

ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΟΙΝΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΕΤΟΣ 1994

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ : ΘΩΜΑ ΜΑΡΙΑ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : Γ. ΚΟΥΤΡΟΥΛΗΣ



ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	1316
----------------------	------

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιομηχανία γάλακτος είναι ένας παραδοσιακός κλάδος της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων και έχει παρουσιάσει μια αξιόλογη ανάπτυξη μέσα στην τελευταία δεκαετία, επηρεαζόμενη κυρίως από την βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος, την καλύτερη οργάνωση του δικτύου διανομής, και την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων.

Ετσι λοιπόν το γάλα που είναι και το χαρακτηριστικό προϊόν του κλάδου εκτός από βασικό είδος διατροφής, στην εποχή μας αποτελεί βασικό συστατικό στην δημιουργία προϊόντων εκτός της γαλακτοκομίας, στην ζαχαροπλαστική και στην μαγειρική.

Στην μελέτη αυτή γίνεται μια διερεύνηση του κλάδου και συγκεκριμένα των βασικών προϊόντων που τον αποτελούν, με σκοπό να σχηματισθεί μια εικόνα πλήρη της ελληνικής αγοράς από πλευράς ζήτησης και εμπορίας των προϊόντων, και να διαγραφούν οι προοπτικές του κλάδου στο μέλλον.

Ετσι λοιπόν εξετάζονται η ζήτηση και η εξέλιξη της κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων των τελευταίων χρόνων η εξέλιξη της παραγωγής, οι μονάδες παραγωγής και η οικονομική τους κατάσταση, το εσωτερικό και εξωτερικό εμπόριο (εισαγωγές-εξαγωγές), καθώς και οι επενδύσεις που έγιναν στον κλάδο τα τελευταία χρόνια. Η παρουσίαση των διαφόρων μεγεθών γίνεται με τη βοήθεια πινάκων και διαγραμάτων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΖΗΤΗΣΗ

1.1	Περιγραφή των προϊόντων του κλάδου.....	1-2
1.2	Πρόσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης.....	2-5
1.3	Εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης.....	5-13
1.4	Καταναλωτικές προτιμήσεις.....	13-15
1.5	Διαφημιστικές δαπάνες.....	15-18
1.6	Προοπτικές.....	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

2.1	Μονάδες παραγωγής.....	20-25
2.2	Τεχνολογία παραγωγής και ποιότητα προϊόντων.....	26-33
2.3	Πρώτες ύλες.....	34-37
2.4	Εξέλιξη της παραγωγής.....	38-39
2.5	Σύνθεση κόστους παραγωγής.....	39-46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

3.1	Εσωτερικό εμπόριο	
3.1.1	Δίκτυα διανομής.....	42-46
3.1.2	Ποσοστά κέρδους.....	47
3.2	Θεσμικό πλαίσιο.....	48-50
3.3	Εξωτερικό εμπόριο	
3.3.1	Εξαγωγές.....	51-59
3.3.2	Εισαγωγές.....	60-68

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

4.1	Χρηματοοικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων.....	69-85
4.2	Επενδύσεις	
4.2.1	Εγκριθείσες επενδύσεις.....	89

4.2.2 Προοπτικές για νέες επενδύσεις.....	89
4.3 Εξαγορές και συγχωνεύσεις.....	89-90

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	91-94
--	-------

Ευχαριστώ πολύ τον καθηγητή μου κ. Κουτρούλη για
την πολύτιμη βοήθεια και συνεργασία του, καθώς
επίσης τον οργανισμό του IOBE και την εταιρία
NIELSEN AE για τα στοιχεία που μου παρείχαν

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΖΗΤΗΣΗ

1.1 Περιγραφή των προϊόντων του κλάδου

Η βιομηχανία γάλακτος είναι ένας παραδοσιακός κλάδος της βιομηχανίας τροφίμων, που έχει σημειώσει μια σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, και έχει σήμερα να παρουσιάσει προϊόντα μεταποιημένα και μη, σε άριστα επίπεδα ποιότητας.

Η ελληνική γαλακτοβιομηχανία κατείχε το 10,6% της Προστιθέμενης αξίας του κλάδου τροφίμων και ήταν στην τέταρτη θέση, σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ, ενώ η δαπάνη για τα γαλακτομικά προϊόντα κάλυπτε το 18,5% της εγχώριας ιδιωτικής κατανάλωσης το 1992, και ήταν τρίτη μετά το κρέας και τα λαχανικά.

