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών σε σχέση με το σύνολο του κλάδου του κρέατος, δεν έχει καλή απόδοση. Σε όλους τους δείκτες υστερεί σημαντικά. Οι δείκτες απόδοσης ενεργητικού και ιδίων κεφαλαίων κυμαίνονται σε αρνητικά επίπεδα. Ο δείκτης ρευστότητας ήταν το μεγαλύτερο μέρος της περιόδου 1999-2008 χαμηλότερος της μονάδας και βελτιώθηκε, δηλαδή ανέβηκε πάνω από τη μονάδα, τα 2 τελευταία χρόνια της υπό εξέταση περιόδου, 2007-08. Ο δείκτης δανειακής πίεσης κινείται ανοδικά, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι ο υποκλάδος είναι αρκετά χρεωμένος και ο δείκτης περιθωρίου καθαρού κέρδους είναι κοντά στο μηδέν ή και αρνητικός, πράγμα που σημαίνει ότι ο υποκλάδος δεν σημειώνει κέρδη αλλά ζημίες.

Πιο συγκεκριμένα, για το 2008 την υψηλότερη απόδοση ενεργητικού έχει ο *Αμβροσιάδης* με 1,66%, ενώ οι υπόλοιπες επιχειρήσεις δεν ξεπερνούν το 0,4%. Αλλά και ο *Αμβροσιάδης* έχει σημειώσει πτώση στον δείκτη σε σχέση με προηγούμενα χρόνια. Ο δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων είναι και αυτός αρκετά χαμηλός και μόνο ο *Αμβροσιάδης* ξεπερνά το 4%. Να σημειωθεί ότι σε επιχειρήσεις που ο δείκτης παίρνει ακραίες τιμές αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα ίδια κεφάλαια είναι πολύ μικρά ή ακόμα και αρνητικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.9

Χρηματοοικονομικοί δείκτες υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών (1012)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Απόδοση ενεργητικού (%)										
ΠΙΝΔΟΣ		1,29	2,01	1,76	0,17	0,29	0,01	-6,68	0,01	0,07
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ	7,65	9,65	9,56	2,80	0,74	0,41	0,27	-5,64	0,10	0,06
HEL. Q. FOODS	1,17	0,33	-7,19	-2,01	-0,12	0,05	-0,46	0,03	0,06	0,01
ΑΓ. Π. Σ. ΑΡΤΑΣ		-13,40	1,35	-12,30	-2,97	0,22	0,05	-11,14	0,15	0,07
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ				0,29	0,51	0,48	0,10	0,09	0,80	0,07
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ		3,28	4,50	3,70	4,43	3,33	1,70	0,25	3,43	1,66
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ			2,10	1,44	2,55	0,54	0,46	0,45	0,42	0,39
ΒΙΟΚΟΤ					-3,72	-4,24	-0,87	0,80	1,13	0,18
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ							-3,67	11,45	1,08	0,09
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ	9,90	2,13	4,05	-30,53	1,19	1,84	-0,64	-2,46	2,38	-3,11
ΦΡΕΣΚΟΤ	-3,38	1,56	2,38	0,76	0,69	1,34	1,02	0,13	0,27	0,33
ΑΓΡΟΖΩΗ								-15,67	0,24	-9,48
Υποκλάδος	2,95	1,49	-1,27	-1,02	0,30	0,25	-0,33	-3,59	0,12	-0,57
Κλάδος	3,95	1,55	2,04	2,33	3,17	2,50	2,37	-0,25	1,74	0,51
Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (%)										
ΠΙΝΔΟΣ		4,28	6,04	6,12	0,61	1,21	0,04	-37,38	0,06	0,38
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ	21,82	29,15	27,60	11,55	3,31	1,47	0,86	-27,48	0,58	0,32
HEL. Q. FOODS	3,66	1,23	-40,99	-7,62	-0,36	0,12	-1,14	0,08	0,15	0,03
ΑΓ. Π. Σ. ΑΡΤΑΣ		45,10	9,58	-419,54	737,29	6,00	0,96	-335,67	3,50	0,58
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ				0,81	1,38	1,44	0,31	0,41	3,69	0,40
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ		6,49	9,31	8,23	11,67	8,48	4,22	0,71	9,37	4,23
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ			8,05	6,25	12,52	2,91	3,20	1,77	1,84	1,77
ΒΙΟΚΟΤ					-22,08	-19,65	-6,58	3,46	4,08	0,59
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ							13,06	772,80	37,19	0,72
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ	28,02	8,48	15,29	213,64	8,40	-112,74	175,00	-517,46	79,95	-64,27
ΦΡΕΣΚΟΤ	-26,85	9,86	13,97	5,84	6,56	12,87	11,77	1,77	3,44	4,51
ΑΓΡΟΖΩΗ								164,64	-2,56	50,11
Υποκλάδος	8,36	5,15	-4,77	-3,84	1,02	0,80	-1,08	-14,01	0,47	-2,34
Κλάδος	8,77	3,76	5,09	6,26	8,41	7,16	6,99	-0,83	5,84	1,73
Ρευστότητα										
ΠΙΝΔΟΣ		1,02	1,09	1,03	1,02	0,94	0,90	0,92	1,03	1,01
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ	0,98	1,04	1,10	1,02	0,97	0,95	1,08	1,20	1,22	1,30
HEL. Q. FOODS	0,66	1,47	0,74	0,57	0,80	0,69	0,55	0,81	1,22	1,08
ΑΓ. Π. Σ. ΑΡΤΑΣ		0,67	1,46	1,16	1,03	1,10	1,20	1,34	1,27	1,03
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ				1,07	1,06	1,14	1,22	1,47	1,74	1,46
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ		1,26	1,38	1,45	1,22	1,55	1,27	1,26	1,43	1,41
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ			1,03	1,05	1,05	1,00	0,92	0,98	0,96	0,96
ΒΙΟΚΟΤ					0,70	0,66	0,83	0,62	1,30	1,06
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ							0,76	1,11	1,07	1,68
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ	1,14	1,04	1,14	0,64	0,95	0,68	0,62	0,72	0,77	0,82
ΦΡΕΣΚΟΤ	0,80	0,84	0,89	0,91	0,89	0,94	1,03	1,13	1,12	1,14
ΑΓΡΟΖΩΗ								0,44	0,49	0,46
Υποκλάδος	0,89	1,09	0,99	0,86	0,95	0,90	0,85	0,97	1,09	1,07
Κλάδος	1,02	1,05	1,01	0,96	1,03	0,98	0,99	1,05	1,12	1,08

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.9 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Δανειακή πίεση										
ΠΙΝΔΟΣ		0,70	0,67	0,71	0,73	0,76	0,75	0,82	0,83	0,83
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ	0,65	0,67	0,65	0,76	0,78	0,72	0,69	0,79	0,83	0,81
HEL. Q. FOODS	0,68	0,73	0,82	0,74	0,67	0,61	0,60	0,61	0,59	0,59
ΑΓ. Π. Σ. ΑΡΤΑΣ		1,30	0,86	0,97	1,00	0,96	0,95	0,97	0,96	0,88
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ				0,64	0,63	0,67	0,67	0,78	0,78	0,82
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ		0,49	0,52	0,55	0,62	0,61	0,60	0,65	0,63	0,61
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ			0,74	0,77	0,80	0,81	0,86	0,75	0,77	0,78
ΒΙΟΚΟΤ					0,83	0,78	0,87	0,77	0,72	0,70
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ							1,28	0,99	0,97	0,87
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ	0,65	0,75	0,73	1,14	0,86	1,02	1,00	1,00	0,97	0,95
ΦΡΕΣΚΟΤ	0,87	0,84	0,83	0,87	0,90	0,90	0,91	0,93	0,92	0,93
ΑΓΡΟΖΩΗ								1,10	1,09	1,19
Υποκλάδος	0,65	0,71	0,73	0,74	0,71	0,68	0,69	0,74	0,75	0,76
Κλάδος	0,55	0,59	0,60	0,63	0,62	0,65	0,66	0,70	0,70	0,71
Περιθώριο καθαρού κέρδους										
ΠΙΝΔΟΣ		0,67	1,02	1,09	0,11	0,22	0,01	-5,97	0,01	0,05
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ		5,55	5,36	2,38	0,63	0,36	0,27	-6,74	0,10	0,06
HEL. Q. FOODS	1,96	1,13	-13,07	-2,77	-0,21	0,10	-1,06	0,08	0,13	0,02
ΑΓ. Π. Σ. ΑΡΤΑΣ		-3,78	0,38	-3,56	-1,08	0,10	0,02	-8,19	0,10	0,06
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ				0,12	0,24	0,16	0,04	0,04	0,33	0,04
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ		0,74	1,94	2,01	2,88	2,57	1,55	0,31	2,70	1,28
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ			1,14	1,23	2,16	0,50	0,57	0,66	0,46	0,42
ΒΙΟΚΟΤ					-2833,33	-6,07	-0,54	0,91	0,61	0,12
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ							-1,88	7,79	0,42	0,05
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ	5,32	1,37	2,16	-19,02	0,95	1,17	-0,40	-2,23	1,76	-2,47
ΦΡΕΣΚΟΤ	-1,27	0,58	0,88	0,35	0,32	0,69	0,69	0,11	0,16	0,21
ΑΓΡΟΖΩΗ								-23,62	0,26	-9,85
Υποκλάδος	2,74	1,28	-0,97	-0,86	0,28	0,26	-0,37	-4,41	0,12	-0,57
Κλάδος	4,53	1,70	1,98	2,39	3,33	2,79	2,67	-0,29	1,85	0,54

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα η *Αγροζωή*, που το 2006 και 2008 δείχνει υψηλές αποδόσεις ιδίων κεφαλαίων παρά τις ζημίες που παρουσίασε. Αυτό συμβαίνει γιατί τα ίδια κεφάλαια έχουν αρνητικό πρόσημο αφού οι συνολικές υποχρεώσεις ξεπερνούν τα συνολικά κεφάλαια της επιχείρησης.

Όσον αφορά στη ρευστότητα, ο *Κελαϊδίτης ΕΠΕ* παρουσιάζει την υψηλότερη το 2008 με 1,68 και ακολουθούν ο *Μαζαράκης* (1,46), *Αμβροσιάδης* (1,41) και *Νιτσιάκος* (1,30). Η *Αγροζωή*, που όπως ανεφέρθη έχει πολύ υψηλές υποχρεώσεις, έχει τον χαμηλότερο δείκτη ρευστότητας 0,46. Η δανειακή πίεση είναι αρκετά αυξημένη στον υποκλάδο, με την *Αγροζωή* να ξεπερνά τη μονάδα (1,19). Στην καλύτερη θέση από πλευρά δανειακών υποχρεώσεων είναι η *Hellenic Quality Foods* (0,59) και ο *Αμβροσιάδης* (0,61).

Ο δείκτης περιθωρίου καθαρού κέρδους είναι πολύ χαμηλός στον υποκλάδο επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών και αποτελεί ένδειξη υψηλού ανταγωνισμού. Ο Αμβροσιάδης έχει το υψηλότερο περιθώριο

κέρδους με 1,28% το 2008, ενώ όλες οι υπόλοιπες επιχειρήσεις κυμαίνονται στο 0,02%-0,42%. Η Αγροζωή και ο Αγγελάκης σημειώνουν ζημίες της τάξεως του 9,85% και 2,47%, αντίστοιχα.

2.4.4. Χρηματοοικονομικά υποκλάδου παραγωγής προϊόντων κρέατος και πουλερικών

Ο υποκλάδος παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών είναι ο πιο εύρωστος χρηματοοικονομικά υποκλάδος του κλάδου του κρέατος. Σε όλους σχεδόν τους δείκτες υπερτερεί του συνολικού κλάδου και φυσικά των άλλων υποκλάδων. Είναι χαρακτηριστική η διαφορά στην απόδοση ενεργητικού, απόδοση ιδίων κεφαλαίων και περιθωρίου καθαρού κέρδους την περίοδο 1999-2008, αν και παρατηρείται μία σύγκλιση, δηλαδή η ευρωστία του υποκλάδου μειώνεται συν τω χρόνω.

Ο δείκτης απόδοσης ενεργητικού την υπό μελέτη περίοδο άγγιξε το 7,35% το 2003, για να ακολουθήσει καθοδική πορεία και να διαμορφωθεί στο 1,44% το 2008. Ο δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων έφθασε στο 17,59% το 2005 περιοριζόμενος στο 5% το 2008, σταθερά όμως πάνω από τον αντίστοιχο δείκτη για όλο τον κλάδο. Ο δείκτης ρευστότητας είναι πάνω από τη μονάδα και υψηλότερος του αντίστοιχου δείκτη για τον κλάδο συνολικά για όλη την περίοδο και μόνο το 2008 έπεσε χαμηλότερα της τιμής του κλάδου, στο 1,03 έναντι 1,08 του κλάδου. Ο δείκτης δανεικής πίεσης παρουσιάζει συνεχή αύξηση και διαμορφώνεται στο 0,71 το 2008 ίδιος με αυτόν του κλάδου. Τέλος, ο δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους, ενώ ξεπέρασε και το 8% το 2003, έκτοτε ακολουθεί πτωτική τάση και διαμορφώθηκε στο 1,54% το 2008, υψηλότερος κατά μία ποσοστιαία μονάδα από τον αντίστοιχο για το σύνολο του κλάδου (0,54%).

Στον υποκλάδο δραστηριοποιούνται μερικές από τις πλέον γνωστές επιχειρήσεις αλλαντοποιίας και παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών γενικά και είναι ένας αρκετά δυναμικός κλάδος σε σχέση με τους άλλους δύο. Υπάρχουν όμως και άλλες μικρότερες επιχειρήσεις που φαίνεται ότι πηγαίνουν πολύ καλά, ενισχύοντας έτσι τον ανταγωνισμό στον υποκλάδο. Ο *Νάνος*, και η *Luncheon meat of Evros* σημειώνουν πολύ καλές αποδόσεις ενεργητικού (το 2008 ήταν πρώτες με 17,58% και 12,30%, αντίστοιχα), ακολουθούμενες από τον *Υφαντή* με 10,54%. Οι ίδιες εταιρείες έχουν επίσης πολύ υψηλούς δείκτες απόδοσης ιδίων κεφαλαίων που το 2008 φθάνουν στο 55,97% για τον *Νάνο* και 41,05% για τον *Υφαντή*, ενώ η *Luncheon meat of Evros* ακολουθεί με 27,73%.

Όσον αφορά στη ρευστότητα ο *Ζλάτης* έχει 3,82 που δείχνει μάλλον μη αποδοτική χρήση των κεφαλαίων του για το 2008, ενώ οι *Luncheon meat of Evros* (1,92), *Πάσσιας* (1,81) και *Έδεσμα* (1,78) είναι στις καλύτερες θέσεις από πλευράς ρευστότητας. Η *Κρέτα Φάρμ* και ο *Νίκας* σημείωσαν χαμηλή ρευστότητα το 2008 με 0,83 και 0,66, αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.10
Χρηματοοικονομικοί δείκτες υποκλάδου παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών (1013)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Απόδοση ενεργητικού %					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ	4,53	7,49	6,67	5,81	3,76	2,07	2,41	1,56	2,84	1,51
ΝΙΚΑΣ	11,72	3,63	5,05	7,75	11,15	11,58	9,26	0,07	3,45	-3,85
ΥΦΑΝΤΗΣ	12,13	7,17	6,44	11,11	9,62	12,04	15,43	13,16	16,01	10,54
ΒΙ.Κ.Η.	0,10	-9,51	0,61	5,18	2,90	2,56	0,04	-3,00	-3,07	-2,93
ΕΔΕΣΜΑ	8,61	1,55	4,33	2,57	6,85	4,35	1,14	3,09	0,95	0,25
LUNCH. M. EV.	0,78	-5,19	2,50	9,62	10,17	11,01	16,40	18,76	17,81	12,30
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ	10,20	5,67	6,57	19,32	18,06	7,45	3,83	1,96	0,66	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ		5,99	11,67	11,45	5,54	0,79	59,56	-5,61	-1,67	-13,89
ΠΑΣΣΙΑΣ	4,29	0,40	0,97	4,44	5,30	4,95	3,04	3,44	2,29	2,01
BRELLE	5,53	5,51	5,89	6,60	5,15	3,00	0,53	1,41	4,34	1,77
ΖΛΑΤΗΣ	1,62	1,42	1,39	0,88	0,67	0,37	0,51	0,52	0,77	-3,64
ΝΑΝΟΣ		10,95	56,02	49,50	53,97	31,69	25,25	36,89	29,28	17,58
Υποκλάδος	6,44	2,09	4,87	6,71	7,35	5,79	5,73	3,09	4,12	1,44
Κλάδος	3,95	1,55	2,04	2,33	3,17	2,50	2,37	-0,25	1,74	0,51
					Απόδοση ιδίων κεφαλαίων %					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ	6,78	11,72	12,14	11,58	7,86	4,92	7,23	4,73	8,41	4,26
ΝΙΚΑΣ	22,17	5,83	7,44	11,37	15,21	34,64	25,07	0,23	11,57	-16,59
ΥΦΑΝΤΗΣ	25,69	13,98	12,90	30,30	33,42	39,07	51,36	49,49	59,19	41,05
ΒΙ.Κ.Η.	0,66	-132,05	9,59	51,29	22,97	19,53	0,28	-16,83	-24,16	-24,72
ΕΔΕΣΜΑ	16,30	3,06	9,89	6,17	15,53	8,63	2,81	7,46	2,59	0,73
LUNCH. M. EV.	0,93	-8,39	4,21	18,49	27,52	26,86	42,76	47,80	45,10	27,73
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ	26,35	16,25	20,51	76,70	52,77	20,35	13,15	7,89	2,79	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ		50,40	101,13	147,86	56,51	13,36	89,92	-11,05	-3,33	-43,07
ΠΑΣΣΙΑΣ	12,41	1,32	3,06	15,28	15,50	16,82	10,90	12,46	8,72	6,94
BRELLE	16,01	14,13	14,78	16,50	14,01	8,08	1,17	2,96	8,65	4,43
ΖΛΑΤΗΣ	9,12	9,45	8,38	5,33	4,77	3,82	4,29	4,65	7,04	-49,56
ΝΑΝΟΣ		708,33	118,51	211,96	198,27	82,35	104,96	136,52	117,56	55,97
Υποκλάδος	13,34	4,26	10,07	14,95	16,58	16,66	17,59	10,05	13,59	4,98
Κλάδος	8,77	3,76	5,09	6,26	8,41	7,16	6,99	-0,83	5,84	1,73
					Ρευστότητα					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ	2,24	1,15	0,99	1,00	1,09	0,81	0,95	0,88	0,78	0,83
ΝΙΚΑΣ	1,02	1,49	1,13	1,12	1,48	1,89	2,00	1,43	1,23	0,66
ΥΦΑΝΤΗΣ	1,90	2,07	1,83	1,37	1,09	1,21	1,20	1,04	1,03	1,06
ΒΙ.Κ.Η.	0,72	0,68	0,82	0,82	0,86	0,88	0,81	1,70	1,31	1,00
ΕΔΕΣΜΑ	1,14	1,25	1,24	1,28	1,34	1,53	1,18	1,30	2,23	1,78
LUNCH. M. EV.	1,49	1,57	2,31	1,76	2,03	2,08	1,87	2,31	2,38	1,92
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ	1,11	1,04	1,26	1,20	1,92	1,32	0,72	0,69	0,59	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ		0,81	0,63	0,81	0,56	0,49	2,49	1,81	1,77	1,29
ΠΑΣΣΙΑΣ	1,37	1,11	1,19	1,22	1,19	1,12	1,10	1,08	2,07	1,81
BRELLE	0,76	0,95	1,50	1,14	1,14	1,14	1,32	1,41	1,41	1,05
ΖΛΑΤΗΣ	0,89	0,91	1,01	1,03	1,04	0,98	1,02	1,02	3,65	3,82
ΝΑΝΟΣ		0,72	1,60	1,03	1,15	1,37	1,14	1,16	1,18	1,33
Υποκλάδος	1,16	1,13	1,08	1,06	1,13	1,09	1,13	1,10	1,13	1,03
Κλάδος	1,02	1,05	1,01	0,96	1,03	0,98	0,99	1,05	1,12	1,08

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.10 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Δανειακή πίεση					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ	0,33	0,36	0,45	0,50	0,52	0,58	0,67	0,67	0,66	0,65
ΝΙΚΑΣ	0,47	0,38	0,32	0,32	0,27	0,67	0,63	0,70	0,70	0,77
ΥΦΑΝΤΗΣ	0,53	0,49	0,50	0,63	0,71	0,69	0,70	0,73	0,73	0,74
ΒΙ.Κ.Η.	0,85	0,93	0,94	0,90	0,87	0,87	0,87	0,82	0,87	0,88
ΕΔΕΣΜΑ	0,47	0,49	0,56	0,58	0,56	0,50	0,59	0,59	0,63	0,65
LUNCH. M. EV.	0,16	0,38	0,41	0,48	0,63	0,59	0,62	0,61	0,61	0,56
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ	0,61	0,65	0,68	0,75	0,66	0,63	0,71	0,75	0,76	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ		0,88	0,88	0,92	0,90	0,94	0,34	0,49	0,50	0,68
ΠΑΣΣΙΑΣ	0,65	0,70	0,68	0,71	0,66	0,71	0,72	0,72	0,74	0,71
BRELLE	0,65	0,61	0,60	0,60	0,63	0,63	0,55	0,52	0,50	0,60
ΖΛΑΤΗΣ	0,82	0,85	0,83	0,84	0,86	0,90	0,88	0,89	0,89	0,93
ΝΑΝΟΣ		0,98	0,53	0,77	0,73	0,62	0,76	0,73	0,75	0,69
Υποκλάδος	0,52	0,51	0,52	0,55	0,56	0,65	0,67	0,69	0,70	0,71
Κλάδος	0,55	0,59	0,60	0,63	0,62	0,65	0,66	0,70	0,70	0,71
					Περιθώριο καθαρού κέρδους %					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ	9,98	13,37	11,19	9,33	5,60	3,92	4,78	3,03	4,86	2,44
ΝΙΚΑΣ	17,59	7,44	8,77	13,02	18,46	16,77	10,98	0,07	3,69	-3,89
ΥΦΑΝΤΗΣ	8,67	5,69	5,11	10,76	10,64	12,09	14,81	12,68	15,37	10,21
ΒΙ.Κ.Η.	0,14	-12,02	0,68	6,64	3,55	3,16	0,05	-3,81	-4,16	-3,45
ΕΔΕΣΜΑ	5,43	0,97	2,51	1,52	3,60	2,58	0,76	1,92	0,66	0,19
LUNCH. M. EV.	4,19	-8,98	3,60	10,92	13,38	12,52	18,46	18,20	15,40	10,26
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ	8,95	4,57	4,51	13,83	11,99	7,04	4,58	2,53	0,91	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ		1,31	6,31	7,03	3,12	0,45	14,16	-1,39	-0,41	-3,32
ΠΑΣΣΙΑΣ	2,24	0,23	0,57	2,87	3,00	3,41	2,17	2,39	1,81	1,69
BRELLE	4,13	4,24	4,31	4,24	3,16	1,73	0,29	0,87	3,02	1,49
ΖΛΑΤΗΣ	1,39	1,23	1,16	1,08	0,80	0,45	0,65	0,70	0,96	-5,72
ΝΑΝΟΣ		4,04	12,82	16,32	17,64	11,20	8,90	10,98	9,89	6,39
Υποκλάδος	7,38	2,43	5,30	7,66	8,21	6,86	6,56	3,44	4,58	1,54
Κλάδος	4,53	1,70	1,98	2,39	3,33	2,79	2,67	-0,29	1,85	0,54

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Στον δείκτη δανειακής πίεσης η *Luncheon meat of Evros* έχει τη χαμηλότερη τιμή (0,56) και ακολουθούν οι *Brelle* (0,60), *Έδεσμα* και *Κρέτα Φάρμ* με 0,65.

Τέλος, όσον αφορά στον δείκτη περιθωρίου καθαρού κέρδους, το 2008 η *Luncheon meat of Evros* σημείωσε 10,26%, με τον *Υφαντή* στο 10,21% και τον *Νάνο* στο 6,39%. Ο *Νίκας*, μετά από σειρά ετών πολύ καλών περιθωρίων καθαρού κέρδους, σημείωσε ζημίες 3,89% το 2008.

Συμπερασματικά, ο κλάδος του κρέατος δεν μπορούμε να πούμε ότι παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη σύμφωνα με τα παρουσιασθέντα χρηματοοικονομικά στοιχεία του. Από τους τρεις υποκλάδους, αυτός της παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών είναι πιο δυναμικός με καλύτερες χρηματοοικονομικές επιδόσεις. Από τους άλλους δύο, ο υποκλάδος επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος είναι μικρός κλάδος με μικρές επιχειρήσεις και ο άλλος, επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών, παρότι είναι δυναμικός, οι χρηματοοικονομικοί του δείκτες πάσχουν από τον μεγάλο βαθμό δανεισμού και υποχρεώσεων.

Γενικά οι χρηματοοικονομικοί δείκτες παρουσιάζουν έναν κλάδο με σημαντικό βαθμό ανταγωνισμού χωρίς εμφανή προβλήματα ολιγοπωλιακής μορφής, όπως θα δούμε στη μεθεπόμενη ενότητα περί ανταγωνισμού.

2.5. Θεσμικό πλαίσιο

Η βιομηχανία τροφίμων είναι παγκοσμίως από τις σημαντικότερες –αν όχι η σημαντικότερη– βιομηχανίες διότι αφορά στο ευαίσθητο θέμα της διατροφής του ανθρώπου. Συγκεκριμένα ο κλάδος της βιομηχανίας του κρέατος (αλλά και άλλων βιομηχανιών τροφίμων όπως των οπωροκηπευτικών) είναι ένας από τους πλέον σημαντικούς κλάδους της ελληνικής μεταποιητικής βιομηχανίας, όχι μόνο από πλευράς οικονομικών μεγεθών (όχι τόσο ως ποσοστό συμμετοχής του στο ΑΕΠ αλλά ως ποσοστό στις δαπάνες των νοικοκυριών), αλλά και από τη σημαντική του συμβολή στη διατροφή του πληθυσμού. Συνδέεται άμεσα με τον πρωτογενή τομέα (γεωργική-κτηνοτροφική παραγωγή), αφού ένα μεγάλο μέρος της πρώτης ύλης προέρχεται από εγχώρια παραγωγή, αλλά και συνδέεται άμεσα με τη γεωργία μέσω καλλιεργειών για ζωοτροφές. Έτσι, ρυθμίσεις που επηρεάζουν τον πρωτογενή τομέα είναι αναμενόμενο να έχουν άμεσες συνέπειες και στη μεταποιητική βιομηχανία κρέατος, αλιευμάτων και οπωροκηπευτικών.

Για αυτό το λόγο θα παρουσιαστεί εν συντομία το ευρωπαϊκό και παγκόσμιο θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργεί η ελληνική πρωτογενής παραγωγή κρέατος, αλιευμάτων και οπωροκηπευτικών, αλλά και γενικότερα της γεωργίας-κτηνοτροφίας. Οι τελευταίες μεταρρυθμίσεις της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) και οι διεθνείς συμφωνίες προς φιλελευθεροποίηση των αγορών στα πλαίσια του Παγκοσμίου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ) δείχνουν ότι η αγορά προϊόντων κρέατος, όπως και των περισσοτέρων προϊόντων διατροφής, καθίσταται συνεχώς και πιο ανοικτή στον ανταγωνισμό προς όφελος φυσικά των καταναλωτών.

Η πολιτική ισχυρής στήριξης της γεωργίας από τις ανεπτυγμένες χώρες δημιούργησε πιεστικές αντιδράσεις από τις αναπτυσσόμενες, διότι διαστρεβλώνει το ελεύθερο εμπόριο αγροτικών αγαθών εις βάρος των αναπτυσσομένων χωρών. Έτσι η Γενική Συμφωνία Δασμών και Εμπορίου (GATT) αρχικά, και ο ΠΟΕ αργότερα, προχωρούν προς ολοένα και μεγαλύτερη φιλελευθεροποίηση του εμπορίου, έτσι ώστε να υπάρχουν λιγότερες αδικίες και ανισότητες.

Η συμφωνία στα πλαίσια της GATT για τη γεωργία (γύρος της Ουρουγουάης, 1994) περιλάμβανε τρεις βασικούς άξονες: πρόσβαση στην αγορά (άνοιγμα αγορών), εσωτερική προστασία (μείωση αυτής) και ανταγωνισμό στις εξαγωγές (μείωση εξαγωγικών επιδοτήσεων). Ουσιαστικά καταργήθηκαν τα μη δασμολογικά εμπόδια (ποσοτικοί περιορισμοί στις εισαγωγές, μεταβλητοί εισαγωγικοί δασμοί και χορήγηση αδειών εισαγωγής με όρους που προκαλούν διακρίσεις μεταξύ των εισαγωγέων) και αντικαταστάθηκαν με δασμούς οι οποίοι θα μειωθούν. Ο γύρος της Ντόχα συνέχισε στην ίδια κατεύθυνση και οι διαπραγματεύσεις είναι σκληρές και συνεχίζονται.

Ο ΠΟΕ είναι αναμενόμενο να επηρεάζει άμεσα την ΚΑΠ. Έτσι οι συνεχείς αναθεωρήσεις της ΚΑΠ είναι απόρροια των πιέσεων που δέχεται η ΕΕ. Τόσο η Ευρώπη όσο και οι ΗΠΑ καλούνται να περιορίσουν την στήριξη προς τους αγρότες τους προς όφελος των αγροτών αναπτυσσομένων χωρών αλλά και των καταναλωτών.

Παρά τη μέχρι τώρα στήριξη της ελληνικής πρωτογενούς παραγωγής από την ΚΑΠ, οι εγχώριοι θεσμοί και συνθήκες δεν επέτρεψαν την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων και ειδικά του κρέατος. Όπως κατ' επανάληψη αναφέρουν πολλοί επιστήμονες (Μέργος, 1998· Μπαλτάς, 2001· Μαραβέγιας, 1999, 2004· Λαμπροπούλου, 2005· Παχάκη, 2006) τα προβλήματα θεσμών και υποδομής στην Ελλάδα είναι η κύρια αιτία των προβλημάτων και, αν αυτά επιλυθούν, οι αλλαγές στην ΚΑΠ όχι μόνο επιβλαβείς για την ελληνική γεωργία δεν θα είναι, αλλά μπορεί να αποβούν και ωφέλιμες, αρκεί να εκμεταλλευτεί η χώρα τις διατάξεις της ΚΑΠ σύμφωνα με τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα.

Τα διαρθρωτικά προβλήματα της ελληνικής γεωργίας, τα οποία ταλανίζουν τον πρωτογενή τομέα και έχουν άμεση επίπτωση στο εμπόριο, είναι, εν συντομία, ο μεγάλος αριθμός γεωργικών εκμεταλλεύσεων μικρού μεγέθους (μέση έκταση 48 στρέμματα, όταν ο Κοινοτικός μέσος όρος είναι 4 φορές μεγαλύτερος), μεγάλος αριθμός απασχολουμένων ατόμων ως επί το πλείστον μεγάλης ηλικίας, χαμηλής εκπαίδευσης και, κατά συνέπεια, χαμηλής επιχειρηματικότητας. Οι επενδύσεις παρουσιάζουν πτωτική τάση. Έντονες επίσης είναι οι θεσμικές και οργανωτικές ελλείψεις και αδυναμίες στην υποδομή του κλάδου μεταποίησης, οργάνωσης εμπορίας και διακίνησης αγροτικών προϊόντων στο εσωτερικό και εξωτερικό (Λαμπροπούλου, 2005).

Ο απαραίτητος εκσυγχρονισμός της γεωργίας, ώστε να προσαρμοστεί στις διεθνείς συνθήκες ανταγωνισμού, δεν έχει γίνει ή γίνεται με αργούς ρυθμούς. Οι αγροτικοί συνεταιρισμοί που ακμάζουν σε άλλες χώρες, στην Ελλάδα δεν επιτελούν το έργο τους με αποτέλεσμα να έχουν αποτύχει, και τον ρόλο του συμβούλου των αγροτών τον έχουν αναλάβει οι διακινητές αγροτικών εφοδίων. Η χρηματοδότηση γίνεται κυρίως μέσω της ΑΤΕ και δευτερευόντως μέσω συνεταιριστικών τραπεζών οι οποίες σε άλλες χώρες είναι η κύρια πηγή χρηματοδότησης των αγροτών. Οι πληρωμές επιδοτήσεων και αποζημιώσεων καθυστερούν, η διάθεση των προϊόντων ελέγχεται από αλυσίδες πολυκαταστημάτων και χονδρεμπόρων εις βάρος της τιμής για τους αγρότες και της ποιότητας για τους καταναλωτές. Η υποστήριξη εξαγωγέων από το κράτος είναι περιορισμένη. Η επιχειρηματικότητα είναι επίσης μικρή λόγω της γραφειοκρατίας (Μαραβέγιας, 2004).

Θα πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι συγκεκριμένα ο κλάδος του κρέατος δεν βοηθήθηκε από την ΚΑΠ τόσο όσο άλλοι κλάδοι, ιδιαίτερα της φυτικής παραγωγής. Οι χαμηλές ποσοστώσεις στο γάλα που για πολλά χρόνια είχε η χώρα μας συνετέλεσαν στον δραστικό περιορισμό της βοοτροφίας με άμεσες

αρνητικές συνέπειες στην παραγωγή κρέατος και τη δραματική αύξηση των εισαγωγών.

Η αναθεώρηση της ΚΑΠ προβλέπει τη λήψη από τους παραγωγούς μίας ενιαίας αποδεσμευμένης ενίσχυσης, η οποία ορίσθηκε με σημείο αναφοράς τον μέσο όρο των επιδοτήσεων που έλαβε ο παραγωγός την περίοδο 2000-2002. Η ενίσχυση αυτή προβλέπεται για μία ποικιλία προϊόντων μέσα στα οποία είναι το βόειο και αιγοπρόβειο κρέας. Η ΚΑΠ αποσυνέδεσε την ενίσχυση αυτή από το ύψος της παραγωγής, για να είναι σύμφωνη με τις διατάξεις και ρυθμίσεις του ΠΟΕ που αντιτίθεται σε είδη επιδοτήσεων συνυφασμένων με την παραγωγή διότι δημιουργούν στρεβλώσεις στην ελεύθερη ανταγωνιστική αγορά. Οι ενισχύσεις αυτές είναι εγγυημένες έως το 2013. Επίσης, οι ενισχύσεις θα υπόκεινται στην τήρηση των υποχρεωτικών προτύπων για την ορθή γεωργική πρακτική, την προστασία του περιβάλλοντος, την καλή διαβίωση των ζώων, την αειφόρο γεωργία και την ποιότητα και ασφάλεια των προϊόντων (ICAP, 2007).

Οι κλάδοι της βιομηχανίας τροφίμων, και ιδιαίτερα του κρέατος, είναι συχνά στο προσκήνιο όχι μόνο λόγω του σημαντικού τους οικονομικού βάρους στο καλάθι της νοικοκυράς αλλά και λόγω της αμέσου σχέσεώς τους με θέματα υγείας. Πρόσφατες ασθένειες όπως η σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια στα βοοειδή, ο αφθώδης πυρετός στα αιγοπρόβατα, και άλλα προβλήματα όπως οι διοξίνες στα κοτόπουλα, αλλά και οι έντονες ανησυχίες για υπολείμματα φυτοφαρμάκων και εντομοκτόνων στα οπωροκηπευτικά, έδωσαν ώθηση για μία σειρά μέτρων σε εθνικό, ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο για πληρέστερο έλεγχο της αλυσίδας παραγωγής τροφίμων. Ο όρος ιχνηλασιμότητα (traceability), που χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια, περιγράφει την ικανότητα να εντοπίζεται η προέλευση του προϊόντος προς τα πίσω σε κάθε στάδιο της παραγωγής του μέχρι το χωράφι.

Η πρώτη νομοθετική ρύθμιση, η Οδηγία 93/43/ΕΚ περί της υγιεινής των τροφίμων, ακολουθήθηκε από την έκδοση της Λευκής Βίβλου το 2000 για τη διασφάλιση της ασφάλειας τροφίμων. Κατόπιν, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο εξέδωσε τον κανονισμό 178/2002[4] «για τον καθορισμό των γενικών αρχών και απαιτήσεων της νομοθεσίας για τα τρόφιμα, για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Αρχής για την Ασφάλεια των Τροφίμων και τον καθορισμό διαδικασιών σε θέματα ασφαλείας των τροφίμων.» Ο κανονισμός αυτός τροποποιήθηκε με τους κανονισμούς 852/2004[5], 853/2004[6] και 854/2004[7]. Αρκετοί άλλοι κανονισμοί έχουν εκδοθεί για διάφορα θέματα που άπτονται της υγιεινής των τροφίμων όπως π.χ. περί των μικροβιολογικών κριτηρίων (Κανονισμός 2073/2005[8]) και καθορισμού μεγίστων επιτρεπτών επιπέδων για ορισμέ-

[4] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0001:EL:PDF

[5] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:226:0003:0021:EL:PDF

[6] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:139:0055:0205:EL:PDF

[7] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:226:0083:0127:EL:PDF

[8] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:338:0001:0026:EL:PDF

νες ουσίες που επιμολύνουν τα τρόφιμα (Κανονισμός 1881/2006[9]). Επίσης οι κανονισμοί αυτοί τροποποιήθηκαν και τροποποιούνται αναλόγως των αναγκών και των προβλημάτων που ανακύπτουν στην πορεία.

Ο Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης (ΕΛΟΤ) έχει εκπονήσει ένα Εθνικό Πρότυπο, για την εφαρμογή και Πιστοποίηση ενός Συστήματος Διαχείρισης της Ασφάλειας των Τροφίμων, το ΕΛΟΤ 1416. Επειδή όμως κάθε χώρα είχε τα δικά της πρότυπα για το σύστημα διαχείρισης και ασφάλειας τροφίμων, ήταν αναγκαία η εκπόνηση ενός ενιαίου Ευρωπαϊκού αλλά και Διεθνούς Προτύπου από τον Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (το γνωστό ISO - International Standard Organization). (Δίκτυο Συμβούλων Επιχειρήσεων Θεσσαλονίκης, 2009)[10].

Έτσι, από την 1 Σεπτεμβρίου 2005 έχει εκδοθεί το ISO 22000, το οποίο έρχεται να αντικαταστήσει σταδιακά τα ισχύοντα ως τώρα, Εθνικά Πρότυπα. Το ISO 22000 αφορά στο σύστημα διαχείρισης της ασφάλειας τροφίμων και απαιτήσεις προς τους οργανισμούς της αλυσίδας τροφίμων, ενώ το 2007 εκδίδεται το πρότυπο ISO 22005 το οποίο αφορά στην ιχνηλασιμότητα στην παραγωγή τροφίμων και ζωοτροφών. Η μελέτη και εφαρμογή HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) προλαμβάνει την εμφάνιση διατροφικών κρίσεων και το πρόγραμμα ιχνηλασιμότητας βοηθά στην έγκαιρη αντιμετώπιση των διατροφικών κρίσεων (Διαμαντίδης, Μεταξόπουλος, 2008).

Οι καταναλωτές στην Ελλάδα και την Ευρώπη είναι αρκετά απαιτητικοί σε θέματα διασφάλισης ποιότητας αλλά και αρκετά ευαισθητοποιημένοι σε θέματα προέλευσης, κουλτούρας, οργανοληπτικών και άλλων χαρακτηριστικών των τροφίμων. Έτσι η ΕΕ θεσπίζει κατευθυντήριες γραμμές και αναπτύσσει πρότυπα εμπορίας και συστήματα πιστοποιήσεων και σημάνσεων που αφορούν τα εξής χαρακτηριστικά: βιοποικιλότητα, πρακτικές βιολογικής γεωργίας-κτηνοτροφίας, οργανοληπτικές ιδιότητες, παραδοσιακές πρακτικές, ορεινές περιοχές, καλή μεταχείριση ζώων, αποτύπωμα άνθρακα, θεμιτοί όροι εμπορίας, ολοκληρωμένη παραγωγή, σήμανση τόπου γεωργικής παραγωγής. Η ΕΕ στο πλαίσιο της Πράσινης Βίβλου είναι στο στάδιο των διαβουλεύσεων για το προαιρετικό ή το υποχρεωτικό του χαρακτήρα των προαναφερθέντων χαρακτηριστικών.[11]

Στο επίπεδο της βιομηχανίας κρέατος, δεν υπάρχουν προβλήματα ολιγοπωλίου ή πιθανά καρτέλ λόγω της πληθώρας των παραγωγικών μονάδων αλλά και των πολλών εισαγωγών προϊόντων κρέατος που κάνει η χώρα. Μερικά προβλήματα, εποχικής φύσεως περισσότερο (Χριστούγεννα, Λαμπρή), αφορούν τους κρεοπώλες που πολλές φορές διαμαρτύρονται για αθέμιτο ανταγωνισμό από τις αλυσίδες super markets. Ο αθέμιτος ανταγωνισμός σύμφωνα με τους παραδοσιακούς κρεοπώλες είναι ότι τα super markets διαθέτουν εισαγόμενα αμνοερίφια καταγωγής βουλγαρικής και ρουμανικής, χωρίς όμως να το

[9] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:364:0005:0024:EL:PDF

[10] http://www.diseth.org/dnn/Portals/0/ISO%2014001.pdf

[11] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0234:FIN:EL:PDF

αναγράφουν ξεκάθαρα. Ως χώρα προελεύσεως αναγράφουν «ΕΕ». Γι' αυτό το λόγο οι κρεοπώλες καλούν την Επιτροπή Ανταγωνισμού να μεριμνήσει για το πρόβλημα αυτό. Να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με Κοινή Υπουργική απόφαση[12] (ΦΕΚ 1577, 31/07/2009) τα καταστήματα λιανικής πωλήσεως κρέατος πρέπει να αναγράφουν συγκεκριμένα την προέλευση του ζώου και των προϊόντων κρέατος αυτού. Σύμφωνα πάντως με την Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν υπάρχουν προβλήματα στον ανταγωνισμό στα προϊόντα κρέατος. Ιδιαίτερα προβλήματα αθέμιτου ανταγωνισμού επίσης δεν φαίνεται να υπάρχουν στους κλάδους αλιευμάτων και οπωροκηπευτικών, όπου και εκεί η πληθώρα των επιχειρήσεων εγγυάται την ομαλή λειτουργία συνθηκών ανταγωνισμού προς όφελος των καταναλωτών.

2.6. Ανταγωνισμός

2.6.1. Ανταγωνισμός στον κλάδο και τους υποκλάδους κρέατος

Οι δείκτες συγκέντρωσης που χρησιμοποιούνται συνήθως στη βιβλιογραφία για τη μέτρηση του επιπέδου ανταγωνισμού στην αγορά είναι οι CR4 (Concentration Ratio), CR8 και HHI (Herfindahl-Hirschman Index) και ορίζονται στο εισαγωγικό κεφάλαιο.

Στους Πίνακες 2.11-2.14 παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς των υποκλάδων επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος, επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών, παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών και όλου του κλάδου κρέατος συνολικά.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί στα προηγούμενα κεφάλαια, ο πρώτος υποκλάδος, επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος είναι σχετικά μικρός σε μέγεθος. Οι επιχειρήσεις του είναι μικρές και δεν φθάνουν στα μεγέθη των επιχειρήσεων των άλλων δύο υποκλάδων.

Αυτό φαίνεται καθαρά στις πωλήσεις όπου η μεγαλύτερη επιχείρηση στον υποκλάδο αυτό, η *Κρε.Κα*, έφθασε το 2008 το ποσό των €26,3 εκ., όταν στον κλάδο της επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών η *Πίνδος* είχε πωλήσεις ύψους €165 εκ., και στον τρίτο υποκλάδο παραγωγής προϊόντων κρέατος και πουλερικών η *Κρέτα Φάρμ* είχε πωλήσεις €103 εκ.

Το περιορισμένο μέγεθος του συγκεκριμένου υποκλάδου γίνεται αντιληπτό και στον Πίνακα 2.14 στον οποίο παρουσιάζονται τα στοιχεία μεγέθους αγοράς, πωλήσεων, κερδών και δεικτών συγκέντρωσης για όλο τον κλάδο του κρέατος, όπου καμία επιχείρηση από τις 7 μεγαλύτερες του κλάδου δεν ανήκει στον υποκλάδο επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος.

[12] http://www.minagric.gr/Greek/data/20090201577 pdf.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.11

Μέγεθος αγοράς, πωλήσεις, καθαρά κέρδη και δείκτες συγκέντρωσης υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος (1011)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Μερίδιο αγοράς (%)				
ΚΡΕ.ΚΑ Α.Ε.	15,31	11,47	8,33	8,54	7,54	5,91	4,49	4,01	8,49	9,63
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΦΟΙ Α.Ε.	2,93	3,69	3,24	4,43	4,88	4,40	5,25	5,97	5,63	6,45
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ, Δ., & ΣΙΑ Α.Ε.	11,84	11,77	12,65	11,03	9,57	9,75	8,67	6,89	4,36	5,53
ΔΑΒΟΥΤΗΣ -ΜΑΥΡΙΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	5,27	4,64	5,64	6,08	5,24	4,30	4,95	4,93	4,57	5,35
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ Α.Ε.	6,06	5,66	5,31	4,90	4,66	4,69	3,66	3,61	4,12	4,68
DIRO S.A.	2,14	2,13	2,06	2,67	2,75	3,28	3,41	3,79	3,91	4,16
ΤΣΙΚΑΚΗΣ - ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	4,60	4,19	4,22	3,89	3,85	3,74	3,58	3,27	3,25	4,04
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ., ΑΦΟΙ Α.Ε.								3,61	3,25	3,99
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	5,45	5,09	4,78	4,99	5,26	4,39	3,88	3,93	3,38	3,15
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ., & ΣΙΑ Α.Ε.						2,02	2,10	2,83	2,72	3,11
ΘΑΝΟΣ ΕΠΕ	6,59	6,84	5,30	4,96	4,98	4,50	3,98	3,26	3,03	3,07
ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΑΓΡΟΣ Α.Ε.*					0,32	0,61	1,02	2,98	4,41	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε. Α.Ε.*		8,99	8,62	7,63	5,98	5,53	4,85	4,88	3,84	
ΣΒΕΚΗ Α.Ε.*	9,85	7,83	7,51	6,44	6,00	4,40	4,65	3,96	3,07	
Σύνολο Υποκλάδου	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
						Πωλήσεις (000 Ευρώ)				
ΚΡΕ.ΚΑ Α.Ε.	15271	14370	12749	13140	12847	11400	9891	10126	24154	26324
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΦΟΙ Α.Ε.	2920	4628	4961	6812	8314	8482	11566	15073	16006	17622
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ, Δ., & ΣΙΑ Α.Ε.	11811	14751	19360	16977	16301	18801	19083	17397	12403	15117
ΔΑΒΟΥΤΗΣ -ΜΑΥΡΙΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	5260	5818	8637	9362	8932	8291	10890	12454	12997	14614
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ Α.Ε.	6045	7085	8124	7543	7948	9036	8059	9112	11718	12800
DIRO S.A.	2132	2665	3151	4112	4683	6331	7503	9574	11113	11365
ΤΣΙΚΑΚΗΣ - ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	4585	5245	6460	5987	6561	7205	7888	8267	9240	11034
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ., ΑΦΟΙ Α.Ε.								9119	9244	10922
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	5434	6378	7325	7682	8963	8469	8535	9932	9604	8602
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ., & ΣΙΑ Α.Ε.						3894	4632	7135	7748	8497
ΘΑΝΟΣ ΕΠΕ	6577	8565	8116	7637	8486	8683	8753	8222	8606	8388
ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΑΓΡΟΣ Α.Ε.*					542	1168	2250	7522	12552	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε. Α.Ε.*		11263	13193	11740	10182	10667	10674	12320	10918	
ΣΒΕΚΗ Α.Ε.*	9830	9809	11496	9913	10216	8476	10230	10005	8728	
Σύνολο Υποκλάδου	99756	125277	153087	153883	170406	192761	220164	252458	284353	273398

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.11 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Καθαρά κέρδη (000 Ευρώ)				
ΚΡΕ.ΚΑ Α.Ε.	1696	1481	1221	763	224	502	130	112	513	522
ΝΙΚΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΑΦΟΙ Α.Ε.	105	87	634	532	870	866	592	806	691	885
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ, Δ., & ΣΙΑ. Α.Ε.	-2320	-181	-269	-381	-1810	-1884	-123	-2021	-894	764
ΔΑΒΟΥΤΗΣ -ΜΑΥΡΙΔΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	130	92	596	215	211	292	424	457	411	79
ΦΑΡΜΑ ΕΦΥΡΑ Α.Ε.	597	146	338	259	231	384	89	14	-158	143
DIRO S.A.	7	21	48	86	166	87	98	119	148	-470
ΤΣΙΚΑΚΗΣ - ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	17	16	204	70	104	46	152	198	161	125
ΚΟΣΣΥΒΑΣ, ΑΘ., ΑΦΟΙ Α.Ε.								39	73	90
ΛΑ ΚΡΕ Α.Ε.	84	119	350	163	36	107	110	4	14	22
ΛΑΔΑΣ, ΣΤ., & ΣΙΑ. Α.Ε.						493	120	119	60	69
ΘΑΝΟΣ ΕΠΕ	252	381	470	282	202	196	217	159	31	-58
ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΑΓΡΟΣ Α.Ε.*					2	32	48	125	406	
ΕΛ.Γ.Κ.Ε.Π.Ε. Α.Ε.*		-880	-52	-1576	1040	-843	-244	36	-747	
ΣΒΕΚΗ Α.Ε.*	110	-82	-78	-156	1	-505	-894	-760	-750	
Σύνολο Υποκλάδου	-113	1353	3962	669	1644	172	1870	110	1867	3821
Δείκτης Συγκέντρωσης CR4 %	43,60	40,07	37,10	33,64	29,08	25,89	23,72	22,67	23,11	26,95
Δείκτης Συγκέντρωσης CR8 %	66,89	62,29	58,14	54,58	49,44	43,58	40,71	38,38	39,34	43,82
Δείκτης Herfindahl %	7,22	6,15	5,42	4,94	4,26	3,72	3,33	3,12	3,24	3,69

*Μερικές εταιρείες δεν είχαν δημοσιεύσει ακόμα τα στοιχεία τους για το 2008. Τα κενά στις υπόλοιπες χρονιές είναι είτε λόγω ελλείψεως στοιχείων είτε κυρίως λόγω του ότι οι συγκεκριμένες εταιρείες δεν είχαν ακόμα συσταθεί.

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.12

Μέγεθος αγοράς, πωλήσεις, καθαρά κέρδη και δείκτες συγκέντρωσης υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος πουλερικών (1012)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Μερίδιο αγοράς (σε %)					
ΠΙΝΔΟΣ ΑΓΡ.ΠΤΗΝΟΤΡΟΦ.ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ		31,41	27,63	26,10	25,87	25,72	25,40	25,88	23,88	24,53
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ, Θ., Α.Ε.	52,38	20,67	20,86	19,11	20,02	19,73	17,74	17,46	18,31	17,50
HELLENIC QUALITY FOODS Α.Ε.		11,90	13,07	18,52	16,71	15,44	13,51	13,06	11,24	11,52
ΑΓΡΟΤ. ΠΤΗΝΟΤΡ. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΤΑΣ		11,40	10,64	9,38	9,66	9,41	8,87	8,54	8,25	9,90
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ Α.Ε.				1,53	1,70	3,26	4,14	4,57	4,93	4,57
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ Α.Ε.		7,16	3,60	3,36	3,34	3,45	2,94	2,88	3,66	4,16
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ ΑΦΟΙ Α.Ε.			6,22	4,00	4,46	4,47	4,15	3,61	3,93	4,03
ΒΙΟΚΟΤ Α.Ε.					0,00	0,58	1,92	1,93	2,95	3,04
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ, Δ., & ΣΙΑ ΕΠΕ							2,09	2,66	3,43	2,90
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ Α.Ε.	6,66	3,05	3,45	4,16	4,57	4,51	4,19	3,14	3,00	2,80
ΦΡΕΣΚΟΤ Α.Ε.	9,38	3,04	2,64	2,51	2,43	2,64	2,69	2,57	2,56	2,68
ΑΓΡΟΖΩΗ Α.Ε.								2,43	2,51	2,44
Σύνολο Υποκλάδου	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
					Πωλήσεις (000 Ευρώ)					
ΠΙΝΔΟΣ ΑΓΡ.ΠΤΗΝΟΤΡΟΦ.ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ		88492	96410	100737	107676	116551	115698	120453	149121	165058
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ, Θ., Α.Ε.	42921	58236	72789	73735	83335	89435	80824	81300	114325	117734
HELLENIC QUALITY FOODS Α.Ε.		33524	45586	71460	69535	69971	61523	60795	70195	77538
ΑΓΡΟΤ. ΠΤΗΝΟΤΡ. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΤΑΣ		32125	37115	36197	40210	42658	40386	39738	51494	66605
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ Α.Ε.				5895	7068	14765	18838	21282	30793	30780
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ Α.Ε.		20164	12561	12963	13886	15651	13378	13417	22843	27983
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ ΑΦΟΙ Α.Ε.			21691	15442	18581	20267	18893	16785	24521	27127
ΒΙΟΚΟΤ Α.Ε.					3	2619	8753	9004	18430	20483
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ, Δ., & ΣΙΑ ΕΠΕ							9501	12396	21409	19546
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ Α.Ε.	5455	8590	12052	16065	19025	20454	19108	14606	18757	18814
ΦΡΕΣΚΟΤ Α.Ε.	7688	8561	9209	9705	10130	11963	12266	11985	16003	18001
ΑΓΡΟΖΩΗ Α.Ε.								11332	15654	16430
Σύνολο Υποκλάδου	81947	281689	348877,5	385917,7	416236,5	453193,3	455540,3	465512	624409,8	672857

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.12 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Καθαρά Κέρδη (000 Ευρώ)					
ΠΙΝΔΟΣ ΑΓΡ.ΠΤΗΝΟΤΡΟΦ.ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ		593	982	1095	114	257	9	-7191	13	88
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ, Θ., Α.Ε.	2197	3233	3905	1756	523	323	221	-5479	117	74
HELLENIC QUALITY FOODS A.E.		379	-9163	-3042	-210	96	-867	62	120	20
ΑΓΡΟΤ. ΠΤΗΝΟΤΡ. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΤΑΣ		-1214	140	-1288	-435	41	10	-3256	54	38
ΜΑΖΑΡΑΚΗΣ Α.Ε.				7	17	23	7	9	102	11
ΑΜΒΡΟΣΙΑΔΗΣ Α.Ε.		150	244	261	400	403	207	41	617	359
ΛΕΙΒΑΔΙΤΗΣ ΑΦΟΙ Α.Ε.			248	190	401	102	108	110	112	113
ΒΙΟΚΟΤ Α.Ε.					-85	-159	-47	82	113	24
ΚΕΛΑΪΔΙΤΗΣ, Δ., & ΣΙΑ ΕΠΕ							-179	966	90	10
ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ Α.Ε.	290	118	260	-3055	180	239	-77	-326	331	-464
ΦΡΕΣΚΟΤ Α.Ε.	-98	50	81	34	32	83	85	13	26	37
ΑΓΡΟΖΩΗ Α.Ε.								-2677	41	-1619
Σύνολο Υποκλάδου	2752	3616	-3633	-3660	1239	1239	-1739	-21424	756	-3969
Δείκτης Συγκέντρωσης CR4 %	74,73	75,39	72,20	73,11	72,26	70,30	65,51	64,94	61,68	63,45
Δείκτης Συγκέντρωσης CR8 %	91,56	90,76	88,12	87,14	87,06	86,00	80,93	79,13	77,63	79,26
Δείκτης Herfindahl %	30,09	17,72	15,69	15,42	15,17	14,60	13,10	13,03	12,06	12,41

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.13

Μέγεθος αγοράς, πωλήσεις, καθαρά κέρδη και δείκτες συγκέντρωσης υποκλάδου παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών (1013)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Μερίδιο αγοράς (%)					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ Α.Ε.	9,80	12,02	14,65	16,86	18,35	18,53	16,61	16,13	17,39	19,07
ΝΙΚΑΣ, Π. Γ., Α.Ε.	21,03	19,62	18,61	18,18	15,68	16,34	17,69	18,51	18,49	17,75
ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Ε.	15,91	12,08	11,74	12,76	12,24	12,70	12,77	12,81	13,03	14,18
ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε.	8,46	7,99	7,51	6,93	6,39	5,77	5,23	5,11	5,27	5,88
ΕΔΕΣΜΑ Α.Ε.	5,88	5,53	5,53	5,44	5,24	4,68	4,66	5,36	5,49	5,76
LUNCHEON MEAT OF EVROS S.A.	0,85	1,84	1,99	3,12	3,80	4,31	4,60	4,91	5,07	5,53
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ Α.Ε.	2,03	2,38	2,87	3,54	3,79	4,28	4,62	4,67	4,51	0,00
ΔΑΒΟΥΤΗΣ, Ι., & ΣΙΑ Α.Ε.		5,41	3,25	3,08	3,05	3,09	3,13	3,28	3,09	3,09
ΠΑΣΣΙΑΣ, Ε. Γ., Α.Ε.	5,35	4,53	3,61	3,78	3,55	3,18	2,93	2,98	2,75	3,03
BRELLE Α.Ε.	4,25	3,87	3,91	4,07	4,19	3,99	3,60	2,89	2,49	2,46
ΖΛΑΤΗΣ Α.Ε.	4,66	5,25	5,14	3,42	3,37	3,06	3,02	2,85	2,85	2,35
ΝΑΝΟΣ, Ι., & ΣΙΑ Α.Ε.		1,58	3,18	2,27	2,16	2,01	2,25	2,21	2,04	2,21
Σύνολο Υποκλάδου	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
					Πωλήσεις (000 Ευρώ)					
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ Α.Ε.	22113	32135	44634	53943	66162	79339	78874	82583	93110	103241
ΝΙΚΑΣ, Π. Γ., Α.Ε.	47452	52446	56690	58155	56563	69962	84037	94791	99027	96072
ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Ε.	35911	32306	35758	40811	44146	54361	60663	65599	69789	76759
ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε.	19102	21357	22885	22186	23029	24701	24860	26190	28232	31828
ΕΔΕΣΜΑ Α.Ε.	13279	14776	16833	17418	18901	20060	22145	27445	29398	31180
LUNCHEON MEAT OF EVROS S.A.	1911	4911	6057	9989	13701	18459	21849	25138	27142	29932
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ Α.Ε.	4591	6369	8736	11330	13653	18325	21935	23935	24162	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ, Ι., & ΣΙΑ Α.Ε.		14474	9908	9843	11006	13223	14866	16792	16532	16752
ΠΑΣΣΙΑΣ, Ε. Γ., Α.Ε.	12065	12107	11013	12100	12820	13619	13918	15277	14733	16396
BRELLE Α.Ε.	9600	10355	11904	13011	15114	17067	17122	14778	13314	13324
ΖΛΑΤΗΣ Α.Ε.	10526	14027	15652	10943	12153	13093	14348	14617	15265	12721
ΝΑΝΟΣ, Ι., & ΣΙΑ Α.Ε.		4211	9689	7274	7776	8628	10702	11307	10902	11955
Σύνολο Υποκλάδου	225683	267335	304661	319955	360646	428190	474969	512055	535553	541398

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.13 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Καθαρά Κέρδη (000 Ευρώ)				
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ Α.Ε.	2206	4297	4993	5035	3705	3112	3773	2501	4527	2517
ΝΙΚΑΣ, Π. Γ., Α.Ε.	8345	3900	4969	7573	10439	11732	9226	69	3653	-3742
ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Ε.	3115	1839	1826	4392	4699	6572	8985	8321	10730	7838
ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε.	27	-2567	156	1473	817	781	12	-997	-1175	-1099
ΕΔΕΣΜΑ Α.Ε.	721	144	422	264	681	517	169	526	193	58
LUNCHEON MEAT OF EVROS S.A.	80	-441	218	1091	1833	2311	4034	4574	4179	3071
ΖΕΛΙΑΛΙΔΗΣ Α.Ε.	411	291	394	1567	1637	1290	1004	606	219	
ΔΑΒΟΥΤΗΣ, Ι., & ΣΙΑ Α.Ε.		190	625	692	343	60	2105	-233	-68	-556
ΠΑΣΣΙΑΣ, Ε. Γ., Α.Ε.	270	28	63	347	385	464	302	365	266	277
BRELLE Α.Ε.	396	439	513	552	477	295	50	129	402	199
ΖΛΑΤΗΣ Α.Ε.	146	172	182	118	97	59	93	102	147	-728
ΝΑΝΟΣ, Ι., & ΣΙΑ Α.Ε.		170	1242	1187	1372	966	952	1241	1078	764
Σύνολο Υποκλάδου	16647	6498	16132	24498	29606	29358	31173	17635	24506	8341
Δείκτης Συγκέντρωσης CR4 %	55,20	51,74	52,51	54,72	52,66	53,33	52,31	52,81	54,40	56,87
Δείκτης Συγκέντρωσης CR8 %	75,35	72,43	70,69	71,56	69,67	70,59	69,79	70,79	72,33	74,28
Δείκτης Herfindahl %	10,10	9,00	9,00	9,59	9,06	9,29	9,06	9,24	9,68	10,30

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.14

Μέγεθος αγοράς, πωλήσεις, καθαρά κέρδη και δείκτες συγκέντρωσης συνολικά του κλάδου κρέατος (101)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Μερίδιο αγοράς (%)					
ΠΙΝΔΟΣ ΑΓΡ.ΠΤΗΝΟΤΡΟΦ.ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ		13,12	11,95	11,72	11,37	10,85	10,05	9,79	10,32	11,10
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ, Θ., Α.Ε.	10,54	8,64	9,02	8,58	8,80	8,33	7,02	6,61	7,92	7,91
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ Α.Ε.	5,43	4,77	5,53	6,27	6,98	7,39	6,85	6,71	6,45	6,94
ΝΙΚΑΣ, Π. Γ., Α.Ε.	11,65	7,78	7,03	6,76	5,97	6,51	7,30	7,71	6,86	6,46
ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Ε.	8,81	4,79	4,43	4,75	4,66	5,06	5,27	5,33	4,83	5,16
HELLENIC QUALITY FOODS Α.Ε.		4,97	5,65	8,31	7,34	6,51	5,35	4,94	4,86	5,21
ΑΓΡΟΤ. ΠΤΗΝΟΤΡ. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΤΑΣ		4,76	4,60	4,21	4,24	3,97	3,51	3,23	3,57	4,48
Σύνολο Κλάδου	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
					Πωλήσεις (000 Ευρώ)					
ΠΙΝΔΟΣ ΑΓΡ.ΠΤΗΝΟΤΡΟΦ.ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ		88492	96410	100737	107676	116551	115698	120453	149121	165058
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ, Θ., Α.Ε.	42921	58236	72789	73735	83335	89435	80824	81300	114325	117734
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ Α.Ε.	22113	32135	44634	53943	66162	79339	78874	82583	93110	103241
ΝΙΚΑΣ, Π. Γ., Α.Ε.	47452	52446	56690	58155	56563	69962	84037	94791	99027	96072
ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Ε.	35911	32306	35758	40811	44146	54361	60663	65599	69789	76759
HELLENIC QUALITY FOODS Α.Ε.		33524	45586	71460	69535	69971	61523	60795	70195	77538
ΑΓΡΟΤ. ΠΤΗΝΟΤΡ. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΤΑΣ		32125	37115	36197	40210	42658	40386	39738	51494	66605
Σύνολο Κλάδου	407386	674301	806625	859756	947289	1074144	1150673	1230025	1444316	1487653
					Καθαρά κέρδη (000 Ευρώ)					
ΠΙΝΔΟΣ ΑΓΡ.ΠΤΗΝΟΤΡΟΦ.ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ		593	982	1095	114	257	9	-7191	13	88
ΝΙΤΣΙΑΚΟΣ, Θ., Α.Ε.	2197	3233	3905	1756	523	323	221	-5479	117	74
ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ Α.Ε.	2206	4297	4993	5035	3705	3112	3773	2501	4527	2517
ΝΙΚΑΣ, Π. Γ., Α.Ε.	8345	3900	4969	7573	10439	11732	9226	69	3653	-3742
ΥΦΑΝΤΗΣ Α.Ε.	3115	1839	1826	4392	4699	6572	8985	8321	10730	7838
HELLENIC QUALITY FOODS Α.Ε.		379	-9163	-3042	-210	96	-867	62	120	20
ΑΓΡΟΤ. ΠΤΗΝΟΤΡ. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΑΡΤΑΣ		-1214	140	-1288	-435	41	10	-3256	54	38
Σύνολο Κλάδου	19286	11467	16461	21507	32489	30769	31304	-3679	27129	8193
Δείκτης Συγκέντρωσης CR4 %	36,43	34,51	33,66	35,37	33,48	33,08	31,24	30,82	31,54	32,41
Δείκτης Συγκέντρωσης CR8 %	51,09	52,00	51,06	53,18	51,80	50,92	47,53	46,56	46,93	49,40
Δείκτης Herfindahl %	4,750	4,721	4,404	4,597	4,379	4,166	3,718	3,600	3,710	4,028

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ

Οι δύο πρώτες σε μέγεθος επιχειρήσεις του κλάδου, *Πίνδος* και *Νιτσιάκος*, αλλά και οι δύο τελευταίες, *Hellenic Quality Foods* και *Αγροτικός Πτηνοτροφικός Συνεταιρισμός Άρτας*, ανήκουν στον υποκλάδο επεξεργασία και συντήρηση κρέατος πουλερικών, ενώ οι τρεις μεσαίες, *Κρέτα Φάρμ*, *Νίκας* και *Υφαντής* ανήκουν στον τρίτο υποκλάδο παραγωγής κρέατος και κρέατος πουλερικών.

Στον πρώτο υποκλάδο (Πίνακας 2.11) οι δείκτες συγκέντρωσης δείχνουν ότι δεν υπάρχουν προβλήματα ελλείψεως ανταγωνισμού. Υπάρχουν πολλές και μικρές επιχειρήσεις και ο ανταγωνισμός φαίνεται να λειτουργεί ομαλά. Οι δείκτες συγκέντρωσης CR4 και CR8 έχουν πτωτική τάση την υπό μελέτη περίοδο 1999-2008, πράγμα το οποίο σημαίνει ενίσχυση του ανταγωνισμού. Χαρακτηριστικό των συνθηκών ανταγωνισμού είναι και ο δείκτης HHI, ο οποίος κυμαίνεται στο 3,5. Να σημειωθεί ότι εδώ ο δείκτης HHI έχει αναχθεί στο 100, για να είναι συμβατός με τις τιμές των δεικτών συγκέντρωσης CR4 και CR8. Διαπιστώνεται λοιπόν ότι δεν τίθεται θέμα φαινομένων συγκέντρωσης στην αγορά του υποκλάδου επεξεργασία και συντήρηση κρέατος[13].

Στον υποκλάδο επεξεργασία και συντήρηση κρέατος πουλερικών (Πίνακας 2.12) δραστηριοποιούνται μερικές από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου του κρέατος. Πράγματι η εταιρεία *Πίνδος* κατέχει το 24,5% του μεριδίου αγοράς στον συγκεκριμένο υποκλάδο, με τον *Νιτσιάκο* να ακολουθεί με 17,5% και την *Hellenic Quality Foods* με 11,5%. Ο βαθμός συγκέντρωσης στον συγκεκριμένο υποκλάδο φαίνεται να είναι μεγαλύτερος λόγω των 3 αυτών μεγάλων εταιρειών και έτσι ο CR4 διαμορφώθηκε το 2008 στο 63,45%, ενώ στον πρώτο υποκλάδο δεν ξεπερνούσε το 27%. Ο δείκτης HHI (12,4 το 2008) δείχνει επίσης έναν μικρό έως μέτριο βαθμό συγκέντρωσης.

Όμως οι δείκτες αυτοί θα πρέπει να συνεκτιμηθούν με τα περιθώρια καθαρού κέρδους των επιχειρήσεων του υποκλάδου και του υποκλάδου ως σύνολο. Είδαμε στην προηγούμενη ενότητα στη χρηματοοικονομική ανάλυση, ότι ο υποκλάδος δεν έχει την ανάπτυξη που θα δικαιολογούσε ενδεχομένως ο βαθμός συγκέντρωσης. Η επιχείρηση *Πίνδος*, η μεγαλύτερη στον υποκλάδο, σημείωσε οριακά κέρδη και συνολικά ο υποκλάδος το 2008 παρουσίασε ζημίες. Εκτός αυτού, η πορεία των δεικτών συγκέντρωσης στον υποκλάδο είναι φθίνουσα, πράγμα που σημαίνει τον συνεχή περιορισμό του βαθμού συγκέντρωσης. Δεδομένης και της πίεσης από εισαγωγές γενικά στον κλάδο του κρέατος, δεν θα πρέπει να αποτελεί λόγο ανησυχίας τόσο ο σχετικά υψηλός δείκτης HHI όσο η σχετικά χαμηλή χρηματοοικονομική απόδοση του κλάδου.

Ο τελευταίος υποκλάδος, παραγωγής προϊόντων κρέατος και κρέατος πουλερικών (Πίνακας 2.13) αποτελείται και αυτός από μερικές μεγάλες επιχειρήσεις, τις *Κρέτα Φάρμ* (μερίδο αγοράς 19%), *Νίκας* (17,75%) και *Υφαντής* (14,18%) ακολουθούμενες από την *BI.KH* (5,88), που μαζί κάλυψαν το 2008 το 56,87% του συνόλου της αγοράς του υποκλάδου. Ο υποκλάδος χρηματοοικο-

[13] Με βάση αυτό το εύρος μέτρησης του HHI, τιμές κάτω του 10 δείχνουν ανταγωνιστική αγορά, τιμές μεταξύ 10-18 μέτρια συγκέντρωση και άνω του 18 ισχυρά ολιγοπωλιακές συνθήκες.

νομικά είναι αρκετά βελτιωμένος σε σχέση με τον προηγούμενο, αν και οι δείκτες συγκέντρωσης είναι μικρότεροι (ο HHI κυμαίνεται στα όρια του 10 την περίοδο 1999-2008). Αν σημειωθεί μάλιστα ότι για το 2008 έχουμε ελλιπή στοιχεία, δηλαδή κάποιες επιχειρήσεις δεν είχαν ακόμα δημοσιεύσει ισολογισμό, ο HHI είναι λίγο υπερτιμημένος, αφού δεν έχει συνυπολογίσει όλες τις επιχειρήσεις. Ουσιαστικά δηλαδή ο HHI είναι κάτω του 10, όπως φαίνεται και στον αντίστοιχο πίνακα. Άρα και αυτή η αγορά δεν εμφανίζει αυξημένη συγκέντρωση, διότι λειτουργεί με συνθήκες ικανοποιητικά ανταγωνιστικές.

Γενικά ο κλάδος ως σύνολο παρουσιάζεται στον Πίνακα 2.14, όπου φαίνεται ότι επικρατούν αρκετά ανταγωνιστικές συνθήκες (ο HHI δεν υπερβαίνει το 4). Τα καθαρά κέρδη του κλάδου ως σύνολο είναι περιορισμένα όχι μόνο λόγω του ανταγωνισμού εντός του κλάδου, αλλά και του μεγάλου βαθμού εισαγωγικής διείσδυσης που συζητήθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο. Γενικά στον κλάδο του κρέατος δεν υπάρχουν προβλήματα υψηλής συγκέντρωσης στην αγορά και ο ανταγωνισμός λειτουργεί πολύ ικανοποιητικά. Σε αυτό συντελεί και η σημαντική ποσότητα εισαγομένων προϊόντων κρέατος.

2.7. Συμπεράσματα

Η εξέταση του κλάδου του κρέατος έδειξε ότι στον κλάδο και τους υποκλάδους της βιομηχανίας κρέατος από πλευράς ανταγωνισμού δεν φαίνεται να υπάρχουν προβλήματα. Οι συνθήκες είναι αρκετά ανταγωνιστικές και αυτό φαίνεται, πρώτον, από τους δείκτες συγκέντρωσης και τον δείκτη Herfindahl-Hirschman, καθώς και από τα περιορισμένα περιθώρια κέρδους τα οποία είναι ένας έμμεσος δείκτης συγκέντρωσης. Δεύτερον, οι σημαντικές εισαγωγές του κλάδου και η ταυτόχρονη έλλειψη εξαγωγών δείχνουν ότι οι τιμές προϊόντων κρέατος στη χώρα μας επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από τις τιμές των εισαγόμενων προϊόντων. Έτσι οι τιμές στην Ελλάδα συμπιέζονται προς τα κάτω, αυξάνοντας τις συνθήκες ανταγωνισμού.

Οι εισαγωγές προϊόντων κρέατος προέρχονται κατά 90% από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ιδιαίτερα τη Γαλλία, Ολλανδία και Γερμανία. Οι χώρες αυτές είναι αρκετά ανταγωνιστικές με πολύ ανεπτυγμένη κτηνοτροφία και κρεοπαραγωγό βιομηχανία, σε αντίθεση με την Ελλάδα όπου η κτηνοτροφία είναι σε πολύ περιορισμένο βαθμό ανεπτυγμένη που μάλιστα στην περίπτωση των βοοειδών περιορίζεται συνεχώς, με αποτέλεσμα τη συνεχή χειροτέρευση των δεικτών ανταγωνιστικότητάς της σε προϊόντα κρέατος. Αυτό συνεπάγεται την παρατηρούμενη αύξηση του βαθμού εισαγωγικής διείσδυσης.

Τα μεγαλύτερα προβλήματα στον κλάδο του κρέατος επικεντρώνονται στην πρωτογενή παραγωγή και εν μέρει διαχέονται και στη βιομηχανία κρέατος. Κυρίως αφορούν στην παραγωγή βοείου και χοιρινού κρέατος. Οι εγγενείς αδυναμίες της ελληνικής κτηνοτροφικής παραγωγής, όπως ο κατακερματισμός της πρωτογενούς αγροτικής παραγωγής εν γένει και η ύπαρξη μεγάλου αριθμού κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων, συνήθως μικρής παραγωγικής δυναμικότητας και χαμηλού ή μετρίου επιπέδου οργάνωσης, έχουν ως αποτέλεσμα τη χαμηλή

απόδοση του ζωικού κεφαλαίου σε κρέας. Αυτό έχει άμεσες συνέπειες στη βιομηχανία βόειου και χοιρινού κρέατος που αποτελείται και αυτή από πολλές μικρές μονάδες.

Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις στον τομέα παραγωγής προϊόντων κρέατος (αλλαντοποιία), μη μπορώντας να καλύψουν τις ανάγκες τους σε πρωτογενές προϊόν από την ελληνική κτηνοτροφία, καταφεύγουν σε εισαγόμενες ποσότητες κρέατος. Στον τομέα της πτηνοτροφίας οι συνθήκες είναι διαφορετικές και είδαμε ότι υπάρχουν μεγάλες μονάδες πλήρως καθετοποιημένες με δική τους παραγωγή πουλερικών, υψηλό βαθμό οργάνωσης και αρκετά περιορισμένες εισαγωγές.

Το παράδειγμα των καθετοποιημένων μονάδων παραγωγής πουλερικών αλλά και της αλλαντοποιίας θα πρέπει να ακολουθήσουν και οι επιχειρήσεις του υποκλάδου της επεξεργασίας και συντήρησης κρέατος. Από μικρές επιχειρήσεις που είναι θα πρέπει να μεγαλώσουν οριζόντια και κάθετα, ώστε να έχουν εύκολη πρόσβαση σε παραγωγή βόειου και χοίρειου κρέατος και να μειωθεί ο βαθμός εισαγωγικής διείσδυσης. Για να γίνει αυτό χρειάζεται και τη συνεργασία του κτηνοτροφικού τομέα. Τα προϊόντα κτηνοτροφίας πρέπει και μπορούν να αναπτυχθούν, ώστε να καλύψουν μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας ζήτησης αλλά και για εξαγωγές (Μέργος, 1998˙ Ζιωγάνας, 1999).

Βιβλιογραφία

ICAP 2007. *Κλαδική Μελέτη για το Κρέας*.

Διαμαντίδης Ν., και Χ. Μεταξόπουλος: Απαιτήσεις των προτύπων ISO 22000:2005 και ISO 22005:2007 για την εγκατάσταση συστήματος ιχνηλασιμότητας στην αλυσίδα τροφίμων, Ημερίδα «Ιχνηλασιμότητα Αγροτικών Προϊόντων –από το χωράφι στο πιάτο», Τεχνολογική Πλατφόρμα Τροφίμων του Περιφερειακού Πόλου Καινοτομίας Θεσσαλίας και Ανώνυμη Εταιρεία Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης της Βιομηχανίας Τροφίμων (ΕΤΑΤ), 15 Μαρτίου 2008.

Ζιωγάνας Χ. (1999). «Διάρθρωση της Προσφοράς της Αγροτικής Παραγωγής με Ορίζοντα το 2010», στο *Η Ελληνική Γεωργία προς το 2010,* επιμ. Ν. Μαραβέγιας, εκδόσεις Παπαζήσης, σελ. 33-77.

Λαμπροπούλου Α. (2005). *Η Ελληνική Γεωργία στο Διεθνές Ανταγωνιστικό Περιβάλλον*. ΚΕΠΕ Μελέτες (59).

Μαραβέγιας Ν. (1989). *Η Ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα: Επιπτώσεις στον Αγροτικό Τομέα*, Ίδρυμα Μεσογειακών Μελετών, Αθήνα.

Μαραβέγιας Ν. (επιμέλεια) (2004). *Στρατηγική για την Αγροτική Ανάπτυξη της Ελλάδας*, ΕΘΙΑΓΕ, εκδόσεις Παπαζήσης.

Μέργος Γ. (1998). *Εξωτερικό Εμπόριο Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων*. Υπουργείο Γεωργίας , Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Μπαλτάς Ν. (επιμέλεια) (2001). *Αναπτυξιακή στρατηγική και επενδύσεις στη μεταποίηση και εμπορία αγροτικών προϊόντων*. Υπουργείο Γεωργίας, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Παχάκη Κ. και Τονικίδου Π. (2006). *Η Ελληνική Γεωργία Ενώπιον των Νέων Συνθηκών και Θεσμικού Πλαισίου*. ΚΕΠΕ Εκθέσεις (46).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΑΛΙΕΥΜΑΤΩΝ
(ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΨΑΡΙΩΝ, ΚΑΡΚΙΝΟΕΙΔΩΝ ΚΑΙ ΜΑΛΑΚΙΩΝ)

Αθανάσιος Χύμης *

Σύνοψη

Η αλιεία στην Ελλάδα έχει μακρά παράδοση και αποτελεί έναν σχετικά υγιή κλάδο παραγωγής. Συνολικά ο αλιευτικός τομέας της οικονομίας είναι ανταγωνιστικός με θετικό εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο. Ο κλάδος της μεταποιητικής βιομηχανίας αλιευμάτων είναι μικρός (ο μεγαλύτερος όγκος αλιευμάτων διακινείται στην αγορά ως φρέσκο ψάρι και όχι επεξεργασμένο-συντηρημένο), αλλά δυναμικός με μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης, λόγω και της στήριξης από την πρωτογενή παραγωγή αλλά και λόγω της τεχνογνωσίας και του δυναμισμού των εταιρειών που προμηθεύονται είτε ελληνική πρώτη ύλη, είτε από το εξωτερικό, και μπορούν να παράγουν προϊόν ανταγωνιστικό και εξαγώγιμο.

Ο κλάδος μπορεί να εκμεταλλευτεί την ήδη υπάρχουσα τεχνογνωσία και το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας στην παραγωγή αλιευμάτων, και σε συνδυασμό με επενδύσεις στην τεχνολογία, να διεισδύσει δυναμικότερα στις διεθνείς αγορές. Ήδη η παρουσία του στις εξαγωγές είναι αρκετά σημαντική (18% του κύκλου εργασιών), αλλά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μείωση του ποσοστού των εξαγωγών επί του κύκλου εργασιών, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι η αύξηση των πωλήσεων κατευθύνεται περισσότερο προς την εγχώρια αγορά, η οποία πράγματι σημειώνει αύξηση στην κατανάλωση αλιευμάτων.

Τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και οι δείκτες ανταγωνιστικότητας δείχνουν έναν κλάδο αρκετά εύρωστο και με έντονο ανταγωνισμό. Το αυξημένο εμπόριο αλιευμάτων (οι εισαγωγές και οι εξαγωγές μαζί περίπου στα €850 εκ.) ξεπερνούν σε αξία την εγχώρια πρωτογενή παραγωγή αλιευμάτων –των ιχθυοκαλλιεργειών συμπεριλαμβανομένων– που ανέρχεται περίπου στα €700 εκ. Οι εξαγωγές κατευθύνονται κατά 90% περίπου προς χώρες της ΕΕ, ενώ οι εισαγωγές προέρχονται κατά 50% από χώρες εκτός ΕΕ. Οι δείκτες συγκέντρωσης δείχνουν ότι ο ανταγωνισμός είναι υψηλός και το άνοιγμα του κλάδου στις διεθνείς αγορές

*Ο συγγραφέας του κεφαλαίου ευχαριστεί τους συναδέλφους Ελισάβετ Νίτση και Κωνσταντίνο Κανελλόπουλο για τα χρήσιμα σχόλια και παρατηρήσεις.

εγγυάται τη διατήρηση υψηλού ανταγωνισμού και την εξάλειψη τυχόν φαινομένων ολιγοπωλιακών πρακτικών.

3.1. Εισαγωγή

Είναι γνωστό ότι η Ελλάδα είναι χώρα με πλούσια αλιευτική παράδοση και, κατά συνέπεια, ανεπτυγμένη αλιεία. Βέβαια, η υπεραλίευση, που αποτελεί πανευρωπαϊκό αν όχι παγκόσμιο πρόβλημα, μειώνει συνεχώς τα αποθέματα και υποβαθμίζει την παραγωγική δυνατότητα των ελληνικών θαλασσών. Το ισοζύγιο εξωτερικού εμπορίου αλιευμάτων είναι θετικό, έστω και οριακά. Ο βιομηχανικός κλάδος των αλιευμάτων είναι ένας σχετικά μικρός κλάδος της βιομηχανίας τροφίμων με σημαντικές όμως δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης (ICAP 2000, 2009).

Αυτό συμβαίνει διότι και ως προϊόν τα αλιεύματα απορροφούν μικρότερο μερίδιο στο καλάθι της νοικοκυράς (8,8% των ειδών διατροφής) σε σχέση με άλλες κατηγορίες τροφίμων όπως π.χ το κρέας (23,4%), τα οπωροκηπευτικά (20,3%), ή τα γαλακτοκομικά (19,5%)[1] αλλά και επειδή μεγάλο μέρος των αλιευμάτων καταναλώνεται φρέσκο χωρίς τη διαμεσολάβηση του βιομηχανικού κλάδου. Μεγάλο μέρος δηλαδή των ιχθυηρών μεταβαίνει από την πρωτογενή παραγωγή στην κατανάλωση, χωρίς το ενδιάμεσο στάδιο της μεταποιητικής βιομηχανίας αλιευμάτων. Σημειώνεται επίσης ότι ο βιομηχανικός κλάδος των αλιευμάτων δεν συμπεριλαμβάνει τις ιχθυοκαλλιέργειες οι οποίες έχουν σημαντική ανάπτυξη στην Ελλάδα και πολύ σημαντική παρουσία στις εξαγωγές (ICAP, 2009).

Όπως παρουσιάστηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο για τα προϊόντα κρέατος, η μέση μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση ψαριών αυξήθηκε κατά 26,6% την τριακονταετία 1974-2004, η τρίτη μεγαλύτερη αύξηση μετά το κρέας (58,8%) και τα γαλακτοκομικά (γιαούρτι 92,2%, τυρί 44,2% και γάλα 40,1%).

Σύμφωνα με την Στατιστική Ταξινόμηση Οικονομικών Δραστηριοτήτων (ΣΤΑΚΟΔ) του 2008, ο κλάδος της επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών, καρκινοειδών και μαλακίων με 3-ψήφιο κωδικό 102 περιλαμβάνει αλιεύματα και προϊόντα αυτών που διατίθενται νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, αλίπαστα και καπνιστά.

Μεθοδολογικά υπάρχουν λιγότερα προβλήματα από άλλες βιομηχανίες τροφίμων (π.χ. κρέατος) λόγω του ότι ο κλάδος είναι πιο περιορισμένος με μικρότερο αριθμό επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένο προϊόν. Όμως αρκετά προβλήματα στην ανάλυση και στατιστική επεξεργασία των στοιχείων συνεχίζουν να υπάρχουν διότι, λόγω της φύσης (ψύξη προϊόντος), αρκετές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται και σε άλλους κλάδους-προϊόντα όπως, π.χ., κατεψυγμένα οπωροκηπευτικά ή/και κρέατα.

[1] Σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) της ΕΛΣΤΑΤ της περιόδου 2004-2005.

Έτσι από τους ισολογισμούς των εταιρειών που χρησιμοποιούνται για να εξαχθούν συμπεράσματα για τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και τον ανταγωνισμό στον κλάδο δεν είναι δυνατόν να διαχωρισθεί και να αφαιρεθεί το οικονομικό σκέλος της κάθε επιχείρησης που αφορά προϊόντα εκτός κλάδου. Αυτό στρεβλώνει λίγο την εικόνα της χρηματοοικονομικής ανάλυσης και ανάλυσης του ανταγωνισμού του κλάδου, αλλά όχι σε βαθμό που να καθιστά την ανάλυση μη έγκυρη.

3.2. Οικονομικά στοιχεία, προσφορά, ζήτηση

Στον Πίνακα 3.1 παρουσιάζεται η ακαθάριστη αξία παραγωγής του κλάδου σε τρέχουσες τιμές και ως ποσοστό στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων και του ΑΕΠ. Η βιομηχανία τροφίμων συνολικά καταλαμβάνει το 3% περίπου του ΑΕΠ. Ο κλάδος των αλιευμάτων, συγκεκριμένα, αποτελεί το 1-2% της βιομηχανίας τροφίμων ή 0,04% περίπου του ΑΕΠ συνολικά. Παρατηρείται επίσης ότι, αν και το ποσοστό του κλάδου είναι πολύ μικρό, αυξάνεται τα τελευταία χρόνια με μέσο ρυθμό ετήσιας μεταβολής από το 2004 και έπειτα 26,7%, ένδειξη ότι ο κλάδος είναι αρκετά εύρωστος και με μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1
Ακαθάριστη αξία παραγωγής σε εκ. ευρώ

Έτος	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*	2008*
Κλάδος αλιευμάτων	76,3	86,3	59,2	59,6	80,7	90,2	133,2	164,2	170,6
Κλάδος τροφίμων	6.034	6.807	6.654	6.823	7.006	7212	7.503	8.492	9.105
% κλάδου αλιευμάτων επί βιομ. τροφίμων	1,26	1,27	0,89	0,87	1,15	1,25	1,78	1,93	1,88
% στο ΑΕΠ	0,03	0,04	0,02	0,02	0,03	0,04	0,05	0,06	0,06

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανίας, *προσωρινά στοιχεία.

Στον Πίνακα 3.2 φαίνεται η εξέλιξη των επενδύσεων και της απασχόλησης στον κλάδο αλιευμάτων σε απόλυτα ποσά αλλά και ως ποσοστό στο ευρύτερο κλάδο της βιομηχανίας τροφίμων. Οι επενδύσεις είναι σχετικά μικρές και αποτελούν το 1-2% των επενδύσεων στη βιομηχανία τροφίμων, όσο δηλαδή και το ποσοστό της ακαθάριστης αξίας παραγωγής του κλάδου. Όσον αφορά στην απασχόληση βλέπουμε ότι ο κλάδος απασχολεί αναλογικά ελαφρώς περισσότερους εργαζόμενους και κυμαίνεται ως ποσοστό στη βιομηχανία τροφίμων στο 2-2,5%. Ο κλάδος των αλιευμάτων, ενώ σε απόλυτα ποσά είναι μικρός (1-2% της βιομηχανίας τροφίμων όπως ανεφέρθη προηγουμένως), έχει μία καλή δυναμική και αυξάνεται με μέσο ετήσιο ρυθμό περίπου 25% από το 2003 και έχει διπλασιαστεί μέσα σε μια τριετία.

Τα αλιεύματα από τη φύση τους είναι ένα ευαίσθητο προϊόν με πολύ μικρά χρονικά περιθώρια αντοχής και, αν δεν προωθηθούν για άμεση κατανάλωση, θα πρέπει αμέσως να καταψυχθούν για να διατηρήσουν τα οργανοληπτικά τους χαρακτηριστικά όσο το δυνατόν αναλλοίωτα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2
Εξέλιξη επενδύσεων (σε εκ. ευρώ) και απασχόλησης

Εξέλιξη επενδύσεων	1999	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*
Κλάδος αλιευμάτων	5,1	7,5	6,8	3,1	2,6	4,7	5,4	11,0	5,1
Βιομ. τροφίμων	510,3	538,5	504,4	482,5	515,4	490,8	368,2	430,1	468,4
% κλάδου στη βιομ. τροφ.	1,00	1,39	1,34	0,64	0,50	0,96	1,46	2,58	1,08
Απασχόληση									
Κλάδος αλιευμάτων	960	1.213	1.184	1.045	948	1.085	1.165	1.426	1.362
Βιομ. τροφίμων	49.883	50.430	51.394	51.485	50.858	50.178	50.092	52.062	53.122
% κλάδου στη βιομ.τροφ.	1,92	2,41	2,30	2,03	1,86	2,16	2,33	2,74	2,56

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανίας, *προσωρινά στοιχεία.

Οι καταναλωτές, επειδή σε μεγάλο ποσοστό προτιμούν φρέσκα προϊόντα, αγοράζουν το προϊόν περισσότερο κατευθείαν από την παραγωγή, μέσω του δικτύου εμπορίας, παρά αφού αυτό έχει περάσει από τη διαδικασία του βιομηχανικού κλάδου αλιευμάτων. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι η παραγωγή του κλάδου, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ που παρουσιάσθηκαν προηγουμένως, ανέρχεται στα €170 εκ., ενώ η πρωτογενής παραγωγή αλιευμάτων ανέρχεται στα €343 εκ. (στοιχεία 2006) και η παραγωγή ιχθυοκαλλιεργειών στα €346 εκ. (στοιχεία 2005). Όμως η τεχνολογία επιτρέπει πλέον τη μεταποίηση του προϊόντος (επεξεργασία και συντήρησή του) με ελάχιστες απώλειες σε θρεπτικά συστατικά και έτσι αυτό δίνει την ευκαιρία στον κλάδο να αναπτυχθεί.

Τα τελευταία χρόνια η αλλαγή στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, λόγω κυρίως δημογραφικών αλλαγών (νοικοκυριά με μικρό αριθμό ατόμων και συνεχώς αυξανόμενα νοικοκυριά με ένα άτομο), αλλά και για λόγους ευκολίας (αγορά κατεψυγμένων προϊόντων γρήγορων και εύκολων στο μαγείρεμα), δείχνει ότι τα περιθώρια ανάπτυξης του κλάδου είναι μεγάλα. Αυτό φαίνεται, όπως θα δούμε παρακάτω, και από τη γοργή αύξηση των πωλήσεων του κλάδου (διπλασιασμός την περίοδο 2000-2006).

Η βιομηχανία αλιευμάτων αποτελείται από σχετικά μικρό αριθμό επιχειρήσεων (περί τις 30)[2], όπως φαίνεται και στον Πίνακα 3.3. Όμως, όπως θα φανεί και πιο κάτω στη χρηματοοικονομική ανάλυση και από τους δείκτες συγκέντρωσης της αγοράς επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών καρκινοειδών και μαλακίων, υπάρχει έντονος ανταγωνισμός στον κλάδο λόγω του ανταγωνισμού και από εισαγωγές αλλά και της αγοράς φρέσκων αλιευμάτων. Βλέπουμε ότι δεν υπάρχουν μεγάλες επιχειρήσεις άνω των 250 εργαζομένων αλλά σε σχέση με τον συνολικό αριθμό τους οι σχετικά μεγάλες επιχειρήσεις (50-250 εργαζόμενους) είναι αρκετές. Η ανάπτυξη του κλάδου τα τελευταία χρόνια έχει οδηγήσει σε επιχειρήσεις με τεχνογνωσία και οργάνωση, με σημαντική παρουσία στην εξωτερική αγορά. Οι επενδύσεις σε τεχνολογία αντανακλώνται στην πτωτική τάση των τελευταίων χρόνων του ποσοστού του κόστους εργασίας επί της αξίας παραγωγής.

[2] Σημειώνεται ότι η βάση δεδομένων δεν είναι πλήρης και δεν περιλαμβάνει όλες τις επιχειρήσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3

Απασχολούμενοι, παραγωγή και κόστος εργασίας στον κλάδο επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών, καρκινοειδών και μαλακίων

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Επιχειρήσεις	23	25	27	27	28	29	30	29	29	27
0-10 εργ/μενοι	7	8	9	9	10	10	11	11	10	9
11-49 εργ/μενοι	8	9	10	10	10	11	11	10	11	10
50-250 εργ/μενοι	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Απασχόληση	960	1.213	1.184	1.045	948	1.085	1.165	1.426	1.362	1.413
Παραγωγή, εκ. €	61,7	76,3	86,3	59,2	59,6	80,7	90,2	133,2	164,2	170,6
Κόστος εργασίας	10,1	14,9	15,3	13,5	13,3	16,8	17,2	24,8	25,7	26,9
% κόστους επί αξίας παραγωγής	16,37	19,59	17,69	22,81	22,23	20,78	19,03	18,64	15,66	15,74

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανίας, *δεν έχουν δώσει όλες οι επιχειρήσεις στοιχεία.

Η ζήτηση για προϊόντα αλιείας είδαμε ότι παρουσίασε αισθητή άνοδο (26,6% κατά ποσότητα) την περίοδο 1974-2005 (από 13,14 κιλά η κατά κεφαλήν ετήσια κατανάλωση αλιευμάτων το 1974, ανήλθε στα 16,62 κιλά το 2004). Αυτό συνεπάγεται μία συνολική κατανάλωση της τάξεως των 190.000 τόνων, σε σχέση με τις 130.000 τόνους το 1974. Πράγματι η συνολική παραγωγή αλιευμάτων (ιχθυοκαλλιεργειών συμπεριλαμβανομένων) στη χώρα πλησιάζει τους 190.000-200.000 τόνους, ενώ οι εισαγωγές και οι εξαγωγές σε ποσότητα είναι σχεδόν ισοσκελισμένες, περίπου στους 100.000 τόνους αντίστοιχα (ICAP, 2009· ΕΛΣΤΑΤ).

Πιο συγκεκριμένα, το ποσοστό της συνολικής δαπάνης για είδη διατροφής του μέσου νοικοκυριού που προορίζεται για προϊόντα αλιείας ήταν 8,2% το 1999 και ανέβηκε στο 8,8% το 2004-05, όπως ανεφέρθη και προηγουμένως. Συγκριτικά, αναφέρεται ότι την ίδια περίοδο για το κρέας (που αποτελεί εν μέρει υποκατάστατο του ψαριού) το ποσοστό μειώθηκε από 24,1% σε 23,4%.

Βέβαια από τα ανωτέρω ποσοστά δεν μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για τη μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα διότι τα ποσοστά αυτά αφορούν αξίες, οπότε η μεταβολή της σχετικής τιμής των προϊόντων επηρεάζει σημαντικά το βάρος τους στο καλάθι της νοικοκυράς. Είναι όμως ενδεικτικές. Γεγονός επίσης αποτελεί η στροφή των καταναλωτών σε προϊόντα υγιεινής διατροφής με υψηλή διατροφική αξία και λιγότερα λιπαρά. Αυτή η στροφή είναι φυσικό να επηρεάσει θετικά την κατανάλωση ψαριών σε σχέση με ανταγωνιστικά πρωτεϊνούχα προϊόντα όπως το κρέας, που ενοχοποιείται για αρκετά προβλήματα υγείας της σύγχρονης εποχής. Πράγματι, από διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ (Πίνακας 3.4) φαίνεται ότι, την περίοδο 2000-2005, ο δείκτης τιμών για το κρέας και τα αλιεύματα παρουσίασε σημαντικές διακυμάνσεις. Μέρος λοιπόν των κυμάνσεων του ποσοστού επί του συνόλου της διατροφής οφείλεται σαφώς και σε μεταβολές της τιμής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4
Εξέλιξη δείκτη τιμών για αλιεύματα και κρέας, 2000-2005

Έτος	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Αλιεύματα	100	103,7	110,4	120,7	120,7	118,8
Κρέας	100	106,0	106,6	108,7	112,1	114,8

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

3.3. Εξωτερικό εμπόριο

Ο τομέας της αλιείας έχει παράδοση στην Ελλάδα και, ιδιαίτερα μετά την ανάπτυξη των ιχθυοκαλλιεργειών την τελευταία 20ετία, οι εξαγωγές ενισχύθηκαν σημαντικά. Στον Πίνακα 3.5 παρουσιάζεται το συνολικό εμπόριο των προϊόντων αλιείας της χώρας, καθώς επίσης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με βάση αυτά τα στοιχεία υπολογίζονται οι δείκτες εμπορίου στο τέλος του πίνακα.

Διαπιστώνεται ότι οι εξαγωγές είναι περισσότερες των εισαγωγών (€477 εκ. έναντι €400 εκ. για το 2009), με αποτέλεσμα ένα ελαφρώς θετικό εμπορικό ισοζύγιο στην εμπορία αλιευμάτων. Είναι επίσης θετικό ότι οι εξαγωγές τη δεκαετία 1999-2009 σημείωσαν αύξηση με μέσο ετήσιο ρυθμό 5,27%, γρηγορότερο από αυτό των εισαγωγών που έτρεχαν με 3,73%. Οι εξαγωγές κατά το μεγαλύτερο μέρος (άνω του 90%) κατευθύνονται σε χώρες της ΕΕ αλλά είναι ενδιαφέρον ότι ο ρυθμός αύξησης των εξαγωγών προς τρίτες χώρες ήταν 15,34% το διάστημα 1999-2009, όπου υπερτετραπλασιάστηκαν από €12 εκ. στα €50 εκ. Οι εισαγωγές ως προς τις χώρες προελεύσεως είναι μοιρασμένες μεταξύ χωρών, ΕΕ και τρίτων χωρών, αν και ο ρυθμός αύξησης των εισαγωγών από τρίτες χώρες είναι ταχύτερος (4,75% έναντι 2,82% από την ΕΕ).

Όσον αφορά στις ποσότητες, το 2009 οι εξαγωγές ήταν στους 128 χιλ. τόνους με τις εισαγωγές στους 115 χιλ. τόνους. Είναι ενδιαφέρον ότι σε ποσότητα οι εισαγωγές ήταν περισσότερες από τις εξαγωγές μέχρι το 2006, οπότε η τάση ανεστράφη λόγω της ταχύτερης αύξησης των εξαγωγών την περίοδο 1999-2009, η οποία ήταν 5,42% έναντι 1,59% μέσου ετήσιου ρυθμού αύξησης των εισαγωγών. Στον πίνακα παρουσιάζονται και τα στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών συνολικά της Ελλάδας, της ΕΕ αλλά και του αλιευτικού κλάδου της ΕΕ, ώστε να υπολογιστούν οι παρακάτω δείκτες εμπορίου.

Στα προϊόντα αλιείας φαίνεται από τους δείκτες ότι η Ελλάδα είναι αρκετά ανταγωνιστική, με τους δείκτες Balassa και Vollrath όχι μόνο σταθερά και αρκετά πάνω από τη μονάδα αλλά και με αυξητική τάση. Επίσης ο δείκτης έντασης εμπορίου ο οποίος λαμβάνει μικρές τιμές, αντικατοπτρίζει το γεγονός ότι εξαγωγές και εισαγωγές είναι περίπου ισοδύναμες. Ο δείκτης είναι θετικός τις περισσότερες χρονιές, που σημαίνει ότι οι εξαγωγές υπερτερούν των εισαγωγών πλην ορισμένων ετών που συνέβη το αντίθετο.

Στον Πίνακα 3.6 φαίνονται οι εξαγωγές των 10 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου. Από το σύνολο των 30 περίπου εταιρειών του κλάδου επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών, καρκινοειδών και μαλακίων οι 10 μεγαλύτερες

καλύπτουν το 60-70% των εξαγωγών του κλάδου, που το 2008 ανήλθε στα €47,1 εκ., ποσό που αποτελεί το 18% των συνολικών πωλήσεων του κλάδου (€262 εκ.). Ορισμένες εταιρείες όπως *Καλλονή*, *Χατζησωτηρίου* και *Αποστόλου*, έχουν αρκετά εξαγωγικό προσανατολισμό, με τις εξαγωγές τους να αποτελούν το 60%, 50% και 40%, αντίστοιχα, του τζίρου τους. Άλλες, όπως η *Καλλιμάνης*, *Φρέσκοτ Κοντοβέρος* και *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου*, ειδικεύονται περισσότερο στην εγχώρια αγορά και οι εξαγωγές τους αποτελούν το 7%, 10%, και 12%, αντίστοιχα, του τζίρου τους.

Γενικά παρατηρείται διαχρονικά στην περίοδο 1999-2008 μία πτωτική τάση των εξαγωγών του κλάδου ως ποσοστό επί των πωλήσεων. Σε απόλυτα ποσά οι εξαγωγές δείχνουν να έχουν σταθεροποιηθεί στα €47-48 εκ. και η αύξηση των πωλήσεων του κλάδου απορροφάται ολοκληρωτικά από την εγχώρια αγορά που δείχνει δυναμισμό. Αυτό, όπως ανεφέρθη και προηγουμένως, αντικατοπτρίζει περισσότερο την αύξηση της ζήτησης και τις δυνατότητες ανάπτυξης του κλάδου που προσφέρει η εγχώρια αγορά παρά κάποια προβλήματα στον εξαγωγικό τομέα που, όπως είδαμε, γενικά η Ελλάδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα, όπως φάνηκε και από τους δείκτες εμπορίου. Βέβαια ο κλάδος έχει δυνατότητες να αναπτύξει περαιτέρω τον εξαγωγικό προσανατολισμό του.

3.4. Θεσμικό πλαίσιο

Η αλιεία αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της ευρωπαϊκής πρωτογενούς παραγωγής. Υπάρχει η Κοινή Αλιευτική Πολιτική (ΚΑλΠ) η οποία, όπως και η πιο γνωστή Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ), ρυθμίζει θέματα που αφορούν όλη την κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική διάσταση της αλιείας. Δυστυχώς η Ελλάδα δεν συμμορφώνεται απόλυτα με τους Κοινοτικούς κανονισμούς αλιείας (απόσταση από τις ακτές, επιτρεπόμενοι τύποι αλιευτικών σκαφών και αλιείας), με αποτέλεσμα να υποβαθμίζει τον θαλάσσιο πλούτο της μην αφήνοντας επαρκή περιθώρια αναπαραγωγής των ιχθύων[3].

Τα αλιεύματα αποτελούν ένα ιδιαίτερα ευαίσθητο προϊόν, με αποτέλεσμα η ΕΕ και η Ελλάδα να έχουν ένα αυστηρό πλαίσιο κανόνων διασφάλισης ποιότητας και τήρησης κανόνων υγιεινής. Ιδιαίτερα ορισμένες κατηγορίες αλιευμάτων, όπως τα μαλακόστρακα, μπορούν να καταστούν επικίνδυνα για τη δημόσια υγεία αν δεν εφαρμοστούν αμέσως μετά την αλίευσή τους συγκεκριμένες πρακτικές διασφάλισης ποιότητας. Οι περισσότερες από τις μεγάλες εταιρείες έχουν καλά οργανωμένες ιστοσελίδες με αρκετές πληροφορίες περί ποιοτικών ελέγχων και θεσμικού πλαισίου από ΕΕ και Ελλάδα[4].

[3] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0163:FIN:EL:PDF, http://labs.opengov.gr/2010/04/25/2398

[4] http://ec.europa.eu/fisheries/cfp/control_enforcement/htm)

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5

Εξέλιξη εισαγωγών-εξαγωγών αλιευμάτων Ελλάδος και ΕΕ, συνολικών εισαγωγών-εξαγωγών Ελλάδος και ΕΕ, και δείκτες εμπορίου

(εκ. €)

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Εισαγωγές αλιευμάτων	278	299	322	326	334	335	352	386	435	429	400
Εξαγωγές αλιευμάτων	285	319	312	238	306	334	347	426	463	452	477
Συν. εισαγωγών χώρας	28.644	36.249	35.742	33.387	39.650	42.415	43.755	50.668	55.634	60.975	42.915
Συν. εξαγωγών χώρας	10.386	12.723	12.675	11.013	11.830	12.306	13.888	16.525	17.205	17.440	14.405
ΕΕ εισαγωγές αλιευμ.	10.395	11.716	12.844	12.437	12.361	12.145	13.758	15.818	16.124	16.125	15.176
ΕΕ εξαγωγές αλιευμ.	1.663	1.838	2.074	2.163	2.106	2.169	2.300	2.414	2.580	2.803	2.493
Συν. ΕΕ- Εισαγωγές	683.082	849.739	884.707	891.898	869.236	952.723	1.052.719	1.160.100	1.240.538	1.309.791	1.096.253
Συν. ΕΕ- Εξαγωγές	743.297	992.698	979.145	936.972	935.245	1.026.709	1.179.569	1.352.787	1.433.431	1.564.925	1.199.688
Εξαγωγές, τόνοι	76.112	80.193	91.976	71.353	91.703	96.196	94.018	119.037	121.245	124.834	128.999
Εισαγωγές, τόνοι	98.225	95.380	100.185	93.668	101.397	98.462	106.598	106.041	119.192	127.661	114.987
Εισαγωγές (από ΕΕ)	156	172	174	150	151	169	163	192	208	221	206
Εισαγωγές (εκτός ΕΕ)	122	127	148	176	184	166	189	193	228	208	194
Εξαγωγές (από ΕΕ)	274	303	296	223	287	311	315	385	420	408	427
Εξαγωγές (εκτός ΕΕ)	12	16	16	16	19	23	31	41	43	44	50
Δείκτης Balassa	12,27	13,55	11,62	9,38	11,49	12,84	12,80	14,45	14,94	14,47	15,92
Δείκτης Vollrath	11,63	12,96	11,00	8,68	10,90	12,22	12,18	13,89	14,33	13,89	15,25
Δείκτης έντασης εμπορίου	0,01	0,03	-0,02	-0,16	-0,04	0,00	-0,01	0,05	0,03	0,03	0,09

Πηγή: Eurostat.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6

Αξία και ποσοστά εξαγωγών επί των πωλήσεων των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου, 1999-2008

Εταιρείες	1999		2000		2001		2002		2003	
	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	1,0	7	1,3	7	1,6	7	2,1	7	2,5	7
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	3,7	20	2,7	12	2,6	10	3,0	10	3,2	10
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	3,8	20	4,1	20	2,8	12	3,0	12	3,3	12
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	1,7	7	2,0	9	1,7	8	12,5	30	6,5	15
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	6,7	48	5,7	40	4,9	40	5,1	40	5,7	40
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	3,3	20	1,9	20	2,2	20	2,4	20	2,8	25
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	0,8	20	1,0	20	1,0	20	1,0	20	1,1	20
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ					3,3	50	2,5	50	2,7	50
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	0		0,2	25	0,6	25	0,7	35	0,4	20
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	1,9	50	2,3	50	2,4	50	3,3	60	4,3	60
Κλάδος	35,5	26,3	31,5	22,6	40,0	23,0	49,7	24,8	49,8	22,5
Εταιρείες	2004		2005		2006		2007		2008	
	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	3,2	7	3,9	7	4,4	7	4,5	7	4,6	7
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	3,2	10	3,2	10	3,7	10	4,1	10	3,8	10
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	3,5	12	3,8	12	3,9	12	4,4	12	4,3	12
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ										
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	4,9	40	4,0	40	4,7	40	5,1	40	6,2	40
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	3,0	25	2,9	25	2,9	25	2,8	25	2,8	25
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	1,1	20	1,4	20	1,8	20	1,8	20	2,0	20
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ	3,2	50	4,0	50	5,0	50	4,9	50	5,0	50
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	0,6	20	0,6	20	0,8	20	1,2	20	2,0	20
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	4,3	60	4,2	60	4,3	60	4,3	60	4,4	60
Κλάδος	45,8	19,2	46,1	18,5	47,2	18,0	47,3	17,5	47,1	18,0

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Έλεγχοι νερού και πάγου, μικροβιολογικές και χημικές αναλύσεις αποτελούν μερικές από της προβλεπόμενες διαδικασίες επεξεργασίας και συντήρησης αλιευμάτων. Η διαδικασία παραγωγής προϊόντων αλιείας πρέπει να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις της ελληνικής και ευρωπαϊκής νομοθεσίας, με μία σειρά δηλαδή κανονισμών όπως: ι) η οδηγία 91/492/ΕΟΚ που καθορίζει τους υγειονομικούς κανόνες που διέπουν την παραγωγή και τη διάθεση στην αγορά ζώντων δίθυρων μαλακίων, ιι) οι κανονισμοί ΕΚ 852/2004 περί υγιεινής των τροφίμων, ΕΚ 853/2004 και ΕΚ 854/2004 περί κανόνων υγιεινής τροφίμων ζωικής προέλευσης, ΕΚ 2073/2005 περί των μικροβιολογικών κριτηρίων για τα τρόφιμα, ΕΚ 1881/2006 και 33/2007 για τον καθορισμό μέγιστων επιτρεπτών επιπέδων για ορισμένες ουσίες οι οποίες επιμολύνουν τα τρόφιμα, όπως επίσης τα προεδρικά διατάγματα ΠΔ 410/94, 204/96, 412/94 331/97 και 110/99, και τις διατάξεις του Υγειονομικού Κανονισμού και τον Ελληνικό Κώδικα Τροφίμων & Ποτών.

Τέλος, όσον αφορά θέματα αγοράς και ανταγωνισμού, η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν έχει διαπιστώσει προβλήματα στην ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού στον κλάδο τη βιομηχανίας αλιευμάτων. Επίσης η ΚΑλΠ δεν επεμβαίνει σε θέματα τιμών και έτσι οι τιμές καθορίζονται από την αγορά.

3.5. Χρηματοοικονομική ανάλυση

Στο τμήμα αυτό αναλύονται τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου της επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών καρκινοειδών και μαλακίων. Τα βασικά χρηματοοικονομικά μεγέθη που μελετώνται είναι τα εξής: Αποδοτικότητα –η οποία μετριέται με 2 δείκτες, απόδοσης ενεργητικού και απόδοσης ιδίων κεφαλαίων– ρευστότητα, δανειακή πίεση και περιθώριο καθαρού κέρδους.

Οι *Όμηρος, Χατζησωτηρίου* και *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου* παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια τις καλύτερες αποδόσεις ενεργητικού (3-7%), ενώ η *Αμάσα Ελλάς* παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις οι οποίες επηρεάζουν έντονα τον μέσο όρο όλου του κλάδου. Έτσι, στον Πίνακα 3.7 φαίνεται ότι για το 2006 και το 2008, όπου η *Αμάσα Ελλάς* πραγματοποίησε έντονα αρνητική απόδοση κεφαλαίου ο μέσος όρος του κλάδου είναι αρνητικός (-0,19 και -0,68%, αντίστοιχα). Επειδή όμως η *Αμάσα Ελλάς* ξεφεύγει πάρα πολύ από τον μέσο όρο των υπολοίπων εταιρειών, στο Διάγραμμα 3.1, όπου παρουσιάζεται η εξέλιξη του κάθε δείκτη, ο υπολογισμός του μέσου όρου του κλάδου έχει υπολογιστεί εξαιρουμένης της εταιρείας *Αμάσα Ελλάς*. Έτσι βλέπουμε ότι ο κλάδος τα έτη 2006 και 2008 παρουσιάζει απόδοση ενεργητικού στο 1,4% και 1%, αντίστοιχα. Στον πίνακα ο υπολογισμός των δεικτών για τον κλάδο συνολικά περιλαμβάνει και την *Αμάσα*, ενώ στο διάγραμμα όχι.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7
Χρηματοοικονομικοί δείκτες κλάδου επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών καρκινοειδών και μαλακίων

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Απόδοση ενεργητικού (%)					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	2,36	2,24	2,34	4,08	4,62	4,28	3,65	0,57	6,92	2,17
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	2,08	1,56	4,25	6,24	3,64	2,41	0,90	1,15	0,29	0,21
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	4,47	3,76	2,68	2,81	4,99	8,11	5,28	5,09	4,51	2,24
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	2,64	2,31	3,30	1,19	4,17	1,67	0,57	-10,16	0,73	-14,64
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	2,20	1,76	1,50	1,04	1,11	5,61	0,30	4,14	0,87	1,06
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	3,28	1,60	1,93	3,65	3,25	3,17	0,51	2,31	1,51	0,23
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	1,25	-2,72	1,17	0,83	3,90	0,21	0,62	1,13	1,74	1,22
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ			12,90	9,53	6,13	6,22	0,97	6,18	7,41	1,23
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	-3,09	18,16	0,94	1,98	1,87	2,11	3,22	4,80	3,63	3,98
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	0,99	0,10	0,24	0,24	0,27	0,35	0,42	0,86	1,38	0,91
Κλάδος	2,40	1,59	2,26	2,32	3,26	2,81	1,70	-0,19	2,42	-0,68
					Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (%)					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	8,27	8,11	9,78	18,06	16,55	14,00	12,97	2,60	29,95	11,29
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	15,02	10,87	27,54	39,51	17,77	10,23	4,99	6,68	1,81	1,34
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	15,88	13,75	10,52	12,95	21,53	35,64	24,54	28,01	26,50	13,06
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	9,60	9,26	10,47	3,89	14,69	5,44	2,26	-40,39	2,71	-93,67
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	4,85	3,68	3,38	2,57	3,12	14,93	0,61	8,63	2,21	3,07
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	13,19	7,22	9,66	20,76	20,23	18,71	3,75	20,17	17,13	2,18
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	3,44	-9,52	4,44	3,33	14,90	0,78	2,73	6,38	7,16	6,72
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ			27,74	23,40	12,78	12,52	2,37	12,67	14,44	1,68
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	-19,61	71,91	2,51	5,91	7,72	9,68	15,17	20,05	20,15	20,06
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	1,50	0,16	0,35	0,36	0,40	0,52	0,62	1,40	2,26	1,47
Κλάδος	6,47	4,41	6,30	6,97	9,44	7,63	5,14	-0,64	8,33	-2,59
					Ρευστότητα					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	1,14	1,09	1,02	3,64	2,88	1,76	1,29	1,10	2,11	2,32
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	1,00	0,92	0,87	0,94	1,01	1,18	0,93	0,93	0,89	0,99
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	1,01	1,10	1,11	0,98	1,00	0,90	0,93	1,27	1,20	1,06
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	1,03	1,09	1,07	2,81	1,90	1,59	1,64	1,56	1,42	0,72
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	1,28	1,43	1,46	1,45	1,40	1,43	1,70	1,70	1,44	1,41
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	0,92	1,00	1,04	1,05	1,06	1,09	1,09	1,09	1,07	1,08
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	0,90	0,79	0,87	0,98	1,07	1,03	1,05	1,05	1,08	1,60
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ			1,28	1,28	1,51	1,35	1,02	1,31	0,93	1,46
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	0,46	0,84	1,26	1,22	1,14	0,85	0,93	0,97	0,97	1,05
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	1,77	1,68	2,26	2,06	2,25	2,41	2,47	1,87	1,98	2,12
Κλάδος	1,11	1,13	1,12	1,55	1,47	1,40	1,30	1,25	1,32	1,29
					Δανειακή πίεση					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	0,71	0,72	0,76	0,77	0,72	0,69	0,72	0,78	0,77	0,81
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	0,86	0,86	0,85	0,84	0,80	0,76	0,82	0,83	0,84	0,84
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	0,72	0,73	0,75	0,78	0,77	0,77	0,78	0,82	0,83	0,83
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	0,73	0,75	0,68	0,69	0,72	0,69	0,75	0,75	0,73	0,84
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	0,55	0,52	0,56	0,60	0,64	0,62	0,51	0,52	0,61	0,65
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	0,75	0,78	0,80	0,82	0,84	0,83	0,86	0,89	0,91	0,90
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	0,64	0,71	0,74	0,75	0,74	0,73	0,77	0,82	0,76	0,82
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ			0,53	0,59	0,52	0,50	0,59	0,51	0,49	0,27
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	0,84	0,75	0,63	0,66	0,76	0,78	0,79	0,76	0,82	0,80
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	0,34	0,35	0,30	0,32	0,32	0,32	0,32	0,38	0,39	0,38
Κλάδος	0,63	0,64	0,64	0,67	0,66	0,63	0,67	0,70	0,71	0,74

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Περιθώριο καθαρού κέρδους (%)									
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ. ΑΕ	2,17	2,21	2,31	3,98	4,36	3,67	3,19	0,49	7,03	2,40
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒΕΡΟΣ ΑΕ	1,60	1,08	2,73	4,11	2,47	1,74	0,82	1,10	0,24	0,18
ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ Β.ΑΙΓΑΙΟΥ ΑΕ	3,90	3,44	2,37	2,64	4,44	7,78	5,31	5,58	4,82	2,68
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	2,40	2,67	3,97	1,38	5,43	2,18	0,82	-12,92	1,04	-25,41
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	1,16	0,87	0,92	0,67	0,73	4,63	0,21	2,73	0,65	0,77
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ SUPER FISH ΑΕ	1,39	1,37	1,32	2,43	2,31	2,35	0,46	2,29	1,88	0,25
ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΧΡ."ΠΟΡΤΟ-ΧΕΛΙ"ΑΕ	1,52	-3,01	1,29	0,91	4,07	0,22	0,55	0,95	1,53	1,24
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ Α. ΑΕ			3,94	4,85	3,00	3,73	0,88	5,77	8,21	1,11
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ		13,88	0,47	1,61	1,93	1,80	3,00	4,21	3,21	2,66
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	3,81	0,33	0,74	0,65	0,55	0,70	0,82	1,50	2,53	1,66
Κλάδος	2,24	1,67	2,25	2,33	3,36	3,00	1,97	-0,21	2,84	-0,83

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

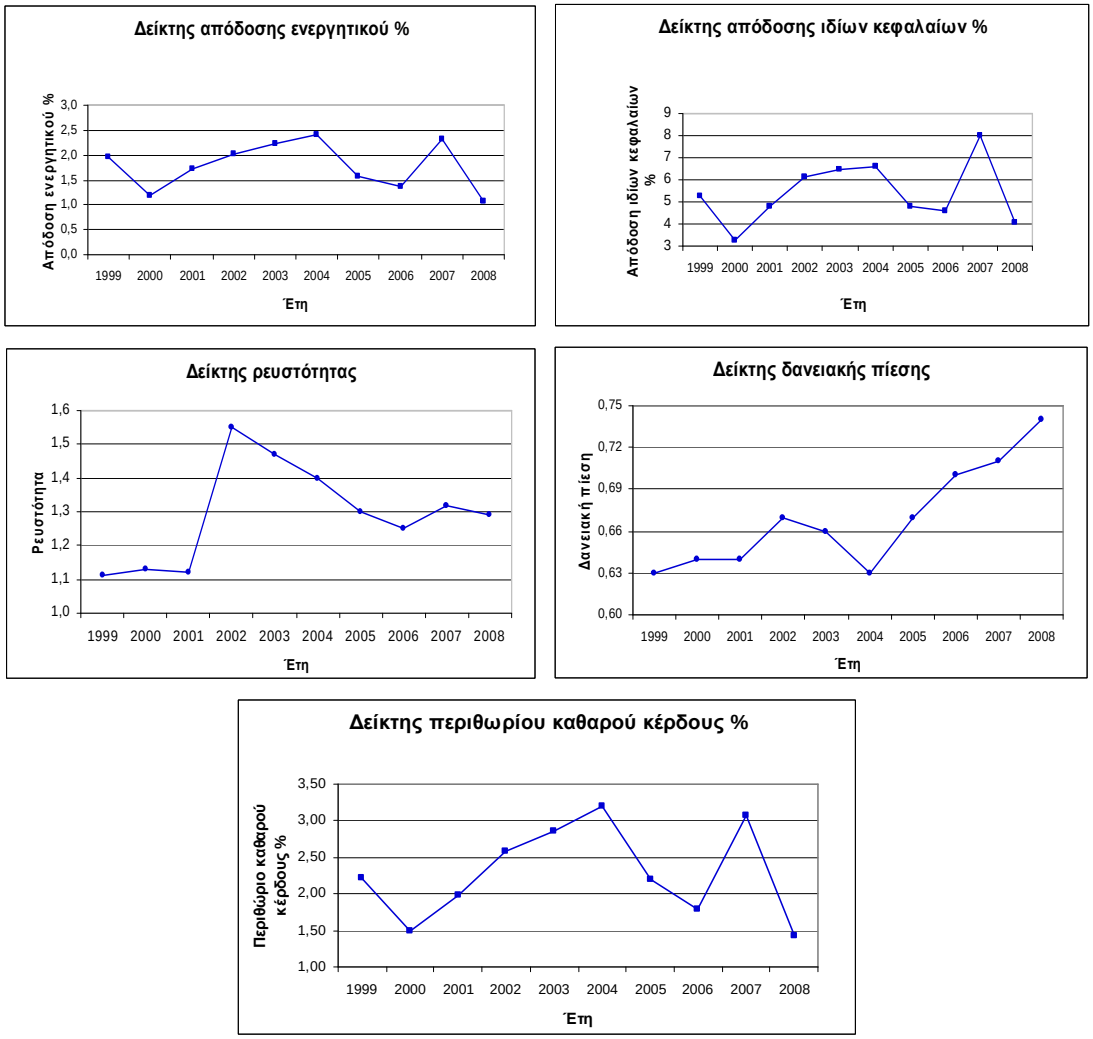
Όσον αφορά στον δείκτη απόδοσης ιδίων κεφαλαίων, οι *Όμηρος*, *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου* και *Καλλιμάνης* έχουν τις υψηλότερες αποδόσεις με ποσοστά, για το 2008, 20,06%, 13,06%, 11,29%, αντίστοιχα, ενώ για το 2007 ή και προηγούμενα έτη σημείωσαν και υψηλότερες αποδόσεις έως και 30-35%. Η εταιρεία *Αμάσα Ελλάς*, με τις έντονες ζημίες που είχε το έτη 2006 και 2008, και πάλι επηρεάζει όλο τον κλάδο ο οποίος δείχνει αρνητική απόδοση ιδίων κεφαλαίων τις χρονιές αυτές (-0,64% και -2,59%, αντίστοιχα), ενώ ο μέσος όρος του κλάδου χωρίς την *Αμάσα Ελλάς* είναι σταθερά θετικός με τιμές από 4% έως και 8% (Διάγραμμα 3.1).

Οι περισσότερες επιχειρήσεις παρουσιάζουν καλή ρευστότητα με τιμές άνω της μονάδας, με εξαίρεση την *Αμάσα Ελλάς* για το 2008 (0,72) και την *Φρέσκοτ-Κοντοβέρος* που επίσης το 2008 έπεσε οριακά κάτω της μονάδας (0,99). Γενικά ο κλάδος, αν και παρουσιάζει πτωτική τάση στη ρευστότητα μετά το 2002, δεν δείχνει να έχει ιδιαίτερα προβλήματα. Τους καλύτερους δείκτες ρευστότητας έχουν οι *Καλλιμάνης* και *Καλλονή* με τιμές άνω του 2 για το 2008 αλλά και επί σειρά ετών, ειδικά η *Καλλονή*.

Τη μικρότερη δανειακή πίεση παρουσιάζουν οι *Χατζησωτηρίου* και *Καλλονή* με 0,27 και 0,38, αντίστοιχα, για το 2008, ενώ ο μέσος όρος του κλάδου κυμαίνεται στο 0,7 με αυξητική τάση από το 2004 και μετά.

Τέλος, ο δείκτης του περιθωρίου καθαρού κέρδους, ο πλέον χρησιμοποιούμενος, αφού δείχνει καθαρά αν μία επιχείρηση έχει κέρδη ή ζημίες, σε συνδυασμό με τους δείκτες συγκέντρωσης που αναλύονται στο επόμενο κεφάλαιο βοηθά στην εξαγωγή συμπερασμάτων για το αν στον κλάδο λειτουργεί ο ανταγωνισμός ικανοποιητικά ή αν υπάρχει αυξημένη συγκέντρωση. Ο κλάδος παρουσιάζει, γενικά, ικανοποιητικά κέρδη. Το περιθώριο καθαρού κέρδους του κλάδου κυμαίνεται στο 1,5-3% με τις *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου*, *Όμηρος* και *Καλλιμάνης* να έχουν τα καλύτερα περιθώρια κέρδους με 2,68%, 2,66% και 2,40%, αντίστοιχα, για το 2008, όταν ο μέσος όρος του κλάδου (μη συμπεριλαμβανομένης της *Αμάσα Ελλάς*) ήταν 1,43% (-0,83% με την *Αμάσα* μαζί). Οι ανωτέρω επιχειρήσεις επί σειράν ετών παρουσιάζουν αρκετά καλά περιθώρια κέρδους έχοντας σε κάποιες περιπτώσεις αγγίξει ή και ξεπεράσει 8%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1
Διαχρονική εξέλιξη των χρηματοοικονομικών δεικτών του κλάδου επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών, καρκινοειδών και μαλακίων, 1999-2008



Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Γενικά οι χρηματοοικονομικοί δείκτες παρουσιάζουν έναν κλάδο αφενός υγιή και αφετέρου με σημαντικό βαθμό ανταγωνισμού -όπως φαίνεται εκ πρώτης όψεως από τα χαμηλά περιθώρια κέρδους- χωρίς εμφανή προβλήματα ολιγοπωλιακής μορφής όπως θα δούμε και στην αμέσως επόμενη ενότητα περί ανταγωνισμού.

3.6. Ανταγωνισμός

Στον Πίνακα 3.8, παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών καρκινοειδών και μαλακίων. Όσον αφορά στα μερίδια αγοράς, η *Καλλιμάνης* έχει ισχυροποιήσει σημαντικά τη θέση της στην αγορά αλιευμάτων την τελευταία δεκαετία και από 11% το 1999 (4^{η} θέση) πλησίασε το 25% της αγοράς το 2008. Ακολουθεί η *Φρέσκοτ Κοντοβέρος* με 14,5% η οποία διατηρεί περίπου σταθερό το μερίδιο αγοράς μέσα στην περίοδο 1999-2008. Περίπου το ίδιο ισχύει και για την *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου* που κατέχει σχεδόν σταθερό μερίδιο 14-15%, ενώ η

Αμάσα Ελλάς, η οποία το 1999 ήταν η μεγαλύτερη επιχείρηση του κλάδου με 17,6%, ποσοστό το οποίο αύξησε και μέχρι 21% κατά την εξεταζόμενη περίοδο, έχει υποχωρήσει στην 4η θέση με 8,44% της αγοράς. Οι *Αποστόλου* και *Ανεμότρατα* κατείχαν σημαντικά μερίδια αγοράς στην αρχή της περιόδου (10,35% και 12,09%, αντίστοιχα) και υποχώρησαν στο 5,93% και 4,23% (5η και 6η θέση, αντίστοιχα).

Από πλευράς πωλήσεων η *Καλλιμάνης* σχεδόν πενταπλασίασε τις πωλήσεις την τελευταία δεκαετία (από €14,1 εκ. σε €65,2 εκ.) και έτσι κατέκτησε την κυρίαρχη θέση στον κλάδο, ο οποίος συνολικά διπλασίασε τις πωλήσεις την ίδια περίοδο (από €135,2 εκ. σε €262,2 εκ.). Οι *Φρέσκοτ Κοντοβέρος* και *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου* με €37,9 εκ. και €36,3 εκ., αντίστοιχα, διπλασίασαν σχεδόν τις πωλήσεις τους, ενώ οι *Αμάσα Ελλάς* και *Αποστόλου* έμειναν σταθεροί και έτσι, σε συνδυασμό με την αύξηση του κλάδου, οι επιχειρήσεις αυτές υποχώρησαν ως προς το μερίδιο αγοράς. Η *Ανεμότρατα* σημείωσε μείωση των πωλήσεων μέσα στην εξεταζόμενη περίοδο, ενώ 2 νέες εταιρείες, οι *Χατζησωτηρίου* και *Όμηρος*, μπήκαν στην αγορά κατοχυρώνοντας τη θέση τους και φτάνοντας το 2008 τα περίπου €10 εκ. πωλήσεις. Επίσης η *Καλλονή*, εταιρεία με δυναμική εξαγωγική δραστηριότητα, όπως είδαμε και προηγουμένως, διπλασίασε και αυτή σχεδόν τις πωλήσεις της από €3,7 εκ. σε €7,4 εκ.

Όσον αφορά στα καθαρά κέρδη, η *Καλλιμάνης*, λόγω και του μεγέθους της, έχει τη μεγαλύτερη κερδοφορία σε απόλυτα ποσά και το 2008 έφθασε τα €1,6 εκ., ενώ το 2007 ήταν η χρονιά με την υψηλότερη κερδοφορία, φθάνοντας τα €4,5 εκ. Η *Κονσερβοποιία Β. Αιγαίου* πραγματοποίησε καθαρά κέρδη το 2008 της τάξεως του περίπου €1 εκ., ενώ τις προηγούμενες χρονιές είχε και μεγαλύτερα κέρδη που έφθασαν και τα €2 εκ. Η εταιρεία *Αμάσα Ελλάς*, ενώ παρουσιάζει κέρδη, το 2006 και 2008 παρουσίασε ιδιαίτερα υψηλές ζημίες που, όπως είδαμε και στη χρηματοοικονομική ανάλυση, επηρέασαν τον μέσο όρο της απόδοσης όλου του κλάδου. Πράγματι βλέπουμε στον Πίνακα 3.7 ότι για τις χρονιές 2006 και 2008, εάν δεν συνυπολογίσουμε τις ζημίες της συγκεκριμένης εταιρείας, ο κλάδος παρουσιάζει θετικά κέρδη ύψους περίπου €4 εκ. και €3,4 εκ., αντίστοιχα. Γενικά ο κλάδος είναι κερδοφόρος, με κέρδη που κυμαίνονται στα €3 εκ. με €7,5 εκ.

Οι δείκτες συγκέντρωσης παρουσιάζουν μία γενικά σταθερή πορεία με πολύ ελαφρά τάση αύξησης της συγκέντρωσης που δεν αποτελεί λόγο προβληματισμού. Συγκεκριμένα, ο δείκτης συγκέντρωσης των 4 μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR4) παρουσιάζει ελαφρά άνοδο μέσα στη δεκαετία και από 57,54% ανήλθε στο 64,99% το 2005, για να διαμορφωθεί τελικά στο 61,56 το 2008. Αντίθετα, ο δείκτης των 8 μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR8) παρουσιάζει μάλλον σταθερή πορεία, αν και σημείωσε πτώση στην αρχή της περιόδου, και έτσι από 84,12% το 1999 διαμορφώθηκε στο 79-80% από το 2003 και μετά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8

Μερίδια αγοράς, πωλήσεις, καθαρά κέρδη και δείκτες συγκέντρωσης κλάδου επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών, καρκινοειδών και μαλακίων

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Μερίδιο αγοράς (%)					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ.	10,45	13,36	13,74	14,89	16,13	19,27	22,14	24,04	23,89	24,86
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒ.	13,69	16,00	15,90	15,14	14,45	13,48	13,02	14,06	15,31	14,47
ΚΟΝΣΕΡΒ.Β.ΑΙΓΑΙΟΥ	14,20	14,70	14,17	12,39	12,30	12,35	12,62	12,44	13,53	13,79
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	17,57	16,06	13,24	20,85	19,60	19,00	17,21	13,64	11,30	8,44
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	10,35	10,24	7,49	6,37	6,48	5,09	4,06	4,49	4,74	5,93
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ	12,09	6,69	6,80	6,04	5,09	5,01	4,63	4,47	4,20	4,23
ΚΥΡΙΑΖΗΣ "Π. ΧΕΛΙ"	3,03	3,47	3,05	2,51	2,50	2,29	2,87	3,34	3,30	3,83
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ			4,02	2,49	2,49	2,68	3,20	3,79	3,62	3,79
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	0,00	0,66	1,56	0,93	0,94	1,21	1,28	1,50	2,18	3,72
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	2,76	3,25	2,97	2,75	3,24	3,02	2,82	2,76	2,65	2,81
Μερικό Σύνολο	84,12	84,43	82,94	84,37	83,20	83,41	83,85	84,53	84,72	85,87
					Πωλήσεις (εκ. €)					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ.	14,1	18,7	22,6	29,8	35,7	45,9	55,2	63,0	64,7	65,2
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒ.	18,5	22,4	26,2	30,3	31,9	32,1	32,5	36,8	41,5	37,9
ΚΟΝΣΕΡΒ.Β.ΑΙΓΑΙΟΥ	19,2	20,5	23,4	24,8	27,2	29,4	31,5	32,6	36,6	36,2
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	23,8	22,4	21,8	41,8	43,3	45,3	42,9	35,8	30,8	22,1
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	14,0	14,3	12,4	12,7	14,3	12,1	10,1	11,8	12,8	15,5
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ	16,3	9,3	11,2	12,1	11,2	11,9	11,5	11,7	11,4	11,1
ΚΥΡΙΑΖΗΣ "Π. ΧΕΛΙ"	4,1	4,8	5,0	5,0	5,5	5,5	7,1	8,8	8,9	10,0
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ			6,6	5,0	5,5	6,4	8,0	9,9	9,8	9,9
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	0	0,9	2,6	1,9	2,1	2,9	3,2	3,9	5,9	9,8
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	3,7	4,5	4,9	5,5	7,2	7,2	7,0	7,2	7,2	7,4
Σύνολο Κλάδου	135,2	139,7	164,8	200,3	221,1	238,3	249,4	262,0	270,7	262,2
					Καθαρά κέρδη (000 €)					
ΚΑΛΛΙΜΑΝΗΣ Γ.	307	412	523	1188	1556	1685	1761	308	4546	1567
ΦΡΕΣΚΟΤ ΚΟΝΤΟΒ.	296	241	715	1247	789	559	265	407	98	70
ΚΟΝΣΕΡΒ.Β.ΑΙΓΑΙΟΥ	748	706	553	656	1207	2290	1671	1818	1766	968
ΑΜΑΣΑ ΕΛΛΑΣ ΑΕ	570	598	866	576	2352	989	353	-4620	318	-5623
ΑΠΟΣΤΟΛΟΥ Γ. ΑΕ	162	125	114	86	104	562	21	322	83	120
ΑΝΕΜΟΤΡΑΤΑ	227	128	148	294	260	281	53	268	214	28
ΚΥΡΙΑΖΗΣ "Π. ΧΕΛΙ"	62	-146	65	46	225	12	39	83	137	125
ΧΑΤΖΗΣΩΤΗΡΙΟΥ			261	242	165	238	70	573	804	110
ΟΜΗΡΟΣ ΑΕ	-10	128	12	30	40	52	96	166	190	260
ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ	142	15	36	36	39	50	58	108	181	122
Σύνολο Κλάδου	3032	2336	3717	4673	7423	7149	4900	-563	7681	-2179
Δείκτης CR4 %	57,54	60,12	57,05	63,27	62,47	64,10	64,99	64,18	64,02	61,56
Δείκτης CR8 %	84,12	83,77	75,36	80,95	79,77	79,91	79,74	80,27	79,89	79,34
Δείκτης Herfindahl %	11,00	11,03	9,78	11,55	11,14	11,58	11,97	12,06	12,04	12,05

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Τέλος ο δείκτης HHI, ο οποίος και θεωρείται ο πλέον ενδεικτικός για την ύπαρξη συγκέντρωσης στον κλάδο, σημείωσε ελαφρά άνοδο την περίοδο 2000-2005 μετά από μία σύντομη πτώση το 2001 και διαμορφώθηκε στο 12 από 11 που ήταν το 1999. Τις τελευταίες 3 χρονιές είναι σταθερός. Δεδομένου ότι έως την τιμή 10 θεωρείται ότι ο HHI δείχνει πλήρως ανταγωνιστικές συνθήκες, ενώ τιμές μεταξύ 10 και 18 δείχνουν μία ελαφρά συγκέντρωση, μπορεί να υποστηριχθεί η θέση ότι η τιμή 11 με 12 δεν αποτελεί ένδειξη προβληματικής λειτουργίας του ανταγωνισμού. Δεδομένου μάλιστα ότι στον κλάδο γενικά ο αριθμός των εταιρειών δεν είναι πολύ μεγάλος (μόλις 30 συνολικά επιχειρήσεις), ο δείκτης HHI είναι αρκετά χαμηλός και αυτό δείχνει ότι οι υπάρχουσες επιχειρήσεις λειτουργούν σε μία αρκούντως ανταγωνιστική αγορά. Αν λάβουμε υπόψη και το ότι ο κλάδος έχει έντονες εισαγωγές αλλά και εξαγωγές, δηλαδή είναι αρκετά εκτεθειμένος στη διεθνή αγορά, δεν συντρέχει λόγος ανησυχίας υψηλής συγκέντρωσης ή γενικά πρακτικών περιορισμού του ανταγωνισμού και εκμεταλλεύσεως δεσπόζουσας θέσης από επιχειρήσεις του κλάδου.

3.7. Συμπεράσματα

Η αλιεία στην Ελλάδα έχει βαθιά παράδοση και ρίζες. Ιδιαίτερη ώθηση σε αυτήν δόθηκε από τη γρήγορη ανάπτυξη των ιχθυοκαλλιεργειών που έχουν έντονο εξαγωγικό χαρακτήρα. Το εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο της χώρας στα αλιεύματα γενικά είναι θετικό. Αυτό δείχνει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που θα πρέπει να ενισχυθεί με περαιτέρω επενδύσεις. Θα πρέπει όμως η χώρα να συμμορφωθεί με τις Κοινοτικές οδηγίες περί πρακτικών αλιείας, ώστε να μην υποσκάπτει τον θαλάσσιο πλούτο και κατά συνέπεια τη μελλοντική παραγωγή.

Συγκεκριμένα, ο κλάδος επεξεργασίας και συντήρησης ψαριών, καρκινοειδών και μαλακίων είναι ένας μικρός κλάδος της μεταποιητικής βιομηχανίας τροφίμων, πλην όμως δυναμικός, με υγιή χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά και αρκετά έντονο ανταγωνισμό. Δεν υπάρχουν φαινόμενα συγκέντρωσης της αγοράς, προσκόμματα στην είσοδο και έξοδο των επιχειρήσεων και ο ανταγωνισμός λειτουργεί ικανοποιητικά. Ο κλάδος είναι ανοιχτός στον διεθνή ανταγωνισμό με σημαντικό εξωτερικό εμπόριο και αυτό εγγυάται την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού. Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο φαίνεται ότι είναι αρκετά ανεπτυγμένες τεχνολογικά και ανταγωνιστικές, αφού σημαντικό ποσοστό του κύκλου εργασιών τους αποτελούν οι εξαγωγές. Προμηθεύονται την πρώτη ύλη από την εγχώρια παραγωγή αλλά και εισαγωγές. Οι εισαγωγές αφορούν κυρίως ψάρια που δεν υπάρχουν στις ελληνικές θάλασσες.

Είναι γεγονός ότι η ζήτηση προϊόντων αλιείας αφορά περισσότερο φρέσκα ψάρια παρά επεξεργασμένα και συντηρημένα και γι' αυτό ο βιομηχανικός κλάδος της αλιείας αποτελεί σχετικά μικρό μέρος της συνολικής παραγωγής αλιευμάτων. Όμως, ο σύγχρονος τρόπος ζωής και οι απαιτήσεις για λιγότερο χρόνο μαγειρέματος από τα νοικοκυριά, με την ταυτόχρονη επιθυμία για κατανάλωση προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας, αποτελούν παράγοντες που

αυξάνουν τη ζήτηση προϊόντων του κλάδου. Ο κλάδος διπλασίασε τον κύκλο εργασιών του στο διάστημα της δεκαετίας του 2000 και έχει περιθώρια δυναμικής ανάπτυξης, χάρη και στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών που επιτρέπουν την επεξεργασία και συντήρηση των αλιευμάτων με τη μικρότερη δυνατή απώλεια οργανοληπτικών ουσιών. Οι επιχειρήσεις του κλάδου επενδύουν στην ανάπτυξη τέτοιων τεχνολογιών και τεχνογνωσίας, όμως υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης και βελτίωσης της ανταγωνιστικότητάς τους σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο.

Βιβλιογραφία

ICAP (2009). *Ιχθυοκαλλιέργειες*, κλαδική μελέτη.

ICAP (2000). *Κατεψυγμένα αλιεύματα*, κλαδική μελέτη

http://ec.europa.eu/fisheries/cfp/control_enforcement/who_does_control_el.htm

http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0163:FIN:EL:PDF

http://labs.opengov.gr/2010/04/25/2398

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΟΠΩΡΟΚΗΠΕΥΤΙΚΩΝ (ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΦΡΟΥΤΩΝ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ)

Αθανάσιος Χύμης [*]

Σύνοψη

Ο βιομηχανικός κλάδος επεξεργασίας και συντήρησης φρούτων και λαχανικών είναι από τους σημαντικότερους κλάδους της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων και αποτελεί περίπου το 12% αυτής. Είναι ένας σχετικά εύρωστος κλάδος με έντονη εξαγωγική δραστηριότητα και πολύ σημαντική συνεισφορά στο εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο. Το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδος στον αγροτικό τομέα είναι παραδοσιακά στον κλάδο των οπωροκηπευτικών.

Παρά τη μείωση στην εγχώρια κατανάλωση φρούτων και λαχανικών τις τελευταίες δεκαετίες, η τάση δείχνει να αναστρέφεται σταδιακά τα τελευταία χρόνια. Η γενικότερη αντίληψη ότι τροφές με αρκετά λιπαρά –σε συνδυασμό βέβαια και με τον καθιστικό τρόπο ζωής– ευθύνονται για διάφορα προβλήματα υγείας, βοηθά σε αυτή τη στροφή των προτιμήσεων των καταναλωτών δεδομένου ότι τα οπωροκηπευτικά αποτελούν την κατ' εξοχήν ομάδα τροφών με χαμηλά λιπαρά και αυξημένα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά.

Ο ανταγωνισμός στον κλάδο είναι ιδιαίτερα έντονος χάρη στον μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και στον μεγάλο βαθμό εκθέσεως του κλάδου στις διεθνείς αγορές με αρκετές εισαγωγές και πολλές εξαγωγές. Η ευκολία εισόδου-εξόδου από την αγορά (χαμηλό κόστος ενάρξεως επιχείρησης) βοηθά στη διατήρηση του υψηλού ανταγωνισμού. Επίσης, ο δραστικός περιορισμός της στήριξης των τιμών από την Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ,) και ιδιαίτερα η αποσύνδεση της στήριξης από την παραγωγή, έχει δημιουργήσει επιπλέον συνθήκες ανταγωνισμού. Οι δείκτες συγκέντρωσης είναι ιδιαίτερα χαμηλοί όχι μόνο λόγω του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων αλλά και λόγω της μη ύπαρξης ιδιαίτερα μεγάλων επιχειρήσεων που να κυριαρχούν στον κλάδο. Έτσι μπορούμε να μιλήσουμε για έναν κλάδο χωρίς προβλήματα στη λειτουργία του ανταγωνισμού.

Η ανταγωνιστικότητα του κλάδου στο εξωτερικό είναι υψηλή, όμως υποσκάπτεται από διάφορα προβλήματα όπως υψηλά μεταφορικά κόστη για τους εξαγωγείς, μεγάλος αριθμός μεσαζόντων, έλλειψη διαφήμισης των ελληνικών

[*] Ο συγγραφέας του κεφαλαίου ευχαριστεί τους συναδέλφους Σωτήρη Παπαϊωάννου και Κωνσταντίνο Κανελλόπουλο για τα εποικοδομητικά σχόλιά τους.

προϊόντων στο εξωτερικό, και έλλειψη αρκετών ποικιλιών για τη λειτουργία των παραγωγικών μονάδων όλο το χρόνο, με αποτέλεσμα την ασυνέχεια στις παραδόσεις σε πελάτες του εξωτερικού οι οποίοι στρέφονται σε ανταγωνιστές από Ιταλία ή Ισπανία. Τα προβλήματα αυτά μπορούν να περιοριστούν με κατάλληλη οργάνωση και έρευνα αγοράς, ενίσχυση διαφημίσεως, παραγωγή νέων προϊόντων, ποιοτική αναβάθμιση και διαρκή εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων (ICAP, 2007). Έτσι ο κλάδος όχι μόνο θα διατηρήσει αλλά και θα αυξήσει τον έντονο εξαγωγικό του χαρακτήρα και η χώρα θα διατηρήσει και αυξήσει το παραδοσιακά έντονο συγκριτικό πλεονέκτημα στα οπωροκηπευτικά, το οποίο δεν φαίνεται να εκμεταλλεύεται πλήρως.

4.1. Εισαγωγή

Τα οπωροκηπευτικά αποτελούν το πλέον εξαγώγιμο αγροτικό προϊόν της Ελλάδος. Αν και τα τελευταία χρόνια το εμπορικό πλεονασματικό ισοζύγιο μειώνεται λόγω της έντονης αύξησης των εισαγωγών, οι εξαγωγές παραμένουν σε σταθερά υψηλά επίπεδα (€1,1-€1,2 δις). Ο κλάδος της φυτικής παραγωγής είναι αρκετά ανεπτυγμένος στην Ελλάδα, σε αντίθεση με τον κλάδο της ζωικής παραγωγής όπου, όπως είδαμε και στο κεφάλαιο του κλάδου των προϊόντων κρέατος, η παραγωγή υπολείπεται κατά πολύ της κατανάλωσης με αποτέλεσμα το πολύ μεγάλο έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο.

Ο βιομηχανικός κλάδος των οπωροκηπευτικών (επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών) είναι αρκετά ανεπτυγμένος με έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, πράγμα που καταδεικνύει την υψηλή ανταγωνιστικότητά του. Ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων (άνω των 200) εγγυάται την ομαλή λειτουργία του ανταγωνισμού, και μάλιστα σε υψηλά επίπεδα. Επίσης, η αγορά είναι ανοικτή σε εισαγωγές οι οποίες συνεισφέρουν στο υψηλό επίπεδο ανταγωνισμού.

Τα οπωροκηπευτικά αποτελούν σημαντικό μερίδιο στο καλάθι της νοικοκυράς. Κατέχουν την δεύτερη θέση με συμμετοχή 20,3% στα είδη διατροφής, με πρώτα τα προϊόντα κρέατος (23,4%)[1]. Όπως και στην περίπτωση των προϊόντων κρέατος και των αλιευμάτων, ο κλάδος της βιομηχανίας οπωροκηπευτικών δεν επεξεργάζεται όλη την πρωτογενή παραγωγή φρούτων και λαχανικών. Έτσι ο κλάδος έχει κύκλο εργασιών που είναι μικρότερος από τον αντίστοιχο του πρωτογενούς τομέα. Αυτό συμβαίνει διότι, όπως και στις άλλες κατηγορίες τροφίμων, μεγάλες ποσότητες φρούτων και λαχανικών καταναλώνονται φρέσκα άνευ ουδεμίας μεταποιητικής διαδικασίας ή επεξεργασίας. Έτσι από την αγροτική παραγωγή περνούν στην κατανάλωση χωρίς την παρεμβολή του βιομηχανικού κλάδου.

Στα στοιχεία εισαγωγών εξαγωγών που μελετώνται στο αντίστοιχο τμήμα, λαμβάνεται υπόψη όλη η πρωτογενής παραγωγή για μια πιο ολοκληρωμένη

[1] Σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) της περιόδου 2004-2005.

εικόνα στον αναγνώστη, όσον αφορά στο οικονομικό μέγεθος και σημασία των οπωροκηπευτικών στα νοικοκυριά αλλά και στο εμπορικό ισοζύγιο της χώρας. Αν και οι διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων έχουν αλλάξει την τελευταία 30ετία, με στροφή από τη μεσογειακού τύπου δίαιτα (πλούσια σε φρούτα και λαχανικά και γενικά σε προϊόντα φυτικής προελεύσεως), προς αυτήν της κεντρικής ή βόρειας Ευρώπης (πλούσια σε πρωτεΐνες και γενικά προϊόντα ζωικής προελεύσεως), η κατανάλωση οπωροκηπευτικών παραμένει στην Ελλάδα από τις υψηλότερες στην Ευρώπη (ICAP, 2007).

Σύμφωνα με τη Στατιστική Ταξινόμηση Οικονομικών Δραστηριοτήτων (ΣΤΑΚΟΔ) του 2008, ο κλάδος της επεξεργασίας και συντήρησης φρούτων και λαχανικών έχει τον 3-ψήφιο κωδικό 103 και διαιρείται σε 3 υποκλάδους: «επεξεργασία και συντήρηση πατατών» (103.1), «παραγωγή χυμών φρούτων και λαχανικών» (103.2), και «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών» (103.9). Ο τρόπος αυτός διαχωρισμού δεν διευκολύνει την πιο λεπτομερή ανάλυση των ποικίλων προϊόντων που περιλαμβάνει η γενική κατηγορία φρούτων και λαχανικών. Η ανάλυση θα εστιαστεί στον υποκλάδο «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών (103.9), διότι αποτελεί το 94% του κλάδου. Για τους άλλους 2 υποκλάδους ακολουθεί σύντομη αναφορά.

Ο υποκλάδος πατάτας περιλαμβάνει μόνο 12-13 εταιρείες με συνολικό τζίρο περίπου τα €50 εκ. Οι 4 μεγαλύτερες επιχειρήσεις (*Τόττης*, *Τσακίρης*, *Παπαδόπουλος* και *Αγροκόμ*) καλύπτουν το 70% της συγκεκριμένης αγοράς που είναι πολύ μικρή και δεν αξίζει ιδιαίτερης μελέτης. Εξάλλου το εύρος προϊόντων παραγωγής των ανωτέρω εταιρειών δεν περιορίζεται αποκλειστικά στα προϊόντα πατάτας αλλά σε πολύ περισσότερα. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε τον *Τσακίρη*, ο οποίος από το 2004 και μετά αποτελεί θυγατρική της *Coca-Cola Τρία Έψιλον*, γνωστής για το μεγάλο εύρος προϊόντων στα οποία δραστηριοποιείται. Επίσης, η εταιρεία *Τόττης*, εκτός από τσιπς πατάτας, παράγει και κρουασάν, σνακ ψωμιού, και σοκολατοειδή. Αντίστοιχα, εταιρείες που έχουν καταχωρισθεί στον κωδικό 103.9 («άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών») έχουν ως προϊόν τους και πατάτες, άρα οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις του υποκλάδου της πατάτας δεν είναι οι μόνες που δραστηριοποιούνται στην πατάτα. Σημειώνεται μόνο περιληπτικά ότι η χρηματοοικονομική εικόνα του υποκλάδου επεξεργασίας και συντήρησης πατάτας δεν είναι καλή. Παρουσιάζει αρνητικές αποδόσεις ενεργητικού, ιδίων κεφαλαίων και περιθωρίου καθαρού κέρδους καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 1999-2008. Συγκεκριμένα, ο *Τσακίρης* παρουσιάζει έντονες ζημίες, ο *Παπαδόπουλος* λιγότερο έντονες, ενώ ο *Τόττης* και *Αγροκόμ* πολύ ελαφρά κέρδη της τάξεως του 0,1-0,4%.

Ο υποκλάδος παραγωγής χυμών περιλαμβάνει 13 εταιρείες εκ των οποίων λειτουργούν οι 10, με τις 4 μεγαλύτερες (*Σπάρτη Ελλάς*, *Αλμπέρτα*, *Hellenic juices*, και *Βιοχύμ*) να καλύπτουν €25 εκ. από τα €32 εκ., σύνολο δηλαδή 80% σχεδόν του υποκλάδου. Όμως, λόγω ισχυρού ανταγωνισμού από τον κλάδο της ποτοποιίας, το παρόν κεφάλαιο δεν αναλύει τον συγκεκριμένο υποκλάδο του

κλάδου των οπωροκηπευτικών, διότι έχει μελετηθεί στον σχετικό κλάδο ποτοποιίας. Αναφέρουμε μόνο ενδεικτικά ότι η εικόνα του υποκλάδου είναι σαφώς καλύτερη από αυτήν του υποκλάδου πατάτας, με θετικές αποδόσεις ενεργητικού (0,5%-1,25% την 5ετία 2004-2008) και ιδίων κεφαλαίων (1%-3% την ίδια περίοδο), καθώς και περιθώριο καθαρού κέρδους που κυμαίνεται στο 1%-2%. Η *Αλμπέρτα* είναι η πιο εύρωστη χρηματοοικονομικά εταιρεία (περιθώριο κέρδους έως και 5%), ακολουθούμενη από τις *Hellenic juices*, *Σπάρτη Ελλάς* και *Βιοχύμ* (περιθώριο κέρδους 3,5% 1%, και 0%, αντίστοιχα, το 2008).

Ο τελευταίος (κατά σειρά κωδικοποιήσεως) υποκλάδος «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών» αποτελεί, όπως προανεφέρθη, το 94% ολόκληρου του κλάδου (€1,4 δις εκ. του €1,5 δις του κλάδου συνολικά) και με αυτόν θα ασχοληθούμε στο παρόν κεφάλαιο. Βέβαια και εδώ υπάρχουν μεθοδολογικά προβλήματα –όπως και για τους περισσότερους κλάδους της οικονομίας αλλά και της βιομηχανίας τροφίμων ειδικότερα– για τον ακριβή υπολογισμό του ανταγωνισμού, αφού πολλές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται και στην παραγωγή άλλων προϊόντων πέραν των φρούτων και λαχανικών. Έτσι από τους ισολογισμούς των εταιρειών που χρησιμοποιούνται για να εξαχθούν συμπεράσματα για τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και τον ανταγωνισμό στον κλάδο δεν είναι δυνατόν να διαχωρισθεί και να αφαιρεθεί το οικονομικό σκέλος της κάθε επιχείρησης που αφορά προϊόντα εκτός κλάδου. Επίσης, η δραστηριότητα πολλών επιχειρήσεων έχει περιορισμένο γεωγραφικό χαρακτήρα λόγω του μικρού μεγέθους πολλών επιχειρήσεων αλλά και λόγω της ιδιαιτερότητας των παραγομένων προϊόντων που είναι ευπαθή. Αυτά στρεβλώνουν λίγο την εικόνα της χρηματοοικονομικής ανάλυσης και ανάλυσης του ανταγωνισμού του κλάδου, αλλά όχι σε βαθμό που να καθιστά την ανάλυση μη έγκυρη. Η πληθώρα των επιχειρήσεων, η μη ύπαρξη λίγων μεγάλων επιχειρήσεων που να ελέγχουν μεγάλο μέρος της αγοράς, η ευκολία εισόδου και εξόδου από την αγορά και το διευρυμένο εξωτερικό εμπόριο εγγυώνται την καλή λειτουργία υψηλού ανταγωνισμού στον κλάδο.

4.2. Οικονομικά στοιχεία, προσφορά, ζήτηση

Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP (2007), η συνολική εγχώρια παραγωγή νωπών οπορωκηπευτικών κυμάνθηκε στους 7 εκ. τόνους την περίοδο 2004-2006. Η σχέση φρούτων και λαχανικών στην παραγωγή είναι στο 48%-52%, δηλαδή η παραγωγή λαχανικών υπερτερεί ελαφρώς της παραγωγής φρούτων. Από τη συνολική παραγωγή των 7 εκ. τόνων, το 28% περίπου διατέθηκε για βιομηχανική χρήση, 10% εξήχθη και ένα 4-5% αυτοκαταναλώθηκε. Το ποσοστό που διατέθηκε στην αγορά τυποποιημένο και συσκευασμένο έφθασε το 28%. Το υπόλοιπο περίπου 30% της παραγωγής προωθήθηκε απευθείας στην αγορά χύδην και ένα μικρό μέρος αφορά φθορές και αποσύρσεις. Κατά μέσο όρο η συνολική παραγωγή τυποποιημένων-συσκευασμένων νωπών οπωροκηπευτικών κυμάνθηκε στους 2,4 εκ. τόνους ετησίως κατά την περίοδο 2000-2006, εκ των οποίων τα

φρούτα κάλυψαν περίπου το 64%. Στον συγκεκριμένο κλάδο δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα, όπως θα δούμε στη χρηματοοικονομική ανάλυση, να παρατηρείται μεγάλη διασπορά στα μερίδια παραγωγής (ICAP, 2007).

Η γεωγραφική κατανομή των μονάδων συνήθως ακολουθεί τη γεωγραφία της πρωτογενούς παραγωγής. Έτσι οι περιοχές που υπάρχει μεγαλύτερη γεωγραφική συγκέντρωση των βιομηχανικών μονάδων είναι οι: α) Κεντρική Μακεδονία (νομοί Πέλλης, Σερρών, Κιλκίς, Χαλκιδικής, Ημαθίας, Πιερίας), με κύρια προϊόντα τα πυρηνόκαρπα[2], τα σπαράγγια και τα ακτινίδια, και β) Πελοπόννησος (νομοί Κορινθίας, Αχαΐας, Αργολίδος, Ηλείας, Μεσσηνίας, Λακωνίας) με κύρια προϊόντα τα εσπεριδοειδή και τα σταφύλια. Επίσης αρκετές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε διάφορες περιοχές της χώρας όπου υπάρχει τοπική συγκέντρωση παραγωγής νωπών οπωροκηπευτικών, όπως π.χ. η Κρήτη, ο Έβρος και η Λάρισα (ICAP, 2007). Η εποχικότητα στη λειτουργία των επιχειρήσεων είναι ένα χαρακτηριστικό του κλάδου και οφείλεται στην περίοδο συγκομιδής των προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής που απαιτεί το μέγιστο βαθμό αξιοποίησης του παραγωγικού δυναμικού σε μικρό χρονικό διάστημα. Ως συνέπεια της εποχικής λειτουργίας αρκετές εταιρείες του κλάδου απασχολούν μικρό μόνιμο προσωπικό, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των απασχολουμένων εργάζεται ορισμένους μήνες του έτους μόνο (ICAP, 2007).

Στον Πίνακα 4.1 παρουσιάζεται η ακαθάριστη αξία παραγωγής του κλάδου σε τρέχουσες τιμές και ως ποσοστό στο σύνολο της βιομηχανίας τροφίμων και του ΑΕΠ. Η βιομηχανία τροφίμων συνολικά καταλαμβάνει το 3% περίπου του ΑΕΠ. Ο κλάδος των οπωροκηπευτικών αποτελεί το 11-13% της βιομηχανίας τροφίμων και το 0,3-0,4% περίπου του ΑΕΠ συνολικά. Γενικά ο κλάδος παρουσιάζει μία αύξηση που κυμαίνεται –με κάποιες αυξομειώσεις– σε παρόμοια επίπεδα με αυτά του γενικότερου κλάδου των τροφίμων. Πιο συγκεκριμένα, για την περίοδο 2000-2008, ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης της παραγωγής της βιομηχανίας τροφίμων σε τρέχουσες τιμές ήταν 5,28%, ενώ του κλάδου των οπωροκηπευτικών 2,64% λόγω μιας πτωτικής τάσης τα πρώτα χρόνια, αλλά την περίοδο της πενταετίας 2004-2008 αυξήθηκε στο 6,68% με τον κλάδο τροφίμων στο 5,37%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1
Ακαθάριστη αξία παραγωγής (εκ. ευρώ και ποσοστά)

Έτος	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*	2008*
Κλάδος οπωρ/κών	836,9	812,8	808,0	745,7	844,2	829,9	867,0	1057,8	1030,5
Κλάδος τροφίμων	6.034	6.807	6.654	6.823	7.006	7212	7.503	8.492	9.105
% κλάδου οπωρ/κών επί βιομ. τροφίμων	13,9	11,9	12,1	10,9	12,0	11,5	11,6	12,5	11,3
% στο ΑΕΠ	0,37	0,34	0,30	0,25	0,34	0,34	0,34	0,38	0,37

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανίας, *προσωρινά στοιχεία.

[2] Ροδάκινα, βερίκοκα, δαμάσκηνα, κεράσια.

Στον Πίνακα 4.2 φαίνεται η εξέλιξη των επενδύσεων και της απασχόλησης στον κλάδο των οπωροκηπευτικών σε απόλυτα ποσά αλλά και ως ποσοστό στον ευρύτερο κλάδο της βιομηχανίας τροφίμων. Οι επενδύσεις κυμαίνονται στο 8%-16% των επενδύσεων στη βιομηχανία τροφίμων και ο μέσος όρος (12%) είναι στα επίπεδα του ποσοστού της ακαθάριστης αξίας παραγωγής του κλάδου ως προς την βιομηχανία τροφίμων. Στην απασχόληση βλέπουμε ότι ο κλάδος απασχολεί αναλογικά ελαφρώς περισσότερους εργαζόμενους και κυμαίνεται ως ποσοστό στη βιομηχανία τροφίμων στο 15-16%. Διαχρονικά φαίνεται να υπάρχει μία ελαφρά μείωση για την τελευταία 6ετία 2002-2007. Αυτό δεν είναι κατ' ανάγκην αρνητικό, διότι μπορεί να αντανακλά αύξηση της παραγωγικότητας του κλάδου και να υπάρχει υποκατάσταση της εργασίας από το κεφάλαιο. Πράγματι πολλές εργασίες όπως διαλογή, τυποποίηση, συσκευασία δεν χρειάζονται πλέον τόσο ανθρώπινο δυναμικό όσο παλαιότερα και γίνονται με μηχανικά μέσα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2
Εξέλιξη επενδύσεων (σε εκ. ευρώ) και απασχόληση

Εξέλιξη επενδύσεων	1999	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*	2006*	2007*
Κλάδος οπωρ/κών	42,4	67,7	44,0	52,5	58,7	77,5	60,1	42,2	56,1
Βιομ. τροφίμων	510,3	538,5	504,4	482,5	515,4	490,8	368,2	430,1	468,4
% κλάδου στη βιομ. τροφ.	8,3	12,6	8,7	10,9	11,4	15,8	16,3	9,8	12,0
Απασχόληση									
Κλάδος οπωρ/κών	7.592	8.575	8.671	8.465	7.689	7.624	7.765	7.923	7.760
Βιομ. τροφίμων	49.883	50.430	51.394	51.485	50.858	50.178	50.092	52.062	53.122
% κλάδου στη βιομ.τροφ.	15,2	17,0	16,9	16,4	15,1	15,2	15,5	15,2	14,6

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανίας, *προσωρινά στοιχεία.

Από τον Πίνακα 4.3 διαπιστώνεται ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου είναι πάνω από 200, σύμφωνα την έρευνα βιομηχανίας, που ενδεχομένως δεν περιλαμβάνει όλες τις επιχειρήσεις, δεν παύει όμως να αποτελεί μια καλή εικόνα της πραγματικότητας. Η ομάδα με τις περισσότερες επιχειρήσεις είναι με 11-49 εργαζόμενους, ενώ αρκετές είναι και οι μεγαλύτερες, με 50-250 εργαζόμενους. Υπάρχει σημαντική αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων, ενώ ταυτόχρονα δεν παρατηρείται αύξηση του αριθμού των εργαζομένων. Όπως ήδη ανεφέρθη, αυτό πιθανώς να οφείλεται στη μηχανοποίηση αρκετών διαδικασιών της μεταποίησης.

Χαρακτηριστικά ο ρυθμός ετήσιας αύξησης του αριθμού των επιχειρήσεων την περίοδο 1999-2007 (το 2008 δεν υπολογίζεται διότι δεν υπήρχαν τα στοιχεία για όλες τις επιχειρήσεις) ήταν 5,1%. Συγκεκριμένα για τις μικρές επιχειρήσεις με λιγότερους από 10 εργαζόμενους ο ρυθμός ήταν ο μεγαλύτερος με 10,6%, ακολουθούν οι μεγάλες (50-250 εργαζόμενους) με 4,2%, και οι μεσαίες (11-49 εργαζόμενους) με 3,7%. Οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις βλέπουμε ότι δεν έχουν σημαντικές μεταβολές και παραμένουν στα ίδια επίπεδα. Αυτό δείχνει, όπως επισημαίνει και η ICAP, ότι είναι σχετικά εύκολο να ξεκινήσει κάποιος επιχείρηση στον κλάδο και δεν υπάρχει απαίτηση υψηλών κεφαλαίων. Άρα οι περιορισμοί για την έναρξη επιχείρησης δεν είναι σημαντικοί, πράγμα που βοηθά τον υγιή ανταγωνισμό στον κλάδο (ICAP, 2007).

Το κόστος εργασίας ως ποσοστό επί της συνολικής ακαθάριστης παραγωγής του κλάδου παραμένει σε σχετικά χαμηλά επίπεδα και, ύστερα από τη σχετική αύξηση που σημείωσε μέχρι το 2006, κινείται πτωτικά μετά και διαμορφώθηκε στο 16,6% το 2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3

Απασχολούμενοι, παραγωγή και κόστος εργασίας στον κλάδο επεξεργασίας και συντήρησης φρούτων και λαχανικών

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008*
Σύνολο επιχ/σεων	131	149	163	173	183	199	214	208	206	186
0-10 εργ/μενοι	23	28	36	42	39	48	52	51	51	43
11-49 εργ/μενοι	61	67	70	72	83	86	93	90	90	82
50-250 εργ/μενοι	36	41	43	47	51	52	55	55	52	49
250+ εργ/μενοι	11	13	14	12	12	13	14	12	13	12
Απασχόληση	7.592	8.575	8.671	8.465	7.689	7.624	7.765	7.923	7.760	7.750
Παραγωγή, εκ.€	698,6	836,9	812,8	808,0	745,7	844,2	829,9	867,0	1.057,8	1.030,5
Κόστος εργασίας, εκ.€	99,4	125,2	125,3	132,1	134,4	144,6	151,8	159,8	176,5	171,2
% κόστους εργ. επί αξίας παραγ.	14,2	15,0	15,4	16,3	18,0	17,1	18,3	18,4	16,7	16,6

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Βιομηχανίας, *δεν έχουν δώσει όλες οι επιχειρήσεις στοιχεία.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο είναι εκτός από Α.Ε. και Ε.Π.Ε., ομόρρυθμες και ατομικές επιχειρήσεις καθώς και συνεταιρισμοί με σημαντική παρουσία στην αγορά. Γενικά ο κλάδος περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και συνεταιρισμών, με έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό. Ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων υποδηλώνει μικρό βαθμό συγκέντρωσης στον κλάδο και οφείλεται αφενός στον κατακερματισμό της πρωτογενούς παραγωγής και, αφετέρου, στο σχετικά χαμηλό ύψος επένδυσης που απαιτείται για μια επιχείρηση για την είσοδό της στον κλάδο.

Ο κλάδος έχει έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό και οι αυξημένες απαιτήσεις ποιότητας και εμφάνισης στις ανεπτυγμένες αγορές της Ευρώπης έχουν ωθήσει πολλές επιχειρήσεις να επενδύσουν στη διάθεση σύγχρονων γραμμών διαλογής καθώς και πιστοποιημένων συστημάτων τυποποίησης, συσκευασίας, διασφάλισης ποιότητας και υγιεινής (ICAP, 2007). Όσον αφορά στη ζήτηση, σύμφωνα με την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) της ΕΛ.ΣΤΑΤ. το ποσοστό της συνολικής δαπάνης για είδη διατροφής του μέσου νοικοκυριού που προορίζεται για οπωροκηπευτικά το 2004-5 διαμορφώθηκε στο 20,3%, ενώ ήταν στο 21,6% το 1999. Τα οπωροκηπευτικά, παρά τη μικρή αυτή μείωση, είναι η δεύτερη σημαντικότερη κατηγορία ειδών διατροφής μετά το κρέας, το οποίο αποσπά το 23,4% της μέσης ετήσιας διατροφικής δαπάνης των νοικοκυριών.

Είναι ενδιαφέρον ότι, παρά τη γενικότερη προβολή των ωφελειών της δίαιτας πλούσιας σε φρούτα και λαχανικά, παρατηρείται μείωση της σχετικής δαπάνης αγοράς των προϊόντων αυτών. Ενώ έχει παρατηρηθεί μείωση στη σχετική δαπάνη για προϊόντα κρέατος την περίοδο 1999-2004-5, τα οπωροκηπευτικά δεν φαίνεται να κερδίζουν από την υποχώρηση του κρέατος την οποία

έρχονται να καλύψουν τα γαλακτοκομικά και αλιεύματα που έχουν αυξήσει τα ποσοστά τους από 19,2% σε 19,6% και από 8,2% σε 8,8%, αντίστοιχα.

Βέβαια να σημειωθεί ότι από τα ανωτέρω ποσοστά δεν μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για τη μεταβολή στη ζητούμενη ποσότητα, διότι τα ποσοστά αυτά αφορούν αξίες οπότε η μεταβολή της σχετικής τιμής των προϊόντων επηρεάζει σημαντικά το βάρος τους στο καλάθι της νοικοκυράς. Χαρακτηριστικά, στον Πίνακα 4.4 παρουσιάζεται η εξέλιξη του δείκτη τιμών για τα οπωροκηπευτικά, και για λόγους σύγκρισης, για το κρέας και τα αλιεύματα. Παρατηρούμε ότι την περίοδο 2000-2005 οι τιμές των οπωροκηπευτικών, ενώ σημείωσαν έντονη άνοδο τις χρονιές 2002-2003, μετά υποχώρησαν για να καταλήξουν σε αναλογικά χαμηλότερα επίπεδα (δείκτης 111,8 για το 2005) από τις αντίστοιχες του κρέατος και των αλιευμάτων (114,8 και 118,8, αντίστοιχα). Αυτό σημαίνει ότι μικρή αύξηση της ζητουμένης ποσότητας θα εξουδετερονόταν από τη σχετική μείωση της τιμής των οπωροκηπευτικών, με αποτέλεσμα η σε αξία εκφρασμένη ζήτηση να παρουσιάζει στασιμότητα, ή και μείωση ακόμα, σε σχέση με την σε αξία ζήτηση κρέατος και αλιευμάτων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4

Εξέλιξη δείκτη τιμών για οπωροκηπευτικά, αλιεύματα και κρέας, 2000-2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Οπωρ/κά	100	107,6	125,4	138,4	122,9	111,8
Κρέας	100	106,0	106,6	108,7	112,1	114,8
Αλιεύμ.	100	103,7	110,4	120,7	120,7	118,8

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΟΠ (Πίνακας 4.5), η μηνιαία κατανάλωση φρούτων κατά κεφαλήν έπεσε κατά 12%, στα περίπου 8 κιλά το 2004-5 από 9,1 κιλά το 1974. Ο πίνακας δεν παρέχει συνολικά στοιχεία για τη μεταβολή στην κατανάλωση λαχανικών, αλλά ενδεικτικά αναφέρονται κάποια προϊόντα όπως οι πατάτες και τα όσπρια, των οποίων η κατανάλωση κατά το διάστημα 1974-2004 μειώθηκε κατά 16,7 % στα όσπρια και 1% στις πατάτες.

Αντίθετα, μεγάλη αύξηση σημειώνεται στην κατανάλωση προϊόντων ζωικής προελεύσεως. Επισημαίνεται ότι τα στοιχεία του πίνακα αφορούν την περίοδο από το 1974 και μετά, όπου πράγματι σημειώθηκε μεγάλη αύξηση στην κατανάλωση ζωικών προϊόντων και μείωση σε οπωροκηπευτικά. Όμως τα τελευταία χρόνια η τάση αυτή δείχνει να αντιστρέφεται. Παρά τη διαχρονική αυτή μείωση, η Ελλάδα παραμένει στην πρώτη θέση στην κατά κεφαλή κατανάλωση οπωροκηπευτικών με 580 γραμμάρια ημερησίως, σημαντικά μπροστά από τη δεύτερη Ιταλία με 417 γραμμάρια ημερησίως και τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες που κυμαίνονται στα 250-350 γραμμάρια. (ICAP, 2007). Αυτό μεταφράζεται σε 212 κιλά μέση ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση οπωροκηπευτικών εκ των οποίων 100 κιλά είναι τα φρούτα και 112 τα λαχανικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5
Μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση προϊόντων διατροφής

Είδη διατροφής	Μονάδα μέτρησης	ΕΟΠ		Ποσοστιαία μεταβολή 1974 /2004/05 %
		1974	2004/05	
Ρύζι	Χιλιόγραμμα	0,548	0,485	-11,5
Ζυμαρικά	>>	0,695	0,876	26,0
Κρέας	>>	3,007	4,776	58,8
Ψάρια	>>	1,094	1,385	26,6
Ελαιόλαδο	Λίτρα	1,615	1,952	20,9
Νωπό γάλα	>>	3,206	4,491	40,1
Γιαούρτι	Χιλιόγραμμα	0,372	0,715	92,2
Τυρί	>>	0,985	1,420	44,2
Φρούτα	Χιλιόγραμμα	9,148	8,053	-12,0
Πατάτες	>>	3,760	3,731	-0,8
Όσπρια	>>	0,520	0,433	-16,7

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΕΟΠ.

4.3. Εξωτερικό εμπόριο

Τα οπωροκηπευτικά είναι η κυριότερη κατηγορία προϊόντων διατροφής που η Ελλάδα έχει μεγάλες εξαγωγικές επιδόσεις. Όμως τα τελευταία χρόνια οι εισαγωγές έχουν σημειώσει γρήγορη αύξηση, περιορίζοντας έτσι το μεγάλο εμπορικό πλεόνασμα που παραδοσιακά είχε η χώρα στο εμπόριο οπωροκηπευτικών. Όπως ανεφέρθη και παραπάνω, ο βιομηχανικός κλάδος δεν περιλαμβάνει ολόκληρη την παραγωγή οπωροκηπευτικών αλλά μόνον ένα μέρος αυτής, και έτσι παρουσιάζονται τα εμπορικά στοιχεία από ολόκληρη την παραγωγή οπωροκηπευτικών, για να δοθεί μια καλύτερη και πιο ευρεία εικόνα του εμπορίου και των δεικτών εμπορίου. Στον Πίνακα 4.6 παρουσιάζονται στοιχεία εμπορίου φρούτων και λαχανικών, για την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Με βάση αυτά τα στοιχεία υπολογίζονται οι δείκτες εμπορίου στο τέλος του πίνακα. Στοιχεία για τις εξαγωγές των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του βιομηχανικού κλάδου της επεξεργασίας και συντήρησης φρούτων και λαχανικών παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.7.

Βλέπουμε ότι οι εισαγωγές αυξήθηκαν με ρυθμό 7,65% την περίοδο 1999-2008, ενώ οι εξαγωγές με 2,97%. Έτσι η διαφορά μεταξύ εισαγωγών και εξαγωγών διαχρονικά περιορίζεται, αλλά και οι δείκτες εμπορίου χειροτερεύουν αφού η ανταγωνιστικότητα μειώνεται. Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης οι εξαγωγές αυξάνουν με ρυθμό 8,32%, ενώ οι εισαγωγές με 5,34%. Βέβαια η ΕΕ είναι ισχυρά ελλειμματική στα οπωροκηπευτικά με εξαγωγές στο ύψος των €7 δις και εισαγωγές στα €19 δις. Χαρακτηριστικό της σημαντικότητας των οπωροκηπευτικών στις ελληνικές εξαγωγές είναι το γεγονός ότι ως ποσοστό επί του συνόλου των εξαγωγών στην Ελλάδα τα οπωροκηπευτικά αποτελούν το 8%, ενώ στην ΕΕ μόνο το 0,5%. Ως προς τον όγκο παρατηρούμε μία μείωση των εξαγομένων ποσοτήτων με ρυθμό 0,81%, ενώ οι εισαγόμενες ποσότητες αυξήθηκαν με ρυθμό 6,26%. Οι ελληνικές εξαγωγές φρούτων και λαχανικών προορίζονται σε μεγαλύτερο ποσοστό (70-75%) για την ΕΕ, ενώ το υπόλοιπο για

τρίτες χώρες. Αντίθετα, το μεγαλύτερο ποσοστό (60-70%) των εισαγωγών προέρχεται από τρίτες χώρες, αν και ο ρυθμός αύξησης των εισαγωγών από την ΕΕ αυξάνει με ταχύτερους ρυθμούς (10,5%).

Οι τιμές των δεικτών εμπορίου αντικατοπτρίζουν αφενός τα καλά επίπεδα ανταγωνιστικότητας στα οπωροκηπευτικά, αφετέρου μια σχετική επιδείνωση της ανταγωνιστικότητας διαχρονικά. Παρουσιάζουν δηλαδή πτωτική πορεία, η οποία ήταν ιδιαίτερα έντονη την περίοδο 2001-2003, ενώ μετά υπάρχει σταθεροποιητική τάση. Οι δείκτες Balassa και Vollrath είναι αρκετά πάνω από τη μονάδα, αλλά έχουν γενικά πτωτική τάση. Ο μέσος ρυθμός μεταβολής τους την περίοδο 1999-2008 ήταν στο -2,5% και -2,6%, αντίστοιχα. Ενδεικτικός είναι επίσης ο δείκτης έντασης εμπορίου, ο οποίος αρχικά έχει σχετικά μεγάλες θετικές τιμές (0,44-0,49) που σημαίνουν ότι οι εξαγωγές υπερτερούσαν αρκετά των εισαγωγών, όμως μειώνεται με ρυθμό 5,45%, πράγμα που αντανακλά τη γρήγορη αύξηση των εισαγωγών.

Στον Πίνακα 4.7 φαίνονται οι εξαγωγές των 10 μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι περισσότερες έχουν μεγάλα ποσοστά εξαγωγών επί του κύκλου εργασιών τους. Υπάρχουν εταιρείες όπως η *Olympic Fruit* που το σύνολο της παραγωγής τους εξάγεται. Σε καμία επιχείρηση το ποσοστό παραγωγής που εξάγεται δεν πέφτει κάτω του 50%. Το ποσοστό των εξαγωγών των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων επί του συνόλου των εξαγωγών του κλάδου δεν υπερβαίνει το 25%, δείχνει δηλαδή ότι υπάρχουν πολλές άλλες επιχειρήσεις με εξαγωγική δραστηριότητα. Αυτό υποδηλώνει τον ισχυρό εξαγωγικό προσανατολισμό του κλάδου της επεξεργασίας και συντήρησης φρούτων και λαχανικών.

Οι συνολικές εξαγωγές του κλάδου σε αξία έφθασαν το 2008 τα €955,3 εκ. Η Ελλάδα έχει πολλές δυνατότητες αύξησης των εξαγωγών, και μέσω αύξησης της πρωτογενούς παραγωγής, αλλά ιδιαιτέρως μέσω της αύξησης των εξαγωγών μεταποιημένων οπωροκηπευτικών, τα οποία μπορούν να έχουν αυξημένη αξία λόγω της επεξεργασίας και μεταποίησης. Η αύξηση του ποσοστού των οπωροκηπευτικών, που διοχετεύεται στον βιομηχανικό κλάδο επεξεργασίας και συντήρησης θα μπορούσε να αποτελέσει δυνατότητα ανάπτυξης του κλάδου και αύξησης των εξαγωγών. Τα γνωστά προβλήματα στην εμπορία των αγροτικών προϊόντων, όπως δημιουργία σύγχρονων μορφών αγοράς, δίκτυα πληροφόρησης, εξειδικευμένες αγορές, αποθηκευτικοί και ψυκτικοί χώροι, μείωση κόστους μεταφοράς, εμποδίζουν την εκμετάλλευση του ισχυρού συγκριτικού πλεονεκτήματος που έχει η χώρα στην παραγωγή οπωροκηπευτικών (Μέργος, 1998˙ Παχάκη, 2006).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6

Εξέλιξη εισαγωγών, εξαγωγών οπωροκηπευτικών Ελλάδος και ΕΕ, συνολικών εισαγωγών-εξαγωγών Ελλάδος και ΕΕ, και δείκτες εμπορίου

(εκ. €)

Μεταβλητή	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	% Ρυθμός μεταβολής*
Εισαγωγές οπ/κών	408	406	463	512	588	639	617	651	763	791	711	7,65
Εξαγωγές οπ/κών	1.047	1.149	1.355	1.088	920	916	1.069	1.193	1.312	1.363	1.264	2,97
Σύν. εισαγωγών χώρας	28.644	36.249	35.742	33.387	39.650	42.415	43.755	50.668	55.634	60.975	42.915	8,76
Σύν. εξαγωγών χώρας	10.386	12.723	12.675	11.013	11.830	12.306	13.888	16.525	17.205	17.440	14.405	5,93
ΕΕ Εισαγωγές οπ/κών	13.289	13.813	14.453	14.867	15.070	16.098	17.803	18.666	20.519	21.229	19.092	5,34
ΕΕ Εξαγωγές οπ/κών	3.868	4.444	4.920	5.532	5.266	5.224	5.541	6.502	7.382	7.938	7.326	8,32
Συν. ΕΕ-Εισαγωγές	683.082	849.739	884.707	891.898	869.236	952.723	1.052.719	1.160.100	1.240.538	1.309.791	1.096.253	7,50
Συν. ΕΕ-Εξαγωγές	743.297	992.698	979.145	936.972	935.245	1.026.709	1.179.569	1.352.787	1.433.431	1.564.925	1.199.688	8,62
Εξαγωγές, τόνοι	1.596.205	1.760.141	2.025.657	1.474.505	1.150.897	1.209.929	1.432.313	1.494.187	1.479.931	1.483.541	1.449.639	-0,81
Εισαγωγές, τόνοι	538.315	554.046	650.213	646.290	777.678	861.149	724.631	766.608	847.481	929.371	803.501	6,26
Εισαγωγές (από ΕΕ)	114	117	157	205	209	268	267	248	299	280	242	10,50
Εισαγωγές (εκτός ΕΕ)	294	289	306	307	379	371	350	404	464	511	468	6,33
Εξαγωγές (από ΕΕ)	835	856	1017	753	688	664	786	860	939	1008	928	2,11
Εξαγωγές (εκτός ΕΕ)	213	293	337	335	232	252	283	334	373	356	335	5,87
Balassa	19,4	20,2	21,3	16,7	13,8	14,6	16,4	15,0	14,8	15,4	14,4	-2,51
Vollrath	18,6	19,5	20,5	15,8	13,0	13,7	15,6	14,2	14,0	14,6	13,4	-2,67
Ένταση εμπορίου	0,44	0,48	0,49	0,36	0,22	0,18	0,27	0,29	0,26	0,27	0,28	-5,45

Πηγή: Eurostat. *Στον υπολογισμό του μέσου ετήσιου ρυθμού μεταβολής δεν περιλαμβάνεται το 2009 λόγω των ιδιαιτέρων οικονομικών συνθηκών (χρηματοπιστωτική κρίση). Τα ποσοστά αφορούν την περίοδο 1999-2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7

Αξία και ποσοστά εξαγωγών επί των πωλήσεων των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου, 1999-2008

Εταιρείες	1999		2000		2001		2002		2003	
	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%	Εκ.€	%
PAVLIDIS, PR., S.A.	21,5	89	49,0	89	35,4	89	35,7	89	33,6	89
INTERCOMM FOODS S.A.	10,5	95	12,1	95	16,9	95	20,7	95	21,4	95
CARDICO C. S.A.	12,5	48	30,1	75	32,9	72	24,9	56	28,1	56
KATSIAMAKAS S.A.			10,5	60	9,7	60	14,6	60	16,0	60
OLYMPIC FRUIT S.A.	15,8	100	17,4	100	23,0	100	23,8	100	23,0	100
KRONOS S.A.	24,6	100	31,1	100	38,7	100	34,4	100		
ELBAK GREEK S.A.	16,9	95	23,2	95	16,7	95	20,0	96	18,8	96
DEL MONTE HELLAS S.A.	23,7	95	31,9	95	35,6	95	37,9	95		
NOMIKOS, D., S.A.	16,0	95	20,3	95	18,9	95	19,5	85	19,1	85
ASPIS K. DEDES S.A.	13,5	70	10,4	70	12,2	70	14,5	70	14,6	70
Κλάδος	522,8	78,3	675,6	76,6	728,7	76,1	774,8	76,7	708,4	66,2
	2004		2005		2006		2007		2008	
PAVLIDIS, PR., S.A.	36,8	89	37,7	89	46,1	89	52,6	89	50,0	89
INTERCOMM FOODS S.A.	23,7	95	33,0	95	36,4	95	40,8	95	47,6	95
CARDICO C. S.A.	34,1	56	45,3	56	33,3	56	31,0	56	27,1	56
KATSIAMAKAS S.A.	23,3	60	16,3	60	16,6	60	23,2	60		
OLYMPIC FRUIT S.A.	25,7	100	27,3	100	30,4	100	34,2	100	37,8	100
KRONOS S.A.										
ELBAK GREEK S.A.	20,4	96	22,0	96	23,5	96	30,3	96	33,1	96
DEL MONTE HELLAS S.A.										
NOMIKOS, D., S.A.	22,3	85	22,1	85	23,2	85	28,2	85	27,7	85
ASPIS K. DEDES S.A.	9,6	50	7,5	50	7,6	50	11,0	50	14,1	50
Κλάδος	764,5	67,1	833,7	66,1	880,0	67,5	966,8	66,3	955,3	65,6

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

4.4. Θεσμικό πλαίσιο

Τα τρόφιμα γενικά είναι μία ιδιαίτερη κατηγορία προϊόντων με συγκεκριμένο εθνικό και ευρωπαϊκό θεσμικό πλαίσιο, ώστε να διαφυλάσσεται η υγεία των καταναλωτών. Τα οπωροκηπευτικά ως ένα ιδιαίτερα ευαίσθητο προϊόν έχουν απασχολήσει την Ελλάδα και την ΕΕ, με αποτέλεσμα να υπάρχει ένα αυστηρό πλαίσιο κανόνων διασφάλισης της ποιότητας και τήρησης των κανόνων υγιεινής.

Οι διαδικασίες που ακολουθούνται στη διαχείριση των οπωροκηπευτικών έχουν τυποποιηθεί. Οι διαδικασίες αυτές, ανάλογα φυσικά και τον προορισμό του πρωτογενούς προϊόντος, περιλαμβάνουν παραλαβή του προϊόντος, καθάρισμα, πλύσιμο, στέγνωμα, διαλογή, κατάταξη σε μεγέθη, κατάταξη σε ποιότητες, απολύμανση, στίλβωση, απλή ψύξη, συσκευασία (υπερχονδρεμπορική, χονδρεμπορική, λιανεμπορική) και στη συνέχεια προώθηση στην αγορά. Το παραπάνω πρωτόκολλο αφορά κυρίως τα νωπά οπωροκηπευτικά. Ανάλογες διαδικασίες ακολουθούνται για παραγωγή άλλων ειδών προϊόντων όπως κονσέρβες (ICAP, 2007).

Ο διαχωρισμός σε ποιοτικές κατηγορίες γίνεται με βάση ορισμένα εθνικά, Κοινοτικά και διεθνή εμπορικά πρότυπα εμπορίας – ποιότητας. Από 1ης

Ιανουαρίου 2006 δεν επιτρέπεται η διακίνηση σε προϊόντα ατυποποίητα και χωρίς την αναγραφή του Κωδικού Αριθμού Μητρώου του εμπόρου οπωροκηπευτικών. Η τυποποίηση παρουσιάζει πλεονεκτήματα όπως θετική επίδραση στην οργάνωση της παραγωγής και της εμπορίας των οπωροκηπευτικών αξιοποιώντας την εγχώρια παραγωγή, διασφάλιση της νομιμότητας των συναλλαγών και της διαφάνειας των αγορών, απομάκρυνση από τις αγορές προϊόντων μη ικανοποιητικής ποιότητας και προστασία της υγείας και της οικονομίας των καταναλωτών, αποκλείοντας προσβεβλημένα από εχθρούς και ασθένειες ή υποβαθμισμένα λόγω κακής συντήρησης και προϊόντα (ICAP, 2007).

Ο έλεγχος εφαρμογής της τυποποίησης οργανώνεται και συντονίζεται από τη Διεύθυνση Μεταποίησης, Τυποποίησης και Ποιοτικού Ελέγχου του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, εποπτεύεται και συντονίζεται περιφερειακά από τα περιφερειακά κέντρα προστασίας φυτών και ποιοτικού ελέγχου και ασκείται από τους ποιοτικούς ελεγκτές του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και των υπηρεσιών γεωργίας των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων, σε εφαρμογή των Καν. (ΕΚ) 2200/96, Καν.1148/2001 και των σχετικών εγκυκλίων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ICAP 2007).

Επίσης, πρόσφατα στην αγορά εφαρμόστηκε η διαδικασία της ιχνηλασιμότητας (traceability). Η ιχνηλάτηση του προϊόντος, δηλαδή η αναγραφή της ταυτότητός του, έχει σκοπό ο τελικός καταναλωτής να γνωρίζει τον παραγωγό του συγκεκριμένου προϊόντος, την τοποθεσία παραγωγής, την ποιότητα, το μέγεθος, τον χονδρέμπορο διακίνησης καθώς και τον λιανοπωλητή. Σύμφωνα με αυτή τη διαδικασία σε κάθε επιχείρηση που διαχειρίζεται τρόφιμα επιβάλλεται πλέον η διαδικασία της ιχνηλασιμότητας, αφενός μεν από τον αμέσως προηγούμενο προμηθευτή, αφετέρου δε προς τον αμέσως επόμενο αγοραστή. Η ιχνηλασιμότητα είναι και προς όφελος των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν με συνέπεια όλα τα μέτρα για την προστασία του καταναλωτή. Εάν σε κάποιο στάδιο της αλυσίδας των τροφίμων, από τον παραγωγό μέχρι τον τελικό πωλητή, βρεθεί το τρόφιμο να είναι ακατάλληλο ή επικίνδυνο, ο εν λόγω φορέας έχει την ευκαιρία να εντοπίσει άμεσα την προέλευση και να υποδείξει τον αμέσως προηγούμενο φορέα ευθύνης του προϊόντος, δηλαδή τον προμηθευτή του (ICAP, 2007).

Η αγορά νωπών οπωροκηπευτικών προϊόντων υπόκειται από την Ευρωπαϊκή Ένωση σε καθεστώς ρυθμίσεων και παρεμβάσεων, τόσο όσον αφορά στους μηχανισμούς της αγοράς όσο και σε σχέση με την ποιότητα και την υγιεινή των προϊόντων που φτάνουν στον τελικό καταναλωτή. Οι γενικές προδιαγραφές για την κοινή οργάνωση των αγορών στον τομέα των οπωροκηπευτικών έχουν θεσπιστεί με τον κανονισμό 2200/96 (28/10/1996).