Στην εργασία αυτή εξετάζεται η αγορά του επεξεργασμένου και τυποποιημένου γάλακτος στην Ελλάδα και ειδικότερα του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος, λευκού και σοκολατούχου και του γάλακτος μακράς διάρκειας, η αγορά της κρέμας γάλακτος, η αγορά του γιαουρτιού, παραδοσιακό και βιομηχανοποιημένου καθώς και η αγορά παγωτού.

Το φρέσκο παστεριωμένο γάλα παρουσίασε μετά το 1987 μια σημαντική ανάπτυξη και σήμερα κυκλοφορεί σε τρεις τύπους ανάλογα με τη λιποπεριεκτικότητά του. Έτσι υπάρχει το πλήρες γάλα, περιεκτικότητας 3,5% σε λιπαρά και τα γάλατα με μειωμένα λιπαρά 1,5% και 0%, τα οποία μάλιστα κερδίζουν όλο και περισσότερο τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Το συμπυκνωμένο γάλα αν και διατηρεί ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς γάλακτος στην Ελλάδα, δεν επηρεάζεται αναλυτικά, παρά μόνο αναφορικά με την ζήτηση, καθώς δεν υφίσταται σαν κλάδος παραγωγής στη χώρα μας. Το σύνολο της ποσότητας που καταναλώνεται είναι συνήθως εισαγόμενο και μόνο μικρές ποσότητες παράγονται στην Ελλάδα, ενώ παρατηρείται μια πτωτική τάση της αγοράς του.

Για τους ίδιους λόγους δεν παρουσιάζεται και η αγορά της σκόνης γάλακτος, που αν και είναι αρκετά μεγάλη και με μεγάλο εύρος χρήσεων, στηρίζεται σχεδόν αποκλειστικά στις εισαγωγές.

Η κρέμα γάλακτος συνιστά μια αγορά με μικρή παρουσία στην εν-
χώρα βιομηχανική παραγωγή, αν και συνεχώς αναπτύσσεται και κυκλο-
φορείσε διάφορους τύπους, με λιποπερειεκτικιότητα που στην Ελλάδα
κυμένεται από 32% έως 45% ανάλογα με την χρήση της.

Το γιαούρτι είναι ένα παραδοσιακό ελληνικό προϊόν και σήμερα
κυκλοφορεί τόσο με τη παραδοσιακή του μορφή, αγελαδινό ή πρόβειο
με πέτσα ή στραγγιστό, αλλά και τυποποιημένο ή ευρωπαϊκού τύπου.
Είναι επίσης μια αγορά που έχει να επιδείξει πολλά νέα προϊόντα
(γιαούρτια με φρούτα, επιδόρπια κ.α.), ενώ έχει πολύ καλή παρου-
σία στις ξένες αγορές.

Τέλος τα παγωτά είναι ίσως η αγορά που είχε την μικρότερη α-
νάπτυξη στον γαλακτοκομικό τομέα, τόσο το βιομηχανοποιημένο και
τυποποιημένο, όσο και το χύμα.

1.2 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης

Η ζήτηση των προϊόντων αυτών έχει παρουσιάσει μια αξιόλογη
αύξηση τα τελευταία χρόνια. Την αύξηση αυτή επηρέασαν και τροφο-
δότησαν διάφοροι παράγοντες, όπως η καλύτερη οργάνωση του δικτύ-
ου διανομής, η συσκευασία και ποιότητα των προϊόντων, η διαφήμη-
ση, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η αύξηση του διαθέσιμου
εισοδήματος, οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, το αρτιότε-
ρο ψυκτικό κύκλωμα και τα υποκατάστατα.

Δίκτυα διανομής

Η καλύτερη οργάνωση του δικτύου διανομής σε συνδυασμό με τον
αρτιότερο εξοπλισμό σε ψυκτικά μηχανήματα σε όλη την αλυσίδα ψύχους
έχουν παίξει καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της ζήτησης των γαλα-
κτοκομικών προϊόντων.

Σήμερα οι μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου που κατέχουν εξάλ-
λου και το μεγαλύτερο μερίδιο της κατανάλωσης σε εθνικό επίπεδο,
διαθέτουν δικό τους δίκτυο διανομής στις μεγάλες πόλεις ή διακι-
νούν τα προϊόντα τους μέσω αντιπροσώπων με φορτηγά ψυγεία τα οποί-
α επιτρέπουν την διανομή των προϊόντων σε ευρύτερη περιφέρεια,
επιτυγχάνοντας σωστή διατήρηση των προϊόντων μέχρι την διάθεση στα
σημεία λιανικής πώλησης.