Σύμφωνα με τον κανονισμό 1148/2001 (12/6/2001) όπως τροποποιήθηκε από τον κανονισμό 408/2003 (5/3/2003), τα κράτη-μέλη είναι υποχρεωμένα να καταρτίσουν βάση δεδομένων των συναλλασσόμενων στον τομέα των οπωροκηπευτικών. Η βάση δεδομένων για κάθε συναλλασσόμενο περιλαμβάνει μεταξύ άλλων τις πληροφορίες εκείνες που αφορούν τη θέση που κατέχει στην εμπορική

αλυσίδα, στοιχεία αναγνώρισης του οικονομικού μεγέθους του συναλλασσόμενου καθώς και διαπιστώσεις σχετικά με ελέγχους καταλληλότητας που πραγματοποιήθηκαν. Οι παραπάνω έλεγχοι αφορούν τόσο το στάδιο εισαγωγής όσο και της εξαγωγής.

Τέλος, άλλοι Κανονισμοί που ρυθμίζουν διάφορα ζητήματα της αγοράς των νωπών οπωροκηπευτικών είναι οι Κανονισμοί 907/2004 (29/4/2004), και 48/2003 (10/1/2003). Ο πρώτος έχει ως θέμα την τροποποίηση των προτύπων εμπορίας που εφαρμόζονται στα νωπά οπωροκηπευτικά σχετικά με την παρουσίαση και τη σήμανση. Συγκεκριμένα, οι ετικέτες που τίθενται ξεχωριστά σε κάθε προϊόν πρέπει να είναι τέτοιες ώστε, όταν αφαιρούνται, να μην υπάρχουν έκδηλα ίχνη κόλλας ούτε ελαττώματα στην εξωτερική επιφάνεια. Ο δεύτερος αφορά τον καθορισμό των κανόνων που εφαρμόζονται στα μείγματα διαφορετικών ειδών νωπών οπωροκηπευτικών στην ίδια συσκευασία πώλησης (ICAP, 2007).

Όσον αφορά στην πολιτική τιμών της ΕΕ, οι επιδοτήσεις στα αγροτικά προϊόντα έχουν περιοριστεί και το βασικότερο είναι ότι έχουν αποσυνδεθεί από την παραγωγή, δηλαδή δεν επηρεάζουν ούτε επηρεάζονται από το ύψος της παραγωγής και έχουν χαρακτήρα άμεσης εισοδηματικής ενίσχυσης. Επίσης, οι εξαγωγικές επιδοτήσεις έχουν περιοριστεί στα πλαίσια της νέας ΚΑΠ και του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΑ), οπότε δεν υπάρχει συμπίεση των τιμών προς τα κάτω. Οι τιμές διαμορφώνονται ελεύθερα στην αγορά χωρίς ουσιαστικές παρεμβάσεις. Η ΕΕ είναι ελλειμματική σε οπωροκηπευτικά και έτσι δεν υπάρχουν ποσοστώσεις ή άλλα μέτρα ρύθμισης παραγομένων ποσοτήτων.

Τέλος, σε θέματα ανταγωνισμού στην εγχώρια αγορά δεν έχουν αναφερθεί ιδιαίτερα προβλήματα ή προσπάθειες περιορισμού του. Μόνο μία απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού αφορά στον υπό μελέτη κλάδο, η 312/V/2006. Πρόκειται για την Ένωση Κονσερβοποιών Μεταποιητών Αγροτικών Προϊόντων Ελλάδος (ΕΚΕ) στον Κοπανό Ημαθίας. Η Επιτροπή έκρινε ότι μέλη της ΕΚΕ «συμφωνούσαν για την προσφορά συγκεκριμένης κοινής τιμής στους παραγωγούς κατά την αγορά προϊόντος προς επεξεργασία από τους ιδίους, καθώς επίσης και στην τιμή πώλησης» παραβιάζοντας έτσι το άρθρο 1 του ν. 703/77 περί ανταγωνισμού.

4.5. Χρηματοοικονομική ανάλυση

Στην παρούσα ενότητα εξετάζεται η χρηματοοικονομική κατάσταση του υποκλάδου «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών» και συγκεκριμένα των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων (Πίνακας 4.8). Όπως αναφέραμε στην Εισαγωγή, ο υποκλάδος αυτός καλύπτει σχεδόν όλο τον κλάδο, αφού αποτελεί το 94% αυτού και έχουν αφαιρεθεί οι υποκλάδοι πατάτας και χυμών για λόγους μεγαλύτερης ομοιογένειας του προϊόντος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8
Χρηματοοικονομικοί δείκτες υποκλάδου άλλης επεξεργασίας και συντήρησης φρούτων και λαχανικών

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Απόδοση ενεργητικού (%)									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ., Α.Ε.	2,10	3,59	3,62	2,56	0,14	3,64	4,57	3,82	2,72	3,31
INTERCOMM FOODS	1,90	1,14	1,07	0,54	0,30	0,44	0,42	1,23	1,46	1,98
C. C. CARDASSILARIS	10,49	3,99	3,45	4,78	5,04	2,57	6,94	3,25	0,42	-2,26
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		0,40	0,39	0,20	-4,78	0,15	0,48	0,13	0,07	
OLYMPIC FRUIT S.A.	13,35	19,42	23,34	10,86	1,92	4,70	9,24	9,99	6,64	4,90
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	23,48	1,95	1,90	1,02	0,05	0,19	1,61	4,97	9,68	1,07
ELBAK GREEK CANN.	0,89	0,59	0,04	0,42	0,12	0,06	-3,09	0,01	1,04	0,08
DEL MONTE HELLAS.	2,42	0,99	0,93	-1,25	-22,22	-2,82	1,85	0,37	1,62	1,65
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	2,69	0,30	2,37	1,72	0,85	4,20	2,55	0,48	-0,09	0,50
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ, Α.Ε.	14,55	10,49	8,76	6,51	5,13	1,29	2,42	1,59	12,58	13,40
Κλάδος	3,68	1,59	2,05	1,36	-0,35	0,84	0,93	0,39	0,57	0,49
	Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (%)									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ., Α.Ε.	7,60	9,75	10,72	6,95	0,41	10,78	13,12	11,78	8,85	8,97
INTERCOMM FOODS	5,16	3,67	4,32	2,85	1,19	2,06	1,94	5,46	6,99	9,07
C. C. CARDASSILARIS	29,81	18,68	15,17	18,79	16,22	8,71	21,49	8,80	1,31	-7,34
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		1,08	0,94	0,59	-18,36	0,58	1,93	0,73	0,34	
OLYMPIC FRUIT S.A.	25,03	31,49	35,05	16,31	2,75	7,41	14,87	16,57	12,50	6,57
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	52,62	6,09	5,27	3,25	0,19	0,79	5,87	14,52	23,62	2,89
ELBAK GREEK CANN.	4,39	2,90	0,19	2,20	0,51	0,27	-19,13	0,04	8,57	0,54
DEL MONTE HELLAS.	5,14	2,45	2,74	-4,78	-158,6	-12,25	9,16	2,34	10,23	8,89
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	5,37	0,63	4,66	3,26	1,60	9,58	5,80	1,22	-0,25	1,54
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ, Α.Ε.	18,21	11,70	10,58	7,74	6,09	1,46	2,67	1,82	16,23	21,42
Κλάδος	9,03	4,12	5,32	3,44	-0,92	2,32	2,71	1,18	1,87	1,62
	Ρευστότητα									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ., Α.Ε.	1,17	1,31	1,30	1,36	1,34	3,09	2,76	2,23	2,00	2,85
INTERCOMM FOODS	1,14	1,08	1,26	1,03	1,78	1,79	1,78	1,67	1,41	1,37
C. C. CARDASSILARIS	1,19	1,26	1,19	0,74	0,92	0,61	0,68	0,73	0,54	0,91
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		1,09	0,91	0,91	1,53	1,32	1,18	1,02	1,20	
OLYMPIC FRUIT S.A.	0,38	0,88	1,49	1,17	1,39	1,50	1,73	1,60	1,35	2,18
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	1,70	1,26	1,29	1,16	1,13	4,45	2,25	1,58	1,57	1,38
ELBAK GREEK CANN.	0,93	1,01	0,99	0,95	1,37	2,99	2,41	1,21	0,95	0,87
DEL MONTE HELLAS.	1,54	1,40	1,30	0,96	0,71	0,88	1,00	1,05	1,09	1,13
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	1,41	1,31	1,39	1,48	1,54	1,40	1,42	1,24	0,98	1,16
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ, Α.Ε.	2,07	3,79	2,34	2,93	3,20	4,96	6,33	4,60	2,42	1,58
Κλάδος	1,23	1,22	1,20	1,14	1,25	1,36	1,26	1,17	1,21	1,27
	Δανειακή πίεση									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ., Α.Ε.	0,72	0,63	0,66	0,63	0,66	0,66	0,65	0,68	0,69	0,63
INTERCOMM FOODS	0,63	0,69	0,75	0,81	0,75	0,79	0,78	0,78	0,79	0,78
C. C. CARDASSILARIS	0,65	0,79	0,77	0,75	0,69	0,71	0,68	0,63	0,68	0,69
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		0,63	0,59	0,66	0,74	0,74	0,75	0,83	0,78	
OLYMPIC FRUIT S.A.	0,47	0,38	0,33	0,33	0,30	0,37	0,38	0,40	0,47	0,25
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	0,55	0,68	0,64	0,69	0,71	0,76	0,73	0,66	0,59	0,63
ELBAK GREEK CANN.	0,80	0,80	0,78	0,81	0,76	0,79	0,84	0,85	0,88	0,86
DEL MONTE HELLAS.	0,53	0,59	0,66	0,74	0,86	0,77	0,80	0,84	0,84	0,81
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	0,50	0,52	0,49	0,47	0,47	0,56	0,56	0,60	0,66	0,68
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ, Α.Ε.	0,20	0,10	0,17	0,16	0,16	0,12	0,09	0,13	0,23	0,37
Κλάδος	0,59	0,61	0,61	0,60	0,62	0,64	0,66	0,67	0,69	0,70

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Περιθώριο καθαρού κέρδους (%)									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ., Α.Ε.	2,31	2,32	3,92	2,61	0,16	4,55	5,60	4,52	3,13	3,64
INTERCOMM FOODS	3,51	2,03	1,63	0,81	0,58	0,94	0,68	1,82	2,15	2,62
C. C. CARDASSILARIS	14,30	7,11	5,23	7,85	9,48	5,46	12,08	7,80	1,01	-5,98
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		0,29	0,59	0,23	-5,41	0,12	0,57	0,20	0,13	
OLYMPIC FRUIT S.A.	4,14	6,88	8,30	4,17	0,74	1,83	4,13	4,23	3,15	1,82
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	53,24	3,67	2,29	1,20	0,08	0,37	2,42	6,34	10,24	1,56
ELBAK GREEK CANN.	0,98	0,60	0,05	0,47	0,16	0,08	-4,03	0,01	1,36	0,10
DEL MONTE HELLAS.	2,89	1,05	1,07	-1,62	-28,69	-4,29	3,77	0,90	3,16	3,13
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	4,39	0,43	3,57	2,18	1,09	6,07	3,72	0,75	-0,13	0,82
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ, Α.Ε.	15,68	16,27	14,78	9,68	7,70	1,98	4,77	2,66	16,74	18,18
Κλάδος	4,22	1,78	2,33	1,46	-0,39	1,06	1,20	0,52	0,78	0,68

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η *Ασπίς-Κ. Δεδές* παρουσιάζει την υψηλότερη απόδοση ενεργητικού με 13,4% το 2008 και ακολουθούν οι *Olympic Fruit* και *Παυλίδης* με 4,9% και 3,31%, αντίστοιχα, για το ίδιο έτος. Γενικά ο υποκλάδος παρουσίασε ισχυρή πτώση την περίοδο 1999-2003 και μετά έδειξε σταθεροποίηση σε σχετικά χαμηλά επίπεδα 0,5-1%. Να σημειωθεί εδώ ότι το 2003 η αρνητική επίδοση ολόκληρου του υποκλάδου οφείλεται στην ακραία αρνητική επίδοση της εταιρείας *Del Monte Hellas* (-22,2%). Όπως θα φανεί και στην επόμενη ενότητα στον Πίνακα 4.9, οι ζημίες της εν λόγω εταιρείας το 2003 ήταν €8,3 εκ., όταν οι ζημίες ολόκληρου του υποκλάδου ήταν €4,2 εκ. Άρα, αν υπολογιζόταν ο δείκτης απόδοσης ενεργητικού ο οποίος στον αριθμητή έχει τα καθαρά κέρδη (ή ζημίες) για τον υποκλάδο χωρίς να περιλαμβάνεται η εταιρεία *Del Monte Hellas*, ο υποκλάδος δεν θα παρουσίαζε αρνητική επίδοση. Το ίδιο ισχύει και για τους δείκτες απόδοσης ιδίων κεφαλαίων και φυσικά καθαρού περιθωρίου κέρδους. Δεν θεωρήθηκε σκόπιμο να αφαιρεθεί από τον υπολογισμό των δεικτών του υποκλάδου η εταιρεία *Del Monte Hellas*, διότι η ισχυρή επίδραση της μίας αυτής επιχείρησης σε ολόκληρο τον υποκλάδο περιορίστηκε σε μία μόνο χρονιά και δεν αλλάζει σημαντικά την όλη εικόνα του κλάδου, που πράγματι παρουσιάζει πτωτική πορεία στην κερδοφορία του και κατά συνέπεια στους δείκτες απόδοσης κεφαλαίων.

Η εικόνα του υποκλάδου στον δείκτη απόδοσης ιδίων κεφαλαίων είναι παρόμοια με την προηγούμενη, δηλαδή πτωτική τάση την περίοδο 1999-2003 και σταθεροποίηση μετά. Έτσι, ενώ το 1999 η απόδοση ιδίων κεφαλαίων ήταν αρκετά υψηλή (9,03%), έφθασε το 2003 σε αρνητικό έδαφος (-0,92%), λόγω βασικά της πολύ αρνητικής επίδοσης της *Del Monte Hellas* τη συγκεκριμένη χρονιά όπως προανεφέρθη, για να κυμανθεί μετά στο 1-3%. Η *Ασπίς-Κ. Δεδές* παρουσιάζει την υψηλότερη απόδοση ιδίων κεφαλαίων (21,42% το 2008) ακολουθούμενη από τις *Intercomm Foods* (9,07%), *Παυλίδης* (8,97%), *Del Monte Hellas* (8,89%), και *Olympic Fruit* (6,57%). Είναι ενδιαφέρον ότι η *Cardico* είχε αρκετά υψηλές αποδόσεις αλλά με πτωτική τάση και το 2008 είχε αρνητική απόδοση (-7,34%).

Όσον αφορά στον δείκτη ρευστότητας, πολύ καλή εικόνα παρουσιάζει ο *Παυλίδης* (2,85) και η *Olympic Fruit* (2,18), ενώ οι υπόλοιπες έχουν καλή

ρευστότητα με τιμές άνω της μονάδας, με εξαίρεση την *Elbak* (0,87) και *Cardico* (0,91) για το 2008. Γενικά ο υποκλάδος παρουσιάζει σχετικά σταθερή και καλή ρευστότητα με τιμές που κυμαίνονται στο 1,14-1,36.

Τη μικρότερη δανειακή πίεση παρουσίασε το 2008 η *Olympic Fruit* με 0,25. Η *Ασπίς-Κ. Δεδές* έχει διαχρονικά πολλή χαμηλή δανειακή πίεση (0,1-0,4), ενώ συνολικά ο υποκλάδος παρουσιάζει διαχρονικά μία ελαφρά αύξηση της δανειακής πίεσης από 0,59 το 1999 στο 0,70 το 2008.

Ο κλάδος παρουσιάζει γενικά χαμηλή κερδοφορία και αυτό είναι ενδεικτικό του υψηλού βαθμού ανταγωνισμού. Μάλιστα παρουσιάζει πτωτική τάση, πράγμα το οποίο υποδηλώνει αύξηση των ανταγωνιστικών συνθηκών που έχουν ως αποτέλεσμα τον περιορισμό των καθαρών κερδών. Το περιθώριο καθαρού κέρδους του υποκλάδου ήταν στο 4,22% το 1999 και έπεσε στο -0,39% το 2003 (λόγω, όπως προανεφέρθη, της εξαιρετικά αρνητικής επίδοσης της *Del Monte Hellas* (-28,7%)), για να ανέβει μετά και να σταθεροποιηθεί στο 0,5-1,1%. Η *Ασπίς-Κ. Δεδές* έχει την υψηλότερη κερδοφορία με 18,18% το 2008, που είναι και η υψηλότερη για την συγκεκριμένη εταιρεία καθ' όλη τη διάρκεια της υπό μελέτης περιόδου.

Γενικά οι χρηματοοικονομικοί δείκτες παρουσιάζουν έναν κλάδο σχετικά υγιή, όχι όμως πολύ εύρωστο. Οι δείκτες απόδοσης ενεργητικού, απόδοσης ιδίων κεφαλαίων και περιθωρίου καθαρού κέρδους παρουσιάζουν επιδείνωση. Οι δείκτες αυτοί έχουν στον αριθμητή τους το καθαρό κέρδος, οπότε παρουσιάζουν την ίδια μορφή στα διαγράμματα. Η μείωση των κερδών στον υποκλάδο μπορεί εν μέρει να οφείλεται και στην αύξηση του ανταγωνισμού, όπως θα δούμε και στην επόμενη ενότητα.

4.6. Ανταγωνισμός

Στον Πίνακα 4.9, παρουσιάζονται τα μερίδια αγοράς των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων του υποκλάδου «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών». Είναι εμφανής η ύπαρξη ισχυρών ανταγωνιστικών συνθηκών. Τα μερίδια αγοράς είναι μικρά ακόμα και για τις μεγαλύτερες εταιρείες στον υποκλάδο. Χαρακτηριστικά, καμία επιχείρηση δεν ξεπερνά το 4% το 2008. Αν και λόγω των μικρών σχετικά μεριδίων υπάρχουν συχνά εναλλαγές στο ποια επιχείρηση είναι η μεγαλύτερη, ο *Παυλίδης* έχει καταστεί η μεγαλύτερη επιχείρηση μετά το 2006, αφήνοντας πίσω την *Cardico* η οποία είχε το 2005 φθάσει στο 6,5% μερίδιο αγοράς. Η *Intercomm Foods* έχει σταδιακά αυξήσει το ποσοστό της από κάτω του 2% στο 3,5%, ανεβαίνοντας έτσι από τη δωδέκατη θέση στη δεύτερη. Αντίθετα η *Ασπίς-Κ. Δεδές* υποχώρησε στη δέκατη θέση με μερίδιο 1,97% από 2,93% το 1999. Από πλευράς πωλήσεων βλέπουμε ότι ο υποκλάδος έχει υπερδιπλασιάσει τις πωλήσεις του και από €660 εκ. το 1999 έφθασε στα €1,432 δις το 2008. Τα καθαρά κέρδη του υποκλάδου έχουν πτωτική πορεία το διάστημα αυτό και διαμορφώθηκαν στα €9,9 εκ. το 2008 από €28,2 εκ. το 1999.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.9

Μερίδια αγοράς, πωλήσεις, καθαρά κέρδη και δείκτες συγκέντρωσης υποκλάδου «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών»

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Μερίδιο αγοράς (%)									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ.	3,66	6,31	4,20	4,01	3,60	3,68	3,41	4,03	4,11	3,92
INTERCOMM F.	1,67	1,46	1,88	2,17	2,15	2,22	2,79	2,99	2,99	3,50
CARDICO CAR.- SIL.	3,95	4,60	4,82	4,44	4,79	5,43	6,50	4,63	3,85	3,38
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		2,01	1,71	2,44	2,54	3,46	2,18	2,16	2,69	
OLYMPIC FRUIT	2,40	2,00	2,42	2,38	2,20	2,29	2,19	2,37	2,38	2,64
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	3,72	3,57	4,09	3,44	2,63	2,03	2,68	2,86	3,02	2,47
ELBAK GR. CAN. IN.	2,70	2,80	1,85	2,08	1,87	1,90	1,84	1,91	2,20	2,41
DEL MONTE HEL.	3,78	3,85	3,96	3,99	2,74	2,42	1,95	1,96	2,34	2,18
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	2,56	2,45	2,10	2,30	2,15	2,34	2,09	2,12	2,31	2,27
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ.	2,93	1,70	1,84	2,07	1,99	1,72	1,21	1,19	1,53	1,97
Μερικό Σύνολο	27,37	30,73	28,87	29,32	26,65	27,51	26,86	26,21	27,42	24,75
	Πωλήσεις (εκ. €)									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ.	24,1	55,1	39,8	40,2	37,7	41,3	42,4	51,8	59,1	56,2
INTERCOMM F.	11,0	12,7	17,8	21,7	22,5	24,9	34,7	38,3	43,0	50,1
CARDICO CAR.- SIL.	26,1	40,2	45,7	44,5	50,2	60,9	80,9	59,5	55,4	48,4
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		17,5	16,2	24,4	26,6	38,8	27,2	27,7	38,6	
OLYMPIC FRUIT	15,8	17,4	23,0	23,8	23,0	25,7	27,3	30,4	34,2	37,8
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	24,6	31,1	38,7	34,4	27,5	22,8	33,3	36,7	43,4	35,4
ELBAK GR. CAN. IN.	17,8	24,5	17,6	20,8	19,6	21,3	22,9	24,5	31,6	34,5
DEL MONTE HEL.	25,0	33,6	37,5	39,9	28,8	27,2	24,3	25,2	33,6	31,3
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	16,9	21,4	19,9	23,0	22,5	26,2	26,0	27,3	33,2	32,5
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ.	19,3	14,8	17,4	20,7	20,9	19,3	15,0	15,3	22,0	28,2
Σύνολο Κλάδου	660,0	873,4	967,7	1.000,7	1.048,5	1.121,4	1.243,3	1.284,6	1.436,9	1.432,1
	Καθαρά κέρδη (000 €)									
ΠΑΥΛΙΔΗΣ, ΠΡ.	557	1276	1562	1049	60	1879	2373	2339	1848	2045
INTERCOMM F.	386	258	290	176	131	235	235	698	926	1309
CARDICO CAR.- SIL.	3732	2854	2388	3489	4762	3326	9770	4640	558	-2898
ΚΑΤΣΙΑΜΑΚΑΣ ΑΕ.		50	96	57	-1440	46	154	56	50	
OLYMPIC FRUIT	654	1199	1907	992	171	471	1126	1285	1076	688
ΚΡΟΝΟΣ Α.Ε.	13075	1143	887	414	23	84	806	2325	4440	551
ELBAK GR. CAN. IN.	175	146	9	98	32	17	-925	2	428	35
DEL MONTE HEL.	722	353	403	-646	-8253	-1165	916	227	1061	977
ΝΟΜΙΚΟΣ, Δ., Α.Ε.	740	93	711	502	245	1591	968	204	-42	268
ΑΣΠΙΣ, Κ. ΔΕΔΕΣ.	3030	2410	2573	2008	1607	382	715	406	3685	5121
Σύνολο Κλάδου εκ. €	28,2	15,7	22,3	14,7	-4,2	12,1	15,1	6,8	11,3	9,9
Δείκτης Συγκ. CR4 %	16,00	19,27	17,06	15,88	15,22	15,52	15,38	14,50	13,97	13,44
Δείκτης Συγκ. CR8 %	29,00	32,06	28,98	25,95	26,22	24,81	24,48	23,90	23,69	22,78
Δείκτης Herfindahl %	1,98	2,14	1,81	1,61	1,58	1,50	1,52	1,39	1,36	1,35

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί, ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Είναι χαρακτηριστικό ότι το 2003, έτος που τα καθαρά κέρδη του υποκλάδου ήταν αρνητικά, παρουσίασε δηλαδή ζημίες €4,2 εκ., αυτό οφειλόταν σε μεγάλο μέρος σε μία μόνο εταιρεία την Del Monte η οποία παρουσίασε ζημίες €8,3 εκ. Αν αφαιρέσουμε δηλαδή την απόδοση της συγκεκριμένης εταιρείας, ο κλάδος θα παρουσίαζε κέρδη.

Οι δείκτες συγκέντρωσης παρουσιάζουν μία αρχική αύξηση αλλά μετά ακολουθεί μία αρχικά ισχυρότερη και στη συνέχεια ελαφρότερη πτωτική πορεία που, σε συνδυασμό με τις τιμές των δεικτών, δείχνει καθαρά την ύπαρξη υψηλού ανταγωνισμού ο οποίος μάλιστα ολοένα και αυξάνει. Συγκεκριμένα, ο δείκτης συγκέντρωσης των 4 μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR4) κινήθηκε πτωτικά και από 19,27% το 2000 έφθασε στο 13,44% το 2008. Παρομοίως, ο δείκτης των 8 μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR8) από 32,06% το 2000 έπεσε στο 22,78% το 2008. Τέλος ο δείκτης HHI, ο οποίος και θεωρείται ο πλέον ενδεικτικός για την ύπαρξη συγκέντρωσης στον κλάδο, σημείωσε ελαφρά άνοδο το 1999-2000 όπου σημείωσε και τη μεγαλύτερη τιμή του 2,14, για να κινηθεί κατόπιν πτωτικά και να φθάσει το 2008 στο 1,35, τιμή που υποδεικνύει υψηλό ανταγωνισμό.

Βέβαια θα πρέπει να επισημανθεί ότι ο κλάδος γενικά περιλαμβάνει πολλά διαφορετικά προϊόντα (πολλά είδη φρούτων και λαχανικών αλλά και μορφές στις οποίες διατίθενται όπως φρέσκα, αποξηραμένα, σε κονσέρβα, κλπ.) που λόγω της συγκεκριμένης κωδικοποίησης δεν είναι δυνατόν να μελετηθούν ξεχωριστά. Όμως, ακόμα και αν αυτό θα ήταν δυνατόν, κάθε επιχείρηση παράγει πληθώρα προϊόντων και είναι πολύ δύσκολο να αντληθούν δεδομένα που να αφορούν συγκεκριμένο προϊόν, ώστε να μελετηθεί η αγορά και ο ανταγωνισμός στο κάθε ένα ξεχωριστά. Στο επίπεδο όμως που γίνεται η εξέταση του κλάδου (4-ψήφιου κωδικού) δεν υπάρχει πρόβλημα ελλείψεως ανταγωνισμού ακόμα και σε περιορισμένες ομάδες προϊόντων, διότι η αγορά είναι ανοικτή σε εισαγωγές με αποτέλεσμα την πίεση των τιμών και από το εξωτερικό. Επίσης, το γεγονός ότι ο κλάδος είναι ισχυρά εξαγωγικός υποδηλώνει την υψηλή ανταγωνιστικότητά του, την οποία οι συνθήκες υψηλού ανταγωνισμού ωφελούν και προάγουν.

4.7. Συμπεράσματα

Ο κλάδος των οπωροκηπευτικών είναι από τους σημαντικότερους κλάδους της βιομηχανίας τροφίμων στην Ελλάδα. Κλάδος με έντονα εξαγωγικό χαρακτήρα συμβάλλει θετικά στο εμπορικό ισοζύγιο της χώρας. Αυτό σημαίνει ότι ο κλάδος είναι ανταγωνιστικός και επίσης ο ανταγωνισμός εντός του κλάδου είναι έντονος λόγω του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων και του αυξημένου εξωτερικού εμπορίου. Δεν υπάρχουν προβλήματα ανταγωνισμού στον κλάδο, λειτουργεί σε συνθήκες υψηλού ανταγωνισμού, με πολλές επιχειρήσεις που καμία δεν ελέγχει σημαντικό μέρος της αγοράς.

Παρά αυτή τη γενικά θετική εικόνα του κλάδου, υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης διότι παρατηρείται συνεχής αύξηση των εισαγωγών οπωροκηπευτικών, ενώ οι εξαγωγές αυξάνουν με χαμηλότερο ρυθμό, χειροτερεύοντας έτσι σταδιακά τους όρους εμπορίου. Συγκεκριμένα, όπως διαπιστώθηκε στην ενότητα του εμπορίου, οι εξαγωγές του υποκλάδου «άλλη επεξεργασία και συντήρηση φρούτων και λαχανικών» δεν αυξάνουν με τον ρυθμό που αυξάνουν οι πωλήσεις, με αποτέλεσμα το ποσοστό των εξαγωγών επί των συνολικών πωλήσεων να έχει υποχωρήσει από το 78,3% το 1999 στο 65,6% το 2008.

Η ποσοστιαία αυτή μείωση οφείλεται σε αύξηση της εγχώριας ζήτησης επεξεργασμένων και συντηρημένων φρούτων και λαχανικών. Πράγματι η ζήτηση τυποποιημένων οπωροκηπευτικών σταδιακά αυξάνεται (ICAP, 2007). Είναι γεγονός ότι η συνεχιζόμενη αστικοποίηση του πληθυσμού αλλά και οι νέες καταναλωτικές συνήθειες για εύκολα και γρήγορα γεύματα με υψηλή διατροφική αξία προσφέρουν στον κλάδο ευκαιρίες για δημιουργία νέων προϊόντων και για καλύτερη προώθηση των είδη υπαρχόντων. Παρ' όλα αυτά για μια χώρα όπως η Ελλάδα με τόσο ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα στα οπωροκηπευτικά (όπως φάνηκε από τους δείκτες εμπορίου), δεν είναι καθόλου θετικό το πλεονέκτημα αυτό να περιορίζεται και να μην το εκμεταλλεύεται πλήρως, ιδιαίτερα δε, όταν το συγκριτικό πλεονέκτημα και η ανταγωνιστικότητα μειώνονται από ενδογενή αίτια και αδυναμίες οργάνωσης της εμπορίας (marketing).

Τα προβλήματα και οι αδυναμίες που έχει ο κλάδος αφορούν τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, τη μεταφορά των προϊόντων, την προώθηση και προβολή και την οργάνωση της αγοράς γενικά. Μερικές από τις προτεινόμενες λύσεις, που παρουσιάζονται στη βιβλιογραφία (ICAP, 2007), για τη βελτίωση των συνθηκών στην εγχώρια αγορά αλλά και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στη διεθνή αγορά, περιλαμβάνουν: α) διαρκή εκσυγχρονισμό των παραγωγικών εγκαταστάσεων και επιμόρφωση προσωπικού, β) κατάλληλη στελέχωση των επιχειρήσεων για εφαρμογή στρατηγικών προώθησης των προϊόντων στο εξωτερικό, γ) συνεχή ποιοτική αναβάθμιση των παραγομένων προϊόντων και διεύρυνση της προσφοράς προϊόντων βιολογικής γεωργίας, τα οποία έχουν αυξημένη ζήτηση στο εξωτερικό, δ) προβολή και προώθηση μέσω συστηματικής διαφήμισης στις διεθνείς αγορές των ελληνικών οπωροκηπευτικών, ε) νέα προϊόντα και ποικιλίες, στ) επιδίωξη των επιχειρήσεων να πετύχουν υψηλή αξιοπιστία σε θέματα εξωτερικού εμπορίου (ποιότητα, ποσότητες παραδιδόμενες, τήρηση συμπεφωνημένων ημερομηνιών παράδοσης, κλπ.) θέμα πολύ βασικό για τη διατήρηση της ομαλής εμπορικής συνεργασίας και, τέλος, καλή εφαρμογή της διαδικασίας ιχνηλασιμότητας των προϊόντων που θα συνεισφέρει στην αύξηση της ασφάλειας και ποιότητας.

Βιβλιογραφία

ICAP (2007). *Τυποποίηση και συσκευασία νωπών οπωροκηπευτικών*, κλαδική μελέτη.

Μέργος Γ. (1998). *Εξωτερικό Εμπόριο Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων*, Υπουργείο Γεωργίας, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Παχάκη Κ. και Τονικίδου Π. (2006). *Η Ελληνική Γεωργία Ενώπιον των Νέων Συνθηκών και Θεσμικού Πλαισίου*. ΚΕΠΕ Εκθέσεις (46).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΦΥΤΙΚΑ ΚΑΙ ΖΩΙΚΑ ΕΛΑΙΑ ΚΑΙ ΛΙΠΗ
(ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΟ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ)

Πρόδρομος Προδρομίδης*

Σύνοψη

Εκτιμάται ότι η εγχώρια προσφορά και ζήτηση διαμορφώνουν δύο διακριτές αγορές στον κλάδο των μη γαλακτοκομικών φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών: (α) την αγορά ελαιολάδου και σπορελαίων και (β) την αγορά των μαγειρικών λιπών και φυτικών υποκαταστάτων βουτύρου. Εντούτοις, στον βαθμό που μεγάλες ποσότητες ελαιολάδου διακινούνται εκτός εγχρήματης αγοράς (καθώς και για άλλους λόγους), τα υπολογιζόμενα μερίδια αγοράς των μεταποιητικών εταιρειών του κλάδου δεν ανταποκρίνονται στη γενικότερη κατανάλωση ελαίων και λιπών στην κοινωνία, με αποτέλεσμα οι δείκτες συγκεντρώσεως να υποεκτιμούν την έκταση του ανταγωνισμού στην πρώτη εκ των δύο αγορών.

Η κατάσταση είναι ευκρινέστερη σε επίπεδο μεταποιητικών μονάδων, με τις μεταποιητικές μονάδες που απασχολούν ετησίως κατά μέσο όρο δέκα ή περισσότερους εργαζόμενους να εμφανίζονται ισχυρότερες των μονάδων με ολιγότερους εργαζόμενους σε όρους προστιθεμένης αξίας ανά εργαζόμενο, αμοιβών κ.ά. Επιπλέον, η επίδοση των πρώτων (δευτέρων) παραγωγικών μονάδων υπερέχει (υπολείπεται) της επιδόσεως της τυπικής μονάδος αντιστοίχου μεγέθους στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως. Τα ευρήματα αυτά συνηγορούν υπέρ της δημιουργίας μεγαλυτέρων, πιο αποδοτικών μονάδων που θα απολαύουν οικονομιών κλίμακος. Οι εκτιμήσεις των κυριοτέρων μεταποιητών κινούνται στο ίδιο μήκος κύματος. Συμπληρωματικά σημειώνεται ότι τα επιμέρους προϊόντα τους (ελαιόλαδα, σπορέλαια κ.τ.τ.) δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται αισθητά ενώ δεν διαπιστώνονται σοβαρά νομικά, τεχνολογικά ή οικονομικά εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων.

Σημειώνεται ότι η χώρα μας εμφανίζει την υψηλότερη κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου παγκοσμίως. Αν οι λιανικές τιμές του τυποποιημένου ελαιολάδου θεωρούνται υψηλές, δεν φαίνεται να υπαγορεύονται από τους

*Ο συντάκτης εκφράζει τις ευχαριστίες του προς τον συντονιστή, την Σ. Σπαθή, τον Β. Ζαμπούνη, τον Ι. Χολέζα και έναν ανώνυμο κριτή για τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις τους, καθώς και προς το προσωπικό της Στατιστικής Υπηρεσίας για τη συνεργασία και τις διευκρινίσεις που του παρείχαν. Οι κρίσεις και γνώμες που εκφράζονται εδώ, καθώς και τα όποια σφάλματα, βαρύνουν αποκλειστικώς τον συντάκτη.

παραγωγούς και μεταποιητές, αλλά από τη συμπεριφορά των ενδιαμέσων και τελικών πωλητών και των καταναλωτών (συμπεριλαμβανομένων των εισαγωγέων-εξαγωγέων). Το ύψος των τιμών και φόρων, σε συνδυασμό με τη διαδεδομένη παραγωγή ελαιολάδου στη χώρα, ενθαρρύνουν την αυτοκατανάλωση (που είναι βεβαίως θεμιτή), καθώς και την παραγωγή και εμπορία του προϊόντος κάτω από πρακτικές αθεμίτου ανταγωνισμού (άνευ αποδείξεων, κατά παράβαση προδιαγραφών κ.τ.τ.).

Τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς οι τιμές των σπορελαίων είναι, εν γένει, χαμηλότερες. Στον βαθμό που η χώρα μας εισάγει αυξανόμενες ποσότητες αυτών (με ρυθμό που υπερβαίνει την αύξηση του πληθυσμού), καθώς και πρώτη ύλη για επιτόπια παραγωγή σπορελαίων (το ίδιο συμβαίνει με τα λοιπά λίπη και έλαια σε μικρότερο βαθμό), συνάγεται στροφή της καταναλωτικής συμπεριφοράς (των συνηθειών), καθώς και των αναγκών της οικονομίας. (Στροφή δεν σημαίνει απαραιτήτως υποκατάσταση.) Τελευταίως, η αύξηση της αξίας των εισαγομένων σπορελαίων είναι τέτοια που τείνει να φτάσει την αξία των εξαγωγών ελαιολάδου.

Το ελαιόλαδο είναι ένα από τα παραδοσιακά εξαγωγικά προϊόντα της χώρας. Οι εξαγωγές του εμφανίζουν κυκλικότητα, ενώ οι εισαγωγές υπολείπονται αισθητά των εξαγωγών. (Εικάζεται ότι λίγο-πολύ καλύπτουν μειώσεις στην παραγωγή.) Τόσον η ελαιοκομία όσο και η παραγωγή ελαιολάδου παραμένει ιδιαιτέρως σημαντική για αρκετές τοπικές κοινωνίες. Επίσης διαπιστώνονται διαφοροποιήσεις ως προς τα μεγέθη των κατά τόπους ελαιώνων, καθώς και τις αποδόσεις. Εν γένει το ελληνικό προϊόν θεωρείται πολύ ποιοτικό. Εντούτοις, είναι εξαιρετικά αμφίβολο κατά πόσον είναι ανταγωνιστικό στη διεθνή αγορά. Συνήθως εξάγεται ενσωματώνοντας χαμηλή προστιθεμένη αξία, με αποτέλεσμα τα αντίστοιχα ιταλικά και ισπανικά προϊόντα (τα οποία συχνά χρησιμοποιούν και τυποποιούνται με ελληνική πρώτη ύλη) να χαίρουν μεγαλυτέρας αναγνωρίσεως. Συνάγεται ότι οι εγχώριες ιδιωτικές επιχειρήσεις του κλάδου, οι συνεταιρισμοί και οι δημόσιοι φορείς επί μακρόν δεν έχουν επιδιώξει ή δεν έχουν κατορθώσει να αναστρέψουν την κατάσταση είτε προωθώντας/υιοθετώντας τις πρακτικές που ακολουθούνται στις ανταγωνίστριες χώρες είτε καινοτομώντας. Η προώθηση του ελληνικού ελαιολάδου σε μη τυποποιημένη μορφή στο εξωτερικό αφενός μειώνει την εγχώρια προσφορά (για πολύ μικρό, προσωρινό κέρδος του παραγωγού), αφετέρου, στον βαθμό που το προϊόν εν συνεχεία εμφανίζεται ως ιταλικό ή άλλο, ανταγωνίζεται τις ελληνικές εξαγωγές υψηλής προστιθεμένης αξίας. Το ζητούμενο για την εθνική οικονομία είναι να αναστραφεί αυτή η κατάσταση και να αυξηθούν οι εξαγωγές υψηλής προστιθεμένης αξίας. Ως εκ τούτου, στον βαθμό που οι μεγάλες εγχώριες τυποποιητικές εταιρείες, ως θυγατρικές πολυεθνικών (με τις δικές τους προτεραιότητες, τα δικά τους διεθνή δίκτυα διανομής) ή για άλλους λόγους, είχαν ή έχουν διαφορετικές προτεραιότητες, ελπίζεται ότι με την κατάλληλη ενθάρρυνση ή αρωγή, άλλοι εγχώριοι παραγωγοί ή συνεταιρισμοί παραγωγών ή νέοι παραγωγοί θα επιδείξουν την απαιτούμενη εξωστρέφεια.

Στους αντίποδες, η επίτευξη κάποιων εξαγωγών σπορελαίων (τυποποιημένων ή μη) υποδηλώνει ότι οι εγχώριες μονάδες ή επιχειρήσεις παραγωγής και

διακινήσεως, καίτοι λειτουργούν σε μεγάλο βαθμό βασιζόμενες σε εισαγόμενη πρώτη ύλη, ίσως είναι αρκετά ανταγωνιστικές.

5.1. Εισαγωγή

Το κεφάλαιο απαρτίζεται από τρία μέρη, οργανωμένα περαιτέρω σε εννέα υποκεφάλαια. Στο πρώτο μέρος διερευνώνται το εύρος της εγχωρίου αγοράς φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών, η ζήτηση των νοικοκυριών, η προσφορά των τυποποιημένων αγαθών, καθώς και η διάσταση του διεθνούς εμπορίου. Διαπιστώνεται ότι το κυριότερο αγαθό είναι το ελαιόλαδο, ένα παραδοσιακό προϊόν την χώρας μας, οπότε στο δεύτερο μέρος συζητούνται τα είδη και οι χρήσεις του, η θέση του στον διεθνή ανταγωνισμό, η οικονομική διάσταση των φάσεων παραγωγής και διαθέσεώς του. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με το τρίτο μέρος εις το οποίο παρατίθενται τα συμπεράσματα, καθώς και κάποιες επισημάνεις που ελπίζεται ότι θα αξιοποιηθούν δεόντως από ιθύνοντες και συναλλασσομένους.

Το κείμενο συνοδεύεται από δεκαέξι πίνακες και τέσσερα διαγράμματα που παρατίθενται σε Παράρτημα.

5.2. Προσδιορισμός του εύρους της αγοράς

Στη χώρα μας τελούν σε χρήση δύο, εν πολλοίς επικαλυπτόμενες, περιγραφές ή ταξινομήσεις αγαθών που χαρακτηρίζονται ως φυτικά και ζωικά λίπη και έλαια. Η πρώτη κατηγοριοποίηση βασίζεται στον ορισμό του κλάδου παραγωγής, συγκεκριμένα στον κωδικό της Στατιστικής Ταξινομήσεως Οικονομικών Δραστηριοτήτων (ΣΤΑΚΟΔ) 10.4, και περιλαμβάνει:

(α) το ελαιόλαδο και πυρηνέλαιο,

(β) το σογιέλαιο, βαμβακέλαιο, ηλιέλαιο και τα άλλα φυτικά έλαια (αραβοσιτέλαιο, αραχιδέλαιο, καπνοσπορέλαιο, καστορέλαιο, κοκοφοινικέλαιο, λινέλαιο, ρετσινόλαδο, σησαμέλαιο, φοινικέλαιο, φυστικέλαιο, έλαια αγριογογγύλης, αγριοκράμβης, σιναπίου, εξωτικά έλαια όπως το *babassu*, *jojoba*, *tung* κ.ά.) και λίπη,

(γ) τα ζωικά έλαια και λίπη (όπως το λαρδί (ξίγκι) στερεό και ρευστό, τα ιχθυέλαια κ.ά.),

(δ) μείγματα των ανωτέρω, τη μαργαρίνη, καθώς και

(ε) τα στερεά υπολείμματα και άλευρα από τα σπέρματα, τους ελαιώδεις καρπούς κ.ο.κ.

Η δεύτερη κατηγοριοποίηση βασίζεται στον σκοπό της ατομικής καταναλώσεως των ειδών, συγκεκριμένα στον κωδικό της Ερεύνης των Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) 1.1.5, και περιλαμβάνει:

(i) το ελαιόλαδο,

(ii) τα σπορέλαια (συμπεριλαμβανομένου του πυρηνελαίου), το φοινικέλαιο,[1] μείγματα αυτών,

(iii) το βούτυρο (νωπό, μαγειρικό) και τα παράγωγά του (λ.χ. βουτυρέλαιο),

(iv) τα φυτικά υποκατάστατα του νωπού βουτύρου (μαργαρίνες), καθώς και

(iv) τα λοιπά μαγειρικά λίπη (φυτικά, ζωικά και ανάμεικτα).

Εν ολίγοις, δεν προσμετρά τα είδη υπό το στοιχείο (ε) και προσθέτει τα είδη υπό το στοιχείο (iii).

Προκειμένου να υποστηριχτεί ότι κάποια ή όλα εκ των ανωτέρω αγαθών, παρά τις διαφοροποιήσεις, είναι σε σημαντικό βαθμό υποκατάστατα υπό ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού ώστε να θεωρούνται ως ανήκοντα στην ίδια αγορά, είναι σκόπιμο να εξεταστεί η δυνατότης υποκαταστάσεώς των τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζητήσεως. Σύμφωνα με το σκεπτικό που επικρατεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), οι αγορές δύο αγαθών «Α» και «Β» που είναι υποκατάστατα από πλευράς ζητήσεως συναθροίζονται σε (ή νοούνται ως) μια αγορά, μόνον εάν η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς είναι «σχεδόν καθολική», δηλ. αν η στροφή των συντελεστών που αξιοποιούνται στην παραγωγή του «Α» στην παραγωγή του «Β» δύναται να υλοποιηθεί σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα.

Η οικονομετρική ανάλυση των στοιχείων της τελευταίας ΕΟΠ που αφορά στην περίοδο 2004-5 (Πίνακας 5.1) παρέχει (α) σοβαρές ενδείξεις υποκαταστάσεως, εκ μέρους των νοικοκυριών, των αγοραζομένων ποσοτήτων των αγαθών υπό τα στοιχεία (i)-(ii) και (iv)-(v) και (β) μάλλον ασθενέστερες ενδείξεις υποκαταστάσεως των αγαθών αυτών με το βούτυρο (του κλάδου παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων).[2] Συνυπολογίζοντας τις διαπιστώσεις

[1] Το φοινικέλαιο και το ελαιόλαδο είναι τα μόνα φυτικά έλαια που παράγονται από το καρπικό σάρκωμα και όχι από το κουκούτσι (πυρήνα) του καρπού.

[2] Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνεται, με πιθανότητα σφάλματος κατώτερη του 1%, υποκατάσταση του αγοραζομένου εκ των νοικοκυριών (α) σπορελαίου και φυτικού βουτύρου από τις αγοραζόμενες (κατά το διάστημα της ερεύνης) ποσότητες ελαιολάδου (εκτιμήσεις παραμέτρων 37-38) και (β) μαγειρικού λίπους από τα αποθέματα των νοικοκυριών σε σπορέλαια και ελαιόλαδο (εκτιμήσεις παραμέτρων 55-57) που είχαν αγοραστεί ή αποκτηθεί από τα νοικοκυριά κατά το δωδεκάμηνο που προηγήθηκε της ερεύνης με άλλο τρόπο (ίδια παραγωγή, αμοιβή εις είδος κ.τ.τ.).

Σημειώνεται ότι, τυπικώς, ένα αγαθό «Α» είναι υποκατάστατο του αγαθού «Β» από πλευράς ζητήσεως, εάν μια αύξηση στην τιμή του «Β» ωθεί τους καταναλωτές να αυξήσουν τη ζήτηση τους για το «Α». Εντούτοις, οι εναλλακτικές παλινδρομήσεις που διερευνούν τις επιδράσεις των τιμών των λοιπών αγαθών στις ζητούμενες ποσότητες (και ως εκ τούτου επιτρέπουν τον λογισμό των σταυροειδών ελαστικοτήτων) εμφανίζουν (α) μεγάλες απώλειες παρατηρήσεων (της τάξεως του 47-92%) αναδεικνύοντας (β) μία μόνον εκτίμηση σταυροειδούς επιδράσεως εμφανίζουσα πιθανότητα σφάλματος κατώτερη του 1%. Πρόκειται για την εκτίμηση της παραμέτρου που αφορά στις ποσότητες των αγοραζομένων σπορελαίων και τις τιμές των αγοραζομένων μαγειρικών λιπών. Υπό αυτές τις συνθήκες, οι υπολογισμοί των ελαστικοτήτων στα μέσα επίπεδα τιμών και ποσοτήτων συνηγορούν υπέρ της υποκαταστάσεως (α) του ελαιολάδου λόγω μεταβολών των τιμών σπορελαίων και βουτύρου, (β) των σπορελαίων λόγω μεταβολών των τιμών ελαιολάδου, φυτικού βουτύρου και μαγειρικών λιπών, (γ) του βουτύρου

μιας ανώνυμης εκθέσεως που συντάχτηκε γύρω στο 2005,[3] η οποία αποφαίνεται ότι η δυνατότης υποκαταστάσεως του ελαιολάδου και σπορελαίων (αφενός), μαργαρίνης και μαγειρικών λιπών (αφετέρου) από την πλευρά της προσφοράς απέχει από το να είναι καθολική, ίσως θα ήταν σκόπιμο να αναφερόμαστε σε διακριτές αγορές: (1) την αγορά ελαιολάδου και σπορελαίων, (2) την αγορά των φυτικών υποκαταστάτων του βουτύρου και των μαγειρικών λιπών και (3) την αγορά του βουτύρου.

Εν συνεχεία στρέφουμε την προσοχή μας στα χαρακτηριστικά των δύο πρώτων αγορών, αρχής γενομένης από την εγχώρια ζήτηση και προσφορά. Η τρίτη κατηγορία αγαθών εξετάζεται, μεταξύ άλλων, στο επόμενο κεφάλαιο του τόμου.

5.3. Η ζήτηση των νοικοκυριών

Από την ανάλυση των στοιχείων της ΕΟΠ συνάγεται, με πιθανότητα σφάλματος κατώτερη του 1%, ότι οι ζητήσεις των νοικοκυριών (εκ της αγοράς) για τα υπό εξέταση αγαθά αυξάνουν περαιτέρω ανάλογα με τον αριθμό ανδρών ηλικίας 48-89 ετών. Επιπροσθέτως:

- Η μηνιαία οικιακή ζήτηση ελαιολάδου εμφανίζεται μειωμένη κατά το διάστημα Αυγούστου-Σεπτεμβρίου σε σχέση με το διάστημα Δεκεμβρίου-Ιανουαρίου και αυξημένη ανάλογα με τον αριθμό των γυναικών ηλικίας 39-92 ετών που ζουν στο νοικοκυριό.
- Η μηνιαία ζήτηση σπορελαίων των νοικοκυριών εμφανίζεται αυξημένη στην ανατολική χώρα (απαρτιζόμενη από τις περιφέρειες Θεσσαλίας, Μακεδονίας, Θράκης, Β. Αιγαίου, Ν. Αιγαίου και Κρήτης) σε σχέση με την Αττική και ανάλογα με τον αριθμό των ανδρών ηλικίας 24-47, γυναικών ηλικίας 39-92 και παιδιών ηλικίας 0-5 που ζουν στο νοικοκυριό.
- Η αντίστοιχη ζήτηση φυτικών υποκαταστάτων βουτύρου εμφανίζεται μειωμένη ανάλογα με τον αριθμό γυναικών ηλικίας 24-38 ετών και αυξημένη στη Θεσσαλία, Μακεδονία, Θράκη και ανάλογα με τον αριθμό των παιδιών ηλικίας 0-5 και κοριτσιών ηλικίας 12-17.
- Η αντίστοιχη ζήτηση μαγειρικών λιπών εμφανίζεται αυξημένη στη Θεσσαλία, Μακεδονία, Θράκη και ανάλογα με τον αριθμό των ανδρών ηλικίας 24-47.

Οι εισοδηματικές επιδράσεις, καθώς και οι πολιτιστικές καταβολές (ως συνάγονται από την εθνική προέλευση ή υπηκοότητα των ατόμων) είναι ήσσονος σημασίας, αν και υπάρχουν ενδείξεις ότι άνδρες με κυπριακή και μεσανατολική προέλευση εμφανίζουν προτίμηση στα σπορέλαια, γυναίκες από πολλές

λόγω μεταβολών των τιμών σπορελαίων και (δ) των μαγειρικών λιπών λόγω μεταβολής της τιμής του φυτικού βουτύρου.

[3] Εκ του ερωτηματολογίου προς τις επιχειρήσεις παραγωγής ή/και πωλήσεως βρωσίμου και μη ελαιολάδου και εξευγενισμένων σπορελαίων που περιλαμβάνεται στην έκθεση με τίτλο *Η Σχετική Αγορά Ελαιολάδου* τεκμαίρεται ότι συντάχτηκε από (ή για) την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

ασιατικές χώρες εμφανίζουν προτίμηση στα φυτικά υποκατάστατα του βουτύρου και γυναίκες με διπλή υπηκοότητα (συμπεριλαμβανομένων των παλιννοστούντων) εμφανίζουν προτίμηση στα μαγειρικά λίπη.

Οι ελαστικότητες του ελαιολάδου, των σπορελαίων και των μαγειρικών λιπών στο επίπεδο της μέσης τιμής εκτιμώνται στα επίπεδα του -3,1, -2,9 και -12,4, αντιστοίχως.[4] Στον βαθμό που τα μεγέθη αυτά υπερβαίνουν σε (απόλυτο μέγεθος) τη μονάδα, συνάγεται ότι η μείωση των τιμών θα απέφερε αύξηση των πωλήσεων. Επιπροσθέτως, τα εμπειρικά αυτά ευρήματα παρέχουν τη δυνατότητα για τη διατύπωση ενός προοιμιακού υπολογισμού όσον αφορά στον ανταγωνισμό, καθότι η ύπαρξη υψηλής ελαστικότητος θεωρητικά αντιστρατεύεται τις προοπτικές επιτεύξεως υψηλού ποσοστού προσαυξήσεως (*mark up*) στην περίπτωση που υπάρχει σύμπραξη ή καρτέλ πωλητών που αποσκοπούν στην (από κοινού) μεγιστοποίηση του κέρδους. Από την άλλη, η ύπαρξη χαμηλής ελαστικότητος (ε) επιτρέπει τη διεύρυνση του ποσοστού προσαυξήσεως του μονοπωλητού ή των συνεργαζομένων πωλητών. Η αντίστροφη αυτή σχέση συνοψίζεται στη μαθηματική έκφραση: $mark\ up = -1/(1-|\varepsilon|)$. Εάν υφίστατο μια τέτοια σύμπραξη πωλητών, βάσει των ευρημάτων μας τα ποσοστά προσαυξήσεως θα ανεμένετο να ήσαν της τάξεως του 47,5, 52,9 και 8,8%, αντιστοίχως.

Δίχως να παραβλέπεται η ύπαρξη νοικοκυριών που ικανοποιούν τις ανάγκες τους εκτός αγοράς (από ποσότητες που παράγουν τα ίδια ή προσφέρονται από συγγενείς και φίλους κ.ο.κ.), στον βαθμό που επιδιώκεται η εξέταση του ανταγωνισμού παραγωγών και εμπορευομένων εντός αγοράς, στρέφουμε την προσοχή μας (α) στην εγχώρια παραγωγή του τυποποιημένου ελαιολάδου, σπορελαίων, φυτικών υποκαταστάτων του βουτύρου και μαγειρικών λιπών, καθώς και (β) στις εισαγωγές ομοειδών αγαθών. Διευκρινίζεται ότι, λόγω της αθροιστικότητος των κλαδικών στοιχείων, τα εγχώρια μεγέθη παραγωγής περιλαμβάνουν τα στερεά υπολείμματα και άλευρα από τα σπέρματα, ελαιώδεις καρπούς κ.τ.τ., τα οποία, σύμφωνα με μια ένδειξη (Πίνακας 5.3.Α.16.ζ-η), ίσως ανέρχονται στο 10% της συνολικής αξίας των πωλήσεων.

5.4. Η παραγωγή τυποποιημένων αγαθών

Η προσφορά τυποποιημένων αγαθών διενεργείται με τη σύμπραξη ποικίλων παραγωγικών μονάδων, όπως (α) ελαιοτριβείων (όπου εκθλίβονται οι ελιές και παράγονται το ελαιόλαδο και πυρηνέλαιο), (β) πυρηνελαιουργείων (όπου τα προϊόντα των ελαιοτριβείων φιλτράρονται ή/και εξευγενίζονται),[5] (γ) καταστη-

[4] Οι μέσες τιμές και ποσότητες των στοιχείων της ΕΟΠ αφορούν σε €4,2 και 1,8 κιλά ελαιολάδου, €1,7 και 1,0 κιλά σπορελαίων, €3,9 και 0,1 κιλό μαγειρικού λίπους. Για τη μορφή της συναρτήσεως ζητήσεως για τα φυτικά υποκατάστατα του βουτύρου επιφυλασσόμεθα, καθότι σε χαμηλές και μεσαίες τιμές εκτιμάται ότι ίσως είναι θετική, φαινόμενο μάλλον σπάνιο.

[5] Σημειώνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής πυρηνελαίου εξάγεται ακατέργαστο στο εξωτερικό.

μάτων επεξεργασίας ή/και τυποποιήσεως του ελαιολάδου, του πυρηνελαίου και των σπορελαίων, (δ) εμπορικών επιχειρήσεων που αναλαμβάνουν τη μεταπώληση του προϊόντος στην Ελλάδα και το εξωτερικό, (ε) αγροτικών συνεταιρισμών και ενώσεων αυτών (όπως η τριτοβάθμια συνεταιριστική οργάνωση «Ελαιουργική») που συγκεντρώνουν, εμπορεύονται ή επεξεργάζονται ή/και τυποποιούν τα προϊόντα των μελών τους, κ.ά.

Από τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία της δεκαετίας 1999-2008, και δη των ετών 2003-7 που είναι πληρέστερα όσον αφορά στην παραγωγή και τις πωλήσεις του υπό εξέταση κλάδου, προκύπτει ότι, κατά μέσον όρο:

- Η ετήσια προστιθέμενη αξία που δημιουργείται ανέρχεται (α) στο 1,43% της συνολικής αξίας που δημιουργείται στον δευτερογενή τομέα ή (β) στο 0,13% του ΑΕΠ (Πίνακας 5.4.Α.1 και Β.1). Το 44% αυτής της αξίας παράγεται σε 1,76-1,93 χιλιάδες μεταποιητικά καταστήματα των εννέα ή ολιγοτέρων ατόμων που συνολικά απασχολούν 3,83-4,28 χιλιάδες άτομα, ενώ το υπόλοιπο (56%) παράγεται σε 33-39 καταστήματα των δέκα ή περισσοτέρων ατόμων που συνολικά απασχολούν 1,36-1,67 χιλ. άτομα, ήτοι το 27% των εργαζομένων στον κλάδο (Πίνακας 5.3.Α.1-2,11 και Β.1-2,11). Σε αντιδιαστολή, στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως τα μεγάλα καταστήματα (με μέση ετήσια απασχόληση δέκα ατόμων και άνω) παράγουν το 68% της προστιθεμένης αξίας του δευτερογενούς τομέως απασχολώντας το 54% εργαζομένων σε αυτόν (Πίνακας 5.2.Ε.1α-β,ι και Ε.2α-β,ι). Συνάγεται ότι οι εργαζόμενοι στα μεγάλα (μικρά) καταστήματα του υπό εξέταση κλάδου συμβάλλουν στη δημιουργία αξίας αναλογικά περισσότερο (ολιγότερο) από ό,τι στα αντίστοιχα μεταποιητικά καταστήματα των άλλων κλάδων της οικονομίας.
- Ο κλάδος των φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών απασχολεί ετησίως το 1,42% του εργατικού δυναμικού του δευτερογενούς τομέως ή του 0,12% των απασχολουμένων της χώρας (Πίνακας 5.4.Α.2 και Β.2) με (α) τα μεγάλα καταστήματα να απασχολούν κατά μέσο όρο 43 άτομα (έκαστο), όλα αμειβόμενα και με μέση αμοιβή της τάξεως των 25 χιλ. ευρώ και (β) τα μικρά καταστήματα να απασχολούν κατά μέσο όρο δύο άτομα, εκ των οποίων το ένα αμισθί (ενδεχομένως αυτοαπασχολούμενο) και το άλλο αμειβόμενο με 14 χιλ. ευρώ (Πίνακας 5.3.Α.3,6-7 και Β.3,6-7). Στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως, τα μεγάλα καταστήματα απασχολούν 60 άτομα, σχεδόν όλα αμειβόμενα, με μέσο μισθό της τάξεως των 21 χιλ. ευρώ, ενώ στα μικρά καταστήματα οι συνθήκες είναι παρεμφερείς με αυτές που παρατηρούνται στον κλάδο (Πίνακας 5.2Ε.1.γ,ε-ζ και Ε.2.γ,ε-ζ). Στα μεγάλα καταστήματα η ετήσια δημιουργούμενη (προστιθέμενη) αξία ανά εργαζόμενο στον κλάδο ανέρχεται στα 94 χιλ. ευρώ (δίχως να απομονώνεται η συμβολή του κεφαλαίου), ενώ στα μικρά καταστήματα ανέρχεται στα 27 χιλ. ευρώ (Πίνακας 5.3.Α.11 και Β.11). Στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως τα αντίστοιχα μεγέθη είναι της τάξεως των 57 και 31 χιλ. ευρώ, αντιστοίχως (Πίνακας 5.2.Ε.1.ια και Ε.2.ια).

- Ο κλάδος διενεργεί ετησίως (α) το 1,41% των επενδύσεων κεφαλαίου του δευτερογενούς τομέως ή (β) το 0,08% του συνολικού ακαθαρίστου κεφαλαίου που σχηματίζεται στη χώρα (Πίνακας 5.4.Α.3 και Β.3). Εξ αυτών των επενδύσεων το ήμισυ δημιουργείται από μεγάλα καταστήματα και το ήμισυ από μικρά. Στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως, οι εν λόγω αναλογίες είναι της τάξεως του 72 και 28% (Πίνακας 5.2.Ε.1.ιγ και Ε.2.ιγ).
- Οι ετήσιες πωλήσεις του κλάδου ανέρχονται στο 1,81% των συνολικών πωλήσεων του δευτερογενούς τομέως (Πίνακας 5.4.Α4) υπερβαίνοντας έτσι τα κλαδικά μερίδια του 1,41-1,43% που παρατηρούνται εις (α) τη δημιουργία προστιθεμένης αξίας, (β) την απασχόληση και (γ) τις επενδύσεις κεφαλαίου· όπερ ενδεχομένως δηλοί την ύπαρξη αποτελεσματικοτέρων τμημάτων πωλήσεων ή ιδιαιτεροτήτων από την πλευρά της ζητήσεως. Το 62% των πωλήσεων διενεργείται από τα μεγάλα καταστήματα του κλάδου και το υπόλοιπο από τα μικρά (Πίνακας 5.3.Α.12 και Β.12). Στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως, τα αντίστοιχα μεγέθη είναι της τάξεως των 76 και 24% (Πίνακας 5.2.Ε.1.ιβ και Ε.2.ιβ). Συνάγεται ότι τα μεγάλα (μικρά) καταστήματα του κλάδου καταλαμβάνουν μεγαλύτερο (μικρότερο) μερίδιο πωλήσεων από το μερίδιο της προστιθεμένης αξίας που δημιουργούν. Η διαφορά είναι της τάξεως των έξι ποσοστιαίων μονάδων: κατά τι υποδεέστερη αυτής που παρατηρείται στο σύνολον του δευτερογενούς τομέως (της τάξεως των οκτώ ποσοστιαίων μονάδων).

Συνάγεται η υπεροχή των μεγάλων έναντι μικρών καταστημάτων στη δημιουργία προστιθεμένης αξίας ανά εργαζόμενο και την παροχή αμοιβών τόσο εντός του κλάδου όσο και σε σχέση με τον μέσο όρο των καταστημάτων αντιστοίχου μεγέθους στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως.

Στον Πίνακα 5.3.Α.15-16 παρατίθενται οι πωλήσεις των μεγάλων μεταποιητικών καταστημάτων σε όρους ποσοτήτων και χρηματικών αξιών κατά ομάδες προϊόντων. (Τα μεγέθη είναι εμφανώς υποεκτιμημένα σε σχέση με αυτά του Πίνακα 5.3.Α.12 λόγω εμπιστευτικότητος.)[6] Στον βαθμό που τα στοιχεία διαθέτουν κάποια αντιπροσωπευτικότητα, διαφαίνεται ότι άνω του 39,4% της αξίας των πωλήσεων προέρχεται από το ελαιόλαδο και άνω του 14,1% από τη μαργαρίνη.[7]

Περνώντας από το επίπεδο των επιμέρους καταστημάτων στο συγκεντρωτικότερο επίπεδο των επιχειρήσεων, η απόπειρα εξαγωγής συμπερασμάτων από τα ισολογιστικά στοιχεία καθίσταται μάλλον προβληματική, αν όχι εξόχως

[6] Όταν ο αριθμός των παραγωγών ενός προϊόντος (εξαψηφίου κωδικοποιήσεως σε όρους παραγωμένων προϊόντων κατά τη Στατιστική Υπηρεσία) περιορίζεται σε ένα ή δύο καταστήματα (όπως, λ.χ., συμβαίνει το 2002 με τη μαργαρίνη), τότε τα στοιχεία του εν λόγω προϊόντος δεν δημοσιεύονται.

[7] Βάσει στοιχείων των οικογενειακών προϋπολογισμών που προέρχονται από το μέσον της υπό εξέταση περιόδου (Πίνακας 5.9.Α) προκύπτει ότι η χρηματική αξία των εν λόγω προϊόντων ανέρχεται στο 1,0% της αξίας των προμηθευομένων προϊόντων και υπηρεσιών των νοικοκυριών της χώρας.

παραπλανητική, καθότι κάποια στοιχεία που συλλέγονται σε επίπεδο καταστημάτων φαίνεται να υποεκτιμούν τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων (απαριθμώντας, λ.χ., το 43% των εργαζομένων κατά το έτος 2007), ενώ άλλα στοιχεία τις υπερεκτιμούν (λ.χ., εμφανίζοντας συνολικό κύκλο εργασιών 43% υψηλότερο των συνολικών πωλήσεων του κλάδου κατά το έτος 2007).[8] Η προφανής εξήγηση για το τελευταίο είναι ότι συμπεριλαμβάνονται εταιρικά μεγέθη άσχετα με τις δραστηριότητες του υπό συζήτηση κλάδου. Λ.χ., στην περίπτωση της Ελαΐδος-Unilever που το 2008 φέρεται να απασχολεί περί τα 850 άτομα και παρουσιάζεται από την ICAP (2010) ως η κορυφαία του κλάδου με κύκλο εργασιών της τάξεως των 624 εκατ. ευρώ, μόνον το ένα όγδοο του εν λόγω εργατικού δυναμικού απασχολείται στην παραγωγή (α) ελαιολάδου, (β) σπορελαίων, (γ) μαργαρινών, (δ) μαγειρικών ελαίων και λιπών και (ε) ελιών.[9] Ο δε κύκλος εργασιών της εταιρείας (δηλ. το μέγεθος των πωλήσεων) εκ των τεσσάρων πρώτων δραστηριοτήτων ανέρχεται στο ποσόν των 168 εκατ. ευρώ,[10] ήτοι το 1/4 αυτού που εμφανίζεται στον ισολογισμό. Παρομοίως, από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου, οι Μύλοι Σόγιας και η Agroinvest συγχρόνως δραστηριοποιούνται στην παραγωγή δημητριακών και αλεύρων, η Μινέρβα-PZCussons στην παραγωγή γαλακτοκομικών κ.ά., η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Σητείας στην παραγωγή οίνου, τα Λεσβιακά Συνεταιριστικά Ελαιόλαδα και ο Π. Ν. Πέττας στην παραγωγή σαπουνιού κ.ο.κ. Ως εκ τούτου, η όποια επεξεργασία των στοιχείων τους (Πίνακας 5.5.Γ), όπου οι προκύπτουσες

[8] Πιο συγκεκριμένα, η βάση δεδομένων της ICAP (βλ. υποκεφάλαιο 1.3) καταγράφει την ύπαρξη: (α) 40 επιχειρήσεων των δέκα ή περισσοτέρων εργαζομένων συνολικού δυναμικού 1,74 χιλ. ατόμων, καθώς και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 998 και 1.259 εκατ. ευρώ κατά το 2007 και 2008, αντιστοίχως, άνευ των εργαζομένων και των πωλήσεων της Ελαΐδος-Unilever· (β) 41-42 επιχειρήσεων των εννέα ή ολιγοτέρων εργαζομένων (συνολικού δυναμικού 180-183 ατόμων) και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 71 και 67 εκατ. ευρώ κατά το 2007 και 2008, αντιστοίχως· (γ) 20-21 επιχειρήσεων αγνώστου αριθμού εργαζομένων και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 29 και 25 εκατ. ευρώ κατά το 2007 και 2008, αντιστοίχως· (δ) πέντε επιχειρήσεων των δέκα ή περισσοτέρων εργαζομένων (συνολικού δυναμικού 265 ατόμων) και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 54 εκατ. ευρώ κατά το 2007· (ε) έξι επιχειρήσεων των εννέα ή ολιγοτέρων ατόμων (συνολικού δυναμικού 34 ατόμων) και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 9 εκατ. ευρώ κατά το 2007· (στ) τεσσάρων επιχειρήσεων αγνώστου αριθμού εργαζομένων και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 55 εκατ. ευρώ κατά το 2007· (ζ) δύο επιχειρήσεων συνολικού δυναμικού τριών ατόμων και πωλήσεων της τάξεως του 1 εκατ. ευρώ κατά το 2008· (η) δύο επιχειρήσεων αγνώστου αριθμού εργαζομένων και συνολικών πωλήσεων της τάξεως των 200 χιλ. ευρώ κατά το 2008. Το συμπέρασμα του κειμένου προκύπτει αβίαστα από την απλή αντιπαραβολή του αθροίσματος των εργαζομένων και των πωλήσεων υπό τα στοιχεία (α)-(στ) με τα αντίστοιχα μεγέθη του Πίνακα 5.3.Α.12 και Β.12 που αφορούν στο 2007.

[9] Κατά δήλωση της εταιρείας το υπόλοιπο δυναμικό απασχολείται στην παραγωγή και προώθηση σαλτσών, σουπών, μαγιονέζας, παγωτών, ροφημάτων, χλωρίνης, προϊόντων οικιακού καθαρισμού, απορρυπαντικών και μαλακτικών ρούχων, αποσμητικών, σαπουνιών και οδοντόκρεμας.

[10] Συμπεριλαμβανομένων των αμοιβών για την τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια των εμπορικών καταστημάτων.

τιμές υποδηλώνουν επίπεδα ολιγοπωλιακής συγκεντρώσεως ανώτερα αυτών που εκτιμούνται για την αρτοποιία (Πίνακας 7.5), είναι αμφίβολο αν και σε ποιο βαθμό αντικατοπτρίζει την κατάσταση στον υπό εξέταση κλάδο ή/και σε άλλους.[11]

5.5. Εισαγωγές, εξαγωγές και το ζήτημα του μη τυποποιημένου ελαιολάδου

Συμπληρωματικά με τα εγχωρίως παραγόμενα φυτικά και ζωικά λίπη και έλαια εισάγονται στην Ελλάδα συναφή προϊόντα (όπως φοινικέλαιο, ηλιέλαιο, αραβοσιτέλαιο, μαργαρίνη), η αξία των οποίων κατά μέσο όρο ανέρχεται στο 0,29% της συνολικής αξίας όλων των αγαθών που εισάγονται στη χώρα. Συγχρόνως εξάγονται προϊόντα (κυρίως ελαιόλαδο), η αξία των οποίων κατά μέσο όρο ανέρχεται στο 2,03% της συνολικής αξίας των εξαγωγών της χώρας. Εντούτοις, ο λόγος της αξίας των εξαγομένων προς την αξία των εισαγομένων φυτικών και ζωικών λιπών και ελαίων, ο οποίος έως προσφάτως ήταν υπερτετραπλάσιος, βαίνει μειούμενος. Ιδίως η αύξηση της αξίας των εισαγομένων σπορελαίων είναι τέτοια που τείνει να φτάσει την αξία των εξαγωγών ελαιολάδου (Πίνακες 5.6 και 5.7.Β και Δ.).

Στον βαθμό που εκτός των εισαγομένων κατεργασμένων και ημικατεργασμένων σπορελαίων, οι πρώτες ύλες για την εγχώρια παραγωγή σπορελαίων προέρχονται σε σημαντικό ποσοστό από το εξωτερικό και σημαντικό ποσοστό της εγχωρίου παραγωγής σπορελαίων (όπως και των λοιπών, εγχωρίως παραχθέντων φυτικών και ζωικών λιπών και ελαίων) εξάγεται,[12] εικάζεται ότι οι επιχειρήσεις που έχουν ως κύρια δραστηριότητα την παραγωγή, επεξεργασία, τυποποίηση ή/και διάθεση σπορελαίων ενδεχομένως λειτουργούν υπό συνθήκες εντόνου (διεθνούς) ανταγωνισμού.[13]

Η κατάσταση στην παραγωγή ή/και την προώθηση του ελαιολάδου στην ημεδαπή και αλλοδαπή είναι συνθετότερη, οπότε η εξαγωγή συμπερασμάτων απαιτεί περισσότερη εμβάθυνση. Από το αριθμητικό παράδειγμα του Πίνακα 5.8 συνάγεται ότι η ποσότης του εξαγομένου ελαιολάδου εγγίζει την ποσότητα του

---

[11] Κατά τη γνώμη του γράφοντος, η σοβαρή (μη πρόχειρη) επιστημονική ανάλυση των μεριδίων αγοράς και της συγκεντρώσεως που παρατηρείται σε έναν κλάδο (α) απαιτεί τη συλλογή επιμέρους στοιχείων πωλήσεων από αυτούς που διατείνονται ότι εξειδικεύονται στη συλλογή τέτοιων στοιχείων και (β) δεν υποκαθίσταται από διευκρινίσεις του τύπου ότι η εκτίμηση βασίζεται στις εταιρείες που οι πωλήσεις των εξεταζομένων προϊόντων (ελαιολάδου, πυρηνελαίου και συναφών) καλύπτουν ποσοστό άνω του 50% του συνολικού ετήσιου κύκλου εργασιών τους, όπως λ.χ. πράττει η ICAP (2010, σελ. 60). Το ίδιο ισχύει για την ανάλυση της κερδοφορίας, αποδοτικότητος, ρευστότητος του κλάδου και των άλλων τεκταινομένων εις αυτόν.

[12] Η αξία των εξαγομένων σπορελαίων ανέρχεται στο 28% της αξίας των αντιστοίχων εισαγωγών και η αξία των εξαγομένων ζωικών ελαίων και λιπών, μειγμάτων και μαργαρίνης στο 32% της αξίας των αντιστοίχων εισαγωγών (Πίνακας 5.6.Β και Δ).

[13] Εκ των συνομιλιών με εκπροσώπους δύο εκ των κυριοτέρων εγχωρίων παραγωγών, «Σόγια Ελλάς» και «Μύλοι Σόγιας», διαπιστώθηκε ότι οι εν λόγω εταιρείες δεν προβαίνουν σε αξιόλογες εξαγωγές σογιελαίου και άλλων σπορελαίων.

μεταποιουμένου ελαιολάδου, μέρος της οποίας (προφανώς) καταναλώνεται εγχωρίως. Αυτό σημαίνει ότι η εγχώρια παραγωγή είναι πολύ μεγαλύτερη αυτής που καταγράφεται ή μπορεί να αποδοθεί στον δευτερογενή τομέα. Εξυπακούεται ότι η επιπλέον ποσότης είτε είναι αδήλωτη είτε προέρχεται από τον πρωτογενή τομέα και (αφού υποστεί ελάχιστη επεξεργασία) καταναλώνεται εγχωρίως ή εξάγεται χύδην (χύμα). Εν προκειμένω, είναι σχεδόν βέβαιο ότι παρά τη χρήση διαχωριστικών συνδέσμων («είτε», «ή») συμβαίνουν και τα τρία.[14]

Επανερχόμενοι στα στοιχεία της ΕΟΠ (Πίνακας 5.9), διαπιστώνουμε ότι η εγχώρια οικιακή κατανάλωση φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών κυριαρχείται από την κατανάλωση ελαιολάδου. Η αξία της τελευταίας ανέρχεται στο 83% της συνολικής αξίας των καταναλισκομένων ελαίων και λιπών, ενώ μεγάλο μέρος του προμηθευομένου εκ των νοικοκυριών ελαιολάδου (της τάξεως του 32,7% σε όρους αξίας, 36,3% σε όρους ποσότητος) φαίνεται να προέρχεται από πηγές εκτός του συστήματος χρηματικών συναλλαγών: ιδία παραγωγή, αμοιβές εις είδος, από αντιπραγματισμό.[15] Οι υπόλοιπες ανάγκες, στον βαθμό που υπάρχουν αποδείξεις, ικανοποιούνται μέσω αγορών από συγγενείς και φίλους ελαιοπαραγωγούς, καθώς και από πωλητές τυποποιημένου και μη τυποποιημένου ελαιολάδου.[16] Σε αντιδιαστολή, μόνον το 0,8% της αξίας των λοιπών ελαίων και λιπών που προμηθεύονται τα νοικοκυριά προέρχεται από πηγές εκτός του συστήματος χρηματικών συναλλαγών.

Από τις προηγούμενες παραγράφους συνάγεται ότι το ελαιόλαδο (τυποποιημένο και μη) είναι μεν ιδιαιτέρας σημασίας για την εθνική οικονομία, εμφανίζει δε κάποιες ιδιαιτερότητες καθότι κυκλοφορεί τόσο εντός όσο και εκτός της εγχρημάτου οικονομίας. Ως εκ τούτου, κρίνεται σκόπιμο να εστιάσουμε την

[14] Στο σημείο αυτό ο γράφων καταθέτει ανέκδοτες μαρτυρίες παραγωγών περιγράφουσες απόπειρες κάποιων ελαιοτριβών να μη ζυγίζουν τον προς ελαιοποίηση καρπό ώστε να φορο-διαφεύγουν. (Όταν ο καρπός μετράται δηλώνεται αυτομάτως στο σύστημα.) Τα θέματα της αυτοκαταναλώσεως και των ατυποποιήτων εξαγωγών θα συζητηθούν εν συνεχεία.

[15] Στην ύπαιθρο το εκτός χρηματικού συστήματος ποσοστό αγγίζει το 48%. Η μέση τιμή του καταναλωθέντος ελαιολάδου που δηλώνεται ως προμηθευθέν κατά την περίοδο διεξαγωγής της ερεύνης (εκ της αγοράς, της επιχειρήσεως, ή προκύπτον εξ αντιπραγματισμού) εκτιμάται (από τα νοικοκυριά) στα 4 ευρώ το κιλό (σε τιμές 2004-5), ενώ η αξία αυτού που δηλώνεται ως προμηθευθέν προγενεστέρως (εκ της αγοράς, εξ ιδίας παραγωγής, αντιπραγματισμού ή ως αμοιβή εις είδος) στα 3 ευρώ το κιλό. Συμπληρωματικά αναφέρεται ότι οι μέσες τιμές των αγοραίων σπορελαίων, βουτύρου, φυτικού βουτύρου και μαγειρικών λιπών που δηλώνονται ως προμηθευθέντα την περίοδο διεξαγωγής της ερεύνης εκτιμούνται στα 2, 8, 4 και 4 ευρώ ανά κιλό, αντιστοίχως.

[16] Στον βαθμό που (όπως θα ιδούμε στη συνέχεια) η παραγωγή εντοπίζεται στην ύπαιθρο της νοτίου χώρας, ολίγον εκπλήσσει που (α) το υψηλότερο μερίδιο καταναλώσεως ελαιολάδου μεταξύ των οικιακώς καταναλισκομένων ειδών διατροφής και μη οινοπνευματωδών ποτών παρατηρείται στις αγροτικές περιοχές και (β) το χαμηλότερο στο κυριότερο αστικό κέντρο της βορείου Ελλάδος. Στη Θεσσαλονίκη, επίσης, σημειώνεται και το χαμηλότερο μερίδιο ιδιοκαταναλώσεως ή απολαβής ελαιολάδου εξ ανταλλαγών εις είδος, με άλλα λόγια το υψηλότερο μερίδιο μηνιαίας δαπάνης υπέρ της προμηθείας ελαιολάδου (Πίνακας 5.9).

προσοχή μας στο ελαιόλαδο, καθώς και στις συνθήκες παραγωγής και εμπορίας του στην Ελλάδα και την ανταγωνιστικότητά του εκτός Ελλάδος.

5.6. Το ελαιόλαδο: Παραδοσιακό αγαθό της Ελλάδος και Μεσογείου - Είδη και χρήσεις

Το ελαιόλαδο, και δη το λεγόμενο παρθένο ελαιόλαδο, είναι μια φυσική, ρευστή ουσία με μεγάλη διατροφική αξία που λαμβάνεται από τον καρπό της ελιάς με μηχανικές διαδικασίες (συμπίεση του περισπερμίου ή ψίχας, βλ. υποσ.1), χωρίς να αλλοιώνονται τα χαρακτηριστικά και να υποβαθμίζεται η βιολογική αξία των συστατικών του. Ως εκ τούτου, σε αντιδιαστολή, λ.χ., με τον οίνο που χρειάζεται να υποστεί ζύμωση, μπορεί να καταναλωθεί αμέσως, διατηρώντας τις πτητικές και άλλες ουσίες που προσδίδουν το χαρακτηριστικό άρωμα και γεύση. Αντιθέτως, υποδεέστεροι τύποι ελαιολάδου (ιδίως αυτοί που προκύπτουν στις μεταγενέστερες φάσεις της διαδικασίας, με τη σύνθλιψη του πυρήνος), καθώς και οι περισσότεροι τύποι ελαίων που εξάγονται από σπόρους (εξαιρείται το σησαμέλαιο) απαιτείται να υποστούν χημική επεξεργασία ή/και προσμείξεις προκειμένου να καταστούν κατάλληλοι προς βρώσιν.

Απολιθώματα ηλικίας εκατομμυρίων ετών που εντοπίζονται στην Ιταλία, την Ελλάδα, τη βόρειο Αφρική κ.α., μαρτυρούν ότι η ελιά είναι γηγενές δένδρο της περιοχής της Μεσογείου. Σύμφωνα με αρχαιολογικά ευρήματα, η καλλιέργειά της, καθώς και η παραγωγή ελαιολάδου από τον καρπό, φαίνεται να ανεπτύχθησαν κατά τη νεολιθική εποχή ($6^{η}$-$3^{η}$ χιλιετία π.Χ.) στα παράλια της ανατολικής Μεσογείου, με επίκεντρο ίσως τη Συρία. Εν συνεχεία διεδόθησαν κατά μήκος και πλάτος της υπολοίπου Μεσόγειου[17] με αποτέλεσμα το ελαιόλαδο να καταστεί η κύρια πηγή εξασφαλίσεως λιπαρών συστατικών τόσο της ελληνικής όσο και της ρωμαϊκής διατροφής περιλαμβανόμενο σε σαλάτες και συνταγές μαγειρικής (σάλτσες, σούπες κ.ο.κ.).[18] Επιπλέον, αξιοποιείτο στο ζύμωμα, το τηγάνισμα, τη φροντίδα του σώματος, την παρασκευή καλλυντικών και φαρμάκων, σε λάμπες φωτισμού, καθώς και σε αθλητικές και θρησκευτικές τελετές, στη βιοτεχνία (λ.χ., στην κατεργασία του λινού), στην αντιμετώπιση της οξειδώσεως των μετάλλων κ.ά. χρήσεις· ενώ τα άλλα υγρά υπολείμματα της συμπιέσεως του καρπού (η λεγόμενη αμόργη) αξιοποιούντο ως ζωοτροφή και όπως η κηροζίνη στις ημέρες μας. Μέσω των θρησκευτικών τελετών και δη

[17] Διείσδυσαν και στη Μεσοποταμία, όπου όμως, εν τέλει, επικρατήσαν το σησαμέλαιο και καστορέλαιο. Η ανεύρεση στο οροπέδιο των Μεθάνων ελαιοτριβείου που χρονολογείται στην $4^{η}$ χιλιετηρίδα π.Χ. παρέχει το πρώτο απτό στοιχείο χρήσεως του ελαιολάδου στον ελληνικό χώρο. Σύμφωνα με ένα αρχαίο μύθο η παρουσία της ελιάς στην Ελλάδα είναι συνυφασμένη με την ίδρυση της πόλεως των Αθηνών. Η δε βελτίωση και διάδοση των ποικιλιών μαρτυρείται και σε γραπτά κείμενα, λ.χ., αναφορές εξαγωγής διακοσίων δενδρών από την Αττική στην Αίγυπτο κατά τον 3-$2^{ο}$ αιώνα π.Χ.

[18] Το βούτυρο (δηλ. το τυρί της βοός (αγελάδας)) εθεωρείτο τροφή για βαρβάρους, ενώ τα υπόλοιπα φυτικά και ζωικά λίπη και έλαια που ήσαν γνωστά την περίοδο εκείνη δεν ετύγχαναν σημαντικής καταναλώσεως.

αυτών του χριστιανισμού (βάπτιση, ευχέλαιο, χρίσμα κ.ά.)[19] διεδόθη στα τμήματα της Ευρώπης που δεν προσεφέροντο για ελαιοκαλλιέργεια.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνος και της Αναγεννήσεως (από τον 5ο έως τον 17ο αιώνα μ.Χ.), η ελαιοκαλλιέργεια υπεχώρησε σε πολλές περιοχές της δυτικής Ευρώπης και της βορείου Αφρικής, καθώς και σε άλλες που υπετάγησαν στους Τούρκους. Παρέμεινε ωστόσο ισχυρή σε τμήματα της Ιβηρικής, Ιταλίας και Ελλάδος ως τις μέρες μας.[20] (Η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάς κατέχουν παγκοσμίως το πρώτο (26%), δεύτερο (15%) και τέταρτο μερίδιο (11%) σε όρους εκτάσεως ελαιοκαλλιεργειών, αντιστοίχως· ενώ εμφανίζουν, κατά αντίστροφη σειρά, και τις υψηλότερες κατά κεφαλήν καταναλώσεις ελαιολάδου. Ειδικά στη χώρα μας η κατανάλωση ενδέχεται να εγγίζει τον κορεσμό.[21] (Πίνακας 5.10)) Τον 16ο-17ο αιώνα η παράδοση της ελαιοκαλλιέργειας μετεφέρθη στον Νέο Κόσμο και σχετικά πρόσφατα στην Άπω Ανατολή, τη νότιο Αφρική και την Ωκεανία· ενώ πλέον αναβιώνει και στην υπόλοιπη Μεσόγειο (OCD, 1970· Bartolini και Petruccelli, 2002· Βίγκλας, 2007· Vossen, 2007· Πίνακας 5.9.Α). Εικάζεται ότι η αύξηση της καταναλώσεως που παρατηρείται στις ημέρες μας σε αρκετές μη-μεσογειακές, οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες αντικατοπτρίζει τις σύγχρονες αντιλήψεις που θεωρούν τη μεσογειακή διατροφή με βάση το ελαιόλαδο την πλέον υγιεινή[22] σε σχέση με άλλους τύπους διατροφής προσανατολισμένους στην κατανάλωση σπορελαίων ή λιπών ζωικής προελεύσεως·καίτοι τα τελευταία έχουν πολύ χαμηλότερη τιμή από αυτήν του ελαιολάδου.[23]

---

[19] Σημειολογικά αναφέρεται ότι αυτή καθαυτή η εβραϊκή λέξη που αποδίδεται στην ελληνική ως «μεσσίας», καθώς και η μετάφραση της εποχής, *χριστός*, αφορούν στον αλειμμένο με λάδι. Υπολείμματα της πίστεως στις αποδιδόμενες (άλλοτε) θεραπευτικές ή μαγικές ιδιότητες του ελαιολάδου διαφαίνονται στη λήψη του για πέτρες στη χολή (αν και η σύγχρονη ιατρική το χρησιμοποιεί ελάχιστα), καθώς και στη χρήση του για τη θεραπεία της κακοδιαθεσίας (το λεγόμενο «μάτιασμα»).

[20] Ο δε σημαντικός, διττός ρόλος του ελαιολάδου στην οικονομία του τόπου μας (ως διατροφικού μέσου και ως συναλλακτικής μονάδος), επί αιώνες, έδωσε λαβή στον γνωστό χαρακτηρισμό της δωροδοκίας ή χρηματισμού ως «λάδωμα».

[21] Ίσως υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω αυξήσεως της εγχωρίου (α) ζητήσεως στις ομάδες πληθυσμού που στον Πίνακα 5.1 εμφανίζουν αρνητικούς ή υποδεέστερους σημαντικά συντελεστές και (β) καταναλώσεως (i) στους χώρους μαζικής εστιάσεως (ειδικότερα αν υπάρξει εισροή τουριστών) και (ii) μέσω της χρήσεως στη βιομηχανία τροφίμων (βλ. υποσ. 27).

[22] Ο όρος «μεσογειακή διατροφή» αναφέρεται στις διατροφικές συνήθειες των κατοίκων των ελαιοπαραγωγικών χωρών της Μεσογείου και κυρίως αυτών της νοτίου Ιταλίας και της Κρήτης κατά τις αρχές της δεκαετίας του 1960. Περιλαμβάνει την κατανάλωση οσπρίων, ζυμαρικών, δημητριακών προϊόντων, φρούτων, λαχανικών, τυροκομικών προϊόντων, ιχθύων, πουλερικών και μικρών ποσοτήτων «κόκκινου» κρέατος. Το γεύμα συνοδεύεται από ένα ποτήρι κρασί, ενώ το ελαιόλαδο αποτελεί τη μοναδική πηγή λίπους της εν λόγω διατροφής.

[23] Ενδεικτικά αναφέρεται ότι βάσει των στοιχείων του Διεθνούς Οργανισμού Ελαιολάδου (2009α) υπολογίζεται πως στο διάστημα Οκτωβρίου 1999 - Σεπτεμβρίου 2008, η μέση ετήσια συνολική αύξηση της καταναλώσεως (α) στην Αργεντινή και Βραζιλία ήτο της τάξεως του 5,5%· (β) στη Ρωσία, Ιαπωνία και Αυστραλία της τάξεως του 5,2%· (γ) στη Β.Αμερική (ΗΠΑ, Καναδά, Μεξικό) 4,9%· (δ) στις πέντε χώρες-παραγωγούς της ΕΕ-15 (ήτοι: Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα, Πορτογαλία, Γαλλία) και την Κύπρο 0,6%· (ε) στην υπόλοιπη ΕΕ-15 και την Ελβετία

Το ελαιόλαδο είναι ένα προϊόν που πλέον καταναλώνεται διεθνώς. Ως ποιοτικότερη διαβάθμισή του, βάσει της τυπολογίας του Διεθνούς Οργανισμού Ελιάς (IOC, 2010), αναφέρεται το παρθένο ελαιόλαδο.[24] Βασικό κριτήριο αξιολογήσεώς του είναι οξύτης του.[25] Η τελευταία επηρεάζεται, μεταξύ άλλων, από τον τρόπο συγκομιδής, αποθηκεύσεως και εκθλίψεως του καρπού.[26] Επίσης διακρίνονται υποδεέστεροι, βρώσιμοι τύποι εξευγενισμένου ελαιολάδου[27] και πυρηνελαίου·[28] ενώ ενδέχεται να κυκλοφορούν και νοθευμένα ή ταγγισμένα προϊόντα.[29]

7%· (στ) στην Β. Αφρική (Αίγυπτο, Λιβύη, Τυνησία, Αλγερία, Μαρόκο) 2,5%· (ζ) στη ζώνη της Συρίας, Τουρκίας, Ιράν, Σ. Αραβίας, Ιορδανίας, Παλαιστίνης, Ισραήλ και Λιβάνου ήτο της τάξεως του 4,7%.

[24] Από την ελαιοκομική περίοδο 2003/4 και εξής, το παρθένο ελαιόλαδο υποδιαιρείται στις κατηγορίες του: (α) *εξαιρετικού παρθένου* (*extra-virgin)* οξύτητος 0-0,8 βαθμών (ήτοι 0-0,8 γραμμαρίων ελαϊκού οξέος ανά 100 γραμμάρια προϊόντος), (β) *παρθένου* (*virgin*) οξύτητος 0,8-2 βαθμών και (γ) *κοινού παρθένου* (*ordinary virgin*) οξύτητος 2-3,3 βαθμών. Εξυπακούεται ότι οι εν λόγω τύποι προϊόντος παράγονται άνευ χημικής επεξεργασίας ή αναμείξεως με εξευγενισμένα έλαια (βλ. υποσ. 27) και ουσιαστικά μπορούν να διακινηθούν ή καταναλωθούν όπως βγαίνουν από το ελαιοτριβείο. Στην κατηγορία υπό το στοιχείο (α) συμπεριλαμβάνεται και το αγουρέλαιο που προκύπτει από τον πρώτο, άγουρο καρπό της ελιάς. Τούτο θεωρείται από τους καλλιεργητές το καλύτερο, με αποτέλεσμα να διακρατείται συχνά από αυτούς για ιδία κατανάλωση. Λόγω της «ιδιοσυγκρασίας» του έχει περιορισμένη διάρκεια ζωής, το πολύ 9 μήνες.

[25] Η οξύτης καθορίζει πόσο βρώσιμο είναι το ελαιόλαδο. Εκφράζεται σε βαθμούς οι οποίοι υποδηλώνουν την περιεκτικότητα του προϊόντος σε ελαϊκό οξύ υπό τη μορφή γραμμαρίων ελευθέρου ελαϊκού οξέος ανά 100 γραμμάρια λιπαρής ύλης.

[26] Ως εκ τούτου είναι πιθανόν η ποιότης του ελαιολάδου να υποβαθμιστεί αν μείνει επί μακρόν (άνω των 15-18 μηνών) ή αποθηκευτεί σε ακατάλληλα δοχεία ή σε χώρο με υψηλή θερμοκρασία. Ταγγίζοντας, αποκτά πολύ οξεία γεύση που «πειράζει» τον λαιμό, χάνει τα θρεπτικά του συστατικά και καθίσταται ακατάλληλο προς βρώσιν.

[27] Όπως: (α) το *εξευγενισμένο* (*refined*) οξύτητος 0-0,3 βαθμού, το οποίο προκύπτει από το μειονεκτικό παρθένο ελαιόλαδο οξύτητος άνω των 3,3 βαθμών και (β) το *κοινό* (*ordinary*) οξύτητος 0,5-1,5 βαθμού που προκύπτει από αναμείξεις του (α) και των προϊόντων που αναφέρονται στην υποσ. 24. Το *μειονεκτικό ελαιόλαδο* (*lampante*) εξάγεται με την περαιτέρω συμπίεση του καρπού, αφού εξαχθεί το κοινό παρθένο ελαιολάδο (βλ. υποσ. 24γ) και καθίσταται βρώσιμο μόνο κατόπιν επεξεργασίας. Διαφορετικά, χρησιμοποιείται (i) για φωτισμό ως υποδηλοί η ονομασία «*lampante*» ανακαλώντας την παραδοσιακή αξιοποίησή του σε λάμπες, (ii) στη σαπωνοποιία και (iii) άλλες βιομηχανικές χρήσεις.

[28] Όπως το (α) *εξευγενισμένο πυρηνέλαιο* (*refined olive-pomace oil*) οξύτητος 0-0,3 βαθμού, το οποίο προκύπτει από το ακατέργαστο πυρηνέλαιο και (β) το *κοινό πυρηνέλαιο* (*ordinary olive-pomace oil*) οξύτητος 0-0,1 βαθμού που προκύπτει από αναμείξεις του (α) και των προϊόντων που αναφέρονται στην υποσ. 24. Το *ακατέργαστο πυρηνέλαιο* (*crude olive-pomace oil*) εξάγεται με σύνθλιψη του πυρήνος και λοιπού καρπού, αφού ολοκληρωθεί το στάδιο παραγωγής του μειονεκτικού παρθένου ελαιολάδου (βλ. υποσ. 27) και καθίσταται βρώσιμο μόνο κατόπιν επεξεργασίας. Διαφορετικά, χρησιμοποιείται στη σαπωνοποιία και άλλες βιομηχανικές χρήσεις.

[29] Βλ. υποσ. 26. Το ελαιόλαδο επιδέχεται νοθεία η οποία μπορεί να γίνει είτε με απλό (ερασιτεχνικό) τρόπο υπό τη μορφή αναμείξεως με φθηνότερα σπορέλαια είτε με πιο

Σύμφωνα με τον ίδιο φορέα, το μέγεθος της παραγωγής στην ΕΕ είναι τέτοιο που σε μεγάλο βαθμό καθορίζει τις διεθνείς τιμές. Η αρνητική σχέση μεταξύ της προσφερομένης ποσότητος του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου και της τιμής πωλήσεως των παραγωγών του, καθώς και η ομοιόμορφη εξέλιξη των τιμών του εξευγενισμένου ελαιολάδου και πυρηνελαίου, καθίσταται εμφανής στα Διαγράμματα 5.1.α-γ. Ωστόσο, στο βαθμό που οι διαθέσιμες τιμές παραγωγών της ελαιοκομικής περιόδου 2008/9 είναι αντιπροσωπευτικές,[30] προκύπτει ότι στην Ελλάδα οι τιμές παραγωγού του εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου (βλ. υποσ. 24α) είναι κατώτερες των αντιστοίχων στην Ιταλία και οι τιμές παραγωγών παρθένου και μειονεκτικού ελαιολάδου (βλ. υποσ. 24 και 27, αντιστοίχως) υπολείπονται των αντιστοίχων τιμών σε Ιταλία και Ισπανία (Διαγράμματα 5.2.α-γ).

5.7. Το ελληνικό προϊόν στον διεθνή ανταγωνισμό

Αν και το ελληνικό ελαιόλαδο θεωρείται ποιοτικό προϊόν, είναι το ιταλικό αυτό που χαίρει της προτιμήσεως των αγορών υψηλού εισοδήματος, όπως οι ΗΠΑ (όπου πρωτοπροσεφέρθη τυποποιημένο το 1860), η Αυστραλία, ο Καναδάς και οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Τούτο οφείλεται στην:

- Ταύτιση του προϊόντος με την ιταλική κουζίνα, η οποία είναι γνωστή και αγαπητή στις χώρες αυτές.
- Χρήση καλαίσθητων υάλινων συσκευασιών.
- Μεταποιητική ανάπτυξη των ιταλικών επιχειρήσεων, οι δυνατότητες των οποίων ενισχύονται με την εισαγωγή πρώτης ύλης από άλλες χώρες. Η τελευταία, αφού αναμειχθεί και τυποποιηθεί, επανεξάγεται αποφέροντας σημαντική πρόσοδο. Με τον τρόπο αυτό η παραγωγή της Ελλάδος, Τυνησίας και άλλων χωρών τίθεται στην υπηρεσία της διατηρήσεως ή αναπτύξεως της ιταλικής μεταποιητικής υποδομής, αντί της εγχωρίου,[31] υπονομεύοντας την δυνατότητα αυτόνομης διεισδύσεως ή διατηρήσεως μεριδίου αγοράς στο εξωτερικό.

«επιστημονικό» τρόπο μέσω της χρήσεως λιπαρών ουσιών που έχουν παραπλήσια προς το ελαιόλαδο χημική σύνθεση και έχουν υποστεί χημική επεξεργασία.

[30] Η ελαιοκομική περίοδος αρχίζει την πρώτη Οκτωβρίου κάθε έτους και ολοκληρώνεται το τέλος Σεπτεμβρίου του επομένου έτους. Στη χώρα μας η ωρίμανση (και συλλογή) του ελαιοκαρπού αρχίζει (α) στα νοτιότερα και χαμηλοτέρου υψομέτρου μέρη γύρω στα τέλη Οκτωβρίου και (β) στα υψηλότερα και ψυχρότερα μέρη ως τα τέλη Ιανουαρίου, με αποτέλεσμα η συλλογή του καρπού να παρατείνεται εκεί μέχρι και τον Μάιο.

[31] Η μακρόχρονη εξοικείωση των εκπροσώπων των εταιρειών της γείτονος με την αλλοδαπή (εν προκειμένω, την ελληνική) αγορά τούς επιτρέπει να προμηθεύονται το πολύ ποιοτικό ελαιόλαδο με άριστα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά απ' ευθείας από τους μεμονωμένους παραγωγούς, τα ελαιοτριβεία, τους μεμονωμένους συνεταιρισμούς ή μεσίτες σε σχετικά χαμηλές τιμές. Εξυπακούεται ότι οι εν λόγω παραγωγοί, ελαιοτρίβες και λοιποί επαφιέμενοι στο μικρό αλλά σίγουρο κέρδος αποποιούνται την προοπτική αναπτύξεως της τοπικής ή εθνικής υποδομής και, κατ' επέκταση, την προοπτική της εισόδου τους στις μεγάλες αγορές του εξωτερικού με το ίδιο το προϊόν τους.

- Διατήρηση της καλής φήμης του προϊόντος μέσω της διοχετεύσεως (διαφόρων) επωνύμων και συνεπώς αναγνωρίσιμων ποιοτήτων σε επαρκείς ποσότητες και ικανοποιητική σχέση ποιότητος/τιμής.
- Αξιοποίηση του ήδη εγκατεστημένου και εν λειτουργία δικτύου διανομής και προβολής του ιταλικού ελαιολάδου υπέρ της αποτροπής διεισδύσεων στις ανεπτυγμένες αγορές άλλων προϊόντων.[32]

Το ισπανικό προϊόν, καίτοι συχνά φερόμενο ως ποιοτικώς κατώτερο του ελληνικού, κατόρθωσε να αναδειχθεί βασιζόμενο εις:

- Το μεγάλο μέγεθος της ισπανικής παραγωγής και της εσωτερικής αγοράς.
- Την επίτευξη μειωμένου κόστους μέσω (α) της οργανωμένης, εντατικής παραγωγής σε σχετικά μεγάλου μεγέθους παραγωγικές εκμεταλλεύσεις, (β) της χρήσεως μεγαλυτέρων ελαιοτριβείων, (γ) της εξαλείψεως των μεσαζόντων και της αναλήψεως της αποθηκεύσεως-διακινήσεως-εμπορίας από μεγάλους οργανωμένους φορείς. Τούτο είχε θετικές επιπτώσεις τόσο στον έλεγχο όσο και την διατήρηση της ποιότητος.
- Τη βελτίωση της ποιότητος μέσω (α) της φυτεύσεως καλυτέρων ποικιλιών [33] και (β) της απαγορεύσεως κυκλοφορίας του ατυποποιήτου προϊόντος που εύκολα δύναται να νοθευτεί.[34] Η απαγόρευση επέτρεψε τη δημιουργία μεγάλων εταιρειών τυποποιήσεως με εμπορικά περιθώρια τέτοια που να καθιστούν δυνατή τη δαπάνη των απαραιτήτων ποσών για την προώθηση του προϊόντος στις αγορές του εξωτερικού.
- Την προβολή του προϊόντος μέσω (α) της αεροπορικής εταιρείας *Iberia* και των εμπορικών ακολούθων στο εξωτερικό και (β) εκδηλώσεων τοπικών κοινωνιών της Ισπανίας, οι οποίες αποσκοπούν στην ανάδειξη του προϊόντος ως βασικού στοιχείου της μεσογειακής διατροφής και πολιτισμού (βλ. υποσ.22) κ.τ.τ.
- Την αξιοποίηση των υποδεεστέρων προϊόντων ως φθηνής πρώτης ύλης στην βιομηχανία (την κονσερβοβιομηχανία, την παραγωγή υποκαταστάτων βουτύρου, λιπαντικών, καλλυντικών, την σαπωνοποιία κ.α.) (Λαμπροπούλου, 2007).

Στους σχηματικούς αντίποδες, το ελληνικό προϊόν εξάγεται εν πολλοίς άνευ τυποποιήσεως σε Ιταλία και Ισπανία όπου τυγχάνει περαιτέρω επεξεργα-

[32] Χαρακτηριστικό παράδειγμα στις ΗΠΑ είναι η προσφυγή στην παραπλανητική σήμανση που προτάσσει την ένδειξη «imported from Italy» (εισαχθέν εξ Ιταλίας) αντί αυτής που αφορά στην χώρα προελεύσεως του προϊόντος, κατά παράβαση της αμερικανικής νομοθεσίας (βλ. USCBP, 2000· USITC, 2006· McGee, 2010).

[33] Η κυβέρνηση αξιοποίησε κοινοτικά κονδύλια προκειμένου να επιτύχει με πολυετή προγράμματα αναδιάρθρωση των ελαιώνων.

[34] Στις αρχές της δεκαετίας του 1980, η Ισπανία αντιμετώπισε εκτεταμένη νοθεία ελαιολάδου, εμπορευομένου από ανωνύμους πλανοδίους σε 16κιλη συσκευασία, με ολέθρια αποτελέσματα για τη δημόσια υγεία. Αναφερθήκαν ως και θάνατοι καταναλωτών.

σίας και επανεξάγεται σε πολύ υψηλότερες τιμές.[35] Η διαιώνιση της πρακτικής συγκεντρώνει την αποδοκιμασία της πλειονότητος των αναλυτών που πραγματεύονται το θέμα της αξιοποιήσεως του ελληνικού ελαιολάδου και τον αναπτυξιακό ρόλο που δύναται να διαδραματίσει στην εθνική οικονομία.

Από τα στατιστικά στοιχεία των τελευταίων εννέα διαθεσίμων ετών (από τον Οκτ. 1999 έως τον Σεπτ. 2008 (Πίνακας 5.11)) συνάγεται ότι η Ισπανία, η Ιταλία και η Ελλάς διαθέτουν τις μεγαλύτερες εγχώριες παραγωγές και καταναλώσεις ελαιολάδου, με την Ισπανία, την Ελλάδα και την Τυνησία να προβαίνουν στις μεγαλύτερες (καθαρές) εξαγωγές ποσοτήτων ελαιολάδου και τις ΗΠΑ, την Ιταλία και την Γαλλία στις μεγαλύτερες (καθαρές) εισαγωγές.[36] Εκτιμάται ότι οι τρεις πρώτες εξάγουν, αντιστοίχως, το 46, 30 και 71% της παραγωγής τους· ενώ προς ικανοποίηση της εγχωρίου καταναλώσεως οι τρείς δεύτερες εισάγουν ποσότητες που αναλογούν στο 19.742, 20 και 2.205% της παραγωγής τους. (Εξυπακούεται ότι η εγχώρια παραγωγή της Γαλλίας και, ιδίως, των ΗΠΑ είναι συγκριτικά μικρή.) Σημειώνεται ότι στον βαθμό που τρεις εκ των πέντε μεσογειακών χωρών με σημαντικό όγκο ιδίων εξαγωγών ελαιολάδου (η Ισπανία, η Τυνησία και η Τουρκία) εμφανίζουν αναλογικά μικρότερα μεγέθη εγχωρίου καταναλώσεως σε σχέση με την Ελλάδα, η συγκριτική εξέλιξις του λόγου των εξαγωγών προς την παραγωγή αναδεικνύει την Ελλάδα ως ολιγότερο εξωστρεφή παραγωγό, ακολουθουμένης από τη Συρία (βλ. Διάγραμμα 5.3).

Εκ των έξι κυριοτέρων παραγωγών ελαιολάδου της ΕΕ,[37] η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία και Γαλλία προβαίνουν σε εισαγωγές ελαιολάδου (όχι μόνο από κοινοτικές αλλά και) από τρίτες χώρες για ιδία κατανάλωση και (επαν)εξαγωγή. Ειδικότερα οι τρεις πρώτες επεξεργάζονται, αναμειγνύουν, μεταποιούν και εξάγουν σημαντικές ποσότητες, ενσωματώνοντας έτσι σε αυτές τις ποσότητες εγχωρίως δημιουργηθείσα προστιθέμενη αξία. Υπολογίζουμε ότι το μέγεθος των εξαγωγών των τριών αυτών οικονομιών σε προορισμούς εκτός της κοινής αγοράς ανέρχεται στο 10 και 29 και 51%, αντιστοίχως, της εγχωρίου παραγωγής των και στο 56, 34 και 6% των κοινοτικών εξαγωγών ελαιολάδου προς τρίτες χώρες. Τα αντίστοιχα μερίδια εξαγωγών της ελληνικής οικονομίας σε αμφότερες τις περιπτώσεις φαίνεται να είναι της τάξεως του 3%.[38] Ως εκ τούτου,

---

[35] Η Ιταλία και Ισπανία απερρόφησαν το 76 και 4%, αντιστοίχως, του συνόλου των εξαγομένων ποσοτήτων κατά την τριετία 2005-7. Οι ΗΠΑ, Γερμανία και Καναδάς από 3%, το Ηνωμένο Βασίλειο 2%, η Αυστρία και Αυστραλία από 1%, οι υπόλοιπες χώρες της ΕΕ-25 και της υφηλίου από 3% (βλ. Καδίτη και Νίτση, 2010).

[36] Συγχρόνως, η χώρα μας κατέχει παγκοσμίως την 5^{η} θέση από απόψεως παραγωγής επιτραπεζίων ελιών, την 13^{η} από απόψεως εγχωρίου καταναλώσεως (την 2^{α} σε όρους κατά κεφαλήν μεγεθών) και την 2^{α} από απόψεως (καθαρών) εξαγωγών (Πίνακας 5.12).

[37] Ισπανία (με μερίδιο 49,6%), Ιταλία (30,0%), Ελλάς (18,2%), Πορτογαλία (1,7%) , Κύπρος (0,3%) και Γαλλία (0,2%). Οι υπόλοιπες χώρες έχουν αμελητέα παραγωγή.

[38] Εξυπακούεται ότι η όποια σύγκρισις στη βάση των μεγεθών των εξαγωγών των κοινοτικών εταίρων μας προς άλλες χώρες της ΕΕ (όπως επιχειρείται σε άλλα κεφάλαια, μέσω των δεικτών Balassa και Vollrath κ.τ.τ.), εις την περίπτωση του ελαιολάδου, θα ήτο μάλλον μάλλον παραπλανητική, οπότε δεν θα επιχειρηθεί.

προκύπτει μάλλον αβίαστα ότι οι χώρες της ΕΕ συνιστούν τον κύριο προορισμό της εξαγωγικής στρατηγικής της Ελλάδος απορροφώντας το 91% των εξαγωγών ελαιολάδου της σε όρους ποσοτήτων (κυρίως ακατεργάστων ποσοτήτων) (βλ υποσ.35). Αναλογούν, δε, στο 28% των εγχωρίως παραγομένων ποσοτήτων. Η ελληνική οικονομία, όχι μόνο δεν προβαίνει στην πρακτική των εισαγωγών-επεξεργασιών-εξαγωγών, αλλά στο βαθμό που (σχετικά) μικρό μέρος της εγχωρίου παραγωγής φαίνεται να τυποποιείται, λειτουργεί (α) ως προμηθεύτρια πρώτης ύλης υψηλής ποιότητος που επεξεργάζονται και προωθούν εξαγωγικά κάποιες εκ των προαναφερομένων χωρών (πρωτίστως η Ιταλία, δευτερευόντως η Ισπανία)· άρα, εν πολλοίς, όχι ως (συν) διαμορφώτρια αλλά (β) μάλλον ως αποδέκτρια τιμών (*price taker*).[39] Εισάγει, δε, μικρές ποσότητες ελαιολάδου προερχομένου από αυτές. Ωστόσο, οι ποσότητες αυτές εμφανίζουν χαμηλή ή (εν πάση περιπτώσει) μειούμενη διείσδυση (βλ. Διάγραμμα 5.4). Οι ελληνικές εισαγωγές ελαιολάδου από τρίτες χώρες (εκτός ΕΕ) είναι αμελητέες.

Η οικονομετρική ανάλυση των στοιχείων του εισοδήματος, πληθυσμού, καταναλώσεως και παραγωγής ελαιολάδου (Πίνακας 5.13), δείχνει ότι η κατά κεφαλήν εγχωρίως καταναλισκόμενη ποσότητα εξαρτάται (α) αρνητικά από το εισόδημα (εν προκειμένω το κατά κεφαλήν ΑΕΠ) τόσο στην Ελλάδα όσο και την Ισπανία[40] και (β) θετικά από την ποσότητα της εγχωρίου και διεθνούς παραγωγής ελαιολάδου (ήτοι παράγοντες από την πλευρά της προσφοράς που συμπιέζουν ή ανυψώνουν την τιμή του).

Στο σημείο αυτό σημειώνεται η εκτίμηση ότι για να διεισδύσει το ελληνικό ελαιόλαδο στις ανεπτυγμένες αγορές του εξωτερικού και να διατηρήσει τη θέση του σε αυτές, απαιτείται συστηματική και διαρκής, καλά προγραμματισμένη εκστρατεία προβολής (διαφημιστική καμπάνια), όπως πράττουν επί δεκαετίες οι κύριοι ανταγωνιστές, πρώτα οι Ιταλοί και πλέον προσφάτως οι Ισπανοί, οι οποίοι επενδύουν σημαντικά ποσά για τον σκοπό αυτό. Οι προσπάθειες του Οργανισμού Προωθήσεως Εξαγωγών, αν και φιλότιμες, δεν είχαν μήτε θα έχουν ουσιαστικό αποτέλεσμα στο βαθμό που είναι αποσπασματικές (δίχως συνέχεια) λόγω διακοπής της κρατικής επιχορηγήσεως κ.τ.τ. Σημειώνεται ότι οι κατά τόπους πρεσβείες προωθούν από καιρού εις καιρόν κατατοπιστικότατες αναφορές για τα τοπικά δίκτυα διανομής, την κατανάλωση κ.ο.κ., καταγράφοντας μεταξύ άλλων αποκαρδιωτικά αποσπασματικές προσπάθειες, προωθήσεις ελληνικών προϊόντων με διακριτικά τύπου «Kalamata» ή «Athena» άνευ περαιτέρω διευκρινίσεων χώρας προελεύσεως, βαπτίσεις προϊόντων τρίτων χωρών ως ελληνικών προκειμένου να πωληθούν ακριβότερα. (Βλ. λ.χ., Πρεσβείες

[39] Οι εξαγωγές μη παρθένου ελαιολάδου (βλ. υποσ.24) αφορούν σε μικρές ποσότητες, οι οποίες γίνονται κυρίως προς χώρες εκτός ΕΕ. Επίσης βλ. υποσ.5.

[40] Το εύρημα αυτό είναι συμβατό με αυτό του Πίνακος 5.1 (στήλη 1, εκτιμήσεις 33-34) και δύναται ερμηνευτεί είτε ως χαρακτηριστικό ενός κατωτέρου αγαθού (και μεταβολής των διατροφικών συνηθειών) είτε ως σύμπτωμα της στροφής του καταναλωτικού κοινού ως προς τον τρόπο προμηθείας του αγαθού (εκ της επισήμου αγοράς ή με εναλλακτικούς τρόπους).

της Ελλάδος στο Βέλγιο και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, 2010 και 2007, αντιστοίχως.)

Έχοντας πλέον αποκτήσει μια αίσθηση του εξωτερικού περιβάλλοντος επιστρέφουμε στην ανάλυση της εγχωρίου καταστάσεως. Στον βαθμό που στην Ελλάδα μεγάλη ποσότητα ελαιολάδου φαίνεται να αυτοκαταναλώνεται ή να διακινείται ατύπως και μεγάλο μέρος της παραγωγής να απορροφάται άνευ τυποποιήσεως εγχωρίως ή να εξάγεται, εκτιμούμε ότι οι συνήθεις περιγραφές και αναλύσεις στη βάση στατιστικών στοιχείων προερχομένων εκ των επιχειρήσεων του δευτερογενούς τομέως δεν ενδείκνυνται για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Ως εκ τούτου, στρέφουμε την προσοχή μας στα τεκταινόμενα εις την εγχώρια αγορά ελαιολάδου αρχίζοντας από τον πρωτογενή τομέα και δη την ελαιοκομία.[41]

5.8. Η παραγωγή και διάθεση ελαιολάδου στην Ελλάδα

Στον βαθμό που τα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία που αφορούν στις ελαιοκαλλιέργειες, παραγωγή και διάθεση ελαιολάδου στη χώρα μας είναι αξιόπιστα, διαφαίνεται ότι:

- Στην ελαιοκομία απασχολείται το 20% των εργαζομένων στον πρωτογενή τομέα: περί τα 120 χιλιάδες άτομα σε όρους ετησίων μονάδων εργασίας πλήρους απασχολήσεως.[42] Εξ αυτών, ένα μεγάλο ποσοστό, της τάξεως του 77-84%, αποτελείται από συμβοηθούντα οικογενειακά μέλη, ποσοστό κατά τι μικρότερο αυτού που παρατηρείται στο σύνολο του πρωτογενούς τομέως (80-85%) (Πίνακες 5.2.ΣΤ και 5.16.Α.). Η κυριότερη εργασία, η συγκομιδή, πραγματοποιείται κατά τους χειμερινούς μήνες, κατά τους οποίους δεν υπάρχουν άλλες γεωργικές εργασίες.
- Οι ελαιώνες εκτείνονται επί μεγάλων τμημάτων των νομών Κερκύρας, Ηρακλείου, Ζακύνθου, Μεσσηνίας και Ρεθύμνης καταλαμβάνοντας το 34, 28, 25, 23 και 22%, αντιστοίχως, της συνολικής εκτάσεως των εν λόγω νομών.[43] Σε άλλους επτά νομούς της Κρήτης και της Πελοποννήσου, καθώς και τον (γειτονικό) νομό Πειραιώς, τους νομούς Λευκάδος και Πρεβέζης και κατά μήκος μιας ζώνης που περιλαμβάνει τη Χαλκιδική, τέσσερις νησιωτικούς νομούς του Αιγαίου, τη Μαγνησία, Φθιώτιδα, Εύβοια και Ανατ. Αττική καταλαμβάνουν άνω του 6% της συνολικής γης, ήτοι του μέσου όρου της επικρατείας (Πίνακας 5.14, στήλη 1).

[41] Το θεσμικό υπόβαθρο εντός της ΕΕ και οι πρόσφατες ρυθμίσεις σε αυτό καταγράφονται από τις Παχάκη και Τονικίδου (2006, Παράρτημα 1.8).

[42] Δηλ. όταν η συμβολή των ατόμων μερικής απασχολήσεως μετατρέπεται αναλογικά σε κλάσματα πλήρους απασχολήσεως και ως μονάδα μετρήσεως καθίσταται το άτομο πλήρους απασχολήσεως (με συμβολή 1.800 ωρών τουλάχιστον) σε αγροτικές δραστηριότητες ετησίως.

[43] Ο συνυπολογισμός άλλων εκτάσεων όπου καλλιεργούνται ελαιόδενδρα φέρνει τα εν λόγω ποσοστά στα επίπεδα του 42, 41, 25, 31 και 53% της συνολικής γης των εν λόγω νομών, αντιστοίχως (Πίνακας 5.14, στήλες 1-2).

- Κατά μέσο όρο, οι μεγαλύτεροι ως προς την έκταση ελαιώνες εντοπίζονται πρωτίστως στους νομούς Λακωνίας, Λέσβου, Μεσσηνίας, Ρεθύμνης (είναι της τάξεως των 31, 27, 23, 23 στρεμμάτων, αντιστοίχως) και δευτερευόντως στους νομούς Χαλκιδικής, Αργολίδος και Αρκαδίας, Φθιώτιδος και Μαγνησίας, Ηρακλείου, Χανίων και Πειραιώς (υπερβαίνουν το μέσο της επικρατείας: 16 στρέμματα). Στην πλειονότητα των περιπτώσεων η καλλιέργεια αποσκοπεί μάλλον στην παραγωγή ελαιολάδου. Εξαίρεση αποτελούν οι ελαιώνες των νομών Μαγνησίας, Φωκίδος, Άρτης, εις τους οποίους η καλλιέργεια αποσκοπεί κυρίως στην παραγωγή επιτραπεζίων ελιών (Πίνακας 5.14, στήλες 3-4).
- Στους ελαιώνες και τις άλλες εκτάσεις όπου καλλιεργούνται ελαιόδενδρα με σκοπό την παραγωγή ελαιολάδου, η μέση απόδοση είναι της τάξεως των 2,7 κιλών ανά δένδρο. Τα υψηλότερα επίπεδα σημειώνονται στη Ζάκυνθο (4,8 κιλά ανά δένδρο), τους τέσσερις νομούς της Κρήτης (3,7-4,7 κιλά) και τους νομούς Κερκύρας (3,7 κιλά), Μεσσηνίας, Αχαΐας, Λευκάδος (3,0-3,5 κιλά), Κορινθίας, Λέσβου, Κυκλάδων (2,7-2,8 κιλά) (Πίνακας 5.14, στήλη 5). [44]
- Η εξαγωγή του ελαιολάδου από τον καρπό λαμβάνει χώραν στα ελαιοτριβεία.[45] Το 2003, ο αριθμός των ελαιοτριβείων ανήρχετο σε 1.424 (192 στον νομό Μεσσηνίας, 114 στον νομό Ηρακλείου, 113 στον νομό Ηλείας, ολιγότερα στους άλλους νομούς), οι δε συνολικές πωλήσεις των ήσαν της τάξεως των 187 εκατ. ευρώ (ΚΕΤΑΗ, 2007).
- Το ένα τρίτο της συνολικής παραγωγής ελαιολάδου παράγεται στους τέσσερις νομούς της Κρήτης, άλλο ένα τέταρτο στους τέσσερις νομούς της νοτίου και δυτικής Πελοποννήσου (Μεσσηνία, Λακωνία, Ηλεία, Αχαΐα). Οι ποσότητες αυτές, από κοινού με τις ποσότητες που παράγονται στους νομούς Λέσβου, Κερκύρας και Αιτωλοακαρνανίας, ανέρχονται στα τρία τέταρτα της συνολικής παραγωγής της χώρας (Πίνακας 5.14, στήλη 6).
- Η αναλογία των πεδινών, ημιορεινών και ορεινών ελαιώνων είναι της τάξεως του 1,6:1,5:1, με τους τρεις τύπους ελαιώνων να διαθέτουν σχεδόν τον ίδιο αριθμό δένδρων ανά στρέμμα. Στους ελαιώνες και τις άλλες εκτάσεις όπου καλλιεργούνται ελαιόδενδρα, η παραγωγή ελιών ανά δένδρο είναι μεγαλύτερη στις πεδινές και τις ημιορεινές περιοχές σε σχέση με τις ορεινές. (Η αναλογία είναι της τάξεως 1,2:1 σε κάθε περίπτωση). Εν τούτοις, μεγαλύτερο ποσοστό των ελιών που παράγονται στις ορεινές περιοχές ελαιοποιείται. Κατά την

[44] Η περιεκτικότης του καρπού σε ελαιόλαδο διαφέρει ανάλογα με την ποικιλία του δένδρου (υπάρχουν άνω των 70 ποικιλιών παγκοσμίως κόσμο), τον βαθμό ωριμάνσεως του καρπού, καθώς και το είδος του εδάφους εις το οποίο φύεται το δένδρο. Στα δροσερά εδάφη, αν και εμφανίζεται μεγαλύτερη καρποφορία, η περιεκτικότης του καρπού σε έλαια είναι μικρότερη από ό,τι στα ξερά. Συμπληρωματικά αναφέρεται ότι το ελαιόδενδρο δίνει κάρπο κάθε δεύτερη χρονιά εφόσον δεν ποτίζεται και ετησίως εφόσον ποτίζεται.

[45] Τα ελαιοτριβεία λειτουργούν περίπου τέσσερις μήνες το έτος, 18 ώρες την ημέρα. Παραλαμβάνοντας ο παραγωγός το φρέσκο ελαιόλαδο αποδίδει στο ελαιοτριβείο αμοιβή της τάξεως του 12% επί του παραγομένου προϊόντος.

περίοδο 2000-6, υπήρξε μικρή επέκταση των ελαιώνων στα πεδινά, ενώ στις άλλες δύο υψομετρικές ζώνες (ιδιαίτερα στις ημιορεινές) η έκταση των ελαιώνων υπέστη (πέραν των αυξήσεων) και μικρές μειώσεις. Από την άλλη, η παραγωγή ελιών ανά δένδρο εμφάνισε αυξομειώσεις (υποκείμενη σε διετή ή τριετή κύκλο) και στους τρεις τύπους περιοχών. Ωστόσο η μεταβολή στην παραγωγή ελαιολάδου δεν ήταν πάντα προς την ίδια κατεύθυνση (λ.χ., μεταξύ 2001-2 και 2002-3). Προφανώς εξαρτάται από την ποσότητα των ελιών που ελαιοποιούνται κάθε φορά. Επιπλέον, συνάγεται ότι κάποια έτη οι ελιές που παράγονται στις ορεινές περιοχές και άλλα έτη οι ελιές που παράγονται στις πεδινές περιοχές αποφέρουν περισσότερη ποσότητα ελαιολάδου (Πίνακας 5.15).

- Παρά τις αυξομειώσεις της παραγομένης ποσότητος ελαιολάδου, η εγχωρίως καταναλισκόμενη ποσότητα φαίνεται να κυμαίνεται γύρω από τους 270 χιλ. τόνους ετησίως: μέγεθος που αντιστοιχεί στο 68% της μέσης παραγομένης ποσότητος. Οι εισαγωγές ανέρχονται στο 1,8% της μέσης παραγομένης ποσότητος (φαίνεται να πραγματοποιούνται σε έτη μειωμένης παραγωγής), οι εξαγωγές στο 33,7% και η ποσότης του τυποποιημένου ελαιολάδου εκ των καταστημάτων με προσωπικό δέκα ατόμων και άνω στο 17,0% τουλάχιστον (Πίνακας 5.16). Από τα στοιχεία της ΕΟΠ εκτιμάται ότι τα νοικοκυριά καταναλώνουν ποσότητα της τάξεως των 230 χιλ. τόνων. Η υπόλοιπη αποδίδεται στην κατανάλωση των επιχειρήσεων (μαζικής εστιάσεως κ.ά.).

Στο πλαίσιο των προσπαθειών της ΕΕ να περιοριστούν τα κρούσματα νοθείας που παρατηρούνται κατά καιρούς στο μη τυποποιημένο (χύμα) ελαιόλαδο επιτρέπεται η εμπορία του ελαιολάδου σε συσκευασίες έως πέντε λίτρων, υπό την προϋπόθεση ότι θα φέρουν ετικέτες όπου θα αναγράφονται τα πλήρη στοιχεία του τυποποιητή. Εν τούτοις ανακύπτει ζήτημα διευκολύνσεως των επιχειρήσεων μαζικής εστιάσεως μέσω της χρήσεως/εμπορίας 10λιτρης συσκευασίας. Στον βαθμό που ακολουθούνται οι ανωτέρω προϋποθέσεις και το προϊόν είναι επώνυμο σε σφραγισμένη συσκευασία, η δε προώθησή του σε επιχειρήσεις μαζικής εστιάσεως παρακολουθείται μέσω τιμολογίων κ.λπ., κατά τη γνώμη του γράφοντος δεν διαπιστώνονται υγειονομικοί ή άλλοι λόγοι μη ικανοποιήσεως του αιτήματος.

Από την άλλη, υπάρχουν ενδείξεις (Τα Νέα, 2009· Ελευθεροτυπία, 2010) ότι οι εγχώριες τιμές αγοράς επωνύμου τυποποιημένου ελαιολάδου από τους τελικούς καταναλωτές εμφανίζουν προσαύξηση (*mark up*) της τάξεως του 30-45% επί της αξίας πωλήσεως των μεταποιητών προς χονδρεμπόρους, εξαγωγείς κ.ά. Σημειώνουμε ότι το ανωτέρω μέγεθος εγγίζει την ημέτερη εκτίμηση της προσαυξήσεως (47,5%) και αποσπάσεως προσόδου που θα επιχειρούσε στην αγορά ένα καρτέλ, δεδομένης της ζητήσεως ελαιολάδου (βλ. υποκεφάλαιο 5.3). Εξυπακούεται ότι η διαφορά αυτή θα πρέπει να αποδοθεί στη διαμεσολάβηση των μεταφορέων, διανομέων, ενδιαμέσων και τελικών πωλητών, καθώς και στους φόρους επί της προστιθεμένης αξίας αυτών. Επιπλέον, ευνοεί τη δραστηριότητα πλανοδίων εμπόρων που αφενός παρέχουν παρανόμως (με

16λιτρες συσκευασίες) μια οικονομική λύση στο καταναλωτικό κοινό, αφετέρου φοροδιαφεύγουν συστηματικά ή/και νοθεύουν το προϊόν, δημιουργώντας αθέμιτο ανταγωνισμό και εντείνοντας την ανάγκη για (αυστηρούς) ποιοτικούς και οικονομικούς ελέγχους.

Κατά τα φαινόμενα (βλ. υποσ. 3), οι δύο κυριότεροι μεταποιητές ελαιολάδου, οι εταιρείες Ελαΐς-Unilever και Μινέρβα-PZCussons, διαθέτουν καλές εκτιμήσεις των εγχωρίων μεριδίων των κυριοτέρων προϊόντων τους, καθώς και των προϊόντων των κυριοτέρων ανταγωνιστών τους.[46] Τόσο αυτές οι δύο εταιρείες όσο και οι εταιρείες Σόγια Ελλάς και Μύλοι Σόγιας (που επίσης δραστηριοποιούνται στην παραγωγή/επεξεργασία ελαιολάδου) διατείνονται ότι:

- Δεν απολαύουν οικονομιών κλίμακος (μειώσεις του μέσου κόστους) από την παραγωγή επιπλέον τύπων (ποικιλιών) προϊόντος. Εν τούτοις, η πλειονότης (Ελαΐς-Unilever, Σόγια Ελλάς και Μύλοι Σόγιας) διαπιστώνει οικονομίες κλίμακος από την αύξηση της παραγομένης ποσότητος.
- Τα προϊόντα τους δεν διαφοροποιούνται (ή δεν διαφοροποιούνται πολύ) από αυτά των ανταγωνιστών τους. Αυτό σημαίνει ότι η μετακίνηση των πελατών τους σε υποκατάστατα προϊόντα είναι μάλλον εύκολη.
- Δεν υπάρχουν νομικά εμπόδια για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά τυποποιημένου ελαιολάδου ή σοβαρά εμπόδια που να οφείλονται στις επενδύσεις που απαιτούνται σε συστήματα διανομής ή στην προμήθεια πρώτων υλών. Επιπλέον οι Ελαΐς-Unilever, Σόγια Ελλάς και Μύλοι Σόγιας εκτιμούν ότι τα οικονομικά εμπόδια εισόδου κυμαίνονται μεταξύ (α) του κόστους ιδρύσεως και λειτουργίας μιας εμπορικής εταιρείας και (β) δαπανών της τάξεως των 20 εκατ. ευρώ (σε τιμές 2004-5) για την κατασκευή εκχυλιστηρίου, ραφιναρίας (για την επεξεργασία των προϊόντος), λιμένος, βοηθητικών και αποθηκευτικών χώρων, μη υπολογιζομένης της διαφημίσεως.[47]

Στον βαθμό που οι κυριότεροι μεταποιητές ελαιολάδου διοχετεύουν τα προϊόντα τους μέσω μεγάλων αλυσίδων υπεραγορών (*supermarkets*) και εταιρειών εμπορίας τροφίμων, δηλ. επιχειρήσεων που εμπορεύονται και τα προϊόντα των ανταγωνιστών τους, εικάζεται ότι τα κόστη μετακινήσεως των εν λόγω αγοραστών θα είναι μάλλον μικρά, εξισορροπώντας (αναιρώντας) την όποια ολιγοπωλιακή δύναμη των μεγάλων μεταποιητών. Εξυπακούεται ότι στην περίπτωση των μικροτέρων μεταποιητών, οι οποίοι διαθέτουν ακόμα μικρότερα πελατολόγια και δυνατότητα διαπραγματεύσεως, η όποια απόπειρα μονομερούς αυξήσεως των τιμών τους θα οδηγούσε σε σημαντική μείωση των πωλήσεων των

[46] Λ.χ., των εμπορικών σημάτων «Άλτις» και «Ελάνθη» της πρώτης, «Μινέρβα» και «Χωριό» της δευτέρας.

[47] Βεβαίως ενδέχεται να υπάρχουν πλείστα εξωθεσμικά εμπόδια στην απόπειρα του φερέλπιδος νεοεισερχομένου στην αγορά, υπό τη μορφή του πλέγματος των χρονοβόρων διαδικασιών-δοκιμασιών και ατύπων χρηματικών συναλλαγών είτε στα γραφεία πολεοδομίας-χωροταξίας είτε στις ΔΟΥ είτε σε κάποιες από τις υπόλοιπες υπηρεσίες της πολυεπίπεδης εγχωρίου γραφειοκρατείας.

προϊόντων τους. Υπό αυτό το πρίσμα, η κυκλοφορία των προϊόντων μικρών και μεγάλων τυποποιητών υπό παρεμφερείς τιμές λιανικής ενδέχεται να μην απηχεί τόσο την ύπαρξη στρεβλώσεων και προβλημάτων ανταγωνισμού στην εσωτερική αγορά ελαιολάδου όσο τη δυνατότητα των ενδιαμέσων να ασκήσουν μεγαλύτερες ή μικρότερες πιέσεις στις τιμές και τα περιθώρια κερδών των μεταποιητών.[48] Η εμφάνιση, τελευταίως, προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας ενδεχομένως συνηγορεί υπέρ της ενισχυμένης θέσεως ορισμένων πωλητών (αλυσίδων υπεραγορών) έναντι κάποιων μεταποιητών.

5.9. Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής

Συνοψίζοντας, εκτιμάται ότι η εγχώρια προσφορά και ζήτηση ενδέχεται να διαμορφώνουν δύο διακριτές αγορές μη γαλακτοκομικών φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών: (α) την αγορά ελαιολάδου και σπορελαίων και (β) την αγορά των μαγειρικών λιπών και φυτικών υποκαταστάτων βουτύρου. Επίσης διαπιστώνεται:

- Η παρουσία εποχικών, δημογραφικών και γεωγραφικών προτιμήσεων στη ζήτηση για τα εν λόγω προϊόντα.
- Η υπεροχή των 30-35 μεταποιητικών καταστημάτων που απασχολούν άνω των 9 εργαζομένων έναντι των περίπου 1.900 πιο μικρών καταστημάτων (α) στη δημιουργία προστιθεμένης αξίας ανά εργαζόμενο και (β) στην παροχή αμοιβών. Κατά μέσο όρο η επίδοση των πρώτων (δευτέρων) καταστημάτων υπερέχει (υπολείπεται) της επιδόσεως του τυπικού καταστήματος αντιστοίχου μεγέθους στο σύνολο του δευτερογενούς τομέως.

Η δευτέρα εκ των δύο διαπιστώσεων συνηγορεί υπέρ της δημιουργίας στον κλάδο μεγαλυτέρων, πιο αποδοτικών παραγωγικών μονάδων. Εν τούτοις, η δραστηριοποίηση πολλών εκ των μεγάλων επιχειρήσεων στην παραγωγή άλλων προϊόντων (παγωτών, σαλτσών, οίνων, δημητριακών, απορρυπαντικών κ.ά.) δυσχεραίνει την εξαγωγή συμπερασμάτων από τα ισολογιστικά στοιχεία. Υπό αυτό το πρίσμα, η εκτίμηση δεικτών, που κατά τη γνώμη του γράφοντος υποδηλώνουν υψηλά επίπεδα ολιγοπωλιακής συγκεντρώσεως, δεν είναι αρκούντως πειστική.

Το κύριο πωλούμενο (και καταναλισκόμενο) αγαθό είναι το ελαιόλαδο, ενώ μεγάλες (επιπρόσθετες) ποσότητες ελαιολάδου καταναλισκομένου εκ των νοικοκυριών (ίσως το 1/3 του καταναλισκομένου) φαίνεται να προέρχονται από πηγές εκτός του συστήματος χρηματικών συναλλαγών, όπερ δηλοί ότι τα όποια μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων είναι υπερεκτιμημένα σε σχέση με τη γενικότερη κατανάλωση ελαίων και λιπών στην κοινωνία.

[48] Οι υποκλάδοι 46.3 και 47.1-2 και 46.2 του χονδρικού και λιανικού εμπορίου, αντιστοίχως, εις τους όποιους εμπίπτει (μεταξύ και άλλων αγαθών) η εμπορία ελαιολάδου δεν εμφανίζουν μεγάλη συγκέντρωση (Πίνακες 14.12 και 15.11). Ωστόσο, υπάρχουν ενδείξεις ότι τα εν λόγω στοιχεία ίσως δεν είναι αρκούντως αντιπροσωπευτικά.

Η παραγωγή του καρπού απασχολεί το 20% του εργατικού δυναμικού του πρωτογενούς τομέως, με τα τρία τέταρτα της συνολικής παραγωγής ελαιολάδου να παράγονται στην Κρήτη, τη νότιο και δυτική Πελοπόννησο και Αιτωλοακαρνανία, καθώς και τους νομούς Λέσβου και Κερκύρας. Από την ποσότητα αυτή, τα νοικοκυριά και οι επιχειρήσεις καταναλώνουν τα 2/3 (σε αναλογία της τάξεως του 5:1), ενώ το υπόλοιπο εξάγεται. Εξάγεται όμως κυρίως χύδην (χύμα) και σε τιμές που υπολείπονται των αντιστοίχων τιμών στην Ιταλία και Ισπανία. Εξυπακούεται ότι η μεταποιητική και άλλη αξία, που ευλόγως θα μπορούσε να δημιουργηθεί στην Ελλάδα και να έχει και πολλαπλασιαστικές επιδράσεις στην εθνική οικονομία, καρπούται στην αλλοδαπή. Συνάγεται ότι οι ιδιωτικές επιχειρήσεις του κλάδου, οι συνεταιρισμοί και οι δημόσιοι φορείς επί μακρόν δεν έχουν επιδιώξει ή δεν έχουν κατορθώσει να αναστρέψουν την κατάσταση είτε προωθώντας/υιοθετώντας τις πρακτικές που ακολουθούνται σε Ιταλία και Ισπανία (βλ. υποκεφάλαιο 5.7) είτε καινοτομώντας. Υπό αυτό το πρίσμα, ενδεχομένως η είσοδος νέων παικτών να φέρει την επιθυμούμενη δυναμικότητα και εξωστρέφεια, πέραν της τονώσεως του εγχωρίου ανταγωνισμού (αφού, αν μη τι άλλο, οι νέοι δεν θα γνωρίζονται καλά με τους παλιούς).

Στον βαθμό που μεγάλο μέρος της εγχωρίου παραγωγής ελαιολάδου αυτοκαταναλώνεται ή διακινείται εκτός της οργανωμένης αγοράς από παραγωγούς και πλανόδιους πωλητές, συνάγεται ότι για κάποιους λόγους (που ενδεχομένως σχετίζονται με την παραγωγή, την κουλτούρα του πληθυσμού, φορολογικές πρακτικές, αδυναμίες στη χάραξη εμπορικής στρατηγικής εκ μερους των επιχειρήσεων ή τιμολογιακής πολιτικής εκ μέρους των εμπόρων τροφίμων κ.ο.κ.) οι ιδιωτικές επιχειρήσεις τυποποιήσεως, οι συνεταιρισμοί και οι έμποροι δεν έχουν πείσει σημαντικό τμήμα του πληθυσμού ως προς τη δυνατότητά τους να εξυπηρετήσουν ικανοποιητικά τις ανάγκες τους σε ελαιόλαδο. Χαρακτηριστικά σημειώνεται ότι εκ του 81% των νοικοκυριών του δείγματος της ΕΟΠ που φέρονται να κατανάλωσαν ελαιόλαδο, 55% το προμηθεύτηκε από την αγορά (με απόδειξη), 16% εξ ιδίας παραγωγής, 8% το έλαβε ως αμοιβή εις είδος και 2% το προμηθεύτηκε με συνδυασμούς των ανωτέρω τρόπων.

Οι κυριότεροι μεταποιητές φαίνεται να διαθέτουν καλή γνώση των μεριδίων αυτών και αλλήλων και να εκτιμούν ότι έχουν τις δυνατότητες να λειτουργήσουν υπό συνθήκες οικονομιών κλίμακος. Η όποια συγκέντρωση στην αγορά δεν φαίνεται να προκύπτει από διαφοροποίηση των προϊόντων ή νομικά, τεχνολογικά, οικονομικά εμπόδια εισόδου. Στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης, με τις οποίες επί δεκαετίες έχουμε σχηματίσει κοινή αγορά, οι λιανικές τιμές πωλήσεως ελαιολάδου είναι υψηλότερες ή πολύ υψηλότερες αυτών που εμφανίζονται στην Ελλάδα. Τούτο ευλόγως αποδίδεται στο κόστος μεταφοράς, την προσφορά και ζήτηση και τους ισχύοντες ΦΠΑ κ.ά. Σε αντιδιαστολή, στις γειτονικές μας χώρες το ελληνικό ελαιόλαδο φαίνεται να προσφέρεται σε χαμηλότερες τιμές. Συνάγεται ότι, αν οι τιμές που εμφανίζονται στην Ελλάδα θεωρούνται υψηλές από το ημεδαπό αγοραστικό κοινό, δεν φαίνεται να υπαγορεύονται από τους παραγωγούς και μεταποιητές όσο από (α) τους

ενδιαμέσους που χειρίζονται τα μεγέθη της εγχωρίως προσφερόμενης και της εξαγομένης ποσότητος, καθώς και (β) τους τελικούς πωλητές που προσφέρουν το αγαθό στην συγκεκριμένη τιμή και τους αγοραστές που την αποδέχονται. Εν ολίγοις, αν υπάρχει ανάγκη τονώσεως του ανταγωνισμού, ο χώρος παρεμβάσεως εντοπίζεται μάλλον στη διακίνηση, διανομή, εξαγωγή και (επαν)εισαγωγή ή την προσφορά και ζήτηση που διαμορφώνεται στο χονδρεμπόριο και λιανεμπόριο, παρά στις φάσεις της ελαιοκομίας και μεταποιήσεως ελαιολάδου. Τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς οι τιμές των σπορελαίων που γενικώς καταναλώνονται στη χώρα μας είναι σαφώς χαμηλότερες της τιμής του ελαιολάδου. Ενδέχεται τα εν λόγω αγαθά να παράγονται και να προσφέρονται υπό συνθήκες οξυτέρου ανταγωνισμού.

Η προηγηθείσα ανάλυση δεν αναδεικνύει στρεβλώσεις στην ελληνική αγορά ελαιολάδου και των συναφών προϊόντων. Αυτό βεβαίως δεν σημαίνει ότι η κατάσταση στην παραγωγή και διάθεση, ειδικότερα στην παραγωγή και διάθεση του ελαιολάδου, δεν επιδέχεται βελτιώσεων, ει δυνατόν σημαντικών βελτιώσεων. Ο Ζαμπούνης (2009) παρέχει μια χρήσιμη καταγραφή προβλημάτων και προτάσεων διαχειρίσεως του αποκαλουμένου «εθνικού προϊόντος». Στο ίδιο μήκος κύματος και προβληματισμένος εκ των προαναφερθέντων ευρημάτων και συναφών θεμάτων, ο γράφων ολοκληρώνει το παρόν κεφάλαιο κρίνοντας σκόπιμο να καταθέσει κάποιες επιπρόσθετες σκέψεις.

Το εγχώριο καταναλωτικό κοινό εμφανίζει υψηλή κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου (ίσως την υψηλότερη παγκοσμίως) και εικάζεται ότι η εγχώρια κατανάλωση δεν μπορεί να αυξηθεί παρά μόνον οριακά. Εν τούτοις, ενδέχεται να μπορεί να αυξηθεί μέσω της μεταστροφής (ενισχύσεως) των παραγόντων που εμφανίζουν αρνητικό (θετικό) πρόσημο στη σχετική εξίσωση του Πίνακα 5.1, εις βάρος υποκαταστάτων που σε μεγάλο βαθμό είναι αλλοδαπής προελεύσεως, συμβάλλοντας έτσι στη μείωση των εισαγωγών. Η διαφήμιση μπορεί να συμβάλλει προς αυτήν την κατεύθυνση. Λ.χ., η προβολή της ανωτέρας διατροφικής αξίας του ελαιολάδου (ή των πλεονεκτημάτων της μεσογειακής διατροφής και κατ' επέκτασιν του ελαιολάδου), καθώς και τρόπων μαγειρικής, με τη δημοσίευση των πορισμάτων σχετικών επιστημονικών ερευνών, δύναται να επηρεάσει μακροχρονίως τα καταναλωτικά πρότυπα. Προκειμένου η απόπειρα να καταστεί αποτελεσματικότερη θα πρέπει (α) να ενισχύεται από τον καθορισμό της τιμής, (β) να συνδυάζεται με άλλα στοιχεία προωθήσεως (λ.χ., την καθιέρωση και προβολή (ή περαιτέρω προβολή) των εμπορικών σημάτων, τη διατήρηση της καλής ποιότητος και φήμης, τον περιορισμό του παρανόμως διακινουμένου προϊόντος), (γ) να εξασφαλίζεται η ύπαρξη ικανοποιητικών δικτύων διανομής. Επιπλέον, στον βαθμό που πολλοί καταναλωτές δυσκολεύονται να ξεχωρίσουν ένα υψηλής ποιότητος ελαιόλαδο και δεν υπάρχει ενημέρωση για τις ποιοτικές και γευστικές διαφορές των διαφόρων κατηγοριών (ο γράφων απεκόμισε τέτοιες εντυπώσεις), ενδεχομένως να είναι σκόπιμη μια διαφημιστική εκστρατεία που θα παράσχει ενημέρωση για ποιοτικές και γευστικές διαφορές, οι δε διαφορές να αναγράφονται στη συσκευασία.

Σημειώνεται ότι ο περιορισμός της παραοικονομίας και η διεύρυνση της επισήμου οικονομίας θα μπορούσε να διευκολυνθεί αν επετρέπετο σε μικροπαραγωγούς που δεν είναι γεωργοί κατ' επάγγελμα (λ.χ., έχουν κληρονομήσει ελιές κ.ο.κ.):

α) Να πωλούν το προϊόν τους νόμιμα (φέρ' ειπείν σε μια κεντρική αγορά ανά νομό την 1η Κυριακή κάθε μήνα είτε σε δημοπρασία είτε στον συνεταιρισμό είτε σε όποιον άλλο προσέρχεται) σε τιμές που καθορίζονται από την αγορά, παρέχοντας απόδειξη και φορολογούμενοι επί των εσόδων.

β) Να δηλώνουν εισόδημα και από αγροτική καλλιέργεια χωρίς να είναι αναγκαίο να είναι ασφαλισμένοι και στον ΟΓΑ, στον βαθμό που είναι ήδη ενταγμένοι στο ΙΚΑ ή το Δημόσιο. [49]

Η αύξηση της δυναμικότητος των ελαιοτριβείων και η δημιουργία μεγαλυτέρων μονάδων, όπου αυτό είναι εφικτό, σε συνδυασμό με την εκμετάλλευση των παραπροϊόντων και υποπροϊόντων του ελαιολάδου (που λόγω μειωμένης καθετοποιήσεως στην παραγωγή σε μεγάλο βαθμό εξάγονται ακατέργαστα) ενδέχεται να μειώσουν το μέσο κόστος παραγωγής. Η δημιουργία μεγάλων φορέων διακινήσεως θα μπορούσε να μειώσει το κόστος περαιτέρω. Ίσως ο ρόλος αυτός θα μπορούσε να αναληφθεί από χονδρεμπορικές εταιρείες, οι οποίες έτσι θα απελευθερωθούν από τον ρόλο του μεσίτου για αλλοδαπά συμφέροντα εις τον οποίο φαίνεται να (αυτο)περιορίζονται. Στον βαθμό που οι νέες, μεγαλύτερες μονάδες θα λειτουργούν με περισσότερα άτομα και συνθετότερες δομές, εικάζεται ότι θα μειωθούν τα περιθώρια ατύπων συναλλαγών με προμηθευτές και πελάτες και, κατ' επέκτασιν, το μέγεθος της παραοικονομίας. Επίσης θα διευρυνθούν οι δυνατότητες ερεύνης και στοχεύσεως της αγοράς, βελτιώσεως των προϊόντων, προσαρμογής στις διατροφικές συνήθειες του κοινού κ.ά.

Στον βαθμό που η ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς συμβάλλει στην (περαιτέρω) ανάπτυξη και ευρωστία των εγχωρίων τυποποιητών (ιδιωτικών και συνεταιριστικών) και διακινητών, ενδέχεται να προκύψουν περισσότερες δυνατότητες διεισδύσεως στις αγορές του εξωτερικού. Πέραν της επιτεύξεως κάποιων οικονομιών κλίμακος που προαναφέραμε, είναι σκόπιμο να επιδιωχθεί η χρήση καλαίσθητων συσκευασιών που προστατεύουν από αλλοίωση και καταστροφή θρεπτικών ιδιοτήτων, διότι προσθέτουν αξία στο προϊόν και εξασφαλίζουν αναγνωρισιμότητα στους χώρους πωλήσεως της ημεδαπής και αλλοδαπής. Επίσης η παροχή πληροφοριών για τις ποιοτικές και γευστικές διαφορές ενδέχεται να οξύνει την αντίληψη και εκτίμηση του καταναλωτικού κοινού. Αμφότεροι οι τρόποι δίνουν τη δυνατότητα στο καταναλωτικό κοινό να εκτιμήσει και επιβραβεύσει (αποζημιώσει) τους συντελεστές παραγωγής και, κυρίως, να ξαναζητήσει το προϊόν. Η περαιτέρω διαφοροποίηση μέσω της παραγωγής προϊόντων προστατευομένης ονομασίας προελεύσεως ή βιολογικής

[49] Εξυπακούεται ότι το ίδιο θα μπορούσε να ισχύσει και για μικροκαλλιεργητές φιστικιών ή άλλων προϊόντων.

καλλιέργειας (που υποδηλώνουν την εφαρμογή υψηλών και αυστηρών ποιοτικών προδιαγραφών) συνιστά μονόδρομο για τους μικρότερους Έλληνες παραγωγούς και εξαγωγείς που επιθυμούν να επενδύσουν στη φήμη τους και να αυξήσουν μακροχρονίως τα κέρδη τους. Σε ορισμένες χώρες της ΕΕ, τις χώρες της λεγόμενης «διεύρυνσης», όπου μέχρι σήμερα επικρατεί η κατανάλωση σπορελαίων και λιπών ζωικής προελεύσεως, ένα προϊόν όπως το ελαιόλαδο, αν ληφθεί μέριμνα να προσφέρεται σε ελκυστική σχέση ποιότητας και τιμής, παρουσιάζει προοπτικές αναπτύξεως. Στις υψηλοτέρου εισοδήματος χώρες και επικερδέστερες αγορές της Δυτικής Ευρώπης όπου μπορεί να προωθηθεί (διεισδύσει) ως προϊόν ανώτερης τιμής και ποιότητος (π.χ., βιολογικό ή προστατευομένης ονομασίας προελεύσεως) ίσως είναι σκόπιμο να προτιμηθούν οι υάλινες συσκευασίες.

Ένα άλλο πεδίο που επιδέχεται βελτιωτικών μεταρρυθμίσεων είναι αυτό των σχέσεων μεταξύ των αγροτικών συνεταιρισμών και των μελών τους. Η σημερινή εθελοντική και ευκαιριακή φύση της σχέσεως των μελών με τον συνεταιρισμό υπονομεύει τη δυνατότητα προγραμματισμού εκ μέρους του συνεταιρισμού. Εάν καθίστατο υποχρεωτικό σε όσους επιθυμούν να συμμετάσχουν στον συνεταιρισμό να παραδώσουν το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής τους εις αυτόν (όχι μόνο τη δεύτερη ποιότητα, με την πρώτη να παραδίδεται στον μεσίτη της ιταλικής εταιρείας), τότε θα μπορούσε ο συνεταιρισμός να λειτουργήσει ως επιχείρηση αντί να ευρίσκεται υπό καθεστώς παρατεταμένης διαλύσεως. Διευκρινίζεται ότι το στοιχείο της εθελοντικής συμμετοχής στον συνεταιρισμό είναι σκόπιμο να διατηρηθεί. Απλώς προτείνεται όπως το καταστατικό του συνεταιρισμού δεσμεύει τα μέλη που επιλέγουν να συμμετάσχουν. Όπου τα μέλη δεν είναι αρκετά, δέον όπως τα μέλη διερευνήσουν τις προοπτικές συνενώσεων συνεταιρισμών, ώστε οι συνεταιρισμοί να καταστούν εύρωστοι. Η παροχή προγραμμάτων καταρτίσεως/μετεκπαιδεύσεως ορισμένων στελεχών σε θέματα διοικήσεως, προωθήσεως (*management, marketing*) κ.τ.τ., η οποία για λόγους ίσης μεταχειρίσεως θα είναι ανοιχτή και σε στελέχη ιδιωτικών επιχειρήσεων, θα ήταν ίσως πολύ επιβοηθητική.

Εξυπακούεται ότι πρόνοιες για τη γενικότερη επέκταση ενός πνεύματος σοβαρότητος, επαγγελματισμού και εμπιστοσύνης στους κανόνες θα πρέπει να επιδειχθεί και από τους εμπλεκόμενους φορείς του δημοσίου συμφέροντος. Με αυτό το πνεύμα ίσως θα ήταν σκόπιμο στα τελωνεία (ιδίως αυτά που είναι προς την κατεύθυνση της Ιταλίας) να κρατούνται δύο δείγματα του κάθε εξαγομένου φορτίου και στην περίπτωση επιστροφής του φορτίου (για τον ένα ή τον άλλο λόγο) να διασταυρώνεται ότι πρόκειται περί του αποσταλλέντος. Ο νοών νοείτω.

Τέλος, επισημαίνεται ότι τα υγρά απόβλητα των ελαιοτριβείων αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα ρυπάνσεως και ένα δυσεπίλυτο πρόβλημα στον χώρο των γεωργικών βιομηχανιών. Το κόστος της εγκαταστάσεως των μέχρι σήμερα προτεινόμενων συστημάτων επεξεργασίας αποβλήτων (που θα μπορούσαν να αποξηρανθούν και χρησιμοποιηθούν ως λιπάσματα, ζωοτροφή ή καύσιμη ύλη) αποθαρρύνει τους ελαιοπαραγωγούς και ελαιοτρίβες να αλλάξουν την υφιστά-

μενη πρακτική διαχειρίσεως που ακολουθούν, δηλαδή την απόρριψή τους σε παρακείμενους υδάτινους αποδέκτες (χειμάρους, ρέματα, τη θάλασσα κ.λπ.). Με τέτοιες όμως πρακτικές, η διαχείριση των αποβλήτων από τα περισσότερα ελαιουργεία, τα οποία στην πλειοψηφία τους είναι επιχειρήσεις μικρής κλίμακος, οδηγεί συχνά σε σημαντική περιβαλλοντική επιβάρυνση της περιοχής.

Παράρτημα

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1

Εκτιμήσεις μηνιαίας οικιακής ζητήσεως ελαιολάδου, σπορελαίων, βουτύρου, φυτικών υποκαταστάτων βουτύρου και μαγειρικών λιπών, 2004-05

		Εξαρτημένες μεταβλητές σε κιλά. Οι πιθανότητες σφάλματος με πλάγιους χαρακτήρες.									
	Ανεξάρτητες μεταβλητές	Ελαιόλαδο		Σπορέλαια		Βούτυρο		Φυτ. υποκατάστ. βουτύρου		Μαγειρικά λίπη	
1	Σταθερός όρος	-0,12	*0,968*	5,98	*0,012*	4,44	*0,001*	-0,21	*0,669*	-2,52	*0,307*
	Σύνθεση νοικοκυριού										
2	Παιδιά ηλικίας 0-5	0,51	*0,079*	0,68	*0,008*	-0,10	*0,309*	0,17	*0*	0,31	*0,021*
3	Άρρενες ηλικίας 6-11	0,72	*0,046*	0,78	*0,016*	-0,16	*0,273*	0,01	*0,825*	0,18	*0,373*
4	Άρρενες ηλικίας 12-17	-0,24	*0,501*	0,59	*0,045*	-0,00	*0,984*	-0,04	*0,51*	0,38	*0,041*
5	Άρρενες ηλικίας 18-23	-0,70	*0,074*	0,78	*0,012*	0,13	*0,343*	-0,04	*0,512*	0,37	*0,174*
6	Άρρενες ηλικίας 24-47	-0,02	*0,95*	0,81	*0,004*	0,07	*0,536*	0,06	*0,29*	0,70	*0,003*
7	Άρρενες ηλικίας 48-89	0,93	*0,006*	0,95	*0,002*	-0,09	*0,484*	0,20	*0,001*	0,77	*0,001*
8	Άρρενες ηλικίας ≥ 90	0,06	*0,961*	-0,02	*0,989*	-0,02	*0,974*	0,07	*0,803*	1,36	*0,12*
9	Θήλεις ηλικίας 6-11	-0,06	*0,882*	-0,10	*0,778*	-0,03	*0,837*	0,00	*0,97*	0,27	*0,159*
10	Θήλεις ηλικίας 12-17	0,42	*0,231*	0,72	*0,021*	0,41	*0,002*	0,16	*0,007*	0,45	*0,016*
11	Θήλεις ηλικίας 18-23	0,06	*0,887*	0,08	*0,799*	0,24	*0,077*	0,03	*0,589*	0,17	*0,496*
12	Θήλεις ηλικίας 24-38	0,11	*0,677*	0,44	*0,072*	0,03	*0,745*	-0,11	*0,006*	0,13	*0,369*
13	Θήλεις ηλικίας 39-92	0,82	*0,001*	0,78	*0,002*	0,10	*0,343*	0,00	*0,956*	0,07	*0,627*
14	Θήλεις ηλικίας 93	2,59	*0,121*	-2,83	*0,102*	-0,20	*0,813*	-0,12	*0,686*	-0,72	*0,39*
	Αριθμός ατόμων ηλικίας ≥18										
15	Ημεδαποί (πληθ. αναφοράς)										
16	Άρρενες με διπλή υπηκοότητα: ημεδαπή και γερμανική ή ασιατική εκτός Κίνας, Ιαπωνίας, Μ. Ανατολής	-2,05	*0,071*	1,78	*0,042*	-0,18	*0,71*	-0,31	*0,151*		
17	Άρρενες με άλλη διπλή υπηκοότητα: δηλ. ημεδαπή και άλλη	1,24	*0,099*	-0,89	*0,139*	0,38	*0,115*	0,10	*0,43*	-1,69	*0,197*
18	Άρρενες με κυπριακή ή μεσανατολική υπηκοότητα	0,35	*0,819*	2,21	*0,047*	-1,14	*0,062*	0,25	*0,325*	-0,02	*0,979*
19	Άρρενες με άλλη υπηκοότητα	-0,13	*0,811*	0,19	*0,673*	0,12	*0,589*	-0,08	*0,435*	0,58	*0,343*
20	Θήλεις με διπλή υπηκοότητα: ημεδαπή και άλλη	0,13	*0,829*	0,53	*0,292*	0,05	*0,828*	0,08	*0,412*	0,77	*0,015*
21	Θήλεις με ασιατική υπηκοότητα εκτός Κίνας, Ιαπωνίας, Μ.Ανατολής	0,22	*0,923*	-1,72	*0,578*			1,19	*0,041*	-0,11	*0,92*
22	Θήλεις με άλλη υπηκοότητα	-0,24	*0,605*	0,34	*0,36*	0,14	*0,424*	0,09	*0,324*	0,11	*0,726*
	Τόπος κατοικίας										
23	Περιφ. Αττικής (τόπος αναφ.)										
24	Περιφέρειες Βορείου και Νοτίου Αιγαίου, Κρήτης	0,12	*0,812*	1,49	*0,001*	0,16	*0,374*	0,10	*0,225*	0,13	*0,581*
26	Λοιπή χώρα	0,84	*0,052*	0,07	*0,86*	-0,12	*0,541*	0,05	*0,516*	0,28	*0,225*

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 (συνέχεια)

	Ανεξάρτητες μεταβλητές	Εξαρτημένες μεταβλητές σε κιλά. Οι πιθανότητες σφάλματος με πλάγιους χαρακτήρες.									
		Ελαιόλαδο		Σπορέλαια		Βούτυρο		Φυτ. υποκατάστ. βουτύρου		Μαγειρικά λίπη	
	Προμήθειες										
	Δίμηνο ερεύνης										
27	Φεβρ. – Μάρτ. 2004	-0,88	*0,026*	0,12	*0,738*	0,03	*0,868*	-0,05	*0,538*	0,09	*0,686*
28	Απρ. – Μάιος 2004	-0,97	*0,017*	-0,04	*0,911*	0,01	*0,934*	-0,01	*0,891*	-0,13	*0,65*
29	Ιούν. – Ιούλ. 2004	-1,08	*0,012*	-0,11	*0,778*	-0,14	*0,361*	-0,08	*0,334*	-0,27	*0,446*
30	Αύγ. – Σεπτ. 2004	-1,10	*0,007*	0,54	*0,134*	-0,18	*0,226*	-0,14	*0,06*	0,30	*0,149*
31	Οκτ. – Νοέμ. 2004	-0,24	*0,563*	0,20	*0,596*	0,41	*0,031*	-0,03	*0,721*	0,16	*0,469*
32	Δεκ. 2004 – Ιαν. 2005 (χρόνος αναφοράς)										
33	Μηνιαίο εισόδημα (σε €)	0,00	*0,442*	-0,00	*0,98*	-0,00	*0,204*	0,00	*0,035*	0,00	*0,257*
34	Μηνιαίο εισόδημα ^{2} (ήτοι, το τετράγωνο του εισοδήματος)	-0,00	*0,831*	-0,00	*0,842*	0,00	*0,136*	-0,00	*0,12*	-0,00	*0,17*
35	Τιμή (σε €)	5,68	*0*	-4,74	*0*	-0,29	*0,001*	0,42	*0,001*	-0,72	*0,001*
36	Τιμή ^{2}	-0,82	*0*	0,87	*0*	0,01	*0,006*	-0,04	*0,01*	0,06	*0,006*
	Από την αγορά										
37	Ποσότης ελαιολάδου			-0,16	0,007	-0,05	0,079	-0,03	*0,006*	-0,03	*0,226*
38	Ποσότης ελαιολάδου ^{2}			0,02	0	0,00	0,245	0,00	*0,003*	0,00	*0,057*
39	Ποσότης σπορελαίων	-0,07	*0,293*			0,02	0,657	0,03	*0,028*	0,05	*0,014*
40	Ποσότης σπορελαίων ^{2}	0,02	*0,001*			-0,00	0,524	-0,00	*0,104*	-0,00	*0,189*
41	Ποσότης βουτύρου	-0,53	*0,353*	-0,43	0,186			-0,02	*0,84*	0,13	*0,699*
42	Ποσότης βουτύρου ^{2}	0,14	*0,552*	0,01	0,692			0,02	*0,583*	-0,02	*0,931*
43	Ποσότης φυτ. βουτύρου	-0,21	*0,428*	0,01	0,95	-0,00	0,995			0,15	*0,016*
44	Ποσότης φυτ. βουτύρου ^{2}	0,12	*0,124*	-0,00	0,998	0,01	0,304			-0,02	*0,051*
45	Ποσότης μαγειρ. λιπών	-0,11	*0,823*	-0,23	0,543	-0,32	0,264	0,13	*0,129*		
46	Ποσότης μαγειρ. λιπών ^{2}	0,21	*0,185*	0,03	0,756	0,17	0,262	-0,02	*0,531*		

	Εκτός αγοράς (ίδια παραγωγή, αμοιβή εις είδος κ.τ.τ.)										
47	Ποσότης ελαιολάδου	-0,04	*0,962*	-0,96	0,182			0,19	*0,212*	-0,24	*0,647*
48	Ποσότης ελαιολάδου ^{2}	0,01	*0,92*	0,07	0,309			-0,02	*0,152*	0,02	*0,634*
49	Ποσότης σπορελαίων					-0,02	*0,801*	-0,18	*0,542*	0,03	*0,934*
50	Ποσότης σπορελαίων ^{2}							0,02	*0,564*	-0,03	*0,469*
51	Ποσότης βουτύρου	6,22	*0,398*								
52	Ποσότης βουτύρου ^{2}										
53	Ποσότης φυτ. βουτύρου	-4,43	*0,632*	-1,61	0,795			-0,95	*0,302*	2,85	*0,121*
54	Ποσότης φυτ. βουτύρου ^{2}	6,34	*0,54*								
	Αναλισκόμενες εκ των αποθεμάτων που αποκτήθηκαν (εκ της αγοράς ή εκτός αυτής) κατά το προηγούμενο δωδεκάμηνο										
55	Ποσότης ελαιολάδου	-0,37	*0,353*	-0,25	0,359	0,07	*0,482*	-0,05	*0,387*	-0,67	*0*
56	Ποσότης ελαιολάδου ^{2}	0,04	*0,045*	0,01	0,276	-0,00	*0,498*	0,00	*0,408*	0,02	*0*
57	Ποσότης σπορελαίων	2,99	*0,136*	-7,85	0,053	0,60	*0,419*	-0,05	*0,833*	-4,01	*0*
58	Ποσότης σπορελαίων ^{2}	-0,45	*0,246*	3,79	0,205	-0,09	*0,79*	-0,01	*0,822*	0,27	*0,08*
59	Ποσότης βουτύρου			-13,81	0,225			0,56	*0,738*		
60	Ποσότης βουτύρου ^{2}			14,92	0,132			-0,81	*0,612*		
	Διορθώσεις σφαλμάτων μεροληψίας *										
61	Δείκτης $1^{ης}$ συναρτήσεως	0,56	*0,517*	0,09	0,899	0,10	*0,764*	0,03	*0,809*	-0,62	*0,281*
62	Δείκτης $2^{ας}$ συναρτήσεως	-1,29	*0,214*	0,82	0,375	-0,48	*0,199*	0,11	*0,519*	3,31	*0*
63	Δείκτης $3^{ης}$ συναρτήσεως	-0,57	*0,412*	0,02	0,971	-0,48	*0,254*	0,14	*0,264*	0,13	*0,908*
64	Δείκτης $4^{ης}$ συναρτήσεως	0,98	*0,403*	0,80	0,439	0,71	*0,118*	-0,23	*0,259*	0,21	*0,802*
65	Δείκτης $5^{ης}$ συναρτήσεως	-0,62	*0,472*	-0,14	0,841	-0,55	*0,077*	-0,15	*0,383*	-0,45	*0,77*
	Adj. R^2	12,79%		11,17%		9,3%		5,93%		18,87%	
	Παρατηρήσεις (νοικοκυριά)	1.737		1.343		494		2.416		439	

* Οι δείκτες διορθώσεως των σφαλμάτων μεροληψίας (ήτοι οι ανεξάρτητες μεταβλητές με αύξοντες αριθμούς 61-65) εκφράζονται από τους λόγους τύπου Mills (*Mills ratios*) που προκύπτουν από διαδοχικές εκτιμήσεις των συναρτήσεων πιθανομονάδος (*probits*), οι οποίες αφορούν στη συμμετοχή των νοικοκυριών (α) στη δειγματοληψία (6.548 εκ των 6.554 παρατηρήσεων), (β) στην αγορά βρωσίμων λιπών και ελαίων κατά υπό εξέταση περίοδο (6.081 παρατηρήσεις) και (γ) στην αγορά των πέντε υπό εξέταση αγαθών, αλλά χάριν οικονομίας δεν παρατίθενται στην παρούσα εργασία.

Σημείωση: Οι εκτιμήσεις των παραμέτρων 33-34 και 35-36 διαβάζονται ως ζεύγη. Ως εκ τούτου, στην περίπτωση της ζητήσεως ελαιολάδου ($1^η$ στήλη) η κλίση της καμπύλης δεν εκλαμβάνεται ως θετική (όπως υποδηλώνει η εκτίμηση της μεταβλητής 35) αλλά ως αρνητική για τιμές υψηλότερες των 3,45 €/κιλό στρέφουσα τα κοίλα μέρη της προς την αρχή των αξόνων (όπως υποδηλώνει η συνδυασμένη επίδραση των εκτιμήσεων 34 και 35.)

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005· επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2
Επιλεγμένα μεγέθη της ελληνικής οικονομίας, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Α. Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν σε τρέχουσες τιμές εκατομμυρίων (ττε) €		136.281	146.428	156.615	172.431	185.813	195.366	210.460	226.437	239.141
Β. Ακαθ. σχηματισμός κεφαλαίου σε ττε €		31.778	33.979	34.937	42.205	42.218	39.663	45.582	50.331	50.048
Γ.1. Μέγεθος πληθυσμού (χιλ. άτομα)		10.917	10.950	10.988	11.024	11.062	11.104	11.149	11.193	11.237
2. Αριθμός απασχολουμένων (χιλ. άτομα)		4.255	4.261	4.356	4.408	4.504	4.546	4.639	4.702	4.707
Δ. Εξωτερικό εμπόριο σε ττε €										
1. Αξία εισαγομένων αγαθών	…	40.730	41.499	43.710	45.069	48.188	49.535	56.419	61.431	62.551
2. Αξία εισαγομένων υπηρεσιών	…	11.548	12.958	10.512	10.580	11.537	12.131	13.414	15.125	17.472
3. Αξία εξαγομένων αγαθών	…	14.253	14.512	13.682	14.200	15.928	17.619	20.524	21.445	22.842
4. Αξία εξαγομένων υπηρεσιών	…	19.629	20.675	19.322	20.309	25.515	26.078	27.011	29.996	32.686
Ε. Δευτερογενής τομέας										
1. Καταστήματα με ≥ 10 άτομα										
α. Αριθμός καταστημάτων	5.022	5.016	3.918	3823	3.753	3.449	3.376	3.641	3.674	…
β. Αριθμός εργαζομένων	226.696	233.141	232.742	229.567	223.875	214.063	206.290	214.585	217.287	…
γ. Μέσος αριθμός εργαζομένων ανά κατάστημα (=α/β)	45	46	59	60	60	62	61	59	59	…
δ. Αριθ. αμειβομένων εκ των (β)	223.574	230.320	230.320	227.727	222.160	212.575	204.819	213.324	215.884	…
ε. Αξία αμοιβών σε ττε €	3.319	3.571	3.765	3.966	4.175	4.285	4.381	4.788	5.103	…
ς. Μέση αμοιβή σε χιλ. € (=ε/δ)	15	16	16	17	19	20	21	22	24	
ζ. Ποσοστό εργαζομένων επ' αμοιβή (= δ/β)	98,6%	98,8%	99,0%	99,2%	99,2%	99,3%	99,3%	99,4%	99,4%	…
η. Ακαθ. αξία παραγωγής σε ττε €	22.693	28.582	30.030	29.579	30.064	31.361	33.603	38.553	42.341	…
θ. Αξία αναλωσίμων σε ττε €	13.510	18.439	18.963	18.442	18.775	19.785	22.129	25.813	28.538	…
ι. Προστιθ. αξία σε ττε € (=ζ-η)	9.182	10.143	11.067	11.137	11.290	11.575	11.474	12.740	13.803	…
ια. Προστιθ. αξία ανά εργαζόμενο σε χιλ. € (=ι/β)	41	44	48	49	50	54	56	59	64	
ιβ. Αξία πωλήσεων σε ττε €	20.277	25.322	25.791	26.305	26.899	28.146	29.944	34.838	38.352	…
ιγ. Αξία επενδύσεων κεφαλαίου σε ττε €	2.071	2.494	2.313	1.897	2.001	1.837	1.814	1.903	1.882	…
2. Καταστήματα με < 10 άτομα										
α. Αριθμός καταστημάτων	…	…	…	…	84.632	84.632	88.244	90.106	91.979	…
β. Αριθμός εργαζομένων	…	…	…	…	166.746	187.758	183.211	185.270	189.207	…
γ. Μέσος αριθμός εργαζομένων ανά κατάστημα (=α/β)					2	2	2	2	2	…
δ. Αριθ. αμειβομένων εκ των (β)	…	…	…	…	86.098	93.103	90.554	92.380	94.248	…
ε. Αξία αμοιβών σε ττε €	…	…	…	…	994	1.043	1.184	1.429	1.530	…
ς. Μέση αμοιβή σε χιλ. € (=ε/δ)	…	…	…	…	12	11	13	15	16	
ζ. Ποσοστό εργαζομένων επ' αμοιβή (= δ/β)			…	…	51,6%	49,6%	49,4%	49,9%	49,8%	…

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 (συνέχεια)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ε. Δευτερογενής τομέας										
2. Καταστήματα με < 10 άτομα										
η. Ακαθ. αξία παραγωγής σε ττε €	…	…	…	…	10.082	11.622	12.405	13.147	12.984	…
θ. Αξία αναλώσεων σε ττε €	…	…	…	…	5.460	6.302	6.396	7.210	6.595	…
ι. Προστιθ. αξία σε ττε € (=ε-ς)	…	…	…	…	4.622	5.321	6.009	5.938	6.389	…
ια. Προστιθ. αξία ανά εργαζόμενο σε χιλ. € (=ι/β)	…	…	…	…	28	28	33	32	34	…
ιβ. Αξία πωλήσεων σε ττε €	…	…	…	…	8.753	9.072	10.133	11.481	10.622	…
ιγ. Αξία επενδύσεων κεφαλαίου σε ττε €	…	…	…	…	564	564	586	1.240	743	…
ΣΤ. Απασχόληση στον πρωτογενή το-μέα (σε ετήσιες μονάδες εργασίας)										
1. Σύνολον	593.557	…	…	…	620.446	…	606.652	…	…	…
2. Οικογενειακό εργ. δυναμικό	504.209	…	…	…	496.924	…	492.212	…	…	…

Πηγές: (Α) ΕΣΥΕ, 2009a, (Β) ΕΣΥΕ, 2010a, (Γ.2) ΕΣΥΕ, 2010β, (Δ) ΕΣΥΕ, 2010γ, (Ε.1.α-β,δ-ε,η-ι,ιβ-ιγ) ΕΣΥΕ, 2010δ, (Ε.2.α-β,δ-ε,η-ι,ιβ-ιγ) ΕΣΥΕ, 2009β, (ΣΤ) ΕΣΥΕ, 2010ε, (Ε.1γ,ς-ζ,ια, Ε.2γ,ς-ζ,ια, Ζ) Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3

Επιλεγμένα μεγέθη του κλάδου μεταποιήσεως φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών, 1999-2008

		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Α. Καταστήματα με ≥ 10 άτομα											
1. Αριθμός καταστημάτων		56	51	40	34	39	37	34	36	33	…
2. Αριθμός εργαζομένων		1.740	1.526	1.452	1.308	1.666	1.619	1.540	1.562	1.360	…
3. Μέσος αριθμός εργαζομένων ανά κατάστημα (=(1)/(2))		31	30	36	38	43	44	45	43	41	
4. Αριθμός αμειβομένων		1.733	1.514	1.452	1.305	1.666	1.619	1.537	1.562	1.360	…
5. Αξία αμοιβών σε τρέχουσες τιμές εκατομμυρίων (ττε) €		33	31	31	29	37	38	38	41	39	…
6. Μέση αμοιβή σε χιλ. € (=(5)/(6))		19	20	21	22	22	23	25	26	29	…
7. Ποσοστό εργαζομένων επ' αμοιβή (=(4)/(2))		99,6%	99,2%	100%	99,8%	100%	100%	99,8%	100%	100%	…
8. Ακαθ. αξία παραγωγής σε ττε €		338	299	334	337	441	459	440	466	575	…
9. Αξία αναλωσίμων σε ττε €		222	202	312	230	309	330	304	309	410	…
10. Προστιθέμενη αξία σε ττε €		116	98	22	107	131	129	136	157	165	…
11. Προστιθ. αξία ανά εργαζόμενο σε χιλ. € (=ι/β)		67	64	15	82	79	80	88	100	122	
12 Αξία πωλήσεων σε ττε €		321	303	325	324	425	445	430	444	570	…
13. Αξία επενδύσεων κεφαλαίου σε ττε €		41	10	10	7	14	16	23	16	24	…
14. Παραγόμενες ποσότητες (χιλ. τόνοι)											
α. Ελαιόλαδο	≥	74	72	68	67	68	64	63	73	68	71
1.i. Παρθένο		10	13	15	13	12	13	14	13	13	15
ii. Παρθένο (κατ' αποκοπήν)		*	*	*	*	1	*	*	1	*	0
2.i. Εξευγενισμένο		27	29	27	29	26	24	26	28	28	28
ii. Εξευγενισμένο (κατ' αποκ.)		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
3.i. Λοιπά, καθώς και μείγματα		37	30	26	*	30	*	23	28	26	28
ii. Λοιπά και μείγμ. (κατ' αποκ.)		*	*	*	25	*	26	*	2	*	*
β.1. Σογιέλαιο ακατέργαστο		54	*	54	60	66	54	72	66	69	*
2. Σογιέλαιο εξευγενισμένο		49	37	42	44	45	40	51	47	49	77
γ.1. Βαμβακέλαιο ακατέργαστο		6	4	6	4	5	*	3	2	2	1
2. Βαμβακέλαιο εξευγενισμένο		17	16	18	20	22	23	23	21	17	17
δ. Ηλιέλαιο εξευγενισμένο		28	27	30	27	29	30	34	39	39	28
ε. Φοινικέλαιο εξευγενισμένο		9	10	10	10	17	*	*	*	*	*
ς. Σπάνια φυτικά έλαια και σταθερά λίπη πλην των προαναφερομένων, αραβοσιτελαίου, καστορελαίου, κοκοφοινικελαίου, λινελαίου, σησαμελαίου, φυστικελαίου (λ.χ. καπνέλαια)		4	*	3	*	*	*	*	*	*	*
ζ. Στερεά υπολείμματα από φυτικά λίπη και έλαια πλην αυτών που προέρχονται από (β), (δ), αγριοκράμβη, αγριογογγύλη		299	303	273	290	296	313	317	298	304	303
η. Άλευρα από σπέρματα και ελαιώδεις καρπούς πλην μουστάρδας		10	15	17	8	4	14	17	20	15	10
θ. Φυτικά έλαια και λίπη υδρογονωμένα και εξευγενισμένα		10	15	15	15	21	26	37	35	42	48
ι. Στερεή μαργαρίνη		39	39	45	*	41	40	40	41	46	44
ια. Άλλοι τύποι φυτικών ή ζωικών ελαίων και λιπών παραχθέντων με ίδια ετικέτα ή κατ' αποκοπήν		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

Α. Καταστήματα με ≥ 10 άτομα											
15. Πωλούμενες ποσότητες (χιλ. τον.)											
α. Ελαιόλαδο	≥	66	63	60	61	64	58	59	66	65	64
1.i. Παρθένο		10	13	15	13	12	13	15	14	13	12
ii. Παρθένο (κατ' αποκοπήν)		*	*	*	*	0	*	*	0	*	0
2.i. Εξευγενισμένο		25	27	27	28	26	20	25	24	26	22
ii. Εξευγενισμένο (κατ' αποκ.)		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
3.i. Λοιπά, καθώς και μείγματα		31	23	19	*	25	*	20	28	26	30
ii. Λοιπά και μείγμ. (κατ' αποκ.)		*	*	*	20	*	25	*	0	*	*
β.1. Σογιέλαιο ακατέργαστο		5	*	11	16	22	20	26	21	24	*
2. Σογιέλαιο εξευγενισμένο		46	35	49	53	54	53	49	48	48	63
γ.1. Βαμβακέλαιο ακατέργαστο		4	3	3	2	3	0	3	3	2	1
2. Βαμβακέλαιο εξευγενισμένο		10	11	14	17	18	25	18	20	16	15
δ. Ηλιέλαιο εξευγενισμένο		26	25	37	34	37	29	35	38	37	27
ε. Φοινικέλαιο εξευγενισμένο		8	10	7	5	10	*	*	*	*	*
ς. Σπάνια φυτ. έλαια (λ.χ. καπνέλαια)		3	*	3	2	3	*	*	*	*	*
ζ. Στερεά υπολείμματα από ορισμένα φυτικά λίπη και έλαια (βλ.14.ζ)		217	232	283	275	296	303	283	250	269	242
η. Άλευρα από σπέρματα κ.ά.		7	11	14	7	3	10	11	10	9	8
θ. Φυτικά έλαια και λίπη υδρ/μένα		8	11	15	15	21	26	28	35	42	46
ι. Στερεή μαργαρίνη		39	38	44	*	*	46	39	40	45	46
ια. Άλλοι τύποι (βλ.14.ια)		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
16. Αξία πωλήσεως των επιμέρους προϊόντων σε ττε €	≥	291	279	324	281	345	346	367	402	407	466
α. Ελαιόλαδο	≥	131	140	143	151	136	138	173	194	170	162
1.i. Παρθένο		31	39	45	42	41	39	59	62	54	50
ii. Παρθένο (κατ' αποκοπήν)		*	*	*	*	0	*	*	0	*	0
2.i. Εξευγενισμένο		74	75	80	85	72	71	87	82	85	72
ii. Εξευγενισμένο (κατ' αποκ.)		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
3.i. Λοιπά, καθώς και μείγματα		26	26	19	*	23	*	28	51	31	40
ii. Λοιπά και μείγμ. (κατ' αποκ.)		*	*	*	23	*	28	*	0	*	*
β.1. Σογιέλαιο ακατέργαστο		2	*	5	7	11	10	12	10	13	*
2. Σογιέλαιο εξευγενισμένο		25	17	24	27	30	32	28	27	28	58
γ.1. Βαμβακέλαιο ακατέργαστο		1	1	1	1	2	0	1	1	1	1
2. Βαμβακέλαιο εξευγενισμένα		7	6	7	10	11	15	10	13	10	15
δ. Ηλιέλαιο εξευγενισμένο		25	20	28	29	32	26	28	31	31	32
ε. Φοινικέλαιο εξευγενισμένο		7	6	4	4	6	*	*	*	*	*
ς. Σπάνια φυτ. έλαια (λ.χ. καπνέλαια)		3	*	2	2	3	*	*	*	*	*

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 (συνέχεια)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Α. Καταστήματα με ≥ 10 άτομα										
16. Αξία πωλήσεως των επιμέρους προϊόντων σε ττε €										
ζ. Στερεά υπολείμματα από ορισμένα φυτικά λίπη και έλαια (βλ.14.ζ)	15	16	32	32	33	40	27	22	21	31
η. Άλευρα από σπέρματα κ.ά.	5	6	7	6	6	8	9	12	12	17
θ. Φυτικά έλαια και λίπη υδρ/μένα	10	10	12	10	14	16	21	26	32	46
ι. Στερεή μαργαρίνη	60	57	58	*	61	61	57	66	89	105
ια. Άλλοι τύποι (βλ.14.ια)	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Β. Καταστήματα με < 10 άτομα										
1. Αριθμός καταστημάτων	.	.	.	.	1.759	1.759	1.851	1.890	1.933	…
2. Αριθμός εργαζομένων	.	.	.	.	3.986	4.267	4.190	4.277	3.827	…
3. Μέσος αριθμός εργαζομένων ανά κατάστημα (=(1)/(2))	.	.	.	.	2	2	2	2	2	…
4. Αριθμός αμειβομένων	.	.	.	.	2.019	2.223	2.251	2.295	2.343	…
5. Αξία αμοιβών σε ττε €	.	.	.	.	24	26	31	35	40	…
6. Μέση αμοιβή σε χιλ. € (=(5)/(6))	.	.	.	.	12	12	14	15	17	…
7. Ποσοστό εργαζομένων επ' αμοιβή (=(4)/(2))	.	.	.	.	50,6%	52,1%	53,7%	53,7%	61,2%	…
8. Ακαθ. αξία παραγωγής σε ττε €	.	.	.	.	278	290	294	351	293	…
9. Αξία αναλώσεων σε ττε €	.	.	.	.	174	181	184	225	182	…
10. Προστιθ. αξία σε ττε € (=(8)-(9))	…	.	.	.	103	109	110	126	111	…
11. Προστιθ. αξία ανά εργαζόμενο σε χιλ. € (=(10)/(2))	.	.	.	.	26	26	26	29	29	…
12. Αξία πωλήσεων σε ττε €	.	.	.	.	267	276	276	320	281	…
13. Αξία επενδύσεων κεφαλαίου σε ττε €		.	.	.	15	19	16	24	18	…

* Μη δημοσιευθέν λόγω εμπιστευτικότητος καθότι στο εν λόγω προϊόν δραστηριοποιούνται ολιγότερες από τρεις επιχειρήσεις.

Πηγές: (Α.1-2,4-5,8-10,12-13) ΕΣΥΕ, 2010δ, (Α.14-16ζ) ΕΣΥΕ, 2010στ, (Β.1-2,4-5, 8-10,12-13) ΕΣΥΕ, 2009β, (Α.3,6-7,11,16η και Β.3,6-7,11) Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4

Ποσοστιαία συμβολή του κλάδου στον δευτερογενή τομέα και την οικονομία, 2003-2007.

Α. Στον δευτερογενή τομέα	2003	2004	2005	2006	2007
1. Προστιθεμένη αξία (= (Πίν. 5.3.Α.10 + Β.10) / (Πίν.5.2.Ε.1ια + Ε.2ια))	1,48	1,41	1,41	1,51	1,37
2. Απασχόληση (= (Πίν.5.3.Α2 + Β.2) / (Πίν.5.2.Ε.1β+Ε.2β))	1,45	1,46	1,47	1,46	1,28
3. Επενδύσεις κεφαλαίου (= (Πίν.5.3.Α.13 + Β.13) / (Πίν.5.2.Ε.1ιγ + Ε.2ιγ))	1,12	1,46	1,61	1,27	1,60
4. Αξία πωλήσεων (= (Πίν.5.3.Α.12 + Β.12) / (Πίν.5.2.Ε.1ιβ + Ε.2ιβ))	1,94	1,94	1,76	1,65	1,74
Β. Στην οικονομία					
1. Προστιθεμένη αξία (= (Πίν.5.3.Α.10 + Β.10) / (Πίν.5.2.Α))	0,14	0,13	0,13	0,13	0,12
2. Απασχόληση (= (Πίν.5.3.Α2 + Β.2) / (Πίν.5.2.Γ))	0,13	0,13	0,13	0,13	0,11
3. Επενδύσεις κεφαλαίου (= (Πίν.5.3.Α13 + Β.13) / (Πίν.5.2.Β))	0,07	0,08	0,10	0,09	0,08

Πηγές: Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5

Πωλήσεις και μερίδια αγοράς επιμέρους επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται (μεταξύ άλλων) στη μεταποίηση φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών, 2005-2008. Εκτιμήσεις δεικτών συγκεντρώσεως στην αγορά

Α. Τα δέκα μεγαλύτερα μεγέθη πωλήσεων (σε τρέχουσες τιμές εκατομμυρίων ευρώ)

Επιχειρήσεις και το έτος ιδρύσεώς τους	2005	2006	2007	2008
Σόγια Ελλάς (ιδρ. 1976)	221	244	273	420
Μύλοι Σόγιας (ιδρ. 1970)	160	197	236	232
Ελαΐς - Unilever (ιδρ.1920) *	156	157	158	168
Agroinvest (ιδρ. 1993)	58	60	82	110
Μινέρβα - PZ Cussons (ιδρ. 1971)	70	77	81	79
Π. Ν. Πέττας (ιδρ. 1982)	31	48	79	111
Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Σητείας (ιδρ. 1933)	61	…	…	…
Κορέ (ιδρ. 1986)	49	57	55	71
DIEM (ιδρ. 1985)	35	33	41	47
Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Πεζών (ιδρ. 1933)	32	31	25	…
Nutria (ιδρ. 1994)	15	22	19	40
Λεσβιακά Συνεταιριστικά Ελαιόλαδα (ιδρ. 1929)	18	27	…	…
Μάνος (ιδρ. 1934)	6	8	15	23
Σύνολον	1.141	1.263	1.321	1.525
Αριθμός επιχειρήσεων	117	118	118	106

Β. Τα δέκα μεγαλύτερα μερίδια πωλήσεων (βάσει του τμήματος Α)

	2005		2006		2007		2008	
1ης επιχ.	19,4%	Σόγια Ελλάς	19,3%	Σόγια Ελλάς	20,6%	Σόγια Ελλάς	27,6%	Σόγια Ελλάς
2ας επιχ.	14,0%	Μύλοι Σόγιας	15,6%	Μύλοι Σόγιας	17,8%	Μύλοι Σόγιας	15,2%	Μύλοι Σόγιας
3ης επιχ.	13,7%	Ελαΐς - Unilever	12,4%	Ελαΐς - Unilever	12,0%	Ελαΐς - Unilever	11,0%	Ελαΐς - Unilever
4ης επιχ.	6,1%	Μινέρβα	6,1%	Μινέρβα	6,2%	Agroinvest	7,3%	Π. Ν. Πέττας
5ης επιχ.	5,3%	Ε.Α.Σ. Σητείας	4,7%	Agroinvest	6,2%	Μινέρβα	7,2%	Agroinvest
6ης επιχ.	5,1%	Agroinvest	4,5%	Κορέ	6,0%	Π. Ν. Πέττας	5,2%	Μινέρβα
7ης επιχ.	4,3%	Κορέ	3,8%	Π. Ν. Πέττας	4,2%	Κορέ	4,7%	Κορέ
8ας επιχ.	3,1%	DIEM	2,6%	DIEM	3,1%	DIEM	3,1%	DIEM
9ης επιχ.	2,8%	Ε.Α.Σ. Πεζών	2,4%	Ε.Α.Σ. Πεζών	1,9%	Ε.Α.Σ. Πεζών	2,6%	Nutria
10ης επιχ.	2,7%	Π. Ν. Πέττας	2,1%	Λεσβιακά Σ.Ελ.	1,5%	Nutria	1,5%	Μάνος

Γ. Δείκτες συγκέντρωσης (βάσει των τμημάτων Α και Β)

	2005	2006	2007	2008
1. Άθροισμα των τεσσάρων μεγαλυτέρων μεριδίων πωλήσεων	53,2%	53,5%	56,6%	61,1%
2. Άθροισμα των οκτώ μεγαλυτέρων μεριδίων πωλήσεων	70,9%	69,2%	76,1%	81,3%
3. Άθροισμα των δέκα μεγαλυτέρων μεριδίων πωλήσεων	76,4%	73,8%	79,5%	85,4%
4. Εξομαλυνθείς δείκτης Herfindahl-Hirschman των 50 μεγαλυτέρων μεριδίων πωλήσεων	11,2%	10,1%	10,8%	12,1%

Σημείωση: Ενδεικτικά αναφέρεται ότι αν συνυπολογίζοντο οι λοιπές πωλήσεις της Ελαΐδος (παγωτά, χλωρίνες κ.τ.λ.), οι δείκτες Γ.1-4 που αφορούν στο έτος 2008 θα ήσαν της τάξεως του 70,1, 85,6, 88,8 και 16,1%, αντιστοίχως, δημιουργώντας την εντύπωση υψηλοτέρου βαθμού συγκεντρώσεως στην αγορά τυποποιημένων βρωσίμων ελαίων και λιπών. Προφανώς, στο βαθμό που τα στοιχεία πωλήσεων των υπολοίπων εταιρειών περιλαμβάνουν ποικίλα άλλα προϊόντα, εξυπακούεται ότι τόσον οι αριθμητές όσο και οι παρονομαστές των ανωτέρω δεικτών είναι υποεκτιμημένοι. Ως εκ τούτου, οι παρατιθέμενες τιμές τους δεν μπορεί να θεωρηθούν ως ενδεικτικές ανώτερες ή κατώτερες τιμές συγκεντρώσεως στην υπό εξέταση αγορά αλλά σε κάτι πολύ πιο ακαθόριστο.