Επιπλέον οι εταιρίες συχνά προμηθεύουν τα σημεία λιανικής πώ-
λησης με ιδιόκτητα ψυγεία, εξασφαλίζοντας έτσι τις άριστες συνθή-
κες διάθεσης των προϊόντων τους στον καταναλωτή, γεγονός που το
επιβάλλει η ευπάθεια και η μικρή διατηρησιμότητα των προϊόντων.

Συσκευασία και ποιότητα των προϊόντων

Από το 1987 το παστεριωμένο γάλα κυκλοφορεί στη χώρα μας σε
χάρτινη συσκευασία, που έχει πλέον αντικαταστήσει πλήρως το πλα-
στικό μπουκάλι. Η εξέλιξη αυτή στη συσκευασία του γάλακτος άλλαξε
ριζικά τα μέχρι τότε δεδομένα της αγοράς γάλακτος και επέτρεψε την
καλύτερη και μεγαλύτερη διατηρησιμότητα του φρέσκου γάλακτος, την
διανομή του σε περιοχές απομακρυσμένες από τις μονάδες παραγωγής,
γρόνος που δεν επέτρεπε η συσκευασία σε πλαστικό μπουκάλι.

Επίσης η χάρτινη συσκευασία επιτρέπει τον καλύτερο σχεδιασμό
της μάρκας και των διαφημιστικών μηνυμάτων των εταιριών, και το ο-
ποίο βέβαια ισχύει και για την συσκευασία του γιαουρτιού και των
παγωτών. Ακόμα και για λόγους περιβαλλοντικής προστασίας η αντικα-
τάσταση των πλαστικών μπουκαλιών ήταν επιθυμητή.

Διαθέσιμο εισόδημα & Κοινωνικοοικονομικές συνθήκες

Η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος έχει επηρεάσει θετικά την
κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων, ιδιαίτερα δε αυτών με υ-
ψηλή εισοδηματική ελαστικότητα. Αμεσα συνδεδεμένη με το διαθέσιμο
εισόδημα είναι και η αστικοποίηση του πληθυσμού και η μεταβολή των
συνθηκών διαβίωσης. Η σύγχρονη οικογένεια χαρακτηρίζεται από τον
αυξανόμενο αριθμό των εργαζομένων μελών και την έλλειψη διαθέσιμου

χρόνου, τόσο για την προετοιμασία των γευμάτων όσο και για την πραγματοποίηση των αγορών. Έτσι η αυξημένη αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών, σε συνδυασμό με την έλλειψη χρόνου, στρέφονται προς τα τυποποιημένα προϊόντα, τα οποία μπορούν να προμηθευτούν εύκολα μέσα από τα διάφορα εμπορικά κανάλια.

Αποτέλεσμα της αλλαγής ευτής ήταν η αυξανόμενη δύναμη των Σούπερ-Μάρκετ, καθώς κερδίζουν όλο και περισσότερο στις συνολικές καταναλωτικές δαπάνες. Ενώ αντίθετα μειώνεται η συμμετοχή της αυτοκατανάλωσης, αλλά και των παραδοσιακών τρόπων διανομής.

Διαφήμιση

Η διαφήμιση θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η μεγάλη αύξηση των διαφημιστικών δαπανών τα τελευταία χρόνια αποδεικνύει τον σημαντικό ρόλο που αποδίδεται στον παράγοντα αυτό.

Μάλιστα στον κλάδο αυτό εμφανίζεται υψηλή συλλογική διαφήμιση που χρηματοδοτείται από όλες τις εταιρίες του κλάδου, τουλάχιστον για το γάλα και το γιαούρτι. Τμήμα της διαφημιστικής δαπάνης αυτής ήταν επιδοτούμενο και από την ΕΟΚ. Παρατηρούνται ακόμα και άλλες μορφές προώθησης, όπως συμμετοχή σε αθλητικούς αγώνες, διαγωνισμούς κ.α.