* Άνευ των άλλων προϊόντων. *Πηγές:* ICAP και Ελαΐς. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6

Εισαγωγές και εξαγωγές φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών, 1999-2008.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Α. Εισαγόμενες ποσότητες (χιλ. τόνοι)										
1. Ελαιόλαδο	3,0	3,2	6,8	8,8	8,3	11,4	5,6	3,8	6,4	2,8
2. Σογιέλαιο	5,2	2,0	1,6	1,3	2,4	0,5	1,1	4,5	25,0	25,6
3. Βαμβακέλαιο	0,1	0,2	1,4	6,0	0,5	0,4	1,5	1,0	2,0	1,2
4. Λάδια ηλιοτροπίου, κνήκου	35,5	19,6	29,4	49,2	60,3	60,8	60,5	80,1	83,8	56,0
5. Αραβοσιτέλαιο	25,4	22,9	22,7	24,7	28,6	31,0	28,5	35,2	31,8	46,9
6. Άλλα φυτικά έλαια και λίπη	42,2	44,5	61,3	63,4	69,5	73,0	79,1	107,8	125,8	141,6
7. Ζωικά έλαια και λίπη	0,0	0,0	0,1	0,2	0,3	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2
8. Μείγματα ελαίων ή λιπών	3,7	3,1	2,6	2,3	6,9	5,5	3,1	3,2	3,9	3,5
9. Μαργαρίνη	13,4	13,5	14,4	14,8	13,3	13,3	15,7	15,2	15,0	16,3
Β. Αξία εισαγωγών σε τρέχουσες τιμές εκατομμυρίων (ττε) €	85,2	67,0	85,3	122,2	129,6	143,1	131,3	157,6	212,2	277,5
1. Ελαιόλαδο	5,0	4,1	10,2	16,2	13,7	26,6	13,0	11,4	14,6	7,7
2. Σογιέλαιο	1,7	0,9	0,8	0,8	1,4	0,3	0,6	2,2	17,3	24,7
3. Βαμβακέλαιο	0,1	0,1	0,7	3,6	0,5	0,3	1,0	0,5	1,0	1,1
4. Λάδια ηλιοτροπίου, κνήκου	19,2	10,0	18,5	32,6	35,9	34,9	37,2	44,3	57,9	54,9
5. Αραβοσιτέλαιο	18,8	14,2	12,2	17,4	20,8	21,5	19,6	24,7	22,4	54,1
6. Άλλα φυτικά έλαια και λίπη	25,2	24,0	28,4	33,2	33,9	36,1	37,3	52,7	77,2	112,0
7. Ζωικά έλαια και λίπη	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,0	0,1	0,1	0,1
8. Μείγματα ελαίων ή λιπών	3,4	2,6	2,2	4,1	12,0	11,9	4,9	5,0	6,6	5,6
9. Μαργαρίνη	11,7	11,1	12,1	14,2	11,3	11,3	17,6	16,8	15,1	17,4
Γ. Εξαγόμενες ποσότητες (χιλ. τόνοι)										
1. Ελαιόλαδο	245,4	152,1	164,9	114,6	175,0	51,2	153,7	146,4	118,0	98,1
2. Σογιέλαιο	16,0	16,2	18,0	21,7	22,9	20,6	15,0	10,5	6,0	12,6
3. Βαμβακέλαιο	11,3	12,7	10,2	9,1	7,8	4,7	6,6	2,7	4,3	3,5
4. Λάδια ηλιοτροπίου, κνήκου	8,5	6,5	3,0	3,9	7,2	5,2	2,7	3,3	6,6	3,1
5. Αραβοσιτέλαιο	0,1	0,4	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,6	0,2	0,2
6. Άλλα φυτικά έλαια και λίπη	5,3	7,2	9,1	9,1	9,3	11,0	11,8	16,0	35,7	41,0
7. Ζωικά έλαια και λίπη	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
8. Μείγματα ελαίων ή λιπών	0,6	2,1	1,5	0,5	0,5	0,9	3,5	4,0	1,5	2,0
9. Μαργαρίνη	3,3	6,0	8,3	9,0	8,7	6,7	5,0	3,3	4,8	4,1
Δ. Αξία εξαγωγών (ττε €)	529,5	311,1	326,4	264,6	382,7	163,6	470,2	488,7	355,4	336,2
1. Ελαιόλαδο	504,7	284,5	302,5	234,2	349,6	135,7	442,6	460,9	306,8	262,6
2. Σογιέλαιο	8,2	8,0	7,8	10,3	11,4	9,5	6,8	5,4	4,0	19,1
3. Βαμβακέλαιο	5,0	5,5	4,1	4,7	4,7	2,8	3,4	1,6	3,3	3,7
4. Λάδια ηλιοτροπίου, κνήκου	4,6	3,5	1,6	2,7	4,6	3,0	1,9	2,0	6,3	3,9
5. Αραβοσιτέλαιο	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,4	0,2	0,4
6. Άλλα φυτικά έλαια και λίπη	3,9	4,5	4,1	6,3	5,7	6,8	7,9	11,9	27,5	38,7
7. Ζωικά έλαια και λίπη	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
8. Μείγματα ελαίων ή λιπών	0,7	1,6	1,2	0,6	0,6	1,0	3,5	3,5	1,8	2,8
9. Μαργαρίνη	2,4	3,4	5,0	5,7	5,9	4,7	3,8	2,9	5,4	4,9

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2010ζ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7

Επιλεγμένα ποσοστά για τον κλάδο μεταποιήσεως φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Α. Μερίδια των κυριοτέρων προϊόντων στη συνολική αξία των πωλήσεων (βάσει του Πίν.5.3)										
• Ελαιολάδου (1ο μερίδιο): (= σειρά Α.16α / σειρά Α.12)	≥40,7%	≥46,1%	≥44,1%	≥46,6%	≥31,9%	≥31,1%	≥40,3%	≥43,8%	≥29,8%	…
• Μαργαρίνης (2ο μερίδιο): (= σειρά Α.16ι / σειρά Α.12)	18,7%	18,8%	17,9%	≥ 0,0%	14,3%	13,8%	13,3%	14,8%	15,5%	…
• Σογιελαίου (3ο μερίδιο): (= σειρές Α.16β / σειρά Α.12)	8,5%	≥ 5,5%	8,8%	10,7%	9,9%	9,4%	9,2%	8,4%	7,2%	…
Β. Μερίδιο της αξίας των εισαγωγών βρωσίμων ελαίων και λιπών σε σχέση με τη συνολική αξία των εισαγομένων αγαθών (= Πίν.5.6.Β / Πίν.5.2.Δ.1)	…	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%
Γ. Μερίδια των κυριοτέρων προϊόντων που υπερβαίνουν το 10% (κατά μέσο όρο) της συνολικής αξίας των εισαγομένων βρωσίμων ελαίων και λιπών										
• Ηλιελαίου (1ο μερίδιο): (= Πίν.5.6.Β.4 / Πίν.5.6.Β)	22,5%	14,9%	21,7%	26,7%	27,7%	24,3%	28,4%	28,1%	27,3%	19,8%
• Φοινικελαίου (2ο μερίδιο): (= Πίν.5.6.Β.6/Πίν.5.6.5.Β)	15,5%	19,4%	20,0%	15,2%	16,8%	16,8%	16,2%	18,8%	20,1%	24,7%
• Αραβοσιτελαίου (3ο μερίδιο): (= Πίν.5.6.Β.5 / Πίν.5.6.Β)	22,1%	21,2%	14,4%	14,3%	16,0%	15,0%	15,0%	15,7%	10,6%	19,5%
• Μαργαρίνης (4ο μερίδιο): (= Πίν.5.6.Β.9 / Πίν.5.6.Β)	13,8%	16,5%	14,1%	11,6%	8,7%	7,9%	13,4%	10,6%	7,1%	6,3%
Δ. Μερίδιο της αξίας των εξαγωγών βρωσίμων ελαίων και λιπών σε σχέση με τη συνολική αξία των εξαγομένων αγαθών (= Πίν.5.6.Δ / Πίν.5.2.Δ.3)	…	2,2%	2,2%	1,9%	2,7%	1,0%	2,7%	2,4%	1,7%	1,5%
Ε. Μερίδιο του μόνου προϊόντος, η εξαγωγική αξία του οποίου υπερβαίνει το 10% (κατά μέσο όρο) της συνολικής αξίας των εξαγομένων βρωσίμων ελαίων και λιπών										
1. Ελαιολάδου (1ο μερίδιο): (= Πίν.5.6.Δ.1 / Πίν.5.6.Δ)	95,3%	91,4%	92,7%	88,5%	91,4%	82,9%	94,1%	94,3%	86,3%	78,1%

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8

Άσκηση υπολογισμού της ποσότητος του μεταποιηθέντος ελαιολάδου των καταστημάτων, 2003-7

	2003	2004	2005	2006	2007
Α. Καταστήματα δέκα ή περισσοτέρων εργαζομένων					
1. Παραγόμενη ποσότης ελαιολάδου σε χιλιάδες τόνους (= Πίν.5.3.Α.14α)	≥ 68	≥ 64	≥ 63	≥ 73	≥ 68
2. Εκτίμηση της μέσης τιμής του πωλουμένου ελαιολάδου (= Πίν.5.3.Α.16α / Πίν.5.3.Α.15α)	2,12	2,38	2,92	2,94	2,61
Β. Καταστήματα εννέα ή ολιγοτέρων εργαζομένων					
Εκτίμηση της παραγομένης ποσότητος ελαιολάδου υπό (α) τη γενναία υπόθεση ότι το σύνολο της παραγομένης αξίας αφορά σε ελαιόλαδο και (β) τη μέση τιμή χονδρικής που προκύπτει στα μεγαλύτερα καταστήματα (= Πίν.5.3.Β.8 / Σειρά Α.2)	131	122	101	119	112
Γ. Εκτίμηση ενός μεγέθους της παραγομένης ποσότητος ελαιολάδου εκ των καταστημάτων του κλάδου σε χιλιάδες τόνους = σειρά Α.1 + σειρά Β	≈ 199	≈ 186	≈ 164	≈ 192	≈ 180
Δ. Ποσότητες εξαγωγών σε χιλιάδες τόνους (= Πίν.5.6.Γ.1)	175	51	154	146	118

Συμπέρασμα από τη σύγκριση των μεγεθών των γραμμών Γ και Δ:

Εν γένει, οι ποσότητες του εξαγομένου ελαιολάδου προσεγγίζουν τις καταγεγραμμένες ποσότητες που προωθούνται από τα μεγάλα καταστήματα του δευτερογενούς τομέα και μια υψηλή εκτίμηση της ποσότητος που προωθείται από τα μικρά καταστήματα προς τις αγορές της αλλοδαπής και την εγχώρια αγορά. (Υπό ολιγότερο γενναίες υποθέσεις οι εξαγόμενες ποσότητες θα υπερέβαιναν τις εκτιμήσεις των παραγομένων ποσοτήτων των ετών 2003, 2005, ενδεχομένως και άλλων, αδυνατώντας να ικανοποιήσουν την εγχώρια κατανάλωση.) Συνάγεται ότι υπάρχουν επιπρόσθετες ποσότητες που προωθούνται προς πώληση στις αγορές του εξωτερικού και την εγχώρια αγορά, οι οποίες δεν λογίζονται στις στατιστικές του δευτερογενούς τομέως.

Πηγές: Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.9

Οικιακή κατανάλωση ελαιολάδου, σπορελαίων, φυτικών υποκαταστάτων βουτύρου και μαγειρ. λιπών

Α. Αριθμός νοικοκυριών: 3.992.964

1. Μέσος όρος της μηνιαίας αξίας των βρωσίμων ελαίων και λιπών που αποκτήθηκαν:
   α. Από την αγορά: 16,32 €
   β. Με άλλους τρόπους: 4,66 €

2. Εκτίμηση της συνολικής αξίας των βρωσίμων ελαίων και λιπών που αποκτήθηκαν:
   α. Από την αγορά: 16,32 × 3.992.964 × 12 μήνες /10^6 = 782,0 εκατ €
   β. Με άλλους τρόπους: 4,66 × 3.992.964 × 12 μήνες /10^6 = 223,3 εκατ €

Β. Μερίδιο της αξίας	Περιοχή Αθηνών	Πολεοδομικό συγκρότημα Θεσ/κης	Λοιπές αστικές περιοχές	Ημιαστικές περιοχές	Αγροτικές περιοχές	Σύνολο χώρας
1. Των βρωσίμων ελαίων και λιπών στο σύνολο των χρηματικών αγορών και των απολαβών εις είδος	0,8 %	0,8 %	0,9 %	1,2 %	1,5 %	1,0 %
2. Των βρωσίμων ελαίων και λιπών στο σύνολο των χρηματικών αγορών και των απολαβών εις είδος για είδη διατροφής και μη οινοπνευματωδών ποτών	5,7 %	5,7 %	5,9 %	6,6 %	7,3 %	6,2 %
3. Του ελαιολάδου στο σύνολο των βρωσίμων ελαίων και λιπών	82,0 %	75,9 %	83,6 %	82,0 %	87,7 %	83,3 %
4. Του ελαιολάδου προερχομένου εξ ιδίας παραγωγής και απολαβές εις είδος στο σύνολο του καταναλισκομένου ελαιολάδου	18,7 %	11,0 %	36,0 %	36,9 %	50,5 %	32,5 %
5. Των λοιπών βρωσίμων ελαίων και λιπών προερχομένων από απολαβές εις είδος στο σύνολο των καταναλισκομένων βρωσίμων ελαίων και λιπών	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,3 %	0,2 %	0,1 %

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.10
Διεθνείς συγκρίσεις στην κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου, Οκτ.2004-Σεπτ.2006

	Χώρα	Κατανάλωση ελαιολάδου (χιλ. τόνοι) (1)	Εκτίμηση του πληθυσμού κατά το μέσον του 2005 (χιλ. άτομα) (2)	Κατά κεφαλήν κατανάλωση (κιλά) (3) = (1) × 1000 / (2)
1	Ελλάς	548,0	11.120	49,3
2	Ιταλία	1.688,2	58.122	29,0
3	Ισπανία	1.093,5	43.064	25,4
4	Κύπρος	14,0	835	16,8
5	Πορτογαλία	146,1	10.495	13,9
6	Συρία	214,0	19.043	11,2
7	Τυνησία	82,0	10.102	8,1
8	Ιορδανία	44,0	5.703	7,7
9	Παλαιστίνη	20,0	3.702	5,4
10	Ισραήλ	32,5	6.725	4,8
11	Λουξεμβούργο	1,7	465	3,7
12	Λιβύη	21,0	5.853	3,6
13	Αυστραλία	67,0	20.155	3,3
14	Γαλλία	196,6	60.531	3,2
15	Ελβετία	22,5	7.252	3,1
16	Μαρόκο	93,0	31.478	3,0
17	Λίβανος	10,5	3.577	2,9
18	Μάλτα	1,0	402	2,5
19	Βέλγιο	24,0	10.419	2,3
20	Αλγερία	73,0	32.854	2,2
21	Κροατία	9,5	4.551	2,1
22	Καναδάς	62,0	32.268	1,9
23	Ην. Βασίλειο	108,9	59.668	1,8
24	Αυστρία	14,3	8.189	1,7
25	Ολλανδία	27,6	16.299	1,7
26	Τουρκία	110,0	73.193	1,5
27	ΗΠΑ	438,5	298.213	1,5
28	Σλοβενία	2,6	1.967	1,3
29	Δ. της Ιρλανδίας	4,7	4.148	1,1
30	Γερμανία	91,6	82.689	1,1
31	Σουηδία	8,6	9.041	1,0
32	Δανία	4,8	5.431	0,9
33	Τσεχία	6,0	10.220	0,6
34	Φινλανδία	2,6	5.249	0,5
35	Ιαπωνία	62,0	128.085	0,5

Πηγές: (στήλη 1) IOOC, 2009α, (στήλη 2) UNPD, 2004.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.11
Διεθνείς συγκρίσεις σε παραγωγή και κατανάλωση ελαιολάδου, Οκτ.1999-Σεπτ.2008

Παραγωγή > 50 χιλ. τόνων (1)

	Χώρα	χιλ. τόνοι.
1	Ισπανία	9492
2	Ιταλία	5735
3	Ελλάς	3487
4	Τυνησία	1407
5	Συρία	1142
6	Τουρκία	1023
7	Μαρόκο	565
8	Πορτογαλία	323
9	Αλγερία	281
10	Ιορδανία	210
11	Παλαιστίνη	136
12	Αργεντινή	133
13	Λιβύη	83
14	Λίβανος	58
15	Κύπρος	57
16	Ισραήλ	50

Κατανάλωση > 50 χιλ. τόνων (2)

	Χώρα	χιλ. τόνοι
1	Ιταλία	6856
2	Ισπανία	5098
3	Ελλάς	2427
4	ΗΠΑ	1885
5	Συρία	969
6	Γαλλία	860
7	Πορτογαλία	619
8	Τουρκία	559
9	Μαρόκο	513
10	Ην. Βασίλειο	431
11	Τυνησία	409
12	Γερμανία	374
13	Αυστραλία	300
14	Αλγερία	295
15	Ιαπωνία	273
16	Καναδάς	246
17	Βραζιλία	244
18	Ιορδανία	184
19	Ισραήλ	133
20	Βέλγιο και Λουξεμβούργο	99
21	Ολλανδία	96
22	Παλαιστίνη	94
23	Λιβύη	94
24	Ελβετία	93
25	Μεξικό	87
26	Ρωσία	70
27	Λίβανος	57
28	Κύπρος	54
29	Αυστρία	54
30	Σ. Αραβία	52
31	Αργεντινή	50
32	Κροατία	50

Μέσο ετήσιο μέγεθος καθαρών εξαγωγών ((1)-(2)) / μέσος αριθ. ετών εις τα οποία αναφέρονται τα στοιχεία

	Χώρα	χιλ. τόνοι
1	Ισπανία	488,1
2	Ελλάς	117,8
3	Τυνησία	110,9
4	Τουρκία	51,6
5	Συρία	19,3
6	Αργεντινή	9,2
7	Μαρόκο	5,8
8	Παλαιστίνη	4,7
9	Ιορδανία	2,9
10	Αίγυπτος, Κύπρος, Λίβανος, Μαυροβούνιο, Χιλή (2 έτη)	0,8 - 0,0
15	Αλβανία (1 έτος), Βουλγαρία (2 έτη), Εσθονία (5 έτη), Κροατία, Λιθουανία (5 έτη), Σλοβακία (5 έτη), Λετονία (5 έτη), Ιράν	-0,2 - -0,9
23	Αλγερία, Λιβύη, Ουγγαρία (5 έτη), Σλοβενία (5 έτη), Φινλανδία	-1,2 - -1,6
28	Ρουμανία (2 έτη), Δανία	-2,4 - -2,9
30	Δ. της Ιρλανδίας	-3,2
31	Πολωνία	-3,3
32	Νορβηγία	-3,5
33	Τσεχία	-3,6
34	Σ. Αραβία	-4,0
35	Μάλτα	-4,2
36	Σουηδία	-4,8
37	Ταϊβάν	-5,1
38	Αυστρία	-6,0
39	Ρωσία	-7,8
40	Μεξικό	-8,1
41	Ισραήλ	-9,2
42	Ελβετία	-10,3
43	Ολλανδία	-10,6
44	Βέλγιο και Λουξεμβούργο	-11,0
45	Βραζιλία	-27,1
46	Καναδάς	-27,3
47	Αυστραλία	-28,6
48	Ιαπωνία	-30,3
49	Πορτογαλία	-32,9
50	Γερμανία	-41,5
51	Ην. Βασίλειο	-47,8
52	Γαλλία	-91,4
53	Ιταλία	-124,6
54	ΗΠΑ	-208,4
	Άλλες χώρες-παραγωγοί	-4,1
	Λοιπές χώρες	-32,7

Πηγή: (στήλες 1-2) ΙΟΟC, 2009α. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.12

Διεθνείς συγκρίσεις σε παραγωγή και κατανάλωση επιτραπεζίων ελιών, Οκτ.1999-Σεπτ.2008

Παραγωγή > 250 χιλ. τόνων (1)

	Χώρα	χιλ. τόνοι.
1	Ισπανία	4.461
2	Αίγυπτος	1.988
3	Τουρκία	1.709
4	Συρία	1.225
5	Ελλάς	953
6	Μαρόκο	820
7	ΗΠΑ	820
8	Ιταλία	591
9	Αργεντινή	566
10	Αλγερία	565
11	Περού	339

Κατανάλωση > 250 χιλ. τόνων (2)

	Χώρα	χιλ. τόνοι
1	ΗΠΑ	1.874
2	Ισπανία	1.753
3	Αίγυπτος	1.557
4	Τουρκία	1.331
5	Ιταλία	1.242
6	Συρία	1.069
7	Αλγερία	557
8	Βραζιλία	491
9	Γαλλία	435
10	Ρωσία	384
11	Γερμανία	357
12	Μαρόκο	271
13	Ελλάς	265

Μέσο ετήσιο μέγεθος καθαρών εξαγωγών ((1)-(2)) / μέσος αριθ. ετών εις τα οποία αναφέρονται τα στοιχεία

	Χώρα	χιλ. τόνοι
1	Ισπανία	300,8
2	Ελλάς	76,4
3	Μαρόκο	61,1
4	Αργεντινή	47,9
5	Αίγυπτος	47,8
6	Τουρκία	42,0
7	Συρία	17,3
8	Περού	13,0
9	Ιορδανία	1,7
10	Αλγερία, Τυνησία, Κροατία, Μαυροβούνιο	0,8 - 0,0
14	Κύπρος, Λετονία (5 έτη), Δ. της Ιρλανδίας, Παλαιστίνη, Σλοβενία (5 έτη), Ουγγαρία (5 έτη), Λίβανος, Χιλή, Λιθουανία (5 έτη)	-0,3 - -0,7
23	Εσθονία (5 έτη), Ιράν (5 έτη), Πορτογαλία, Μεξικό, Μάλτα (5 έτη), Αλβανία (1 έτος), Τσεχία (5 έτη)	-1.0 - -1,7
30	Φινλανδία, Ιαπωνία, Σλοβακία (5 έτη), Βενεζουέλα	2,1 – 2,7
34	Δανία, Αυστρία, Λιβύη	-3,2 - 3,5
37	Ελβετία, Πολωνία (5 έτη), Ισραήλ	-4,4 - 5,1
40	Ολλανδία	-5,9
41	Σουηδία	-7,4
42	Βέλγιο και Λουξεμβούργο	-8,4
43	Βουλγαρία	-8,6
44	Αυστραλία	-13,8
45	Ρουμανία	-18,0
46	Σ. Αραβία	-20,2
47	Ην. Βασίλειο	-21,9
48	Καναδάς	-23,2
49	Γερμανία	-39,7
50	Ρωσία	-42,7
51	Γαλλία	-46,5
52	Βραζιλία	-54,1
53	Ιταλία	-72,3
54	ΗΠΑ.	-117,1
	Άλλες χώρες-παραγωγοί	-10,1
	Λοιπές χώρες	-36,6

Κατά κεφαλήν κατανάλωση > 0,5 κιλό (Οκτ.2004-Σεπτ.2006)

1	Κύπρος	21,9	23	Ρουμανία	1,7
2	Συρία	13,9	24	Σ. Αραβία	1,6
3	Ισπανία	8,9	25	Καναδάς	1,5
4	Ιορδανία	8,2	26	ΗΠΑ.	1,4
5	Λουξεμβούργο	7,3	27	Βέλγιο	1,4
6	Ελλάς	6,4	28	Περού	1,4
7	Ισραήλ	5,9	29	Χιλή	1,4
8	Τουρκία	5,4	30	Ελβετία	1,3
9	Αίγυπτος	5,0	31	Δανία	1,1
10	Ιταλία	4,9	32	Αυστρία	1,0
11	Αλγερία	4,9	33	Φινλανδία	1,0
12	Μάλτα	4,7	34	Γερμανία	1,0
13	Λίβανος	4,1	35	Ολλανδία	0,9
14	Τυνησία	3,7	36	Ην. Βασίλειο	0,8
15	Παλαιστίνη	3,5	37	Αργεντίνη	0,8
16	Βουλγαρία	3,0	38	Ιράν	0,6
17	Λιβύη	2,6	39	Ρωσία	0,6
18	Πορτογαλία	2,1	40	Βραζιλία	0,6
19	Μαρόκο	2,0	41	Λιθουανία	0,6
20	Σουηδία	1,9	42	Τσεχία	0,5
21	Αυστραλία	1,8	43	Λετονία	0,5
22	Γαλλία	1,8			

Πηγή: (άνω στήλες) IOOC,2009β, (κατά κεφαλήν μεγέθη) IOOC,2009β και UNPD,2004. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.13
Εκτίμηση της κατά κεφαλήν (κ.κ.) καταναλώσεως ελαιολάδου στις χώρες παραγωγής της ΕΕ και των συνδεομένων οικονομιών με τη μέθοδο SUR, Σεπτ.1999-Οκτ.2008

Χώρα	Σταθ. όρος (1)		κ. κ. ΑΕΠ (σε ευρώ) (2)		Εγχώρια παραγωγή (κ. κ. σε κιλά) (3)		Παραγωγή υπολοίπων χωρών (σε χιλ. τόνους) (4)		R^2
Ελλάς	16,3110	**	-0,0001	**	0,1252	**	0,0021	**	87,73 %
Ισπανία	11,2451	**	-0,0003	**	0,1827	**	0,0025	**	77,54 %
Ιταλία	6,9368	*	0,0001		0,3117	**	-0,0001		47,07 %
Κροατία	2,3608	**	0,0000	**	0,3767	**	-0,0005	**	92,54 %
Πορτογαλία	1,3404		0,0003	**	0,3003	**	-0,0001		89,24 %
Γαλλία	0,8384	**	0,0000	**	-1,0994	**	0,0000		56,78 %
Τουρκία	0,8644		0,0001	**	0,0760	**	-0,0002		35,25 %
Κύπρος	-0,2599		0,0002	**	0,6963	**	-0,0003		90,89 %

Σημειώσεις: Η παράθεση ενός αστερίσκου υποδηλώνει πιθανότητα σφάλματος της στατιστικής σημαντικότητος των εκτιμηθεισών παραμέτρων μικρότερη του 2%, ενώ η παράθεση ζεύγους αστερίσκων υποδηλώνει πιθανότητα σφάλματος κατώτερη του 1%.

Πηγές: (στοιχεία παραγωγής και καταναλώσεως) ΙΟΟC, 2009α, (στοιχεία ΑΕΠ) Eurostat, 2010α, (πληθυσμιακά στοιχεία) Eurostat, 2010β. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.14
Πτυχές της παραγωγής ελαιολάδου στην Ελλάδα, 2003

Περιοχές της χώρας	Εκτάσεις με ελαιόδενδρα: Ελαιώνες (% περιοχής) (1)	Εκτάσεις με ελαιόδενδρα: Άλλες, υπερβαίνουσες το 5% περιοχής (% περιοχής) (2)	Μέσο μέγεθος ελαιώνος (στρέμματα) (3)	Εκτάσεις ελαιώνων καλλιεργούμενες για ελαιόλαδο * (% στήλης 1) (4)	Μέση παραγωγή ελαιολάδου ανά δένδρο που καλλιεργείται προς τούτο (κιλά) (5)	Παραγωγή ελαιολάδου στη χώρα (% συνόλου) (6)	
1 Νομός Α.Αττικής	7,2		9,8	99,7	1,9	0,6	(24)
2 Νομός Αιτωλοακαρνανίας	5,9		11,3	51,5	2,6	2,9	(11)
3 Νομός Αργολίδος	13,0		21,9	99,8	2,5	2,4	(13)
4 Νομός Αρκαδίας	4,2		17,0	96,5	2,2	1,5	(19)
5 Νομός Άρτης	3,2		8,2	16,3	1,0	0,3	(32)
6 Νομός Αχαΐας	6,5		9,9	96,4	3,0	3,0	(10)
7 Νομός Βοιωτίας	6,1		11,5	100,0	1,2	0,9	(21)
8 Νομός Δ.Αττικής	3,7	8,8	11,3	96,5	0,8	0,1	(34)
9 Νομός Δωδεκανήσου	6,1		13,0	98,8	2,0	1,0	(20)
10 Νομός Ευβοίας	7,2	8,9	13,3	86,5	1,1	1,5	(18)
11 Νομός Ζακύνθου	24,8		15,7	99,3	4,8	2,2	(14)
12 Νομός Ηλείας	13,5	6,0	13,9	99,8	2,4	4,7	(8)
13 Νομός Ηρακλείου	28,3	18,8	17,8	99,5	4,1	17,7	(1)
14 Νομός Θεσσαλονίκης	0,5		5,1	90,3	0,7	0,1	(35)
15 Νομός Θεσπρωτίας	5,4	59,9	13,4	99,8	1,7	0,3	(31)
16 Νομός Καβάλας	4,7		12,6	84,3	1,8	0,7	(23)
17 Νομός Κερκύρας	33,6	8,1	14,1	100,0	3,7	3,5	(9)
18 Νομός Κεφαλληνίας	6,4		11,6	99,7	2,4	0,3	(30)
19 Νομός Κορινθίας	10,7		15,2	99,8	2,8	2,6	(12)
20 Νομός Κυκλάδων	1,6		6,7	98,5	2,7	0,5	(27)
21 Νομός Λακωνίας	19,0		31,5	89,0	2,0	6,2	(4)
22 Νομός Λασιθίου	12,0		15,1	100,0	4,7	5,4	(7)
23 Νομός Λέσβου	19,7		27,1	99,9	2,7	5,9	(5)
24 Νομός Λευκάδος	18,1		15,2	98,1	3,0	0,5	(26)
25 Νομός Μαγνησίας	9,0		18,3	0,9	1,8	2,1	(16)
26 Νομός Μεσσηνίας	23,5	7,5	23,5	98,8	3,5	12,8	(2)
27 Νομός Πειραιώς	9,6	5,7	17,0	99,7	1,3	0,4	(29)
28 Νομός Πρεβέζης	8,3		13,9	87,3	0,7	0,3	(33)
29 Νομός Ρεθύμνης	22,4	12,9	23,1	99,8	3,9	5,9	(6)
30 Νομός Σάμου	12,7	6,6	13,6	98,6	1,2	0,6	(25)
31 Νομός Φθιώτιδος	7,2		19,7	61,9	1,4	2,2	(15)
32 Νομός Φωκίδος	3,7		12,7	38,5	2,1	0,7	(22)
33 Νομός Χαλκιδικής (με Άγ. Όρος)	7,5		22,3	61,2	1,3	1,6	(17)
34 Νομός Χανίων	15,3	7,1	16,9	99,9	3,7	7,6	(3)
35 Νομός Χίου	10,0		13,3	99,8	1,5	0,5	(28)
36 Νομοί Σερρών και Δράμας, Θράκη και Σαμοθράκη	0,4		5,5	82,7	0,6	0,3	(36)
37 Νομοί Ευρυτανίας και Ιωαννίνων, Μακεδονία και Θεσσαλία πλην των περιοχών με αύξοντες αριθμούς 14, 16, 25, 33 και 36α	0,3		6,3	84,4	0,3	0,2	(37)
Μέσος όρος επικρατείας	6,1		16,0	88,7	2,7	100,0	

* Οι υπόλοιπες εκτάσεις φέρονται να καλλιεργούνται για την παραγωγή επιτραπεζίων ελιών.

Πηγές: (στήλες 1-4) ΕΣΥΕ, 2003, (στήλες 5-6) Υπ. Γεωργίας (όπως αναφέρονται από την Α.Λαμπροπούλου, 2007). Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.15
Εξελίξεις στην ελαιοκαλλιέργεια στην Ελλάδα, 2000-2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Α. Ελαιώνες							
1. Εκτάσεις							
αναλογία στα πεδινά προς ορεινά	1,7	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,7
αναλογία στα ημιορεινά προς ορεινά	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
2. Δένδρα ανά στρέμμα							
αναλογία στα πεδινά προς ορεινά	1,1	1,1	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1
αναλογία στα ημιορεινά προς ορεινά	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1
Β. Ελαιώνες κ.ά. εκτάσεις με ελαιόδενδρα							
1. Κιλά ελιών ανά δένδρο							
αναλογία στα πεδινά προς ορεινά	1,3	1,2	1,1	1,3	1,3	1,2	1,2
αναλογία στα ημιορεινά προς ορεινά	1,3	1,3	1,4	1,2	1,3	1,2	1,2
2. Ποσοστό ελιών προς ελαιοποίηση							
στα πεδινά		88,4	91,6	90,9	88,6	88,8	
στα ημιορεινά		82,8	92,1	86,3	86,0	88,0	
στα ορεινά		92,5	93,4	93,5	91,9	91,4	
3. Γραμμάρια ελαιολάδου ανά κιλό (προς ελαιοποίηση) ελιών							
στα πεδινά		230	152	200	159	185	
στα ημιορεινά		203	136	229	163	169	
στα ορεινά		190	145	235	191	178	

Μεταβολές	2000-1	2001-2	2002-3	2003-4	2004-5	2005-6
Γ. Ελαιώνες						
1. Εκτάσεις (χιλιάδες στρέμματα)						
στα πεδινά	3,5	43,9	11,7	4,1	52,9	5,1
στα ημιορεινά	30,2	3,3	-44,9	21,3	-25,9	-3,0
στα ορεινά	37,7	12,3	7,2	7,8	4,6	-5,6
Σύνολον	71,4	59,5	-26,1	33,2	31,6	-3,5
2. Δένδρα ανά στρέμμα						
στα πεδινά	0,3	-0,2	0,0	0,2	0,0	0,8
στα ημιορεινά	0,0	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0
στα ορεινά	-0,2	0,4	-0,5	0,0	-0,1	0,1
Σύνολον	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,3
Δ. Άλλες εκτάσεις (εκατ. ελαιόδενδρα)						
στα πεδινά	-0,2	-0,1	-0,2	-0,1	0,1	0,2
στα ημιορεινά	-0,3	-0,2	-0,5	0,2	-0,4	-0,1
στα ορεινά	0,2	-0,3	0,1	0,0	-0,1	-0,1
Σύνολον	-0,3	-0,6	-0,6	0,0	-0,5	0,0
Ε. Ελαιώνες κ.ά. εκτάσεις με ελαιόδενδρα						
1. Παραγωγή ελιών ανά δένδρο (κιλά)						
στα πεδινά	-2,5	3,2	-3,5	0,1	2,3	-1,7
στα ημιορεινά	-0,3	3,9	-5,7	0,0	2,7	-1,4
στα ορεινά	-0,2	2,1	-2,7	-1,0	3,4	-1,5
Σύνολον	-1,1	3,2	-4,1	-0,2	2,7	-1,5
2. Παραγωγή ελαιολάδου (χιλ. τόνοι)						
στα πεδινά	29	-42	16	-42	52	-24
στα ημιορεινά	0	-7	12	-41	28	8
στα ορεινά	-1	-5	19	-24	15	-5
Σύνολον	27	-53	47	-107	95	-21

Πηγές: (Ε2) ΕΣΥΕ, 2010η, (Β3) ΕΣΥΕ, 2010η και 2010θ, (λοιπά) ΕΣΥΕ, 2010θ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.16
Εξελίξεις στην παραγωγή και κατανάλωση ελαιολάδου στην Ελλάδα, 1999-2006

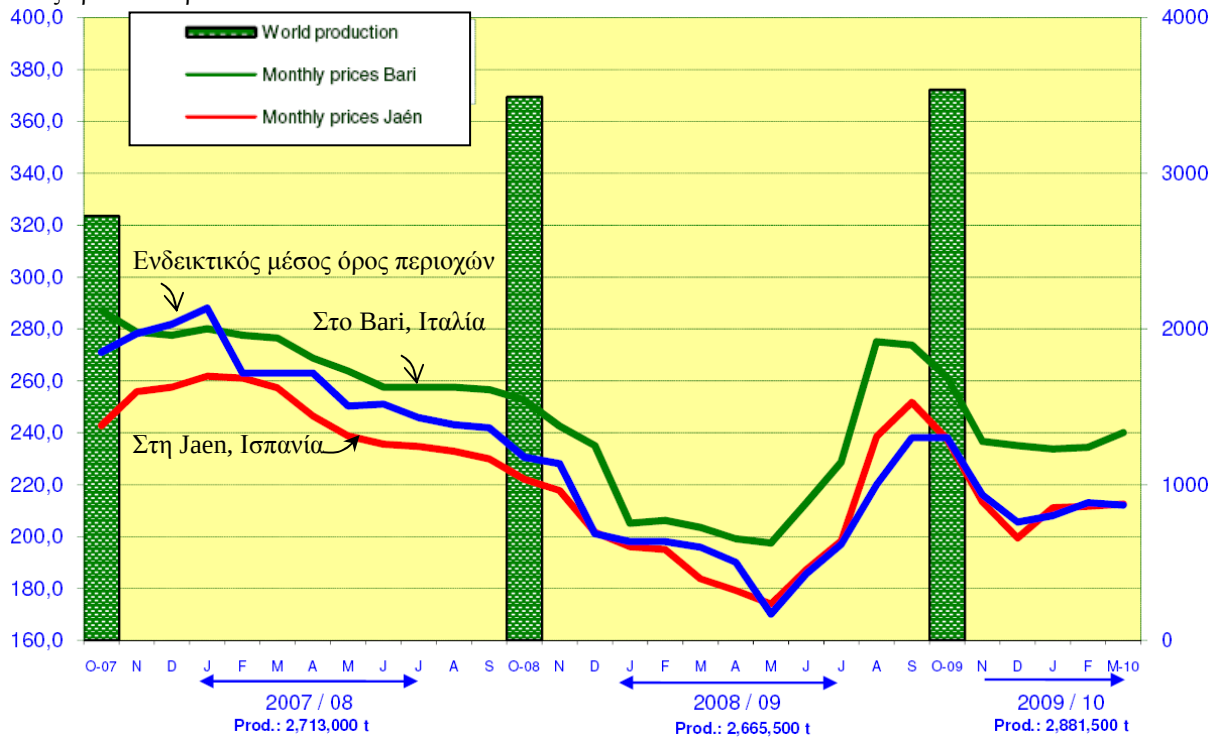
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Μέσος όρος ως προς την παραγωγή
Α. Απασχόληση στην ελαιοκομία σε ετήσιες μονάδες εργασίας									
1. Σύνολον	124.590				122.880		112.265		
2. Οικογενειακό εργατικό δυναμικό	104.196				94.522		88.117		
Β. Άλλα μεγέθη σε χιλ. τόνους									
1. Παραγωγή		408	435	382	429	322	417	396	100,0 %
α. Εκ των μεγάλων μεταποιητικών καταστημάτων		≥ 72	≥ 68	≥ 67	≥ 68	≥ 64	≥ 63	≥ 73	≥ 17%
2. Εισαγωγές		3	7	9	8	11	6	4	1,8 %
3. Εξαγωγές		152	165	115	175	51	154	146	33,7 %
4. Διαθέσιμη ποσότητα εγχωρίως: *(1) + (2) – (3)*		259	277	276	262	282	269	253	68,1%

Πηγές: (Α) ΕΣΥΕ, 2010ε, (Β1) ΕΣΥΕ, 2010η, (Β1α) Πίν.5.3.Α.14α, (Β2-3) ΕΣΥΕ, 2010ζ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

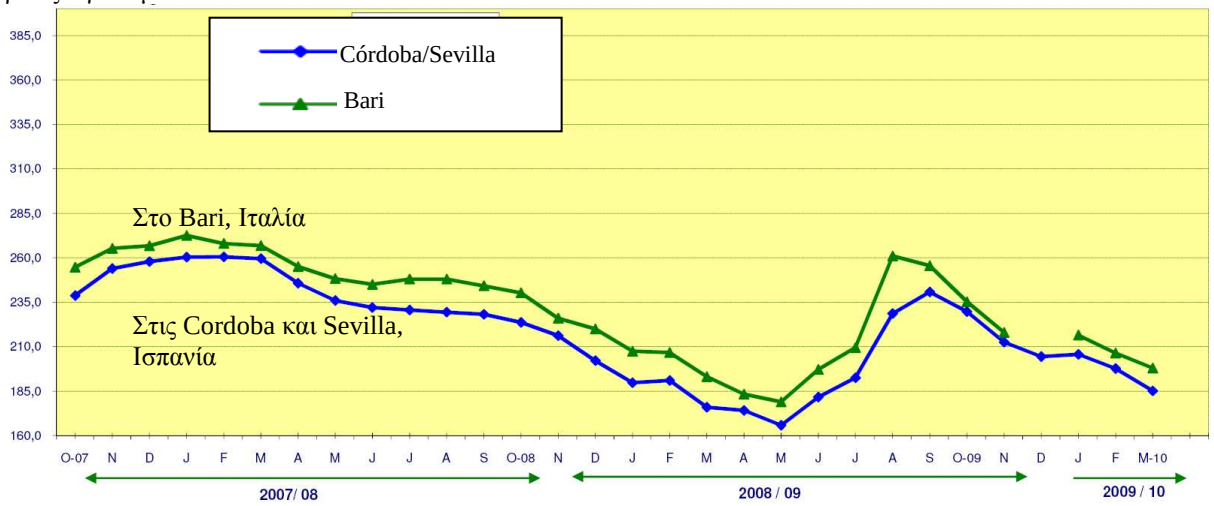
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ 5.1

Μέσες μηνιαίες τιμές παραγωγού (σε ευρώ ανά 100 κιλά)

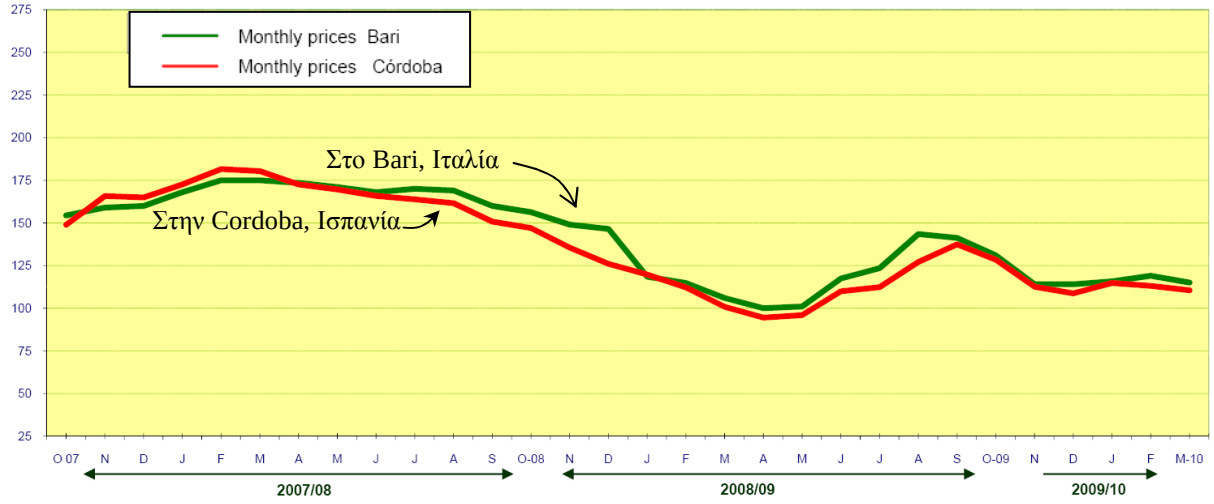
α. Εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου



β. Εξευγενισμένου ελαιόλαδου



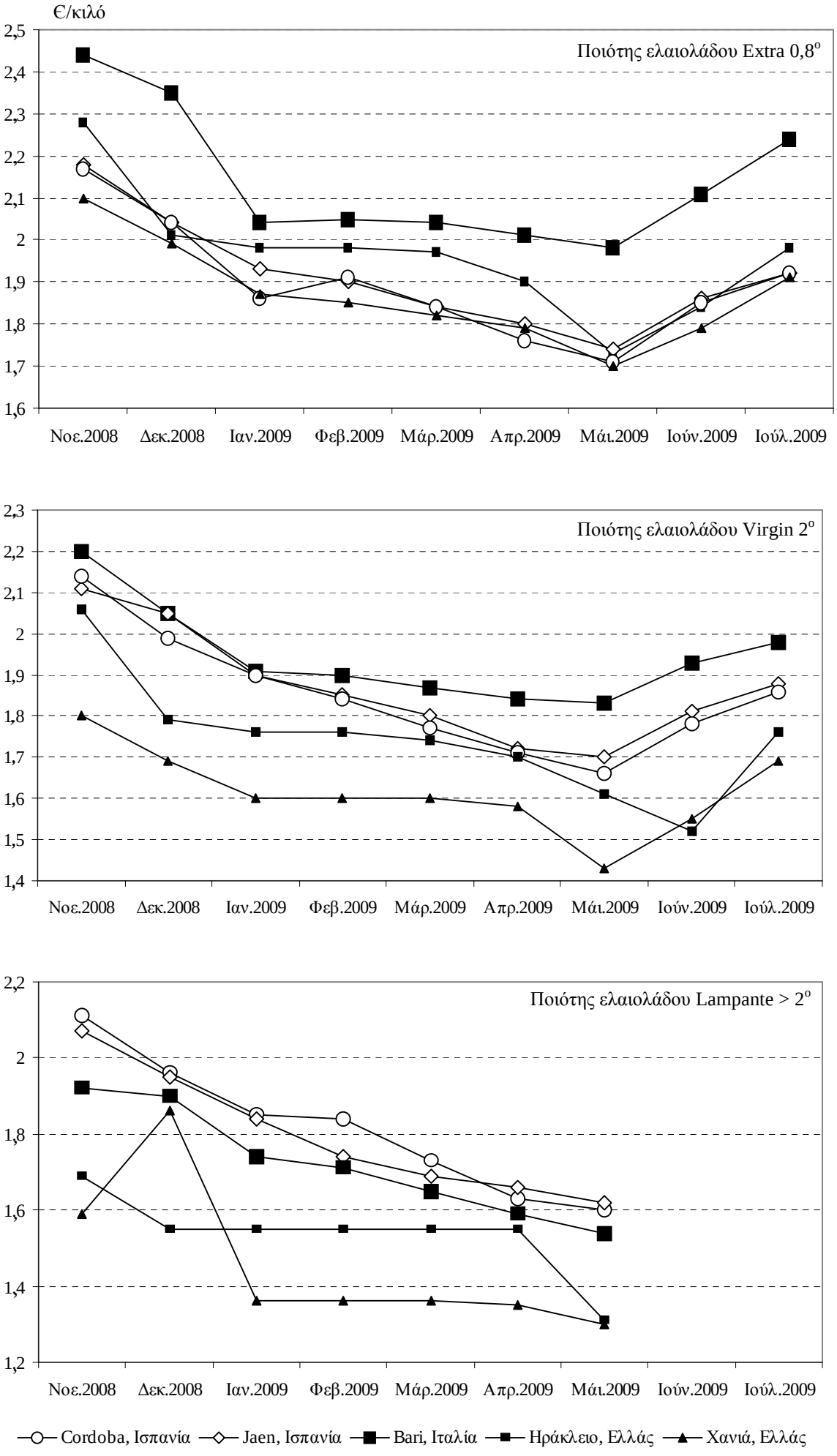
γ. Εξευγενισμένου πυρηνελαίου



Πηγή: IOC, 2010β.

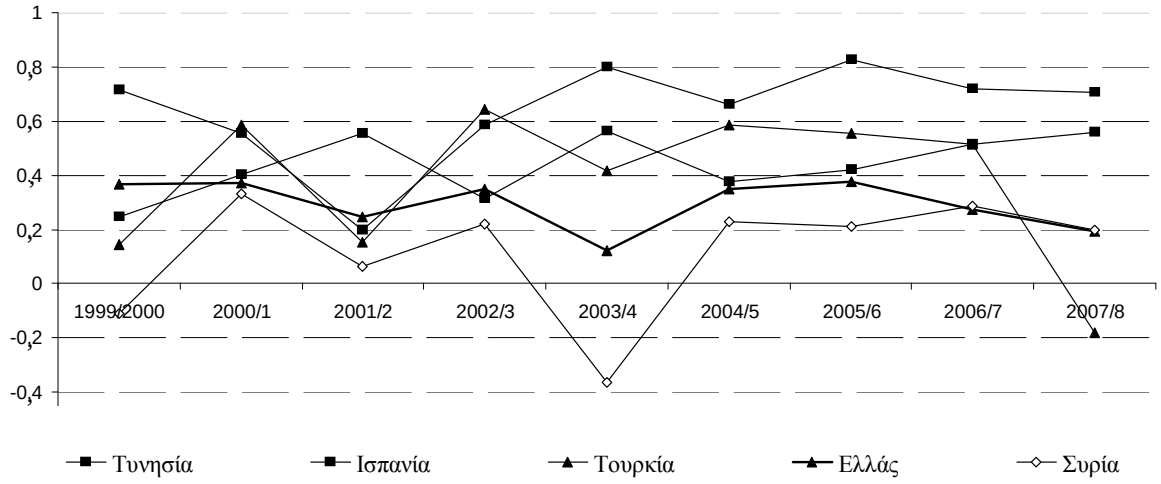
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ 5.2

Οι τιμές παραγωγού σε περιοχές της Ελλάδος, Ιταλίας, Ισπανίας, Νοεμ.2008-Ιούλ.2009



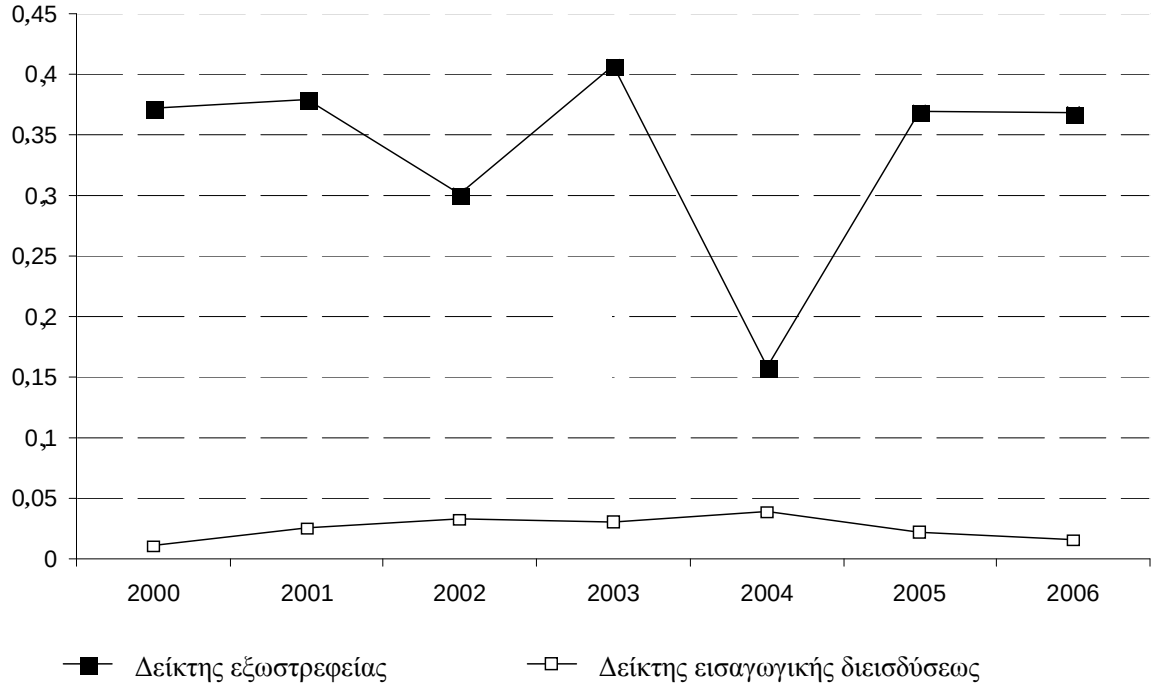
Πηγή: Ανακοινώσεις των τριών υπουργείων Γεωργίας προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ως αναφέρονται στο *Ελιά & Ελαιόλαδο*, 2009, σ.18.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3
Η εξέλιξη του δείκτου εξωστρεφείας μεταξύ των μεσογειακών χωρών με τα υψηλότερα μεγέθη καθαρών εξαγωγών ελαιολάδου, 1999/2000- 2007/8



Πηγή: Πίν.5.11. Δείκτης εξωστρεφείας = Εξαγωγές / Παραγωγή (σε όγκο).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4
Η εξέλιξη των δεικτών εξωστρεφείας και εισαγωγικής διεισδύσεως του ελαιολάδου στην Ελλάδα, 2000-2006



Πηγή: Πίν.5.16. Δείκτης εξωστρεφείας = Εξαγωγές / Παραγωγή (σε όγκο).
Δείκτης εισαγωγικής διεισδύσεως = Εισαγωγές / Κατανάλωση (σε όγκο).

Βιβλιογραφία

Στην ελληνική

Βίγκλας Π.Σ. 2007. *Το Ελαιόλαδο*. Μακρινίτσα Πηλίου: Κέντρο Περιβαλλοντικής Εκπαίδευσης Μακρινίτσας.

Ελευθεροτυπία. 2010, φύλλο της 12ας Ιουλίου. «Με καπέλο 45% το λάδι στα σουπερμάρκετ.» Υπό Λ. Σπυροπούλου. Διαδικτυακός τόπος http://www.enet.gr/?=news.el.ellada&id=182241.

Ελιά & Ελαιόλαδο. 2009, τεύχος 67.

ΕΣΥΕ (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος). 2003. *Έρευνα διαρθρώσεως γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων*. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0407&r_param=SPG62&y_param=2003_00&mytabs=0.

- 2005. *Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών*. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0801.
- 2009α. *Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν: Χρονοσειρές*. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0702/Other/A0702_SEL15_TS_AN_00_2000_00_2009_01_P_BI_0.xls.
- 2009β. *Βιομηχανικά καταστήματα με απασχόληση 0-9 ατόμων*. Ποικίλα έτη. Τμήμα Στατιστικών Μεταποίησης, Έρευνας και Τεχνολογίας.
- 2010α. *Ακαθάριστος σχηματισμός κεφαλαίου*. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0702/Other/A0702_SEL18_TS_AN_00_2000_00_2009_01_P_BI_0.xls.
- 2010β. *Απασχόληση*. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/A0702/Other/A0702_SEL21_TS_AN_00_2000_00_2009_01_P_BI_0.xls.
- 2010γ. *Εισαγωγές-εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών*. Διαδικτυακός τόπος http:/www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGEthemes?p_param=A0702.
- 2010δ. *Βιομηχανικά καταστήματα με απασχόληση 10 ατόμων και άνω*. Ποικίλα έτη. Τμήμα Στατιστικών Μεταποίησης, Έρευνας και Τεχνολογίας.
- 2010ε. *Διάρθρωση Γεωργικών και Κτηνοτροφικών Εκμεταλλεύσεων*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0402.
- 2010στ. *Βιομηχανικά προϊόντα (παραγωγή και πωλήσεις)*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0302.
- 2010ζ. *Μεγέθη εισαγωγών και εξαγωγών φυτικών και ζωικών ελαίων και λιπών*. Ποικίλα έτη. Τμήμα Εξωτερικού Εμπορίου.

- 2010η. *Δευτερογενή γεωργικά προϊόντα, κατά ομάδες πεδινών, ημιορεινών και ορεινών κοινοτήτων*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http://www.statistics.gr /portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0409.
- 2010θ. *Ετήσια Γεωργική Στατιστική Έρευνα.* Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http:// www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/PAGE-themes?p_param=A0407.

Ζαμπούνης Β. 2009. «Ελληνικό Ελαιόλαδο: SOS. Προβλήματα και Προτάσεις.» *Ελιά & Ελαιόλαδο*, 68: 36-46.

Η Σχετική Αγορά Ελαιολάδου. Ανώνυμη έκθεση που φαίνεται να συντάχτηκε περί το 2005 από (ή για) την Επιτροπή Ανταγωνισμού.

ICAP. 2007. *Ελαιόλαδο – Πυρηνέλαιο – Επιτραπέζιες ελιές*. Αθήνα.

2010. *40 Κορυφαίοι Κλάδοι της Ελληνικής Οικονομίας*. Αθήνα.

Καδίτη Ε. και Νίτση Ε. 2010. *Ο Αγροτικός Τομέας στην Ελλάδα*. Αθήνα: Σειρά Εκθέσεων του ΚΕΠΕ (60).

ΚΕΤΑΗ (Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Ηπείρου). 2007. *Μελέτη του κλάδου των Ελαιουργικών Επιχειρήσεων στους νομούς Πρέβεζας και Άρτας*.

Λαμπροπούλου Α. 2007. *Το ελαιόλαδο: Τυποποίηση και προώθηση Εξαγωγών*. Αθήνα: ΚΕΠΕ. Αδημοσίευτη εργασία.

Παχάκη Κ. και Τονικίδου Π. 2006. *Η Ελληνική Γεωργία ενώπιον των Νέων Συνθηκών και Θεσμικού Πλαισίου*. Αθήνα: Σειρά Εκθέσεων του ΚΕΠΕ (46).

Πρεσβεία της Ελλάδος στο Ντουμπάι. 2007. *Η αγορά ελαιολάδου στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα*. Ντουμπάι.

Πρεσβεία της Ελλάδος στο Βέλγιο. 2010. *Η αγορά ελαιολάδου στο Βέλγιο*. Βρυξέλλες.

Τα Νέα. 2009, φύλλο της 4ης Ιουνίου. «Εισαγόμενα τρόφιμα made in Greece!» Υπό Ό.Σεραφείμ. Διαδικτυακός τόπος http://www.tanea.gr/ default.asp?pid=2&ct=1&artid=4520187.

Στην αγγλική

Bartolini G. και Petruccelli R. 2002. *Classification, origin, diffusion and history of the olive*. Ρώμη: *Food and Agriculture Organization* of the United Nations.

Eurostat. 2010α. *Gross domestic product at market prices*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http:// epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tec00001.

- 2010β. *Total population*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=tps00001.

IOC (International Olive Council). 2010α. *Olive Oil*. Διαδικτυακός τόπος http://www.internationaloliveoil.org/web/aa-ingles/oliveWorld/aceite.html.

- 2010β. *EU producer prices*. Διαδικτυακός τόπος http://www.international oliveoil.org.

IOOC (International Olive Oil Council). 2009α. *World olive oil figures*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http://www.internationaloliveoil.org.

- 2009β. *World table olive figures*. Ποικίλα έτη. Διαδικτυακός τόπος http:// www.internationaloliveoil.org.

McGee, D. 2010. «Cleverly deceptive olive oil labels.» Διαδικτυακός τόπος http://oliveoilonly.org/impurity/olive-oil-labels-false-labeling.htm.

OCD (Oxford Classical Dictionary). 1970. Επιστημονική επιμέλεια των N. G. L. Hammond και H. H. Scullard. Λήμματα «Oil» και «Olive Culture» υπό L.A.Moritz (σσ.748-9) και F.M.Heichelheim (σσ.749-50), αντιστοίχως.

UNPD (United Nations Population Division). 2004. *World Population Prospects*. Διαδικτυακός τόπος http://www.un.org/esa/population/publications/WPP 2004/World_Population_2004_chart.pdf.

USCBP (United States Customs and Border Protection). 2000. Απόκριση της 5ης Σεπτ. 2000 στον E.Chaniotakis με τίτλο «Country of origin marking of imported olive oil; 19 CFR 134.46; "imported by" language». Διαδικτυακός τόπος http://www.faqs.org/rulings/rulings2006HQ967925. html.

USITC (U.S.International Trade Commission). 2006. Απόκριση της 28 Φεβρουαρίου στην C.J.Glaser με τίτλο «Country of Origin Marking for Rice Preparations». Διαδικτυακός τόπος http://rulings.customs.gov/index.asp?ru=561712&qu=%22HQ+561712%22&vw=detail.

Vossen P. 2007. "Olive Oil: History, Production, and Characteristics of the World's Classic Oils". *HortScience* (42.5): 1093-100.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ

Ελένη Καδίτη, Ελισάβετ Νίτση*

Σύνοψη

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί σημαντικό τμήμα του τομέα μεταποίησης τροφίμων και ποτών για την ελληνική οικονομία, καθώς συγκεντρώνει για σειρά ετών περίπου το 10% της συνολικής απασχόλησης. Στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων δραστηριοποιούνται μερικές πολύ μεγάλες επιχειρήσεις και σημαντικός αριθμός μικρών επιχειρήσεων με χαμηλή παραγωγικότητα που λειτουργούν σε περιορισμένη κλίμακα και καλύπτουν συνήθως τη γεωγραφική περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται. Οι δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις καλύπτουν σχεδόν το 75% της εγχώριας αγοράς. Στον κλάδο παρατηρείται έντονη δραστηριότητα αναφορικά με την επέκταση των επιχειρήσεων, μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων, αλλά και αυξανόμενων επενδύσεων, προώθηση της έρευνας και προβολή νέων προϊόντων ανώτερης ποιότητας. Ωστόσο, η ζήτηση δεν καλύπτεται από την εγχώρια παραγωγή και σημαντικό μέρος των προϊόντων εισάγονται κυρίως από την υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση.

Η εγχώρια κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων παρουσιάζει μία αυξητική τάση, οφειλόμενη κυρίως στα καταναλωτικά πρότυπα της σύγχρονης ελληνικής οικογένειας, η οποία προτιμά πλέον προϊόντα υγιεινής διατροφής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της σταδιακής στροφής των καταναλωτών προς το φρέσκο παστεριωμένο γάλα και το γάλα υψηλής παστερίωσης, και η ταυτόχρονη μείωση της ζήτησης γάλακτος μακράς διάρκειας.

Οι ροές εμπορίου για τον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων βρίσκονται σε αρκετά υψηλό επίπεδο, αν και το επίπεδο των εξαγωγών για τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι περιορισμένο σε σχέση με εκείνο των εισαγωγών αντανακλώντας τον ελλειμματικό χαρακτήρα του κλάδου.

Αναφορικά με την ανταγωνιστικότητα του κλάδου γαλακτοκομικών, ο δείκτης Balassa παρουσιάζει μία αυξητική τάση, αφού βελτιώνεται κατά την εξεταζόμενη περίοδο, με εξαίρεση το 2000 και το 2005. Συγκεκριμένα, παρατηρείται μία ελαφρά βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, ιδιαίτερα τα τελευταία τρία χρόνια,

* *Οι συγγραφείς του κεφαλαίου θέλουν να ευχαριστήσουν τον κ. Κ. Κανελλόπουλο και τους δύο ανώνυμους κριτές για τις χρήσιμες και εύστοχες παρατηρήσεις τους κατά την τελική επεξεργασία του κεφαλαίου. Γνώμες, παραλείψεις και τυχόν λάθη είναι των συγγραφέων.*

οπότε και ο δείκτης αυξάνεται σημαντικά. Κατά συνέπεια, η χώρα διατηρεί το συγκριτικό της πλεονέκτημα, καθώς ο δείκτης παραμένει μεγαλύτερος της μονάδας.

Εξετάζοντας τα χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του κλάδου, παρατηρείται ότι η ρευστότητα των επιχειρήσεων του κλάδου παραμένει ουσιαστικά σταθερή, ενώ το περιθώριο μεικτού κέρδους εμφανίζει αυξομειώσεις, με εντυπωσιακή άνοδο το 2006 και σημαντική πτώση τα δύο επόμενα χρόνια, οπότε και κατέστησαν αρνητικά. Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων παρουσιάζει τάσεις μείωσης με ρυθμό περίπου 37%, ενώ η δανειακή πίεση κινείται διαχρονικά ανοδικά.

Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα θεωρείται ολιγοπωλιακή, καθώς ο βαθμός συγκέντρωσης είναι ιδιαίτερα υψηλός. Πολυεθνικές επιχειρήσεις, με ισχυρότατη παρουσία στον κλάδο και μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ανταγωνίζονται με μικρές επιχειρήσεις τοπικού χαρακτήρα. Η κυρίαρχη θέση των δύο μεγαλύτερων επιχειρήσεων αναδεικνύεται από το ποσοστό του μεριδίου αγοράς που κατέχουν, το οποίο κυμαίνεται μεταξύ 40 και 50% τη χρονική περίοδο 1999-2008.

Ωστόσο, οι επιχειρήσεις γαλακτοκομικών αντιμετωπίζουν εσωτερικό ανταγωνισμό τόσο διακλαδικά όσο και ενδοκλαδικά. Χαλαρά υποκατάστατα του γάλακτος μπορούν να θεωρηθούν, για παράδειγμα, το τσάι και ο καφές, αλλά οι γαλακτοβιομηχανίες στοχεύουν στη διατήρηση του μεριδίου τους στην εγχώρια αγορά κυρίως μέσω της διαφοροποίησης των προϊόντων τους και της προώθησης νέων ανώτερης ποιότητας και υψηλής προστιθέμενης αξίας, καθώς και με μειώσεις της τιμής του γάλακτος. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου επεκτείνουν συνεχώς τις δραστηριότητές τους σε νέες αγορές και προϊόντα, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις τοπικού χαρακτήρα προσπαθούν να επιβιώσουν και να διατηρήσουν τα μερίδια αγορών τους είτε μέσω της προώθησης εκλεπτυσμένων ποιοτικών προϊόντων, είτε μέσω της συγχώνευσης ή συνεργασίας τους με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου.

6.1. Εισαγωγή

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων αποτελεί σημαντικό τμήμα του τομέα μεταποίησης τροφίμων και ποτών για την ελληνική οικονομία, καθώς απορρέει για σειρά ετών περίπου το 10% της συνολικής απασχόλησης (Πίνακας 6.1). Στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων δραστηριοποιούνται μερικές σχετικά πολύ μεγάλες επιχειρήσεις και σημαντικός αριθμός μικρών επιχειρήσεων με χαμηλή παραγωγικότητα που λειτουργούν σε περιορισμένη κλίμακα και καλύπτουν συνήθως τη γεωγραφική περιοχή στην οποία δραστηριοποιούνται. Οι δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις καλύπτουν σχεδόν το 75% της εγχώριας αγοράς. Στον κλάδο παρατηρείται έντονη δραστηριότητα αναφορικά με την επέκταση των επιχειρήσεων, μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων, αλλά και αυξανόμενων επενδύσεων, προώθηση της έρευνας και προβολή νέων προϊόντων ανώτερης ποιότητας. Ωστόσο, η ζήτηση δεν καλύπτεται από την εγχώρια παραγωγή, και σημαντικό μέρος των προϊόντων εισάγονται κυρίως από την υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, παρατηρείται χειροτέρευση των βασικών οικονομικών μεγεθών του κλάδου γαλακτοκομικών για το χρονικό διάστημα 2003-2007. Τη σημαντικότερη μείωση παρουσιάζουν οι επενδύσεις του κλάδου, με μέσο ρυθμό μείωσης 7,63%. Σημαντική είναι και η μείωση του μεριδίου στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης, καθώς και του μεριδίου στην παραγωγή της μεταποίησης με μέσο ρυθμό μεταβολής -4,36% και -2,55%, αντίστοιχα. Εξαίρεση αποτελούν το μερίδιο στην απασχόληση της μεταποίησης, καθώς και το ύψος της απασχόλησης, αφού αυξάνονται διαχρονικά παρουσιάζοντας μέση αύξηση 1,92 και 3,36%, αντίστοιχα. Η αύξηση της απασχόλησης σε συνδυασμό με τη μείωση των επενδύσεων οδηγεί σε σημαντική πτώση των επενδύσεων ανά απασχολούμενο με μέσο ρυθμό μείωσης 10,53%, ενώ πτωτική είναι και η τάση στην προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο που μειώνεται κατά 1,91%. Τέλος, παρατηρείται μείωση της φαινομενικής παραγωγικότητας της εργασίας κατά 1,8% την υπό εξέταση περίοδο. Συγκρίνοντας τον κλάδο γαλακτοκομικών με το γενικό κλάδο τροφίμων και ποτών παρατηρείται ότι, το 2007, το 11,24% των απασχολουμένων ανήκουν στον κλάδο των γαλακτοκομικών, ενώ οι επενδύσεις αντιπροσωπεύουν το 13,86% του συνόλου για τον κλάδο τροφίμων και ποτών. Είναι αξιοσημείωτο επίσης το γεγονός ότι, αντίθετα με τον κλάδο των γαλακτοκομικών, στη μεταποίηση τροφίμων και ποτών παρατηρείται μια σταθερότητα στην εξέλιξη των επενδύσεων, ενώ η προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο και η φαινομενική παραγωγικότητα της εργασίας παρουσιάζουν μέσο ρυθμό αύξησης 2% περίπου.

Μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων περιλαμβάνονται στον κλάδο αυτό, μεταξύ των οποίων είναι το γάλα, το βούτυρο, το γιαούρτι, το τυρί και το παγωτό. Η παρούσα ανάλυση αφορά όλα τα προϊόντα γάλακτος εκτός από το παγωτό. Συγκεκριμένα, αναλύεται ο κλάδος γαλακτοκομικών με βάση τη στατιστική ταξινόμησης των οικονομικών δραστηριοτήτων NACE Rev. 2, έτσι ώστε να συμπεριλαμβάνονται στοιχεία που αφορούν επιχειρήσεις με τον κωδικό 1051. Ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει κατά βάση την παραγωγή φρέσκου γάλακτος (παστεριωμένο, αποστειρωμένο, ομογενοποιημένο), κρέμας γάλακτος, γάλακτος σε σκόνη, βουτύρου, γιαουρτιού, τυριού (συμπεριλαμβανομένων της μυζήθρας και του τυροπήγματος), και τυρίνης ή λακτόζης. Θέματα που αφορούν τη ζήτηση, την προσφορά αλλά και το εξωτερικό εμπόριο, δείκτες χρηματο-οικονομικής ανάλυσης καθώς και ανταγωνισμού αναλύονται χρησιμοποιώντας διάφορες πηγές στατιστικών στοιχείων. Τα στοιχεία των επιχειρήσεων που εξε-τάζονται προέρχονται από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς τους και ως εκ τούτου αποκλείονται οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν υποχρεούνται να τους δημοσιεύουν. Η εξέταση του προφίλ των επιχειρήσεων του κλάδου βασίζονται στις πληροφορίες που δίνονται στους διαδικτυακούς τόπους των επιχειρήσεων αυτών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1
Βασικά μεγέθη του κλάδου γαλακτοκομικών, 2003-2007 *

	2003	2004	2005	2006	2007
Μεταποίηση τροφίμων και ποτών					
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	21,6	21,2	20,9	20,8	20,4
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	22,4	21,8	20,7	20,1	19,8
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	20,8	20,3	21,5	21,4	21,6
Επενδύσεις	1.086,7	1.159,5	899,8	1.153,0	1.089,7
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	6,9	7,1	5,4	6,7	6,2
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	43,2	45,6	44,3	47,1	47,8
Αριθμός εργαζομένων	63.876	65.794	67.397	70.024	71.686
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	35,2	36,7	35,7	38,5	38,9
Γαλακτοκομικά προϊόντα					
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	2,5	2,5	2,6	2,3	2,0
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	3,3	3,3	3,2	2,9	2,9
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	2,0	2,0	2,1	2,1	2,2
Επενδύσεις	224,6	172,0	115,1	178,6	151,0
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	15,0	10,9	7,1	10,9	8,6
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	46,8	48,5	51,0	50,0	42,5
Αριθμός εργαζομένων	7.472	7.900	8.103	8.216	8.813
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	42,6	44,0	46,3	45,2	38,9

*Τα στοιχεία σε αξία είναι εκφρασμένα σε εκατ. € και οι κατά κεφαλήν αξίες είναι εκφρασμένες σε χιλ. € ανά άτομο.
Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

6.2. Προσφορά και ζήτηση

6.2.1. Παραγωγή

Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται 713 επιχειρήσεις γαλακτοκομικών, στις οποίες απασχολούνται 8.813 άτομα το 2007 (Πίνακας 6.2). Ο αριθμός επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά τη χρονική περίοδο 2003-2007 με ρυθμό αύξησης 1,56%, καθώς το 2003 υπήρχαν 660 επιχειρήσεις. Επιπλέον, ο αριθμός των απασχολουμένων αυξήθηκε σημαντικά, σημειώνοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 3,36%. Η συνολική απασχόληση κυμάνθηκε μεταξύ 7.472 και 8.813 ατόμων στο υπό εξέταση διάστημα, ενώ ο αριθμός απασχολουμένων ανά επιχείρηση αυξήθηκε κατά 1,88%. Το μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή γαλακτοκομικών αυξήθηκε επίσης από 11,8% το 2003 στο 13,4% το 2007.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2

Αριθμός επιχειρήσεων και απασχολουμένων του κλάδου γαλακτοκομικών, 2003-2007

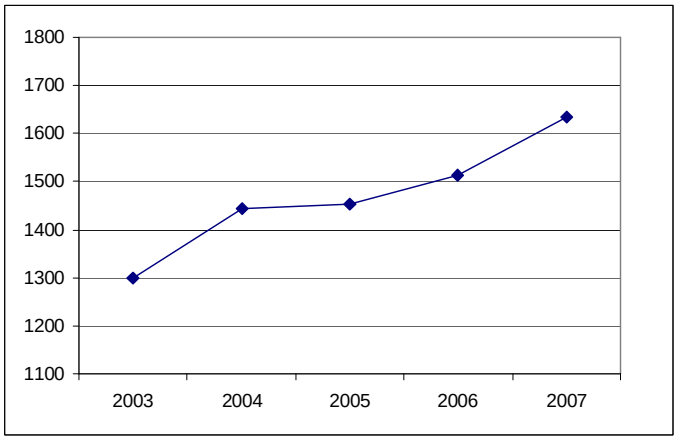
	2003	2004	2005	2006	2007
Αριθμός επιχειρήσεων	660	662	694	703	713
Αριθμός εργαζομένων	7.472	7.900	8.103	8.216	8.813
Αριθμός εργαζομένων ανά επιχείρηση	11,3	11,9	11,7	11,7	12,4
Μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή	11,8	12,0	12,5	12,6	13,4

Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

Η τεχνολογική εξέλιξη και οι επενδύσεις των επιχειρήσεων στην έρευνα έχουν οδηγήσει στη διεύρυνση της αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων και στην είσοδο νέων καινοτόμων αγαθών υψηλής προστιθέμενης αξίας. Παραδείγματα αυτών θεωρούνται το φρέσκο παστεριωμένο γάλα, το γάλα υψηλής παστερίωσης και οι νέες κατηγορίες γιαουρτιού, αγαθά των οποίων η ζήτηση έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα. Τα στοιχεία του Διαγράμματος 6.1 δεικνύουν ότι η αξία παραγωγής ανήλθε το 2007 στα €1.635 εκατ. με μέσο ρυθμό αύξησης 4,7% από το 2003.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.1

Παραγωγή κλάδου γαλακτοκομικών, εκατ. €, 2003-2007



Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

Ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (ΔΒΠ) εμφανίζεται βελτιωμένος κατά 2,13% στο χρονικό διάστημα 2000-2008, αυξανόμενος σε όλη την περίοδο εκτός από το 2005, όπου παρατηρείται μια πτώση της τάξης του 5,88% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Το κόστος εργασίας αυξήθηκε επίσης σημαντικά, καθώς το 2007 είναι €218,5 εκατ., έναντι €153 εκατ. το 2003, με μέσο ρυθμό αύξησης 7,39% (Πίνακας 6.3).

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3

Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (2005=100) και κόστος απασχόλησης (εκατ. €) για γαλακτοκομικά προϊόντα, 2000-2008

	Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής	Μεταβολή του δείκτη	Κόστος εργασίας
2000	87,8		:
2001	91,9	4,62	:
2002	94,7	3,08	:
2003		7,89	153,0
2004	106,3	3,99	173,3
2005	100,0	-5,88	181,0
2006	101,9	1,87	191,0
2007	104,9	2,93	218,5
2008	106,2	1,24	:

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής και Eurostat, Structural business statistics.

Να σημειωθεί, τέλος, ότι οι τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων επηρεάζονται σημαντικά από το κόστος των πρώτων υλών (κυρίως το γάλα), καθώς αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό μερίδιο του συνολικού κόστους παραγωγής.

6.2.2. Κατανάλωση

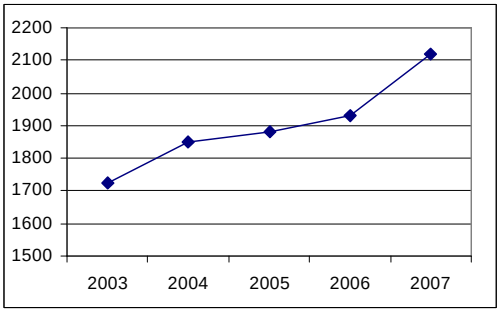
Η εγχώρια κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων παρουσιάζει μία αυξητική τάση, οφειλόμενη κυρίως στα καταναλωτικά πρότυπα της σύγχρονης ελληνικής οικογένειας, η οποία προτιμά πλέον προϊόντα υγιεινής διατροφής. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της σταδιακής στροφής των καταναλωτών προς το φρέσκο παστεριωμένο γάλα και το γάλα υψηλής παστερίωσης, και η ταυτόχρονη μείωση της ζήτησης γάλακτος μακράς διάρκειας. Το 2007, η φαινομενική κατανάλωση γαλακτοκομικών ανήλθε στα €2.118 εκατ., σημειώνοντας αύξηση σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, με μέσο ρυθμό μεταβολής 4,19% (Πίνακας 6.4).

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.4

Φαινομενική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, εκατ. €, 2003-2007

εκατ. €	Φαινομενική κατανάλωση
2003	1.725
2004	1.850
2005	1.880
2006	1.932
2007	2.118

Πηγή: Eurostat, Food : From farm to fork statistics.

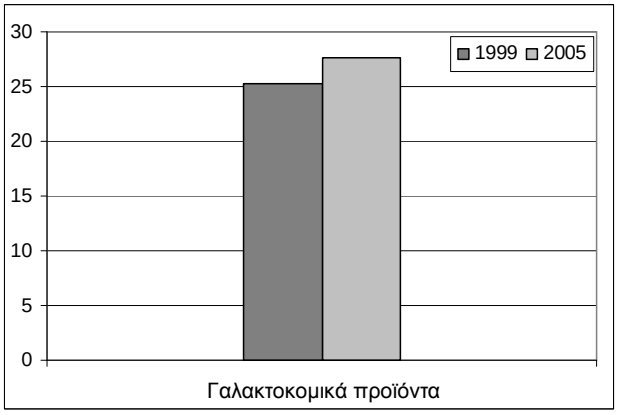


Το μερίδιο των τροφίμων στη συνολική δαπάνη ακολουθεί πτωτικούς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, καθώς το 1999 έφθανε το 166,3‰, ενώ το 2005 το ποσοστό αυτό περιορίστηκε στο 155‰. Ωστόσο, το μερίδιο συμμετοχής του κλάδου γαλακτοκομικών στο σύνολο της καταναλωτικής δαπάνης αυξάνεται από

25,25‰ το 1999 στο 27‰ το 2005 (Διάγραμμα 6.2). Με βάση τα στοιχεία της ΕΣΥΕ για το 2004, το μεγαλύτερο μερίδιο στη δαπάνη των νοικοκυριών για γαλακτοκομικά προϊόντα κατέχει το τυρί με 44,76% και ακολουθούν το γάλα με ποσοστό 36,4%, το γιαούρτι με 14,35% και τα λοιπά γαλακτοκομικά προϊόντα με 4,45%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.2

Ποσοστό συνολικής δαπάνης τυπικού νοικοκυριού για γαλακτοκομικά προϊόντα



Πηγή: Eurostat, Mean consumption expenditure of private households.

Ένας σημαντικός παράγοντας επηρεασμού της ζήτησης των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι το επίπεδο τιμών τους. Με βάση τα στοιχεία του Πίνακα 6.5, παρατηρείται μία αύξηση στο επίπεδο τιμών, καθώς ο δείκτης τιμών καταναλωτή γαλακτοκομικών ακολουθεί πορεία παρόμοια με εκείνη του γενικού δείκτη καταναλωτή. Το ποσοστό αύξησης το διάστημα 1999-2008 είναι 4,2%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5

Δείκτης τιμών καταναλωτή για γαλακτοκομικά προϊόντα (2005=100), 2000-2008

	ΔΤΚ	ΔΤΚ κλάδου*	% μεταβολή του ΔΤΚ κλάδου
2000	84,624	81,809	
2001	87,480	86,861	6,18
2002	90,655	89,934	3,54
2003	93,856	93,251	3,69
2004	96,576	96,486	3,47
2005	100,000	100,000	3,64
2006	103,196	103,661	3,66
2007	106,183	107,269	3,48
2008	110,593	113,750	6,04

*: Συμπεριλαμβάνονται και τα αυγά.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτης Τιμών Καταναλωτή.

6.3. Εξωτερικό εμπόριο

Οι ροές εμπορίου για τον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων βρίσκονται σε αρκετά υψηλό επίπεδο, αν και το επίπεδο των εξαγωγών για τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι περιορισμένο σε σχέση με εκείνο των εισαγωγών (Πίνακας 6.6). Οι εισαγωγές καλύπτουν το 2008 το 75% των εμπορικών ροών, ενώ το ποσοστό αυτό έφθανε το 81% στην αρχή της εξεταζόμενης περιόδου. Αν και οι εξαγωγές αυξάνονται συνεχώς κατά τη χρονική περίοδο 1999-2008, οι εισαγωγές ακολουθούν παρόμοια πορεία με αποτέλεσμα το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου να αυξάνεται το διάστημα αυτό και, ενώ το 1999 υπολογίζεται στα €364 εκατ., το 2008 φθάνει τα €511 εκατ. Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι στην υποκατηγορία των γιαουρτιών το εμπορικό ισοζύγιο είναι πλεονασματικό σε όλη την περίοδο, με τάση αύξησης του πλεονάσματος τα τελευταία χρόνια (Διάγραμμα 6.4), καθώς, για παράδειγμα το 2008, οι εξαγωγές αγγίζουν τα €50,8 εκατ., σε αντίθεση με τις εισαγωγές που περιορίζονται στα €20,6 εκατ., ενώ οι αντίστοιχες τιμές για το 1999 ήταν €16,3 εκατ. και €4,3 εκατ. Μεγαλύτερο πλεόνασμα εμφανίστηκε το 2007, όταν ανήλθε στα €41,9 εκατ. που οφείλεται κυρίως στη σημαντική αύξηση των εξαγωγών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.6

Εισαγωγές - εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων, χιλ. €, 1999-2008

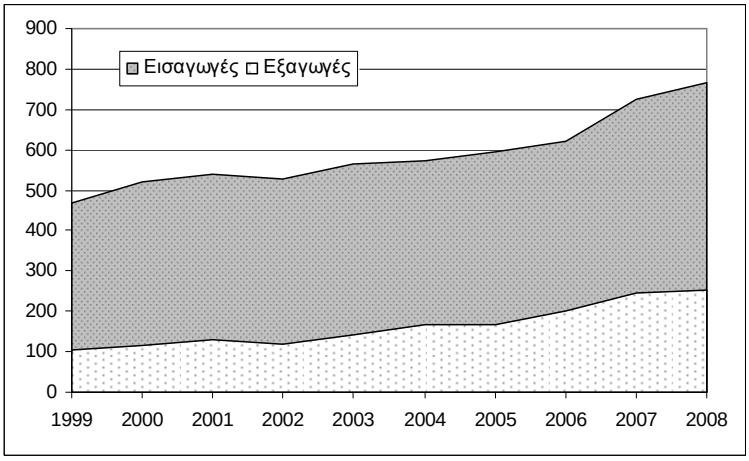
	Εισαγωγές		Εξαγωγές		Εμπορικό ισοζύγιο	
		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή
1999	469.232		105.088		-364.144	
2000	521.845	11,21	117.104	11,43	-404.741	11,15
2001	537.534	3,01	130.531	11,47	-407.004	0,56
2002	528.175	-1,74	119.419	-8,51	-408.755	0,43
2003	566.353	7,23	140.691	17,81	-425.662	4,14
2004	574.074	1,36	166.831	18,58	-407.244	-4,33
2005	593.433	3,37	166.952	0,07	-426.480	4,72
2006	621.186	4,68	201.184	20,50	-420.003	-1,52
2007	726.757	16,99	244.271	21,42	-482.486	14,88
2008	765.522	5,33	254.385	4,14	-511.137	5,94

Πηγή: Eurostat, External trade.

Το μεγαλύτερο μερίδιο εισαγωγών αφορά στο τυρί (53,36%), κατά κύριο λόγο κίτρινο, και στο γάλα (39,45%) για το 2008 (Διαγράμματα 6.3 και 6.4). Το ύψος των εισαγωγών γάλακτος έφθασε τα €302 εκατ. το ίδιο έτος. Οι εισαγωγές τυριού κυμαίνονται στα €408,5 εκατ., ενώ οι εισαγωγές γιαουρτιού και βουτύρου διατηρούνται σε πολύ χαμηλά επίπεδα και φθάνουν μόλις τα €34,5 εκατ. και €20,6 εκατ., αντίστοιχα, το 2008. Αντιθέτως, το 19,98% των εξαγωγών αφορούσε το γιαούρτι, το μερίδιο για το γάλα έφθασε το 3,12% και για το τυρί το 76,71%, κυρίως φέτα, ενώ οι εξαγωγές βουτύρου είναι αμελητέες. Οι εξαγωγές γιαουρτιού φθάνουν το 2008 τα €50,8 εκατ., με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 12,05% την τελευταία δεκαετία. Οι αντίστοιχες τιμές για τις εκροές γάλακτος

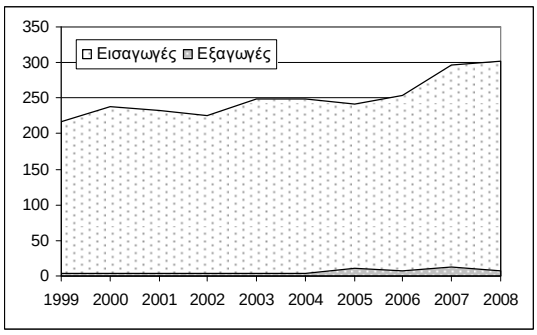
είναι €7,95 εκατ. και 7,05%, καταλαμβάνοντας το 3,12% περίπου των συνολικών εξαγωγών του κλάδου. Επιπλέον, οι εξαγωγές τυριού αγγίζουν τα €195,1 εκατ., έχοντας σημειώσει ένα μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξης του 8,73% την περίοδο 1999-2008.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.3
Εμπορικό ισοζύγιο γαλακτοκομικών προϊόντων, εκατ. €, 1999-2008

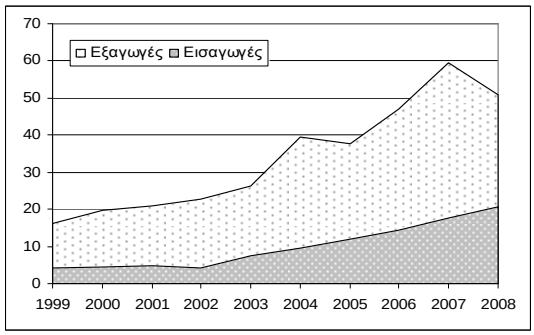


Πηγή: Eurostat, External trade.

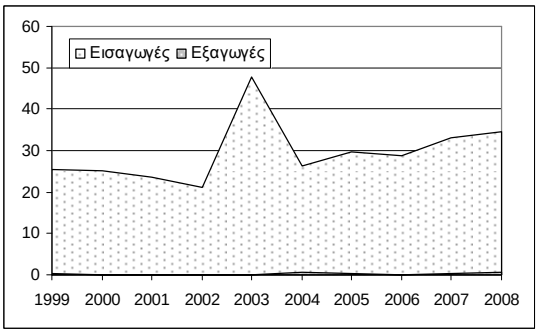
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.4
Εμπορικό ισοζύγιο υποκλάδων γαλακτοκομικών προϊόντων, εκατ. €, 1999-2008



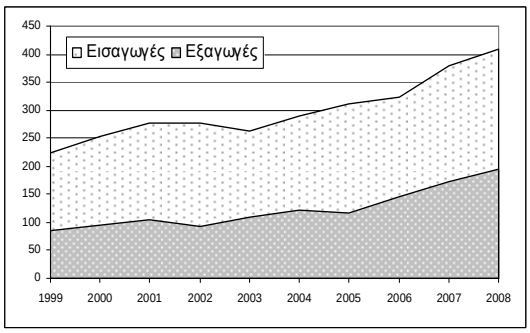
(α) Γάλα και κρέμα γάλακτος



(β) Γιαούρτι



(γ) Βούτυρο και άλλες λιπαρές ουσίες προερχόμενες από γάλα



(δ) Τυριά και πηγμένο γάλα

Πηγή: Eurostat, External trade.

Με βάση τα στοιχεία του Πίνακα 6.7 παρατηρείται ότι οι εισαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων προέρχονται σχεδόν αποκλειστικά από κράτη-μέλη της Ε.Ε, και ιδιαίτερα από τη Γερμανία (36,33%) και την Ολλανδία (25,43%). Οι σημαντικότερες χώρες προορισμού των εξαγωγών είναι επίσης κράτη-μέλη της Ε.Ε. (83,78%), με σημαντικότερη τη Γερμανία (32,16%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (17,48%). Το εξωκοινοτικό εμπόριο είναι συνεπώς περιορισμένο τόσο για τις εισροές όσο και για τις εκροές των αγαθών του κλάδου αυτού. Από τις χώρες εκτός της Ε.Ε. σημαντικό μερίδιο εμπορικών ροών για τα γαλακτοκομικά διατηρούν οι Η.Π.Α. στις εξαγωγές (55,14%) και η ΠΓΔΜ στις εισαγωγές (33,29%).

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.7

Ροές εμπορίου γαλακτοκομικών προϊόντων, χιλ. €, 1999-2008

	Εισαγωγές				Εξαγωγές			
	Από Ε.Ε.-27		Από Λοιπές Χώρες		Προς Ε.Ε.-27		Προς Λοιπές Χώρες	
		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή
1999	468.407	11,24	825	-6,01	87.794	7,59	17.293	30,95
2000	521.070	2,68	775	220,69	94.457	14,46	22.646	-1,02
2001	535.049	-1,78	2.486	6,59	108.117	-10,33	22.414	0,24
2002	525.525	7,11	2.649	29,84	96.952	18,37	22.467	15,40
2003	562.913	1,52	3.440	-23,65	114.764	19,35	25.927	15,15
2004	571.448	3,05	2.626	73,42	136.976	-1,79	29.855	8,61
2005	588.878	4,59	4.555	15,55	134.526	21,95	32.426	14,49
2006	615.924	17,95	5.263	-94,49	164.061	17,57	37.123	38,40
2007	726.467	5,35	290	-24,89	192.893	10,17	51.378	-18,49
2008	765.304	11,24	218	-6,01	212.505	7,59	41.879	30,95

Πηγή: Eurostat, External trade.

Αναλυτικότερα, το 80% των εξαγωγών γάλακτος το 2008 κατευθύνονται προς χώρες-μέλη της Ε.Ε. με σημαντικότερη χώρα προορισμού το Ηνωμένο Βασίλειο, το οποίο απορρόφησε το 28,91% της συνολικής αξίας γάλακτος, και ακολουθούν η Ιταλία με 15,57% και η Γερμανία με 11,63%. Από τις χώρες εκτός Ε.Ε., οι Η.Π.Α. απορροφούν το 89,81% της συνολικής αξίας γάλακτος. Στο γιαούρτι, το μόνο πλεονασματικό προϊόν του κλάδου, την ίδια χρονιά το 78,37% των εξαγωγών για το προϊόν αυτό κατευθύνεται προς χώρες-μέλη της Ε.Ε. με βασική χώρα προορισμού τη Γερμανία (51,39%), ενώ η Βουλγαρία αντιπροσωπεύει μόλις το 21,32% των εκροών ποτών. Όσον αφορά στις εξαγωγές εκτός Ε.Ε., οι Η.Π.Α. με 93,65% απορροφούν το σύνολο σχεδόν των εξαγωγών. Επιπλέον, η Γερμανία αντιπροσωπεύει το 38,10% των εξαγωγών τυριού, κυρίως της φέτας (ενός κατά βάση ελληνικού προϊόντος), προς τις χώρες-μέλη της Ε.Ε. για το 2008. Μικρότερο μερίδιο έχουν το Ηνωμένο Βασίλειο (14,27%) καθώς και η Ιταλία (12%). Οι εξαγωγές προς χώρες εκτός Ε.Ε. κατευθύνονται προς τις Η.Π.Α. (41,61%) και την Αυστραλία (31,81%). Η Βουλγαρία αποτελεί για την ίδια χρονιά τη σημαντικότερη χώρα προορισμού των εξαγωγών βουτύρου με ποσοστό 42,01% των εξαγωγών προς χώρες-μέλη της Ε.Ε., όπου κατευθύνονται

και σχεδόν το σύνολο των εξαγωγών. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι η Βουλγαρία εισήγαγε βούτυρο από την Ελλάδα για πρώτη φορά το 2008. Τα προηγούμενα έτη οι εξαγωγές κατευθύνονταν προς την Κύπρο και τη Γαλλία. Είναι σαφές ότι χώρες προορισμού των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι οι χώρες όπου η ελληνική ομογένεια έχει σημαντική παρουσία.

Ανάλογα και για τις εισαγωγές, η πλειοψηφία των εισαγωγών γάλακτος προέρχεται στο σύνολό τους σχεδόν από κράτη-μέλη της Ε.Ε., και συγκεκριμένα την Γερμανία (49,45%), ενώ ακολουθεί η Ολλανδία με ποσοστό 19,97% για το 2008. Σημαντικό ποσοστό στο σύνολο των εισαγωγών γιαουρτιού, που στο σύνολό τους προέρχονται από χώρες-μέλη της Ε.Ε., έχει η Γερμανία, η οποία αντιπροσωπεύει το 51,39% της συνολικής αξίας και ακολουθούν η Βουλγαρία (21,32%) και η Γαλλία (16,82%). Οι εισαγωγές τυριού προέρχονται επίσης στο σύνολό τους από χώρες-μέλη της Ε.Ε., με την Ολλανδία να αντιπροσωπεύει το 29,59% και τη Γερμανία το 27,92% για το 2008. Οι εισαγωγές από χώρες εκτός Ε.Ε. προέρχονται από τις Η.Π.Α. (33,95%) και την Αυστραλία (12,58%). Το βούτυρο προέρχεται μόνο από χώρες-μέλη της Ε.Ε. και ειδικότερα από την Ολλανδία (27,23%) και τη Γαλλία (18,47%), και ακολουθούν η Δανία (13,41%), η Γερμανία(13,22%) και το Βέλγιο (13,14%) για την ίδια χρονιά.

Αναφορικά με την ανταγωνιστικότητα του κλάδου γαλακτοκομικών, ο Πίνακας 6.8 παρουσιάζει βασικούς δείκτες μέτρησης της ανταγωνιστικότητας για τον υπό εξέταση κλάδο της Ελλάδας σε σχέση με εκείνον του συνόλου των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Συγκεκριμένα, υπολογίζονται οι δείκτες εξωστρέφειας, εισαγωγικής διείσδυσης και έντασης εμπορίου, καθώς και οι αποκαλούμενοι δείκτες *Balassa* και *Vollrath* για το 'αποκαλυφθέν' συγκριτικό πλεονέκτημα (Revealed Comparative Advantage) του ελληνικού κλάδου γαλακτοκομικών, για τη χρονική περίοδο 1999 έως 2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.8

Δείκτες ανταγωνιστικότητας γαλακτοκομικών προϊόντων, 1999-2008

	Δείκτης εξωστρέφειας	Δείκτης εισ. διείσδυσης	Δείκτης *Balassa*	Δείκτης *Vollrath*	Δείκτης έντασης εμπορίου
1999	0,058	0,315	1,140	-1,075	-0,634
2000	0,041	0,335	1,127	-1,111	-0,633
2001	0,706	0,323	1,224	-1,040	-0,609
2002	0,059	0,337	1,401	-0,975	-0,631
2003	0,198	0,410	1,423	-0,615	-0,602
2004	0,073	0,383	1,675	-0,353	-0,550
2005	0,061	0,347	1,553	-0,635	-0,561
2006	0,075	0,357	1,697	-0,401	-0,511
2007	0,090	0,389	1,798	-0,263	-0,497
2008	:	:	1,859	-0,190	-0,501

Πηγή: Eurostat, External trade, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο δείκτης εισαγωγικής διείσδυσης παραμένει σχετικά σταθερός κατά το υπό εξέταση διάστημα, ενώ η υψηλότερη τιμή εμφανίζεται το 2003 (41%). Αντίθετα, ο δείκτης εξωστρέφειας χαρακτηρίζεται από έντονες διακυμάνσεις,

καθώς το 2001 και 2003 είναι αισθητά υψηλότερος σε σχέση με τα υπόλοιπα έτη, γεγονός που δικαιολογείται από τις συνεχείς αυξομειώσεις στο επίπεδο παραγωγής. Ο δείκτης Balassa παρουσιάζει μία αυξητική τάση, αφού βελτιώνεται κατά την εξεταζόμενη περίοδο, με εξαίρεση το 2000 και το 2005. Συγκεκριμένα, παρατηρείται μία ελαφρά βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, ιδιαίτερα τα τελευταία τρία χρόνια οπότε και ο δείκτης αυξάνεται σημαντικά. Η χώρα διατηρεί το συγκριτικό της πλεονέκτημα, καθώς ο δείκτης παραμένει μεγαλύτερος της μονάδας. Παρόμοια συμπεράσματα καταδεικνύονται και με τη χρήση του δείκτη Vollrath, ο οποίος διατηρείται μεν αρνητικός καθ'όλη την διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, αλλά παρουσιάζει μία γενικά φθίνουσα τάση του συγκριτικού μειονεκτήματος. Υπάρχουν συνεπώς στοιχεία ενδυνάμωσης της έντασης του συγκριτικού πλεονεκτήματος του κλάδου γαλακτοκομικών κατά την περίοδο 1999-2008. Τέλος, ο δείκτης έντασης εμπορίου εμφανίζεται ελαφρά βελτιωμένος, αλλά με σταθερά αρνητικές τιμές καθ'όλη την εξεταζόμενη περίοδο, υποδηλώνοντας το ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο των γαλακτοκομικών προϊόντων στο σύνολό τους.

6.4. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου

Η *Vivartia A.B.E.E.* θεωρείται η μεγαλύτερη εταιρεία τροφίμων στην ελληνική αγορά, και διαθέτει μεγάλη ποικιλία προϊόντων που καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες και συνήθειες των καταναλωτών. Ιδρύθηκε το Σεπτέμβριο του 2006 μετά την απορρόφηση από την εταιρεία *ΔΕΛΤΑ Συμμετοχών Α.Ε.* των εταιρειών *ΔΕΛΤΑ Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε., CHIPITA Α.Ε., Goody's Α.Ε.* και *Γενική Τροφίμων-Μπάρμπα Στάθης Α.Ε.* Η εταιρεία διαθέτει δυναμική παρουσία στο εξωτερικό επωφελούμενη των υψηλών ρυθμών ανάπτυξης των αγορών της Ευρώπης, Μέσης Ανατολής και Αφρικής. Διαθέτει 9 υπερσύγχρονες μονάδες παραγωγής γαλακτοκομικών εντός και εκτός Ελλάδας, 4 σταθμούς συγκέντρωσης γάλακτος και ισχυρό δίκτυο πωλήσεων και διανομής. Ορισμένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα εμπορικά σήματά της είναι: *Λευκό Γάλα Δέλτα, Δέλτα Daily, Δέλτα Advance, Milko, Complet, Natural*, κ.ά.

Η *ΦΑΓΕ Α.Ε.* κατέχει ηγετική θέση στον κλάδο των γαλακτοκομικών λόγω των πρωτοποριακών προϊόντων, της υψηλής ποιότητας, του κύρους και της ιστορίας του ονόματος *ΦΑΓΕ*, της τεχνογνωσίας που έχει αναπτύξει, των καινοτομιών της, των σύγχρονων τεχνικών marketing, και του άρτια οργανωμένου δικτύου διανομής. Με 3 εργοστάσια στην Ελλάδα και 1 στις Η.Π.Α., με δραστηριότητα διεθνή κυρίως στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και την Ασία, την Αμερική, την Αυστραλία, και με ανθρώπινο δυναμικό που ξεπερνά τους 1.000 εργαζόμενους, η *ΦΑΓΕ* είναι η εταιρεία με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στο γιαούρτι στην ελληνική αγορά. Στις υπόλοιπες κατηγορίες που δραστηριοποιείται, δηλαδή γάλα, τυρί, επιδόρπια, κατέχει επίσης σημαντικά μερίδια. Η ιστορία της ξεκινά το 1926, με το γαλακτοπωλείο του Αθανάσιου Φιλίππου στο κέντρο της Αθήνας. Το 1954 ξεκινά η οργάνωση του πρώτου δικτύου χονδρικής πώλησης γιαουρτιού και η δραστηριοποίηση στην

οικογενειακή επιχείρηση του Ιωάννη Φιλίππου, ενώ το 1964 ιδρύεται βιοτεχνία παραγωγής γιαουρτιού (και ειδών ζαχαροπλαστικής) στο Γαλάτσι από τους αδελφούς Ιωάννη και Κυριάκο Φιλίππου. Το 1975, το εργοστάσιο της μεταφέρεται στη Μεταμόρφωση όπου παράγεται το πρώτο ελληνικό τυποποιημένο και επώνυμο γιαούρτι, το *Total*. Το 1980 ξεκινούν οι εξαγωγές στην Αγγλία, το 1991 ξεκινά η παραγωγή τυροκομικών και το 1993 το γάλα. Τέλος, το 2008 λειτουργεί το εργοστάσιό της στην Αμερική.

Η *ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.* είναι η μεγαλύτερη εταιρεία γάλακτος στη Βόρεια Ελλάδα και η τρίτη σε παραγωγή στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η επιχείρηση αυτή δραστηριοποιείται από το 1950 στη Μακεδονία, όπου παράγεται το 67% του φρέσκου γάλακτος της Ελλάδας και αυτό της επιτρέπει να προμηθεύεται ελληνικό γάλα υψηλής ποιότητας από περισσότερες από 1.600 φάρμες που βρίσκονται πολύ κοντά στις εγκαταστάσεις της. Επιπλέον, η επιχείρηση διαθέτει ένα άρτια οργανωμένο δίκτυο διανομής που καλύπτει περισσότερα από 22.000 μικρά και μεγάλα σημεία πώλησης σε όλη την Ελλάδα για τη διανομή της πλούσιας γκάμας προϊόντων που παράγει. Από το 1985, έχει αναπτύξει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα σε 24 χώρες, ενώ, σήμερα, οι εξαγωγές αποτελούν το 11% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών της εταιρείας με υψηλούς ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης.

Η *ΤΥΡΑΣ Α.Ε.* ιδρύθηκε το 1986 από τους αδερφούς Δημήτρη και Μιχάλη Σαράντη και τον πατέρα τους Στέργιο Σαράντη. Ακολουθώντας σύγχρονες μεθόδους παραγωγής διαθέτει κυρίως τυριά και γιαούρτι σε πλήθος προϊόντων χύμα ή τυποποιημένα. Το εργοστάσιο της επιχείρησης βρίσκεται στα Τρίκαλα και διαθέτει μία από τις μεγαλύτερες πλήρως αυτοποιημένη γραμμή παραγωγής φέτας. Το δίκτυο της εταιρείας περιλαμβάνει 55 διανομείς σε ολόκληρο τον κόσμο, 40 αντιπροσώπους στην Ελλάδα και ιδιόκτητο στόλο φορτηγών. Στις χώρες όπου εξάγει την παραγωγή της περιλαμβάνονται οι Η.Π.Α., ο Καναδάς, η Ρωσία, η Αυστραλία, η Σαουδική Αραβία, το Ισραήλ αλλά και οι υπόλοιπες χώρες των Βαλκανίων και της Ε.Ε.

Η *Αγροτική Βιομηχανία Γάλακτος Ηπείρου Α.Ε. ΔΩΔΩΝΗ* ιδρύθηκε το 1963, από την Αγροτική Τράπεζα Ελλάδος και τις 6 Ενώσεις Αγροτικών Συνεταιρισμών της Ηπείρου. Αποκλειστική δραστηριότητα της εταιρείας είναι η αγορά και η επεξεργασία γάλακτος για την παραγωγή και την εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων. Η *ΔΩΔΩΝΗ* κατατάσσεται μέσα στις 60 μεγαλύτερες ελληνικές βιομηχανικές επιχειρήσεις, ενώ είναι η τέταρτη μεγαλύτερη εταιρεία του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων και κορυφαία εξαγωγική εταιρεία στον τομέα των τυροκομικών προϊόντων. Προμηθεύεται γάλα από 13.000 παραγωγούς-κτηνοτρόφους, συναλλάσσεται με 350 προμηθευτές και 1.200 πελάτες, ενώ απασχολεί 235 μόνιμους εργαζόμενους, 200 εποχικούς και 200 παραλήπτες γάλακτος. Η *ΔΩΔΩΝΗ* επεκτείνει συνεχώς τις εγκαταστάσεις της, ενισχύει την παραγωγή της και εκσυγχρονίζει τα μέσα διάθεσης των προϊόντων της. Τα τελευταία χρόνια δημιουργήθηκαν νέες αγορές στην Ανατολική Ευρώπη και τη Μέση Ανατολή, ενώ επεκτάθηκε η διείσδυση

στις παραδοσιακές αγορές της Δυτικής Ευρώπης, των Η.Π.Α. και της Αυστραλίας.

Η *Γαλακτοβιομηχανία Λαρίσης Α.Ε. ΟΛΥΜΠΟΣ* εδρεύει στη Λάρισα και παράγει πλούσια ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια έχει υλοποιήσει σημαντικές επενδύσεις που αφορούσαν τη δημιουργία ενός νέου σύγχρονου εργοστασίου, τον εκσυγχρονισμό των τμημάτων παραγωγής και τον μηχανολογικό εξοπλισμό και ακόμη τη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού στη ζώνη γάλακτος και διανομής.

Η *ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. Ελληνική Βιομηχανία Γάλακτος* ειδικεύεται στην παραγωγή ποιοτικών τυροκομικών προϊόντων από το 1948. Από τις δυναμικότερες ελληνικές βιομηχανίες τροφίμων και τις πιο σύγχρονες βιομηχανίες του κλάδου στην Ευρώπη, κατέχει σήμερα στην Ελλάδα ηγετική θέση στην παραγωγή τυριών. Διαθέτει ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο της εταιρείας στον Λιμνότοπο Κιλκίς, ενώ μερικά από τα κύρια προϊόντα της είναι τα παραδοσιακά ελληνικά τυριά, όπως η φέτα και το κασέρι με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π.), το *Παραδοσιακό ΚΟΛΙΟΣ*, που είναι το πιο επώνυμο ημίσκληρο ελληνικό τυρί, το *Κατσικίσιο* και το *Σπιτικό λευκό* τυρί, το κεφαλοτύρι και η γραβιέρα, το *Βυζαντινό*, αλλά και πολλά πρωτοποριακά είδη για όσους προτιμούν μια διατροφή με μειωμένα λιπαρά, όπως το *Παραδοσιακό Light* και η σειρά *Vital* με χαμηλή χοληστερίνη. Γαλακτοκομικά προϊόντα όπως το στραγγιστό γιαούρτι και η κρέμα γάλακτος *ΚΟΛΙΟΣ* συμπληρώνουν τον κατάλογο των προϊόντων της. Η επιχείρηση πραγματοποιεί διανομές μέσα από ένα άρτια οργανωμένο δίκτυο και στόλο ψυγείων αυτοκινήτων της σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό (σε περισσότερες από 40 χώρες στην Ευρώπη, Αμερική, Αυστραλία και Μέση Ανατολή).

Η *ΑΓΝΟ Βιομηχανία Γάλακτος Α.Ε.* ξεκίνησε τη δραστηριότητά της το 1950 στη Θεσσαλονίκη ως η πρώτη βιομηχανία παστερίωσης και εμφιάλωσης γάλα-κτος στη Β. Ελλάδα. Σήμερα, διαθέτει ένα υπερσύγχρονο εργοστάσιο και μηχα-νολογικό εξοπλισμό για την παραγωγή μιας μεγάλης ποικιλίας γαλακτοκομικών. Μέρος της παραγωγής διατίθεται στο εξωτερικό.

6.5. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά

Τα περισσότερα χρηματοοικονομικά μεγέθη επιχειρήσεων που ανήκουν στον κλάδο γαλακτοκομικών παρουσιάζονται στον Πίνακα 6.9. Γενικά, η ρευστότητα των επιχειρήσεων του κλάδου παραμένει ουσιαστικά σταθερή, ενώ το περιθώριο μεικτού κέρδους εμφανίζει αυξομειώσεις, με εντυπωσιακή άνοδο το 2006 και σημαντική πτώση τα δύο επόμενα χρόνια. Η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων παρουσιάζει τάσεις μείωσης με ρυθμό περίπου 37% την περίοδο 1999-2008, ενώ η δανειακή πίεση κινείται διαχρονικά ανοδικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.9

Χρηματοοικονομικοί δείκτες του κλάδου γαλακτοκομικών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Απόδοση ενεργητικού				
Vivartia A.B.E.E.	0,079	0,056	0,028	0,007	0,015	0,033	0,006	0,033	0,010	-0,018
ΦΑΓΕ Α.Ε.	0,008	0,012	0,013	0,042	0,023	0,075	-0,032	0,041	-0,069	-0,073
Γαλακτοκομία	0,034	0,029	0,018	0,006	0,010	0,031	0,006	0,026	-0,001	-0,013
						Απόδοση ιδίων κεφαλαίων				
Vivartia A.B.E.E.	0,096	0,076	0,053	0,014	0,027	0,064	0,015	0,074	0,022	-0,051
ΦΑΓΕ Α.Ε.	0,037	0,053	0,059	0,182	0,097	0,299	-0,147	0,193	-0,487	-0,348
Γαλακτοκομία	0,068	0,056	0,042	0,016	0,024	0,077	0,017	0,072	-0,003	-0,040
						Ρευστότητα				
Vivartia A.B.E.E.	1,563	1,615	1,589	1,153	1,368	1,494	2,375	1,664	1,239	1,412
ΦΑΓΕ Α.Ε.	2,236	1,634	1,532	1,546	1,504	1,309	1,814	1,741	1,511	1,328
Γαλακτοκομία	1,242	1,226	1,295	1,229	1,281	1,229	1,403	1,314	1,275	1,396
						Δανειακή πίεση				
Vivartia A.B.E.E.	0,175	0,263	0,466	0,496	0,463	0,488	0,623	0,554	0,535	0,644
ΦΑΓΕ Α.Ε.	0,791	0,763	0,786	0,767	0,768	0,749	0,784	0,788	0,859	0,790
Γαλακτοκομία	0,499	0,487	0,569	0,594	0,583	0,602	0,668	0,636	0,636	0,675
						Περιθώριο καθαρού κέρδους				
Vivartia A.B.E.E.	0,146	0,139	0,077	0,018	0,036	0,072	0,017	0,087	0,022	-0,045
ΦΑΓΕ Α.Ε.	0,005	0,009	0,010	0,031	0,016	0,052	-0,028	0,041	-0,072	-0,082
Γαλακτοκομία	0,036	0,037	0,025	0,009	0,013	0,037	0,008	0,038	-0,001	-0,020

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Εξετάζοντας τις δύο μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου ξεχωριστά, παρατηρείται ότι η κερδοφόρος δυναμικότητα στη βάση των ιδίων και συνολικών κεφαλαίων της *Vivartia* μειώθηκε σημαντικά το 2008, ακολουθώντας μία πτωτική τάση από το προηγούμενο έτος, παρόλο που η απόδοση των ιδίων κεφαλαίων και των συνολικών περιουσιακών της στοιχείων διατηρούνταν σε σχετικά χαμηλά επίπεδα το διάστημα 1999-2006. Αυτό μπορεί να οφείλεται τόσο στις συνεχείς αλλαγές που σημειώθηκαν στη διοίκηση της επιχείρησης, στην εξαγορά της *ΔΕΛΤΑ* το 2006, όσο και στην υπερεπένδυση κεφαλαίων που δεν απασχολούνται ακόμα πλήρως παραγωγικά. Η βραχυχρόνια οικονομική θέση της επιχείρησης και η ικανότητά της να ανταποκρίνεται στις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της υποδηλώνεται με τη χρήση του αριθμοδείκτη ρευστότητας, ο οποίος εμφανίζεται σταθερός στο επίπεδο του 1,6 περίπου το διάστημα 1999-2001, αλλά τα επόμενα έτη μειώνεται και πλησιάζει τη μονάδα. Εξαίρεση αποτελεί το 2005, όταν ο δείκτης ήταν μεγαλύτερος από δύο, οπότε και μπορεί να θεωρηθεί ότι τη χρονιά εκείνη η επιχείρηση ήταν σε ικανοποιητική θέση από άποψη ρευστότητας. Αναφορικά με τη διαχρονική βιωσιμότητα της επιχείρησης, ο δείκτης δανειακής πίεσης κινείται σε υψηλά επίπεδα και παρουσιάζει άνοδο διαχρονικά. Τα ξένα κεφάλαια αποτελούσαν το 17,5% του ενεργητικού της *Vivartia* το 1999, έναντι 64,4% το 2008. Παράλληλα, σημαντική είναι η μείωση που αντιμετωπίζει η επιχείρηση όσο αφορά το περιθώριο καθαρού κέρδους, καθώς ο δείκτης αυτός εμφανίζεται αρνητικός το 2008, λόγω των ζημιών της επιχείρησης, πιθανώς εξαιτίας της επιθετικής τιμολογιακής πολιτικής της, κυρίως στο γάλα.

Ανάλογη είναι και η εξέλιξη των αριθμοδεικτών της *ΦΑΓΕ*, καθώς η επιχείρηση σημειώνει αρνητικά κέρδη το 2005, και το 2007-2008, μειώνοντας σημαντικά το περιθώριο καθαρού κέρδους, την αποδοτικότητα του ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων της. Η ρευστότητά της κινείται σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα με τιμές πάνω από τη μονάδα, και παρατηρείται μία στασιμότητα στη δανειακή πίεση που αντιμετωπίζει η επιχείρηση. Γενικά, παρατηρείται μία κρίση στις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου γαλακτοκομικών, η οποία πρέπει να αντιμετωπιστεί μέσα στα επόμενα έτη.

6.6. Θεσμικό πλαίσιο

Ο *Κώδικας Τροφίμων και Ποτών* προσδιορίζει τους γενικούς όρους αναφορικά με τη διατήρηση των τροφίμων που διακινούνται στην ελληνική αγορά. Επιπλέον, από το 1999 λειτουργεί ο *Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων* (ΕΦΕΤ) αρμοδιότητες του οποίου είναι κυρίως η διεξαγωγή συστηματικών επιθεωρήσεων σε επιχειρήσεις τροφίμων (επιχειρήσεις παραγωγής, εμπορίας και διάθεσης τροφίμων), ο συστηματικός και απρόσκοπτος έλεγχος των τροφίμων κατά τη διακίνηση, εμπορία και διάθεσή τους, η παροχή τεχνικής βοήθειας προς τους παραγωγικούς κλάδους, η αντιμετώπιση των διαφόρων διατροφικών κρίσεων, η διαμόρφωση ελληνικών θέσεων σε θέματα ασφάλειας τροφίμων και η υποστήριξή τους στην Ε.Ε., η εισήγηση για τη διαμόρφωση εθνικής νομοθεσίας σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, η επικοινωνία με τον καταναλωτή με σκοπό την

πληροφόρησή του σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, η προστασία του καταναλωτή από δόλιες ή παραπλανητικές εμπορικές πρακτικές ή από τη νόθευση των τροφίμων, ο συντονισμός των νομαρχιακών υπηρεσιών που ασκούν έλεγχο σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, και η εγκατάσταση περισσότερο αποτελεσματικών συστημάτων αξιολόγησης, παρακολούθησης και διαχείρισης των διατροφικών κινδύνων, με πλήρη υιοθέτηση των αρχών ανάλυσης και αξιολόγησης κινδύνων.

Επιπλέον, με βάση τον *Αναπτυξιακό Νόμο 3299/2004* για την περίοδο 2007-2013, 'Κίνητρα Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη και την Περιφερειακή Σύγκλιση' (Φ.Ε.Κ. 261/Α/23.12.04), ενισχύονται τα επενδυτικά σχέδια που αφορούν την ίδρυση, εκσυγχρονισμό με ή χωρίς μετεγκατάσταση και επέκταση δυναμικότητας για μονάδες μεταποίησης γάλακτος (επεξεργασίας γάλακτος, παραγωγής τυροκομικών προϊόντων, γιαούρτης και λοιπών γαλακτοκομικών) στις παρακάτω περιπτώσεις:

- Έλλειψης δυναμικότητας, μετά από έγκριση της Διεύθυνσης Αγροτικής Ανάπτυξης της οικείας Περιφέρειας.
- Αντικατάστασης υφιστάμενης δυναμικότητας.
- Συγχώνευσης υφιστάμενων μονάδων.
- Μετεγκατάστασης και εκσυγχρονισμού υφιστάμενων μονάδων.
- Καθετοποίησης της παραγωγής.
- Μονάδες αξιοποίησης παραπροϊόντων και υποπροϊόντων επεξεργασίας γάλακτος.

Το *Κοινοτικό νομοθετικό πλαίσιο* περιλαμβάνει επίσης μία σειρά από Κανονισμούς και Οδηγίες που αφορούν θέματα όπως η παραγωγή και διακίνηση γαλακτοκομικών προϊόντων, η διασφάλιση της υγιεινής, η σήμανση και συσκευασία αυτών των αγαθών, η αναγκαιότητα ποιοτικών ελέγχων κ.ά. Το θεσμικό αυτό πλαίσιο τροποποιείται συνεχώς, ώστε να καλύψει την είσοδο νέων προϊόντων μέσω της τεχνολογικής εξέλιξης. Στην παρούσα ανάλυση παρατίθενται συνοπτικά οι βασικότεροι κανονισμοί και οδηγίες, χωρίς να εξαντλείται η πληθώρα των νομοθετημάτων που αφορούν τον κλάδο των γαλακτοκομικών.

Η *Οδηγία 76/118/ΕΟΚ* για ορισμένα, μερικά ή ολικά αφυδατωμένα διατηρημένα γάλατα που προορίζονται για τη διατροφή του ανθρώπου έχει τροποποιηθεί πολλές φορές, ενώ η τελευταία τροποποίηση έγινε το 2007. Με την οδηγία αυτή θεσπίζονται ενιαίοι κανόνες που αφορούν τη σύνθεση, τη χρήση αποκλειστικών ονομασιών, τα χαρακτηριστικά παρασκευής και την επισήμανση των εν λόγω προϊόντων για τη συμβολή στην πραγματοποίηση της ενιαίας αγοράς των διατηρημένων γαλάτων, για τον ακριβή προσδιορισμό των συνθηκών παραγωγής, ώστε να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις των καταναλωτών και για τη διευκόλυνση των εμπορικών σχέσεων με βάση έναν ανταγωνισμό γνήσιο και νόμιμο. Επιπλέον, καθορίζονται οι μέθοδοι ανάλυσης για τους ελέγχους των κριτηρίων καθαρότητας των προϊόντων που χρησιμοποιούνται κατά την παρασκευή των διατηρημένων γαλάτων ως πρόσθετα ή ως βοηθητικά της επεξεργασίας, καθώς και οι τρόποι δειγματοληψίας και οι μέθοδοι ανάλυσης των

αναγκαίων για τον έλεγχο της συνθέσεως και των χαρακτηριστικών παρασκευής των γαλάτων αυτών.

Σημαντική είναι επίσης η κοινή οργάνωση αγοράς (*Κ.Ο.Α.)* του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων, η οποία ρυθμίζει το γάλα και τις κρέμες γάλακτος, το βουτυρόγαλα, το γιαούρτι, το κεφίρ, τον ορό γάλακτος, το βούτυρο και άλλες λιπαρές ουσίες, τα τυριά και το πηγμένο γάλα για τυρί, τη λακτόζη και τα σιρόπια λακτόζης, και τα παρασκευάσματα που χρησιμοποιούνται για τη διατροφή των ζώων (*Κανονισμός (Ε.Κ.) αριθ. 1255/99*).

Η περίοδος εμπορίας αρχίζει την 1η Ιουλίου κάθε έτους και τελειώνει στις 30 Ιουνίου του επόμενου έτους. Οι τιμές παρέμβασης για τα 100 κιλά βουτύρου ανέρχονται σε €246,39 από την 1η Ιουλίου 2007. Για το γάλα σε σκόνη, η τιμή παρέμβασης για τα 100 κιλά γάλακτος ανέρχεται στα €169,80.

Οι οργανισμοί παρέμβασης κάθε κράτους-μέλους αγοράζουν το βούτυρο στο 90% της τιμής παρέμβασης μεταξύ της 1ης Μαρτίου και της 31ης Αυγούστου κάθε έτους, με βάση τις προδιαγραφές που καθορίζονται. Η Επιτροπή μπορεί να αναστείλει την παρέμβαση, εάν οι προσφερόμενες ποσότητες υπερβαίνουν τους 30 χιλ. τόνους για το 2008 και τα επόμενα χρόνια. Το βούτυρο που αγοράζεται πρέπει να έχει ορισμένα χαρακτηριστικά και να πληροί ορισμένες απαιτήσεις. Για το αλατισμένο ή το μη αλατισμένο βούτυρο που παράγεται από κρέμα ή γάλα, μπορεί να χορηγηθεί ενίσχυση για ιδιωτική αποθεματοποίηση. Το ποσό της ενίσχυσης καθορίζεται βάσει των δαπανών αποθεματοποίησης, της προβλεπόμενης εξέλιξης των τιμών του νωπού βουτύρου ή του βουτύρου αποθεματοποίησης. Η διάθεση του βουτύρου αποθεματοποίησης από τους οργανισμούς παρέμβασης γίνεται κατά τρόπο ώστε να μην διακυβεύεται η ισορροπία της αγοράς.

Οι οργανισμοί παρέμβασης των κρατών-μελών αγοράζουν στην τιμή παρέμβασης το γάλα σε σκόνη μεταξύ της 1ης Μαρτίου και της 31ης Αυγούστου. Η σύνθεση του γάλακτος αυτού πρέπει να πληροί ορισμένα χαρακτηριστικά, κυρίως όσον αφορά στην ελάχιστη περιεκτικότητα σε πρωτεϊνικές ουσίες, η οποία πρέπει να ανέρχεται στο 34% του στερεού υπολείμματος χωρίς λίπος. Η Επιτροπή μπορεί να αναστείλει την παρέμβαση, εάν η προσφορά υπερβαίνει τους 109 χιλ. τόνους.

Ενισχύσεις για την ιδιωτική αποθεματοποίηση χορηγούνται για ορισμένα τυριά. Το ποσό της ενίσχυσης καθορίζεται ανάλογα με τα έξοδα αποθεματοποίησης και την προβλεπόμενη εξέλιξη των τιμών. Σε περίπτωση που η κατάσταση της αγοράς το απαιτεί, η Επιτροπή μπορεί να αποφασίσει να διαθέσει εκ νέου στην αγορά διάφορα αποθεματοποιημένα τυριά.

Να σημειωθεί, τέλος, ότι με βάση τον *Κανονισμό (Ε.Κ.) αριθ. 1788/03* εφαρμόζονται ποσοστώσεις γάλακτος. Σκοπός της πολιτικής αυτής που καθιερώθηκε το 1984 είναι να μειώσει την ανισορροπία μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης και συνεπώς τα επακόλουθα διαρθρωτικά πλεονάσματα με την εφαρμογή μιας αποζημίωσης. Η αποζημίωση καθορίζεται ανά 100 κιλά γάλακτος, στα €33,27 για την περίοδο 2004/05, στα €30,91 για το 2005/06, στα

€28,54 για το 2006/07 και στα €27,83 για το 2007/08 και εφεξής. Σε περίπτωση που ένας παραγωγός υπερβεί την ποσότητα που του έχει κατανείμει το οικείο κράτος-μέλος, καταβάλλει το μερίδιό του στην εισφορά. Τα κράτη-μέλη καταβάλλουν τις εισφορές στο Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων.

6.7. Ανταγωνισμός

Η αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα θεωρείται ολιγοπωλιακή, καθώς ο βαθμός συγκέντρωσης είναι ιδιαίτερα υψηλός. Πολυεθνικές επιχειρήσεις με ισχυρότατη παρουσία στον κλάδο και μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ανταγωνίζονται με μικρές επιχειρήσεις τοπικού χαρακτήρα. Τα μερίδια αγοράς των οχτώ μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου εμφανίζονται στον Πίνακα 6.10. Η κυρίαρχη θέση των δύο μεγαλύτερων επιχειρήσεων (*Vivartia* και *ΦΑΓΕ*) δεικνύεται από το ποσοστό του μεριδίου αγοράς που κατέχουν, το οποίο κυμαίνεται μεταξύ 40 και 50% τη χρονική περίοδο 1999-2008.[1] Οι πωλήσεις όλων των επιχειρήσεων έχουν αυξηθεί τα τελευταία χρόνια, εξαίρεση ωστόσο αποτελεί η *ΦΑΓΕ*, καθώς αντιμετωπίζει μειώσεις στο επίπεδο των πωλήσεών της μετά το 2004. Συγκεκριμένα, η *Vivartia* εμφανίζει πωλήσεις ύψους €216 περίπου εκατ. το 1999, έναντι €630 εκατ. το 2008, έχοντας τον μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής των πωλήσεων της ίσο με 11,31%. Αντιθέτως, οι πωλήσεις της *ΦΑΓΕ* το 1999 ήταν υψηλότερες από της *Vivartia* κατά €51 εκατ., αλλά το 2008 παρουσίασε πωλήσεις ίσες με €286 εκατ., ποσό μειωμένο κατά 18,8% σε σχέση με το 2004, οπότε και σημείωσε τις υψηλότερες πωλήσεις. Σημαντικό μερίδιο αγοράς διατηρεί και η *ΜΕΒΓΑΛ*, καθώς οι πωλήσεις της αυξάνονται συνεχώς την περίοδο 1999-2008 με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,6%. Τέλος, αξιοσημείωτη είναι η αύξηση του μεριδίου της *Όλυμπος*, η οποία μαζί με τη *Δωδώνη*, την *Τυράς* και την *Κολιός* είναι οι πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις του κλάδου.

Παρά την αυξητική τάση στις πωλήσεις των επιχειρήσεων, τα κέρδη τους δεν ακολουθούν παρόμοια πορεία, με αποτέλεσμα ακόμα και οι δύο μεγαλύτερες γαλακτοβιομηχανίες της χώρας να εμφανίζονται ζημιογόνες το 2008. Χαρακτηριστικό λοιπόν όλων των επιχειρήσεων είναι η έντονη αστάθεια στο επίπεδο των κερδών τους. Η *ΦΑΓΕ* είναι εκείνη που αντιμετωπίζει τις μεγαλύτερες διακυμάνσεις στην κερδοφορία της, καθώς παρουσιάζει αρνητικά κέρδη για σειρά ετών, καθώς και η *ΑΓΝΟ* που δεν εμφανίζεται επικερδής καμία χρονιά κατά την υπό εξέταση περίοδο.

[1] Έως το 2005 χρησιμοποιούνται στοιχεία της *ΔΕΛΤΑ Α.Ε.* αντί της *Vivartia*.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.10

Μερίδιο αγοράς, πωλήσεις και κέρδη του κλάδου γαλακτοκομικών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Μερίδιο αγοράς (%)				
Vivartia Α.Β.Ε.Ε.	22,73	23,11	22,48	22,50	22,12	21,33	20,90	25,55	29,64	31,72
ΦΑΓΕ Α.Ε.	28,13	26,82	24,54	24,14	23,10	22,39	19,48	17,63	15,53	14,42
ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.	12,44	12,25	11,95	11,55	11,30	11,00	10,74	9,69	8,95	9,32
ΤΥΡΑΣ Α.Ε.	3,68	4,25	4,76	5,31	6,53	7,09	8,59	5,45	4,61	5,73
ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε Αγρ. Βιομ. Γάλακτος Ηπείρου	7,81	7,64	7,09	6,32	6,03	6,04	5,97	5,43	5,25	5,56
ΟΛΥΜΠΟΣ Γαλακτοβιομ. Λαρίσης Α.Ε	1,18	1,05	1,63	1,89	2,41	2,85	3,43	4,86	4,40	5,40
ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. Ελληνική Βιομ. Γάλακτος	6,67	6,24	6,05	5,53	4,75	4,41	4,81	4,69	5,15	
ΑΓΝΟ Α.Ε.			0,72	2,70	2,31	2,01	2,15	2,28	2,67	
Σύνολο Κλάδου	82,63	81,36	79,22	79,95	78,54	77,13	76,07	75,57	76,20	72,15
						Πωλήσεις (σε χιλ. €)				
Vivartia Α.Β.Ε.Ε.	215.937	242.897	271.178	299.267	321.545	336.016	342.607	466.458	598.089	630.232
ΦΑΓΕ Α.Ε.	267.207	281.827	295.985	321.026	335.849	352.799	319.301	321.811	313.488	286.471
ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.	118.159	128.720	144.195	153.646	164.275	173.289	176.007	176.910	180.593	185.162
ΤΥΡΑΣ Α.Ε.	34.915	44.679	57.413	70.576	94.878	111.723	140.747	99.449	92.939	113.881
ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε Αγρ. Βιομ. Γάλακτος Ηπείρου	74.220	80.254	85.571	84.098	87.658	95.162	97.880	99.095	106.041	110.381
ΟΛΥΜΠΟΣ Γαλακτοβιομ. Λαρίσης Α.Ε	11.222	11.030	19.688	25.197	34.971	44.912	56.303	88.707	88.888	107.266
ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. Ελληνική Βιομ. Γάλακτος	63.354	65.567	72.945	73.522	69.008	69.525	78.769	85.578	103.874	
ΑΓΝΟ Α.Ε.			8.665	35.919	33.534	31.737	35.280	41.562	53.923	
Σύνολο Κλάδου	950.058	1.050.890	1.206.322	1.329.947	1.453.612	1.575.526	1.639.220	1.825.606	2.018.069	1.986.596

	Καθαρά κέρδη (χιλ. €)									
Vivartia A.B.E.E.	31.605	33.712	20.857	5.455	11.578	24.097	5.952	40.521	12.986	-28.624
ΦΑΓΕ Α.Ε.	1.453	2.590	2.909	9.967	5.281	18.477	-9.084	13.038	-22.656	-23.547
ΜΕΒΓΑΛ Α.Ε.	535	830	2.562	5.692	4.949	754	884	3.410	-1.957	330
ΤΥΡΑΣ Α.Ε.	750	959	1.248	1.490	3.301	8.168	6.194	2.125	1.114	3.775
ΔΩΔΩΝΗ Α.Ε Αγρ. Βιομ. Γάλακτος Ηπείρου	2.198	1.411	2.658	1.276	1.962	4.341	6.041	6.173	2.064	1.839
ΟΛΥΜΠΟΣ Γαλακτοβιομ. Λαρίσης Α.Ε	-2.476	10	174	103	386	1.017	1.634	1.734	1.623	1.429
ΚΟΛΙΟΣ Α.Ε. Ελληνική Βιομ. Γάλακτος	309	129	440	2.650	5.071	2.876	2.918	2.974	5.697	
ΑΓΝΟ Α.Ε.			-2.704	-14.150	-12.799	-6.944	-5.532	-4.894	-3.826	
Σύνολο Κλάδου	34.599	38.358	30.706	11.381	18.468	57.798	13.714	70.244	-2.860	-38.756

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Γενικά, οι επιχειρήσεις γαλακτοκομικών αντιμετωπίζουν εσωτερικό ανταγωνισμό τόσο διακλαδικά όσο και ενδοκλαδικά. Χαλαρά υποκατάστατα του γάλακτος μπορούν να θεωρηθούν, για παράδειγμα, το τσάι και ο καφές, αλλά οι γαλακτοβιομηχανίες στοχεύουν στη διατήρηση του μεριδίου τους στην εγχώρια αγορά κυρίως μέσω της διαφοροποίησης των προϊόντων τους και της προώθησης νέων ανώτερης ποιότητας και υψηλής προστιθέμενης αξίας, καθώς και με μειώσεις της τιμής του γάλακτος το 2008 που ξεκίνησε η *ΑΓΝΟ*, ακολούθησε η *Vivartia* και εν συνεχεία εν μέρει οι υπόλοιπες επιχειρήσεις. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου επεκτείνουν συνεχώς τις δραστηριότητές τους σε νέες αγορές και προϊόντα, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις τοπικού χαρακτήρα προσπαθούν να επιβιώσουν και να διατηρήσουν τα μερίδια αγορών τους είτε μέσω της προώθησης εκλεπτυσμένων ποιοτικών προϊόντων, είτε μέσω της συγχώνευσης ή συνεργασίας τους με άλλες επιχειρήσεις του κλάδου.

Επιπλέον, με βάση τα στοιχεία του Πίνακα 6.11, παρατηρείται ότι ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης. Συγκεκριμένα, ο βαθμός συγκέντρωσης με βάση τη μεγαλύτερη επιχείρηση του κλάδου (*Vivartia*) εμφανίζει μία έντονα ανοδική τάση το χρονικό διάστημα 1999-2008, καθώς το 1999 υπολογίζεται στο 22,73, έναντι 31,72 το 2008, έχοντας αυξηθεί κατά μέσο όρο 3,4% περίπου το διάστημα αυτό. Αντίθετα, ο βαθμός συγκέντρωσης που υπολογίζεται λαμβάνοντας υπόψη τις δύο και επτά μεγαλύτερες επιχειρήσεις αντίστοιχα μειώνεται συνεχώς κατά την υπό εξέταση περίοδο. Τέλος, ο δείκτης *Herfindahl* (HI) καταδεικνύει ότι ο κλάδος των γαλακτοκομικών, ενώ παρουσίαζε βελτίωση του ανταγωνισμού από το 2000 έως το 2005, από το 2006 παρατηρείται αποδυνάμωσή του, κυρίως λόγω της εξαγοράς της *ΔΕΛΤΑ* από την *Vivartia*, και την επιθετική τιμολογιακή πολιτική της τελευταίας. Το γεγονός αυτό αποδεικνύεται και από την αύξηση του δείκτη συγκέντρωσης CR1 που αναφέρεται στη συγκεκριμένη επιχείρηση, σε αντίθεση με τις τιμές των υπόλοιπων δεικτών συγκέντρωσης. Επιπλέον, η αποχώρηση της *ΦΑΓΕ* από την παραγωγή και διακίνηση φρέσκου γάλακτος από το 2005 έδωσε ακόμη μεγαλύτερες δυνατότητες διείσδυσης της *Vivartia*.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.11

Δείκτες συγκέντρωσης του κλάδου γαλακτοκομικών, 1999-2008

	CR1	CR2	CR7*	HI
1999	22,73	50,85	82,63	10,77
2000	23,11	49,93	81,36	15,32
2001	22,48	47,02	79,22	13,76
2002	22,50	46,64	79,95	13,43
2003	22,12	45,22	78,54	12,75
2004	21,33	43,72	77,13	12,08
2005	20,90	40,38	76,07	10,93
2006	25,55	43,18	75,57	11,79
2007	29,64	45,17	76,20	13,13
2008	31,72	46,14	72,15	14,13

* Για το 2008, CR8.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

6.8. Συμπεράσματα και προοπτικές

Η αυξητική τάση της παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων αναμένεται να συνεχιστεί και τα επόμενα έτη. Αν και η ανταγωνιστικότητα του κλάδου εμφανίζεται περιορισμένη, παρουσιάζει μία συνεχή βελτίωση, κυρίως λόγω της ποιοτικής βελτίωσης των προϊόντων και της προώθησης νέων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Προϊόντα όπως το γιαούρτι ενδείκνυνται για την περαιτέρω αύξηση του επιπέδου των εξαγωγών και τη βελτίωση της δυναμικής του κλάδου. Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ωφεληθούν από τους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης τόσο της εγχώριας αγοράς όσο και εκείνων των γύρω χωρών, λαμβάνοντας υπόψη τις μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών και αξιοποιώντας δίκτυα διανομής, νέες αγορές και εξαγορές. Επιπλέον, η προώθηση των επενδύσεων και της έρευνας μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση της παραγωγικής δυναμικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου. Συνέπεια αυτών είναι η εδραίωση ηγετικών θέσεων στον κλάδο και η διατήρηση της αναπτυξιακής πορείας των επιχειρήσεων μέσω της καινοτομίας και ποιότητας.

Βιβλιογραφία

Σπανός, Γ. (2001). *Ο Κλάδος των Γαλακτοκομικών Προϊόντων*. Κλαδική Μελέτη No 187, IOBE.

ICAP (2007). *Γαλακτοκομικά Προϊόντα*. Κλαδική Μελέτη, ICAP.

Eurostat Database, ec.europa.eu/Eurostat

ΕΛΣΤΑΤ, www.statistics.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΑΡΤΟΠΟΙΙΑ ΚΑΙ ΑΡΤΟΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ

Τζέννιφερ Καβουνίδη *

Σύνοψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση, με έμφαση στις συνθήκες ανταγωνισμού, δύο υποκλάδων της ελληνικής αγοράς τροφίμων: 1) της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής (ΣΤΑΚΟΔ 10.71) και 2) της παραγωγής παξιμαδιών και μπισκότων (ΣΤΑΚΟΔ 10.72). Εξετάζονται οι δύο υποκλάδοι μαζί, καθώς οι περισσότερες από τις μεγάλες επιχειρήσεις του ενός υποκλάδου δραστηριοποιούνται και στον άλλο, ενώ πολλά από τα προϊόντα του ενός υποκλάδου λειτουργούν ως ένα βαθμό ως υποκατάστατα προϊόντα του άλλου υποκλάδου, όπως για παράδειγμα το ψωμί με τα παξιμάδια ή τις φρυγανιές.

Οι συγκεκριμένοι υποκλάδοι έχουν ιδιαίτερη σημασία για την ελληνική οικονομία εφόσον περιλαμβάνουν όχι μόνο το ψωμί, που αποτελεί βασικό στοιχείο της καθημερινής διατροφής του πληθυσμού της Ελλάδας, αλλά και άλλα τρόφιμα που έχουν σημαντική θέση στις καταναλωτικές συνήθειες της χώρας. Επιπλέον, ο υποκλάδος της αρτοποιίας έχει βαρύνουσα θέση στην ελληνική οικονομία, καθώς το 27% όλων των εργαζομένων του κλάδου τροφίμων και ποτών βρίσκονται στο συγκεκριμένο υποκλάδο.

Οι δύο υποκλάδοι διαφέρουν σημαντικά ως προς τη διάρθρωσή τους. Ενώ ο υποκλάδος της παραγωγής παξιμαδιών και μπισκότων συγκλίνει με το σύνολο του κλάδου τροφίμων και ποτών ως προς την έκταση της συγκέντρωσης της απασχόλησής του σε μονάδες που απασχολούν 10 ή περισσότερους εργαζόμενους, ο υποκλάδος της αρτοποιίας χαρακτηρίζεται από έντονη δυαδική διάρθρωση, με τη συνύπαρξη μεγάλων βιομηχανικών μονάδων με πληθώρα μικρών παραγωγών, οι οποίοι είναι οι αρτοποιοί που παράγουν και διαθέτουν ψωμί στους φούρνους της γειτονιάς. Με άλλα λόγια, ανταγωνίζεται η λεγόμενη βιοτεχνική αρτοποιία με μεγάλες αρτοβιομηχανίες οι οποίες παράγουν τυποποιημένο, «βιομηχανοποιημένο» ψωμί.

Οι αρτοποιοί κατέχουν το συντριπτικό μερίδιο της αγοράς φρέσκου ψωμιού, ενώ οι αρτοβιομηχανίες ασχολούνται με φάσμα προϊόντων βιομηχανοποιημένου

*Ευχαριστώ θερμά τους συναδέλφους κ. Κ. Κανελλόπουλο και κα. Ε. Καδίτη για τις πολύτιμες συμβουλές και παρατηρήσεις τους. Γνώμες, παραλείψεις και τυχόν λάθη είναι της συγγραφέως.

ψωμιού όπως το ψωμί για τοστ. Τόσο η αγορά για βιομηχανοποιημένο ψωμί όσο και η αγορά για παξιμάδια και μπισκότα εμφανίζουν συγκέντρωση και ιδίως η αγορά των μπισκότων, αλλά σύμφωνα με τις ενδείξεις επικρατεί ανταγωνισμός.

Τα τελευταία χρόνια σημαντικές εξελίξεις σημαδεύουν τους δύο υποκλάδους, οι οποίες αναμένεται να είναι καθοριστικές για τον ανταγωνισμό. Η πρώτη εξέλιξη είναι η είσοδος των αλυσίδων σούπερ μάρκετ στην παραγωγή, με τη διάθεση προϊόντων ψωμιού και μπισκότων με δικό τους εμπορικό σήμα ή «ιδιωτική ετικέτα» (private label), τα οποία κερδίζουν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς.

Η δεύτερη εξέλιξη αφορά την αρτοποιία και είναι η εμφάνιση της διαδικασίας του «bake off», δηλαδή η ολοκλήρωση του ψησίματος κατεψυγμένης ζύμης στο σημείο πώλησης (που στην ελληνική περίπτωση είναι συνήθως το σούπερ μάρκετ) η οποία έχει παραχθεί από τις αρτοβιομηχανίες. Οι σύλλογοι των αρτοποιών αντιστέκονται στη διαδικασία αυτή, καθώς εκτιμούν ότι τα προϊόντα του «bake off» θα μειώσουν το δικό τους μερίδιο της αγοράς και έχουν κινητοποιηθεί υπέρ θεσμικών ρυθμίσεων που καθιστούν τη διαδικασία ασύμφορη για τις αρτοβιομηχανίες, όπως της ρύθμισης που αφορά το ελάχιστο εμβαδόν που απαιτείται στο σημείο πώλησης για την ολοκλήρωση της διαδικασίας. Έχουν κινητοποιηθεί ταυτόχρονα και οι συλλογικοί φορείς των αρτοβιομηχανικών επιχειρήσεων και προσέφυγαν στα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής διεκδικώντας την άρση του σχετικού ρυθμιστικού πλαισίου καθώς, όπως υποστηρίζουν, εμποδίζει τον ανταγωνισμό. Έκτοτε η Ε.Ε. έχει ασκήσει πίεση στο ελληνικό κράτος για την άρση των περιορισμών που θέτει το θεσμικό πλαίσιο.

Θεωρείται συνεπώς καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση του ανταγωνισμού στον κλάδο τυχόν αναμόρφωση στο θεσμικό πλαίσιο που ρυθμίζει τη διαδικασία του «bake off». Επιπλέον, η παρούσα συγκυρία της οικονομικής ύφεσης ενδέχεται να ενισχύσει τάσεις που ήδη διαφαίνονται στην αγορά, επηρεάζοντας τα μερίδια της αγοράς που θα ελέγχουν οι τρεις επιμέρους φορείς της παραγωγής –οι βιοτέχνες αρτοποιοί της γειτονιάς, οι αρτοβιομηχανικές επιχειρήσεις και οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ– εφόσον στρέψει το κοινό προς τους φορείς που προσφέρουν σχετικά φθηνότερα προϊόντα.

7.1. Εισαγωγή

7.1.1. Οριοθέτηση του κλάδου και σχετικά μεθοδολογικά ζητήματα

Σύμφωνα με τους νέους κωδικούς οικονομικών δραστηριοτήτων, οι οποίοι υιοθετήθηκαν το 2008 από την ΕΣΥΕ, ο κλάδος 10.7 αντιστοιχεί στην «παραγωγή ειδών αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων». Ο κλάδος αυτός διαχωρίζεται σε τρεις υποκλάδους.

Ο υποκλάδος 10.71 αποτελείται από την αρτοποιία και την παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής. Πιο συγκεκριμένα, συμπεριλαμβάνει 1) την παραγωγή φρέσκου ψωμιού, τυροπιτών, σάντουιτς και παρόμοιων ειδών, 2) την παραγωγή ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων και 3) τις εργασίες

υπεργολαβίας στο πλαίσιο της διαδικασίας παραγωγής νωπού ή κατεψυγμένου ψωμιού, ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων. Πρέπει να σημειωθεί ότι στην προηγούμενη κατάταξη που χρησιμοποιήθηκε από την ΕΣΥΕ (ΣΤΑΚΟΔ 2003) δεν υπήρχε πρόβλεψη για την τελευταία δραστηριότητα και η εμφάνισή της στην κατάταξη του 2008 αντανακλά νέες εξελίξεις στον υποκλάδο και συγκεκριμένα την ανάδειξη της προαναφερόμενης διαδικασίας του «bake-off» ως αξιόλογης δραστηριότητας στον υποκλάδο.

Ο υποκλάδος 10.72 αντιστοιχεί στην παραγωγή παξιμαδιών και μπισκότων καθώς και στην παραγωγή διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής. Ειδικότερα, στον υποκλάδο αυτό συγκαταλέγονται 1) η παραγωγή τραγανού ψωμιού, παξιμαδιών, φρυγανισμένου ψωμιού και παρόμοιων φρυγανισμένων προϊόντων, η παραγωγή μελόψωμου και παρόμοιων ειδών, γλυκών μπισκότων, βαφλών (γκοφρών) και γκοφρετών, η παραγωγή λουκουμάδων και συναφών ειδών, η παραγωγή άλλων ξηρών ή διατηρούμενων ειδών αρτοποιίας (όπως κουλουριών, πιτών, φύλλων κρούστας ή κανταΐφιού) και 2) οι εργασίες υπεργολαβίας στο πλαίσιο της διαδικασίας παρασκευής παξιμαδιών και μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής και γλυκισμάτων. Όπως και στην περίπτωση του υποκλάδου 10.71, η τελευταία δραστηριότητα πρόκειται για νέα προσθήκη στις κατηγορίες προϊόντων του υποκλάδου.

Τέλος, ο υποκλάδος 10.73 συμπεριλαμβάνει την παραγωγή των ζυμαρικών, δηλαδή των μακαρονιών, λαζανιών, κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών. Εκτός από τα προϊόντα αυτά, στον υποκλάδο συμπεριλαμβάνονται και δραστηριότητες υπεργολαβίας στο πλαίσιο της διαδικασίας παραγωγής μακαρονιών, ρυζομακάρονων (noodles), κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών προϊόντων, όπως και στους προηγούμενους υπόκλαδους.

Διάφορα ζητήματα μεθοδολογικά και ουσιαστικά τίθενται αναφορικά με το εγχείρημα της ανάλυσης του ανταγωνισμού που χαρακτηρίζει το συγκεκριμένο κλάδο, με την αξιοποίηση των στοιχείων των επιχειρήσεων που δημοσιεύουν ισολογισμούς. Οι βάσεις δεδομένων που στηρίζονται στους δημοσιευμένους ισολογισμούς και χρησιμοποιούνται από διάφορους φορείς ή επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κλαδικές αναλύσεις, είναι οργανωμένες στο τετραψήφιο κλαδικό επίπεδο, με την κατάταξη όλων των επιχειρήσεων οι οποίες δημοσιεύουν ισολογισμούς σε έναν και μοναδικό τετραψήφιο υποκλάδο δραστηριότητας. Στη συνέχεια αναφέρονται ορισμένα από τα προβλήματα που προκύπτουν για την ανάλυση του ανταγωνισμού στο συγκεκριμένο κλάδο με την αξιοποίηση των στοιχείων αυτών.

Πρώτο θέμα είναι ο ορισμός της «σχετικής αγοράς», ο οποίος επηρεάζει τα συμπεράσματα που προκύπτουν από μια ανάλυση για την έκταση του ανταγωνισμού σε κάποιο κλάδο. Με τον ορισμό αυτό προσδιορίζονται τα ανταγωνιστικά προϊόντα και η γεωγραφική περιοχή στην οποία πραγματοποιείται ο ανταγωνισμός και διαμορφώνονται ανάλογα οι τιμές των προϊόντων αυτών (Βέττας και Κατσουλάκος, 2004). Μια σχετική αγορά συμπεριλαμβάνει τα υπό εξέταση προϊόντα συν όλα τα προϊόντα που αποτελούν υποκατάστατα αυτών.

Θεωρείται ότι ένα προϊόν είναι υποκατάστατο από την πλευρά της ζήτησης για ένα άλλο προϊόν όταν μια αύξηση της τιμής του τελευταίου συνεπάγεται στροφή της ζήτησης προς το πρώτο. Παράλληλα, θεωρείται ότι ένα προϊόν είναι υποκατάστατο ενός άλλου από την πλευρά της προσφοράς εφόσον μια αύξηση στην τιμή του δεύτερου συνεπάγεται τη στροφή της παραγωγικής δυνατότητας επιχειρήσεων από το πρώτο στο δεύτερο.

Όπως γίνεται φανερό με την παραπάνω περιγραφή των προϊόντων που συμπεριλαμβάνονται στους δύο υποκλάδους, τόσο ο υποκλάδος 10.71 όσο και ο υποκλάδος 10.72 αντιστοιχούν σε επιμέρους σχετικές αγορές. Για παράδειγμα, το ψωμί, το οποίο ανήκει στον υποκλάδο 10.71, χαρακτηρίζεται από σχετικά ανελαστική ζήτηση, ενώ στον ίδιο υποκλάδο συγκαταλέγονται και τα νωπά είδη ζαχαροπλαστικής, τα οποία δεν είναι εύκολο να θεωρούνται υποκατάστατα του ψωμιού. Ταυτόχρονα, ο υποκλάδος 10.72 συμπεριλαμβάνει τόσο τις φρυγανιές όσο και τα μπισκότα, που δεν είναι εύκολο να θεωρούνται υποκατάστατα προϊόντα. Από την άποψη αυτή, η εξέταση του ανταγωνισμού στο επίπεδο των συγκεκριμένων τετραψήφιων υποκλάδων δεν είναι σκόπιμη, εφόσον ούτε ο ένας υποκλάδος ούτε ο άλλος δεν αντιστοιχεί σε μια «σχετική αγορά», αλλά μάλλον σε πολλαπλές σχετικές αγορές.

Αν όμως τα σύνορα της ανάλυσης που οριοθετούνται με την υιοθέτηση του τετραψήφιου κλαδικού επίπεδου φαίνονται υπερβολικά ευρέα, εφόσον συγκαταλέγονται έτσι περισσότερες από μια σχετική αγορά, είναι ταυτόχρονα υπερβολικά στενά από άλλη άποψη. Όπως προαναφέρθηκε, η κάθε επιχείρηση εμφανίζεται σε έναν και μόνο τετραψήφιο υποκλάδο, με αποτέλεσμα επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται σε περισσότερους υποκλάδους να μην εμφανίζονται σε κάποιους υποκλάδους στους οποίους ενδεχομένως κατέχουν βαρύνουσα θέση. Για παράδειγμα, σύμφωνα με εκτιμήσεις πρόσφατης έρευνας του ICAP (2007) για τα τυποποιημένα αρτοπαρασκευάσματα, η εταιρεία «Elbisco» (η οποία διαθέτει προϊόντα μεταξύ άλλων με το εμπορικό σήμα «Αλλατίνη» και απορρόφησε πρόσφατα την εταιρεία «Elite Αρτοβιομηχανία» όπως και την εταιρεία «Βοσινάκη») είχε το 2006 το 56-57% της αγοράς των συσκευασμένων φρυγανιών, ενώ σύμφωνα με κλαδική έρευνα του ICAP (2008), κατείχε το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς των μπισκότων. Ωστόσο, η συγκεκριμένη επιχείρηση δεν εμφανίζεται καθόλου στον υποκλάδο που αντιστοιχεί στις φρυγανιές και τα μπισκότα (10.72), αλλά μόνο στον υποκλάδο αρτοποιίας (10.71). Όπως σημειώνεται στην ίδια έκθεση (ICAP, 2008), οι μεγάλες επιχειρήσεις που κυριαρχούν στον υποκλάδο μπισκότων δραστηριοποιούνται και στην παραγωγή ή την εισαγωγή τυποποιημένων προϊόντων αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής. Συνεπώς, η εξέταση του κάθε υποκλάδου χωριστά θα οδηγούσε σε παραπλανητικά συμπεράσματα για τον ανταγωνισμό, εφόσον κορυφαίες εταιρείες του υποκλάδου θα απουσίαζαν από την ανάλυση. Πρέπει να σημειωθεί ακόμα ότι η κατάταξη κάθε επιχείρησης σε έναν και μόνο υποκλάδο έχει αποτέλεσμα ορισμένες επιχειρήσεις, οι οποίες πρωταγωνιστούν είτε στον έναν είτε στον άλλον υπό εξέταση υποκλάδο είτε και στους δύο, να μην

εμφανίζονται ούτε στον έναν ούτε στον άλλον από τους δύο υποκλάδους. Για παράδειγμα, κορυφαία εταιρεία στην παραγωγή τυποποιημένων κρουασάν, η «Chipita», απορροφήθηκε το 2006 από τη «Vivartia» και δεν εμφανίζεται πλέον ανάμεσα στις επιχειρήσεις του υποκλάδου 10.72, αν και συνεχίζει να καταλαμβάνει ηγετική θέση στα συγκεκριμένα προϊόντα.

Τρίτο ζήτημα, σχετικό με το προηγούμενο, είναι ότι τα στοιχεία που αφορούν την κάθε επιχείρηση δεν αναφέρονται αποκλειστικά στις δραστηριότητές της στο συγκεκριμένο υποκλάδο όπου εμφανίζεται, αλλά στις συνολικές της δραστηριότητες, οι οποίες συχνά αντιστοιχούν σε πολλαπλούς υποκλάδους. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι η επιχείρηση «Hellenic Quality Foods» εμφανίζεται στον υποκλάδο 10.72 ως δεύτερη μεγαλύτερη σε πωλήσεις, αλλά σύμφωνα με πληροφορίες είναι μόνο το 25% περίπου των πωλήσεων της επιχείρησης που αντιστοιχούν στον υποκλάδο 10.72 (όπου εμφανίζεται μεταξύ άλλων με το εμπορικό σήμα «Κανάκη»), ενώ το 75% περίπου των πωλήσεων αντιστοιχούν στον υποκλάδο των κρεάτων (όπου εμφανίζεται με το εμπορικό σήμα «Μιμίκος»). Δυστυχώς, δεν υπάρχουν τα στοιχεία που θα επέτρεπαν το διαχωρισμό των πωλήσεων σε επιμέρους αγορές.

Τέταρτο και εξαιρετικά σημαντικό ζήτημα που προκύπτει για την εκτίμηση της συγκέντρωσης και του ανταγωνισμού στην περίπτωση του υποκλάδου της αρτοποιίας είναι ότι πρόκειται για υποκλάδο ο οποίος κυριαρχείται από τη βιοτεχνική παραγωγή, και συγκεκριμένα, από τους αρτοποιούς με τους φούρνους της γειτονιάς, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων δεν δημοσιεύουν ισολογισμούς, ενώ οι επιχειρήσεις που εξετάζονται είναι ακριβώς εκείνες που δημοσιεύουν ισολογισμούς. Σε κάποιο, αν και πολύ μικρότερο, βαθμό ισχύει το ίδιο και για τον υποκλάδο της παραγωγής φρυγανιών και μπισκότων, εφόσον όπως έχει σημειωθεί (ICAP, 2008), χαρακτηριστικό της σχετικής ελληνικής αγοράς είναι η προτίμηση των καταναλωτών για προϊόντα όπως τα βουτήματα ή και μπισκότα σε μη τυποποιημένη μορφή, τα οποία κατασκευάζονται σε εργαστήρια αρτοποιείων και ζαχαροπλαστείων και στη συνέχεια διατίθενται στα αντίστοιχα μαγαζιά. Επομένως, μεγάλο μέρος της παραγωγής των προϊόντων των δύο υπό εξέταση υποκλάδων πραγματοποιείται πέραν από τα όρια των επιχειρήσεων που εξετάζονται εδώ.

Είναι ακριβώς το στοιχείο αυτό, της δυαδικής διάρθρωσης του υποκλάδου της αρτοποιίας και συγγενών προϊόντων, όπου ανταγωνίζονται μεγάλες βιομηχανικές μονάδες με βιοτεχνικές, που καθιστά ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα την εξέταση του συγκεκριμένου υποκλάδου. Μεγάλο μέρος όμως της ανάλυσης που ακολουθεί βασίζεται σε δεδομένα των επιχειρήσεων και συνεπώς θα πρέπει να εκλαμβάνεται ως ανάλυση της αγοράς τυποποιημένων ειδών των δύο υποκλάδων, τα οποία παράγουν οι μεγάλες ή και μεσαίες επιχειρήσεις.

Εστιάζοντας τώρα στη διεξαγωγή ανάλυσης υπό το πρίσμα των ζητημάτων που αναφέρθηκαν προηγουμένως, θεωρήθηκε σκόπιμο να εξεταστούν οι δύο υποκλάδοι 10.71 και 10.72 ενιαία παρά χωριστά, επειδή αρκετές αν όχι οι περισσότερες από τις μεγάλες επιχειρήσεις των υποκλάδων αυτών παράγουν

προϊόντα που αντιστοιχούν και στους δύο υποκλάδους ενώ εμφανίζονται μόνο στα δεδομένα σε σχέση με έναν υποκλάδο, με αποτέλεσμα να απουσιάζουν ορισμένοι πρωταγωνιστές ενός υποκλάδου κατά την ανάλυσή του.

Λαμβάνοντας υπόψη τα προηγούμενα, είναι επόμενο ότι η εικόνα για τον ανταγωνισμό που προκύπτει από τις αναλύσεις που στηρίζονται στις επιχειρήσεις και παρουσιάζονται στο παρόν κείμενο, θα μπορούσε να θεωρείται ότι δεν αντιστοιχεί πλήρως στην πραγματικότητα. Τούτο διότι, μεταξύ άλλων, ενοποιούνται αγορές όπου λίγες επιχειρήσεις μπορεί να έχουν δεσπόζουσα θέση σε ορισμένες από αυτές (π.χ. του άρτου, των παξιμαδιών, των μπισκότων), με αποτέλεσμα μάλλον να υποεκτιμάται η συγκέντρωση στον κλάδο, και διότι τα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων ορισμένες φορές αφορούν δραστηριότητες και σε άλλους υποκλάδους, με αποτέλεσμα, αντίθετα, μάλλον να υπερεκτιμάται η συγκέντρωση στον υπό εξέταση κλάδο. Σε υπερεκτίμηση της συγκέντρωσης συμβάλλει βέβαια και το γεγονός ότι απουσιάζει από την ανάλυση η βιοτεχνική παραγωγή ή, ακριβέστερα, οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν δημοσιεύουν ισολογισμούς. Συνεπώς, ο αναγνώστης θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τους παραπάνω περιορισμούς που διέπουν την ανάλυση που ακολουθεί, διατηρώντας επιφυλάξεις ως προς τα συμπεράσματα που διατυπώνονται για τους συγκεκριμένους κλάδους. Ταυτόχρονα πρέπει να τονιστεί ότι τα συγκεκριμένα στοιχεία είναι τα μοναδικά διαθέσιμα και η αξιοποίησή τους μπορεί να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για τον ανταγωνισμού κάποιου κλάδου.

7.1.2. Βασικά μεγέθη του κλάδου

Τα προϊόντα των δύο υποκλάδων τροφίμων που εξετάζονται εδώ έχουν ιδιαίτερο βάρος για την ελληνική οικονομία, εφόσον περιλαμβάνουν πρώτα απ' όλα, το ψωμί, το οποίο αποτελεί βασικό στοιχείο της καθημερινής διατροφής του πληθυσμού της χώρας. Ενδεικτικά, ανάμεσα στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), η Ελλάδα κατατάσσεται στις πρώτες θέσεις όσον αφορά την κατανάλωση του ψωμιού (ICAP, 2007). Ταυτόχρονα όμως, συγκαταλέγονται στα προϊόντα των δύο υποκλάδων και άλλα τρόφιμα που κατέχουν σημαντική θέση στις καταναλωτικές συνήθειες της χώρας.

Τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας αφορούν το έτος 2007. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας (Πίνακας 7.1), η ακαθάριστη αξία της παραγωγής της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής ανήλθε το 2007 σε 245 εκατ. Ευρώ και η προστιθέμενη άξια σε 132 εκατ. Ευρώ. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τον υποκλάδο παραγωγής φρυγανιών και μπισκότων κλπ. το 2007 ήταν 509 και 301 εκατ. Ευρώ.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, ο υποκλάδος παραγωγής φρυγανιών και μπισκότων παρουσιάζει διπλάσια περίπου ακαθάριστη αξία παραγωγής σε σχέση με τον υπόκλαδο αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής. Ωστόσο, τα στοιχεία της Έρευνας βιομηχανίας αφορούν βιομηχανικά καταστήματα τα οποία απασχολούν 10 ή περισσότερα άτομα, ενώ βασικό χαρακτηριστικό του υποκλάδου της αρτοποιίας είναι ότι υπάρχει τεράστιο

πλήθος μικρών επιχειρήσεων, και συγκεκριμένα οι λεγόμενοι φούρνοι της γειτονιάς, οι οποίοι πραγματοποιούν «βιοτεχνική αρτοποιία» και συνήθως απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι, σύμφωνα με την Ομοσπονδία Αρτοποιών Ελλάδας, λειτουργούσαν στη χώρα το 2008 περίπου 14.400 βιοτεχνικά αρτοποιεία, ενώ οι άμεσα απασχολούμενοι ήταν 67.000 (*Ο αρτοποιός* 29.10.08). Από την άλλη πλευρά, στην Έρευνα Βιομηχανίας του 2007, που αφορά επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν 10 ή περισσότερα άτομα, ο αριθμός των βιομηχανικών καταστημάτων του υποκλάδου 158.1 ήταν 94. Συνεπώς, τα οικονομικά μεγέθη που εμφανίζονται στην Έρευνα Βιομηχανίας δεν καλύπτουν μεγάλο μέρος της παραγωγής του συγκεκριμένου υποκλάδου.

Οι δύο υπό εξέταση υποκλάδοι είναι πολύ σημαντικοί για την ελληνική οικονομία και από άποψη απασχόλησης. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat (Πίνακας 7.1), τα οποία δεν περιορίζονται σε επιχειρήσεις με 10 ή περισσότερους απασχολούμενους, το 2007 ο υπόκλαδος αρτοποιίας είχε 24.100 περίπου απασχολούμενους, οι οποίοι αποτελούσαν το εντυπωσιακό 27,4% όλων των απασχολουμένων του κλάδου τροφίμων και ποτών το συγκεκριμένο έτος. Οι απασχολούμενοι του υποκλάδου φρυγανιών, μπισκότων κλπ. το 2007 ήταν 7.581.

7.1.3. Εξελίξεις του κλάδου

Η ακαθάριστη αξία της παραγωγής του υποκλάδου αρτοποιίας παρουσίασε αξιόλογη αύξηση από το 2002. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας, σημείωσε αύξηση από 151,7 εκατ. Ευρώ το 2002 στα 244,7 εκατ. Ευρώ το 2007. Πρέπει πάντα να ληφθεί υπόψη, όπως ήδη τονίστηκε, ότι τα στοιχεία της έρευνας αυτής αφορούν καταστήματα με 10 ή περισσότερους απασχολούμενους, με συνέπεια να μείνει απέξω μεγάλο μέρος του κλάδου, που αντιστοιχεί στους μικρούς φούρνους της γειτονιάς. Όσον αφορά την εξέλιξη της προστιθέμενης αξίας της αρτοποιίας, παρουσίασε ανοδική πορεία και αυτή. Ειδικότερα από τα 77,4 εκατ. Ευρώ το 2002 έφτασε τα 132,3 το 2007. Ως προς τις επενδύσεις, σημειώνονται έντονες διακυμάνσεις διαχρονικά. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος των ετήσιων επενδύσεων για το διάστημα 2002-2007 ήταν 24,3 εκατ. Ευρώ, με το έτος 2006 να παρουσιάζει το μεγαλύτερο ετήσιο σύνολο, 34,4 εκατ. Ευρώ.

Ανοδική πορεία διέγραψε το διάστημα 2002-2007 και ο υποκλάδος παραγωγής φρυγανιών, μπισκότων κλπ. Η ακαθάριστη αξία της παραγωγής του ήταν 366,1 εκατ. Ευρώ το 2002, ενώ το 2007 ανήλθε στα 508,9 εκατ. Ευρώ. Αναφορικά με την προστιθέμενη αξία, παρατηρείται ότι αυξήθηκε από τα 201,8 εκατ. Ευρώ το 2002 στα 301,3 εκατ. Ευρώ το 2007. Ο μέσος όρος των ετήσιων επενδύσεων το ίδιο χρονικό διάστημα ήταν 28,1 εκατ. Ευρώ, με ιδιαίτερα μεγάλο ποσό επενδύσεων το 2002, και συγκεκριμένα 53,8 εκατ. Ευρώ, ενώ το 2007 ανήλθαν σε 21,8 εκατ. Ευρώ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.1
Βασικά μεγέθη, 2002-2007

Μεταβλητή	Πηγή	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Αρτοποιία και παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής							
Ακαθάριστη αξία παραγωγής (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	151,7	164,2	164,7	160,3	232,0	244,7
Προστιθέμενη αξία (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	77,4	84,8	86,8	83,0	125,2	132,3
Επενδύσεις (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	22,4	24,3	22,9	18,3	34,4	23,3
Απασχόληση (άτομα)	Έρευνα Βιομηχανίας	3.142	3.244	3.068	2.791	3.933	3.958
Απασχόληση (άτομα)	Eurostat		20.410	21.046	22.344	23.287	24.109
Παραγωγή φρυγανιών, μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής							
Ακαθάριστη αξία παραγωγής (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	366,1	314,0	330,0	372,2	409,3	508,9
Προστιθέμενη αξία (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	201,8	171,8	188,8	233,4	256,3	301,3
Επενδύσεις (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	53,9	27,1	24,7	26,1	15,3	21,8
Απασχόληση (άτομα)	Έρευνα Βιομηχανίας	5.152	4.891	4.828	5.075	5.312	5.961
Απασχόληση (άτομα)	Eurostat		6.263	6.505	6.821	6.965	7.581
Αρτοποιία και παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής και Παραγωγή φρυγανιών, μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής							
Ακαθάριστη αξία παραγωγής (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	517,8	478,2	494,7	532,6	641,3	753,7
Προστιθέμενη αξία (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	279,2	256,6	275,6	316,4	381,5	433,6
Επενδύσεις (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	76,3	51,3	47,6	44,4	49,6	45,1
Απασχόληση (άτομα)	Έρευνα Βιομηχανίας	8.294	8.135	7.896	7.866	9.245	9.919
Απασχόληση (άτομα)	Eurostat		26.673	27.551	29.165	30.252	31.690
Παραγωγή (εκατ. €)	Eurostat		1.877,0	1.968,1	1.998,0	2.444,6	2.289,0
Εξαγωγές (εκατ. €)	Eurostat		83,7	60,9	65,0	68,1	80,2
Εισαγωγές (εκατ. €)	Eurostat		82,0	95,1	103,5	107,8	111,8
Κατανάλωση (Φαινομενική)	Εκτίμηση		1.875,3	1.989,2	2.028,1	2.480,0	2.316,6
% Μεταβολής κατανάλωσης	Εκτίμηση			0,06	0,02	0,22	-0,07

Όσον αφορά την εξέλιξη της απασχόλησης, διαπιστώνεται αύξηση στον αριθμό των απασχολουμένων και στους δύο υποκλάδους, αλλά όχι ιδιαίτερα μεγάλη. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat (Πίνακας 7.1), οι απασχολούμενοι στην αρτοποιία έφτασαν από 20.410 το 2003 στους 24.109 το 2007, ενώ στον άλλο υποκλάδο από 6.263 στους 7.581 το 2007.

7.2. Προσφορά, ζήτηση και προοπτικές του κλάδου

7.2.1. Προσφορά

Η σύγκριση των στοιχείων απασχόλησης του υποκλάδου που βασίζονται στην Έρευνα Βιομηχανίας του 2007 με στοιχεία της Eurostat του ίδιου έτους για την απασχόληση, προσφέρει ενδείξεις της διάρθρωσης αυτής, με την ιδιαίτερα σημαντική παρουσία μικρών παραγωγών. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας για την απασχόληση στα καταστήματα με 10 ή περισσότερους απασχολούμενους, το 2007 ήταν 3.958 οι απασχολούμενοι στον υποκλάδο αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής, οι οποίοι αποτελούσαν το 7,5% του συνόλου των απασχολουμένων του κλάδου τροφίμων και ποτών. Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, τα οποία δεν περιορίζονται στα καταστήματα με 10 ή περισσότερους απασχολούμενους, ήταν 24.109 οι απασχολούμενοι του υποκλάδου αρτοποιίας. Η απόκλιση ανάμεσα στα δύο ποσοστά αυτά αναδεικνύει τη διαφοροποίηση της δομής του υποκλάδου αρτοποιίας από εκείνη άλλων υποκλάδων του κλάδου των τροφίμων και ποτών. Συγκεκριμένα, ξεχωρίζει η αρτοποιία λόγω του έντονου διχοτομικού της χαρακτήρα, με τη συνύπαρξη μεγάλων μονάδων μαζί με μεγάλο πλήθος μικρών παραγωγών. Μάλιστα, όπως θα φανεί στη συνέχεια κατά την εξέταση των στοιχείων των πωλήσεων που αντιστοιχούν στις επιχειρήσεις που δημοσιεύουν ισολογισμούς, υπάρχει έντονη συγκέντρωση της παραγωγής των βιομηχανικών μονάδων του υποκλάδου, ενισχύοντας έτσι ακόμα περισσότερο την εικόνα δυαδικής διάρθρωσης της αρτοποιίας.

Αντίθετα με την περίπτωση της αρτοποιίας, ο υποκλάδος της παραγωγής φρυγανιών, μπισκότων και άλλων διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής, δεν παρουσιάζει παρόμοια δομή διχοτομική, όπου μικροί παραγωγοί έχουν ιδιαίτερο βάρος. Το 2007, οι απασχολούμενοι στην παραγωγή φρυγανιών, μπισκότων, κλπ. ήταν σύμφωνα με την Έρευνα Βιομηχανίας 5.961, ή το 11,2% του συνόλου των απασχολουμένων στα καταστήματα βιομηχανίας τροφίμων και ποτών με 10 ή περισσότερους εργαζόμενους, ενώ σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat για την απασχόληση, ήταν 7.581 οι απασχολούμενοι στον υπόκλαδο, οι οποίοι αποτελούσαν το 8,6% του συνόλου των απασχολουμένων στον κλάδο τροφίμων και ποτών.

Συμπερασματικά, βασικό χαρακτηριστικό του υποκλάδου αρτοποιίας είναι η διχοτομική της διάρθρωση, όπου ανταγωνίζεται η λεγόμενη βιοτεχνική αρτοποιία που πραγματοποιείται από μικρούς παραγωγούς, με μεγάλες βιομηχανικές μονάδες οι οποίες παράγουν τυποποιημένα προϊόντα. Όπως θα

δούμε σε επόμενο μέρος του κεφαλαίου, είναι ακριβώς οι συντελεστές αυτής της διχοτομικής δομής οι οποίοι βρίσκονται αντιμέτωποι στη διαμάχη για το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τον υποκλάδο, η έκβαση της οποίας θα έχει καθοριστικές επιπτώσεις για τα σχετικά μερίδια της αγοράς που θα ελέγχουν. Το μήλο της έριδος της διένεξης των μεγάλων βιομηχανικών μονάδων και των αρτοποιών της γειτονιάς είναι η αγορά του φρέσκου ψωμιού.

Ενώ οι μικροί αρτοποιοί της γειτονιάς επικεντρώνονται στην παραγωγή φρέσκου ψωμιού, αν και κατασκευάζουν και άλλα προϊόντα που πωλούν παράλληλα με το ψωμί, το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων των μεγάλων μονάδων του υποκλάδου αντιστοιχούν σε ποικιλία προϊόντων. Το ψωμί για τοστ είναι το σημαντικότερο προϊόν για τις μεγάλες αρτοποιητικές μονάδες. Ειδικότερα, υπολογίζεται ότι το 59% της εγχώριας κατανάλωσης βιομηχανοποιημένου ψωμιού το 2006 αντιστοιχούσε στο ψωμί για τοστ (ICAP, 2007). Ακολουθεί, με 29%, το συσκευασμένο ψωμί σε μορφή φραντζόλας ή καρβελιού, το μεγαλύτερο μέρος του οποίου διατίθεται μέσω σούπερ μάρκετ. Άλλα προϊόντα με μικρότερα ποσοστά είναι το βιομηχανοποιημένο ψωμί τύπου Γερμανίας και τέλος τα αρτίδια-rolls για hamburgers και sandwiches, με την καθεμία από τις δύο κατηγορίες αυτές να αντιστοιχεί στο 6% της εγχώριας κατανάλωσης του βιομηχανοποιημένου ψωμιού.

Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη του ICAP (2007) για τα τυποποιημένα αρτοπαρασκευάσματα, η παραγωγή των προϊόντων αυτών πραγματοποιείται από μικρό αριθμό επιχειρήσεων πολύ μεγάλου μεγέθους. Υπάρχουν και μικρότερες (μεσαίες) επιχειρήσεις αλλά ασχολούνται κυρίως με αγορές τοπικής παρά εθνικής εμβέλειας. Παρατηρείται έντονος ανταγωνισμός ανάμεσα στις μεγάλες βιομηχανικές μονάδες, οι οποίες ελέγχουν σημαντικά μερίδια της αγοράς. Οι στρατηγικές που υιοθετούνται για τη διατήρηση ή την αύξηση των μεριδίων της αγοράς που κατέχουν συμπεριλαμβάνουν την ανάπτυξη του φάσματος των προσφερομένων προϊόντων και τη διαφοροποίησή τους από εκείνα των ανταγωνιστών τους. Όπως σημειώνεται (ICAP, 2007), το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλο φάσμα υποκατάστατων προϊόντων εντείνει τον ανταγωνισμό ακόμα περισσότερο. Οι επιχειρήσεις πραγματοποιούν σημαντικές δαπάνες για τη διαφήμιση. Ειδικότερα, για το χρονικό διάστημα 2002-2006, υπολογίστηκε (ICAP, 2007) ότι οι σχετικές δαπάνες αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 27,7%, ξεπερνώντας τα 4 εκατ. Ευρώ το 2006.

Νέος εισερχόμενος ανταγωνιστής στην παραγωγή της αρτοποιίας και των αρτοπαρασκευασμάτων είναι οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ, οι οποίες διαθέτουν πλέον προϊόντα με τα δικά τους εμπορικά σήματα ή «ιδιωτική ετικέτα» (private label). Τα προϊόντα αυτά παράγονται για λογαριασμό τους από τρίτες εταιρείες. Οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ οι οποίες μπήκαν πρώτα στην παραγωγή ήταν τα καταστήματα «discount» αλλά γρήγορα ακολούθησαν άλλες αλυσίδες, όπως το «Carrefour-Μαρινόπουλος».

Ο υποκλάδος της παραγωγής παξιμαδιών και μπισκότων χαρακτηρίζεται και αυτός από την παρουσία λίγων, μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεων οι οποίες

ελέγχουν σημαντικά μερίδια της αγοράς, αν και υπάρχουν αρκετές μικρότερες επιχειρήσεις οι οποίες επικεντρώνονται σε τοπικές αγορές (ICAP, 2008). Στην περίπτωση των παξιμαδιών και μπισκότων όμως, όπως θα δούμε, η συγκέντρωση της παραγωγής σε λίγες μόνο μονάδες είναι ακόμα εντονότερη. Όπως ήδη επισημάνθηκε, σε σχέση με την περίπτωση της αρτοποιίας, δεν υπάρχει αντίστοιχο τεράστιο πλήθος βιοτεχνικών μονάδων, αν και μικρά εργαστήρια αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής συχνά παράγουν και μπισκότα και παρόμοια προϊόντα.

Στην περίπτωση του υποκλάδου παξιμαδιών και μπισκότων, παρατηρείται και μεγάλη εισαγωγική δραστηριότητα από άλλες χώρες, με αποτέλεσμα να εντείνεται ακόμα περισσότερο ο ανταγωνισμός. Οι δαπάνες για διαφήμιση αυξήθηκαν ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Μόνο για την προώθηση των μπισκότων εκτιμάται (ICAP, 2008) ότι ξοδεύτηκαν 6,5 εκατ. Ευρώ το 2007, σημειώνοντας 49,6% αύξηση από το 2006. Περισσότερο από το 90% των διαφημίσεων εμφανίστηκαν στην τηλεόραση. Για τη διάθεση των προϊόντων τους, οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν ιδιαίτερα ανεπτυγμένα κανάλια διανομής, όχι μόνο προς τα σούπερ μάρκετ αλλά και προς τα περίπτερα και καταστήματα ψιλικών.

Πρέπει να σημειωθεί ότι και στην περίπτωση του υποκλάδου παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων κλπ., νέα εξέλιξη αναφορικά με την προσφορά είναι η παραγωγή και διάθεση από τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας».

7.2.2. Ζήτηση

Το ψωμί είναι βασικό είδος στη διατροφή των Ελλήνων και χαρακτηρίζεται από σχετικά ανελαστική ζήτηση, αν και σε κάποιο βαθμό οι φρυγανιές και τα παξιμάδια αποτελούν υποκατάστατα του ψωμιού (ΙΟΒΕ, 2002). Τα υπόλοιπα προϊόντα των δύο υπό εξέταση υποκλάδων παρουσιάζουν περισσότερη ελαστικότητα ως προς την τιμή. Εφόσον τα προϊόντα αυτά είναι παρόμοια μεταξύ τους, η αυξανομένη ζήτηση του ενός επηρεάζει τη ζήτηση του άλλου (ICAP, 2008). Σύμφωνα με εκτιμήσεις (Πίνακας 7.1), η φαινομενική κατανάλωση των προϊόντων των δύο κλάδων ήταν αξίας 5.3 δισεκατ. Ευρώ το 2007. Τα σχετικά στοιχεία για το διάστημα 2002-2007 παρουσιάζουν αξιοπρόσεχτες διακυμάνσεις.

Ως προς τις μηνιαίες δαπάνες που πραγματοποιούν τα νοικοκυριά για τα σχετικά προϊόντα, με βάση τα στοιχεία της ΕΣΥΕ από την Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών του 2004-2005, προκύπτει ότι αφιέρωσαν για ψωμί, άγλυκα είδη αρτοποιίας και γλυκά είδη αρτοποιίας 27,8 Ευρώ το μήνα ή το 9,6% του συνολικού τους προϋπολογισμού για είδη διατροφής. Το μεγαλύτερο μέρος του ποσού αυτού, και συγκεκριμένα, τα 16,3 Ευρώ, ξοδεύτηκε για άσπρο ψωμί, ενώ διατέθηκαν 3,85 Ευρώ για τα γλυκά είδη αρτοποιίας και 3,52 Ευρώ για τα άγλυκα είδη αρτοποιίας. Οι αγροτικές περιοχές σε σχέση με τις αστικές εμφάνισαν μεγαλύτερες δαπάνες για τα είδη αυτά και ιδίως για το άσπρο

ψωμί, ενώ μικρότερες δαπάνες για τα γλυκά και άγλυκα είδη αρτοποιίας. Σημειώνεται ότι οι διαφορετικές κατηγορίες τροφίμων που χρησιμοποιήθηκαν στην Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών του 1999 και του 2004-5 δυσχεραίνουν τη σύγκριση των δαπανών στις δύο χρονικές περιόδους και τη διαπίστωση σχετικών τάσεων.

Η ζήτηση για τα προϊόντα των υπό εξέταση υποκλάδων επηρεάζεται από την τιμή τους καθώς και από το διαθέσιμο εισόδημα. Ωστόσο, το ψωμί χαρακτηρίζεται από σχετικά ανελαστική ζήτηση, εφόσον συνιστά βασικό είδος διατροφής στο ελληνικό διαιτολόγιο. Πρέπει να σημειωθεί ότι η μετανάστευση μεγάλης κλίμακας που πραγματοποιήθηκε προς την Ελλάδα την τελευταία εικοσαετία θεωρείται ότι συνέβαλε σημαντικά στη ζήτηση για το ψωμί. Το μεγαλύτερο μέρος των παλιννοστούντων ομογενών και των άλλων μεταναστών μη ελληνικής καταγωγής που έφτασαν στην Ελλάδα ήταν από χώρες προέλευσης της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης όπου το ψωμί αποτελεί βασικό στοιχείο διατροφής, αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγάλη αύξηση στις μεταναστευτικές εισροές από χώρες της Ασίας και της Αφρικής, όπου το ψωμί δεν αποτελεί κεντρικό στοιχείο του διαιτολογίου.

Δεν παρατηρείται ιδιαίτερη εποχικότητα της ζήτησης για τα εξεταζόμενα προϊόντα. Ωστόσο, η ζήτηση για τα προϊόντα αρτοποιίας επηρεάζεται σε κάποιο βαθμό από την τουριστική κίνηση (ICAP, 2007), η οποία κορυφώνεται τους καλοκαιρινούς μήνες. Από την άλλη πλευρά, η ζήτηση για τα μπισκότα και άλλα προϊόντα που θεωρούνται «κολατσιό» για το αγοραστικό τους κοινό, αυξάνεται το φθινόπωρο και το χειμώνα, όταν είναι ανοιχτά τα σχολεία (ICAP, 2008).

7.2.3. Προοπτικές του κλάδου

Οι προοπτικές του κλάδου εξαρτώνται μεταξύ άλλων από την ανάπτυξη νέων προϊόντων και τη διεύρυνση της ποικιλίας των ειδών που προσφέρονται στην αγορά. Ανάμεσα στα σχετικά πρόσφατα επιτυχή παραδείγματα εισαγωγής νέων προϊόντων από εγχώριες βιομηχανίες του κλάδου είναι εκείνο του ψωμιού για τοστ χωρίς κόρα, η εμφάνιση του οποίου φαίνεται ότι οδήγησε πριν από λίγα χρόνια σε αξιόλογη αύξηση στη συνολική εγχώρια κατανάλωση του ψωμιού για τοστ (ICAP, 2007). Στα σχετικά επιτυχή παραδείγματα συγκαταλέγεται και η παραγωγή και διάθεση τυποποιημένων κρουασάν από ελληνική βιομηχανία. Η συγκεκριμένη επιχείρηση όχι μόνο άνοιξε νέα εγχώρια αγορά, αλλά στη συνέχεια σημείωσε τεράστια επιτυχία στις εξαγωγές αυτού του προϊόντος.

Μεταξύ των κατευθύνσεων που ενδείκνυνται για την ανάπτυξη νέων προϊόντων είναι εκείνη της υγιεινής διατροφής. Η στροφή αξιόλογου μέρους του καταναλωτικού κοινού προς υγιεινά προϊόντα είναι βέβαια διεθνής τάση, η οποία διακρίνεται και στην περίπτωση της Ελλάδας εδώ και πολλά χρόνια και αναμένεται να ενισχυθεί και άλλο.

Εκτιμάται ότι η ζήτηση για αρκετά από τα υπό εξέταση προϊόντα έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια λόγω της όλο και μεγαλύτερης σημασίας που

αποδίδεται από το καταναλωτικό κοινό στην υγιεινή διατροφή (ICAP, 2007˙ ICAP, 2008). Η αναγνώριση του προβλήματος της παιδικής παχυσαρκίας από τους γονείς επίσης θεωρείται ότι έχει περιορίσει τη ζήτηση ορισμένων προϊόντων. Οι επιχειρήσεις του κλάδου προσπαθούν να αντισταθμίσουν τις τάσεις αυτές με στροφή προς πιο υγιεινά προϊόντα που χαρακτηρίζονται από λιγότερα λίπη, ζάχαρη ή και αλάτι, ενώ περιέχουν περισσότερες φυτικές ίνες ή άλλα στοιχεία που θεωρούνται ευεργετικά για την υγεία.

Στη σημερινή συγκυρία, που χαρακτηρίζεται από την οικονομική ύφεση, τον περιορισμό των εισοδημάτων μεγάλου τμήματος του πληθυσμού και την αύξηση των φόρων, προβλέπεται ότι θα συρρικνωθεί η κατανάλωση σε αρκετούς τομείς. Οι δύο υπό εξέταση υποκλάδοι είναι από εκείνους που προβλέπεται να πληγούν λιγότερο από την ύφεση. Όπως ήδη αναφέρθηκε, το ψωμί θεωρείται βασικό είδος στη διατροφή των Ελλήνων και χαρακτηρίζεται από σχετικά ανελαστική ζήτηση, ενώ πολλά από τα άλλα προϊόντα των δύο υποκλάδων, όπως για παράδειγμα τα παξιμάδια και τα μπισκότα, θεωρούνται ότι προσφέρουν αρκετή θρεπτική αξία και αρκετές θερμίδες σε σχέση με την τιμή τους. Πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι, όπως θα φανεί σε επόμενο μέρος του κεφαλαίου αυτού, η σημερινή οικονομική συγκυρία ενδέχεται να έχει σοβαρή επίδραση στον ανταγωνισμό στον κλάδο και ιδίως στα μερίδια της αγοράς που θα μοιράζονται ανάμεσα στις αρτοβιομηχανίες, τους βιοτέχνες αρτοποιούς και τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ που παράγουν και διαθέτουν προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας».

Τέλος, άλλοι σημαντικοί παράγοντες οι οποίοι διαμορφώνουν τις προοπτικές του κλάδου συνολικά είναι ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός με τα εισαγόμενα προϊόντα και οι επιδόσεις στον τομέα των εξαγωγών. Όπως θα φανεί στη συνέχεια, το σύνολο των δύο υπό εξέταση υποκλάδων χαρακτηρίζεται από όλο και μεγαλύτερη διείσδυση εισαγωγών, ενώ παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια φθίνουσα πορεία στις εξαγωγικές επιδόσεις.

7.3. Διεθνές εμπόριο

Τα στοιχεία για το διεθνές εμπόριο που αναλύονται στη συνέχεια προέρχονται από τη βάση δεδομένων της Eurostat για το εξωτερικό εμπόριο για τον υποκλάδο 1905, που συμπεριλαμβάνει «προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας, έστω και με προσθήκη κακάου».

7.3.1. Εισαγωγές

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 7.2, οι εισαγωγές στη χώρα προϊόντων που ανήκουν στους δύο υπό εξέταση υποκλάδους παρουσιάζουν συνεχή αύξηση την τελευταία δεκαετία. Ειδικότερα, η αξία των εισαγωγών υπερδιπλασιάστηκε, ξεκινώντας από τα 53 εκατ. Ευρώ το 1999 και φθάνοντας τα 127 εκατ. Ευρώ το 2008. Όσον αφορά τις πηγές των εισαγωγών αυτών, παρατηρείται ότι σε συντριπτικό ποσοστό προέρχονται από χώρες-μέλη της ΕΕ. Το 2008

συγκεκριμένα, τα 123 εκατ. των 127 εκατ. Ευρώ αντιστοιχούσαν σε εμπόριο εντός της ΕΕ. Σύμφωνα με σχετική κλαδική έρευνα του ICAP (2008), η εισαγωγική διείσδυση των μπισκότων αυξήθηκε από το 5,6% το 1990 σε 16,4% το 2007, ενώ τα τελευταία χρόνια οι πιο σημαντικές χώρες προέλευσης των εισαγωγών αυτών είναι η Γερμανία, η Ιταλία και η Ισπανία.

7.3.2. Εξαγωγές

Εξετάζοντας τώρα τις εξαγωγές (Πίνακας 7.2), διαπιστώνεται ότι δεν υπάρχει σταθερή ανοδική ή καθοδική πορεία αλλά παρουσιάζονται αυξομειώσεις. Ειδικότερα, οι εξαγωγές αυξάνονται από το 1999 μέχρι το 2003, όταν σημειώνονται οι μεγαλύτερες σε αξία εξαγωγές της δεκαετίας, ενώ στη συνέχεια πέφτουν αρκετά το 2004, από όπου ξεκινούν πάλι ανοδική πορεία. Αναφορικά με τις χώρες προορισμού των εξαγωγών, παρατηρείται ότι, όπως στην περίπτωση των εισαγωγών, οι εξαγωγές πραγματοποιούνται κυρίως εντός της ΕΕ, αλλά συγκριτικά με τις εισαγωγές, οι εξαγωγές δεν κυριαρχούνται τόσο απόλυτα από συναλλαγές στους κόλπους της ΕΕ. Ειδικότερα, η αναλογία των εξαγωγών προς τρίτες χώρες στο σύνολο των εξαγωγών του υποκλάδου διακυμαίνεται κατά τη διάρκεια της δεκαετίας από 12% μέχρι 31%. Σημειώνεται ότι ηγετική ελληνική επιχείρηση του χώρου, η «Παπαδόπουλος Α.Ε.», πραγματοποιεί εξαγωγές που αντιστοιχούν στο 12% περίπου των συνολικών της πωλήσεων, ενώ τα τελευταία χρόνια αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις εξαγωγές της προς βαλκανικές χώρες (ICAP, 2008).

7.3.3. Δείκτες για το διεθνές εμπόριο

Από τη σύγκριση των εξαγωγών με τις εισαγωγές (Πίνακας 7.2) φανερώνεται ότι το 2008 οι εισαγωγές του κλάδου ξεπέρασαν κατά πολύ τις εξαγωγές, με αξίες των 127 και 76 εκατ. Ευρώ, αντίστοιχα. Διαπιστώνεται ταυτόχρονα ότι, στην αρχή της δεκαετίας, οι εισαγωγές και εξαγωγές ήταν παρόμοιας αξίας, ενώ κατά τη διάρκεια της δεκαετίας οι εξαγωγές έχαναν συνεχώς έδαφος σε σχέση με τις εισαγωγές.

Διάφορες διαστάσεις του διεθνούς εμπορίου ανιχνεύονται με τους δείκτες που ανήκουν στην ομάδα των λεγόμενων δεικτών «revealed comparative advantage»[1]. Στην περίπτωση των υποκλάδων αρτοποιίας και της παραγωγής παξιμαδιών και μπισκότων, η αξιοποίηση των δεδομένων της Eurostat για τον κλάδο 1905 για τον υπολογισμό του δείκτη Balassa οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο συγκεκριμένος ελληνικός κλάδος παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα, σε σχέση με τις εξαγωγικές επιδόσεις του κλάδου στο επίπεδο της ΕΕ ως συνόλου. Διαπιστώνεται ειδικότερα (Πίνακας 7.2) ότι ο δείκτης διακυμαίνεται ανάμεσα στο 2,8 και 4,5 για τη δεκαετία, ενώ το έτος 2008 διαμορφώνεται στο 3,2.

[1] Βλ. το εισαγωγικό κεφάλαιο για εξήγηση των μεθόδων υπολογισμού των δεικτών που αναφέρονται στη συνέχεια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.2

Διεθνές εμπόριο υποκλάδου 1905*, 1999-2008

Μεταβλητή**	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Εισαγωγές κλάδου	52,9	52,7	56,4	70,9	82,0	95,1	103,5	107,8	111,8	127,4
Εξαγωγές κλάδου	51,1	54,7	52,4	57,3	83,7	60,9	65,0	68,1	80,2	76,0
Εισαγωγές Χώρας	28.644,2	36.249,3	35.742,1	33.386,5	39.649,9	42.414,7	43.755,3	50.668,1	55.634,2	60.322,0
Εξαγωγές Χώρας	10.386,1	12.722,6	12.675,2	11.013,3	11.829,8	12.306,4	13.888,3	16.525,3	17.205,4	17.196,4
Συν. ΕΕ Εισαγωγές Κλάδου	224,1	251,9	271,9	281,1	301,4	309,1	309,4	323,3	366,8	401,6
Συν. ΕΕ Εξαγωγές Κλάδου	1.017,2	1.140,3	1.322,2	1.360,0	1.381,4	1.407,0	1.473,7	1.643,2	1.663,8	1.821,6
Συνολικές ΕΕ-Εισαγωγές	743.297,3	992.698,0	979.144,7	936.971,6	935.245,5	1.026.708,5	1.179.568,8	1.352.786,7	1.434.009,5	1.565.033,4
Συνολικές ΕΕ-Εξαγωγές	683.082,4	849.739,0	884.706,7	891.898,5	869.235,7	952.722,6	1.052.719,3	1.160.100,3	1.241.497,8	1.306.610,6
Εισαγωγές (ΕΕ)	51,5	50,4	55,0	68,1	79,1	92,0	100,4	104,6	108,1	123,5
Εισαγωγές (εκτός ΕΕ)	1,3	2,3	1,4	2,8	2,9	3,1	3,2	3,2	3,7	3,9
Εξαγωγές (ΕΕ)	40,6	40,9	38,4	43,8	73,9	52,2	55,0	56,8	55,1	58,4
Εξαγωγές (εκτός ΕΕ)	10,5	13,8	14,0	13,5	9,9	8,7	10,0	11,3	25,1	17,7
Δείκτης Balassa	3,30	3,20	2,77	3,41	4,45	3,35	3,34	2,91	3,48	3,17
Δείκτης Vollrath	-2,82	-2,53	-2,92	-3,67	-1,97	-4,10	-5,68	-5,99	-4,38	-5,06
Δείκτης έντασης εμπορίου	-0,02	0,02	-0,04	-0,11	0,01	-0,22	-0,23	-0,23	-0,16	-0,25

*Ο κωδικός 1905 της Eurostat External Trade αντιστοιχεί στους υποκλάδους 10.71 και 10.72.

**Όλες οι αξίες εκφράζονται σε εκατ. Ευρώ.

Πηγή: Eurostat, External Trade Statistics.

Από τον υπολογισμό του δείκτη Vollrath προκύπτει τελείως διαφορετική εικόνα για τις επιδόσεις του κλάδου εφόσον λαμβάνονται υπόψη στο δείκτη αυτό και οι εισαγωγές, οι οποίες, όπως διαπιστώθηκε, ξεπέρασαν κατά πολύ τις εξαγωγές κατά τη διάρκεια της δεκαετίας (Πίνακας 7.2). Έτσι λοιπόν οι τιμές του δείκτη Vollrath είναι αρνητικές για όλη τη δεκαετία. Είναι αξιοπρόσεχτο ότι, ενώ οι τιμές ξεκινούν από -2,8 στην αρχή της δεκαετίας, στη συνέχεια επιδεινώνονται, φτάνοντας στο -5,1 το έτος 2008.

Επίσης, και ο δείκτης έντασης εμπορίου λαμβάνει υπόψη τη βαρύτητα των εισαγωγών του κλάδου. Όπως φαίνεται (Πίνακας 7.2), η τιμή του σχετικού δείκτη στην αρχή της δεκαετίας βρισκόταν κοντά στο μηδέν, ένδειξη σχετικής ισορροπίας ανάμεσα στις εισαγωγές και τις εξαγωγές, αλλά μέχρι το 2008 είχε διαμορφωθεί στο -2,5, καθώς υπερίσχυαν πλέον οι εισαγωγές.

7.4. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά του κλάδου

Στο τμήμα αυτό παρουσιάζονται συνοπτικά για τα έτη 1999-2008 χρηματοοικονομικά μεγέθη και στη συνέχεια χρηματοοικονομικοί δείκτες για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις που κατατάσσονται στους υποκλάδους 10.71 και 10.72. Ειδικότερα, εξετάζονται δείκτες αποδοτικότητας, ρευστότητας, δανειακής πίεσης και περιθωρίου καθαρού κέρδους. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία προκύπτουν από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς των επιχειρήσεων. Το δείγμα των επιχειρήσεων αυτών για το σύνολο των δύο υποκλάδων αποτελείται από 191 επιχειρήσεις.

7.4.1. Χρηματοοικονομικά μεγέθη

Ως προς τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων του κλάδου, παρατηρείται κατ' αρχάς ότι και για τις τέσσερις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, οι πωλήσεις του 2008 υπερβαίνουν τα 100 εκατ. Ευρώ (Πίνακας 7.3), αλλά, όπως σημειώθηκε προηγουμένως, το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων της επιχείρησης «Hellenic Quality Foods» (τέταρτη στην κατάταξη) αντιστοιχούν σε άλλο υποκλάδο όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

Διαπιστώνονται αξιόλογες διαφορές ως προς το ύψος των ιδίων και ξένων κεφαλαίων. Ειδικότερα, η επιχείρηση «Nutriart», η οποία παράγει προϊόντα με εμπορικά σήματα όπως «Κατσέλη», «Αλλατίνη» και «Plaza», έχει περιορισμένα ίδια κεφάλαια και αυξημένα ξένα κεφάλαια συγκριτικά με άλλες επιχειρήσεις.

Παρατηρείται μεγάλη διαφοροποίηση ανάμεσα στις επιχειρήσεις του κλάδου και όσον αφορά στα καθαρά κέρδη. Από τη μια πλευρά, η επιχείρηση «Παπαδόπουλος Α.Ε.» πέτυχε αξιόλογα κέρδη σε όλο το διάστημα της δεκαετίας, διαγράφοντας συνεχή ανοδική πορεία. Από την άλλη πλευρά, η επιχείρηση «Nutriart» εμφάνισε σημαντικές απώλειες τα τελευταία χρόνια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.3

Χρηματοοικονομικά μεγέθη των μεγαλύτερων επιχειρήσεων των υποκλάδων 10.71 και 10.72, 1999-2008

Επιχείρηση	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
					Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)					
PAPADOPOULOS, E. J.	63.474	65.846	70.511	80.280	84.899	90.760	93.820	100.039	108.410	117.663
NUTRIART	26.838	28.801	34.045	40.988	44.785	52.024	51.112	48.438	87.093	114.782
ELBISCO			99.600	107.762	86.273	82.259	82.927	88.853	94.037	104.346
HELLENIC QUALITY FOODS	18.609	33.524	70.133	109.938	99.335	99.959	82.031	81.060	93.593	103.384
KARAMOLEGOS BREADINDUSTRY	12.426	13.829	16.092	19.896	24.014	30.517	32.941	35.665	39.656	48.236
BINGO	11.961	21.764	22.498	26.820	29.450	30.878	34.831	35.010	36.320	39.308
CREDIN HELLAS	18.021	18.631	19.685	19.364	19.545	20.963	20.979	21.706	22.475	25.395
KOUKOUTARIS, A., "ALFA"	1.844	3.070	5.188	10.389	14.616	19.363	18.378	19.267	21.052	21.460
TERKENLIS.	849	918	1.022	1.187	8.327	10.367	11.862	13.332	17.788	20.153
NENDOS, ST., SELECT BAKERY	7.929	9.070	9.308	9.962	10.635	11.495	11.678	13.715	16.191	18.033
Σύνολο 10.71 + 10.72*	265.519	341.299	516.312	629.463	659.034	730.349	752.568	802.788	932.833	1.030.205
					Ίδια κεφάλαια (σε χιλ. ευρώ)					
PAPADOPOULOS, E. J.	33.097	37.962	40.640	42.451	48.931	53.940	59.497	68.540	51.012	56.815
NUTRIART	18.737	35.469	31.057	34.998	39.353	31.686	34.606	32.563	37.773	31.204
ELBISCO			20.317	20.528	19.184	7.928	60.494	57.940	57.205	54.844
HELLENIC QUALITY FOODS	9.968	30.751	22.356	39.896	57.671	77.096	75.958	75.716	79.325	79.844
KARAMOLEGOS BREADINDUSTRY	7.423	20.881	21.170	21.477	21.927	28.628	29.696	29.659	30.114	31.068
BINGO	6.670	5.277	6.711	6.585	6.518	7.625	7.473	7.306	7.085	6.993
CREDIN HELLAS	4.789	5.349	6.063	7.356	8.342	9.669	9.973	10.564	10.561	10.957
KOUKOUTARIS, A., "ALFA"	1.986	2.506	3.724	4.910	6.309	8.754	9.555	10.140	11.426	12.632
TERKENLIS.	245	251	344	1.323	4.573	5.392	5.131	5.347	6.044	8.709
NENDOS, ST., SELECT BAKERY	6.779	7.435	8.155	8.805	9.672	17.100	18.495	19.599	22.159	23.401
Σύνολο 10.71 + 10.72*	149.121	220.599	247.148	286.191	326.437	374.745	449.153	475.649	488.806	502.556

					Ξένα κεφάλαια (σε χιλ. ευρώ)					
PAPADOPOULOS, E. J.	15.025	14.947	13.904	21.299	22.317	23.511	29.306	29.006	107.216	90.240
NUTRIART	15.683	9.517	12.439	22.347	24.562	34.881	39.496	45.275	147.822	157.434
ELBISCO			43.810	41.180	56.437	49.082	83.702	80.452	79.510	86.688
HELLENIC QUALITY FOODS	21.279	82.492	105.018	111.732	115.752	119.136	114.080	117.233	114.268	116.433
KARAMOLEGOS BREADINDUSTRY	14.196	18.584	23.571	23.748	30.759	34.890	39.403	53.368	60.678	61.463
BINGO	8.897	14.210	13.044	15.102	17.497	20.289	25.496	29.212	29.430	32.140
CREDIN HELLAS	16.062	17.392	18.012	17.584	18.488	19.417	20.249	21.574	23.305	26.710
KOUKOUTARIS, A., "ALFA"	1.098	1.151	1.776	4.163	4.944	5.780	6.259	6.260	7.924	6.709
TERKENLIS.	174	217	86	850	2.136	1.982	3.539	2.693	5.292	3.016
NENDOS, ST., SELECT BAKERY	3.656	1.900	2.319	2.746	2.865	3.286	3.539	4.466	4.337	4.445
Σύνολο 10.71 + 10.72*	156.912	242.872	332.577	384.255	443.278	485.585	580.026	631.720	858.773	854.945
					Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)					
PAPADOPOULOS, E. J.	3.984	3.611	4.548	3.805	7.698	9.781	8.856	10.062	17.395	17.333
NUTRIART	2.666	1.873	1.141	2.061	3.296	5.513	8.025	5.875	-8.861	-15.435
ELBISCO			873	210	-844	-3.137	1.387	3.319	551	-2.217
HELLENIC QUALITY FOODS	357	315	-9.163	-3.042	-210	43	-867	62	120	1
KARAMOLEGOS BREADINDUSTRY	1.010	1.069	552	600	918	2.601	2.343	1.495	1.248	2.092
BINGO	468	-1.760	101	73	-7	14	17	14	32	51
CREDIN HELLAS	260	100	862	1.601	1.137	1.136	710	729	587	933
KOUKOUTARIS, A., "ALFA"	-17	210	1.110	1.701	1.616	2.250	1.249	1.663	1.351	1.527
TERKENLIS	59	94	93	47	495	918	1.118	896	2.641	2.564
NENDOS, ST., SELECT BAKERY	1.681	787	1.425	1.609	2.071	3.360	4.411	5.242	5.336	4.624
Σύνολο 10.71 + 10.72*	11.916	10.355	4.570	14.001	23.566	32.297	35.412	39.498	35.363	27.540

* Πρόκειται για τις 191 επιχειρήσεις που δημοσιεύουν ισολογισμούς.

7.4.2. Χρηματοοικονομικοί δείκτες

Ο πρώτος δείκτης αποδοτικότητας προς εξέταση είναι εκείνος της απόδοσης ενεργητικού. Παρατηρείται, πρώτον (Πίνακας 7.4), ότι για το σύνολο των δύο υποκλάδων, ο μέσος όρος απόδοσης ήταν θετικός κάθε έτος, ενώ διακυμαίνεται από 2,0% μέχρι 3,9% με την εξαίρεση του 2001, όταν κατέπεσε στο 0,8%. Ο μέσος όρος της απόδοσης ενεργητικού για τη δεκαετία 1999-2008 ήταν 2,7%. Ιδιαίτερα υψηλή απόδοση παρουσιάζει η πρώτη σε πωλήσεις επιχείρηση του κλάδου, η «Παπαδόπουλος», η οποία εμφανίζει απόδοση ενεργητικού τουλάχιστον 10% κάθε έτος της τελευταίας πενταετίας, ενώ την τελευταία δεκαετία η χειρότερη απόδοση ήταν το 2002, με 6%. Ο μέσος όρος της απόδοσης της επιχείρησης «Παπαδόπουλος» για τη δεκαετία ήταν το 9,6%. Η δεύτερη σε πωλήσεις επιχείρηση, η «Nutriart», παρουσιάζει χαμηλότερες επιδόσεις, με μέσο όρο απόδοσης ενεργητικού το 2,7% για τη δεκαετία, ενώ τόσο το 2007 όσο και το 2008 ο συγκεκριμένος δείκτης ήταν αρνητικός. Τέλος, η επιχείρηση «Elbisco» παρουσιάζει χαμηλούς ή αρνητικούς δείκτες όλο το υπό εξέταση χρονικό διάστημα, με εξαίρεση το 2006, όταν σημείωσε απόδοση ενεργητικού της τάξης του 2,6%.

Ο επόμενος δείκτης απόδοσης που εξετάζεται είναι η απόδοση ιδίων κεφαλαίων, ο οποίος προκύπτει από τη διαίρεση των καθαρών κερδών με τα ίδια κεφάλαια. Παρατηρείται στον Πίνακα 7.4 ότι το σύνολο των δύο υποκλάδων πάλι εμφανίζει σχετικά ικανοποιητικά επίπεδα, με αποδόσεις που κυμαίνονται ανάμεσα στο 4,7% και το 8,6%, με εξαίρεση το έτος 2001. Υψηλές επιδόσεις παρουσιάζει πάλι η επιχείρηση «Παπαδόπουλος», με απόδοση 30,5% το 2008 και 34,1% το 2007.

Όσον αφορά τη ρευστότητα, ο μέσος όρος της δεκαετίας που προκύπτει για τους δύο υποκλάδους μαζί είναι 1,19, ενώ η σχετική τιμή διαμορφώθηκε στο 1,03 το έτος 2008. Η πρώτη σε πωλήσεις επιχείρηση, η «Παπαδόπουλος», παρουσίασε τιμές άνω του 2,21 όλη τη διάρκεια της δεκαετίας.

Ο δείκτης δανειακής πίεσης βασίζεται στη σχέση των ξένων κεφαλαίων προς το σύνολο του ενεργητικού. Διαπιστώνεται ότι για το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος, οι σχετικές τιμές βρίσκονται σε ανοδική πορεία κατά τη διάρκεια της δεκαετίας, ενώ η τιμή για το 2008 ήταν 6,3. Η ηγετική επιχείρηση «Παπαδόπουλος» εμφανίζει σημαντική αύξηση της δανειακής πίεσης τα δύο τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα να συγκλίνει πλέον, ως προς αυτή τη χρηματοοικονομική διάσταση, με το μέσο όρο του κλάδου.

Τέλος, το περιθώριο καθαρού κέρδους τα τελευταία χρόνια βρίσκεται σε φθίνουσα πορεία. Συγκεκριμένα, το 2008 το περιθώριο καθαρού κέρδους για το σύνολο των επιχειρήσεων του κλάδου διαμορφώθηκε στο 2,7%, ενώ το μέγιστο ποσοστό της δεκαετίας, το 4,9%, ήταν το 2006. Αντίθετα, η επιχείρηση «Παπαδόπουλος» γνώρισε τα μεγαλύτερα περιθώρια καθαρού κέρδους της δεκαετίας ακριβώς τα δύο τελευταία χρόνια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.4
Χρηματοοικονομικοί δείκτες μεγαλύτερων επιχειρήσεων των υποκλάδων 10.71 και 10.72, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	μ.ο. δεκαετίας
Απόδοση ενεργητικού											
PAPADOPOULOS	0,08	0,07	0,08	0,06	0,11	0,13	0,10	0,10	0,11	0,12	0,10
NUTRIART	0,08	0,04	0,03	0,04	0,05	0,08	0,11	0,08	-0,05	-0,08	0,04
ELBISCO			0,01	0,00	-0,01	-0,06	0,01	0,02	0,00	-0,02	
Σύνολο επιχειρήσεων*	0,04	0,02	0,01	0,02	0,03	0,04	0,03	0,04	0,03	0,02	0,03
Απόδοση ιδίων κεφαλαίων											
PAPADOPOULOS	0,12	0,10	0,11	0,09	0,16	0,18	0,15	0,15	0,34	0,31	0,17
NUTRIART	0,14	0,05	0,04	0,06	0,08	0,17	0,23	0,18	-0,23	-0,49	0,02
ELBISCO			0,04	0,01	-0,04	-0,40	0,02	0,06	0,01	-0,04	
Σύνολο επιχειρήσεων*	0,08	0,05	0,02	0,05	0,07	0,09	0,08	0,08	0,07	0,05	0,06
Ρευστότητα											
PAPADOPOULOS	2,24	2,65	2,77	2,62	2,85	2,95	2,72	3,09	2,21	2,28	2,64
NUTRIART	1,12	2,51	1,70	1,32	1,20	1,00	2,56	1,82	0,53	0,40	1,42
ELBISCO			2,01	1,00	0,89	1,29	0,76	0,70	0,55	1,34	
Σύνολο επιχειρήσεων*	1,19	1,39	1,29	1,09	1,15	1,15	1,10	1,16	1,00	1,03	1,15
Δανειακή πίεση											
PAPADOPOULOS	0,31	0,28	0,25	0,33	0,31	0,30	0,33	0,30	0,68	0,61	0,37
NUTRIART	0,46	0,21	0,29	0,39	0,38	0,52	0,53	0,58	0,80	0,83	0,50
ELBISCO			0,68	0,67	0,75	0,86	0,58	0,58	0,58	0,61	
Σύνολο επιχειρήσεων*	0,51	0,52	0,57	0,57	0,58	0,56	0,56	0,57	0,64	0,63	0,57
Περιθώριο καθαρού κέρδους											
PAPADOPOULOS	0,06	0,05	0,06	0,05	0,09	0,11	0,09	0,10	0,16	0,15	0,09
NUTRIART	0,10	0,07	0,03	0,05	0,07	0,11	0,16	0,12	-0,10	-0,13	0,05
ELBISCO			0,01	0,00	-0,01	-0,04	0,02	0,04	0,01	-0,02	
Σύνολο επιχειρήσεων*	0,04	0,03	0,01	0,02	0,04	0,04	0,05	0,05	0,04	0,03	0,03

*Πρόκειται για τις 191 επιχειρήσεις οι οποίες δημοσιεύουν ισολογισμούς και κατατάσσονται στους υποκλάδους 10.71 και 10.72.

Ταυτόχρονα όμως, οι επιχειρήσεις που καταλαμβάνουν τη δεύτερη και την τρίτη θέση στον κλάδο, με κριτήριο πάντα τις πωλήσεις τους το 2008, εμφανίζουν ιδιαίτερα δυσμενή αποτελέσματα την τελευταία διετία, με περιθώρια καθαρού κέρδους χαμηλότερα των μέσων όρων του κλάδου.

Συμπερασματικά, το 2007 σημειώθηκε χειροτέρευση σε διάφορους δείκτες για το σύνολο των δύο υποκλάδων, όπως της δανειακής πίεσης και του περιθωρίου καθαρού κέρδους.

7.5. Θεσμικό πλαίσιο

7.5.1. Βασικοί κανονισμοί της ΕΕ και εγχώριες ρυθμίσεις

Το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τον υποκλάδο της αρτοποιίας έχει καταστεί αντικείμενο έντονων προστριβών και διενέξεων τα τελευταία χρόνια. Πιο συγκεκριμένα, το μήλο της έριδος είναι οι διατάξεις που αφορούν τη διαδικασία του «bake off», κατά την οποία το ψήσιμο προψημένου, κατεψυγμένου ψωμιού ολοκληρώνεται στο σημείο πώλησης, που στην ελληνική περίπτωση είναι σχεδόν πάντα το σούπερ μάρκετ. Από τη μια πλευρά της διαμάχης τάσσονται οι αρτοποιητικές βιομηχανίες της χώρας και τα σούπερ μάρκετ, ενώ από την άλλη βρίσκονται οι χιλιάδες βιοτέχνες αρτοποιοί της χώρας. Επαγγελματικοί φορείς, όπως ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αρτοποιητικών Μονάδων και η Ομοσπονδία Αρτοποιών Ελλάδος, που αντιστοιχούν στους «μεγάλους» και τους «μικρούς» παραγωγούς του κλάδου, κινητοποιούνται, προσπαθώντας να επηρεάσουν τη μορφή του σχετικού θεσμικού πλαισίου. Η έκβαση της διένεξης θα έχει σοβαρές συνέπειες για τη διαμόρφωση του ανταγωνισμού στον κλάδο και των μεριδίων της αγοράς που θα ελέγχουν οι βασικοί «πρωταγωνιστές» του κλάδου: οι αρτοβιομηχανίες, οι βιοτέχνες αρτοποιοί, και οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ οι οποίες παράγουν ψωμί με δική τους «ιδιωτική ετικέτα» (private label) και επίσης στεγάζουν την παραγωγή του άρτου «bake off». Η τεράστια σημασία του θεσμικού πλαισίου για τον ανταγωνισμό καθίσταται φανερή με την εξέταση που ακολουθεί για το μακροχρόνιο αγώνα που διεξάγεται από τους φορείς του κλάδου. Πριν την εξέταση όμως των σχετικών εξελίξεων στο θέμα αυτό, πρέπει να γίνει σύντομη αναφορά στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει τους δύο υποκλάδους γενικότερα.

Το μεγαλύτερο μέρος της κοινοτικής και της ελληνικής νομοθεσίας που αφορά τους δύο υποκλάδους 10.71 και 10.72 είναι εκείνο που ισχύει συνολικά για όλους τους υποκλάδους των τροφίμων. Ανάμεσα στις πιο σημαντικές πρόσφατες κοινοτικές ρυθμίσεις συγκαταλέγεται ο Κανονισμός 178/2002, ο οποίος θέτει τις αρχές αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων, όπως και ο σχετικός διορθωτικός Κανονισμός του 2004, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ το 2006 και προβλέπει ότι κάθε επιχείρηση του κλάδου τροφίμων και ποτών θα εφαρμόζει σύστημα διασφάλισης της ποιότητας (ICAP, 2008). Στην Ελλάδα, την ευθύνη για τις διαδικασίες ελέγχου της ασφάλειας των τροφίμων έχει ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, ο οποίος εποπτεύεται από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Όσον αφορά την εγχώρια νομοθεσία, το βασικό θεσμικό πλαίσιο ανακωδικοποιήθηκε πρόσφατα, με την υιοθέτηση τον Ιούλιο του 2009 της αγορανομικής διάταξης υπ' αρ. 7, η οποία ενσωματώνει ή τροποποιεί όλες τις διατάξεις που είχαν εκδοθεί μέχρι και τις 14.5.2009. Έκτοτε

έχουν πραγματοποιηθεί δύο τροποποιήσεις της διάταξης, το Σεπτέμβριο του 2009 και το Δεκέμβριο του 2009.

Πρέπει να σημειωθεί ότι μέχρι το 1992, διάφοροι θεσμικοί περιορισμοί της ελληνικής νομοθεσίας εξασφάλισαν στη βιοτεχνική αρτοποιία μονοπωλιακή θέση στην παραγωγή φρέσκου ψωμιού (ICAP, 2007). Σύμφωνα με τις αγορανομικές διατάξεις της εποχής, απαγορευόταν η πώληση ψωμιού, αρτοπαρακευασμάτων και αρτοσκευασμάτων από οποιοδήποτε κατάστημα που δεν ήταν αρτοποιείο, συμπεριλαμβανομένων και σούπερ μάρκετ, εκτός από προϊόντα από σίκαλη και από άλευρα τύπου Π με ζάχαρη και λιπαρά. Μετά την άρση της απαγόρευσης αυτής, ξεκίνησε η ενασχόληση μεγάλων βιομηχανικών μονάδων με την παραγωγή άρτου.

7.5.2. Το ζήτημα του «bake off»

Το μεγάλο θεσμικό ζήτημα που έχει τεθεί με την αρτοποιία και τη διαδικασία του «bake off» χαρακτηρίζεται ακόμα από ρευστότητα, ενώ η διένεξη έχει περάσει από διάφορες φάσεις. Η πρώτη φάση έκλεισε με σχετική νομοθετική ρύθμιση το 2001 του Υπουργείου Ανάπτυξης, η οποία απαγόρευσε στα σούπερ μάρκετ να ψήσουν ή να αναθερμάνουν προϊόντα αρτοποιίας εντός του σούπερ μάρκετ αν δεν είχαν πλήρεις τεχνικές εγκαταστάσεις όπως εκείνες των αρτοποιείων, ενώ χρειαζόταν και η έκδοση σχετικής αδείας. Στη συνέχεια όμως, σειρά αποφάσεων (130 αποφάσεις μέχρι το 2002) από διοικητικά δικαστή-ρια διαφόρων διαμερισμάτων της χώρας διέταξαν, σύμφωνα με αιτήσεις σούπερ μάρκετ, την αναστολή της εκτέλεσης των αποφάσεων νομαρχών, οι οποίες απαγόρευαν τη διαδικασία του «bake off» στα καταστήματά τους (ICAP, 2007). Την ίδια εποχή, εκδόθηκαν πολλές αποφάσεις ποινικών δικαστηρίων της χώρας (28 ως το 2002), σύμφωνα με τις οποίες η λειτουργία αεροθαλάμου με τον οποίο ολοκληρώνεται η διαδικασία ψησίματος του ψωμιού στα σούπερ μάρκετ δεν ταυτίζεται με λειτουργία αρτοποιείου και συνεπώς δεν προϋποθέτει την έκδοση άδειας λειτουργίας.

Εντωμεταξύ, είχαν προσφύγει στα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ορισμένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Το 2006 το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο δικαίωσε τις αλυσίδες «Βασιλόπουλος» και «Carrefour-Μαρινόπουλος», απαιτώντας να τους επιτραπεί η ελεύθερη πώληση ψωμιού και άλλων προϊόντων με τη μέθοδο του «bake off». Ασκήθηκε έτσι πίεση στις εθνικές αρχές για την τροποποίηση του νόμου του 2001 ο οποίος απαγόρευε τη σχετική διαδικασία εντός σούπερ μάρκετ.

Με το Νόμο 3526/2007, που τέθηκε σε ισχύ την 1.1.2008, το Υπουργείο Ανάπτυξης προσδιόρισε τις προϋποθέσεις για την εγκατάσταση της διαδικασίας «bake-off». Σύμφωνα με το νόμο, στην περίπτωση που η σχετική εγκατάσταση αποτελεί τμήμα μικτού καταστήματος, όπως στα σούπερ μάρκετ, πρέπει να διαχωρίζεται με μόνιμη κατασκευή από το υπόλοιπο κατάστημα. Καθορίζονται οι επιμέρους χώροι που απαιτούνται για σχετική εγκατάσταση, όπως ο χώρος αποθήκευσης, ο χώρος προετοιμασίας προϊόντων προς ψήσιμο κλπ. και τα

αντίστοιχα τετραγωνικά μέτρα που προβλέπονται για κάθε χρήση, ανάλογα με τη δυναμικότητα του κλιβάνου που επιλέγεται, η οποία προσδιορίζει πόσα χιλιόγραμμα προϊόντων μπορούν να βγουν ανά εικοσιτετράωρο.

Επίσης με το Νόμο 3526/2007 διατυπώνονται κανόνες ως προς τους ορισμούς διαφόρων προϊόντων του κλάδου, όπως του «φρέσκου άρτου», στο οποίο δεν συγκαταλέγεται το ψωμί που προκύπτει από τη μέθοδο «bake off», το οποίο πρέπει να φέρει τη σήμανση ότι πρόκειται για «διατηρημένο ψωμί» (ICAP, 2007). Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι η χρήση του όρου «φρέσκου άρτου» απαγορεύεται και στην περίπτωση άρτου ή αρτοπαρασκευάσματος ή αρτοσκευάσματος που τίθενται προς πώληση όταν έχουν περάσει είκοσι τέσσερις ώρες μετά την ολοκλήρωση της παραγωγής. Τα προϊόντα αυτά πρέπει να φέρουν τη σήμανση «διατηρημένο προϊόν» και να διατίθενται σε συσκευασία. Τέλος, πρέπει να αναφερθεί ότι ο νόμος αυτός προβλέπει συγκεκριμένες ονομασίες και για προϊόντα του άλλου υπό εξέταση υποκλάδου, εκείνου της παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων κλπ. Ειδικότερα, τα προϊόντα αρτοποιίας τα οποία υφίστανται επιπλέον διαδικασίες όπως π.χ. ξήρανσης ή φρυγανίσματος, πρέπει να διατίθενται σε συσκευασία με τη σήμανση «αποξηραμένο», «φρυγανισμένο» κ.λπ. προϊόν.

Οι σχετικές ρυθμίσεις του Ν. 3526/2007 προκάλεσαν τις έντονες αντιδράσεις των αρτοβιομηχανιών καθώς θεώρησαν ότι ήταν τόσο περιοριστικές οι προϋποθέσεις λειτουργίας των τμημάτων «bake off» σε σούπερ μάρκετ, και ιδίως εκείνες που αφορούσαν το εμβαδόν του προβλεπόμενου χώρου, που μοιραία θα έκλειναν τα σχετικά λίγα τμήματα που ήδη λειτουργούσαν. Εξέφρασαν επίσης διαμαρτυρίες ως προς τις ονομασίες των προϊόντων που καθιερώθηκαν. Οι αρτοβιομήχανοι προσπάθησαν να αμβλύνουν τους φόβους ότι η απελευθέρωση της διαδικασίας θα αποτελούσε απειλή για την επιβίωση των βιοτεχνών αρτοποιών, επισημαίνοντας ότι το 95% περίπου της αγοράς άρτου αντιστοιχούσε στους παραδοσιακούς φούρνους (ICAP, 2007).

Τον Ιούνιο του 2007, ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αρτοποιητικών Μονάδων αποφάσισε την κατάθεση νέας καταγγελίας για το νόμο, θεωρώντας ότι αντιβαίνει βασικές διατάξεις δικαίου της ΕΕ, επιβάλλοντας τεράστιους περιορισμούς στη λειτουργία της ελληνικής αρτοβιομηχανίας, ιδίως με τις προβλέψεις για την έκταση του χώρου ψησίματος, αποθήκευσης, διάθεσης και πώλησης. Ισχυρίστηκαν ότι ο νέος νόμος, παρά τις καταδικαστικές εις βάρος της χώρας αποφάσεις του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου, εξακολουθούσε να θέτει εμπόδια στη διάθεση του ψωμιού «bake off». Ο Σύνδεσμος αποφάσισε επίσης την ανάληψη ενεργειών για την κατάργηση του τέλους υπέρ του Ταμείου Αρτοποιών που είχαν υποχρέωση να καταβάλλουν (*Euro2day*, 22.6.2007).

Μετά από την προσφυγή του Πανελλήνιου Συνδέσμου Αρτοποιητικών Μονάδων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ζήτησε από το Υπ. Ανάπτυξης στα τέλη του 2007 διευκρινίσεις ως προς το τμήμα του νόμου που αναφέρεται στις προϋποθέσεις για εγκαταστάσεις «bake off». Την ίδια εποχή, ο Σύνδεσμος ανέπτυξε σειρά ενεργειών στην ενδοχώρα. Με επιστολή του προς την πολιτική

ηγεσία του Υπ. Ανάπτυξης, τον ΕΦΕΤ και τις νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις της χώρας, ζήτησε την εφαρμογή της αρτοποιητικής νομοθεσίας σε όλο το εύρος της, με ελέγχους και στη βιοτεχνική αρτοποιία, να τηρούνται κανονισμοί όπως το να ζυγίζεται το ψωμί μπροστά στον πελάτη κλπ. (www.agrotypos.gr). Παράλληλα, ο Σύνδεσμος ζήτησε από το Υπ. Ανάπτυξης την άρση των περιορισμών για το «bake-off», επισημαίνοντας σε επιστολή του ότι «η αναπτυξιακή λογική και κυρίως η κοινωνική ευαισθησία θα υπερισχύσουν πεπαλαιωμένων αντιλήψεων και συντεχνιακών λογικών που δημιουργούν προσκόμματα στον ανταγωνισμό» (*Η Καθημερινή*, 22.8.2008). Μάλιστα, τον επόμενο μήνα ο Πρόεδρος του Συνδέσμου με επιστολή του προς το Υπ. Ανάπτυξης έθεσε θέμα παγώματος της τιμής του ψωμιού εφόσον η κυβέρνηση απελευθερώσει την αγορά του άρτου, καταργώντας τους περιορισμούς που ισχύουν για την πώληση από τα σούπερ μάρκετ (*Τα Νέα*, 20.9.08). Από την άλλη πλευρά, η Ομοσπονδία Αρτοποιών Ελλάδος κατήγγειλε ότι προετοιμάζεται τροπολογία στο Νόμο 3526 η οποία, όπως ισχυρίστηκαν, «υπαγορεύεται από τα οργανωμένα συμφέροντα σούπερ μάρκετ και της βιομηχανίας» (*Η Αυγή*, 30.7.09).

Στα τέλη του Νοεμβρίου του 2009, επανήλθε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ζητώντας από την Ελλάδα ενημέρωση για τις ενέργειες που πρόκειται να κάνει σχετικά με την τροποποίηση της ισχύουσας αρτοποιητικής νομοθεσίας και την άρση των περιορισμών που θέτει η ελληνική νομοθεσία στο θέμα του «bake off». Σε διαφορετική περίπτωση, επρόκειτο να δρομολογηθεί το επόμενο στάδιο της διοικητικής προδικασίας που οδηγεί στο Ευρωπαϊκό Δικαστήριο (*Τα Νέα*, 11.1.2010).

7.5.3. Περιπτώσεις εξέτασης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού

Στον υποκλάδο της αρτοποιίας, είναι οι «μικροί» παραγωγοί, δηλαδή οι βιοτέχνες αρτοποιοί, οι οποίοι έχουν βρεθεί στο στόχαστρο της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Το 2002 με την απόφαση αριθ. 225/ΙΙΙ, η Επιτροπή αποφάνθηκε ότι η ταυτόχρονη και ενιαία αύξηση της τιμής πώλησης άρτου στις 26.2.2001 από αρτοποιούς του Νομού Φωκίδας συνιστούσε εναρμονισμένη πρακτική που είχε ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Υποβλήθηκε σχετικό πρόστιμο στις επιχειρήσεις που αποδείχθηκε ότι υπέπεσαν στην παράβαση.

Το Φεβρουάριο του 2009 βρέθηκαν πάλι στο μικροσκόπιο της Επιτροπής Ανταγωνισμού οι βιοτέχνες αρτοποιοί, αυτή τη φορά όχι του νομού Φωκίδας αλλά ευρύτερα, για ενδεχόμενη εναρμόνιση των τιμών του ψωμιού. Συνεργεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού πραγματοποίησαν εφόδους στα γραφεία της Ομοσπονδίας Αρτοποιών Ελλάδας όπως επίσης δειγματοληπτικούς ελέγχους στην Αθήνα και στην περιφέρεια, τόσο σε αρτοποιεία, όσο και σε τοπικά συνδικαλιστικά όργανα του κλάδου, προκειμένου να συλλέξουν στοιχεία για να διαπιστώσουν αν υπήρχε συντονισμένη συμπεριφορά στη διαμόρφωση των τιμών. Είχε παρατηρηθεί ότι οι τιμές του άρτου είχαν παραμείνει αμετάβλητες παρά την υποχώρηση της τιμής των αλεύρων κατά 25% μετά από το 2007. Το 2007 είχε εκτοξευθεί η τιμή των αλεύρων, εξέλιξη που αποδόθηκε στον πυρετό

της παγκόσμιας αγοράς για βιοκαύσιμα, στην αυξημένη ζήτηση για σιτάρι από τρίτες χώρες και στη χαμηλή παραγωγή, με αποτέλεσμα να γίνουν ανατιμήσεις στο ψωμί. Παρόλο που στη συνέχεια η τιμή των αλεύρων κατέβηκε στα προηγούμενα επίπεδα, η τιμή του άρτου δεν σημείωσε αντίστοιχη μείωση (*Τα Νέα*, 20.2.09).

7.6. Ανταγωνισμός

7.6.1. Μεγαλύτερες επιχειρήσεις κλάδου, συγχωνεύσεις, συμπράξεις, εξαγορές

Στους δύο υποκλάδους 10.71 και 10.72 κατατάσσονται 191 επιχειρήσεις οι οποίες δημοσιεύουν ισολογισμούς. Οι δέκα μεγαλύτερες από τις επιχειρήσεις αυτές, με κριτήριο τις πωλήσεις τους, εμφανίζονται στον Πίνακα 7.5. Όπως διαπιστώνεται, οι πρώτες τέσσερις πραγματοποίησαν το 2008 πωλήσεις άνω των 100 εκατ. Ευρώ. Στη συνέχεια θα γίνει σύντομη παρουσίαση των πιο σημαντικών επιχειρήσεων του κλάδου.

Με την παρουσίαση των κορυφαίων επιχειρήσεων του κλάδου, αναδεικνύεται η έντονη κινητικότητα που διέπει τον κλάδο ως προς τις συγχωνεύσεις, συμπράξεις και εξαγορές που πραγματοποιούνται τα τελευταία χρόνια. Πληθαίνουν οι αλλαγές στις μορφές συνεργασίας στις οποίες προβαίνουν οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να ισχυροποιήσουν τη θέση τους στην αγορά.

Οι μεγάλες αλλά και οι μικρότερες επιχειρήσεις του κλάδου εφαρμόζουν διάφορες στρατηγικές για να αντιμετωπίσουν τους κινδύνους βιωσιμότητας που θεωρούν ότι τις απειλούν. Ειδικότερα, προσβλέπουν μεταξύ άλλων στην οριζόντια επέκταση για την αύξηση των μεριδίων τους στην αγορά, την άμβλυνση των ανταγωνιστικών πιέσεων καθώς και την ενίσχυση των δικτύων διανομής προκειμένου να βελτιώσουν τη γεωγραφική τους κάλυψη (ΙΟΒΕ, 2002). Παρατηρείται και η σύναψη συνεργασιών με εταιρείες του εξωτερικού, στην προσπάθεια διείσδυσης των προϊόντων τους σε αγορές εκτός Ελλάδας.

Η «Παπαδόπουλος Α.Ε.» είναι παλαιά οικογενειακή επιχείρηση η οποία επανέκτησε πρόσφατα την οικογενειακή της μορφή. Ειδικότερα, η οικογένεια είχε το σύνολο των μετοχών μέχρι το 1992, όταν αγοράστηκε το 10% των μετοχών από τη γαλλική εταιρεία «General Biscuits S.A.», η οποία ανήκε στον όμιλο «Danone». Στη συνέχεια τα γαλλικά συμφέροντα έφτασαν να ελέγχουν το 60% των μετοχών αλλά το 2007 η κ. Κ. Παπαδοπούλου διαπραγματεύτηκε την επαναγορά τους έναντι ποσού περίπου 105 εκατ. Ευρώ (*H Naftemporiki.gr*, 9.11.2007).

Η «Nutriart Α.Ε.» θεωρείται η διάδοχος επιχείρηση της αρτοβιομηχανίας «Κατσέλης», η οποία ιδρύθηκε το 1978. Πιο συγκεκριμένα, η «Nutriart» δημιουργήθηκε το 2009 από τη συγχώνευση των εταιρειών «Κατσέλης», «Αλλατίνη» (μετά από την απόσχιση τμημάτων της) και «Elbinet».

Η «Elbisco» ξεκίνησε την πορεία της στον υποκλάδο παραγωγής μπισκότων και αλεύρου το 1987, όταν ο όμιλος «Fillipou Investments» αγόρασε την «Ελληνική Εταιρία Μπισκότων ΑΒΕ» αφού αποσχίστηκε ο κλάδος παραγωγής και εμπορίας καταναλωτικών αγαθών της «Αλλατίνη ΑΕ». Το 1988 απέκτησε την «Αρτοβιομηχανία Elite ΑΕ», ενώ στη συνέχεια εξαγόρασε την αρτοβιομηχανία «KRIS KRIS Α.Ε.», η οποία συγχωνεύτηκε με την «Elite». Το 1995 αποκτά τη «Βοσινάκη», επιχείρηση γνωστή για τις φρυγανιές. Το 2000 η «Ελληνική Εταιρία Μπισκότων» μετατρέπεται σε εταιρεία συμμετοχών και μετονομάζεται σε «Elbisco Α.Ε. Συμμετοχών». Το 2005 οι ανώνυμες εταιρείες «Ελληνική Εταιρία Μπισκότων», «Βοσινάκης» και «Αρτοβιομηχανία Elite» συγχωνεύονται και απορροφώνται από την εταιρεία «Elbisco Α.Β.Ε.Ε». Στις διάφορες μορφές της, η «Elbisco» χαρακτηρίζεται από κινητικότητα στην αναζήτηση συνεργασιών. Απέκτησε το 51,9% εταιρείας που εδρεύει στην ΠΓΔΜ και δραστηριοποιείται στη διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας, με σκοπό την επέκταση των βιομηχανικών και εμπορικών της δραστηριοτήτων στις αγορές των Βαλκανίων (ΙΟΒΕ, 2002). Ακόμα, ίδρυσε από κοινού με ισπανική βιομηχανία τροφίμων μια νέα εταιρεία παραγωγής στην Ισπανία, με στόχο τη διείσδυση όχι μόνο στις αγορές της συγκεκριμένης χώρας αλλά και στις μεγάλες αγορές του κόσμου γενικότερα.

«Η Hellenic Quality Foods» ιδρύθηκε το 1962. Πρόκειται για όμιλο ο οποίος συμπεριλαμβάνει νωπά και κατεψυγμένα προϊόντα ζύμης, τα οποία κυκλοφορούν με το εμπορικό σήμα «Κανάκη», κατεψυγμένα λαχανικά όπως και φρέσκα και κατεψυγμένα πουλερικά, τα οποία διατίθενται μεταξύ άλλων με το εμπορικό σήμα «Μιμίκος». Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, σύμφωνα με εκτιμήσεις, το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων του ομίλου αντιστοιχούν στα πουλερικά και μόνο το 25% περίπου σε προϊόντα των υπό εξέτασης υποκλάδων, παρόλο που κατατάσσεται εκεί.

Από την άλλη πλευρά, σημαντική επιχείρηση ως προς τις δραστηριότητές της στους υπό εξέταση υποκλάδους, η οποία δεν κατατάσσεται πλέον σε κάποιο από τους δύο υπό εξέτασης υποκλάδους, είναι η «Chipita International», η οποία αποκτήθηκε το 2006 από τη «Vivartia», η οποία εμφανίζεται σε άλλο υπόκλαδο. Όπως σημειώνεται στη σχετική κλαδική μελέτη του ICAP (2008), η αλλαγή αυτή δυσχεραίνει τις προσπάθειες ανάλυσης και διαχρονικής σύγκρισης των μεριδίων της αγοράς που ελέγχουν διάφορες επιχειρήσεις, αφού οι πωλήσεις της «Chipita» δεν είναι πλέον διακριτές αλλά αποτελούν μέρος των πωλήσεων της «Vivartia», η οποία δραστηριοποιείται σε πολλαπλούς υποκλάδους.

Με το ιστορικό της «Chipita» φανερώνεται και πάλι η κινητικότητα του κλάδου ως προς τη σύναψη συνεργασιών και τις ιδιοκτησιακές αλλαγές. Η «Chipita» ιδρύθηκε το 1973 με αρχική δραστηριότητα την παραγωγή αλμυρών σνακ, ενώ η κίνησή της το 1991 να προβεί στην παραγωγή τυποποιημένων κρουασάν με εμπορικά σήματα όπως «7 Days» στέφθηκε με απόλυτη επιτυχία, διανοίγοντας νέα αγορά στον κλάδο τροφίμων της χώρας. Στη συνέχεια, δημιούργησε θυγατρικές επιχειρήσεις στην Πορτογαλία, τη Βουλγαρία και την

Αίγυπτο. Με τη συμφωνία που σύναψε με την «Pepsico» των Η.Π.Α. το 2000, δημιουργήθηκαν παραγωγικές μονάδες στη Λατινική Αμερική (ICAP, 2008). Το 2001, η «Chipita» προέβη στην εξαγορά, μέσω της θυγατρικής της «Chipita Russia (Cyrpus) Ltd.», του 100% δύο εταιρειών με έδρα στην Αγ. Πετρούπολη, από τις οποίες η μια είχε δραστηριότητες στην παραγωγή αρτοσκευασμάτων και η άλλη στη διανομή τους (ΙΟΒΕ 2002). Παράλληλα, η «Chipita» προέβη σε συμφωνία συνεργασίας και με τον όμιλο εταιρειών «Δέλτα» για τη διανομή προϊόντων στη Γιουγκοσλαβία, μέσω του δικτύου διανομής που είχε η εταιρεία «Delyug», θυγατρική της εταιρείας «Δέλτα» στη Γιουγκοσλαβία. Επίσης απέκτησε το 60% της εταιρείας «Ανθέμια Α.Ε.», η οποία είχε ιδιαίτερα ισχυρά δίκτυα διανομών στην περιοχή της Βόρειας Ελλάδας.

Αργότερα, τόσο η εταιρεία «Δέλτα» όσο και η «Chipita» βρέθηκαν μαζί στον όμιλο «Vivartia». Σύμφωνα όμως με δημοσιεύματα του Μαρτίου 2010 (*Η Καθημερινή*, 9.3.2010), ο έλεγχος της «Chipita» ίσως θα επιστραφεί στον ιδρυτή της, το ενδιαφέρον του οποίου για την επανάκτησή της ανακοινώθηκε επίσημα από τη «Marfin Investment Group», βασικό μέτοχο της «Vivartia», ενώ διευθύνων σύμβουλος της «Vivartia» ήταν ακριβώς ο ιδρυτής της «Chipita». Η εξαγορά της «Chipita» από τον ιδρυτή της επρόκειτο να πραγματοποιηθεί μετά τη δημιουργία τεσσάρων θυγατρικών για την απόσχιση των κλάδων δραστηριότητας του ομίλου «Vivartia», ο οποίος προέκυψε από την απορρόφηση της εταιρείας «Δέλτα Πρότυπος Βιομηχανία Γάλακτος» που είχε δραστηριότητες στον κλάδο γαλακτομικών και ποτών, της «Chipita» με δραστηριότητες στον κλάδο αρτοποιίας και ζαχαρωδών, των «Goody's» από τον κλάδο υπηρεσιών εστίασης και ψυχαγωγίας και τέλος της «Γενική Τροφίμων Μπαρμπα-Στάθης», με ειδίκευση σε κατεψυγμένα τρόφιμα. Σημειώνεται ότι ο κλάδος αρτοποιίας και ζαχαρωδών υπολογίστηκε ότι αντιπροσωπεύει το 42% των συνολικών πωλήσεων της «Vivartia» (*Η Καθημερινή*, 9.3.2010).

7.6.2. Μέγεθος ανταγωνισμού

Όπως ήδη αναφέρθηκε στο εισαγωγικό μέρος του κεφαλαίου αυτού, η εξέταση του ανταγωνισμού του κλάδου συμπεριλαμβάνει όσες επιχειρήσεις δημοσιεύουν ισολογισμούς, ενώ η κάθε επιχείρηση κατατάσσεται σε έναν και μοναδικό τετραψήφιο υποκλάδο παραγωγής. Όπως εξηγήθηκε εκεί, επειδή πολλές από τις επιχειρήσεις του υποκλάδου αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής (10.71) δραστηριοποιούνται και στον υποκλάδο παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων κλπ (10.72), ομαδοποιήθηκαν οι δύο υποκλάδοι για την ανάλυση που διεξάγεται εδώ. Όπως σημειώθηκε, η συγκεκριμένη επιλογή συνεπάγεται και αυτή προβλήματα για την ανάλυση του ανταγωνισμού, αν και διαφορετικά από εκείνα που προκύπτουν με την ανάλυση του κάθε υποκλάδου χωριστά.

Όπως διαπιστώνεται (Πίνακα 7.5), τέσσερις επιχειρήσεις πρωταγωνιστούν στους υποκλάδους 10.71 και 10.72, η καθεμία έχοντας μερίδιο 10% με 11% της αγοράς, με κριτήριο την αξία των πωλήσεων. Πρέπει να σημειωθεί ότι σχετικές

μελέτες του ICAP προβαίνουν σε εκτιμήσεις του ελέγχου των επιμέρους αγορών που αντιστοιχούν σε κάθε υποκλάδο και αξίζει να αναφερθούν οι εκτιμήσεις αυτές. Συγκεκριμένα, σε σχέση με την αγορά του βιομηχανοποιημένου ψωμιού, υπολογίστηκε ότι στη μεγαλύτερη επιμέρους αγορά, εκείνη του βιομηχανοποιημένου ψωμιού για τοστ, το 2006 μερίδιο 45% είχε η εταιρεία «Κατσέλη» (η οποία συγχωνεύτηκε στη συνέχεια στην εταιρεία «Nutriart»), το 19%-20% η εταιρεία «Καραμολέγκος» και μερίδιο περίπου 12% η «Elbisco» (ICAP, 2007). Για τη δεύτερη μεγαλύτερη επιμέρους αγορά, του βιομηχανοποιημένου ψωμιού σε μορφή φραντζόλας ή καρβελιού, υπολογίστηκε ότι η εταιρεία «Κατσέλη» είχε περίπου το 65% της αγοράς και η εταιρεία «Καραμολέγκος» το 19%-20%. Ως προς τις συσκευασμένες φρυγανιές, εκτιμήθηκε ότι η εταιρεία «Elbisco» είχε το 2006 το 56%-57% της αγοράς και η εταιρεία «Παπαδόπουλος» το 23%-24%. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, η αγορά των μπισκότων παρουσιάζει ακόμα μεγαλύτερη συγκέντρωση, καθώς ελέγχεται ουσιαστικά από δύο μόνο εταιρείες, την «Παπαδόπουλος» και την «Elbisco» (ICAP, 2008). Υπολογίστηκε ότι η πρώτη είχε μερίδιο αγοράς 68%-69% το 2007 και η δεύτερη περίπου 20%, με τις δύο επιχειρήσεις μαζί δηλαδή να ελέγχουν το 88%-89% περίπου της αγοράς.

Με βάση τα δεδομένα για τις επιχειρήσεις που δημοσιεύουν ισολογισμούς, υπολογίστηκαν διάφοροι δείκτες συγκέντρωσης για τους δύο υπό εξέταση υποκλάδους[2]. Οι δείκτες αυτοί πρέπει να λαμβάνονται υπόψη υπό το πρίσμα των περιορισμών που έχουν ήδη αναφερθεί και με την επιφύλαξη ότι ο κάθε υποκλάδος από μόνος του, πόσο μάλλον οι δύο μαζί, συμπεριλαμβάνουν πολλαπλές «σχετικές αγορές».

Όσον αφορά τη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη συγκέντρωσης CR4, παρατηρείται στον Πίνακα 7.5 ότι παρουσιάζονται άλλοτε μικρές αυξήσεις και άλλοτε μικρές μειώσεις, ενώ το 2008 ο δείκτης λαμβάνει την τιμή του 42,7. Με άλλα λόγια, σύμφωνα με το δείκτη αυτό οι τέσσερις μεγαλύτερες επιχειρήσεις ελέγχουν το 43% της αγοράς. Ισχύουν βέβαια όλες οι επιφυλάξεις που διατυπώθηκαν προηγουμένως.

Από την άλλη πλευρά, φαίνεται στον Πίνακα 7.5 ότι ο δείκτης CR8 λαμβάνει την τιμή 55,8 το 2008, η οποία δεν αποτελεί ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση σε σχέση με την τιμή του CR4. Αυτό οφείλεται βέβαια στο γεγονός ότι, όπως ήδη διαπιστώθηκε, τέσσερις είναι οι μεγάλες επιχειρήσεις με ισόποσα περίπου μερίδια της αγοράς, ενώ οι επόμενες σε μέγεθος επιχειρήσεις έχουν αρκετά μικρότερα μερίδια της αγοράς. Σημειώνεται ότι κατά τη διάρκεια της δεκαετίας η τιμή του CR8 χαρακτηρίζεται από καθοδική πορεία, με την εξαίρεση των πιο πρόσφατων ετών.

[2] Βλ. το εισαγωγικό κεφάλαιο του τόμου για επεξήγηση των σχετικών δεικτών και τον τρόπο υπολογισμού τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7.5
Ανταγωνισμός στους υποκλάδους 10.71 και 10.72, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδιο αγοράς βάσει των πωλήσεων (σε %) των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων										
PAPADOPOULOS, E. J.	23,9	19,3	13,7	12,8	12,9	12,4	12,5	12,5	11,6	11,4
NUTRIART	10,1	8,4	6,6	6,5	6,8	7,1	6,8	6,0	9,3	11,1
ELBISCO			19,3	17,1	13,1	11,3	11,0	11,1	10,1	10,1
HELLENIC QUALITY FOODS	7,0	9,8	13,6	17,5	15,1	13,7	10,9	10,1	10,0	10,0
KARAMOLEGOS BREADINDUSTRY	4,7	4,1	3,1	3,2	3,6	4,2	4,4	4,4	4,3	4,7
BINGO	4,5	6,4	4,4	4,3	4,5	4,2	4,6	4,4	3,9	3,8
CREDIN HELLAS	6,8	5,5	3,8	3,1	3,0	2,9	2,8	2,7	2,4	2,5
KOUKOUTARIS, A., "ALFA"	0,7	0,9	1,0	1,7	2,2	2,7	2,4	2,4	2,3	2,1
TERKENLIS	0,3	0,3	0,2	0,2	1,3	1,4	1,6	1,7	1,9	2,0
NENDOS, ST., SELECT BAKERY	3,0	2,7	1,8	1,6	1,6	1,6	1,6	1,7	1,7	1,8
Δείκτες συγκέντρωσης										
CR4	47,8	43,9	53,1	53,9	47,8	44,5	41,2	39,7	41,1	42,7
CR8	63,9	60,9	67,3	66,4	61,1	58,4	55,4	53,6	53,9	55,8
Herfindahl	864,3	692,0	862,2	868,8	686,7	599,2	527,5	500,3	500,9	537,9

Σύμφωνα με πολλούς οικονομολόγους, ο δείκτης Herfindahl προσφέρει καλύτερη εικόνα του ανταγωνισμού ενός υποκλάδου καθώς λαμβάνει υπόψη τα μερίδια αγοράς όλων των επιχειρήσεων αλλά ταυτόχρονα δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στις μεγάλες επιχειρήσεις λόγω της χρήσης του τετραγώνου των μεριδίων. Όπως παρατηρείται στον Πίνακα 7.5, ο δείκτης αυτός εμφανίζει την τιμή του 538 για το 2008, ενώ διαπιστώνεται διαχρονική μείωση από το 1999 και μετά, με την εξαίρεση των τελευταίων ετών. Συγκεκριμένα, η τιμή παρουσίασε στασιμότητα ανάμεσα στο 2006 και το 2007 ενώ σημείωσε αύξηση μεταξύ του 2007 και του 2008.

7.6.3. Χαρακτηριστικά και προοπτικές του ανταγωνισμού του κλάδου

Είχε επισημανθεί παλαιότερα (IOBE, 2002) για τον υποκλάδο της αρτοποιίας και των αρτοσκευασμάτων ότι ο υψηλός βαθμός συγκέντρωσης ισχύος λίγων μεγάλων επιχειρήσεων, μαζί με την ύπαρξη εμποδίων εισόδου, οδήγησαν σε έντονο εσωτερικό ανταγωνισμό μεταξύ των υφιστάμενων επιχειρήσεων. Ανάμεσα στα εμπόδια εισόδου που αναφέρθηκαν τότε ήταν, πρώτον, οι οικονομίες κλίμακας και το μεγάλο ύψος κεφαλαίων που απαιτούνταν, δεύτερον, οι δυσκολίες διάθεσης των προϊόντων που θα αντιμετώπιζαν τυχόν νεοεισερχόμενες στον υποκλάδο επιχειρήσεις, εφόσον οι παλαιότερες είχαν ήδη πολύ καλά ανεπτυγμένα δίκτυα διανομής και, τρίτον, ο

υψηλός βαθμός διαφοροποίησης των υφιστάμενων προϊόντων. Από την άλλη πλευρά, διαπιστώθηκε ότι ανάμεσα στις δυσκολίες που αντιμετώπιζαν οι μεγάλες βιομηχανίες του υποκλάδου ήταν η μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη που είχαν αποκτήσει οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ ως προς την τοποθέτηση και διάθεση των προϊόντων στα ράφια τους. Αποτέλεσμα της δύναμης αυτής ήταν, μεταξύ άλλων, η τάση της εποχής να δημιουργήσουν οι παραγωγικές επιχειρήσεις δίκτυο λιανικών πωλήσεων με διάθεση των προϊόντων τους κατευθείαν στους τελικούς πελάτες από καταστήματα που λειτουργούσαν με το εμπορικό σήμα της βιομηχανίας.

Τα χαρακτηριστικά του ανταγωνισμού που επισημάνθηκαν τότε επαναλαμβάνονται και σε πιο πρόσφατες κλαδικές μελέτες (ICAP, 2007˙ ICAP, 2008) ως βασικά στοιχεία του ανταγωνισμού του κλάδου. Ειδικότερα, σε σχέση με τα τυποποιημένα αρτοσκευάσματα (ICAP, 2007) διαπιστώθηκε ότι η εγχώρια αγορά χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό ανάμεσα στις μεγάλες αρτοβιομηχανικές επιχειρήσεις, οι οποίες κατέχουν σημαντικά μερίδια της αγοράς. Παρατηρήθηκε τάση όλο και μεγαλύτερης συγκέντρωσης, εφόσον οι μεγάλες επιχειρήσεις επενδύουν αξιόλογα ποσά για την αναβάθμιση του μηχανολογικού τους εξοπλισμού όπως και για τη διαφήμιση των προϊόντων τους, ποσά που δεν μπορούν να διαθέσουν οι μικρότερες επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα να μειώνονται τα μερίδια της αγοράς που ελέγχουν. Επιπλέον, οι μεγάλες βιομηχανίες διαθέτουν πολύ ανεπτυγμένα δίκτυα διανομής. Οι παράγοντες αυτοί συνεπάγονται δυσκολίες για εν δυνάμει νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις στον υποκλάδο. Οι ίδιοι παράγοντες αποτρέπουν την είσοδο νεοεισερχόμενων και στον υποκλάδο παξιμαδιών και μπισκότων, εφόσον και στην περίπτωση του υποκλάδου αυτού το κόστος της αρχικής επένδυσης για εγκαταστάσεις παραγωγής και την προώθηση των προϊόντων είναι πολύ υψηλό (ICAP, 2008).

Αποτέλεσμα των χαρακτηριστικών αυτών είναι ο έντονος ανταγωνισμός ανάμεσα στις λίγες εδραιωμένες επιχειρήσεις. Η υψηλή συγκέντρωση ωθεί τον ανταγωνισμό, με την κάθε επιχείρηση να επιδιώκει τη διατήρηση ή την αύξηση των μεριδίων της αγοράς που ελέγχει. Ιδίως στον υποκλάδο των μπισκότων ο ανταγωνισμός έχει ενταθεί λόγω της εισαγωγής προϊόντων από επιχειρήσεις του εξωτερικού με γνωστά εμπορικά σήματα. Ανάμεσα στις σχετικές στρατηγικές που εφαρμόζουν οι εγχώριες επιχειρήσεις για την ισχυροποίηση της θέσης τους είναι η δημιουργία διαφοροποιημένων προϊόντων και η ενίσχυση των εμπορικών τους σημάτων, ενώ στον τομέα του χονδρεμπορίου, προβαίνουν σε εκπτώσεις και διάφορες παροχές στην προσπάθειά τους να εξασφαλίσουν την αποκλειστική διανομή (ICAP, 2008).

Το τοπίο όμως του ανταγωνισμού δεν περιορίζεται στις μεγάλες ή και μεσαίες παραγωγικές επιχειρήσεις, αν και συνήθως είναι αυτές οι οποίες αποτελούν το επίκεντρο των περισσότερων αναλύσεων του κλάδου. Συμπεριλαμβάνει ακόμα τους βιοτέχνες αρτοποιούς που συνεχίζουν και κατέχουν τη μερίδα του λέοντος στην αγορά και τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ οι οποίες έχουν εισέλθει σχετικά πρόσφατα στο χώρο της παραγωγής.

Εξελίξεις σε σχέση με το θεσμικό πλαίσιο και τη διαδικασία «bake off», όπως και με τη δυναμική είσοδο των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, φαίνεται ότι θα οδηγήσουν σε ανακατατάξεις ως προς τα μερίδια της αγοράς που θα ελέγχουν οι επιμέρους συντελεστές. Έτσι, διαμορφώνεται ένα διαφορετικό τοπίο ανταγωνισμού στους δύο υποκλάδους, με αποτέλεσμα να χρειάζεται η ανεύρεση νέων στρατηγικών για την επιβίωση στην αγορά, ιδίως για τους βιοτέχνες παραγωγούς.

Όπως επισημάνθηκε πριν από λίγα χρόνια (ΙΟΒΕ, 2002), η κυριαρχία της βιοτεχνικής αρτοποιίας είναι χαρακτηριστικό όχι μόνο της Ελλάδας αλλά και άλλων χωρών της Ε.Ε. όπως της Ιταλίας, Ισπανίας, Αυστρίας και Γαλλίας, στις οποίες το μερίδιο της βιοτεχνικής αρτοποιίας ξεπερνούσε το 77%. Θεωρήθηκε ότι το μεγάλο μερίδιο της βιοτεχνικής αρτοποιίας στις χώρες αυτές μπορούσε να αποδοθεί στις συνήθειες των καταναλωτών να προμηθεύονται το ψωμί τους από παραδοσιακά αρτοποιεία, συνήθειες οι οποίες ίσως είχαν σχέση με κοινωνικούς και ψυχολογικούς παράγοντες. Στις χώρες αυτές όμως, είχαν διαπιστωθεί ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 2000 τάσεις αυξανόμενης διείσδυσης της βιομηχανικής αρτοποιίας, λόγω μεταξύ άλλων του όλο και πιο γρήγορου ρυθμού της καθημερινής ζωής.

Στη σημερινή συγκυρία, που χαρακτηρίζεται από την οικονομική ύφεση, τον περιορισμό των εισοδημάτων μεγάλου μέρους του πληθυσμού και την αύξηση των φόρων, ενδέχεται να ισχυροποιηθούν ορισμένες τάσεις που ήδη διαφαίνονται στην αγορά. Συγκεκριμένα, ίσως παρατηρηθεί μετατόπιση της ζήτησης προς προϊόντα με χαμηλότερες τιμές. Ειδικότερα, ενδέχεται να σημειωθεί στροφή μέρους του καταναλωτικού κοινού από τα προϊόντα των παραδοσιακών φούρνων της γειτονιάς προς βιομηχανοποιημένα προϊόντα με χαμηλότερες τιμές αλλά και προς προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας» που παράγονται από τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ και κατά κανόνα διατίθενται σε ακόμα χαμηλότερες τιμές.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις (ICAP, 2007), τα προϊόντα της βιομηχανικής αρτοποιίας κερδίζουν συνεχώς έδαφος τα τελευταία χρόνια στη συνολική σχετική αγορά. Η εξέλιξη αυτή αποδίδεται όχι μόνο στις συμφέρουσες τιμές που παρουσιάζουν σε σχέση με εκείνες της βιοτεχνικής αρτοποιίας, αλλά και σε παράγοντες όπως την επέκταση των δικτύων διανομής που διαθέτουν οι μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις καθώς και σε νέες αγοραστικές συνήθειες. Στις νέες αυτές συνήθειες συμπεριλαμβάνεται μια γενικότερη αγοραστική τάση να προμηθεύονται οι καταναλωτές τα τρόφιμά τους από λιγότερα σημεία πώλησης, λόγω μεταξύ άλλων του γρήγορου ρυθμού της σύγχρονης ζωής που βιώνουν και του περιορισμένου χρόνου που διαθέτουν.

Ανοδική πορεία διαγράφουν και οι πωλήσεις των προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας» που φέρνουν το εμπορικό σήμα των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, όπως στην περίπτωση του ψωμιού και των μπισκότων. Η άνοδος αυτή οφείλεται όχι μόνο στη γενικότερη τάση να αγοράζουν οι καταναλωτές τα τρόφιμά τους από όλο και λιγότερα σημεία πώλησης ή ένα και μοναδικό σημείο, δηλαδή το σούπερ

μάρκετ, αλλά και στις ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές που χαρακτηρίζουν τα προϊόντα. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι η αγορά προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας» αποτελεί και αυτή μια γενικότερη τάση που ξεπερνά τα όρια των συγκεκριμένων υποκλάδων, με την οποία οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ προβαίνουν στη διάθεση όλο και μεγαλύτερου φάσματος προϊόντων με δικό τους εμπορικό σήμα. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι, σύμφωνα με δειγματοληπτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη χώρα, τα τελευταία χρόνια μειώθηκε το ποσοστό των νοικοκυριών που δεν αγοράζουν καθόλου προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας», από το 24% στο 20% (ICAP, 2008).

7.7. Συμπεράσματα και προοπτικές του κλάδου

Βασικό χαρακτηριστικό του υποκλάδου της αρτοποιίας είναι η δυαδική της μορφή, όπου ανταγωνίζονται μεγάλες αρτοβιομηχανίες με ένα τεράστιο πλήθος βιοτεχνών αρτοποιών οι οποίοι παράγουν και διαθέτουν ψωμί στους φούρνους της γειτονιάς. Οι αρτοποιοί κατέχουν το συντριπτικό μερίδιο της αγοράς φρέσκου ψωμιού, ενώ οι αρτοβιομηχανίες ασχολούνται με φάσμα προϊόντων βιομηχανοποιημένου ψωμιού όπως το ψωμί για τοστ. Τόσο η αγορά για βιομηχανοποιημένο ψωμί όσο και η αγορά για παξιμάδια και μπισκότα εμφανίζουν πολύ μεγάλη συγκέντρωση, και ιδίως η αγορά των μπισκότων, η οποία ελέγχεται ουσιαστικά από δύο μόνο επιχειρήσεις. Θεωρείται ότι οι μεγάλες μονάδες και των δύο υπό εξέταση υποκλάδων δεν κινδυνεύουν από την εμφάνιση νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων στις αγορές τους, λόγω σημαντικών εμποδίων εισόδου. Ανάμεσα στα εμπόδια αυτά περιλαμβάνονται το μεγάλο ύψος κεφαλαίων που απαιτούνται για την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, η δυσκολία ανάπτυξης εκτεταμένων δικτύων διανομής παρεμφερών με εκείνα που διαθέτουν οι υφιστάμενες επιχειρήσεις, καθώς και τα μεγάλα κονδύλια που απαιτούνται για την αποτελεσματική διαφήμιση των προϊόντων.

Τα τελευταία χρόνια, σημαντικές εξελίξεις παρατηρούνται στους υποκλάδους της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής (10.71) και της παραγωγής παξιμαδιών και μπισκότων καθώς και της παραγωγής διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής (10.72), αναδιαμορφώνοντας το τοπίο του ανταγωνισμού. Με τις νέες εξελίξεις αναμένεται να σημειωθούν ριζικές ανακατατάξεις στην αγορά, με πιθανή μείωση του μεριδίου της αγοράς που αντιστοιχεί στους φούρνους της γειτονιάς, ενώ ενδέχεται να απειληθεί και το μερίδιο της αγοράς που αντιστοιχεί στις αρτοβιομηχανίες.

Η πρώτη σημαντική εξέλιξη είναι η εμφάνιση και διάδοση της διαδικασίας «bake off», με την οποία ολοκληρώνεται στο σημείο πώλησης το ψήσιμο κατεψυγμένης ζύμης. Οι επαγγελματικοί φορείς των αρτοποιών της γειτονιάς από τη μια πλευρά και των αρτοβιομηχανιών, από την άλλη, βρίσκονται αντιμέτωποι σε σκληρή διαμάχη για το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τη συγκεκριμένη διαδικασία, κυρίως για το εμβαδόν που απαιτείται αλλά και για τη σήμανση των προϊόντων που προκύπτουν από τη διαδικασία, και συγκεκριμένα αν θα ονομάζονται «φρέσκα» ή «διατηρούμενα» προϊόντα. Η δεύτερη σημαντική

εξέλιξη είναι η δυναμική είσοδος των αλυσίδων σούπερ μάρκετ στον κλάδο, με την παραγωγή άρτου, μπισκότων και άλλων προϊόντων με δικό τους εμπορικό σήμα ή «ιδιωτική ετικέτα».

Ως προς την πρώτη εξέλιξη, σύμφωνα με όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το ισχύον ελληνικό θεσμικό πλαίσιο για την παραγωγή και διάθεση άρτου που προκύπτει από τη διαδικασία «bake off» θέτει σοβαρούς περιορισμούς που εμποδίζουν τον ανταγωνισμό. Ασκούνται σχετικές πιέσεις στις εθνικές αρχές για την άρση των περιορισμών αυτών και την απελευθέρωση της αγοράς του άρτου. Χρειάζεται η τροποποίηση των σχετικών διατάξεων, ώστε να προωθηθεί ο ανταγωνισμός στην αγορά του άρτου και να επωφεληθεί ο καταναλωτής.

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι μεγάλες αρτοβιομηχανίες διαθέτουν ήδη υπερσύγχρονο εξοπλισμό για την παραγωγή κατεψυγμένης ζύμης που προορίζεται για τη διαδικασία «bake off». Συγκεκριμένα, είχαν προβεί σε αξιόλογες επενδύσεις στον τομέα αυτό πριν την υιοθέτηση του Νόμου 3526/2007, αναμένοντας την απελευθέρωση της διάθεσης των προϊόντων «bake off». Μάλιστα, οι επενδύσεις που πραγματοποίησαν οι αρτοβιομηχανίες την εποχή εκείνη για τη δημιουργία εργοστασίων με υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις, συμπεριλαμβανομένου και εξοπλισμού για την παραγωγή κατεψυγμένης ζύμης για άρτο «bake off», επιδοτήθηκαν από τους αναπτυξιακούς νόμους της χώρας (ICAP, 2007).

Βασική επίπτωση στην αγορά από ενδεχόμενη υιοθέτηση ρυθμίσεων που δεν θα περιορίζουν πλέον τη διάθεση προϊόντων «bake-off» στα σούπερ μάρκετ θα είναι, αναμφίβολα, η μεγέθυνση της αγοράς για τα προϊόντα αυτά. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του ICAP στη σχετική κλαδική του μελέτη του 2007 (ICAP, 2007), εφόσον αρθούν τα θεσμικά εμπόδια στη διάθεση προϊόντων «bake off», θα δημιουργούνταν μια νέα αγορά της τάξης των 42 με 60 εκατ. Ευρώ ετησίως, με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται ένα νέο πεδίο επιχειρηματικής δράσης που προβλέπεται ότι θα χαρακτηρίζεται από πόλεμο τιμών.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η μεγέθυνση της αγοράς για άρτο από διαδικασία «bake off» θα οφείλεται εν μέρει και στη γενικότερη τάση που παρατηρείται, να προτιμούν οι καταναλωτές να προμηθεύονται τα τρόφιμά τους από όλο και λιγότερα σημεία πώλησης. Η αγοραστική αυτή τάση θεωρείται ότι συμβαδίζει με τους γοργούς ρυθμούς της σύγχρονης καθημερινής ζωής.

Ως προς τη δεύτερη εξέλιξη, την είσοδο των αλυσίδων σούπερ μάρκετ στο χώρο της παραγωγής και διάθεσης άρτου και άλλων προϊόντων με δικό τους εμπορικό σήμα ή «ιδιωτική ετικέτα», εκτιμάται ότι θα ωφεληθούν και τα προϊόντα αυτά από την προαναφερόμενη τάση. Ταυτόχρονα, η συνεχής αύξηση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στις πωλήσεις του άρτου «ιδιωτικής ετικέτας» αποδίδεται και στις ανταγωνιστικές τιμές που τον χαρακτηρίζουν.

Πρέπει να προστεθεί σε σχέση με τον ανταγωνισμό του κλάδου ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται εντεινόμενος ανταγωνισμός από το εξωτερικό. Όπως διαπιστώθηκε, οι εισαγωγές του κλάδου διέγραψαν σημαντική ανοδική

πορεία κατά την τελευταία δεκαετία, σε αντίθεση με τις εξαγωγές του, οι οποίες έμειναν στάσιμες. Το γεγονός αυτό θα πρέπει να δημιουργήσει ιδιαίτερο προβληματισμό.

Η σημερινή οικονομική συγκυρία, η οποία σημαδεύεται από την ύφεση και τη συρρίκνωση εισοδημάτων, ενδέχεται να ενισχύσει περαιτέρω τη στροφή του καταναλωτικού κοινού προς προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας», τα οποία χαρακτηρίζονται συνήθως από τιμές χαμηλότερες εκείνων των προϊόντων αρτοποιίας των «επώνυμων» αρτοβιομηχανιών. Σύμφωνα με πρόσφατη δημοσίευση (*Τα Νέα,* 11.1.2010), το πρώτο τετράμηνο του 2009, οι συνολικές πωλήσεις άρτου εντός των αλυσίδων σούπερ μάρκετ μειώθηκαν 2,7% σε σχέση με το πρώτο τετράμηνο του 2008, ενώ στο ίδιο χρονικό διάστημα παρατηρήθηκε ραγδαία αύξηση για τα προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας».

Εφόσον τροποποιηθεί το θεσμικό πλαίσιο για τις προϋποθέσεις που αφορούν το εμβαδόν και τις εγκαταστάσεις για τη διαδικασία «bake off», άσχετα από την τελική έκβαση ως προς τη διάσταση της διαμάχης που αφορά την ονομασία των προϊόντων, και συγκεκριμένα για το αν το ψωμί που προκύπτει από τη διαδικασία θα φέρει σήμανση «φρέσκου» ή «διατηρημένου» προϊόντος, ενδέχεται αρκετοί καταναλωτές να προτιμήσουν πλέον τα προϊόντα αυτά θεωρώντας ότι είναι φρέσκα, ενώ δίσταζαν παλαιότερα να προμηθευτούν ψωμί από τα ράφια του σούπερ μάρκετ που έφερνε τη σήμανση «διατηρημένο» και δεν ήταν από διαδικασία «bake off».

Οι προοπτικές αυτές συνεπάγονται νέα πρόκληση για τους παραδοσιακούς φούρνους της γειτονιάς. Οι σχετικές επιχειρηματικές στρατηγικές που ενδείκνυνται για τους «μικρούς» βιοτέχνες αρτοποιούς, δεδομένων των προοπτικών αυτών, θα πρέπει να μελετηθούν προσεχτικά ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες ανταγωνισμού που δημιουργούνται στο χώρο. Μεταξύ των στρατηγικών που θα πρέπει να διερευνηθούν είναι εκείνες που αξιοποιούν τις ήδη υπάρχουσες αντιλήψεις του κοινού για την ιδιαίτερη φρεσκάδα, ποιότητα και υγιεινό περιεχόμενο των προϊόντων της βιοτεχνικής αρτοποιίας, βελτιώνοντας και εξασφαλίζοντας ακριβώς τα στοιχεία αυτά, ενώ απαιτείται και η αποτελεσματική προβολή τους. Επιπλέον, υπάρχει προς αξιοποίηση από μέρους τους και μια σημαντική κοινωνική και ψυχολογική διάσταση, η οποία εμπλέκεται στον ανταγωνισμό του αρτοποιού της γειτονιάς με το ψωμί που πουλιέται στα ράφια του σούπερ μάρκετ, και συγκεκριμένα η διάσταση των κοινωνικών σχέσεων και προσωπικών επαφών. Όπως προέκυψε από παλαιότερη κοινωνιολογική έρευνα για τους φούρνους της γειτονιάς της Γαλλίας και την απειλή που τους έθετε το βιομηχανοποιημένο ψωμί (Bertaux and Bertaux-Wiame, 1981), οι κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονταν στα αρτοποιεία με τους πελάτες της γειτονιάς προσέφεραν αξιόλογο προνόμιο στους αρτοποιούς που τους προστάτεψε από την εξόντωση από τις μεγάλες αρτοβιομηχανίες. Μπορεί και στη σύγχρονη ελληνική καθημερινότητα, όπου η ανωνυμία χαρακτηρίζει τις περισσότερες συναλλαγές, οι προσωπικές σχέσεις που δημιουργούνται στους φούρνους της γειτονιάς να αποδειχθούν πλεονέκτημα για τους αρτοποιούς.

Οι προοπτικές του κλάδου γενικότερα εξαρτώνται μεταξύ άλλων και από την ανάπτυξη νέων προϊόντων τα οποία συνάδουν με νέες τάσεις στις καταναλωτικές συνήθειες, όπως την όλο και μεγαλύτερη έμφαση στις υγιεινές ιδιότητες των τροφίμων. Ήδη παρατηρείται στροφή των εγχώριων βιομηχανιών προς την κατεύθυνση αυτή, αλλά υπάρχει μεγάλο περιθώριο περαιτέρω αξιοποίησης της τάσης.

Ακόμα, οι προοπτικές του κλάδου εξαρτώνται από την ισχυροποίηση της θέσης των προϊόντων στις εγχώριες αγορές, ώστε να ανταγωνιστούν επιτυχώς τα εισαγόμενα προϊόντα. Για τον πιο αποτελεσματικό ανταγωνισμό των ελληνικών επιχειρήσεων με τα εισαγόμενα προϊόντα, μπορούν να συμβάλλουν μεταξύ άλλων οι επενδύσεις σε παραγωγικές εγκαταστάσεις, συστηματικές ενέργειες μάρκετινγκ καθώς και η περαιτέρω επέκταση των δικτύων διανομής (ICAP, 2008).

Ταυτόχρονα, πρέπει να δοθεί έμφαση στην αύξηση των εξαγωγών. Απαιτούνται συστηματικές προσπάθειες εξασφάλισης υψηλών προδιαγραφών ποιότητας τόσο για τη διατήρηση όσο και για την αύξηση των εξαγωγικών επιδόσεων (ICAP, 2008).

Οι δύο υποκλάδοι της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής καθώς και της παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής, είναι από εκείνους που προβλέπεται να πληγούν λιγότερο από την ύφεση που σημαδεύει σήμερα την ελληνική οικονομία. Ωστόσο, η παρούσα δυσμενής συγκυρία φαίνεται ότι θα έχει σημαντική επίδραση στον ανταγωνισμό στον κλάδο, ενισχύοντας τάσεις που ήδη διαφαίνονται στην αγορά και επισπεύδοντας τις σχετικές ανακατατάξεις ως προς τα μερίδια της αγοράς που αντιστοιχούν στους τρεις βασικούς φορείς του κλάδου: τους βιοτέχνες αρτοποιούς της γειτονιάς, τις μεγάλες εδραιωμένες βιομηχανίες και τις νεοεισερχόμενες στο χώρο της παραγωγής, τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ με τα προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας».

Συνοψίζοντας, η συγκέντρωση που χαρακτηρίζει τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή των βιομηχανοποιημένων προϊόντων των δύο υποκλάδων της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής καθώς και της παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής δεν είχε μέχρι σήμερα, σύμφωνα με τις ενδείξεις, σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό. Αυτό φαίνεται και από το γεγονός ότι το περιθώριο καθαρού κέρδους των μεγαλύτερων επιχειρήσεων δεν είναι συστηματικά υψηλό. Ο ανταγωνισμός στους δύο υποκλάδους έχει ενισχυθεί τα τελευταία χρόνια λόγω της εισόδου των αλυσίδων σούπερ μάρκετ με τα προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας», ενώ αναμένεται να ενταθεί περαιτέρω στο προσεχές μέλλον στον υποκλάδο της αρτοποιίας, εφόσον αρθούν θεσμικά εμπόδια που περιορίζουν τις δραστηριότητες των αρτοβιομηχανικών μονάδων.

Βιβλιογραφία

Bertaux, D. and Bertaux-Wiame, I. (1981). "Artisanal Bakery in France : How it Lives and why it Survives." Στο *The Petite Bourgeoisie: Comparative Studies of the Uneasy Stratum*, επιμέλεια των F. Bechhofer και B. Elliott. London: Macmillan.

Βέττας, Ν. και Κατσουλάκος, Γ. (2004). *Πολιτική Ανταγωνισμού και Ρυθμιστική Πολιτική*. Αθήνα: Δαρδανός.

ICAP (2007). *Κλαδική Μελέτη: Τυποποιημένα Αρτοπαρασκευάσματα.* Αθήνα: ICAP.

ICAP (2008). *Κλαδική Μελέτη: Τυποποιημένα Μπισκότα – Κρουασάν – Αλμυρά Σνακ.* Αθήνα: ICAP.

ΙΟΒΕ (2002). *Ο Κλάδος της Αρτοποιίας και των Αρτοσκευασμάτων*. Αθήνα: ΙΟΒΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΖΥΜΑΡΙΚΑ

Τζέννιφερ Καβουνίδη *

Σύνοψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η ανάλυση, με έμφαση στις συνθήκες ανταγωνισμού, του υποκλάδου της παραγωγής ζυμαρικών, δηλαδή των μακαρονιών, λαζανιών, κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών προϊόντων (ΣΤΑΚΟΔ 10.73). Πρόκειται για υποκλάδο της ελληνικής μεταποίησης ο οποίος θεωρείται «αυτάρκης», καθώς ο κλάδος είναι πλεονασματικός. Τα προηγούμενα χρόνια η εγχώρια κατανάλωση παρέμεινε σχετικά σταθερή, αλλά υπάρχουν ενδείξεις ότι μπορεί να αυξηθεί στο βραχυχρόνιο μέλλον, πρώτον, λόγω της αλλαγής των τάσεων διατροφής που παρατηρούνται στην κοινωνία και, δεύτερον, λόγω της παρούσας οικονομικής συγκυρίας, η οποία ενισχύει τη ζήτηση για προϊόντα με πιο προσιτές τιμές, όπως είναι αυτές των ζυμαρικών.

Ο υποκλάδος των ζυμαρικών παρουσιάζει έντονη συγκέντρωση και κυριαρχείται από δύο μεγάλες επιχειρήσεις. Ο πρώτος σε μέγεθος από τους δύο βασικούς παίχτες του υποκλάδου είναι η «Μίσκο», παλαιά ελληνική βιομηχανία, η οποία από το 1991 αποτελεί θυγατρική εταιρεία της ιταλικής επιχείρησης «Barilla», της πρώτης επιχείρησης στην παραγωγή ζυμαρικών παγκοσμίως. Ο δεύτερος βασικός παίχτης είναι η «Μέλισσα-Κίκιζας», ελληνική οικογενειακή επιχείρηση με μακρά ιστορία. Χαρακτηριστικό στοιχείο του ανταγωνισμού στον υποκλάδο είναι η «μονομαχία» ανάμεσα στις δύο αυτές επιχειρήσεις, η οποία έχει περιγραφεί μεταξύ άλλων ως «Ελληνοϊταλικός πόλεμος στην αγορά των ζυμαρικών». Αξίζει να σημειωθεί ότι η τρίτη σε πωλήσεις εταιρεία του υποκλάδου είναι ελληνοϊταλική κοινοπραξία, η οποία εμφανίζει σημαντική άνοδο τα τελευταία χρόνια κυρίως, απ' ό,τι φαίνεται, εις βάρος της δεύτερης, αμιγώς ελληνικού ελέγχου επιχείρησης.

Ένα νέο στοιχείο που έχει διαφοροποιήσει το τοπίο του ανταγωνισμού στον υποκλάδο είναι η δυναμική είσοδος των αλυσίδων σούπερ μάρκετ στην παραγωγή και διάθεση ζυμαρικών με δικό τους εμπορικό σήμα ή «ιδιωτική ετικέτα» (private label), τα οποία πωλούνται σε αρκετά χαμηλότερες τιμές από εκείνες των «επώνυμων» προϊόντων. Οι εταιρείες στις οποίες αναθέτουν την παραγωγή των

* Ευχαριστώ θερμά τους συναδέλφους κα. Ε. Νίτση και κ. Ν. Κανελλόπουλο για τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις τους. Γνώμες, παραλείψεις και τυχόν λάθη είναι της συγγραφέως.

προϊόντων αυτών είναι κατά κανόνα εγχώριες βιομηχανίες ζυμαρικών. Όπως έχει σημειωθεί (ICAP, 2004), τα ζυμαρικά «ιδιωτικής ετικέτας» είναι παρεμφερή με τα «επώνυμα» προϊόντα που παράγουν οι βιομηχανίες αυτές, καθώς αξιοποιείται στην παραγωγή τους η ίδια τεχνολογία, ενώ υπόκεινται συνήθως στις ίδιες ή ανάλογες προδιαγραφές. Με τη σημερινή οικονομική συγκυρία και τον περιορισμό των εισοδημάτων, είναι πιθανό να ενισχυθεί περαιτέρω το μερίδιο της αγοράς που αντιστοιχεί στα προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας».

Ανάμεσα στις στρατηγικές που έχουν εφαρμοστεί από τις βιομηχανίες των ζυμαρικών στην προσπάθειά τους να αντεπεξέλθουν στον έντονο ανταγωνισμό που χαρακτηρίζει τον κλάδο είναι η καθετοποίηση της παραγωγής, συμπεριλαμβάνοντας στις δραστηριότητές τους τη διαδικασία της παραγωγής της πρώτης τους ύλης, του σιμιγδαλιού. Μια άλλη στρατηγική που παρατηρείται είναι η οριζόντια επέκταση, με την απόκτηση εμπορικών σημάτων ήδη καθιερωμένων στην εγχώρια αγορά. Ακόμα, η ανάπτυξη νέων προϊόντων αποτελεί σημαντική επιχειρηματική στρατηγική, ιδίως με την αξιοποίηση νέων τάσεων της αγοράς όπως η στροφή προς την υγιεινή διατροφή και τη μεσογειακή δίαιτα, σύμφωνα με την οποία τα ζυμαρικά χαίρουν ιδιαίτερης εκτίμησης.

Οι προοπτικές του υποκλάδου εξαρτώνται και από τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό με τα εισαγόμενα ζυμαρικά και από τις εξαγωγικές επιδόσεις. Πρέπει να σημειωθεί ότι, ενώ ο υποκλάδος παρουσίασε σημαντικές εξαγωγές την προηγούμενη δεκαετία, τα τελευταία χρόνια οι εισαγωγές των ζυμαρικών διαγράφουν ανησυχητικά ανοδική πορεία.

8.1. Εισαγωγή

8.1.1. Οριοθέτηση του υποκλάδου και σχετικά μεθοδολογικά ζητήματα

Σύμφωνα με τους νέους κωδικούς οικονομικών δραστηριοτήτων οι οποίοι υιοθετήθηκαν το 2008 από την ΕΣΥΕ, ο υποκλάδος των ζυμαρικών ανήκει στον κλάδο 10.7, ο οποίος αντιστοιχεί στην «παραγωγή ειδών αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων». Ο κλάδος αυτός διαχωρίζεται σε τρεις υποκλάδους. Ο υποκλάδος 10.71 αποτελείται από την αρτοποιία και την παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής, ενώ ο υποκλάδος 10.72 αντιστοιχεί στην παραγωγή παξιμαδιών και μπισκότων καθώς και στην παραγωγή διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής. Ο υποκλάδος 10.73 συμπεριλαμβάνει, εκτός από την παραγωγή μακαρονιών, λαζανιών, κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών, και δραστηριότητες υπεργολαβίας στο πλαίσιο της διαδικασίας παραγωγής μακαρονιών, ρυζομακάρονων (noodles), κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών προϊόντων.

Διάφορα ζητήματα μεθοδολογικά και ουσιαστικά τίθενται αναφορικά με το εγχείρημα της ανάλυσης του ανταγωνισμού που χαρακτηρίζει το συγκεκριμένο υποκλάδο, από την αξιοποίηση των στοιχείων των επιχειρήσεων που δημοσιεύουν ισολογισμούς. Οι βάσεις δεδομένων, οι οποίες στηρίζονται στους δημοσιευμένους ισολογισμούς και χρησιμοποιούνται από διάφορους φορείς ή επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κλαδικές αναλύσεις, είναι οργανωμένες στο

τετραψήφιο κλαδικό επίπεδο, με την κατάταξη όλων των επιχειρήσεων που δημοσιεύουν ισολογισμούς σε έναν και μοναδικό τετραψήφιο υποκλάδο δραστηριότητας.

Ένα θέμα που ανακύπτει κατά την ανάλυση του ανταγωνισμού στον υποκλάδο των ζυμαρικών είναι ότι τα στοιχεία που αφορούν την κάθε επιχείρηση δεν αναφέρονται αποκλειστικά στις δραστηριότητές της στον εξεταζόμενο υποκλάδο όπου έχει καταταχθεί, αλλά στο σύνολο των δραστηριοτήτων της, οι οποίες συχνά αντιστοιχούν σε πολλαπλούς υποκλάδους. Αναφέρεται ενδεικτικά ότι η επιχείρηση «Μέλισσα-Κίκιζας» ασχολείται όχι μόνο με την παραγωγή ζυμαρικών αλλά και με προϊόντα ντομάτας για σάλτσες, ενώ εξαγόρασε τη φίρμα γλυκών «Καζίνο» και ανέλαβε την αντιπροσωπεία και αποκλειστική διανομή των κονσερβοποιημένων φρούτων της «Del Monte» και των γερμανικών καφέδων «Tchibo». Επιπλέον, μπορεί ορισμένες επιχειρήσεις οι οποίες δεν δημοσιεύουν ισολογισμούς να κατέχουν κάποια, έστω περιορισμένα, μερίδια της αγοράς.

Επομένως, η εικόνα για τον ανταγωνισμό, η οποία προκύπτει από τις αναλύσεις που στηρίζονται στη βάση δεδομένων των επιχειρήσεων και παρουσιάζονται στο παρόν κείμενο, θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι δεν αντιστοιχεί πλήρως στην πραγματικότητα. Τούτο διότι τα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων ορισμένες φορές αφορούν δραστηριότητες και σε άλλους υποκλάδους, με αποτέλεσμα μάλλον να υπερεκτιμάται η συγκέντρωση στον υπό εξέταση υποκλάδο. Στην περίπτωση που κάποιες εταιρείες οι οποίες δεν δημοσιεύουν ισολογισμούς έχουν μη αμελητέα μερίδια της αγοράς, ενδέχεται πάλι να υπερεκτιμάται η συγκέντρωση, εφόσον η ανάλυση στηρίζεται μόνο σε στοιχεία επιχειρήσεων που δημοσιεύουν ισολογισμούς. Συνεπώς, ο αναγνώστης θα πρέπει να λάβει υπόψη του αυτόν τον περιορισμό που διέπει την ακόλουθη ανάλυση, διατηρώντας ορισμένες επιφυλάξεις σχετικά με τα συμπεράσματα που διατυπώνονται για το συγκεκριμένο υποκλάδο. Ταυτόχρονα πρέπει να τονιστεί ότι τα συγκεκριμένα στοιχεία είναι τα μοναδικά διαθέσιμα και η αξιοποίησή τους μπορεί να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για τον ανταγωνισμό κάποιου κλάδου.

8.1.2. Βασικά μεγέθη του υποκλάδου

Τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας αφορούν το έτος 2007. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας (Πίνακας 8.1), η ακαθάριστη αξία της παραγωγής μακαρονιών, λαζανιών, κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών προϊόντων ανήλθε το 2007 σε 110,4 εκατ. Ευρώ. Το ίδιο έτος, η προστιθέμενη άξια του υποκλάδου ζυμαρικών ήταν 41,2 εκατ. Ευρώ.

Όσον αφορά την απασχόληση, σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας, το 2007 οι απασχολούμενοι στον υποκλάδο ήταν 872 (Πίνακας 8.1). Αντίθετα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Eurostat, το 2007 οι απασχολούμενοι του υποκλάδου ήταν 1.328. Η απόκλιση αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας αφορούν μόνο βιομηχανικά καταστήματα τα οποία απασχολούν 10 ή περισσότερα άτομα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.1
Βασικά μεγέθη, 2002-2007

Παραγωγή ζυμαρικών							
Μεταβλητή	Πηγή	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Ακαθάριστη αξία παραγωγής (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	97,4	101,7	97,6	96,1	89,6	110,4
Προστιθέμενη αξία (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	41,5	42,5	41,7	43,4	41,0	41,2
Επενδύσεις (εκατ. €)	Έρευνα Βιομηχανίας	6,3	4,0	7,0	4,1	6,5	7,8
Απασχόληση (άτομα)	Έρευνα Βιομηχανίας	834	871	766	753	738	872
Απασχόληση (άτομα)	Eurostat		1248	1159	1167	1167	1328
Παραγωγή (εκατ. €)	Eurostat		136,6	134,3	132,5	133,1	150,3
Εξαγωγές (εκατ. €)	Eurostat		28,4	26,4	25,0	23,8	26,3
Εισαγωγές (εκατ. €)	Eurostat		13,2	12,6	12,9	14,0	16,9
Κατανάλωση (Φαινομενική) (εκατ. €)	Εκτίμηση		121,4	120,5	120,4	123,3	140,9
% Μεταβολής κατανάλωσης	Εκτίμηση			-0,007	-0,001	0,024	0,143

Η φαινομενική κατανάλωση εκτιμήθηκε με την αφαίρεση της αξίας των εξαγωγών από το σύνολο της αξίας της παραγωγής και της αξίας των εισαγωγών. Σύμφωνα με τη σχετική εκτίμηση (Πίνακας 8.1), η φαινομενική κατανάλωση έφτασε τα 140,9 εκατ. Ευρώ το 2007.

8.1.3. Εξελίξεις του υποκλάδου

Η ακαθάριστη αξία της παραγωγής του υποκλάδου ζυμαρικών παρουσίασε διακυμάνσεις την περίοδο 2002-2007, αλλά σημαντική αύξηση από το 2006 στο 2007. Ειδικότερα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Βιομηχανίας, ξεκίνησε στα 97,4 εκατ. Ευρώ το 2002, φτάνοντας τα 101,7 το 2003 αλλά στη συνέχεια υπέστη μείωση, σημειώνοντας ανάκαμψη από το 2006. Όσον αφορά την εξέλιξη της προστιθέμενης αξίας του υποκλάδου, παρουσίασε σχετικά σταθερή πορεία. Ειδικότερα, από τα 41,5 εκατ. Ευρώ το 2002 κατέληξε στα 41,2 το 2007. Ως προς τις επενδύσεις, παρατηρούνται διακυμάνσεις διαχρονικά, με τις χαμηλότερες να πραγματοποιούνται το 2003 και τις υψηλότερες το 2007, οπότε και πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις αξίας 7,8 εκατ. Ευρώ. Σημειώνεται ότι ο μέσος όρος των ετήσιων επενδύσεων για το διάστημα 2002-2007 ήταν 5,6 εκατ. Ευρώ.

Αναφορικά με την εξέλιξη της απασχόλησης, διαπιστώνεται αύξηση στον αριθμό των απασχολουμένων στον υποκλάδο κατά τη διάρκεια της εξαετίας, αλλά όχι ιδιαίτερα μεγάλη. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat (Πίνακας 8.1), τα οποία δεν περιορίζονται στα βιομηχανικά καταστήματα με 10 ή περισσότερους απασχολούμενους, οι εργαζόμενοι στον υποκλάδο των ζυμαρικών έφτασαν από 1.248 το 2003 στους 1.328 το 2007

8.2. Προσφορά, ζήτηση και προοπτικές του υποκλάδου

8.2.1. Προσφορά

Ο υποκλάδος παραγωγής μακαρονιών, λαζανιών κλπ. χαρακτηρίζεται από έντονη συγκέντρωση, ενώ κυριαρχούν δύο μεγάλες επιχειρήσεις, η «Μίσκο-Barilla» και η «Μέλισσα-Κίκιζας». Βέβαια υπάρχουν και άλλες μεγάλες επιχειρήσεις του υποκλάδου οι οποίες κατέχουν μικρότερα αλλά σημαντικά μερίδια της αγοράς, επιδιώκοντας την αύξηση ή τη διατήρηση του μεριδίου της αγοράς που ελέγχουν.

Η στρατηγική που έχουν ακολουθήσει διάφορες από τις μεγάλες εταιρείες του υποκλάδου είναι η καθετοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας. Έτσι προβαίνουν στην παραγωγή σιμιγδαλιού, προκειμένου να μειώσουν το κόστος παραγωγής και να έχουν καλύτερο έλεγχο της πρώτης ύλης (ICAP, 2004). Το σιμιγδάλι προέρχεται από το σκληρό σίτο και είναι δύο ειδών, το χοντρό και το λεπτό. Το χοντρό σιμιγδάλι αξιοποιείται στα εργαστήρια ζαχαροπλαστικής, ενώ το λεπτό στην παραγωγή ζυμαρικών. Οι εγχώριες ανάγκες για σιμιγδάλι αντιστοιχούν περίπου στην εγχώρια παραγωγή, με περιορισμένες εισαγωγές και εξαγωγές.

Σημαντική εξέλιξη της τελευταίας δεκαετίας ως προς την προσφορά του υποκλάδου είναι η εμφάνιση των αλυσίδων σούπερ μάρκετ στην παραγωγή και διάθεση ζυμαρικών με δικό τους εμπορικό σήμα ή «ιδιωτική ετικέτα» (private label).

Πρέπει να σημειωθεί ότι η είσοδος των αλυσίδων σούπερ μάρκετ στον υποκλάδο της παραγωγής ζυμαρικών είναι μέρος της γενικότερης τάσης των σούπερ μάρκετ να εισέρχονται στην παραγωγή προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας». Οι πρώτες αλυσίδες οι οποίες πούλησαν ζυμαρικά με δικό τους εμπορικό σήμα και σημείωσαν σημαντικές επιδόσεις ήταν οι ξένες αλυσίδες “discount” σούπερ μάρκετ, ενώ γρήγορα ακολούθησαν αλυσίδες όπως «Carrefour– Μαρινόπουλος» και «ΑΒ Βασιλόπουλος». Το φάσμα των προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας» που προσφέρουν αυξάνεται συνεχώς . Η επιτυχία των προϊόντων αυτών συσχετίζεται με τις χαμηλότερες τιμές τους σε σχέση με αντίστοιχα «επώνυμα προϊόντα». Αναφέρεται σχετικώς ότι, σύμφωνα με δειγματοληπτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη χώρα, τα τελευταία χρόνια μειώθηκε το ποσοστό των νοικοκυριών που δεν αγοράζουν καθόλου προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας» από το 24% στο 20% (ICAP, 2008).

Πρέπει να σημειωθεί ότι η ενασχόληση των αλυσίδων σούπερ μάρκετ με την παραγωγή και διάθεση προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας έχει επηρεάσει θετικά τη διαπραγματευτική δύναμή τους απέναντι στις βιομηχανίες ζυμαρικών (ICAP, 2004). Η διαπραγματευτική δύναμη αφορά όχι μόνο τους όρους τοποθέτησης των προϊόντων τους στα σούπερ μάρκετ αλλά και διάφορες άλλες διαστάσεις των συναλλαγών τους όπως της τιμολογιακής πολιτικής και των διακανονισμών πληρωμής.

Ανάμεσα στις στρατηγικές που υιοθετούν οι μεγάλες εγχώριες βιομηχανίες ζυμαρικών, στην προσπάθειά τους να ανταποκριθούν στη νέα πρόκληση που θέτει η εμφάνιση και διάδοση των φθηνότερων προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας», είναι η διάθεση αξιόλογων κονδυλίων για τη διαφήμιση των προϊόντων τους. Η αναγνωρισιμότητα των εμπορικών σημάτων τους και οι θετικές αντιλήψεις του κοινού για τη διατροφική αξία και την ποιότητα των ζυμαρικών τους, αποκτούν ιδιαίτερη σημασία, δεδομένης της μεγάλης απόστασης των τιμών τους από εκείνες των προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας». Μια άλλη πρακτική που εφαρμόζουν οι βιομηχανίες ζυμαρικών για να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό του υποκλάδου είναι να προβούν σε προωθητικές ενέργειες των προϊόντων τους όπως είναι τα πακέτα προσφορών και οι εκπτώσεις (ICAP, 2004). Οι ενέργειες αυτές βέβαια συνεπάγονται απώλειες στα κέρδη τους.

8.2.2. Ζήτηση

Τα ζυμαρικά κατέχουν σημαντική θέση στη διατροφή των κατοίκων της χώρας. Η Ελλάδα παρουσιάζει τη δεύτερη μεγαλύτερη κατανάλωση ζυμαρικών ανάμεσα στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) με κατά κεφαλήν ετήσια κατανάλωση τα 8,5 περίπου κιλά. Πρώτη χώρα, με μεγάλη διαφορά, κατατάσσεται βέβαια η Ιταλία, με 25 κιλά ετησίως.

Αν και θεωρείται συνήθως ότι τα μακαρόνια είναι «εφεύρεση» ιταλική, η πρώτη αναφορά στα ζυμαρικά χρονολογείται γύρω στο 1000 π.Χ. στην Ελλάδα. Ειδικότερα, η λέξη «λάγονον» αναφερόταν σε φαρδιά πλακωτή ζύμη από νερό και αλεύρι, η οποία κοβόταν σε λωρίδες. Το προϊόν αυτό μεταφέρθηκε στην Ιταλία περίπου τον 8^{ο} αιώνα π.Χ., από τους πρώτους Έλληνες έποικους και μετονομάστηκε «laganum» στα λατινικά, που έγινε στη συνέχεια η λέξη «λαζάνια» που γνωρίζουμε σήμερα. Πρέπει να σημειωθεί, όμως, ότι είναι βέβαιο ότι τα ζυμαρικά υπήρχαν και στην αρχαία Κίνα και στον αρχαίο αραβικό κόσμο.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών, δειγματοληπτική έρευνα των νοικοκυριών της χώρας η οποία πραγματοποιείται από την ΕΣΥΕ, το 2004/2005 ο μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών της χώρας για ζυμαρικά ανήλθε στα 3,06 Ευρώ, από τα 2,80 Ευρώ που ήταν το 1998/1999. Η αναλογία των δαπανών για ζυμαρικά σε σχέση με τις συνολικές δαπάνες για τρόφιμα ήταν 1,2% το 1998/1999 και 1,1 το 2004/2005. Παρατηρείται στην έρευνα του 2004/2005 ότι οι μηνιαίες δαπάνες των νοικοκυριών για ζυμαρικά ήταν μεγαλύτερες σε αγροτικά νοικοκυριά (3,41 Ευρώ) παρά σε νοικοκυριά αστικών περιοχών (2,89 Ευρώ).

Πρέπει να σημειωθεί ότι το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών για ζυμαρικά αντιστοιχεί στα μακαρόνια. Εδώ και αρκετά χρόνια όμως, παρατηρείται όλο και μεγαλύτερη διαφοροποίηση της ζήτησης, με στροφή προς άλλα σχήματα και μεγέθη της μεγάλης ποικιλίας ζυμαρικών που προσφέρονται στην αγορά.

Από τους σημαντικότερους λόγους που έχουν καταστήσει τα ζυμαρικά ιδιαίτερα δημοφιλή στον πληθυσμό της χώρας είναι η χαμηλή τους τιμή (ICAP,

2004). Η εμφάνιση τα τελευταία χρόνια των ζυμαρικών «ιδιωτικής ετικέτας» που παράγονται και διατίθενται από τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ εκτιμάται ότι έχει αυξήσει τη ζήτηση, εφόσον τα ζυμαρικά αυτά προσφέρονται σε ακόμα χαμηλότερες τιμές.

Ένας άλλος παράγοντας που έχει συμβάλει στη μεγάλη διάδοση των ζυμαρικών στην ελληνική αγορά είναι ο περιορισμένος χρόνος που χρειάζεται για την προετοιμασία τους (ICAP, 2004). Το γεγονός αυτό σημαίνει ότι ταιριάζουν ιδιαίτερα με τους γρήγορους ρυθμούς της σύγχρονης ζωής.

Επιπλέον, τα ζυμαρικά παρέχουν μεγάλη ποικιλία παραλλαγών. Το μεγάλο φάσμα δυνατοτήτων αφορά τόσο τα ζυμαρικά καθ' αυτά (π.χ. τα μακαρόνια, τα κοφτά, τις πένες, τις βίδες κλπ.) όσο και τα άλλα υλικά με τα οποία μπορεί να συνδυαστούν (σάλτσες, λαχανικά, θαλασσινά, αλλαντικά, κλπ.).

Επίσης, η ζήτηση των προϊόντων του υποκλάδου επηρεάζεται από τις αντιλήψεις του κοινού για τα θρεπτικά στοιχεία που περιέχουν. Από αυτή την άποψη, τα συγκεκριμένα προϊόντα χαίρουν όλο και μεγαλύτερης εκτίμησης, εφόσον αναγνωρίζονται διάφορα πολύτιμα στοιχεία που παρέχουν, ενώ βρίσκονται στη βάση της πυραμίδας της παραδοσιακής μεσογειακής δίαιτας, η οποία προβάλλεται πολύ τα τελευταία χρόνια και κερδίζει όλο και περισσότερους σύγχρονους οπαδούς. Πρέπει να σημειωθεί σχετικώς ότι τα τελευταία χρόνια εμφανίζονται όλο και περισσότερα νέα προϊόντα ζυμαρικών, τα οποία στηρίζονται ακριβώς στη στροφή του καταναλωτικού κοινού προς υγιεινά είδη διατροφής. Για παράδειγμα, παρουσιάζονται σειρές προϊόντων των οποίων οι πρώτες τους ύλες προβάλλονται ως «εκλεκτές» (π.χ. η σειρά «Χρυσή σοδειά» της «Μίσκο-Barilla» και η σειρά «Primo Gusto» της «Μέλισσα-Κίκιζας»), ενώ νέα τάση είναι και η παραγωγή και διάθεση βιολογικών ζυμαρικών.

Τέλος, άλλος ένας παράγοντας ο οποίος επηρεάζει τη ζήτηση είναι βέβαια η διαφήμιση. Οι βιομηχανίες του υποκλάδου προβαίνουν σε συστηματική διαφήμιση των προϊόντων τους με διάφορα μέσα. Αντίθετα, οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ δεν δαπανούν ιδιαίτερα κονδύλια για την προβολή των ζυμαρικών «ιδιωτικής ετικέτας» που τοποθετούν στα ράφια τους.

8.2.3. Προοπτικές του υποκλάδου

Τα ζυμαρικά είναι από τους υποκλάδους των τροφίμων που δεν προβλέπεται να πληγούν ιδιαίτερα από τη σημερινή οικονομική συγκυρία και τον περιορισμό των εισοδημάτων μεγάλου τμήματος του πληθυσμού σε διάφορες χώρες. Μάλιστα, είναι πιθανό να τονωθεί η ζήτηση για ζυμαρικά στις εγχώριες και διεθνείς αγορές, καθώς θεωρείται ότι έχουν χαμηλές τιμές σε σχέση με τη διατροφική τους αξία.

Όσον αφορά την εγχώρια αγορά, η Ελλάδα, όπως ήδη αναφέρθηκε, παρουσιάζει αρκετά υψηλή κατανάλωση ζυμαρικών σε σχέση με άλλες χώρες της ΕΕ. Αναμφίβολα όμως, υπάρχουν περιθώρια αύξησης της κατανάλωσης. Η γειτονική Ιταλία έχει τριπλάσια κατανάλωση απ' ό,τι η Ελλάδα, ενώ στις Η.Π.Α.

διαπιστώθηκε το 2007 (*The Economist*, 21.6.2007) ότι η κατανάλωση ζυμαρικών από το μέσο νοικοκυριό είχε τριπλασιαστεί τα προηγούμενα είκοσι χρόνια, φτάνοντας τα 9 κιλά κατά κεφαλήν, πολύ κοντά στα ελληνικά επίπεδα κατανάλωσης. Η εντυπωσιακή αυτή αύξηση αποδόθηκε στον ενθουσιασμό των Αμερικανών για τη μεσογειακή δίαιτα.

Η τάση προς υγιεινή διατροφή, η οποία παρατηρείται στην Ελλάδα όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη, είναι πολλά υποσχόμενη για τη δημιουργία νέων προϊόντων του υποκλάδου. Και οι δύο ηγέτιδες επιχειρήσεις του υποκλάδου έχουν αξιοποιήσει την τάση αυτή, διαθέτοντας στην αγορά νέα προϊόντα των οποίων προβάλλονται οι ευεργετικές για την υγεία ιδιότητές τους, ενώ ορισμένα από αυτά κατατάσσονται στα βιολογικά. Σίγουρα όμως υπάρχουν πολλά περιθώρια ακόμα για την ανάπτυξη ανάλογων προϊόντων, όπως και για την αποτελεσματική προβολή των θρεπτικών τους συστατικών, τονίζοντας τη σχέση τους με τη μεσογειακή δίαιτα και καταπολεμώντας αντιλήψεις ότι πρέπει να αποφευχθούν λόγω των θερμίδων που παρέχουν.

Πρέπει να σημειωθεί ακόμα ότι μια άλλη κατεύθυνση που αξιοποιείται τα τελευταία χρόνια από τους παραγωγούς ζυμαρικών για την ανάπτυξη νέων προϊόντων, καθώς και την επαναπροβολή παλαιότερων, είναι η επιστροφή στις «ρίζες» και στις ελληνικές παραδόσεις. Μια τέτοια στρατηγική στηρίζεται στη συναισθηματική σχέση που έχουν ορισμένοι καταναλωτές με αυτές αλλά και σε αντιλήψεις ότι τα παραδοσιακά τρόφιμα είναι πιο «αγνά» ή ιδιαίτερης διατροφικής αξίας. Για παράδειγμα, λανσάρονται σειρές τα προϊόντα των οποίων σχετίζονται με τοπικές παραδόσεις.

Βέβαια, οι προοπτικές του υποκλάδου δεν εξαρτώνται μόνο από την εγχώρια ζήτηση και την επιτυχή ανάπτυξη νέων προϊόντων, αλλά και από τη διείσδυση σε διεθνείς αγορές. Όπως θα φανεί στη συνέχεια, οι εξαγωγές του υποκλάδου έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, ανοδική πορεία έχουν σημειώσει και οι εισαγωγές.

8.3. Διεθνές εμπόριο

Τα στοιχεία για το διεθνές εμπόριο που αναλύονται στη συνέχεια προέρχονται από τη βάση δεδομένων της Eurostat για το εξωτερικό εμπόριο του υποκλάδου 1902, που συμπεριλαμβάνει ζυμαρικά, «άσχετα αν είναι μαγειρεμένα ή γεμισμένα με κρέας ή άλλες ουσίες, όπως τα σπαγκέττι, μακαρόνια, λαζάνια, ραβιόλια, κανελλόνια, καθώς και κουσκούς».

8.3.1. Εισαγωγές

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 8.2, οι εισαγωγές στη χώρα προϊόντων που ανήκουν στον εξεταζόμενο υποκλάδο παρουσιάζουν αύξηση την τελευταία δεκαετία, αν και σημειώνονται διακυμάνσεις. Ειδικότερα, η αξία των εισαγωγών ξεκίνησε από τα 13,9 εκατ. Ευρώ το 1999 και έφτασε στα 22,4 εκατ. Ευρώ το 2008. Πρέπει να σημειωθεί ότι παρατηρείται άλμα στις εισαγωγές από το 2006.

Σχεδόν όλες οι εισαγωγές ζυμαρικών προέρχονται από χώρες της Ε.Ε. και συγκεκριμένα από την Ιταλία.

8.3.2. Εξαγωγές

Εξετάζοντας τις εξαγωγές (Πίνακας 8.2), διαπιστώνεται, πρώτον, ότι υπερδιπλασιάστηκαν σε αξία κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, με ιδιαίτερα σημαντική αύξηση ανάμεσα στο 2007 και το 2008. Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών κατευθύνεται σε χώρες εκτός της ΕΕ, αντίθετα με τις εισαγωγές, οι οποίες όπως σημειώθηκε, προέρχονται κυρίως από χώρες-μέλη. Σημειώνεται ότι η ηγέτιδα επιχείρηση του υποκλάδου, η «Μίσκο-Barilla», εξάγει περίπου το 40% της παραγωγής της, σύμφωνα με εκτιμήσεις της ίδιας. Η «Μέλισσα-Κίκιζας» από την άλλη πλευρά εξάγει περίπου το 20% της παραγωγής της, πάλι σύμφωνα με βάση πληροφοριών της ίδιας της επιχείρησης.

8.3.3. Δείκτες για το διεθνές εμπόριο

Από τη σύγκριση των εξαγωγών με τις εισαγωγές (Πίνακας 8.2) προκύπτει ότι το 2008 οι εξαγωγές του υποκλάδου ξεπέρασαν κατά πολύ τις εισαγωγές, με τις αξίες τους να είναι 35,1 και 22,4 εκατ. Ευρώ, αντίστοιχα. Είναι αξιοπρόσεχτο ότι, ενώ στην αρχή της δεκαετίας, οι εισαγωγές και οι εξαγωγές κυμαίνονταν περίπου στο ίδιο επίπεδο, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας οι εξαγωγές αυξήθηκαν πολύ περισσότερο απ' ό,τι οι εισαγωγές.

Διάφορες διαστάσεις του διεθνούς εμπορίου ανιχνεύονται με τους δείκτες που ανήκουν στην ομάδα των λεγόμενων δεικτών «revealed comparative advantage»[1]. Στην περίπτωση του υποκλάδου των ζυμαρικών, η αξιοποίηση των δεδομένων της Eurostat για τον υπολογισμό του δείκτη Balassa οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο συγκεκριμένος υποκλάδος της ελληνικής οικονομίας παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα, σε σχέση με τις εξαγωγικές επιδόσεις του υποκλάδου στο επίπεδο της ΕΕ ως συνόλου. Διαπιστώνεται ειδικότερα (Πίνακας 8.2) ότι ο δείκτης κυμαίνεται ανάμεσα στο 2,13 (το έτος 2000) και 4,21 (το έτος 2003) κατά τη διάρκεια της δεκαετίας, ενώ το έτος 2008 διαμορφώνεται στο 3,47.

Ο δείκτης του Vollrath, αντίθετα με τον δείκτη του Balassa, λαμβάνει υπόψη και τις εισαγωγές στον υπολογισμό του, καθώς μετρά το συγκριτικό πλεονέκτημα για το σύνολο των εμπορικών ροών μιας χώρας. Από τον υπολογισμό του δείκτη προκύπτει ότι τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας υπήρχε συγκριτικό μειονέκτημα, καθώς οι τιμές του δείκτη είναι αρνητικές, αλλά ότι στη συνέχεια εμφανίστηκε συγκριτικό πλεονέκτημα, καθώς οι τιμές είναι θετικές, αν και παρατηρούνται διακυμάνσεις. Ειδικότερα, τα δύο καλύτερα χρόνια ήταν το 2003 και το 2004, όταν οι τιμές διαμορφώθηκαν στο 1,93 και 2,05, αντίστοιχα, ενώ το 2008 ο δείκτης έλαβε την τιμή του 1,08 (Πίνακας 8.2).

[1] Βλ. το εισαγωγικό κεφάλαιο για εξήγηση των μεθόδων υπολογισμού των δεικτών που αναφέρονται στη συνέχεια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.2

Διεθνές εμπόριο υποκλάδου παραγωγής ζυμαρικών, 1999-2008

Μεταβλητή*	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Εισαγωγές κλάδου	13,9	14,3	13,2	15,4	13,2	12,6	12,9	14,0	16,9	22,4
Εξαγωγές κλάδου	15,2	15,1	18,8	19,5	28,4	26,4	25,0	23,8	26,3	35,1
Εισαγωγές χώρας	28.644,2	36.249,3	35.742,1	33.386,5	39.649,9	42.414,7	43.755,3	50.668,1	55.634,2	60.322,0
Εξαγωγές χώρας	10.386,1	12.722,6	12.675,2	11.013,3	11.829,8	12.306,4	13.888,3	16.525,3	17.205,4	17.196,4
Συν. ΕΕ Εισαγωγές κλάδου	104,1	127,1	130,3	138,9	136,3	154,9	166,3	176,3	201,0	243,4
Συν. ΕΕ Εξαγωγές κλάδου	432,3	472,8	518,0	527,0	495,8	507,8	521,8	539,9	605,1	769,5
Συνολικές ΕΕ-Εισαγωγές	743.297,3	992.698,0	979.144,7	936.971,6	935.245,5	1.026.708,5	1.179.568,8	1.352.786,7	1.434.009,5	1.565.033,4
Συνολικές ΕΕ-Εξαγωγές	683.082,4	849.739,0	884.706,7	891.898,5	869.235,7	952.722,6	1.052.719,3	1.160.100,3	1.241.497,8	1.306.610,6
Εισαγωγές (ΕΕ)	13,8	14,2	13,0	15,2	12,9	12,3	12,5	13,7	16,4	21,6
Εισαγωγές (εκτός ΕΕ)	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,8
Εξαγωγές (ΕΕ)	5,1	5,2	7,0	7,0	16,5	16,6	16,7	17,0	18,4	27,2
Εξαγωγές (εκτός ΕΕ)	10,1	9,9	11,8	12,5	11,9	9,8	8,3	6,8	7,8	7,9
Δείκτης Balassa	2,32	2,13	2,53	3,00	4,21	4,03	3,63	3,10	3,13	3,47
Δείκτης Vollrath	-1,16	-0,95	-0,24	-0,11	1,93	2,05	1,54	0,97	0,96	1,08
Δείκτης έντασης εμπορίου	0,04	0,03	0,18	0,12	0,37	0,35	0,32	0,26	0,22	0,22

Πηγή: Eurostat External Trade Statistics.

*Όλες οι αξίες εκφράζονται σε εκατ. Ευρώ.

Ο δείκτης έντασης εμπορίου επίσης λαμβάνει υπόψη τη βαρύτητα των εισαγωγών του κλάδου. Όπως φαίνεται (Πίνακας 8.2), η τιμή του δείκτη στην αρχή της δεκαετίας μόλις που ξεπερνούσε το μηδέν (0,04), ενώ αυξήθηκε στο 0,22 το 2008, γεγονός αναμενόμενο αν αναλογιστεί κανείς την εξέλιξη των εισαγωγών και εξαγωγών η οποία σχολιάστηκε προηγουμένως. Πρέπει να σημειωθεί όμως ότι οι τιμές του δείκτη δεν υποδηλώνουν σταθερή ανοδική πορεία αλλά διακυμάνσεις, με τις μεγαλύτερες τιμές να αντιστοιχούν στα έτη 2003 και 2004.

8.4. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά του υποκλάδου

Στο τμήμα αυτό παρουσιάζονται συνοπτικά για τα έτη 1999-2008 ορισμένα χρηματοοικονομικά μεγέθη για τις επιχειρήσεις που κατατάσσονται στον υποκλάδο των ζυμαρικών και στη συνέχεια σχετικοί χρηματοοικονομικοί δείκτες. Ειδικότερα, εξετάζονται δείκτες αποδοτικότητας, ρευστότητας, δανειακής πίεσης και περιθωρίου καθαρού κέρδους. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία προκύπτουν από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς των επιχειρήσεων. Το δείγμα των επιχειρήσεων αυτών που κατατάσσονται στον υποκλάδο των ζυμαρικών αποτελείται από οκτώ επιχειρήσεις.

8.4.1. Χρηματοοικονομικά μεγέθη

Ως προς τα χρηματοοικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων του υποκλάδου, παρατηρείται κατ' αρχάς ότι οι πωλήσεις του συνόλου του υποκλάδου υπερδιπλασιάστηκαν κατά τη διάρκεια της δεκαετίας, φτάνοντας το 2008 τα 182 εκατ. Ευρώ (Πίνακας 8.3). Το 2008 οι πωλήσεις της ηγέτιδας επιχείρησης, της «Μίσκο», ξεπέρασαν τα 82 εκατ. Ευρώ, ενώ η δεύτερη επιχείρηση του υποκλάδου, η «Μέλισσα», πραγματοποίησε πωλήσεις 65 εκατ. Ευρώ. Παρατηρείται, επίσης, ότι η «Μίσκο» ακολούθησε σταθερά ανοδική πορεία από το 2000 και μετά, ενώ η «Μέλισσα» παρουσίασε αυξομειώσεις αν και εμφάνισε μια μεγάλη αύξηση το 2007 και το 2008. Η τρίτη επιχείρηση, η «Eurimac», επίσης σημείωσε μεγάλη αύξηση τα δύο τελευταία χρόνια.

Διαπιστώνονται αξιόλογες διαφορές ανάμεσα στις επιχειρήσεις ως προς το ύψος των ιδίων και ξένων κεφαλαίων. Ειδικότερα, τα ίδια κεφάλαια της «Μίσκο» είναι υπερδιπλάσια εκείνων της «Μέλισσα», της οποίας βρίσκονται στα ίδια περίπου επίπεδα τα τελευταία χρόνια με εκείνα της τρίτης στην κατάταξη επιχείρησης, της «Eurimac». Αντίθετα, τα ξένα κεφάλαια της «Μέλισσας» το 2008 ήταν σχεδόν διπλάσια εκείνων της «Μίσκο», ενώ εκείνα της «Eurimac» ήταν περιορισμένα.

Για το σύνολο του υποκλάδου, ενώ τα καθαρά κέρδη στην αρχή της δεκαετίας ήταν αρνητικά, το 2008 διαμορφώθηκαν στα 12 εκατ. Ευρώ, πραγματοποιώντας μια πολύ μεγάλη αύξηση. Το ίδιο ισχύει και για τις τρεις πρώτες επιχειρήσεις του υποκλάδου. Σημειώνεται ότι τα προηγούμενα χρόνια είχαν υποστεί μεγάλες διακυμάνσεις στα καθαρά τους κέρδη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3

Χρηματοοικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων του υποκλάδου παραγωγής ζυμαρικών, 1999-2008

Επιχείρηση	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)				
MISKO S.A.	37.009	35.796	42.525	49.655	56.282	56.337	56.825	58.896	66.441	82.847
MELISSA KIKIZAS	35.128	34.924	33.975	34.530	33.065	34.458	32.784	35.797	45.143	65.312
EURIMAC S.A.	4.852	6.573	6.040	7.722	8.696	9.134	11.011	11.243	16.418	23.365
DAKOS, PAN.	2.994	4.421	2.955	3.394	4.354	5.288	5.476	5.651	8.643	9.526
VLAHA S.A.			544	758	741	814	785	789	1.015	1.066
MYLELIA				483	437	480	507			
MELKO S.A.				25	78	258	251	232	271	333
PASTA RAGUZA						119	139	150		
Σύνολο υποκλάδου*	79.983	81.714	86.039	96.567	103.653	106.888	107.778	112.758	137.931	182.449
						Ίδια κεφάλαια (σε χιλ. ευρώ)				
MISKO S.A.	23.701	23.860	22.878	31.707	35.803	36.903	37.040	37.168	37.207	38.433
MELISSA KIKIZAS	14.368	14.376	14.453	15.305	15.520	16.364	11.809	12.393	12.640	15.487
EURIMAC S.A.	11.100	11.103	10.444	9.768	9.048	9.500	10.270	10.206	11.934	16.145
DAKOS, PAN.	4.735	5.618	4.311	3.604	3.462	3.655	3.844	3.687	4.056	5.198
VLAHA S.A.			368	399	409	417	434	445	472	472
MYLELIA				202	203	88	55			
MELKO S.A.				247	491	607	587	541	388	391
PASTA RAGUZA						20	21	23		
Σύνολο υποκλάδου*	53.904	54.957	52.454	61.232	64.936	67.554	64.060	64.463	66.697	76.126

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.3 (συνέχεια)

					Ξένα κεφάλαια (σε χιλ. ευρώ)					
MISKO S.A.	31.636	29.265	37.885	30.292	26.745	24.401	21.024	25.241	19.582	20.395
MELISSA KIKIZAS	14.629	15.397	16.112	14.332	14.966	16.004	15.446	16.082	28.513	37.977
EURIMAC S.A.	3.248	3.240	3.034	2.583	3.176	3.132	3.963	2.579	9.191	4.222
DAKOS, PAN.	5.303	3.796	4.554	4.643	5.010	4.140	3.559	3.371	4.207	2.867
VLAHA S.A.			238	216	245	247	256	295	408	291
MYLELIA				0	549	234	212			
MELKO S.A.				216	670	617	609	603	713	658
PASTA RAGUZA						13	24	19		
Σύνολο υποκλάδου*	54.816	51.698	61.823	52.282	51.361	48.788	45.093	48.190	62.614	66.410
					Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)					
MISKO S.A.	520	108	6.263	8.880	7.393	3.175	2.781	2.313	565	3.438
MELISSA KIKIZAS	-1.064	858	442	1.709	749	909	-355	576	749	3.270
EURIMAC S.A.	248	81	-230	63	86	382	1.631	628	2.015	4.207
DAKOS, PAN.	-697	-438	-1.194	-1.013	-844	-180	339	8	975	1.227
VLAHA S.A.			8	51	42	45	54	48	80	39
MYLELIA				5	26	-112	-33			
MELKO S.A.				-33	-85	-71	-91	-81	-121	-99
PASTA RAGUZA						7	13	15		
Σύνολο υποκλάδου*	-993	609	5.289	9.662	7.367	4.155	4.339	3.507	4.263	12.082

* Πρόκειται για τις 8 επιχειρήσεις με δημοσιευμένους ισολογισμούς.

8.4.2. Χρηματοοικονομικοί δείκτες

Ο πρώτος δείκτης αποδοτικότητας προς εξέταση είναι εκείνος της απόδοσης ενεργητικού. Παρατηρείται (Πίνακας 8.4) ότι για το σύνολο του υποκλάδου, η απόδοση ήταν -1% στην αρχή της δεκαετίας αλλά το 2008 διαμορφώθηκε στο 8%. Η ιδιαίτερα θετική αυτή τιμή οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην πολύ καλή απόδοση της εταιρείας «Eurimac», η οποία εμφάνισε απόδοση ενεργητικού 21% το 2008. Πρέπει να σημειωθεί ότι και οι τρεις πρώτες επιχειρήσεις του υποκλάδου παρουσίασαν έντονες διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια της δεκαετίας.

Ως προς την απόδοση ιδίων κεφαλαίων, διαπιστώνεται για το σύνολο του υποκλάδου ότι, ενώ ξεκίνησε στην αρχή της δεκαετίας από το -2%, στη συνέχεια εμφάνισε ανοδική πορεία, φτάνοντας στο 16% το 2008. Τόσο η «Μέλισσα» όσο και η «Eurimac» παρουσίασαν σχετικά καλά αποτελέσματα το 2008, με απόδοση ενεργητικού 21% και 26%, αντίστοιχα.

Ο δείκτης ρευστότητας εμφάνισε ανοδική πορεία κατά τη διάρκεια της δεκαετίας, φτάνοντας για το σύνολο του υποκλάδου στο 2,3 το 2008. Ιδιαίτερα υψηλή ρευστότητα χαρακτήρισε την εταιρεία «Eurimac», η οποία εμφάνισε την τιμή του 3,1 το 2008, από την τιμή του 1,7 το προηγούμενο έτος.

Αναφορικά με τη δανειακή πίεση, η οποία αποτελεί δείκτη βραχυχρόνιου χρηματοοικονομικού κινδύνου, διαπιστώνεται ότι για το σύνολο του υποκλάδου παρέμεινε σταθερή κατά τη διάρκεια της δεκαετίας. Παρατηρείται όμως αρκετή διαφοροποίηση στις επιμέρους εταιρείες του υποκλάδου, με την εταιρεία «Μέλισσα» να αντιμετωπίζει τη μεγαλύτερη δανειακή πίεση και την εταιρεία «Eurimac» τη μικρότερη.

Τέλος, το περιθώριο καθαρού κέρδους τα τελευταία χρόνια βρίσκεται σε ανοδική πορεία. Συγκεκριμένα, το 2008 το περιθώριο καθαρού κέρδους για το σύνολο των επιχειρήσεων του υποκλάδου διαμορφώθηκε στο 7%, ενώ το μέγιστο ποσοστό της δεκαετίας σημειώθηκε το 2006, με 10%, τιμή η οποία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στα ιδιαίτερα καλά αποτελέσματα της εταιρείας «Μίσκο» εκείνο το έτος. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια η εταιρεία «Eurimac» έχει εμφανίσει ιδιαίτερα θετικά αποτελέσματα, με περιθώριο καθαρού κέρδους 18% το 2008 και 12% το 2007. Την καλύτερη επίδοση για το σύνολο της δεκαετίας όμως εμφάνισε η εταιρεία «Μίσκο», με μέσο όρο το 7%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8.4

Χρηματοοικονομικοί δείκτες μεγαλύτερων επιχειρήσεων του υποκλάδου παραγωγής ζυμαρικών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μ.Ο. δεκαετίας
						Απόδοση ενεργητικού					
Misko	0,01	0,00	0,10	0,14	0,12	0,05	0,05	0,04	0,01	0,06	0,06
Melissa	-0,04	0,03	0,01	0,06	0,02	0,03	-0,01	0,02	0,02	0,06	0,02
Eurimac	0,02	0,01	-0,02	0,01	0,01	0,03	0,11	0,05	0,10	0,21	0,05
Σύνολο επιχειρήσεων*	-0,01	0,01	0,05	0,09	0,06	0,04	0,04	0,03	0,03	0,08	0,04
						Απόδοση ιδίων κεφαλαίων					
Misko	0,02	0,00	0,27	0,28	0,21	0,09	0,08	0,06	0,02	0,09	0,11
Melissa	-0,07	0,06	0,03	0,11	0,05	0,06	-0,03	0,05	0,06	0,21	0,05
Eurimac	0,02	0,01	-0,02	0,01	0,01	0,04	0,16	0,06	0,17	0,26	0,07
Σύνολο επιχειρήσεων*	-0,02	0,01	0,10	0,16	0,11	0,06	0,07	0,05	0,06	0,16	0,08
						Ρευστότητα					
Misko	1,36	1,27	2,11	1,99	1,92	1,78	2,05	1,92	2,28	2,22	1,89
Melissa	1,32	1,27	1,30	1,53	1,53	1,41	1,90	1,72	3,22	2,24	1,74
Eurimac	1,35	1,66	1,59	1,86	1,87	2,24	2,13	2,58	1,70	3,05	2,00
Σύνολο επιχειρήσεων*	1,23	1,25	1,54	1,68	1,61	1,61	1,91	1,85	2,24	2,30	1,72
						Δανειακή πίεση					
Misko	0,57	0,55	0,62	0,49	0,43	0,40	0,36	0,40	0,34	0,35	0,45
Melissa	0,50	0,52	0,53	0,48	0,49	0,49	0,57	0,56	0,69	0,71	0,56
Eurimac	0,23	0,23	0,23	0,21	0,26	0,25	0,28	0,20	0,44	0,21	0,25
Σύνολο επιχειρήσεων*	0,50	0,48	0,54	0,46	0,44	0,42	0,41	0,43	0,48	0,47	0,46
						Περιθώριο καθαρού κέρδους					
Misko	0,01	0,00	0,15	0,18	0,13	0,06	0,05	0,04	0,01	0,04	0,07
Melissa	-0,03	0,02	0,01	0,05	0,02	0,03	-0,01	0,02	0,02	0,05	0,02
Eurimac	0,05	0,01	-0,04	0,01	0,01	0,04	0,15	0,06	0,12	0,18	0,06
Σύνολο επιχειρήσεων*	-0,01	0,01	0,06	0,10	0,07	0,04	0,04	0,03	0,03	0,07	0,04

*Πρόκειται για τις 8 επιχειρήσεις με δημοσιευμένους ισολογισμούς.

8.5. Θεσμικό πλαίσιο

8.5.1. Βασικοί κανονισμοί της ΕΕ και εγχώριες ρυθμίσεις

Το μεγαλύτερο μέρος της κοινοτικής και της ελληνικής νομοθεσίας που αφορά τον υποκλάδο των ζυμαρικών είναι κοινό με εκείνο που ισχύει συνολικά για όλους τους υποκλάδους των τροφίμων. Ανάμεσα στις πιο σημαντικές πρόσφατες κοινοτικές ρυθμίσεις συγκαταλέγεται ο κανονισμός 178 του 2002, ο οποίος θέτει τις αρχές αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων, όπως και ο σχετικός διορθωτικός κανονισμός του 2004, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ το 2006 και προβλέπει ότι κάθε επιχείρηση του κλάδου τροφίμων και ποτών θα εφαρμόζει σύστημα διασφάλισης της ποιότητας (ICAP, 2008). Στην Ελλάδα, την ευθύνη για τις διαδικασίες ελέγχου της ασφάλειας των τροφίμων έχει ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, ο οποίος εποπτεύεται από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Όσον αφορά την εγχώρια νομοθεσία, το βασικό θεσμικό πλαίσιο ανακωδικοποιήθηκε πρόσφατα, με την υιοθέτηση τον Ιούλιο του 2009 της αγορανομικής διάταξης υπ' αρ. 7, η οποία ενσωματώνει ή τροποποιεί όλες τις διατάξεις που είχαν εκδοθεί μέχρι και τις 14.5.2009. Έκτοτε έχουν πραγματοποιηθεί δύο τροποποιήσεις της διάταξης, το Σεπτέμβριο του 2009 και το Δεκέμβριο του 2009.

8.5.2. Περιπτώσεις εξέτασης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει ασχοληθεί δύο φορές με θέματα συγκέντρωσης στον υποκλάδο των ζυμαρικών, αρχικά σε σχέση με την εξαγορά της βιομηχανίας ζυμαρικών «Στέλλα», η πλειοψηφία της οποίας αγοράστηκε το 1997 από την επιχείρηση «Μύλοι Αγίου Γεωργίου» και στη συνέχεια με την πώλησή της το 1999 στην επιχείρηση «Μέλισσα-Κίκιζας». Και τις δύο φορές, εξέδωσε απόφαση να επιτραπεί η συγκεκριμένη πώληση.

Με την απόφαση Αριθμ. 102 /1998, η Επιτροπή αποφάνθηκε ότι δεν έπρεπε να απαγορευτεί η πώληση της «Στέλλα» στους «Μύλους Αγίου Γεωργίου», καθώς κρίθηκε ότι δεν ήταν πιθανό να προκύψουν δυσμενείς για τον ανταγωνισμό επιπτώσεις στις σχετικές αγορές, δηλαδή ούτε στην αγορά ζυμαρικών ούτε στην αγορά σιμιγδαλιού. Σημειώνεται ότι επιβλήθηκε πρόστιμο στην εταιρεία «Μύλοι Αγίου Γεωργίου» επειδή πραγματοποίησε τη συγκεκριμένη εξαγορά πριν την έκδοση σχετικής άδειας από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, αν και είχε γνωστοποιηθεί στην Επιτροπή εμπρόθεσμα η σύμβαση εξαγοράς μέρους των μετοχών της επιχείρησης «Στέλλα».

Με παρόμοια αιτιολογία η Επιτροπή Ανταγωνισμού ενέκρινε στη συνέχεια τη μεταβίβαση της «Στέλλα» από την εταιρεία «Μύλοι Αγίου Γεωργίου» στην εταιρεία «Μέλισσα-Κίκιζα». Συγκεκριμένα, με την Απόφαση Αριθμ. 86/ΙΙ/1999, ανέφερε ότι είχαν αναπτυχθεί έντονες ανταγωνιστικές συνθήκες στον υποκλάδο

των ζυμαρικών τα προηγούμενα χρόνια και η είσοδος νέων επιχειρήσεων ήταν δύσκολη, εφόσον υπήρχε τότε πλεονάζουσα προσφορά σε συνδυασμό με τη στασιμότητα της ζήτησης στην εγχώρια αγορά, αλλά ότι τέτοια είσοδος ήταν ταυτόχρονα εφικτή, όπως είχε αποδειχθεί με την πρόσφατη τότε είσοδο της «Eurimac» στην παραγωγή των ζυμαρικών. Έκρινε ότι η απόκτηση της «Στέλλα» από τη «Μέλισσα-Κίκιζα» δεν θα είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ή την ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης ή το σημαντικό περιορισμό του ανταγωνισμού στις σχετικές αγορές όπου εμπλέκονται οι επιχειρήσεις, και συγκεκριμένα σε εκείνες των ζυμαρικών, του σιμιγδαλιού και των προϊόντων τομάτας.

Όσον αφορά πιο πρόσφατες «αναμείξεις» της Επιτροπής Ανταγωνισμού με τον υποκλάδο των ζυμαρικών, το ενδεχόμενο εξέτασης του υποκλάδου από την Επιτροπή έχει αναφερθεί διάφορες φορές στον ημερήσιο τύπο το τελευταίο διάστημα. Για παράδειγμα, στον απολογισμό της Επιτροπής που έγινε τον Ιανουάριο του 2008 για το έτος 2007, εκτιμήθηκε ότι θα προχωρούσαν άμεσα έρευνες σε τομείς όπως τα τυροκομικά, τα αρτοσκευάσματα, τα άλευρα, τα δημητριακά, τα ζυμαρικά και άλλα είδη που συνδέονται άμεσα με το «καλάθι της νοικοκυράς» (*Έθνος on line*, 15.1.2008; *Euro2day*, 22.7.2009). Επίσης, δημοσιεύτηκε το Δεκέμβριο του 2008 (http://news.pathfinder.gr/finance/news 31.12.2008) ότι τη συγκεκριμένη περίοδο η Επιτροπή χειριζόταν αρκετές υποθέσεις, με 52 ελέγχους σε διάφορους κλάδους της αγοράς, συμπεριλαμβανομένων και των ζυμαρικών. Δεν έχει όμως εκδοθεί σχετική απόφαση ούτε έχουν παρουσιαστεί σχετικά ευρήματα.

Ενδιαφέρον έχει ότι η αντίστοιχη ιταλική επιτροπή ανταγωνισμού επέβαλε το 2009 πρόστιμο ύψους 12,5 εκατ. Ευρώ σε 26 εργοστασιάρχες ζυμαρικών της Ιταλίας, καθώς ανακάλυψε ότι υπήρχε κοινή στρατηγική του σωματείου τους για την αύξηση της τιμής των προϊόντων τους. Ειδικότερα, διαπίστωσε ότι μεταξύ Οκτώβρη 2007 και Μάρτη 2008 οι τιμές των ζυμαρικών στην ιταλική αγορά ανέβηκαν κατά 52% (www.apogevmatini.gr, 26.12.2009), ενώ ο πρόεδρος της ιταλικής επιχείρησης «Barilla», του μεγαλύτερου παραγωγού ζυμαρικών παγκοσμίως, δήλωσε ότι οι σχετικές αυξήσεις ήταν αναγκαίες, εφόσον ήταν μειωμένη η παραγωγή των απαραίτητων δημητριακών που αποτελούν πρώτη ύλη των ζυμαρικών, μεταξύ άλλων λόγω των κλιματικών αλλαγών και της στροφής προς τις γενετικά μεταλλαγμένες καλλιέργειες.

8.6. Ανταγωνισμός

8.6.1. Οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, συγχωνεύσεις, συμπράξεις, εξαγορές

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο υποκλάδος των ζυμαρικών χαρακτηρίζεται από έντονη συγκέντρωση. Μόνο οκτώ επιχειρήσεις με δημοσιευμένους ισολογισμούς κατατάσσονται στο συγκεκριμένο υποκλάδο. Δύο από αυτές ξεχωρίζουν και ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς. Η μεγαλύτερη από τις δύο είναι η παλαιά ελληνική βιομηχανία «Μίσκο», η οποία είναι πλέον θυγατρική εταιρεία

του ιταλικού κολοσσού παραγωγής ζυμαρικών «Barilla» ενώ η δεύτερη, η «Μέλισσα-Κίκιζας», είναι παλαιά ελληνική επιχείρηση, η οποία όμως έχει παραμείνει σε ελληνικά χέρια.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του υποκλάδου των ζυμαρικών. Με την παρουσίαση αυτή αναδεικνύεται η κινητικότητα του υποκλάδου ως προς τη σύναψη συνεργασιών και συμπράξεων όπως και στις συγχωνεύσεις και εξαγορές. Παρατηρείται η βαρύτητα της Ιταλίας στο συγκεκριμένο υποκλάδο, καθώς ορισμένες από τις μεγαλύτερες ελληνικές βιομηχανίες ζυμαρικών του παρελθόντος προέβησαν σε συμφωνία εξαγοράς ή συνεργασίας με ιταλικές βιομηχανίες ζυμαρικών. Διαπιστώνεται, επίσης, η επιδίωξη της πλήρους καθετοποίησης της αγοράς από τις βιομηχανίες ζυμαρικών, με την απόκτηση μύλων για την άλεση της πρώτης ύλης. Ταυτόχρονα, παρατηρείται η ιδιαίτερη κινητικότητα της μεγαλύτερης βιομηχανίας ελληνικών συμφερόντων του υποκλάδου, δηλαδή της «Μέλισσα-Κίκιζας», στις εξαγορές ελληνικών εταιρειών με γνωστά εμπορικά σήματα, στην προσπάθειά της να ανταγωνιστεί την ηγέτιδα επιχείρηση του υποκλάδου, «Μίσκο-Barilla», χρησιμοποιώντας μεταξύ άλλων τη στρατηγική της οριζόντιας επέκτασης.

Η «Μίσκο» έχει παρουσία στην ελληνική αγορά 80 περίπου ετών. Ιδρύθηκε το 1927 με τη δημιουργία μικρού εργαστηρίου παρασκευής ζυμαρικών στον Πειραιά από τις οικογένειες Μιχαηλίδη και Κωνσταντίνη, τα ονόματα από τα οποία προέρχεται η επωνυμία «Μίσκο». Το 1953 άλλαξε ιδιοκτησία, περνώντας σε τέσσερις άλλες οικογένειες, ενώ το 1991 εξαγοράστηκε από τον όμιλο της «Barilla», της μεγαλύτερης εταιρείας ζυμαρικών στον κόσμο. Αξιοποίησε την τεχνογνωσία της «Barilla» προκειμένου να βελτιώσει την παραγωγή της, ενώ το 2000 εγκαινίασε νέο υπερσύγχρονο εργοστάσιο στον Ελαιώνα Βοιωτίας με παραγωγική δυναμικότητα 55.000 τόνους ετησίως. Τον Ιούλιο του 2000 ξεκίνησε στο Βόλο η λειτουργία μύλου τον οποίο είχε εξαγοράσει το 1998 από την επιχείρηση «Κυλινδρόμυλοι Λούλη», με σκοπό την καθετοποίηση της παραγωγής (ICAP, 2004). Σήμερα η παραγωγή της «Μίσκο-Barilla» διοχετεύεται όχι μόνο στην εγχώρια αγορά αλλά και σε αγορές του εξωτερικού και κυρίως προς τα Βαλκάνια και χώρες της ανατολικής Ευρώπης. Η εταιρεία «Barilla» ιδρύθηκε στην Πάρμα της Ιταλίας το 1877 από ένα εργοστάσιο άρτου και ζυμαρικών. Το 1971 πουλήθηκε σε αμερικανική πολυεθνική εταιρεία αλλά μετά από οκτώ χρόνια η οικογένεια «Barilla» την ξαναπέκτησε και σήμερα διοικείται από την τέταρτη γενιά της οικογένειας. Στο τέλος της δεκαετίας του 1990, επεκτάθηκε στην αγορά των Η.Π.Α. και δέκα χρόνια αργότερα είχε μερίδιο αγοράς 25% (*The Economist,* 21.6.2007). Εκτός από δύο εργοστάσια στις Η.Π.Α., έχει τρία στην Ιταλία, και από ένα εργοστάσιο στην Ελλάδα, το Μεξικό και την Τουρκία.

Τα αδέλφια Αλέξανδρος και Γρηγόρης Κίκιζας ίδρυσαν το 1947 μια μονάδα παραγωγής μακαρονιών στη Λεωφόρου Κηφισσού, στην Αθήνα. Μέχρι τότε, λειτουργούσαν στην Ελλάδα περίπου 120 εργοστάσια ζυμαρικών τοπικής εμβέλειας. Το 1954 η επιχείρηση πέρασε ολοκληρωτικά στον Αλ. Κίκιζα, ο

οποίος υιοθέτησε την επωνυμία «Μέλισσα», το σύμβολο της εργατικότητας. Το 1956 άρχισε ο εκσυγχρονισμός της εταιρείας και το 1959 εγκαινιάστηκε νέα υπερσύγχρονη αυτόματη γραμμή παραγωγής και ξήρανσης ζυμαρικών. Από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 εφαρμόστηκε η στρατηγική της καθετοποίησης της παραγωγής, με την ίδρυση κυλινδρόμυλου στη Λάρισα για την άλεση σκληρού σίτου και παραγωγή σιμιγδαλιού ειδικά για το εργοστάσιο, ενώ το 1980 δημιουργήθηκε νέο καθετοποιημένο συγκρότημα παραγωγής στη Λάρισα. Ο σιμιγδαλόμυλος της «Μέλισσας-Κίκιζα» στη Λάρισα είναι ο μεγαλύτερος σε παραγωγή της χώρας και η «Μέλισσα» είναι ο μεγαλύτερος αγοραστής σκληρού σίτου στη Θεσσαλία, απορροφώντας 60.000 τόνους σκληρού σίτου, που αντιστοιχεί στο ένα πέμπτο της συνολικής παραγωγής του θεσσαλικού κάμπου.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η «Μέλισσα-Κίκιζας» έχει προβεί σε πολλαπλές εξαγορές στην προσπάθειά της να ισχυροποιήσει τη θέση της στην αγορά μέσω της οριζόντιας επέκτασης. Το 1999 αγόρασε από την εταιρεία «Μύλοι Αγίου Γεωργίου» το 97,5% των μετοχών της εταιρείας «Στέλλα Α.Ε.» (Επιτροπή Ανταγωνισμού 1999). Σημειώνεται ότι το 1997 η εταιρεία «Μύλοι Αγίου Γεωργίου» είχε αποκτήσει το 70% της «Στέλλα», η οποία αντιμετώπιζε τα προηγούμενα χρόνια χρηματοοικονομικά προβλήματα, με αποτέλεσμα να δημιουργείται η τρίτη καθετοποιημένη μονάδα παραγωγής αλεύρων και ζυμαρικών στην Ελλάδα (ΙΟΒΕ, 1998). Το 2007 η «Μέλισσα-Κίκιζας» προχώρησε στην εξαγορά του εμπορικού σήματος «ΑΒΕΖ» με σκοπό την ισχυροποίηση της θέσης της στη Βόρεια Ελλάδα (*Η Ναυτεμπορική*, 4.7.2007). Σύμφωνα με τα τότε στοιχεία της αγοράς, τα μερίδια των προϊόντων της «ΑΒΕΖ» στη Βόρεια Ελλάδα έφταναν το 20% περίπου, ενώ η εταιρεία είχε και αξιόλογες εξαγωγές. Συγκεκριμένα, το 20% της παραγωγής της κατευθυνόταν σε αγορές του εξωτερικού, όπως της Κύπρου, της Πολωνίας, της Βουλγαρίας και της Αλβανίας.

Σήμερα η «Μέλισσα-Κίκιζας» παράγει περίπου 50.000 τόνους ζυμαρικών το χρόνο, που αντιστοιχεί στα δύο τρίτα της ελληνικής αγοράς ζυμαρικών, αλλά εξάγει το 20% περίπου της συνολικής παραγωγής της. Οι κύριες επωνυμίες των ζυμαρικών της είναι η «Μέλισσα», η «Στέλλα», η «εκλεκτή σειρά» «Primo Gusto», η παραδοσιακή σειρά «Βλάχα» και η «ΑΒΕΖ», ενώ παράγει και ζυμαρικά «ιδιωτικής ετικέτας» για αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Επίσης, παράγει το «σιμιγδάλι Μέλισσα». Τα τελευταία χρόνια η εταιρεία έχει λανσάρει νέα προϊόντα διαφοροποιημένα από εκείνα των ανταγωνιστών της, αξιοποιώντας τάσεις της αγοράς. Ανάμεσα στα νέα προϊόντα είναι μια σειρά ζυμαρικών ολικής αλέσεως καθώς και βιολογικής γεωργίας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η «Μέλισσα-Κίκιζας» δραστηριοποιείται και σε άλλους κλάδους τροφίμων. Τη δεκαετία του 1980 συνεταιρίστηκε με τη μεγάλη ιταλική εταιρεία τροφίμων «Star Prodotti Alimentari» και μαζί εξαγόρασαν το εργοστάσιο τοματικών προϊόντων «Πελαργός» στην Ηλεία, λανσάροντας τα τοματοπροϊόντα «Pumarro-Melissa». Επιπλέον, η «Μέλισσα αντιπροσωπεύει και

διανέμει τα κονσερβοποιημένα φρούτα της «Del Monte», τους γερμανικούς καφέδες «Tchibo» και «Davidoff», όπως και τα γλυκά «Καζίνο».

Όσον αφορά την επιχείρηση «Eurimac S.A.» πρόκειται για κοινοπραξία ανάμεσα στο Euricom Group, ιταλικό όμιλο που παράγει ζυμαρικά, ρύζι και παρόμοια προϊόντα, και τη «Macvel», ελληνική βιομηχανία ζυμαρικών. Η «Macvel» ξεκίνησε τη δραστηριότητά της το 1945, όταν οι Αφοι Κωνσταντινίδη απέκτησαν τη βιοτεχνία ζυμαρικών «Ερμής» στη Θεσσαλονίκη και της έδωσαν την επωνυμία «Μακαρονοποιεία Βορείου Ελλάδας». Δημιούργησε το 1990 κοινοπραξία με την ιταλική εταιρεία «Pagani SpA», ενώ το 1997 προχώρησε μαζί με το «Euricom» στην ίδρυση της μικτής εταιρείας «Eurimac» (IOBE, 1998). Σήμερα, η επιχείρηση λειτουργεί μεγάλο εργοστάσιο στη βιομηχανική ζώνη του Κιλκίς. Ανάμεσα στα εμπορικά σήματα που ανήκουν στην εταιρεία είναι «Macvel», «Latino», «Mamma Mia», «La Grande Pasta» και «La Famiglia», ενώ εξειδικεύεται στην παραγωγή ζυμαρικών «ιδιωτικής ετικέτας» για αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

Η εταιρεία «Π. Δάκος» ξεκίνησε το 1932 στο Μεταξουργείο ως βιομηχανία που παρήγαγε τα ζυμαρικά «Ήλιος», ιδιοκτησίας των αδελφών Σακκάλη. Το 1995 ο έλεγχος της εταιρείας πέρασε στο βασικό προμηθευτή της, την αλευροβιομηχανία «Δάκος Π. ΑΒΕΕ», με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί καθετοποιημένη μονάδα παραγωγής αλεύρων και ζυμαρικών (IOBE, 1998). Συνεχίζει μέχρι και σήμερα να παράγει ζυμαρικά με το εμπορικό σήμα «Ήλιος».

8.6.2. Μέγεθος ανταγωνισμού

Όπως σημειώθηκε στο εισαγωγικό μέρος του κεφαλαίου αυτού, η εξέταση του ανταγωνισμού του υποκλάδου περιλαμβάνει μόνο όσες επιχειρήσεις δημοσιεύουν ισολογισμούς, ενώ η κάθε επιχείρηση κατατάσσεται σε έναν και μοναδικό τετραψήφιο υποκλάδο παραγωγής. Η ανάλυση του υποκλάδου πραγματοποιείται λαμβάνοντας υπόψη τα προβλήματα όσον αφορά στην υπερεκτίμηση της συγκέντρωσης του υποκλάδου, όπως αυτά αναλύθηκαν στην εισαγωγή.

Όπως διαπιστώνεται στον Πίνακα 8.5, δύο επιχειρήσεις κυριαρχούν στον υποκλάδο των ζυμαρικών, και συγκεκριμένα η «Μίσκο-Barilla», η οποία κατέχει μερίδιο της αγοράς 45% με κριτήριο την αξία των πωλήσεων, και η «Μέλισσα-Κίκιζας», με μερίδιο 36%. Η τρίτη επιχείρηση βρίσκεται πολύ χαμηλότερα, με μερίδιο 13%. Ως προς την εξέλιξη των μεριδίων των επιχειρήσεων του υποκλάδου, παρατηρείται ότι η «Μίσκο» εμφανίζει σχετικά σταθερή πορεία, ξεκινώντας το 1999 με μερίδιο αγοράς παρόμοιο (46%) με εκείνο του 2008, αλλά έφτασε το 2003 να κατέχει μερίδιο ίσο με το 54%. Αντίθετα, η επιχείρηση «Μέλισσα-Κίκιζας» παρουσιάζει καθοδική πορεία ως προς το μερίδιο της αγοράς που ελέγχει, ξεκινώντας το 1999 με μερίδιο 44% και καταλήγοντας το 2008 με 36%. Η επιχείρηση η οποία αύξησε σημαντικά το μερίδιο της αγοράς που κατείχε κατά τη διάρκεια της δεκαετίας είναι η «Eurimac», η οποία από το 6% μερίδιο αγοράς το 1999 έφτασε στο 13% το 2008.

Με βάση τα δεδομένα για τις επιχειρήσεις που δημοσιεύουν ισολογισμούς, υπολογίστηκαν διάφοροι δείκτες συγκέντρωσης για τον εξεταζόμενο υποκλάδο[2]. Στον Πίνακα 8.5 παρατηρείται ότι το 2008 οι δύο πρώτες επιχειρήσεις του υποκλάδου κατείχαν από κοινού το 81,2% της αγοράς. Ταυτόχρονα παρατηρείται ότι, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας, μειώθηκε η σχετική συγκέντρωση. Συγκεκριμένα, το 1999 ο δείκτης συγκέντρωσης CR2 είχε τιμή 90,2%. Η μείωση αυτή φαίνεται να οφείλεται στην επιτυχή είσοδο της «Eurimac» στον υποκλάδο, η οποία διέγραψε αρκετά σταθερή ανοδική πορεία. Από την άλλη πλευρά ο δείκτης CR4, όπως φαίνεται στον Πίνακα 8.5, λαμβάνει την τιμή του 99,2% για το 2008, ενώ σε όλη τη διάρκεια της δεκαετίας δεν παρουσίασε τιμή μικρότερη του 98,4%.

Σύμφωνα με πολλούς οικονομολόγους, ο δείκτης Herfindahl προσφέρει καλύτερη εικόνα του ανταγωνισμού ενός υποκλάδου, καθώς λαμβάνει υπόψη τα μερίδια αγοράς όλων των επιχειρήσεων αλλά ταυτόχρονα δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στις μεγάλες επιχειρήσεις λόγω της χρήσης του τετραγώνου των μεριδίων. Όπως παρατηρείται στον Πίνακα 8.5, ο δείκτης εμφανίζει αρκετά υψηλή τιμή (3.535) για το 2008, υποδηλώνοντας ότι ο υποκλάδος χαρακτηρίζεται από έντονη συγκέντρωση η οποία όμως μειώνεται διαχρονικά, δεδομένου ότι το 1999 ήταν 4.121.

Πίνακας 8.5
Ανταγωνισμός στον υποκλάδο παραγωγής ζυμαρικών, 1999-2008

Επωνυμία Επιχείρησης	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Μερίδιο αγοράς βάσει των πωλήσεων (σε %)									
MISKO S.A.	46,3	43,8	49,4	51,4	54,3	52,7	52,7	52,2	48,2	45,4
MELISSA KIKIZAS	43,9	42,7	39,5	35,8	31,9	32,2	30,4	31,7	32,7	35,8
EURIMAC S.A.	6,1	8,0	7,0	8,0	8,4	8,5	10,2	10,0	11,9	12,8
DAKOS, PAN.	3,7	5,4	3,4	3,5	4,2	4,9	5,1	5,0	6,3	5,2
VLAHA S.A.			0,6	0,8	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6
MYLELIA				0,5	0,4	0,4	0,5			
MELKO S.A.				0,0	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
PASTA RAGUZA						0,1	0,1	0,1		
	Δείκτες συγκέντρωσης									
Δείκτης συγκέντρωσης CR2	90,2	86,5	88,9	87,2	86,2	84,9	83,1	84,0	80,9	81,2
Δείκτης συγκέντρωσης CR4	100,0	100,0	99,4	98,7	98,8	98,4	98,4	99,0	99,1	99,2
Δείκτης Herfindahl	4.121	3.840	4.064	4.000	4.055	3.916	3.836	3.861	3.573	3.535

[2] Βλ. το εισαγωγικό κεφάλαιο του τόμου για επεξήγηση των σχετικών δεικτών και τον τρόπο υπολογισμού τους.

8.7. Συμπεράσματα και προοπτικές του υποκλάδου

Στην αγορά των ζυμαρικών δραστηριοποιούνται από τη μια πλευρά ισχυροί διεθνείς όμιλοι οι οποίοι συγχωνεύουν παλαιές ελληνικές βιομηχανίες ζυμαρικών, όπως είναι οι περιπτώσεις της «Μίσκο-Barilla» και της «Eurimac» και από την άλλη πλευρά παλαιές ελληνικές βιομηχανίες οι οποίες έχουν παραμείνει υπό αμιγή ελληνικό έλεγχο, όπως είναι η επιχείρηση «Μέλισσα-Κίκιζας» και η επιχείρηση «Π. Δάκος». Υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση στον υποκλάδο, με τις δύο πρώτες επιχειρήσεις, τη «Μίσκο-Barilla» και τη «Μέλισσα-Κίκιζας», να κατέχουν περίπου το 81% της αγοράς.

Σύμφωνα με τις ενδείξεις όμως, δεν φαίνεται ότι η μεγάλη αυτή συγκέντρωση είχε τη δεκαετία 1999-2008 σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι το περιθώριο καθαρού κέρδους των μεγάλων επιχειρήσεων του υποκλάδου δεν ήταν συστηματικά υψηλό.

Με βάση εκτιμήσεις, τα ζυμαρικά ιδιωτικής ετικέτας που παράγονται για τις αλυσίδες σούπερ μάρκετ από τις μεγάλες βιομηχανίες ζυμαρικών της χώρας έχουν εντείνει τον ανταγωνισμό στον υποκλάδο, καθώς τα συγκεκριμένα ζυμαρικά χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερα προσιτές τιμές, που είναι αρκετά χαμηλότερες εκείνων των «επώνυμων» προϊόντων. Εκτιμήθηκε το 2007 ότι τα ζυμαρικά ιδιωτικής ετικέτας είχαν κατακτήσει το 20% της αγοράς (*Ελεύθερος Τύπος*, 7.7.2007).

Σύμφωνα με παλαιότερη κλαδική μελέτη του ICAP (2004), διάφοροι παράγοντες αναμενόταν να συμβάλλουν στην ανοδική πορεία των ζυμαρικών «ιδιωτικής ετικέτας» ως προς τα μερίδια της αγοράς που θα κατείχαν. Μεταξύ των παραγόντων αυτών είναι: 1) η διείσδυση ξένων λιανέμπορων στην Ελλάδα οι οποίοι διαθέτουν πολυετή εμπειρία στην ανάπτυξη προϊόντων «ιδιωτικής ετικέτας» στις αγορές του εξωτερικού, 2) η αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων οι οποίοι ενημερώνονται πληρέστερα για τα προϊόντα που κυκλοφορούν και δείχνουν προτίμηση στα συγκεκριμένα είδη επειδή χαρακτηρίζονται από χαμηλότερες τιμές, αν και θεωρούνται παρόμοιας ποιότητας, 3) η εγκατάσταση μεταναστών στη χώρα οι οποίοι λόγω χαμηλών εισοδημάτων στρέφονται προς τα προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας».

Η σημερινή οικονομική συγκυρία σημαδεύεται από την ύφεση και τον περιορισμό των εισοδημάτων μεγάλου μέρους του πληθυσμού. Εκτιμάται ότι ο υποκλάδος των ζυμαρικών περιλαμβάνεται στους κλάδους οι οποίοι δεν θα πληγούν ιδιαίτερα από την ύφεση, εφόσον πρόκειται για τρόφιμα που έχουν αξιόλογη θρεπτική αξία σε σχέση με την τιμή τους. Προβλέπεται όμως ότι η δυσμενής συγκυρία θα έχει επίδραση στον ανταγωνισμό του υποκλάδου, ενισχύοντας περαιτέρω τη στροφή του κοινού προς τα προϊόντα «ιδιωτικής ετικέτας» εφόσον διατίθενται σε αρκετά χαμηλότερες τιμές, με ένα πακέτο μακαρονιών συχνά να πωλείται στο ένα τρίτο της τιμής των αντίστοιχων «επώνυμων».

Ανάμεσα στις στρατηγικές που υιοθετούν οι βιομηχανίες ζυμαρικών στην προσπάθειά τους να αυξήσουν ή να διατηρήσουν τα μερίδιά τους στην αγορά, είναι η καθετοποίηση της παραγωγής, με την ενσωμάτωση στις δραστηριότητές τους της διαδικασίας της παραγωγής της πρώτης τους ύλης. Η στρατηγική αυτή έχει εφαρμοστεί από όλες τις μεγάλες βιομηχανίες του υποκλάδου.

Μία άλλη στρατηγική είναι η οριζόντια επέκταση, όπως με την απόκτηση εμπορικών σημάτων ήδη καθιερωμένων στην εγχώρια αγορά, στρατηγική που έχει ακολουθήσει η «Μέλισσα-Κίκιζας». Ακόμα, ορισμένες επιχειρήσεις έχουν αναζητήσει συνεργασίες με εταιρείες του εξωτερικού, όπως για παράδειγμα η επιχείρηση «Macvel» που συνεταιρίστηκε με ιταλική επιχείρηση για τη δημιουργία της «Eurimac». Άλλη στρατηγική η οποία εφαρμόζεται είναι η διάθεση προϊόντων με προσφορές, όπως για παράδειγμα όταν προσφέρονται με ειδική τιμή δύο ή τρία πακέτα ζυμαρικών μαζί.

Οι προοπτικές του υποκλάδου εξαρτώνται μεταξύ άλλων από την επιτυχή ανάπτυξη νέων προϊόντων τα οποία συμβαδίζουν με τις τάσεις της αγοράς, με έμφαση στις υγιεινές ιδιότητες των τροφίμων. Ήδη έχουν σπεύσει διάφορες επιχειρήσεις του υποκλάδου να αξιοποιήσουν τη στροφή αυτή, είτε με τη χρήση «εκλεκτών» αλλά «συμβατικών» πρώτων υλών, των οποίων τονίζονται οι ευεργετικές για την υγεία ιδιότητές τους, είτε με τη χρήση πρώτων υλών βιολογικής καλλιέργειας. Φαίνεται όμως ότι υπάρχει ακόμα αρκετό περιθώριο στροφής προς την κατεύθυνση αυτή. Επιπλέον, υπάρχει δυνατότητα για αποτελεσματική διαφήμιση ή «ενημέρωση» αναφορικά με τα πολύτιμα στοιχεία που παρέχουν τα ζυμαρικά. Ενδείκνυται ιδιαίτερα η προβολή των ζυμαρικών σε σχέση με τη μεσογειακή δίαιτα, η αξία της οποίας αναγνωρίζεται από όλο και μεγαλύτερο τμήμα του πληθυσμού. Η επιτυχής προβολή της θρεπτικής αξίας των ζυμαρικών θα μπορούσε να συμβάλλει σημαντικά στην ανατροπή και «αποκατάσταση» της φήμης των ζυμαρικών, τα οποία αντιλαμβάνονται σήμερα από πολλούς ως τρόφιμα προς αποφυγή επειδή «παχαίνουν».

Οι προοπτικές του υποκλάδου εξαρτώνται βέβαια και από τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό με τα εισαγόμενα ζυμαρικά και από τις επιδόσεις στις εξαγωγές. Όπως παρατηρήθηκε, ενώ οι εισαγωγές και εξαγωγές είχαν ίσα περίπου μεγέθη στην αρχή της εξεταζόμενης δεκαετίας, στη συνέχεια οι εξαγωγές κέρδισαν πολύ περισσότερο έδαφος απ’ ό,τι οι εισαγωγές. Οι δύο μεγαλύτερες επιχειρήσεις του υποκλάδου εξάγουν αξιόλογο μέρος της παραγωγής τους, κυρίως προς χώρες μη-μέλη της ΕΕ, και ιδίως προς χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Ωστόσο, αν και ο υποκλάδος έχει παρουσιάσει σημαντικές εξαγωγικές επιδόσεις, πρέπει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια οι εισαγωγές εμφανίζουν ιδιαίτερα ανοδική πορεία, εξέλιξη η οποία πρέπει να δημιουργήσει προβληματισμό.

Βιβλιογραφία

Economist, The (21.6.2007) “Big portions: America’s role in the rise of the world’s biggest pasta-maker”.

Επιτροπή Ανταγωνισμού (1999). «Απόφαση Αριθ. 86/ΙΙ/ 1999».

ICAP (2004). *Κλαδική Μελέτη: Τα Ζυμαρικά*. Αθήνα: ICAP.

ICAP (2008). *Κλαδική Μελέτη: Τυποποιημένα Μπισκότα – Κρουασάν – Αλμυρά Σνακ*. Αθήνα: ICAP.

ΙΟΒΕ (1998). *Ο Κλάδος των Ζυμαρικών*. Αθήνα: ΙΟΒΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΠΟΤΟΠΟΙΙΑ

Ελένη Α. Καδίτη, Ελισάβετ Ι. Νίτση*

Σύνοψη

Ο κλάδος της ποτοποιίας θεωρείται σημαντικός για την ελληνική οικονομία αναφορικά με το ποσοστό παραγωγής που κατέχει στον ευρύτερο τομέα της μεταποίησης και τον αριθμό των απασχολουμένων σε αυτόν. Το 2007 απασχολούνταν περίπου 10.500 εργαζόμενοι στην ποτοποιία, αριθμός που αντιπροσωπεύει το 14,52% του συνόλου των εργαζομένων στη μεταποίηση τροφίμων και ποτών. Η ζυθοποιία εμφανίζεται ως ο πιο παραγωγικός υποκλάδος, και ακολουθεί εκείνος των μη αλκοολούχων ποτών, όπου απασχολείται το μεγαλύτερο μερίδιο εργαζομένων και πραγματοποιούνται οι υψηλότερες επενδύσεις.

Ο κλάδος της ποτοποιίας παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια έντονη δραστηριότητα στον τομέα των εξαγορών, συγχωνεύσεων και συνεργασιών γενικότερα. Αποτέλεσμα αυτού του φαινόμενου είναι η εμφάνιση πολύ μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων που κατέχουν ηγετικό ρόλο στον κλάδο που δραστηριοποιούνται, ενώ διακινούν τα προϊόντα τους μέσω θυγατρικών εταιρειών. Ταυτόχρονα, ενισχύεται η παρουσία μικρών παραγωγών τόσο στην οινοποιία όσο και στη ζυθοποιία, οι οποίοι προσανατολίζονται σε διαφοροποιημένα προϊόντα και προϊόντα ανώτερης ποιότητας.

Τα προϊόντα του κλάδου της ποτοποιίας θεωρούνται υποκατάστατα, συνεπώς οι τιμές τους αποτελούν ένα βασικό παράγοντα επηρεασμού της ζήτησής τους. Όλες οι κατηγορίες ποτών χαρακτηρίζονται από εποχικότητα, ώστε η κατανάλωσή τους να παρουσιάζει διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια του έτους. Η αυξημένη ζήτηση των ποτών κατά τη θερινή περίοδο οφείλεται επίσης στην τουριστική κίνηση.

Ο κλάδος της ποτοποιίας εμφανίζεται ελλειμματικός όσον αφορά τις εμπορικές ροές, καθώς τη χρονική περίοδο 1999-2008 το επίπεδο των εισαγωγών παραμένει σταθερά υψηλότερο από εκείνο των εξαγωγών. Ο υποκλάδος του οίνου είναι ο μόνος πλεονασματικός της ποτοποιίας αναφορικά με τις εμπορικές ροές.

Ο δείκτης ανταγωνιστικότητας Balassa παρουσιάζει μία πτωτική τάση στο σύνολο του κλάδου, αφού επιδεινώνεται κατά την εξεταζόμενη περίοδο, με

* *Οι συγγραφείς του κεφαλαίου θέλουν να ευχαριστήσουν τον κ. Κ. Κανελλόπουλο και τους δύο ανώνυμους κριτές για τις χρήσιμες και εύστοχες παρατηρήσεις τους κατά την τελική επεξεργασία του κεφαλαίου. Γνώμες, παραλείψεις και τυχόν λάθη είναι των συγγραφέων.*

εξαίρεση το 2001, και τις περιόδους 2003-2004 και 2007-2008. Κατά συνέπεια, παρατηρείται μία μερική μόνο ανάκαμψη της ανταγωνιστικότητας, αφού τα τελευταία χρόνια ο δείκτης αυξάνεται αλλά παραμένει σε χαμηλότερα επίπεδα από εκείνα που σημειώθηκαν στην αρχή της δεκαετίας. Επιπλέον, η χώρα χάνει το συγκριτικό της πλεονέκτημα τα έτη 2006-2007, αφού ο δείκτης εμφανίζεται μικρότερος της μονάδας. Γενικά, η Ελλάδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα στον οίνο, ενώ αντίθετα εμφανίζεται μειονεκτική για τους υπόλοιπους υποκλάδους της ποτοποιίας.

Αναφορικά με τα κέρδη που προέρχονται από πωλήσεις, στον υποκλάδο μη αλκοολούχων ποτών έχουν σημειώσει τη μεγαλύτερη αύξηση, ενώ και ο υποκλάδος της ζυθοποιίας ακολουθεί παρόμοια αυξητική τάση. Αντίθετα, οι οινοποιίες αντιμετωπίζουν συνεχείς αυξομειώσεις στο επίπεδο των κερδών τους, με τη μεγαλύτερη μείωση να παρατηρείται το 2006, οπότε και τα συνολικά κέρδη τους άγγιξαν επίπεδο χαμηλότερο και από εκείνο που σημειώθηκε το 1999. Παρόμοιες εξελίξεις σημειώνονται και για τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά. Συγκεκριμένα, τα κέρδη τους σχεδόν εξαφανίζονται το 2006, για να ανακάμψουν αμέσως την επόμενη χρονιά και να φθάσουν στο υψηλότερο επίπεδο της περιόδου.

Η συγκέντρωση στον υποκλάδο οινοποιίας μειώθηκε, ενώ οι επιχειρήσεις δέχονται σημαντικά έντονο ανταγωνισμό από τα υποκατάστατα του κλάδου της ποτοποιίας. Η αγορά της ζυθοποιίας στην Ελλάδα θεωρείται ολιγοπωλιακή, και γενικά, η ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο αυτό είναι αρκετά ισχυρή. Ωστόσο, η δομή της αγοράς, ολιγοπώλιο με ηγέτιδα επιχείρηση, μετριάζουν ως ένα βαθμό την ένταση του εσωτερικού ανταγωνισμού, ιδιαίτερα λόγω του πολύ υψηλού περιθωρίου κέρδους που απολαμβάνει η ηγέτιδα επιχείρηση ως αποτέλεσμα της δεσπόζουσας θέσης της. Επιπλέον, ο κίνδυνος εισόδου νέων επιχειρήσεων θεωρείται χαμηλός, κυρίως λόγω της καταναλωτικής πίστης για συγκεκριμένα εμπορικά σήματα, το υψηλό κόστος έναρξης της παραγωγής και τη δυσκολία δημιουργίας δικτύου διάθεσης και διανομής των προϊόντων. Στον υποκλάδο των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών, οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις κατέχουν το 67,7% της αγοράς το 2008, ποσοστό που αυξάνεται καθ'όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Συνολικά, ο υποκλάδος των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών εμφανίζει μια αύξηση της συγκέντρωσης στην υπό εξέταση περίοδο, γεγονός που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην επέκταση της ηγέτιδας επιχείρησης με την ταυτόχρονη εξασθένιση των άλλων επιχειρήσεων. Τέλος, ο υποκλάδος των μη αλκοολούχων ποτών φαίνεται να έχει μια δυναμική αύξησης του ανταγωνισμού και μείωσης της σημαντικότητας της θέσης της δεσπόζουσας επιχείρησης, αν και το πολύ υψηλό περιθώριο κέρδους της ηγέτιδας επιχείρησης δείχνει ότι συνεχίζει να εκμεταλλεύεται τη δεσπόζουσα θέση που κατέχει.

Συνοπτικά, ο κλάδος της ποτοποιίας χαρακτηρίζεται από μερικές ηγέτιδες επι-χειρήσεις και πολλές μικρές, που ανάλογα με τον υποκλάδο παρουσιάζει διαφορετικό βαθμό συγκέντρωσης. Ο κλάδος της ζυθοποιίας έχει τον υψηλότερο βαθμό συγκέντρωσης, ενώ η οινοποιία τον χαμηλότερο. Επιπλέον, η δυνατότητα που έχουν κάποιες επιχειρήσεις να εκμεταλλεύονται τη δεσπόζουσα θέση που

κατέχουν, κυρίως στους κλάδους της ζυθοποιίας και των μη αλκοολούχων ποτών, τους επιτρέπει να αποσπούν πολύ μεγάλα περιθώρια κέρδους και ως εκ τούτου να εμποδίζουν την ανάπτυξη του ανταγωνισμού στους εν λόγω υποκλάδους. Αντίθετα, η ενίσχυση της παρουσίας μικρών παραγωγών, κυρίως στην οινοποιία, οι οποίοι προσανατολίζονται σε διαφοροποιημένα προϊόντα και προϊόντα ανώτερης ποιότητας βοηθούν στην αύξηση του ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, θα πρέπει να δοθούν περαιτέρω ευκαιρίες και κίνητρα σε μικρούς παραγωγούς που παράγουν διαφοροποιημένα ή βιολογικά προϊόντα, προϊόντα ονομασίας προέλευσης ή και προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης.

9.1. Εισαγωγή

Ο κλάδος της ποτοποιίας θεωρείται σημαντικός για την ελληνική οικονομία αναφορικά με το ποσοστό παραγωγής που κατέχει στον ευρύτερο τομέα της μεταποίησης και τον αριθμό των απασχολουμένων σε αυτόν. Με βάση τα στοιχεία του Πίνακα 9.1, το 2007 απασχολούνταν περίπου 10.500 εργαζόμενοι στην ποτοποιία, αριθμός που αντιπροσωπεύει το 14,52% του συνόλου των εργαζομένων στη μεταποίηση τροφίμων και ποτών. Το ύψος τόσο της προστιθέμενης αξίας ανά εργαζόμενο στον κλάδο όσο και της φαινομενικής παραγωγικότητας εργασίας θεωρούνται ιδιαίτερα υψηλά καθώς φθάνουν αντιστοίχως τις €84,1 χιλ. και 77,3. Η ζυθοποιία εμφανίζεται ως ο υποκλάδος με την υψηλότερη παραγωγικότητα, και ακολουθεί εκείνος των μη αλκοολούχων ποτών, όπου απασχολείται το μεγαλύτερο μερίδιο εργαζομένων και πραγματοποιούνται οι υψηλότερες επενδύσεις.

Ο υποτομέας της οινοποιίας κατέχει δεσπόζουσα θέση στην ευρύτερη αγορά ποτών και χαρακτηρίζεται από έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό. Ένας σχετικά μεγάλος αριθμός εταιρειών εξειδικεύεται στην παραγωγή οίνου, η πλειονότητα των οποίων είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ ιδιαιτερότητα του κλάδου θεωρείται η δραστηριοποίηση ενώσεων αγροτικών συνεταιρισμών. Βασικές παραδοσιακές οινοβιομηχανίες θεωρούνται οι *Τσάνταλης Ευαγ. Α.Ε., Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε., Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε., Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.*, κ.ά., οι οποίες και παράγουν μεγάλη ποικιλία ελληνικών κρασιών, πολλά από τα οποία έχουν ονομασία προέλευσης ανωτέρας ποιότητας (Ο.Π.Α.Π.) ή και ονομασία προέλευσης ελεγχόμενη (Ο.Π.Ε.).

Αναφορικά με την παραγωγή μπύρας στην Ελλάδα, ξεκίνησε το 1864 με την ίδρυση της επιχείρησης *Φιξ*, η οποία λειτούργησε μονοπωλιακά για 100 χρόνια περίπου, οπότε και έκανε την εμφάνιση της η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.*, θυγατρική εταιρεία της *Amstel*, και λίγο αργότερα η *Henninger Hellas A.E.* Το 2007, 16 επιχειρήσεις δραστηριοποιούνταν στον ελληνικό κλάδο της ζυθοποιίας και απασχολούσαν περίπου 1.600 εργαζομένους. Το ιστορικό σήμα της μπύρας *Φιξ* ανήκει πλέον στην *Ολυμπιακή Ζυθοποιία Α.Ε.*, ενώ η *Henninger* παράγεται από την *Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.*

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.1

Βασικά μεγέθη του κλάδου ποτοποιίας, 2003-2007 *

	2003	2004	2005	2006	2007
	Μεταποίηση τροφίμων και ποτών				
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	21,6	21,2	20,9	20,8	20,4
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	22,4	21,8	20,7	20,1	19,8
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	20,8	20,3	21,5	21,4	21,6
Επενδύσεις	1.086,7	1.159,5	899,8	1.153,0	1.089,7
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	6,9	7,1	5,4	6,7	6,2
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	43,2	45,6	44,3	47,1	47,8
Αριθμός εργαζομένων	63.876	65.794	67.397	70.024	71.686
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	35,2	36,7	35,7	38,5	38,9
	Ποτοποιία				
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	5,4	4,8	4,7	4,6	4,8
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	4,4	4,0	3,7	3,5	3,7
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	2,6	2,5	2,5	2,5	2,6
Επενδύσεις	226,9	216,6	147	176	205
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	11,6	10,7	7,5	8,9	9,8
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	76,1	72,8	73,9	80,5	84,1
Αριθμός εργαζομένων	9.802	10.162	9.859	9.901	10.411
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	70,4	67,2	67,9	73,9	77,3
	Οινοποιία				
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	0,8	0,7	0,7	0,6	0,7
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	0,8	0,8	0,6	0,5	0,6
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8
Επενδύσεις	44,2	43,4	19,1	23,8	55,0
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	8,1	7,6	3,4	4,5	8,8
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	43,2	42,1	40,9	45,1	46,5
Αριθμός εργαζομένων	2.722	2.876	2.795	2.642	3.130
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	37,1	36,0	34,7	37,6	39,7
	Ζυθοποιία				
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	1,9	1,3	1,4	1,3	1,3
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	1,0	0,8	0,8	0,7	0,8
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4
Επενδύσεις	67,4	53,1	32,6	26,4	40,6
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	18,5	14,9	9,9	8,3	12,4
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	134,8	105,3	118,7	131,7	137,1
Αριθμός εργαζομένων	1.824	1.785	1.635	1.587	1.636
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	133,8	104,4	117,9	130,4	135,6

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.1 (συνέχεια)

	2003	2004	2005	2006	2007
	Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά				
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Επενδύσεις	9,0	9,0	11,9	8,1	10,4
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	6,3	6,3	8,3	6,3	6,5
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	99,3	99,3	96,5	84,8	92,2
Αριθμός εργαζομένων	1.002	1.002	1.132	1.119	1.184
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	79,3	79,3	78,1	68,7	76,1
	Μη αλκοολούχα ποτά				
Μερίδιο στην προστιθέμενη αξία της μεταποίησης	2,4	2,4	2,4	2,4	2,5
Μερίδιο στην παραγωγή της μεταποίησης	2,3	2,1	2,0	2,0	2,1
Μερίδιο στην εργασία της μεταποίησης	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Επενδύσεις	106,1	107,6	86,9	115,1	98,7
Επενδύσεις ανά εργαζόμενο	12,6	12,4	10,1	12,9	11,1
Προστιθέμενη αξία ανά εργαζόμενο	72,6	80,8	80,7	86,7	94,9
Αριθμός εργαζομένων	4.224	4.337	4.282	4.450	4.447
Φαινομενική παραγωγικότητα εργασίας	71,4	79,3	79,4	85,4	93,4

[*]*: Στοιχεία σε αξία είναι εκφρασμένα σε εκατ. €, κατά κεφαλήν αξίες είναι εκφρασμένες* σε χιλ. € ανά άτομο.
Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων του κλάδου είναι μεγάλου μεγέθους, αφού απασχολούν περισσότερους από 250 εργαζομένους η καθεμία.

Ο υποκλάδος των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών αφορά στα εξής προϊόντα: βότκα, λικέρ, μπράντι, ούζο, ουίσκι, ρούμι και τζιν. Οι επιχειρήσεις του τομέα αυτού λειτουργούν σε συνθήκες ανταγωνισμού εξαιτίας των υποκατάστατων αλκοολούχων προϊόντων της αγοράς (οίνος και ζύθος), αλλά κυρίως λόγω της αύξησης της ζήτησης για τα μη αλκοολούχα ποτά, ενώ σειρά εξαγορών και συγχωνεύσεων έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια. Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί ότι η τιμή των προϊόντων αυτών επηρεάζεται σημαντικά από την ειδική υψηλή φορολογία, ενισχύοντας την υποκατάστασή τους από ποτά χαμηλότερης περιεκτικότητας αλκοόλ αλλά και χαμηλότερης τιμής. Γνωστά παραδοσιακά ποτά έχουν κατοχυρώσει το όνομά τους, την προέλευσή τους και τα συστατικά τους, μεταξύ των οποίων είναι η τσικουδιά Κρήτης, το τσίπουρο Μακεδονίας, Θεσσαλίας και Τιρνάβου, το ούζο Μυτιλήνης, Πλωμαρίου, Καλαμάτας, Θράκης και Μακεδονίας, και το λικέρ με μαστίχα Χίου, κίτρον Νάξου, κουμ κουάτ Κέρκυρας, και τεντούρα Πατρών.

Ο υποκλάδος μη αλκοολούχων ποτών παρουσιάζει σχετική έλλειψη ανταγωνισμού, καθώς ελέγχεται ουσιαστικά από λίγες επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους, οι οποίες διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής (*Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.* και *Pepsico–HBH A.B.E.*). Αρκετές επιχειρήσεις μικρομεσαίου μεγέθους προσπαθούν τα τελευταία χρόνια να ανταγωνιστούν τις

εταιρείες αυτές, στοχεύοντας κυρίως στην κάλυψη τοπικών αγορών. Ελάχιστες επιχειρήσεις εξάγουν μέρος της παραγωγής τους, αν και ο υποκλάδος αυτός αποτελεί έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους τομείς της ποτοποιίας. Για παράδειγμα, σημαντικές επενδύσεις στοχεύουν στον εκσυγχρονισμό των εμφιαλωτηρίων και την καθετοποίηση της παραγωγής, ώστε να μειωθεί το κόστος παραγωγής.

Συνοπτικά, τα βασικά προϊόντα που ανήκουν στην ποτοποιία θεωρούνται ο οίνος, ο ζύθος, τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά (π.χ. ουίσκι και ούζο), τα εμφιαλωμένα νερά, οι χυμοί και τα αναψυκτικά. Η αγορά ποτοποιίας διακρίνεται για τα προϊόντα της στην 'κρύα', που περιλαμβάνει τους χώρους εστίασης και διασκέδασης, και στη 'ζεστή', που αφορά την οικιακή κατανάλωση. Η διανομή των προϊόντων πραγματοποιείται κυρίως μέσω χονδρέμπορων και αντιπροσώπων, ενώ τα supermarkets και οι κάβες καλύπτουν τις λιανικές πωλήσεις.

Στην παρούσα έκθεση αναλύεται εκτενέστερα ο κλάδος της ποτοποιίας με βάση τη στατιστική ταξινόμησης των οικονομικών δραστηριοτήτων NACE Rev. 2, έτσι ώστε να συμπεριλαμβάνονται στοιχεία που αφορούν επιχειρήσεις με τον κωδικό 11. Ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει την παραγωγή οίνου από σταφύλια (οινοποιία – 1102), την παραγωγή μπύρας (ζυθοποιία – 1105), την παραγωγή αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών (απόσταξη, ανακαθορισμός και ανάμειξη αλκοολούχων ποτών – 1101), και την παραγωγή αναψυκτικών, μεταλλικού νερού και άλλων εμφιαλωμένων νερών (μη αλκοολούχα ποτά – 1107). Θέματα που αφορούν τη ζήτηση, την προσφορά, αλλά και το εξωτερικό εμπόριο, καθώς και βασικοί δείκτες χρηματοοικονομικής ανάλυσης και ανταγωνισμού εξετάζονται χρησιμοποιώντας διάφορες πηγές στατιστικών στοιχείων. Επιπλέον, η εξέταση των προφίλ των επιχειρήσεων του κλάδου βασίζονται στις πληροφορίες που δίνονται στους διαδικτυακούς τόπους των επιχειρήσεων αυτών.

9.2. Προσφορά και ζήτηση

9.2.1. Παραγωγή

Από τα στοιχεία του Πίνακα 9.2 προκύπτει ότι ο αριθμός των επιχειρήσεων του κλάδου της ποτοποιίας παρουσίασε διαχρονική αύξηση την περίοδο 2003-2007 και διαμορφώθηκε σε 836 το τελευταίο έτος από 752 το 2003. Ο αριθμός των απασχολουμένων δεν μεταβλήθηκε σημαντικά, ενώ αύξηση εμφάνισε και το κόστος εργασίας στο σύνολο του κλάδου. Συγκεκριμένα, το μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή αυξήθηκε από 16,2% το 2003 σε 19,8% στο τέλος της υπό εξέταση περιόδου. Το ύψος της συνολικής παραγωγής διαμορφώθηκε σε €2.088 εκατ. το 2007, ενώ το χαμηλότερο επίπεδο σημειώθηκε το 2005 όταν η αξία παραγωγής περιορίστηκε στα €1.689 εκατ. (Διάγραμμα 9.1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.2

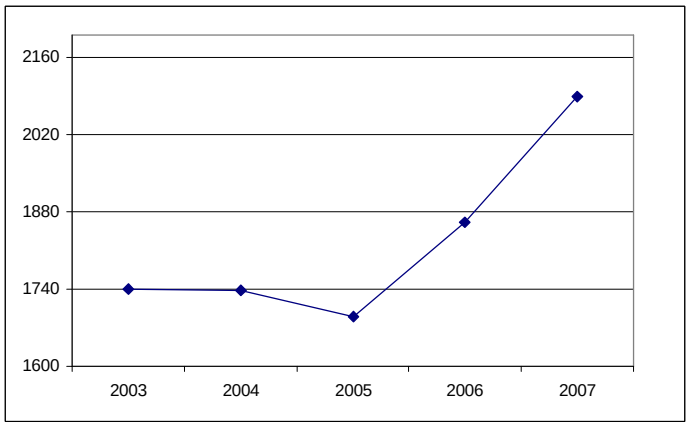
Αριθμός επιχειρήσεων και απασχολουμένων του κλάδου ποτοποιίας, 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
			Ποτοποιία		
Αριθμός επιχειρήσεων	752	758	787	812	836
Αριθμός εργαζομένων	9.802	10.162	9.859	9.901	10.411
Αριθμός εργαζομένων ανά επιχείρηση	13	13,4	12,5	12,2	12,5
Μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή	16,4	18,0	19,2	19,9	18,0
			Οινοποιία		
Αριθμός επιχειρήσεων	400	403	421	432	445
Αριθμός εργαζομένων	2.722	2.876	2.795	2.642	3.130
Αριθμός εργαζομένων ανά επιχείρηση	6,8	7,1	6,6	6,1	7
Μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή	16,2	17,4	19,6	19,9	19,8
			Ζυθοποιία		
Αριθμός επιχειρήσεων	14	14	14	15	16
Αριθμός εργαζομένων	1.824	1.785	1.635	1.587	1.636
Αριθμός εργαζομένων ανά επιχείρηση	130,3	127,5	116,8	105,8	102,3
Μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή	19,2	22,2	22,9	21,6	20,4
			Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά		
Αριθμός επιχειρήσεων	982	982	988	1.026	1.053
Αριθμός εργαζομένων	1.002	1.002	1.132	1.119	1.184
Αριθμός εργαζομένων ανά επιχείρηση	14,7	14,7	15,3	15,3	14,8
Μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή	30,8	30,8	32,8	32,3	31,6
			Μη αλκοολούχα ποτά		
Αριθμός επιχειρήσεων	79	82	84	88	93
Αριθμός εργαζομένων	4.224	4.337	4.282	4.450	4.447
Αριθμός εργαζομένων ανά επιχείρηση	53,5	52,9	51	50,6	47,8
Μερίδιο κόστους εργασίας στην παραγωγή	15,7	16,9	17,9	19,8	16,6

Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

Αναλύοντας τους υποκλάδους ξεχωριστά, η οινοποιία χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, αν και σημαντικό μέρος της παραγωγής καλύπτεται από λίγες μεγάλες επιχειρήσεις με μακροχρόνια παρουσία, που διαθέτουν σύγχρονες εγκαταστάσεις, ποικιλία προϊόντων και ισχυρά εμπορικά σήματα. Οι οινοβιομηχανίες κατέχουν μεγάλο μερίδιο της αγοράς εμφιαλωμένων κρασιών, ενώ επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους παράγουν και κρασί χύμα, το οποίο διαθέτουν στην τοπική αγορά. Ο εκσυγχρονισμός της παραγωγής μέσω των σημαντικών επενδύσεων στην οινοποιία έχουν επιφέρει σημαντικές βελτιώσεις στην ποιότητα των ελληνικών προϊόντων, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τις συνεχείς βραβεύσεις σε διεθνείς διαγωνισμούς.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.1
Παραγωγή κλάδου ποτοποιίας, εκατ. €, 2003-2007



Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις ζυθοποιίας είναι η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.*, η *Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.* και η *Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.* Οι δύο πρώτες επιχειρήσεις είναι και εκείνες που έχουν τα περισσότερα χρόνια λειτουργίας (περισσότερα από 40 χρόνια), σε αντίθεση με τις υπόλοιπες που ιδρύθηκαν τα τελευταία 15 περίπου χρόνια. Η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.* είναι μία επιχείρηση μεγάλου μεγέθους με περισσότερους από 1.400 εργαζόμενους, ενώ οι υπόλοιπες ζυθοποιίες είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Οι επιχειρήσεις αυτές παράγουν εγχώρια εμπορικά σήματα, αλλά ταυτόχρονα διακινούν και διεθνή σήματα με σκοπό τον εμπλουτισμό της ποικιλίας των προϊόντων τους. Η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.* λόγου χάριν διανέμει τις *Άλφα*, *Heineken*, *Amstel*, αλλά και τις *Chimay*, *Duvel*, ενώ η *Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.* παράγει τις *Μύθος*, *Kaiser*, *Henninger*, αλλά και τις *Carlsberg* και *Guiness*. Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι, όπως θα αναλυθεί εκτενέστερα στην επόμενη ενότητα, μέρος της παραγωγής όλων των ζυθοποιιών εξάγεται σε τρίτες χώρες.