Υποκατάστατα

Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων παίζει επίσης καθοριστικό ρόλο στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Στην αγορά φρέσκου γάλακτος ένας βασικός ανταγωνιστής του είναι το συμπυκνωμένο γάλα, η κατανάλωση του οποίου βρίσκεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα στην Ελλάδα. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η παρουσία του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος στη συσκευασία την χάρτινη κερδίζει όλο και περισσότερο τις προτιμήσεις των καταναλωτών, εις βάρος της κατανάλωσης του συμπυκνωμένου.

Το γιαούρτι και τα παγωτά, τα οποία καταναλώνονται σαν δροσερά σνάκς, ανταγωνίζονται με προϊόντα όπως αναψυκτικά, γλυκά κ.α.

Εδώ θα πρέπει να σημειώσουμε ότι και ο καιρός φαίνεται να παίζει σημαντικό πόλο στην ζήτηση των προϊόντων αυτών (παγωτά). Αν και παρατηρείται όλο και μεγαλύτερη διασπορά της κατανάλωσης σε όλες τις εποχές του χρόνου.

Υγιεινή διατροφή

Η τάση για υγιεινή διατροφή που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια έχει μεταστρέψει τις προτιμήσεις των καταναλωτών, αφ'ενός στα πιο φρέσκα και λιγότερο μεταποιημένα προϊόντα, αφ'ετέρου δε στα προϊόντα με μειωμένα λιπαρά. Έτσι αρχίζει να μειώνεται η κατανάλωση του συμπυκνωμένου και και αντίθετα να αυξάνει η κατανάλωση του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος δεικνύοντας την τάση προς τα προϊόντα που ικανοποιούν τα παραδοσιακά πρότυπα υγιεινής και σωστής διατροφής.

Παράλληλα βλέπουμε όλο και περισσότερο να ενισχύεται η ζήτηση των προϊόντων με μειωμένα λιπαρά, σε όλα τα είδη των γαλακτοκομικών προϊόντων.

1.3 Η εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης

Η φαινομενική κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα παρουσίασε τα τελευταία χρόνια (1986-1992) μια μέση ετήσια αύξηση 8,35% όπως φαίνεται στον πίνακα 1 και επίσης στο διάγραμμα 1.

Πίνακας 1

Φαινομενική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων* (1986-1992)

ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΣΕ ΤΟΝΟΥΣ					
ΕΤΗ	ΠΑΣΤΕΡΙΟΜΕΝΟ ¹ ΓΑΛΑ	ΚΡΕΜΑ ² ΓΑΛΑΚΤΟΣ	ΓΙΑΟΥΡΤΙ ³	ΠΑΓΩΤΑ ⁴	ΣΥΝΟΛΟ
1986	167900	6850	60300	20500	255550
1987	220100	7250	63100	24800	315250
1988	260600	12280	69700	25700	368280
1989	284000	13900	73600	26600	398100
1990	301000	15200	76500	27800	420500
1991	318200	18150	80150	29300	445800
1992	341100	23300	84300	33100	481800
Μέση ετήσια αύξηση	7,93%	18,95%	6,5%	5,5%	8,35%

* Φαινομενική κατανάλωση= παραγωγή + εισαγωγές - εξαγωγές

1: Περιλαμβάνει λευκό και σοκολατούχο παστεριωμένο γάλα

2: Περιλαμβάνει κρέμα γάλακτος για οικιακή και επαγγελματική χρήση

3: Περιλαμβάνει βιομηχανοποιημένο και παραδοσιακό γιαούρτι

4: Περιλαμβάνει μόνο βιομηχανοποιημένο παγωτό

Πηγή: NIELSEN

Στην περίοδο 1986-1992 ο όγκος της κατανάλωσης του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος (λευκού και σοκολατούχου) αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 8% και από 167900 τόνους το 1986 έφτασε τους 342100 το 1992, αντίστοιχης αξίας 38,5 δις δρχ. περίπου.

Το λευκό παστεριωμένο γάλα καλύπτει το 90% της συνολικής κατανάλωσης ενώ το υπόλοιπο 10% κατέχουν το σοκολατούχο και άλλες γεύσεις (MILKAFE).