Αναφορικά με τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά, η ελληνική παραγωγή επικεντρώνεται στο ούζο, το λικέρ και το μπράντι. Με βάση στοιχεία της Eurostat, το 2007, δραστηριοποιούνται στον υποτομέα περίπου 1.053 επιχειρήσεις με συνολικό αριθμό απασχολουμένων 1.184. Τα μεγέθη αυτά εμφανίζονται ελαφρώς υψηλότερα σε σχέση με τα προηγούμενα έτη (+7,2% και +18,2%, αντίστοιχα, σε σχέση με το 2003). Οι επιχειρήσεις του τομέα αυτού είναι αρκετά διαφοροποιημένες τόσο ως προς το μέγεθός τους, όσο και ως προς τον τρόπο παραγωγής και διάθεσης του προϊόντος. Οι μεγάλες επιχειρήσεις παράγουν ποικιλία προϊόντων, επεκτείνοντας την παραγωγή τους ακόμη και σε οίνο ή μπύρα. Επιπλέον, το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας αγοράς καλύπτεται από εισαγόμενα προϊόντα, καθώς το ουίσκι κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο της κατανάλωσης, ακολουθούμενο από το ούζο και τη βότκα. Οι εξαγωγές, τέλος, του υποκλάδου αφορούν κυρίως ούζο.

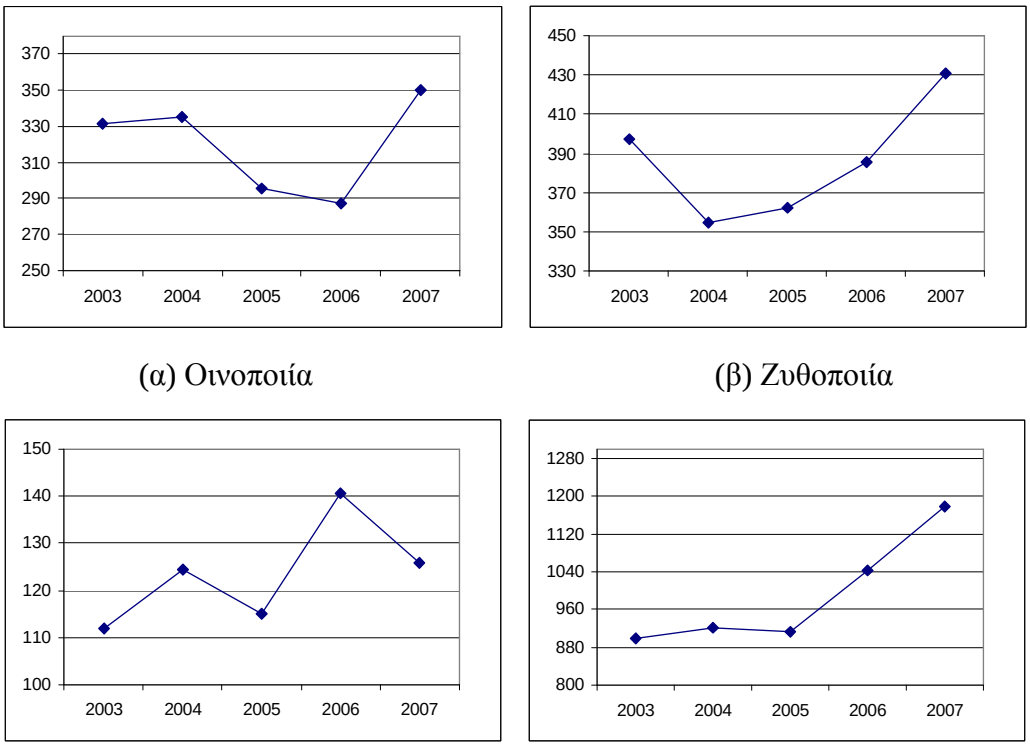
Η αγορά των μη αλκοολούχων ποτών είναι συγκεντρωμένη σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων, και γνωστές πολυεθνικές εταιρείες καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της εγχώριας αγοράς. Στον κλάδο δραστηριοποιούνται 93

επιχειρήσεις, με τον συνολικό αριθμό των απασχολουμένων τους να φθάνει τους 4.447 για το έτος 2007.

Με βάση το Διάγραμμα 9.2, η παραγωγή οίνου παρουσίασε διακυμάνσεις το χρονικό διάστημα 2003-2007. Την περίοδο 2004-2006 ακολούθησε μία καθοδική πορεία φθάνοντας τα €288 εκατ., ενώ η μεγαλύτερη αύξηση παρατηρείται το 2007, οπότε και παράχθηκε οίνος αξίας €350 εκατ. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι η παραγωγή οίνου επηρεάζεται σημαντικά από απρόβλεπτους παράγοντες, όπως οι καιρικές συνθήκες, η εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής σημειώνει συνεχείς αλλαγές στο επίπεδό της.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.2

Παραγωγή υποκλάδων ποτοποιίας, εκατ. €, 2003-2007



(α) Οινοποιία (β) Ζυθοποιία

(γ) Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά (δ) Μη αλκοολούχα ποτά

Πηγή: Eurostat, Structural business statistics.

Η διαχρονική εξέλιξη του μεγέθους της αξίας της παραγόμενης ποσότητας μπύρας παρουσιάζει σταθερή ανοδική τάση μετά το 2004, αφού το έτος αυτό παράχθηκαν €354 εκατ. και το 2007 €431 εκατ., σημειώνοντας ρυθμό μεταβολής 1,62%. Στον υποκλάδο των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών παρατηρούνται αυξομειώσεις στο επίπεδο της παραγωγής. Να σημειωθεί, ωστόσο, ότι η παραγωγή ούζου είναι αποκλειστικά εγχώρια, ενώ σημαντικό μερίδιο αυτής διακινείται στο εξωτερικό. Τέλος, η συνολική παραγωγή μη αλκοολούχων ποτών ακολούθησε ανοδική πορεία κατά την εξεταζόμενη περίοδο με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 5,6%. Το 2007 εκτιμάται ότι η εγχώρια παραγωγή ανήλθε σε €1.179 εκατ., αυξημένη κατά 12,97% έναντι του προηγούμενου έτους, ενώ το χαμηλότερο επίπεδο παραγωγής παρατηρείται το 2003 (€898 εκατ.).

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία των Πινάκων 9.3 και 9.4, καθ'όλη την εξεταζόμενη περίοδο το κόστος εργασίας ανά απασχολούμενο αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 4,4% σε επίπεδο κλάδου.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.3

Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (2005=100,0) και κόστος εργασίας ανά απασχολούμενο (€) για την ποτοποιία, 2000-2008

	Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής	Μεταβολή του δείκτη	Κόστος εργασίας
2000	102,4	:	:
2001	106,5	4,0	:
2002	113,1	6,2	:
2003	108,3	-4,3	29.188
2004	103,0	-4,8	30.791
2005	100,0	-3,0	32.863
2006	101,5	1,5	37.380
2007	110,0	8,4	36.183
2008	109,5	-0,5	:

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής και Eurostat, Structural business statistics.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.4

Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (2005=100,0) και κόστος εργασίας ανά απασχολούμενο (€) για τους υποκλάδους της ποτοποιίας, 2000-2008

	Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής	Μεταβολή του δείκτη	Κόστος εργασίας	Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής	Μεταβολή του δείκτη	Κόστος εργασίας
	Οινοποιία			*Ζυθοποιία*		
2000	94,8	:	:	110,8		:
2001	109,6	15,6	:	101,3	-8,61	:
2002	117,0	6,8	:	113,6	12,12	:
2003	120,9	3,4	19.691	105,4	-7,15	41.776
2004	110,9	-8,3	20.271	101,9	-3,37	44.090
2005	100,0	-9,8	20.716	100,0	-1,85	50.642
2006	84,9	-15,1	21.688	104,1	4,10	52.552
2007	93,2	9,7	22.141	110,6	6,22	53.729
2008	95,7	2,7	:	110,3	-0,27	:
	Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά			*Μη αλκοολούχα ποτά*		
2000	99,3	:	:	98,6	:	:
2001	97,4	-1,9	:	110,5	12,0	:
2002	100,4	3,1	:	113,1	2,4	:
2003	113,4	12,9	14.870	106,5	-5,8	33.404
2004	98,4	-13,2	19.860	102,4	-3,9	35.923
2005	100,0	1,6	16.784	100,0	-2,3	38.277
2006	84,9	-15,1	19.929	102,9	2,9	46.427
2007	92,1	8,5	19.510	115,8	12,5	44.075
2008	96,8	5,0	:	115,7	0,0	:

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής και Eurostat, Structural business statistics.

Ο υποκλάδος των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών εμφανίζει το χαμηλότερο επίπεδο κόστους εργασίας σε αντίθεση με τα μη αλκοολούχα ποτά, όπου το κόστος αυτό έφθασε τα €44 χιλ. ανά απασχολούμενο το 2007. Να

σημειωθεί επίσης ότι το κόστος παραγωγής των ποτών εκτιμάται ότι εξαρτάται σημαντικά από το κόστος των πρώτων υλών, της μεταφοράς και κατά συνέπεια από το κόστος ενέργειας. Ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (ΔΒΠ) για το σύνολο της ποτοποιίας παρουσίασε αύξηση το 2006/2007, ενώ στη συνέχεια υποχώρησε σε επίπεδα ελαφρώς χαμηλότερα, φθάνοντας το 2008 το 109,5. Σχετικά με την εξέλιξη του ΔΒΠ για τους υποκλάδους, παρατηρείται μία υποχώρηση στην οινοποιία και τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά, ενώ στους δύο άλλους υποκλάδους ο ΔΒΠ εξελίσσεται όπως και ο γενικός δείκτης της ποτοποιίας.

9.2.2. Κατανάλωση

Τα προϊόντα του κλάδου της ποτοποιίας θεωρούνται υποκατάστατα, συνεπώς οι τιμές τους αποτελούν ένα βασικό παράγοντα επηρεασμού της ζήτησής τους. Όλες οι κατηγορίες ποτών χαρακτηρίζονται από εποχικότητα, ώστε η κατανάλωσή τους να παρουσιάζει διακυμάνσεις κατά τη διάρκεια του έτους. Η αυξημένη ζήτηση των ποτών κατά τη θερινή περίοδο οφείλεται επίσης στην τουριστική κίνηση.

Ο οίνος είναι παραδοσιακά συνδεδεμένος με το καταναλωτικό πρότυπο των Ελλήνων, γεγονός που διαφαίνεται από τη σταθερότητα του επιπέδου της φαινομενικής κατανάλωσής του τα τελευταία χρόνια (Πίνακας 9.5).[1] Το επίπεδο της κατανάλωσης ετησίως αυξάνεται τους χειμερινούς κυρίως μήνες και υποκαθίσταται με μπύρα και αναψυκτικά στη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών. Να σημειωθεί επίσης ότι η κατανάλωση οίνου καλύπτεται κατά κύριο λόγο από τα εγχώρια παραγόμενα προϊόντα, ενώ η κατανάλωση χύμα κρασιού είναι υψηλότερη από εκείνη για το εμφιαλωμένο, λόγω της αρκετά μικρότερης τιμής τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.5
Φαινομενική κατανάλωση προϊόντων ποτοποιίας, εκατ. €, 2003-2007

	Ποτοποιία	Οινοποιία	Ζυθοποιία	Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά	Μη αλκοολούχα ποτά
2003	1.920	281,9	413,3	286,2	936
2004	1.951	288,5	376,8	308,6	975
2005	1.932	252,5	387,0	316,1	974
2006	2.118	248,2	415,1	358,4	1.093
2007	2.335	313,0	458,2	336,1	1.225

Πηγή: Eurostat, Food : From farm to fork statistics.

Η εγχώρια παραγωγή μπύρας καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης του προϊόντος. Η εξέλιξη της φαινομενικής κατανάλωσης μπύρας για τη χρονική περίοδο 2003-2007 παρουσιάζεται επίσης στον Πίνακα 9.5 και το 2003 ήταν €413 εκατ., ενώ το 2007 ανήλθε στα €458 εκατ., με μέσο ετήσιο ρυθμό

[1] Η φαινομενική κατανάλωση υπολογίζεται ως το άθροισμα της εγχώριας παραγωγής και των εισαγωγών, μείον το σύνολο των εξαγωγών.

μεταβολής περίπου 2%. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται από διακυμάνσεις, με τη μεγαλύτερη αύξηση να σημειώνεται το 2007. Όπως και για τα υπόλοιπα ποτά, η κατανάλωση μπύρας είναι έντονα εποχική, ενώ η ζήτησή της επηρεάζεται από το επίπεδο των τιμών της σε σχέση με τις τιμές άλλων οινοπνευματωδών ποτών.

Για τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά παρατηρείται μία αύξηση της κατανάλωσης για το ουίσκι, το μπράντι και το λικέρ τους χειμερινούς μήνες, ενώ το ούζο, το ρούμι και η βότκα εμφανίζουν υψηλότερη κατανάλωση το καλοκαίρι. Η ζήτηση των προϊόντων αυτών επηρεάζεται επίσης από το επίπεδο της τουριστικής κίνησης, τη διαφήμιση και προβολή συγκεκριμένων εμπορικών σημάτων, καθώς και τα μέτρα της πολιτείας (συχνοί έλεγχοι με αλκοτέστ και επιβολή υψηλών προστίμων στους παραβάτες) που στόχο έχουν τη μείωση του αριθμού των τροχαίων ατυχημάτων. Παρ' όλα αυτά, η φαινομενική κατανάλωση των προϊόντων αυτών έχει αυξηθεί το διάστημα 2003-2007.

Επιπλέον, ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η στροφή των καταναλωτών σε έναν πιο υγιεινό τρόπο διατροφής έχει ευνοήσει τα τελευταία χρόνια την κατανάλωση μη αλκοολούχων ποτών (χυμοί, αναψυκτικά και εμφιαλωμένο νερό). Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των προϊόντων αυτών θεωρούνται επίσης οι υψηλές θερμοκρασίες και η αύξηση της τουριστικής κίνησης κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Η εγχώρια φαινομενική κατανάλωση μη αλκοολούχων ποτών ακολούθησε ανοδική πορεία το διάστημα 2003-2007, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 5,5%.

Στον Πίνακα 9.6 παρατίθενται οι Δείκτες Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) για τους υποκλάδους της ποτοποιίας με βάση τα στοιχεία της ΕΣΥΕ και για τη χρονική περίοδο 2000-2008. Γενικά, ο ΔΤΚ για την οινοποιία εμφανίζεται τα τελευταία χρόνια υψηλότερος σε σχέση με τους αντίστοιχους ΔΤΚ των υπόλοιπων υπο-κλάδων, και σημειώνει τις μεγαλύτερες ποσοστιαίες αυξήσεις κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

Τέλος, με βάση τα στοιχεία των Ερευνών Οικογενειακών Προϋπολογισμών της Eurostat για τα έτη, 1999 και 2005, προκύπτει μία αύξηση του ποσοστού της δαπάνης του τυπικού ελληνικού νοικοκυριού για μη αλκοολούχα ποτά (1,5%), και μία μεγαλύτερη αύξηση του ποσοστού για τα αλκοολούχα ποτά ως σύνολο (3,49%) (Διάγραμμα 9.3).

Οι μέσες μηνιαίες δαπάνες της μπύρας αγγίζουν το 13,56% του συνόλου των δαπανών για ποτά, ποσοστό χαμηλότερο σε σχέση με εκείνο για τον οίνο (19,94%). Τα τελευταία, ωστόσο, χρόνια παρατηρείται μία τάση μείωσης στο σύνολο της δαπάνης για μπύρα (8,26%) και αύξηση για τον οίνο (6,91%) και τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά (9,62%). Το ποσοστό συνολικής δαπάνης ενός τυπικού νοικοκυριού για μπύρα είναι περίπου 1,65‰. Τα μη αλκοολούχα ποτά καλύπτουν το 46,81% των μηνιαίων δαπανών για ποτά, και αποτελούν το 5,68‰ της συνολικής δαπάνης ενός τυπικού νοικοκυριού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.6

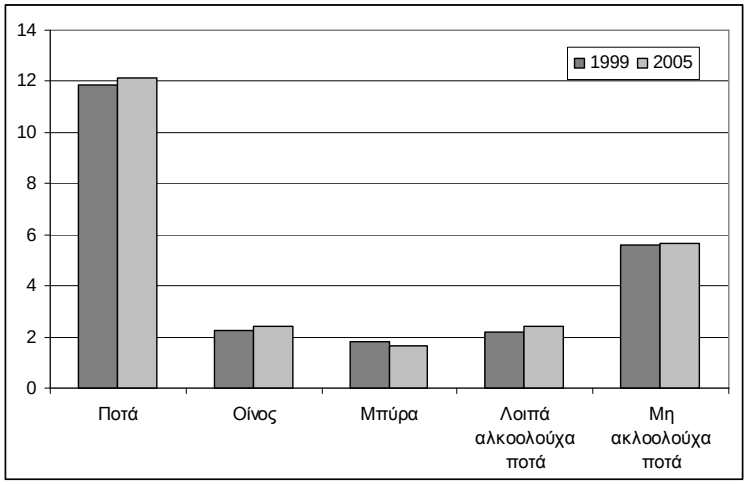
Δείκτης τιμών καταναλωτή για την ποτοποιία (2005=100), 2002-2008

	Γενικός ΔΤΚ	ΔΤΚ κλάδου	% μεταβολή του ΔΤΚ κλάδου	ΔΤΚ κλάδου	% μεταβολή του ΔΤΚ κλάδου
		Οινοποιία		*Ζυθοποιία*	
2000	84,62	82,39		83,34	
2001	87,48	85,27	3,50	85,89	3,06
2002	90,65	89,05	4,43	90,21	5,02
2003	93,86	94,12	5,70	93,67	3,84
2004	96,58	96,42	2,44	96,40	2,90
2005	100,00	100,00	3,72	100,00	3,74
2006	103,20	102,64	2,64	102,69	2,69
2007	106,18	108,29	5,51	104,24	1,51
2008	110,59	118,02	8,98	108,00	3,60
	Γενικός ΔΤΚ	*Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά*		*Μη αλκοολούχα ποτά*	
2000	84,62	89,06		84,59	
2001	87,48	91,13	2,33	87,99	4,02
2002	90,66	93,16	2,23	91,66	4,17
2003	93,86	94,31	1,23	96,33	5,09
2004	96,58	95,58	1,35	98,58	2,33
2005	100,00	100,00	4,62	100,00	1,44
2006	103,20	103,30	3,30	103,03	3,03
2007	106,18	104,81	1,46	105,28	2,19
2008	110,59	106,14	1,27	107,30	1,92

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτης Τιμών Καταναλωτή.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.3

Ποσοστό συνολικής δαπάνης (‰) τυπικού ελληνικού νοικοκυριού για ποτά



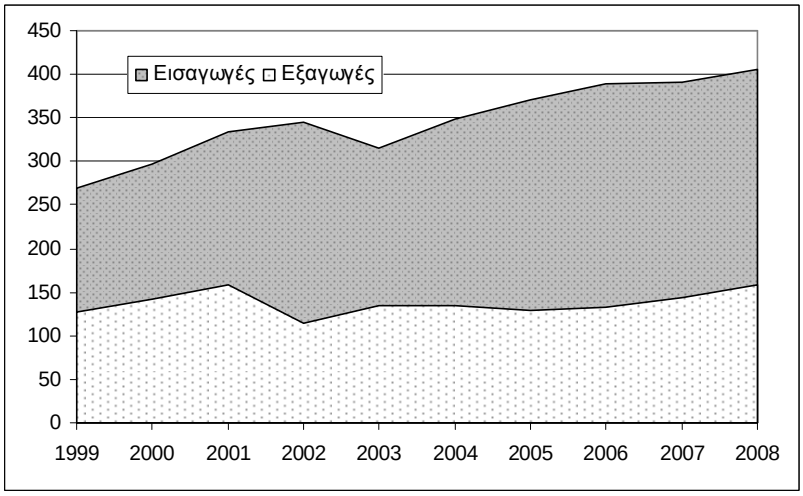
Πηγή: Eurostat, Mean consumption expenditure of private households.

9.3. Εξωτερικό εμπόριο

Ο κλάδος της ποτοποιίας εμφανίζεται ελλειμματικός όσον αφορά στις εμπορικές ροές, καθώς τη χρονική περίοδο 1999-2008 το επίπεδο των εισαγωγών παραμένει σταθερά υψηλότερο από εκείνο των εξαγωγών (Διάγραμμα 9.4).

Ο υποκλάδος του οίνου είναι ο μόνος πλεονασματικός της ποτοποιίας αναφορικά με τις εμπορικές ροές (Πίνακας 9.7). Αν και το ισοζύγιο παραμένει πλεονασματικό κατά την περίοδο 1999-2008, η συστηματική μείωση των εξαγωγών και η ταυτόχρονη τάση αύξησης των εισαγωγών οίνου αντανακλώνται στις πτωτικές εμπορικές επιδόσεις του τομέα, με μέση ετήσια μεταβολή την περίοδο αυτή -5.64%. Το εμπορικό ισοζύγιο επιδεινώθηκε αισθητά το 2002, κυρίως λόγω μειωμένης παραγωγής που οδήγησε σε σημαντική μείωση των εξαγωγών (-35%) και ραγδαία αύξηση των εισαγωγών (+90%), αλλά επανήλθε σε επίπεδα ελαφρώς χαμηλότερα από την προηγούμενη περίοδο, γεγονός που οφείλεται στη μείωση των εισαγωγών αλλά και την αύξηση των εξαγωγών. Να σημειωθεί ότι οι εξαγωγές αντιστοιχούν στο 7% περίπου της εγχώριας παραγωγής για την περίοδο που εξετάζουμε.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.4
Εμπορικό ισοζύγιο ποτοποιίας, εκατ. €, 1999-2008



Πηγή: Eurostat, External trade.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.7
Εισαγωγές - εξαγωγές ποτοποιίας, χιλ. €, 1999-2008

	Εισαγωγές		Εξαγωγές		Εμπορικό ισοζύγιο	
		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή
			Ποτοποιία			
1999	269.754		126.934		-142.820	
2000	297.267	10,20	142.291	12,10	-154.976	8,51
2001	333.285	12,12	158.137	11,14	-175.148	13,02
2002	344.296	3,30	114.618	-27,52	-229.678	31,13
2003	314.686	-8,60	135.210	17,97	-179.476	-21,86
2004	348.283	10,68	135.189	-0,02	-213.094	18,73
2005	371.590	6,69	128.737	-4,77	-242.853	13,97
2006	389.609	4,85	132.548	2,96	-257.061	5,85
2007	390.725	0,29	143.971	8,62	-246.754	-4,01
2008	406.370	4,00	159.250	10,61	-247.121	0,15
			Οινοποιία			
1999	7.340		67.150		59.811	
2000	11.340	54,50	67.669	0,77	56.329	-5,82
2001	19.564	72,52	77.722	14,86	58.157	3,25
2002	37.151	89,89	50.345	-35,22	13.194	-77,31
2003	16.595	-55,33	65.986	31,07	49.390	274,35
2004	16.382	-1,28	62.808	-4,82	46.425	-6,00
2005	12.495	-23,73	55.453	-11,71	42.959	-7,47
2006	14.478	15,88	53.862	-2,87	39.384	-8,32
2007	16.630	14,86	53.806	-0,11	37.176	-5,61
2008	18.143	9,10	51.878	-3,58	33.735	-9,25
			Ζυθοποιία			
1999	35.437		12.364		-23.073	
2000	34.654	-2,21	13.831	11,86	-20.824	-9,75
2001	33.371	-3,70	13.258	-4,14	-20.112	-3,42
2002	42.638	27,77	11.735	-11,49	-30.903	53,65
2003	25.989	-39,05	9.965	-15,08	-16.024	-48,15
2004	30.593	17,72	8.150	-18,21	-22.443	40,06
2005	35.013	14,45	10.013	22,86	-25.000	11,40
2006	41.449	18,38	11.849	18,34	-29.600	18,40
2007	43.510	4,97	15.870	33,94	-27.640	-6,62
2008	48.657	11,83	18.052	13,75	-30.605	10,73

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.7 (συνέχεια)

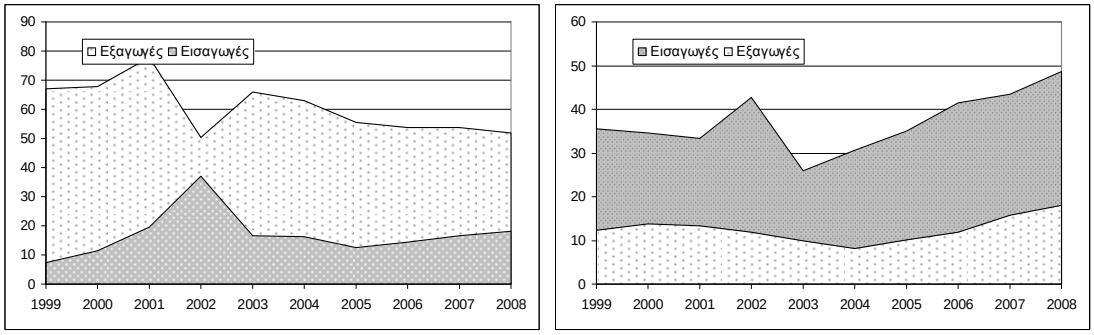
	Εισαγωγές		Εξαγωγές		Εμπορικό ισοζύγιο	
		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή
			Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά			
1999	200.065		35.334		-164.730	
2000	221.479	10,70	41.858	18,46	-179.621	9,04
2001	242.414	9,45	48.075	14,85	-194.340	8,19
2002	227.171	-6,29	33.148	-31,05	-194.023	-0,16
2003	212.567	-6,43	38.303	15,55	-174.264	-10,18
2004	234.432	10,29	50.145	30,92	-184.287	5,75
2005	250.455	6,84	49.501	-1,29	-200.955	9,04
2006	271.467	8,39	53.522	8,12	-217.945	8,46
2007	265.645	-2,14	55.381	3,47	-210.264	-3,52
2008	257.556	-3,04	58.947	6,44	-198.609	-5,54
			Μη αλκοολούχα ποτά			
1999	26.913		12.086		-14.827	
2000	29.793	10,70	18.933	56,66	-10.860	-26,75
2001	37.936	27,33	19.082	0,79	-18.853	73,60
2002	37.335	-1,58	19.390	1,61	-17.945	-4,82
2003	59.534	59,46	20.957	8,08	-38.578	114,97
2004	66.876	12,33	14.086	-32,79	-52.790	36,84
2005	73.626	10,09	13.770	-2,24	-59.856	13,39
2006	62.215	-15,50	13.315	-3,30	-48.900	-18,30
2007	64.941	4,38	18.915	42,06	-46.025	-5,88
2008	82.014	26,29	30.372	60,57	-51.642	12,20

Πηγή: Eurostat, External trade.

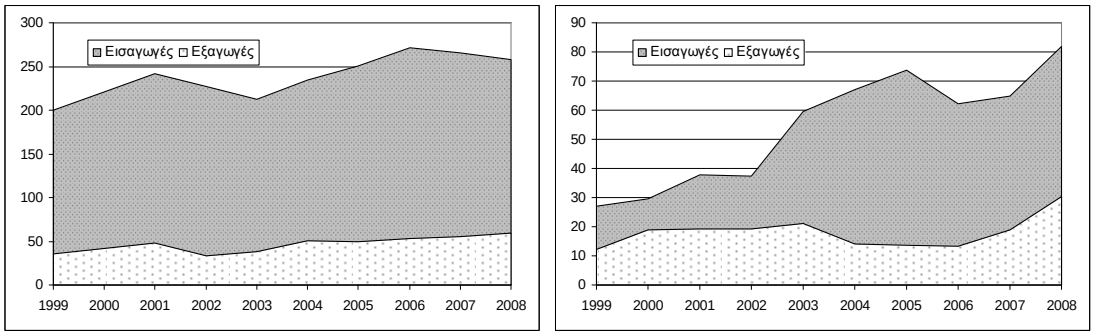
Το εμπορικό ισοζύγιο μπύρας εμφανίζεται ελλειμματικό καθ'όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, φθάνοντας τα €30 εκατ. το 2008 (Πίνακας 9.7 και Διάγραμμα 9.5). Η αξία των εισαγωγών έχει μία ανοδική τάση, και από €35 εκατ. το 1999 έφθασε το επίπεδο των €49 περίπου εκατ. το 2008, έχοντας μέσο ρυθμό αύξησης 3,22%. Η αξία των εξαγωγών μπύρας αυξάνεται επίσης κατά την περίοδο 1999-2008, και φθάνει τα €18 εκατ. το τελευταίο έτος. Εξαίρεση αποτελούν οι εξαγωγές κατά τα έτη 2002-2004, οπότε και μειώθηκαν για να επανέλθουν μετά στο επίπεδο που παρατηρήθηκε στην αρχή της δεκαετίας και να το ξεπεράσουν μόλις τα τελευταία δύο έτη. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των εξαγωγών μπύρας είναι για την ίδια περίοδο 3,86%. Συνέπεια των εξελίξεων αυτών είναι και η συνεχής αύξηση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου για την μπύρα μετά το 2003. Σημειώνεται ότι η συμμετοχή των εισαγωγών μπύρας στο σύνολο των εισαγωγών του κλάδου ποτοποιίας υποχώρησε από 13% το 1999 στο 12% το 2008, ενώ τα αντίστοιχα μερίδια για τις εξαγωγές διαμορφώθηκαν στο 9,7% και 11% περίπου.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.5

Εμπορικό ισοζύγιο υποκλάδων ποτοποιίας, εκατ. €, 1999-2008



(α) Οινοποιία (β) Ζυθοποιία



(γ) Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά (δ) Μη αλκοολούχα ποτά

Πηγή: Eurostat, External trade.

Ο υποκλάδος των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών αποτελεί το σημαντικότερο μέρος των εισαγωγών της ποτοποιίας, οι οποίες βαίνουν μειούμενες από 74% το 1999 στο 63% το 2008, αλλά και των εξαγωγών (37% το 2008, αφού από το 2007 υπερσκέλισε την οινοποιία). Όσον αφορά στο εμπορικό ισοζύγιο των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών, ο υποκλάδος αυτός της ποτοποιίας είναι ο πλέον ελλειμματικός, ενώ παρατηρείται μία επιδείνωση την περίοδο 1999-2008 κατά 1,89%. Είναι αξιοσημείωτο ότι, ενώ υπάρχει σημαντική αύξηση των εξαγωγών την περίοδο αυτή, με 5,25% μέση ετήσια μεταβολή (κυρίως λόγω των εξαγωγών ούζου που θεωρείται αποκλειστικά ελληνικό προϊόν), η αύξηση των εισαγωγών υπερκαλύπτει τις εκροές και οδηγεί σε αυξημένα ελλείμματα. Παρ' όλα αυτά την τελευταία διετία υπάρχει μια σταδιακή μείωση των εισαγωγών.

Στα μη αλκοολούχα ποτά, η διεύρυνση του εμπορικού ελλείμματος από σχεδόν €15 εκατ. το 1999 σε €52 εκατ. το 2008 αφορά τη μεγαλύτερη ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με τους υπόλοιπους υποκλάδους της ποτοποιίας, με μέση ετήσια αύξηση 13,29%. Η σημαντική αύξηση των εισαγωγών που παρατηρείται από το 2003 με εξαίρεση το 2006-2007, σε συνδυασμό με τη μείωση των εξαγωγών, εκτός από το 2008, οδήγησε σε αυτή την επιδείνωση του εμπορικού ισοζυγίου.

Οι εξαγωγές οίνου αποτελούν το 33% των συνολικών εξαγωγών των ποτών. Τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. αποτελούν τον κύριο προορισμό του ελληνικού οίνου

(76%), (Πίνακας 9.8). Οι εξαγωγές προς τρίτες χώρες καλύπτουν για το 2008 το 33% των συνολικών εκροών για το προϊόν αυτό. Η Γερμανία καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών (56%), και ακολουθούν με σημαντική διαφορά η Γαλλία και το Βέλγιο, με 13% και 7% των εξαγωγών, αντίστοιχα. Από κοινού οι τρεις αυτές χώρες της Ε.Ε. μαζί με την Κύπρο καλύπτουν πάνω από το 80% περίπου των ενδοκοινοτικών εκροών. Βασική χώρα προορισμού του ελληνικού οίνου αναφορικά με τρίτες χώρες είναι οι Η.Π.Α. (53,46%), και ακολουθούν ο Καναδάς, η Ρωσία, και η Ελβετία. Οι εισαγωγές οίνου, που αποτελούν το 4,5% των συνολικών εισαγωγών ποτών, προέρχονται από την Ιταλία, τη Γαλλία και την Ισπανία. Μικρότερης έντασης εισαγωγές πραγματοποιούνται από την Κύπρο, τις Η.Π.Α. και τη Χιλή. Γενικά, τα τελευταία χρόνια, η παρουσία των ιταλικών και ισπανικών κρασιών στην ελληνική αγορά έχει γίνει ακόμη πιο εμφανής.

Η μπύρα αποτελεί το 12% των συνολικών εισαγωγών και το 11% των συνολικών εξαγωγών ποτών. Τα υπόλοιπα κράτη-μέλη της Ε.Ε. εμφανίζονται ως οι βασικοί προμηθευτές της εισαγόμενης μπύρας, καθώς το 82% του συνόλου προέρχεται από τις χώρες αυτές το 2008. Το ποσοστό αυτό αγγίζει το 98% το 2001, ενώ δύο χρόνια νωρίτερα σημειώνεται το χαμηλότερο μερίδιο (80% το 1999). Η Γερμανία (48%) και η Ολλανδία (16%) είναι οι κύριες χώρες προέλευσης μπύρας. Οι εισαγωγές από χώρες εκτός Ε.Ε. προέρχονται κατά κύριο λόγο από το Μεξικό (81%). Αντιθέτως, ο προορισμός της ελληνικής μπύρας είναι κυρίως χώρες εκτός της Ε.Ε., εφόσον μόνο το 24% των ελληνικών εξαγωγών θεωρείται ενδοκοινοτικό εμπόριο το 2008. Μάλιστα το ποσοστό αυτό ήταν μικρότερο από 10% για τα έτη 2000-2003. Το 71% περίπου της εξαγόμενης μπύρας έχει ως χώρα προορισμού την Αλβανία και ακολουθεί η ΠΓΔΜ (10%).

Οι εξαγωγές του υποκλάδου των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών αποτελούν το 37% των συνολικών εξαγωγών ποτών. Το 75% των εισαγωγών των συνολικών ποτών από τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. είναι αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για εισαγωγές από τις χώρες εκτός Ε.Ε. είναι 53%. Βασικό εισαγωγικό προϊόν των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών είναι το ουίσκι, με τις εισαγωγές από κράτη-μέλη της Ε.Ε. για το 2008 να ανέρχονται στο 65%, ενώ το 88% εξ αυτών προέρχονται από τη Μ. Βρετανία. Η χώρα αυτή είναι ο μεγαλύτερος προμηθευτής της Ελλάδας από το 2007. Η χώρα που έχασε μεγάλο μερίδιο είναι η Ολλανδία, η οποία το 2006 κατείχε το 54% των εισαγωγών μας σε ουίσκι και περιορίστηκε στο 11% το 2007 και 9% το 2008. Όσον αφορά στις εισαγωγές ουίσκι από χώρες εκτός Ε.Ε., που ανέρχεται στο 43% των εισαγωγών αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών από χώρες εκτός Ε.Ε., το σύνολο σχεδόν των εισαγωγών προέρχεται από τις Η.Π.Α. (92% το 2008 και 98% το 2007). Σημαντικό μέρος των εισαγωγών αποτελούν τα υπόλοιπα προϊόντα του υποκλάδου (τεκίλα, βότκα, κλπ.) που αποτελούν το 24% των ενδοκοινοτικών εισαγωγών και το 48% των εξωκοινοτικών. Μεγαλύτερος προμηθευτής από τις χώρες εκτός Ε.Ε. είναι το Μεξικό που κατέχει το 72% των εξωκοινοτικών εισαγωγών και ακολουθούν οι Η.Π.Α. και ο Καναδάς, ενώ από τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. βασικοί προμηθευτές είναι η Ιταλία και η Μ. Βρετανία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.8

Ροές εμπορίου ποτοποιίας, χιλ. €, 1999-2008

	Εισαγωγές				Εξαγωγές			
	Από Ε.Ε.-27		Από Λοιπές Χώρες		Προς Ε.Ε.-27		Προς Λοιπές Χώρες	
		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή
				Ποτοποιία				
1999	252.641		17.113		93.997		32.937	
2000	278.249	10,14	19.018	11,13	93.421	-0,61	48.869	48,37
2001	315.713	13,46	17.573	-7,60	107.430	15,00	50.707	3,76
2002	324.926	2,92	19.370	10,23	65.931	-38,63	48.687	-3,98
2003	289.233	-10,98	25.452	31,40	88.977	34,95	46.233	-5,04
2004	324.967	12,35	23.315	-8,40	93.906	5,54	41.283	-10,71
2005	348.330	7,19	23.260	-0,24	88.884	-5,35	39.853	-3,46
2006	364.699	4,70	24.910	7,09	89.741	0,96	42.807	7,41
2007	365.359	0,18	25.366	1,83	96.310	7,32	47.662	11,34
2008	373.606	2,26	32.764	29,16	112.722	17,04	46.528	-2,38
				Οίνος				
1999	7.259		81		57.727		9.423	
2000	11.144	53,53	196	141,87	57.291	-0,76	10.378	10,13
2001	19.376	73,86	189	-3,47	66.428	15,95	11.294	8,82
2002	36.827	90,07	324	71,64	40.128	-39,59	10.217	-9,53
2003	16.043	-56,44	552	70,24	55.494	38,29	10.492	2,69
2004	15.908	-0,84	474	-14,13	50.122	-9,68	12.686	20,91
2005	11.707	-26,41	788	66,28	45.254	-9,71	10.199	-19,60
2006	13.769	17,61	710	-9,95	42.842	-5,33	11.020	8,05
2007	15.274	10,93	1.356	91,03	40.889	-4,56	12.917	17,21
2008	16.704	9,37	1.438	6,07	39.439	-3,55	12.440	-3,70
				Ζυθοποιία				
1999	28.311		7.125		3.699		8.665	
2000	32.385	14,39	2.269	-68,15	2.580	-30,23	11.250	29,83
2001	32.770	1,19	601	-73,51	1.307	-49,36	11.952	6,24
2002	41.749	27,40	889	47,86	1.088	-16,70	10.647	-10,92
2003	25.184	-39,68	805	-9,45	776	-28,66	9.189	-13,69
2004	28.843	14,53	1.750	117,50	2.639	239,93	5.511	-40,03
2005	31.126	7,92	3.887	122,09	3.525	33,56	6.488	17,73
2006	35.112	12,80	6.337	63,04	3.473	-1,47	8.376	29,10
2007	37.203	5,96	6.307	-0,47	3.919	12,82	11.951	42,69
2008	39.873	7,18	8.784	39,27	4.351	11,02	13.701	14,64

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.8 (συνέχεια)

	Εισαγωγές				Εξαγωγές			
	Από Ε.Ε.-27		Από Λοιπές Χώρες		Προς Ε.Ε.-27		Προς Λοιπές Χώρες	
		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή		Ετήσια % μεταβολή
Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά								
1999	191.003		9.062		28.245		7.090	
2000	205.887	7,79	15.592	72,06	29.069	2,92	12.789	80,39
2001	226.619	10,07	15.795	1,30	34.348	18,16	13.727	7,34
2002	209.824	-7,41	17.347	9,83	19.075	-44,46	14.073	2,52
2003	189.562	-9,66	23.005	32,62	26.002	36,31	12.301	-12,59
2004	215.101	13,47	19.331	-15,97	34.558	32,90	15.588	26,72
2005	234.634	9,08	15.821	-18,16	32.662	-5,48	16.838	8,02
2006	255.896	9,06	15.571	-1,58	34.428	5,40	19.094	13,40
2007	249.922	-2,33	15.723	0,98	39.038	13,39	16.343	-14,41
2008	239.156	-4,31	18.400	17,03	43.337	11,01	15.610	-4,48
Μη αλκοολούχα ποτά								
1999	26.068		845		4.327		7.759	
2000	28.833	10,61	961	13,65	4.481	3,56	14.452	86,27
2001	36.948	28,15	988	2,78	5.348	19,35	13.735	-4,96
2002	36.525	-1,14	810	-17,97	5.640	5,47	13.750	0,11
2003	58.444	60,01	1.090	34,61	6.705	18,87	14.252	3,65
2004	65.116	11,42	1.760	61,39	6.587	-1,76	7.499	-47,38
2005	70.863	8,83	2.763	57,01	7.442	12,98	6.328	-15,61
2006	59.922	-15,44	2.292	-17,05	8.998	20,91	4.317	-31,78
2007	62.960	5,07	1.980	-13,61	12.464	38,53	6.451	49,44
2008	77.872	23,68	4.142	109,15	25.596	105,35	4.776	-25,96

Πηγή: Eurostat, External trade.

Οι εισαγωγές του υποκλάδου των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών αποτελούν το 63% των συνολικών εισαγωγών ποτών. Οι εξαγωγές των ποτών που είναι από απόσταγμα αλκοόλ (λικέρ κλπ.) αποτελούν το 47% του υποκλάδου των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών και κατευθύνονται περισσότερο προς τις χώρες εκτός Ε.Ε. (55%). Ο υποκλάδος αυτός στο σύνολο των ποτών κατέχει το 40% των ενδοκοινοτικών και το 34% των εξωκοινοτικών εξαγωγών. Βασική χώρα προορισμού από τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. είναι η Γερμανία (84%), ενώ από τις χώρες εκτός Ε.Ε. είναι η ΠΓΔΜ και το Ιράκ (17%), και ακολουθούν η Σερβία και η Τουρκία (10%). Το 30% των ποτών που είναι από απόσταγμα σταφυλιών (κυρίως το ούζο) αποτελεί το 30% των συνολικών εξαγωγών ποτών. Βασικοί προορισμοί των ενδοκοινοτικών εξαγωγών είναι η Γερμανία και η Τσεχία (40% και 16%, αντίστοιχα), ενώ εκτός της Ε.Ε. βασικές χώρες προορισμού είναι οι Η.Π.Α. (34%) και ακολουθούν ο Καναδάς (20%) και η Αλβανία (11%).

Τα μη αλκοολούχα ποτά αποτελούν το 20% περίπου των εισαγωγών και εξαγωγών των ποτών. Τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. είναι ο βασικός προμηθευτής μη αλκοολούχων ποτών (95%), και πιο συγκεκριμένα η Γερμανία (27%) και η Αυστρία (25%). Η Τουρκία είναι ο βασικός προμηθευτής από τις χώρες εκτός Ε.Ε. (43%) και ακολουθεί η Ελβετία (26%). Αντίστοιχα, οι χώρες προορισμού

των εξαγωγών μη αλκοολούχων ποτών είναι τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. (85%) με βασική χώρα προορισμού την Κύπρο (38%), ενώ ακολουθεί η Ιταλία (23%) και η Βουλγαρία (15%). Για τις χώρες εκτός Ε.Ε., η Τουρκία (37%) και η Αλβανία (31%) αποτελούν τους σημαντικότερους εισαγωγείς.

Στους Πίνακες 9.9 και 9.10 παρουσιάζονται οι βασικότεροι δείκτες μέτρησης της ανταγωνιστικότητας για τον κλάδο της ποτοποιίας συνολικά αλλά και για τους βασικούς υποκλάδους του. Η μέτρηση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου ποτοποιίας της Ελλάδας σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Ένωση γίνεται με τη χρησιμοποίηση δύο διαφορετικών δεικτών 'αποκαλυφθέντος' συγκριτικού πλεονεκτήματος (Revealed Comparative Advantage) για τη χρονική περίοδο 1999 έως 2008. Ο δείκτης *Balassa* μετρά το συγκριτικό πλεονέκτημα εξαγωγών, ενώ ο δείκτης *Vollrath* μετρά το συγκριτικό πλεονέκτημα για το σύνολο των εμπορικών ροών μιας χώρας (υπολογίζεται ως η διαφορά μεταξύ του δείκτη *Balassa* και του αντίστοιχου συγκριτικού πλεονεκτήματος εισαγωγών). Τέλος, ο δείκτης έντασης εμπορίου είναι ο λόγος του εμπορικού ισοζυγίου προς τις συνολικές εμπορικές ροές του κλάδου.

Ο δείκτης *Balassa* παρουσιάζει μία πτωτική τάση στο σύνολο του κλάδου, αφού επιδεινώνεται κατά την εξεταζόμενη περίοδο, με εξαίρεση το 2001, και τις περιόδους 2003-2004 και 2007-2008. Κατά συνέπεια, παρατηρείται μία μερική μόνο βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, αφού τα τελευταία χρόνια ο δείκτης αυξάνεται αλλά παραμένει σε χαμηλότερα επίπεδα από εκείνα που σημειώθηκαν στην αρχή της δεκαετίας. Επιπλέον, η χώρα χάνει το συγκριτικό της πλεονέκτημα τα έτη 2006-2007, αφού ο δείκτης εμφανίζεται μικρότερος της μονάδας. Ο δείκτης *Vollrath* διατηρείται αρνητικός καθ'όλη την διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, υποδηλώνοντας την έλλειψη συγκριτικού πλεονεκτήματος. Τέλος, ο δείκτης έντασης εμπορίου υποδηλώνει αφενός ότι το εμπορικό ισοζύγιο είναι ελλειμματικό (αρνητικό πρόσημο) και αφετέρου ότι το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου αυξήθηκε περισσότερο από το σύνολο των εμπορικών ροών λόγω της μείωσης του δείκτη την εξεταζόμενη περίοδο εκτός από το 2003.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.9

Δείκτες ανταγωνιστικότητας για την ποτοποιία, 1999-2008

	Δείκτης *Balassa*	Δείκτης *Vollrath*	Δείκτης έντασης εμπορίου
1999	1,218	-0,158	-0,360
2000	1,208	-0,171	-0,353
2001	1,317	-0,151	-0,356
2002	1,054	-0,494	-0,500
2003	1,136	-0,072	-0,399
2004	1,178	-0,101	-0,441
2005	1,034	-0,382	-0,485
2006	0,900	-0,472	-0,492
2007	0,924	-0,282	-0,461
2008	1,052	-0,129	-0,437

Πηγή: Eurostat, External trade, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Με βάση τα αποτελέσματα του Πίνακα 9.10 παρατηρούνται συνεχείς αυξομειώσεις στην εμπορική ένταση των διαφόρων υποκλάδων της ελληνικής ποτοποιίας ως προς την εναλλαγή των δεικτών συγκριτικού πλεονεκτήματος και κατά τη διάρκεια της υπό εξέταση περιόδου. Και οι δύο δείκτες καταδεικνύουν ότι η Ελλάδα έχει συγκριτικό πλεονέκτημα στον οίνο, ενώ αντίθετα εμφανίζεται μειονεκτική για τους υπόλοιπους υποκλάδους της ποτοποιίας. Για τη ζυθοποιία, ο δείκτης *Balassa* παραμένει μικρότερος της μονάδας για όλα τα έτη, ενώ για τα μη αλκοολούχα ποτά εξαίρεση αποτελούν το 2000 και 2002. Στην περίπτωση των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών, μειονεκτική θέση εμφανίζεται για τρία έτη, ενώ μετά το 2004 ο υποκλάδος εμφανίζει συγκριτικό πλεονέκτημα. Αξίζει, επίσης, να παρατηρήσουμε ότι το μέγεθος των δεικτών μειώνεται σε όλους τους υποκλάδους (συμπεριλαμβανομένου του οίνου) ως επί το πλείστον μετά το 2004, με εξαίρεση την ανάκαμψη το 2008.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.10

Δείκτες ανταγωνιστικότητας υποκλάδων ποτοποιίας, 1999-2008

	Δείκτης *Balassa*	Δείκτης *Vollrath*	Δείκτης έντασης εμπορίου	Δείκτης *Balassa*	Δείκτης *Vollrath*	Δείκτης έντασης εμπορίου
	Οίνος			*Ζυθοποιία*		
1999	1,712	1,629	0,803	0,868	-0,664	-0,483
2000	1,635	1,512	0,713	0,816	-0,571	-0,429
2001	1,871	1,669	0,598	0,794	-0,539	-0,431
2002	1,370	0,969	0,151	0,728	-0,935	-0,568
2003	1,646	1,492	0,598	0,601	-0,295	-0,446
2004	1,667	1,521	0,586	0,482	-0,470	-0,579
2005	1,381	1,262	0,632	0,557	-0,516	-0,555
2006	1,174	1,040	0,576	0,560	-0,634	-0,555
2007	1,099	0,962	0,528	0,747	-0,406	-0,465
2008	1,712	1,629	0,803	0,863	-0,374	-0,459
	Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά			*Μη αλκοολούχα ποτά*		
1999	0,982	-2,756	-0,700	0,818	-0,054	-0,380
2000	1,003	-2,596	-0,682	1,069	0,248	-0,223
2001	1,144	-2,568	-0,669	0,965	0,017	-0,331
2002	0,882	-2,834	-0,745	1,059	0,193	-0,316
2003	0,959	-2,074	-0,695	0,936	-0,186	-0,479
2004	1,329	-1,830	-0,648	0,626	-0,614	-0,652
2005	1,217	-2,388	-0,670	0,537	-0,783	-0,685
2006	1,135	-2,496	-0,671	0,403	-0,533	-0,647
2007	1,087	-2,025	-0,655	0,546	-0,266	-0,549
2008	1,224	-1,559	-0,628	0,907	-0,056	-0,460

Πηγή: Eurostat, External trade, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Παρόμοια συμπεράσματα προκύπτουν και με τη χρήση του δείκτη *Vollrath*, μέσω των συνεχών αυξομειώσεων αλλά και με μία σχετική απώλεια του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Σε γενικά πλαίσια, υπάρχουν στοιχεία αποδυνάμωσης της έντασης του συγκριτικού πλεονεκτήματος των υποκλάδων της ποτοποιίας κατά την περίοδο 1999-2008. Τέλος, ο δείκτης έντασης εμπορίου εμφανίζεται ελαφρά βελτιωμένος τα τελευταία δύο έτη αλλά με σταθερά

αρνητικές τιμές καθ'όλη την εξεταζόμενη περίοδο, εκτός από τον οίνο στον οποίο η χώρα είναι πλεονασματική.

9.4. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου της ποτοποιίας

9.4.1. Οινοποιία

Το 1971 η ατομική επιχείρηση του Ευάγ. Τσάνταλη, η οποία λειτουργεί ήδη από το 1890, μετατρέπεται σε ανώνυμη εταιρεία (*Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.*). Η οινοποιία αυτή κατέχει κυρίαρχη θέση στην ελληνική αγορά για σειρά ετών, ενώ διατηρεί αμπελώνες στον Άγιο Παύλο Χαλκιδικής, στο Μετόχι Χρωμίτσας (Άγιο Όρος), στη Μαρώνεια Θράκης, στη Ραψάνη Ολύμπου και στην ιστορική Νάουσα. Περίπου το 40% της παραγωγής της εξάγεται στην Ε.Ε., στις Η.Π.Α., στον Καναδά, την Αυστραλία και την Ασία. Διαθέτει μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων και ξεχωρίζουν τα γνωστά εμπορικά σήματα *Επιλεγμένος Ραψάνη* (Ο.Π.Ε.) και *Νεμέα* (Ο.Π.Α.Π.).

Η οινοποιητική *Μπουτάρης Ι. & Υιός* ιδρύθηκε το 1879, και σφράγισε το ξεκίνημα της με το πρώτο ερυθρό εμφιαλωμένο κρασί που κυκλοφόρησε στην ελληνική αγορά (Νάουσα Μπουτάρη). Αποτελεί μία από τις κύριες ελληνικές εταιρείες με έντονη εξαγωγική δράση σε περισσότερες από 40 χώρες και διεθνή προσανατολισμό. Διαθέτει μία ευρεία γκάμα προϊόντων, με περισσότερες από 40 ετικέτες, και πλήθος διακρίσεων σε διεθνείς διαγωνισμούς. Επιπλέον, η εταιρεία διαθέτει 6 οινοποιεία στην Ελλάδα στις σημαντικότερες οινοπαραγωγικές περιοχές της χώρας (Νάουσα, Γουμένισσα, Κρήτη, Σαντορίνη, Μαντινεία και Αττική), και ένα οινοποιείο στο εξωτερικό (κοντά στην πόλη Limoux στη Νότια Γαλλία).

Η *Μαλαματίνα Ε. & Υιός Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε.* είναι η πρώτη οινοποιία στην Ελλάδα που το 1957 προχώρησε στην εμφιάλωση της ρετσίνας, προϊόν που μέχρι τότε διατίθετο χύμα. Έχοντας ως εχέγγυο, το παραδοσιακό προϊόν *Ρετσίνα Μαλαματίνα*, προχώρησε στην παραγωγή αρετσίνωτου κρασιού με την επωνυμία *Μάλαμα* σε συσκευασία *bag in box*, επεκτείνοντας και εκσυγχρονίζοντας τις εγκαταστάσεις της. Ένα μικρό ποσοστό της παραγωγής της εξάγεται στην Ευρώπη, τη Β. Αμερική και την Αυστραλία.

Τα *Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.* δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά από το 1972, αν και η επιχείρηση Κουρτάκης ιδρύθηκε το 1895 από τον Βασ. Κουρτάκη, τον οποίο και διαδέχθηκε ο γιος του Δημήτριος το 1946. Η σημερινή επωνυμία της οινοποιίας καθιερώθηκε το 1998. Μεγάλο ποσοστό της παραγωγής εξάγεται σε 30 χώρες, μεταξύ των οποίων είναι οι Η.Π.Α., ο Καναδάς, η Βραζιλία, η Ιαπωνία, η Αυστραλία και τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Η επιχείρηση έχει επενδύσει σημαντικά στον εξοπλισμό της γραμμής παραγωγής και εμφιάλωσης, ενώ γνωστά εμπορικά της σήματα είναι η *Ρετσίνα Κουρτάκη*, ο *Kouros* (Ο.Π.Α.Π.) και η *Μαυροδάφνη* (Ο.Π.Ε.).

Η *Οινοπραξία Βοιωτίας Α.Ε.* (ΙΝΟ) αναπτύσσεται από το 2001 με ταχύ ρυθμό, οινοποιώντας σταφύλια από τις πλέον παραδοσιακές οινοπαραγωγικές

περιοχές της Ελλάδας (Μακεδονία, Πελοπόννησος και Στερεά Ελλάδα). Με έδρα τη Θήβα, αποτελεί εταιρική σύμπραξη της εταιρείας *Ευβοϊκή Οινοποιητική Α.Ε.* και της συνεταιριστικής οργάνωσης των αμπελουργών της Θήβας. Η ΙΝΟ διαθέτει ειδικό τμήμα έρευνας και ανάπτυξης καθώς και ένα υπερσύγχρονο οινοποιείο/εμφιαλωτήριο με υψηλής τεχνολογίας εγκαταστάσεις και εξοπλισμό, ώστε να εξασφαλίζεται η ποιότητα των 87 διαφορετικών ειδών κρασιού που παράγει. Η ρετσίνα *Γιορτάσι*, τα *winebox ΙΝΟποιήματα*, τα *ΙΝΟ Ποικιλιακά* 750ml αποτελούν βασικά εμπορικά της σήματα που διακινούνται και στο εξωτερικό (π.χ. Η.Π.Α., Ε.Ε., Αυστραλία).

Η *Ευβοϊκή Οινοποιητική Α.Ε.* ιδρύθηκε το 1991, προερχόμενη από την *Σαμπάνης Α. & Σία Ο.Ε.* Η επιχείρηση αυτή παράγει κυρίως χύμα κρασί, ενώ εισάγει κρασιά από την Ιταλία και την Ισπανία.

Η *Καβίνο Α.Ε.* ιδρύθηκε το 1982, διαδεχόμενη την *Δούσκας Ιωαν.-Κων. Αναστασίου Α.Ε.* Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής της εξάγεται σε χώρες της Ευρώπης, αλλά και στις Η.Π.Α. και τον Καναδά. Γνωστά εμπορικά της σήματα είναι ο *Ροδίτης* (Ο.Π.Α.Π.), το *Αγιωργίτικο Νεμέα* (Ο.Π.Α.Π.), το *Μοσχοφίλερο Μαντινεία* (Ο.Π.Α.Π.), κ.ά.

Ο οινοποιητικός Συνεταιρισμός Τυρνάβου (*Οινοποιείο Τυρνάβου*) ιδρύθηκε το 1961 από τους αμπελουργούς της επαρχίας Τυρνάβου με σκοπό την αξιοποίηση του πλούσιου δυναμικού της σταφυλικής παραγωγής της περιοχής. Τα κρασιά που παράγονται είναι λευκά, ροζέ, ερυθρά, καθώς και γλυκά και ημίγλυκα. Το Οινοποιείο ακολουθεί μια συνεχή ανοδική πορεία, γεγονός που τον κατατάσσει μεταξύ των καλύτερων συνεταιρισμών της χώρας. Το 30% περίπου της παραγωγής του εξάγεται στην Ευρώπη και κυρίως στη Γερμανία, Ολλανδία και Αγγλία.

Το *Κτήμα Κ. Λαζαρίδη Α.Ε.* λειτουργεί από το 1992 στην Αδριανή Δράμας, και αποτελεί εξέλιξη μιας μικρής οικογενειακής οινοποιίας που ξεκίνησε να παράγει μικρές ποσότητες στις αρχές της δεκαετίας του '80. Διαθέτει κυρίως τρία ξηρά κρασιά (Αμέθυστος Λευκός, Ροζέ και Ερυθρός), δίνοντας έμφαση στις εξαγωγές (Ε.Ε., Ελβετία, Η.Π.Α. και Καναδά).

Το *Κτήμα Χατζημιχάλη Α.Ε.*, τέλος, ξεκίνησε τις δραστηριότητες του από την κοιλάδα Αταλάντης το 1973, και σήμερα έχει καταφέρει να επεκτείνει το μέγεθος της επιχείρησης και να παράγει μία μεγάλη ποικιλία κρασιών.

9.4.2. Ζυθοποιία

Η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.* είναι από τις σημαντικότερες εταιρείες παραγωγής και εμπορίας μπύρας στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1963 από ομάδα Ελλήνων επιχειρηματιών και αποτελεί μέλος του *Ομίλου Heineken N.V.* Το 1965 ξεκίνησε τη λειτουργία του το πρώτο εργοστάσιο στην Αθήνα, το οποίο παρήγαγε μπύρα *Amstel*. Το δεύτερο εργοστάσιο άνοιξε το 1974 στη Θεσσαλονίκη, ενώ το 1976 η *Amstel* έγινε μια από τις πιο δημοφιλείς μπύρες στην ελληνική αγορά, πράγμα που ισχύει μέχρι και σήμερα. Το 1981, η *Αθηναϊκή*

Ζυθοποιία ξεκίνησε την παραγωγή της μπύρας *Heineken* στην Ελλάδα και το 1985 άνοιξε τρίτο εργοστάσιο στην Πάτρα, ώστε σήμερα να απασχολεί 1.173 εργαζόμενους και οι επενδύσεις της να αγγίζουν τα €26,5 εκατ. Το 1994 λαμβάνει το πρώτο πιστοποιητικό ποιότητας ISO 9002, ενώ σήμερα όλες οι πιστοποιήσεις της συμπληρώνουν το Quality Management System της εταιρείας (ποιότητα, περιβάλλον, εργασιακή ασφάλεια και υγιεινή, HACCP). Το 1990, η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία* ξεκίνησε την παραγωγή της μη αλκοολούχου μπύρας *Buckler*, το 1999 λανσάρει τη *Fischer*, το 2000 την ελληνικής καταγωγής *ΑΛΦΑ* και το 2006 εμπλουτίζει την προσφορά της με την *Amstel Pulse*. Εκτός από τις μπύρες που παράγονται στην Ελλάδα, η *Αθηναϊκή Ζυθοποιία* διακινεί και μια πληθώρα εισαγόμενων μαρκών όπως *Murphy's Irish Stout* και *Red, Duvel, Chimay, Kirin, McFarland, Carib, Desperados*, κ.ά., ενώ εξάγει τα προϊόντα της σε πάνω από 30 χώρες στην Ευρώπη, την Αφρική και την Αμερική.

Η *Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.* είναι η δεύτερη μεγαλύτερη ζυθοποιία στην Ελλάδα και μέλος του *Ομίλου Εταιρειών Carlsberg*. Ιδρύθηκε με την επωνυμία *Henninger Hellas A.E.* το 1968 από τη γερμανική ζυθοποιία *Henninger Brau*, ενώ το 1992, ο όμιλος *Μπουτάρη* εξαγοράζει την πλειοψηφία των μετοχών της. Το 2000, μετονομάστηκε σε *Μύθος Ζυθοποιία*, το 2006, η επιχείρηση εξαγοράστηκε πλήρως από την *Scottish & Newcastle*, και το 2008, η *Carlsberg*, η δεύτερη μεγαλύτερη ζυθοποιία στην Ευρώπη, αποκτά το 100% των μετοχών της *Μύθος Ζυθοποιία*. Η εταιρεία διαθέτει ιδιόκτητη μονάδα παραγωγής στην περιοχή της Σίνδου, στη Θεσσαλονίκη, όπου παράγει τις μπύρες *Mythos, Mythos Red, Kaiser* και *Henninger*. Ειδικά σε ό,τι αφορά την μπύρα *Mythos*, την πρώτη αυθεντικά ελληνική μπύρα που λανσαρίστηκε το 1997, η εταιρεία αναπτύσσει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα, καθώς το συγκεκριμένο προϊόν εξάγεται σε 30 χώρες. Παράλληλα, η εταιρεία εισάγει και διανέμει διεθνώς αναγνωρισμένες μάρκες όπως τη δανέζικη *Carlsberg*, τη γαλλική *Kronenbourg*, τη βέλγικη *Grimbergen* και τις ιρλανδικές μπύρες της *Diageo, Guinness* και *Kilkenny*, διευρύνοντας έτσι την ελληνική αγορά μπύρας. Από το 2004, η εταιρεία έχει εγκαταστήσει και εφαρμόζει το σύστημα διαχείρισης και ασφάλειας των τροφίμων HACCP και δίνει βαρύτητα στις επενδύσεις για τη συνεχή αναβάθμιση του εξοπλισμού μηχανημάτων για την παραγωγή της μπύρας.

Η *Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε. (ΕΖΑ)* – πρώην *Lowenbrau Ελλάς* – ιδρύθηκε το 1989 ως ομώνυμη θυγατρική του γερμανικού ομίλου. Η μπύρα *Lowenbrau* κυκλοφόρησε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το 1980, με καθεστώς παραχώρησης σήματος στη *Ζυθοποιία Ελλάδος Α.Ε.* Όταν το 1988 η γερμανική μητρική εταιρεία ίδρυσε τη θυγατρική *Lowenbrau Hellas S.A.*, αναλαμβάνοντας η ίδια την ανάπτυξη του σήματός της και ένα χρόνο αργότερα απέκτησε το εργοστάσιο στην Αταλάντη, προσέκρουσε σε δυσμενείς συνθήκες λειτουργίας και αγοράς. Τότε, αποφασίστηκε ανασυγκρότηση και εξυγίανση της εταιρείας και η χάραξη νέας στρατηγικής. Η εταιρεία μετονομάστηκε σε *ΕΖΑ*, το management αντικαταστάθηκε και εισέρρευσαν κεφάλαια ύψους 40 εκατ. γερμανικών μάρκων από τη μητρική εταιρεία. Το αποτέλεσμα αυτού του νέου

προσανατολισμού ήταν να επιτύχει η *ΕΖΑ* την ανάπτυξη των πωλήσεων και τη βελτίωση των αποτελεσμάτων της. Το 2003 πραγματοποιήθηκε η υπό μορφή management buy-out εξαγορά των μετοχών που ανήκαν στη γερμανική *Lowenbrau*. Η συμφωνία πώλησης περιέλαβε και τη σύναψη μακροπρόθεσμης σύμβασης παραχώρησης δικαιώματος παραγωγής και διάθεσης της μπύρας αυτής για την Ελλάδα, την Αλβανία, τη FYROM και το Ισραήλ. Η εταιρεία διαθέτει σήμερα σύγχρονο εργοστάσιο ζύθου με μηνιαίο παραγωγικό δυναμικό 7,5 εκατ. λίτρων και απασχολεί περισσότερους από 100 εξειδικευμένους εργαζόμενους στην ομώνυμη πόλη της Φθιώτιδας. Πρώτη η *ΕΖΑ*, το 1996, λανσάρισε στην αγορά την ελληνική μπύρα *Pils Hellas*, ενώ από το 2000 σύναψε συμφωνία με την *Ολυμπιακή Ζυθοποιία*, παράγοντας για λογαριασμό της την αυθεντική μπύρα *Φιξ*. Επίσης, η *ΕΖΑ* έχει επεκτείνει τη συνεργασία της με αλυσίδες supermarket στην παραγωγή προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας. Πρωτοπόρος στη βαρελίσια μπύρα, η *ΕΖΑ* έγινε ιδιαίτερα ανταγωνιστική στη συγκεκριμένη κατηγορία. Από τα μέσα του 2006 πρόσθεσε στην γκάμα της τις μπύρες *Beck's* και *Brahma*, αναπτύσσοντας τις πωλήσεις των premium και εξειδικευμένων προϊόντων της, και προσφέροντας ποικιλία από μπύρες ανώτατης ποιότητας. Η *ΕΖΑ* διανέμει, επίσης, τα παγκοσμίως καταξιωμένα σήματα *Stella Artois*, καθώς και τη γερμανική μπύρα *Franziskaner*, τη βελγική μοναστηριακή *Leffe*, την αγγλική *Boddingtons* και τη βελγική *Hoegaarden*.

Η *Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε.* εδρεύει στη βιομηχανική περιοχή Κομοτηνής και θεωρείται μια από τις πιο ανερχόμενες επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1996, και η πετυχημένη αναπτυξιακή δυναμική της οφείλεται στο έμπειρο προσωπικό της, τη συνεχή αναβάθμιση του εξοπλισμού της, και την εξαγωγική της επέκταση. Το 1999, άρχισε επιτυχώς την εξαγωγή της μπύρας *Βεργίνα* στις Η.Π.Α, και εν συνεχεία στην Αυστραλία, την Αλβανία και σε πολλά κράτη-μέλη της Ε.Ε.

Η *Παπαδημητρίου Εμμ. Α.Ε.* βρίσκεται στη Ρόδο και παράγει την μπύρα *Magnus*. Η επιχείρηση έφερε πρώτη στην Ελλάδα και εφάρμοσε το *Post-Mix* με πιστολάκι και τη συσκευασία *bag in box*.

Η *Craft Μικροζυθοποιία* είναι η πρώτη ελληνική μικροζυθοποιία που ιδρύθηκε στην Αθήνα το 1997 και παράγει μπύρα για πρώτη φορά στην Ελλάδα με τη φιλοσοφία και το μεράκι της μικρής παραγωγής.

Άλλες μικροζυθοποιίες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και παράγουν φρέσκια ελληνική μπύρα υψηλής ποιότητας αλλά περιορισμένης και ελεγχόμενης παραγωγής είναι οι *Ελληνικές Μικροζυθοποιϊες* (*Genesis*), η *Πειραϊκή Μικροζυθοποιία* (*Πειραϊκή*) και η *Ζέος Ζυθοποιία* (*Ζέος* και *Blue Mak*).

Τέλος, η *Ολυμπιακή Ζυθοποιία* ιδρύθηκε το 1996 και ανήκει στον *όμιλο Κουρτάκη*. Κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου διατηρεί στην κατοχή της το ιστορικό σήμα της μπύρας *Φιξ*.

9.4.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά

Η *Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.* είναι θυγατρική της *Pernod Ricard*, η οποία είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος όμιλος στον κόσμο στο χώρο των αλκοολούχων ποτών και οίνων. Στην Ελλάδα, ο γαλλικός *Όμιλος Pernod Ricard* έχει παρουσία με τα τοπικά (*Ούζο Μίνι*) και διεθνή (ουίσκι, malt ουίσκι, τεκίλα, σαμπάνια, βότκα, κονιάκ, τζιν, και λικέρ) προϊόντα από το 1990 μέσω της θυγατρικής της, που δημιουργήθηκε από τη συγχώνευση των εταιρειών *ΕΠΟΜ Α.Β.Ε.Ε.* και *Λίζας & Λίζας Α.Β.Ε.Ε.* Η εταιρεία απασχολεί 180 εργαζομένους σε όλη την Ελλάδα.

Η *Optimal Supply Chain Α.Ε.* ιδρύθηκε το 2005 παίρνοντας την παραγωγική μονάδα της εταιρείας *ΜΕΤΑΧΑ Α.Ε.* για την παραγωγή των προϊόντων της με τη μορφή φασόν. Έχει επίσης αναλάβει την παραγωγή με την ίδια μορφή και άλλων αποσταγμάτων ποτών, και απασχολεί 47 άτομα.

Η *Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε.* λειτουργεί από το 1977 με την ένωση 17 μικροπαραγωγών ούζου στην Κομοτηνή. Το 1982 κατασκευάζεται το εργοστάσιο της επιχείρησης, η παραγωγή εκσυγχρονίζεται και δημιουργείται το πρώτο δίκτυο διανομής. Το 1984, εξάγεται για πρώτη φορά το *Θρακιώτικο ούζο* στη Γερμανία, ενώ σήμερα θεωρείται μία από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις παραγωγής ούζου και τσίπουρου στη χώρα. Οι εξαγωγές της έχουν επεκταθεί τόσο στην Ευρώπη, όσο και στην Αμερική, Ασία και Μέση Ανατολή. Η γκάμα των προϊόντων της περιλαμβάνει πλέον και μπράντι, λικέρ και βότκα.

Η *Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.* ιδρύθηκε το 1895 από το Βασίλειο Σπυλιόπουλο, ενώ το 1958 αλλάζει νομική μορφή και ακολουθούν σημαντικές επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό της παραγωγής. Εκτός από ούζο, η επιχείρηση παράγει οίνο, αλλά μόνο ένα μικρό μέρος της συνολικής παραγωγής εξάγεται. Πρόσφατα η επιχείρηση αποφάσισε τη μετεγκατάσταση των εργοστασίων της και την έναρξη παραγωγής βιοαιθανόλης.

Η *Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.* δραστηριοποιείται από το 1894 ως η προσωπική επιχείρηση του Ισίδωρου Αρβανίτη στο Πλωμάρι της Λέσβου. Το *ούζο Πλωμαρίου* παρασκευάζεται σε διάφορες συσκευασίες και μέσω του κατάλληλου σχεδιασμού, της προβολής και του ευρέος δικτύου διανομής διατίθεται σε πολλές αγορές της Ευρώπης, αλλά και στις Η.Π.Α., στον Καναδά και την Κίνα.

9.4.4. Μη αλκοολούχα ποτά

Η μεγαλύτερη επιχείρηση παραγωγής μη αλκοολούχων ποτών είναι η *Coca-Cola Hellenic Bottling Company Α.Ε.*, η οποία ιδρύθηκε το 1969 με την επωνυμία *Ελληνική Εταιρεία Εμφιαλώσεως Α.Ε.* Το 1981, η *Kar-Tess Holding S.A.* εξαγόρασε το 99,9% της εταιρείας, ενώ η επιχείρηση επεκτείνεται συνεχώς μέσω εξαγορών. Δραστηριοποιείται πλέον σε πλήθος χωρών όπως Ελλάδα, Βουλγαρία, Αρμενία, FYROM, Σερβία, Μαυροβούνιο, Ιρλανδία, Νιγηρία, Ρουμανία, Μολδαβία, Ρωσία, Αυστρία, Ελβετία, Κροατία, Τσεχία, Ουγγαρία,

Πολωνία, Σλοβακία, Σλοβενία, Λευκορωσία, Βοσνία-Ερζεγοβίνη και Ουκρανία. Οι μετοχές της εισάχθηκαν στο Χρηματιστήριο Αθηνών τον Ιούλιο του 1991. Μετά την εξαγορά της *Coca-Cola Beverages* το 2000, η επιχείρηση απέκτησε τη σημερινή επωνυμία της. Την περίοδο εκείνη ήταν η δεύτερη μεγαλύτερη εταιρεία εμφιαλώσεως των προϊόντων της *Coca-Cola Company* παγκοσμίως, με βάση τον όγκο των πωλήσεων. Σήμερα, παράγει, προωθεί και πουλάει εκτός από την *Coca-Cola*, άλλα 90 μη αλκοολούχα σήματα (π.χ. παγωμένο τσάι, χυμούς και φρουτοποτά, φυσικά μεταλλικά, επιτραπέζια και αρωματικά νερά, αθλητικά ποτά και ποτά ενέργειας, κ.ά.), καθώς και περισσότερες από 700 παραλλαγές γεύσεων. Αξιοσημείωτο είναι ότι απασχολούνται σε όλες τις εταιρείες της συνολικά περισσότερα από 44.500 άτομα από 76 εθνικότητες.

Η *Pepsico – HBH A.B.E.* είναι θυγατρική εταιρεία της *Pepsi Bottling Group* και αποτελεί εξέλιξη της εταιρείας *HBH Παναγόπουλος*, η οποία ιδρύθηκε το 1926. Στις δεκαετίες του ’60 και ’70, η *HBH* εξαγόρασε το εργοστάσιο εμφιαλώσεως του *νερού Λουτρακίου* και δημιούργησε τις εγκαταστάσεις της στην Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Το 1973, η εταιρεία απέκτησε το αποκλειστικό δικαίωμα παραγωγής της *Pepsi Cola* στην Ελλάδα, ενώ το 1989, η εταιρεία εξαγοράστηκε από την *PepsiCo* και μετονομάστηκε.

Η *Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε.* (*ΒΙΚΟΣ Α.Ε.*) ιδρύθηκε το 1990 και είναι από τις πλέον γνωστές και καταξιωμένες εταιρείες στο χώρο των εμφιαλωμένων νερών, έχοντας τρεις πηγές. Το *νερό Βίκος* διατίθεται στην ελληνική αγορά από το 1992 κατέχοντας το μεγαλύτερο μερίδιο, ενώ ταυτόχρονα εξάγεται και στη Γερμανία, Κύπρο, Ιταλία και Βαλκάνια. Οι πηγές Βίκος και Ζαγοροχώρια είναι αναγνωρισμένες ως πηγές φυσικού μεταλλικού νερού, ώστε η εμφιάλωση να γίνεται χωρίς καμία επεξεργασία. Η πηγή Σεπετά είναι επιτραπέζιου νερού και από αυτήν εμφιαλώνονται τα φυσικά επιτραπέζια νερά *ΑΒ, Μιτσικέλι, Γάργαρο, Εβίβα* και *Μαράτα*, τα οποία διακινούνται αντίστοιχα στα μεγάλα supermarkets *ΑΒ Βασιλόπουλος, Carrefour, Μετρό, Lidl,* και *Σκλαβενίτης*.

Η *Χήτος Α.Β.Ε.Ε.* ιδρύθηκε το 1984, προεχόμενη από την εταιρεία *Χήτου Ι. Υιοί Ο.Ε.*, η οποία προϋπήρχε από το 1952. Εμφιαλώνει το γνωστό φυσικό μεταλλικό νερό *Ζαγόρι*, σε διάφορες συσκευασίες, ενώ πραγματοποιεί εξαγωγές προς την Αλβανία, Κόσοβο, Κύπρο, Η.Π.Α. και Ολλανδία.

Η *ΛΟΥΞ Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε.* ιδρύθηκε το 1950 στην Πάτρα και άρχισε να παράγει αναψυκτικά που σήμερα κυκλοφορούν σε οχτώ διαφορετικές γεύσεις. Το 1972, δημιουργείται καινούργιο εργοστάσιο και ακολουθούν συνεχείς επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό της παραγωγής του. Το 2008, ξεκίνησε και η παραγωγή φυσικών χυμών.

Η *Σουρωτή Α.Ε.* ιδρύθηκε το 1998, ως συνέχεια της *Κοινοτικής Επιχείρησης Εμφιάλωσης Μεταλλικού Νερού Σουρωτή* που λειτουργούσε από το 1987. Βασικά εμπορικά της σήματα είναι η *Σουρωτή* και το *Ύδωρ Σουρωτή*, τα οποία διανέμονται σε διάφορες συσκευασίες, ενώ εξάγονται στην Ευρώπη, στις Η.Π.Α., την Αυστραλία, και τη Σαουδική Αραβία.

Τέλος, η *ΕΨΑ Α.Ε.* δημιουργήθηκε το 1924, ενώ παράγει αναψυκτικά σε διάφορες συσκευασίες για σειρά ετών και το 1994 ξεκινά και την παραγωγή χυμών. Οι πωλήσεις σημειώνουν άνοδο και μέρος της παραγωγής της εξάγεται στις Η.Π.Α., Αυστραλία, Κύπρο, Αγγλία και Γερμανία.

9.5. Χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά

Οι Πίνακες 9.11 έως και 9.14 παρουσιάζουν την εξέλιξη βασικών χρηματοοικονομικών δεικτών για τους υποκλάδους της ποτοποιίας ξεχωριστά και για τη χρονική περίοδο 1999-2008. Συγκεκριμένα, στη χρηματοοικονομική ανάλυση που ακολουθεί εξετάζονται η αποδοτικότητα, η ρευστότητα, η χρηματοοικονομική διάρθρωση και η κερδοφορία των μεγαλύτερων επιχειρήσεων κάθε υποκλάδου και του κλάδου στο σύνολο. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται βασίζονται στους δημοσιευμένους ισολογισμούς των επιχειρήσεων.

9.5.1. Οινοποιία

Η αποδοτικότητα ενεργητικού και ιδίων κεφαλαίων για τις επιχειρήσεις οινοποιίας εμφάνισαν έντονες πτωτικές τάσεις κατά τα έτη 1999-2008. Οι δείκτες αποδοτικότητας ενεργητικού, ιδίων κεφαλαίων, καθώς και καθαρού περιθωρίου κέρδους είναι ιδιαίτερα χαμηλοί το 2008 (0,4%, 1,1% και 1,1%, αντίστοιχα), ενώ παρουσιάζουν αυξομειώσεις σε όλη την υπό εξέταση περίοδο. Σε αντίθεση με τον υποκλάδο της οινοποιίας, το σύνολο του κλάδου ποτοποιίας παρουσιάζει πολύ υψηλότερους δείκτες απόδοσης καταδεικνύοντας ότι ο βασικός αυτός υπόκλάδος των ποτών έχει σοβαρά προβλήματα, τα οποία επιδεινώθηκαν σημαντικά το 2008, και πρέπει να αντιμετωπιστούν από όλες τις μεγάλες οινοποιητικές βιομηχανίες. Ο δείκτης ρευστότητας παρουσιάζει σχετική σταθερότητα και εμφανίζεται υψηλός για όλες τις επιχειρήσεις που αναγράφονται στον πίνακα αλλά και για το σύνολο του υποκλάδου. Μεγαλύτεροι είναι οι δείκτες ρευστότητας της οινοποιίας *Κουρτάκη*, καθώς αυξήθηκαν σημαντικά τα δύο τελευταία έτη.

Αναφορικά με τον δείκτη χρηματοοικονομικού κινδύνου (δανειακή πίεση) παρατηρείται ότι για το σύνολο των οινοποιητικών βιομηχανιών ο δείκτης αυτός είναι υψηλότερος από τον αντίστοιχο δείκτη για τον κλάδο της ποτοποιίας στην υπό εξέταση δεκαετία. Αρχικά η *Τσάνταλης* είχε το χαμηλότερο δείκτη, αλλά από το 2001 και έπειτα τη θέση της επιχείρησης αυτής κατέχουν τα οινοποιία *Κουρτάκης*. Επιπλέον, το ποσοστό των καθαρών κερδών στο σύνολο του κύκλου εργασιών της κάθε οινοποιίας (δείκτης κερδοφορίας) παρουσιάζει διακυμάνσεις κατά το υπό εξέταση χρονικό διάστημα. Είναι αξιοσημείωτο ότι, για όλα τα έτη, η οινοποιία *Μαλαματίνα* είναι εκείνη που διατηρεί τους υψηλότερους δείκτες σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, οι οποίοι είναι στα επίπεδα του συνόλου του κλάδου της ποτοποιίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.11

Χρηματοοικονομικοί δείκτες του υποκλάδου οίνου, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Απόδοση ενεργητικού				
Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.	0,029	0,024	0,009	0,016	0,016	0,011	0,012	0,008	0,008	0,005
Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	0,005	0,042	0,029	0,014	0,014	0,014	0,024	-0,018	0,010	-0,014
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε.	0,134	0,116	0,125	0,121	0,071	0,060	0,090	0,077	0,074	0,025
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.	0,032	0,022	0,032	0,031	0,031	0,013	-0,029	-0,025	0,062	-0,009
Οινοποιία	0,030	0,034	0,039	0,030	0,021	0,019	0,013	0,009	0,017	0,004
Ποτοποιία	0,069	0,034	0,025	0,022	0,034	0,042	0,062	0,072	0,084	0,080
						Απόδοση ιδίων κεφαλαίων				
Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.	0,065	0,059	0,025	0,042	0,045	0,031	0,032	0,023	0,022	0,013
Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	0,024	0,086	0,074	0,035	0,036	0,036	0,077	-0,067	0,037	-0,058
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε.	0,320	0,289	0,313	0,325	0,241	0,178	0,228	0,202	0,216	0,071
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.	0,085	0,062	0,085	0,079	0,080	0,032	-0,071	-0,063	0,136	-0,022
Οινοποιία	0,106	0,100	0,117	0,090	0,064	0,054	0,034	0,024	0,046	0,011
Ποτοποιία	0,099	0,048	0,035	0,032	0,050	0,065	0,094	0,107	0,125	0,118
						Ρευστότητα				
Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.	1,607	1,543	1,414	1,408	1,590	1,505	1,303	1,315	1,264	1,213
Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	1,863	2,964	1,817	1,553	1,460	1,386	1,537	1,353	1,272	1,065
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε.	1,360	1,318	1,370	1,293	1,173	1,237	1,200	1,091	1,397	1,364
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.	1,572	1,528	1,608	1,739	1,701	1,678	1,688	1,659	4,793	3,896
Οινοποιία	1,340	1,492	1,387	1,370	1,365	1,324	1,361	1,229	1,346	1,357
Ποτοποιία	1,228	1,393	1,328	1,309	1,447	1,296	1,387	1,592	1,447	1,491

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.11 (συνέχεια)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Δανειακή πίεση				
Τσάνταλης Ευαγ. Α.Ε.	0,559	0,591	0,636	0,628	0,647	0,631	0,634	0,639	0,651	0,635
Μπουτάρης Ι & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	0,767	0,516	0,605	0,611	0,597	0,617	0,684	0,731	0,738	0,759
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε.	0,582	0,599	0,601	0,629	0,705	0,666	0,605	0,618	0,659	0,643
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.	0,630	0,645	0,626	0,604	0,610	0,586	0,589	0,606	0,544	0,562
Οινοποιία	0,717	0,659	0,668	0,668	0,679	0,649	0,604	0,620	0,630	0,621
Ποτοποιία	0,307	0,280	0,292	0,317	0,331	0,352	0,344	0,326	0,330	0,326
						Περιθώριο καθαρού κέρδους				
Τσάνταλης Ευαγ. Α.Ε.	0,031	0,030	0,012	0,021	0,022	0,018	0,020	0,015	0,014	0,009
Μπουτάρης Ι & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	0,009	0,063	0,045	0,020	0,020	0,019	0,047	-0,035	0,018	-0,029
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.Β.Ε.	0,172	0,158	0,155	0,157	0,141	0,128	0,182	0,154	0,164	0,063
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης Α.Ε.	0,036	0,028	0,039	0,038	0,040	0,018	-0,041	-0,037	0,088	-0,014
Οινοποιία	0,043	0,055	0,065	0,053	0,040	0,040	0,031	0,023	0,041	0,011
Ποτοποιία	0,111	0,107	0,073	0,064	0,085	0,106	0,156	0,175	0,189	0,176

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.12

Χρηματοοικονομικοί δείκτες του υποκλάδου ζυθοποιίας, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Απόδοση ενεργητικού				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	0,222	0,231	0,218	0,122	0,192	0,149	0,217	0,249	0,284	0,286
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	0,066	0,060	-0,049	-0,012	-0,021	-0,466	-0,485	-0,008	0,045	0,034
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	0,018	0,008	0,015	0,010	0,004	0,003	0,002	0,003	0,015	0,003
Ζυθοποιία	0,180	0,180	0,136	0,085	0,127	0,063	0,143	0,213	0,243	0,234
Ποτοποιία	0,069	0,034	0,025	0,022	0,034	0,042	0,062	0,072	0,084	0,080
						Απόδοση ιδίων κεφαλαίων				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	0,508	0,527	0,406	0,318	0,356	0,229	0,321	0,359	0,414	0,426
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	0,199	0,096	-0,128	-0,034	-0,063	8,402	0,826	-0,011	0,063	0,050
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	0,024	0,012	0,026	0,017	0,008	0,006	0,003	0,006	0,028	0,007
Ζυθοποιία	0,397	0,360	0,265	0,214	0,257	0,113	0,255	0,309	0,357	0,356
Ποτοποιία	0,099	0,048	0,035	0,032	0,050	0,065	0,094	0,107	0,125	0,118
						Ρευστότητα				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	1,272	1,078	1,111	1,153	2,073	1,781	1,398	3,352	3,159	2,938
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	0,917	1,746	1,018	0,833	0,877	0,671	2,588	2,541	2,329	2,130
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	2,608	2,776	1,832	2,056	2,278	2,000	2,437	1,802	1,641	1,423
Ζυθοποιία	1,249	1,215	1,104	1,101	1,702	1,309	1,485	3,052	2,843	2,581
Ποτοποιία	1,228	1,393	1,328	1,309	1,447	1,296	1,387	1,592	1,447	1,491
						Δανειακή πίεση				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	0,563	0,562	0,465	0,616	0,461	0,352	0,323	0,306	0,314	0,328
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	0,670	0,369	0,615	0,659	0,667	1,055	1,587	0,254	0,284	0,314
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	0,257	0,296	0,415	0,373	0,525	0,471	0,374	0,457	0,460	0,515
Ζυθοποιία	0,546	0,501	0,489	0,605	0,506	0,445	0,440	0,310	0,321	0,342
Ποτοποιία	0,307	0,280	0,292	0,317	0,331	0,352	0,344	0,326	0,330	0,326
						Περιθώριο καθαρού κέρδους				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	0,155	0,156	0,150	0,111	0,155	0,181	0,271	0,313	0,325	0,308
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	0,136	0,164	-0,095	-0,023	-0,039	-0,772	-0,544	-0,008	0,043	0,031
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	0,022	0,009	0,016	0,011	0,004	0,002	0,001	0,002	0,011	0,003
Ζυθοποιία	0,148	0,149	0,117	0,089	0,123	0,079	0,177	0,262	0,276	0,256
Ποτοποιία	0,111	0,107	0,073	0,064	0,085	0,106	0,156	0,175	0,189	0,176

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.13

Χρηματοοικονομικοί δείκτες του υποκλάδου αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Απόδοση ενεργητικού				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	0,101	0,003	-0,003	0,009	0,056	0,077	-0,007	-0,042	0,056	0,057
Optimal Supply Chain Α.Ε.								0,077	0,069	0,045
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης	0,022	0,031	0,033	0,048	0,084	0,122	0,088	0,031	0,014	0,029
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	0,011	0,009	0,005	0,007	0,007	0,006	0,002	0,003	0,001	0,002
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	0,182	0,191	0,145	0,116	0,076	0,104	0,078	0,138	0,138	0,065
Ποτοποιία αποσταγμένων αλκοολούχων	0,030	0,013	0,016	0,019	0,035	0,031	0,008	0,002	0,028	0,015
Ποτοποιία	0,069	0,034	0,025	0,022	0,034	0,042	0,062	0,072	0,084	0,080
						Απόδοση ιδίων κεφαλαίων				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	0,185	0,008	-0,007	0,023	0,215	0,264	-0,025	-0,162	0,199	0,180
Optimal Supply Chain Α.Ε.								0,745	0,496	0,316
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης	0,062	0,102	0,112	0,177	0,309	0,355	0,262	0,078	0,048	0,091
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	0,047	0,043	0,018	0,029	0,029	0,020	0,010	0,011	0,005	0,005
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	0,593	0,476	0,265	0,252	0,157	0,219	0,202	0,298	0,286	0,124
Ποτοποιία αποσταγμένων αλκοολούχων	0,062	0,031	0,037	0,047	0,093	0,077	0,022	0,006	0,078	0,039
Ποτοποιία	0,099	0,048	0,035	0,032	0,050	0,065	0,094	0,107	0,125	0,118
						Ρευστότητα				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	3,797	1,645	1,282	2,358	1,184	0,000	1,330	1,394	1,255	1,346
Optimal Supply Chain Α.Ε.								1,097	1,153	1,154
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης	1,252	1,179	1,198	1,182	1,189	1,186	1,181	1,283	1,123	1,171
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	1,026	1,815	2,198	2,014	2,006	1,834	1,570	1,116	1,223	2,034
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	1,264	1,061	1,647	1,522	1,539	1,584	1,081	1,412	1,488	1,551
Ποτοποιία αποσταγμένων αλκοολούχων	1,586	1,478	1,437	1,622	1,357	1,015	1,306	1,261	1,235	1,331
Ποτοποιία	1,228	1,393	1,328	1,309	1,447	1,296	1,387	1,592	1,447	1,491

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Δανειακή πίεση				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	0,457	0,594	0,624	0,598	0,737	0,709	0,713	0,743	0,719	0,685
Optimal Supply Chain Α.Ε.								0,896	0,860	0,857
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε.	0,647	0,699	0,708	0,728	0,727	0,656	0,666	0,599	0,708	0,681
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	0,766	0,787	0,728	0,752	0,746	0,727	0,746	0,749	0,692	0,662
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	0,693	0,599	0,450	0,540	0,516	0,528	0,613	0,535	0,517	0,473
Ποτοποιία αποσταγμένων αλκοολούχων	0,522	0,575	0,568	0,589	0,620	0,591	0,618	0,657	0,643	0,617
Ποτοποιία	0,307	0,280	0,292	0,317	0,331	0,352	0,344	0,326	0,330	0,326
						Περιθώριο καθαρού κέρδους				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	0,076	0,003	-0,003	0,010	0,050	0,060	-0,003	-0,034	0,045	0,043
Optimal Supply Chain Α.Ε.								0,026	0,035	0,026
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε.	0,013	0,018	0,018	0,024	0,040	0,062	0,044	0,020	0,009	0,015
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	0,013	0,014	0,007	0,011	0,011	0,009	0,004	0,004	0,002	0,003
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	0,084	0,080	0,067	0,052	0,045	0,071	0,070	0,111	0,125	0,060
Ποτοποιία αποσταγμένων αλκοολούχων	0,032	0,016	0,019	0,023	0,040	0,035	0,009	0,002	0,029	0,016
Ποτοποιία	0,111	0,107	0,073	0,064	0,085	0,106	0,156	0,175	0,189	0,176

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.14

Χρηματοοικονομικοί δείκτες του υποκλάδου μη αλκοολούχων ποτών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Απόδοση ενεργητικού				
Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.	0,058	0,024	0,013	0,013	0,024	0,047	0,065	0,068	0,082	0,082
Pepsico – HBH A.B.E.	-0,057	-0,068	-0,059	-0,036	-0,030	-0,053	-0,035	0,022	-0,001	0,003
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε.	0,067	0,049	0,078	0,028	0,024	0,043	0,124	0,045	-0,023	0,027
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	0,135	0,156	0,166	0,098	0,131	0,135	0,142	0,156	0,148	0,126
Ποτοποιία μη αλκοολούχων	0,053	0,022	0,012	0,013	0,023	0,044	0,061	0,065	0,074	0,074
Ποτοποιία	0,069	0,034	0,025	0,022	0,034	0,042	0,062	0,072	0,084	0,080
						Απόδοση ιδίων κεφαλαίων				
Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.	0,068	0,030	0,016	0,017	0,031	0,062	0,084	0,086	0,101	0,100
Pepsico – HBH A.B.E.	-0,090	-0,123	-0,120	-0,066	-0,058	-0,107	-0,076	0,045	-0,002	0,007
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε.	0,130	0,102	0,169	0,079	0,065	0,112	0,296	0,103	-0,054	0,063
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	0,179	0,210	0,249	0,143	0,200	0,196	0,203	0,227	0,220	0,188
Ποτοποιία μη αλκοολούχων	0,064	0,028	0,016	0,017	0,031	0,059	0,081	0,085	0,097	0,096
Ποτοποιία	0,099	0,048	0,035	0,032	0,050	0,065	0,094	0,107	0,125	0,118
						Ρευστότητα				
Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.	0,858	1,395	1,444	1,330	1,391	1,314	1,437	1,843	0,875	1,119
Pepsico – HBH A.B.E.	1,243	1,106	1,067	1,422	1,395	1,356	1,296	1,400	1,393	1,396
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε.	1,027	1,467	1,523	1,292	1,272	1,521	1,778	1,379	2,095	1,831
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	2,459	2,648	2,065	2,012	2,106	2,374	2,327	2,399	2,222	2,297
Ποτοποιία μη αλκοολούχων	1,057	1,393	1,395	1,376	1,414	1,344	1,409	1,601	1,136	1,242
Ποτοποιία	1,228	1,393	1,328	1,309	1,447	1,296	1,387	1,592	1,447	1,491

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Δανειακή πίεση				
Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E..	0,139	0,208	0,213	0,216	0,221	0,240	0,229	0,209	0,194	0,176
Pepsico – HBH A.B.E.	0,367	0,444	0,506	0,444	0,491	0,507	0,536	0,519	0,539	0,549
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε.	0,484	0,522	0,537	0,643	0,628	0,617	0,581	0,563	0,569	0,564
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	0,247	0,258	0,335	0,310	0,345	0,308	0,300	0,311	0,329	0,331
Ποτοποιία μη αλκοολούχων	0,167	0,219	0,226	0,230	0,239	0,261	0,254	0,240	0,236	0,227
Ποτοποιία	0,307	0,280	0,292	0,317	0,331	0,352	0,344	0,326	0,330	0,326
						Περιθώριο καθαρού κέρδους				
Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.	0,152	0,148	0,076	0,075	0,113	0,214	0,302	0,298	0,321	0,313
Pepsico – HBH A.B.E.	-0,053	-0,060	-0,047	-0,029	-0,023	-0,040	-0,026	0,015	-0,001	0,002
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων Α.Ε.	0,074	0,052	0,074	0,035	0,020	0,039	0,104	0,056	-0,032	0,033
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	0,116	0,125	0,136	0,086	0,117	0,120	0,123	0,137	0,123	0,109
Ποτοποιία μη αλκοολούχων	0,117	0,110	0,058	0,059	0,086	0,154	0,215	0,214	0,223	0,214
Ποτοποιία	0,111	0,107	0,073	0,064	0,085	0,106	0,156	0,175	0,189	0,176

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

9.5.2. Ζυθοποιία

Ο κλάδος της ζυθοποιίας μπορεί να θεωρηθεί ως ο πιο δυναμικός υποκλάδος της ποτοποιίας, δεδομένου ότι οι χρηματοοικονομικοί δείκτες των επιχειρήσεων της ζυθοποιίας είναι σαφώς καλύτεροι από τους αντίστοιχους του συνόλου της ποτοποιίας. Μετά το 2004, όλοι οι δείκτες παρουσιάζουν μια ανοδική τάση με ιδιαίτερα σημαντική την αύξηση του αριθμοδείκτη περιθωρίου καθαρού κέρδους και τη μείωση αυτού της δανειακής πίεσης, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι αποδόσεις των επιχειρήσεων της ζυθοποιίας βρίσκονται γενικά σε ικανοποιητικά επίπεδα, ενώ δεν αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα ρευστότητας. Η αποδοτικότητα του ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων σημειώνουν επίσης αύξηση κατά την τελευταία πενταετία. Αντιθέτως, η εικόνα ήταν πολύ διαφορετική κατά τη χρονική περίοδο 1999-2003, οπότε και σημειώθηκαν σημαντικές μειώσεις σε όλους τους βασικούς χρηματο-οικονομικούς δείκτες, υποδηλώνοντας μία δυσχεραίνουσα κατάσταση στις επιχειρήσεις του κλάδου.

Πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι οι εξελίξεις αυτές επηρεάζονται σε σημαντικό βαθμό από τη δεσπόζουσα θέση της *Αθηναικής Ζυθοποιίας Α.Ε.* στον υποκλάδο. Εξετάζοντας τους δείκτες αυτούς για την επόμενη μεγαλύτερη επιχείρηση ζυθοποιίας διαπιστώνεται ότι η *Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.* εμφανίζει αρνητικές τιμές όσον αφορά την απόδοση ενεργητικού, ιδίων κεφαλαίων και περιθωρίου καθαρού κέρδους. Συνεπώς, η επιχείρηση αυτή για σειρά ετών αδυνατούσε να επιτύχει κέρδη με τα υφιστάμενα περιουσιακά της στοιχεία και η θέση της στην ελληνική αγορά επιδεινωνόταν μέχρι και το 2005. Η αποδοτικό-τητα των κεφαλαίων που επένδυσαν οι μέτοχοί της, ενώ βρίσκονταν σε αρκετά υψηλά επίπεδα το 2004, παρουσιάζει μία έντονη πτωτική τάση τα επόμενα έτη. Η απόδοση του ενεργητικού της μειώνονταν για σειρά ετών, όπως επίσης και η ρευστότητά της, με εξαίρεση τα τελευταία 2-3 χρόνια λειτουργίας της. Η ταυτό-χρονη, ωστόσο, αύξηση του δείκτη δανειακής πίεσης αποτελεί μία ένδειξη προβληματικής διάρθρωσης της επιχείρησης και πιθανή αδυναμία της να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της.

9.5.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών παρουσιάζουν αυξομειώσεις κατά την εξεταζόμενη περίοδο, με σημαντική πτώση το 2008, εκτός από τον δείκτη ρευστότητας. Είναι αξιοσημείωτο ότι το 2006 παρουσιάζεται ιδιαίτερα σημαντική μείωση στους δείκτες απόδοσης ενεργητικού, ιδίων κεφαλαίων και περιθωρίου καθαρού κέρδους λόγω κυρίως των μεγάλων ζημιών που εμφάνισε η εταιρεία *Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.* Συγκριτικά με τον κλάδο της ποτοποιίας, τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά βρίσκονται σε πολύ πιο δυσμενή θέση σε σχέση με όλους τους δείκτες εκτός από τον δείκτη ρευστότητας. Εξαίρεση αποτελεί η περίπτωση της *Ποτοποιίας*

Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε., η οποία έχει σχεδόν όλους τους δείκτες της ιδιαίτερα βελτιωμένους σε σχέση με τους ανταγωνιστές της και είναι η μόνη επιχείρηση που βρίσκεται σε ευνοϊκότερη θέση από τον υποκλάδο συνολικά. Στον αντίποδα βρίσκεται η εταιρεία *Β.Γ. Σπυλιώπουλος Α.Β.Ε.*,. η οποία, εκτός από τη σημαντική ρευστότητα που διαθέτει και τη σχετικά μικρή δανειακή πίεση σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, παρουσιάζει τα χειρότερα αποτελέσματα από τις επιχειρήσεις που αναγράφονται στον πίνακα. Τέλος, σχετική βελτίωση εμφανίζουν οι αριθμοδείκτες διάρθρωσης κεφαλαίων τα τελευταία χρόνια, με αποτέλεσμα η εξάρτηση των επιχειρήσεων αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών από δανειακά κεφάλαια να εμφανίζει σημάδια εξασθένισης.

9.5.4. Μη αλκοολούχα ποτά

Τα μη αλκοολούχα ποτά είναι ένας κλάδος που παρουσιάζει βελτίωση στα χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά του την υπό εξέταση περίοδο. Το πολύ υψηλό περιθώριο κέρδους, το οποίο αυξάνεται συνεχώς από το 2001 και φθάνει το 2008 να είναι 25% μεγαλύτερο από αυτό του κλάδου της ποτοποιίας, σε συνδυασμό με τη χαμηλή δανειακή πίεση (το 2008 είναι 30% χαμηλότερη από το σύνολο της ποτοποιίας), δείχνει έναν ιδιαίτερα δυναμικό κλάδο.

Αναφορικά με τις επιχειρήσεις που συμπεριλαμβάνονται στον πίνακα, η *Χήτος Α.Β.Ε.Ε.* είναι η επιχείρηση που εμφανίζει τα καλύτερα αποτελέσματα όσον αφορά τους δείκτες απόδοσης ενεργητικού, ιδίων κεφαλαίων και ρευστότητας, ενώ έπεται της *Coca-Cola Hellenic Bottling Company Α.Ε.* στον δείκτη περιθωρίου κέρδους και τη δανειακή πίεση. Η *Coca-Cola Hellenic Bottling Company Α.Ε.* είναι η εταιρεία που παρουσιάζει αυξητική τάση στους χρηματοοικονομικούς της δείκτες κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Επιπλέον, παρουσιάζει τον υψηλότερο δείκτη περιθωρίου καθαρού κέρδους (31,3% το 2008), καθώς και την χαμηλότερη δανειακή πίεση (17,6% το 2008). Τα παραπάνω στοιχεία καταδεικνύουν τη δυναμικότητα της επιχείρησης. Αντίθετα, η *Pepsico – ΗΒΗ Α.Β.Ε.* παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα στη διάρθρωσή της δεδομένου ότι εμφανίζει ζημίες τα περισσότερα έτη της υπό εξέταση περιόδου, καθώς και πολύ χαμηλό περιθώριο καθαρού κέρδους. Τα αποτελέσματα αυτά μπορούν να εξηγηθούν αν ληφθούν υπόψη η προτίμηση των Ελλήνων καταναλωτών στα προϊόντα της *Coca-Cola Hellenic Bottling Company Α.Ε.* καθώς και η σημαντική διείσδυση της επιχείρησης στην ελληνική αγορά.

9.6. Θεσμικό πλαίσιο

9.6.1. Οινοποιία

Με βάση τον *Κανονισμό (Ε.Κ.) αριθ. 1493/99* και τη μεταρρύθμιση του 2008, η κοινή οργάνωση της αγοράς (Κ.Ο.Α.) οίνου έχει ως στόχο την επίτευξη καλύτερης ισορροπίας μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης στην κοινοτική αγορά, καθώς και την αύξηση μακροπρόθεσμα της ανταγωνιστικότητας του τομέα με τη βελτίωση της φήμης των ευρωπαϊκών κρασιών και την επανάκτηση

μεριδίων της αγοράς εντός και εκτός της Ε.Ε. Η Κ.Ο.Α. αποσκοπεί επίσης στην κατάργηση της παρέμβασης ως τεχνητού μέσου διάθεσης της πλεονασματικής παραγωγής, στη διατήρηση του συνόλου των παραδοσιακών αγορών της πόσιμης αλκοόλης και των προϊόντων της αμπέλου, στη συνεκτίμηση της περιφερειακής διαφοροποίησης και στην αναγνώριση του ρόλου των ομάδων παραγωγών και των διεπαγγελματικών οργανώσεων. Τέλος, επιδιώκει να απλουστεύσει σημαντικά τη νομοθεσία στον συγκεκριμένο τομέα και εντάσσεται με τον τρόπο αυτό στο γενικό πλαίσιο της αποσαφήνισης της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (Κ.Α.Π.).

Η Κ.Ο.Α. του οίνου αφορά τα νωπά σταφύλια εκτός των επιτραπέζιων, τους χυμούς και τα γλεύκη των σταφυλιών, τους οίνους νωπών σταφυλιών, συμπεριλαμβανομένων των αφρωδών οίνων, των οίνων λικέρ και των ημιαφρωδών οίνων, το ξύδι από οίνο, τον οίνο δευτερίας, την οινολάσπη, και τα στέμφυλα σταφυλιών.

Η νομοθεσία διατηρεί την αρχή της απαγόρευσης της φύτευσης αμπέλων με ποικιλίες που έχουν ταξινομηθεί ως οινοποιήσιμες έως τις 31 Ιουλίου 2010, εκτός εάν πρόκειται για δικαίωμα νέας φύτευσης, δικαίωμα αναφύτευσης ή δικαίωμα φύτευσης που λαμβάνεται από απόθεμα. Τα δικαιώματα νέας φύτευσης παρέχονται από τα κράτη-μέλη στους παραγωγούς για ορισμένες εκτάσεις. Επίσης, μπορούν να χορηγούνται πρόσθετα δικαιώματα εντός ορισμένων ποσοτικών ορίων που καθορίζονται για κάθε χώρα παραγωγής. Τα δικαιώματα αναφύτευσης παρέχονται από τα κράτη-μέλη στους παραγωγούς που έχουν προβεί ή δεσμεύονται να προβούν, εντός προθεσμίας τριών περιόδων, στην εκρίζωση αμπελώνα. Η διάρκεια χρησιμοποιήσεως των δικαιωμάτων αυτών κυμαίνεται από 5 έως 8 έτη ανάλογα με την περίπτωση. Τα δικαιώματα νέας φύτευσης, καθώς και τα δικαιώματα αναφύτευσης, εφαρμόζονται μόνο στα κράτη-μέλη όπου η παραγωγή οίνου δεν υπερβαίνει τα 25.000 εκατόλιτρα ανά περίοδο.

Ο κανονισμός θεσπίζει επιπλέον ένα σύστημα αποθεμάτων δικαιωμάτων, το οποίο τίθεται σε εφαρμογή από τα κράτη-μέλη και τροφοδοτείται τόσο από τα νέα δικαιώματα φύτευσης όσο και από εκείνα που δεν χρησιμοποιήθηκαν εντός των προβλεπόμενων προθεσμιών. Μια πριμοδότηση εγκατάλειψης, το ποσό της οποίας καθορίζεται από τα κράτη-μέλη, μπορεί επίσης να χορηγηθεί σε αντιστάθμισμα της οριστικής εγκατάλειψης της αμπελουργίας σε μια καθορισμένη έκταση.

Καθιερώνεται ακόμη καθεστώς αναδιάρθρωσης και μετατροπής των αμπελώνων, το οποίο αποσκοπεί στην προσαρμογή της παραγωγής στη ζήτηση. Επιπλέον, θεσπίζεται για τους παραγωγούς καθεστώς ενίσχυσης στην ιδιωτική αποθεματοποίηση του επιτραπέζιου οίνου, του γλεύκους σταφυλιών, του συμπυκνωμένου γλεύκους σταφυλιών και του διορθωμένου συμπυκνωμένου γλεύκους σταφυλιών.

Η Κοινότητα μπορεί να στηρίζει την απόσταξη των επιτραπέζιων οίνων προκειμένου να στηρίξει την αμπελοοινική αγορά και να ευνοήσει με τον τρόπο

αυτό τη συνέχιση του εφοδιασμού με προϊόντα απόσταξης οίνου των τομέων της πόσιμης αλκοόλης που παραδοσιακά χρησιμοποιούν την αλκοόλη αυτή (απόσταγμα οίνου και οίνος λικέρ). Επιπλέον, έχει καθιερωθεί μηχανισμός απόσταξης κρίσης, που είναι προαιρετικός σε περίπτωση έκτακτης διαταραχής της αγοράς που οφείλεται σε σημαντικά πλεονάσματα ή σε προβλήματα ποιότητας. Το μέτρο αυτό αποσκοπεί στην απορρόφηση των πλεονασμάτων και στη διασφάλιση της συνέχειας του εφοδιασμού από τη μια συγκομιδή στην άλλη.

Στο πλαίσιο της μεταρρύθμισης της Κ.Α.Π. το 2003, οι οινοπαραγωγοί μπορούν επίσης να λάβουν άμεσες ενισχύσεις ανεξάρτητα από την παραγωγή τους. Τα κράτη-μέλη ορίζουν μια (ή περισσότερες) αρχή αρμόδια για τον έλεγχο της τηρήσεως των κοινοτικών διατάξεων στον τομέα.

Επιπλέον, ο *Κανονισμός (ΕΟΚ) 2092/91* ρυθμίζει τη σήμανση βιολογικών προϊόντων. Η ένδειξη *βιολογικό* επιτρέπεται να χρησιμοποιηθεί όταν ένα προϊόν έχει παραχθεί, μεταφερθεί και διανεμηθεί χωρίς τη χρήση συνθετικών ζιζανιοκτόνων και παρασιτοκτόνων, τεχνητής ακτινοβολίας ή ορμονών. Στα βιολογικά προϊόντα πρέπει να αναφέρεται το όνομα του παραγωγού και η επωνυμία του προϊόντος. Επιπλέον, λειτουργούν διάφοροι εγκεκριμένοι οργανισμοί ελέγχου και πιστοποίησης, ώστε όλα τα βιολογικά προϊόντα να φέρουν τον κωδικό και το σήμα ενός εξ αυτών. Στην Ελλάδα, υπάρχουν τέτοιοι οργανισμοί , όπως για παράδειγμα η *ΔΗΩ*, η *AGROCERT*, κ.ά. Αν και ο οίνος από βιολογικό σταφύλι διατίθεται συνήθως σε υψηλότερες τιμές από ό,τι τα συμβατικά κρασιά, το καθεστώς οικονομικών ενισχύσεων που εφαρμόστηκε με τον *Κανονισμό (ΕΟΚ) 2078/1992*, έδωσε ώθηση στις βιολογικές καλλιέργειες. Σημαντικές επιχειρήσεις του υποκλάδου, όπως οι *Τσάνταλης Ευαγ. Α.Ε.* και *Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.* εμφιαλώνουν οίνο από βιολογικά σταφύλια.

Τέλος, ο Α*ναπτυξιακός Νόμος 3299/2004* καλύπτει επενδυτικά σχέδια που αφορούν τον υποκλάδο της οινοποιίας. Συγκεκριμένα, ενισχύσεις παρέχονται για τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων· την ίδρυση νέων ή επέκταση υφιστάμενων σε μειονεκτικές και ορεινές περιοχές και τα μικρά νησιά του Αιγαίου· την προώθηση της παραγωγής οίνου από βιολογικό σταφύλι· την ίδρυση, εκσυγχρονισμό ή μετεγκατάσταση μονάδων μεταποίησης από οινοποιήσιμες ποικιλίες σταφυλιών για την παραγωγή ξυδιού από οίνο, συμπυκνωμένου γλεύκους και αποσταγμάτων από στέμφυλα, και τη δημιουργία νέων και τον εκσυγχρονισμό γραμμών εμφιάλωσης οίνου. Ο συνολικός προϋπολογισμός των προτεινόμενων έργων κυμαίνεται μεταξύ των €80 χιλ. και των €20 εκατ. Η συνολική ενίσχυση δεν μπορεί να ξεπερνά το 50% των επιλέξιμων δαπανών της επένδυσης (εκτός από τις επενδύσεις στα νησιά του Αιγαίου για τις οποίες το ποσοστό καθορίζεται στο 65%). Ο επενδυτής συμμετέχει τουλάχιστον στο 25% του συνόλου της επένδυσης.

9.6.2. Ζυθοποιία

Η παραγωγή της μπύρας στην Ελλάδα βασιζόταν στις διατάξεις του γερμανικού νόμου για την καθαρότητα, με βάση του οποίου τα συστατικά για

την παρασκευή της μπύρας είναι αποκλειστικά η βύνη κριθαριού, ο λυκίσκος, η μαγιά και το νερό. Η μπύρα που εισάγεται και διατίθεται στην εγχώρια αγορά έπρεπε επίσης να παρασκευάζεται με τον ίδιο τρόπο. Ο νόμος αυτός, αν και καταργήθηκε πολύ νωρίς (το 1987), μετά από παρέμβαση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, εφαρμόζεται άτυπα ακόμα και σήμερα.

Επιπλέον, ο *ειδικός φόρος κατανάλωσης* (ΕΦΚ) για τα οινοπνευματώδη ποτά και ο *ΦΠΑ* αυξάνονται συνεχώς τα τελευταία χρόνια, επιβαρύνοντας αυξητικά τα επίπεδα των τιμών της μπύρας. Παράλληλα, ο ελεύθερος καθορισμός της τιμής για το προϊόν αυτό (εγχώρια και εισαγόμενη) ευνοεί τις ελληνικές μπύρες, αφού καθιστά συμφέρουσα την εμπορία τους.

Τέλος, ο *Κώδικας Τροφίμων και Ποτών* παραθέτει τις βασικές προδιαγραφές παρασκευής και διάθεσης μπύρας στην Ελλάδα, καθώς και τις διατάξεις σχετικά με τη συσκευασία, την επισήμανση και την παρουσίαση της μπύρας στην ελληνική αγορά.

9.6.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά

Από την αρχή του 2002 εφαρμόζεται ο *νόμος Ν.2969/18.12.01* (ΦΕΚ Α΄ 281) ‘περί αιθυλικής αλκοόλης και αλκοολούχων προϊόντων’. Με βάση αυτόν ρυθμίζονται θέματα που αφορούν την παραγωγή, μεταποίηση, αποθήκευση και διακίνηση της αιθυλικής αλκοόλης, των αποσταγμάτων και των προϊόντων απόσταξης, των αλκοολούχων ποτών και των αλκοολούχων προϊόντων πάσης φύσεως. Επιπλέον, καθορίζονται το είδος των μηχανημάτων παραγωγής αιθυλικής αλκοόλης και αποσταγμάτων, οι όροι και ο τρόπος λειτουργίας τους, καθώς και οι διαδικασίες ελέγχου και εποπτείας. Τέλος, ορίζονται οι προϋποθέσεις έκδοσης άδειας άσκησης επαγγέλματος και οι διοικητικές και ποινικές κυρώσεις σε βάρος των παραβατών. Η *Γενική Διεύθυνση Τελωνείων και Ειδικών Φόρων Κατανάλωσης*, καθώς και η *Γενική Διεύθυνση του Γενικού Χημείου του Κράτους* θεωρούνται οι αρμόδιες διοικητικές αρχές για την τήρηση του νόμου αυτού.

Παράλληλα, βελτιώθηκε η νομοθεσία που αφορά τις εξαγωγές ελληνικών αλκοολούχων ποτών με βάση την υπουργική απόφαση του Υπουργού Οικονομικών (*3018093/2377/0029*). Αυτή αφορά συγκεκριμένες πρακτικές (αρωματισμός και γλύκανση) που εφαρμόζονται στην παρασκευή αλκοολούχων ποτών, τη δυνατότητα χρήσης των παραδοσιακών ενδείξεων *τσικουδιά* και *τσίπουρο*, την εμφάνιση των περιεκτικών με ονομαστικές τιμές όγκου, και την αναγραφή επιπρόσθετων ενδείξεων και όρων για τις εξαγωγές. Επιπλέον, επιτρέπεται η χρήση πλαστικών φιαλών από πολυτερεφθαλικό αιθυλεστέρα (PET) και απλοποιείται η διαδικασία αδειοδότησης για την παραγωγή ποτών προς όφελος τρίτων.

Επιπρόσθετα, βρίσκεται σε ισχύ ο *Κανονισμός (ΕΚ) 3378/94*, ο οποίος τροποποιεί τους *Κανονισμούς (ΕΟΚ) 1576/89* και *1601/91*. Σύμφωνα με αυτόν, τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. μπορούν να λάβουν όλα εκείνα τα αναγκαία μέτρα για

την απαγόρευση της χρησιμοποίησης μιας γεωγραφικής ένδειξης προσδιορισμού προϊόντων τα οποία καλύπτονται από τον Κανονισμό.

Τέλος, τα αλκοολούχα ποτά επιβαρύνονται με *ειδικό φόρο κατανάλωσης* με βάση την *Οδηγία 92/84/ΕΟΚ*. Οι συντελεστές του φόρου αυτού πρέπει να βρίσκονται σε κάθε κράτος-μέλος πάνω από ένα ελάχιστο μέγεθος, το οποίο έχει καθοριστεί από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και ελέγχεται τακτικά από αυτό, λαμβάνοντας υπόψη όλους τους σχετικούς παράγοντες. Στην Ελλάδα, ο ΕΦΚ φθάνει τα €1.362 ανά εκατόλιτρο καθαρής αλκοόλης, για το 2008, έχοντας αυξηθεί κατά 67% τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια. Να σημειωθεί ωστόσο ότι ο ΕΦΚ μειώνεται στο 50% όσον αφορά το ούζο, το τσίπουρο και την τσικουδιά, ενώ μειωμένος είναι και ο ΕΦΚ που εφαρμόζεται για την κατανάλωση αλκοολούχων ποτών στα Δωδεκάνησα.

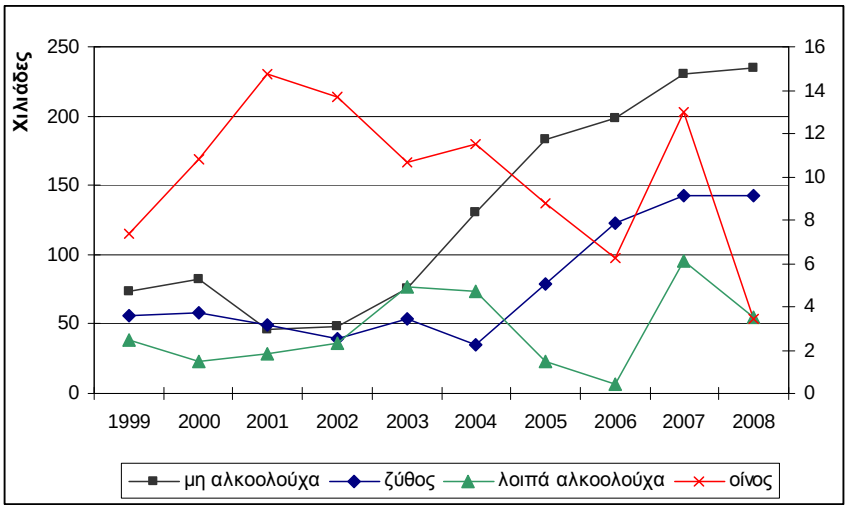
9.6.4. Μη αλκοολούχα ποτά

Η εκμετάλλευση και το εμπόριο του φυσικού μεταλλικού νερού θεσπίζεται με βάση την *Οδηγία 80/777/ΕΟΚ*, και τη μετέπειτα τροποποίησή της, *Οδηγία 96/70/ΕΟΚ*. Επιπλέον, η ποιότητα του νερού ανθρώπινης κατανάλωσης και ο καθορισμός του καταλόγου των οριακών τιμών συγκεντρώσεων και ενδείξεων για την επισήμανση των συστηματικών φυσικών μεταλλικών νερών, καθώς και των όρων χρήσης του εμπλουτισμένου με όζον αέρα στην κατεργασία ορισμένων φυσικών μεταλλικών νερών και νερών πηγής καθορίζονται από τις *Οδηγίες 98/83/ΕΚ* και *2003/40/ΕΚ*, αντιστοίχως.

9.7. Ανταγωνισμός

Το Διάγραμμα 9.6 παρουσιάζει την εξέλιξη των κερδών του κλάδου της ποτοποιίας για τη χρονική περίοδο 1999-2008. Παρατηρείται ότι τα κέρδη που προέρχονται από πωλήσεις μη αλκοολούχων ποτών έχουν σημειώσει την μεγαλύτερη αύξηση (+12,35%), ενώ και ο υποκλάδος της ζυθοποιίας ακολουθεί παρόμοια αυξητική τάση (+9,85). Αντίθετα, οι οινοποιίες αντιμετωπίζουν συνεχείς αυξομειώσεις στο επίπεδο των κερδών τους, με τη μεγαλύτερη μείωση να παρατηρείται το 2006 (-28,33%), οπότε και τα συνολικά κέρδη τους να αγγίζουν επίπεδο χαμηλότερο και από εκείνο που σημειώθηκε το 1999. Παρόμοιες εξελίξεις σημειώνονται και για τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά. Συγκεκριμένα, τα κέρδη τους σχεδόν εξαφανίζονται το 2006, για να ανακάμψουν αμέσως την επόμενη χρονιά και να φθάσουν στο υψηλότερο επίπεδο της περιόδου (6.022 χιλ. €). Συγκρίνοντας απόλυτους αριθμούς, παρατηρείται μία αποκατάσταση των προϊόντων υψηλού βαθμού αλκοόλ από εκείνα χωρίς αλκοόλ και χαμηλότερης περιεκτικότητας (αναψυκτικά και μπύρα), με αποτέλεσμα να επηρεάζονται αναλόγως και τα κέρδη των αντίστοιχων υποκλάδων της ποτοποιίας.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9.6
Η εξέλιξη των κερδών του κλάδου της ποτοποιίας



Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

9.7.1. Οινοποιία

Ο Πίνακας 9.15 εμπεριέχει πληροφορίες αναφορικά με το μερίδιο αγοράς, τις πωλήσεις και τα κέρδη των δέκα μεγαλύτερων επιχειρήσεων οινοποιίας για την περίοδο 1999-2008. Παρατηρείται ότι στο χρονικό αυτό διάστημα, η συγκέντρωση στον υποκλάδο μειώθηκε σημαντικά. Συγκεκριμένα, το ποσοστό που διατηρούν οι δέκα μεγαλύτερες οινοποιητικές βιομηχανίες έχει μειωθεί από 73,43% το 1999 σε 59,11% το 2008. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στην έντονη μείωση του μεριδίου αγοράς της μεγαλύτερης επιχείρησης του κλάδου, δηλαδή της *Τσάνταλη*. Η οινοποιία αυτή, αν και έχει καταφέρει να διατηρεί σταθερό το επίπεδο των πωλήσεών της τη τελευταία δεκαετία, αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από την δεύτερη μεγαλύτερη επιχείρηση του υπο-τομέα (*Μπουτάρης*) και ταυτόχρονη μείωση των καθαρών κερδών της. Να σημειωθεί, ωστόσο, ότι παρόλο που η επιχείρηση *Μπουτάρης* κερδίζει συνεχώς μερίδιο αγοράς αυξάνοντας τις πωλήσεις της, δεν εμφανίζεται κερδοφόρα τα τελευταία τουλάχιστον χρόνια. Επιπλέον, πολύ καλές επιδόσεις διατηρεί το οινοποιείο *Μαλαματίνας*, καθώς σημειώνει τα σημαντικότερα κέρδη στον τομέα που δραστηριοποιείται. Γενικά, αν και οι πωλήσεις στην οινοποιία έχουν αυξηθεί κατά 6,11%, τα κέρδη των επιχειρήσεων σημειώνουν σημαντικές αυξομειώσεις και διατηρούνται σε χαμηλό επίπεδο, γεγονός που εξηγείται εν μέρει τουλάχιστον από τον έντονο ανταγωνισμό που δέχονται οι επιχειρήσεις αυτές από τα υποκατάστατα του κλάδου της ποτοποιίας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.15

Μερίδιο αγοράς, πωλήσεις και κέρδη του υποκλάδου οινοποιίας, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2006	2007	2008
					Μερίδιο αγοράς (%)				
Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.	23,18	21,41	18,84	16,60	16,27	14,81	13,84	12,70	13,09
Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	10,38	11,22	12,42	11,51	11,91	11,62	10,68	10,30	10,32
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.	11,08	10,35	10,18	10,41	9,90	9,49	10,14	9,21	8,75
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης	15,75	14,36	13,01	11,49	11,35	9,97	8,43	7,90	7,92
Οινοπραξία Βοιωτίας Α.Ε. (ΙΝΟ)	:	:	0,00	1,72	3,00	3,96	5,30	5,04	5,62
Ευβοϊκή Οινοποιητική Α.Ε.	3,86	3,72	3,74	3,62	3,35	2,46	2,39	3,02	4,06
Καβίνο Α.Ε.	3,00	3,24	3,33	3,29	3,01	2,71	2,88	3,37	4,28
Οινοποιείο Τυρνάβου	:	:	2,79	2,81	2,92	2,80	3,05	2,89	:
Κτήμα Κ. Λαζαρίδη Α.Ε.	1,97	2,28	2,13	3,31	2,28	2,14	2,53	2,54	2,65
Κτήμα Χατζημιχάλη Α.Ε.	4,22	3,91	3,42	3,07	3,12	2,66	3,04	2,58	2,43
Σύνολο κλάδου	73,43	70,50	69,85	67,83	67,10	62,61	62,27	59,56	59,11
					Πωλήσεις (σε χιλ. €)				
Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.	40.023	41.855	42.914	43.127	42.859	42.110	38.435	40.217	40.886
Μπουτάρης Ι. & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε.	17.919	21.925	28.282	29.906	31.387	33.030	29.674	32.626	32.246
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.	19.135	20.233	23.193	27.048	26.078	26.982	28.170	29.180	27.340
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης	27.196	28.079	29.636	29.835	29.894	28.335	23.403	25.022	24.736
Οινοπραξία Βοιωτίας Α.Ε. (ΙΝΟ)	:	:	:	4.468	7.903	11.270	14.718	15.967	17.544
Ευβοϊκή Οινοποιητική Α.Ε.	6.658	7.267	8.509	9.407	8.832	6.981	6.640	9.573	12.690
Καβίνο Α.Ε.	5.184	6.341	7.582	8.557	7.921	7.714	7.997	10.669	13.357
Οινοποιείο Τυρνάβου	:	:	6.348	7.287	7.691	7.960	8.459	9.159	:
Κτήμα Κ. Λαζαρίδη Α.Ε.	3.395	4.455	4.848	8.596	6.005	6.070	7.037	8.044	8.288
Κτήμα Χατζημιχάλη Α.Ε.	7.288	7.652	7.784	7.962	8.227	7.549	8.438	8.183	7.579
Σύνολο κλάδου	172.680	195.471	227.779	259.762	263.482	284.286	277.762	316.744	312.431

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.15 (συνέχεια)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2006	2007	2008
	Καθαρά Κέρδη (χιλ. €)								
Τσάνταλης Ευάγ. Α.Ε.	1.257	1.252	533	890	954	779	586	561	383
Μπουτάρης Ι & Υιός, Οινοποιητική Α.Ε	168	1.375	1.265	598	632	612	-1.024	584	-925
Μαλαματίνας Ε. & Υιός, Οινοποιία Α.Ε.	3.298	3.198	3.606	4.256	3.671	3.458	4.334	4.784	1.717
Ελληνικά Κελάρια Οίνων Δ. Κουρτάκης	984	799	1.156	1.130	1.207	499	-856	2.198	-358
Οινοπραξία Βοιωτίας Α.Ε. (ΙΝΟ)	:	:	:	-769	-747	19	102	84	96
Ευβοϊκή Οινοποιητική Α.Ε.	-241	103	106	122	62	93	-1.477	38	685
Καβίνο Α.Ε.	113	103	120	110	310	368	-348	221	72
Οινοποιείο Τυρνάβου	:	:	596	785	219	37	788	570	:
Κτήμα Κ. Λαζαρίδη Α.Ε.	654	972	1.270	1.893	1.335	2.237	1.347	1.651	1.761
Κτήμα Χατζημιχάλη Α.Ε.	1.139	1.639	1.436	1.202	901	962	787	1.157	494
Σύνολο κλάδου	7.372	10.829	14.754	13.677	10.647	11.500	6.269	13.000	3.453

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

9.7.2. Ζυθοποιία

Η αγορά της ζυθοποιίας στην Ελλάδα θεωρείται ολιγοπωλιακή με ηγέτιδα επιχείρηση την *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.*, η οποία κατέχει περίπου το 85% του μεριδίου αγοράς την περίοδο 1999-2008 (Πίνακας 9.16). Αν και παρατηρείται μία συνεχής μείωση του μεριδίου της, κυρίως λόγω του διπλασιασμού του μεριδίου αγοράς που κατέχει η δεύτερη σε μέγεθος επιχείρηση ζυθοποιίας, η *Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.*, οι πωλήσεις και των δύο επιχειρήσεων αυξάνονται συνεχώς την περίοδο 1999-2008. Η *Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.* κατέχει με τη σειρά της ένα πολύ μικρό μερίδιο αγοράς που δεν ξεπερνά το 3,56% τα τελευταία χρόνια. Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου έχουν πολύ μικρότερα μερίδια αγοράς, αν αναλογιστεί κανείς ότι στις τρεις αυτές επιχειρήσεις ανήκει το 96,74% των πωλήσεων για το 2008. Γενικά όμως, η ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο της ζυθοποιίας είναι αρκετά ισχυρή, ιδιαίτερα λόγω των πιέσεων που προέρχονται από τα υποκατάστατα προϊόντα του κλάδου της ποτοποιίας (νέα ποτά χαμηλού αλκοολικού βαθμού). Ωστόσο, η δομή της αγοράς, ολιγοπώλιο με ηγέτιδα επιχείρηση, μετριάζουν ως ένα βαθμό την ένταση του εσωτερικού ανταγωνισμού, ιδιαίτερα λόγω του πολύ υψηλού περιθωρίου κέρδους που απολαμβάνει η ηγέτιδα επιχείρηση ως αποτέλεσμα της δεσπόζουσας θέσης της. Επιπλέον, ο κίνδυνος εισόδου νέων επιχειρήσεων θεωρείται χαμηλός, κυρίως λόγω της καταναλωτικής πίστης για συγκεκριμένα εμπορικά σήματα (brand loyalty), το υψηλό κόστος έναρξης της παραγωγής και τη δυσκολία δημιουργίας δικτύου διάθεσης και διανομής των προϊόντων.

9.7.3. Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά

Στον υποκλάδο των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών και μετά το 2003, μια ηγέτιδα επιχείρηση (η *Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.*) έχει μερίδιο αγοράς 35% περίπου, ενώ τα μερίδια των μικρότερων επιχειρήσεων είναι περίπου 10% (Πίνακας 9.17). Οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις κατέχουν το 67,7% της αγοράς το 2008, ποσοστό που αυξάνεται καθ'όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Σημαντικό μέρος του μεριδίου της έχει απολέσει η εταιρεία *Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.*, καθώς από το 20% της αγοράς που κατείχε το 1999 έχει πέσει στο 5,96% το 2008. Τα καθαρά κέρδη των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα χαμηλά τα δύο τελευταία χρόνια, εκτός από της ηγέτιδας επιχείρησης. Πρέπει να σημειωθεί επίσης ότι στο δείγμα των επιχειρήσεων που χρησιμοποιείται στην παρούσα ανάλυση δεν συμπεριλαμβάνεται η *ΜΕΤΑΧΑ Α.Ε.*, η οποία το 2005 εκχώρησε την παραγωγή των προϊόντων της στην *Optimal Supply Chain Α.Ε.*, και ως εκ τούτου τα μερίδια αγοράς πριν το 2005 είναι ελαφρώς υπερεκτιμημένα. Συνολικά, ο υποκλάδος των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών εμφανίζει μια αύξηση της συγκέντρωσης στην υπό εξέταση περίοδο, γεγονός που οφείλεται κατά κύριο λόγο στην επέκταση της ηγέτιδας επιχείρησης με την ταυτόχρονη εξασθένιση των άλλων επιχειρήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.16

Μερίδιο αγοράς, πωλήσεις και κέρδη του υποκλάδου ζυθοποιίας, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Μερίδιο αγοράς (%)				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	90,76	90,63	85,12	85,06	84,58	85,10	84,79	84,11	84,13	83,05
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	5,43	5,21	9,91	10,09	10,36	9,45	9,71	10,20	10,15	11,00
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	3,30	3,44	3,65	3,39	3,56	3,45	3,23	3,13	2,78	2,69
Σύνολο κλάδου	99,49	99,28	98,67	98,53	98,50	98,00	97,73	97,43	97,05	96,74
						Πωλήσεις (σε χιλ. €)				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	340.887	355.487	364.227	376.908	367.726	374.312	376.645	395.337	435.264	460.848
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	20.408	20.440	42.414	44.700	45.053	41.553	43.120	47.943	52.497	61.065
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	12.390	13.487	15.602	15.024	15.475	15.170	14.368	14.699	14.359	14.942
Σύνολο κλάδου	375.602	392.246	427.913	443.124	434.754	439.851	444.215	470.048	517.390	554.933
						Καθαρά κέρδη (χιλ. €)				
Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.	52.885	55.570	54.514	41.784	56.905	67.700	102.030	123.818	141.244	141.786
Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.	2.785	3.344	-4.037	-1.010	-1.779	-32.063	-23.460	-368	2.239	1.921
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.	277	119	246	160	69	37	16	33	165	40
Σύνολο κλάδου	55.543	58.394	49.877	39.455	53.457	34.884	78.408	123.176	142.638	142.174

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.17

Μερίδιο αγοράς, πωλήσεις και κέρδη του υποκλάδου αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Μερίδιο αγοράς (%)				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	17,14	23,46	19,54	19,71	31,00	31,76	42,34	32,99	35,50	37,89
Optimal Supply Chain Α.Ε.*								13,75	8,69	9,19
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε.	9,72	9,78	10,57	11,34	10,81	11,26	9,95	5,80	7,67	8,96
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	20,00	16,00	15,34	14,01	10,92	10,38	9,55	8,56	9,42	5,96
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	3,05	3,87	4,74	6,52	6,01	7,08	5,70	5,19	5,66	5,70
Σύνολο κλάδου	49,91	53,10	50,20	51,58	58,74	60,48	67,54	66,30	66,94	67,70
						Πωλήσεις (σε χιλ. €)				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	12.910	21.472	18.435	19.767	38.503	42.669	71.663	67.785	75.632	82.057
Optimal Supply Chain Α.Ε.								28.250	18.518	19.904
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε.	7.319	8.953	9.974	11.372	13.425	15.132	16.836	11.920	16.333	19.399
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	15.060	14.645	14.476	14.043	13.559	13.952	16.157	17.600	20.075	12.917
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	2.293	3.538	4.476	6.537	7.471	9.515	9.652	10.675	12.049	12.344
Σύνολο κλάδου	75.301	91.536	94.342	100.265	124.215	134.362	169.245	205.489	213.052	216.575
						Καθαρά κέρδη (χιλ. €)				
Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.	975	62	-62	201	1.924	2.578	-233	-2.320	3.385	3.529
Optimal Supply Chain Α.Ε.								730	652	510
Ποτοποιία – Οινοποιία Θράκης Α.Β.Ε.Ε.	95	164	184	272	532	934	742	236	140	300
Β.Γ. Σπυλιόπουλος Α.Β.Ε.Ε.	191	201	99	158	154	128	68	73	34	45
Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.	192	282	301	339	334	671	672	1.184	1.510	746
Σύνολο κλάδου	2.446	1.447	1.833	2.299	4.943	4.734	1.444	424	6.092	3.483

*Στον ισολογισμό της Optimal Supply Chain Α.Ε το 2006 συμπεριλαμβάνεται και το δεύτερο εξάμηνο του 2005.

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

9.7.4. Μη αλκοολούχα ποτά

Ο υποκλάδος των μη αλκοολούχων ποτών χαρακτηρίζεται από τη δεσπόζουσα θέση της *Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.*, η οποία κατέχει το 64,92% της αγοράς, ποσοστό σταθερά μειούμενο από το 1999, έτος κατά το οποίο το μερίδιό της ανερχόταν στο 73,49% (Πίνακας 9.18). Η *Pepsico– HBH A.B.E.* έχει μερίδιο αγοράς 10,73%, το 2008, το οποίο ακολουθεί επίσης καθοδική τάση στην υπό εξέταση περίοδο. Οι επόμενες δύο επιχειρήσεις που αναφέρονται στον πίνακα είναι επιχειρήσεις παραγωγής εμφιαλωμένων νερών, που διεκδικούν δυναμικά τη θέση τους στον κλάδο, με πολύ σημαντική αύξηση των μεριδίων τους και με σημαντικά καθαρά κέρδη, κυρίως για την εταιρεία *Χήτος Α.Β.Ε.Ε.* Είναι επίσης αξιοσημείωτη η μεγάλη αύξηση των καθαρών κερδών του κλάδου καθ'όλη την περίοδο που εξετάζεται. Ακολουθούν τρεις επιχειρήσεις, η *ΛΟΥΞ Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε.*, η *Σουρωτή Α.Ε.* και η *ΕΨΑ Α.Ε.*, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε ειδικά προϊόντα και απευθύνονται σε περιορισμένες αγορές. Οι επιχειρήσεις αυτές διατηρούν ή και αυξάνουν το μερίδιο της αγοράς τους, με τη *ΛΟΥΞ Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε.* να εμφανίζει σημαντικά καθαρά κέρδη για το μέγεθός της, ενώ μόνο η *Σουρωτή Α.Ε.* εμφανίζει το 2008 κάποιες ζημιές. Ως εκ τούτου, ο υποκλάδος των μη αλκοολούχων ποτών φαίνεται να έχει μια δυναμική αύξησης του ανταγωνισμού και μείωσης της σημαντικότητας της θέσης της δεσπόζουσας επιχείρησης, αν και το πολύ υψηλό περιθώριο κέρδους της ηγέτιδας επιχείρησης δείχνει ότι συνεχίζει να εκμεταλλεύεται τη δεσπόζουσα θέση που κατέχει.

9.7.5. Δείκτες συγκέντρωσης

Οι δείκτες συγκέντρωσης για τον κλάδο της ποτοποιίας δίνονται στον Πίνακα 9.19. Ο πιο ανταγωνιστικός υποκλάδος είναι αυτός του οίνου, λόγω της μεγάλης διαφοροποίησης του προϊόντος, των διαφορετικών ειδών οίνου που παράγονται, αλλά κυρίως λόγω της ποιοτικής και γεωγραφικής διαφοροποίησης (βιολογικά κρασιά, προϊόντα ονομασίας προέλευσης κλπ.). Ο δείκτης *Herfindahl* (HI), ο οποίος στην εξεταζόμενη περίοδο μειώνεται κατά περίπου 50%, δείχνει τη σημαντική αύξηση του ανταγωνισμού στον κλάδο. Αντίστοιχα είναι και τα συμπεράσματα από τους δείκτες συγκέντρωσης *Concentration Ratio* (CR). Το 2008, οι οκτώ μεγαλύτερες επιχειρήσεις κατέχουν το 57% περίπου του μεριδίου της αγοράς, από το 75% που κατείχαν το 1999.

Αντίθετα, οι δείκτες συγκέντρωσης δείχνουν πολύ υψηλή συγκέντρωση στη ζυθοποιία, στην οποία το μερίδιο αγοράς μίας επιχείρησης (της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.) αποτελεί το 83% της αγοράς, ενώ σε συνδυασμό με τη Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. ανέρχεται σχεδόν στο 95%. Η μεγάλη συγκέντρωση του υποκλάδου φαίνεται και από τον δείκτη Herfindahl, ο οποίος είναι ιδιαίτερα υψηλός (70,28 το 2008).

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.18

Μερίδιο αγοράς, πωλήσεις και κέρδη του υποκλάδου μη αλκοολούχων ποτών, 1999-2008

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
						Μερίδιο αγοράς (%)				
Coca-Cola Hellenic Bottling Com	73,49	75,21	73,29	73,51	72,18	70,33	68,42	67,66	66,49	64,92
Pepsico – HBH A.B.E.	13,34	12,16	12,55	12,33	12,18	12,40	12,20	11,78	10,93	10,73
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλ.	1,02	1,14	1,45	1,48	2,10	2,25	3,11	3,78	4,83	5,84
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	1,58	1,68	2,15	2,17	2,44	2,84	3,16	3,49	3,96	4,15
ΛΟΥΞ Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε.	0,49	0,56	0,66	0,67	0,77	0,98	1,11	1,37	1,53	1,76
Σουρωτή Α.Ε.	1,11	1,05	1,15	1,26	1,45	1,59	1,73	1,69	1,53	1,44
ΕΨΑ Α.Ε.	0,88	0,85	0,93	0,91	1,02	1,07	1,13	1,18	1,14	1,07
Σύνολο κλάδου	91,91	92,65	92,17	92,31	92,14	91,45	90,86	90,95	90,40	89,92
						Πωλήσεις (σε χιλ. €)				
Coca-Cola Hellenic Bottling Com	462.856	561.590	580.304	608.111	629.046	596.000	584.200	625.400	686.600	714.100
Pepsico – HBH A.B.E.	84.045	90.808	99.353	102.003	106.189	105.045	104.166	108.864	112.858	118.032
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλ.	6.448	8.496	11.449	12.224	18.323	19.029	26.534	34.941	49.879	64.226
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	9.952	12.542	16.992	17.942	21.259	24.072	27.014	32.268	40.867	45.595
ΛΟΥΞ Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε.	3.055	4.181	5.234	5.510	6.685	8.269	9.479	12.643	15.797	19.390
Σουρωτή Α.Ε.	6.998	7.836	9.134	10.412	12.662	13.493	14.793	15.579	15.789	15.868
ΕΨΑ Α.Ε.	5.553	6.353	7.362	7.509	8.860	9.065	9.633	10.941	11.722	11.793
Σύνολο κλάδου	629.839	746.678	791.836	827.299	871.540	847.405	853.827	924.308	1.032.602	1.099.914
						Καθαρά κέρδη (χιλ. €)				
Coca-Cola Hellenic Bottling Com	70.499	82.919	43.996	45.695	70.793	127.400	176.700	186.300	220.700	223.800
Pepsico – HBH A.B.E.	-4.417	-5.467	-4.700	-2.984	-2.474	-4.190	-2.754	1.687	-84	273
Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλ.	475	441	852	422	361	745	2.759	1.955	-1.610	2.147
Χήτος Α.Β.Ε.Ε.	1.156	1.570	2.319	1.542	2.496	2.886	3.321	4.409	5.047	4.971
ΛΟΥΞ Μαρλαφέκας Α.Β.Ε.Ε.	137	174	404	334	343	778	741	1.496	2.383	3.416
Σουρωτή Α.Ε.	798	848	705	623	755	561	243	214	392	-64
ΕΨΑ Α.Ε.	975	644	796	662	829	943	855	1.146	1.085	354
Σύνολο κλάδου	73.384	82.125	45.889	48.679	75.377	130.345	183.479	197.963	230.614	235.055

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Τέλος, οι διαχρονικές εξελίξεις των πολύ μικρών μεριδίων αγοράς των υπολοίπων βιομηχανιών ζυθοποιίας είναι ελαφρώς αυξητικές, γεγονός που αποτελεί ένδειξη ότι υπάρχει περιθώριο για ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων, αλλά με σχετικά διαφοροποιημένα προϊόντα που απευθύνονται σε ειδικές κατηγορίες καταναλωτών. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει και ο δείκτης *Herfindahl* με τη μείωση που παρουσιάζει στη διάρκεια της υπό εξέταση περιόδου. Ως εκ τούτου, η δομή της αγοράς ζύθου είναι ολιγοπωλιακή με μία ηγέτιδα επιχείρηση, την *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.*, να περιορίζει την ένταση του ανταγωνισμού όσον αφορά τις τιμές, όμως υπάρχει περιθώριο ανταγωνισμού στη διαφήμιση, αλλά κυρίως στην παραγωγή και προώθηση νέων διαφοροποιημένων προϊόντων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9.19

Δείκτες συγκέντρωσης για την ποτοποιία, 1999-2008

	Οινοποιία			*Ζυθοποιία*		
	CR4	CR8	HI	CR1	CR2	HI
1999	60,39	75,46	11,01	90,76	96,19	82,77
2000	57,34	71,61	9,95	90,63	95,84	82,53
2001	54,45	68,09	8,77	85,12	95,03	73,57
2002	50,01	63,04	7,49	85,06	95,14	73,49
2003	49,42	61,81	7,33	84,58	94,95	72,75
2004	45,89	58,02	6,38	85,10	94,55	73,44
2005	43,88	56,46	5,99	84,79	94,50	72,96
2006	43,09	57,35	5,86	84,11	94,31	71,90
2007	40,11	54,43	5,24	84,13	94,27	71,91
2008	40,08	56,68	5,39	83,05	94,05	70,28
	Αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά			*Μη αλκοολούχα ποτά*		
	CR1	CR8	HI	CR1	CR4	HI
1999	17,14	60,82	9,15	73,49	89,52	55,89
2000	23,46	63,83	10,19	75,21	90,19	58,15
2001	19,54	65,24	8,70	73,29	89,42	55,42
2002	19,71	63,02	8,68	73,51	89,48	55,69
2003	31,00	70,55	13,09	72,18	88,90	53,76
2004	31,76	71,35	13,60	70,33	87,81	51,22
2005	42,34	76,38	20,59	68,42	86,89	48,60
2006	32,99	76,88	14,72	67,66	86,71	47,54
2007	35,50	75,74	15,66	66,49	86,21	45,90
2008	37,89	76,61	17,20	64,92	85,64	43,93

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί, ICAP, Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Αναφορικά με τη δομή της αγοράς των αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών, υπάρχει μια ηγέτιδα επιχείρηση, η *Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε.*, η οποία κατέχει το 38% περίπου του μεριδίου της αγοράς το 2008. Η επιχείρηση αυτή είναι ιδιαίτερα δυναμική, αφού έχει σχεδόν τριπλασιάσει το μερίδιό της από το 1999. Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου είναι μικρότερες με μειούμενα μερίδια κατά την υπό εξέταση περίοδο, εκτός από την *Ποτοποιία Πλωμαρίου Ισίδωρος Αρβανίτης Α.Ε.*, η οποία έχει σχεδόν διπλασιάσει το μερίδιό της. Η μείωση του ανταγωνισμού στον συγκεκριμένο υποκλάδο φαίνεται και από τον δείκτη *Herfindahl* που σχεδόν έχει διπλασιαστεί. Παρ' όλα αυτά, η αγορά

αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών εξακολουθεί να είναι σχετικά ανταγωνιστική. Η ύπαρξη πολλών μικρών επιχειρήσεων στον κλάδο δείχνει ότι υπάρχει δυνατότητα αύξησης του ανταγωνισμού, αφού υπάρχει χώρος για επιχειρήσεις που παράγουν διαφοροποιημένα προϊόντα. Παραδείγματα αυτών θεωρούνται κυρίως τα αποκλειστικά ελληνικά προϊόντα του ούζου και του τσίπουρου, τα οποία είναι υψηλής ποιότητας και προϊόντα με γεωγραφικό προσδιορισμό.

Τα μη αλκοολούχα ποτά είναι ο δεύτερος σε συγκέντρωση υποκλάδος της ποτοποιίας που παρουσιάζει ανάλογη με την ζυθοποιία δομή αγοράς, αν και είναι αρκετά χαλαρότερης έντασης. Η ηγέτιδα επιχείρηση, η *Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E.*, έχει μερίδιο αγοράς 65% το 2008, ποσοστό αρκετά χαμηλότερο από το 73,5% του 1999. Η ιδιαιτερότητα του υποκλάδου των μη αλκοολούχων ποτών είναι ότι περιλαμβάνει τρεις υποκατηγορίες. Τα γνωστά αναψυκτικά που παράγουν οι δύο μεγαλύτερες επιχειρήσεις και ο ανταγωνισμός τους περιορίζεται μόνο μέσω της διαφήμισης, τα εμφιαλωμένα νερά που παράγουν μικρές αλλά δυναμικές επιχειρήσεις, οι οποίες αποσπούν σημαντικά μερίδια αγοράς, και τα ειδικότερα προϊόντα (*Λουξ*, *Σουρωτή* και *ΕΨΑ*) που παράγονται για να καλύψουν συγκεκριμένες τοπικές αγορές με διαφοροποιημένα προϊόντα. Η αγορά στο σύνολό της παρουσιάζει συνεπώς έλλειψη ανταγωνισμού με βάση τον δείκτη *Herfindahl*, όμως γίνεται περισσότερο ανταγωνιστική στην υπό εξέταση περίοδο δεδομένου ότι ο δείκτης μειώθηκε από 55,89 το 1999 σε 43,93 το 2008.

9.8. Συμπεράσματα και προοπτικές

Ο κλάδος της ποτοποιίας παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια έντονη δραστηριότητα στον τομέα των εξαγορών, συγχωνεύσεων και συνεργασιών γενικότερα. Αποτέλεσμα αυτών των εξελίξεων είναι η εμφάνιση πολύ μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων που κατέχουν ηγετικό ρόλο στον κλάδο που δραστηριοποιούνται, ενώ διακινούν τα προϊόντα τους μέσω θυγατρικών εταιρειών. Ταυτόχρονα, ενισχύεται η παρουσία μικρών παραγωγών τόσο στην οινοποιία όσο και στη ζυθοποιία, οι οποίοι προσανατολίζονται σε διαφοροποιημένα προϊόντα και προϊόντα ανώτερης ποιότητας.

Συγκεκριμένα, η Ελλάδα είναι σημαντική οινοπαραγωγός χώρα, και ο οίνος θεωρείται παραδοσιακά κύριο προϊόν των διατροφικών συνηθειών των Ελλήνων καταναλωτών, γεγονός που επηρεάζει το επίπεδο της ζήτησης των υπολοίπων προϊόντων του κλάδου της ποτοποιίας. Ωστόσο, η παραγωγή οίνου εμφανίζεται κατακερματισμένη, με αποτέλεσμα μόνο ένας περιορισμένος αριθμός μεγάλων επιχειρήσεων να έχουν τη δυνατότητα επίτευξης οικονομιών κλίμακας, διατηρώντας την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων τους στην αγορά. Το εμπορικό ισοζύγιο για τον οίνο είναι πλεονασματικό, σε αντίθεση με τους υπόλοιπους υποκλάδους της ποτοποιίας, αλλά το επίπεδο των εξαγωγών μειώνεται συνεχώς. Θεωρείται συνεπώς αναγκαία η συστηματική προβολή των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, με συντονισμένες δράσεις ενημέρωσης και

προώθησης, που στόχο έχουν την ανάκτηση των μεριδίων της αγοράς τόσο σε ευρωπαϊκό επίπεδο όσο και στα πλαίσια των αναπτυσσομένων χωρών. Αναγκαία θεωρείται και η συνεχής ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων και η ταυτόχρονη συγκράτηση των τιμών τους. Επιπλέον, θα πρέπει να απευθυνθούν και σε ένα καταναλωτικό κοινό που έχει διαφορετικά πολιτιστικά και καταναλωτικά πρότυπα και αγοραστικές δυνατότητες. Τέλος, στην εγχώρια αγορά απαιτείται έλεγχος της τιμολογιακής πολιτικής που εφαρμόζεται στην 'κρύα' αγορά, καθώς και προώθηση κρασιού σε νέες συσκευασίες από τα σημεία λιανικής πώλησης. Γενικά, αναμένονται θετικές προοπτικές για τον οίνο από βιολογικά σταφύλια ή με γεωγραφική ένδειξη, αλλά και αύξηση του ανταγωνισμού από τα υποκατάστατα προϊόντα του κλάδου καθώς και από τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

Η αγορά μπύρας χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης και σχετικά χαμηλό εσωτερικό ανταγωνισμό. Η ύπαρξη μιας σημαντικής ηγέτιδας επιχείρησης, της *Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε*, που κατέχει πάνω από το 80% της συνολικής αγοράς στην υπό εξέταση περίοδο και η οποία ταυτόχρονα έχει πολύ υψηλά περιθώρια κέρδους, καταταδεικνύει την ολιγοπωλιακή δομή της αγοράς. Τα επόμενα έτη αναμένεται να αυξηθούν οι εισαγωγές μπύρας νέων μαρκών, ώστε να καλυφθεί η ζήτηση των τουριστών που επιθυμούν να καταναλώσουν μπύρες που διατίθενται στις χώρες προέλευσής τους, καθώς και των εγχώριων καταναλωτών υψηλής εισοδηματικής στάθμης που προτίθενται να αγοράσουν μπύρα με πιο εκλεπτυσμένες γεύσεις και ποικιλίες. Καθώς η εγχώρια παραγωγή μπύρας συνδέεται σε σημαντικό βαθμό με την εξέλιξη της εγχώριας ζήτησης, οποιαδήποτε μεταβολή σε αυτή θα επιφέρει αλλαγές και στο μέγεθος της παραγωγής, αν και στο άμεσο μέλλον αναμένεται να είναι θετική αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων καταναλωτών αναμένεται να συνεχίσει να προτιμά τις εγχώρια παραγόμενες μπύρες. Οι βασικές στρατηγικές που ακολουθούνται από τις επιχειρήσεις ζυθοποιίας αφορούν την ποιότητα και ποικιλία των προϊόντων τους, μέσω της προώθησης νέων προϊόντων, και την έντονη διαφημιστική προβολή τους, καθώς και την διεύρυνση των δικτύων διανομής και διάθεσής τους. Η σταδιακή αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών μπορεί επίσης να συμβάλει στη διεύρυνση της αγοράς και την αύξηση της κατανάλωσης.

Στον κλάδο αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών υπάρχει μια ηγέτιδα επιχείρηση, η Pernod Ricard Ελλάς Α.Ε., η οποία πλέον του σχετικά υψηλού βαθμού συγκέντρωσης ελέγχει και το μεγαλύτερο μερίδιο των εισαγωγών του κλάδου. Ταυτόχρονα όμως η ύπαρξη πολλών μικρών επιχειρήσεων εντείνει τον ανταγωνισμό. Εκτός από τα προϊόντα που κυρίως εισάγονται (ουίσκι, βότκα κλπ.), το βασικό προϊόν παραγωγής είναι το ούζο, προϊόν αμιγώς ελληνικό με προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη. Το αναγνωρισμένα ποιοτικό ούζο δείχνει ότι έχει δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης στις αγορές του εξωτερικού, αν υπάρξει συστηματική προβολή και προώθηση του ελληνικού αυτού προϊόντος με ιδιαίτερη έμφαση στη διαφοροποίησή του, αλλά και στην ανώτερη ποιότητά του που μπορεί να το κατατάξει στα απεριτίφ. Ως εκ τούτου απαιτείται μια

οργανωμένη εθνική κλαδική στρατηγική, μεγαλύτερη εξωστρέφεια, αξιοποίηση προωθητικών ενεργειών εξαγωγικού μάρκετινγκ και διαφήμισης και σταθερή παρουσία στην αγορά.

Τέλος, η Coca-Cola Hellenic Bottling Company A.E., που κατέχει πάνω από το 65% της αγοράς στην υπό εξέταση περίοδο και διατηρεί πολύ υψηλά περιθώρια κέρδους, αποτελεί σαφώς την ηγέτιδα επιχείρηση του κλάδου. Επιπλέον, εξαιτίας του σχετικού ανταγωνισμού στον υποκλάδο των μη αλκοολούχων ποτών, οι επιχειρήσεις που στοχεύουν στην επικράτηση της αγοράς επεκτείνουν τα δίκτυα διανομής τους, προβάλλουν τα προϊόντα τους μεσω διαφημιστικών και προωθητικών ενεργειών και ανανεώνουν τις συσκευασίες που χρησιμοποιούν, προκειμένου να ανεβάσουν το επίπεδο της ζήτησης των προϊόντων τους. Ο κλάδος αποτελείται εκτός από τα διεθνώς γνωστά αναψυκτικά και από προϊόντα που είναι διαφοροποιημένα και απευθύνονται σε τοπικές αγορές και καταναλωτές με ιδιαίτερες προτιμήσεις. Οι προοπτικές των προϊόντων αυτών είναι θετικές, δεδομένου ότι με την κατάλληλη προβολή και προώθηση θα μπορέσουν να αυξήσουν το μερίδιο που έχουν στην αγορά, επεκτείνοντας τη δραστηριότητά τους πέρα από τα στενά γεωγραφικά όρια που δραστηριοποιούνται και να προσεγγίσουν καταναλωτές που επιθυμούν διαφοροποιημένα προϊόντα σε όλη την επικράτεια. Επιπλέον, ένα μεγάλο μέρος του υποκλάδου είναι το εμφιαλωμένο νερό, η κατανάλωση του οποίου παρουσιάζει ιδιαίτερη αύξηση τα τελευταία χρόνια και αναμένεται να συνεχιστεί, κυρίως λόγω της δυσπιστίας των καταναλωτών απέναντι στο νερό αρκετών δικτύων ύδρευσης και της υιοθέτησης πιο υγιεινών συνηθειών διατροφής.

Συμπερασματικά, ο κλάδος της ποτοποιίας χαρακτηρίζεται από μερικές ηγέτιδες επιχειρήσεις και πολλές μικρές, που ανάλογα με τον υποκλάδο παρουσιάζει διαφορετικό βαθμό συγκέντρωσης. Ο κλάδος της ζυθοποιίας έχει τον υψηλότερο βαθμό συγκέντρωσης, ενώ η οινοποιία τον χαμηλότερο. Επιπλέον, η δυνατότητα που έχουν κάποιες επιχειρήσεις να εκμεταλλεύονται τη δεσπόζουσα θέση που κατέχουν, κυρίως στους κλάδους της ζυθοποιίας και των μη αλκοολούχων ποτών, τους επιτρέπει να αποσπούν πολύ μεγάλα περιθώρια κέρδους και ως εκ τούτου να εμποδίζουν την ανάπτυξη του ανταγωνισμού στους εν λόγω υποκλάδους. Αντίθετα, η ενίσχυση της παρουσίας μικρών παραγωγών, οι οποίοι προσανατολίζονται σε διαφοροποιημένα προϊόντα και προϊόντα ανώτερης ποιότητας βοηθούν στην αύξηση του ανταγωνισμού. Κατά συνέπεια, θα πρέπει να δοθούν περαιτέρω ευκαιρίες και κίνητρα σε μικρούς παραγωγούς που παράγουν διαφοροποιημένα ή βιολογικά προϊόντα, προϊόντα ονομασίας προέλευσης ή και προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης.

Βιβλιογραφία

Ζιούτου, Π. (2003). *Ο Κλάδος της Ζυθοποιίας*. Κλαδική Μελέτη No 199, ΙΟΒΕ.
ICAP. (2007). *Ζυθοποιία*. Κλαδική Μελέτη, ICAP.
ICAP. (2007). *Αλκοολούχα ποτά*. Κλαδική Μελέτη, ICAP.
ICAP. (2006). *Οινοποιία*. Κλαδική Μελέτη, ICAP.
ec.europa.eu/eurostat
www.statistics.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

ΕΝΔΥΣΗ

Ιωάννης Χολέζας*

Σύνοψη

Το ακόλουθο κεφάλαιο διερευνά την εικόνα του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης στην Ελλάδα με έμφαση σε θέματα ανταγωνισμού την περίοδο 2000-2008. Αυτό που προκύπτει είναι ότι ο πάλαι πότε ισχυρός κλάδος κατασκευής ειδών ένδυσης, αν και συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό κλάδο της ελληνικής οικονομίας, παρουσιάζει φθίνουσα πορεία την τελευταία δεκαετία. Η συμβολή του στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) βρίσκεται σταθερά κάτω του 1% και βαίνει μειούμενη για να καταλήξει λίγο κάτω από το 0,4% το 2008. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει κάποιος, εάν εξετάσει τον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, οι οποίες μειώνονται σταθερά, τον αριθμό των εργαζομένων, οι οποίοι επίσης μειώνονται, παράλληλα με τις συνολικές αποδοχές (αντίθετα, οι κατά κεφαλήν αποδοχές αυξάνονται) και τις ώρες εργασίας. Η μειούμενη συνεισφορά στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία αντικατοπτρίζει το πλήγμα που έχει δεχθεί η ελληνική βιομηχανία ένδυσης τα τελευταία χρόνια από τον ανταγωνισμό τρίτων χωρών (εκτός ΕΕ), οι οποίες βασίζουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα κατά βάση στο χαμηλό μισθολογικό κόστος.

Λαμβάνοντας υπόψη την υψηλή συσχέτιση του διαθέσιμου εισοδήματος με τις δαπάνες για είδη ένδυσης και το ρόλο των τιμών, είτε εισαγόμενων είτε εγχωρίως παραγόμενων προϊόντων ένδυσης, η παρούσα οικονομική κρίση που πλήττει την χώρα μας και αναμένεται να οδηγήσει σε περαιτέρω συρρίκνωση των εισοδημάτων δεν προοιωνίζεται ευχάριστες εξελίξεις στον κλάδο, ειδικά αν συνδυαστεί με πληθωριστικές πιέσεις, καθώς, όπως δείχνουν τα στοιχεία, οι τιμές των ειδών ένδυσης ακολουθούν από κοντά την εξέλιξη του γενικού δείκτη τιμών.

Από την εξέλιξη των εμπορικών ροών παρατηρείται μείωση της αξίας των συνολικών εξαγωγών ειδών ένδυσης, ιδιαίτερα προς χώρες-μέλη της ΕΕ27, ενώ οι εξαγωγές προς τρίτες χώρες (και Κίνα) δείχνουν μια οριακή αύξηση. Η κυρίαρχη κατηγορία στις εξαγωγές ειδών ένδυσης είναι τα γυναικεία πλεκτά ενδύματα. Σε αντιδιαστολή με τις εξαγωγές, οι εισαγωγές ειδών ένδυσης σχεδόν διπλασιάστηκαν

* Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους/τις κ. Σ. Παπαϊωάννου, κ. Κ. Κανελλόπουλο, κα. Τζ. Καβουνίδη και κα Ζ. Αναστασάκου για τα πολύτιμα σχόλια-παρατηρήσεις τους. Οι απόψεις που εκφράζονται στο κείμενο είναι προσωπικές και δεν αντιπροσωπεύουν τις απόψεις του ΚΕΠΕ. Οι όποιες παραλείψεις ή λάθη βαρύνουν αποκλειστικά τον συγγραφέα.

την περίοδο 2000-2008. Αύξηση καταγράφουν τόσο οι εισαγωγές από χώρες-μέλη της ΕΕ27, όσο κυρίως εκείνες από τρίτες χώρες (σχεδόν τριπλασιάστηκαν), ειδικά από την Κίνα. Συνδυάζοντας τις εξελίξεις στις εξαγωγές και τις εισαγωγές ειδών ένδυσης, το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας μας είναι σταθερά ελλειμματικό, ανεξάρτητα από την ειδική κατηγορία ειδών ένδυσης που εξετάζεται κάθε φορά, τουλάχιστον από το 2005 και μετέπειτα, ενώ η απώλεια του εργαλείου της υποτίμησης του εθνικού νομίσματος μετά την υιοθέτηση του ευρώ το 2001 μείωσε τα περιθώρια ελιγμών. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον το ότι η χώρα μας φαίνεται να αντιμετωπίζει το μεγαλύτερο ανταγωνιστικό μειονέκτημα –που οδηγεί σε ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο– σε σχέση με τους εταίρους της στην ΕΕ, είτε πρόκειται για χώρες-μέλη της ΕΕ15 ή της ΕΕ27. Τέλος, οι δείκτες εμπορίου που υπολογίστηκαν επιβεβαιώνουν τη μείωση του μεριδίου της παραγωγής ειδών ένδυσης που εξάγεται, τη σχετικά σταθερή εισαγωγική διείσδυση στα είδη ένδυσης, τη χειροτέρευση του συγκριτικού πλεονεκτήματος της χώρας μας και τις αρνητικές εξελίξεις στο εμπορικό ισοζύγιο.

Εξετάζοντας το νομοθετικό πλαίσιο, ελληνικό και ευρωπαϊκό, μπορεί να συμπεράνει κάποιος ότι δίνονται κίνητρα και γίνονται αξιόλογες προσπάθειες ενδυνάμωσης του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, περισσότερο στοχευμένες σε ευρωπαϊκό επίπεδο και λιγότερο στοχευμένες σε εθνικό επίπεδο. Η πρόσφατη υλοποίηση του προγράμματος «Ένδυση και υπόδηση: νέες προοπτικές» στα πλαίσια του ΕΣΠΑ και πιθανότατα ο νέος αναπτυξιακός νόμος, συνιστούν σημαντικές αλλαγές στη στόχευση της εγχώριας πολιτικής για τον κλάδο κατασκευής ειδών ένδυσης. Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι νομοθετικές πρωτοβουλίες που είναι σε ισχύ αποτελούν αναγκαία συνθήκη (στο βαθμό που θα αξιοποιηθούν για τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό της παραγωγής και τη βελτίωση της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος) και ικανή για την τόνωση του κλάδου και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς του, όμως η αποτελεσματικότητά τους περιορίζεται σημαντικά από το γενικότερο θεσμικό περιβάλλον (π.χ. φορολογικό περιβάλλον και γραφειοκρατία).

Η μελέτη των χρηματοοικονομικών στοιχείων του κλάδου, με τη βοήθεια δημοσιευμένων ισολογισμών των εταιρειών του, επιβεβαιώνει ότι οι προσπάθειες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης είναι επιβεβλημένες από την εικόνα των εταιρειών του κλάδου και τη γενικότερη πορεία αυτού. Χρησιμοποιώντας πέντε χρηματοοικονομικούς δείκτες (απόδοση ενεργητικού, απόδοση ιδίων κεφαλαίων, ρευστότητα, δανειακή πίεση και καθαρό κέρδος) καταλήγουμε στο συμπέρασμα, ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου παρουσιάζουν φθίνουσα πορεία διαχρονικά στους περισσότερους δείκτες που υπολογίστηκαν (μειώνονται οι αποδόσεις του ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων, ενώ αυξάνεται η δανειακή επιβάρυνση και μειώνεται το καθαρό περιθώριο κέρδους), εξέλιξη που δεν ξενίζει, αν ληφθεί υπόψη ο έντονος ανταγωνισμός που υφίστανται οι επιχειρήσεις του κλάδου από το εξωτερικό και ειδικά από τρίτες χώρες. Μόνο ο δείκτης ρευστότητας δείχνει βελτιωμένος, αλλά και σε αυτή την περίπτωση πρέπει

να είναι κάποιος πολύ προσεκτικός ως προς τα συμπεράσματα στα οποία θα καταλήξει.

Μιας και το ενδιαφέρον της εργασίας εστιάζεται στον ανταγωνισμό που επικρατεί μεταξύ των επιχειρήσεων του συγκεκριμένου κλάδου, με βάση το δείγμα μας υπολογίσαμε για κάθε έναν υποκλάδο κατασκευής ειδών ένδυσης τα μερίδια αγοράς, την αξία των πωλήσεων, τα καθαρά κέρδη και πέντε δείκτες συγκέντρωσης. Από άποψη πωλήσεων, ο υποκλάδος κατασκευής άλλων εξωτερικών ενδυμάτων (14.13) έρχεται πρώτος στο δείγμα μας, καθώς αντιπροσωπεύει τα 2/3 περίπου των συνολικών πωλήσεων και διαχρονικά η δυναμικότητά του διατηρείται σχετικά σταθερή. Ακολουθεί ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων (14.14) με μερίδιο που σταδιακά συρρικνώνεται. Οι υποκλάδοι που φαίνεται να επεκτείνονται είναι η κατασκευή δερμάτινων ενδυμάτων (14.11), η κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης (14.19), η κατασκευή γούνινων ειδών (14.20) και η κατασκευή ειδών καλτσοποιίας (14.31). Όσον αφορά στην ένταση του ανταγωνισμού στους επιμέρους υποκλάδους, παρατηρούμε ότι μεταξύ των περισσότερο ανταγωνιστικών κλάδων είναι –με κατάταξη από τον περισσότερο στον λιγότερο ανταγωνιστικό– οι υποκλάδοι 14.13, 14.20, 14.39 (κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ) και 14.14, με την τιμή του HHI να βρίσκεται σταθερά κάτω από το 10%, ενώ καταγράφεται περαιτέρω αποκλιμάκωσή του διαχρονικά. Αντίθετα, οι υποκλάδοι με σχετικά υψηλή συγκέντρωση εμφανίζονται να είναι οι 14.11, 14.31, 14.12 (κατασκευή ενδυμάτων εργασίας) και 14.19, όπου η τιμή του δείκτη HHI κυμαίνεται από 19% έως 48% περίπου, εμφανίζοντας στην πλειονότητα των υποκλάδων αύξηση διαχρονικά.

Επομένως, όσον αφορά στο επίπεδο ανταγωνισμού στον κλάδο ειδών ένδυσης, όλα τα στοιχεία συνηγορούν στο συμπέρασμα ότι στους μισούς περίπου υποκλάδους υπάρχει ικανοποιητικός βαθμός ανταγωνισμού (βάσει HHI), ενώ στους υπόλοιπους η συγκέντρωση δεν είναι τέτοια που να δικαιολογεί τιμές υψηλότερες από το οριακό κόστος. Επιπλέον, αν χρησιμοποιηθούν οι δείκτες συγκέντρωσης που στηρίζονται στα μερίδια αγοράς, τότε το μερίδιο αγοράς των δύο μεγαλύτερων βάσει πωλήσεων επιχειρήσεων υπολείπεται, κατά κανόνα, σημαντικά του 50% σε όλους τους υποκλάδους. Αυτό σημαίνει ότι στην πλειονότητά τους φαίνεται να υπάρχει ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων. Ακόμη, στον ανταγωνισμό μεταξύ των εγχώριων επιχειρήσεων πρέπει να προστεθεί ο ανταγωνισμός των εισαγωγών, ο οποίος σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία είναι έντονος. Η απάντηση των ελληνικών επιχειρήσεων μέχρι σήμερα περιορίζεται στη μεταφορά μέρους ή ολόκληρης της παραγωγικής διαδικασίας σε γειτονικές χώρες με φθηνότερο εργατικό δυναμικό.

Με βάση την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, είναι έκδηλη η αδυναμία του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης να ανταγωνιστεί τις εισαγωγές, ενώ το εμπορικό έλλειμμα φαίνεται να προέρχεται κυρίως από τις συναλλαγές με χώρες της ΕΕ27 και όχι με τρίτες χώρες, όπως θα περίμενε κάποιος. Αυτό είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον, καθώς είναι διάχυτη η αντίληψη ότι, επειδή η κατασκευή ειδών

ένδυσης είναι κλάδος έντασης εργασίας, ο ανταγωνισμός και τα δεινά των ελληνικών επιχειρήσεων προέρχονται κυρίως από χώρες με φθηνό εργατικό δυναμικό, όμως οι χώρες-μέλη της ΕΕ27 δεν είναι κατά κανόνα τέτοιες χώρες (πιθανή εξαίρεση αποτελούν τα νέα κράτη-μέλη). Μια εύλογη ερμηνεία είναι ότι οι κανόνες του παιχνιδιού έχουν αλλάξει, οπότε αυτό που έχει σημασία είναι λιγότερο η τιμή και περισσότερο κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα η σχεδίαση, η επωνυμία, η ποιότητα, οι τεχνικές προώθησης, τα δίκτυα διανομής κτλ. που χαρακτηρίζουν τα προϊόντα από την ΕΕ27.

Λαμβάνοντας υπόψη την πληθυσμιακή σύσταση της χώρας μας σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση που βρίσκεται σε εξέλιξη και την καθίζηση της κατανάλωσης, προκύπτει αβίαστα ότι ίσως μοναδική διέξοδος των επιχειρήσεων του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης είναι η αλλαγή στόχευσης με την αναζήτηση νέων αγορών για τα προϊόντα τους πέρα από την εγχώρια αγορά. Για να γίνει όμως αυτό, οι επιχειρήσεις πρέπει να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές, όχι μόνο σε επίπεδο κόστους παραγωγής, όπου πρέπει να υιοθετηθούν νέες μέθοδοι παραγωγής και οργάνωσης ίσως με τη συμβολή-βοήθεια του κράτους, αλλά κυρίως στοχεύοντας στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων τους και στην κάλυψη των σύγχρονων αναγκών των καταναλωτών. Επιπλέον, λαμβάνοντας υπόψη τα παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων του κλάδου που κατάφεραν να διευρύνουν τα μερίδιά τους στην αγορά και τα κέρδη τους, φαίνεται ότι η επέκταση των δραστηριοτήτων στο εξωτερικό, η παράλληλη «καθετοποίηση» με τη λειτουργία καταστημάτων λιανικής και οι επιτυχημένες μέθοδοι προώθησης για τη διαμόρφωση ενός ισχυρού σήματος (brand name) αποτελούν μεθόδους που μπορούν να συμβάλλουν στην επιτυχία.

10.1. Εισαγωγή

Ο κλάδος της ένδυσης, όπως και ο συγγενής κλάδος της κλωστοϋφαντουργίας, είναι σχετικά υψηλής έντασης εργασίας και συνιστά μία από τις κυριότερες οικονομικές δραστηριότητες σε όρους παραγωγής, απασχόλησης και εξαγωγών τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ. Παρά το γεγονός ότι δεν εντάσσεται στους κλάδους υψηλής τεχνολογίας, η σύγχρονη πραγματικότητα απελευθέρωσης των εμπορικών συναλλαγών και έντασης του διεθνούς ανταγωνισμού δημιουργεί μοιραία την ανάγκη καινοτομιών σε επίπεδο μεθόδου παραγωγής, προϊόντων και μεθόδων οργάνωσης.

Η Ελλάδα υπήρξε παραδοσιακά χώρα παραγωγής και όχι δημιουργίας μόδας. Αυτό συνέβη διότι το υψηλότερο εργατικό κόστος που είχαν οι αναπτυγμένες χώρες συγκριτικά με αυτό που είχαν οι αναπτυσσόμενες, όπως η Ελλάδα, οδήγησαν στη μετατόπιση της παραγωγής από τις πρώτες στις δεύτερες, είτε με τη μορφή άμεσων ξένων επενδύσεων από τις αναπτυγμένες στις αναπτυσσόμενες χώρες, είτε με τη μέθοδο της υπεργολαβίας (φασόν) και τη μεταφορά τεχνογνωσίας και τεχνολογίας προς την αναπτυσσόμενη χώρα.

Βασική παράμετρος στην οποία στηρίχθηκε η ανάπτυξη της ελληνικής βιομηχανίας-βιοτεχνίας έτοιμου ενδύματος ήταν το φθηνό κόστος παραγωγής, το

οποίο την έκανε ανταγωνιστική. Επιπλέον, οι σχετικά μικρές απαιτήσεις σε κεφάλαιο για τη δημιουργία μιας βιώσιμης μονάδας και η ανάπτυξη του θεσμού του φασόν οδήγησαν τη χώρα μας στη δημιουργία «μικρών» μονάδων. Αυτό το προφίλ των ελληνικών επιχειρήσεων ένδυσης άλλαξε μόλις τα τελευταία χρόνια, εξέλιξη που επιβλήθηκε από μια σειρά ραγδαίων μεταβολών σε διεθνές επίπεδο, ήδη από τα μέσα της δεκαετίας του 1980, όπως είναι η «προαγωγή» της Ελλάδας σε αναπτυγμένη χώρα, η δραματική αύξηση του εισαγόμενου έτοιμου ενδύματος και ο έντονος ανταγωνισμός από χώρες με πολύ χαμηλό εργατικό κόστος (π.χ. Κίνα, Ινδία) σε συνδυασμό με την απώλεια του εργαλείου της υποτίμησης του εθνικού νομίσματος μετά την υιοθέτηση του ευρώ το 2001 που περιόρισε τα περιθώρια ελιγμών, έστω και με βραχυπρόθεσμα οφέλη.

Ο κλάδος τα τελευταία χρόνια έχει συρρικνωθεί σημαντικά και, συγκεκριμένα, το διάστημα της τελευταίας δεκαπενταετίας, οι παραγωγικές επιχειρήσεις έχουν μειωθεί στο μισό, χωρίς ωστόσο να μειώνεται η σχετική σημασία του κλάδου της ένδυσης στο σύνολο της ελληνικής βιομηχανίας. Η υποκατηγορία που φαίνεται ότι υπέστη τη μεγαλύτερη μείωση αφορά στις παραγωγικές μονάδες έτοιμου ενδύματος, ιδιαίτερα αυτές που δραστηριοποιούνταν στην υπεργολαβία ορισμένων τμημάτων της παραγωγικής διαδικασίας και οφείλεται στη μεταφορά μέρους ή ολόκληρης της παραγωγικής διαδικασίας σε γειτονικές βαλκανικές χώρες, λόγω της γεωγραφικής τους θέσης (εγγύτητα) και λόγω του χαμηλότερου εργατικού κόστους σε σύγκριση με την Ελλάδα.

Ωστόσο, η χώρα μας σήμερα βρίσκεται ξανά αντιμέτωπη με το πρόβλημα επιβίωσης του κλάδου της ένδυσης. Ένα πρόβλημα που σε μεγάλο βαθμό σχετίζεται με τη διάθεση και την ικανότητα των ελληνικών επιχειρήσεων να επεκταθούν στο εξωτερικό αναζητώντας νέες αγορές για τα προϊόντα τους, την πρόθεση του ελληνικού κράτους να ασκήσει κλαδική πολιτική για τη στήριξη τέτοιων προσπαθειών, καθώς και τη λειτουργία του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων στην εγχώρια αγορά που θα τις προετοιμάσει για το εξαιρετικά απαιτητικό διεθνές πεδίο δράσης.

Η εργασία αυτή αποσκοπεί στη μελέτη του επιπέδου του ανταγωνισμού που επικρατεί στον κλάδο κατασκευής ειδών ένδυσης (κλάδος 14, βάσει ΣΤΑΚΟΔ-2008).

10.2. Ο κλάδος της ένδυσης

10.2.1. Σύντομη ιστορική αναδρομή

Η μετατροπή της κατασκευής ειδών ένδυσης από βιοτεχνική σε βιομηχανική δραστηριότητα έγινε μεταπολεμικά μετά την επίδραση τεσσάρων παραγόντων. Πρώτον, η σταδιακή αύξηση της ζήτησης για βιομηχανοποιημένο ένδυμα μετά τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο διεθνοποίησε τη βιομηχανία ένδυσης από το τέλος της δεκαετίας του 1950. Δεύτερον, οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις συμπαρέσυραν και τον κλάδο της ένδυσης. Τρίτον, οι εξελίξεις στον τομέα των μεταφορών και επικοινωνιών συνέβαλλαν στη μείωση του κόστους

και στην άρση ορισμένων μη οικονομικών εμποδίων που σχετίζονταν με την απόσταση και αποθάρρυναν το εμπόριο ετοίμου ενδύματος. Τέταρτον, η εφαρμογή της τεχνολογίας των συνθετικών ινών και άλλες εξελίξεις στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας επηρέασαν έμμεσα τον τομέα της ένδυσης μέσω της παροχής καλύτερης και φθηνότερης πρώτης ύλης.

Τη δεκαετία του 1950 οι αναπτυσσόμενες χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, διέθεταν εργατικό δυναμικό με χαμηλό βαθμό ειδίκευσης και κατά τα πρώτα στάδια της εκβιομηχάνισής τους είχαν συγκριτικό πλεονέκτημα σε προϊόντα των οποίων η παραγωγή προϋποθέτει μεγάλες ποσότητες ανειδίκευτης εργασίας, είναι δηλαδή εντάσεως εργασίας, όπως η κατασκευή ειδών ένδυσης. Συνάμα, οι αναπτυγμένες χώρες εισήγαγαν τα προϊόντα αυτά αποτελώντας ασφαλείς αγορές για τις αναπτυσσόμενες. Τη δεκαετία του 1960 το εμπόριο έτοιμου ενδύματος αυξήθηκε σημαντικά, ενώ τότε ξεκίνησαν οι πρώτες προσπάθειες φιλελευθεροποίησης του εμπορίου στα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και στο έτοιμο ένδυμα και θέσπισης γενικών κανόνων για την ομαλή διεξαγωγή και ανάπτυξη του εμπορίου (π.χ. μακροχρόνια συμφωνία διεθνούς εμπορίου στα υφαντουργικά προϊόντα από βαμβάκι).

Η εισαγωγή και η χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών τη δεκαετία του 1970 αποτέλεσε τη σημαντικότερη τεχνολογική εξέλιξη για τη βιομηχανία της ένδυσης, καθώς όλες οι υπόλοιπες καινοτομίες περιορίζονταν στη βελτίωση της αποδοτικότητας των παραδοσιακών μηχανημάτων. Εμφανή θετικά αποτελέσματα υπήρχαν στο χρόνο παραγωγής και στην ακρίβεια εκτέλεσης των παραγγελιών. Όμως, οι δύο πετρελαϊκές κρίσεις οδήγησαν στη συγκέντρωση της παραγωγής (κάθετα και οριζόντια), στη συγκρότηση μεγάλων βιομηχανικών μονάδων και στην έντονη κρατική παρέμβαση (επιδοτήσεις και προστασία) με στόχο την επιβίωση του κλάδου. Έτσι, η δομή της βιομηχανίας ένδυσης άλλαξε και, σε διεθνές επίπεδο, οι μεγάλες μονάδες του κλάδου άρχισαν να ελέγχουν ένα σημαντικό μέρος των πωλήσεων. Ωστόσο, παρά τις όποιες προσπάθειες, η παραγωγή ενδυμάτων παρέμεινε σχεδόν στάσιμη και η απασχόληση στον κλάδο μειώθηκε. (Κουτσού, 2006)

Η επόμενη δεκαπενταετία (1980-1995) οδηγεί σε άνθηση της βιομηχανίας ένδυσης στις αναπτυσσόμενες χώρες που εκμεταλλεύονται το πλεονέκτημα του φθηνού εργατικού δυναμικού και συγκροτούν μικρές και μεσαίου μεγέθους μονάδες, οι περισσότερες οικογενειακού χαρακτήρα. Η επιλογή αυτή υπαγορεύτηκε από τις γρήγορες μεταβολές της μόδας που απαιτούσαν ευέλικτες και εύκολα προσαρμόσιμες επιχειρήσεις. Ωστόσο, προς την αντίθετη κατεύθυνση της συγκέντρωσης, δηλαδή της δημιουργίας μεγάλων βιομηχανικών μονάδων ένδυσης, λειτούργησαν οι αλλαγές στην τεχνολογία, καθώς η αυτοματοποίηση σταδίων της παραγωγής άφησε στο περιθώριο τις επιχειρήσεις που δεν επένδυσαν σε τεχνολογικό εξοπλισμό (κυρίως μικρές μονάδες). Επιπλέον, οι οικονομίες κλίμακας σε διάφορες δραστηριότητες της επιχείρησης, όπως είναι μεταξύ άλλων η διαφήμιση, η χρηματοδότηση, η αγορά πρώτων υλών και ο έλεγχος ποιότητας των προϊόντων διαμόρφωσαν μια τάση που ευνοούσε τη

λειτουργία μεγάλων επιχειρήσεων με μικρές παραγωγικές μονάδες και κοινοπραξιών με πολλά υποκαταστήματα σε διάφορες περιοχές.

Ειδικά στην Ελλάδα, η πτωτική πορεία της παραγωγής της βιομηχανίας ενδυμάτων ξεκίνησε στα μέσα της δεκαετίας του 1980 μετά την κατάργηση των εξαγωγικών επιδοτήσεων και της προστασίας των προϊόντων ένδυσης και κλωστοϋφαντουργίας από εισαγωγές. Η πτώση συνεχίστηκε τη δεκαετία του 1990 και είχε ως συνέπεια τη σταδιακή μείωση της απασχόλησης, αλλά χωρίς υποχώρηση στο μερίδιο του κλάδου της ένδυσης στις εξαγωγές της χώρας. Την τελευταία δεκαπενταετία διεκόπη ή μεταφέρθηκε σε γειτονικές χώρες η παραγωγή ετοίμων ενδυμάτων και υποδημάτων με τη μέθοδο του φασόν[1], καθώς μετά το 1995 ο ανταγωνισμός κυρίως από την Κίνα και άλλες χώρες χαμηλού εργατικού κόστους εντάθηκε δραματικά στα πλαίσια της πλήρους απελευθέρωσης του παγκόσμιου εμπορίου και παρά τους ποσοτικούς περιορισμούς που επιβάλλονταν σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) κατά καιρούς, όπως θα δούμε στη συνέχεια.

10.2.2. Παρουσίαση του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης

Ο κλάδος εντάσσεται στο δευτερογενή τομέα της οικονομίας (μεταποίηση), καθώς τα προϊόντα του είναι αποτέλεσμα σημαντικής επεξεργασίας της πρώτης ύλης, η οποία αποτελεί ίσως τη βασικότερη εισροή στην παραγωγική διαδικασία. Ο κλάδος της κατασκευής ειδών ένδυσης περιλαμβάνει κάθε ραπτική δραστηριότητα (έτοιμα ενδύματα ή ενδύματα κατόπιν παραγγελίας), με κάθε υλικό και κάθε είδος ένδυσης, καθώς και εξαρτήματα ένδυσης (αξεσουάρ). Έτσι, με βάση το τελικό προϊόν, μπορούμε να διακρίνουμε ενδύματα που στοχεύουν σε άνδρες, γυναίκες ή παιδιά. Επίσης, με βάση την ενδυματολογία-χρήση, τα προϊόντα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε εξωτερικά (π.χ. παντελόνια) και εσωτερικά ενδύματα (π.χ. κάλτσες). Από την άλλη πλευρά, αν χρησιμοποιηθεί ως κριτήριο η πρώτη ύλη, τότε μπορούμε να διακρίνουμε τα ενδύματα σε γούνινα, βαμβακερά, πλεκτά, δερμάτινα κτλ.

Σύμφωνα με τη στατιστική ταξινόμηση της ΣΤΑΚΟΔ-2008, ο κλάδος κατασκευής ειδών ένδυσης περιλαμβάνει τους υποκλάδους που παρουσιάζονται στον Πίνακα 10.1.

[1] Με τη μέθοδο του φασόν οι εταιρείες των αναπτυγμένων χωρών διασπούν τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, αναθέτοντας τα «εργατοβόρα» στάδια σε εταιρείες που λειτουργούν σε αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος. Ο σχεδιασμός και η κοπή γίνεται συνήθως στη χώρα που βρίσκεται η εταιρεία, ενώ η ραφή γίνεται για λογαριασμό της σε χώρες χαμηλού εργατικού κόστους. Η παροχή της τεχνογνωσίας και της τεχνολογίας από την πρώτη εταιρεία στη δεύτερη αφορά στον καθορισμό του σχεδίου και της μόδας, καθώς και στον ποιοτικό έλεγχο του προϊόντος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.1
Στατιστική ταξινόμηση του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης

Κωδικός	Περιγραφή
14	Κατασκευή ειδών ένδυσης
14.1	Κατασκευή ειδών ένδυσης, εκτός από γούνινα ενδύματα
14.11	Κατασκευή δερμάτινων ενδυμάτων
14.12	Κατασκευή ενδυμάτων εργασίας
14.13	Κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων
14.14	Κατασκευή εσωρούχων
14.19	Κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης
14.2	Κατασκευή γούνινων ειδών
14.3	Κατασκευή πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ
14.31	Κατασκευή ειδών καλτσοποιίας απλής πλέξης και πλέξης κροσέ
14.39	Κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΣΤΑΚΟΔ-2008.