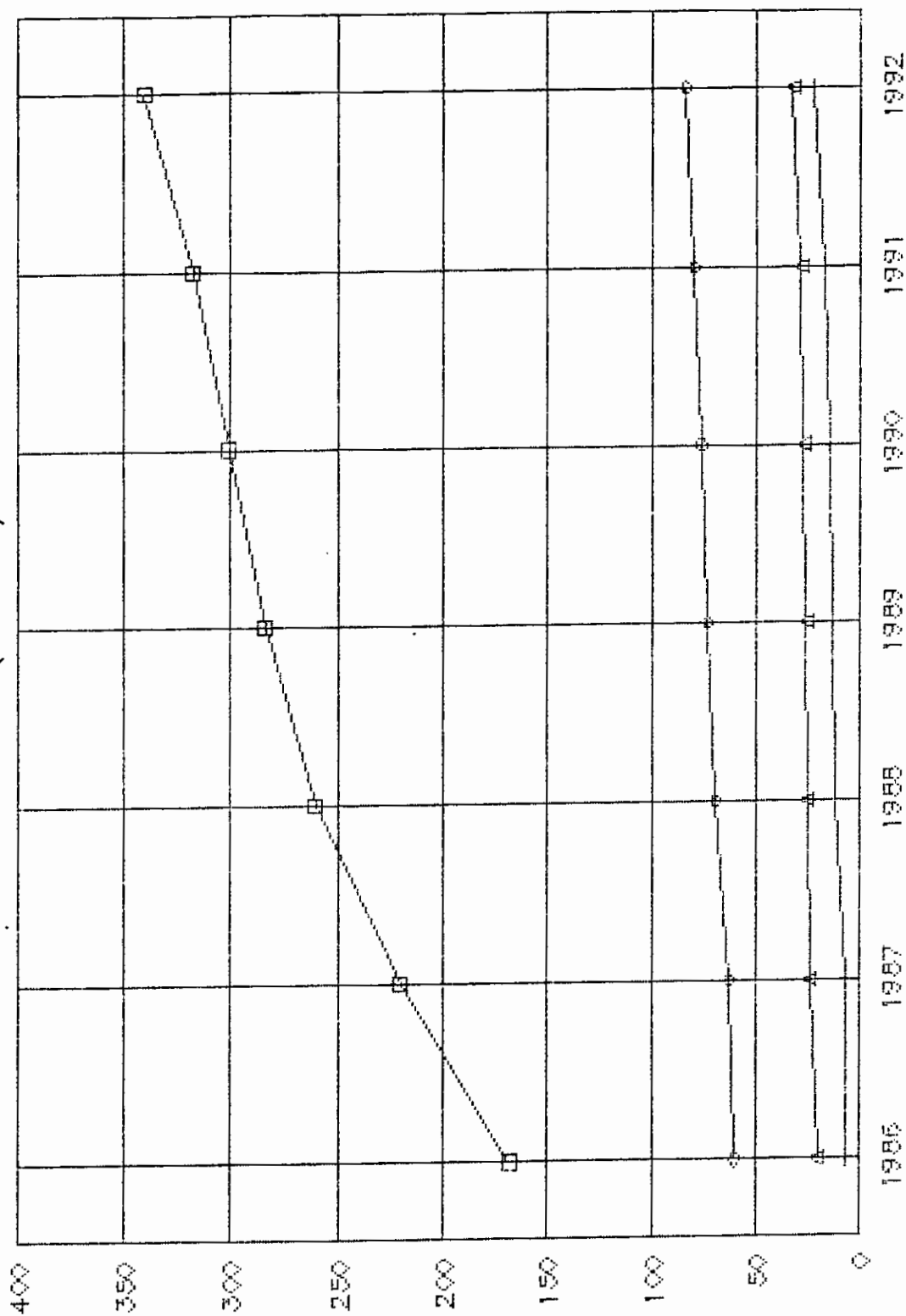
Η κατανάλωση της κρέμας γάλακτος για οικιακή χρήση καθώς και

επαγγελματική χρήση τετραπλασιάστηκε φτάνοντας τους 23300 τόννους το 1992 αξίας 13,5 δις δρχ. περίπου, με μέση ετήσια αύξηση σε ό-
όγκο της τάξης του 19%.

Η κατανάλωση του γιαουρτιού, βιομηχανοποιημένου και παραδο-
σιακού από 60300 τόννους το 1986 έφτασε τους 84300 τόννους το 1992
παρουσιάζοντας μέση ετήσια αύξηση 6,5% ενώ η αξία του την ίδια χρο-
νιά ξεπέρασε τα 26 δις δρχ. Το βιομηχανοποιημένο γιαούρτι αντιπρο-
σώπεύει το 70% της συνολικής κατανάλωσης γιαουρτιού, ενώ το παρα-
δωσιακό καλύπτει το 30% της αγοράς παρουσιάζοντας πτώση χρόνου με
το χρόνο.