10.2.3. Βασικά μεγέθη του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης

Ο κλάδος κατασκευής ειδών ένδυσης συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό κλάδο της ελληνικής οικονομίας, παρά τη φθίνουσα πορεία που ακολουθεί την τελευταία δεκαετία. Ο Πίνακας 10.2 παρουσιάζει την εξέλιξη του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος σε τρέχουσες τιμές στη δεύτερη στήλη και το ρυθμό μεταβολής του πραγματικού ΑΕΠ (αν αφαιρεθεί η επίπτωση του πληθωρισμού) στην τρίτη στήλη. Προκύπτει, λοιπόν, ότι το ΑΕΠ αυξανόταν κατά μέσο όρο με ρυθμό μεγαλύτερο του 4% ετησίως την περίοδο 2000-2008 με αποκορύφωμα την περίοδο 2002-2003, οπότε η αύξηση έφτασε το 5,6%. Η συμβολή της μεταποίησης στο ΑΕΠ διαχρονικά φαίνεται να διατηρείται σε ίδια επίπεδα και λίγο κάτω από το 10%, δηλαδή περίπου ένα ευρώ ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας από τα δέκα που παράγονται στη χώρα προέρχεται από τη μεταποίηση. Όσον αφορά στη συμβολή του κλάδου της ένδυσης όμως, βρίσκεται σταθερά κάτω του 1% και βαίνει μειούμενη για να καταλήξει λίγο κάτω από το 0,4% το 2008. Η μειούμενη συνεισφορά στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία αντικατοπτρίζει το πλήγμα που έχει δεχθεί η ελληνική βιομηχανία ένδυσης τα τελευταία δεκαπέντε έτη από τον ανταγωνισμό τρίτων χωρών (εκτός ΕΕ) που βασίζουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα κυρίως στο χαμηλό μισθολογικό κόστος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.2
Εξέλιξη Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) και ποσοστιαία συμβολή του κλάδου της ένδυσης

Έτος	ΑΕΠ[1]	Μεταβολή του ΑΕΠ (%)	Συμβολή στο ΑΕΠ της μεταποίησης (%) [2]	Συμβολή στο ΑΕΠ της βιομηχανίας της ένδυσης (%)
2000	136.281	4,5	9,8	0,8
2001	146.428	4,2	9,3	0,7
2002	156.615	3,4	9,1	0,7
2003	172.431	5,6	8,6	0,7
2004[3]	185.813	4,9	8,9	0,6
2005[3]	195.366	2,9	9,3	0,6
2006[3]	210.459	4,5	9,0	0,5
2007[3]	226.437	4,0	9,2	0,5
2008[3]	239.141	2,9	9,8	0,4

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ και τρέχουσες τιμές.
[2] Ρυθμός μεταβολής πραγματικού ΑΕΠ.
[3] Προσωρινά στοιχεία.
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ και World Bank, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η μείωση της σημασίας του κλάδου της ένδυσης στην ελληνική οικονομία φαίνεται και από τον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτόν. Ο Πίνακας 10.3 παρουσιάζει τον αριθμό των επιχειρήσεων του κλάδου, όπως αυτός προκύπτει από δύο διαφορετικές πηγές. Η δεύτερη στήλη παραθέτει στοιχεία από την Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat) και ο ορισμός του κλάδου είναι ευρύτερος, καθώς περιλαμβάνει το σύνολο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην κλωστοϋφαντουργία και την ένδυση. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ο αριθμός των επιχειρήσεων να εμφανίζεται διαχρονικά αυξανόμενος. Η τρίτη στήλη όμως, που χρησιμοποιεί δεδομένα από το ΙΚΑ και τις μελέτες του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πλεκτικής & Ετοίμου Ενδύματος Ελλάδος (ΣΕΠΕΕ), δείχνει μια άλλη εικόνα του κλάδου, με τον αριθμό των επιχειρήσεων να μειώνεται συνεχώς και από 3.523 επιχειρήσεις το 2005 να καταλήγει σε 2.980 επιχειρήσεις το 2008. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι οι αριθμοί αυτοί αναφέρονται σε επιχειρήσεις που απασχολούν τουλάχιστον ένα άτομο με σχέση εξαρτημένης εργασίας, άρα υποεκτιμούν τον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, εφόσον δεν προσμετρούν τις οικογενειακές επιχειρήσεις που δεν απασχολούν κανένα εργαζόμενο πέρα από τα μέλη της οικογένειας και τους αυτοαπασχολούμενους. Για παράδειγμα, σύμφωνα με τη μελέτη του ΣΕΠΕΕ (2006) το 2006 οι επιχειρήσεις του κλάδου υπολογίζονταν σε 6.000 συνολικά (έναντι 3.652 που εμφανίζονται στα μητρώα του ΙΚΑ).

Σύμφωνα με τις μελέτες του ΣΕΠΕΕ (2007, 2008, 2009), οι περισσότερες επιχειρήσεις στον κλάδο της ένδυσης βρίσκονται εγκατεστημένες στις περιφέρειες της Αττικής και της Κεντρικής Μακεδονίας (περίπου το 84% το 2008[2]), ενώ ακολουθεί η Δυτική Μακεδονία. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις στην περιφέρεια της Αττικής φαίνεται να απασχολούν λιγότερους εργαζομένους

[2] Οι αριθμοί είναι αντίστοιχοι και για τα προηγούμενα έτη, καθώς ο αριθμός των επιχειρήσεων κατά γεωγραφική περιφέρεια μεταβάλλεται ελάχιστα διαχρονικά.

συγκριτικά με το μέσο όρο της χώρας. Αυτό μπορεί να οφείλεται είτε στη μικρότερη παραγωγική δυναμικότητα των επιχειρήσεων στην Αττική, είτε στην υποκατάσταση εργασίας με κεφάλαιο (λιγότερο έντασης εργασίας συγκριτικά με επιχειρήσεις στην περιφέρεια), δηλαδή σε υψηλότερη παραγωγικότητα λόγω υιοθέτησης τεχνολογικών καινοτομιών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.3

Αριθμός επιχειρήσεων στον κλάδο

Έτος	Αριθμός επιχ.[1]	Αριθμός επιχ.[2]
2003	12.567	-
2004	12.519	-
2005	12.689	3.523
2006	12.742	3.652
2007	12.759	3.549
2008	-	2.980

[1] *Πηγή*: Eurostat.

[2] *Πηγή*: Ετήσιες κλαδικές μελέτες του ΣΕΠΕΕ (2007, 2008, 2009) με στοιχεία από το ΙΚΑ.

Ο κλάδος της ένδυσης είναι σημαντικός για την ελληνική οικονομία, εν μέρει επειδή αποτελεί έναν κλάδο εντάσεως εργασίας. Έτσι, με βάση τη δεύτερη στήλη του Πίνακα 10.4 οι εργαζόμενοι στον κλάδο της ένδυσης ανέρχονται σε 42.964 το 2008 από τους οποίους οι 31.437 είναι μισθωτοί. Προκειμένου να υπάρχει ένα μέτρο σημαντικότητας του κλάδου στο σύνολο της απασχόλησης, η τέταρτη και η πέμπτη στήλη αναφέρουν ποσοστά ως προς το σύνολο της οικονομίας. Περίπου το 1% των εργαζομένων στη χώρα απασχολείται στη βιομηχανία της ένδυσης. Αυτό που προκαλεί αρνητικές εντυπώσεις και συνάδει με τη μείωση της σημασίας του κλάδου διαχρονικά είναι η σταδιακή μείωση των ποσοστών τη δεκαετία του 2000. Έτσι, το ποσοστό των μισθωτών που απασχολούνται στον κλάδο της ένδυσης μειώθηκε από 2,2% το 2000 κοντά στο 1% το 2008. Αντίθετα, οι κατά κεφαλήν αποδοχές (στήλες έξι και επτά προς στήλες δύο και τρία αντίστοιχα[3]) τόσο των απασχολούμενων συνολικά όσο και των μισθωτών αυξήθηκαν διαχρονικά, αντανακλώντας αύξηση του εργατικού κόστους για τις επιχειρήσεις και μείωση της ανταγωνιστικότητας.[4]

Όσον αφορά στη σύνθεση κατά φύλο των εργαζομένων στον κλάδο της ένδυσης οι περισσότεροι εργαζόμενοι είναι γυναίκες, αν και το ποσοστό εμφανίζει διαχρονικά μείωση (π.χ. 61,7% το 2008, 62,2% το 2007, 65,7% το 2006). Τέλος, σχετικά με τη γεωγραφική κατανομή των εργαζομένων φαίνεται ότι περισσότερο εξαρτώμενη από τον κλάδο της ένδυσης είναι η περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας, καθώς εμφανίζει τους περισσότερους εργαζόμενους στον κλάδο (42,6% το 2008, 43,2% το 2007 και 41,3% το 2006). (ΣΕΠΕΕ, 2007· ΣΕΠΕΕ, 2008· ΣΕΠΕΕ, 2009)

[3] Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι ετήσιες αποδοχές των απασχολούμενων/μισθωτών αυξήθηκαν από 8.545/8.914 ευρώ το 2000 σε 11.056/11.706 ευρώ το 2008.

[4] Αν και οι αποδοχές είναι σε τρέχουσες τιμές, άρα δεν λαμβάνουν υπόψη τον πληθωρισμό, ωστόσο η αύξηση συνεχίζει να υφίσταται και μετά τη διόρθωση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.4

Απασχολούμενοι, μισθωτοί και αμοιβές

Έτος	Απασχο-λούμενοι	Μισθωτοί	Απασχολ. (% επί συνόλου)	Μισθωτών (% επί συνόλου)	Αποδοχές απασχολ.[1]	Αποδοχές μισθωτών[1]
2000	71.855	56.878	1,7	2,2	614	507
2001	63.610	49.002	1,5	1,9	438	357
2002	60.384	46.378	1,4	1,7	559	450
2003	58.347	45.340	1,3	1,6	557	464
2004[2]	50.509	37.166	1,1	1,3	476	385
2005[2]	49.604	36.621	1,1	1,3	470	376
2006[2]	48.354	35.381	1,0	1,2	474	374
2007[2]	44.252	32.379	0,9	1,1	461	352
2008[2]	42.964	31.437	0,9	1,0	475	368

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ και τρέχουσες τιμές.
[2] Προσωρινά στοιχεία.
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο Πίνακας 10.5 παρέχει πληροφορίες με τη μορφή δεικτών. Έτσι, ο δείκτης απασχόλησης δείχνει τη σταδιακή μείωση της απασχόλησης στον κλάδο της ένδυσης που οδηγεί σε μείωση των συνολικών ωρών εργασίας, άρα μείωση της χρήσης του συντελεστή εργασία, η οποία αναμένεται να οδηγήσει σε μείωση της παραγωγής, εκτός αν αντισταθμίζεται από την αύξηση της χρήσης κεφαλαίου (υποκατάσταση εργασίας με κεφάλαιο), και μείωση των συνολικών μισθών και ημερομισθίων που καταβάλλονται διαχρονικά. Ειδικότερα, ο δείκτης της απασχόλησης μειώθηκε από 137,5 το 2000 σε 89,1 το 2008 με βάση αναφοράς το 2005, οι συνολικές ώρες εργασίας σημείωσαν ακόμη μεγαλύτερη κάμψη, από 145,5 το 2000 στο 89,5 το 2008, ενώ το σύνολο των μισθών και ημερομισθίων σχεδόν υποδιπλασιάστηκαν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.5

Δείκτες απασχόλησης, ωρών εργασίας, μισθών και ημερομισθίων(2005=100)

Έτος (β΄ τρίμηνο)	Απασχόληση	Ώρες εργασίας	Μισθοί και ημερομίσθια
2000	137,5	145,5	173,4
2001	128,4	132,6	126,5
2002	117,6	122,0	157,1
2003	127,1	132,5	160,3
2004	99,2	97,7	134,1
2005	100,1	100,3	98,9
2006	98,4	99,4	99,1
2007	90,8	90,5	90,6
2008	89,1	89,5	92,0

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού (ΕΕΔ).

10.3. Προσφορά

10.3.1. Παραγωγή

Ο Πίνακας 10.6 παρουσιάζει την ακαθάριστη αξία παραγωγής του κλάδου της ένδυσης από το 2000. Όπως είναι φανερό και αναμενόμενο με βάση τη μείωση τόσο της απασχόλησης όσο και των ωρών εργασίας που καταγράφηκαν

ως τώρα, η αξία της ακαθάριστης αξίας παραγωγής φθίνει διαχρονικά και φτάνει το 2008 στα 1.690 εκατομμύρια ευρώ. Η μείωση της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας όμως είναι μικρότερη αναλογικά, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η βασική πηγή μείωσης της ακαθάριστης αξίας παραγωγής είναι η μείωση στην αξία των ενδιάμεσων εισροών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.6
Αξία παραγωγής

Έτος	Ακαθάριστη αξία παραγωγής[1]	Ενδιάμεσες εισροές[1]	Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία[1]
2000	2.455	1.484	971
2001	2.420	1.522	898
2002	2.355	1.357	998
2003	2.434	1.400	1.034
2004	1.915	998	917
2005	2.046	1.035	1.011
2006	1.718	860	858
2007	1.906	993	913
2008	1.690	882	807

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ και τρέχουσες τιμές.
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Ο Πίνακας 10.7 προχωρά ένα βήμα παραπέρα και παρουσιάζει τη συνολική αξία παραγωγής την περίοδο 2000-2008 για κάθε υποκλάδο της βιομηχανίας ένδυσης ως ποσοστό της συνολικής παραγωγής του κλάδου. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων (14.14) κυριαρχεί των άλλων με ποσοστό που διατηρείται πάνω από το 40% της αξίας της συνολικής παραγωγής του κλάδου διαχρονικά, ενώ έφτασε μέχρι και το 65% περίπου το 2005.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.7
Αξία παραγωγής κατά υποκλάδο (% επί του συνόλου)

Κλάδος / Έτος	14.11	14.12	14.13	14.14	14.19	14.2	14.31	14.39
2000	:	1,3	17,6	44,3	5,2	4,0	5,8	21,8
2001	:	1,5	20,4	47,2	6,7	4,3	4,1	15,8
2002	:	1,2	18,7	55,0	7,5	4,4	2,4	10,9
2003	0,0	1,0	18,4	55,2	6,6	4,3	5,8	8,8
2004	0,0	1,5	19,8	51,4	5,9	5,5	8,9	7,2
2005	0,1	0,9	14,5	65,1	5,0	5,3	5,4	3,7
2006	0,2	2,1	23,6	46,5	7,0	9,5	6,3	4,9
2007	0,1	2,1	24,4	46,9	4,1	10,0	7,8	4,6
2008	:	2,9	23,4	44,8	4,2	11,1	8,4	5,3

:= δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.
Πηγή: Eurostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Το γεγονός δεν θα πρέπει να προκαλεί έκπληξη καθώς, όπως ήδη αναφέρθηκε, ο υποκλάδος περιλαμβάνει εκτός από την κατασκευή εσωρούχων (ανδρικά και γυναικεία) και ενδυμάτων ύπνου (π.χ. πιτζάμες, νυχτικά) και την κατασκευή μιας σειράς άλλων ενδυμάτων όπως είναι –μεταξύ άλλων– τα πουκάμισα, τα μπλουζάκια (t-shirt), οι ρόμπες, οι μπλούζες, τα μεσοφόρια

(κομπινεζόν), οι στηθόδεσμοι και οι κορσέδες. Ακολουθούν σε σπουδαιότητα οι υποκλάδοι 14.13 (κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων) και 14.39 (κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ), οι οποίοι εναλλάσσονται σε κατάταξη διαχρονικά, με τον πρώτο να ισχυροποιείται και τελικά να σταθεροποιείται σε μερίδιο κοντά στο 23,5% και το δεύτερο να αποδυναμώνεται σταδιακά. Έτσι, το τελευταίο έτος για το οποίο υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία ο υποκλάδος κατασκευής γούνινων ειδών (14.20) είναι ο τρίτος σημαντικότερος και ακολουθεί ο υποκλάδος κατασκευής ειδών καλτσοποιίας απλής πλέξης και πλέξης κροσέ (14.31).

Η πορεία της παραγωγικής ικανότητας ενός κλάδου απεικονίζεται πληρέστερα με το δείκτη βιομηχανικής παραγωγής που παρουσιάζεται στον Πίνακα 10.8. Έχοντας ως χρονικό σημείο αναφοράς το έτος 2005, είναι σαφές ότι η συνολική παραγωγή του κλάδου (14) ακολούθησε πτωτική πορεία την περίοδο 2000-2008 και σχεδόν υποδιπλασιάστηκε (παρά την πρόσκαιρη αύξηση την περίοδο 2006-2007). Αν λάβουμε υπόψη ότι ο όγκος παραγωγής μειώθηκε την περίοδο 1995-2002 κατά περίπου 30% σύμφωνα με τη μελέτη της Κουτσού (2006), τότε συμπεραίνουμε ότι η εικόνα συνεχίζει να είναι εξίσου απογοητευτική και ιδιαίτερα ανησυχητική. Όσον αφορά στους επιμέρους υποκλάδους, αυτό που παρατηρείται είναι ραγδαία συρρίκνωση της παραγωγής στους υποκλάδους 14.13 (κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων), 14.19 (κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης) και 14.31 (κατασκευή ειδών καλτσοποιΐας απλής πλέξης και πλέξης κροσέ), όπου η παραγωγή το 2008 είναι λιγότερη από τη μισή εκείνης του 2000. Εκεί όμως που η εικόνα είναι απογοητευτική είναι στον υποκλάδο 14.39 (κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ) όπου η παραγωγή υποπενταπλασιάστηκε και κατέληξε το 2008 περίπου στο 41% της παραγωγής του 2005. Λιγότερο αρνητική είναι η εικόνα του υποκλάδου 14.14 (κατασκευή εσωρούχων), ενώ μόνο ο υποκλάδος 14.20 (κατασκευή γούνινων ειδών) παρουσιάζει οριακή αύξηση παραγωγής για το σύνολο της περιόδου. Ωστόσο, πρέπει να λάβει κάποιος υπόψη του ότι ένα μέρος της παραγωγής των ελληνικών επιχειρήσεων κάθε υποκλάδου μεταφέρθηκε σε γειτονικές χώρες προς εκμετάλλευση του φθηνότερου εργατικού κόστους. Αν η παραγωγή δεν είχε μεταφερθεί, τότε ίσως η εικόνα να ήταν διαφορετική, τουλάχιστον σε κάποιους υποκλάδους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.8

Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (2005=100)

Κλάδος[1] Έτος	14[2]	14.1[3]	14.13	14.14	14.19	14.2	14.3[4]	14.31	14.39
2000	151,5	155,2	215,3	115,1	127,9	100,3	139,9	88,7	211,1
2001	139,7	143,0	182,1	114,3	157,0	70,2	134,1	77,1	213,4
2002	126,1	127,6	130,5	121,6	175,5	79,5	126,4	92,5	173,6
2003	125,4	125,2	119,8	129,4	119,2	79,8	136,3	107,6	176,3
2004	119,3	119,7	121,1	119,2	114,2	73,5	126,0	106,9	152,6
2005	99,8	99,8	99,8	99,8	99,9	100,0	99,8	99,8	99,8
2006	91,4	93,7	102,1	88,3	87,5	99,3	76,1	85,6	62,9
2007	98,7	99,5	112,5	91,1	90,0	111,3	91,5	75,8	113,4
2008	82,1	87,7	100,0	81,3	61,6	105,3	43,0	44,2	41,4

[1]Οι υποκλάδοι 14.11 και 14.12 παραλείπονται, καθώς δεν υπάρχουν σχετικά διαθέσιμα στοιχεία [2]Σύνολο κλάδου [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12,14.13, 14.14 και 14.19, [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

Πηγή: Eurostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.3.2. Πωλήσεις

Ο κύκλος εργασιών (κοινώς οι πωλήσεις) αποτελεί έναν ακόμη δείκτη που επιτρέπει την αξιολόγηση της πορείας του κλάδου της ένδυσης. Ο Πίνακας 10.9 παρουσιάζει την εξέλιξη του δείκτη κύκλου εργασιών τη δεκαετία του 2000 για το σύνολο της εσωτερικής και εξωτερικής αγοράς. Αυτό που προκύπτει με μια πρώτη ματιά είναι ότι ο κύκλος εργασιών του κλάδου συρρικνώθηκε. Για παράδειγμα, για το σύνολο του κλάδου (στήλη 14) ο κύκλος εργασιών περιορίστηκε κατά περίπου 1/4 την περίοδο 2000-2008, παρά το γεγονός ότι ανέκαμψε οριακά το 2007. Σε γενικές γραμμές, το σύνολο των υποκλάδων παρουσίασε μείωση του κύκλου εργασιών, με πρωταγωνιστή τον κλάδο 14.39 (κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ) που συρρικνώθηκε κατά 2/3 και εξαίρεση τον κλάδο 14.20 (κατασκευή γούνινων ειδών) που σημειώνει ελαφρά αύξηση του κύκλου εργασιών. Ωστόσο, συγκριτικά με τον όγκο παραγωγής, η πορεία του κύκλου εργασιών είναι μεν πτωτική, αλλά σε μικρότερο βαθμό. Αυτό πιθανότατα οφείλεται στη μεταφορά μέρους της παραγωγής ελληνικών επιχειρήσεων εκτός Ελλάδος, οπότε οι πωλήσεις υφίστανται ή μειώνονται ελαφρά, αλλά η παραγωγή μειώνεται ταχύτερα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.9

Δείκτης κύκλου εργασιών για το σύνολο της αγοράς (2005=100)

Κλάδος[1] Έτος	14[2]	14.1[3]	14.13	14.14	14.2	14.3[4]	14.31	14.39
2000	116,9	117,8	106,1	127,5	100,5	118,7	78,6	183,1
2001	121,4	123,9	116,3	130,1	103,0	114,8	79,1	172,1
2002	123,4	122,5	121,2	123,6	109,0	135,5	90,3	208,2
2003	119,8	117,9	113,0	122,0	112,7	135,3	94,0	201,6
2004	112,9	112,4	111,2	113,5	90,4	126,5	103,2	163,8
2005	99,9	99,9	99,9	99,9	100,1	99,9	99,9	100,0
2006	99,3	100,7	103,3	98,6	107,8	86,8	88,0	84,9
2007	102,5	105,9	109,8	102,7	106,1	79,4	80,8	77,3
2008	89,5	93,0	100,7	86,7	101,4	61,1	60,6	61,9

[1]Οι υποκλάδοι 14.11, 14.12 και 14.19 παραλείπονται, καθώς δεν υπάρχουν σχετικά διαθέσιμα στοιχεία [2]Σύνολο κλάδου [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19 [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

Πηγή: Eurostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.10

Δείκτης κύκλου εργασιών για την εγχώρια αγορά (2005=100)

Κλάδος[1] / Έτος	14[2]	14.1[3]	14.13	14.14	14.2	14.3[4]	14.31	14.39
2000	101,2	99,9	97,2	104,9	123,9	106,3	82,2	147,0
2001	107,8	107,5	106,3	110,0	148,9	103,6	84,2	136,5
2002	112,7	109,8	110,1	109,4	203,0	118,5	108,9	134,8
2003	112,5	111,4	107,4	119,1	196,7	107,2	104,1	112,4
2004	108,6	108,5	104,6	115,7	93,5	111,7	112,5	110,3
2005	99,9	100,0	100,0	99,9	100,1	99,8	99,8	99,9
2006	102,3	104,6	104,2	105,4	83,1	89,9	85,0	98,2
2007	105,0	107,9	110,3	103,2	85,7	89,0	84,5	96,5
2008	109,0	110,5	105,6	119,7	91,2	101,3	108,7	88,6

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται, [2]Σύνολο κλάδου, [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19, [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

Πηγή: Eurostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όσον αφορά τις πωλήσεις στο εσωτερικό της χώρας, ο Πίνακας 10.10 δείχνει ότι οι συνολικές πωλήσεις του κλάδου αυξήθηκαν την περίοδο 2000-2008, κατά βάση λόγω αύξησης των πωλήσεων στους υποκλάδους 14.13 (κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων) και 14.14 (κατασκευή εσωρούχων). Επίσης ισχυρή αύξηση των πωλήσεων παρουσίασε ο υποκλάδος 14.31 (κατασκευή ειδών καλτσοποιίας), ενώ οι υπόλοιποι υποκλάδοι παρουσίασαν υποχώρηση με τη μεγαλύτερη να καταγράφεται στον κλάδο 14.39 (κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ).

Οι εξωτερικές πωλήσεις του κλάδου παρουσιάζονται στους επόμενους δύο πίνακες και διακρίνονται σε πωλήσεις σε χώρες-μέλη της ζώνης του ευρώ και σε πωλήσεις σε χώρες εκτός ζώνης ευρώ. Ο Πίνακας 10.11 παρουσιάζει τις πωλήσεις σε όλες τις εξωτερικές αγορές. Είναι εμφανές ότι οι πωλήσεις στο εξωτερικό παρουσίασαν σταδιακή υποχώρηση, με αποτέλεσμα την περίοδο 2000-2008 να μειωθούν συνολικά κατά 1/3. Πρωτοστάτησαν στη μείωση αυτή οι υποκλάδοι της κατασκευής ειδών ένδυσης (14.13 και 14.14) και κυρίως οι υποκλάδοι της κατασκευής πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ (14.31 και 14.39). Η θεαματικότερη μείωση παρατηρείται στον υποκλάδο 14.39, ο οποίος αντιμετώπισε υποτετραπλασιασμό των πωλήσεών του, σε απόλυτη συμφωνία με τη ραγδαία μείωση της παραγωγής που επισημάνθηκε στον Πίνακα 10.8.

Η μείωση των πωλήσεων διεθνώς φαίνεται ότι δεν προήλθε από την αγορά της ζώνης του ευρώ (Πίνακας 10.12), όπου οι πωλήσεις δεν άλλαξαν δραματικά. Εξαίρεση αποτελεί ο υποκλάδος κατασκευής πλεκτών (14.3) και ειδικά ο υποκλάδος 14.39, όπου οι πωλήσεις φαίνεται να εκμηδενίζονται διαχρονικά. Πρέπει να σημειώσουμε στο σημείο αυτό ότι προκαλεί έκπληξη η ανοδική πορεία του υποκλάδου 14.39 που λαμβάνει εκρηκτικές διαστάσεις το 2002, αλλά παρουσιάζει ταχύτατη συρρίκνωση στη συνέχεια. Μεταβλητότητα στις πωλήσεις, λιγότερο ή περισσότερο έντονη, παρουσιάζουν και άλλοι υποκλάδοι, όπως π.χ. ο 14.13, ο 14.14 και ο 14.2 (κατασκευή γούνινων ειδών), ο οποίος είναι

και ο μοναδικός κλάδος που φαίνεται να αυξάνει τις πωλήσεις του στη ζώνη του ευρώ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.11

Δείκτης κύκλου εργασιών για τη διεθνή αγορά συνολικά (2005=100)

Κλάδος[1] Έτος	14[2]	14.1[3]	14.13	14.14	14.2	14.3[4]	14.31	14.39
2000	132,0	137,9	140,5	137,2	97,3	125,0	75,1	200,7
2001	134,6	142,2	154,7	138,8	96,5	120,0	74,2	189,5
2002	133,1	137,1	163,6	129,8	95,8	140,5	72,2	243,9
2003	125,9	125,7	134,6	123,2	100,9	148,1	84,1	245,1
2004	116,6	117,7	136,2	112,6	90,0	132,2	94,2	189,9
2005	99,9	99,9	99,7	99,9	100,1	100,0	100,0	100,0
2006	97,0	97,1	103,4	95,3	111,3	84,7	90,3	76,2
2007	100,9	104,4	107,5	103,5	108,9	72,7	77,9	64,9
2008	82,1	84,5	91,1	82,7	102,8	49,8	53,2	44,6

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται [2]Σύνολο κλάδου [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19 [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

Πηγή: Eurostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όσον αφορά στις πωλήσεις σε χώρες εκτός της ζώνης ευρώ, ο κλάδος είδε τις επιδόσεις του να μειώνονται στο μισό (Πίνακας 10.13). Ο υποκλάδος κατασκευής γούνινων ειδών που είδε τις πωλήσεις του να αυξάνονται στις χώρες της ζώνης του ευρώ είδε σε αντιδιαστολή τις πωλήσεις του στις χώρες εκτός ζώνης ευρώ να υποτριπλασιάζονται και από τιμή δείκτη 150 περίπου το 2000 των πωλήσεων του έτους 2005 να καταλήγουν σε τιμή δείκτη 45 περίπου το 2008. Μεγαλύτερη μείωση κατέγραψε μόνο ο υποκλάδος κατασκευής άλλων πλεκτών ειδών (14.39), ενώ σε κανέναν κλάδο δεν καταγράφεται αύξηση των πωλήσεων. Φαίνεται ότι ο ανταγωνισμός είναι ισχυρότερος σε χώρες εκτός ζώνης ευρώ και η έλλειψη ανταγωνιστικότητας της ελληνικής παραγωγής προκαλεί μεγάλα προβλήματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.12

Δείκτης κύκλου εργασιών στη ζώνη του ευρώ (2005=100)

Κλάδος[1] Έτος	14[2]	14.1[3]	14.13	14.14	14.2	14.3[4]	14.31	14.39
2000	111,4	116,0	129,6	109,1	80,9	507,8	344,4	663,1
2001	116,1	119,5	120,7	118,9	87,6	523,2	390,3	649,6
2002	131,8	132,3	156,7	120,0	86,7	955,1	377,3	1504,1
2003	91,8	75,4	91,1	67,4	100,6	542,2	328,2	745,4
2004	80,7	69,2	53,2	77,4	87,9	377,0	142,7	599,8
2005	99,9	99,8	99,7	99,9	100,1	100,0	100,3	99,7
2006	110,2	109,1	115,5	105,9	116,9	25,6	10,8	39,7
2007	125,7	127,2	126,4	127,6	124,2	100,2	198,1	7,1
2008	107,0	100,4	89,9	105,8	121,0	89,2	157,3	:

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται [2]Σύνολο κλάδου, [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19, [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39: Δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

Πηγή: Eurostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.13

Δείκτης κύκλου εργασιών εκτός της ζώνης του ευρώ (2005=100)

Κλάδος[1] Έτος	14[2]	14.1[3]	14.13	14.14	14.2	14.3[4]	14.31	14.39
2000	139,9	144,8	147,3	144,2	148,4	113,6	67,3	185,2
2001	142,1	149,7	176,1	143,7	124,7	107,9	65,0	174,0
2002	134,9	138,8	167,9	132,2	124,2	117,7	63,4	201,5
2003	139,5	141,7	162,0	137,0	102,0	136,5	77,0	228,3
2004	131,2	133,8	188,3	121,3	96,5	125,5	92,7	176,1
2005	99,9	99,9	99,6	100,0	100,2	100,0	100,0	100,0
2006	92,6	93,7	97,2	92,9	93,8	86,9	92,6	78,0
2007	92,6	98,1	97,9	98,1	61,2	71,8	74,4	67,7
2008	73,8	80,1	91,8	77,5	45,7	48,4	50,2	45,6

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται [2]Σύνολο κλάδου, [3]τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19, [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

*Πηγή: E*urostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Πώς εξελίχθηκαν όμως οι τιμές που εισπράττουν οι παραγωγοί στον κλάδο της ένδυσης λαμβάνοντας υπόψη τη μείωση της παραγωγής και τη μετακίνηση ολόκληρης ή μέρους αυτής σε τρίτες χώρες; Τα διαθέσιμα στοιχεία είναι περιορισμένα, επομένως ο δείκτης τιμών παραγωγού που παρουσιάζεται στον Πίνακα 10.14 αφορά μόνο κάποιους υποκλάδους. Σύμφωνα με το δείκτη, οι τιμές παραγωγού αυξήθηκαν για το σύνολο της αγοράς, χωρίς όμως η αύξηση αυτή να είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Εξαίρεση αποτελεί ο υποκλάδος 14.2 (κατασκευή γούνινων ειδών), όπου την περίοδο 2000-2008 καταγράφηκε αύξηση κατά περίπου 1/4 του δείκτη τιμών παραγωγού. Χαρακτηριστικό της φάσης ανόδου του οικονομικού κύκλου που διανύει η χώρα την εξεταζόμενη δεκαετία είναι ότι κανένας υποκλάδος δεν καταγράφει μείωση του δείκτη τιμών παραγωγού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.14

Δείκτης τιμών παραγωγού για το σύνολο της αγοράς (2005=100)

Κλάδος[1] Έτος	14[2]	14.1[3]	14.2	14.3[4]
2000	89,5	91,8	78,7	89,4
2001	92,6	95,1	82,4	92,3
2002	94,1	96,0	87,0	95,3
2003	96,6	97,8	92,1	98,1
2004	99,7	100,2	97,3	100,0
2005	100,0	100,0	100,0	100,0
2006	100,1	100,0	101,7	99,0
2007	100,8	101,0	102,8	98,7
2008	102,0	102,6	99,0	99,0

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται [2]Σύνολο κλάδου [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19[4] Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο Πίνακας 10.15 μάς επιτρέπει να εξετάσουμε τις δύο συνιστώσες της αγοράς, την εγχώρια αγορά και την εξωτερική αγορά. Αυτό που παρατηρούμε είναι ότι ο δείκτης τιμών στην εγχώρια αγορά αυξήθηκε με παρόμοιο τρόπο με εκείνον της εξωτερικής αγοράς, ακολουθώντας και στις δύο περιπτώσεις ανοδική πορεία με μικρή μόνο διόρθωση στην εγχώρια αγορά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.15

Δείκτης τιμών παραγωγού για την εγχώρια και την εξωτερική αγορά (2005=100)

Κλάδος[1]	Εγχώρια αγορά			Εξωτερική αγορά			
Έτος	14[2]	14.1[3]	14.3[4]	14[2]	14.1[3]	14.2	14.3[4]
2000	88,4	87,7	89,0	90,1	92,3	78,7	90,9
2001	90,3	90,6	90,0	93,9	95,8	82,4	96,5
2002	92,7	92,5	92,8	95,0	96,3	87,0	99,7
2003	95,8	94,2	97,0	97,1	98,1	92,1	100,5
2004	99,1	97,9	100,0	100,0	100,5	97,3	99,8
2005	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2006	99,8	100,4	99,4	100,3	100,1	101,7	98,7
2007	99,7	99,8	99,8	101,4	101,5	102,8	98,0
2008	101,3	101,5	100,4	102,3	103,3	99,0	97,7

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται [2]Σύνολο κλάδου [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19 [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όσον αφορά στην εξωτερική αγορά, είναι ενδιαφέρον να δούμε, αν οι τιμές συμπεριφέρθηκαν με διαφορετικό τρόπο στη ζώνη του ευρώ και έξω από αυτή (Πίνακας 10.16). Παρατηρείται, λοιπόν, ότι και οι δύο συνισταμένες συμπεριφέρθηκαν με τον ίδιο τρόπο παρουσιάζοντας περιορισμένες διακυμάνσεις την πενταετία 2004-2008 για το σύνολο του κλάδου. Επικεντρώνοντας την προσοχή μας στους επιμέρους υποκλάδους παρατηρούμε ότι υπάρχουν κάποιες διαφορές. Έτσι, ο υποκλάδος 14.2 (κατασκευή γούνινων ειδών) παρουσιάζει τη μεγαλύτερη απόκλιση στη συμπεριφορά του δείκτη τιμών παραγωγού, καθώς στη ζώνη ευρώ μειώνεται ελαφρά (κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες) και έχει πτωτική τάση, ενώ εκτός ζώνης ευρώ αυξάνεται κατά περίπου δέκα ποσοστιαίες μονάδες και έχει ανοδική τάση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.16

Δείκτης τιμών παραγωγού για την εξωτερική αγορά (2005=100)

Κλάδος[1]	Ζώνη ευρώ				Εκτός ζώνης ευρώ			
Έτος	14[2]	14.1[3]	14.2	14.3[4]	14[2]	14.1[3]	14.2	14.3[4]
2004	99,4	99,3	96,7	100,0	100,8	100,9	98,8	99,8
2005	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2006	100,5	100,9	99,0	100,0	100,1	99,8	108,3	98,1
2007	101,1	102,3	98,8	100,0	100,9	100,8	112,7	96,9
2008	101,9	103,7	93,4	100,0	102,7	103,0	112,9	96,3

[1]Οι υποκλάδοι για τους οποίους δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία παραλείπονται [2]Σύνολο κλάδου [3]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους υποκλάδους 14.11, 14.12, 14.13, 14.14 και 14.19, [4]Τριψήφια ταξινόμηση που περιλαμβάνει τους κλάδους 14.31 και 14.39.

*Πηγή: E*urostat, βάση δεδομένων Prodcom, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.4. Ζήτηση

Η βιομηχανία της ένδυσης παράγει κατά βάση τελικά προϊόντα, δηλαδή προϊόντα που προορίζονται για κατανάλωση. Όπως και σε πολλά άλλα προϊόντα, η κατανάλωση προϊόντων ένδυσης προσδιορίζεται αναμφίβολα από τις ιδιαιτερότητες κάθε χώρας ή γεωγραφικής περιοχής, όπως είναι οι κλιματολογικές συνθήκες, η οικονομική κατάσταση και οι πολιτιστικές συνθήκες κάθε χώρας. Ωστόσο, μπορούμε να διακρίνουμε κάποιους παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση προϊόντων ένδυσης σε όλες τις χώρες. Τέτοιοι παράγοντες είναι

οι μεταβολές στο μέγεθος και τη σύνθεση του πληθυσμού, καθώς διαφέρουν τα πρότυπα κατανάλωσης, το διαθέσιμο εισόδημα, οι τιμές των ενδυμάτων σε σχέση με άλλα καταναλωτικά αγαθά και υπηρεσίες, η μόδα και η ταχύτητα με την οποία εξελίσσεται και η τεχνολογική εξέλιξη που μπορεί να μειώσει το κόστος παραγωγής ή να εισαγάγει νέα υφάσματα και μεθόδους πλέξης επηρεάζοντας την πλευρά της προσφοράς.

10.4.1. Διάρθρωση και εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης

Η εγχώρια ζήτηση για προϊόντα ένδυσης ουσιαστικά προσδιορίζεται από την έννοια της φαινομενικής κατανάλωσης, αφού υποθέτουμε ότι η ποσότητα που καταναλώθηκε είναι μια καλή προσέγγιση της ποσότητας που ζητήθηκε. Η φαινομενική κατανάλωση, λοιπόν, ορίζεται ως παραγωγή μείον τις εξαγωγές συν τις εισαγωγές και ουσιαστικά αντιπροσωπεύει τη συνολική κατανάλωση της χώρας. Αντίστοιχο μέγεθος είναι και η τελική εθνική κατανάλωση που δίνεται από την ΕΛΣΤΑΤ. Ο Πίνακας 10.17 παρουσιάζει τα μεγέθη που προσδιορίζουν τη ζήτηση. Όπως φαίνεται, η παραγωγή μειώνεται διαχρονικά με μικρές διακυμάνσεις και το 2008 η συνολική αξία της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας έχει μειωθεί κατά περίπου 1/3. Οι εισαγωγές από την άλλη πλευρά εμφανίζουν σημαντική αύξηση κατά 1,8 φορές την περίοδο 2000-2008, ενώ οι εξαγωγές μείωση κατά 1/3 περίπου. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι εξαγωγές και παραγωγή ακολούθησαν ανάλογη πτωτική πορεία και μάλιστα η μείωσή τους ως ποσοστό είναι πολύ κοντά. Οι μεταβολές αυτές έχουν αποτέλεσμα την αύξηση της φαινομενικής κατανάλωσης, αλλά με σημαντικές διακυμάνσεις.

Για παράδειγμα, τις περιόδους 2001-2002, 2003-2004 και 2005-2006 καταγράφηκαν μειώσεις της φαινομενικής κατανάλωσης, ενώ σε όλες τις άλλες περιόδους η μεταβολή είναι θετική. Αν συγκρίνουμε τη φαινομενική κατανάλωση με την τελική εθνική κατανάλωση που υπολογίζει η ΕΛΣΤΑΤ, παρατηρούμε ότι υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις, κυρίως ως προς τις μεταβολές. Η τελική εθνική κατανάλωση δεν εμφανίζει μείωση σε καμιά χρονική περίοδο, αλλά παραμένει συνεχώς ανοδική. Οι διαφορές αυτές μπορούν σε ένα βαθμό να ερμηνευτούν από τη λειτουργία των αποθεμάτων, με την έννοια ότι η φαινομενική κατανάλωση αποκλίνει από την τελική κατανάλωση κατά το ποσό της αύξησης ή της μείωσης των αποθεμάτων κάθε χρονική στιγμή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.17
Ζήτηση για προϊόντα ένδυσης

Έτος	ΠΡ[1]	ΕΣ[1]	ΕΞ[1]	ΦΚ[1]	ΜΦΚ	ΤΚ[1]	ΜΤΚ
2000	2.455	1.197	1.666	1.986	-	3.853	-
2001	2.420	1.272	1.662	2.030	2,2%	4.069	5,6%
2002	2.355	905	1.468	1.791	-11,8%	4.622	13,6%
2003	2.434	1.153	1.577	2.009	12,2%	4.926	6,6%
2004	1.915	1.315	1.463	1.767	-12,1%	5.268	6,9%
2005	2.046	1.452	1.287	2.210	25,1%	5.932	12,6%
2006	1.718	1.622	1.231	2.108	-4,6%	6.483	9,3%
2007	1.906	2.093	1.151	2.847	35,0%	6.943	7,1%
2008	1.690	2.247	1.044	2.893	1,6%	7.324	5,5%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ και τρέχουσες τιμές.

Επεξηγήσεις: ΠΡ= παραγωγή, ΕΞ= εξαγωγές, ΕΣ= εισαγωγές, ΦΚ= φαινομενική κατανάλωση, ΜΦΚ= μεταβολή ΦΚ, ΤΚ = τελική εθνική κατανάλωση, ΜΤΚ= μεταβολή ΤΚ.

Πηγή: Eurostat και ΕΛΣΤΑΤ (μόνο ΤΚ), επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.4.2. Πληθυσμός

Η κατανάλωση ενδυμάτων και σχετικών αξεσουάρ συνδέεται θετικά με την εξέλιξη του πληθυσμού συνολικά, αλλά και με την εξέλιξη συγκεκριμένων ομάδων του πληθυσμού, καθώς οι προτιμήσεις και οι προτεραιότητες διαφέρουν από ομάδα σε ομάδα. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 10.18, ο πληθυσμός της χώρας αποτελείται κατά βάση από άτομα άνω των 30 ετών, γεγονός που αντικατοπτρίζει τη σταδιακή γήρανσή του. Η εικόνα αυτή ενισχύεται από τη μεταβολή που παρατηρήθηκε στον πληθυσμό την περίοδο 2000-2008 κατά +4,3%, καθώς η αύξηση αυτή δεν ήταν ομοιόμορφη. Έτσι, οι τρεις νεότερες ηλικιακές ομάδες κατέγραψαν μείωση (έως και περίπου 23% τα άτομα 15-19 ετών), ενώ οι τρεις μεγαλύτερες κατέγραψαν αύξηση, με την υψηλότερη να εντοπίζεται στα άτομα άνω των 65 ετών (περίπου 13%). Θεωρητικά αναμένουμε οι νεότερες γενιές να συμμετέχουν περισσότερο στην κατανάλωση ενδυμάτων και αξεσουάρ ένδυσης, καθώς είναι περισσότερο δεκτικές στις επιταγές της μόδας. Έτσι, ο περιορισμός του μεριδίου των νέων στο συνολικό πληθυσμό δεν κρίνεται ως θετική εξέλιξη.

Η εξέλιξη του πληθυσμού των ανδρών ακολουθεί εκείνη του γενικού πληθυσμού σε γενικές γραμμές, αν και πρέπει να τονιστεί ότι η αύξηση των ανδρών είναι μεγαλύτερη από εκείνη του γενικού πληθυσμού (4,7% έναντι 4,3%). Η ταχύτερη αύξηση του πληθυσμού των ανδρών πιθανόν να σχετίζεται με την εισροή μεταναστών στη χώρα, οι οποίοι είναι κατά βάση άνδρες σε παραγωγική ηλικία. Έτσι, ίσως ερμηνεύεται και το γεγονός ότι στην περίπτωση των ανδρών η αύξηση του πληθυσμού ξεκινά ήδη από την τρίτη ηλικιακή ομάδα (25-29 ετών).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.18

Πληθυσμός κατά ηλικιακή κατηγορία (σε χιλιάδες)

Έτος	Σύνολο	15-19	20-24	25-29	30-44	45-64	65 +
				Άνδρες και γυναίκες			
2000	8.867	716	730	794	2.327	2.523	1.777
2001	8.930	674	728	799	2.356	2.547	1.826
2002	8.984	633	714	811	2.378	2.579	1.869
2003	9.033	611	693	821	2.394	2.602	1.912
2004	9.082	557	696	799	2.440	2.644	1.947
2005	9.122	564	650	802	2.441	2.670	1.995
2006	9.179	573	626	785	2.471	2.719	2.004
2007	9.216	562	602	795	2.495	2.761	2.001
2008	9.246	554	583	782	2.516	2.808	2.003
2000-08	4,3%	-22,6%	-20,2%	-1,5%	8,2%	11,3%	12,7%
				Άνδρες			
2000	4.310	379	353	401	1.158	1.222	798
2001	4.342	349	359	410	1.171	1.234	819
2002	4.370	322	355	423	1.181	1.250	838
2003	4.394	312	342	428	1.193	1.264	855
2004	4.419	279	347	409	1.228	1.285	869
2005	4.437	283	323	411	1.231	1.302	886
2006	4.468	283	319	413	1.237	1.328	889
2007	4.495	278	307	416	1.257	1.348	888
2008	4.511	268	303	412	1.269	1.371	887
2000-08	4,7%	-29,2%	-14,3%	2,9%	9,7%	12,2%	11,2%
				Γυναίκες			
2000	4.557	337	377	393	1.169	1.302	979
2001	4.588	325	369	389	1.185	1.313	1.007
2002	4.614	310	359	388	1.198	1.329	1.031
2003	4.639	299	351	393	1.201	1.338	1.057
2004	4.664	277	349	390	1.211	1.359	1.078
2005	4.685	281	326	391	1.211	1.368	1.108
2006	4.711	290	307	373	1.235	1.392	1.116
2007	4.721	284	295	379	1.237	1.413	1.114
2008	4.735	286	280	370	1.247	1.437	1.116
2000-08	3,9%	-15,2%	-25,8%	-5,9%	6,7%	10,4%	13,9%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού (4^{ο} τρίμηνο).

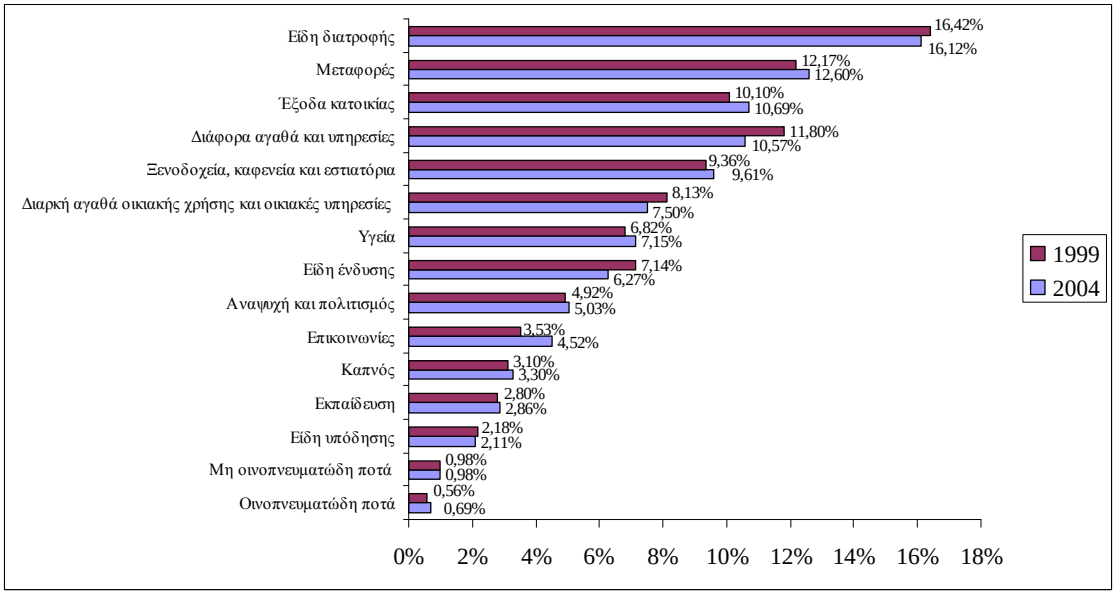
Στον ελληνικό πληθυσμό η πλειοψηφία είναι γυναίκες. Όμως η αύξηση του πληθυσμού των γυναικών υπολείπεται εκείνης των ανδρών (3,9% έναντι 4,7%), γεγονός που σημαίνει ότι σταδιακά επέρχεται σύγκλιση. Καθώς οι γυναίκες είναι πιο επιρρεπείς στην κατανάλωση ενδυμάτων συγκριτικά με τους άνδρες (π.χ. Διάγραμμα 10.3), η λιγότερο γρήγορη αύξηση του πληθυσμού τους αναμένεται να επηρεάσει αρνητικά την εξέλιξη της ζήτησης για ενδύματα στο μέλλον, ειδικά εφόσον στις νεαρότερες ηλικιακές ομάδες παρουσιάζεται μείωση του πληθυσμού, ενώ όσο αυξάνεται η ηλικία, τόσο μεγαλύτερη είναι η αύξηση του πληθυσμού (η μέγιστη αύξηση καταγράφεται στα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών).

10.4.3. Δαπάνες για ενδύματα

Η ζήτηση για ενδύματα διαμορφώνεται μεταξύ άλλων από το ποσοστό του διαθέσιμου εισοδήματος που δαπανούν τα νοικοκυριά για τη συγκεκριμένη κατηγορία αγαθών. Σε αυτή την ενότητα θα δούμε πώς επηρεάζουν την απόφαση αυτή διάφοροι παράγοντες όπως είναι η περιφέρεια διαμονής, η ηλικία του υπεύθυνου του νοικοκυριού, το μέσο μηνιαίο εισόδημα, το μέγεθος του νοικοκυριού και η οικονομική κατάσταση των μελών του.

Στο Διάγραμμα 10.1 αξιοποιούνται στοιχεία από τις ΕΟΠ των ετών 1999 και 2004 για να εξεταστεί η κατανομή των συνολικών δαπανών των νοικοκυριών ανάμεσα στα διαφορετικά καταναλωτικά είδη. Φαίνεται ότι τα είδη ένδυσης απορροφούν λιγότερο από το 10% των συνολικών δαπανών των νοικοκυριών, ενώ διαχρονικά εμφανίζεται τάση μείωσης του μεριδίου αυτού, καθώς το σχετικό ποσοστό μειώνεται την περίοδο 1999-2004 από 7,1% σε 6,3% περίπου. Αυτή η μείωση μπορεί να αντικατοπτρίζει αλλαγή των προτιμήσεων και υποκατάσταση με άλλα προϊόντα ή να οφείλεται σε φθηνότερα είδη ένδυσης λόγω εισαγωγών από τρίτες χώρες, όπως είναι η Κίνα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.1
Κατανομή δαπανών νοικοκυριού

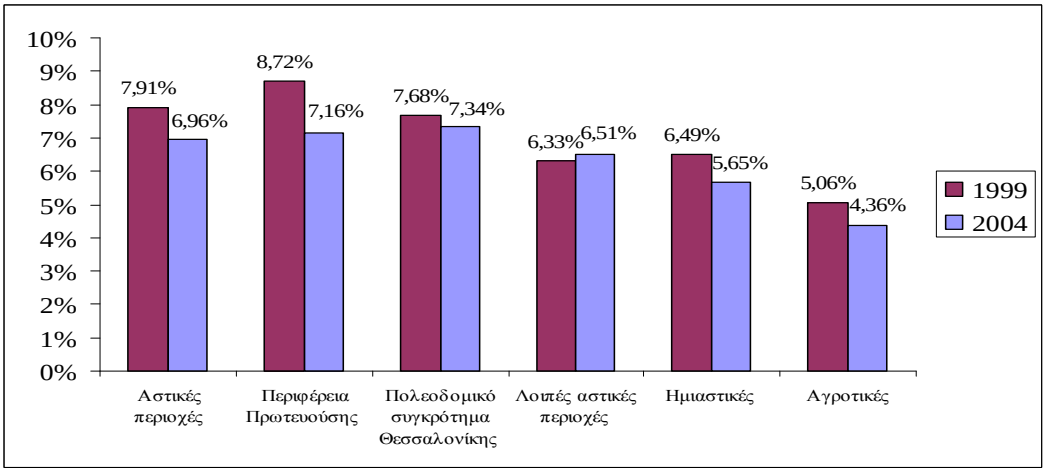


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ)

Το ποσοστό της δαπάνης που κατευθύνεται στα είδη ένδυσης διαφέρει ανάλογα με τη γεωγραφική περιοχή διαμονής σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.2. Πιθανοί λόγοι που συμβαίνει αυτό είναι ίσως οι προτιμήσεις, ο τρόπος ζωής και τα καταναλωτικά πρότυπα που διαφέρουν μεταξύ αστικών και αγροτικών περιοχών. Έτσι, τα νοικοκυριά σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη δαπανούν μεγαλύτερο αναλογικά ποσοστό των εισοδημάτων τους σε είδη ένδυσης, ενώ στις αγροτικές περιοχές δαπανούν αναλογικά το μικρότερο ποσοστό. Ωστόσο, πρέπει να τονιστεί ότι διαχρονικά οι διαφορές βάσει βαθμού αστικότητας περιορίζονται.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.2

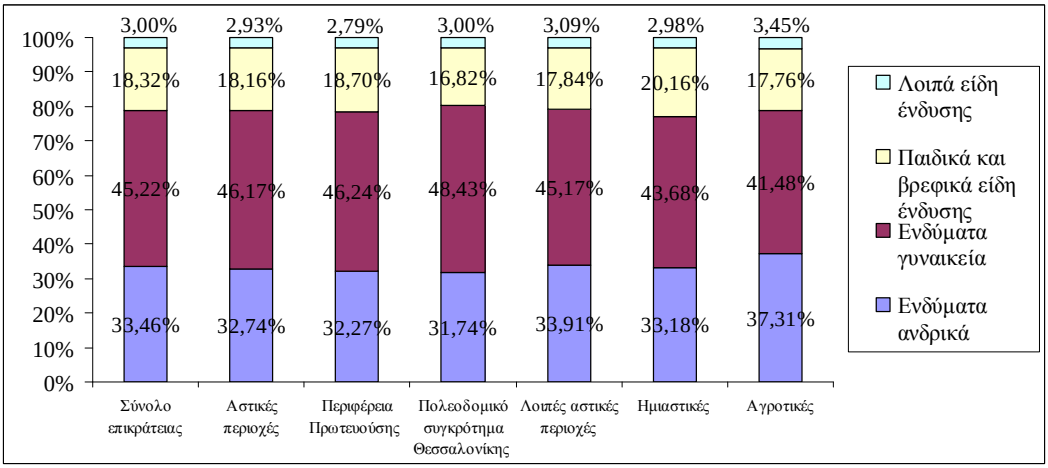
Κατανομή δαπανών νοικοκυριού για προϊόντα ένδυσης ανά περιοχή



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ)

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.3

Κατανομή δαπανών ανά κατηγορία ενδυμάτων και περιοχή (2004)



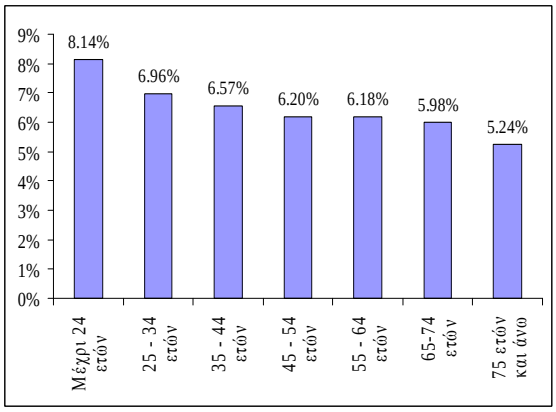
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ)

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.3 τη μερίδα του λέοντος απορροφούν τα γυναικεία ενδύματα, ανεξάρτητα από το βαθμό αστικότητας, καθώς το σχετικό ποσοστό κινείται σταθερά άνω του 40%, με τη Θεσσαλονίκη και την Αθήνα να βρίσκονται στις πρώτες θέσεις. Ακολουθούν οι δαπάνες για ανδρικά είδη ένδυσης που διατηρούνται άνω του 30%, ενώ προκαλεί εντύπωση ότι το υψηλότερο ποσοστό δαπανών για ανδρικά είδη ένδυσης εντοπίζεται στις αγροτικές περιοχές, ίσως ως αποτέλεσμα της σύνθεσης του πληθυσμού στις περιοχές αυτές (περισσότεροι αναλογικά άνδρες).

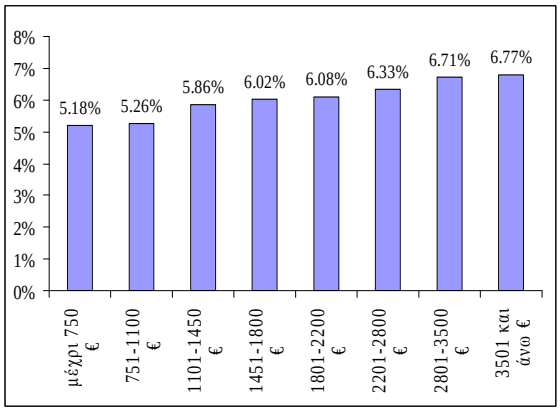
Θεωρητικά τα νεότερα σε ηλικία άτομα ακολουθούν πιστότερα τις επιταγές της μόδας και, επομένως, αναμένεται να δαπανούν μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός τους για το σκοπό αυτό. Το Διάγραμμα 10.4 επιβεβαιώνει την υπόθεση αυτή, καθώς φαίνεται ότι, όσο μεγαλώνει ο υπεύθυνος του νοικοκυριού, τόσο μειώνεται το ποσοστό των δαπανών που κατευθύνονται σε είδη ένδυσης (π.χ. από 8,1% με υπεύθυνο έως 24 ετών έως 5,2% με υπεύθυνο άνω των 75 ετών). Επομένως, η γήρανση του πληθυσμού που διαφαίνεται στον Πίνακα 10.18

αναμένεται να επηρεάσει αρνητικά τους ρυθμούς αύξησης της κατανάλωσης για είδη ένδυσης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.4
Ποσοστό δαπάνης για ενδύματα ανά ηλικιακή ομάδα υπεύθυνου νοικοκυριού (2004)

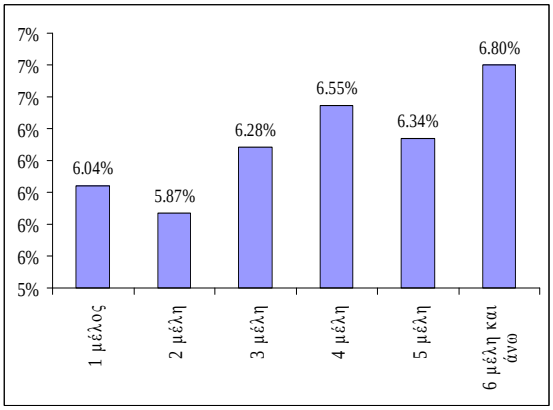


ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.5
Ποσοστό δαπάνης για ενδύματα ανά κατηγορία μέσου μηνιαίου εισοδήματος (2004)

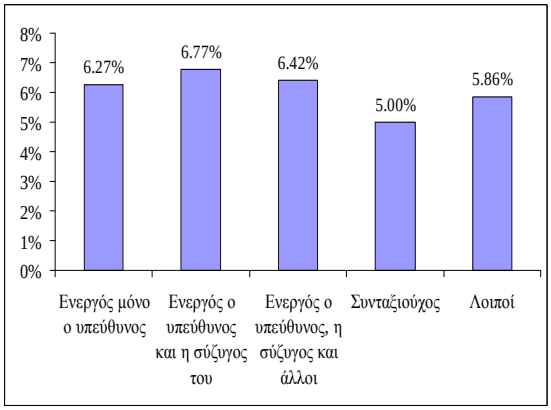


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ)

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.6
Ποσοστό δαπάνης για ενδύματα κατά μέγεθος νοικοκυριού (2004)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.7
Ποσοστό δαπάνης για ενδύματα κατά οικονομική κατάσταση νοικοκυριού (2004)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ)

Με τους άλλους παράγοντες να παραμένουν σταθεροί, τα πιο εύπορα νοικοκυριά αναμένεται να δαπανούν μεγαλύτερο μέρος των εισοδημάτων τους για είδη ένδυσης, όχι μόνο ως συνάρτηση της ποσότητας, αλλά και της ποιότητας των ειδών ένδυσης που επιλέγουν (επώνυμα και ακριβότερα), όπως άλλωστε φαίνεται και στο Διάγραμμα 10.5, όπου το σχετικό ποσοστό ξεκινά από 5,2% των συνολικών δαπανών και καταλήγει στο 6,8% για νοικοκυριά με μηνιαίο εισόδημα άνω των 3.501 ευρώ.

Ακόμη, περιμένουμε οι δαπάνες για είδη ένδυσης να είναι υψηλότερες για τα πολυμελή νοικοκυριά, ειδικά αν υποθέσουμε ότι ο αριθμός μελών του νοικοκυριού δεν συνεπάγεται αναγκαστικά υψηλότερο εισόδημα (Διάγραμμα 10.6). Έτσι, τα νοικοκυριά με δύο μέλη κατευθύνουν το 5,9% περίπου των συνολικών δαπανών τους σε είδη ένδυσης, ενώ στα νοικοκυριά με τέσσερα μέλη το σχετικό ποσοστό είναι περίπου 6,6%.

Τέλος, στο Διάγραμμα 10.7 φαίνεται ότι η οικονομική κατάσταση των μελών του νοικοκυριού επηρεάζει επίσης τις δαπάνες για είδη ένδυσης. Το υψηλότερο ποσοστό συναντάται όταν και οι δύο σύζυγοι εργάζονται (6,8%), γεγονός που μάλλον οφείλεται στη μεγαλύτερη οικονομική άνεση, ενώ το χαμηλότερο ποσοστό συναντάται όταν ο αρχηγός του νοικοκυριού είναι συνταξιούχος (μόλις 5%).

10.4.4. Διαθέσιμο εισόδημα και τιμές

Οι αγορές αγαθών εξαρτώνται τόσο από το διαθέσιμο εισόδημα του νοικοκυριού και κατ' επέκταση της οικονομίας όσο και από το ύψος των τιμών. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 10.19 το καθαρό εθνικό διαθέσιμο εισόδημα αυξάνεται διαρκώς τα τελευταία έτη, αν και ο ρυθμός μεταβολής δεν είναι σταθερός και φαίνεται διαχρονικά να περιορίζεται ελαφρά. Έτσι, ενώ την περίοδο 2000-2001 η μεταβολή έφτασε το 7,6%, την περίοδο 2007-2008 περιορίστηκε στο 5,4%. Αν υπολογίσουμε έναν απλό συντελεστή συσχέτισης (π.χ. Pearson) μεταξύ του καθαρού εθνικού διαθέσιμου εισοδήματος και της φαινομενικής κατανάλωσης (0,77) ή της τελικής εθνικής κατανάλωσης (0,99) που παρουσιάστηκαν στον Πίνακα 10.17, παρατηρούμε ότι η συσχέτιση είναι πολύ ισχυρή, ιδιαίτερα όσον αφορά στην τελική εθνική κατανάλωση, καθώς αγγίζει τη μονάδα.

Η ζητούμενη ποσότητα ενός αγαθού, άρα και των ειδών ένδυσης, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την τιμή του αγαθού αυτού. Έτσι, όσο αυξάνεται η τιμή του αγαθού, με τους άλλους παράγοντες να παραμένουν σταθεροί, τόσο μειώνεται η ζητούμενη ποσότητα για το αγαθό αυτό, καθώς είτε υποκαθίσταται από άλλα αγαθά, είτε το αποτέλεσμα εισοδήματος είναι αρκούντως ισχυρό (αύξηση της τιμής ισοδυναμεί με μείωση του εισοδήματος, αφού με τα ίδια χρήματα αγοράζει κάποιος λιγότερα προϊόντα). Ο Πίνακας 10.19 παρουσιάζει το δείκτη τιμών καταναλωτή για το σύνολο της οικονομίας και για τα είδη ένδυσης ειδικότερα. Αυτό που παρατηρείται είναι ότι η εξέλιξη των τιμών στα είδη ένδυσης ακολουθεί γενικά την εξέλιξη του γενικού επιπέδου τιμών, οπότε και αυξάνονται διαχρονικά. Επιπλέον, φαίνεται ότι η ταχύτητα αύξησης των τιμών στα είδη ένδυσης υπολείπεται ελαφρά εκείνης για το σύνολο της οικονομίας μέχρι το 2003, ενώ δεν διαπιστώνεται συγκεκριμένη συσχέτιση από εκεί και έπειτα. Δεδομένου του έντονου ανταγωνισμού που υφίσταται ο κλάδος από τις εισαγωγές, ειδικά από τρίτες χώρες, αναμέναμε η αύξηση του δείκτη τιμών καταναλωτή να υπολείπεται εκείνη του γενικού δείκτη τιμών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.19
Διαθέσιμο εισόδημα

Έτος	ΚΕΔΕ[1]	ΜΚΕΔΕ	ΔΤΚΣ	ΜΔΤΚΣ	ΔΤΚΕ	ΜΔΤΚΕ
2000	122.725		84,6	-	85,1	-
2001	132.010	7,6%	87,5	3,4%	87,6	2,9%
2002	140.056	6,1%	90,7	3,6%	90,2	3,0%
2003	150.967	7,8%	93,9	3,5%	91,9	1,9%
2004[2]	162.191	7,4%	96,6	2,9%	95,4	3,8%
2005[2]	167.892	3,5%	100,0	3,6%	100,0	4,8%
2006[2]	180.343	7,4%	103,2	3,2%	102,2	2,2%
2007[2]	191.152	6,0%	106,2	2,9%	105,8	3,5%
2008[2]	201.406	5,4%	110,6	4,2%	108,7	2,7%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ και τρέχουσες τιμές.
[2] Προσωρινά στοιχεία.
Επεξηγήσεις: ΚΕΔΕ= Καθαρό Εθνικό Διαθέσιμο Εισόδημα, ΜΚΕΔΕ= μεταβολή ΚΕΔΕ, ΔΤΚΣ= Δείκτης Τιμών Καταναλωτή για το Σύνολο των αγαθών, ΜΔΤΚΣ= Μεταβολή ΔΤΚΣ, ΔΤΚΕ= Δείκτης Τιμών Καταναλωτή για τα είδη Ένδυσης, ΜΔΤΚΕ= Μεταβολή ΔΤΚΕ.
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.20
Δείκτης τιμών εισαγωγών για τα προϊόντα ένδυσης

	Σύνολο			Ζώνη ευρώ			Εκτός ζώνης ευρώ		
Κλάδος / Έτος	14	14.1	14.3	14	14.1	14.3	14	14.1	14.3
2000	93,3	93,1	95,3	-	-	-	-	-	-
2001	95,8	95,5	98,5	-	-	-	-	-	-
2002	96,5	96,1	99,4	-	-	-	-	-	-
2003	97,1	97,0	98,7	-	-	-	-	-	-
2004	98,2	98,1	99,4	98,1	98,0	99,1	98,5	98,4	101,0
2005	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2006	101,4	101,8	96,8	100,9	101,6	95,9	102,2	102,2	101,9
2007	103,8	104,1	100,7	103,9	104,5	100,0	103,3	103,3	104,7
2008	105,5	105,6	105,3	106,4	106,5	105,8	103,6	103,6	103,7

Πηγή: Eurostat.

Λαμβάνοντας, λοιπόν, υπόψη ότι ένα μεγάλο μέρος της εγχώριας κατανάλωσης ειδών ένδυσης κατευθύνεται σε εισαγωγές, οι τιμές των εισαγόμενων ειδών ένδυσης λειτουργούν όπως και οι τιμές των εγχωρίως παραγόμενων ειδών ένδυσης. Σύμφωνα με τον Πίνακα 10.20, οι τιμές εισαγωγών παρουσίασαν αύξηση διαχρονικά και, μάλιστα, οι τιμές των εισαγωγών από χώρες-μέλη της ζώνης του ευρώ αυξήθηκαν με ταχύτερους ρυθμούς. Όσον αφορά τους δύο επιμέρους υποκλάδους για τους οποίους υπάρχει πληροφόρηση, δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται ως προς τη συμπεριφορά των τιμών.

10.4.5. Νέες παραγγελίες

Οι παραγγελίες αποτελούν μια εκτίμηση της παραγωγής που πρόκειται να λάβει χώρα και επομένως προδιαγράφουν τις εξελίξεις στον κλάδο. Σύμφωνα με τον Πίνακα 10.21, ο κλάδος συνολικά ακολουθεί φθίνουσα πορεία, καθώς καταγράφεται μείωση των νέων παραγγελιών διαχρονικά που εκτείνεται για τους περισσότερους υποκλάδους και σε ολόκληρη την περίοδο 2000-2008. Οι μεγαλύτερες μειώσεις καταγράφονται στους υποκλάδους 14.14 (κατασκευή

εσωρούχων) και 14.39 (κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ), ενώ ο κλάδος 14.13 (κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων) παρουσιάζει τις μεγαλύτερες διακυμάνσεις. Μόνο ο υποκλάδος 14.2 (κατασκευή γούνινων ειδών) παρουσιάζει τάση αύξησης την περίοδο 2000-2008, η οποία όμως φαίνεται να αντιστρέφεται από το 2007.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.21
Δείκτης νέων παραγγελιών (2005=100)

Έτος	14	14.1	14.13	14.14	14.2	14.3	14.31	14.39
2000	112,3	113,4	103,9	121,2	96,4	113,2	73,7	176,4
2001	118,2	120,8	115,8	124,9	100,0	110,7	75,6	166,8
2002	119,9	119,5	121,3	118,0	104,7	129,6	85,3	200,4
2003	115,2	113,4	110,6	115,6	109,2	129,4	88,3	195,0
2004	109,7	109,4	110,6	108,5	87,7	122,2	99,4	158,7
2005	100,0	99,9	99,9	99,9	100,1	100,0	100,0	100,1
2006	98,4	99,6	103,0	96,9	107,5	86,1	88,4	82,4
2007	101,2	104,7	108,7	101,4	106,0	76,7	78,1	74,3
2008	89,4	93,3	101,1	87,0	101,8	59,0	58,1	60,3

Πηγή: Eurostat.

Σε αντιδιαστολή με τη συνολική εικόνα, η εγχώρια αγορά φαίνεται να κινείται ανοδικά για τον κλάδο, καθώς οι νέες παραγγελίες εμφανίζονται αυξημένες πάνω από δέκα ποσοστιαίες μονάδες (Πίνακας 10.22). Όμοια είναι η πορεία και του συνόλου των υποκλάδων, με εξαίρεση τους υποκλάδους 14.2 και 14.39. Η μεγαλύτερη αύξηση καταγράφεται στον υποκλάδο 14.31 (κατασκευή ειδών καλτσοποιίας απλής πλέξης και πλέξης κροσέ).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.22
Δείκτης νέων παραγγελιών για την εγχώρια αγορά (2005=100)

Έτος	14	14.1	14.13	14.14	14.2	14.3	14.31	14.39
2000	97,4	96,4	95,7	97,8	117,2	101,1	76,9	140,6
2001	105,4	105,3	105,7	104,6	143,4	99,9	81,5	130,1
2002	111,4	109,0	110,7	105,8	200,2	114,2	104,0	131,0
2003	107,0	106,2	104,5	109,5	187,5	100,5	96,8	106,7
2004	104,1	104,2	102,4	107,6	87,8	105,9	106,3	105,2
2005	100,0	100,0	100,0	99,9	100,1	100,0	100,0	100,0
2006	102,3	104,8	104,0	106,3	83,2	88,5	84,2	95,6
2007	103,3	106,7	108,9	102,6	82,8	84,1	79,8	91,2
2008	108,8	111,1	105,8	120,9	88,6	97,1	105,2	83,9

Πηγή: Eurostat.

Όσον αφορά στις παραγγελίες από το εξωτερικό (Πίνακας 10.23), αυτές ακολουθούν έντονα πτωτική πορεία σε όλους τους υποκλάδους. Αυτό σημαίνει ότι η εξαγωγική δυνατότητα της ελληνικής βιομηχανίας ένδυσης μειώνεται γρήγορα διαχρονικά. Ξεχωρίζουν για την ένταση της μείωσης οι υποκλάδοι 14.14 , 14.31 και ειδικά ο υποκλάδος 14.39, όπου οι νέες παραγγελίες σχεδόν υποτετραπλασιάστηκαν. Όπως φαίνεται στον Πίνακα 10.24 η μείωση αυτή οφείλεται, τουλάχιστον για το σύνολο του κλάδου, στη μείωση των παραγγελιών από τις χώρες-μέλη της ζώνης του ευρώ. Να σημειωθεί ότι δεν υπάρχει κανένας

κλάδος που να καταγράφει αύξηση των νέων παραγγελιών, γεγονός που μάλλον αποδίδεται στη χαμηλή ανταγωνιστικότητα των ελληνικών βιομηχανικών επιχειρήσεων ένδυσης, ειδικά όταν συγκρίνονται με αντίστοιχες αγορές (ζώνη του ευρώ).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.23

Δείκτης νέων παραγγελιών για την εξωτερική αγορά (2005=100)

Έτος	14	14.1	14.13	14.14	14.2	14.3	14.31	14.39
2000	126,3	132,1	135,4	131,2	93,5	118,8	70,6	193,9
2001	130,4	138,0	154,4	133,6	94,0	114,8	69,9	184,7
2002	127,5	131,6	161,8	123,3	91,4	132,8	67,6	234,3
2003	121,7	121,6	133,8	118,2	98,3	142,0	80,2	238,2
2004	114,5	115,9	141,5	108,8	87,7	128,8	92,8	184,9
2005	99,9	99,9	99,7	99,9	100,2	100,1	100,1	100,1
2006	95,3	95,0	103,1	92,7	110,9	84,5	91,5	73,7
2007	99,3	103,1	107,1	102,0	109,2	68,7	72,1	63,2
2008	82,0	84,8	92,2	82,7	103,6	47,6	49,1	45,3

Πηγή: Eurostat.

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 10.24 η μείωση των νέων παραγγελιών από το εξωτερικό θα ήταν ακόμη μεγαλύτερη, αν δεν υπήρχαν οι παραγγελίες από τις χώρες εκτός της ζώνης του ευρώ, καθώς αυτές εμφανίζουν αύξηση. Η αύξηση αυτή αποδίδεται στην έντονη αύξηση που παρουσιάζει ο υποκλάδος 14.2 καθώς οι άλλοι δύο υποκλάδοι σημειώνουν μειώσεις στις νέες παραγγελίες, με ιδιαίτερα αρνητικές εξελίξεις να διαγράφονται στον υποκλάδο 14.3 (ειδικά στον υποκλάδο 14.39). Επομένως, η πρόσκαιρη αύξηση των νέων παραγγελιών στον υποκλάδο 14.2 που παρατηρήσαμε στον Πίνακα 10.21 για το σύνολο της αγοράς, οφείλεται αποκλειστικά στις παραγγελίες από χώρες εκτός της ζώνης του ευρώ, ενώ η μείωση των νέων παραγγελιών στον υποκλάδο 14.3 είναι ανεξάρτητη από την προέλευσή τους. Αντίστοιχα, ο κλάδος στο σύνολό του φαίνεται να καθοδηγείται από τη μείωση των νέων παραγγελιών που προέρχεται από τις χώρες-μέλη της ζώνης του ευρώ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.24

Δείκτης νέων παραγγελιών από χώρες χώρες του εξωτερικού (2005=100)

Χώρες-μέλη της ζώνης του ευρώ								
Έτος	14	14.1	14.13	14.14	14.2	14.3	14.31	14.39
2000	136,3	141,0	146,0	139,9	146,5	111,1	64,5	183,9
2001	136,8	144,0	173,9	137,2	120,3	105,0	63,4	170,1
2002	127,5	130,8	162,2	123,6	116,6	113,7	60,2	197,2
2003	133,6	135,2	157,8	130,1	99,4	133,1	74,7	224,3
2004	127,5	129,6	188,9	116,1	94,1	123,8	92,2	173,2
2005	99,9	99,9	99,7	99,9	100,2	100,1	100,1	100,1
2006	91,2	91,9	98,0	90,5	94,5	87,1	94,6	75,3
2007	91,0	96,7	96,6	96,8	60,1	69,1	71,3	65,6
2008	73,9	80,4	92,3	77,7	51,0	46,5	46,7	46,1
Χώρες εκτός της ζώνης του ευρώ								
Έτος	14	14.1	14.13	14.14	14.2	14.3	14.31	14.39
2000	99,3	104,0	118,3	97,0	76,8	267,5	186,5	389,6
2001	113,9	120,5	123,0	119,2	85,7	303,9	193,6	470,1
2002	127,4	134,6	161,2	121,7	83,5	506,3	207,3	956,4
2003	91,2	79,4	95,5	71,6	98,0	314,9	185,4	509,9
2004	82,4	75,3	65,6	80,0	85,7	227,3	105,4	410,8
2005	99,9	99,8	99,7	99,9	100,1	100,3	100,4	100,1
2006	107,4	105,9	112,9	102,5	116,0	36,7	31,7	44,3
2007	123,7	125,6	127,5	124,7	124,7	61,0	89,0	18,8
2008	105,9	100,4	92,0	104,4	120,2	68,0	93,5	29,6

Πηγή: Eurostat.

10.5. Εξωτερικό εμπόριο

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται στοιχεία για το εξωτερικό εμπόριο, δηλαδή τις εισαγωγές και τις εξαγωγές προϊόντων ένδυσης της Ελλάδας. Λαμβάνοντας υπόψη τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό που υφίσταται η χώρα μας, ιδιαίτερα από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως η Κίνα, είναι ενδιαφέρον να εξετάσει κάποιος πώς διαμορφώνονται οι εμπορικές ροές στον κλάδο της ένδυσης, την προέλευσή/κατεύθυνσή τους και πώς αυτές οι ροές μεταβάλλονται διαχρονικά. Για το λόγο αυτό και προκειμένου η ανάλυση να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο αντιπροσωπευτική και πληροφοριακή, οι εμπορικές ροές διακρίνονται σε εκείνες που αφορούν στην Ευρωπαϊκή Ένωση των δεκαπέντε χωρών-μελών (ΕΕ15, ευρωζώνη) και σε εκείνες που αφορούν στην Ευρωπαϊκή Ένωση των είκοσι επτά χωρών-μελών (ΕΕ27). Επιπλέον, ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις εμπορικές σχέσεις με την Κίνα, καθώς, όπως θα δούμε στη συνέχεια, αποτελεί το σημαντικότερο ίσως εταίρο στο εξωτερικό εμπόριο ειδών ένδυσης.

10.5.1. Εξαγωγές

Στην ανάλυση των εμπορικών ροών αυτό που ενδιαφέρει περισσότερο είναι οι χρηματικές ροές, δηλαδή η αξία των εξαγωγών και των εισαγωγών που πραγματοποιούνται. Έτσι, ο Πίνακας 10.25 παρουσιάζει την αξία των εξαγωγών, η οποία μειώνεται σταθερά και από περίπου 1,6 δις ευρώ το 2000 καταλήγει σε 1

δις ευρώ το 2008. Η αξία των εξαγωγών προς χώρες-μέλη μειώνεται ανεξάρτητα από τον ορισμό που υιοθετείται (ΕΕ15 ή ΕΕ27). Έτσι, παρόλο που οι εξαγωγές προς την ΕΕ27 αποτελούν περίπου τα 2/3 των συνολικών εξαγωγών το 2008, η τάση δείχνει ότι στο μέλλον αυτό δεν θα πρέπει να θεωρείται δεδομένο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.25

Αξία εξαγωγών προϊόντων ένδυσης

Έτος	Σύνολο[1]	ΕΕ15	Εκτός ΕΕ15	ΕΕ27	Εκτός ΕΕ27
2000	1.666	70,5%	29,5%	81,6%	18,4%
2001	1.662	64,2%	35,8%	79,7%	20,3%
2002	1.468	61,3%	38,7%	80,3%	19,7%
2003	1.577	59,7%	40,3%	79,5%	20,5%
2004	1.463	58,8%	41,2%	79,2%	20,8%
2005	1.287	55,0%	45,0%	76,9%	23,2%
2006	1.231	50,8%	49,2%	73,3%	26,7%
2007	1.151	50,9%	49,1%	71,9%	28,1%
2008	1.044	45,0%	55,0%	68,6%	31,4%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η συνολική αξία των εξαγωγών προς χώρες-μέλη της ΕΕ27 μειώθηκε σχεδόν στο μισό την περίοδο 2000-2008, όπως φαίνεται στον Πίνακα 10.26. Όσον αφορά στη σύνθεση των εξαγωγών προς χώρες-μέλη της ΕΕ27, η αξία των γυναικείων πλεκτών ενδυμάτων που εξάγονται είναι η υψηλότερη και αυξάνει το μερίδιό της την περίοδο 2000-2008, ξεπερνώντας οριακά το 40% της αξίας των συνολικών εξαγωγών. Ακολουθούν τα αξεσουάρ ένδυσης που όμως δείχνουν τάσεις διαχρονικής μείωσης της αξίας τους (περίπου 30% το 2008), ενώ από τις υπόλοιπες κατηγορίες η σημαντικότερη είναι τα γυναικεία ενδύματα που πλησιάζουν το 13% της αξίας των εξαγωγών το 2008 και τα ανδρικά ενδύματα που ξεπερνούν ελαφρώς το 6% την ίδια χρονιά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.26

Αξία εξαγωγών ανά κατηγορία προϊόντων ένδυσης προς χώρες-μέλη ΕΕ27

Έτος	Σύνολο[1]	ΑΕ	ΓΕ	ΑΠΕ	ΓΠΕ	ΑΥ	ΑΞΕ	ΑΛ
2000	1.360	5,1%	9,8%	3,4%	36,1%	39,8%	1,8%	4,1%
2001	1.325	4,5%	7,3%	2,4%	39,0%	39,9%	1,7%	5,3%
2002	1.179	4,0%	6,8%	4,3%	40,0%	40,0%	2,6%	2,5%
2003	1.254	3,6%	6,4%	3,3%	46,4%	34,2%	3,1%	3,0%
2004	1.158	4,2%	5,6%	2,6%	48,3%	32,2%	4,1%	3,0%
2005	989	6,2%	8,0%	2,5%	45,5%	28,4%	5,7%	3,7%
2006	902	7,4%	9,5%	2,9%	46,4%	25,0%	4,3%	4,7%
2007	828	4,5%	10,7%	3,6%	45,5%	27,0%	5,4%	3,3%
2008	716	6,1%	12,9%	4,2%	40,6%	28,6%	4,7%	2,9%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.

Επεξηγήσεις: ΑΕ= ανδρικά ενδύματα, ΓΕ= γυναικεία ενδύματα, ΑΠΕ= ανδρικά πλεκτά ενδύματα, ΓΠΕ= γυναικεία πλεκτά ενδύματα, ΑΥ= άλλα υφαντά ενδύματα, ΑΞΕ= αξεσουάρ ένδυσης, ΑΛ= άλλα ενδύματα, όχι υφαντά.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η εικόνα των εξαγωγών προς τρίτες χώρες διαφέρει αισθητά από εκείνη των εξαγωγών προς χώρες-μέλη της ΕΕ27. Καταρχήν, η συνολική αξία των εξαγωγών προς τρίτες χώρες όχι μόνο δεν μειώθηκε, αλλά αυξήθηκε κατά

περίπου 20 εκατομμύρια ευρώ, σύμφωνα με τον Πίνακα 10.27. Επιπλέον, οι εξαγωγές άλλων ενδυμάτων μη υφαντών (ΑΛ) αποτελούν το μεγαλύτερο μερίδιο των συνολικών εξαγωγών που αγγίζει το 70%, ενώ κοντά στο 10% της αξίας των συνολικών εξαγωγών βρίσκονται μόνο οι εξαγωγές γυναικείων πλεκτών ενδυμάτων. Φαίνεται, λοιπόν, ότι η ενίσχυση της αξίας των εξαγωγών προϊόντων ένδυσης προς τρίτες χώρες που διαπιστώσαμε στον Πίνακα 10.25 οφείλεται κατά βάση στην αύξηση της αξίας των εξαγωγών άλλων ενδυμάτων, ενώ η μείωση της συνολικής αξίας των εξαγωγών μετριάζεται από τη βελτίωση της εικόνας στις εξαγωγές προς τρίτες χώρες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.27

Αξία εξαγωγών ανά κατηγορία προϊόντων ένδυσης προς χώρες εκτός ΕΕ27

Έτος	Σύνολο[1]	ΑΕ	ΓΕ	ΑΠΕ	ΓΠΕ	ΑΥ	ΑΞΕ	ΑΛ
2000	306	5,1%	6,1%	1,1%	28,8%	10,9%	0,7%	47,3%
2001	337	5,0%	5,5%	0,8%	25,0%	9,7%	0,7%	53,5%
2002	289	6,1%	5,1%	0,9%	18,4%	9,7%	1,0%	58,9%
2003	324	5,2%	4,9%	0,9%	17,4%	8,9%	1,1%	61,7%
2004	305	5,4%	5,3%	0,8%	17,0%	9,5%	1,9%	60,1%
2005	298	5,7%	6,7%	0,7%	17,0%	8,1%	1,7%	60,0%
2006	329	5,7%	6,3%	0,8%	14,5%	5,4%	1,3%	66,1%
2007	324	5,7%	6,5%	1,1%	13,3%	5,6%	1,4%	66,6%
2008	328	5,0%	7,4%	1,0%	9,6%	6,3%	1,1%	69,6%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.

Επεξηγήσεις: ΑΕ= ανδρικά ενδύματα, ΓΕ= γυναικεία ενδύματα, ΑΠΕ= ανδρικά πλεκτά ενδύματα, ΓΠΕ= γυναικεία πλεκτά ενδύματα, ΑΥ= άλλα υφαντά ενδύματα, ΑΞΕ= αξεσουάρ ένδυσης, ΑΛ= άλλα ενδύματα, όχι υφαντά.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.28

Αξία εξαγωγών ανά κατηγορία προϊόντων ένδυσης προς Κίνα

Έτος	Σύνολο[1]	ΑΕ	ΓΕ	ΑΠΕ	ΓΠΕ	ΑΥ	ΑΞΕ	ΑΛ
2000	311.488	4,6%	1,7%	22,9%	34,0%	10,6%	0,0%	26,1%
2001	250.532	0,1%	1,4%	0,0%	75,8%	6,4%	2,4%	14,0%
2002	116.180	2,6%	15,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	82,4%
2003	204.986	54,6%	3,1%	0,1%	0,0%	0,8%	3,2%	38,2%
2004	87.693	2,2%	2,2%	0,0%	0,0%	19,1%	0,8%	75,6%
2005	296.801	0,3%	2,1%	0,0%	1,1%	16,8%	5,0%	74,6%
2006	764.448	0,5%	3,6%	0,0%	18,9%	2,4%	2,0%	72,6%
2007	1.023.163	0,0%	0,1%	0,0%	26,1%	5,0%	3,8%	65,0%
2008	483.132	0,1%	6,0%	0,0%	68,3%	6,2%	10,1%	9,3%

[1] Σε ευρώ.Επεξηγήσεις: ΑΕ= ανδρικά ενδύματα, ΓΕ= γυναικεία ενδύματα, ΑΠΕ= ανδρικά πλεκτά ενδύματα, ΓΠΕ= γυναικεία πλεκτά ενδύματα, ΑΥ= άλλα υφαντά ενδύματα, ΑΞΕ= αξεσουάρ ένδυσης, ΑΛ= άλλα ενδύματα, όχι υφαντά.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η αξία των εξαγωγών προς την Κίνα είναι μικρή συγκριτικά με τη σημασία που έχει η συγκεκριμένη χώρα στις εμπορικές ροές που αφορούν σε είδη ένδυσης. Ωστόσο, για λόγους συμμετρίας ο Πίνακας 10.28 παραθέτει τα σχετικά στοιχεία. Η αξία των εξαγωγών αυξήθηκε διαχρονικά κατά περίπου 172 εκατομμύρια ευρώ την περίοδο 2000-2008, όμως επιφυλάξεις προκαλεί η κάθετη πτώση της περιόδου 2007-2008, όταν η αξία των εξαγωγών για το σύνολο των προϊόντων ένδυσης υποδιπλασιάστηκε. Κυρίαρχη θέση στις ελληνικές εξαγωγές

ενδυμάτων προς την Κίνα έχουν στο τέλος της περιόδου τα γυναικεία πλεκτά ενδύματα, που φτάνουν το 70% της αξίας του συνόλου των εξαγωγών ενδυμάτων, και ακολουθούν σε σημασία τα αξεσουάρ ένδυσης και τα υπόλοιπα μη υφαντά ενδύματα.

10.5.2. Εισαγωγές

Μετά τις εξαγωγές προϊόντων ένδυσης ήρθε η ώρα να δούμε τι συμβαίνει με τις εισαγωγές και πώς αλλάζει η εικόνα τους διαχρονικά. Έτσι, με βάση τον Πίνακα 10.29 προκύπτει ότι η αξία των εισαγωγών συνολικά σχεδόν διπλασιάστηκε την περίοδο 2000-2008. Η αξία των εισαγωγών από χώρες-μέλη της ΕΕ15 παρουσιάζει μείωση διαχρονικά, όπως και η αξία των εισαγωγών από την ΕΕ27, η οποία μάλιστα ξεπερνά τις δέκα ποσοστιαίες μονάδες. Αντίθετα, η αξία των εισαγωγών από την Κίνα παρουσιάζει αύξηση μεγαλύτερη των επτά ποσοστιαίων μονάδων. Αν συνδυάσουμε αυτές τις παρατηρήσεις με τις προηγούμενες που αφορούσαν τις ποσότητες των εισαγωγών, προκύπτει ότι οι εισαγωγές από την ΕΕ27 πρέπει να έγιναν φθηνότερες, εκείνες από τρίτες χώρες ακριβότερες, ενώ αναφορικά με την Κίνα δεν έγιναν ουσιαστικές μεταβολές στην τιμή ανά μονάδα.

Συγκρίνοντας τους Πίνακες 10.30 και 10.31 προκύπτει ότι η αξία των εισαγωγών από τις χώρες-μέλη της ΕΕ27 «έτρεξαν» με βραδύτερους ρυθμούς σε σύγκριση με εκείνες από τρίτες χώρες. Έτσι, η αύξηση της αξίας υπολογίζεται σε 60% την περίοδο 2000-2008 για τις πρώτες και 191% για τις δεύτερες, ενώ οι διαχρονικές μεταβολές στις ποσότητες ήταν αντίστοιχες και ξεπερνούσαν κατά τι τον τριπλασιασμό. Επομένως, είναι ξεκάθαρο και πάλι ότι η αύξηση της αξίας των συνολικών εισαγωγών προέρχεται κυρίως από την πλευρά των ποσοτήτων και όχι των τιμών που φαίνεται να αποκλιμακώνονται, πιθανόν εξαιτίας της έντασης του ανταγωνισμού.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.29
Αξία εισαγωγών προϊόντων ένδυσης

Έτος	Σύνολο[1]	ΕΕ15	Εκτός ΕΕ15	ΕΕ27	Εκτός ΕΕ27	Από Κίνα
2000	1.197	64,2%	35,8%	80,7%	19,4%	5,4%
2001	1.272	62,9%	37,1%	80,1%	19,9%	5,6%
2002	904	73,3%	26,8%	75,1%	24,9%	10,1%
2003	1.153	74,6%	25,4%	76,2%	23,8%	9,8%
2004	1.315	72,4%	27,6%	74,3%	25,7%	10,7%
2005	1.452	71,6%	28,4%	74,3%	25,7%	11,0%
2006	1.622	71,9%	28,1%	73,9%	26,1%	12,1%
2007	2.093	61,0%	39,0%	71,6%	28,4%	11,8%
2008	2.247	60,1%	40,0%	70,0%	30,1%	12,7%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.
Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.30

Αξία εισαγωγών ανά κατηγορία προϊόντων ένδυσης από χώρες-μέλη ΕΕ27

Έτος	Σύνολο[1]	ΑΕ	ΓΕ	ΑΠΕ	ΓΠΕ	ΑΥ	ΑΞΕ	ΑΛ
2000	966	18,6%	18,5%	6,4%	21,1%	24,4%	6,1%	4,9%
2001	1.019	17,8%	19,2%	5,8%	22,6%	22,6%	5,8%	6,3%
2002	679	21,7%	23,5%	4,2%	11,6%	23,9%	7,0%	8,1%
2003	879	19,3%	28,9%	3,9%	8,7%	24,6%	7,6%	6,9%
2004	977	18,8%	24,9%	3,9%	10,2%	28,0%	7,0%	7,3%
2005	1.078	18,1%	27,9%	4,6%	9,7%	27,1%	6,2%	6,4%
2006	1.199	18,1%	27,9%	4,0%	10,6%	27,9%	5,8%	5,8%
2007	1.499	16,8%	24,5%	4,3%	15,9%	28,1%	5,8%	4,7%
2008	1.572	16,3%	24,8%	4,9%	16,1%	28,6%	4,9%	4,3%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.

Επεξηγήσεις: ΑΕ= ανδρικά ενδύματα, ΓΕ= γυναικεία ενδύματα, ΑΠΕ= ανδρικά πλεκτά ενδύματα, ΓΠΕ= γυναικεία πλεκτά ενδύματα, ΑΥ= άλλα υφαντά ενδύματα, ΑΞΕ= αξεσουάρ ένδυσης, ΑΛ= άλλα ενδύματα, όχι υφαντά.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Επιπλέον, το 2008 στις εισαγωγές από χώρες-μέλη της ΕΕ27 τη μεγαλύτερη αξία έχουν οι εισαγωγές άλλων υφαντών ενδυμάτων (28,6%) και ακολουθούν οι εισαγωγές γυναικείων ενδυμάτων (24,8%). Και στις δύο περιπτώσεις καταγράφεται διαχρονική άνοδος της αξίας των εισαγωγών για τις δύο αυτές κατηγορίες ειδών ένδυσης (σε όλες τις άλλες κατηγορίες υπάρχει πτώση), η οποία είναι μεγαλύτερη στην περίπτωση των γυναικείων ενδυμάτων. Αντίστοιχα, αναφορικά με τις εισαγωγές από τρίτες χώρες υπάρχουν κάποιες διαφοροποιήσεις, καθώς τη μεγαλύτερη αξία έχουν οι εισαγωγές άλλων υφαντών ενδυμάτων (27,5%), αλλά ακολουθούν τα ανδρικά ενδύματα (22,4%) αυτή τη φορά. Επομένως, αν εξαιρέσει κάποιος την αλλαγή της κατάταξης στις δύο πρώτες θέσεις, δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές στη σύνθεση των εισαγωγών ανάλογα με την προέλευσή τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.31

Αξία εισαγωγών ανά κατηγορία προϊόντων ένδυσης από χώρες εκτός ΕΕ27

Έτος	Σύνολο[1]	ΑΕ	ΓΕ	ΑΠΕ	ΓΠΕ	ΑΥ	ΑΞΕ	ΑΛ
2000	232	24,5%	11,5%	5,4%	14,5%	22,9%	5,7%	15,6%
2001	254	23,9%	11,9%	4,1%	15,1%	23,7%	5,1%	16,3%
2002	225	24,2%	10,3%	4,2%	6,9%	24,7%	6,9%	22,8%
2003	274	23,0%	10,6%	5,0%	7,4%	24,4%	7,1%	22,6%
2004	338	23,1%	12,6%	4,3%	7,0%	23,8%	6,1%	23,3%
2005	373	25,0%	16,5%	3,8%	7,4%	25,0%	5,2%	17,1%
2006	423	24,5%	16,5%	4,0%	7,8%	27,1%	5,0%	15,1%
2007	594	23,2%	16,5%	4,8%	14,7%	26,4%	3,5%	10,9%
2008	675	22,4%	16,5%	5,0%	15,6%	27,5%	3,4%	9,7%

[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.

Επεξηγήσεις: ΑΕ= ανδρικά ενδύματα, ΓΕ= γυναικεία ενδύματα, ΑΠΕ= ανδρικά πλεκτά ενδύματα, ΓΠΕ= γυναικεία πλεκτά ενδύματα, ΑΥ= άλλα υφαντά ενδύματα, ΑΞΕ= αξεσουάρ ένδυσης, ΑΛ= άλλα ενδύματα, όχι υφαντά.

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.32
Αξία εισαγωγών ανά κατηγορία προϊόντων ένδυσης από Κίνα

Έτος	Σύνολο[1]	ΑΕ	ΓΕ	ΑΠΕ	ΓΠΕ	ΑΥ	ΑΞΕ	ΑΛ
2000	64	18,6%	8,2%	11,8%	5,9%	28,0%	5,9%	21,6%
2001	71	19,6%	10,6%	8,2%	5,7%	28,5%	4,1%	23,2%
2002	91	21,4%	12,1%	6,3%	5,3%	24,4%	4,8%	25,8%
2003	113	23,8%	11,6%	7,0%	7,0%	24,8%	4,9%	20,9%
2004	141	22,8%	13,2%	5,3%	5,5%	24,9%	4,6%	23,7%
2005	160	23,6%	14,8%	4,3%	7,0%	28,8%	5,0%	16,5%
2006	196	25,5%	14,1%	4,3%	7,0%	30,0%	4,5%	14,6%
2007	247	24,5%	15,8%	4,8%	6,7%	33,0%	3,7%	11,6%
2008	285	23,8%	16,4%	3,6%	8,2%	34,6%	3,5%	10,1%

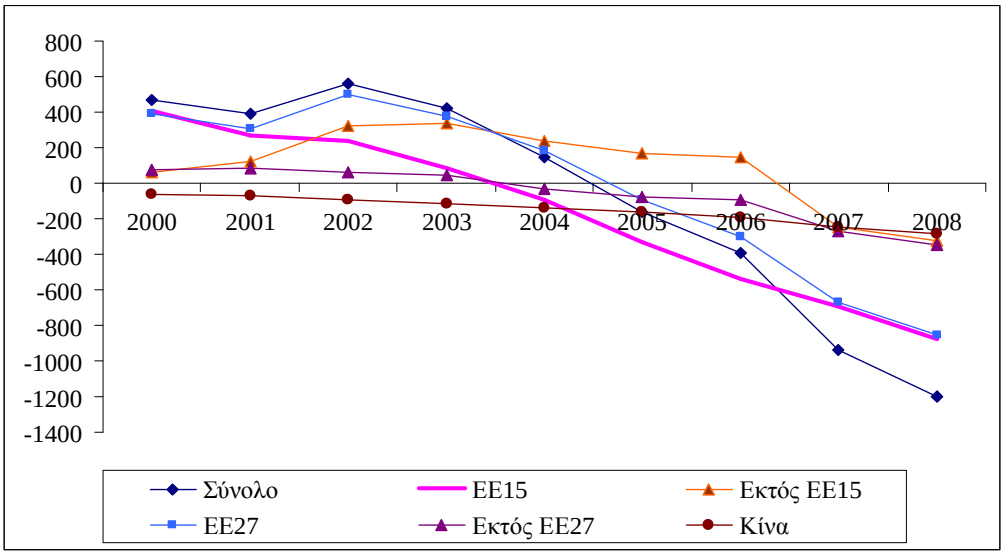
[1] Σε εκατομμύρια ευρώ.
Επεξηγήσεις: ΑΕ= ανδρικά ενδύματα, ΓΕ= γυναικεία ενδύματα, ΑΠΕ= ανδρικά πλεκτά ενδύματα, ΓΠΕ= γυναικεία πλεκτά ενδύματα, ΑΥ= άλλα υφαντά ενδύματα, ΑΞΕ= αξεσουάρ ένδυσης, ΑΛ= άλλα ενδύματα, όχι υφαντά.
Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Σε απόλυτες τιμές η αξία των εισαγωγών από την Κίνα αυξήθηκε κατά περίπου 4,4 φορές, ενώ μεταβολές σημειώθηκαν και στη σύνθεση αυτών, σύμφωνα με τον Πίνακα 10.32. Έτσι, η αξία των εισαγωγών άλλων υφαντών ενδυμάτων και ανδρικών ενδυμάτων ήταν στην πρώτη και δεύτερη θέση αντίστοιχα στην αρχή και το τέλος της περιόδου υπό εξέταση, αλλά -για παράδειγμα- τα γυναικεία ενδύματα σχεδόν διπλασίασαν τη συμμετοχή τους (από 8% στο 16% περίπου), ενώ μειώθηκε σημαντικά η αξία των εισαγωγών σε ανδρικά πλεκτά ενδύματα (ΑΠΕ) και άλλα ενδύματα και υφαντά (ΑΛ).

10.5.3. Εμπορικό ισοζύγιο στα προϊόντα ένδυσης

Μετά την εξέταση των επιμέρους εμπορικών ροών (εισαγωγές και εξαγωγές) ειδών ένδυσης προχωράμε στη διερεύνηση της σύνθεσής τους, δηλαδή στη διερεύνηση του εμπορικού ισοζυγίου που είναι κατά κανόνα ελλειμματικό στην Ελλάδα για τα είδη ένδυσης, διότι η αξία των εισαγωγών είναι πολλαπλάσια εκείνης των εξαγωγών. Τα πράγματα όμως, σύμφωνα με το Διάγραμμα 10.8, δεν ήταν πάντα έτσι, καθώς προκύπτει ότι το συνολικό εμπορικό ισοζύγιο ήταν θετικό μέχρι και το 2004, αν και παρουσιάζει συνεχή πτωτική πορεία πολύ νωρίτερα. Μόνο το εμπορικό ισοζύγιο με την Κίνα παρουσιάζει έλλειμμα από την αρχή τις περιόδου, το οποίο και διευρύνεται διαχρονικά, αλλά με σχετικά αργούς ρυθμούς συγκρινόμενο με το συνολικό έλλειμμα. Σχετικά με τους άλλους εμπορικούς εταίρους, το συνολικό εμπόριο στα είδη ένδυσης με τρίτες χώρες παρουσιάζει τις καλύτερες επιδόσεις για τη χώρα μας, καθώς ήταν πλεονασματικό έως και το 2006. Φαίνεται, λοιπόν, ότι η χώρα μας αντιμετωπίζει το μεγαλύτερο έλλειμμα ανταγωνιστικότητας -που οδηγεί σε ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο- σε σχέση με τους εταίρους της στην ΕΕ, είτε πρόκειται για χώρες-μέλη της ΕΕ15 ή της ΕΕ27.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.8
Εμπορικό ισοζύγιο για τα προϊόντα ένδυσης

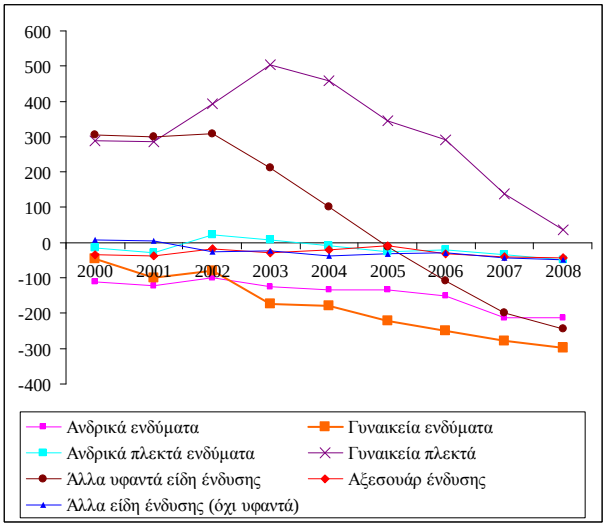


Σημείωση: Οι αξίες είναι σε εκατομμύρια ευρώ.
Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

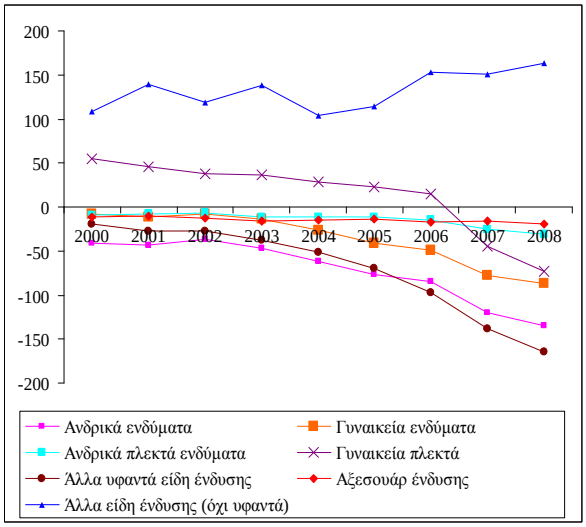
Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 10.9 στο σύνολο σχεδόν των κατηγοριών ειδών ένδυσης η χώρα μας έχει εμπορικό έλλειμμα στις σχέσεις της με χώρες-μέλη της ΕΕ27 σε όλη τη χρονική περίοδο υπό εξέταση. Μοναδικές εξαιρέσεις αποτελούν τα άλλα υφαντά είδη ένδυσης, όπου οι συναλλαγές γίνονται ελλειμματικές μόλις το 2005, και τα γυναικεία πλεκτά, όπου υπάρχει εμπορικό πλεόνασμα με τάση όμως ταχείας μείωσης (κάτω από 100 εκατομμύρια ευρώ το 2008) που, εφόσον διατηρηθεί, σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα θα υπάρχει και εκεί εμπορικό έλλειμμα. Από την άλλη πλευρά, στις κατηγορίες στις οποίες παρουσιάζεται έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο φαίνεται αυτό να διευρύνεται με ταχύτερους (π.χ. γυναικεία ενδύματα) ή λιγότερο ταχείς ρυθμούς (π.χ. γυναικεία ενδύματα ή άλλα μη υφαντά είδη ένδυσης). Το συμπέρασμα που προκύπτει αναφορικά με τους εμπορικούς μας εταίρους μέλη της ΕΕ27 είναι ότι οι εμπορικές μας σχέσεις είναι προβληματικές και χρειάζονται συντονισμένες προσπάθειες για να αντιστραφεί η ελλειμματική αυτή συναλλακτική σχέση σε βάρος μας.

Η εικόνα δεν είναι θεαματικά διαφορετική όσον αφορά στο εμπορικό ισοζύγιο με τρίτες χώρες (Διάγραμμα 10.10). Το πλεόνασμα στο εμπορικό ισοζύγιο που καταγράφεται στα άλλα είδη ένδυσης είναι η μοναδική αισιόδοξη παρατήρηση, αν και είναι σχετικά μικρό και κυμαίνεται μεταξύ 100 και 150 εκατομμυρίων ευρώ. Κατά τα άλλα το εμπορικό ισοζύγιο στα γυναικεία πλεκτά πέρασε σε αρνητικό πρόσημο το 2007, ενώ σε όλες τις άλλες κατηγορίες ειδών ένδυσης το εμπορικό ισοζύγιο είναι εξαρχής ελλειμματικό. Περισσότερο προβληματικές είναι οι συναλλαγές σε ανδρικά ενδύματα και άλλα μη υφαντά είδη ένδυσης και λιγότερο στα ανδρικά πλεκτά ενδύματα και τα αξεσουάρ ένδυσης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.9
Εμπορικό ισοζύγιο για τα προϊόντα ένδυσης (χώρες-μέλη ΕΕ27)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10.10
Εμπορικό ισοζύγιο για προϊόντα ένδυσης (χώρες εκτός ΕΕ27)



Σημείωση: Οι αξίες είναι σε εκατομμύρια ευρώ.
Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.5.4. Δείκτες

Ο Πίνακας 10.33 παραθέτει πέντε δείκτες που αφορούν στις εμπορικές ροές. Οι δείκτες αυτοί είναι ο δείκτης εξωστρέφειας, ο δείκτης εισαγωγικής διείσδυσης, ο δείκτης Balassa, ο δείκτης Vollrath και ο δείκτης έντασης εμπορίου.[5]

Ο δείκτης εξωστρέφειας παρουσιάζει ελαφρά μείωση διαχρονικά, γεγονός που συνεπάγεται τη μείωση της εξωστρέφειας της ελληνικής βιομηχανίας ένδυσης, δηλαδή μείωση του τμήματος της παραγωγής που εξάγεται, ενώ σε κάποιες διαδοχικές χρονιές εμφανίζει σημαντική μεταβλητότητα (π.χ. 2003-2004, 2004-2005, 2005-2006, 2006-2007). Λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντική μείωση της παραγωγής διαχρονικά και το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας της ελληνικής παραγωγής ειδών ένδυσης, αυτό δεν πρέπει να αποτελεί έκπληξη. Από την άλλη πλευρά, ο δείκτης εισαγωγικής διείσδυσης παρουσιάζει σταθεροποιητικές τάσεις, γεγονός που σημαίνει ότι ένα σχετικά σταθερό τμήμα της κατανάλωσης ικανοποιείται από εισαγωγές και η ισορροπία αυτή δεν φαίνεται ιδιαίτερα ευμετάβλητη.

[5] Αναλυτική παρουσίαση των δεικτών υπάρχει στο εισαγωγικό κεφάλαιο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.33
Δείκτες εμπορικών επιδόσεων

Έτος	Δείκτης εξωστρέφειας	Δείκτης εισαγωγικής διείσδυσης	Δείκτης Balassa	Δείκτης Vollrath	Δείκτης έντασης εμπορίου
2000	0,68	0,31	5,70	4,66	0,16
2001	0,69	0,31	5,55	4,45	0,13
2002	0,62	0,20	5,65	4,83	0,24
2003	0,65	0,23	5,67	4,79	0,16
2004	0,76	0,25	5,36	4,36	0,05
2005	0,63	0,24	4,40	3,30	-0,06
2006	0,72	0,25	3,74	2,62	-0,14
2007	0,60	0,30	3,39	2,06	-0,29
2008	0,62	0,31	3,09	1,76	-0,37

Πηγή: Eurostat, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο δείκτης Balassa, που αποτελεί προσέγγιση του συγκριτικού πλεονεκτήματος της χώρας μας, στη συγκεκριμένη περίπτωση για τα είδη ένδυσης, μειώνεται σημαντικά κατά περίπου 46% που σημαίνει ότι το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας σε είδη ένδυσης χειροτερεύει[6]. Παρόμοια πορεία ακολουθεί και ο δείκτης Vollrath που μετρά το συγκριτικό πλεονέκτημα του συνόλου των εμπορικών ροών, καθώς εμφανίζει σαφή τάση μείωσης, καθώς από 4,66 το 2000 καταλήγει σε 1,76 το 2008. Κλείνοντας την ανάλυση των δεικτών, ο δείκτης έντασης εμπορίου, που δείχνει τη σχέση του εμπορικού ισοζυγίου προς το σύνολο των εμπορικών ροών, μειώνεται μέχρι που γίνεται αρνητικός αντικατοπτρίζοντας, έτσι, την αρνητική εξέλιξη του εμπορικού ισοζυγίου που γίνεται ελλειμματικό το 2005 για πρώτη φορά, ενώ το έλλειμμα συνεχίζει να διευρύνεται έκτοτε.

10.6. Θεσμικό πλαίσιο

Το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και κατά συνέπεια τα προϊόντα ένδυσης στην Ελλάδα διαμορφώνεται από το ελληνικό και το ευρωπαϊκό δίκαιο. Κοινές συνιστώσες των δύο είναι οι προσπάθειες προστασίας του κλάδου από εισαγωγές που προέρχονται από τρίτες χώρες και ενίσχυσης της εγχώριας παραγωγικής βάσης. Στο ελληνικό δίκαιο μπορούμε να διακρίνουμε νόμους και υπουργικές αποφάσεις, οι οποίες συνδέονται κατά βάση έμμεσα με τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και τα προϊόντα ένδυσης, με την έννοια ότι αφορούν κατά κανόνα γενικά στον τομέα της μεταποίησης και όχι συγκεκριμένα στον κλάδο της ένδυσης.

Στην παρουσίαση που ακολουθεί ξεκινάμε από το ελληνικό νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο καλούνται να λειτουργήσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις παραγωγής ενδυμάτων και το οποίο αποτελείται κατά βάση από ένα πλέγμα

[6] Οι υψηλές τιμές του δείκτη ερμηνεύονται από το υψηλό ποσοστό των εξαγωγών σε είδη ένδυσης σε σύγκριση με τις συνολικές εξαγωγές της χώρας, γεγονός που υποδηλώνει ακόμη μία φορά τη σημασία του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης στην ελληνική οικονομία.

ενισχύσεων που, υπό όρους, μπορεί να συνεισφέρει στην αναζωογόνηση του κλάδου της παραγωγής ενδυμάτων και στην ενδυνάμωσή του. Στη συνέχεια εξετάζουμε το ευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο που αναφέρεται στο σύνολο των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, άρα και στην Ελλάδα, και το οποίο είναι συχνά πιο επικεντρωμένο στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και της ένδυσης, με την έννοια ότι εστιάζει τα μέτρα-δράσεις στο συγκεκριμένο κλάδο. Τέλος, γίνεται ειδική αναφορά στις εμπορικές σχέσεις με την Κίνα, με έμφαση στα προϊόντα κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, για τις οποίες οι αποφάσεις λαμβάνονται σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης.

10.6.1. Ελληνικό νομικό πλαίσιο

Α. Αναπτυξιακός νόμος 3299/2004 (κίνητρα ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική ανάπτυξη και την περιφερειακή σύγκλιση)

Ο αναπτυξιακός νόμος στοχεύει γενικά στην ενδυνάμωση της ισόρροπης ανάπτυξης, στην αύξηση της απασχόλησης, στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, στην προώθηση της τεχνολογικής αλλαγής και της καινοτομίας, στην προστασία του περιβάλλοντος, στην εξοικονόμηση ενέργειας και στην επίτευξη της περιφερειακής σύγκλισης. Προκειμένου να πετύχει τους στόχους του προβλέπει τα ακόλουθα μέσα ενίσχυσης για τα επενδυτικά σχέδια[7] που υπάγονται στον νόμο:

1. Επιχορήγηση που συνίσταται στη δωρεάν παροχή από το Δημόσιο χρηματικού ποσού για την κάλυψη τμήματος της ενισχυόμενης δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου.
2. Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλόμενων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού.
3. Φορολογική απαλλαγή που συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος επί των μη διανεμόμενων κερδών για το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης της πρώτης δεκαετίας μετά την πραγματοποίηση του επενδυτικού σχεδίου, με το σχηματισμό ισόποσου αφορολόγητου αποθεματικού.
4. Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης από το επενδυτικό σχέδιο απασχόλησης που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο, για μια διετία, τμήματος του μισθολογικού κόστους των δημιουργούμενων, εντός της πρώτης τριετίας από την ολοκλήρωσή του επενδυτικού σχεδίου, θέσεων απασχόλησης.

[7] Ως επενδυτικά σχέδια θεωρούνται οι επενδύσεις, τα επιχειρηματικά σχέδια και τα προγράμματα χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Ωστόσο, τα μέσα αυτά μπορούν να αξιοποιηθούν-επιλεγούν εναλλακτικά ως εξής:

1. Επιχορήγηση ή και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης από 15% έως 40% ανάλογα με την περιοχή (συνολικά τρεις) και την κατηγορία του επενδυτικού σχεδίου, με δυνατότητα να δοθεί 10% ή 20% επιπλέον επιδότηση σε ειδικές περιπτώσεις.
2. Φορολογική απαλλαγή.
3. Επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

Μεταξύ άλλων στον αναπτυξιακό νόμο υπάγονται επενδυτικά σχέδια στο δευτερογενή τομέα της οικονομίας. Συγκεκριμένα τα επενδυτικά σχέδια στον κλάδο της ένδυσης εντάσσονται στον τομέα της μεταποίησης, όπως ορίζεται στη Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ) και υπάγονται στην Κατηγορία 2. Επιπλέον, τα συγκεκριμένα επενδυτικά σχέδια μπορούν να ενταχθούν στα ειδικά σχέδια του δευτερογενή τομέα (Κατηγορία 1).

Β. Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 - 2013 (ΕΣΠΑ)

Το ΕΣΠΑ αποτελεί το έγγραφο αναφοράς για τον προγραμματισμό των Ταμείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε εθνικό επίπεδο για την περίοδο 2007-2013. Εκπονήθηκε δε στο πλαίσιο της νέας στρατηγικής προσέγγισης για την Πολιτική Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με την οποία το ΕΣΠΑ «..εξασφαλίζει ότι η συνδρομή από τα Ταμεία συμβαδίζει με τις κοινοτικές στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές για τη συνοχή και προσδιορίζει το σύνδεσμο μεταξύ των κοινοτικών προτεραιοτήτων αφενός και του εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων αφετέρου».

Το νέο σχήμα χαρακτηρίζεται από μικρότερο πλήθος Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΕΠ) σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο 2000-2006, που οδηγεί σε πιο ευέλικτη διαχείριση. Κατά συνέπεια, ο στρατηγικός σχεδιασμός της χώρας για την περίοδο 2007-2013 θα υλοποιηθεί μέσα από οκτώ (8) Τομεακά ΕΠ, πέντε (5) Περιφερειακά ΕΠ (ΠΕΠ) και δεκατέσσερα (14) Προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας.

Συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης μπορούν να επωφεληθούν πολλαπλά από το ΕΣΠΑ, καθώς στον ευρύτερο τομέα της μεταποίησης τίθενται συγκεκριμένοι στόχοι, όπως -μεταξύ άλλων- η δημιουργία φιλικού και ευέλικτου επιχειρηματικού-εργασιακού περιβάλλοντος, η τόνωση της εξωστρέφειας, η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, η διευκόλυνση ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, η επέκταση της κλίμακας παραγωγής μέσω επενδύσεων και συγχωνεύσεων, η αναβάθμιση της εσωτερικής οργάνωσης των επιχειρήσεων και η αναβάθμιση της μεταποίησης και των συνοδευτικών προς αυτήν δραστηριοτήτων προς κλάδους υψηλότερης προστιθέμενης αξίας.

Τέλος, με απόφαση του Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Ναυτιλίας αποφασίστηκε η ενίσχυση στα πλαίσια του ΕΣΠΑ των επιχειρήσεων

ειδικά στον τομέα της ένδυσης και της υπόδησης. Η ενίσχυση εντάσσεται στα πλαίσια του προγράμματος με τίτλο «Ένδυση και υπόδηση: νέες προοπτικές», έχει προϋπολογισμό 15 εκατομμύρια ευρώ και αναμένεται να επωφεληθούν περίπου 350 επιχειρήσεις του κλάδου. Σύμφωνα με τους σχεδιασμούς, τα επενδυτικά σχέδια θα πρέπει να έχουν προϋπολογισμό ύψους 30.000-150.000 ευρώ για μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις και 80.000-200.000 ευρώ για μεσαίες επιχειρήσεις. Η δημόσια επιχορήγηση θα είναι ανάλογη με τη γεωγραφική ζώνη και το μέγεθος της επιχείρησης (30%, 35% ή 40% για μεσαίες επιχειρήσεις και 35%, 40% ή 45% για μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις). Αφορά δε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που απασχολούν έως 250 εργαζόμενους και έχουν τζίρο μέχρι 50 εκατομμύρια ευρώ. Οι στόχοι της δράσης περιλαμβάνουν την ενίσχυση της προβολής των προϊόντων των ελληνικών επιχειρήσεων στην εγχώρια και τη διεθνή αγορά και τον αναπροσανατολισμό της εγχώριας μεταποιητικής δραστηριότητας, ενώ δίνει κίνητρα για παραγωγικές επενδύσεις με στόχο την ανάπτυξη και την εφαρμογή καινοτομιών. Καταληκτική ημερομηνία υποβολής αιτήσεων, μετά την παράταση που δόθηκε, ήταν η 27η Σεπτεμβρίου 2010.

Γ. Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ)

Η ΤΕΜΠΜΕ Α.Ε. από την αρχή της λειτουργίας της έχει εφαρμόσει προγράμματα που στηρίζουν τις δύο βασικότερες κατευθύνσεις δανεισμού των Ελληνικών μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, δηλαδή τα κεφάλαια κίνησης και τα επενδυτικά δάνεια. Η στήριξη είχε τη μορφή είτε εγγύησης στα δάνεια των δύο αυτών τύπων, είτε επιδότησης στο επιτόκιο του δανείου καθιστώντας το στην ουσία χαμηλότοκο. Από το φθινόπωρο του 2008, η ΤΕΜΠΜΕ Α.Ε. στόχευσε στην στήριξη, με πολύ ευνοϊκούς όρους, της ρευστότητας των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (μεταξύ των οποίων βρίσκονται και επιχειρήσεις στον κλάδο της ένδυσης), οι οποίες λειτουργούν σε συνθήκες παγκόσμιας κρίσης, ώστε να τους δοθεί η δυνατότητα να αντεπεξέλθουν στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους, να ενδυναμώσουν τη θέση τους και να αναπτυχθούν μέσα στο σημερινό συνεχώς μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον. Τέλος, μέσω της Δράσης και των όρων της, στηρίζεται στην πράξη η απασχόληση των εργαζόμενων όλων των εγκεκριμένων επιχειρήσεων, έτσι ώστε να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές συνέπειες της κρίσης και να υποστηριχθεί η κοινωνική συνοχή.

Αυτή τη στιγμή βρισκόμαστε στη Β΄ Φάση που έχει ως στόχους την ενίσχυση της ρευστότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω της διασφάλισης της βιωσιμότητάς τους, τη διατήρηση της απασχόλησης και τη διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στο χρηματοπιστωτικό σύστημα με ευνοϊκούς όρους. Τα χαρακτηριστικά της Β΄ Φάσης είναι τα ακόλουθα:

1. Το ύψος του δανείου μπορεί να φτάσει το 30% του μέσου κύκλου εργασιών της εταιρείας των τριών τελευταίων διαχειριστικών χρήσεων, με μέγιστο ύψος δανείου ανά επιχείρηση τα 125.000 ευρώ.
2. Η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ παρέχει εγγύηση ίση με το 80% του ύψους του δανείου.
3. Η επιχείρηση δεν παρέχει καμία άλλη εξασφάλιση στην Τράπεζα.
4. Η διάρκεια του δανείου και της εγγύησης είναι τρία (3) έτη.
5. Το επιτόκιο του δανείου είναι προκαθορισμένο σε «Euribor + 2,1%».
6. Μειώνεται η εφάπαξ προμήθεια υπέρ του ΤΕΜΠΜΕ από το 1% στο 0,25%.
7. Η Β΄ Φάση του Προγράμματος θα λήξει όταν καλυφθεί ποσό εγγυήσεων ύψους 5 δις ευρώ.
8. Σε περίπτωση κατάπτωσης η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ καταβάλλει το εγγυημένο ποσό στην τράπεζα άμεσα, χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες.
9. Η διαδικασία υποβολής θα γίνεται με ηλεκτρονική αίτηση μέσω Τράπεζας χωρίς γραφειοκρατία και καθυστερήσεις (απάντηση το πολύ σε 10 ημέρες).
10. Κάθε επιχείρηση έχει το δικαίωμα μίας μόνο έγκρισης αιτήματος στο πρόγραμμα.

Για να είναι επιλέξιμη μια επιχείρηση πρέπει να πληροί συγκεκριμένες προϋποθέσεις που αφορούν, για παράδειγμα, στην «υγεία» των χρηματο-οικονομικών της στοιχείων και τον αριθμό των εργαζομένων.

Δ. Ελληνικό Σχέδιο Οικονομικής Ανασυγκρότησης των Βαλκανίων 2002-2011 (ΕΣΟΑΒ)

Η Ελλάδα, ανταποκρινόμενη στις υποχρεώσεις της που απορρέουν από την ιδιότητά της ως μέλους της Επιτροπής Αναπτυξιακής Βοήθειας του ΟΟΣΑ (OECD-Development Assistance Committee-DAC), έχει αναλάβει την υποχρέωση, όπως και όλα τα κράτη της Ε.Ε., να δαπανά το 0,51% του ΑΕΠ της για αναπτυξιακή βοήθεια σε τρίτες χώρες μέχρι το 2010 (0,7% το 2015). Στο πλαίσιο αυτό, καταρτίστηκε ένα πενταετές πρόγραμμα ελληνικής αναπτυξιακής βοήθειας (Ελληνικό Σχέδιο για την Οικονομική Ανασυγκρότηση των Βαλκανίων - ΕΣΟΑΒ) για την περίοδο 2002-2006. Ωστόσο, επειδή απαιτήθηκε ένα χρονικό διάστημα για την επιλογή των έργων και την προετοιμασία των σχετικών μελετών, κρίθηκε απαραίτητη η παράταση του προγράμματος κατά μία πενταετία, δηλαδή για την περίοδο 2007-2011.

Το ΕΣΟΑΒ αποσκοπεί κυρίως στην υλοποίηση μεγάλων έργων υποδομής αλλά και στην ενδυνάμωση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και συνεργασίας μεταξύ των χωρών της περιοχής μας. Η επιχορήγηση των ιδιωτικών παραγωγικών επενδύσεων δύναται να καλύψει το 30% του συνολικού προϋπολογισμού της επένδυσης. Το ελάχιστο και το μέγιστο ύψος της επιχορηγούμενης επένδυσης για

επενδύσεις που πραγματοποιούνται στη μεταποίηση ορίζεται από 800.000 έως 5.000.000 ευρώ, αλλά αφορά μόνο στην ίδρυση παραγωγικών μονάδων.

10.6.2. Ευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο

Οι βιομηχανίες κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης αντιμετώπιζαν δυσκολίες ήδη από τη δεκαετία του 1960, οι οποίες προέρχονταν ιδίως από τη χαμηλή αύξηση της ζήτησης και από την ταχεία αύξηση των εξαγωγών των αναπτυσσομένων χωρών. Καθώς οι βιομηχανίες αυτές δεν απαιτούν κατά κανόνα υψηλή τεχνολογία και κεφαλαιουχική συγκέντρωση, χάνουν τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα στην Ευρώπη προς όφελος βιομηχανικών χωρών που διαθέτουν σχετικά φθηνή εργατική δύναμη. Αν σε αυτό προσθέσουμε τον αθέμιτο ανταγωνισμό από λαθραίες εισαγωγές και ανυπέρβλητα δασμολογικά και μη εμπόδια σε ορισμένες τρίτες χώρες, τότε γίνεται φανερή η ανάγκη διαμόρφωσης και εφαρμογής μιας κοινοτικής πολιτικής που έγινε πραγματικότητα στις αρχές της δεκαετίας του 1990 και στηριζόταν σε δύο αμυντικές πτυχές: μία εσωτερική και μία εξωτερική.

Στο εσωτερικό πεδίο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εφαρμόζει την κοινοτική πλαισίωση των εθνικών ενισχύσεων, ώστε να αποφευχθούν στρεβλώσεις του ανταγωνισμού μεταξύ των χωρών-μελών και η μετάδοση των προβλημάτων διάρθρωσης και απασχόλησης από ένα κράτος σε άλλο. Αυτό σημαίνει ότι καταρχήν εξετάζεται η φύση των προβλημάτων και κατά πόσο αυτά δικαιολογούν την παροχή κρατικών ενισχύσεων. Έτσι, για παράδειγμα, όταν οι δυσκολίες που δικαιολογούν την κρατική παρέμβαση υπάρχουν και σε άλλα ή όλα τα κράτη-μέλη, τότε διαμορφώνεται ένα κοινοτικό πλαίσιο μέσα στο οποίο εγγράφονται οι εθνικές παρεμβάσεις, δηλαδή καθορίζονται οι κατευθυντήριες γραμμές των στόχων και περιγράφονται τα μέσα επίτευξής τους. (Μούσης, 2008)

Η εξωτερική πτυχή της κοινής κλωστοϋφαντουργικής πολιτικής έγκειται κυρίως στην οργάνωση των διεθνών συναλλαγών σε κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, ώστε να δοθούν ευκαιρίες στην κοινοτική βιομηχανία, αλλά χωρίς να καταδικάζονται σε αποτυχία οι προσπάθειες εκβιομηχάνισης των αναπτυσσομένων χωρών. Η οργάνωση αυτή ουσιαστικά έλαβε χώρα στα πλαίσια της Γενικής Συμφωνίας Δασμών και Εμπορίου (GATT) με μια επιμέρους συμφωνία σχετικά με το διεθνές εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, γνωστή ως «πολυϊνική συμφωνία» (AMF). Όμως η συμφωνία για την κλωστοϋφαντουργία και τα είδη ένδυσης που συνάφθηκε στα πλαίσια του γύρου της Ουρουγουάης αποβλέπει στη σταδιακή απελευθέρωση του διεθνούς εμπορίου στους κόλπους του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ). Σε αυτό το πλαίσιο, λοιπόν, η Επιτροπή προτείνει την ενίσχυση της προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και της καταπολέμησης της απάτης και της παραποίησης στα πεδία της εσωτερικής αγοράς και της εμπορικής πολιτικής, την προώθηση της εναρμόνισης των δασμών στο πλαίσιο του αναπτυξιακού προγράμματος Doha του ΠΟΕ και την εξάλειψη των μη δασμολογικών εμποδίων για την ενίσχυση της πρόσβασης στις αγορές. (Μούσης, 2008)

Αν και το ελληνικό δίκαιο είναι εν πολλοίς προσαρμοσμένο και σύμφωνο με το ευρωπαϊκό δίκαιο, κρίνεται σκόπιμο να γίνει αναφορά στα μέτρα-δράσεις που εμπεριέχονται στο δεύτερο και βεβαίως αφορούν στο σύνολο των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Κανονισμοί

Παρακάτω παρουσιάζονται μια σειρά από κανονισμούς που αφορούν σε κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και ενδύματα με χρονολογική σειρά.

1. Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 2573/78 του Συμβουλίου της (30.10.1978) περί εφαρμογής της αποφάσεως αριθ. 2/78 του Συμβουλίου Συνδέσεως ΕΟΚ-Τουρκίας «περί των δικαιολογητικών καταγωγής ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων εξαγομένων από την Τουρκία».
2. Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 219/84 του Συμβουλίου της (18.1.1984) περί αναλήψεως ειδικής κοινοτικής ενέργειας περιφερειακής ανάπτυξης για τη συμβολή στην εξάλειψη των εμποδίων στην ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων σε ορισμένες ζώνες που θίγονται από την αναδιάρθρωση της βιομηχανίας των κλωστοϋφαντουργικών και της ενδύσεως.
3. Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 601/92 του Συμβουλίου (2.3.1992) για τη θέσπιση συστήματος προηγούμενης επιτήρησης των εισαγωγών ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, καταγωγής Αλβανίας, Δημοκρατίας της Εσθονίας, Δημοκρατίας της Λετονίας και Δημοκρατίας της Λιθουανίας.
4. Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 3030/93 του Συμβουλίου (12.10.1993) περί κοινών κανόνων εισαγωγής ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής τρίτων χωρών με τις οποίες η Κοινότητα έχει συνάψει διμερείς συμφωνίες, πρωτόκολλα ή άλλους διακανονισμούς. Οι κανόνες αυτοί αφορούν -μεταξύ άλλων- σε περιορισμούς στις ποσότητες εισαγωγής, στο ύψος των τιμών, τις άδειες εισαγωγής.
5. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 517/94 του Συμβουλίου (7.3.1994) περί της θεσπίσεως κοινών κανόνων για τις εισαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από ορισμένες τρίτες χώρες τα οποία δεν καλύπτονται από διμερείς συμφωνίες, πρωτόκολλα ή άλλους διακανονισμούς ή άλλους κοινοτικούς κανόνες εισαγωγής. Ο κανονισμός αυτός τροποποιείται αρκετές φορές στη συνέχεια. Αρκετές από αυτές τις τροποποιήσεις αφορούν στις εισαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από την Κίνα (π.χ. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1470/94 ή Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1756/94)).
6. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3036/94 του Συμβουλίου (8.12.1994) για τη θέσπιση οικονομικού καθεστώτος παθητικής τελειοποίησης που εφαρμόζεται σε ορισμένα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και ενδύματα που επανεισάγονται στην Κοινότητα μετά από κατεργασία ή μεταποίηση σε ορισμένες τρίτες χώρες.

7. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3017/95 της Επιτροπής (20.12.1995) σχετικά με τον καθορισμό διατάξεων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3036/94 του Συμβουλίου για τη θέσπιση οικονομικού καθεστώτος τελειοποίησης προς επανεισαγωγή που εφαρμόζεται σε ορισμένα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και ενδύματα που επανεισάγονται στην Κοινότητα μετά από κατεργασία ή μεταποίηση σε ορισμένες τρίτες χώρες. Ουσιαστικά ο συγκεκριμένος κανονισμός διευκρινίζει κάποιες ασάφειες του αρχικού.
8. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 821/95 της Επιτροπής (12.4.1995) για το άνοιγμα πρόσθετων ποσοστώσεων κατά την εισαγωγή στην Κοινότητα ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, καταγωγής ορισμένων τρίτων χωρών, οι οποίες συμμετέχουν σε εμπορικές εκθέσεις που έχουν οργανωθεί για το 1995 στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα

Οι πιο πρόσφατοι κανονισμοί (από το 2000 και έπειτα) αποτελούν είτε συνέχεια-επικαιροποίηση παλαιότερων κανονισμών που αφορούν στα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και τα προϊόντα ένδυσης, είτε νέες προσπάθειες ρύθμισης των συναλλαγών της ΕΕ με τρίτες χώρες.

1. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 789/2000 της Επιτροπής (14.4.2000) για την αφαίρεση (2.704.148 τεμαχίων), από το ποσοτικό όριο στις εισαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων της κατηγορίας 4 καταγωγής Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας, ποσότητας που αντιστοιχεί σε εκείνη που έχει εισαχθεί στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα με καταστρατήγηση της συμφωνίας μεταξύ της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας σχετικά με το εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων που καλύπτονται από τη συμφωνία πολυϊνών (ΣΠΙ ή AMF). Αντίστοιχοι κανονισμοί έχουν εκδοθεί και προηγούμενα έτη.
2. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1498/2003 της Επιτροπής (26.8.2003) για άνοιγμα πρόσθετων ποσοστώσεων για τις εισαγωγές στην Κοινότητα το έτος 2004 ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής ορισμένων τρίτων χωρών που θα συμμετέχουν στις εμπορικές εκθέσεις το Νοέμβριο του 2003 στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Ο συγκεκριμένος κανονισμός αφορά μόνο στο έτος 2003. Να σημειωθεί ότι υπάρχουν προγενέστεροι, αλλά όχι μεταγενέστεροι αντίστοιχοι κανονισμοί.
3. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1944/2004 της Επιτροπής (10.11.2004) για την έγκριση μεταφορών μεταξύ των ποσοτικών ορίων για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και τα είδη ένδυσης καταγωγής Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας. Να σημειώσουμε, ότι ανάλογοι κανονισμοί υπάρχουν και για άλλες χώρες προέλευσης, όπως είναι η Ινδία (Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2070/2004) και η Κορέα (Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2000/2004). Επιπλέον, επειδή οι κανονισμοί αυτοί αφορούν σε εγκρίσεις, αυτό σημαίνει ότι μπορεί να εκδίδονται περισσότεροι από ένας ανά έτος.
4. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 209/2005 της Επιτροπής (7.2.2005) για καθορισμό του καταλόγου των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων για τα οποία δεν

απαιτείται καμία απόδειξη της καταγωγής κατά τη θέση τους σε ελεύθερη κυκλοφορία εντός της Κοινότητας.

5. Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1258/2009 της Επιτροπής (18.12.2009) για τη θέσπιση κανόνων σχετικά με τη διαχείριση και την κατανομή κλωστοϋφαντουργικών ποσοστώσεων για το 2010 δυνάμει του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 517/94 του Συμβουλίου (τέτοιος κανονισμός εκδίδεται ανά έτος).
6. Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1259/2009 της Επιτροπής (18.12.2009) για την τροποποίηση των παραρτημάτων I, II, III, V και VII του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 3030/93 του Συμβουλίου περί κοινών κανόνων εισαγωγής ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής τρίτων χωρών (τροποποίηση των παραρτημάτων με σχετικό κανονισμό γίνεται τακτικά, ακόμη και περισσότερες από μία φορά το χρόνο).
7. Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1260/2009 της Επιτροπής (18.12.2009) για την τροποποίηση των παραρτημάτων I, II, IV και VI του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 517/94 του Συμβουλίου περί της θέσπισης κοινών κανόνων για τις εισαγωγές κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από ορισμένες τρίτες χώρες τα οποία δεν καλύπτονται από διμερείς συμφωνίες, πρωτόκολλα ή άλλους διακανονισμούς ή άλλους κοινοτικούς κανόνες εισαγωγής. Πρόκειται για συνέχεια των κανονισμών που εκδίδονται κάθε χρόνο για την αναθεώρηση του αρχικού κανονισμού 517/94 που αναφέρθηκε παραπάνω.

Οδηγίες

1. Οδηγία 96/73/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (16.12.1996) περί ορισμένων μεθόδων ποσοτικής ανάλυσης διμερών μειγμάτων υφαντικών ινών.
2. Οδηγία 96/74/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (16.12.1996), η οποία ορίζει ότι τα υφάντικα προϊόντα είναι δυνατόν να διατεθούν στην κοινοτική αγορά είτε πριν από οποιαδήποτε επεξεργασία είτε κατά τη διάρκεια της βιομηχανικής επεξεργασίας και σε οποιοδήποτε στάδιο διανομής, μόνον εφόσον πληρούν τις προϋποθέσεις της παρούσας οδηγίας.
3. Οδηγία 2007/3/ΕΚ της Επιτροπής (2.2.2007) για την τροποποίηση, με σκοπό την προσαρμογή τους στην τεχνική πρόοδο, των παραρτημάτων I και II της οδηγίας 96/74/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί των ονομασιών των υφαντικών. Υπάρχουν προγενέστερες αντίστοιχες οδηγίες (π.χ. 2006/3/ΕΚ ή 2004/34/ΕΚ της Επιτροπής).
4. Οδηγία 2008/121/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (14.1.2009) περί των ονομασιών των υφαντικών. Η οδηγία περιλαμβάνει τον ορισμό των υφάντικων προϊόντων, της υφάντικης ίνας, ενώ εξομοιώνει προς υφάντικα κάποιες κατηγορίες προϊόντων. Επιπλέον, η οδηγία ορίζει ότι τα υφάντικα προϊόντα, κατά την έννοια της παρούσας

οδηγίας, λαμβάνουν ετικέτα ή σήμα κατά τη διάθεσή τους στην αγορά για βιομηχανικούς ή εμπορικούς σκοπούς.

5. Οδηγία 2009/121/ΕΚ της Επιτροπής (14.9.2009) για την τροποποίηση, με σκοπό την προσαρμογή τους στην τεχνική πρόοδο, των παραρτημάτων Ι και V της οδηγίας 2008/121/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί των ονομασιών των υφαντσίμων.
6. Οδηγία 2009/122/ΕΚ της Επιτροπής (14.9.2009) για τροποποίηση, με σκοπό την προσαρμογή του στην τεχνική πρόοδο, του παραρτήματος ΙΙ της οδηγίας 96/73/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου περί ορισμένων μεθόδων ποσοτικής αναλύσεως διμερών μειγμάτων υφαντσίμων ινών. Υπάρχουν προγενέστερες αντίστοιχες οδηγίες (π.χ. 2007/4/ΕΚ ή 2006/2/ΕΚ της Επιτροπής).

10.6.3. Περιορισμός εισαγωγών κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από την Κίνα

Η εισαγωγή κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και προϊόντων ένδυσης από τρίτες χώρες καθορίζεται από το Κοινοτικό Δίκαιο και είναι κοινό για όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο στόχος των επεμβάσεων είναι να προστατευθεί η ευρωπαϊκή (άρα και η ελληνική) παραγωγή από τον ανταγωνισμό τρίτων χωρών, ο οποίος συνίσταται κυρίως σε ανταγωνισμό τιμής, λόγω εξαιρετικά χαμηλού κόστους παραγωγής. Ειδικό ενδιαφέρον παρουσιάζει η περίπτωση της Κίνας, οι εξαγωγές της οποίας έχουν κατακλύσει όχι μόνο χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και πολλές άλλες ευρωπαϊκές και μη χώρες.

Έτσι, για την εισαγωγή στη χώρα μας ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής τρίτων χωρών, ισχύουν ειδικά κοινοτικά καθεστώτα εισαγωγής, σύμφωνα με τα οποία, προκειμένου τα προϊόντα αυτά να τεθούν σε ελεύθερη κυκλοφορία, απαιτείται η έκδοση άδειας εισαγωγής ή εγγράφου επιτήρησης (σχετικές εγκύκλιοι της Διεύθυνσης Διεθνών Οικονομικών Ροών: Α.Π. 201425/Ε3/21425/20.12.2004, Α.Π. 170090/Ε3-20090/27.01.2005, Α.Π. 170361/Ε3-20361/1.03.2005, Α.Π. 170561/Ε3-20561/12.04.2005, Α.Π. 171332/ Ε3/21332/5.08.05, Α.Π. 171118/Ε3/21118/1.07.2005 και Α.Π. 171502/Ε3 /21502/13.09.2005).

Το νομικό καθεστώς που διέπει το εμπόριο κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καθορίζεται από τους Βασικούς Κανονισμούς του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως ισχύουν τροποποιημένοι, οι οποίοι είναι:

1. Ο Κανονισμός (ΕΚ) 3030/93 (8.11.1993), που θέτει κοινούς κανόνες για την εισαγωγή ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής τρίτων χωρών, με τις οποίες η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει συνάψει διμερείς συμφωνίες.
2. Ο Κανονισμός (ΕΚ) 517/94 (10.03.1994) που θέτει κοινούς κανόνες για την εισαγωγή ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής τρίτων χωρών, με τις οποίες η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν έχει συνάψει

διμερείς συμφωνίες, πρωτόκολλα ή άλλες ρυθμίσεις ή δεν υπόκεινται σε άλλους ειδικούς κοινοτικούς κανόνες εισαγωγής (αυτόνομο καθεστώς).

3. Ο Κανονισμός (ΕΚ) 3036/94 (15.12.1994), που θέτει τους κανόνες για την επανεισαγωγή στην Κοινότητα ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων που εξάγονται προσωρινά σε τρίτες χώρες προκειμένου να υποστούν εργασίες παθητικής τελειοποίησης.

Ειδικά για την Κίνα, ισχύουν τα ακόλουθα:

1. Από 1.01.2005, εφαρμόζεται καθεστώς προηγούμενης κοινοτικής επιτήρησης, για την εισαγωγή ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων.
2. Η χορήγηση του εγγράφου επιτήρησης πραγματοποιείται ύστερα από σχετική αίτηση του ενδιαφερόμενου, σύμφωνα με το συνημμένο υπόδειγμα, στην οποία θα επισυνάπτονται τα εξής: α) φωτοτυπία τιμολογίου είτε β) προτιμολογίου και συμβολαίου είτε γ) επιβεβαίωσης παραγγελίας από τα οποία θα προκύπτουν η χώρα καταγωγής, η ποσότητα και η αξία των προϊόντων. Το έγγραφο επιτήρησης ισχύει για έξι μήνες από την ημερομηνία έκδοσής του.
3. Από 11.06.2005, ισχύει συμφωνία μεταξύ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Υπουργείου Εμπορίου της Κίνας (Memorandum of Understanding), όπως συμπληρώθηκε από τα Συμφωνημένα Πρακτικά της 5ης Σεπτεμβρίου 2005, για τον ποσοτικό περιορισμό, κατά την εισαγωγή στην Κοινότητα, ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων καταγωγής Κίνας. Οι διαδικασίες εφαρμογής της συμφωνίας μεταξύ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και του Υπουργείου Εμπορίου της Κίνας ορίζονται από τους κοινοτικούς Κανονισμούς: α) ο Κανονισμός (ΕΚ) 1084/2005 (9.07.2005) - που ισχύει από 12.07.2005 σχετική εγκύκλιός μας: Α.Π. 171118/ Ε3/21118/1.07.2005, και β) ο Κανονισμός (ΕΚ) 1478/2005 (13.09.2005) που ισχύει από 14.09.2005- σχετική εγκύκλιος του Υπουργείου Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας Α.Π. 171502/Ε3/ 21502/13.09.2005.
4. Η χορήγηση της άδειας εισαγωγής πραγματοποιείται, εφόσον υπάρχουν διαθέσιμες ποσότητες, σε κοινοτικό επίπεδο, ύστερα από σχετική αίτηση του ενδιαφερόμενου, στην οποία θα επισυνάπτεται η αντίστοιχη – πρωτότυπη- άδεια εξαγωγής (EXPORT LICENCE) που εκδίδει η Κίνα, το έγγραφο της φορτωτικής (bill of lading), όπου θα αποδεικνύεται η ημερομηνία φόρτωσης, από την εξάγουσα χώρα (Κίνα).
5. Από 1.01.2005, εφαρμόζεται καθεστώς τελωνειακής εκ των υστέρων επιτήρησης, για την εισαγωγή ορισμένων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, καταγωγής τρίτων χωρών, για την εισαγωγή των οποίων δεν απαιτείται άδεια επιτήρησης.

10.6.4. Συμπεράσματα

Μετά την παρουσίαση του νομοθετικού πλαισίου, ελληνικού και ευρωπαϊκού, μπορεί να συμπεράνει κάποιος ότι υπάρχουν σημαντικά κίνητρα και γίνονται αξιόλογες προσπάθειες στην κατεύθυνση της ενδυνάμωσης του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, περισσότερο στοχευμένες σε ευρωπαϊκό επίπεδο και λιγότερο στοχευμένες σε εθνικό επίπεδο, αν και η ενεργοποίηση τελευταία του προγράμματος «Ένδυση και υπόδηση: νέες προοπτικές» στα πλαίσια του ΕΣΠΑ και ο νέος αναπτυξιακός νόμος που αναμένεται σύντομα συνιστούν σημαντική αλλαγή. Να σημειώσουμε στο σημείο αυτό ότι πάγια τακτική -όπως ήδη αναφέρθηκε- είναι οι ευρωπαϊκές και οι εθνικές πολιτικές να αλληλοσυμπληρώνονται. Επιπλέον, δεν φαίνεται να υπάρχουν εμπόδια νέων επιχειρήσεων στον κλάδο.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι νομοθετικές πρωτοβουλίες που είναι σε ισχύ αποτελούν ένα θεσμικό πλαίσιο ικανό να ωθήσει τον κλάδο και να τον καταστήσει ανταγωνιστικό διεθνώς, ενώ δεν φαίνεται να θέτουν εμπόδια στον ανταγωνισμό. Όμως, η ανταγωνιστικότητα του κλάδου δεν εξαρτάται μόνο από το θεσμικό πλαίσιο, αλλά και από άλλους παράγοντες που σχετίζονται με την οικονομία και την αγορά και δεν αποτελεί αντικείμενο του παρόντος κειμένου η ανάλυσή τους. Αναφέρονται ενδεικτικά το κόστος εργασίας, οι μέθοδοι παραγωγής, η υιοθέτηση νέας τεχνολογίας και η δημιουργία-παραγωγή προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας. Εκεί, όμως, που συχνά αποδίδονται οι αποτυχίες της ελληνικής οικονομικής πραγματικότητας είναι το εξωθεσμικό περιβάλλον που λειτουργεί αποτρεπτικά για τις επενδύσεις, όπως είναι το μη σταθερό φορολογικό καθεστώς, οι αγκυλώσεις της γραφειοκρατίας και οι πάσης φύσεως καθυστερήσεις και εμπλοκές (π.χ. αδειοδοτήσεις, γνωμοδοτήσεις κτλ.) που συνδέονται με την ανάληψη οποιασδήποτε επιχειρηματικής δράσης, άρα και με την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο κατασκευής ειδών ένδυσης.

10.7. Χρηματοοικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων του κλάδου

Σε αυτό το τμήμα παρουσιάζονται τα βασικά χρηματοοικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων του κλάδου με βάση δημοσιευμένους ισολογισμούς. Εφόσον η ανάλυση σε επίπεδο επιχείρησης είναι εφικτή, αποφασίσαμε να αναφερθούμε σε κάθε υποκλάδο ξεχωριστά, αλλά η ανάλυση έχει ως άξονα τους χρηματοοικονομικούς δείκτες (απόδοση ενεργητικού, απόδοση ιδίων κεφαλαίων, ρευστότητα, δανειακή πίεση και περιθώριο κέρδους) και πώς αυτοί διαφέρουν μεταξύ των διαφόρων υποκλάδων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.34
Αριθμός επιχειρήσεων στο δείγμα

Έτος Κλάδος	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14	276	293	307	338	356	379	382	381	321
14.1	224	238	249	272	284	303	307	305	255
14.11	5	7	7	8	8	8	8	7	8
14.12	7	9	10	11	11	11	10	10	7
14.13	172	182	190	210	220	236	242	241	202
14.14	28	29	30	30	32	33	32	31	25
14.19	12	11	12	13	13	15	15	16	13
14.20	22	22	23	28	33	35	33	33	29
14.3	30	33	35	38	39	41	42	43	37
14.31	9	9	10	10	10	12	12	12	10
14.39	21	24	25	28	29	29	30	31	27

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.7.1. Δείγμα

Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται προέρχονται από τους δημοσιευμένους ισολογισμούς των εταιρειών και την εταιρεία ICAP. Τα χαρακτηριστικά του δείγματος των επιχειρήσεων παρουσιάζονται στον Πίνακα 10.34, όπου γίνεται αμέσως αντιληπτό ότι ο συνολικός αριθμός των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούνται διαφέρει ανά έτος. Σε επίπεδο τετραψήφιας κατηγοριοποίησης ο υποκλάδος 14.13 (κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων) έχει τις περισσότερες επιχειρήσεις (1.895) και ακολουθεί ο υποκλάδος 14.14 (κατασκευή εσωρούχων) με μόλις 270 επιχειρήσεις. Το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος κυμαίνεται από 276 επιχειρήσεις το 2000 έως 382 επιχειρήσεις το 2006.

Ο Πίνακας 10.35 παρουσιάζει τις επιχειρήσεις κατά μέγεθος, όπως αυτό ορίζεται από τον αριθμό των εργαζομένων που απασχολείται σε αυτές, κατά δήλωση των επιχειρήσεων. Οι αποκλίσεις του συνολικού αριθμού επιχειρήσεων από εκείνον του προηγούμενου πίνακα οφείλεται στο γεγονός ότι κάποιες επιχειρήσεις δεν δηλώνουν όλα τα στοιχεία, με αποτέλεσμα για κάποιες να υπάρχουν πληροφορίες για τις πωλήσεις τους, αλλά όχι για τον αριθμό των εργαζομένων σε αυτές. Από τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απασχολεί 11-49 εργαζόμενους, επομένως ανήκει στην κατηγορία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αντίστοιχα, οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι λίγες στον κλάδο, αν και διαχρονικά παρατηρείται μια τάση αύξησής τους, ίσως εξαιτίας της έντασης του διεθνούς ανταγωνισμού που απαιτεί αύξηση του μεγέθους, προκειμένου να αξιοποιηθούν οικονομίες κλίμακας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.35
Μέγεθος επιχειρήσεων στο δείγμα βάσει αριθμού απασχολούμενων

Αριθμός εργαζ.	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
0-10	33	37	41	49	53	58	59	59	35
11-49	149	160	170	184	190	204	205	206	179
50-250	72	72	69	72	75	77	75	74	70
250+	10	12	15	21	23	23	26	25	25
Σύνολο	264	281	295	326	341	362	365	364	309

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.7.2. Δείκτες χρηματοοικονομικής κατάστασης

Προτού προχωρήσουμε στην ανάλυση κάθε επιμέρους υποκλάδου, είναι χρήσιμο να συνοψίσουμε τα βασικά χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά καθενός χρησιμοποιώντας πέντε δείκτες (δείκτης απόδοσης ενεργητικού, δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων, δείκτης ρευστότητας, δείκτης δανειακής πίεσης και δείκτης περιθωρίου κέρδους)[8]. Ξεκινώντας την περιγραφή μας από τον Πίνακα 10.36, ο δείκτης απόδοσης ενεργητικού ουσιαστικά δείχνει πόσο αποτελεσματική είναι η εταιρεία στο να χρησιμοποιεί τα στοιχεία του ενεργητικού για να αποκομίσει κέρδος. Γενικά, ο δείκτης κυμαίνεται από 4,8% έως 0,7% περίπου στον κλάδο ειδών ένδυσης παρουσιάζοντας σημαντική μείωση διαχρονικά. Σε τριψήφιο επίπεδο, οι επιχειρήσεις του δείγματος που κατατάσσονται στον υποκλάδο κατασκευής ειδών ένδυσης εκτός γούνινων ειδών (14.1) φαίνεται να πηγαίνουν καλύτερα, καθώς ο δείκτης είναι υψηλότερος, αν και καταγράφει επίσης ραγδαία μείωση αντίστοιχη με τον κλάδο. Μια λεπτομερέστερη ματιά στα στοιχεία δείχνει ότι αυτό οφείλεται στη συνεχή μείωση των καθαρών κερδών και όχι στην αύξηση του ενεργητικού. Μάλιστα, στους άλλους δύο υποκλάδους (14.2 και 14.3) ο συγκεκριμένος δείκτης λαμβάνει αρνητικές τιμές το έτος 2008. Δεδομένου ότι το ενεργητικό δεν μπορεί να λάβει αρνητικές τιμές, αυτό οφείλεται σε ζημιές.

Ο δεύτερος δείκτης που υπολογίζεται είναι ο δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων που δείχνει το ποσοστό κέρδους για κάθε ευρώ των ιδίων κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί στην εταιρεία. Η ταχεία αποκλιμάκωση του δείκτη αποτελεί και στην περίπτωση αυτή κυρίαρχο χαρακτηριστικό. Ειδικότερα, ο κλάδος ξεκινά με το δείκτη κοντά στο 22% και καταλήγει σε αρνητικό πρόσημο. Ο υποκλάδος 14.1 έχει τον υψηλότερο δείκτη απόδοσης ιδίων κεφαλαίων, τουλάχιστον μέχρι το 2006, καθώς από εκεί και έπειτα παρουσιάζει πτωτική πορεία. Οι αρνητικές τιμές αυτού του δείκτη σχετίζονται με αρνητικά ίδια κεφάλαια ή ζημιές.

Ο τρίτος δείκτης, ο δείκτης ρευστότητας, μετρά το κυκλοφορούν ενεργητικό της εταιρείας έναντι των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεών της. Σύμφωνα με τη χρηματοοικονομική θεωρία, ο δείκτης αυτός θεωρείται

[8] Στο πρώτο κεφάλαιο βρίσκεται η αναλυτική περιγραφή των χρηματοοικονομικών δεικτών.

ικανοποιητικός όταν είναι μεγαλύτερος της μονάδας ή άνω του 100%. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς, ο δείκτης για τον κλάδο είναι σταθερά άνω του 1,7 ή 170%. Όσον αφορά στους υποκλάδους, ο υποκλάδος 14.1 παρουσιάζει μικρή μεταβλητότητα διαχρονικά (αύξηση και στη συνέχεια μείωση), ενώ οι άλλοι δύο υποκλάδοι (14.2 και 14.3) παρουσιάζουν σημαντική αύξηση του δείκτη, γεγονός που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν διαχρονικά βελτιώσει την κάλυψη των υποχρεώσεών τους από το προϊόν πώλησης των αποθεμάτων τους και της είσπραξης των λογαριασμών πελατών τους σε μετρητά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.36
Συγκεντρωτικοί δείκτες (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Δείκτης απόδοσης ενεργητικού									
14	4,8	4,4	3,8	3,4	2,8	2,4	2,5	1,8	0,7
14.1	5,4	5,1	4,2	3,8	3,3	2,7	2,8	2,2	0,9
14.2	1,1	1,0	1,8	1,3	0,2	2,3	1,0	0,5	-0,1
14.3	2,8	2,4	2,4	2,1	1,3	0,3	1,5	0,7	-0,3
Δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων									
14	22,3	18,5	14,0	15,9	11,0	15,7	15,6	8,2	-4,1
14.1	26,2	21,3	15,8	17,6	13,0	15,4	18,1	12,5	-6,3
14.2	4,3	7,4	7,3	15,0	3,2	9,8	8,3	13,3	1,3
14.3	7,2	5,7	5,2	4,3	2,5	23,2	3,8	-26,5	7,1
Δείκτης ρευστότητας									
14	182,0	182,4	191,4	174,5	219,0	187,6	184,5	178,4	198,3
14.1	186,3	181,9	190,5	170,4	204,0	182,7	171,5	172,9	186,4
14.2	178,4	218,3	254,8	220,6	405,7	248,4	297,6	205,1	266,8
14.3	152,9	161,8	154,6	168,8	167,1	170,9	185,7	195,0	225,0
Δείκτης δανειακής πίεσης									
14	61,5	61,7	64,4	64,9	62,8	65,1	65,6	66,0	62,1
14.1	61,4	61,5	64,9	65,7	63,3	65,7	66,2	66,4	62,4
14.2	68,5	67,5	66,6	64,7	65,5	66,5	68,9	70,9	66,8
14.3	57,6	58,9	59,5	59,2	57,2	58,8	58,1	59,0	56,1
Δείκτης περιθωρίου κέρδους									
14	3,1	2,2	3,3	-3,2	0,5	0,1	1,5	0,4	-4,7
14.1	3,7	2,5	2,9	-4,5	0,6	-0,5	1,4	0,3	-3,3
14.2	-0,3	-0,2	2,4	0,7	-12,6	3,6	1,0	-0,9	-21,0
14.3	1,5	1,7	6,7	3,8	10,6	1,5	2,8	2,1	-2,0

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο δείκτης δανειακής πίεσης που ακολουθεί δείχνει τη σχέση ανάμεσα στα ξένα κεφάλαια (υποχρεώσεις) προς το σύνολο των χρημάτων που έχουν μπει στην επιχείρηση (ενεργητικό). Αν και είναι κοινή πρακτική οι εταιρείες να δανείζονται για τη χρηματοδότηση των λειτουργιών τους, ωστόσο ένα υψηλό ποσοστό αυτού του δείκτη φανερώνει μεγάλη εξάρτηση της επιχείρησης από δανεισμό. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς μας, ο λόγος αυτός κυμαίνεται κάτω του 70% περίπου τόσο για τον κλάδο συνολικά, όσο και για τους υποκλάδους. Ο υποκλάδος 14.1 βρίσκεται σταθερά στη μέση της κατάταξης ως προς το ύψος του δείκτη, ο υποκλάδος 14.2 έχει τη μεγαλύτερη δανειακή πίεση, ενώ ο υποκλάδος 14.3 τη μικρότερη. Επιπλέον, διαχρονικά οι μεταβολές είναι περιορισμένες, χωρίς εμφανή τάση.

Ο τελευταίος δείκτης που υπολογίζουμε είναι ο δείκτης περιθωρίου κέρδους (καθαρό), ο οποίος δείχνει τι ποσοστό από κάθε ευρώ πωλήσεων μένει στην εταιρεία, αφού προηγουμένως έχουν πληρωθεί τα πάντα, δηλαδή οι εργαζόμενοι, οι προμηθευτές, οι δανειστές, το κράτος κτλ. Ο δείκτης αυτός είναι γνωστός και ως απόδοση των πωλήσεων. Σε γενικές γραμμές για τον κλάδο ο δείκτης αυτός παρουσιάζει έντονη μεταβλητότητα, όμως υπάρχει ξεκάθαρη τάση μείωσής του. Το ίδιο ισχύει και για τους υποκλάδους. Αυτό που πρέπει να κρατήσει κάποιος είναι ότι ο συγκεκριμένος δείκτης είναι μάλλον χαμηλός, αφού ακόμη και όταν είναι θετικός μόνο μία φορά είναι υψηλότερος του 10%, ενώ κατά κανόνα διαμορφώνεται κάτω του 4%. Πάντως, τηρουμένων των αναλογιών, ο υποκλάδος 14.1 φαίνεται να τα πηγαίνει συνολικά καλύτερα από τους άλλους δύο.

Μετά τη συγκεντρωτική περιγραφική ανάλυση του κλάδου σε επίπεδο διψήφιο και τριψήφιο, προχωράμε στην παρουσίαση επιμέρους επιχειρήσεων των υποκλάδων εξετάζοντας κάθε δείκτη ξεχωριστά. Να τονίσουμε, στο σημείο αυτό, ότι οι επιχειρήσεις κατατάσσονται με βάση το ύψος των πωλήσεών με φθίνουσα σειρά όπως αυτή διαμορφώνεται κάθε έτος. Αυτό σημαίνει ότι, για παράδειγμα, η Επιχ. 1 μπορεί να είναι διαφορετική επιχείρηση κάθε έτος. Ξεκινώντας από το δείκτη απόδοσης ενεργητικού που παρουσιάζουμε στον Πίνακα 10.37 παρατηρούμε ότι σε όλους τους υποκλάδους σημειώνεται μείωση του σχετικού δείκτη διαχρονικά. Σε καλύτερη θέση δείχνει να βρίσκεται ο υποκλάδος 14.12 το 2000 και οι υποκλάδοι 14.19 και 14.20 το 2008. Ωστόσο, οι τιμές του δείκτη είναι πολλαπλάσιες όσο κινούμαστε χρονικά προς τα πίσω. Στο εσωτερικό του κάθε υποκλάδου, η πρώτη σε πωλήσεις επιχείρηση δεν έχει απαραίτητα και την καλύτερη απόδοση ενεργητικού. Επιπλέον, υπάρχουν, όπως είναι αναμενόμενο, μεγάλες διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων. Έτσι, το 2008 ο δείκτης απόδοσης ενεργητικού κυμαίνεται από -3,6% (π.χ. επιχ. 1, υποκλάδος 14.20) έως περίπου 29% (επιχ. 2, υποκλάδος 14.39). Συνήθως, οι τιμές του δείκτη, όταν αυτός είναι θετικός, δεν ξεπερνούν το 7% το έτος 2008, ενώ το έτος 2000 η υπέρβαση του ορίου αυτού είναι συχνή.

Όμοια μεταβλητότητα και διαφορές μεταξύ των υποκλάδων παρουσιάζει και ο δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων που παρουσιάζεται στον Πίνακα 10.38. Ο δείκτης επίσης δείχνει διαχρονική αποκλιμάκωση, γεγονός που σημαίνει ότι οι συνθήκες στη βιομηχανία της ένδυσης γίνονται όλο και δυσκολότερες μειώνοντας συνεχώς την απόδοση των ιδίων κεφαλαίων, άρα θεωρητικά και το κίνητρο επένδυσης σε αυτή την κατηγορία επιχειρήσεων. Είναι χαρακτηριστικό ότι στον υποκλάδο 14.13, για παράδειγμα, η απόδοση της πρώτης σε πωλήσεις επιχείρησης το 2000 ήταν πάνω από 35%, ενώ της αντίστοιχης επιχείρησης το 2008 ήταν 5,23%. Πρέπει να τονίσουμε ότι ένας πολύ υψηλός δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων (π.χ. υποκλάδος 14.12, επιχ. 3 το έτος 2000) δεν είναι απαραίτητα καλή ένδειξη για την εταιρεία, διότι μπορεί να οφείλεται σε αυξημένες δανειακές υποχρεώσεις (οπότε η επιχείρηση λειτουργεί με περισσότερα αναλογικά δανεικά χρήματα συγκριτικά με άλλες παρόμοιες επιχειρήσεις).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.37
Δείκτης απόδοσης ενεργητικού (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14.11									
Επιχ. 1	0,4	1,7	9,7	5,9	1,7	1,2	0,6	0,5	0,5
Επιχ. 2	0,6	1,3	2,7	3,0	0,8	38,1	0,5	-1,2	0,1
Επιχ. 3	1,7	0,5	1,0	-0,8	0,6	0,4	0,2	1,3	0,5
Υποκλάδος	7,0	4,8	4,6	3,2	2,6	10,6	1,2	0,3	0,3
14.12									
Επιχ. 1	15,5	5,3	1,4	1,5	13,7	6,4	1,7	16,9	2,9
Επιχ. 2	12,3	2,3	-3,4	1,3	8,8	-3,5	3,1	1,5	1,9
Επιχ. 3	-8,2	-30,0	-22,3	4,3	4,7	1,3	-28,8	2,5	6,1
Υποκλάδος	14,7	9,9	3,8	3,5	5,8	4,2	2,4	1,8	0,2
14.13									
Επιχ. 1	19,4	10,8	8,4	16,4	11,6	21,9	8,9	2,4	5,2
Επιχ. 2	12,8	11,4	9,9	8,2	6,6	11,6	11,6	18,4	14,9
Επιχ. 3	7,1	1,8	15,0	24,6	24,8	11,2	11,4	15,3	3,0
Υποκλάδος	5,2	5,1	4,3	4,3	3,5	2,6	2,7	1,8	1,1
14.14									
Επιχ. 1	12,8	3,0	2,9	5,2	4,6	3,2	6,7	8,1	5,0
Επιχ. 2	4,1	1,4	1,2	-1,8	3,4	1,4	2,5	0,8	5,6
Επιχ. 3	3,1	1,5	2,2	1,5	-2,2	-7,1	1,5	1,1	-7,0
Υποκλάδος	3,8	3,0	2,8	3,1	3,0	1,5	2,1	3,1	-0,4
14.19									
Επιχ. 1	3,3	4,3	3,3	4,4	2,8	2,0	0,0	2,9	1,3
Επιχ. 2	10,5	10,6	0,9	5,0	-1,7	-6,7	-12,4	6,7	6,5
Επιχ. 3	5,9	4,3	2,3	1,6	3,4	-1,5	10,8	9,9	-1,4
Υποκλάδος	6,4	6,4	7,0	-2,5	0,0	0,9	5,4	6,5	1,1
14.20									
Επιχ. 1	1,1	0,9	1,9	2,0	2,1	2,4	1,2	2,3	-3,6
Επιχ. 2	3,0	3,0	-3,0	4,7	3,4	1,6	3,0	5,1	0,4
Επιχ. 3	5,7	0,5	6,7	1,2	0,7	7,1	0,9	2,2	1,7
Υποκλάδος	1,1	1,0	1,8	1,3	0,2	2,3	1,0	0,5	-0,1
14.31									
Επιχ. 1	3,0	2,7	4,5	4,5	11,1	5,9	11,7	-5,8	-2,5
Επιχ. 2	5,5	3,1	6,6	-0,1	-8,1	-7,7	1,7	1,8	-3,6
Επιχ. 3	2,4	6,5	10,4	18,6	3,9	9,0	-1,4	11,7	-6,3
Υποκλάδος	2,5	2,5	3,9	4,9	4,1	2,6	4,0	2,4	0,1
14.39									
Επιχ. 1	4,1	0,3	0,6	-0,3	0,1	0,4	0,4	0,4	1,5
Επιχ. 2	0,7	-2,6	-2,4	0,2	0,4	-8,4	9,5	2,1	28,3
Επιχ. 3	3,0	1,9	1,3	3,8	1,4	0,6	1,7	4,1	0,3
Υποκλάδος	2,9	2,3	1,8	1,1	0,3	-0,6	0,6	0,1	-0,5

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.38

Δείκτης απόδοσης ιδίων κεφαλαίων (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14.11									
Επιχ. 1	1,4	5,3	26,8	6,8	2,4	1,4	1,2	1,9	0,7
Επιχ. 2	3,1	4,8	11,9	12,5	4,3	30,2	0,5	-1,0	0,1
Επιχ. 3	1,3	0,9	4,4	-0,6	0,5	2,0	0,1	3,9	2,3
Υποκλάδος	29,2	27,7	-5,9	74,3	14,6	16,7	14,5	1,2	0,7
14.12									
Επιχ. 1	24,8	8,0	2,8	3,3	-19,5	8,8	3,0	26,8	5,9
Επιχ. 2	17,9	3,5	-5,0	2,1	18,6	4,2	4,9	3,0	2,8
Επιχ. 3	244,7	103,1	40,0	5,5	8,5	2,6	-21,7	4,9	73,7
Υποκλάδος	144,8	99,4	11,5	47,2	14,8	30,7	30,0	18,3	13,0
14.13									
Επιχ. 1	35,4	18,4	21,1	33,2	13,5	25,5	9,2	1,9	5,2
Επιχ. 2	26,3	25,3	17,4	13,9	10,4	16,0	16,6	20,8	16,2
Επιχ. 3	20,7	2,7	27,4	57,5	36,4	21,6	21,3	26,8	3,8
Υποκλάδος	19,7	18,9	17,5	18,1	12,7	16,0	19,3	12,5	-2,1
14.14									
Επιχ. 1	17,4	5,3	4,6	8,5	4,8	3,4	7,2	10,5	5,6
Επιχ. 2	6,7	2,1	2,4	-2,4	7,6	3,1	2,2	0,7	11,9
Επιχ. 3	4,1	2,2	2,9	3,2	-3,3	-10,8	3,3	2,1	-10,4
Υποκλάδος	37,8	12,0	9,4	11,3	8,9	4,0	3,6	4,9	-54,9
14.19									
Επιχ. 1	6,1	8,2	6,2	12,3	5,5	5,4	0,0	6,6	3,1
Επιχ. 2	17,1	27,9	2,3	13,4	-5,0	-15,6	-36,8	16,1	9,0
Επιχ. 3	11,3	8,8	5,7	4,9	8,8	-4,2	18,6	15,8	-3,3
Υποκλάδος	21,1	18,6	21,5	-35,4	25,5	19,3	22,4	27,4	6,0
14.20									
Επιχ. 1	4,9	3,5	5,0	5,7	9,8	10,1	2,4	5,0	-9,0
Επιχ. 2	14,6	62,6	-20,4	44,4	13,9	29,3	9,7	17,2	1,8
Επιχ. 3	13,0	2,1	44,0	2,4	9,8	17,9	2,4	2,2	5,8
Υποκλάδος	4,3	7,4	7,3	15,0	3,2	9,8	8,3	13,3	1,3
14.31									
Επιχ. 1	6,6	5,7	9,5	9,4	21,5	13,1	14,5	-12,0	-2,6
Επιχ. 2	8,4	4,2	7,2	-0,1	-9,6	-10,1	3,6	3,8	-7,3
Επιχ. 3	3,2	11,0	18,6	43,4	9,5	23,3	-2,2	23,2	-5,3
Υποκλάδος	3,6	3,8	6,0	9,6	7,5	6,4	7,8	4,3	0,7
14.39									
Επιχ. 1	7,0	0,6	1,2	-0,5	0,1	0,6	0,8	0,5	1,7
Επιχ. 2	1,7	-7,0	-4,7	0,2	0,4	-9,8	11,7	2,3	35,0
Επιχ. 3	4,7	4,4	3,4	4,3	4,8	2,3	2,0	27,2	0,3
Υποκλάδος	8,6	6,4	4,8	2,4	0,8	30,2	2,2	-38,4	9,4

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο δείκτης ρευστότητας που παραθέτουμε στον Πίνακα 10.39 παρουσιάζει αντίστροφη πορεία διαχρονικά συγκριτικά με τους δείκτες που είδαμε ως τώρα. Έτσι, σε όλους τους υποκλάδους ο δείκτης παρουσιάζει αύξηση το 2008 συγκριτικά με το 2000. Εξαίρεση αποτελεί ο υποκλάδος 14.14 όπου καταγράφεται μείωση και ο υποκλάδος 14.19 όπου καταγράφονται μικρές διακυμάνσεις, χωρίς αξιοσημείωτη τελικά μεταβολή. Έτσι, το τελευταίο έτος της περιόδου ανάλυσης, ο δείκτης διαμορφώνεται άνω του 200% (εκτός του 14.13 και 14.19 όπου βρίσκεται στο 1,5 ή 150%). Αυτό σημαίνει ότι, σε γενικές γραμμές, οι επιχειρήσεις του κλάδου είναι σε θέση να καλύπτουν τις υποχρεώσεις τους σχετικά εύκολα από τις πωλήσεις και τις εισπράξεις τους. Για ακόμη μία φορά όμως, πολύ υψηλές τιμές του δείκτη συγκριτικά με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του δείγματος μπορεί να σημαίνει ανεπαρκή αξιοποίηση των χρημάτων της εταιρείας. Περισσότερες πιθανότητες να συμβαίνει κάτι τέτοιο το 2008 συγκεντρώνουν, για παράδειγμα, οι δεύτερες καλύτερες επιχειρήσεις στον υποκλάδο 14.12 (882%) και τον υποκλάδο 14.39 (480%).

Σε αντίθεση με τους δείκτες που εξετάστηκαν ως τώρα, ο δείκτης δανειακής πίεσης που υπολογίζεται στον Πίνακα 10.40 για τους υποκλάδους σε τετραψήφιο επίπεδο και σε επίπεδο επιχείρησης δεν παρουσιάζει ομοιόμορφη εξέλιξη διαχρονικά. Έτσι, σε κάποιους κλάδους η δανειακή επιβάρυνση αυξάνεται διαχρονικά (14.14, 14.19), σε άλλους μειώνεται (14.11, 14.12, 14.20), ενώ σε κάποιους άλλους η μεταβολή δεν είναι αξιοσημείωτη (14.13, 14.31, 14.39). Επομένως, δεν μπορούμε να μιλήσουμε για συγκεκριμένη πορεία των επιχειρήσεων του κλάδου, αλλά πρέπει να εξεταστεί κάθε περίπτωση ξεχωριστά.

Επιπλέον, διαφορές υπάρχουν στην τιμή του δείκτη μεταξύ των υποκλάδων, καθώς ο δείκτης κυμαίνεται από 41,5% (14.31) έως 71,3% (14.19), αλλά και μεταξύ των επιχειρήσεων στο εσωτερικό του κάθε υποκλάδου σε τετραψήφιο επίπεδο. Για παράδειγμα, στον υποκλάδο 14.39 ο δείκτης μεταξύ των τριών πρώτων σε πωλήσεις επιχειρήσεων το 2008 διαφέρει κατά περίπου 40 ποσοστιαίες μονάδες. Αν και η υπέρμετρη βραχυχρόνια δανειακή επιβάρυνση μπορεί να αποτελέσει παράγοντα αποσταθεροποίησης της επιχείρησης, ωστόσο έχει μεγάλη σημασία πώς χρησιμοποιούνται τα δανειακά κεφάλαια (μπορεί π.χ. να επενδύονται με στόχο την εξασφάλιση βελτιωμένων αποδόσεων), επομένως οποιαδήποτε γενική αξιολόγηση είναι παρακινδυνευμένη και πρέπει να γίνει σε επίπεδο επιχείρησης. Κάτι τέτοιο δεν φαίνεται να ισχύει στη δική μας περίπτωση, καθώς συγκρίνοντας, για παράδειγμα, τις επιχ.1 και επιχ. 2 στον υποκλάδο 14.11 και 14.19 (υψηλότερη και χαμηλότερη δανειακή επιβάρυνση στον τετραψήφιο υποκλάδο) παρατηρούμε ότι στον πρώτο αυξημένη δανειακή επιβάρυνση δεν συνεπάγεται υψηλή απόδοση (είτε ενεργητικού είτε ιδίων κεφαλαίων), ενώ στο δεύτερο η επιχ. 1 που δανείζεται περισσότερο έχει χαμηλότερη απόδοση, υποδεικνύοντας ότι η χρήση των κεφαλαίων θα μπορούσε να είναι καλύτερη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.39

Δείκτης ρευστότητας (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14.11									
Επιχ. 1	125,1	116,6	103,8	153,0	132,4	166,4	102,0	99,9	153,8
Επιχ. 2	110,4	128,4	125,6	129,2	118,6	469,0	180,5	323,8	882,4
Επιχ. 3	367,5	150,7	121,4	291,7	118,7	118,0	463,6	99,3	88,8
Υποκλάδος	156,4	142,2	125,6	156,1	138,0	187,9	185,3	169,1	267,1
14.12									
Επιχ. 1	173,1	228,7	123,6	118,0	30,9	275,5	127,7	206,9	116,8
Επιχ. 2	240,1	178,0	241,4	188,4	125,1	28,0	212,6	121,9	218,1
Επιχ. 3	33,4	35,5	27,2	89,5	173,8	129,2	166,4	114,8	105,3
Υποκλάδος	142,0	171,0	136,1	140,7	142,4	241,3	182,5	182,3	280,7
14.13									
Επιχ. 1	163,4	174,5	106,4	136,7	145,0	223,2	156,4	198,4	330,9
Επιχ. 2	113,6	109,0	176,0	172,5	156,3	197,6	188,0	278,6	332,1
Επιχ. 3	71,9	124,8	141,9	117,6	196,5	154,3	171,6	190,1	157,6
Υποκλάδος	158,6	177,7	171,2	159,0	198,8	154,9	156,3	164,5	173,2
14.14									
Επιχ. 1	198,7	146,0	207,8	194,0	233,5	222,2	219,5	177,1	229,8
Επιχ. 2	144,6	168,0	147,4	243,6	152,5	162,8	443,0	460,9	136,3
Επιχ. 3	291,9	240,2	230,2	148,6	213,6	216,0	128,4	138,1	265,8
Υποκλάδος	388,6	228,7	364,9	279,5	306,8	385,1	290,3	238,5	257,0
14.19									
Επιχ. 1	204,3	189,3	153,2	130,7	140,5	125,1	154,4	125,5	120,9
Επιχ. 2	217,4	141,4	153,9	150,8	140,9	155,8	135,8	149,3	149,8
Επιχ. 3	110,0	110,8	103,0	103,3	105,1	105,8	157,6	180,1	151,4
Υποκλάδος	152,3	162,5	146,1	136,8	136,1	129,5	148,3	168,3	154,3
14.20									
Επιχ. 1	100,5	105,7	132,9	134,2	112,6	122,4	163,4	155,6	133,8
Επιχ. 2	110,3	100,1	102,2	101,9	125,1	96,6	133,3	134,8	115,0
Επιχ. 3	117,4	99,8	113,2	117,1	102,0	139,4	118,5	210,0	121,0
Υποκλάδος	178,4	218,3	254,8	220,6	405,7	248,4	297,6	205,1	266,8
14.31									
Επιχ. 1	162,6	162,5	170,0	170,0	182,3	164,2	112,0	82,8	272,8
Επιχ. 2	68,6	108,6	98,3	89,0	62,6	63,0	157,6	160,6	160,9
Επιχ. 3	214,4	168,2	119,3	150,1	121,5	110,3	66,0	146,2	157,2
Υποκλάδος	193,3	231,1	179,1	210,2	178,8	201,2	218,2	237,2	266,1
14.39									
Επιχ. 1	174,2	149,4	148,5	191,1	174,8	187,6	179,1	217,0	228,5
Επιχ. 2	147,8	141,9	167,5	249,0	260,3	211,2	241,3	236,1	480,2
Επιχ. 3	135,4	120,3	101,3	260,3	102,7	107,7	228,0	107,1	231,6
Υποκλάδος	136,4	135,8	144,8	154,0	163,1	158,4	172,6	178,7	209,8

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.40
Δείκτης δανειακής πίεσης (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14.11									
Επιχ. 1	79,3	67,6	63,8	63,4	64,8	60,5	75,4	88,2	92,1
Επιχ. 2	91,9	77,6	78,5	76,9	83,8	41,2	57,0	58,6	56,6
Επιχ. 3	52,6	83,5	79,8	69,5	72,9	81,8	56,5	77,6	77,8
Υποκλάδος	71,1	72,4	78,0	72,8	65,4	60,1	66,6	60,0	63,1
14.12									
Επιχ. 1	37,5	34,3	50,2	54,6	172,4	26,8	45,4	37,1	50,8
Επιχ. 2	31,1	35,0	32,7	41,5	52,5	184,8	37,1	52,2	34,3
Επιχ. 3	105,1	130,6	157,6	81,8	45,2	49,8	66,2	79,9	91,7
Υποκλάδος	64,4	58,9	67,6	73,4	69,7	68,7	54,6	56,3	43,5
14.13									
Επιχ. 1	49,6	47,1	69,0	57,5	62,3	45,3	56,0	63,2	40,6
Επιχ. 2	72,5	72,2	45,9	43,9	66,3	52,0	52,0	43,0	36,4
Επιχ. 3	69,4	54,4	63,9	72,8	45,1	51,3	49,1	46,0	79,2
Υποκλάδος	63,1	62,9	65,9	66,0	63,7	66,3	67,5	67,6	63,5
14.14									
Επιχ. 1	26,3	60,0	36,9	39,3	43,2	41,7	44,6	42,2	42,5
Επιχ. 2	47,5	33,5	61,8	30,2	62,7	59,6	53,4	52,9	56,9
Επιχ. 3	25,2	31,3	29,3	63,0	35,0	35,1	59,0	55,6	33,0
Υποκλάδος	48,9	52,7	55,7	57,7	55,4	57,9	59,1	59,2	54,6
14.19									
Επιχ. 1	45,8	47,9	69,9	76,5	73,9	78,0	79,8	81,8	81,2
Επιχ. 2	40,4	63,5	60,9	62,3	66,4	58,5	67,8	65,2	61,5
Επιχ. 3	86,1	85,0	82,6	86,4	78,2	80,4	56,2	49,8	64,9
Υποκλάδος	59,7	58,1	62,9	68,3	69,3	75,6	68,0	70,8	71,3
14.20									
Επιχ. 1	81,2	83,7	77,4	76,5	87,6	76,2	59,5	59,8	64,2
Επιχ. 2	87,5	96,5	100,9	97,6	78,4	94,6	76,4	73,4	79,6
Επιχ. 3	81,5	79,2	84,8	74,7	94,4	62,2	88,9	81,8	83,6
Υποκλάδος	68,5	67,5	66,6	64,7	65,5	66,5	68,9	70,9	66,8
14.31									
Επιχ. 1	54,3	53,0	52,2	52,7	48,5	54,7	66,4	64,7	31,5
Επιχ. 2	53,9	46,0	64,0	63,6	64,3	59,0	59,2	58,5	56,4
Επιχ. 3	59,4	45,9	48,7	58,0	77,7	62,4	62,0	50,3	54,7
Υποκλάδος	42,1	41,6	46,6	42,9	41,2	44,8	48,3	46,4	41,5
14.39									
Επιχ. 1	42,4	49,6	49,1	42,6	46,3	42,8	46,8	50,3	62,3
Επιχ. 2	61,4	64,3	58,6	61,9	64,5	70,9	59,4	59,8	19,3
Επιχ. 3	73,8	76,9	83,8	57,9	85,5	82,8	58,2	84,8	59,7
Υποκλάδος	63,9	65,4	64,6	65,0	62,7	64,6	62,0	63,9	61,5

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η απόδοση κάθε επιχείρησης κρίνεται σε σημαντικό βαθμό από το περιθώριο καθαρού κέρδους που καταφέρνει να επιτύχει. Ο Πίνακας 10.41 αντικατοπτρίζει τις δυσκολίες και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς το περιθώριο κέρδους όχι μόνο παρουσιάζει μεγάλη μεταβλητότητα διαχρονικά και μεταξύ των τετραψήφιων υποκλάδων, αλλά μειώνεται με ταχύτατους ρυθμούς την περίοδο υπό εξέταση και συχνά λαμβάνει αρνητικές τιμές, γεγονός που συνεπάγεται ζημιές για τις επιχειρήσεις. Και αν αυτό είναι αναμενόμενο για κάποιους υποκλάδους, με την έννοια ότι θα υπάρχουν και ζημιογόνες επιχειρήσεις, ωστόσο δημιουργεί έντονη απαισιοδοξία το γεγονός ότι αρνητικές τιμές εντοπίζονται και μεταξύ των τριών πρώτων σε πωλήσεις επιχειρήσεων σε κάποιους υποκλάδους (14.14, 14.19, 14.20 και ειδικά 14.31). Όπως φαίνεται, ελάχιστες είναι οι επιχειρήσεις εκείνες για τις οποίες υπάρχουν ενδείξεις ότι η κερδοφορία τους βελτιώνεται (υποκλάδος 14.13, επιχ.2, υποκλάδος 14.39, επιχ.2). Και αναφερόμαστε σε ενδείξεις, διότι ο δείκτης παρουσιάζει έντονη μεταβλητότητα.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω αποτελέσματα, κρατάμε το συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου παρουσιάζουν φθίνουσα πορεία διαχρονικά στους περισσότερους δείκτες που υπολογίσαμε (μειώνονται οι αποδόσεις του ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων, ενώ αυξάνεται η δανειακή επιβάρυνση και μειώνεται το καθαρό περιθώριο κέρδους), εξέλιξη που δεν ξενίζει, αν ληφθεί υπόψη ο έντονος ανταγωνισμός που υφίστανται οι επιχειρήσεις του κλάδου από το εξωτερικό και ειδικά από τρίτες χώρες. Μόνο ο δείκτης ρευστότητας δείχνει βελτιωμένος, αλλά και σε αυτή την περίπτωση πρέπει να είναι κάποιος πολύ προσεκτικός ως προς τα συμπεράσματα που θα καταλήξει.

10.8. Ανταγωνισμός

Η ενότητα αυτή αναφέρεται στην αγορά που ορίζει ο κάθε υποκλάδος με στόχο να προσδιορίσει την ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί σε κάθε έναν από αυτούς. Επειδή η σύγκριση μεταξύ των διαφόρων υποκλάδων δεν προσφέρει επιπλέον πληροφορίες, η ανάλυση έχει ως άξονα τον κάθε υποκλάδο. Για τη μελέτη του επιπέδου ανταγωνισμού κάθε υποκλάδου επιλέξαμε τις δέκα πρώτες σε πωλήσεις επιχειρήσεις κάθε έτος. Αυτό σημαίνει ότι η θέση των επιχειρήσεων μπορεί να αλλάζει διαχρονικά, οπότε για παράδειγμα η επιχ. 1 το 2000 δεν είναι απαραίτητα η ίδια επιχείρηση με την επιχ. 1 το 2008. Η επιλογή αυτή έγινε, διότι θεωρήθηκε πιο σημαντικό να μελετηθεί η εξέλιξη του υποκλάδου και όχι κάθε επιχείρησης ξεχωριστά. Επομένως, είναι πιο σημαντικό να εξεταστεί τι συμβαίνει στις δέκα πρώτες επιχειρήσεις του υποκλάδου, όποιες και αν είναι αυτές, και όχι σε κάθε μία από αυτές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.41

Δείκτης περιθωρίου καθαρού κέρδους (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
14.11									
Επιχ. 1	0,4	2,1	12,7	8,6	2,7	2,3	1,6	1,4	1,2
Επιχ. 2	0,9	1,7	3,5	3,6	1,0	137,5	0,9	-2,6	0,3
Επιχ. 3	4,2	0,9	1,1	-1,8	1,7	0,7	0,9	2,1	0,9
Υποκλάδος	5,8	3,9	5,0	4,1	2,8	35,4	2,3	0,9	0,9
14.12									
Επιχ. 1	12,3	6,3	2,4	3,3	11,6	9,8	2,7	24,4	3,9
Επιχ. 2	12,6	2,2	-6,3	3,1	10,1	-5,4	9,2	2,7	5,4
Επιχ. 3	-27,4	-124,0	-53,0	4,7	6,3	3,1	-138,4	3,1	4,6
Υποκλάδος	7,3	-4,3	-1,1	-12,4	0,8	5,4	4,5	-9,3	-51,3
14.13									
Επιχ. 1	17,2	10,1	5,6	9,7	7,8	18,1	10,1	3,6	5,7
Επιχ. 2	9,1	8,3	8,8	7,3	6,6	8,2	9,7	18,1	16,3
Επιχ. 3	3,9	0,9	10,8	17,1	15,5	9,5	10,0	12,9	2,9
Υποκλάδος	3,4	2,5	3,0	2,9	2,2	-2,0	0,9	-0,1	-1,5
14.14									
Επιχ. 1	14,1	2,0	3,1	5,9	7,2	5,0	10,7	11,9	7,6
Επιχ. 2	2,8	1,7	1,1	-1,9	3,5	2,0	4,6	1,6	5,9
Επιχ. 3	3,3	1,6	2,5	1,7	-2,6	-10,0	2,4	1,4	-10,3
Υποκλάδος	3,8	2,9	2,2	3,2	2,8	1,0	2,0	3,8	-7,6
14.19									
Επιχ. 1	2,5	1,7	3,3	4,5	2,6	1,9	0,0	2,9	1,2
Επιχ. 2	9,1	11,4	0,7	4,0	-1,5	-4,4	-10,0	4,8	7,2
Επιχ. 3	2,9	3,0	1,6	1,9	2,4	-1,8	7,9	8,5	-1,1
Υποκλάδος	5,0	4,8	5,1	-141,1	-33,9	-4,5	5,0	5,4	1,2
14.20									
Επιχ. 1	1,7	1,1	1,7	1,7	2,6	2,3	1,0	2,1	-3,2
Επιχ. 2	2,2	2,1	-3,2	4,1	3,3	1,4	2,6	4,3	0,6
Επιχ. 3	6,5	0,9	2,8	1,1	0,7	3,9	1,1	3,0	1,6
Υποκλάδος	-0,3	-0,2	2,4	0,7	-12,6	3,6	1,0	-0,9	-21,0
14.31									
Επιχ. 1	3,8	3,3	4,7	5,1	11,7	6,7	56,7	-10,9	-6,0
Επιχ. 2	10,7	5,4	10,5	-0,1	-14,5	-16,8	2,1	2,2	-4,4
Επιχ. 3	4,2	4,4	3,6	33,3	3,2	8,1	-2,8	10,0	-12,2
Υποκλάδος	-4,3	1,8	16,2	6,7	40,4	8,1	8,4	1,8	-0,4
14.39									
Επιχ. 1	4,1	0,5	0,9	-0,4	0,1	0,7	0,8	0,7	1,2
Επιχ. 2	1,2	-4,7	-4,2	0,3	0,7	-16,9	17,5	1,5	57,6
Επιχ. 3	3,3	2,2	1,7	3,3	2,1	0,9	1,5	1,5	0,6
Υποκλάδος	3,9	1,7	2,8	2,8	0,3	-1,3	0,6	2,3	-2,6

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η δομή των πινάκων που ακολουθούν έχει ως εξής: το πρώτο τμήμα παρουσιάζει το μερίδιο αγοράς κάθε επιχείρησης ως ποσοστό, το δεύτερο τμήμα τις πωλήσεις σε αξία (η τελευταία γραμμή αναπαριστά τις πωλήσεις του υποκλάδου ως προς τις πωλήσεις του κλάδου), το τρίτο τμήμα τα καθαρά κέρδη και στο τέταρτο τμήμα του πίνακα παρουσιάζονται μια σειρά δείκτες συγκέντρωσης. Όσο πιο ανταγωνιστική είναι η συγκεκριμένη αγορά, τόσο

χαμηλότεροι αναμένεται να είναι οι δείκτες συγκέντρωσης. Οι τρεις πρώτοι (CR2, CR4, CR8) ουσιαστικά αποτελούν το άθροισμα των μεριδίων αγοράς των δύο/τεσσάρων/οκτώ πρώτων σε πωλήσεις επιχειρήσεων του υποκλάδου. Είναι, λοιπόν, πολύ πιθανό τα συμπεράσματα να διαφέρουν ανάλογα με το δείκτη που χρησιμοποιείται. Για το λόγο αυτό αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί ένας ακόμη δείκτης, ο δείκτης Herfindahl-Hirschman (HHI) ο οποίος υπολογίζεται ως εξής:

$$HHI = \sum_{1}^{N} s_i^2 ,$$

όπου *N* είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων στον υποκλάδο και *s* είναι το μερίδιο αγοράς της επιχείρησης *i*. Ο δείκτης λαμβάνει τιμές από 1/*N* έως 1 και μπορεί να εκφραστεί και ως ποσοστό επί τοις εκατό, όπως φαίνεται στους πίνακες που ακολουθούν.

Ο υποκλάδος κατασκευής άλλων εξωτερικών ενδυμάτων (14.13) αποτελεί τον ισχυρότερο υποκλάδο των ειδών ένδυσης, καθώς οι πωλήσεις του αντιπροσωπεύουν τα 2/3 των συνολικών πωλήσεων του κλάδου και η κυριαρχία του αυτή δεν φαίνεται να μειώνεται διαχρονικά, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 10.44. Αναμφισβήτητα αποτελεί τον υποκλάδο με τις περισσότερες και μεγαλύτερες βάσει πωλήσεων επιχειρήσεις. Μια ματιά στα μερίδια αγοράς φανερώνει ότι ο ανταγωνισμός είναι έντονος, καθώς ακόμη και η πρώτη σε πωλήσεις επιχείρηση δεν συγκεντρώνει περισσότερο από το 4,4% των πωλήσεων του υποκλάδου. Ωστόσο, συγκρίνοντας τα μερίδια αγοράς διαχρονικά, παρατηρούμε ότι τα ποσοστά των δέκα πρώτων σε πωλήσεις επιχειρήσεων του υποκλάδου αυξήθηκαν διαχρονικά από 0,5% έως και 1% περίπου, γεγονός που δηλώνει μικρή ισχυροποίηση των επιχειρήσεων αυτών. Η αξία των πωλήσεων, από την άλλη πλευρά, παρουσιάζει έντονη αύξηση που φτάνει μέχρι και το διπλασιασμό. Εφόσον αυτό δεν συνοδεύεται από αύξηση των πωλήσεων του υποκλάδου συνολικά (Πίνακας 10.9, όπου καταγράφεται μείωση του δείκτη πωλήσεων την περίοδο 2000-2008) πρέπει να οφείλεται στην υποκατάσταση της παραγωγής μικρότερων επιχειρήσεων. Τα καθαρά κέρδη παρουσιάζουν επίσης αύξηση, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις φτάνει και το 50%.

Σε γενικές γραμμές πάντως, φαίνεται ότι τουλάχιστον οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου καταφέρνουν να διατηρήσουν τη δυναμική τους στο χρόνο και μάλιστα σε περιβάλλον έντονα ανταγωνιστικό. Η διαπίστωση αυτή επιβεβαιώνεται από τους δείκτες συγκέντρωσης, καθώς οι δύο μεγαλύτερες επιχειρήσεις το 2008 εξυπηρετούν λιγότερο από το 8% της αγοράς (CR2), ενώ οι δέκα μεγαλύτερες δεν αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το 30% των πωλήσεων (CR10).

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.42
Κατασκευή δερμάτινων ενδυμάτων (υποκλάδος 14.11)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	36,3	33,3	34,2	32,2	31,7	32,7	27,8	47,5	67,3
Επιχ. 2	28,7	19,4	18,1	17,3	17,3	20,5	22,5	19,9	11,1
Επιχ. 3	18,4	14,0	16,0	15,0	15,2	15,2	12,6	10,9	7,7
Επιχ. 4	9,2	13,3	12,4	12,6	13,7	10,5	11,6	9,4	4,5
Επιχ. 5	7,4	9,0	9,5	10,4	10,1	8,6	7,9	4,8	4,1
Επιχ. 6	0,0	6,5	5,3	5,3	5,3	5,4	7,7	3,8	2,5
Επιχ. 7	0,0	4,6	4,6	5,1	4,1	5,0	5,0	3,7	2,4
Επιχ. 8	0,0	0,0	0,0	2,1	2,6	2,1	4,9	0,0	0,5
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	1.901	2.924	3.324	3.370	3.271	2.651	2.806	5.123	9.627
Επιχ. 2	1.499	1.702	1.757	1.815	1.786	1.663	2.273	2.147	1.583
Επιχ. 3	963	1.226	1.556	1.566	1.568	1.233	1.277	1.174	1.104
Επιχ. 4	483	1.169	1.205	1.322	1.414	848	1.175	1.009	639
Επιχ. 5	386	792	922	1.093	1.036	696	799	522	580
Επιχ. 6	0	574	519	559	548	440	781	409	353
Επιχ. 7	0	400	448	536	426	407	509	404	345
Επιχ. 8	0	0	0	217	263	170	492	0	74
Συν (%)	0,6	0,8	0,9	0,9	0,8	0,6	0,7	0,7	1,0
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	82	61	421	291	87	2.286	46	71	112
Επιχ. 2	40	51	61	65	44	566	42	25	10
Επιχ. 3	26	45	51	50	27	60	25	15	9
Επιχ. 4	13	28	21	20	18	17	21	5	4
Επιχ. 5	8	17	20	17	18	13	17	4	2
Επιχ. 6	0	11	17	12	10	12	12	3	2
Επιχ. 7	0	5	10	11	8	9	9	-55	2
Επιχ. 8	0	0	0	-28	4	7	7	0	1
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	65,0	52,7	52,2	49,5	49,0	53,2	50,2	67,4	78,4
CR4	92,6	79,9	80,6	77,1	78,0	78,9	74,5	87,6	90,6
CR8	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
HHI	26,2	20,0	20,4	18,9	18,8	19,6	17,4	29,1	47,6

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.43

Κατασκευή ενδυμάτων εργασίας (υποκλάδος 14.12)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	38,9	32,9	24,7	26,9	33,5	26,4	36,4	36,3	59,4
Επιχ. 2	36,2	32,5	22,9	24,0	29,4	25,9	19,9	30,7	19,9
Επιχ. 3	12,3	11,6	20,8	12,2	23,8	21,5	13,7	9,3	9,4
Επιχ. 4	4,7	8,3	10,1	9,5	5,7	9,9	11,9	8,8	5,3
Επιχ. 5	4,1	3,7	5,6	6,7	2,3	7,2	8,3	5,2	2,9
Επιχ. 6	1,9	3,2	4,7	5,9	1,7	2,9	3,9	3,4	2,6
Επιχ. 7	1,8	2,9	4,4	4,7	1,0	2,1	3,1	2,6	0,5
Επιχ. 8	0,0	2,7	2,3	3,5	0,9	1,6	2,7	2,5	0,0
Επιχ. 9	0,0	2,1	2,3	2,8	0,9	1,6	0,2	0,8	0,0
Επιχ. 10	0,0	0,0	2,1	2,6	0,8	0,6	0,1	0,6	0,0
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	9.901	7.879	4.694	4.042	11.069	5.416	5.900	7.006	9.667
Επιχ. 2	9.212	7.790	4.350	3.604	9.709	5.317	3.230	5.935	3.242
Επιχ. 3	3.119	2.773	3.953	1.827	7.859	4.420	2.215	1.795	1.528
Επιχ. 4	1.206	1.997	1.925	1.419	1.875	2.042	1.928	1.709	862
Επιχ. 5	1.037	889	1.054	1.009	774	1.469	1.343	995	474
Επιχ. 6	494	773	897	888	566	605	625	647	425
Επιχ. 7	460	705	840	712	337	425	495	497	73
Επιχ. 8	0	637	436	523	301	332	436	475	0
Επιχ. 9	0	497	430	421	283	323	38	153	0
Επιχ. 10	0	0	404	383	248	130	10	113	0
Συν (%)	2,7	2,3	1,7	1,2	2,5	1,5	1,1	1,2	1,2
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	1.218	495	271	182	1.287	528	296	1.708	376
Επιχ. 2	1.159	179	136	155	979	227	251	161	176
Επιχ. 3	141	171	111	132	495	136	160	130	70
Επιχ. 4	134	151	40	113	118	62	73	56	68
Επιχ. 5	63	143	37	86	94	32	37	47	41
Επιχ. 6	26	69	8	44	43	26	25	40	20
Επιχ. 7	-854	50	3	27	40	21	13	22	-3.658
Επιχ. 8	0	30	-63	9	30	11	2	7	0
Επιχ. 9	0	-3.437	-273	2	5	1	1	5	0
Επιχ. 10	0	0	-2.094	1	3	-1	-3.065	-3.109	0
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	75,2	65,5	47,6	50,9	62,9	52,2	56,3	67,0	79,3
CR4	92,2	85,4	78,6	72,6	92,3	83,7	81,8	85,1	94,0
CR8	100,0	97,9	95,6	93,4	98,3	97,4	99,7	98,6	100,0
HHI	30,3	23,9	17,6	16,7	25,9	20,0	21,5	24,7	40,6

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Επιπλέον, ο δείκτης HHI δεν υπερβαίνει ποτέ το 2%, άλλη μια ένδειξη ότι ο ανταγωνισμός είναι έντονος στο συγκεκριμένο υποκλάδο. Επομένως, ο υποκλάδος 14.13 δείχνει σημάδια βελτίωσης της εικόνας του διαχρονικά με αυξημένες πωλήσεις και καθαρά κέρδη, τουλάχιστον για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, αν και το περιβάλλον που λειτουργεί φαίνεται να είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικό. Ένας σημαντικός παράγοντας που πιθανόν να συμβάλλει στη θετική εικόνα του υποκλάδου είναι ότι οι επιχειρήσεις που τον αποτελούν (Παράρτημα) στηρίζονται στη διαμόρφωση ισχυρού brand name, έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητές τους στο εξωτερικό, ενώ διαθέτουν παρουσία και στις λιανικές πωλήσεις περνώντας από την παραγωγή στη διάθεση των προϊόντων τους κατευθείαν στον τελικό καταναλωτή.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.44

Κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων (υποκλάδος 14.13)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	3,3	2,9	3,3	3,3	3,7	4,1	4,2	4,0	4,4
Επιχ. 2	2,6	2,7	2,8	2,6	2,6	3,5	3,3	3,2	3,5
Επιχ. 3	2,4	2,6	2,4	2,4	2,4	2,6	2,7	2,9	3,4
Επιχ. 4	2,2	2,6	2,1	2,3	2,2	2,3	2,4	2,7	3,2
Επιχ. 5	2,1	2,3	2,1	2,0	2,1	2,2	2,4	2,4	3,1
Επιχ. 6	2,0	2,2	1,9	1,9	2,0	2,0	2,3	2,4	3,0
Επιχ. 7	1,8	2,1	1,9	1,9	1,9	2,0	2,1	2,3	2,6
Επιχ. 8	1,8	2,1	1,8	1,8	1,9	1,9	2,1	2,3	2,4
Επιχ. 9	1,7	1,9	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8	2,2	2,3
Επιχ. 10	1,6	1,7	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,7	2,1
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	21.468	20.607	25.255	27.861	33.460	40.021	43.824	44.397	41.955
Επιχ. 2	16.718	19.308	21.402	22.441	23.128	34.225	34.294	35.062	33.038
Επιχ. 3	15.518	18.447	18.564	20.088	21.838	24.827	27.961	32.109	31.938
Επιχ. 4	14.426	18.355	16.582	19.157	19.627	22.070	24.706	29.753	30.361
Επιχ. 5	13.410	16.391	16.576	17.259	19.319	21.289	24.610	26.666	29.051
Επιχ. 6	13.004	15.651	14.793	16.294	18.316	19.155	24.332	26.095	28.120
Επιχ. 7	11.568	15.032	14.553	15.932	17.456	19.137	22.269	25.561	24.558
Επιχ. 8	11.466	14.851	14.055	15.637	17.269	18.675	21.579	25.489	22.925
Επιχ. 9	10.894	13.487	14.047	15.037	16.191	18.443	18.429	23.931	22.111
Επιχ. 10	10.064	11.772	13.824	14.728	16.122	17.551	18.419	18.599	20.087
Συν (%)	68,8	69,0	69,0	69,4	69,6	71,8	70,6	69,6	68,1
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	3.689	2.137	2.003	3.428	3.393	7.257	4.427	6.344	5.390
Επιχ. 2	1.545	2.084	1.882	2.715	2.610	2.800	3.541	4.128	2.394
Επιχ. 3	1.522	1.608	1.403	1.925	2.192	2.350	3.308	2.055	2.345
Επιχ. 4	1.460	1.598	1.195	1.664	1.570	1.629	2.798	1.952	1.954
Επιχ. 5	1.184	1.322	974	1.639	1.533	1.605	2.583	1.699	1.767
Επιχ. 6	981	1.236	956	1.299	1.360	1.530	1.873	1.657	1.484
Επιχ. 7	971	1.099	905	1.298	1.355	1.517	1.787	1.627	1.473
Επιχ. 8	934	1.024	771	1.237	1.350	1.300	1.696	1.580	1.321
Επιχ. 9	812	991	704	1.208	1.311	1.202	1.591	1.480	1.194
Επιχ. 10	724	880	589	1.171	1.223	1.034	1.471	1.466	1.053
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	5,9	5,6	6,0	5,9	6,2	7,7	7,5	7,2	7,9
CR4	10,6	10,7	10,6	10,6	10,8	12,5	12,6	12,7	14,4
CR8	18,3	19,4	18,3	18,2	18,8	20,5	21,5	22,1	25,4
CR10	21,6	22,9	21,9	21,7	22,3	24,3	25,0	25,9	29,8
HHI	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,4

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων (14.14) αποτελεί τον δεύτερο σε πωλήσεις υποκλάδο των ειδών ένδυσης, καθώς κατέχει περίπου το 10% του συνόλου των πωλήσεων του κλάδου το 2008, αν και διαχρονικά διαφαίνεται μια τάση μείωσης του μεριδίου αυτού (Πίνακας 10.45). Οι πωλήσεις για τη συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων παρουσιάζουν αύξηση την περίοδο υπό εξέταση, αν και υπάρχουν έντονες διακυμάνσεις. Το μερίδιο αγοράς της πρώτης σε πωλήσεις επιχείρησης, όπως και των επόμενων δύο στην κατάταξη, μειώνεται και είναι κάτω του 20% το 2008. Αντίθετα, οι επιχειρήσεις στις θέσεις 4-10 φαίνεται να βελτιώνουν τα μερίδιά τους, έστω και οριακά. Όσον αφορά στην εξέλιξη των καθαρών κερδών, η εικόνα δεν είναι ξεκάθαρη. Κάποιες επιχειρήσεις βελτιώνουν τα κέρδη τους (π.χ. επιχ. 2 έως επιχ. 5), ενώ κάποιες

άλλες δεν τα καταφέρνουν τόσο καλά, όπως για παράδειγμα η πρώτη σε πωλήσεις επιχείρηση στον υποκλάδο που καταγράφει μείωση των πωλήσεων κατά 40% στο σύνολο της περιόδου. Τέλος, οι δείκτες συγκέντρωσης δείχνουν αύξηση του ανταγωνισμού διαχρονικά (CR2 και CR4) ή μείωση αυτού (CR8 και CR10). Αυτό πιθανότατα σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις που ακολουθούν τις πρώτες σε κατάταξη, συγκριτικά, δεν είναι πολύ μικρότερες από τις πρωτοπόρους. Ο δείκτης HHI όμως μειώνεται, γεγονός που συνηγορεί στην αύξηση του ανταγωνισμού, αν και μετά το 2005 παρουσιάζει τάσεις αύξησης, χωρίς όμως να φτάνει στα επίπεδα του 2000 και 2001, και παραμένει κάτω του 10%. Κλείνοντας, ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων παρουσιάζει μικτή εικόνα με κάποιες επιχειρήσεις να πηγαίνουν καλύτερα από άλλες. Όμως το σημαντικό στοιχείο είναι ότι τουλάχιστον οι δέκα μεγαλύτερες σε πωλήσεις επιχειρήσεις δεν παρουσιάζουν ζημιές, ενώ ο ανταγωνισμός δεν προβληματίζει, καθώς με βάση τους δείκτες (HHI) η αγορά χαρακτηρίζεται από μέτρια συγκέντρωση.

Ο επόμενος υποκλάδος κατασκευής άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης (14.19) που περιγράφεται στον Πίνακα 10.46 αντιπροσωπεύει το 5,1% της αξίας των πωλήσεων των ειδών ένδυσης (3,9% το 2000). Το μερίδιο αγοράς της μεγαλύτερης επιχείρησης αυξάνεται, αλλά με πολλές διακυμάνσεις, ενώ οι επιχειρήσεις που δεν συμμετέχουν στην πρώτη τριάδα ενισχύουν τη θέση τους στην αγορά σε βάρος της δεύτερης και τρίτης σε πωλήσεις επιχείρησης (-10 ποσοστιαίες μονάδες η δεύτερη και -5 ποσοστιαίες μονάδες η τρίτη σε σειρά). Η αξία των πωλήσεων, ωστόσο, και των δέκα επιχειρήσεων που εξετάζονται αυξάνεται από 30% έως και πάνω από 200% την περίοδο υπό εξέταση. Τα καθαρά κέρδη, όμως, δεν ακολουθούν την ίδια πορεία για όλες τις επιχειρήσεις. Έτσι, η επιχ. 1, η επιχ. 2 και η επιχ. 4 είναι οι μοναδικές στο σύνολο των δέκα επιχειρήσεων, οι οποίες παρουσιάζουν αύξηση των κερδών τους έως και 23% στην καλύτερη περίπτωση. Επομένως, δεν μπορούμε να μιλάμε για βελτίωση της εικόνας του υποκλάδου συνολικά. Οι δείκτες συγκέντρωσης δείχνουν σχετικά περιορισμένο ανταγωνισμό σε σύγκριση με άλλους υποκλάδους, καθώς τα αθροιστικά μερίδια αγοράς των δύο πρώτων σε πωλήσεις επιχειρήσεων ξεπερνούν το 50%, έστω και οριακά, και των τεσσάρων πρώτων πλησιάζουν το 77%. Ο τελευταίος δείκτης συγκέντρωσης HHI παίρνει τιμές που βρίσκονται κοντά στο μέσο όρο του κλάδου και δείχνει να σταθεροποιείται κοντά στο 20% τα τελευταία τρία έτη, γεγονός που συνηγορεί στην ύπαρξη σχετικά υψηλής συγκέντρωσης στον υποκλάδο. Επομένως, ο υποκλάδος 14.19 χαρακτηρίζεται από περιορισμένο ανταγωνισμό, ενώ για ακόμη μια φορά η αύξηση των πωλήσεων δεν φαίνεται να συνοδεύεται πάντοτε από παράλληλη αύξηση των κερδών των επιχειρήσεων, ίσως εξαιτίας του ανταγωνισμού από εισαγωγές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.45
Κατασκευή εσωρούχων (υποκλάδος 14.14)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	20,4	20,3	15,1	14,5	14,8	15,9	16,3	17,2	18,4
Επιχ. 2	15,3	15,6	15,0	14,1	14,1	10,8	11,7	10,8	13,3
Επιχ. 3	14,9	14,6	14,8	12,8	12,8	10,8	9,0	9,8	9,5
Επιχ. 4	7,6	6,5	7,6	9,3	8,3	8,8	9,0	8,7	8,6
Επιχ. 5	6,1	5,4	5,8	7,0	6,9	7,6	7,8	7,7	8,5
Επιχ. 6	4,5	4,4	5,4	5,1	6,3	6,4	6,3	7,0	7,4
Επιχ. 7	4,2	3,9	4,5	5,0	5,0	6,0	6,2	6,6	7,2
Επιχ. 8	3,9	3,4	3,3	3,4	4,5	5,6	5,8	6,0	6,1
Επιχ. 9	3,3	2,8	3,3	3,2	2,9	2,8	2,9	2,9	3,2
Επιχ. 10	2,6	2,5	3,0	3,1	2,8	2,7	2,6	2,8	3,0
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	22.947	25.359	19.831	20.064	20.886	20.581	22.510	25.001	25.237
Επιχ. 2	17.244	19.546	19.718	19.516	19.966	14.044	16.192	15.681	18.295
Επιχ. 3	16.752	18.238	19.504	17.667	18.183	14.018	12.440	14.196	13.018
Επιχ. 4	8.524	8.166	9.945	12.889	11.736	11.356	12.422	12.647	11.750
Επιχ. 5	6.843	6.785	7.648	9.735	9.785	9.835	10.717	11.207	11.614
Επιχ. 6	5.004	5.543	7.104	7.029	8.958	8.288	8.685	10.232	10.113
Επιχ. 7	4.695	4.907	5.867	6.879	7.025	7.772	8.639	9.569	9.928
Επιχ. 8	4.358	4.274	4.351	4.761	6.424	7.233	8.001	8.775	8.371
Επιχ. 9	3.706	3.518	4.343	4.475	4.120	3.570	4.007	4.241	4.443
Επιχ. 10	2.952	3.178	3.975	4.310	3.899	3.441	3.599	4.041	4.066
Σύνολο (%)	12,1	12	11,7	11,3	10,8	9,6	9,4	9,1	9,8
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	3.229	517	616	1.188	1.503	1.085	2.397	2.970	1.920
Επιχ. 2	558	337	489	495	855	1021	1.191	1.009	1.076
Επιχ. 3	489	307	279	441	702	380	744	786	794
Επιχ. 4	370	294	228	320	577	344	297	379	539
Επιχ. 5	326	226	225	301	464	328	248	244	251
Επιχ. 6	301	183	167	194	321	287	187	204	208
Επιχ. 7	198	159	147	189	240	161	164	196	176
Επιχ. 8	99	107	140	177	115	146	125	174	149
Επιχ. 9	91	95	107	101	110	105	124	146	121
Επιχ. 10	85	94	90	100	109	96	117	140	90
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	35,7	35,9	30,0	28,6	28,8	26,7	28,0	27,9	31,7
CR4	58,2	57,1	52,4	50,7	50,0	46,2	45,9	46,4	49,8
CR8	76,7	74,3	71,3	71,2	72,7	71,8	72,0	73,7	79,0
CR10	82,7	79,6	77,6	77,5	78,4	77,2	77,5	79,4	85,2
HHI	10,6	10,3	8,7	8,3	8,3	7,7	7,8	8,1	9,4

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.46

Κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης (υποκλάδος 14.19)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	27,9	44,2	34,9	41,5	40,4	39,7	33,3	33,9	34,9
Επιχ. 2	24,9	25,7	32,1	31,2	29,6	28,5	18,9	19,3	16,3
Επιχ. 3	20,9	10,9	9,3	6,4	9,3	5,6	18,5	14,5	15,8
Επιχ. 4	6,1	5,0	6,6	5,8	4,9	5,0	5,5	7,4	9,5
Επιχ. 5	4,7	4,5	4,1	4,3	4,1	4,5	4,2	4,2	5,3
Επιχ. 6	4,3	3,5	3,6	2,6	4,0	4,4	4,1	4,2	4,3
Επιχ. 7	3,5	2,1	3,3	1,9	2,2	2,2	3,5	3,6	3,7
Επιχ. 8	2,6	1,8	2,2	1,8	2,1	2,2	2,6	3,4	3,1
Επιχ. 9	2,6	1,2	1,3	1,4	1,1	2,2	2,2	2,2	3,0
Επιχ. 10	1,3	0,6	1,3	1,4	1,0	1,9	2,1	1,9	1,5
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	10.110	20.652	16.244	21.069	21.147	21.208	20.285	24.473	24.854
Επιχ. 2	9.039	12.004	14.957	15.835	15.477	15.200	11.508	13.946	11.595
Επιχ. 3	7.591	5.092	4.334	3.250	4.877	2.992	11.274	10.436	11.256
Επιχ. 4	2.201	2.342	3.063	2.962	2.543	2.667	3.330	5.372	6.763
Επιχ. 5	1.719	2.115	1.909	2.172	2.116	2.392	2.555	3.048	3.771
Επιχ. 6	1.543	1.610	1.657	1.320	2.092	2.349	2.468	3.025	3.025
Επιχ. 7	1.259	992	1.513	939	1.124	1.192	2.144	2.599	2.603
Επιχ. 8	956	829	1.016	890	1.106	1.191	1.597	2.454	2.216
Επιχ. 9	930	539	610	724	589	1.159	1.364	1.584	2.105
Επιχ. 10	469	289	605	704	525	991	1.263	1.348	1.041
Σύνολο (%)	3,9	4,5	4,2	4,2	4,0	3,9	4,1	4,5	5,1
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	822	1370	528	944	544	406	892	882	837
Επιχ. 2	253	357	154	629	195	350	187	707	304
Επιχ. 3	221	150	147	202	179	205	143	672	164
Επιχ. 4	129	145	102	168	118	45	140	284	158
Επιχ. 5	111	57	73	159	92	43	107	202	33
Επιχ. 6	72	41	68	63	50	41	92	125	22
Επιχ. 7	31	32	61	40	29	31	37	76	13
Επιχ. 8	30	24	43	23	8	14	33	56	13
Επιχ. 9	21	22	37	13	2	9	25	52	5
Επιχ. 10	11	20	32	11	-4	9	11	47	-3
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	52,8	69,9	67,0	72,7	70,0	68,2	52,3	53,2	51,2
CR4	79,7	85,8	82,9	84,9	84,2	78,8	76,3	75,1	76,5
CR8	94,8	97,7	95,9	95,4	96,5	92,2	90,7	90,5	92,9
CR10	98,7	99,5	98,5	98,2	98,6	96,2	95,0	94,6	97,3
HHI	19,4	28,0	24,3	28,1	26,7	25,1	19,1	18,6	19,1

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η κατασκευή γούνινων ειδών (14.20) αποτελεί τον τρίτο μεγαλύτερο σε αξία πωλήσεων υποκλάδο των ειδών ένδυσης, ενώ ο υποκλάδος φαίνεται να ενισχύει τη συμμετοχή του στην αξία των πωλήσεων του κλάδου διαχρονικά (από 6,4% σε 8%) σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 10.47. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό αν ληφθεί υπόψη ότι οι επιχειρήσεις του συγκεκριμένου υποκλάδου έχουν κατά κανόνα εξαγωγικό προσανατολισμό. Οι πωλήσεις των δέκα πρώτων επιχειρήσεων αυξάνονται κατά μέσο όρο κατά 85% περίπου. Αντίθετα, τα μερίδια αγοράς περιορίζονται για τις τέσσερις πρώτες σε πωλήσεις επιχειρήσεις, αλλά αυξάνονται τα μερίδια των μικρότερων επιχειρήσεων, γεγονός που υποδεικνύει αύξηση του επιπέδου του ανταγωνισμού. Πρέπει να τονίσουμε ότι η μεγαλύτερη σε πωλήσεις επιχείρηση (η οποία είναι η ίδια

επιχείρηση από το 2004 και έπειτα, Πίνακας Α6 στο Παράρτημα) έχει μερίδιο αγοράς μικρότερο του 14%, ενώ η μικρότερη από τις δέκα επιχειρήσεις ξεπερνά το 4%. Τα σχετικά μεγέθη του υποκλάδου 14.19, για παράδειγμα, είναι περίπου 35% και 1,5%, αντίστοιχα. Όσον αφορά στα καθαρά κέρδη των επιχειρήσεων, για τις τέσσερις μεγαλύτερες επιχειρήσεις παρατηρείται μείωση που ξεπερνά το 60% σε κάποιες από αυτές, ενώ στις υπόλοιπες μικρότερες επιχειρήσεις καταγράφεται αύξηση από 37% έως 90% περίπου, ανάλογα με την επιχείρηση. Αυτό σημαίνει ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις προκειμένου να διατηρήσουν τη θέση τους στην αγορά έχουν μειώσει τα περιθώρια κέρδους, αλλά ο ρυθμός αύξησης των πωλήσεών τους υπολείπεται εκείνου της αγοράς (μειώνονται τα μερίδια). Πιθανόν σε αυτό έχει συμβάλει και η αύξηση της έντασης του ανταγωνισμού, όπως φαίνεται σε όλους τους δείκτες συγκέντρωσης, οι οποίοι σε κάθε περίπτωση είναι χαμηλοί. Για παράδειγμα το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των δύο μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR2) δεν ξεπερνά το 21% το 2008, ενώ ο δείκτης HHI μειώνεται από περίπου 8,2% σε 6,4% διαχρονικά. Επομένως, η κατασκευή γούνινων ειδών χαρακτηρίζεται από αναδιανομή της «πίτας» προς όφελος των μικρότερων επιχειρήσεων, γεγονός που εντείνει ακόμη περισσότερο τον ήδη ισχυρό ανταγωνισμό στον υποκλάδο αυτό (δείκτης HHI κάτω του 10%).

Ο υποκλάδος 14.31 συνεισφέρει μόλις το 4% της αξίας των πωλήσεων του κλάδου των ειδών ένδυσης με βάση τον Πίνακα 10.48. Σε αντιδιαστολή με τους υποκλάδους που εξετάστηκαν μέχρι τώρα, η πρώτη σε πωλήσεις επιχείρηση φαίνεται να κυριαρχεί στην αγορά κατέχοντας μερίδιο περίπου 65% το 2008. Η εικόνα δεν ήταν πάντοτε έτσι, καθώς το 2000 η μεγαλύτερη επιχείρηση δεν κατείχε περισσότερο από το ένα τρίτο της συγκεκριμένης αγοράς. Η δεύτερη σε δυναμικότητα επιχείρηση έχει μερίδιο μόλις 14%, το οποίο έχει μειωθεί μόλις κατά 2,7 ποσοστιαίες μονάδες από το έτος 2000. Αυτό που παρατηρεί κάποιος είναι η μείωση των μεριδίων αγοράς των υπολοίπων εννέα επιχειρήσεων, γεγονός που σημαίνει ότι η ενίσχυση της μεγαλύτερης επιχείρησης οφείλεται στην αποδυνάμωση των μικρότερων. Η εικόνα με βάση τις πωλήσεις είναι λίγο πιο αισιόδοξη, καθώς όλες οι επιχειρήσεις της δεκάδας σημειώνουν αύξηση της αξίας των πωλήσεων διαχρονικά, αλλά η μεγαλύτερη επιχείρηση έχει τη μεγαλύτερη αύξηση με διαφορά, αφού είδε τις πωλήσεις της να εννεαπλασιάζονται. Ωστόσο, παρά τις αυξημένες πωλήσεις, οι επιχειρήσεις του υποκλάδου βλέπουν τα κέρδη τους να μειώνονται, ενώ κάποιες από τις μικρότερες παρουσιάζουν ακόμη και ζημιές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.47

Κατασκευή γούνινων ειδών (υποκλάδος 14.20)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	15,7	10,2	9,7	8,1	8,3	8,4	9,4	11,4	13,2
Επιχ. 2	13,8	10,0	9,1	7,9	7,5	7,3	6,6	7,2	7,8
Επιχ. 3	10,3	9,9	9,1	7,5	7,3	7,0	6,3	7,0	7,8
Επιχ. 4	7,7	9,8	9,0	7,5	5,8	6,4	6,3	6,7	7,3
Επιχ. 5	6,1	7,3	7,6	6,4	5,8	6,0	5,7	5,8	6,9
Επιχ. 6	5,8	7,2	7,4	6,2	5,5	6,0	5,5	5,8	6,3
Επιχ. 7	5,7	7,1	7,0	5,7	5,1	5,7	4,9	5,0	6,2
Επιχ. 8	5,6	6,5	6,9	5,7	5,1	4,8	4,7	4,8	4,9
Επιχ. 9	4,0	4,7	4,7	4,8	5,1	4,6	4,6	4,8	4,8
Επιχ. 10	3,5	3,9	4,4	4,8	5,0	4,4	4,6	4,5	4,5
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	9.370	6.386	7.540	7.701	8.148	8.999	11.548	13.325	14.739
Επιχ. 2	8.196	6.263	7.057	7.524	7.415	7.794	8.111	8.433	8.780
Επιχ. 3	6.116	6.250	7.027	7.180	7.180	7.521	7.807	8.215	8.760
Επιχ. 4	4.588	6.164	7.011	7.178	5.707	6.883	7.756	7.828	8.193
Επιχ. 5	3.661	4.592	5.924	6.139	5.659	6.445	7.015	6.818	7.762
Επιχ. 6	3.441	4.514	5.765	5.909	5.394	6.414	6.722	6.761	7.089
Επιχ. 7	3.410	4.443	5.433	5.459	5.044	6.090	6.056	5.861	6.908
Επιχ. 8	3.350	4.109	5.311	5.450	4.995	5.118	5.777	5.658	5.530
Επιχ. 9	2.411	2.930	3.639	4.580	4.987	4.902	5.616	5.629	5.400
Επιχ. 10	2.072	2.438	3.408	4.547	4.930	4.717	5.594	5.286	5.066
Σύνολο (%)	6,4	6,1	6,9	7,8	7,5	7,9	8,3	7,4	8,0
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	489	450	737	615	453	314	516	401	179
Επιχ. 2	395	137	259	392	245	295	258	363	142
Επιχ. 3	176	134	217	328	245	214	213	282	120
Επιχ. 4	160	94	199	307	213	209	168	244	107
Επιχ. 5	77	78	195	256	170	195	162	203	106
Επιχ. 6	59	78	161	248	148	160	156	140	85
Επιχ. 7	43	67	126	197	146	154	116	125	82
Επιχ. 8	37	65	112	131	129	143	107	125	62
Επιχ. 9	36	58	66	130	127	134	100	114	55
Επιχ. 10	27	52	60	111	118	110	92	101	43
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	29,5	20,1	18,8	16,0	15,8	15,6	16,0	18,5	21,0
CR4	47,4	39,9	36,9	31,0	28,9	29,0	28,6	32,2	36,1
CR8	70,7	67,9	65,9	55,1	50,3	51,4	49,4	53,6	60,5
CR10	78,2	76,5	75,0	64,6	60,4	60,4	58,5	62,9	69,8
HHI	8,2	7,0	6,6	5,4	5,0	4,9	5,0	5,4	6,4

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όπως είναι φυσικό, η αύξηση του μεριδίου αγοράς της μεγαλύτερης επιχείρησης αντικατοπτρίζεται στους δείκτες συγκέντρωσης, με βάση τους οποίους καταγράφεται αύξηση στα ήδη υψηλά ποσοστά συγκέντρωσης, τα μεγαλύτερα μεταξύ των υποκλάδων που εξετάστηκαν ως τώρα. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον το γεγονός ότι η αύξηση των πωλήσεων συνοδεύεται από μείωση των κερδών, αν και θα περίμενε κάποιος το αντίθετο στα πλαίσια ενός υποκλάδου με περιορισμένο ανταγωνισμό που τείνει να κυριαρχείται από μία επιχείρηση. Όπως ήδη αναφέρθηκε σε αντίστοιχες περιπτώσεις, μια πιθανή ερμηνεία είναι ο έντονος ανταγωνισμός που υφίστανται οι εν λόγω επιχειρήσεις από το εξωτερικό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.48

Κατασκευή ειδών καλτσοποιΐας απλής πλέξης και πλέξης κροσέ (υποκλάδος 14.31)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	28,8	24,9	23,9	24,3	29,5	32,1	45,6	65,5	65,0
Επιχ. 2	16,7	15,9	20,7	23,9	18,0	11,5	18,9	12,4	14,0
Επιχ. 3	13,4	14,9	11,9	10,4	11,4	10,7	7,3	4,6	6,0
Επιχ. 4	11,0	12,2	10,5	8,1	10,8	10,6	6,7	4,5	3,8
Επιχ. 5	10,0	9,2	8,3	7,7	7,9	8,2	5,0	3,4	3,2
Επιχ. 6	9,2	9,2	7,4	7,6	6,3	6,7	4,3	2,4	2,7
Επιχ. 7	4,5	6,9	6,8	7,3	5,1	5,8	4,0	2,4	2,2
Επιχ. 8	3,9	3,8	4,8	5,1	4,7	4,6	2,6	1,6	1,8
Επιχ. 9	2,6	3,0	3,3	3,0	3,6	3,3	2,2	1,6	0,8
Επιχ. 10	0,0	0,0	2,5	2,7	2,7	2,6	1,4	0,8	0,4
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	3.914	3.951	5.279	5.105	6.271	8.133	20.300	47.411	35.679
Επιχ. 2	2.277	2.523	4.582	5.019	3.830	2.917	8.402	8.978	7.700
Επιχ. 3	1.820	2.367	2.636	2.184	2.420	2.713	3.254	3.301	3.311
Επιχ. 4	1.503	1.936	2.329	1.694	2.287	2.675	3.003	3.237	2.104
Επιχ. 5	1.355	1.464	1.831	1.617	1.673	2.066	2.228	2.445	1.767
Επιχ. 6	1.252	1.456	1.628	1.584	1.331	1.691	1.918	1.748	1.487
Επιχ. 7	607	1.087	1.499	1.524	1.085	1.472	1.772	1.720	1.181
Επιχ. 8	528	602	1.061	1.059	998	1.172	1.164	1.156	1.002
Επιχ. 9	352	476	732	635	764	841	996	1.132	459
Επιχ. 10	0	0	542	560	578	665	600	549	242
Σύνολο (%)	1,5	1,5	2,0	1,7	1,6	1,9	3,0	4,5	3,9
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	243	136	2042	728	4.074	1.069	11.511	330	90
Επιχ. 2	149	130	482	259	731	543	283	195	81
Επιχ. 3	85	114	248	187	162	220	191	116	51
Επιχ. 4	76	103	153	179	148	78	174	91	21
Επιχ. 5	41	71	94	39	77	59	116	79	13
Επιχ. 6	16	15	67	31	56	57	59	71	6
Επιχ. 7	1	1	55	4	25	44	52	30	0
Επιχ. 8	0	0	12	0	7	28	20	28	-339
Επιχ. 9	-240	-153	4	-6	4	25	19	13	-405
Επιχ. 10	0	0	1	-12	-557	16	16	0	-2.138
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	45,5	40,8	44,6	48,3	47,6	43,6	64,4	77,9	79,0
CR4	69,9	67,9	67,0	66,7	69,7	64,9	78,5	87,0	88,8
CR8	97,4	97,0	94,2	94,3	93,7	90,1	94,4	96,8	98,7
CR10	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	96,1	97,9	99,1	100,0
HHI	16,3	14,9	14,6	15,5	16,1	15,8	26,1	45,2	44,9

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο τελευταίος υποκλάδος που εξετάζεται είναι αυτός της κατασκευής άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ (14.39) με τα σχετικά αποτελέσματα να παρουσιάζονται στον Πίνακα 10.49. Η συνεισφορά του υποκλάδου στις συνολικές πωλήσεις των ειδών ένδυσης είναι περίπου 3% το 2008, παρουσιάζοντας μείωση μίας ποσοστιαίας μονάδας συγκριτικά με την αρχή της περιόδου. Το μερίδιο αγοράς της πρώτης επιχείρησης μειώνεται διαχρονικά λίγο περισσότερο από εννέα ποσοστιαίες μονάδες, ενώ τα μερίδια των υπόλοιπων επιχειρήσεων της κατάταξης αυξάνονται, έστω και οριακά σε κάποιες περιπτώσεις. Αντίστοιχη είναι η εικόνα των πωλήσεων, με τη μεγαλύτερη επιχείρηση να βλέπει την αξία των πωλήσεών της να μειώνεται και τις υπόλοιπες επιχειρήσεις να τη βλέπουν να αυξάνεται.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.49

Κατασκευή άλλων πλεκτών ειδών και ειδών πλέξης κροσέ (υποκλάδος 14.39)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Μερίδια αγοράς (%)									
Επιχ. 1	23,5	17,0	16,8	15,9	15,2	13,3	13,7	12,2	14,4
Επιχ. 2	12,2	11,5	11,1	11,7	13,7	12,3	11,5	12,0	12,7
Επιχ. 3	7,2	7,9	7,9	8,4	8,6	9,9	10,8	11,9	9,5
Επιχ. 4	7,0	6,1	7,0	8,1	8,5	9,1	8,4	9,1	7,4
Επιχ. 5	5,6	5,6	5,8	4,9	4,6	6,6	5,2	7,6	7,3
Επιχ. 6	5,5	5,4	5,4	4,7	4,1	4,5	5,1	6,1	6,4
Επιχ. 7	5,5	5,1	4,6	4,4	4,1	4,3	4,3	4,5	6,3
Επιχ. 8	4,7	5,0	4,5	3,8	4,1	3,9	4,3	3,7	5,1
Επιχ. 9	3,8	4,8	4,4	3,6	3,9	3,3	3,9	3,7	4,2
Επιχ. 10	3,6	4,7	4,2	3,4	3,3	3,0	3,2	3,2	3,1
Πωλήσεις (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	9.006	6.598	6.890	6.796	6.155	5.000	5.618	5.809	5.809
Επιχ. 2	4.673	4.476	4.538	5.021	5.542	4.636	4.731	5.719	5.130
Επιχ. 3	2.748	3.056	3.250	3.579	3.499	3.730	4.449	5.650	3.813
Επιχ. 4	2.661	2.378	2.861	3.453	3.450	3.404	3.458	4.329	2.965
Επιχ. 5	2.126	2.171	2.362	2.109	1.868	2.487	2.142	3.602	2.935
Επιχ. 6	2.123	2.095	2.232	2.028	1.675	1.704	2.090	2.876	2.583
Επιχ. 7	2.088	1.966	1.892	1.877	1.655	1.598	1.765	2.146	2.539
Επιχ. 8	1.796	1.956	1.838	1.606	1.649	1.468	1.765	1.771	2.071
Επιχ. 9	1.460	1.852	1.805	1.532	1.596	1.238	1.583	1.759	1.698
Επιχ. 10	1.359	1.829	1.712	1.462	1.321	1.111	1.327	1.504	1.265
Σύνολο (%)	4,1	3,7	3,7	3,5	3,1	2,8	2,8	3,0	2,9
Καθαρά κέρδη (σε χιλ. ευρώ)									
Επιχ. 1	373	186	135	119	94	80	826	321	2957
Επιχ. 2	266	132	111	118	87	63	77	103	105
Επιχ. 3	137	95	85	104	72	57	77	87	98
Επιχ. 4	122	85	62	88	52	50	65	83	82
Επιχ. 5	93	83	61	49	42	43	56	81	75
Επιχ. 6	90	77	58	49	42	42	53	54	68
Επιχ. 7	76	71	56	44	38	42	50	41	59
Επιχ. 8	69	67	55	42	35	35	47	41	58
Επιχ. 9	55	60	50	32	34	33	43	40	52
Επιχ. 10	49	43	39	19	31	23	42	37	31
Δείκτες συγκέντρωσης (%)									
CR2	35,7	28,5	27,8	27,6	28,9	25,7	25,2	24,3	27,1
CR4	49,9	42,5	42,7	44,1	46,0	44,7	44,4	45,2	43,9
CR8	71,1	63,6	63,0	61,9	62,9	64,0	63,3	67,1	69,0
CR10	78,5	73,1	71,5	68,9	70,1	70,2	70,4	74,0	76,3
HHI	9,9	7,5	7,2	7,0	7,2	6,9	6,8	7,2	7,4

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Αυτό που προκαλεί αίσθηση είναι η ακριβώς αντίθετη εικόνα των καθαρών κερδών. Ειδικότερα, η πρώτη επιχείρηση εμφανίζει θεαματικά αυξημένα καθαρά κέρδη από το 2005 και έπειτα, μετά από μια περίοδο συνεχούς συρρίκνωσης, ενώ σχεδόν όλες οι υπόλοιπες επιχειρήσεις εμφανίζουν μείωση των κερδών τους (από 5% έως 60%). Το γεγονός προκαλεί εντύπωση, διότι όχι μόνο οι επιχειρήσεις που αυξάνουν τα κέρδη τους είναι λίγες στον κλάδο της ένδυσης, αλλά ειδικά επειδή η αύξηση που καταγράφεται είναι ιδιαίτερα υψηλή. Αναφορικά με το επίπεδο ανταγωνισμού, οι δείκτες συγκέντρωσης δεν έχουν υψηλές τιμές, ενώ διαχρονικά περιορίζονται ακόμη περισσότερο. Επομένως, ο συγκεκριμένος υποκλάδος χαρακτηρίζεται από σχετικά επαρκή ανταγωνισμό (έλλειψη συγκέντρωσης), ο οποίος φαίνεται να ενισχύεται διαχρονικά, με την πρώτη

επιχείρηση να βλέπει μείωση των πωλήσεών της, αλλά θεαματική αύξηση των κερδών.

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση, ο Πίνακας 10.50 συγκεντρώνει τα αποτελέσματα για την αξία των πωλήσεων ανά υποκλάδο ως ποσοστό της συνολικής αξίας των πωλήσεων του κλάδου και το δείκτη συγκέντρωσης του Herfindahl-Hirschman (HHI). Το πρώτο τμήμα του Πίνακα 10.50 δείχνει ότι ο κυρίαρχος σε πωλήσεις υποκλάδος των ειδών ένδυσης είναι η κατασκευή άλλων εξωτερικών ενδυμάτων (14.13), καθώς αντιπροσωπεύει τα 2/3 περίπου των συνολικών πωλήσεων και η δυναμικότητά του διατηρείται σχετικά σταθερή. Ακολουθεί ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων (14.14) με μερίδιο που μειώνεται διαχρονικά κατά περίπου δύο ποσοστιαίες μονάδες. Οι υποκλάδοι που φαίνεται να επεκτείνονται είναι η κατασκευή δερμάτινων ενδυμάτων (14.11), η κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης (14.19), η κατασκευή γούνινων ειδών (14.20) και η κατασκευή ειδών καλτσοποιίας (14.31).

Όσον αφορά στην ένταση του ανταγωνισμού στους επιμέρους υποκλάδους, παρατηρούμε ότι μεταξύ των περισσότερο ανταγωνιστικών κλάδων (χαμηλές τιμές του δείκτη HHI) είναι -με κατάταξη από τον περισσότερο στον λιγότερο ανταγωνιστικό- οι υποκλάδοι 14.13, 14.20, 14.39 και 14.14, με την τιμή του HHI να βρίσκεται σταθερά κάτω από το 10%, ενώ καταγράφεται περαιτέρω αποκλιμάκωση του δείκτη διαχρονικά. Σε αντιδιαστολή, οι περισσότερο συγκεντρωτικοί υποκλάδοι, δηλαδή εκείνοι με τον μικρότερο σε ένταση ανταγωνισμό, εμφανίζονται να είναι οι 14.11, 14.31 και 14.12, όπου η τιμή του δείκτη HHI είναι υψηλότερη από 40%, εμφανίζοντας επιδείνωση του κλίματος διαχρονικά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10.50

Συγκριτικά στοιχεία υποκλάδων

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Πωλήσεις επί του συνόλου του κλάδου(%)									
14.11	0,6	0,8	0,9	0,9	0,8	0,6	0,7	0,7	1
14.12	2,7	2,3	1,7	1,2	2,5	1,5	1,1	1,2	1,2
14.13	68,8	69	69	69,4	69,6	71,8	70,6	69,6	68,1
14.14	12,1	12	11,7	11,3	10,8	9,6	9,4	9,1	9,8
14.19	3,9	4,5	4,2	4,2	4	3,9	4,1	4,5	5,1
14.20	6,4	6,1	6,9	7,8	7,5	7,9	8,3	7,4	8
14.31	1,5	1,5	2	1,7	1,6	1,9	3	4,5	3,9
14.39	4,1	3,7	3,7	3,5	3,1	2,8	2,8	3	2,9
HHI (%)									
14.11	26,2	20,0	20,4	18,9	18,8	19,6	17,4	29,1	47,6
14.12	30,3	23,9	17,6	16,7	25,9	20,0	21,5	24,7	40,6
14.13	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,4
14.14	10,6	10,3	8,7	8,3	8,3	7,7	7,8	8,1	9,4
14.19	19,4	28,0	24,3	28,1	26,7	25,1	19,1	18,6	19,1
14.20	8,2	7,0	6,6	5,4	5,0	4,9	5,0	5,4	6,4
14.31	16,3	14,9	14,6	15,5	16,1	15,8	26,1	45,2	44,9
14.39	9,9	7,5	7,2	7,0	7,2	6,9	6,8	7,2	7,4

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

10.9. Συμπεράσματα

Η παρούσα μελέτη εξετάζει την πορεία του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης στην Ελλάδα την περίοδο 2000-2008. Μια σειρά γεγονότων διαμόρφωσαν ένα μη ευνοϊκό περιβάλλον για τις ελληνικές επιχειρήσεις στον κλάδο κατασκευής ειδών ένδυσης και τις έφεραν αντιμέτωπες με τη σκληρή οικονομική πραγματικότητα των διεθνών αγορών. Από τη μια πλευρά, η συμμετοχή της χώρας μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αρχικά, και στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση (ΟΝΕ), στη συνέχεια, με την υιοθέτηση του κοινού ευρωπαϊκού νομίσματος, μείωσε σημαντικά τα περιθώρια πολιτικών ελιγμών με τη χρήση του εργαλείου της συναλλαγματικής πολιτικής. Από την άλλη πλευρά, η αύξηση του διεθνούς ανταγωνισμού με την κατάργηση των περιορισμών στις εμπορικές συναλλαγές, αλλά και το γεγονός ότι η κατασκευή ειδών ένδυσης είναι κατεξοχήν διαδικασία εντάσεως εργασίας, είχαν ως αποτέλεσμα να βρεθεί η χώρα μας αντιμέτωπη με χώρες που διαθέτουν φθηνό εργατικό δυναμικό. Δεδομένων των εξελίξεων αυτών, αναμένει κάποιος ότι η βιομηχανία κατασκευής ειδών ένδυσης στην Ελλάδα θα αντιμετωπίζει δυσκολίες, ορισμένες από αυτές ιδιαίτερα σημαντικές.

Αυτό που προκύπτει από τη διερεύνηση των στοιχείων που διαθέτουμε είναι ότι ο πάλαι πότε ισχυρός κλάδος κατασκευής ειδών ένδυσης, αν και συνεχίζει να αποτελεί σημαντικό κλάδο της ελληνικής οικονομίας, παρουσιάζει φθίνουσα πορεία την τελευταία δεκαετία. Έτσι, η συμβολή του κλάδου της ένδυσης στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) βρίσκεται σταθερά κάτω του 1% και βαίνει μειούμενη για να καταλήξει λίγο κάτω από το 0,4% το 2008. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει κάποιος, όταν εξετάσει τον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, οι οποίες μειώνονται σταθερά και παράλληλα με τον αριθμό των εργαζομένων, τις συνολικές αποδοχές τους (αντίθετα, οι κατά κεφαλήν αποδοχές αυξάνονται) και τις ώρες εργασίας. Η μειούμενη συνεισφορά στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία αντικατοπτρίζει το πλήγμα που έχει δεχθεί η ελληνική βιομηχανία ένδυσης τα τελευταία χρόνια από τον ανταγωνισμό τρίτων χωρών (εκτός ΕΕ), οι οποίες βασίζουν το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα κυρίως στο χαμηλό μισθολογικό κόστος.

Από την πλευρά της προσφοράς, τόσο η ακαθάριστη αξία παραγωγής όσο και η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία μειώνονται διαχρονικά. Ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων (14.14) παρουσιάζει τη μεγαλύτερη αξία παραγωγής συγκριτικά με τους υπόλοιπους υποκλάδους και ακολουθεί ο υποκλάδος κατασκευής άλλων εξωτερικών ενδυμάτων (14.13). Ωστόσο, αν εξετάσουμε διαχρονικά την παραγωγική δυναμικότητα, παρατηρούμε ότι στο σύνολο των υποκλάδων καταγράφεται μείωση της παραγωγής και, μάλιστα, με γοργούς ρυθμούς. Η μείωση αυτή δεν αντικατοπτρίζεται πλήρως στις πωλήσεις, οι οποίες μειώνονται, αλλά με βραδύτερους ρυθμούς, κυρίως εξαιτίας της καλής πορείας του κλάδου στην ελληνική αγορά, η οποία όμως υπερκαλύπτεται από την κακή πορεία των πωλήσεων στο εξωτερικό, ειδικά σε τρίτες χώρες. Επιπλέον, ο

δείκτης τιμών παραγωγού δείχνει μικρή αύξηση στο σύνολο της χώρας, ενώ σε κανέναν υποκλάδο δεν καταγράφεται μείωση.

Αναφορικά με την πλευρά της ζήτησης, αυτό που φαίνεται από τα διαθέσιμα στοιχεία είναι ότι τόσο η φαινομενική όσο και η τελική κατανάλωση αυξήθηκαν διαχρονικά, αν και η πορεία παρουσιάζει διακυμάνσεις, κάποιες φορές έντονες. Η εξέλιξη του πληθυσμού και η σύνθεσή του δεν φαίνεται να δρουν ευνοϊκά, εφόσον παρατηρείται γήρανση του πληθυσμού διαχρονικά, ανεξάρτητα από το φύλο, και ταχύτερη αύξηση του πληθυσμού των ανδρών, πιθανόν εξαιτίας της εισροής μεταναστών, που συνήθως καταναλώνουν λιγότερο συγκριτικά με τις γυναίκες, όπως άλλωστε προκύπτει και από τα στοιχεία της σύνθεσης των δαπανών των νοικοκυριών. Σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά, το ποσοστό των δαπανών που κατευθύνεται προς τα είδη ένδυσης μειώνεται την περίοδο υπό εξέταση (1999-2004), πιθανόν λόγω υποκατάστασης τέτοιων ειδών με φθηνότερες εισαγωγές από τρίτες χώρες (π.χ. Κίνα, Ινδία). Επιπλέον, μεγαλύτερο ποσοστό δαπανών κατευθύνεται στα είδη ένδυσης στις αστικές περιοχές (αν και υπάρχει διαχρονική σύγκλιση) και ειδικά προς τα γυναικεία είδη ένδυσης από νοικοκυριά με νεότερο αρχηγό, υψηλότερο εισόδημα, που αποτελούνται από τρία ή τέσσερα μέλη και εργάζονται και οι δύο σύζυγοι.

Λαμβάνοντας υπόψη την υψηλή συσχέτιση του διαθέσιμου εισοδήματος με τις δαπάνες για είδη ένδυσης και το ρόλο των τιμών, είτε εισαγόμενων είτε εγχωρίως παραγόμενων προϊόντων ένδυσης, η παρούσα οικονομική κρίση που πλήττει την χώρα μας και αναμένεται να οδηγήσει σε συρρίκνωση των εισοδημάτων δεν προοιωνίζεται ευχάριστες εξελίξεις στον κλάδο, ειδικά αν συνδυαστεί με πληθωριστικές πιέσεις, καθώς, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, οι τιμές των ειδών ένδυσης ακολουθούν από κοντά την εξέλιξη του γενικού δείκτη τιμών. Ανάλογα είναι τα συμπεράσματα όταν εξετάζονται οι νέες παραγγελίες, καθώς αυτές τουλάχιστον που αφορούν στην εγχώρια αγορά και τις χώρες της ΕΕ27 εμφανίζουν σημάδια μείωσης, σε αντιδιαστολή με τις παραγγελίες από τρίτες χώρες. Σε κάθε περίπτωση, ξεχωρίζει ο υποκλάδος κατασκευής γούνινων ειδών (14.2) για τις θετικές προοπτικές που καταγράφει, έστω και αν αυτές περιορίζονται στην εσωτερική αγορά ή/και την εξωτερική αγορά τρίτων χωρών.

Η εξέλιξη των εμπορικών ροών είναι ένα σημείο ιδιαίτερου ενδιαφέροντος στην εξέταση της πορείας ενός κλάδου. Καταρχήν, παρατηρείται μείωση της αξίας των συνολικών εξαγωγών ειδών ένδυσης, ιδιαίτερα προς χώρες-μέλη της ΕΕ27, ενώ οι εξαγωγές προς τρίτες χώρες (και Κίνα) δείχνουν οριακή αύξηση. Η κυρίαρχη κατηγορία στις εξαγωγές ειδών ένδυσης είναι τα γυναικεία πλεκτά ενδύματα. Σε αντιδιαστολή με τις εξαγωγές, οι εισαγωγές ειδών ένδυσης σχεδόν διπλασιάστηκαν την περίοδο 2000-2008. Αύξηση καταγράφουν τόσο οι εισαγωγές από τις χώρες-μέλη της ΕΕ27, όσο κυρίως εκείνες από τρίτες χώρες (σχεδόν τριπλασιάστηκαν), ειδικά από την Κίνα. Συνδυάζοντας τις εξελίξεις στις εξαγωγές και τις εισαγωγές ειδών ένδυσης δεν αποτελεί έκπληξη η παρατήρηση ότι το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας μας είναι σταθερά ελλειμματικό, ανεξάρτητα από

την ειδική κατηγορία ειδών ένδυσης που μελετάται κάθε φορά, τουλάχιστον από το 2005 και έπειτα. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον ότι η χώρα μας φαίνεται να αντιμετωπίζει το μεγαλύτερο έλλειμμα ανταγωνιστικότητας –που οδηγεί σε ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο– σε σχέση με τους εταίρους της στην ΕΕ, είτε πρόκειται για χώρες-μέλη της ΕΕ15 ή της ΕΕ27. Επιπλέον, ορισμένοι δείκτες εμπορίου που υπολογίστηκαν επιβεβαιώνουν τις αρνητικές οικονομικές εξελίξεις, καθώς δείχνουν μείωση της παραγωγής ειδών ένδυσης που εξάγεται, σχετικά σταθερή εισαγωγική διείσδυση στα είδη ένδυσης, χειροτέρευση του συγκριτικού πλεονεκτήματος της χώρας μας και σταθερά ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο.

Εξετάζοντας το νομοθετικό πλαίσιο, ελληνικό και ευρωπαϊκό, μπορεί να συμπεράνει κάποιος ότι υπάρχουν σημαντικά κίνητρα και γίνονται αξιόλογες προσπάθειες στην κατεύθυνση της ενδυνάμωσης του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, περισσότερο στοχευμένες σε ευρωπαϊκό επίπεδο και λιγότερο στοχευμένες σε εθνικό επίπεδο, αν και η πρόσφατη υλοποίηση του προγράμματος «Ένδυση και υπόδηση: νέες προοπτικές» στα πλαίσια του ΕΣΠΑ και πιθανότατα ο νέος αναπτυξιακός νόμος συνιστούν σημαντικές αλλαγές στη στόχευση του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης. Σε κάθε περίπτωση πάντως, οι νομοθετικές πρωτοβουλίες που είναι σε ισχύ αποτελούν αναγκαία συνθήκη για την τόνωση του κλάδου και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς του. Ωστόσο, πρέπει να δοθεί βαρύτητα και σε άλλους παράγοντες που πιθανόν αποθαρρύνουν την ανάληψη επενδυτικών πρωτοβουλιών, όπως είναι η μεταβλητότητα του φορολογικού συστήματος και η συχνά προβληματική λειτουργία της δημόσιας διοίκησης (γραφειοκρατία).

Η μελέτη των χρηματοοικονομικών στοιχείων του κλάδου με τη βοήθεια δημοσιευμένων ισολογισμών των εταιρειών του κλάδου επιβεβαιώνει ότι οι προσπάθειες ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης είναι επιβεβλημένες από την εικόνα των εταιρειών και τη γενικότερη πορεία του κλάδου. Χρησιμοποιώντας πέντε χρηματοοικονομικούς δείκτες (απόδοση ενεργητικού, απόδοση ιδίων κεφαλαίων, ρευστότητα, δανειακή πίεση και καθαρό κέρδος) καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου παρουσιάζουν φθίνουσα πορεία διαχρονικά στους περισσότερους δείκτες που υπολογίστηκαν (μειώνονται οι αποδόσεις του ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων, ενώ αυξάνεται η δανειακή επιβάρυνση και μειώνεται το καθαρό περιθώριο κέρδους), εξέλιξη που δεν ξενίζει, αν ληφθεί υπόψη ο έντονος ανταγωνισμός από το εξωτερικό και ειδικά από τρίτες χώρες. Μόνο ο δείκτης ρευστότητας δείχνει βελτιωμένος, αλλά και σε αυτή την περίπτωση πρέπει να είναι κάποιος πολύ προσεκτικός ως προς τα συμπεράσματα στα οποία θα καταλήξει.

Κλείνοντας τη μελέτη αυτή εξετάζουμε τη λειτουργία του ανταγωνισμού σε κάθε έναν υποκλάδο της κατασκευής ειδών ένδυσης με τη βοήθεια των μεριδίων αγοράς, της αξίας των πωλήσεων, των καθαρών κερδών και πέντε δεικτών συγκέντρωσης (CR2, CR4, CR8, CR10 και Herfindahl index-HHI).

Καταρχήν, από άποψη πωλήσεων, ο υποκλάδος κατασκευής άλλων εξωτερικών ενδυμάτων (14.13) έρχεται πρώτος στο δείγμα μας, καθώς αντιπροσωπεύει τα 2/3 περίπου των συνολικών πωλήσεων και η δυναμικότητά του διατηρείται σχετικά σταθερή. Ακολουθεί ο υποκλάδος κατασκευής εσωρούχων (14.14) με μερίδιο που μειώνεται διαχρονικά. Οι υποκλάδοι που φαίνεται να επεκτείνονται είναι η κατασκευή δερμάτινων ενδυμάτων (14.11), η κατασκευή άλλων ενδυμάτων και εξαρτημάτων ένδυσης (14.19), η κατασκευή γούνινων ειδών (14.20) και η κατασκευή ειδών καλτσοποιίας (14.31). Όσον αφορά στην ένταση του ανταγωνισμού στους επιμέρους υποκλάδους, παρατηρούμε ότι μεταξύ των περισσότερο ανταγωνιστικών κλάδων είναι –με κατάταξη από τον περισσότερο στον λιγότερο ανταγωνιστικό– οι υποκλάδοι 14.13, 14.20, 14.39 και 14.14, με την τιμή του HHI να βρίσκεται σταθερά κάτω από το 10%, ενώ καταγράφεται περαιτέρω αποκλιμάκωσή του διαχρονικά. Σε αντιδιαστολή, οι περισσότερο συγκεντρωτικοί υποκλάδοι, δηλαδή εκείνοι με το μικρότερο σε ένταση ανταγωνισμό, εμφανίζονται να είναι οι 14.11, 14.31, 14.12 και 14.19, όπου η τιμή του δείκτη HHI κυμαίνεται από 19% έως 40%, εμφανίζοντας στην πλειοψηφία των περιπτώσεων επιδείνωση του κλίματος διαχρονικά.

Επομένως, όσον αφορά στο επίπεδο ανταγωνισμού στον κλάδο ειδών ένδυσης, όλα τα στοιχεία οδηγούν στο συμπέρασμα ότι στους τέσσερις από τους οκτώ υποκλάδους δεν υπάρχει συγκέντρωση, ενώ στους υπόλοιπους η συγκέντρωση δεν φαίνεται να είναι ικανή να οδηγήσει σε τιμές υψηλότερες από το οριακό κόστος. Ειδικά αν χρησιμοποιηθούν οι δείκτες συγκέντρωσης που στηρίζονται στα μερίδια αγοράς, οι δύο μεγαλύτερες βάσει πωλήσεων επιχειρήσεις αθροιστικά (CR2) δεν ξεπερνούν κατά κανόνα σε μερίδιο αγοράς το 50% σε κανέναν υποκλάδο. Αυτό σημαίνει ότι, τουλάχιστον στην εσωτερική αγορά και στην πλειοψηφία των υποκλάδων, φαίνεται να υπάρχουν συνθήκες ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων, αν και διαφορετικής έντασης κάθε φορά. Δεν θα πρέπει, βέβαια, να παραγνωρίσει κάποιος τον έντονο ανταγωνισμό που υφίστανται οι Έλληνες παραγωγοί από τις εισαγωγές, σύμφωνα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία. Μέχρι στιγμής η αντίδραση εκ μέρους τους αφορά στη μεταφορά μέρους ή ολόκληρης της παραγωγικής διαδικασίας σε γειτονικές χώρες με φθηνό εργατικό δυναμικό.

Με βάση την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, είναι έκδηλη η αδυναμία του κλάδου κατασκευής ειδών ένδυσης να ανταγωνιστεί τις εισαγωγές, ενώ το εμπορικό έλλειμμα φαίνεται να προέρχεται κυρίως από τις συναλλαγές με χώρες της ΕΕ27 και όχι με τρίτες χώρες, όπως θα περίμενε κάποιος. Αυτό είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον, καθώς είναι διάχυτη η αντίληψη ότι η κατασκευή ειδών ένδυσης είναι κλάδος έντασης εργασίας και επομένως ο ανταγωνισμός και τα δεινά των ελληνικών επιχειρήσεων προέρχονται κυρίως από χώρες με φθηνό εργατικό δυναμικό, αλλά οι χώρες-μέλη της ΕΕ27 δεν είναι κατά κανόνα τέτοιες χώρες (πιθανή εξαίρεση αποτελούν τα νέα κράτη-μέλη). Μια εύλογη ερμηνεία είναι ότι οι κανόνες του παιχνιδιού έχουν αλλάξει, οπότε αυτό που έχει σημασία είναι λιγότερο η τιμή και περισσότερο κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά, όπως

για παράδειγμα η σχεδίαση, η επωνυμία, η ποιότητα, οι τεχνικές προώθησης, τα δίκτυα διανομής κτλ. που συναντώνται κυρίως στα προϊόντα από την ΕΕ27.

Κλείνοντας, αυτό που εύλογα προκύπτει από την πληθυσμιακή σύσταση της χώρας μας, σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση που βρίσκεται σε εξέλιξη και λαμβάνοντας υπόψη ότι τα είδη ένδυσης δεν αποτελούν είδη πρώτης ανάγκης, είναι ότι μοναδική διέξοδος των επιχειρήσεων του κλάδου είναι η εξωστρέφεια με την αναζήτηση νέων αγορών για τα προϊόντα τους. Για να γίνει όμως αυτό οι επιχειρήσεις πρέπει να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές, όχι μόνο σε επίπεδο κόστους παραγωγής όπου πρέπει να υιοθετηθούν νέες μέθοδοι παραγωγής και οργάνωσης ίσως με τη συμβολή-βοήθεια του κράτους, αλλά κυρίως στοχεύοντας στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων τους και στην κάλυψη των σύγχρονων αναγκών των καταναλωτών. Επιπλέον, λαμβάνοντας υπόψη τα παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρήσεων του κλάδου που κατάφεραν να διευρύνουν τα μερίδιά τους στην αγορά και τα κέρδη τους, φαίνεται ότι η επέκταση των δραστηριοτήτων στο εξωτερικό, η παράλληλη «καθετοποίηση» με τη λειτουργία καταστημάτων λιανικής και οι επιτυχημένες μέθοδοι προώθησης για τη διαμόρφωση ενός ισχυρού σήματος (brand name) αποτελούν μεθόδους που μπορούν να οδηγήσουν σε επιτυχία.

Παράρτημα

Παρουσίαση των μεγαλύτερων επιχειρήσεων του δείγματος

Στους πίνακες που ακολουθούν έχουμε κατατάξει τις εταιρείες με βάση τις πωλήσεις τους το έτος 2008. Οι πίνακες αναφέρονται σε κάθε επιχείρηση ονομαστικά και μπορούν να χρησιμοποιηθούν προκειμένου να διερευνήσει κάποιος την πορεία κάθε επιχείρησης στο χρόνο, όσον αφορά στην αξία των πωλήσεών της στον συγκεκριμένο υποκλάδο. Επιπλέον, επιχειρείται μια σύντομη παρουσίαση επιλεγμένων επιχειρήσεων σε κάθε υποκλάδο με βάση την αξία των πωλήσεών τους.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α1

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.11)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ERTON GROUP - P. KOSTOPOULOS	7	9	9	10	10	10	1	1	1
TOUTOUNTZIDIS, CHR., S.A.	9	1	1	1	1	1	2	2	2
TREND CONCEPT INTERNATIONAL S.A.	1	2	2	2	4	3	4	3	3
ZEDA S.A.	3	5	4	3	3	2	3	4	4
VITTORIO ITALIA V. SIOPIS & CO.	10	4	5	4	5	4	6	5	5
MOUTSIOS, D., S.A.	2	3	3	5	2	5	5	6	6
JOREL S.A.	4	6	6	7	7	6	8	7	7
AFENTOULI S.A.	6	8	8	9	9	9	9	8	8
TAROS CHRYSSOULAS BROS O.E.	8	10	10	8	8	8	10	9	9
TESTEMBASSIS, P., LTD	5	7	7	6	6	7	7	10	10

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η εταιρεία ERTON group δημιουργήθηκε το 2000 από τη συγχώνευση τριών εταιρειών, και συγκεκριμένα της ERTON (Ιταλία), της MONDIPEL (Γερμανία) και της ASTROPEL (Ελλάδα). Η έδρα της εταιρείας μεταφέρθηκε στην Καστοριά το 2006 και εκεί οφείλεται η ραγδαία μεταβολή των στοιχείων της (αύξηση αξίας πωλήσεων και αναρρίχηση από την $10^{η}$ στην $1^{η}$ θέση) που καταγράφεται το έτος αυτό. Το αντικείμενο της εταιρείας είναι η σχεδίαση, η παραγωγή και το εμπόριο γούνινων ειδών.

Η ΧΡ. ΤΟΥΤΟΥΝΤΖΙΔΗΣ Α.Β.Ε.Ε. δραστηριοποιείται στον κλάδο της βιομηχανίας και εμπορίας δερμάτινων και υφασμάτινων ενδυμάτων. Πρόκειται για μια δυναμική, ελληνική επιχείρηση που ολοένα αναπτύσσεται τόσο στην εγχώρια όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά με μεγάλη επιτυχία. Η έδρα της επιχείρησης είναι στη Νέα Πέραμο Καβάλας. Εκτός από δικά της προϊόντα (STANFIELD), η εταιρεία προωθεί και δερμάτινα ενδύματα άλλων εταιρειών του εξωτερικού (π.χ. TRAPPER, JULIA ROMA, MUSTANG, OFFSET και BUGATTI) με την ιδιότητα του αποκλειστικού αντιπροσώπου.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α2

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.12)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
SIAMIDIS, K., S.A.	1	2	1	1	2	3	1	2	1
ELVITEX (EXPORT) S.A.	2	1	2	2	3	1	2	1	2
TERRYLAND S.A.	7	8	5	6	6	5	5	5	3
ELECTROMECHANICA KYMI LTD	3	3	3	4	1	2	3	4	4
ELVYKE S.A.	6	6	10	8	10	8	7	7	5
ROIL S.A.	-	7	8	10	7	7	8	8	6
LAGOPANAGIOTOPOULOS, G., S.A.	9	10	-	5	8	-	9	9	7
BILL STEVENS S.A.	8	9	9	-	-	10	10	10	8
CALSTA WORK WEAR S.A.	4	4	4	3	4	4	4	3	9
FASHION CLUB S.A.	5	5	6	7	5	6	6	6	10
NO LIMIT LTD	10	-	7	9	9	9	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η εταιρεία Siamidis, K. SA λειτουργεί από το 1961. Σήμερα κατασκευάζει ειδικών χρήσεων και υψηλών επιδόσεων υφάσματα, ενδύματα και συστήματα προστασίας, καθετοποιημένα με πρώτη ύλη το νήμα, τα οποία χρησιμοποιούνται ευρέως από τις ένοπλες δυνάμεις, τα σώματα ασφαλείας, την πυροσβεστική και τη βιομηχανία. Επίσης, η επιχείρηση συνεργάζεται στενά με τις πρωτοπόρες εταιρείες DuPont de Nemours Int'nal SA, W.L. Gore και 3M. Χρησιμοποιεί τα πλέον σύγχρονα υλικά, όπως Kevlar®, Nomex®, Gore-tex®, ThinsulateTM κλπ.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α3

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.13)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
B.S.B. S.A.	2	2	1	1	1	1	1	1	1
STAFF S.A.	9	9	9	-	2	2	2	2	2
ATTRATTIVO S.A.	-	-	-	-	10	6	4	4	3
PAPAIOANNOU, ST.- "LAPIN HOUSE"	1	1	2	2	4	3	3	3	4
RAXEVSKY S.A.	-	4	6	5	5	5	6	6	5
YZATIS S.A.	-	-	-	-	9	9	8	9	6
ALOUETTE S.A.	-	-	-	7	6	7	7	7	7
TOI & MOI S.A.	6	7	3	3	3	4	5	5	8
CHRISTOPOULOS, J. S.A.	-	-	-	-	-	-	-	-	9
FRAGOS S.A.	10	8	5	4	7	10	9	10	10
MEIMARI S.A. "QUALITY FASHION"	-	-	-	10	-	8	-	9	-
XANTHOPOULOS, H., S.A.	5	3	-	8	-	-	10	-	-
COTTONFIELDS MACEDONIA S.A.	3	6	4	6	10	-	-	-	-
KAMINIOTIS, M., BROS S.A.	-	10	7	9	-	-	-	-	-
KENTAPOTZIDI S.A.	-	-	8	-	-	-	-	-	-
LYNNE S.A.	-	-	10	-	-	-	-	-	-
ELVE CLOTHING S.A.	8	5	-	-	-	-	-	-	-
UNIQUE S.A.	4	-	-	-	-	-	-	-	-
ROBERTO S.A.	7	-	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η ELVITEX (EXPORT) S.A. ιδρύθηκε το 1973 με την επωνυμία ΕΛΒΙΤΕΞ ΑΕΒΕ ΕΞΠΟΡΤ από τον Γεώργιο Κ. Περτσεμλίδη. Η εταιρεία εξειδικεύεται στην κατασκευή εργατικών και κυρίως στρατιωτικών ενδυμάτων με βάση τεχνικές προδιαγραφές των Γενικών Επιτελείων της Ελλάδας (Στρατού,

Αεροπορίας), της ΕΕ και του ΝΑΤΟ. Το 2003 επεκτάθηκε και στην παραγωγή και εμπορία αντίσκηνων, ειδών κλινοστρωμνής και εξαρτήσεως. Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στην Αθήνα.

Η BSB SA ιδρύθηκε το 1980 και δραστηριοποιήθηκε στην παραγωγή και εμπορία ειδών γυναικείας ένδυσης. Σήμερα διαθέτει 100 επώνυμα καταστήματα στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ενώ η μάρκα διατίθεται σε περισσότερα από 200 multi-brand καταστήματα. Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε δώδεκα χώρες, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει εισέλθει στην αγορά των αξεσουάρ, των υποδημάτων, των εσωρούχων και των μαγιό με στόχο τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου ενδυματολογικού προφίλ. Η έδρα της επιχείρησης είναι στη Φιλαδέλφεια Αττικής.

Η εταιρεία STAFF SA ιδρύθηκε το 1992 με στόχο την παραγωγή για λογαριασμό τρίτων denim υφασμάτων. Αφού συγκέντρωσε την απαραίτητη τεχνογνωσία, η εταιρεία προχώρησε στην παραγωγή των δικών της προϊόντων jeans τα οποία γρήγορα έγιναν αποδεκτά με ενθουσιασμό από την νεολαία και έφεραν την εταιρεία στις πρώτες θέσεις των πωλήσεων του υποκλάδου. Τα συστατικά της επιτυχίας της είναι η υψηλή ποιότητα, η επιτυχημένη σχεδίαση και οι διαφημιστικές της καμπάνιες που καταφέρνουν πάντα να συλλάβουν τον παλμό της αγοράς, ιδιαίτερα των νέων ανθρώπων. Η εταιρεία έχει παρουσία, μεταξύ άλλων, στην Κύπρο, τη Ρωσία, το Βέλγιο και την Ιταλία.

Η ATTRATIVO SA ιδρύθηκε το 1989 και δραστηριοποιείται στον σχεδιασμό, την παραγωγή και την εμπορική διάθεση ενδυμάτων, αξεσουάρ, υποδημάτων και κοσμημάτων. Επίσης, αντιπροσωπεύει και διαχειρίζεται στην ελληνική αγορά επιλεγμένα διεθνή εμπορικά σήματα (π.χ. G-Star και J.C.Rags), ενώ διαθέτει ένα διαρκώς διευρυνόμενο δίκτυο εταιρικών και καταστημάτων με δικαιόχρηση στην Ελλάδα και το εξωτερικό όπου έχει παρουσία σε πέντε χώρες.

Η εταιρεία LAPIN HOUSE δραστηριοποιείται στο χώρο της βρεφικής και παιδικής μόδας στη χώρα μας. Το δίκτυο της LAPIN HOUSE διαθέτει παραπάνω από 140 καταστήματα στην Ελλάδα και έντεκα ακόμη χώρες. Η έδρα της εταιρείας είναι στη Αθήνα.

Η εταιρεία RAXEVSKY ιδρύθηκε το 1976 με την εμπορική ονομασία HELEN'S CLUB με κύριο στόχο αγορές του εξωτερικού, όπως η Γαλλία, η Ολλανδία, οι ΗΠΑ και ο Καναδάς. Το 1982 η εταιρεία αποφασίζει να επεκταθεί στις λιανικές πωλήσεις με τη λειτουργία δύο καταστημάτων στην Αθήνα (Κολωνάκι και Πατησίων). Σήμερα λειτουργούν στην Ελλάδα 50 καταστήματα από τα οποία τα 16 με το σύστημα της δικαιόχρησης (franchise) και 7 καταστήματα στο εξωτερικό (Λευκωσία, Σόφια, Λεμεσό, Βουκουρέστι, Μόναχο). Την περίοδο 2002-2007 η εταιρεία κατάφερε να διπλασιάζει τις πωλήσεις της.

Η εταιρεία YSATIS SA ιδρύθηκε το 1983. Δραστηριοποιείται στον χώρο του μοντέρνου νεανικού γυναικείου ρούχου, αποτελώντας μία από τις σημαντικότερες ελληνικές βιομηχανίες του κλάδου. Σχεδιάζει, παράγει και διανέμει τα προϊόντα της μέσω δικτύου χονδρικής και λιανικής διάθεσης. Το

1998 ξεκινά συνεργασία με τη γαλλική εταιρεία MORGAN de TOI και αναλαμβάνει την αντιπροσώπευση των προϊόντων της σε Ελλάδα και εξωτερικό. Η έδρα της εταιρείας είναι στην Μεταμόρφωση Αττικής.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α4

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.14)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
MINERVA J. & B. LADENIS BROS S.A. KNITWEAR MANUFAC. COMP.	3	3	1	1	1	1	1	1	1
KOMOTEX A.G.	2	1	2	3	2	2	3	3	2
PETSAS S.A.	1	2	3	2	3	3	2	2	3
DELPHIN S.A.	4	4	4	4	4	4	4	4	4
HELIOS KNITTING INDUSTRY S.A.	5	5	5	5	5	5	5	5	5
MED S.A.		10	10	8	8	7	8	6	6
MANETTI S.A.	8	7	7	7	7	8	6	7	7
APPLE BOXER S.A.	7	6	6	6	6	6	7	8	8
INFASHION S.A.		-	-	10	10	9	9	9	9
MASSELOS S.A.	9	9	8	9	9	10	10	10	10
OSCAR INTERNATIONAL HATZIFILIPPIDIS BROS S.A.	6	8	9	-	-	-	-	-	-
MILO SIOUTI S.A.	10	-	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η εταιρεία MINERVA J. & B. LADENIS BROS SA ιδρύθηκε το 1942 ως ατομική επιχείρηση παραγωγής εσωρούχων και το 1974 μετατράπηκε σε ανώνυμη. Το 2001 ίδρυσε θυγατρική στη Ρουμανία, με στόχο να μεταφέρει μέρος της παραγωγής της εκεί και την επέκταση στις αγορές γειτονικών χωρών. Το 2005 η εταιρεία ίδρυσε δύο καταστήματα λιανικής στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Σήμερα η εταιρεία παράγει ανδρικά, γυναικεία και παιδικά εσώρουχα, φόρμες ύπνου-πιτζάμες (θερινές και χειμερινές), ρούχα Homewear για το χειμώνα και beach wear για το καλοκαίρι, μπλούζες, T-Shirt, εφηβικά και Unisex, γυναικεία Body και σουτιέν, γυναικεία εσώρουχα. Η έδρα της επιχείρησης είναι στη Θεσσαλονίκη και ανήκει στον όμιλο FIERATEX.

Η εταιρεία KOMOTEX AG έχει την έδρα της στη βιομηχανική περιοχή της Ξάνθης και δραστηριοποιείται στην παραγωγή και εμπορία ανδρικών, γυναικείων και παιδικών εσωρούχων. Τα προϊόντα της εταιρείας προορίζονται αποκλειστικά για εξαγωγές με κύρια αγορά εκείνη της Γερμανίας.

Η βιομηχανία εσωρούχων PETSAS SA ιδρύθηκε το 1983 στην Κομοτηνή και έχει ως αντικείμενο εργασιών την κοπή, τη ραφή και τον έλεγχο των ρούχων και της συσκευασίας. Στα είδη παραγωγής περιλαμβάνονται εσώρουχα και εξώρουχα ανδρικά, γυναικεία, παιδικά, πιζάμες, διάφορα t-shirt και φόρμες αθλητικές. Η παραγωγή των εσωρούχων και εξωρούχων διοχετεύετε στην αγορά όλης της Ευρώπης κατά 95%, αλλά και ένα ποσοστό στον Ελλαδικό χώρο μέσου καταστημάτων που διαθέτει ο όμιλος.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α5

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.19)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
BLUE POINT S. N. ARGIROS S.A.	2	3	1	1	1	1	1	1	1
BODYTALK S.A.	-	-	-	-	-	-	3	3	2
PROMELKA S.A.	1	1	2	2	2	2	2	2	3
KOUSTENI, N., "CLOWN REPUBLIC" S.A.	-	-	-	-	-	-	-	4	4
TSILINGIRIS, A., S.A.	5	5	6	7	8	9	8	9	5
ELINAL S.A.	3	3	3	3	3	3	4	6	6
ATHLOTECHNIKI S.A.	4	4	4	4	4	5	5	7	7
ATHLIMA S.A.	10	8	9	8	5	7	10	-	8
GTK FASHION S.A.	6	6	7	5	6	6	7	8	9
IMPACT LTD		-	-	-	-	8	9	10	10
CROOL INTERNATIONAL GROUP A. CHRISTOPOULOS & CO. O.E.	7	-	-	-	-	4	6	5	-
ZOLOTAS WEDDING - CHRISTENING ACCESSORIES S.A.	9	7	8	6	7	10	-	-	-
DISPAN S.A.	8	9	10	9	9	-	-	-	-
JEI - M ACCESSORIES S.A.	-	-	5	10	10	-	-	-	-
ANESTI, E., - K. FARAZAKIS O.E.	-	10	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η εταιρεία BLUEPOINT SA ιδρύθηκε το 1971 και ασχολείται με τη σχεδίαση και την παραγωγή περίπου 6 εκατομμυρίων μαγιό το χρόνο για λογαριασμό μεγάλων οίκων μόδας όπως είναι η DKNY και Calvin Klein, αλλά και πολυεθνικών αλυσίδων μόδας, όπως είναι τα Zara, τα Decathlon και τα Tchibo. Τα προϊόντα της εταιρείας διακρίνονται σε πέντε συλλογές (ανδρικά, γυναικεία και παιδικά) και διατίθεται σε περισσότερα από 700 καταστήματα στην Ελλάδα. Η εταιρεία έχει παρουσία και στο εξωτερικό σε χώρες όπως η Κύπρος, η Συρία, ο Λίβανος και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα. Η έδρα της εταιρείας βρίσκεται στο Ελληνικό Αττικής.

Η εταιρεία BODYTALK SA ιδρύθηκε το 1996 και δραστηριοποιείται στο ανδρικό, γυναικείο και παιδικό casual ένδυμα. Μέσα σε δώδεκα έτη δημιούργησε ένα δίκτυο 28 καταστημάτων που διανέμουν αποκλειστικά τα προϊόντα της στην Ελλάδα και την Κύπρο. Το 2006 ξεκίνησε τις δραστηριότητές της στην Ιταλία και την Βουλγαρία και από το 2008 έχει παρουσία και στην Ρουμανία, ενώ εξάγει τα προϊόντα της στο Κουβέιτ, τον Λίβανο και τη Γαλλία. Η εταιρεία έχει έδρα στον Ταύρο Αττικής.

Η PROMELKA SA ιδρύθηκε το 1954 και σήμερα είναι μέλος του ομίλου FIERATEX. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στην παραγωγή ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων άθλησης και μαγιό που κατασκευάζονται από πολυμερή υλικά. Να σημειώσουμε ότι η παραγωγή της εταιρείας πραγματοποιείται σε τρεις διαφορετικές χώρες και το 90% αυτής εξάγεται.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α6

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.20)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
GLIAGIAS, N., BROS S.A.	3	1	4	4	1	1	1	1	1
TSOUKAS BROS & SONS S.A.	6	9	10	-	-	-	-	8	2
DITSIOS, TR., BROS & CO. S.A.	-	-	-	-	-	3	4	4	3
ORESTIAS FURS S.A.	2	4	1	1	2	-	2	2	4
SALAGIANNIS, G., S.A.	4	2	2	2	3	2	3	3	5
MANTZIARIS S.A.	-	10	-	10	-	-	7	7	6
P-K-Z FURS S.A.	5	6	8	9	-	-	-	5	7
EXPOPEL S.A.	1	3	5	8	6	5	5	10	8
SOULIS FURS S.A.	-	-	-	3	-	-	-	-	9
KRANIAS S.A.	-	-	-	-	-	-	9	6	10
KASSAPIS, TH., BROS O.E.	-	-	-	-	-	-	8	9	-
ROUSSOULIS, M., S.A.	-	-	3	6	9	8	6	-	-
PAPATZIMOS - TSIOUHADARIS O.E.	-	-	-	-	10	10	10	-	-
ASTROPEL S.A.	8	5	7	7	7	4	-	-	-
ORESTIAS FURS S.A.	-	-	-	-	-	6	-	-	-
EXPOTAN INTERNATIONAL S.A.	7	7	6	5	5	7	-	-	-
ALASKA FURS J. KYRIAZOS BROS	-	-	9	-	8	9	-	-	-
ACTIVE S.A.	-	-	-	-	4	-	-	-	-
NAOMI BY KRANIAS BROS S.A.	9	8	-	-	-	-	-	-	-
HARACHOUSSIS, P., S.A.	10	-	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον υποκλάδο 14.20 (κατασκευή γούνινων ειδών) δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή της Καστοριάς και η παραγωγή τους προορίζεται σχεδόν εξολοκλήρου για εξαγωγές.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α7

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.31)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
HATZIOANNOY S.A.	9	5	6	5	7	7	1	1	1
IDER B. BOURTZOGLOU S.A.	1	1	1	1	1	1	2	2	2
FANWARE S.A.	2	2	2	2	2	2	3	4	3
ARMA S.A.	3	4	4	3	4	5	5	5	4
YANNA D. C. CONSTANTINOU	5	3	7	7	5	6	7	6	5
SPYRIDIS, D., S.A.	4	6	5	4	3	4	6	7	6
MALEROS ERSA'S S.A.	6	7	8	8	8	9	9	8	7
RAVANIS, TH., THERA S.A.	-	-	3	6	6	8	8	9	8
DI DOLLINA S.A.	7	8	10	9	9	10	10	10	9
SEMINA S.A.	8	9	9	10	10	-	-	-	10
WALK LTD	-	-	-	-	-	3	4	3	-
DEMERTZIS, PETROS, & CO. E.E.	10	10	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η εταιρεία HATZIOANNOY SA αποτελεί έναν όμιλο επιχειρήσεων στα είδη ένδυσης. Αποτελείται από πέντε επιμέρους εταιρείες: την VERTICAL, την SPRIDER, την UNIQUE COMMERCE, την Actif Group PLC και την S & R Gmbh. Η πρώτη εταιρεία δραστηριοποιείται στους κλάδους του καλσόν και ανδρικής κάλτσας, εσωρούχων και ειδών ένδυσης και βαφείων–φινιριστηρίων. Συγκεκριμένα, η εταιρεία έχει σήμερα πλήρη και αυτόνομη παραγωγή στους εξής τομείς ένδυσης: γυναικείο καλσόν, ανδρική κάλτσα, εσώρουχα και προϊόντα

έσω/έξω ένδυσης. Η δεύτερη εταιρεία δραστηριοποιείται στον κλάδο ένδυσης από την ίδρυση και λειτουργία της και διαθέτει μία ευρεία γκάμα προϊόντων. Η μακρόχρονη επιτυχία της εντοπίζεται στη στενή πελατειακή σχέση η οποία εξασφαλίζεται τόσο από την παρεχόμενη εξυπηρέτηση όσο και από το φιλικό περιβάλλον το οποίο συνδυάζει μεγάλη ποικιλία προϊόντων, ανταγωνιστικές τιμές, ευχέρεια στάθμευσης, καθώς και ειδικούς χώρους για καφέ και ανάπαυση των πελατών. Η τρίτη εταιρεία ιδρύθηκε το 2000 στη Μεγάλη Βρετανία και έχει έδρα το Manchester. Σκοπός της εταιρείας είναι η εμπορική αξιοποίηση του σήματος VIRGIN, με το διακριτικό τίτλο VIRGIN WARE. Η τέταρτη εταιρεία δραστηριοποιείται στην εμπορική εκμετάλλευση του σήματος ELLE στη Μεγάλη Βρετανία, κυρίως σε γυναικεία προϊόντα ένδυσης. Τέλος, η πέμπτη εταιρεία δραστηριοποιείται στην πώληση και διανομή καλσόν, εσωρούχων και κάλτσας σε μεγάλες εταιρείες στη γερμανική αγορά.

Η εταιρεία καλσόν IDER B. BOURTZOGLOU S.A. ξεκίνησε το 1964 ως ατομική επιχείρηση, ενώ το 1976 επέκτεινε τις δραστηριότητές της σε Ανώνυμη Βιομηχανική Εταιρεία. Μετά το 2000 η εταιρεία εξάπλωσε την γκάμα των προϊόντων της για να ικανοποιήσει τις ανάγκες της γυναίκας για εσώρουχα χωρίς ραφές και κάλτσες, διατηρώντας πάντα την ποιότητά της και ακολουθώντας την ποικιλία και τις τάσεις της ευρωπαϊκής μόδας. Σήμερα η εταιρεία παράγει καλσόν, κάλτσες, εσώρουχα και αξεσουάρ ένδυσης (γάντια, pantacollant και γκέτες). Η έδρα της επιχείρησης είναι στο Κρυονέρι Αττικής.

Η εταιρεία ARMA SA ξεκίνησε τις δραστηριότητές της το 1963 ως ατομική επιχείρηση με αντικείμενο την παραγωγή καλτσόν, ενώ το 1990 μετατρέπεται σε ανώνυμη εταιρεία. Σήμερα η εταιρεία απασχολεί αποκλειστικά δύο εργοστάσια στην Ιταλία για την παραγωγή των προϊόντων της. Εκτός από την παραγωγή καλσόν η εταιρεία εισάγει από την Ιταλία και τον υπόλοιπο κόσμο παιδικά, ανδρικά και γυναικεία εσώρουχα, κορμάκια, καλσόν, αλλά και πλήρη σειρά προϊόντων homewear. Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στον Αγ. Δημήτριο Αττικής.

Η MATOU FRANCE από το 1976 εδραίωσε την παρουσία της στην ελληνική αγορά μέσω του ομίλου εταιρειών ΒΙΟΧΑΡ Α.Ε., ROLLY ΕΠΕ, Χ.ΠΡΕΖΑΣ & ΣΙΑ Ε.Ε., και POLLY ΕΠΕ που δραστηριοποιούνται ηγετικά στον χώρο της παιδικής ένδυσης. Η εταιρεία εκτός από τις συλλογές MATOU FRANCE διαθέτει και άλλες όπως είναι τα είδη ένδυσης LAURA BIAGIOTTI, CAMBRASS, OWLY, καθώς και μεγάλες συλλογές ρούχων όλων των χαρακτήρων DISNEY και LOONEY TUNES. Επίσης, διαθέτει παπούτσια ιταλικής προέλευσης, καθώς επίσης πλήρη σειρά για βάπτιση και αξεσουάρ (τσάντες, ζώνες, μπιζού). Το 1998 η εταιρεία ξεκίνησε να αναπτύσσεται με τη μέθοδο της δικαιόχρησης (franchising) και σήμερα διαθέτει 42 αποκλειστικά καταστήματα στην Ελλάδα.

ΠΙΝΑΚΑΣ Α8

Κατάταξη επιχειρήσεων βάσει αξίας πωλήσεων κατά έτος (14.39)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
MATOU FRANCE - VIOHAR S.A.	8	10	4	3	4	4	3	2	1
KIKIS S.A.	1	1	1	1	1	1	1	1	2
RANNIA S.A.	2	2	2	2	2	2	2	4	3
MITROPOULOS, TASSOS, S.A.	-	-	-	-	-	-	-	3	4
TACHMATZIDIS, ST., S.A.	3	3	3	4	3	3	4	5	5
MANUEL GARMENTS S.A.	4	5	6	6	5	5	6	7	6
INTERPLEXIS S.A.	5	4	5	5	7	7	5	6	7
KOLLIS S.A.	-	-	-	-	-	-	9	10	8
ROSELLA S.A.	7	6	7	8	9	6	8	9	9
MITSIS, K., KNITTING INDUSTRY	-	-	-	-	-	-	10	-	10
GOLD FISH S.A.	-	-	-	-	-	-	-	8	-
ALBERTINI SOLE SHAREHOLDER CO. LTD	6	9	9	7	8	8	7	-	-
MOUDIOTIS BROS S.A.	-	-	8	-	6	9	-	-	-
DIPLEX TH. DIMITRAS S.A.	10	8	10	-	10	10	-	-	-
CROCOTEX S.A.	-	-	-	9	-	-	-	-	-
MARIO S.A.	-	-	-	10	-	-	-	-	-
GRUPPO PAPARAZZI LTD	-	7	-	-	-	-	-	-	-
GIAKOUMOGIANNAKIS, A., S.A.	9	-	-	-	-	-	-	-	-

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί και ICAP, επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Διεθνώς η MATOU FRANCE διαθέτει καταστήματα και δυναμική παρουσία σε αγορές όπως η Κύπρος, η Γαλλία, η Πορτογαλία, η Γερμάνια, η Σουηδία, η Ρουμάνια, η Ρωσία, η Σ. Αραβία, η Αμερική και η Αυστραλία. Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στο Ίλιον Αττικής.

Η KIKIS SA ιδρύθηκε το 1974, έχοντας ως πρωταρχικό στόχο να καλύψει τις ανάγκες ένδυσης της γυναίκας και του άνδρα, εστιάζοντας την προσοχή της κυρίως σε έναν υψηλής ποιότητας σχεδιασμό. Η σημαντική απόδοση της επιχείρησης κατά τη διάρκεια των ετών τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, που συνδυάζεται με τις συνεχείς επενδύσεις, έχει δώσει μια ευνοϊκή εικόνα στην επιχείρηση, καθώς επίσης και μια διακεκριμένη θέση ανάμεσα στις βιομηχανίες ενδυμάτων. Η δραστηριοποίηση της εταιρείας στο εξωτερικό ξεκίνησε από το 1985 και μέχρι σήμερα το 50% των εσόδων προέρχεται από τις αγορές του εξωτερικού και κυρίως από τη Γερμανία, την Ολλανδία, την Ισπανία, τη Γαλλία και τη Σουηδία. Το 2004 ο κορυφαίος Έλληνας σχεδιαστής Μάκης Τσέλιος εμπιστεύεται τις δημιουργίες του στην εταιρεία, με αποτέλεσμα μια σειρά επώνυμων ανδρικών ενδυμάτων (Makis Tselios Homme). Η έδρα της επιχείρησης είναι στη βιομηχανική περιοχή της Ευκαρπίας στη Θεσσαλονίκη, ενώ διαθέτει πλήρως εξοπλισμένη μονάδα παραγωγής και στην Βουλγαρία.

Η RANNIA S.A. ξεκίνησε τη λειτουργία της στην Πάτρα τη δεκαετία του 1960 με αντικείμενο την παραγωγή πλεκτών ειδών ένδυσης. Τη δεκαετία του 1990 ξεκινά η συνεργασία με σχεδιαστές και περιοδικά του εξωτερικού, ενώ επεκτείνεται ο αριθμός των σημείων πώλησης με την ίδρυση νέων καταστημάτων. Το 2000 η εταιρεία επεκτείνει τις προτάσεις της συμπεριλαμβάνοντας και μη πλεκτά είδη ένδυσης για ολοκληρωμένο ντύσιμο. Σήμερα η εταιρεία

λειτουργεί ένα δίκτυο 200 καταστημάτων χονδρικής και λιανικής (με franchise) πώλησης σε Ελλάδα και Κύπρο, κυρίως σε μεγάλα αστικά κέντρα. Η έδρα της επιχείρησης παραμένει στην Πάτρα.

Βιβλιογραφία

ΙΟΒΕ (2007), *Βιομηχανία και Εμπόριο Ετοίμου Ενδύματος*, Κλαδική Μελέτη 213, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

ΙΟΒΕ (2001), *Ο Κλάδος της Ένδυσης*, Κλαδική Μελέτη 183, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

ΙΟΒΕ (2009), *Αποτελέσματα Ερευνών Οικονομικής Συγκυρίας: Δεκέμβριος 2009*, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα.

Κουτσού, Β. (2006), *Μελέτη Αγοράς Εργασίας Κλάδου Ένδυσης*, Γραφείο Διασύνδεσης ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη.

Μούσης, Ν. (2008), *Ευρωπαϊκή Ένωση: Δίκαιο, Οικονομία, Πολιτική*, Εκδόσεις Παπαζήση, 12η εκδ., Αθήνα.

ΣΕΠΕΕ (2007), *Η Ελληνική Βιομηχανία Ένδυσης το 2006: Ετήσια Κλαδική Μελέτη του ΣΕΠΕΕ*, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πλεκτικής & Ετοίμου Ενδύματος Ελλάδος, Θεσσαλονίκη.

ΣΕΠΕΕ (2008), *Ο Κλάδος Ένδυσης το 2007: Ετήσια Κλαδική Μελέτη του Κοινωνικού & Επιχειρηματικού Αναπτυξιακού Κέντρου (ΚΕΑΚ)*, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πλεκτικής & Ετοίμου Ενδύματος Ελλάδος, Θεσσαλονίκη.

ΣΕΠΕΕ (2009), *Ο Κλάδος Ένδυσης το 2008: Ετήσια Κλαδική Μελέτη του Κοινωνικού & Επιχειρηματικού Αναπτυξιακού Κέντρου (ΚΕΑΚ)*, Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πλεκτικής & Ετοίμου Ενδύματος Ελλάδος, Θεσσαλονίκη.

Vollrath, T.L. (1991) «A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage», *Weltwirtshaftliches Archiv*, Vol. 127, pp. 265-279.

Διαδικτυακοί τόποι

Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ πρώην ΕΣΥΕ):
http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE

Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat):
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/

Υπουργείο Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας:

http://www.ypoian.gr/

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Ζ.Ν. Αναστασάκου*

Σύνοψη

Η αγορά φαρμάκου παρουσιάζει ατέλειες και ιδιαιτερότητες λόγω ακριβώς της φύσης του προϊόντος που αναπτύσσει, παράγει και διακινεί. Το φάρμακο διαφοροποιείται από οποιοδήποτε άλλο εμπορεύσιμο προϊόν για δύο βασικούς λόγους. Ο πρώτος αφορά στο γεγονός ότι στα φάρμακα δεν επιτρέπονται ποιοτικές διαβαθμίσεις που διαμορφώνουν, ανάμεσα σε άλλους παράγοντες, αποκλίσεις στις τιμές όπως στα άλλα πρωτογενή ή βιομηχανικά προϊόντα. Η δεύτερη παράμετρος αναφέρεται στη δομή της φαρμακευτικής αγοράς η οποία είναι τριγωνική ή τριχοτομημένη, δεδομένου ότι άλλος είναι ο καταναλωτής (ασθενής), άλλος επιλέγει (ο γιατρός) και ένας τρίτος πληρώνει (ο ασφαλιστικός φορέας ή γενικότερα το κράτος). Η τιμή του φαρμάκου δεν αποτελεί κατά κανόνα στοιχείο διαφοροποίησης για τον καταναλωτή-ασθενή, αφού ο ίδιος επιβαρύνεται σε μικρό μόνο ποσοστό ή και καθόλου.Υπάρχει δηλαδή ανελαστικότητα της ζήτησης των φαρμάκων ως προς τη λιανική τιμή πωλήσεώς τους. Έτσι η αγορά φαρμάκου δεν προσφέρεται για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού, τουλάχιστον στο βαθμό που συμβαίνει με άλλα αγαθά ή/και υπηρεσίες στην ελεύθερη αγορά.

Τα φαρμακευτικά προϊόντα, λόγω του ιδιαίτερου χαρακτήρα τους, αποτελούν αντικείμενο κρατικής παρέμβασης που έχει ως έμμεσο αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού και όχι τη διευκόλυνσή του. Όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην αγορά του φαρμάκου –οι φαρμακοβιομήχανοι, οι χονδρέμποροι, οι λιανοπωλητές (φαρμακεία), και οι συνταγογραφούντες ιατροί– υπόκεινται σε κανονιστικές ρυθμίσεις, οι οποίες αποβλέπουν σε τρεις πρωταρχικούς στόχους: (α) την πρόσβαση των ασθενών σε προσιτά, ασφαλή και αποτελεσματικά φάρμακα (β) τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας και (γ) τον έλεγχο της φαρμακευτικής δαπάνης. Παράλληλα επιδιώκεται η στήριξη της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας, η οποία αποτελεί σημαντικό κλάδο λόγω της οικονομικής της διάστασης και της σχέσης της με τη δημόσια υγεία.

* *Ευχαριστώ θερμά το συντονιστή της συλλογικής εργασίας κ. Κ. Κανελλόπουλο, τις κυρίες Ρ. Καραγιάννη και Α. Κώτση και τον εξωτερικό κριτή για τα χρήσιμα σχόλια και τις εποικοδομητικές προτάσεις τους στη διαδικασία διαμόρφωσης του τελικού κειμένου. Ευχαριστίες εκφράζονται επίσης στα στελέχη της Στατιστικής Αρχής για τη συνεργασία τους. Η ευθύνη για τυχόν λάθη ή/και παραλείψεις είναι αποκλειστικά δική μου.*

Η διερεύνηση των στατιστικών στοιχείων αποκαλύπτει τη δυναμική που έχει αναπτυχθεί στη φαρμακοβιομηχανία, παρά την ύφεση που μαστίζει κατά την τελευταία διετία τη χώρα μας. Η παραγωγή, οι επενδύσεις, η απασχόληση καθώς και ο εξωστρεφής χαρακτήρας του κλάδου παρουσιάζουν μία θετική πορεία, ενώ οι δείκτες τιμών παραγωγού και καταναλωτή φαρμάκων δείχνουν συγκριτικά χαμηλό ρυθμό ανόδου, αντανακλώντας το γεγονός ότι είναι διοικητικά καθοριζόμενες. Παράλληλα, οι προοπτικές διαφαίνονται θετικές βάσει της εξέλιξης των πρόσφατων (μέχρι και το Νοέμβριο του 2010) βραχυχρόνιων δεικτών.

Το παράλληλο εμπόριο αποτελεί ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά του κλάδου στη χώρα μας, η οποία συγκαταλέγεται στους κύριους παράλληλους εξαγωγείς στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Βάσει των διαθέσιμων στοιχείων, ένα σημαντικό τμήμα της έντονης εξαγωγικής δραστηριότητας του κλάδου οφείλεται στις παράλληλες εξαγωγές, που έχουν ως έναυσμα τη διαφοροποίηση των τιμών μεταξύ της χώρας μας και των εμπορικών της εταίρων λόγω των διαφορετικών καθεστώτων τιμολόγησης. Το παράλληλο εμπόριο αποτελεί μία απόλυτα νόμιμη διαδικασία στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αρκεί να μην επηρεάζεται η επάρκεια φαρμάκων στην εγχώρια αγορά. Ωστόσο, σύμφωνα με ειδικές μελέτες του θέματος, τα οφέλη που απορρέουν από αυτό αμφισβητούνται, ιδιαίτερα από την πλευρά της φαρμακοβιομηχανίας σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Έτσι υποστηρίζεται η άποψη ότι το παράλληλο εμπόριο δεν οδηγεί σε περιστολή της φαρμακευτικής δαπάνης για τα εθνικά συστήματα υγείας και σε τελική ανάλυση και για τους ασθενείς-καταναλωτές, παρά σε μικρό μόνο βαθμό στις χώρες προορισμού. Από την άλλη πλευρά, είναι γενικά αποδεκτό ότι οι παράλληλοι χονδρέμποροι και διακινητές είναι αυτοί που αποκομίζουν σημαντικά οφέλη από το παράλληλο εμπόριο τόσο στις εξάγουσες χώρες όσο και στις χώρες προορισμού.

Τα επώνυμα γενόσημα φάρμακα ή ουσιωδώς όμοια φαρμακευτικά σκευάσματα αποτελούν τον κύριο όγκο παραγωγής των αμιγώς ελληνικής ιδιοκτησίας επιχειρήσεων. Ωστόσο, η διείσδυση των γενόσημων (εγχωρίως παραγόμενων και εισαγόμενων) στην εσωτερική αγορά είναι συγκριτικά χαμηλή, μη υπερβαίνοντας το 15% των συνολικών φαρμακευτικών πωλήσεων. Επισημαίνεται ότι τα εγχωρίως παραγόμενα ή/και συσκευαζόμενα ουσιωδώς όμοια φάρμακα καλύπτουν το συντριπτικό ποσοστό (90%) της συγκεκριμένης αγοράς στη χώρα μας. Παράλληλα, η συμβολή τους στις επενδύσεις πάγιου κεφαλαίου, στην απασχόληση και γενικά στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία του κλάδου είναι πολύ σημαντική. Από την άλλη πλευρά, η συμμετοχή τους στη φαρμακευτική δαπάνη των φορέων κοινωνικής ασφάλισης είναι της τάξης του 12-15%.

Η προώθηση των γενόσημων σκευασμάτων εντάχθηκε πρόσφατα στις προτεραιότητες της φαρμακευτικής πολιτικής στη χώρα μας. Συναφώς αναφέρεται ότι σε ειδική έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2009) αναδεικνύεται η ανταγωνιστική σχέση μεταξύ παραγωγών πρωτότυπων φαρμάκων και γενόσημων σκευασμάτων και υπογραμμίζεται ο καθοριστικός ρόλος των γενόσημων τόσο στο βαθμό ανταγωνισμού των τιμών όσο και στη δημοσιονομική εξυγίανση.

Οι εκτιμηθέντες δείκτες συγκέντρωσης –CR4, CR8 και HERFINDAHL– δείχνουν χαμηλό, μέτριο και ανύπαρκτο βαθμό συγκέντρωσης, αντίστοιχα,

παρέχοντας ενδείξεις ότι δεν υπάρχουν κυρίαρχοι παίκτες στην αγορά. Όσον αφορά στις χρηματοοικονομικές εξελίξεις, οι επιχειρήσεις του κλάδου, λειτουργώντας σε ένα επιδεινούμενο περιβάλλον, επηρεάσθηκαν σε σημαντικό βαθμό, από την αρνητική οικονομική συγκυρία, ιδιαίτερα όσον αφορά στα περιθώρια καθαρού κέρδους.

Το θεσμικό πλαίσιο της αγοράς φαρμάκου αποτέλεσε κατά το 2010 αντικείμενο αλλεπάλληλων ρυθμιστικών παρεμβάσεων. Η αγορά στη χώρα, όπως και διεθνώς, λειτουργεί σε έντονα ρυθμιστικό πλαίσιο. Σύμφωνα με πρόσφατη νομοθετική ρύθμιση, οι τιμές διάθεσης των φαρμάκων καθορίζονται, από τις αρχές Σεπτεμβρίου 2010, βάσει του μέσου όρου των τριών χαμηλότερων τιμών χονδρικής όλων των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχουν επίσημα στοιχεία τιμών φαρμάκων (22 χώρες τον αριθμό). Το καθεστώς αποζημίωσης από τα ασφαλιστικά ταμεία θα γίνεται βάσει λίστας των συνταγογραφούμενων φαρμάκων που θα τεθεί σε εφαρμογή πιθανότατα στις αρχές του 2011. Ήδη από το Μάιο του 2010 ισχύει ο αρνητικός κατάλογος των μη καλυπτόμενων από τα ασφαλιστικά ταμεία φαρμακευτικών σκευασμάτων. Σημειώνεται ότι η βασική επιδίωξη της πολιτείας μέσω των διαδοχικών θεσμικών παρεμβάσεων κατά το 2010 απέβλεπε στον εξορθολογισμό της φαρμακευτικής δαπάνης για λόγους δημοσιονομικής εξυγίανσης. Πρέπει ωστόσο να θεωρείται αυτονόητο ότι η πορεία και οι προοπτικές των φαρμακευτικών επιχειρήσεων εξαρτώνται άμεσα από τις όποιες μεταβολές στο κανονιστικό πλαίσιο του κλάδου.

Η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη καταγράφει σημαντική άνοδο κατά τα τελευταία χρόνια. Το ανερχόμενο κόστος της φαρμακευτικής περίθαλψης οφείλεται κατά κύριο λόγο στον όγκο της κατανάλωσης φαρμάκων στη χώρα και πολύ λιγότερο στις τιμές, οι οποίες κυμαίνονται σε χαμηλότερο επίπεδο από το μέσον όρο των κρατών-μελών του ΟΟΣΑ. Όσον αφορά στον όγκο της κατανάλωσης ή ακριβέστερα στην υπερκατανάλωση, αυτή αποδίδεται κυρίως στην τάση για υπερβολική λήψη φαρμάκων από τους Έλληνες, στην κατευθυνόμενη συντα-γογράφηση και στη συνήθη τακτική απόσυρσης παλαιών φαρμάκων, από πλευράς των φαρμακευτικών εταιρειών, και υποκατάστασης από νεότερα ακριβότερα σκευάσματα. Οι πολιτικές αντιμετώπισης του προβλήματος της ανερχόμενης φαρμακευτικής δαπάνης περιλαμβάνουν: (α) την προώθηση των γενόσημων, (β) την εφαρμογή της λίστας συνταγογραφούμενων φαρμάκων, (γ) τον έλεγχο της συνταγογράφησης των γιατρών και (δ) την υπεύθυνη ενημέρωση του κοινού για τις συνέπειες της υπερκατανάλωσης φαρμάκων. Όλα αυτά τα μέτρα έχουν ήδη δρομολογηθεί, η δε συνολική εξοικονόμηση προβλέπεται να είναι της τάξης των 2-2,2 δις € σε σχέση με το 2010.

Διαπιστώνεται ότι η φαρμακευτική δαπάνη, όπως παρέχεται από τη χώρα μας και δημοσιοποιείται στους σχετικούς πίνακες του ΟΟΣΑ, δεν είναι συγκρίσιμη με την αντίστοιχη των άλλων χωρών, λόγω του ότι η χώρα μας δεν έχει ακόμη υιοθετήσει τη Διεθνή Ταξινόμηση των Λογαριασμών Υγείας. Συγκεκριμένα, η φαρμακευτική δαπάνη στα καθ' ημάς είναι υπερεκτιμημένη στο βαθμό που περιλαμβάνει μέρος τουλάχιστον των συνταγογραφούμενων φαρμάκων που

χορηγούνται σε ενδονοσοκομειακούς ασθενείς, τα οποία – σύμφωνα με τη Διεθνή Ταξινόμηση – θα πρέπει να εντάσσονται στη νοσοκομειακή περίθαλψη. Σύμφωνα με υπολογισμούς της συντάκτριας του παρόντος κεφαλαίου, οι οποίοι αποτελούν μία πρώτη στοιχειώδη προσέγγιση του μεθοδολογικού προβλήματος, το άθροισμα της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης και της δημόσιας νοσοκομειακής περίθαλψης, συγκρινόμενο με τον αντίστοιχο μέσον όρο των χωρών-μελών του ΟΟΣΑ, κατατάσσει τη χώρα μας σε χαμηλότερο (του μέσου όρου) επίπεδο.

11.1. Εισαγωγή

Η ανάλυση του φαρμακευτικού τομέα είναι ένα δύσκολο εγχείρημα λόγω του διττού χαρακτήρα των φαρμακευτικών προϊόντων. Από τη μία πλευρά, το φάρμακο είναι βιομηχανικό προϊόν, από την άλλη αποτελεί κοινωνικό αγαθό, απαραίτητο στα πλαίσια της παροχής υπηρεσιών υγείας. Αυτός ακριβώς ο διττός χαρακτήρας του φαρμάκου καθιστά αναγκαία την εξέταση και ανάλυση και των δύο διαστάσεων του φαρμακευτικού τομέα.

Στο πλαίσιο του παρόντος κεφαλαίου επιχειρείται η εξέταση του βιομηχανικού φαρμακευτικού κλάδου, χωρίς να αγνοείται και η διάσταση του φαρμάκου ως κοινωνικό αγαθό. Η εργασία απαρτίζεται από 5 υποκεφάλαια. Το πρώτο παρουσιάζει και αξιολογεί τα βασικά μεγέθη και τις προοπτικές της φαρμακοβιομηχανίας. Παράλληλα επιχειρείται η διερεύνηση των δύο βασικών χαρακτηριστικών του φαρμακευτικού κλάδου στη χώρα μας. Πρόκειται για (α) την παραγωγή των επώνυμων γενόσημων ή ουσιωδώς όμοιων φαρμάκων που αποτελούν το βασικό αντικείμενο των ελληνικής ιδιοκτησίας φαρμακευτικών επιχειρήσεων και (β) το φαινόμενο των παράλληλων εξαγωγών φαρμάκων που χαρακτηρίζει τις εξωτερικές εμπορικές ροές του φαρμακευτικού κλάδου. Στο δεύτερο υποκεφάλαιο εξετάζονται τα μερίδια αγοράς, ο βαθμός συγκέντρωσης και οι χρηματοοικονομικές εξελίξεις, βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών της ICAP. Η τρίτη ενότητα αναφέρεται στο θεσμικό πλαίσιο της αγοράς φαρμάκου το οποίο αποτέλεσε κατά το 2010 αντικείμενο αλλεπάλληλων ρυθμιστικών παρεμβάσεων, με βασική επιδίωξη τον εξορθολογισμό του κόστους της φαρμακευτικής περίθαλψης. Το τέταρτο υποκεφάλαιο εξετάζει, στο βαθμό που το επιτρέπουν τα διαθέσιμα στοιχεία, το φλέγον θέμα της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης. Τέλος, στην τελευταία ενότητα, παρουσιάζονται συνοπτικά ορισμένες συμπερασματικές διαπιστώσεις που απορρέουν από την ανάλυση.

Σημειώνεται ότι σε πολλά σημεία της παρούσας εργασίας γίνεται σύγκριση των στοιχείων του εγχώριου φαρμακευτικού κλάδου με τα αντίστοιχα δεδομένα σε ευρωπαϊκό επίπεδο, με στόχο τη συγκριτική εξέταση της πορείας της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας με την ευρωπαϊκή, δεδομένου ότι είναι στενά συνυφασμένες τόσο όσον αφορά στο κανονιστικό πλαίσιο όσο και στις εξωτερικές εμπορικές ροές –είτε πρόκειται για παράλληλες εξαγωγές είτε όχι– στα πλαίσια της ενιαίας αγοράς.

11.2. Χαρακτηριστικά της φαρμακοβιομηχανίας

11.2.1. Βασικά μεγέθη του κλάδου

Η παρούσα ενότητα στοχεύει στην αποτύπωση της υφιστάμενης κατάστασης του φαρμακευτικού κλάδου[1] στην Ελλάδα –στο βαθμό που το επιτρέπουν τα πλέον πρόσφατα στατιστικά στοιχεία– καθώς και στην ανίχνευση των όποιων αναπτυξιακών προοπτικών διαφαίνονται στην ιδιαίτερα δύσκολη πραγματικότητα στην οποία βρίσκεται η ελληνική οικονομία.

Η φαρμακευτική βιομηχανία αριθμεί 70 επιχειρήσεις αλλά μόνο περίπου 50 έχουν αξιόλογη παρουσία στην αγορά. Ο κλάδος κυριαρχείται από θυγατρικές εταιρείες[2] μεγάλων διεθνών φαρμακευτικών ομίλων, με παραγωγική αλλά κυρίως εισαγωγική δραστηριότητα, που διαθέτουν στην αγορά τα προϊόντα των μητρικών τους εταιρειών κατά κύριο λόγο, ή έχουν κάποια μορφή συνεργασίας με φαρμακευτικές βιομηχανίες του εξωτερικού (αναλαμβάνοντας π.χ. παραγωγή φασόν). Υπάρχει, ωστόσο, και ένας ικανός αριθμός αμιγώς ελληνικών επιχειρήσεων[3] που εμφανίζουν αξιόλογη παραγωγική αλλά και εμπορική δραστηριότητα. Είναι αξιοσημείωτο ότι μερικές από τις επιχειρήσεις ελληνικών συμφερόντων κατέχουν τις πρώτες θέσεις στη φαρμακευτική αγορά, επιδεικνύοντας μία εντυπωσιακή δυναμική κατά τα τελευταία χρόνια.

Η εξέλιξη των βασικών μεγεθών[4] της φαρμακοβιομηχανίας σε σχέση με το συναφή κλάδο των χημικών αλλά και του συνολικού μεταποιητικού τομέα αποτυπώνεται στον Πίνακα 11.1.

[1] Σημειώνεται ότι ο φαρμακευτικός κλάδος, που αντιστοιχούσε – μέχρι και το 2007– στον τριψήφιο κωδικό 244 (Παραγωγή φαρμακευτικών προϊόντων, χημικών προϊόντων για ιατρικούς σκοπούς και φαρμακευτικών προϊόντων από βότανα), ήταν υποκλάδος του κλάδου των χημικών, ο οποίος αντιστοιχούσε στο διψήφιο 24 της ΣΤΑΚΟΔ – Στατιστική Ταξινόμηση Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας – του 2003. Από το 2008 που ισχύει η ΣΤΑΚΟΔ 2008 ο φαρμακευτικός κλάδος αποτελεί αυτοτελή μεταποιητικό κλάδο και αντιστοιχεί στο διψήφιο κωδικό 21: Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών σκευασμάτων.

[2] Εκπροσωπούνται από τον ΣΦΕΕ (Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος).

[3] Εκπροσωπούνται πρωτίστως, αλλά όχι αποκλειστικά, από την ΠΕΦ (Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας).

[4] Τα πλέον πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της στατιστικής έρευνας βιομηχανίας (στις αρχές Νοεμβρίου 2010) αναφέρονται στο 2007, μη επιτρέποντας έτσι την εξέταση και αξιολόγηση των εξελίξεων του κλάδου, με βάση τη συγκεκριμένη πηγή, κατά την πρόσφατη περίοδο κρίσης που διανύει η χώρα μας.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.1
Βασικά μεγέθη φαρμακοβιομηχανίας

(τρέχουσες τιμές, σε εκατ. €)

Έτος	Αριθμός καταστημάτων	Απασχολούμενοι (αμειβόμενοι)	Αμοιβές	Ακαθάριστη αξία παραγωγής	Σύνολο αναλώσεων	Προστιθέμενη αξία	Επενδύσεις
1999	69	4.656	84	473	308	165	46
2000	69	4.755	87	534	352	182	57
2001	61	4.411	82	781	372	409	50
2002	63	4.716	95	589	370	219	87
2003	62	4.665	107	618	378	239	66
2004	61	4.951	117	669	396	274	68
2005	60	5.183	134	693	430	263	49
2006	66	5.721	153	819	492	327	63
2007	62	6.240	173	884	492	393	80
Μ.ρ.μ.*	-1,33	3,73	9,38	8,14	6,04	11,42	7,26
Ως % στη χημική βιομηχανία							
1999	24,38	27,60	27,09	25,00	29,57	19,42	31,72
2000	25,37	29,93	28,22	26,56	29,49	22,27	29,13
2001	25,74	29,04	27,71	35,19	30,55	40,82	27,78
2002	26,03	31,91	30,63	27,70	30,44	24,04	54,31
2003	26,50	32,69	33,55	28,25	29,89	25,99	43,19
2004	26,52	33,37	34,33	28,83	28,74	28,95	38,97
2005	26,32	34,43	35,99	29,29	29,36	29,17	33,08
2006	26,94	35,72	36,25	31,32	30,89	31,99	42,62
2007	25,51	37,80	38,98	30,13	28,48	32,50	45,83
Ως % στο σύνολο της μεταποίησης							
1999	1,37	2,08	2,54	2,08	2,28	1,80	2,20
2000	1,38	2,07	2,45	1,87	1,91	1,80	2,30
2001	1,56	1,92	2,17	2,60	1,96	3,70	2,18
2002	1,65	2,07	2,41	1,99	2,00	1,97	4,58
2003	1,65	2,10	2,55	2,05	2,02	2,12	3,28
2004	1,77	2,33	2,72	2,13	2,00	2,36	3,70
2005	1,78	2,53	3,05	2,06	1,94	2,30	2,70
2006	1,81	2,68	3,19	2,12	1,90	2,57	3,30
2007	1,69	2,89	3,38	2,09	1,72	2,84	4,24

*: Μέσος ρυθμός μεταβολής περιόδου.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Στατιστικών Δευτερογενούς Παραγωγής, Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Από την εξέταση των δεδομένων του πίνακα[5] είναι σαφές ότι ο υποκλάδος των φαρμακευτικών προϊόντων παρουσιάζει, κατά την περίοδο 1999-2007, ισχυρότερη αναπτυξιακή δυναμική από το συναφή κλάδο των χημικών αλλά και από το σύνολο της μεταποίησης. Αυτό καταδεικνύεται από την εξέλιξη των ποσοστών συμμετοχής του κλάδου στα συνολικά μεγέθη της χημικής

[5] Τα στοιχεία του 2001 για την ακαθάριστη αξία παραγωγής και για την προστιθέμενη αξία του κλάδου των φαρμάκων δείχνουν ασυνέχεια.

βιομηχανίας καθώς και στα αντίστοιχα της συνολικής μεταποίησης. Συγκεκριμένα, η συμμετοχή της φαρμακοβιομηχανίας στην απασχόληση του κλάδου των χημικών και του μεταποιητικού τομέα εμφανίζει αύξηση κατά 10,2 και 0,8 ποσοστιαίες μονάδες, αντίστοιχα. Ως προς την παραγωγική δραστηριότητα, μετρούμενη σε όρους προστιθέμενης αξίας, τα αντίστοιχα ποσοστά συμμετοχής καταγράφουν ισχυρότερη ακόμη άνοδο που μεταφράζεται σε αύξηση κατά 13 και 1 ποσοστιαίες μονάδες. Ιδιαίτερα όσον αφορά στις επενδύσεις, το μερίδιο του κλάδου ως προς το σύνολο της μεταποίησης σχεδόν διπλασιάζεται κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Αυτές οι εξελίξεις αντικατοπτρίζουν τη δυναμική παρουσία του φαρμακευτικού κλάδου στην εγχώρια μεταποιητική βιομηχανία κατά την περίοδο 1999-2007.

Οι σχετικές επιδόσεις του κλάδου αναδύονται και από τον Πίνακα 11.2 με τίτλο «Διαχρονική εξέλιξη αμοιβών και παραγωγικότητας: Συγκριτική παρουσίαση». Από τα δεδομένα του πίνακα προκύπτει ότι οι μέσες αμοιβές ανά εργαζόμενο στη φαρμακοβιομηχανία είναι, σε απόλυτους όρους, υψηλότερες από τις αντίστοιχες του χημικού κλάδου και της μεταποίησης, εμφανίζουν δε υψηλότερο ρυθμό μεταβολής από εκείνο των χημικών και περίπου τον ίδιο με το σύνολο της μεταποίησης. Παράλληλα, η παραγωγικότητα εργασίας (σε σταθερές τιμές 2000=100) του κλάδου παρουσιάζει συγκριτικά ισχυρότερο μέσο ετήσιο ρυθμό ανόδου με αποτέλεσμα το κόστος εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στα φάρμακα να εμφανίζει, κατά την περίοδο 2000-2007, καθοδική πορεία της τάξης του 1,7%, έναντι μέσης μείωσης 0,9% στα χημικά και μέσης αύξησης 0,9% στο σύνολο της μεταποίησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.2

Διαχρονική εξέλιξη αμοιβών και παραγωγικότητας: Συγκριτική παρουσίαση

(σε χιλιάδες €)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Μ.ρ.μ.*
Αμοιβές ανά εργαζόμενο									
Φάρμακα	18,4	18,5	20,2	22,9	23,6	25,8	26,7	27,6	6,0
Χημικά	19,5	19,4	21,1	22,3	22,9	24,6	26,3	26,8	4,7
Μεταποίηση	15,5	16,3	17,4	18,8	20,2	21,4	22,4	23,6	6,2
Παραγωγικότητα εργασίας (σε σταθερές τιμές 2000)									
Φάρμακα	38,3	94,5	46,6	52,3	58,6	51,1	60,7	65,0	7,9
Χημικά	51,5	67,2	61,8	65,8	67,5	60,4	67,9	75,6	5,7
Μεταποίηση	44,1	48,0	44,1	51,9	50,5	57,0	56,4	63,1	5,3
Κόστος εργασίας ανά μονάδα προϊόντος									
Φάρμακα	0,48	0,20	0,43	0,44	0,40	0,50	0,44	0,43	-1,7
Χημικά	0,38	0,29	0,34	0,34	0,34	0,41	0,39	0,35	-0,9
Μεταποίηση	0,35	0,34	0,39	0,36	0,40	0,37	0,40	0,37	0,9

* : Μέσος ρυθμός μεταβολής περιόδου.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Στατιστικών Δευτερογενούς Παραγωγής, Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Ο φαρμακευτικός κλάδος χαρακτηρίζεται, βάσει των στοιχείων του Πίνακα 11.3 που ακολουθεί, από υψηλότερο διαχρονικά βαθμό καθετοποίησης,[6] σε σχέση με τον κλάδο των χημικών και αυξανόμενο σε αντίθεση με τα χημικά και το σύνολο της μεταποίησης[7]. Έτσι η επικρατούσα άποψη ότι ο κλάδος φαρμάκων στη χώρα μας δεν χαρακτηρίζεται από καθετοποίηση –ακριβώς λόγω του ότι απαιτούνται ιδιαίτερα υψηλές επενδύσεις σε έρευνα και τεχνολογία προκειμένου να αναπτυχθεί, όπως συμβαίνει στις χώρες με δυναμική φαρμακοβιομηχανία– φαίνεται να μην επιβεβαιώνεται. Εξάλλου η έντονα αυξητική πορεία των επενδύσεων στον κλάδο (Πίνακας 11.1) εξηγεί και την καταγραφόμενη άνοδο της καθετοποίησης .

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.3
Βαθμός καθετοποίησης

Έτη	Φαρμακευτικός κλάδος	Κλάδος χημικών	Σύνολο μεταποίησης
1999	34,9	16,9	40,5
2000	34,1	24,0	35,5
2001	52,4	18,1	36,9
2002	37,3	17,6	37,7
2003	38,7	16,5	37,6
2004	40,9	18,5	36,9
2005	38,0	16,4	34,1
2006	40,0	14,4	33,0
2007	44,4	14,4	32,6

Πηγή:ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Στατιστικών Δευτερογενούς Παραγωγής, Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

11.2.2. Προσφορά

Εκτός από την ανάλυση της διαχρονικής πορείας του φαρμακευτικού κλάδου με βάση τα δεδομένα της στατιστικής έρευνας βιομηχανίας, η πλευρά της προσφοράς του κλάδου των φαρμακευτικών προϊόντων παρουσιάζεται και αξιολογείται μέσω στατιστικών δεικτών όπως του δείκτη βιομηχανικής παραγωγής και του δείκτη κύκλου εργασιών. Αυτοί οι δύο δείκτες, ως βραχυχρόνιες στατιστικές, προσφέρουν τη δυνατότητα εξέτασης και της πρόσφατης περιόδου που δεν είναι δυνατή βάσει των στοιχείων της ετήσιας βιομηχανικής έρευνας που παρουσιάζει μεγάλη χρονική υστέρηση. Παράλληλα, γίνεται αναφορά στα στοιχεία πωλήσεων του Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκων (ΕΟΦ) καθώς και στην αξία παραγωγής και πωλήσεων φαρμακευτικών σκευασμάτων, όπως δίνονται από την EUROSTAT (PRODCOM).

[6] Ο βαθμός καθετοποίησης ισούται με το λόγο της προστιθέμενης αξίας προς την ακαθάριστη αξία παραγωγής.

[7] Καταδεικνύεται έτσι η «ρηχότητα» της εγχώριας μεταποιητικής βιομηχανίας στο σύνολό της, δηλαδή η έλλειψη καθετοποίησης.

Ο Πίνακας 11.4 παρουσιάζει το δείκτη βιομηχανικής παραγωγής για τον κλάδο των φαρμάκων, των χημικών και του συνόλου της μεταποίησης. Ως γνωστό, αυτός ο δείκτης καταγράφει την εξέλιξη της προστιθέμενης αξίας, σε σταθερές τιμές του κόστους των συντελεστών παραγωγής. Είναι φανερό ότι ο φαρμακευτικός κλάδος σημειώνει ισχυρή ανοδική τάση, έναντι μείωσης τόσο στον κλάδο παραγωγής χημικών όσο και στο σύνολο της μεταποίησης. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο κλάδος των φαρμάκων είναι ο μοναδικός κλάδος της μεταποίησης που εμφανίζει θετικό πρόσημο μεταβολής το 2009, και μάλιστα υψηλό (16%), έναντι υποχώρησης κατά 11,2% για το σύνολο του μεταποιητικού τομέα και 12,3% για τα χημικά, αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.4

Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής (2005=100)

Έτη	Φαρμακευτικός κλάδος	Κλάδος χημικών	Σύνολο Μεταποίησης
2000	45,7	114,1	107,7
2001	67,2	90,0	102,8
2002	81,3	90,1	101,8
2003	87,7	91,6	101,1
2004	97,2	96,8	101,8
2005	100,0	100,0	100,0
2006	111,1	98,5	102,0
2007	123,1	102,6	104,2
2008	126,7	97,7	99,3
2009	147,3	85,7	88,2
Μ.ρ.μ.	13,9	-3,1	-2,2

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Στατιστικών Δευτερογενούς Παραγωγής, Δείκτες. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Στη συνέχεια, ο δείκτης κύκλου εργασιών (Πίνακας 11.5), που αποσκοπεί στη μέτρηση της δραστηριότητας του κλάδου στην αγορά σε όρους αξίας, εμφανίζει σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ του φαρμακευτικού κλάδου και του συνόλου του μεταποιητικού τομέα. Ο σύνθετος δείκτης (που καλύπτει την εγχώρια και την εξωτερική αγορά) των φαρμάκων υπολείπεται μέχρι και το 2008 του αντίστοιχου συνολικού. Ωστόσο, το 2009 είναι και πάλι ο μοναδικός μεταποιητικός κλάδος που σημειώνει άνοδο της τάξης του 17,5%, έναντι μείωσης κατά 23% για το σύνολο της μεταποίησης. Ειδικά, ο δείκτης που αφορά στην εξωτερική αγορά των χωρών της ευρωζώνης καταγράφει έντονα αυξητική τάση που προσεγγίζει το 30% κατά την περίοδο 2005-2009[8], έναντι 1,3% για τη μεταποίηση συνολικά. Από την άλλη πλευρά, ο δείκτης για την εγχώρια αγορά εμφανίζει αυξομειώσεις, αλλά σημειώνει και αυτός σημαντική άνοδο κατά το 2009.

[8] Αυτή η αλματώδης άνοδος οφείλεται στο φαινόμενο των παράλληλων εξαγωγών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.5

Δείκτης κύκλου εργασιών (2005=100)

	2006		2007		2008		2009		Μρμ* 2005-09	
	Κλάδος φαρμάκων	Σύνολο μεταποίησης	Α	Β	Α	Β	Α	Β	Α	Β
Για την εγχώρια και την εξωτερική αγορά	106,00	113,3	111,48	118,1	109,87	126,1	136,87	97,2	8,2	-0,7
Για την εγχώρια αγορά	103,68	110,4	105,48	113,2	97,55	121,8	114,40	94,8	3,4	-1,3
Για την εξωτερική αγορά: σύνολο χωρών	117,63	122,2	141,56	132,9	171,63	139,4	249,55	103,4	25,7	0,8
Για την εξωτερική αγορά: σε χώρες της ευρωζώνης	110,41	117,3	146,31	127,2	184,04	149,8	279,64	105,5	29,3	1,3
Για την εξωτερική αγορά: σε χώρες εκτός ευρωζώνης	133,86	127,2	130,87	138,1	143,73	134,8	181,85	103,6	16,1	0,9

*=*Μρμ:* Μέσος ρυθμός μεταβολής

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Στατιστικών Δευτερογενούς παραγωγής, Δείκτες. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η διαφοροποιημένη πορεία του δείκτη κύκλου εργασιών μεταξύ του κλάδου των φαρμάκων και του συνόλου της μεταποίησης συμπυκνώνεται στις δύο τελευταίες στήλες του Πίνακα 11.5. Είναι φανερό ότι ο μέσος ρυθμός μεταβολής του κλάδου, κατά την περίοδο 2005-2009, είναι σημαντικά υψηλότερος από τον αντίστοιχο του συνολικού μεταποιητικού τομέα, σε όλες τις επιμέρους συνιστώσες του δείκτη κύκλου εργασιών, αντικατοπτρίζοντας τη δυναμική του φαρμακευτικού κλάδου ιδιαίτερα στην αγορά της Ευρωζώνης.

Μία πρόσθετη πηγή στοιχείων για τις πωλήσεις φαρμακευτικών σκευασμάτων είναι ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων (ΕΟΦ). Ο Πίνακας 11.6 παρουσιάζει την αξία των πωλήσεων φαρμάκων, όπως εμφανίζεται στον ιστότοπο του ΕΟΦ[9], με τη διαφορά ότι οι πωλήσεις προς τις φαρμακαποθήκες/ φαρμακεία έχουν μετατραπεί σε τιμές εργοστασίου –και όχι σε λιανικές τιμές, όπως είναι στην ιστοσελίδα– προκειμένου οι δύο συνιστώσες, δηλαδή οι πωλήσεις προς τα νοσοκομεία και προς τις φαρμακαποθήκες/φαρμακεία, να είναι σχετικά συγκρίσιμες[10]. Αξίζει ίσως να αναφερθεί ότι τα μερίδια των πωλήσεων προς νοσοκομεία και προς φαρμακεία/φαρμακαποθήκες ως προς τη συνολική αξία πωλήσεων από τις εγχώριες επιχειρήσεις παραμένουν σταθερά στη δεκαετία 2000-2009. Σημειώνεται ωστόσο ότι τα στοιχεία πωλήσεων του ΕΟΦ προς φαρμακεία και φαρμακαποθήκες περιλαμβάνουν και τις παράλληλες εξαγωγές.

[9] Προφανώς εκ παραδρομής ο τίτλος στο σχετικό πίνακα του ΕΟΦ είναι «Συγκριτικός Κατάλογος Κατανάλωσης Φαρμάκων», ενώ είναι σαφές ότι αναφέρεται σε πωλήσεις.

[10] Και πάλι δεν επιτυγχάνεται πλήρης συγκρισιμότητα, δεδομένου ότι οι πωλήσεις προς τα νοσοκομεία είναι εκφρασμένες σε νοσοκομειακές τιμές, οι οποίες είναι χαμηλότερες από τις χονδρικές κατά 13% τουλάχιστον.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.6
Πωλήσεις φαρμακευτικών προϊόντων (ΕΟΦ)

(εκατ. €)

Έτη	Νοσοκομεία (νοσοκομειακή τιμή)	Φαρμακεία/φαρμακαποθήκες (τιμές εργοστασίου)	Σύνολο πωλήσεων
2000	442	1.351	1.793
2001	521	1.635	2.155
2002	622	1.960	2.581
2003	763	2.226	2.989
2004	839	2.603	3.442
2005	837	2.901	3.739
2006	1.017	3.213	4.230
2007	1.176	3.624	4.800
2008	1.467	4.118	5.585
2009	1.466	4.386	5.852
Μ.ρ.μ.	14,2	14,0	14,0

Πηγή : Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων (ιστοσελίδα).

Τέλος, η παραγωγή φαρμακευτικών σκευασμάτων, με βάση τα σχετικά στοιχεία της EUROSTAT (PRODCOM)[11], σημειώνει μέσο ρυθμό μεταβολής της τάξης του 13% κατά την περίοδο 2000-2009, με ισότιμη ποσοστιαία εξέλιξη της αξίας της πωληθείσας παραγωγής.

Επισημαίνεται ότι ο κύριος κορμός της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας αφορά στην παραγωγή γενόσημων σκευασμάτων, τα οποία –λόγω ακριβώς της σημασίας τους– εξετάζονται στη συνέχεια.

11.2.3. Γενόσημα φάρμακα

Ο όρος γενόσημα φάρμακα επιδέχεται εναλλακτικούς ορισμούς. Σύμφωνα με τον αρχικό ορισμό, ο όρος αναφέρεται στα αντίγραφα ή ουσιωδώς όμοια σκευάσματα των πρωτότυπων φαρμάκων, των οποίων έχει λήξει το δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Κατά άλλους, στα γενόσημα περιλαμβάνονται όλα τα φαρμακευτικά σκευάσματα των οποίων η δραστική ουσία είναι εκτός πατέντας, συνεπώς συγκαταλέγονται σε αυτά και τα πρωτότυπα φάρμακα μετά τη λήξη του διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Ο τελευταίος ορισμός υιοθετείται και από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην ειδική έκθεση για τον ανταγωνισμό στον κλάδο των φαρμάκων (European Commission, Competition DG, 2009), όπου αναφέρεται ότι τα γενόσημα περιλαμβάνουν όλα τα φαρμακευτικά σκευάσματα που έχουν την ίδια ποιοτική και ποσοτική σύνθεση της δραστικής ουσίας όπως το πρωτότυπο φάρμακο και των οποίων η βιοϊσοδυναμία έχει πιστοποιηθεί.

Τα γενόσημα χρησιμοποιούνται σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό από τα συστήματα υγείας σε όλες τις χώρες, ως αποτελεσματικές εναλλακτικές λύσεις έναντι των ακριβότερων πρωτότυπων φαρμάκων. Επιπλέον, η κυκλοφορία των

[11] Η σύγκριση αυτού του μεγέθους και της ακαθάριστης αξίας παραγωγής (βλέπε Πίνακα 11.1) – βάσει της ετήσιας βιομηχανικής έρευνας – αποκαλύπτει αρκετή διαφοροποίηση.

ουσιωδώς όμοιων σκευασμάτων λειτουργεί ως μηχανισμός πίεσης στις τιμές των πρωτότυπων φαρμάκων μετά τη λήξη του διπλώματος ευρεσιτεχνίας. Όπως είναι γνωστό, καθ' όλη τη διάρκεια ισχύος της πατέντας ενός πρωτότυπου φαρμάκου επικρατούν μονοπωλιακές συνθήκες στη συγκεκριμένη υποαγορά. Αποκλείεται νομικά η δυνατότητα ανταγωνισμού ως προς την τιμή, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για το κόστος που επωμίζονται τα συστήματα υγείας. Η χρήση των φθηνότερων γενόσημων, λόγω της σημαντικής διαφοροποίησης των τιμών τους έναντι των πρωτότυπων σκευασμάτων, μειώνει το μέσο κόστος της φαρμακευτικής θεραπείας για τους ασθενείς αλλά και για τους φορείς κοινωνικής ασφάλισης, ελευθερώνοντας ταυτόχρονα πόρους για τη χρηματοδότηση νέων καινοτόμων φαρμάκων.

Με βάση τα ανωτέρω, ο ανταγωνισμός ο προερχόμενος από τα γενόσημα φάρμακα είναι καθοριστικής σημασίας για να τεθούν υπό έλεγχο τα συστήματα κοινωνικής ασφάλισης και μέσω αυτών οι δημόσιοι προϋπολογισμοί, γεγονός που επιτρέπει την αδιάλειπτη πρόσβαση των καταναλωτών-ασθενών σε ασφαλή και αποτελεσματικά φάρμακα. Σε σχέση με την ασφάλεια και αποτελεσματικότητα των γενόσημων, η φαρμακευτική ποιότητα και η θεραπευτική τους ισοδυναμία τεκμηριώνονται απόλυτα από τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές του φαρμάκου (δηλαδή τον ΕΟΦ στην Ελλάδα) κατά τη διάρκεια των αδειοδοτικών διαδικασιών. Αυτή η διαδικασία διευκολύνεται ή και παρακάμπτεται στη χώρα μας στις περιπτώσεις παλαιών δοκιμασμένων αντίγραφων φαρμάκων που κυκλοφορούν στις ευρωπαϊκές ή διεθνείς αγορές επί σειρά ετών. Εξυπακούεται ότι η διασφάλιση της ποιότητας των γενόσημων φαρμάκων είναι πρωτεύουσας σημασίας σε όλες τις χώρες του ΟΟΣΑ.

Η αναλογία των γενόσημων στις πωλήσεις των φαρμακευτικών σκευασμάτων ποικίλλει από χώρα σε χώρα, όπως διαπιστώνεται από τα στοιχεία του Πίνακα 11.7. Είναι φανερό ότι το μερίδιο των ουσιωδώς όμοιων φαρμάκων είναι ιδιαίτερα υψηλό στις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου η προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων ήταν μέχρι πρόσφατα σε χαμηλά επίπεδα (δηλαδή τις ανατολικές χώρες). Επισημαίνεται ότι στα στοιχεία του πίνακα δεν περιλαμβάνονται οι πωλήσεις από τους παραγωγούς[12] των εκτός πατέντας πρωτότυπων φαρμάκων. Οι τελευταίες θα αύξαναν κατά πολύ το μερίδιο των γενόσημων. Για παράδειγμα, στο Ηνωμένο Βασίλειο οι συνολικές πωλήσεις γενόσημων σκευασμάτων (αντίγραφων και εκτός πατέντας πρωτότυπων φαρμάκων) αντιπροσώπευαν, κατά το 2007, τουλάχιστον το 70% σε όρους ποσότητας (συσκευασιών) και το 50% σε όρους αξίας των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, έναντι αναλογίας 29% (σε αξία) των καθαυτό αντίγραφων φαρμάκων που εμφανίζεται στον πίνακα. Όσον αφορά στη χώρα

[12] Επισημαίνεται, επίσης, ότι τα μερίδια δεν είναι συγκρίσιμα μεταξύ των χωρών, γιατί οι πωλήσεις (δηλαδή ο παρονομαστής) δεν βασίζονται στον ίδιο ορισμό. Έτσι μόνο σε 5 χώρες (Ισλανδία, Νορβηγία, Σλοβακία, Σλοβενία και Σουηδία) τα στοιχεία περιλαμβάνουν το σύνολο των πωλήσεων, ενώ σε άλλες (Δανία, Φιλανδία, Ελλάδα, Πορτογαλία, Πολωνία, Ρουμανία και Ηνωμένο Βασίλειο) τα στοιχεία αναφέρονται μόνο σε πωλήσεις σε φαρμακεία.

μας, η αναλογία των γενόσημων στην αξία των φαρμακευτικών πωλήσεων βρίσκεται στο σχετικά χαμηλό επίπεδο του 10-14%, σύμφωνα με τα στοιχεία της EFPIA.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.7

Αναλογία γενόσημων στις πωλήσεις φαρμάκων σε ευρωπαϊκές χώρες

Χώρες	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Αυστρία	8,4	8,5	13,4	17,1	18,7	19,5
Βέλγιο	4,5	6	8,5	10,0	10,2	10,1
Κροατία					74,0	
Δανία	21,1	20,4	12,9	21,1	20,5	10,5
Φιλανδία			22,6	20,6	20,2	17,7
Γαλλία	5,4	13,4	7,9	8,7	9,5	10,2
Γερμανία	26,8	31,1	29,1	30,5	30,3	31,1
Ελλάδα	**9,7**	**10,1**	**10,7**	**11,6**	**13,0**	**14,1**
Ουγγαρία		34,2	34,2			
Ισλανδία					17,0	18,1
Ιρλανδία	7,1	6,9	7,7	8,0	8,0	8,2
Ιταλία		10,1	13,1	13,7	20,3	27,1
Λετονία		50,2	50,2			
Ολλανδία	21,1	17,3	17,6	18,4	19,2	14,0
Νορβηγία	12,5	12,6	13,0	13,5	13,9	14,6
Πολωνία					61,0	66,0
Πορτογαλία	5,8	9	12,7	14,6	14,4	17,9
Ρουμανία			31,1	30,8	28,5	28,5
Σλοβακία			35,6	45,6	44,6	45,0
Σλοβενία		37,5		32,9	32,6	29,0
Ισπανία	5,8	5,2	5,9	6,4	7,2	7,1
Σουηδία	12,1	12,5	13,2	14,0	14,5	14,2
Ελβετία	4,8	5,9	7,8	11,6	11,3	9,1
Ηνωμένο Βασίλειο	17,2	23,3	26,3	23,8	29,1	26,2
Ευρώπη (απλός μέσος όρος)	**10,0**	**11,7**	**13,3**	**14,0**	**15,5**	**14,2**

Σημείωση: Ως γενόσημα, εδώ, θεωρούνται τα αντίγραφα ή ουσιωδώς όμοια φάρμακα που κυκλοφορούν με διαφορετικό όνομα από τα πρωτότυπα. Δεν περιλαμβάνονται οι πωλήσεις γενόσημων από τους παραγωγούς των πρωτότυπων φαρμάκων.

Πηγή: European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations. The Pharmaceutical Industry in Figures: Key Data 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 update.The Pharmaceutical Industry in Figures: 2010 Edition. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όπως ήδη επισημάνθηκε, το μερίδιο των γενόσημων, τόσο σε όγκο όσο και σε αξία, διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών. Ωστόσο, η επιτυχία ή όχι στον ανταγωνισμό των γενόσημων δεν συνδέεται απαραίτητα με το μερίδιο αγοράς. Μερικές χώρες, ενώ έχουν θεσπίσει χαμηλές τιμές για τα γενόσημα, αυτά εξακολουθούν να έχουν χαμηλή διείσδυση στις αντίστοιχες αγορές, γεγονός που ενδεχομένως να οφείλεται στο ότι τα κίνητρα για τους γιατρούς και τους φαρμακοποιούς δεν συμβαδίζουν με τη χρήση των χαμηλότερου κόστους γενόσημων. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν χώρες που

παρουσιάζουν υψηλή διείσδυση των αντίγραφων φαρμάκων χωρίς να έχουν θεσπίσει σημαντική μείωση των αντίστοιχων τιμών.

Όσον αφορά στην εγχώρια αγορά, τα γενόσημα φάρμακα κατέχουν ένα μικρό αλλά αυξανόμενο μερίδιο. Ωστόσο, παρά τη χαμηλή διείσδυση αυτών των σκευασμάτων στη φαρμακευτική κατανάλωση στη χώρα μας, που είναι μεταξύ των χαμηλότερων στην Ευρώπη, πρόκειται για μία αγορά που είναι όντως αναπτυσσόμενη και αποτελεί το βασικό κορμό της δραστηριότητας των ελληνικών συμφερόντων φαρμακοβιομηχανιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Πανελλήνιας Ένωσης Φαρμακοβιομηχανίας (ΠΕΦ), το 88% των γενόσημων φαρμάκων, που διατίθενται στη χώρα μας, παράγεται εγχωρίως, το 1% συσκευάζεται στη χώρα και το υπόλοιπο 11% είναι εισαγόμενα[13]. Είναι πράγματι εντυπωσιακό το ποσοστό συμμετοχής των εγχωρίως παραγόμενων γενόσημων στην αντίστοιχη εσωτερική αγορά, πλην όμως η συγκεκριμένη αγορά αποτελεί γύρω στο 12-14% της συνολικής κατανάλωσης φαρμάκων στη χώρα μας, που σημαίνει ότι η ελληνική αγορά κυριαρχείται, κατά το υπόλοιπο 86-88%, από τα πρωτότυπα φάρμακα που είναι σε συντριπτικό ποσοστό εισαγόμενα. Σύμφωνα με το Νόμο 3840/2010 Άρθρο 14 που ισχύει από τον Σεπτέμβριο του 2010, οι τιμές των φαρμακευτικών προϊόντων όμοιας δραστικής ουσίας και φαρμακοτεχνικής μορφής, δηλαδή των γενόσημων, καθορίζονται, κατ' ανώτατο όριο, στο 70% της τιμής του αντίστοιχου πρωτότυπου φαρμακευτικού προϊόντος[14]. Σημειώνεται ότι οι τιμές των πρωτότυπων φαρμάκων, σύμφωνα με τον ίδιο νόμο, μειώνονται κατ' ελάχιστον σε ποσοστό 20%, μετά τη λήξη του διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Σε αυτό το σημείο θεωρείται χρήσιμη η αναφορά στη δραστηριότητα και την εν γένει παρουσία των ελληνικής ιδιοκτησίας επιχειρήσεων στην εγχώρια φαρμακευτική αγορά. Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο κύριος όγκος της ελληνικής φαρμακοβιομηχανίας είναι επώνυμα γενόσημα φάρμακα των οποίων, σημειωτέον, η παραγωγή γίνεται με πλήρη συμμόρφωση με τις κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις «Αρχές και τους Κανόνες Καλής Παραγωγής για τα φάρμακα ανθρώπινης χρήσης» (Good Manufacturing Practice: G.M.P.). Σύμφωνα με ενημερωτικό υπόμνημα που υπεβλήθη στον αρμόδιο υπουργό το Σεπτέμβριο του 2010 από την ΠΕΦ, η ελληνική φαρμακο-βιομηχανία αριθμεί 25 μεγάλες παραγωγικές επιχειρήσεις, απασχολεί 15.000

[13] Επισημαίνεται ότι τα στοιχεία προέρχονται από την ΠΕΦ. Δεν κατέστη δυνατόν να αντληθούν σχετικά στοιχεία από άλλες πηγές, π.χ. τον ΕΟΦ, παρά τις επίμονες προσπάθειες της συντάκτριας.

[14] Οι τιμές των γενόσημων φαρμάκων διαφοροποιούνται σημαντικά μεταξύ χωρών. Για παράδειγμα στις Ηνωμένες Πολιτείες οι τιμές των γενόσημων είναι τέσσερις φορές χαμηλότερες από εκείνες των πρωτότυπων αλλά σε μία χώρα όπου οι τιμές των φαρμάκων διαμορφώνονται ελεύθερα στην αγορά (OECD, 2008, σελ. 71). Η διαφοροποίηση των τιμών των γενόσημων μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ οφείλεται σε σημαντικό βαθμό στη διαφοροποίηση των τιμών εργοστασίου.

άτομα[15] υψηλής κατάρτισης και εξειδίκευσης, ενώ το ύψος των νέων επενδύσεων κατά την τελευταία διετία –με την ίδρυση έξι νέων παραγωγικών μονάδων με εξαγωγικό προσανατολισμό και με προβλεπόμενες 1100 νέες θέσεις εργασίας– είναι της τάξης των 300 εκατ. €. Παράλληλα οι επιχειρήσεις αυτές εμφανίζουν, όπως υποστηρίζει η ΠΕΦ, έντονη εξαγωγική δραστηριότητα σε 60 χώρες αξίας 300 εκατ. € ετησίως, με ανοδική πρόβλεψη για 120 εκατ. € επιπλέον. Είναι αξιοσημείωτο ότι το μεγαλύτερο μέρος της ερευνητικής δραστηριότητας της χώρας διενεργείται από τη φαρμακοβιομηχανία, μέσω 80 ερευνητικών προγραμμάτων σε συνεργασία με ελληνικά και ξένα πανεπιστήμια, στα πλαίσια των προγραμμάτων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ). Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με την ΠΕΦ, η συμμετοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στη φαρμακευτική δαπάνη των ασφαλιστικών ταμείων δεν υπερβαίνει το 15%, με το υπόλοιπο 85% να καλύπτεται από τις πολυεθνικές εταιρείες.

Συνάγεται συνεπώς, βάσει των ανωτέρω, ότι οι αμιγώς ελληνικές φαρμακευτικές επιχειρήσεις συμβάλλουν στη δημιουργία σημαντικής προστιθέμενης αξίας[16] στη χώρα. Όσον αφορά στην αναπτυξιακή τους προοπτική, αυτή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη φαρμακευτική πολιτική που εφαρμόζεται και η οποία θα πρέπει να αποβλέπει στην επίτευξη ισορροπίας μεταξύ της ανάγκης για εξορθολογισμό της δημόσιας δαπάνης από τη μία πλευρά και της δημιουργίας ενός αναπτυξιακού περιβάλλοντος για τη στήριξη της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας από την άλλη. Σχετικά με την τελευταία παράμετρο, οι βασικές προτάσεις της ΠΕΦ περιλαμβάνουν: (α) τον καθορισμό ρεαλιστικών τιμών για τα επώνυμα γενόσημα που παράγονται στη χώρα προκειμένου να συνεχιστεί η παραγωγή τους και να παραμείνουν στην αγορά, με στόχο την αποφυγή υποκατάστασής τους από νέα ακριβότερα εισαγόμενα φάρμακα, (β) την εκστρατεία ενημέρωσης των πολιτών και την παροχή οικονομικών κινήτρων σε γιατρούς για τη χρήση των επώνυμων γενόσημων, (γ) τη θέσπιση ενός συγκεκριμένου συστήματος κατευθυντήριων οδηγιών συνταγογράφησης για τη χρήση οικονομικότερων φαρμάκων, πρωτότυπων και γενόσημων, και (δ) την εφαρμογή της λίστας με τιμές αναφοράς και κλιμακωτές εκπτώσεις/επιστροφές από τα φαρμακεία ανάλογα με τον κύκλο εργασιών.

Κατά την άποψη των εμπλεκόμενων φορέων, ιδιαίτερα της φαρμακοβιομηχανίας, το ρυθμιστικό πλαίσιο για τα γενόσημα στη χώρα μας δεν παρέχει –τουλάχιστον μέχρι πρόσφατα– συστηματική υποστήριξη για την ανάπτυξη και προώθηση της συγκεκριμένης αγοράς. Ωστόσο, το ζήτημα της προώθησης των γενόσημων εντάσσεται πλέον στις προτεραιότητες της πολιτικής φαρμάκου, όπως διαπιστώνεται από πρόσφατη εγκύκλιο-οδηγία προς τους νοσοκομειακούς γιατρούς για χορήγηση γενόσημων με στόχο το μερίδιό τους επί της συνολικής

[15] Η αναφορά πιθανότατα αφορά στη συνολική απασχόληση της αγοράς φαρμάκου που περιλαμβάνει και τους απασχολούμενους στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο φαρμάκων.

[16] Αυτό, εξάλλου, έχει διαπιστωθεί από τα δεδομένα του πρώτου υποκεφαλαίου (Πίνακας 11.1) που καλύπτουν όμως ολόκληρο τον κλάδο, δηλαδή και τις πολυεθνικές.

κατανάλωσης φαρμάκων στα δημόσια νοσοκομεία να φθάσει το 30% (με στόχο το 50% σε δύο χρόνια) από περίπου 13% που είναι στο τέλος του 2010. Δέκτες παρόμοιας οδηγίας είναι και τα ασφαλιστικά ταμεία. Ωστόσο κατά την άποψη της ΠΕΦ, αυτή η απόφαση για την προώθηση των γενόσημων θα φέρει αποτελέσματα μόνο εάν ενταχθεί σε ένα συνολικό πλαίσιο φαρμακευτικής πολιτικής.

Πρόσφατη έρευνα της εγχώριας αγοράς (Tsiantou et al., 2009) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η παροχή οικονομικών κινήτρων –κατά κύριο λόγο στους γιατρούς για συνταγογράφηση, και πιθανόν και στους φαρμακοποιούς για τη διάθεση και στους ασθενείς-καταναλωτές για τη χρήση τους– πρέπει να περιλαμβάνεται στα μέτρα για την ανάπτυξη της αγοράς γενόσημων σκευασμάτων. Η υποχρεωτική διεξαγωγή μελετών βιοϊσοδυναμίας έχει διεθνώς αναδειχθεί ως η πλέον σημαντική στρατηγική προώθησης των γενόσημων. Για τη χώρα μας, σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της αγοράς γενόσημων έχουν επίσης παράγοντες όπως η ένταξη των αντίγραφων σκευασμάτων στον κατάλογο των συνταγογραφούμενων φαρμάκων και η τιμή τους σε σχέση με τα αντίστοιχα πρωτότυπα φάρμακα.

Εξάλλου, σύμφωνα με μελέτη που αναφέρεται στις προϋποθέσεις ανάπτυξης της αγοράς των γενόσημων σε αναπτυσσόμενες χώρες (King και Kanavos, 2002), η προώθηση αυτών των σκευασμάτων απαιτεί το συνδυασμό μέτρων και πολιτικών τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και από την πλευρά της ζήτησης. Ανάμεσα σε αυτές, από την πλευρά της προσφοράς συμπεριλαμβάνονται μέτρα που σχετίζονται: (α) με τη διαδικασία ρύθμισης τιμών και αποζημίωσης των γενόσημων που καθιστά εφικτή την είσοδό τους στην αγορά αμέσως μετά τη λήξη της πατέντας των πρωτότυπων, (β) τις τιμές αναφοράς (γ) την τιμολόγηση των πρωτότυπων και (δ) το βαθμό του ανταγωνισμού τιμών στη φαρμακευτική αγορά. Από την πλευρά της ζήτησης, τα μέτρα που προτείνονται στο συγκεκριμένο άρθρο εστιάζονται κατά κύριο λόγο στην ενημέρωση των γιατρών και στον επηρεασμό της συνταγογραφικής συμπεριφοράς τους και δευτερευόντως στη θέσπιση διαφοροποιημένης συμμετοχής των καταναλωτών-ασθενών στο κόστος, ανάλογα με τη διαφορά τιμής μεταξύ γενόσημου και αντίστοιχου πρωτότυπου σκευάσματος. Ειδικά για χώρες όπως η Ελλάδα, όπου απαιτείται περιορισμός της φαρμακευτικής δαπάνης για λόγους δημοσιονομικής εξυγίανσης, η αξιοποίηση της εμπειρίας των χωρών που έχουν επιτύχει σημαντική διείσδυση των γενόσημων στην φαρμακευτική κατανάλωση θεωρείται χρήσιμη αν όχι επιτακτική, με την προϋπόθεση ότι λαμβάνονται υπόψη οι τοπικές συνθήκες προκειμένου να διασφαλιστεί η αποδοχή τους από τους εμπλεκόμενους φορείς.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, σε Έκθεση που ολοκληρώθηκε και δημοσιοποιήθηκε τον Ιούνιο του 2009 (European Commission, Competition DG, 2009), παρουσιάζει τα συμπεράσματα μίας ιδιαίτερα σημαντικής έρευνας[17]

[17] Η απόφαση της Επιτροπής (15/1/2008) για έναρξη έρευνας στο φαρμακευτικό κλάδο βασίσθηκε στο άρθρο 17 του Κανονισμού 1/2003 του Συμβουλίου το οποίο προβλέπει: «Όταν

σχετικά με το κατά πόσο στην αγορά των φαρμάκων επικρατούν συνθήκες που δυσχεραίνουν τον ανταγωνισμό. Το θέμα προς διερεύνηση συνδεόταν κυρίως με την ανταγωνιστική σχέση μεταξύ παραγωγών πρωτότυπων και γενόσημων φαρμάκων αλλά και μεταξύ επιχειρήσεων παραγωγής αποκλειστικά πρωτότυπων σκευασμάτων.

Σύμφωνα με την Έκθεση, η οποία αφορούσε στα φάρμακα που χορηγούνται με ιατρική συνταγή για ανθρώπινη χρήση, υπάρχουν σοβαρές ενδείξεις ότι ο ανταγωνισμός στην αγορά των φαρμάκων δεν λειτουργεί ικανοποιητικά στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στις ενδείξεις αυτές περιλαμβάνονται οι παρατηρηθείσες σχετικά μεγάλης διάρκειας καθυστερήσεις στην είσοδο γενόσημων σκευασμάτων στην αγορά καθώς και η διαφαινόμενη ύφεση στον τομέα της καινοτομίας, όπως αποδεικνύεται από το σχετικά μικρό αριθμό νέων φαρμάκων που εισέρχονται στην αγορά.

Οι βασικές διαπιστώσεις της Έκθεσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ειδικά όσον αφορά στην είσοδο και τη διείσδυση των γενόσημων στη φαρμακευτική αγορά είναι:

Οι εταιρείες παραγωγής πρωτότυπων φαρμάκων χρησιμοποιούν διάφορες στρατηγικές προκειμένου να επιτύχουν επιμήκυνση της εμπορικής ζωής των προϊόντων τους. Μία από τις επικρατέστερες πρακτικές είναι η κατάθεση πολλαπλών ή τμηματικών αιτήσεων διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας για το ίδιο φάρμακο, και στη συνέχεια η προσφυγή στη δικαιοσύνη, με τη συνήθη τακτική των ενστάσεων και προσφυγών, για την εξασφάλιση των σχετικών δικαιωμάτων, με βασικό στόχο την καθυστέρηση ή/και την παρακώληση της εισόδου γενόσημων σκευασμάτων στην αγορά. Μία άλλη στρατηγική σχετίζεται με τις συμφωνίες μεταξύ εταιρειών πρωτότυπων και αντίγραφων φαρμάκων για την πώληση ή διανομή γενόσημων σκευασμάτων, με πιθανή επιδίωξη την πρόληψη του ανταγωνισμού από αυτά (δηλαδή τα αντίγραφα). Επιπλέον, δεδομένου ότι και για τα αντίγραφα σκευάσματα απαιτείται άδεια κυκλοφορίας καθώς επίσης ότι στα περισσότερα κράτη-μέλη (όπως και στη χώρα μας) το καθεστώς τιμολόγησης και ασφαλιστικής κάλυψής τους καθορίζεται πριν την κυκλοφορία τους, ορισμένες εταιρείες παραγωγής πρωτότυπων φαρμάκων παρεμβαίνουν στις αρμόδιες αρχές αδειοδότησης ισχυριζόμενες ότι τα γενόσημα είναι κατώτερης ποιότητας φάρμακα και συνεπώς λιγότερο ασφαλή και αποτελεσματικά. Όλες οι προαναφερθείσες πρακτικές εξετάζονται διεξοδικά από τα αρμόδια όργανα της Επιτροπής, γιατί ενδεχομένως συνιστούν παραβίαση της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όπως επισημαίνεται στην Έκθεση, σε περιπτώσεις όπου υπάρχουν ενδείξεις ότι οι πρακτικές που ακολουθούνται

η πορεία των εμπορικών συναλλαγών μεταξύ κρατών-μελών, η δυσκαμψία των τιμών ή άλλες περιστάσεις δημιουργούν υπόνοιες για πιθανό περιορισμό ή στρέβλωση του ανταγωνισμού στο εσωτερικό της κοινής αγοράς, η Επιτροπή δύναται να διεξαγάγει την έρευνά της σε συγκεκριμένο κλάδο της οικονομίας ή σε συγκεκριμένους τύπους συμφωνιών σε διάφορους κλάδους.»

νοθεύουν τον ανταγωνισμό, τότε η Επιτροπή σε συνεργασία με τις εθνικές αρχές προβαίνουν στις απαραίτητες παρεμβάσεις για τον έλεγχό τους.

Η χρονική υστέρηση για την είσοδο των γενόσημων σκευασμάτων στην αγορά μετά την απώλεια αποκλειστικής εκμετάλλευσης των αρχέτυπων φαρμάκων ήταν, κατά μέσο σταθμισμένο όρο, μεγαλύτερη από επτά μήνες κατά την εξεταζόμενη περίοδο 2000-2007, με σημαντικές διακυμάνσεις μεταξύ χωρών ή/και φαρμακευτικών προϊόντων. Η τιμή στην οποία οι εταιρείες παραγωγής γενόσημων άρχισαν να διαθέτουν τα προϊόντα τους στην αγορά ήταν 25% χαμηλότερη από την τιμή των πρωτότυπων (πριν τη λήξη της πατέντας). Δύο χρόνια αργότερα οι τιμές των αντίγραφων ήταν κατά μέσον όρο 40% χαμηλότερες, ενώ με την είσοδο των γενόσημων στην αγορά και οι τιμές των αρχέτυπων σκευασμάτων δείχνουν μειωτική τάση. Το μερίδιο αγοράς των αντίγραφων φαρμάκων σε όρους όγκου πωλήσεων ήταν 30% στο τέλος του πρώτου χρόνου κυκλοφορίας τους και 45% μετά από δύο έτη. Παράλληλα η μέση εξοικονόμηση για τα συστήματα υγείας φθάνει το 20% ένα χρόνο μετά τη λήξη της πατέντας και 25% μετά από δύο χρόνια, με σημαντικές διαφορές μεταξύ των κρατών-μελών για τα διάφορα φάρμακα. Τέλος, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Έκθεσης της Ε.Ε., οι οικονομίες από την κυκλοφορία των γενόσημων θα ήταν 20% μεγαλύτερες από τις πραγματοποιηθείσες, εάν η είσοδός τους στην αγορά είχε πραγματοποιηθεί αμέσως μετά την απώλεια της αποκλειστικής εκμετάλλευσης των πρωτότυπων φαρμάκων.

Σύμφωνα με την Έκθεση, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί ότι η είσοδος των γενόσημων φαρμάκων στην αγορά πρέπει να γίνεται χωρίς περιττές ή αδικαιολόγητες καθυστερήσεις, ειδικά στα κράτη-μέλη που επιθυμούν να αξιοποιήσουν τη δυνατότητα πραγματοποίησης οικονομιών μέσω της χρήσης γενόσημων. Ταυτόχρονα προτείνεται η λήψη μέτρων που διευκολύνουν αφενός τη διείσδυση τους στην αγορά και αφετέρου τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στις τιμές μεταξύ των παραγωγών των προϊόντων αυτών, με το βασικό επιχείρημα ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών παραγωγής γενόσημων διεξάγεται κατά βάση σε όρους τιμών.

Το κύριο πόρισμα της έρευνας είναι ότι πράγματι ο ανταγωνισμός (μεταξύ πρωτότυπων και γενόσημων) στον τομέα δυσχεραίνεται μέσω μίας πληθώρας στρατηγικών μεθοδεύσεων που χρησιμοποιούν οι φαρμακοβιομηχανίες πρωτότυπων σκευασμάτων προκειμένου να παρατείνουν, για όσο το δυνατόν μεγαλύτερο διάστημα, την εμπορική ζωή των πατενταρισμένων φαρμάκων και κατά συνέπεια τη ροή προσόδου από την κυκλοφορία τους. Έτσι παρεμποδίζεται η είσοδος στην αγορά των γενόσημων, με αποτέλεσμα την επιβάρυνση τόσο των ασφαλιστικών ταμείων όσο και των ασθενών-καταναλωτών.

Όσον αφορά στις ανταγωνιστικές σχέσεις στο φαρμακευτικό τομέα το βασικό συμπέρασμα της έρευνας συμπυκνώνεται ως εξής: «Οποιαδήποτε δράση των δημόσιων αρχών στο φαρμακευτικό κλάδο θα πρέπει να στοχεύει στη δημιουργία ανταγωνιστικού περιβάλλοντος το οποίο να διασφαλίζει ότι οι πολίτες της Ευρώπης έχουν πρόσβαση σε καινοτόμα, ασφαλή και προσιτά φάρμακα χωρίς αδικαιολόγητες καθυστερήσεις. Γι' αυτό το σκοπό τόσο η

επιβολή της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού όσο και τα κανονιστικά μέτρα μπορούν και πρέπει να θεωρηθούν ότι βελτιώνουν τη λειτουργία της αγοράς προς όφελος των καταναλωτών.»

Τέλος, η Επιτροπή καλεί τα κράτη-μέλη να υιοθετήσουν πολιτικές και μέτρα, στο βαθμό που δεν το έχουν ήδη πράξει, που να διευκολύνουν τη διείσδυση και συνεπώς τον ανταγωνισμό των γενόσημων. Ανάμεσα σε αυτές τις πολιτικές εντάσσεται και η θέσπιση διατάξεων τόσο ως προς τις άδειες κυκλοφορίας (για παράδειγμα η αμοιβαία μεταξύ χωρών αναγνώριση αδειών κυκλοφορίας) όσο και η συμμόρφωση με την κοινοτική οδηγία ως προς τις ανώτατες προθεσμίες για την τιμολόγηση και ασφαλιστική κάλυψη των γενόσημων σκευασμάτων.

Οι ειδικοί στο χώρο της υγείας θεωρούν ότι, μέσα στην επόμενη πενταετία, η φαρμακευτική αγορά σε όλες τις χώρες θα επηρεαστεί από μία σειρά από ενέργειες μείωσης του κόστους προκειμένου να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα των συστημάτων κοινωνικής ασφάλισης. Ανάμεσα σε αυτές, η αυξημένη χρήση των ουσιωδώς όμοιων φαρμάκων θα έχει καθοριστική σημασία στα πλαίσια της φαρμακευτικής πολιτικής.

Στη χώρα μας, η αγορά των γενόσημων σκευασμάτων χαρακτηρίζεται από παραμέτρους που ενισχύουν τον ανταγωνισμό στο φαρμακευτικό τομέα με αποτέλεσμα οι προοπτικές ανάπτυξης να χαρακτηρίζονται θετικές. Αυτά τα στοιχεία περιλαμβάνουν: (α) τη χαμηλή, σχετικά με άλλες χώρες, διείσδυση αυτών των προϊόντων στην εγχώρια αγορά που σημαίνει ότι υπάρχει μεγάλο περιθώριο για αυξημένη χρήση τους, (β) το γεγονός ότι τα γενόσημα αποτελούν το βασικό αντικείμενο παραγωγής των ελληνικής ιδιοκτησίας φαρμακο-βιομηχανιών με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας και νέων θέσεων εργασίας και (γ) τις χαμηλότερες, συγκριτικά με τα πρωτότυπα φάρμακα, τιμές των αντίγραφων φαρμάκων που μειώνουν τη φαρμακευτική δαπάνη και συνεπώς το κόστος της ασφαλιστικής κάλυψης για τους φορείς κοινωνικής ασφάλισης. Σε αυτές τις παραμέτρους προστίθεται το γεγονός ότι στις προτεραιότητες της φαρμακευτικής πολιτικής έχει ενταχθεί πλέον η αυξημένη χρήση των γενόσημων σκευασμάτων κυρίως για λόγους δημοσιονομικής εξυγίανσης. Όλα αυτά τα στοιχεία αποτελούν ενθαρρυντικές ενδείξεις για την ανάπτυξη της αγοράς των γενόσημων φαρμάκων στη χώρα μας.

11.2.4. Ζήτηση

Η πλευρά της ζήτησης φαρμακευτικών σκευασμάτων προσεγγίζεται: (α) με βάση τη συνολική δαπάνη για φάρμακα και λοιπά φαρμακευτικά είδη που καταναλώνουν οι ασθενείς και (β) μέσω μίας εκτίμησης για τη φαινομενική κατανάλωση. Πιο αναλυτικά, η συνολική φαρμακευτική δαπάνη, που διακρίνεται σε δημόσια και ιδιωτική, περιλαμβάνει όλα τα συνταγογραφούμενα και μη συνταγογραφούμενα φάρμακα (ΜΗΣΥΦΑ[18]) και λοιπά συναφή είδη, είτε είναι

[18] Επισημαίνεται ότι τα ΜΗΣΥΦΑ (ή ΜΥΣΥΦΑ: μη υποχρεωτικώς συνταγογραφούμενα φάρμακα) δεν αποζημιώνονται από τους ασφαλιστικούς οργανισμούς.

πρωτότυπα είτε είναι γενόσημα. Σε αυτή την ενότητα, γίνεται αναφορά στην ιδιωτική φαρμακευτική δαπάνη η οποία περιλαμβάνει τις ίδιες δαπάνες, τα ποσοστά συμμετοχής των ασφαλισμένων καθώς και την αποζημίωση μέρους της δαπάνης από τις ιδιωτικές ασφαλιστικές επιχειρήσεις. Η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη αποτελεί αντικείμενο ανάλυσης σε ξεχωριστό υποκεφάλαιο.

Η ιδιωτική φαρμακευτική δαπάνη προσεγγίζεται με βάση τα σχετικά δεδομένα που προέρχονται από τις Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ). Έτσι, στον Πίνακα 11.8 καταγράφεται η ποσοστιαία κατανομή των επιμέρους μέσων μηνιαίων ιδιωτικών δαπανών υγείας ανά νοικοκυριό, όπως προκύπτουν από τις ΕΟΠ[19].

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.8

Ποσοστιαία κατανομή των επιμέρους ιδιωτικών δαπανών υγείας ως προς τις συνολικές ιδιωτικές δαπάνες υγείας

Δαπάνες υγείας	Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών			
	1993/1994	1998/1999	2004/2005	2008
Φάρμακα, φαρμ. είδη, θεραπ. συσκευές	21,6	18,7	19,9	23,2
Υπηρεσίες ιατρών	66,0	68,9	65,7	61,6
Νοσοκομειακή περίθαλψη	12,4	12,4	14,4	15,2
Σύνολο δαπανών υγείας	100,0	100,0	100,0	100,0
Μέση μηνιαία δαπάνη υγείας νοικοκ.(€)	48,23	94,3	128,17	142,10
Συνολική μέση μηνιαία δαπάνη νοικοκ. (€)	851,66	1.383,24	1.792,28	2.117,7
Δαπάνη υγείας ως % στη συνολική δαπάνη	5,66	6,82	7,15	6,71
Δαπάνη για φάρμακα ως % στη συν. δαπάνη	1,22	1,27	1,42	1,56

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Οι δαπάνες για φάρμακα, φαρμακευτικά είδη, θεραπευτικές συσκευές και εξοπλισμό, αφορούν στα ποσά που πλήρωσε το μέσο νοικοκυριό, κατά την περίοδο διενέργειας των ΕΟΠ, αφού αφαιρέθηκε από τη συνολική αξία τους το ποσό που επιστρέφεται ή πρόκειται να επιστραφεί από τον ασφαλιστικό οργανισμό. Από τα δεδομένα του πίνακα προκύπτει ότι το ποσοστό της ιδιωτικής δαπάνης για φάρμακα στο σύνολο των δαπανών υγείας παρουσιάζει σημαντική μείωση από το 1994 στο 1998 ενώ, αντίθετα, αυξάνεται το 2004 και πολύ περισσότερο το 2008. Ακριβώς αντίστροφη πορεία εμφανίζουν οι ιατρικές δαπάνες, η δε συμμετοχή της νοσοκομειακής περίθαλψης σημειώνει μεγάλη αύξηση το 2004/05 και στη συνέχεια το 2008, σύμφωνα με τις δύο τελευταίες ΕΟΠ.

Είναι σαφές ότι τα φάρμακα[20] και συναφή προϊόντα αντιπροσωπεύουν όλο και μεγαλύτερο ποσοστό της συνολικής ιδιωτικής δαπάνης υγείας, και κατ'

[19] Από το 2008 η έρευνα είναι ετήσια και συνεχής, ενώ μέχρι τότε διενεργείτο περίπου ανά πενταετία. Τα αποτελέσματα της ΕΟΠ 2008 δημοσιοποιήθηκαν τον Οκτώβριο του 2010.

[20] Τα φάρμακα, από μόνα τους, αντιπροσωπεύουν το 82,4% στην κατηγορία 'φάρμακα φαρμακευτικά είδη, θεραπευτικές συσκευές και εξοπλισμός', σύμφωνα με την ΕΟΠ του 2004/2005.

επέκταση και του συνολικού μεγέθους της ιδιωτικής κατανάλωσης, κατά την περίοδο 1998/1999 έως και το 2008.

Από την άλλη πλευρά, η εγχώρια καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών για φάρμακα και συναφή σκευάσματα εμφανίζεται, σύμφωνα με τα εθνικολογιστικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, με μειούμενο ποσοστό συμμετοχής τόσο στο αντίστοιχο μέγεθος των δαπανών υγείας, όσο και στο σύνολο της κατανάλωσης, όπως φαίνεται στον Πίνακα 11.9. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τα ευρήματα των ΕΟΠ, όπου η ιδιωτική δαπάνη των νοικοκυριών για φάρμακα παρουσιάζει αυξανόμενη συμμετοχή στις ιδιωτικές δαπάνες υγείας καθώς και στο σύνολο της καταναλωτικής δαπάνης[21].

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.9

Ιδιωτική καταναλωτική δαπάνη: Φάρμακα

Έτη	Φαρμακευτική δαπάνη (εκατ. €)	Ως % στη δαπάνη υγείας	Ως % στη συνολική καταν/κή δαπάνη
2000	1.806	39,7	1,75
2001	1.807	36,0	1,63
2002	1.893	31,8	1,58
2003	1.907	28,3	1,50
2004*	2.011	27,3	1,47
2005*	2.096	26,5	1,42
2006*	2.212	26,1	1,39
2007*	2.383	25,9	1,41
2008*	2.481	25,4	1,37
2009*	2.496	25,2	1,39

* Προσωρινά στοιχεία.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Εθνικών Λογαριασμών. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η δεύτερη προσέγγιση προκειμένου να εκτιμηθεί η εγχώρια ζήτηση για φάρμακα σχετίζεται, όπως προαναφέρθηκε, με τη φαινομενική κατανάλωση, η οποία ισούται με το άθροισμα της παραγωγής και των εισαγωγών μείον την αξία των εξαγωγών φαρμακευτικών προϊόντων[22]. Ο Πίνακας 11.10, με πρωτογενή πηγή στοιχείων τη στατιστική υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (EUROSTAT), δείχνει την εξέλιξη των σχετικών μεγεθών. Είναι αξιοπρόσεκτη τόσο η ιδιαίτερα μεγάλη συμμετοχή των εισαγόμενων φαρμάκων στην εγχώρια κατανάλωση, όσο και ο έντονος εξαγωγικός χαρακτήρας του κλάδου. Στην περίπτωση του συγκεκριμένου κλάδου, ωστόσο, είναι ακριβέστερο να γίνεται

[21] Σύμφωνα με τους αρμόδιους της ΕΛΣΤΑΤ, ένα μέρος της παρατηρούμενης διαφοράς οφείλεται στους διαφορετικούς τρόπους καταγραφής της δαπάνης για φαρμακευτικά προϊόντα μεταξύ των ΕΟΠ και των Εθνικών Λογαριασμών (δηλαδή της ιδιωτικής καταναλωτικής δαπάνης κατά λειτουργικές διακρίσεις). Επίσης σημειώνεται ότι τα εθνικολογιστικά μεγέθη, που είναι ούτως ή άλλως προσωρινά για την περίοδο 2004-2009, αναφέρονται στην εγχώρια ιδιωτική φαρμακευτική δαπάνη και όχι στην εθνική (όπως στις ΕΟΠ).

[22] Στα στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών, που αντιστοιχούν στο διψήφιο κωδικό 54 της Τυποποιημένης Ταξινόμησης Διεθνούς Εμπορίου, συμπεριλαμβάνονται και τα κτηνιατρικά φάρμακα, ενώ η παραγωγή περιλαμβάνει μόνον φάρμακα για ανθρώπινη χρήση.

αναφορά σε έντονη εξαγωγική δραστηριότητα παρά σε εξαγωγικό προσανατολισμό της εγχώριας παραγωγής, λόγω του φαινομένου των παράλληλων εξαγωγών που συνίσταται κατά κύριο λόγο σε επανεξαγωγή εισαγόμενων σκευασμάτων (βλέπε, σχετικά, το τμήμα για το παράλληλο εμπόριο).

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.10

Φαινομενική κατανάλωση φαρμακευτικών προϊόντων

(αξίες σε εκατ. €)

Έτη	Παραγωγή	Εξαγωγές	Εισαγωγές	Φαινομενική κατανάλωση
2000	337	283	1.335	1.388
2001	372	406	1.460	1.426
2002*	431	275	874	1.030
2003	450	556	1.929	1.823
2004	515	682	2.250	2.082
2005	677	934	2.736	2.479
2006	711	904	2.943	2.749
2007	802	942	3.351	3.211
2008	866	863	3.653	3.656
Μ.ρ.μ.	12,5	15,0	13,4	12,9

* : Τα στοιχεία του 2002 για τις εξαγωγές και τις εισαγωγές δείχνουν ασυνέχεια.

Πηγή: EUROSTAT (για την παραγωγή, τις εισαγωγές και τις εξαγωγές). Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Από την παράθεση των δεδομένων αναδύεται τόσο η ιδιαίτερα μεγάλη συμμετοχή των εισαγόμενων φαρμάκων στην εγχώρια κατανάλωση, όσο και ο έντονος εξαγωγικός χαρακτήρας του κλάδου[23]. Στην περίπτωση του συγκεκριμένου κλάδου, ωστόσο, είναι ακριβέστερο να γίνεται αναφορά σε έντονη εξαγωγική δραστηριότητα παρά σε εξαγωγικό προσανατολισμό της εγχώριας παραγωγής, λόγω του φαινομένου των παράλληλων εξαγωγών που συνίσταται κατά κύριο λόγο σε επανεξαγωγή εισαγόμενων σκευασμάτων (βλέπε, σχετικά, το τμήμα για το παράλληλο εμπόριο).

Παρόμοια συμπεράσματα προκύπτουν, όσον αφορά στην εισαγωγική διείσδυση, και από στοιχεία που προέρχονται από εσωτερική πηγή, συγκεκριμένα από το Ινστιτούτο Φαρμακευτικής Έρευνας και Τεχνολογίας (ΙΦΕΤ), τα οποία όμως καλύπτουν μόνο τη δεκαπενταετία 1990 - 2004[24]. Τα εισαγόμενα φαρμακευτικά σκευάσματα καλύπτουν, όπως φαίνεται στον Πίνακα 11.11, όλο και μεγαλύτερο τμήμα της εσωτερικής αγοράς, με αντίστροφη προφανώς πορεία για τα εγχωρίως παραγόμενα και συσκευαζόμενα φάρμακα. Οι αντίστοιχοι ρυθμοί μεταβολής αυτό ακριβώς επιβεβαιώνουν. Σύμφωνα με δευτερογενή πηγή, συγκεκριμένα το ΙΟΒΕ, το μερίδιο των εισαγόμενων φαρμάκων κυμαίνεται γύρω στο 75% με 80% κατά τα τελευταία χρόνια.

[23] Σε όλα τα ενημερωτικά υπομνήματα της Πανελλήνιας Ένωσης Φαρμακοβιομηχανιών αλλά και του Συνδέσμου Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος τονίζεται ο έντονος εξαγωγικός χαρακτήρας του κλάδου.

[24] Τα σχετικά στοιχεία είναι αναρτημένα στον ιστότοπο του ΙΦΕΤ, το οποίο δεν δημοσιοποιεί παρόμοια μεγέθη για την μετά το 2004 περίοδο. Το ΙΦΕΤ υπάγεται στον ΕΟΦ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.11
Πωλήσεις φαρμάκων κατά προέλευση

Έτη	Εισαγόμενα	Παραγόμενα	Συσκευαζόμενα	Σύνολο πωλήσεων (εκατ. €)
	Ως % στο σύνολο των πωλήσεων			
1990	30,9	55,4	13,8	498
1991	34,6	50,8	14,6	634
1992	37,1	47,9	15,0	824
1993	38,5	46,1	15,5	1.059
1994	40,1	42,2	17,6	1.250
1995	41,9	40,9	17,2	1.457
1996	45,6	37,9	16,4	1.717
1997	48,2	35,3	16,5	1.879
1998	51,2	33,9	14,9	1.763
1999	53,4	30,9	15,3	2.123
2000	56,8	27,4	14,6	2.572
2001	61,8	24,2	12,1	3.135
2002	67,3	21,3	10,9	3.762
2003	69,9	19,5	10,1	4.330
2004	73,3	17,6	8,8	4.999
Μέσος ρυθμός μεταβολής αξίας	25,4	8,6	14,2	17,9

* Ένας μικρός αριθμός φαρμάκων δεν έχει ταξινομηθεί σε παραγόμενα, εισαγόμενα ή συσκευαζόμενα που όμως περιλαμβάνονται στις συνολικές πωλήσεις φαρμάκων.
Πηγή: Ινστιτούτο Φαρμακευτικής Έρευνας και Τεχνολογίας (ιστοσελίδα).

Οι εξελίξεις αυτές συναρτώνται άμεσα με τη βιωσιμότητα της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας και ό,τι αυτό συνεπάγεται για τις μελλοντικές προοπτικές του κλάδου. Η βαθμιαία υποκατάσταση των εγχωρίως παραγόμενων φαρμάκων από τα εισαγόμενα είναι πράγματι ζωτικής σημασίας θέμα, που πρέπει να συνυπολογισθεί στα πλαίσια μίας ολοκληρωμένης φαρμακευτικής πολιτικής.

11.2.5. Δείκτες τιμών καταναλωτή και παραγωγού

Όπως διαπιστώνεται από τα δεδομένα του Πίνακα 11.12, ο δείκτης τιμών καταναλωτή για τα φαρμακευτικά σκευάσματα[25] σημειώνει, κατά τη δεκαετία 2000-2009, οριακή μόνον αύξηση, σε αντίθεση με την πλειονότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που συνυπολογίζονται στην κατάρτιση του γενικού δείκτη. Έτσι, ο μέσος ρυθμός μεταβολής για τα φάρμακα είναι, κατά την περίοδο αυτή, μόλις 1%, έναντι μέσης ετήσιας αύξησης της τάξης του 3,7% για τη συνολική δαπάνη υγείας, και 3,2% για το γενικό δείκτη τιμών καταναλωτή. Ως αποτέλεσμα των διαφοροποιημένων ρυθμών, το επίπεδο του δείκτη για τα φάρμακα καταλήγει να είναι χαμηλότερο, κατά τα τελευταία χρόνια, από το αντίστοιχο του γενικού δείκτη καταναλωτή. Είναι απαραίτητο να επισημανθεί,

[25] Συμπεριλαμβάνονται και οι θεραπευτικές συσκευές, για τις οποίες ο δείκτης κινείται διαχρονικά σε υψηλότερο επίπεδο από τα φάρμακα.

ωστόσο, ότι οι λιανικές τιμές των φαρμάκων δεν διαμορφώνονται στην αγορά, αλλά είναι διοικητικά καθοριζόμενες, όπως διευκρινίζεται στο υποκεφάλαιο με τίτλο «Θεσμικό πλαίσιο».

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.12

Διαχρονική εξέλιξη δείκτη τιμών καταναλωτή (2005=100)

Έτη	Φάρμακα, φαρμ/κά είδη	Υπηρεσίες ιατρών	Νοσοκ/κή περίθαλψη	Υγεία (σύνολο)	Γενικός ΔΤΚ
2000	93,9	78,6	82,8	81,8	84,62
2001	94,5	80,8	86,7	84,1	87,48
2002	95,8	85,5	90,3	88,1	90,65
2003	98,2	89,7	94,2	91,9	93,86
2004	98,9	95,4	96,1	96,1	96,58
2005	100,0	100,0	100,0	100,0	100,00
2006	100,5	102,7	105,2	102,7	103,20
2007	100,9	106,5	108,5	105,8	106,18
2008	102,0	110,6	114,5	109,6	110,59
2009	102,5	114,1	120,3	112,9	111,93
Μέσος ρυθμός μεταβολής	1,0	4,2	4,2	3,7	3,2
Συντελεστές στάθμισης	14,9	46,2	13,5	74,5	1000,0

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Οικονομικών και Βραχυχρόνιων Δεικτών. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στο δείκτη τιμών παραγωγού (Πίνακας 11.13) στον κλάδο του φαρμάκου. Ο συγκεκριμένος δείκτης[26], με δεδομένο τον καθορισμό των χονδρικών τιμών (καθώς και των λιανικών, όπως ήδη προαναφέρθηκε) μέσω ρυθμιστικών παρεμβάσεων από πλευράς της πολιτείας, δεν αντανακλά την εξέλιξη των βασικών τιμών των φαρμακευτικών προϊόντων στο στάδιο παραγωγής, όπως συμβαίνει στους υπόλοιπους κλάδους της μεταποίησης. Ως εκ τούτου, δεν μπορεί να αποτελέσει τη βάση για συγκριτική εξέταση, όσον αφορά στο κόστος παραγωγής, με τον αντίστοιχο δείκτη της μεταποίησης. Έτσι η χρησιμότητά του αφορά μόνο στη διαχρονική του πορεία έναντι της σχετικής εξέλιξης των βασικών τιμών του συνόλου του μεταποιητικού τομέα.

Είναι σαφές, από τα δεδομένα του Πίνακα 11.13, ότι ο δείκτης τιμών παραγωγού του κλάδου των φαρμάκων παρουσιάζει μικρή μόνο αυξητική τάση στην εγχώρια αγορά και στασιμότητα στην εξωτερική αγορά[27], ενώ αντίθετα, ο αντίστοιχος συνολικός δείκτης της μεταποίησης εμφανίζει σημαντικά υψηλότερη άνοδο.

[26] Σημειώνεται ότι ο δείκτης τιμών παραγωγού βασίζεται σε στοιχεία επιχειρήσεων οι οποίες έχουν παραγωγική δραστηριότητα, δηλαδή έχουν συμμετοχή στην μεταποιητική διαδικασία συμβάλλοντας έτσι στην όποια προστιθέμενη αξία του κλάδου. Αυτό, ωστόσο, στον φαρμακευτικό κλάδο δεν ισχύει, γιατί οι τιμές προέρχονται από το Υπουργείο Ανάπτυξης, είναι δηλαδή διοικητικά καθοριζόμενες.

[27] Σημειώνεται ότι ο δείκτης τιμών παραγωγού για την εξωτερική αγορά διαφοροποιείται μεταξύ χωρών Ευρωζώνης και τρίτων χωρών, για τα φαρμακευτικά προϊόντα. Αυτό πιθανόν και να οφείλεται στη διαδικασία των παράλληλων εξαγωγών οι οποίες κατευθύνονται κατά κύριο λόγο στις βόρειες χώρες της Ευρωζώνης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.13

Δείκτης τιμών παραγωγού (2005=100): Φαρμακευτικά προϊόντα και Σύνολο μεταποίησης

Έτη	Για την εγχώρια και την εξωτερική αγορά		Για την εγχώρια αγορά		Για την εξωτερική αγορά: Σύνολο χωρών		Για την εξωτερική αγορά: χώρες ευρωζώνης		Για την εξωτερική αγορά: χώρες εκτός ευρωζώνης	
	Φαρμακευτικά	Μεταποίηση	Φαρμακευτικά	Μεταποίηση	Φαρμακευτικά	Μεταποίηση	Φαρμακευτικά	Μεταποίηση	Φαρμακευτικά	Μεταποίηση
2000	101,2	86,1	98,7	84,0	105,7	90,4				
2001	101,3	88,2	98,2	86,9	108,4	90,9				
2002	100,8	89,8	98,2	88,7	105,9	91,9				
2003	100,7	91,0	99,3	90,6	101,3	91,7				
2004	100,0	94,8	99,9	94,0	100,1	96,4	100,0	99,2	100,3	93,9
2005	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2006	100,6	107,0	100,5	107,9	100,9	104,8	100,0	103,4	104,0	105,8
2007	101,6	110,7	101,4	111,7	101,9	107,8	100,1	104,9	107,9	109,8
2008	102,1	120,5	102,8	122,6	101,1	114,6	98,6	109,2	108,0	118,5
2009	103,2	112,2	103,0	113,8	103,5	107,8	101,9	106,9	107,9	108,5
Μ.ρ.μ.	0,22	2,99	0,47	3,43	-0,23	1,98	0,38	1,51	1,48	2,94

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Δείκτες Βιομηχανίας. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Η διαφοροποίηση μεταξύ του δείκτη των φαρμάκων και του γενικού δείκτη τιμών παραγωγού οφείλεται κατά κύριο λόγο στο γεγονός ότι οι τιμές των φαρμακευτικών σκευασμάτων δεν διαμορφώνονται στην αγορά βάσει στοιχείων κόστους αλλά είναι αποτέλεσμα της ρυθμιστικής παρέμβασης της πολιτείας. Έτσι η πολιτεία, με το σύστημα τιμολόγησης που εφαρμόζει, συντελεί στο να καθορίζεται η τιμή παραγωγού στον κλάδο σε χαμηλότερο επίπεδο από τις μέσες τιμές που διαμορφώνονται, βάσει κοστολογικών στοιχείων, στο σύνολο της μεταποίησης. Με δεδομένο ότι ο κλάδος παραγωγής φαρμάκων ανήκει στην κατηγορία εκείνων που χαρακτηρίζονται υψηλής τεχνολογίας - που σημαίνει, λογικά, ότι επιβαρύνεται με υψηλότερο μέσο μισθολογικό κόστος[28], λόγω υψηλής εξειδίκευσης, και κεφαλαιουχικό εξοπλισμό σύγχρονης τεχνολογίας παραγωγής - θεωρείται απίθανο το κόστος παραγωγής των φαρμακευτικών προϊόντων να υπολείπεται του αντίστοιχου μέσου για το σύνολο του μεταποιητικού τομέα. Από την άλλη πλευρά, η επιδότηση των ασθενών-καταναλωτών, μέσω χαμηλών λιανικών τιμών για τα φάρμακα, θεωρείται δεδομένη και αποτελεί έμμεσο αν όχι ρητό στόχο της πολιτείας στα πλαίσια της φαρμακευτικής πολιτικής και της εν γένει πολιτικής παροχών υγείας.

Η συγκριτική εξέταση των δύο δεικτών, των τιμών καταναλωτή και των τιμών παραγωγού των φαρμακευτικών προϊόντων[29], που διαμορφώνονται υπό ένα καθεστώς κεντρικά προσδιορισμένων τιμών, παρουσιάζει ενδιαφέρον. Ο μέσος ρυθμός μεταβολής στις τιμές παραγωγού είναι ακόμη χαμηλότερος από τον αντίστοιχο των τιμών καταναλωτή, κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Διαπιστώνεται συνεπώς ότι το σύστημα τιμολόγησης που ακολουθείται καταλήγει σε χαμηλότερες χονδρικές και λιανικές τιμές των φαρμάκων σε σχέση, αντίστοιχα, με τις μέσες τιμές παραγωγού για το σύνολο της μεταποίησης καθώς και με το γενικό δείκτη τιμών καταναλωτή.

Εξάλλου, η παρέμβαση της πολιτείας ως ρυθμιστικής αρχής για τον καθορισμό των περιθωρίων κέρδους στην αλυσίδα διανομής των φαρμακευτικών προϊόντων (από τον παραγωγό στον καταναλωτή) συμπυκνώνεται στον ακόλουθο Πίνακα 11.14, όπου επίσης παρατίθεται και η δομή της μέσης τιμής φαρμάκων στις ευρωπαϊκές χώρες.

[28] Τα στοιχεία του Πίνακα 11.2 επιβεβαιώνουν το συγκεκριμένο επιχείρημα.

[29] Σημειώνεται ότι ο συντελεστής συσχέτισης μεταξύ του δείκτη τιμών καταναλωτή και του δείκτη τιμών παραγωγού για την εγχώρια αγορά είναι 0,92.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.14
Δομή τιμής φαρμακευτικών προϊόντων

	Ελλάδα 2005-2009	Ευρώπη*			
		2004	2006	2007	2008
Παραγωγός	62,7	63,3	65,0	64,2	63,6
Χονδρέμπορος	5,3	6,6	6,4	6,5	6,3
Φαρμακοποιός	23,8	20,4	19,8	20,9	21,6
ΦΠΑ (Κράτος)	8,2	9,8	8,9	8,4	8,5
Σύνολο	100	100	100	100	100

* Μη σταθμισμένος μέσος των χωρών της Ευρώπης. Εκτίμηση EFPIA.
Πηγή: (α) Για την Ελλάδα: Ισχύουσα αγορανομική διάταξη 6/2005. (β) Για την Ευρώπη: EFPIA (Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Φαρμακευτικών Βιομηχανιών και Συνδέσμων).

Όπως διαπιστώνεται, η διαμόρφωση της τελικής τιμής φαρμάκων στην Ελλάδα, σύμφωνα με την ισχύουσα αγορανομική διάταξη 6/2005, είναι η εξής: στη λιανική τιμή – που είναι η τιμή πώλησης προς τον ασθενή-καταναλωτή – το 62,7% αποτελεί το μερίδιο της βιομηχανίας (για την παραγωγική ή/και την εμπορική δραστηριότητα), το 5,3% το μερίδιο του χονδρεμπόρου (δηλαδή της φαρμακαποθήκης ή του συνεταιρισμού φαρμακείων), ενώ το 23,8% και 8,2% είναι η αναλογία του φαρμακείου και του κράτους (ΦΠΑ), αντίστοιχα.

Παράλληλα, στην Ευρώπη παρατηρείται μία μικρή διαφοροποίηση των μεριδίων από έτος σε έτος. Έτσι, η αναλογία για τη βιομηχανία (όπου πραγματοποιείται έρευνα, ανάπτυξη και παραγωγή) κυμαίνεται από 63% έως 65%, για το χονδρεμπόριο γύρω στο 6,5%, για το φαρμακείο παρουσιάζεται μία μικρή ανοδική τάση, κατά τα τρία τελευταία χρόνια, με μεγαλύτερο ποσοστό το 21,6% κατά το 2008 (τελευταίο έτος για το οποίο δίνονται στοιχεία), η δε συμμετοχή του ΦΠΑ είναι σε ελαφρώς υψηλότερο επίπεδο από το αντίστοιχο ελληνικό[30].

Είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι η δομή της μέσης τιμής των φαρμάκων των ευρωπαϊκών χωρών (Πίνακας 11.14), συγκαλύπτει σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ χωρών, ιδιαίτερα όσον αφορά στο περιθώριο κέρδους των φαρμακοποιών. Στις περισσότερες χώρες το περιθώριο κέρδους του φαρμακείου δεν αποτελεί ένα σταθερό ποσοστό στη χονδρική ή τη λιανική τιμή, όπως ισχύει στη χώρα μας. Αντίθετα κυμαίνεται αντιστρόφως ανάλογα – ή ανάλογα, σε ελάχιστες περιπτώσεις– με την τιμή του φαρμακευτικού σκευάσματος. Παρατηρείται επίσης διαφοροποίηση του ποσοστού κέρδους των φαρμακοποιών μεταξύ συνταγογραφούμενων και μη συνταγογραφούμενων φαρμάκων, όπως και μεταξύ πρωτότυπων και γενόσημων σκευασμάτων. Όσον αφορά στο περιθώριο κέρδους του χονδρεμπόρου, και σε αυτό το επίπεδο σημειώνονται σημαντικές διαφορές μεταξύ χωρών καθώς και μεταξύ συνταγογραφούμενων και ΜΗΣΥΦΑ, ενώ σε λίγες μόνο περιπτώσεις το ποσοστό

[30] Σημειώνεται ότι ο φόρος προστιθέμενης αξίας στα φάρμακα ήταν 11% το 2010 ενώ, βάσει του Προϋπολογισμού του 2011, θα μειωθεί στο 6,5% .

είναι σταθερό. Τέλος, ο συντελεστής ΦΠΑ κυμαίνεται σε μεγάλο εύρος, από 2,1% (Γαλλία, για τα συνταγογραφούμενα) έως 25% (Δανία, για όλα τα φάρμακα). {Βλέπε σχετικά τη μελέτη του ΟΟΣΑ *"Pharmaceutical Pricing Policies in a Global Market"* (2008), στη σειρά OECD Health Policy Studies, σελ. 46-49}.

11.2.6. Εξωτερικές εμπορικές ροές

Από τα δεδομένα του Πίνακα 11.15 με τίτλο «Εξωτερικό εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων και συναφείς δείκτες» καθίσταται σαφές ότι ο φαρμακευτικός κλάδος παρουσιάζει σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα, με επίδοση που τον κατατάσσει στις πρώτες θέσεις του μεταποιητικού τομέα στη χώρα μας, από άποψη δυναμικότητας. Ως αποτέλεσμα, το ποσοστό συμμετοχής των φαρμακευτικών εξαγωγών προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προς το αντίστοιχο σύνολο των εξαγωγών της χώρας σημειώνει ισχυρή ανοδική τάση από 2% το 1999 στο 7,2% το 2008, με υψηλότερη τιμή κατά το 2005 που αγγίζει το 10%. Ο ρυθμός μεταβολής των εξαγωγικών ροών είναι σημαντικά υψηλότερος από τον αντίστοιχο των εισαγωγών, ιδιαίτερα στις συναλλαγές με τους εταίρους μας στην Ε.Ε. Επισημαίνεται, ωστόσο, ότι η αλματώδης αύξηση των εξαγωγών προς την Ευρώπη αντανακλά το φαινόμενο των παράλληλων εξαγωγών των φαρμακευτικών σκευασμάτων (βλέπε σχετικό υποκεφάλαιο). Ο κλάδος εξακολουθεί να είναι έντονα ελλειμματικός, παρά τις ενθαρρυντικές ενδείξεις που διαφαίνονται. Ο δείκτης εξωστρέφειας, που ορίζεται ως το μερίδιο των εξαγωγών στην ακαθάριστη αξία παραγωγής, αποκαλύπτει το σημαντικό εξαγωγικό προσανατολισμό της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας. Ωστόσο ο ιδιαίτερα υψηλός δείκτης, με τις εξαγωγές να υπερβαίνουν από το 2004 και μετά την ακαθάριστη αξία παραγωγής, οφείλεται στο φαινόμενο των παράλληλων εξαγωγών, σημαντικό μέρος των οποίων είναι επανεξαγωγή φαρμακευτικών προϊόντων με καθόλου ή ελάχιστη εγχώρια προστιθέμενη αξία, με ό,τι αυτό συνεπάγεται[31]. Παράλληλα, και ο δείκτης εισαγωγικής διείσδυσης διαμορφώνεται σε υψηλά επίπεδα, με τιμές, ιδιαίτερα για την περίοδο 2004 και εφεξής, υψηλότερες της μονάδας, αποτελώντας κατά κάποιο τρόπο, το κατοπτρικό είδωλο της πορείας του δείκτη εξαγωγικής δραστηριότητας.

[31] Έτσι, στην περίπτωση της φαρμακοβιομηχανίας ο συγκεκριμένος δείκτης δεν αντανακλά μόνο το βαθμό που οι παραγωγοί του κλάδου απευθύνονται στη διεθνή αγορά, αλλά υπογραμμίζει και το γεγονός ότι ένα σημαντικό μέρος των επιχειρήσεων έχει κυρίως εμπορική δραστηριότητα και μικρή μόνο ή ανύπαρκτη παραγωγική βάση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.15
Εξωτερικό εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων και συναφείς δείκτες

(όλες οι αξίες σε εκατ. €)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μ.ρ.μ.
Ελλάδα											
Εισαγωγές κλάδου από ΕΕ27	854	1.046	1.104	487	1.516	1.793	2.245	2.439	2.739	2.962	14,8
Εξαγωγές κλάδου προς ΕΕ27	139	246	360	230	511	639	855	846	881	786	21,2
Εισαγωγές χώρας από ΕΕ27	20.053	23.526	22.593	18.594	23.065	25.518	25.484	29.014	32.178	32.982	5,7
Εξαγωγές χώρας προς ΕΕ27	6.906	7.885	8.068	6.699	7.680	7.902	8.586	10.558	11.182	10.964	5,3
Εισαγωγές κλάδου από ΕΕ27/ Εισαγωγές χώρας από ΕΕ27	4,3	4,4	4,9	2,6	6,6	7,0	8,8	8,4	8,5	9,0	
Εξαγωγές κλάδου προς ΕΕ27/ Εξαγωγές χώρας προς ΕΕ27	2,0	3,1	4,5	3,4	6,7	8,1	10,0	8,0	7,9	7,2	
Ευρωπαϊκή Ένωση											
Συνολικές εισαγωγές κλάδου	52.160	61.853	76.873	105.886	109.069	121.778	132.397	143.300	156.091	162.360	13,4
Συνολικές εξαγωγές κλάδου	65.321	76.626	98.616	125.055	130.194	142.243	155.535	172.116	188.232	195.461	13,0
Σύνολο εισαγωγών	2.199.700	2.718.632	2.762.935	2.738.600	2.759.378	3.018.724	3.320.193	3.769.562	4.016.310	4.189.762	7,4
Σύνολο εξαγωγών	2.211.483	2.655.502	2.757.329	2.789.334	2.783.712	3.023.281	3.267.701	3.656.414	3.895.097	4.011.357	6,8
Συνολικές εισαγωγές κλάδου/ Σύνολο εισαγωγών της ΕΕ27	2,4	2,3	2,8	3,9	4,0	4,0	4,0	3,8	3,9	3,9	
Συνολικές εξαγωγές κλάδου/ Σύνολο εξαγωγών της ΕΕ27	3,0	2,9	3,6	4,5	4,7	4,7	4,8	4,7	4,8	4,9	
Δείκτης Balassa (ενδοκ. εμπόριο)	0,681	1,083	1,248	0,766	1,423	1,719	2,093	1,701	1,631	1,472	
Δείκτης έντασης εμπορίου (ενδοκοινοτικό εμπόριο)	-0,720	-0,619	-0,508	-0,358	-0,496	-0,474	-0,448	-0,485	-0,513	-0,580	
Δείκτης Vollrath (ενδοκ. εμπόριο)	-1,116	-0,871	-0,508	0,089	-0,240	-0,023	-0,116	-0,510	-0,559	-0,846	
Εισαγωγές κλάδου από σύν.χωρών	1.123	1.335	1.460	874	1.929	2.250	2.736	2.943	3.351	3.653	14,0
Εξαγωγές κλάδου προς σύν.χωρών	172	283	406	275	556	682	934	904	942	863	19,7
Παραγωγή (EUROSTAT)		337	372	431	450	515	677	710,7	802,3	866	
Φαινομενική κατανάλωση (EUROSTAT)		1.388	1.426	1.030	1.823	2.082	2.479	2.749	3.211	3.656	
Δείκτης εξωστρέφειας		0,840	1,090	0,639	1,236	1,325	1,380	1,272	1,175	0,997	
Δείκτης εισαγωγικής διείσδυσης		0,961	1,024	0,849	1,058	1,080	1,104	1,070	1,044	0,999	

Πηγή: Στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών από http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/external_trade/data/database

Ο δείκτης Balassa, γνωστός στη διεθνή βιβλιογραφία και ως δείκτης του αποκαλυφθέντος συγκριτικού πλεονεκτήματος, δείχνει το βαθμό της εξαγωγικής εξειδίκευσης της χώρας σε σχέση με το όποιο σύνολο χωρών γίνεται η σύγκριση. Οι θετικές τιμές του δείκτη, σε ενδοκοινοτικό επίπεδο, σηματοδοτούν την ύπαρξη συγκριτικού πλεονεκτήματος – με την έννοια της εξαγωγικής εξειδίκευσης – του εγχώριου φαρμακευτικού κλάδου, το οποίο ωστόσο δείχνει σαφή τάση υποχώρησης από το 2005 και εφεξής[32]. Από την άλλη πλευρά, ο δείκτης διακλαδικού εμπορίου Ballance, με αρνητικές τιμές καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, αντανακλά την επιδεινούμενη ένταση εμπορίου που χαρακτηρίζει τον κλάδο. Τέλος, ο δείκτης Vollrath, που θεωρείται στη διεθνή βιβλιογραφία ως ο κατ' εξοχήν δείκτης ανταγωνιστικότητας, αποκαλύπτει το ανταγωνιστικό μειονέκτημα της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας, το οποίο, σημειωτέον, παρουσιάζει επιδείνωση κατά την τελευταία πενταετία.

Μία σύντομη παρατήρηση σχετικά με τα αντιφατικά ευρήματα των λεγόμενων δεικτών ανταγωνιστικής επίδοσης. Ο κάθε δείκτης αποτελεί εκτίμηση μίας από τις πολλές πτυχές ή διαστάσεις του σύνθετου φαινομένου της ανταγωνιστικότητας. Είναι εξάλλου αποδεκτό ότι κανένας από τους σχετικούς δείκτες εκτίμησης δεν θεωρείται πλήρης ή απόλυτα αντιπροσωπευτικός (Edwards και Schoer, 2002). Έτσι ο δείκτης Balassa αντικατοπτρίζει την εξαγωγική εξειδίκευση και μόνο σε σχέση με ένα σύνολο χωρών, ο δείκτης Ballance, βασιζόμενος αποκλειστικά στα δεδομένα της χώρας, αγνοεί τη συγκριτική μεταξύ χωρών διάσταση του συγκριτικού πλεονεκτήματος, ενώ τέλος ο δείκτης Vollrath, αντανακλώντας την αλληλεπίδραση όλων των συναφών παραγόντων, δηλαδή του σχετικού εξαγωγικού πλεονεκτήματος και του αντίστοιχου εισαγωγικού, θεωρείται ως η λιγότερο ατελής προσέγγιση της ανταγωνιστικής επίδοσης του κλάδου.

Συνοψίζοντας, ο κλάδος των φαρμακευτικών προϊόντων παρουσιάζει ιδιαίτερα υψηλό βαθμό έκθεσης στο διεθνές εμπόριο, με καλές εξαγωγικές επιδόσεις στις αγορές της Ευρωζώνης. Παρά τις επιφυλάξεις αναφορικά με το φαινόμενο των παράλληλων εξαγωγών (βλέπε επόμενο τμήμα), η αξιοσημείωτη εξαγωγική δραστηριότητα των φαρμακευτικών επιχειρήσεων αποτελεί ενθαρρυντικό παράγοντα για την εξελικτική πορεία του κλάδου, συγκρινόμενη με το σχετικά χαμηλό – σε σύγκριση με τις άλλες χώρες της ευρωζώνης – οικονομικό δείκτη εξωστρέφειας (άθροισμα εξαγωγών και εισαγωγών προς ΑΕΠ) που χαρακτηρίζει το μεταποιητικό τομέα της οικονομίας μας.

11.2.7. Παράλληλο εμπόριο φαρμακευτικών προϊόντων

Το παράλληλο εμπόριο φαρμακευτικών σκευασμάτων αφορά στις νόμιμες εισαγωγές πατενταρισμένων φαρμάκων από μία χώρα όπου αυτά κυκλοφορούν

[32] Ο συγκεκριμένος δείκτης αντανακλά την επίδραση των παράλληλων εξαγωγών.

νόμιμα σε μία άλλη χώρα (όπου ο κάτοχος της πατέντας τα εμπορεύεται), χωρίς όμως αυτές οι συναλλαγές να έχουν την εξουσιοδότηση του κατόχου του διπλώματος ευρεσιτεχνίας.

Το κίνητρο για την ανάπτυξη του παράλληλου εμπορίου σχετίζεται με μία αρκετά σημαντική απόκλιση στις τιμές που, παρά το επιπλέον κόστος μεταφοράς και διεκπεραίωσης της συναλλαγής, καθιστά τη συναλλαγή συμφέρουσα και για τις δύο πλευρές. Είναι, συνεπώς, μία μορφή ρυθμιζόμενης διαιτησίας (arbitrage) που μπορεί να έχει ως αφετηρία υπάρχουσες ατέλειες της αγοράς ή μονοπωλιακή δύναμη από την πλευρά του κατόχου της πατέντας.

Υπό αυτές τις συνθήκες, ο χονδρέμπορος σε μία χώρα με χαμηλές τιμές έχει συμφέρον να εξαγάγει τα φαρμακευτικά προϊόντα – εισαγόμενα κατά κύριο λόγο ή εγχωρίως παραγόμενα – σε μία άλλη χώρα όπου αυτά τα προϊόντα τιμολογούνται ακριβότερα αντί να τα διαθέτει στην εσωτερική αγορά. Από την άλλη πλευρά, στη χώρα προορισμού, οι παράλληλοι έμποροι ή διακινητές αγοράζουν φάρμακα από χώρες που αυτά διατίθενται σε χαμηλές τιμές και στη συνέχεια τα μεταπωλούν, μέσω κυρίως ιδίων δικτύων διανομής, στη χώρα τους ή σε χώρες στις οποίες οι τιμές είναι υψηλότερες. Οι διαφοροποιημένες τιμές οφείλονται πρωτίστως, αλλά όχι απαραίτητα, στα διαφορετικά καθεστώτα τιμολόγησης από τη μία χώρα στην άλλη. Πιθανόν να οφείλονται και σε πρακτικές διαφορετικών τιμών που υιοθετούν οι παραγωγοί μεταξύ π.χ. αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών. Και στη μία και στην άλλη περίπτωση, η απόκλιση στις τιμές αποτελεί το έναυσμα ή τη βάση για το παράλληλο εμπόριο που καθιστά δυνατή την εισαγωγή φαρμάκων σε μία χώρα με υψηλές τιμές από μία άλλη όπου αυτές είναι συγκριτικά χαμηλότερες.

Το φαρμακευτικό παράλληλο εμπόριο είναι το αποτέλεσμα δύο θεμελιωδών χαρακτηριστικών της ευρωπαϊκής αγοράς φαρμάκων: (α) των μεταβολών στα διαφοροποιημένα καθεστώτα ρύθμισης τιμών των φαρμακευτικών σκευασμάτων και (β) του αδύναμου κάθετου ελέγχου της φαρμακοβιομηχανίας στην αλυσίδα προσφοράς των προϊόντων της.

Οι ευκαιρίες για παράλληλο εμπόριο φαρμακευτικών σκευασμάτων είναι μεγάλες στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία ήδη έχει μία εμπειρία που υπερβαίνει τις τρεις δεκαετίες. Οι κυριότεροι παράγοντες για την ανάπτυξη του φαινομένου είναι: (α) οι σημαντικές διαφορές στην τελική τιμή των φαρμάκων μεταξύ χωρών, (β) οι χώρες όπου τα σκευάσματα διατίθενται σε υψηλές τιμές ανήκουν στις αναπτυγμένες χώρες-μέλη της Ευρωζώνης, όπου το μέγεθος της αγοράς είναι υπολογίσιμο και συνεπώς συμφέρον για το χονδρέμπορο/διακινητή, και (γ) το παράλληλο εμπόριο έχει νομιμοποιηθεί ως πρακτική εδώ και αρκετά χρόνια με σειρά αποφάσεων από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο.

Όσον αφορά στην τελευταία παράμετρο, η νομοθεσία ανταγωνισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχει παραδοσιακά επικεντρωθεί στην αποτροπή συμφωνιών μεταξύ εταιρειών που παρεμποδίζουν το παράλληλο εμπόριο. Τέτοιες συμφωνίες

σχετίζονται με καθεστώτα περιορισμένης προσφερόμενης ποσότητας ή διπλής τιμολόγησης.

Επίσημα στοιχεία για την έκταση του παράλληλου εμπορίου[33] δεν συλλέγονται σε καμία από τις ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες περιορίζονται σε μία εκτίμηση της τάξης μεγέθους του φαινομένου. Έτσι, σύμφωνα με εκτιμήσεις ειδικών ερευνών καθώς και της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Φαρμακευτικών Βιομηχανιών και Συνδέσμων (EFPIA), οι παράλληλες εισαγωγές έχουν φθάσει σε υπολογίσιμα ποσοστά της συνολικής φαρμακευτικής δαπάνης, ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Δανία, η Σουηδία, η Ολλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία, όπου οι τιμές των φαρμάκων είναι συγκριτικά υψηλές. Από την άλλη πλευρά, οι βασικοί παράλληλοι εξαγωγείς είναι κράτη-μέλη στα οποία οι τιμές είναι σχετικά χαμηλότερες, όπως είναι η Ελλάδα, η Γαλλία, η Ισπανία και η Ιταλία. Τα προϊόντα που κατεξοχήν αποτελούν αντικείμενο της παράλληλης εμπορικής συναλλαγής ανήκουν στο χώρο των πρωτότυπων φαρμάκων, ενώ τα γενόσημα/αντίγραφα και τα μη συνταγογραφούμενα φάρμακα (ΜΗΣΥΦΑ) δεν καταλαμβάνουν σημαντικό μέρος της αγοράς, επειδή ακριβώς οι διαφοροποιήσεις στις τελικές τους τιμές είναι συγκριτικά πολύ μικρότερες.

Στον τομέα των παράλληλων εξαγωγών η χώρα μας έχει να επιδείξει εντυπωσιακές επιδόσεις, με τους χονδρεμπόρους και διανομείς να ακολουθούν επιθετική πολιτική[34]. Ωστόσο το φαινόμενο δεν καταγράφεται ξεχωριστά από την Στατιστική Αρχή και τα όποια σχετικά στοιχεία προέρχονται από διάσπαρτες πηγές. Σύμφωνα με μία ειδική μελέτη (Kanavos et al., 2004), αναφέρονται οι εξής εκτιμήσεις για τις παράλληλες εξαγωγές της χώρας μας (Πίνακας 11.16) καθώς και τα αντίστοιχα μερίδιά τους στην εσωτερική φαρμακευτική αγορά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.16

Παράλληλες εξαγωγές φαρμάκων Ελλάδας 1997-2002

Έτη	Αξία (σε εκατ. €)	Ως % στις πωλήσεις
1997	14,0	0,9
1998	107,0	7,7
1999	173,7	10,7
2000	308,1	16,5
2001	514,3	24,4
2002	556,7	21,6

Πηγή: Kanavos et al. (2004), Table 4.2, σελ. 147 (τμήμα του συγκεκριμένου πίνακα).

[33] Αυτό σημαίνει ότι το παράλληλο εμπόριο δεν καταγράφεται ξεχωριστά, συμπεριλαμβάνεται ωστόσο στις στατιστικές των εμπορικών ροών μεταξύ χωρών.

[34] Σημειώνεται, επί τη ευκαιρία, ότι η χώρα μας καταλαμβάνει τη 2η θέση στην Ευρώπη – με πρώτη την Πορτογαλία – όσον αφορά στον αριθμό των φαρμακαποθηκών ανά κάτοικο. Αυτή η υπερπροσφορά επιχειρήσεων οδηγεί σε έντονο ανταγωνισμό.

Οι παράλληλες εξαγωγές σε όρους αξίας, όσο και τα αυξανόμενα ποσοστά συμμετοχής τους στην εγχώρια αγορά, κατά την περίοδο 1997-2002, σηματοδοτούν και τη σημασία τους για την όλη δραστηριότητα του κλάδου κατά τη συγκεκριμένη περίοδο. Εκτιμήσεις των παράλληλων εξαγωγών - με παραπλήσια μεγέθη για την περίοδο 1996-2000 - αναφέρονται και στην έκθεση του ΙΟΒΕ (2000) που έχει εκπονηθεί από τον Β. Κοντοζαμάνη με βασικό θέμα τα μεθοδολογικά προβλήματα στον υπολογισμό της φαρμακευτικής δαπάνης στην Ελλάδα.

Μία άλλη πηγή για τις παράλληλες φαρμακευτικές εξαγωγές είναι ο ΕΟΦ, ως αρμόδιος φορέας, ο οποίος συγκεντρώνει σχετικά στοιχεία που άρχισε να δημοσιοποιεί τον Οκτώβριο του 2010 σε τετραμηνιαία βάση. Τα συγκεκριμένα στοιχεία αποτυπώνονται στον Πίνακα 11.17 και αφορούν στο πρώτο τετράμηνο των ετών 2005 έως και 2010[35]. Στο βαθμό που τα στοιχεία του ΕΟΦ αντανακλούν όντως τα μεγέθη του φαινομένου, οι παράλληλες εξαγωγές αποτελούν ένα υπολογίσιμο ποσοστό στην αξία πωλήσεων σε φαρμακεία και φαρμακαποθήκες, με πτωτική όμως ποσοστιαία συμμετοχή κατά τα τελευταία χρόνια, που προβλέπεται να συνεχισθεί και ενδεχομένως και να ενταθεί, δεδομένου ότι πολλές χώρες στην Ευρώπη αναθεωρούν την πολιτική τους αναφορικά με το φάρμακο[36], στην προσπάθειά τους να επιτύχουν περιορισμό της φαρμακευτικής δαπάνης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.17

Παράλληλες εξαγωγές φαρμακευτικών προϊόντων Ελλάδος

(σε χιλιάδες €)

Περίοδος	Παράλληλες εξαγωγές	Πωλήσεις (φαρμακεία+φαρμ/θήκες)	Παράλληλες εξαγωγές ως % στις πωλήσεις
2005 Α' τετράμηνο	216.194	1.472.910	14,7
2006 Α' τετράμηνο	247.009	1.631.416	15,1
2007 Α' τετράμηνο	261.982	1.849.831	14,2
2008 Α' τετράμηνο	211.070	2.168.352	9,7
2009 Α' τετράμηνο	209.992	2.225.381	9,4
2010 Α' τετράμηνο	166.806	2.093.676	8,0

Πηγή: Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων (ιστοσελίδα). Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

[35] Παρά τις επίμονες προσπάθειες της συντάκτριας, δεν κατέστη δυνατόν να παρασχεθούν στο ΚΕΠΕ τα ετήσια στοιχεία των παράλληλων εξαγωγών για την περίοδο 2005-2009 από τον ΕΟΦ.

[36] Έτσι, για παράδειγμα, στη Γερμανία εξετάζεται η κατάργηση της δυνατότητας των φαρμακευτικών βιομηχανιών να καθορίζουν οι ίδιες την τιμή διάθεσης των προϊόντων τους, με στόχο τη μείωση των τιμών, πράγμα που θα έχει επιπτώσεις και στο παράλληλο εμπόριο. Σημειώνεται ότι τα φάρμακα και τα συναφή παρασκευάσματα αποτελούν την κυριότερη κατηγορία των ελληνικών εξαγωγών στη Γερμανία. Ωστόσο, με τα νέα μέτρα ενδέχεται να μειωθεί η διαφορά τιμής, άρα να εκλείψει το πλεονέκτημα των φαρμακευτικών παρασκευασμάτων, που παράγονται είτε εγχωρίως είτε - το πιθανότερο - στη Γερμανία ή/και σε άλλες χώρες, και στη συνέχεια επανασυσκευάζονται και επιστρέφουν στη γερμανική αγορά. Επίσης, άλλοι εξωγενείς παράγοντες, όπως π.χ. οι ισοτιμίες νομισμάτων, επηρεάζουν την πορεία και την εξέλιξη των παράλληλων εξαγωγών, όπως συνέβη τον τελευταίο χρόνο στην περίπτωση της Βρετανίας.

Η απλή ετήσια αναγωγή των τετραμηνιαίων παράλληλων εξαγωγών, όπως εκτιμώνται από τον ΕΟΦ, καταλήγει σε ποσά – για την περίοδο 2005-2008 – που αντιπροσωπεύουν από το 93% έως 111% της αξίας των αντίστοιχων εξαγωγών φαρμακευτικών σκευασμάτων, όπως καταγράφονται στις σχετικές στατιστικές της EUROSTAT[37]. Κατά συνέπεια, τίθεται το ερώτημα: όλη η εξαγωγική δραστηριότητα του κλάδου εντάσσεται στη διαδικασία του παράλληλου εμπορίου; Η καταφατική απάντηση δεν είναι απαραίτητα σωστή ή πλήρης. Και τούτο γιατί, μεταξύ άλλων, έρχεται σε αντίφαση με τον ισχυρισμό των πολυεθνικών εταιρειών και της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας για έντονη εξαγωγική δραστηριότητα προς 60 χώρες προορισμού, η οποία δεν μπορεί να εντάσσεται (εξ ολοκλήρου) στη διαδικασία του παράλληλου εμπορίου. Ενδεχομένως να απαιτείται ειδική έρευνα προκειμένου το θέμα να εξετασθεί σε όλες του τις διαστάσεις.

Όσον αφορά στο σύνολο της ευρωπαϊκής αγοράς, το παράλληλο φαρμακευτικό εμπόριο αποτελούσε κατά το 2002 – σύμφωνα με τη μελέτη των Kanavos και Costa-Font (2005) – τουλάχιστον το 2% της συνολικής αγοράς των φαρμακευτικών σκευασμάτων, με μεγάλη διαφοροποίηση μεταξύ χωρών. Έτσι οι παράλληλες εισαγωγές αποτελούσαν το 20% στο Ηνωμένο Βασίλειο στην αντίστοιχη αγορά, έναντι 7% στη Γερμανία και 14% στη Ολλανδία. Για το ίδιο έτος, οι παράλληλες εξαγωγές από την Ελλάδα εκτιμώνται στο 22% της εγχώριας αγοράς φαρμάκων (όπως φαίνεται και στον Πίνακα 11.16). Έκτοτε, το παράλληλο εμπόριο αποκτά διαφορετική δυναμική μεταξύ χωρών, ενώ στο σύνολο της Ευρώπης παρατηρείται σχετική στασιμότητα.

Ο Πίνακας 11.18 καταγράφει την αναλογία των παράλληλων εισαγωγών στις πωλήσεις φαρμάκων για τα έτη 2003, 2005 και 2008, όπως δίνεται στις ετήσιες σχετικές εκδόσεις της EFPIA (Ευρωπαϊκή Συνομοσπονδία Φαρμακευτικών Βιομηχανιών και Συνδέσμων).

Είναι φανερό ότι τα ποσοστά συμμετοχής δείχνουν διαφοροποίηση τόσο μεταξύ χωρών όσο και διαχρονικά, ως αποτέλεσμα των μεταβαλλόμενων κάθεστώτων τιμολόγησης και ασφαλιστικής κάλυψης από τις εθνικές ρυθμιστικές αρχές. Το συνολικό παράλληλο εμπόριο των ευρωπαϊκών χωρών κυμαίνεται γύρω στα 4,4 δις € κατά την περίοδο 2003-2008, σε εργοστασιακές (ex factory) τιμές, ποσό που αντιπροσωπεύει περίπου το 5% του συνόλου της ευρωπαϊκής φαρμακευτικής αγοράς.

[37] Σημειώνεται ότι υπάρχει διαφοροποίηση στην αποτίμηση της αξίας μεταξύ των δύο πηγών. Οι εξαγωγές (EUROSTAT) είναι σε τιμές FOB, ενώ οι παράλληλες εξαγωγές (ΕΟΦ) είναι σε λιανικές τιμές. Περιλαμβάνουν, δηλαδή, το περιθώριο κέρδους του λιανοπωλητή καθώς και τον ΦΠΑ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.18

Αναλογία παράλληλων εισαγωγών στις πωλήσεις φαρμακείων σε ευρωπαϊκές χώρες

	2003	2005	2008
Δανία	12,8	15,7	16,5
Σουηδία	10,1	13,9	15,5
Ολλανδία	12,2	11,5	12,0
Ηνωμένο Βασίλειο	17,1	14,5	11,7
Γερμανία	7,0	5,9	9,0
Ιρλανδία			7,5
Ισλανδία			6,2
Νορβηγία	7,6	8,2	4,4
Λετονία			3,0
Φιλανδία		1,9	1,7
Σύνολο παράλληλων εισαγωγών, εκατ. €	4.265	4.100	4.400

Πηγή: EFPIA, *The Pharmaceutical Industry in Figures*, Editions: 2005, 2007, 2010.

Ο προβληματισμός για το παράλληλο φαρμακευτικό εμπόριο αυξάνεται συνεχώς για πολλούς λόγους. Το γεγονός αυτό καθεαυτό δημιουργεί πολλά ερωτηματικά, τα οποία σχετίζονται με το κατά πόσον το παράλληλο εμπόριο ενθαρρύνει τον ανταγωνισμό ως προς τις τιμές, καθώς και με τα πιθανά οφέλη και πώς αυτά κατανέμονται μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων, κυρίως στις χώρες προορισμού αλλά και στις χώρες προέλευσης.

Στον κατάλογο των λεγόμενων κερδισμένων και χαμένων του φαινομένου, οι παράλληλοι εισαγωγείς συγκαταλέγονται αναμφίβολα στους πρώτους, λόγω του σχετικά μειωμένου κόστους των παράλληλα εισαγόμενων φαρμάκων έναντι των εντός της χώρας παραγόμενων, όπως και οι έμποροι χονδρικής στις χώρες εξαγωγής, στο βαθμό που πραγματοποιούν μεγαλύτερες πωλήσεις από εκείνες στην εγχώρια αγορά.

Ανάμεσα στους υποστηρικτές συγκαταλέγονται οι οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης για τους οποίους πρυτανεύει ο εξορθολογισμός της φαρμακευτικής δαπάνης και πολύ λιγότερο η προώθηση της έρευνας και τεχνολογίας. Έτσι υποστηρίζεται η άποψη ότι η δυνατότητα και μόνο για την ανάπτυξη παράλληλου εμπορίου ωθεί τους παραγωγούς να προβαίνουν σε μειώσεις τιμών, πράγμα που λειτουργεί περιοριστικά στην αύξηση της σχετικής δαπάνης.

Από την άλλη πλευρά, οι παραγωγοί θεωρούν ότι το παράλληλο εμπόριο αποτελεί για τη βιομηχανία φαρμάκων σοβαρό πρόβλημα, λόγω των μειωμένων εσόδων που δημιουργεί – δεδομένου ότι οι διαφοροποιημένες τιμές μεταξύ χωρών δεν είναι κατά κανόνα επιλογή του παραγωγού αλλά οφείλονται στα διαφορετικά καθεστώτα τιμολόγησης των κρατών.

Οι επιπτώσεις του παράλληλου εμπορίου στους επιμέρους φορείς της φαρμακευτικής αγοράς έχουν αποτελέσει αντικείμενο μελέτης σε έναν αριθμό σχετικών εργασιών. Σημειώνεται ότι δεν υπάρχει ομοφωνία μεταξύ των μελετητών.

Αν και αναγνωρίζεται ότι υπάρχει μακροχρόνια πτωτική επίδραση στις τιμές, αυτό αποδίδεται λιγότερο στο παράλληλο εμπόριο και περισσότερο σε άλλους παράγοντες, όπως π.χ. στη διείσδυση των γενόσημων. Υποστηρίζεται ότι το φαινόμενο πρέπει να παύσει να αντιμετωπίζεται αποσπασματικά (Kanavos et al., 2004), δηλαδή υπό το πρίσμα της ελεύθερης κυκλοφορίας αγαθών και του ανταγωνισμού, και πρέπει να ενταχθεί στο ευρύτερο πλαίσιο μιας ολοκληρωμένης φαρμακευτικής πολιτικής, που θα συνυπολογίζει αφενός μεν την προάσπιση της δημόσιας υγείας αφετέρου δε τη στήριξη της βιομηχανίας φαρμάκων.

Κατά την άποψη της EFPIA, ούτε οι φορείς κοινωνικής ασφάλισης αλλά ούτε και οι ασθενείς-καταναλωτές επωφελούνται από το παράλληλο εμπόριο που οφείλεται στον κατακερματισμό της ευρωπαϊκής φαρμακευτικής αγοράς, λόγω των διαφορετικών πρακτικών τιμολόγησης και κάλυψης της φαρμακευτικής δαπάνης. Είναι βέβαια ιδιαίτερα επικερδές για τους παράλληλους εμπόρους και διανομείς, στερεί όμως από τη φαρμακοβιομηχανία επιπρόσθετους πόρους χρηματοδότησης για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη. Έτσι τα οφέλη από το παράλληλο εμπόριο αφορούν κατά κύριο λόγο στους εμπόρους και διανομείς στις χώρες εξαγωγής, λόγω μεγαλύτερων πωλήσεων από τις πραγματοποιούμενες στην εγχώρια αγορά, καθώς επίσης και τους παράλληλους εισαγωγείς που αγοράζουν τα προς διακίνηση φάρμακα σε χαμηλότερες τιμές.

Ειδική μελέτη (Kanavos et al., 2005) που προβαίνει σε εμπειρική διερεύνηση των επιπτώσεων του παράλληλου εμπορίου κατά κύριο λόγο στις εισάγουσες χώρες και δευτερευόντως στις εξάγουσες, καταλήγει ότι το επιχείρημα του ανταγωνισμού ή της σύγκλισης των τιμών δεν επιβεβαιώνεται. Έτσι απορρίπτεται η υπόθεση ότι ασκούνται περιοριστικές πιέσεις στις τιμές στις εισάγουσες χώρες λόγω ανταγωνισμού ανάμεσα σε παράλληλα εισαγόμενα και εγχωρίως παραγόμενα σκευάσματα, όπως απορρίπτεται και η υπόθεση ότι το παράλληλο εμπόριο οδηγεί σε προσέγγιση των τιμών μεταξύ χωρών προέλευσης και προορισμού. Κατ' επέκταση, δεν επαληθεύεται η άποψη ότι το παράλληλο εμπόριο μέσω του ανταγωνισμού σε όρους τιμών ενισχύει τις όποιες προσπάθειες για τον περιορισμό της φαρμακευτικής δαπάνης. Από την άλλη πλευρά, άλλη σχετική εργασία (West και Mahon, 2003) καταλήγει στο συμπέρασμα ότι λόγω ακριβώς του παράλληλου εμπορίου επιτυγχάνεται σημαντική εξοικονόμηση της φαρμακευτικής δαπάνης στις χώρες προορισμού.

Συνοψίζοντας, το παράλληλο φαρμακευτικό εμπόριο είναι ένα νόμιμο φαινόμενο στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και είχε εύλογα θεωρηθεί ότι μέσω αυτού θα ήταν δυνατή η μείωση των τιμών και κατ' επέκταση θα συνέβαλλε στον περιορισμό της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης και σε τελική ανάλυση και την ενίσχυση της κοινωνικής ευημερίας. Ωστόσο, η οικονομετρική διερεύνηση των πιθανών ωφελειών στα πλαίσια της σχετικής μελέτης που προαναφέρθηκε, καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το όφελος αφορά βασικά στους εμπόρους, το δίκτυο διανομής γενικά, σε πολύ μικρό βαθμό τους φορείς της κοινωνικής ασφάλισης και

σχεδόν καθόλου τους καταναλωτές. Αυτό αποδίδεται στο γεγονός ότι στις χώρες προορισμού του παράλληλου εμπορίου οι τιμές των εισαγόμενων σκευασμάτων τιμολογούνται οριακά χαμηλότερα από τα εγχωρίως προσφερόμενα. Έτσι, το παράλληλο εμπόριο δεν φαίνεται να έχει ανταγωνιστική επίδραση στις τιμές των φαρμάκων στις χώρες προορισμού, ενώ αντίθετα έχει η διείσδυση των γενόσημων.

Ειδικότερα για τη χώρα μας, με τις υπολογίσιμες παράλληλες εξαγωγές, ενυπάρχει μία σημαντική παρενέργεια που σχετίζεται με την κατά καιρούς ανεπάρκεια ή/και έλλειψη φαρμακευτικών σκευασμάτων στην εγχώρια αγορά, παρά τη ρητή εντολή για απαγόρευση των παράλληλων εξαγωγών εάν δεν διασφαλίζεται καταρχήν η επάρκεια στην εσωτερική αγορά. Επισημαίνεται ότι εντελώς πρόσφατα, συγκεκριμένα τον Οκτώβριο του 2010, ο ΕΟΦ απαγόρευσε τις παράλληλες εξαγωγές ορισμένων επώνυμων σκευασμάτων για τα οποία δεν υπάρχουν υποκατάστατα. Επιπλέον, ο ΕΟΦ προκειμένου να αποφευχθεί η ανεπάρκεια φαρμάκων στην εγχώρια αγορά, λόγω παράλληλων εξαγωγών, εξετάζει το ενδεχόμενο τροποποίησης του ισχύοντος καθεστώτος (άρθρο 15 του Ν. 3580/2007), επιτρέποντας, στους κατόχους άδειας χονδρικής πώλησης, την προμήθεια των προς εξαγωγή φαρμάκων αποκλειστικά και μόνο από τους κατόχους της άδειας κυκλοφορίας ή από τους τοπικούς αντιπροσώπους, ακυρώνοντας με αυτό τον τρόπο τη διαδικασία των παράλληλων εξαγωγών.

11.2.8. Πρόσφατες εξελίξεις

Το παρόν τμήμα στοχεύει στο να παρουσιάσει τις πρόσφατες εξελίξεις του κλάδου της φαρμακοβιομηχανίας[38], βάσει των τελευταίων διαθέσιμων στατιστικών στοιχείων της Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ). Οι πίνακες που ακολουθούν αποκαλύπτουν τη δυναμική που έχει αναπτυχθεί στο συγκεκριμένο κλάδο, παρά την ύφεση που παρατηρείται κατά την τελευταία διετία στη χώρα μας.

Όπως μαρτυρούν τα στοιχεία του Πίνακα 11.19, ο κλάδος της φαρμακοβιομηχανίας όχι μόνο επέδειξε εντυπωσιακή ανθεκτικότητα κατά το 2009, παρά τις συνέπειες της οικονομικής δυσπραγίας, αλλά αντίθετα παρουσιάζει σημαντικές επιδόσεις τόσο στην απασχόληση και το χρόνο εργασίας όσο και στο δείκτη αμοιβών (μισθών και ημερομισθίων).

[38] Αντιστοιχεί στο διψήφιο κωδικό 21 της ΣΤΑΚΟΔ 2008 (NACE Revision 2), που αντικατέστησε την ΣΤΑΚΟΔ 2003(NACE Revision 1).

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.19

Βραχυχρόνιοι δείκτες απασχόλησης, ωρών εργασίας, μισθών και ημερομισθίων: Φαρμακευτικά προϊόντα και σύνολο μεταποίησης (2005=100)

Περίοδος	Δείκτης απασχόλησης		Δείκτης ωρών εργασίας		Δείκτης αμοιβών	
	Φαρμακευτικά προϊόντα	Σύνολο μεταποίησης	Φαρμακευτικά προϊόντα	Σύνολο μεταποίησης	Φαρμακευτικά προϊόντα	Σύνολο μεταποίησης
			2008			
Α' τρίμηνο	107,6	97,6	105,3	99,0	112,3	99,5
Β' τρίμηνο	108,3	98,2	106,2	99,9	116,3	108,3
Γ' τρίμηνο	108,7	99,3	106,9	100,8	118,3	108,6
Δ' τρίμηνο	108,8	98,3	108,0	100,2	125,8	114,8
			2009			
Α' τρίμηνο	111,6	95,5	109,1	94,4	124,1	89,1
Β' τρίμηνο	114,3	95,0	111,1	93,0	143,5	103,3
Γ' τρίμηνο	113,0	93,8	102,6	87,2	136,3	103,8
Δ' τρίμηνο	114,6	91,4	109,1	87,9	155,4	109,4
			Μέσος όρος			
2008	108,4	98,4	106,6	100,0	118,2	107,8
2009	113,4	93,9	108,0	90,6	139,8	101,4

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτες αγοράς εργασίας.

Παράλληλα, οι δείκτες βιομηχανικής παραγωγής και κύκλου εργασιών (Πίνακας 11.20) καταδεικνύουν ότι οι προοπτικές ανάπτυξης έχουν ελάχιστα επηρεασθεί από τη βαθιά κρίση που πλήττει την πραγματική οικονομία της χώρας μας. Είναι, όντως, εντυπωσιακές οι επιδόσεις του κλάδου τόσο στην παραγωγή όσο και στην αξία πωλήσεων, αρκεί να αναφερθεί ότι η φαρμακοβιομηχανία είναι από τους ελάχιστους κλάδους στον εγχώριο μεταποιητικό τομέα με θετικούς ρυθμούς μεταβολής κατά τα τελευταία χρόνια.

Ως γνωστό, ο δείκτης νέων παραγγελιών αντικατοπτρίζει την εξέλιξη της ζήτησης για τα προϊόντα του κλάδου ως ένδειξη της μελλοντικής παραγωγής. Ο δείκτης αυτός ενδείκνυται και για τον προσδιορισμό του κατά πόσον η ζήτηση προβλέπεται να προέλθει από την εγχώρια ή την εξωτερική αγορά. Στην περίπτωση του φαρμακευτικού κλάδου, η προβλεφθείσα ζήτηση από το εξωτερικό, ιδιαίτερα από τις χώρες της Ευρωζώνης, είναι σημαντικά εντονότερη από την αντίστοιχη της εγχώριας αγοράς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.20

Δείκτες πρόσφατων περιόδων του φαρμακευτικού κλάδου και της μεταποίησης (2005=100)

	2008	2009	2010	% μεταβολές	
	Δωδεκάμηνο Αύγουστος-Ιούλιος			2009/2008	2010/2009
Δείκτης κύκλου εργασιών					
Φαρμακευτικά προϊόντα	114,0	128,0	137,6	12,3	7,5
Σύνολο μεταποίησης	127,7	105,1	100,1	-17,7	-4,8
Δείκτης νέων παραγγελιών					
Φαρμακευτικά προϊόντα	114,0	129,6	141,1	13,7	8,9
Σύνολο μεταποίησης	119,4	91,1	84,6	-23,7	-7,1
	Επτάμηνο Ιανουάριος -Ιούλιος			2009/2008	2010/2009
Δείκτης βιομηχανικής παραγωγής					
Φαρμακευτικά προϊόντα	130,9	152	160,9	16,1	5,9
Σύνολο μεταποίησης	102,9	89,9	85,5	-12,6	-4,9
Δείκτης τιμών παραγωγού					
Φαρμακευτικά προϊόντα	102,1	103,3	99,7	1,1	-3,5
Σύνολο μεταποίησης	122,5	110,2	119,6	-10,0	8,5

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Δείκτες βιομηχανίας. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Αξιοπρόσεκτη είναι η εξέλιξη του δείκτη νέων παραγγελιών του κλάδου[39] σε σχέση με τον αντίστοιχο για το σύνολο της μεταποίησης, όπου παρατηρείται σημαντική καθίζηση, κατά τα δύο τελευταία χρόνια. Ωστόσο και ο κλάδος των φαρμάκων σημειώνει μειωμένο ρυθμό ανόδου κατά το τελευταίο δωδεκάμηνο, σε σύγκριση με την προγενέστερη αντίστοιχη περίοδο. Τέλος, ο δείκτης τιμών παραγωγού παρουσιάζει κατά το δωδεκάμηνο Αυγούστου 2009-Ιουλίου 2010 καθοδική πορεία έναντι σημαντικής ανόδου στο σύνολο της μεταποίησης. Η τελευταία επισήμανση πιθανόν να εξηγεί, τουλάχιστον εν μέρει, τη διαμετρικά αντίθετη πορεία της φαρμακοβιομηχανίας από την αντίστοιχη του μεταποιητικού τομέα.

[39] Πρέπει να αναφερθεί ότι, σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα διαθέσιμα – στις αρχές Νοεμβρίου του 2010 – στοιχεία για το δείκτη νέων παραγγελιών που καλύπτουν και τον Αύγουστο του 2010, ο ρυθμός μεταβολής επιβραδύνεται. Μάλιστα το επίπεδο του δείκτη για την εσωτερική αγορά δείχνει αισθητή μείωση, ενώ ο δείκτης για την εξωτερική αγορά παρουσιάζει άνοδο αλλά με χαμηλότερο ρυθμό από του 2009. Αυτό πιθανόν να οφείλεται και σε υπολειτουργία των επιχειρήσεων λόγω των θερινών αδειών, αν και η αντίστοιχη υποχώρηση κατά τον ίδιο μήνα των δύο προηγούμενων ετών είχε ηπιότερο χαρακτήρα. Από την άλλη πλευρά, τόσο ο δείκτης βιομηχανικής παραγωγής όσο και ο δείκτης κύκλου εργασιών για τον Αύγουστο εμφανίζουν θετικές εξελίξεις αλλά με χαμηλότερους, σε σχέση με το 2009, ρυθμούς.

Συμπερασματικά, οι εξελίξεις όπως αποτυπώνονται στους σχετικούς πίνακες δείχνουν μία θετική πορεία του κλάδου που χαρακτηρίζεται ενθαρρυντική ως προς τις αναπτυξιακές του προοπτικές.

11.3. Ανάλυση του φαρμακευτικού κλάδου βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών (ICAP)

11.3.1. Γενικά

Το παρόν υποκεφάλαιο βασίζεται στα στοιχεία των δημοσιευμένων ισολογισμών (ICAP) των φαρμακευτικών εταιρειών που καλύπτουν την περίοδο 1999-2008. Καταρχάς, είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι τα συγκεκριμένα στοιχεία αντανακλούν τα συνολικά μεγέθη των επιχειρήσεων του κλάδου, πολλές από τις οποίες δεν είναι αμιγώς φαρμακευτικές αλλά δραστηριοποιούνται, εκτός από την παραγωγή, διάθεση ή/και εμπορία φαρμακευτικών σκευασμάτων, και σε άλλα χημικά προϊόντα, π.χ. καλλυντικά, απορρυπαντικά κλπ. Κατά συνέπεια δεν παρέχεται, μέσω των στοιχείων αυτών, η εικόνα ενός σαφώς οριοθετημένου φαρμακευτικού κλάδου.

Στην παρούσα ενότητα, εκτός από την απασχόληση κατά μέγεθος επιχείρησης, τα μερίδια αγοράς και τους δείκτες συγκέντρωσης (βάσει της αξίας πωλήσεων), παρουσιάζονται και τα χρηματοοικονομικά δεδομένα των εταιρειών του κλάδου – ενεργητικό, ίδια και ξένα κεφάλαια – και στη συνέχεια οι υπολογισθέντες σχετικοί χρηματοοικονομικοί δείκτες.

11.3.2. Μερίδια αγοράς- Βαθμός συγκέντρωσης

Όπως δείχνει ο Πίνακας 11.21, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων του κλάδου είναι μεσαίου μεγέθους, ενώ μόνο έξι εταιρείες απασχολούν πάνω από 250 άτομα[40] κατά την περίοδο 2005-2008. Συγκεκριμένα, ένα ποσοστό που κυμαίνεται γύρω στο 50% των επιχειρήσεων έχουν μέση απασχόληση που δεν υπερβαίνει τα 50 άτομα, ενώ το 37% (μέσος όρος περιόδου 1999-2008) των φαρμακοβιομηχανιών εμφανίζεται με 50 έως 250 απασχολουμένους. Η μέση ανά επιχείρηση απασχόληση, σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, παρουσιάζει ανοδική τάση, με την πάροδο του χρόνου.

[40] Αυτές είναι οι εξής: VIANEX, NOVARTIS, ALAPIS, BOEHRINGER INGELHEIM, ELPEN και η VIOSER.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.21
Αριθμός επιχειρήσεων κατά μέγεθος

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Αριθμός επιχειρήσεων*	49	49	51	53	54	54	55	55	56	51
0-9 εργαζόμενοι	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
10-49 εργαζόμενοι	21	20	22	24	25	25	26	26	26	23
50-249 εργαζόμενοι	20	20	20	20	20	20	19	19	19	19
250+ εργαζόμενοι	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
Μέση απασχόληση (ανά επιχείρηση)	67	69	72	75	75	81	86	87	101	

* Επιχειρήσεις που δηλώνουν απασχόληση (ICAP).
Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί ICAP. ΕΛΣΤΑΤ (για τη μέση ανά επιχείρηση απασχόληση). Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP, οι πωλήσεις των φαρμακευτικών επιχειρήσεων παρουσιάζουν μέσο ετήσιο ρυθμό ανόδου της τάξης του 14,8% κατά την εξεταζόμενη περίοδο 1999-2008. Οι δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις καλύπτουν γύρω στο 77% της συνολικής αξίας πωλήσεων, με μέσο ρυθμό μεταβολής της τάξης του 15%, που όμως διαφοροποιείται σημαντικά μεταξύ εταιρειών – από μείον 11% (η LAVIPHARM) έως 66% (η GEROLYMATOS κατά την περίοδο 2001-2008). Ισχυρή ανοδική τάση εμφανίζουν επίσης η PFIZER (30%), καθώς και η DEMO και η ALAPIS με μέσο ρυθμό αύξησης 24%. Οι εξελίξεις αυτές αντανακλώνται στον Πίνακα 11.22, όπου δίνονται τα μερίδια αγοράς, τα οποία υπολογίζονται με βάση την αξία των πωλήσεων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ενώ τα επιμέρους μερίδια αρκετών επιχειρήσεων εμφανίζουν έντονη διαφοροποίηση διαχρονικά, με τη VIANEX να έχει το χαμηλότερο συντελεστή μεταβλητότητας, εντούτοις το αθροιστικό ποσοστό συμμετοχής των 10 μεγαλύτερων εταιρειών παραμένει σχετικά σταθερό καθ' όλη τη δεκαετία 1999-2008. Είναι αξιοπρόσεκτη η αλματώδης άνοδος της ALAPIS κατά τα 2 τελευταία χρόνια και η αδιάλειπτα πτωτική τάση στο μερίδιο της LAVIPHARM.

Η εξέταση των εκτιμηθέντων δεικτών συγκέντρωσης (Πίνακας 11.23) καταλήγει στα ακόλουθα συμπεράσματα: Ο κλάδος των φαρμακευτικών προϊόντων φαίνεται να έχει, βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών της ICAP, χαμηλό προς μέτριο βαθμό συγκέντρωσης καθώς οι 4 πρώτες εταιρείες του κλάδου (δείκτης CR4) κατέχουν ποσοστό που δεν υπερβαίνει το 59%. Σημειώνεται ωστόσο ότι ο βαθμός συγκέντρωσης παρουσιάζει διακυμάνσεις διαχρονικά. Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι, ενώ στην αρχή της εξεταζόμενης περιόδου 1999-2008 ο δείκτης CR4 ήταν 43,2%, το 2005 έφθασε το 58,6%, για να ακολουθήσει πτωτική πορεία εφεξής και να καταλήξει στο 50,7% το 2008. Ο σχετικά χαμηλός βαθμός συγκέντρωσης αποδίδεται στην ιδιομορφία του κλάδου, το προϊόν του οποίου απαρτίζεται από μεγάλο αριθμό σκευασμάτων που ανήκουν σε διαφορετικές θεραπευτικές κατηγορίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.22
Μερίδια αγοράς (%)

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	1999-2008		
											Μέσος όρος μεριδίων	Συντελεστής μεταβλ/τας	Μέσος ρυθμός μεταβ. πωλήσεων
PFIZER HELLAS	4,3	4,8	8,6	10,6	13,3	20,3	19,0	18,0	14,6	13,5	14,0	0,40	30,23
NOVARTIS	15,3	16,2	13,3	14,1	13,8	13,1	12,1	12,0	11,1	12,0	12,8	0,13	11,81
VIANEX S.A.	11,2	12,1	12,0	12,8	13,0	12,8	11,9	12,8	11,2	11,3	12,0	0,06	14,89
BOEHRINGER I.	5,6	7,6	8,5	8,9	8,4	9,3	15,6	11,9	9,1	8,2	9,7	0,28	19,70
ALAPIS S.A.	7,1	6,3	4,5	3,3	3,1	2,6	1,2	1,0	14,1	14,0	6,6	0,72	23,71
BRISTOL-MYER.	9,6	9,7	9,3	8,2	6,4	6,5	5,8	5,9	5,1	5,2	6,5	0,28	7,22
LAVIPHARM	17,4	13,9	14,0	11,1	10,2	3,2	2,6	2,2	2,0	1,7	5,8	1,05	-11,16
ELPEN PHAR.	3,2	3,5	3,1	2,8	3,2	3,4	3,5	3,9	3,6	3,8	3,5	0,10	17,36
GEROLYMATOS			0,4	1,6	2,5	2,5	2,8	5,7	5,4	5,3	3,4	0,59	66,17
DEMO S.A.	1,4	1,8	2,2	2,6	3,2	3,3	3,3	3,2	2,7	2,9	2,8	0,24	24,26
ως % στο σύνολο των πωλήσεων	75,1	75,7	75,9	76,1	77,0	77,0	77,9	76,6	78,9	77,8	77,2	0,01	15,27

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί ICAP. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.23
Δείκτες συγκέντρωσης

Δείκτης συγκέντρωσης	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μέσος όρος περιόδου
CR4	43,2	45,5	43,2	46,4	48,5	55,5	58,6	54,7	51,0	50,7	48,5
CR8	59,1	62,1	61,5	63,3	64,4	71,4	74,1	73,4	74,2	73,2	68,5
Herfindahl	903,8	867,4	820,7	805,1	812,1	946,9	987,0	896,1	842,9	819,3	870,1

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί ICAP. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Με βάση το δείκτη CR8, ο οποίος κυμαίνεται από 59% έως 74%, παρατηρείται σχετικά μέτριος βαθμός συγκέντρωσης. Ως εκ τούτου η δομή του φαρμακευτικού κλάδου, με βάση το συγκεκριμένο δείκτη, χαρακτηρίζεται ολιγοπωλιακή, ιδιαίτερα κατά την πενταετία 2004-2008.

Από την άλλη πλευρά, ο δείκτης Herfindahl, με τιμές που κυμαίνονται μεταξύ 800 και 990 (πολλαπλασιασμένες με το 10.000), δείχνει μικρό ή, ακριβέστερα, ανύπαρκτο βαθμό συγκέντρωσης, παρέχοντας έτσι ενδείξεις ότι δεν υπάρχουν κυρίαρχοι παίκτες στο κλάδο των φαρμάκων. Ωστόσο πρέπει να επισημανθεί ότι αυτό το συμπέρασμα ισχύει στις περιπτώσεις που η αγορά έχει ορθώς ορισθεί, με την έννοια ότι πρόκειται για ενιαία αγορά[41] όπου τα προϊόντα είναι υποκατάστατα μεταξύ τους, πράγμα που συμβαίνει σε περιορισμένο βαθμό στο φαρμακευτικό κλάδο, δεδομένου ότι πολλά φάρμακα είναι πρωτότυπα και αναντικατάστατα.

11.3.3. Χρηματοοικονομική ανάλυση

Η εξέλιξη των χρηματοοικονομικών μεγεθών, κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, είναι όντως εντυπωσιακή, όπως διαπιστώνεται από τον Πίνακα 11.24. Το σύνολο του ενεργητικού εμφανίζει μεγέθυνση 21,6% ετησίως, ενώ τα ίδια κεφάλαια σημειώνουν μέση άνοδο περιόδου που προσεγγίζει το 25%. Το σύνολο των ξένων κεφαλαίων καταγράφει μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής της τάξης του 19,4%.

Πιο αναλυτικά, ως προς το ενεργητικό παρατηρείται ότι οι δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις παρουσιάζουν υψηλό μέσο ρυθμό μεταβολής της τάξης του 24%, έναντι 2,2% για το σύνολο του κλάδου, ανεβάζοντας έτσι το μερίδιό τους κατά 15 ποσοστιαίες μονάδες κατά τη δεκαετία 1999-2008.

[41] Ούτως ή άλλως, έχει εξαρχής επισημανθεί ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου, στα στοιχεία της ICAP, δεν είναι αμιγώς φαρμακευτικές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.24
Σύνολο ενεργητικού, ίδια και ξένα κεφάλαια, 1999-2008

Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Κατάταξη 2008	Περίοδος 1999-2008		
												Κατάταξη	Μέσος ρυθμός μεταβολής	Συντελεστής μεταβλ/τας
Σύνολο ενεργητικού (εκατ. €)														
ALAPIS S.A.	81	97	114	122	127	102	85	84	1.771	2.455	1	1	46,1	1,71
PFIZER HELLAS S.A.	47	60	102	117	173	287	304	310	383	396	2	2	26,8	0,61
LAVIPHARM S.A.	193	194	204	222	235	235	212	213	200	146	7	3	-3,1	0,13
VIANEX S.A.	65	87	106	136	161	178	131	170	232	271	3	4	17,2	0,41
NOVARTIS (HELLAS) S.A.C.I.	114	87	106	115	110	118	100	115	141	186	4	5	5,6	0,23
BOEHRINGER INGELHEIM	35	49	56	76	80	124	121	135	132	145	8	6	17,0	0,43
DEMO S.A.	29	38	45	62	80	103	94	113	145	183	5	7	22,5	0,55
ELPEN PHARMACEUTICAL CO.	23	30	36	39	49	65	75	91	105	129	9	8	20,9	0,55
GEROLYMATOS, P. N. G., S.A.		1	3	12	16	20	31	119	132	163	6	9	92,1	1,15
PHARMATHEN S.A.	6	7	8	9	13	18	29	51	68	119	10	10	38,4	1,12
Άθροισμα	594	650	777	910	1.046	1.249	1.181	1.402	3.310	4.195			24,3	0,79
ως % στο σύνολο του κλάδου	67,0	66,6	68,3	68,9	68,8	68,6	67,1	68,7	80,6	81,6				

Ίδια κεφάλαια (εκατ. €)														
Επιχειρήσεις	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μέσος ρυθμός	Ποσοστιαία διάρθρωση		
												1999-08	1999-03	2004-08
ALAPIS S.A.	25	58	60	58	60	38	30	31	1.608	1.528	58,1	42,3	13,3	48,7
LAVIPHARM S.A.	107	107	109	107	107	112	113	120	148	98	-1,0	13,6	27,4	10,3
PFIZER HELLAS S.A.	33	39	44	40	59	103	126	71	99	95	12,5	8,6	10,9	8,2
DEMO S.A.	18	21	21	25	33	35	35	43	48	49	11,9	4,0	6,0	3,6
ELPEN PHARM. CO. INC. S.A.	10	11	15	15	17	26	25	31	37	39	16,0	2,7	3,5	2,6
VIANEX S.A.	8	16	24	18	22	22	17	18	18	72	28,4	2,9	4,5	2,5
BOEHRINGER INGELHEIM	7	8	8	9	9	13	18	26	31	34	18,9	2,0	2,1	1,9
UNI-PHARMA S.A.	11	11	10	10	10	13	16	18	22	37	14,7	1,9	2,6	1,7
PHARMATHEN S.A.	1	1	4	5	7	10	13	18	24	42	62,0	1,5	0,9	1,7
GEROLYMATOS, P. N. G., S.A.	0	0	0	1	2	0	0	19	39	37	127,0	1,2	0,1	1,4
Άθροισμα	219	272	295	288	325	373	393	395	2.075	2.031	28,1			
ως % στο σύνολο του κλάδου	69,5	72,9	73,5	70,4	69,8	70,3	69,4	68,1	89,7	87,7		80,6	71,2	82,6

Πίνακας 11.24 (συνέχεια)

Επιχειρήσεις	Ξένα κεφάλαια (εκατ. €)													
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μέσος ρυθμός	Ποσοστιαία διάρθρωση		
												1999-08	1999-03	2004-08
ALAPIS S.A.	56	38	54	64	67	63	55	53	163	927	36,5	12,4	7,2	14,7
PFIZER HELLAS S.A.	14	22	58	77	114	184	178	239	284	301	40,6	11,8	7,3	13,9
VIANEX S.A.	57	71	82	118	139	155	113	152	214	198	14,8	10,4	12,0	9,7
NOVARTIS (HELLAS) S.A.C.I.	103	78	92	104	97	102	87	105	128	159	5,0	8,5	12,2	6,8
DEMO S.A.	12	18	23	37	47	68	59	70	97	134	31,2	4,5	3,5	5,0
GEROLYMATOS, P. N. G., S.A.	0	1	3	11	15	20	31	101	92	127	87,5	3,2	0,8	4,3
BOEHRINGER INGELHEIM	28	40	47	68	71	111	103	109	101	111	16,5	6,4	6,6	6,3
ELPEN PHARM. CO. INC. S.A.	13	20	21	24	32	39	50	60	68	90	23,9	3,3	2,8	3,6
BRISTOL - MYERS SQUIBB S.A.	57	70	68	66	59	75	82	57	77	84	4,5	5,6	8,3	4,4
PHARMATHEN S.A.	6	6	4	4	6	9	16	33	44	77	33,2	1,6	0,7	2,1
Άθροισμα	345	363	452	573	648	824	775	979	1.269	2.208	22,9			
ως % στο σύνολο του κλάδου	60,3	60,1	61,4	62,9	61,5	63,8	64,9	66,9	70,8	78,2		67,8	61,4	70,7

Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί ICAP. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Είναι αξιοσημείωτο ότι η συμμετοχή μίας και μόνης εταιρείας –συγκεκριμένα της ALAPIS[42]– υπερβαίνει το 40% του συνολικού μεγέθους κατά τη διετία 2007-2008. Μία παρόμοια εικόνα εμφανίζουν και τα στοιχεία των ίδιων κεφαλαίων. Ο μέσος ρυθμός μεταβολής των 10 μεγαλύτερων επιχειρήσεων είναι 28%, έναντι 25% για το σύνολο του κλάδου. Και στην περίπτωση αυτή, η ALAPIS κατέχει τη μερίδα του λέοντος, αντιπροσωπεύοντας κατά την πενταετία 2004-2008 το 49% του συνόλου των ίδιων κεφαλαίων, έναντι 13% της περιόδου 1999-2003. Αντίθετη πορεία εμφανίζει η εταιρεία LAVIPHARM, με μερίδιο που διαμορφώνεται το 2008 στο 6% από 34% στην αρχή της εξεταζόμενης περιόδου. Όσον αφορά στη διάρθρωση των ξένων κεφαλαίων, η ALAPIS εμφανίζεται και πάλι στην πρώτη θέση (στο μέσον όρο περιόδου) λόγω του υψηλού ποσοστού της (33%) το 2008, ενώ κατά την περίοδο 1999 έως και 2007 τις δύο πρώτες θέσεις κατέχουν οι εταιρείες PFIZER και VIANEX, με μέσο αθροιστικό μερίδιο της τάξης του 22%. Οι μεταβολές των υπόλοιπων χρηματοοικονομικών στοιχείων παρουσιάζουν έντονες διακυμάνσεις από έτος σε έτος. Οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 83% των συνολικών υποχρεώσεων, εμφανίζουν μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 14,1%, ενώ οι μεσομακροπρόθεσμες υποχρεώσεις αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 44,6%. Τα μικτά και τα καθαρά κέρδη παρουσιάζουν άνοδο κατά 20% και 16%, αντίστοιχα, ετησίως. Ωστόσο, τα μετά φόρων κέρδη του 2008 είναι 139,5 εκατ. ευρώ, για το σύνολο των επιχειρήσεων, έναντι 241,8 εκατ. € του προηγούμενου έτους, καταγράφοντας καθίζηση της τάξης του 42%.

11.3.4. Χρηματοοικονομικοί δείκτες

Στη συνέχεια παρουσιάζονται και αξιολογούνται οι δείκτες που αναφέρονται στην αποδοτικότητα, τη ρευστότητα, τη χρηματοοικονομική διάρθρωση καθώς και την κερδοφορία του κλάδου των φαρμακευτικών σκευασμάτων, πάντα βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών των επιχειρήσεων (Πίνακας 11.25).

Από την εξέταση των δεικτών αποδοτικότητας κατά πενταετίες –προκειμένου να εξομαλυνθούν οι εκτός τάσης τιμές του 2008– διαπιστώνεται, σε επίπεδο κλάδου, αύξηση τόσο του περιθωρίου κέρδους (καθαρού και μικτού), όσο και της κερδοφόρου δυναμικότητας της φαρμακοβιομηχανίας, όπως αυτή αντανακλάται στους δείκτες αποδοτικότητας του ενεργητικού και των ιδίων κεφαλαίων.

[42] Η ALAPIS δημιουργήθηκε το Μάιο του 2007, μετά τη συγχώνευση των εταιρειών VETERIN ABEE, Lamda Detergent ABEE, EBIK AE και Elpharma AEBE.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.25
Χρηματοοικονομικοί δείκτες

Επιχείρηση	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Κατά-ταξη 2008	1999-2008		1999-2003		2004-2008	
												Μ.Ο.	Κατά-ταξη	Μ.Ο.	Κατά-ταξη	Μ.Ο.	Κατά-ταξη
Απόδοση ενεργητικού (%)																	
KORRES OM.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,8	23,7	1	24,5	1			24,5	1
VIANEX S.A.	15,9	14,1	11,3	14,1	16,7	14,8	26,3	23,7	20,8	19,1	3	18,3	2	14,5	3	20,5	2
BRISTOL - MYERS	5,2	-0,9	6,4	14,6	9,2	9,8	23,5	23,5	21,5	20,9	2	13,9	3	7,1	11	19,8	3
PETSIAVAS, N.	4,7	3,3	2,3	3,1	7,1	9,3	8,6	12,6	13,5	13,8	6	8,6	8	4,2	18	11,7	4
SANTE HELLAS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	22,8	13,0	3,1	0,0	54	10,9	4			10,9	5
SPYRMAN LTD	19,4	7,4	8,2	9,2	10,1	2,2	6,6	15,4	12,6	0,0	55	10,0	5	10,4	8	9,7	6
SERVIER HEL. PH.	0,5	6,9	6,4	5,8	-2,3	1,9	5,9	3,6	10,4	16,1	5	6,7	13	3,6	19	8,9	7
GEROLYMATOS	0,0	-0,7	3,5	6,4	5,7	6,2	3,5	9,7	13,9	4,8	18	8,4	9	5,6	15	8,6	8
CANA PHAR. LAB.	13,1	6,5	13,5	17,3	11,7	8,4	10,8	8,7	9,2	6,4	12	9,7	6	12,8	5	8,4	9
DOCTUM PH.-GIOK.	10,5	11,1	10,9	10,7	10,4	6,8	10,3	11,0	7,6	5,6	13	9,2	7	10,7	6	8,2	10
Σύνολο κλάδου	4,1	2,9	3,0	5,0	4,9	6,6	5,3	6,0	6,0	4,0		5,0		4,1		5,3	
Απόδοση ιδίων κεφαλαίων (%)																	
NOVOPHARM PH.	-2,6	-48,9	1147,3	40,6	20,4	503,9	478,4	-109,9	77,6	81,8	4	218,9	1	231,4	2	206,4	1
SIEGER PHARMA	0,0	-11,5	148,4	92,2	53,2	463,7	411,2	62,2	46,8	21,3	16	128,7	5	56,4	11	201,0	2
OPUS MATERIA	0,0	136,8	-5,9	153,1	468,2	454,2	108,3	196,0	137,3	0,0	53	164,8	2	150,5	3	179,2	3
BRISTOL- MYERS	135,5	75,6	50,1	105,1	122,0	118,6	198,4	219,8	263,5	71,4	6	136,0	4	97,7	7	174,3	4
VIANEX S.A.	44,7	-9,7	60,0	61,0	69,1	86,2	206,6	146,1	174,4	181,8	1	102,0	7	45,0	15	159,0	5
CHATTEM HELLAS	0,0	0,0	59,1	145,7	357,1	173,9	0,0	31,3	373,5	55,3	8	119,6	6	112,4	5	126,8	6
LAVIPHARM.	126,8	82,8	44,0	38,2	10,4	367,0	105,7	46,1	32,8	14,2	23	86,8	8	60,5	10	113,1	7
KORRES OM.	52,3	87,4	95,8	63,0	56,7	11,3	15,9	384,2	-18,2	-68,4	73	68,0	9	71,0	9	65,0	8
SERVIER HEL.PHAR.	38,4	31,3	38,7	57,0	74,3	72,4	97,6	38,4	27,8	14,7	22	49,1	11	47,9	14	50,2	9
CHRISPA ALP. PH.	19,6	71,8	-45,9	-41,4	14,8	-46,6	174,3	20,6	40,0	51,0	9	25,8	16	3,8	33	47,9	10
Σύνολο κλάδου	11,6	7,7	8,6	16,1	16,0	22,7	16,4	21,3	10,6	9,0		13,5		12,0		15,0	

Επιχείρηση	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Κατά-ταξη 2008	1999-2008		1999-2003		2004-2008	
												Μ.Ο.	Κατά-ταξη	Μ.Ο.	Κατά-ταξη	Μ.Ο.	Κατά-ταξη
Δείκτης ρευστότητας																	
TSETI, I. & EIR., S.A.	12,67	1,84	1,16	2,53	3,08	2,90	11,79	19,52	35,24	3,37	3	6,32	1	2,29	6	8,29	1
SANOPHARM S.A.						11,35	1,61	3,25	2,83	4,90	1	3,32	2			3,21	2
DOCTUM PH. GIOK.	2,30	2,70	1,31	1,25	1,41	1,49	4,44	5,46	5,84	2,18	11	2,22	7	1,57	16	2,94	3
NEPHROCLINIC.	1,60	2,68	2,26	3,73	4,63	5,20	6,79	2,69	2,00	2,51	7	2,86	3	2,89	4	2,84	4
MEDICHROM S.A.	1,43	1,36	2,71	1,34	1,45	3,79	3,07	4,23	1,61	2,90	4	2,16	8	1,50	18	2,61	5
VERMA DRUGS S.A.				1,66	1,50	1,52	1,84	3,21	2,20	4,08	2	2,22	6	1,57	17	2,49	6
UNI-PHARMA S.A.	4,49	4,49	6,93	5,67	3,27	3,51	3,77	2,01	2,81	1,58	21	2,79	4	4,56	2	2,30	7
COUP S.A.					3,16	3,01	2,26	2,59	1,90	1,63	19	2,24	5	3,16	3	2,14	8
GALENICA S.A.	0,99	0,89	1,09	0,96	1,24	1,80	2,47	2,18	2,45	1,94	12	1,65	17	1,04	47	2,11	9
ALAPIS S.A.	1,81	2,36	1,84	2,23	2,06	1,30	0,83	2,66	5,53	1,27	34	2,08	9	2,04	10	2,10	10
Σύνολο κλάδου	1,31	1,28	1,24	1,24	1,23	1,22	1,22	1,19	1,55	1,37		1,30		1,25		1,32	
Δείκτης δανειακής πίεσης																	
BIOSPRAY S.A.	0,4	9,1	16,9	8,6	13,8	13,0	3,9	2,4	2,2	10,0	1	7,2	1	10,6	2	6,2	1
SIEGER PHARMA	0,0	0,0	0,0	0,0	8,1	8,4	8,4	6,0	13,3	14,0	2	9,7	2	8,1	1	10,1	2
PHARMANEL S.A.	15,1	15,4	11,1	14,2	24,5	28,3	23,4	29,4	20,1	26,9	5	22,8	3	16,3	3	25,7	3
COOPER PHARM.	30,7	26,1	55,9	62,6	55,3	54,4	18,0	15,3	14,6	35,8	7	35,1	9	47,4	17	27,3	4
MEDIPAC TH. KAZAN.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,4	57,4	28,6	33,2	19,3	3	28,1	4	0,0		29,2	5
ARMEDICA S.A.	48,6	42,6	41,8	36,5	34,6	31,1	24,0	26,3	30,9	0,0		37,2	10	40,8	10	29,3	6
MEDICHROM S.A.	0,0	0,0	0,0	0,0	22,5	0,0	18,3	50,5	24,2	22,2	4	29,7	5	22,5	4	30,1	7
NOVOPHARM PH.	25,4	29,4	37,7	24,3	20,9	18,1	15,9	36,2	48,6	38,4	8	31,7	6	28,2	6	34,3	8
PHARMATHEN INT.	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	41,2	42,2	0,0		33,3	7	0,9		37,1	9
BIOSYNTHESIS S.A.	20,5	28,1	28,3	31,1	37,3	29,7	34,7	42,4	44,8	0,0		34,1	8	29,7	7	38,5	10
Σύνολο κλάδου	64,5	61,8	64,7	69,0	69,3	70,9	67,8	71,6	43,7	54,9		60,1		66,4		57,6	

Πίνακας 11.25 (συνέχεια)

Επιχείρηση	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Κατά-ταξη 2008	1999-2008		1999-2003		2004-2008	
												Μ.Ο.	Κατά-ταξη	Μ.Ο.	Κατά-ταξη	Μ.Ο.	Κατά-ταξη
Περιθώριο καθαρού κέρδους (%)																	
VERMA DRUGS S.A.	0,0	0,0	0,0	6,0	1,8	3,9	-2,0	1,9	18,2	58,1	1	13,2	3	4,7	15	18,2	1
KORRES OM.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,4	16,3	2	15,4	2	0,0	49	15,4	2
DOCTUM PHAR..GIOK.	18,8	19,5	17,7	16,6	16,4	11,9	16,4	18,6	13,3	10,9	6	15,6	1	17,6	1	14,3	3
VIANEX S.A.	10,1	9,9	8,0	10,3	12,7	11,2	13,8	14,1	14,9	14,6	3	12,7	5	10,4	6	13,9	4
SPYRMAN LTD	21,6	9,2	9,0	10,1	12,6	3,0	8,9	22,6	18,6	0,0		12,8	4	12,1	5	13,6	5
BRISTOL- MYERS	3,8	-0,7	4,2	10,7	6,0	6,9	17,6	12,1	13,1	12,2	5	9,2	7	5,1	13	12,4	6
NEPHROCLINIC	18,5	15,3	13,4	11,9	6,9	4,0	4,6	15,8	18,1	4,5	22	11,7	6	13,6	3	10,3	7
ALAPIS S.A.	4,4	3,4	4,3	2,2	0,6	0,6	-87,4	-12,2	19,6	9,3	11	8,6	10	3,1	22	10,2	8
PHARMATHEN S.A.	5,4	3,0	1,9	2,8	4,4	7,2	9,6	10,0	9,9	10,6	8	8,8	9	3,5	21	9,9	9
PETSIAVAS, N., S.A.	5,4	3,6	2,0	2,8	6,2	8,2	7,1	9,5	10,6	10,8	7	7,4	13	4,1	17	9,4	10
Σύνολο κλάδου	4,0	2,8	2,8	4,5	4,6	6,5	4,1	5,4	8,4	4,4		5,1		3,8		5,8	

Σημείωση: Αγνοούνται οι επιχειρήσεις με μία μόνο ετήσια παρατήρηση.
Πηγή: Δημοσιευμένοι ισολογισμοί ICAP. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Συγκεκριμένα, ο δείκτης απόδοσης ενεργητικού διαφοροποιείται όχι μόνο μεταξύ επιχειρήσεων αλλά και διαχρονικά σε επίπεδο εταιρειών, χωρίς συγκεκριμένη τάση, ενώ κατά το 2008 καταγράφεται σημαντική μείωση για το σύνολο του κλάδου. Σε γενικές γραμμές, κατά την πενταετία 2004-2008, σημειώνεται υψηλότερη απόδοση από την προγενέστερη περίοδο 1999-2003. Ως προς την αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων, οι ακραίες τιμές που παρατηρούνται στην περίπτωση ορισμένων εταιρειών (όπως π.χ. των NOVOPHARM, LAVIPHARM, GEROLYMATOS κλπ), καθιστούν προβληματική την όποια συγκριτική αξιολόγηση. Σε επίπεδο κλάδου, η εξέλιξη του δείκτη παρουσιάζει έντονες αυξομειώσεις. Είναι αξιοσημείωτο ότι μεγάλες επιχειρήσεις (π.χ. ALAPIS, NOVARTIS, PFIZER, BOEHRINGER INGELHEIM) απουσιάζουν από τον κατάλογο των 10 πρώτων εταιρειών όσον αφορά στους δύο αυτούς δείκτες αποδοτικότητας[43].

Όσον αφορά στο δείκτη κυκλοφοριακής ρευστότητας, επισημαίνεται ότι οι περισσότερες από τις εταιρείες που εμφανίζουν μεγάλη ευχέρεια στο να καλύπτουν τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις τους, έχουν δηλαδή υψηλό δείκτη ρευστότητας[44], χαρακτηρίζονται επίσης από μεγάλη μεταβλητότητα. Αντίθετα, ο κλάδος ως σύνολο παρουσιάζει σχετική σταθερότητα στο συγκεκριμένο δείκτη. Από την άλλη πλευρά, ο δείκτης δανειακής πίεσης[45], για τον κλάδο συνολικά, εμφανίζει αυξομειώσεις από χρόνο σε χρόνο, που είναι ιδιαίτερα έντονες κατά την τριετία 2006-2008.

Τέλος, ως προς το περιθώριο καθαρού κέρδους, στην κορυφή της κατάταξης για τη περίοδο 2004-2008 βρίσκονται οι επιχειρήσεις VERMA DRUGS και KORRES, λόγω ιδιαίτερα καλών επιδόσεων κατά την διετία 2007-2008, ενώ δύο εταιρείες, συγκεκριμένα η DOCTUM και η ΒΙΑΝΕΞ, επιδεικνύουν σταθερά υψηλή κερδοφορία καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο, η οποία είναι υπερδιπλάσια από το μέσο περιθώριο κέρδους του κλάδου. Το τελευταίο σχεδόν υποδιπλασιάζεται από 8,4% το 2007 σε 4,4% κατά το 2008. Σημειώνεται και πάλι η απουσία των περισσότερων από τους μεγάλους φαρμακευτικούς ομίλους (PFIZER, NOVARTIS, BOEHRINGER INGELHEIM, LAVIPHARM, ELPEN PHARMACEUTICAL, GEROLYMATOS, και DEMO) από τον κατάλογο των εταιρειών του κλάδου με το υψηλότερο περιθώριο κέρδους.

---

[43] Πιο αναλυτικά, ως προς το δείκτη απόδοσης ενεργητικού συγκαταλέγονται στις δέκα πρώτες εταιρείες μόνον τρεις από τις μεγάλες επιχειρήσεις (η VIANEX, η BRISTOL MYERS και η GEROLYMATOS). Ως προς την απόδοση ιδίων κεφαλαίων, και πάλι μόνον τρεις (η BRISTOL MYERS, η VIANEX και η LAVIPHARM) από τις μεγάλες εταιρείες περιλαμβάνονται στις 10 κορυφαίες επιχειρήσεις.

[44] Από τις δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις μόνον η ALAPIS περιλαμβάνεται στην κατάταξη των 10 κορυφαίων επιχειρήσεων ως προς το δείκτη ρευστότητας.

[45] Καμία από τις δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις δεν συγκαταλέγεται στον κατάλογο των εταιρειών με το χαμηλότερο δείκτη δανειακής πίεσης.

Συμπερασματικά, οι φαρμακευτικές επιχειρήσεις –λειτουργώντας σε ένα επιδεινούμενο περιβάλλον– επηρεάσθηκαν, σε σημαντικό βαθμό, από την αρνητική οικονομική συγκυρία, όπως διαπιστώνεται από την πορεία των χρηματοοικονομικών δεικτών. Συγκεκριμένα, οι δείκτες αποδοτικότητας ενεργητικού και ιδίων κεφαλαίων, σε επίπεδο κλάδου, υποχώρησαν κατά τη διετία 2007-2008, ενώ η κερδοφορία κατέγραψε μείωση κατά τέσσερις περίπου ποσοστιαίες μονάδες το 2008, που μεταφράζεται σε υποδιπλασιασμό του σχετικού δείκτη. Υπάρχει ωστόσο σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ εταιρειών ως προς το βαθμό που επηρεάσθηκαν από την οικονομική κρίση. Επισημαίνεται ότι οι εξελίξεις κατά το 2009 και το 2010 δεν υπεισέρχονται στην ανάλυση, λόγω της υστέρησης των στατιστικών στοιχείων, αναμένεται πάντως επιδείνωση των σχετικών δεικτών.

11.4. Θεσμικό πλαίσιο

11.4.1. Γενικά

Η φαρμακευτική βιομηχανία αποτελεί μία από τις πλέον ρυθμιζόμενες βιομηχανίες σε παγκόσμιο επίπεδο, λόγω της φύσης του προϊόντος που παράγει. Τόσο η ανάπτυξη και η παραγωγή των φαρμάκων, όσο και η διακίνηση και η κατανάλωσή τους, υπόκεινται σε σειρά πολύ αυστηρών ρυθμίσεων προκειμένου να διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα και η ασφάλεια των φαρμακευτικών σκευασμάτων από τη μία πλευρά και η βιωσιμότητα των φορέων κοινωνικής ασφάλισης από την άλλη. Αποτέλεσμα όλου αυτού του κανονιστικού πλαισίου είναι το φάρμακο ως προϊόν να διακινείται, στην πλειονότητα των χωρών, μέσω ενός σαφώς καθορισμένου μηχανισμού, με μεταβαλλόμενο κατά καιρούς χαρακτήρα, αλλά κυρίως υπό ένα καθεστώς κεντρικά προσδιορισμένων τιμών.

Η ρύθμιση του φαρμακευτικού τομέα προϋποθέτει την εξισορρόπηση/ συμφιλίωση κοινωνικών και ιδιωτικών στόχων, λόγω του διττού χαρακτήρα του φαρμάκου, το οποίο εκτός από εμπορεύσιμο προϊόν είναι και κοινωνικό αγαθό. Η κρατική παρέμβαση επιδιώκει την επίτευξη πολλαπλών στόχων που σχετίζονται τόσο με τη φαρμακευτική πολιτική, στα πλαίσια της εν γένει πολιτικής υγείας, και το κόστος που αυτές συνεπάγονται, όσο και με τη βιομηχανική πολιτική. Για τον έλεγχο του κόστους, διάφορες χώρες έχουν εφαρμόσει και εξακολουθούν να εφαρμόζουν διάφορες πρακτικές στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν ή να επιτύχουν την ισορροπία μεταξύ της άμεσης πρόσβασης των πολιτών σε ασφαλή αποτελεσματικά και οικονομικώς προσιτά φάρμακα από τη μία πλευρά και των στόχων της φαρμακευτικής βιομηχανίας από την άλλη.

Οι διαδικασίες ρύθμισης της αγοράς φαρμάκου εμπίπτουν στην αρμοδιότητα πολλών φορέων τόσο σε εθνικό όσο και σε υπερεθνικό επίπεδο. Έτσι, τα θέματα προστασίας πνευματικής ιδιοκτησίας ανήκουν στην αρμοδιότητα του Παγκόσμιου

Οργανισμού Εμπορίου καθώς και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία έχει τη δυνατότητα να επιτρέπει την επιμήκυνση των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας μέσω της χορήγησης συμπληρωματικών πιστοποιητικών προστασίας. Επίσης, η διασφάλιση τόσο της δημόσιας υγείας όσο και της πρόσβασης των ασθενών-καταναλωτών σε ασφαλή, καινοτόμα και αποτελεσματικά φάρμακα ρυθμίζονται σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω των αδειών κυκλοφορίας των φαρμακευτικών σκευασμάτων που χορηγούνται από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Φαρμάκων[46] (ΕΜΕΑ). Παράλληλα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποβλέπει στη δημιουργία και ανάπτυξη μίας ενιαίας φαρμακευτικής αγοράς μέσω της ενίσχυσης του ανταγωνισμού και του ερευνοκεντρικού χαρακτήρα της φαρμακοβιομηχανίας. Έτσι, η κοινοτική νομοθεσία επικεντρώνεται σε 3 βασικούς στόχους: (α) τη διασφάλιση της προστασίας της δημόσιας υγείας, (β) την απλούστευση του συστήματος έγκρισης σκευασμάτων και (γ) την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια, η Ευρώπη με αφετηρία την υιοθέτηση της πρώτης σχετικής κοινοτικής οδηγίας για τα φάρμακα (Οδηγία 65/65/ΕΟΚ) το 1965, προέβη σε μια σειρά κοινοτικών νομοθετικών πράξεων που οδήγησαν στη δημιουργία του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων το 1995. Μία από τις σημαντικές αλλαγές του ευρωπαϊκού κανονιστικού πλαισίου, που τέθηκε σε ισχύ το 2005, αφορούσε στην εισαγωγή της καλούμενης διάταξης BOLAR, που είχε ως στόχο τη διευκόλυνση της εισόδου των γενόσημων στην αγορά.

Οι χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαφοροποιούνται σημαντικά όσον αφορά στη φαρμακευτική πολιτική. Οι προτεραιότητες, οι οποίες διαφέρουν ως προς τη βαρύτητά τους από χώρα σε χώρα, συνίστανται στα εξής: στον περιορισμό της αυξητικής τάσης της φαρμακευτικής δαπάνης, στην υποστήριξη της εγχώριας βιομηχανίας για την παραγωγή καινοτόμων ή/και γενόσημων φαρμάκων, στην εξασφάλιση της πρόσβασης των ασθενών-καταναλωτών σε ασφαλή και αποτελεσματικά φάρμακα και, τέλος, στην παροχή κινήτρων για καινοτομία, της οποίας ο ρόλος είναι καθοριστικός και προστατεύεται μέσω των διπλωμάτων πνευματικής και βιομηχανικής ιδιοκτησίας. Κατά την πρόσφατη περίοδο, ο εξορθολογισμός της φαρμακευτικής δαπάνης, που είναι απολύτως απαραίτητος για τη βιωσιμότητα των συστημάτων υγείας, θεωρείται πρώτιστη προτεραιότητα και αποτελεί κοινή επιδίωξη όλων των χωρών.

Σε εθνικό επίπεδο, το θεσμικό πλαίσιο περιλαμβάνει ρυθμιστικές παρεμβάσεις που έχουν ως πρώτιστο αντικείμενο τον καθορισμό των τιμών καθώς και τη διαδικασία της κάλυψης από πλευράς της πολιτείας της φαρμακευτικής δαπάνης, η οποία σημειωτέον εμφανίζει έντονα αυξητική τάση κατά τα τελευταία χρόνια. Επιπρόσθετα υιοθετούνται κατά καιρούς πλήθος άλλων πολιτικών για τον έλεγχο

[46] Στην Ελλάδα, οι άδειες κυκλοφορίας φαρμάκων εκδίδονται από τον ΕΟΦ με τη συνεργασία του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Φαρμάκων.

και την προστασία της προσφοράς και ζήτησης φαρμάκων. Ο έλεγχος για τη διαφάνεια των εθνικών διαδικασιών καθορισμού των τιμών των φαρμάκων και της ασφαλιστικής τους κάλυψης ανήκει στη δικαιοδοσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

11.4.2. Θεσμικό πλαίσιο στις χώρες του ΟΟΣΑ

Σύμφωνα με πρόσφατα δημοσιευθείσα εργασία του ΟΟΣΑ (Paris et al., April 2010) οι τιμές των φαρμακευτικών προϊόντων (που καλύπτονται από τα ασφαλιστικά ταμεία) υπόκεινται σε κρατική ρύθμιση, στην πλειονότητα των χωρών, κατά την είσοδό τους στην αγορά. Η ρύθμιση γίνεται μέσω εργαλείων όπως, για παράδειγμα, οι τιμές αναφοράς, η θεραπευτική αποτελεσματικότητα, η φαρμακοοικονομική αξιολόγηση (π.χ. με τον έμμεσο καθορισμό των τιμών μέσω του ελέγχου των κερδών) ή μέσω διάφορων τύπων συμφωνιών για τον επιμερισμό των κινδύνων κλπ. Στον Πίνακα 11.26 εμφανίζονται οι χώρες του ΟΟΣΑ με τις αντίστοιχες κανονιστικού χαρακτήρα διατάξεις όσον αφορά στη ρύθμιση των τιμών[47] και τα καθεστώτα αποζημίωσης.

Στην ίδια εργασία του ΟΟΣΑ, επισημαίνεται ότι 25 χώρες, από τις 29 που αποτελούν αντικείμενο διερεύνησης (Πίνακας 11.27), έχουν καθιερώσει θετική λίστα συνταγογραφούμενων φαρμάκων σε κεντρικό επίπεδο, ενώ η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο εφαρμόζουν αρνητική λίστα. Τρεις χώρες, συγκεκριμένα η Τσεχία, η Σλοβενία και η Ισλανδία, κάνουν ταυτόχρονη χρήση θετικής και αρνητικής λίστας και πάλι σε κεντρικό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά, ο Καναδάς έχει καθιερώσει σε περιφερειακό επίπεδο, αλλά και σε κεντρικό όσον αφορά ειδικές πληθυσμιακές ομάδες, τη διαδικασία του θετικού καταλόγου.

Η Ελλάδα εμφανίζεται στον πίνακα ως η μόνη χώρα, ανάμεσα στις 29 υπό εξέταση χώρες, που δεν είχε τα τελευταία χρόνια (από το 2006 συγκεκριμένα) ούτε θετική ούτε αρνητική λίστα συνταγογραφούμενων φαρμάκων[48]. Πολύ σύντομα, ωστόσο, η χώρα μας θα παύσει να αποτελεί εξαίρεση, δεδομένου ότι στις αρχές του 2011 τίθεται σε ισχύ η νέα θετική λίστα φαρμάκων. Παράλληλα, έχει ήδη τεθεί σε εφαρμογή αρνητική λίστα φαρμάκων (300 τον αριθμό), τα οποία είναι πλέον μη συνταγογραφούμενα που σημαίνει ότι δεν καλύπτονται από τους φορείς κοινωνικής ασφάλισης, στην οποία λίστα προστίθενται σύντομα 200 ακόμη σκευάσματα, σύμφωνα με πρόσφατες ανακοινώσεις (Νοέμβριος 2010).

---

[47] Όπως προκύπτει από τον Πίνακα 11.26, ελάχιστες χώρες (συγκεκριμένα η Γερμανία και η Δανία) δεν προβαίνουν σε ρύθμιση των τιμών φαρμάκων. Οι ΗΠΑ δεν περιλαμβάνονται στις 29 υπό εξέταση χώρες στη συγκεκριμένη μελέτη. Σημειώνεται ότι υπάρχει πιθανότητα το καθεστώς ρύθμισης να έχει μεταβληθεί σε κάποιες χώρες κατά το 2010.

[48] Στη χώρα μας, είχε τεθεί σε εφαρμογή θετική λίστα συνταγογραφούμενων σκευασμάτων από το 1998 έως το Μάιο του 2006, οπότε και καταργήθηκε (με το Νόμο 3457/2006).

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.26
Ρύθμιση τιμών φαρμακευτικών προϊόντων στις χώρες του ΟΟΣΑ

Χώρες	Ρύθμιση τιμών	Ρύθμιση αποζημίωσης
Αυστραλία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Αυστρία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Βέλγιο	Όλα τα φάρμακα	
Καναδάς	Όλα τα πατενταρισμένα φάρμακα (σε ομοσπονδιακό επίπεδο)	
Τσεχία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για όλα τα φάρμακα
Δανία	Όχι	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Φιλανδία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Γαλλία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα έμμεσα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για κατηγορίες- εκτός πατέντας- φαρμάκων
Γερμανία	Όχι	
ΕΛΛΑΔΑ	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Ουγγαρία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Ισλανδία	Όλα τα φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Ιρλανδία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Ιταλία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Ιαπωνία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Κορέα	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Λουξεμβούργο	Εισαγόμενα φάρμακα στις τιμές των χωρών προέλευσης	
Μεξικό	Όλα τα πατενταρισμένα φάρμακα	
Ολλανδία	Συνταγογραφούμενα φάρμακα (μόνο)	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Νέα Ζηλανδία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Νορβηγία	Συνταγογραφούμενα φάρμακα (μόνο)	
Πολωνία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Πορτογαλία	-	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Σλοβακία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Ισπανία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Σουηδία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Ελβετία	Όλα τα (καλυπτόμενα) φάρμακα	
Τουρκία	Όλα τα φάρμακα	Μέγιστη τιμή αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων
Ηνωμένο Βασίλειο	Οι τιμές των νέων φαρμάκων ρυθμίζονται έμμεσα μέσω του περιθωρίου κέρδους	

Σημείωση: Κατά γενικό κανόνα οι εκάστοτε αρχές που ρυθμίζουν τις τιμές των καλυπτόμενων (δηλαδή εκείνων που αποζημιώνονται) φαρμάκων καθορίζουν επίσης και το ποσοστό αποζημίωσης και κατά συνέπεια και τις τιμές αποζημίωσης. Ωστόσο ορισμένες χώρες ρυθμίζουν τις τιμές αποζημίωσης για συγκεκριμένες κατηγορίες φαρμάκων μέσω της μέγιστης τιμής αποζημίωσης.

Πηγή: OECD "Health Systems Institutional Characteristics: A Survey of 29 OECD Countries", OECD Health Working Papers No. 50, April 2010. (Αρχική πηγή: OECD Survey of health system characteristics 2008-2009)

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.27
Κάλυψη της φαρμακευτικής δαπάνης (από την κοινωνική ασφάλιση)

Χώρες	Θετικός κατάλογος	Αρνητικός κατάλογος	Θετικός κατάλογος ασφαλιστικών ταμείων	Ελλειψη καταλόγου
Αυστραλία	V			
Αυστρία	V			
Βέλγιο	V			
Καναδάς			V	
Τσεχία	V	V		
Δανία	V			
Φιλανδία	V			
Γαλλία	V			
Γερμανία		V		
ΕΛΛΑΔΑ				V
Ουγγαρία	V			
Ισλανδία	V	V		
Ιρλανδία	V			
Ιταλία	V			
Ιαπωνία	V			
Κορέα	V			
Λουξεμβούργο	V			
Μεξικό	V		V	
Ολλανδία	V			
Νέα Ζηλανδία	V			
Νορβηγία	V			
Πολωνία	V			
Πορτογαλία	V			
Σλοβακία	V			
Ισπανία	V	V		
Σουηδία	V			
Ελβετία	V			
Τουρκία	V			
Ηνωμένο Βασίλειο		V		

Πηγή: OECD " Health Systems Institutional Characteristics: A Survey of 29 OECD Countries", OECD Health Working Papers No. 50, April 2010. (Αρχική πηγή: OECD Survey of health System characteristics 2008-2009.

11.4.3. Θεσμικό πλαίσιο στη χώρα - Πρόσφατες ρυθμιστικές παρεμβάσεις

Κατά το 2010[49], η πολιτεία προέβη σε σειρά παρεμβάσεων όσον αφορά στο σύστημα τιμολόγησης καθώς και στο σύστημα αποζημίωσης φαρμάκων.

[49] Το εκάστοτε θεσμικό πλαίσιο του κλάδου μέχρι και το 2009 παρουσιάζεται συνοπτικά στις ετήσιες εκθέσεις του ΙΟΒΕ για την αγορά φαρμάκου στη χώρα.

Οι νομοθετικές ρυθμίσεις[50] περιλαμβάνουν:

(α) Ν. 3816/2010 (26.01.2010) Άρθρο 12. Επανεισαγωγή καταλόγου συνταγογραφούμενων φαρμακευτικών ιδιοσκευασμάτων και εξορθολογισμός πλαισίου χορήγησης ιδιοσκευασμάτων για σοβαρές ασθένειες. Σύμφωνα με το νομοθέτημα αυτό, «το Δημόσιο, οι οργανισμοί κοινωνικής ασφάλισης και κάθε φορέας και κλάδος ασφάλισης δικαιούχων περίθαλψης εγκρίνουν και εξοφλούν ιατρικές συνταγές μόνο εφόσον αυτές περιλαμβάνουν φάρμακα που περιέχονται σε κατάλογο συνταγογραφούμενων φαρμακευτικών ιδιοσκευασμάτων και μόνο για τις εγκεκριμένες ενδείξεις, όπως αυτές καθορίζονται στην περίληψη χαρακτηριστικών του φαρμακευτικού προϊόντος». Σημειώνεται ότι τα ποσοστά αποζημίωσης, και κατά συνέπεια η συμμετοχή των ασφαλισμένων στη δαπάνη φαρμακευτικής περίθαλψης, δεν μεταβάλλονται όπως επίσης «εξακολουθούν να εφαρμόζονται οι διατάξεις που προβλέπουν την κάλυψη από το Δημόσιο και τους φορείς και κλάδους ασφάλισης ασθενείας της δαπάνης των φαρμάκων που χορηγούνται στους οικονομικά αδύνατους και ανασφάλιστους».

(β) Ν. 3840 ΦΕΚ 53/Α/31.3.2010 Άρθρο 14. Τιμολόγηση φαρμακευτικών προϊόντων. Με βάση το συγκεκριμένο νομοθέτημα οι τιμές των πρωτότυπων φαρμακευτικών προϊόντων, μετά τη λήξη της ισχύος του διπλώματος ευρεσιτεχνίας, μειώνονται τουλάχιστον κατά 20%. Οι τιμές των φαρμακευτικών προϊόντων όμοιας δραστικής ουσίας και φαρμακοτεχνικής μορφής καθορίζονται κατ' ανώτατο όριο στο 90% της τιμής του αντίστοιχου πρωτότυπου φαρμακευτικού προϊόντος μετά τη λήξη της πατέντας.

Παράλληλα, η τιμή κάθε φαρμακευτικού προϊόντος που παρασκευάζεται ή συσκευάζεται ή εισάγεται στη χώρα προκύπτει από το μέσον όρο των τριών χαμηλότερων αντίστοιχων τιμών (χονδρικής) του φαρμακευτικού προϊόντος στα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.)[51], στα οποία υφίστανται και ανακοινώνονται επίσημα στοιχεία τιμών φαρμάκων από τις αρμόδιες αρχές των

[50] Αξίζει να αναφερθεί ότι κατά τη διάρκεια του 2010 έγιναν μεταβατικές παρεμβάσεις με σημαντικότερη τη ρύθμιση που επέβαλλε, με την Αγορανομική Διάταξη 2/2010 (6/4/2010) και την Αγορανομική Διάταξη 3/2010 (28/4/2010), την οριζόντια μείωση τιμών, περίπου 23% κατά μέσον όρο, των φαρμάκων που ίσχυσε από τον Μάιο έως και τις αρχές Σεπτεμβρίου 2010. Η ρύθμιση έγινε λόγω «κατεπείγοντος και επιτακτικού δημοσίου συμφέροντος» και «εξαιτίας των δημοσιονομικών δυσχερειών της χώρας, λόγω του ύψους του δημοσίου ελλείμματος και του δημοσίου χρέους, γεγονός που δημιουργεί κινδύνους για τη βιωσιμότητα των Ασφαλιστικών Ταμείων…». Σημειώνεται ότι η Πανελλήνια Ένωση Φαρμακοβιομηχανίας είχε προηγουμένως αποδεχθεί μείωση της τάξης του 15%.

[51] Η αμέσως προγενέστερη ρύθμιση βασιζόταν στο μέσον όρο 3 χωρών, 2 από την Ευρωζώνη με τη συμπερίληψη της Ελβετίας και μίας από τις 10 χώρες της διεύρυνσης.

χωρών αυτών[52]. Η τιμή κάθε φαρμακευτικού σκευάσματος θα καθορίζεται υποχρεωτικά από την Υπηρεσία, τουλάχιστον τρεις φορές το χρόνο.

(γ) Ο Ν. 3892/2010 που ψηφίσθηκε το Νοέμβριο του 2010 αφορά στην ηλεκτρονική καταχώριση και εκτέλεση των ιατρικών συνταγών και παραπεμπτικών ιατρικών εξετάσεων προκειμένου να υπάρξει μία σαφής εικόνα στα ασφαλιστικά ταμεία, με βασικό στόχο τον εξορθολογισμό της φαρμακευτικής δαπάνης. Η πιλοτική λειτουργία του νέου συστήματος συνταγογράφησης άρχισε τον Οκτώβριο του 2010 στον Οργανισμό Ασφάλισης Ελεύθερων Επαγγελματιών (ΟΑΕΕ), η δε πλήρης εφαρμογή του προβλέπεται να ολοκληρωθεί στο ΙΚΑ και στον ΟΓΑ μέσα στο 2011. Μέχρι την πλήρη ανάπτυξη, εκτός από τους μηνιαίους ελέγχους για διαπίστωση υπερβολικής συνταγογράφησης, γίνεται δειγματοληπτικός έλεγχος του 5% των συνταγών σε όλα τα ασφαλιστικά ταμεία για αξιόπιστη συνταγογράφηση. Επιπλέον προβλέπεται η καθιέρωση, μέχρι το τέλος του 2010, ανώτατου ποσού (πλαφόν) ανά γιατρό ανάλογα με την περιφέρεια που εργάζεται, τον αριθμό των ασφαλισμένων αλλά και την ειδικότητά του.

Με την πλήρη ηλεκτρονική συνταγογράφηση εκτιμάται (από το αρμόδιο Υπουργείο) ότι η εξοικονόμηση θα είναι της τάξης του ενός δις € και σε συνδυασμό με την ανατιμολόγηση των φαρμάκων και την καθιέρωση, μέσα στο 2011, της λίστας των συνταγογραφούμενων σκευασμάτων, η ετήσια φαρμακευτική δαπάνη αναμένεται να περιορισθεί κατά 2 έως 2,2 δις €[53]. Στην εξοικονόμηση αυτή έχει συνυπολογισθεί και η απόδοση των οφειλόμενων ποσών (REBATE) από τις φαρμακοβιομηχανίες προς τα ασφαλιστικά ταμεία και τον ΟΠΑΔ που είναι της τάξης των 90 εκατ. ευρώ για το 2009, σύμφωνα με τις μέχρι πρόσφατα σχετικές ανακοινώσεις του ΕΟΦ[54].

Παράλληλα αναμένεται η εφαρμογή πρόσθετων μέτρων στα οποία εντάσσονται:

(α) Νέος αρνητικός κατάλογος φαρμάκων ο οποίος αποτελεί προέκταση της λίστας μη συνταγογραφούμενων φαρμάκων (ΜΗΣΥΦΑ) που εκδόθηκε τον Μάιο του 2010 και θα περιλαμβάνει άνω των 500 περίπου σκευασμάτων. Αυτό μεταφράζεται σε συνολική μετατροπή του 5% των συνταγογραφούμενων φαρμάκων

---

[52] Σημειώνεται ότι το νέο σύστημα τιμολόγησης έχει τεθεί σε εφαρμογή από τις αρχές Σεπτεμβρίου 2010.

[53] Βλέπε σχετικά το «Επικαιροποιημένο Πρόγραμμα Στήριξης της Ελληνικής Οικονομίας» (Νοέμβριος 2010), Υπουργείο Οικονομικών.

[54] Το συνολικό ποσό οφειλής (REBATE) των φαρμακευτικών εταιρειών προς τα ασφαλιστικά ταμεία και τον ΟΠΑΔ, σύμφωνα με τις κατά καιρούς ανακοινώσεις του ΕΟΦ (στην ιστοσελίδα), ανέρχεται σε:
Α΄ τετράμηνο 2009: 30.978.478 €, Β΄ τετράμηνο 2009: 31.167.714 €, Γ΄ τετράμηνο 2009: 33.624.027 €,
Α΄ τετράμηνο 2010: 27.585.411 €, Β΄ τετράμηνο 2010: 24.065.195 €.

σε ΜΗΣΥΦΑ με εκτιμώμενη ετήσια εξοικονόμηση ύψους 120 εκατ. € για τα ασφαλιστικά ταμεία.

(β) Υιοθέτηση θεραπευτικών πρωτοκόλλων που σημαίνει κατευθυντήριες οδηγίες συνταγογράφησης. Στο πλαίσιο αυτό μπορεί να ενταχθεί και η πρόσφατη οδηγία-σύσταση της Γενικής Γραμματείας Κοινωνικών Ασφαλίσεων προς τα ασφαλιστικά ταμεία και μέσω αυτών προς τους γιατρούς να συνταγογραφούν με βάση την οικονομικότερη-κατάλληλη φαρμακευτική αγωγή που σημαίνει ουσιαστικά συνταγογράφηση ιδιοσκευασμάτων ίδιας δραστικής ουσίας, δηλαδή των γενόσημων. Επισημαίνεται ότι ο στόχος που τέθηκε από το αρμόδιο υπουργείο είναι η αναλογία των γενόσημων στα δημόσια νοσοκομεία να φθάσει στο 50% επί του συνολικού ποσού της φαρμακευτικής δαπάνης μέχρι το τέλος του 2011[55], ένας όντως δύσκολος στόχος δεδομένου ότι, σύμφωνα με τα δελτία τύπου της Πανελλήνιας Ένωσης Φαρμακοβιομηχανίας (ΠΕΦ), τα γενόσημα αποτελούν κατά το Σεπτέμβριο του 2010 μόνο το 12-15% της εγχώριας κατανάλωσης.

Σχετικά με τα θεραπευτικά πρωτόκολλα, ο ΕΟΦ αναλαμβάνει την πρωτοβουλία, σύμφωνα με πρόσφατη ανακοίνωσή του (3/11/2010), για τη διαμόρφωση πρωτοκόλλων συνταγογράφησης για συχνά και σοβαρά νοσήματα, με στόχο την αντιμετώπιση της υψηλού κόστους συνταγογράφησης**.** Αυτά θα υποβάλλονται στο Υπουργείο Υγείας για να αξιοποιηθούν από τα δημόσια νοσοκομεία και τα ασφαλιστικά ταμεία, ως οδηγία-βοήθημα στους γιατρούς και ως πλαίσιο αναφοράς για τον έλεγχο της συνταγογράφησης.

Όλα τα προαναφερθέντα μέτρα θεωρούνται ότι είναι προς τη σωστή κατεύθυνση. Εάν θα αποδειχθούν και επαρκή τόσο για την περιστολή της δημόσιας, κατά κύριο λόγο, φαρμακευτικής δαπάνης αλλά και προκειμένου να στηριχθεί η εγχώρια βιομηχανία φαρμάκων, είναι ένα θέμα στο οποίο δεν υπάρχει εύκολη απάντηση. Ιδιαίτερα όσον αφορά στο δεύτερο πρωταρχικό στόχο, είναι εύκολα κατανοητό ότι το ρυθμιστικό πλαίσιο του κλάδου επηρεάζει τις εξελίξεις και τις προοπτικές των φαρμακευτικών επιχειρήσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, αξίζει να γίνει αναφορά στην αντίδραση των εκπροσώπων των ελληνικών συμφερόντων φαρμακευτικών εταιρειών, σχετικά με την τελευταία ρύθμιση για την τιμολόγηση των φαρμάκων, σε εφαρμογή του Ν. 3840/2010. Σύμφωνα με ενημερωτικό υπόμνημα που υποβλήθηκε στο αρμόδιο υπουργείο, υποστηρίζεται ότι τα εγχωρίως παραγόμενα σκευάσματα υπόκεινται, βάσει του νέου συστήματος τιμών, σε αναλογικά μεγαλύτερες μειώσεις τιμών από τα εισαγόμενα φάρμακα, με αποτέλεσμα η παραγωγή τους να καθίσταται ασύμφορη, γεγονός που θα οδηγήσει σε συρρίκνωση της παραγωγικής βάσης, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τις προοπτικές ανάπτυξης του εγχώριου κλάδου, την απασχόληση και την εν γένει πορεία του μεταποιητικού τομέα της χώρας. Επιπλέον υποστηρίζουν ότι δίνεται

[55] Ο στόχος για το 2010 ήταν 30%.

έναυσμα για παράλληλες εξαγωγές που αναπόφευκτα οδηγούν σε ελλείψεις στην εγχώρια αγορά, και εισαγωγή αμφίβολης ποιότητας φαρμάκων από χώρες χαμηλού κόστους. Κατά την κρίση της ΠΕΦ, η συνεχιζόμενη υποκατάσταση των εγχωρίως παραγόμενων σκευασμάτων από εισαγόμενα έχει ως τελικό αποτέλεσμα την αύξηση της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης, αντί για τον εξορθολογισμό της που είναι και η πρωταρχική επιδίωξη της πολιτείας. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο Σύνδεσμος Φαρμακευτικών Επιχειρήσεων Ελλάδος (ΣΦΕΕ), που εκπροσωπεί κατά κύριο λόγο τις θυγατρικές επιχειρήσεις των πολυεθνικών εταιρειών, δεν έχει προβεί σε παρόμοια αντίδραση. Απεναντίας, είχε επιμόνως ζητήσει την εφαρμογή του νόμου για το νέο καθεστώς τιμολόγησης {Ν. 3840/2010, Άρθρο 14} προκειμένου να τεθεί τέρμα στη μεταβατική ρύθμιση, που ίσχυσε από τον Μάιο μέχρι τις αρχές Σεπτεμβρίου του 2010, και επέβαλλε οριζόντια μείωση στις τιμές των φαρμάκων. Η επίσημη πρόταση του ΣΦΕΕ για την τιμολόγηση των φαρμάκων αφορά σε «ένα νέο σύστημα τιμών το οποίο να βασίζεται στην καθιέρωση μίας λογικής ελεύθερης τιμής για κάθε φάρμακο και μίας σημαντικά χαμηλότερης, ασφαλιστικής τιμής που θα ισχύει για την κοινωνική ασφάλιση και τα δημόσια νοσοκομεία». Κατά τον ΣΦΕΕ ένα παρόμοιο διπλό σύστημα τιμών ισχύει ήδη στην Ισπανία με θετικά αποτελέσματα.

11.5. Δημόσια φαρμακευτική δαπάνη

Η φαρμακευτική δαπάνη περιλαμβάνει τη συνολική δαπάνη για φάρμακα και λοιπά φαρμακευτικά είδη που χορηγούνται σε ασθενείς. Πιο αναλυτικά περιλαμβάνονται οι δαπάνες για όλα τα συνταγογραφούμενα και μη συνταγογραφούμενα φάρμακα (ΜΗΣΥΦΑ) και λοιπά συναφή είδη, είτε είναι πρωτότυπα είτε είναι ουσιωδώς όμοια (με εμπορική επωνυμία ή με κοινόχρηστη διεθνή ονομασία).

Η φαρμακευτική δαπάνη διακρίνεται σε δημόσια και ιδιωτική. Η πρώτη περιλαμβάνει τις δαπάνες όλων των φορέων κοινωνικής ασφάλισης για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα, είναι δηλαδή η αποζημίωση της φαρμακευτικής δαπάνης που καταβάλλουν οι ασφαλιστικοί οργανισμοί[56]. Η ιδιωτική φαρμακευτική δαπάνη περιλαμβάνει τις ίδιες δαπάνες για τα λεγόμενα ΜΗΣΥΦΑ, τα ποσοστά συμμετοχής των ασφαλισμένων για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα καθώς και την αποζημίωση μέρους της δαπάνης από τις ιδιωτικές ασφαλιστικές επιχειρήσεις.

Αναφορικά με τη δημόσια φαρμακευτική δαπάνη, είναι απαραίτητο ευθύς εξαρχής να επισημανθεί ότι στη χώρα μας δεν έχει ακόμη υιοθετηθεί η Διεθνής Ταξινόμηση των Λογαριασμών Υγείας (ΟΟΣΑ), σύμφωνα με την οποία η δαπάνη

[56] Με άλλα λόγια αντιπροσωπεύει το συνολικό ποσό της φαρμακευτικής δαπάνης που καταβάλλουν τα ασφαλιστικά ταμεία σε λιανικές τιμές, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ, μείον τη συμμετοχή των ασφαλισμένων.

για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα που χορηγούνται σε ασθενείς εντός των νοσοκομείων υπάγεται στη νοσοκομειακή περίθαλψη[57]. Λόγω αυτού του γεγονότος, η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη, στα καθ' ημάς, καλύπτει όλα τα συνταγογραφούμενα φάρμακα τόσο για εκτός νοσοκομείων όσο και για τους εντός νοσοκομείων ασθενείς. Ωστόσο, αυτό δεν ακολουθείται απαρέγκλιτα από όλους τους ασφαλιστικούς οργανισμούς στη χώρα μας (βλέπε, σχετικά, το Παράρτημα στο τέλος του παρόντος υποκεφαλαίου). Το αποτέλεσμα αυτού του διαφορετικού τρόπου καταγραφής είναι η φαρμακευτική δαπάνη που καλύπτεται και αποζημιώνεται από τα ασφαλιστικά ταμεία (και οπωσδήποτε και η νοσοκομειακή περίθαλψη) να μην είναι συγκρίσιμη με την αντίστοιχη άλλων χωρών στην Ευρωπαϊκή Ένωση ή στον ΟΟΣΑ, που εφαρμόζουν τη Διεθνή Ταξινόμηση Λογαριασμών Υγείας.

Ο Πίνακας 11.28 παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη των επιμέρους δαπανών υγείας των φορέων κοινωνικής ασφάλισης όπως καταγράφονται στους ετήσιους Κοινωνικούς Προϋπολογισμούς. Είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι τα στοιχεία του Πίνακα εμφανίζουν τις προϋπολογισθείσες δαπάνες, δεδομένου ότι τα απολογιστικά στοιχεία δημοσιοποιούνται με χρονική υστέρηση δύο και πλέον ετών[58].

Όπως διαπιστώνεται από τα στοιχεία του Πίνακα 11.28, η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη εμφανίζει σημαντικά εντονότερη ανοδική τάση από τις άλλες συνιστώσες των παροχών ασθένειας, οι οποίες συγκροτούν τη δημόσια δαπάνη υγείας. Ως αποτέλεσμα το ποσοστό συμμετοχής της φαρμακευτικής δαπάνης στη συνολική δαπάνη υγείας καταγράφει αλματώδη αύξηση κατά 18 ποσοστιαίες μονάδες από το 1999 στο 2009.

Όπως ήδη επισημάνθηκε, ένα μέρος –που είναι δύσκολο να εκτιμηθεί ως προς το μέγεθος και τη διαχρονική του εξέλιξη– αυτής της σημαντικής αύξησης οφείλεται στον αμφισβητούμενο τρόπο καταγραφής της ενδονοσοκομειακής κατανάλωσης φαρμάκων που εντάσσεται στη φαρμακευτική δαπάνη. Ωστόσο, ακόμη και με αυτή την παραδοχή, είναι γεγονός ότι η φαρμακευτική δαπάνη στη χώρα μας σημειώνει μεγάλη αύξηση κατά τα τελευταία χρόνια.

---

[57] OECD, EUROSTAT, WHO (2010). *A System of Health Accounts (Version 2.0).* Revision of the System of Health Accounts.

[58] Προκειμένου να φανεί η απόκλιση μεταξύ απολογιστικών και προϋπολογισθέντων στοιχείων, παρατίθενται ενδεικτικά τα στοιχεία για το ΙΚΑ για τα έτη 2003 και 2006 (που είναι και το τελευταίο έτος, μέχρι και το Νοέμβριο του 2010, που υπάρχουν απολογιστικά στοιχεία, βάσει του Στατιστικού Δελτίου του ΙΚΑ). Οι αριθμοί εντός παρενθέσεων είναι από τους αντίστοιχους κοινωνικούς προϋπολογισμούς: 2003: 982,3 εκατ. € (829,8), 2006: 1.691,1 εκατ. € (1.392,6). Ωστόσο, άλλοι ασφαλιστικοί οργανισμοί εμφανίζουν μικρότερες αποκλίσεις ή και καθόλου) μεταξύ προϋπολογισθεισών και απολογιστικών δαπανών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.28
Δαπάνες Υγείας Φορέων Κοινωνικής Ασφάλισης (Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης*

(σε εκατ. €)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Μέσος ρυθμός μεταβολής		
												1999-09	1999-03	2004-09
Φαρμακευτική δαπάνη**	909	943	1.077	1.331	1.563	1.866	2.195	2.566	2.944	3.437	4.054	16,13	14,51	16,79
ως % της δαπάνης υγείας	30,49	29,29	30,25	33,20	35,04	33,54	38,29	40,52	42,34	43,63	48,35			
Νοσοκομειακή δαπάνη***	1071	1130	1.237	1.291	1.406	2.067	1.764	1.805	1.892	2.165	2.127	7,10	7,04	0,57
ως % της δαπάνης υγείας	35,93	35,10	34,75	32,20	31,52	37,15	30,77	28,50	27,21	27,49	25,37			
Λοιπές δαπάνες (ιατρική, οδοντ/κή κλπ.)	1.001	1.146	1.246	1.387	1.492	1.631	1.773	1.962	2.117	2.275	2.203	8,21	10,50	6,19
ως % της δαπάνης υγείας	33,58	35,61	35,00	34,59	33,45	29,32	30,93	30,98	30,45	28,88	26,28			
Δαπάνη υγείας (=Παροχές ασθένειας)	2.981	3.219	3.560	4.009	4.461	5.564	5.732	6.333	6.953	7.877	8.384	10,89	10,60	8,54
ως % του συνόλου των δαπανών των φορέων κοινωνικής ασφάλισης	21,20	20,64	20,67	20,87	21,08	22,80	22,44	22,65	22,61	23,65	22,62			
Συνολικές δαπάνες φορέων Κοινωνικής Ασφάλισης	14.059	15.601	17.225	19.207	21.160	24.409	25.542	27.961	30.750	33.310	37.057	10,18	11,67	9,75

* Δεν περιλαμβάνονται τα επιμέρους ή τα συνολικά μεγέθη που αφορούν στις δαπάνες υγείας του ΟΠΑΔ που εποπτεύεται από το Υπουργείο Υγείας καθώς και του ΝΑΤ.

** Δεν περιλαμβάνεται η συμμετοχή των ασφαλισμένων στη σχετική δαπάνη.

*** Δεν περιλαμβάνονται τα χρέη των ασφαλιστικών ταμείων στα νοσοκομεία.

Πηγή: Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, *Κοινωνικοί Προϋπολογισμοί* (ετήσια τεύχη). Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Από την άλλη πλευρά, τα μερίδια της νοσοκομειακής περίθαλψης[59] και των ιατρικών υπηρεσιών σημειώνουν πτωτική πορεία κατά 10 και 7 ποσοστιαίες μονάδες, αντίστοιχα, που είναι το αποτέλεσμα του ιδιαίτερα χαμηλού ρυθμού αύξησής τους. Η συνολική δαπάνη υγείας ως ποσοστό στο σύνολο των δαπανών των φορέων κοινωνικής ασφάλισης εμφανίζει σχετική σταθερότητα, γύρω στο 21%-22% κατά τη διάρκεια της 11ετούς περιόδου. Πρέπει να επισημανθεί, ωστόσο, ότι τα χρέη των ασφαλιστικών ταμείων προς τα νοσοκομεία δεν περιλαμβάνονται στην υποκατηγορία της νοσοκομειακής περίθαλψης και κατ' επέκταση δεν συγκαταλέγονται στις συνολικές δαπάνες υγείας ή στα συνολικά ποσά δαπανών των φορέων κοινωνικής ασφάλισης. Είναι προφανές ότι η συμπερίληψη των χρεών των νοσοκομείων σημαίνει μεταβολή των επιμέρους μεριδίων των υποκατηγοριών, μειώνοντας τα ποσοστά συμμετοχής των άλλων συνιστωσών πλην εκείνης της νοσοκομειακής περίθαλψης.

Η ανοδική τάση της φαρμακευτικής δαπάνης ως ποσοστό στη συνολική δαπάνη υγείας καθώς και επί του ΑΕΠ παρατηρείται τόσο στην Ελλάδα, όσο και διεθνώς. Ωστόσο, είναι γενικά αποδεκτό ότι η δαπάνη αυτή οδηγεί, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, σε υποκατάσταση της νοσοκομειακής περίθαλψης με πιθανό αποτέλεσμα τη συγκράτηση των δαπανών υγείας συνολικά.

Η αυξανόμενη φαρμακευτική δαπάνη έχει άμεση σχέση με τη μεταβολή στα δημογραφικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού της χώρας, όπως είναι η αύξηση του προσδόκιμου ζωής, η προϊούσα γήρανση του πληθυσμού και η μαζική είσοδος των μεταναστών στη χώρα. Παράλληλα παρατηρείται μία σημαντική επιδημιολογική μεταβολή από τις λοιμώδεις ασθένειες στις λεγόμενες ασθένειες του πολιτισμού (καρδιοαγγειακά, ψυχικές νόσοι κλπ.) που επιβαρύνονται με υψηλότερο κόστος διάγνωσης και περίθαλψης. Το ύψος της φαρμακευτικής δαπάνης επηρεάζεται επίσης από την ανάπτυξη και παραγωγή νέων φαρμάκων για νεοεμφανισθείσες ή/και παλαιές ασθένειες που δείχνουν και την εξέλιξη της ιατρικής επιστήμης και της βιοϊατρικής τεχνολογίας. Τέλος, σημαντικό ρόλο στην αύξηση της ζήτησης για φαρμακευτικά προϊόντα και κατ' επέκταση της σχετικής δαπάνης παίζουν η οικονομική ανάπτυξη γενικότερα και το ανερχόμενο βιοτικό επίπεδο του λαού.

Η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη[60] καθορίζεται από 3 παραμέτρους: την τιμή,τον όγκο συνταγογράφησης και τον τρόπο με τον οποίο αποζημιώνουν τα

[59] Ο ιδιαίτερα χαμηλός ρυθμός μεταβολής της νοσοκομειακής δαπάνης κατά την περίοδο 2004-2009 δημιουργεί ερωτηματικά. Στα απόλυτα μεγέθη της δαπάνης αυτής παρατηρείται μία ιδιαίτερα μεγάλη αύξηση 660 εκατ. € το 2004 σε σχέση με το 2003 και μία μείωση της τάξης των 300 εκατ. € από το 2004 στο 2005, που εντείνουν τον προβληματισμό (βλέπε Παράρτημα στο τέλος του υποκεφαλαίου). Πιθανόν να οφείλεται σε εφάπαξ αποπληρωμή χρεών προηγουμένων ετών από τα ασφαλιστικά ταμεία στα νοσοκομεία κατά το 2004.

[60] Σε αυτό το σημείο θεωρείται χρήσιμο να επισημανθεί ότι η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη δεν πρέπει να ταυτίζεται με την αξία των καταγραφόμενων– από τον ΕΟΦ– συνολικών φαρμακευτικών πωλήσεων. Το τελευταίο μέγεθος περιλαμβάνει (α) τις πωλήσεις φαρμάκων που δεν φθάνουν ποτέ στην εγχώρια λιανική αγορά, λόγω του ότι εξάγονται, αποτελούν δηλαδή τις παράλληλες εξαγωγές, (β) τις πωλήσεις που διατίθενται σε Έλληνες και τουρίστες

ασφαλιστικά ταμεία. Σύμφωνα με τα ευρήματα σχετικών εργασιών - Κυριόπουλος κ.ά. (Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας 2008), Βίτσου και Πάλακα (ΙΟΒΕ, 2009) - στην περίπτωση της χώρας μας, η έντονη αυξητική τάση της δαπάνης, κατά τα τελευταία χρόνια, αποδίδεται κατά κύριο λόγο στον όγκο της κατανάλωσης φαρμάκων, ενώ, αντίθετα, οι διοικητικά καθοριζόμενες τιμές[61] συνετέλεσαν στη συγκράτηση της σχετικής δαπάνης. Επιπλέον, σε μελέτη του ΟΟΣΑ (OECD, 2008), με θέμα το σύστημα υγείας στη χώρα μας, η πολιτική για το φάρμακο χαρακτηρίζεται ως μία από τις προτεραιότητες. Στην εργασία αυτή, ο έλεγχος της φαρμακευτικής δαπάνης τίθεται ως ένα από τα βασικά θέματα, όπου η κατεύθυνση των αναγκαίων μέτρων σχετίζεται κυρίως με τον επηρεασμό της συνταγογράφησης των γιατρών και της συμπεριφοράς του πληθυσμού απέναντι στο φάρμακο και όχι τόσο με την πολιτική τιμών, οι οποίες βρίσκονται περίπου στα μέσα –αν όχι χαμηλότερα– ευρωπαϊκά επίπεδα. Οι άξονες προτεραιότητας που προτείνονται στην ίδια μελέτη για τον έλεγχο της φαρμακευτικής δαπάνης περιλαμβάνουν: (α) την προώθηση των γενόσημων, (β) την επαναφορά της λίστας των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, (γ) τη λήψη μέτρων για τον περιορισμό του επηρεασμού των γιατρών από τις φαρμακευτικές εταιρείες, (δ) τον έλεγχο της συνταγογραφίας των γιατρών και (ε) την υπεύθυνη ενημέρωση του κοινού σχετικά με τη χρήση των φαρμάκων με στόχο τη δημιουργία ορθολογικής συμπεριφοράς των ασθενών.

Παράλληλα, ειδικοί μελετητές στο χώρο της υγείας στη χώρα μας, υποστηρίζουν ότι το ανερχόμενο κόστος της φαρμακευτικής δαπάνης είναι αποτέλεσμα της αυξανόμενης κατανάλωσης φαρμακευτικών προϊόντων που αποδίδεται: (α) στην τάση για υπερβολική λήψη σκευασμάτων από τους Έλληνες, (β) στην κατευθυνόμενη συνταγογράφηση, και (γ) στη συνήθη τακτική των φαρμακοβιομηχανιών να αποσύρουν από την αγορά παλαιότερα σκευάσματα και να εισάγουν καινούργια με τις ίδιες θεραπευτικές ιδιότητες, τα οποία διατίθενται σε υψηλότερες τιμές.

Το αυξημένο κόστος της φαρμακευτικής δαπάνης δεν είναι αποκλειστικά ελληνικό πρόβλημα. Έχει απασχολήσει κατά τις τελευταίες δεκαετίες τα ασφαλιστικά ταμεία και τα συστήματα υγείας όλων των χωρών, αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων, ενώ έχει λάβει κατεπείγοντα χαρακτήρα μετά την πρόσφατη χρηματοοικονομική κρίση.

Η διεθνής εμπειρία έχει να επιδείξει πληθώρα μέτρων και πολιτικών που αποβλέπουν στη συγκράτηση της φαρμακευτικής δαπάνης. Τα βασικότερα από αυτά τα μέτρα αφορούν σε παρεμβάσεις στις τιμές των συνταγογραφούμενων σκευασμάτων, τη θέσπιση και εφαρμογή της θετικής ή/και αρνητικής λίστας, τις τιμές αναφοράς, τον επιμερισμό της φαρμακευτικής δαπάνης μεταξύ

και πληρώνονται από τους ίδιους (ιδιωτική δαπάνη), (γ) τις πωλήσεις που καλύπτονται από ιδιωτικούς ασφαλιστικούς οργανισμούς και τέλος (δ) τη συμμετοχή των ασφαλισμένων, η οποία βεβαίως δεν επιβαρύνει τους φορείς κοινωνικής ασφάλισης.

[61] Υπενθυμίζεται ότι ο δείκτης τιμών καταναλωτή δείχνει πολύ μικρή αύξηση για τα φάρμακα.

ασφαλιστικού φορέα και ασθενών-καταναλωτών, την προώθηση των γενόσημων φαρμάκων και τη φαρμακοοικονομική τεκμηρίωση.

Τα περισσότερα από αυτά τα μέτρα εφαρμόζονται ήδη ή έχουν θεσμοθετηθεί και στη χώρα μας, βάσει κανονιστικών παρεμβάσεων της πολιτείας κατά τη διάρκεια του 2010. Έτσι, σύμφωνα με νομοθετική ρύθμιση που εφαρμόζεται από το Σεπτέμβριο του 2010, η τιμολόγηση όλων των φαρμάκων, είτε είναι εισαγόμενα είτε είναι εγχωρίως παραγόμενα ή/και συσκευαζόμενα, γίνεται με βάση το μέσο όρο των 3 φθηνότερων χωρών της ΕΕ26, ή ακριβέστερα βάσει του μέσου όρου των 3 φθηνότερων χωρών από τις 22 χώρες που διαθέτουν επίσημα στοιχεία τιμών φαρμάκων.

Όσον αφορά στα γενόσημα σκευάσματα, αναγνωρίζεται ότι αυτά παρέχουν στους ασθενείς τη δυνατότητα θεραπειών με χαμηλότερο κόστος, γεγονός που συντελεί στη συγκράτηση της φαρμακευτικής δαπάνης και κατ' επέκταση των συνολικών δαπανών υγείας. Έτσι, ανάμεσα στις προτεραιότητες στην φαρμακευτική πολιτική συγκαταλέγεται η προώθηση των γενόσημων, με στόχο τη δημιουργία ανταγωνιστικού περιβάλλοντος μεταξύ των παραγωγών πρωτότυπων και γενόσημων σκευασμάτων με τελικό όφελος τόσο των φορέων κοινωνικής ασφάλισης όσο και των ασθενών-καταναλωτών.

Το πρόβλημα της υπερσυνταγογράφησης αναμένεται να αντιμετωπισθεί από την εφαρμογή της μηχανογραφικής καταχώρισης και εκτέλεσης των ιατρικών συνταγών, που θα ολοκληρωθεί εντός του 2011, όπως ήδη αναφέρθηκε. Το αρμόδιο υπουργείο (Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης) στοχεύει σε εξοικονόμηση 1-1,1 δις € το 2011 μέσω της ηλεκτρονικής συνταγογράφησης.

Σχετικά με τον τρόπο και τα ποσοστά αποζημίωσης από τα ταμεία θεσμοθετείται η θετική λίστα των συνταγογραφούμενων φαρμάκων[62] και τίθεται σε ισχύ εντός του 2011, ενώ ήδη έχει τεθεί σε εφαρμογή ο αρνητικός κατάλογος που συνεπάγεται την μετατροπή πολλών σκευασμάτων σε ΜΗΣΥΦΑ, που σημαίνει ότι τα συγκεκριμένα φάρμακα δεν αποζημιώνονται από τους ασφαλιστικούς οργανισμούς.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις των αρμόδιων φορέων, η εξοικονόμηση πόρων από τη συλλογική εφαρμογή των δρομολογημένων μέτρων αναμένεται να είναι της τάξης των 2 έως 2,2 δις €, ποσό που ταυτίζεται με το προβλεπόμενο στο μνημόνιο για το μηχανισμό στήριξης της ελληνικής οικονομίας. Εξάλλου στη δεύτερη επικαιροποίηση του Μνημονίου οικονομικής και χρηματοπιστωτικής πολιτικής (το Νοέμβριο του 2010), η ελληνική πολιτεία δεσμεύεται για την εισαγωγή ενός μηχανισμού παρακολούθησης της φαρμακευτικής δαπάνης η οποία θα παρακολουθείται σε μηνιαία βάση, με την προσθήκη για θέσπιση νέων

[62] Αξίζει ίσως να αναφερθεί ότι σε πρόσφατη μελέτη του Κέντρου Μελετών Υπηρεσιών Υγείας (Γ. Τούντας κ.ά., 2010) υποστηρίζεται η άποψη ότι «Στην Ελλάδα, τα αποτελέσματα από την εφαρμογή της θετικής λίστας από το 1995 μέχρι το 2007 δεν ήταν τα αναμενόμενα, καθώς η φαρμακευτική δαπάνη εμφανίζει αυξητική τάση κατά την περίοδο εφαρμογής της λίστας».

μέτρων σε περίπτωση που η εφαρμογή των δρομολογημένων μέτρων αποδειχθεί ανεπαρκής για την επίτευξη της προβλεπόμενης εξοικονόμησης[63].

Υπάρχουν ενδείξεις ότι η εφαρμογή των μέτρων των ρυθμιστικών παρεμβάσεων του 2010 (καθώς και των υπόλοιπων που θα τεθούν σε εφαρμογή το 2011) έχει θετικά αποτελέσματα όσον αφορά στο κόστος της φαρμακευτικής περίθαλψης, όπως προκύπτει από τα στοιχεία που δημοσιοποιούνται από τους ασφαλιστικούς οργανισμούς. Τίθεται όμως το ερώτημα (το οποίο και προβάλλει η φαρμακοβιομηχανία): μήπως μία σχετικά μεγάλη μείωση τιμών, όπως η πρόσφατη όπως ισχυρίζεται η ΠΕΦ, καταλήγει στην υποκατάσταση φαρμάκων χαμηλού σχετικά κόστους από ακριβότερα εισαγόμενα σκευάσματα με αποτέλεσμα την περαιτέρω άνοδο της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης στο μέλλον μετά την αρχική εξοικονόμηση; Το θέμα συνδέεται άμεσα με την ανάγκη εξισορρόπησης της φαρμακευτικής πολιτικής μεταξύ της πρωταρχικής επιδίωξης της πολιτείας για τον εξορθολογισμό της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης από τη μία πλευρά και της κατάλληλης βιομηχανικής πολιτικής για τη στήριξη της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας από την άλλη.

11.5.1. Παράρτημα για τα μεθοδολογικά προβλήματα του προσδιορισμού της φαρμακευτικής δαπάνης

Κατά τα τελευταία χρόνια γίνεται μεγάλη συζήτηση στη χώρα μας αναφορικά με τη δημόσια φαρμακευτική δαπάνη, τόσο σε απόλυτους όρους όσο και ως ποσοστό στη συνολική δαπάνη υγείας, και πώς αυτά τα μεγέθη συγκρίνονται με τις αντίστοιχες δαπάνες στις χώρες του ΟΟΣΑ. Σε αντίθεση με τη συνολική δαπάνη υγείας, για την οποία δεν υπάρχει ιδιαίτερη αμφισβήτηση των ελληνικών δεδομένων από μεθοδολογική άποψη, τα στοιχεία για τη δημόσια φαρμακευτική δαπάνη στη χώρα μας δεν προσφέρονται για σύγκριση με τα αντίστοιχα άλλων χωρών του ΟΟΣΑ[64] λόγω του διαφορετικού τρόπου καταγραφής τους στους λογαριασμούς υγείας (κοινωνικούς προϋπολογισμούς) αλλά και στα σχετικά μεγέθη της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής. Η έλλειψη συγκρισιμότητας προκύπτει από το γεγονός ότι δεν έχει ακόμη υιοθετηθεί στη χώρα μας η Διεθνής Ταξινόμηση των Λογαριασμών Υγείας. Το σχετικό πρόβλημα έχει αναδειχθεί σε μία σειρά εργασιών πρόσφατων αλλά και παλαιότερων[65], που υπογραμμίζουν την ανάγκη για τον εννοιολογικό

[63] Βλέπε, σχετικά, Υπουργείο Οικονομικών, «Επικαιροποιημένο Μνημόνιο Συνεννόησης στις Συγκεκριμένες Προϋποθέσεις Οικονομικής Πολιτικής (Δεύτερη Επικαιροποίηση)», Νοέμβριος 2010, σελ. 25.

[64] Όλα τα σχετικά στοιχεία δίνονται στον ιστότοπο (Health Data) του ΟΟΣΑ αλλά και στις εκδόσεις *Health at a Glance*.

[65] Μία πρόσφατη σχετική εργασία που ασχολείται και με το μεθοδολογικό πρόβλημα είναι η έκδοση του ΙΟΒΕ με τίτλο «*Ανάλυση της Αγοράς Φαρμάκου στη Ελλάδα: το πλαίσιο, τα δεδομένα και οι τάσεις 1998-2008*» των Κ. Σουλιώτη και Ε. Βίτσου, Απρίλιος 2010. Στις παλαιότερες αναφορές εντάσσεται η σύντομη εργασία του Β. Κοντοζαμάνη με τίτλο «*Μεθοδολογικά προβλήματα στον υπολογισμό της φαρμακευτικής δαπάνης στη Ελλάδα*», ΙΟΒΕ, Νοέμβριος 2000.

προσδιορισμό των μεγεθών αυτών σύμφωνα με τους ορισμούς του ΟΟΣΑ. Το παρόν σημείωμα επιχειρεί μία σύντομη αναφορά στη δημόσια φαρμακευτική δαπάνη και τον τρόπο καταγραφής της στην Ελλάδα και στον ΟΟΣΑ.

Σύμφωνα με τη Διεθνή Ταξινόμηση των Λογαριασμών Υγείας, η δαπάνη για τα συνταγογραφούμενα φάρμακα που χορηγούνται σε ασθενείς εντός των νοσοκομείων υπάγεται στη νοσοκομειακή περίθαλψη. Αντίθετα, στα καθ' ημάς, τα φαρμακευτικά σκευάσματα που συνταγογραφούνται τόσο για τους εκτός νοσοκομείων όσο και για τους εντός νοσοκομείων ασθενείς, εντάσσονται στη δημόσια φαρμακευτική δαπάνη. Ωστόσο, αυτό δεν ακολουθείται απαρέγκλιτα από όλους τους ασφαλιστικούς οργανισμούς. Σύμφωνα με ενημέρωση από τους αρμόδιους της Γενικής Γραμματείας Κοινωνικών Ασφαλίσεων, ο τρόπος που καταγράφεται η δαπάνη για τα συνταγογραφούμενα σκευάσματα διαφοροποιείται όχι μόνο μεταξύ ασφαλιστικών οργανισμών αλλά και μεταξύ περιφερειών. Π.χ. το ΙΚΑ, με εντολή του Ελεγκτικού Συνεδρίου, εντάσσει κατά τα τελευταία χρόνια[66] τη δαπάνη για τα φάρμακα τα οποία χορηγούνται στα νοσοκομεία της Αττικής στη φαρμακευτική περίθαλψη, ενώ για τα νοσοκομεία εκτός Αττικής αυτή η δαπάνη αποτελεί, κατά κανόνα, μέρος του κλειστού νοσηλίου που σημαίνει ότι συμπεριλαμβάνεται στη νοσοκομειακή περίθαλψη. Συνεπώς, το μεθοδολογικό πρόβλημα που διεισδύει στη μέτρηση της φαρμακευτικής δαπάνης δεν αφήνει ανεπηρέαστη και την καταγραφή της νοσοκομειακής περίθαλψης. Αναφορικά με τα άλλα ασφαλιστικά ταμεία, τα φάρμακα που προμηθεύεται ο ασθενής από τα φαρμακεία των νοσοκομείων εντάσσονται στη φαρμακευτική δαπάνη, ενώ εκείνα που συνταγογραφούνται για τους ενδονοσοκομειακούς ασθενείς αποτελούν μέρος του κλειστού νοσηλίου και εντάσσονται στη νοσοκομειακή περίθαλψη. Έτσι, η μέθοδος καταγραφής που ακολουθείται καταλήγει σε υπερεκτίμηση της φαρμακευτικής δαπάνης και υποεκτίμηση εκείνης για τη νοσοκομειακή περίθαλψη.

Λόγω αυτού του σοβαρού μεθοδολογικού προβλήματος, η όποια σύγκριση της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης της Ελλάδας με άλλες χώρες στα πλαίσια του ΟΟΣΑ καθίσταται αναξιόπιστη και θα πρέπει να αποφεύγεται. Μία καταρχήν προσέγγιση για την αντιμετώπιση αυτής της μεθοδολογικής αδυναμίας θα μπορούσε ενδεχομένως να έχει ως βάση, αντί για το ποσοστό συμμετοχής της φαρμακευτικής ή της νοσοκομειακής περίθαλψης στη συνολική δαπάνη υγείας, το αθροιστικό τους μερίδιο. Αυτό το αθροιστικό ποσοστό της χώρας μας, αντιπαραβαλλόμενο με τα αντίστοιχα αθροιστικά μερίδια των άλλων χωρών, αποτελεί μία ακριβέστερη βάση για συγκριτική εξέταση στα πλαίσια του ΟΟΣΑ. Όμως, μία τέτοια προσέγγιση δεν είναι δυνατή με τα στοιχεία του ΟΟΣΑ, λόγω του ότι δεν καταγράφονται στοιχεία νοσοκομειακής περίθαλψης[67] στους σχετικούς

[66] Η εξέλιξη της νοσοκομειακής (και της φαρμακευτικής) δαπάνης του Πίνακα 11.28 αποτελεί ίσως ένδειξη ότι ο τρόπος καταγραφής των δαπανών μεταβλήθηκε από το 2005 και εφεξής.

[67] Σημειώνεται ότι η μόνη συνιστώσα της δαπάνης υγείας – για την Ελλάδα – που εμφανίζεται στο σχετικό ιστότοπο του ΟΟΣΑ είναι η φαρμακευτική περίθαλψη η οποία είναι 'προβληματική'.

λογαριασμούς υγείας (του ΟΟΣΑ). Αυτό σημαίνει ότι η χώρα μας δεν παρέχει τα σχετικά στοιχεία, πιθανόν λόγω και των μεθοδολογικών προβλημάτων. Ωστόσο, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, επιχειρείται ο υπολογισμός αυτού του αθροιστικού ποσοστού συμμετοχής με βάση τα απολογιστικά δεδομένα των ασφαλιστικών οργανισμών, όπως δίνονται από την ΕΛΣΤΑΤ.

Θεωρείται σκόπιμο, πριν την παρουσίαση αυτών των απολογιστικών στοιχείων των ασφαλιστικών οργανισμών, να γίνει μία σύντομη αναφορά στη συνολική δαπάνη υγείας στη χώρα μας, σε σύγκριση με άλλες χώρες του ΟΟΣΑ, προκειμένου να καταδειχθεί η διαφοροποιημένη εξέλιξη των σχετικών μεγεθών σε ένα ευρύτερο πλαίσιο ανάλυσης, αποφεύγοντας έτσι την αποσπασματική εξέταση της φαρμακευτικής δαπάνης και διευκολύνοντας την εξαγωγή των όποιων συμπερασμάτων.

Ο Πίνακας 11.29 καταγράφει τους μέσους ρυθμούς μεταβολής της κατά κεφαλήν δαπάνης υγείας καθώς και του ΑΕΠ για την περίοδο 2000-2008(2007). Είναι φανερό ότι η χώρα μας εμφανίζει υψηλότερους ρυθμούς αύξησης από την πλειονότητα των χωρών, καταλαμβάνοντας την 4^{η} θέση στην κατάταξη και των δύο δεικτών. Αξίζει να επισημανθεί ότι σε όλες τις χώρες του ΟΟΣΑ που εμφανίζονται στον Πίνακα 11.29, η κατά κεφαλήν δαπάνη υγείας καταγράφει υψηλότερο ρυθμό αύξησης από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ κατά την περίοδο 2000-2008 (2007).

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.29

Δαπάνη υγείας και ΑΕΠ: Μέσος ρυθμός μεταβολής 2000-2008

Χώρες	Κατά κεφαλήν δαπάνη υγείας	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ
Πορτογαλία	2,3	0,4
Ιταλία	1,9	0,4
Λουξεμβούργο	4,9	1,3
Δανία	3,7	1,3
Ηνωμ. Πολιτείες	3,4	1,2
Ολλανδία	4,3	1,6
Ιρλανδία	7,6	2,9
Ισπανία	4,7	1,9
Γαλλία	2,2	0,9
Καναδάς	3,4	1,4
Ηνωμ. Βασίλειο	4,6	2,0
Βέλγιο	3,2	1,5
Σουηδία	3,6	1,9
Τουρκία	6,5	3,5
Ελλάδα	**6,9**	**3,8**
Σλοβακία	11,0	6,2
Φιλανδία	4,6	2,6
Πολωνία	7,4	4,2
Ελβετία	1,8	1,1
Αυστρία	2,3	1,6
Γερμανία	1,6	1,2
Τσεχία	5,4	4,3
Νορβηγία	1,7	1,5
Ουγγαρία	4,0	3,6
Σύνολο χωρών (απλός μέσος όρος)	**4,3**	**2,2**

Σημείωση: Τα στοιχεία της Δανίας, της Ελλάδας και της Τουρκίας καλύπτουν την περίοδο 2000-2007.
*Πηγή:*OECD HEALTH DATA 2010. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Από τα δεδομένα του Πίνακα 11.30, προκύπτει ότι οι δαπάνες υγείας στη χώρα μας ως ποσοστό επί του ΑΕΠ, βρίσκονται σε υψηλότερη θέση από το μέσον όρο των χωρών του ΟΟΣΑ, στη συνολική αλλά ιδιαίτερα στην ιδιωτική δαπάνη υγείας, όπου η Ελλάδα κατέχει την τρίτη υψηλότερη θέση, σε αντίθεση με τη δημόσια δαπάνη όπου υπάρχει υστέρηση έναντι των περισσότερων χωρών του ΟΟΣΑ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.30
Δαπάνες υγείας ως % στο ΑΕΠ, 2008

Χώρες	Συνολικές δαπάνες υγείας	Δημόσιες δαπάνες υγείας	Ιδιωτικές δαπάνες υγείας
Ηνωμένες Πολιτείες	16,0	7,4	8,5
Γαλλία	11,2	8,7	2,5
Ελβετία	10,7	6,3	4,4
Γερμανία	10,5	8,1	2,5
Αυστρία	10,5	8,1	2,4
Καναδάς	10,4	7,3	3,1
Βέλγιο	10,2	7,4	2,8
Πορτογαλία	9,9	7,1	2,8
Ολλανδία	9,9	7,4	1,6
Ελλάδα	**9,7**	**5,8**	**3,8**
Δανία	9,7	8,2	1,5
Σουηδία	9,4	7,7	1,7
Ιταλία	9,1	7,0	2,1
Ισπανία	9,0	6,5	2,5
Ιρλανδία	8,7	6,7	2,0
Ηνωμένο Βασίλειο	8,7	7,2	1,5
Νορβηγία	8,5	7,2	1,3
Φιλανδία	8,4	6,2	2,2
Σλοβακία	7,8	5,4	2,4
Ουγγαρία	7,3	5,2	2,1
Λουξεμβούργο	7,2	6,5	0,7
Τσεχία	7,1	5,9	1,2
Πολωνία	7,0	5,1	1,9
Τουρκία	6,0	4,1	1,9
ΟΟΣΑ	**9,3**	**6,8**	**2,5**

Σημείωση: Τα στοιχεία της Δανίας, της Ελλάδας και της Τουρκίας είναι για το 2007.
Πηγή: OECD HEALTH DATA 2010. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όσον αφορά στη φαρμακευτική δαπάνη, που είναι και το βασικό υπό εξέταση θέμα του παρόντος υποκεφαλαίου, ο Πίνακας 11.31 δείχνει τα σχετικά μεγέθη όπως προκύπτουν από τα δεδομένα του ΟΟΣΑ (Health Data 2010).

ΠΙΝΑΚΑΣ 11.31
Φαρμακευτική δαπάνη σε χώρες του ΟΟΣΑ, 2008

Χώρες	Ιδιωτική δαπάνη	Δημόσια δαπάνη	Συνολική δαπάνη	Ιδιωτική δαπάνη	Δημόσια δαπάνη	Συνολική δαπάνη
	ως % στην αντίστοιχη δαπάνη υγείας			ως % στο ΑΕΠ		
Αυστρία	19,1	11,6	13,3	0,5	0,9	1,4
Βέλγιο	24,4	13,4	16,4	0,7	1,0	1,7
Γαλλία	24,7	14,0	16,4	0,6	1,2	1,8
Γερμανία	15,2	15,0	15,1	0,4	1,2	1,6
Δανία	24,4	5,7	8,6	0,4	0,5	0,8
Ελλάδα*	**13,1**	**32,5**	**24,8**	**0,5**	**1,9**	**2,4**
Ιρλανδία	19,1	16,8	17,3	0,4	1,1	1,5
Ιταλία	42,6	11,2	18,4	0,9	0,8	1,7
Νορβηγία	22,5	4,8	7,6	0,3	0,3	0,7
Ουγγαρία	47,2	25,2	31,6	1,0	1,3	2,3
Τσεχία	44,9	15,2	20,4	0,6	0,9	1,5
Φιλανδία	24,9	10,8	14,4	0,5	0,7	1,2
Σύνολο χωρών**	**26,8**	**14,7**	**17,0**	**0,6**	**1,0**	**1,6**

* Η φαρμακευτική δαπάνη (δημόσια και συνολική) δεν είναι συγκρίσιμη.
** Απλός μέσος των συγκεκριμένων χωρών του ΟΟΣΑ.
Σημείωση: Τα στοιχεία της Ελλάδας και της Δανίας είναι για το 2007.
Πηγή: OECD HEALTH DATA 2010 για τα πρωτογενή στοιχεία. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Όπως ήδη προαναφέρθηκε, τα στοιχεία για την Ελλάδα είναι υπερεκτιμημένα και δεν είναι συγκρίσιμα με τα αντίστοιχα των άλλων χωρών, λόγω του γεγονότος ότι η χώρα μας δεν έχει υιοθετήσει ακόμη τη Διεθνή Ταξινόμηση Λογαριασμών Υγείας. Σημειώνεται, ωστόσο, ότι σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, η συνολική φαρμακευτική δαπάνη στη χώρα μας αποτελεί το 2,4% επί του ΑΕΠ, που είναι το υψηλότερο ποσοστό, έναντι μέσου όρου 1,6% στις συγκεκριμένες ευρωπαϊκές χώρες του ΟΟΣΑ. Η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση, στο ίδιο σύνολο χωρών του ΟΟΣΑ, και στη δημόσια φαρμακευτική δαπάνη (1,9%) ως ποσοστό στο ΑΕΠ. Όσον αφορά στο μερίδιο της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης στο σύνολο της δημόσιας δαπάνης υγείας, η χώρα μας βρίσκεται και πάλι στην πρώτη θέση, με ποσοστό της τάξης του 32,5% έναντι 14,7% που είναι ο μέσος (μη σταθμισμένος) όρος στις συγκεκριμένες χώρες του ΟΟΣΑ, ενώ στη συνολική δαπάνη για φάρμακα κατέχει τη δεύτερη θέση, μετά την Ουγγαρία, στο αντίστοιχο μέγεθος της δαπάνης υγείας. Αντίθετα, το αντίστοιχο ποσοστό της ιδιωτικής φαρμακευτικής δαπάνης στην Ελλάδα είναι υποδιπλάσιο του μέσου όρου, όπως διαπιστώνεται από τη σχετική στήλη του Πίνακα 11.31.

Στη συνέχεια, στον Πίνακα 11.32 εμφανίζεται το αθροιστικό ποσοστό συμμετοχής της δημόσιας φαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης[68] ως

[68] Όπως έχει ήδη αναφερθεί στους Λογαριασμούς Υγείας του ΟΟΣΑ δεν δίνονται στοιχεία για τη νοσοκομειακή περίθαλψη ή για τις υπόλοιπες συνιστώσες των δαπανών υγείας της χώρας μας πλην της φαρμακευτικής, η οποία επισημαίνεται και πάλι ότι είναι υπερεκτιμημένη.

προς το σύνολο της δαπάνης υγείας, με βάση τα απολογιστικά στοιχεία (όπως καταγράφονται από την ΕΛΣΤΑΤ) των ασφαλιστικών οργανισμών[69]. Τα διαθέσιμα στοιχεία καλύπτουν την περίοδο 2002-2007. Με τη χρησιμοποίηση του αθροίσματος της δημόσιας φαρμακευτικής και νοσοκομειακής δαπάνης παρακάμπτεται το μεθοδολογικό πρόβλημα που επηρεάζει τις δύο αυτές συνιστώσες της δαπάνης υγείας των ασφαλιστικών οργανισμών[70].

Είναι απαραίτητο να διευκρινισθεί ότι η απολογιστική δαπάνη υγείας των ασφαλιστικών οργανισμών δεν ταυτίζεται με τη συνολική δημόσια δαπάνη υγείας η οποία συμπεριλαμβάνει και τη σχετική δαπάνη του ΟΠΑΔ όπως επίσης και τις επενδύσεις στο χώρο της υγείας. Επιπλέον, στη συνολική δημόσια δαπάνη υγείας, όπως δίνεται στον ΟΟΣΑ, συνυπολογίζεται και η ενδιάμεση κατανάλωση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11. 32

Δαπάνες υγείας: Απολογιστικά στοιχεία ασφαλιστικών οργανισμών (εκατ. €)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Φαρμακευτική περίθαλψη	1.539,4	1.833,0	2.173,2	2.562,8	3.095,1	3.557,8
Νοσοκομειακή περίθαλψη	1.022,0	1.188,0	1.224,3	1.816,7	2.004,5	1.899,7
Άθροισμα	2.561,4	3.020,9	3.397,6	4.379,5	5.099,5	5.457,6
Σύνολο δαπανών υγείας*	3.452,3	4.056,6	4.456,1	5.565,5	6.415,9	6.992,4
Φαρμακευτική+ νοσοκομειακή περίθαλψη ως % στο σύνολο των δαπανών υγείας	74,2	74,5	76,2	78,7	79,5	78,1
Φαρμακευτική+ νοσοκομειακή περίθαλψη ως % στο ΑΕΠ	1,64	1,75	1,83	2,25	2,43	2,42
Σύνολο δαπανών υγείας* ως % στο ΑΕΠ	2,20	2,35	2,41	2,86	3,06	3,10

* Άθροισμα των απολογιστικών δαπανών υγείας (= παροχές ασθένειας σε είδος) των ασφαλιστικών ταμείων, που εποπτεύονται από το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, καθώς και του ΝΑΤ.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Διεύθυνση Κοινωνικών Στατιστικών, Τμήμα Στατιστικών Υγείας και Κοινωνικής Ασφάλισης και Προστασίας.

Από τον Πίνακα 11.32 προκύπτει ότι η δημόσια φαρμακευτική και νοσοκομειακή περίθαλψη ως άθροισμα αποτελεί, κατά το 2007, το 78,1% της συνολικής δαπάνης υγείας των φορέων κοινωνικής ασφάλισης και το 2,4% του ΑΕΠ. Για το ίδιο έτος, το αντίστοιχο μερίδιο (άθροισμα φαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης) ως προς το ΑΕΠ για τις χώρες του ΟΟΣΑ ως σύνολο είναι της τάξης του 3,6%. Είναι σαφές ότι η χώρα μας υπολείπεται[71] του μέσου (μη σταθμισμένου) ποσοστού των κρατών-μελών του ΟΟΣΑ. Παράλληλα, καθίσταται προφανές ότι η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη της χώρας μας της τάξης του 1,9% επί του ΑΕΠ, όπως εμφανίζεται στα στοιχεία του ΟΟΣΑ, είναι πράγματι υπερεκτιμημένη, με δεδομένο ότι από κοινού με τη νοσοκομειακή δαπάνη αντιπροσωπεύουν το 2,4% επί του ΑΕΠ, με βάση τα απολογιστικά στοιχεία των ασφαλιστικών οργανισμών (εξαιρούμενου του ΟΠΑΔ). Σε αυτό το

[69] Περιλαμβάνεται και ο Οίκος Ναύτου αλλά όχι και ο ΟΠΑΔ (Οργανισμός Περίθαλψης Ασφαλισμένων Δημοσίου).

[70] Η σύγκριση των απολογιστικών δαπανών και των αντίστοιχων στοιχείων από τους Κοινωνικούς Προϋπολογισμούς (Πίνακας 11.28) εντείνει τον προβληματισμό, ιδιαίτερα όσον αφορά στη νοσοκομειακή δαπάνη, όπως ήδη προαναφέρθηκε στην υποσημείωση 59.

[71] Η διαφορά μειώνεται με τη συμπερίληψη της δαπάνης του ΟΠΑΔ αλλά δεν εξαλείφεται.

σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι σε όλες ανεξαιρέτως τις χώρες του ΟΟΣΑ[72] το μερίδιο της δημόσιας νοσοκομειακής δαπάνης στο ΑΕΠ υπερβαίνει το αντίστοιχο μερίδιο της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης.

Πρέπει να επισημανθεί ότι η παρούσα προσέγγιση-πρόταση για την από κοινού παρουσίαση των δαπανών της δημόσιας φαρμακευτικής και νοσοκομειακής περίθαλψης της χώρας μας αποτελεί μία πρώτη, στοιχειώδη προσπάθεια για την καταγραφή αυτών των μεγεθών η οποία μπορεί να θεωρηθεί συγκρίσιμη με τα αντίστοιχα δεδομένα των χωρών-μελών του ΟΟΣΑ ή/και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η συνεργασία όλων των καθ' ύλην αρμόδιων φορέων –της ΕΛΣΤΑΤ, της Γενικής Γραμματείας Κοινωνικών Ασφαλίσεων και των ειδικών επιστημόνων στο χώρο της υγείας– είναι απαραίτητη προκειμένου να αντιμετωπισθούν τα μεθοδολογικά προβλήματα στην εκτίμηση των σχετικών μεγεθών.

11.6. Συμπερασματικές διαπιστώσεις

Είναι γενικά αποδεκτό ότι το φάρμακο εκτός από εμπορεύσιμο προϊόν είναι και κοινωνικό αγαθό. Αυτή η διττή διάσταση των φαρμακευτικών προϊόντων υπαγορεύει και το καθεστώς υπό το οποίο λειτουργεί η αγορά φαρμάκου που είναι ελεγχόμενη σε σημαντικό βαθμό από την πολιτεία, με αποτέλεσμα να παρεμποδίζεται η εφαρμογή των κανόνων λειτουργίας του ελεύθερου ανταγωνισμού.

Από την ανάλυση του κλάδου των φαρμάκων διαπιστώνεται η δυναμική πορεία της φαρμακοβιομηχανίας στα πλαίσια του μεταποιητικού τομέα της οικονομίας μας κατά την τελευταία δεκαετία. Η καταγραφόμενη δυναμικότητα σχετίζεται με τα δύο βασικά χαρακτηριστικά της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας, συγκεκριμένα την αγορά των επώνυμων γενόσημων σκευασμάτων και το φαινόμενο των παράλληλων φαρμακευτικών εξαγωγών. Αυτές οι δύο παράμετροι, ιδιαίτερα η πρώτη, διαμορφώνουν σε σημαντικό βαθμό, εκτός από την έκταση του ανταγωνισμού –ο οποίος είναι ούτως ή άλλως περιορισμένος λόγω της ιδιομορφίας του κλάδου που υπόκειται σε έντονο κρατικό παρεμβατισμό– τις εξελίξεις αλλά και τις διαφαινόμενες αναπτυξιακές προοπτικές του κλάδου των φαρμακευτικών προϊόντων. Οι παράλληλες εξαγωγές που συνίστανται κυρίως σε επανεξαγωγή εισαχθέντων σκευασμάτων, με ελάχιστη ή μηδενική εγχώρια προστιθέμενη αξία, χαρακτηρίζουν την έντονη εξαγωγική δραστηριότητα του κλάδου, ο οποίος καταγράφει επίσης σημαντική εισαγωγική διείσδυση. Παράλληλα, οι πρόσφατοι σχετικοί βραχυχρόνιοι δείκτες παρέχουν ενδείξεις ότι η τρέχουσα αρνητική οικονομική συγκυρία επηρεάζει τη δραστηριότητα του κλάδου σε μικρότερο βαθμό από την πλειονότητα των μεταποιητικών κλάδων.

[72] Μόνο στη χώρα μας φαίνεται να συμβαίνει το αντίθετο. Αυτό από μόνο του δημιουργεί ερωτηματικά.

Ο βαθμός συγκέντρωσης στο φαρμακευτικό κλάδο, βάσει των δημοσιευμένων ισολογισμών (ICAP), είναι από ανύπαρκτος έως μέτριος βάσει των σχετικών δεικτών, παρέχοντας έτσι ενδείξεις ότι δεν υπάρχουν κυρίαρχοι παίκτες στην αγορά. Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες δείχνουν υποχώρηση, λόγω της οικονομικής δυσπραγίας, με απότομη κάμψη της κερδοφορίας κατά το 2008, με ενδείξεις για περαιτέρω επιδείνωση κατά τη διετία 2009-2010.

Το θεσμικό πλαίσιο του κλάδου των φαρμακευτικών προϊόντων υπήρξε αντικείμενο έντονης κρατικής παρέμβασης κατά το 2010, με πρωταρχική επιδίωξη τον περιορισμό της φαρμακευτικής δαπάνης για λόγους δημοσιονομικής εξυγίανσης. Οι βασικότερες ρυθμίσεις αναφέρονται στον τρόπο τιμολόγησης των φαρμάκων – μέσος όρος των τριών χαμηλότερων τιμών των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης –, τη θεσμοθέτηση της θετικής λίστας συνταγογραφούμενων φαρμάκων και του αρνητικού καταλόγου των μη καλυπτόμενων από την κοινωνική ασφάλιση σκευασμάτων και τέλος την ηλεκτρονική συνταγογράφηση.

Σημειώνεται ότι οι εκπρόσωποι της εγχώριας φαρμακοβιομηχανίας διατυπώνουν επιφυλάξεις ως προς τις επιπτώσεις των πρόσφατων κανονιστικών παρεμβάσεων στην πορεία και τις προοπτικές των ελληνικής ιδιοκτησίας φαρμακευτικών επιχειρήσεων. Ωστόσο οι τελευταίοι διαθέσιμοι βραχυχρόνιοι δείκτες της Στατιστικής Αρχής δεν επιτρέπουν, τουλάχιστον μέχρι και το Νοέμβριο του 2010, τη στατιστική τεκμηρίωση αυτών των ενδεχόμενων αρνητικών συνεπειών.

Η δημόσια φαρμακευτική δαπάνη εμφανίζει έντονη ανοδική τάση κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, που είναι αποτέλεσμα της αυξανόμενης κατανάλωσης φαρμάκων η οποία αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην τάση για υπερβολική λήψη σκευασμάτων, στην κατευθυνόμενη ή προκλητή συνταγογράφηση, και στην τακτική των φαρμακοβιομηχανιών να αποσύρουν από την αγορά παλαιά φάρμακα και να εισάγουν καινούργια σκευάσματα με τις ίδιες θεραπευτικές ιδιότητες, τα οποία διατίθενται σε υψηλότερες τιμές. Οι θεσμικές παρεμβάσεις του 2010 αναμένεται να συμβάλλουν καθοριστικά στην περιστολή της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης. Ωστόσο, όπως προβλέπεται και στην αναθεώρηση (το Νοέμβριο του 2010) του Μνημονίου για τη στήριξη της ελληνικής οικονομίας, εκτός από την ηλεκτρονική συνταγογράφηση, είναι απαραίτητη η πλήρης μηχανοργάνωση του συστήματος υγείας που συνδέει νοσοκομεία, γιατρούς, φαρμακοποιούς και φαρμακοβιομηχανίες προκειμένου να καταστεί εφικτός ο εξορθολογισμός της δημόσιας φαρμακευτικής δαπάνης και σε τελική ανάλυση και της συνολικής δαπάνης υγείας.

Εν κατακλείδι, ο φαρμακευτικός κλάδος αποτελεί έναν από τους πλέον ρυθμιζόμενους κλάδους στη χώρα μας αλλά και διεθνώς. Έτσι η προσφορά αλλά και η ζήτηση φαρμάκων επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από το ρυθμιστικό ρόλο της πολιτείας, γεγονός που περιορίζει καθοριστικά την έκταση του ανταγωνισμού στη φαρμακευτική αγορά.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Γείτονα Μ. και Γ. Κυριόπουλος (1999). *Πολιτική και Οικονομία του Φαρμάκου στην Ελλάδα*. Εκδόσεις Θεμέλιο/Κοινωνία και Υγεία.

Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, Γενική Γραμματεία Κοινωνικών Ασφαλίσεων. *Κοινωνικοί Προϋπολογισμοί*, ετήσια τεύχη.

Γκόλνα Χρ. Γ., Ξ. Ι. Κοντιάδης, Κ. Ν. Σουλιώτης (2005). *Φαρμακευτική Πολιτική στην Ελλάδα και την Ευρώπη: Λειτουργία της Αγοράς και Ρυθμιστικό Πλαίσιο*. Ίδρυμα Θεμιστοκλή και Δημήτρη Τσάτσου, Αθήνα.

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (2010). *Μελέτη της οικονομικής λειτουργίας του Δημόσιου Συστήματος Υγείας για τον εντοπισμό των πηγών σπατάλης και για τη διατύπωση προτάσεων για την αντιμετώπισή τους. Ενότητα 3η: Η Σπατάλη στα Φάρμακα. Επιστημονικός Υπεύθυνος: Γ. Τούντας*. Ιατρική Σχολή.

ΕΛΣΤΑΤ (2010). Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ιστοσελίδα ΕΛΣΤΑΤ).

ΕΛΣΤΑΤ (2010). Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα, Διεύθυνση Δευτερογενούς Παραγωγής (αδημοσίευτα στοιχεία).

ΕΛΣΤΑΤ (2010). «Ιδιωτική Καταναλωτική Δαπάνη για Φάρμακα». Διεύθυνση Εθνικών Λογαριασμών (ιστοσελίδα ΕΛΣΤΑΤ).

ΕΛΣΤΑΤ (2010). «Δείκτες αγοράς εργασίας». (ιστοσελίδα ΕΛΣΤΑΤ).

ΕΛΣΤΑΤ (2010). «Δείκτες βιομηχανίας». (ιστοσελίδα ΕΛΣΤΑΤ).

Εθνική Σχολή Δημόσιας Υγείας (2008). *Διαχρονική εξέλιξη της Φαρμακευτικής Δαπάνης στην Ελλάδα*. Ενότητα 1: «Μελέτη του όγκου και της αξίας της Φαρμακευτικής Κατανάλωσης στην Ελλάδα». Επιστημονικός Υπεύθυνος: Ι. Κυριόπουλος. Τομέας Οικονομικών της Υγείας.

ΕΟΦ (2010). «Πωλήσεις φαρμακευτικών προϊόντων» (ιστοσελίδα ΕΟΦ).

ΕΟΦ (2010). «Αξία παράλληλων εξαγωγών» (ιστοσελίδα ΕΟΦ).

ICAP (2010). Δημοσιευμένοι ισολογισμοί επιχειρήσεων.

ΙΟΒΕ. *Η Αγορά Φαρμάκου στην Ελλάδα*. Παρατηρητήριο Οικονομικών της Υγείας, Ετήσιες Εκθέσεις 2005, 2008 και 2009. Αθήνα (ιστοσελίδα ΙΟΒΕ).

ΙΟΒΕ (2009). *Διαχρονική ανάλυση της μεταβολής των τιμών των φαρμάκων κατά την περίοδο 1998-2008*. Επιστημονικοί Υπεύθυνοι: Ε. Βίτσου, Ε. Πάλακα. Παρατηρητήριο Οικονομικών της Υγείας.

ΙΦΕΤ (2010). «Πωλήσεις φαρμάκων κατά προέλευση» (ιστοσελίδα ΙΦΕΤ).

Κοντοζαμάνης Β. (2000). *Μεθοδολογικά προβλήματα στον υπολογισμό της φαρμακευτικής δαπάνης στην Ελλάδα*. ΙΟΒΕ.

ΠΕΦ (2010). «Ενημερωτικό Υπόμνημα» (προς το αρμόδιο υπουργείο).

Σουλιώτης Κ. και Ε. Βίτσου (2010) *Ανάλυση της Αγοράς Φαρμάκου στην Ελλάδα: Το Πλαίσιο, τα δεδομένα και οι τάσεις (1998-2008).* ΙΟΒΕ.

ΣΦΕΕ (2010). «Θέσεις» Νο. 77. Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2010.

Υπουργείο Οικονομικών (2010). «Επικαιροποιημένο Μνημόνιο Οικονομικής και Χρηματοπιστωτικής Πολιτικής» (Δεύτερη Επικαιροποίηση), Νοέμβριος 2010.

Αγγλική

Edwards L. and Schoer V. (2002). "Measures of Competitiveness: A Dynamic Approach to South Africa's Trade Performance in the 1990s", *The South African Journal of Economics*, Vol. 70: 6 , pp. 1008-1046.

EFPIA. *The Pharmaceutical Industry in Figures*, annual issues.

Espin J. and Rovira J. (2007). *Analysis of differences and commonalities in pricing and reimbursements systems in Europe*. European Commission.

European Commission (2009). *Pharmaceutical Sector Inquiry: Final Report.* Competition DG.

European Commission (2010). «Το Πρόγραμμα Οικονομικής Προσαρμογής για την Ελλάδα», European Economy, Occasional Paper 61, Economic and Financial Affairs.

EUROSTAT PRODCOM (annual data).

Kanavos P., Costa-Font J., Mercur S., Gemmil M. (2004). "The Economic Impact of Pharmaceutical Parallel Trade in European Union Member States: A Stakeholder Analysis". Special research paper, LSE Health and Social Care, London School of Economics and Political Science.

Kanavos P. and Joan Costa-Font (2005). "Pharmaceutical parallel trade in Europe: stakeholder and competition effects", *Economic Policy*, Volume 20, pp. 751-798.

King, D. and P. Kanavos (2002). "Encouraging the Use of Generic Medicines: Implications for Transition Economies", *Croatian Medical Journal*, Vol. 43 (4).

Lofgren Hans (2004). "Generic Drugs: International Trends and Policy Developments in Australia", *Australian Health Review,* Volume 27(1).

Mosialos E., Mrazec M. and T. Walley (eds) (2004). *Regulating Pharmaceuticals in Europe: Striving for efficiency, equity and quality*. European Observatory on Health Care Systems Series.

OECD (2008). *Pharmaceutical Pricing Policies in a Global Market.*

OECD (2008). *Health Care System in Greece*. OECD Public Management Reviews: Strengthening Public Administration Reform in Greece.

OECD (2010). *Health Data 2010.*

OECD, EUROSTAT, WHO (2010). *A System of Health Accounts (Version 2.0)*.

Paris, V., M. Devaux and L. Wei, (2010). "Health Systems Institutional Characteristics: A Survey of 29 OECD Countries". OECD Health Working Papers No. 50.

Tsiantou V., D. Zavras, H. Kousoulakou, M. Geitona, J. Kyriopoulos (2009). "Generic medicines: Greek physicians' perceptions and prescribing practices", *Journal of Clinical Pharmacy and Therapeutics*, Volume 34, Issue 5.

West P., J. Mahon (2003). "Benefits to Payers and Patients from Parallel Trade", Executive Summary, University of York.

ΣΤΗΝ ΙΔΙΑ ΣΕΙΡΑ

No 1 *Πρόγραμμα Αμβρακικού: Α΄ Φάση: Η Προγραμματική Σύμβαση* (Τόμος 1). Αθήνα, 1990.

Β΄ Φάση: Πενταετές Πρόγραμμα Ανάπτυξης - Τελική Έκθεση (Τόμος 2). Αθήνα, 1989.

Β΄ Φάση: Πενταετές Πρόγραμμα Ανάπτυξης - Τομεακή Ανάλυση (Τόμος 3). Αθήνα, 1990.

Ειδικές Μελέτες (Τόμος 4). Αθήνα, 1990.

Επισκόπηση της Παγκόσμιας Αγοράς Χελιών (Τόμος 5). Αθήνα, 1990.

No 2 *Προστασία και ανάπτυξη περιοχής λίμνης Καστοριάς*. Αθήνα, 1990.

No 3 *Μεταφορά και ανάπτυξη των τεχνολογιών πληροφόρησης στην Ελλάδα*, του Δ. Ουζουνίδη. Αθήνα, 1990.

No 4 *Χωροταξική κατανομή και κλαδική σύνθεση των επενδύσεων του Ν.1262/1982*, του Γ. Γεωργίου. Αθήνα, 1991.

No 5 *Το ελληνικό ισοζύγιο πληρωμών: Επιπτώσεις από την ένταξη και την ενοποίηση της εσωτερικής αγοράς της ΕΟΚ*, του Δ. Μαρούλη. Αθήνα, 1991.

No 6 *Shipbuilding and Shiprepairing Industry in Greece*, των Φρ. Τζαμουζάκη και Σ. Σπαθή. Αθήνα, 1991.

No 7 *ΚΑΠΗ Μελισσίων*, των Α. Ριτσατάκη, Α. Κώτση και Χρ. Αυγουστή. Αθήνα, 1992.

No 8 *Εξελίξεις στο διεθνές νομισματοπιστωτικό σύστημα και η ενοποίηση της ευρωπαϊκής αγοράς: Επιπτώσεις για την Ελλάδα*, του Δ. Μαρούλη. Αθήνα, 1992.

No 9 *Δημοσιονομικές εξελίξεις στη δεκαετία του '80*, του Α. Μπαλφούσια, σε συνεργασία Ν. Μανωλά. Αθήνα, 1993.

No 10 *Ανθρώπινοι πόροι: Πληθυσμός, αγορά εργασίας, εκπαίδευση*, του Κ. Κανελλόπουλου. Αθήνα, 1994.

No 11 *Χωροταξική ανάλυση*, του Π. Κομίλη. Αθήνα, 1994.

No 12 *Αξιολόγηση της συμβολής των Κοινοτικών χρηματοδοτήσεων στην προστασία του ελληνικού περιβάλλοντος*, των Δ. Κατοχιανού και Σ. Σπαθή. Αθήνα, 1994.

No 13 *Ελεύθερη διακίνηση εργαζομένων στην Κοινότητα και η πολιτική απασχόλησης στην Ελλάδα*, του Κ. Ευστρατόγλου. Αθήνα, 1994.

No 14 *Ο ελληνικός κλάδος ζάχαρης: Ανάλυση-προοπτικές*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ. Αθήνα, 1994.

No 15 *Παραοικονομία και φοροδιαφυγή: Μετρήσεις και οικονομικές επιπτώσεις*, των Κ. Κανελλόπουλου, Ι. Κουσουλάκου, Β. Ράπανου, σε συνεργασία Κ. Κωτσή, Α. Μακροπούλου. Αθήνα, 1995.

Νο 16 *Σύγκλιση, απόκλιση και περιφερειακή πολιτική*, των Λ. Αθανασίου, Κ. Κανελλόπουλου, Η. Πούπου. Αθήνα, 1995.

Νο 17 *Πρωτογενής τομέας: Εξελίξεις και προοπτικές ανάπτυξης, 1994-1999*, της Α. Λαμπροπούλου. Αθήνα, 1995.

Νο 18 *'Ηπειρος: Εξελίξεις και προοπτικές ανάπτυξης, 1994-1999*, του Γ. Κωστελένου. Αθήνα, 1995.

Νο 19 *Διαπεριφερειακή ανάλυση και πολιτική και βασικά στοιχεία κατά περιφέρεια και νομό*, των Λ. Αθανασίου, Π. Καββαδία, Δ. Κατοχιανού, Π. Τονικίδου. Αθήνα, 1995.

Νο 20 *Η ελληνική εκπαίδευση στον ορίζοντα του 2000*, του Κ. Κάρμα. Αθήνα, 1995.

Νο 21 *Εσωτερική μετανάστευση*, του Κ. Κανελλόπουλου. Αθήνα, 1995.

Νο 22 *The European Observatory for Small and Medium-Sized Enterprises: Research Environment and Innovation in Greek Manufacturing*, του Δ. Σακκά. Αθήνα, 1995.

Νο 23 *Θέματα γεωργίας, αγροτικής και τοπικής ανάπτυξης*, της Κ. Καραμπάτσου-Παχάκη. Αθήνα, 1996.

Νο 24 *Οικονομία και αθλητισμός*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ. Αθήνα, 1996.

Νο 25 *Διαρθρωτικά και θεσμικά προβλήματα των ελληνικών εξαγωγών: Υφιστάμενη κατάσταση και προτάσεις πολιτικής*, των Δ. Μαρούλη και Κλ. Ευστρατόγλου. Αθήνα, 1996.

Νο 26 *Δυτική Ελλάδα: Αναπτυξιακές δυνατότητες και προοπτικές*, του Δ. Σακκά. Αθήνα, 1996.

Νο 27 *Βόρειο Αιγαίο: Εξελίξεις και προοπτικές ανάπτυξης 1994-1999*, του Μ. Παπαδημητρίου. Αθήνα, 1996.

Νο 28 *Μελέτη αξιολόγησης των ΠΕΠ του ΚΠΣ 1994-1999*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ. Αθήνα, 1997.

Νο 29 *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, της Σ. Σπαθή. Αθήνα, 2000.

Νο 30 *Η κοινωνικοοικονομική ταυτότητα των υδατικών διαμερισμάτων*, των Β. Δεδεγιάν, Δ. Κατοχιανού, Α. Λαμπροπούλου. Αθήνα, 2000.

Νο 31 *Αλληλόχρεοι λογαριασμοί του δημοσίου*, των Θ. Μπαλφούσια, Β. Ράπανου, σε συνεργασία Κ. Κωτσή , Ν. Μανωλά. Αθήνα, 2000.

Νο 32 *Ο πολιτισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας*, των Καλλ. Παχάκη, Φ. Αγγελίδου, Ζ. Αναστασάκου, Β. Δεδεγιάν, Εμ. Κουνάρη, Σ. Λέρτα, Π. Μπαλτζάκη, Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2000.

Νο 33 *Το «μέγεθος» και ο ρόλος του δημόσιου τομέα στην Ελλάδα: Εξελίξεις και συγκρίσεις με άλλες χώρες*, των Λ. Αθανασίου, Δ. Αθανασακόπουλου, Χ. Δημητριάδου, Εμ. Κουνάρη, Α. Κώτση, Ν. Μανωλά, Π. Παπακωνσταντίνου, Θ. Τερροβίτη. Αθήνα, 2000.

No 34 *Διαχειριστικό κόστος του ελληνικού φορολογικού συστήματος*, του Αθ. Μπαλφούσια. Αθήνα, 2000.

No 35 *Ελληνικές φορολογικές δαπάνες*, του Αθ. Μπαλφούσια, σε συνεργασία Ζ. Αναστασάκου, Χ. Κόλλια, Εμ. Κουνάρη, Μ. Χλέτσου. Αθήνα, 2001.

No 36 *Διερεύνηση των εξελίξεων στην κατοικία τις τελευταίες 10ετίες. Παρατηρήσεις και ενδείξεις για τις αστικές κυρίως περιοχές*, της Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2001.

No 37 *Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης νομού Ευβοίας*, των Π. Κομίλη, Ν. Βαγιονή, Κ. Κάρμα, Α. Μυλωνά, Μ. Παπαδημητρίου και Γ. Παπαπολυμέρου. Αθήνα, 2001.

No 38 *Απελευθέρωση της αγοράς των τηλεπικοινωνιών: Επιπτώσεις στην απασχόληση του κλάδου*, του Θ. Τερροβίτη. Αθήνα, 2002.

No 39 *Το κοινωνικοασφαλιστικό σύστημα και η αναπτυξιακή διαδικασία στην Ελλάδα: Αλληλεπιδράσεις*, του Λ. Αθανασίου. Αθήνα, 2002.

No 40 *Συμμετοχή ιδιωτών στα έργα υποδομής και αυτοχρηματοδότηση*, της Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2003.

No 41 *Η εγκληματικότητα των αλλοδαπών: Τα στατιστικά δεδομένα*, των Θ. Π. Λιανού και Θ. Μπένου, σε συνεργασία Αγγ. Δαρίτση. Αθήνα, 2003.

No 42 *Franchising: Αξιολόγηση και προοπτικές της δικαιόχρησης στον ελληνικό χώρο*, των Δ. Κάζη και Θ. Τσαγκούρη. Αθήνα, 2004.

No 43 *Εξελίξεις στην αγορά κατοικιών*, της Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2005.

No 44 *Ο συστηματικός μετασχηματισμός των βαλκανικών χωρών και οι εξελίξεις στις οικονομικές ανταλλαγές με την Ελλάδα*, των Ν. Βαγιονή, Β. Καφούρου και Ε. Παναγιώτου. Αθήνα, 2005.

No 45 *Europe and the international economic environment in 2005: Recent developments and outlook*, των Στ. Σάββα-Μπαλφούσια, Ε. Αθανασίου, Στ. Καραγιάννη και Κ. Τσούμα. Αθήνα, 2006.

No 46 *Η ελληνική γεωργία ενώπιον των νέων συνθηκών και θεσμικού πλαισίου*, της Κ. Παχάκη, σε συνεργασία Π. Τονικίδου. Αθήνα, 2006.

No 47 *Μέθοδοι και στρατηγικές αναδιάρθρωσης και ιδιωτικοποίησης του σιδηροδρόμου και των λιμένων Πειραιώς και Θεσσαλονίκης*, του Δ. Θ. Αθανασακόπουλου. Αθήνα, 2006.

No 48 *Η επαγγελματική εκπαίδευση στην Ελλάδα: Εξελίξεις και προοπτικές*, του Κ. Κάρμα. Αθήνα, 2006.

No 49 *Αγροτικό εμπόριο Ελλάδας-Βαλκανικών χωρών: Συγκριτικό πλεονέκτημα και ανταγωνιστικότητα*, του Π. Παρασκευαΐδη. Αθήνα, 2006.

No 50 *Ελάχιστο εγγυημένο εισόδημα στην ΕΕ-15 και δυνατότητες εφαρμογής του στην Ελλάδα*, των Αθ. Θ. Μπαλφούσια και Κ. Ν. Κωτσή. Αθήνα, 2007.

No 51 *Ο ενεργειακός τομέας στην Ελλάδα: Τάσεις και προοπτικές*, του Νικηφ. Μανωλά. Αθήνα, 2007.

No 52 *Χρηματοδότηση και ασφάλιση εξαγωγικών πιστώσεων*, του Κλ. Β. Ευστρατόγλου. Αθήνα, 2007.

No 53 *Τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και τη Μεσόγειο: Μια συγκριτική ανάλυση*, των Ν. Βαγιονή και Β. Καφούρου. Αθήνα, 2007.

No 54 *Αναπτυξιακή διαδικασία και μακροχρονιότερες εξελίξεις στην οικονομική συμπεριφορά και στις οικονομικές συνθήκες*, του Λ. Αθανασίου. Αθήνα, 2007.

No 55 *FYROM's transition: From Yugoslavia to the European Union?* της Ελ. Παναγιώτου. Αθήνα, 2008.

No 56 *Πολυμερείς Εμπορικές Διαπραγματεύσεις: Εμπόριο Υπηρεσιών*, του Β. Νότη. Αθήνα, 2008.

No 57 *Οικονομική και δημογραφική βιωσιμότητα του κοινωνικοασφαλιστικού συστήματος*, των Λ. Αθανασίου, Φ. Ζερβού, Α. Κώτση. Αθήνα, 2009.

No 58 *Η εξέλιξη και προβληματισμός για τη βιωσιμότητα του συνταξιοδοτικού συστήματος*, της Φ. Ζερβού. Αθήνα 2009.

No 59 *Size profile and labour market analysis of immigration in Greece*, των Κ. Κανελλόπουλου, Μ. Γρέγου, Α. Πετραλιά. Αθήνα 2009.

No 60 *Ο αγροτικός τομέας στην Ελλάδα*, των Ε. Καδίτη, Ε. Νίτση, Αθήνα 2010.

No 61 *Το κοινωνικό κεφάλαιο στην Ελλάδα*, του Η. Πούπου, Αθήνα 2010.

No 62 *Η Ελληνική Εμπορική Ναυτιλία*, των Σ. Σπαθή, Σ. Καραγιάννη, Ν. Γεωργικόπουλου, Αθήνα 2010.

No 63 *Μεταφορές και Οικονομία: Συμβολή, τάσεις και προοπτικές στην Ελλάδα με έμφαση στις χερσαίες μεταφορές*, των Θ. Τσέκερη και Αικ. Τσούμα, Αθήνα 2010.

No 64 *Μισθός, συντάξιμος χρόνος και συνθήκες εργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα*, των Κ.Ν. Κανελλόπουλου και Φ. Ζερβού. Αθήνα 2010.

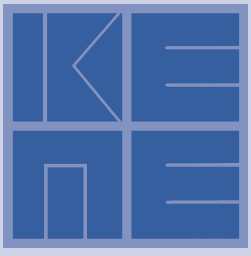
No 65 *Αγορά Εργασίας: Εξελίξεις και αρχές πολιτικής*, των Κ.Ν. Κανελλόπουλου, Κ. Αθανασούλη, Κ. Ευστρατόγλου, Γ. Παναγόπουλου, Π. Παπακωνσταντίνου, Π.Κ. Προδρομίδη. Αθήνα 2010.

No 66 *Ξενοδοχεία πολυτελείας στην Ελλάδα: Δυναμική και αναπτυξιακές προοπτικές*, των Ν. Βαγιονή, Ε. Κασιμάτη και Β. Καφούρου. Αθήνα 2011.

Επιμέλεια έκδοσης: Ελένη Σουλτανάκη

Εκτύπωση - Βιβλιοδεσία:

ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ Α Β Ε Ε .
γραφικές τέχνες, χωροσυνθέσεις, διαδίκτυο
Ασκληπιού 80, 114 71 Αθήνα,
Τηλ.: 210-36.24.728, Fax: 210-36.01.679
www.papanikolaou.gr
info@pananikolaou.gr



ISBN: 978-960-341-099-7
ISSN: 1108-5797