Η κατανάλωση τέλος του βιομηχανοποιημένου παγωτού έφτασε το
1992 τους 33100 τόννους, έναντι 20500 το 1986, σημειώνοντας μια
μέση ετήσια αύξηση 5,5%. Η συνολική αξία της αγοράς παγωτού έφτα-
σε το 1992 τα 28 δις δρχ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1: ΦΑΙΝΟΜΕΝΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (1986-1992)



□ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ ΓΑΛΑ + ΚΡΕΜΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ◆ ΓΙΑΟΥΡΤΙ ▲ ΠΑΓΩΤΑ

ΙΟΝΝΙΝΑ

Η κατά κεφαλή κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες της κοινότητας φθάνει στα εξής επίπεδα:

Κατά κεφαλή κατανάλωση σε κιλά

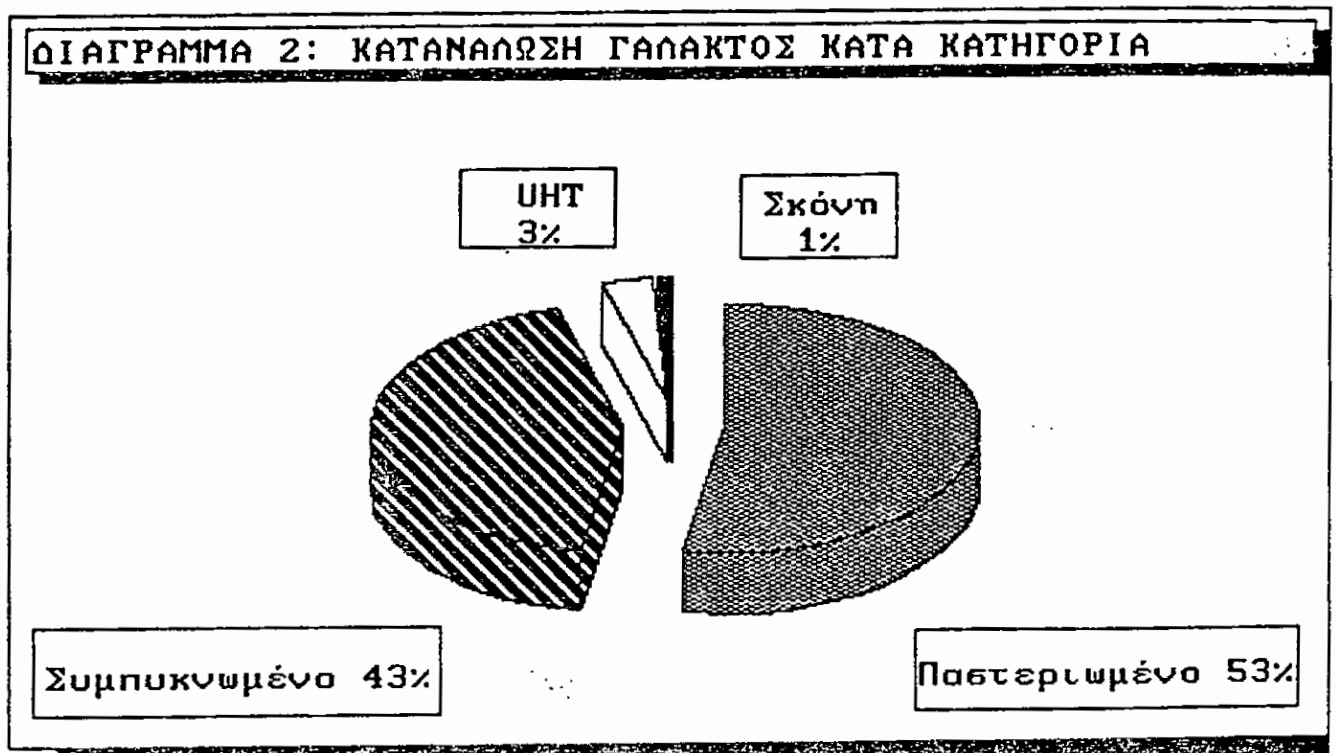
Χώρες	Παστεριωμένο γάλα	Κρέμα γάλ/τος	Γιαούρτι	Παγωτά
Ελλάδα	30	1,5	7,6	2,7
Δ. Γερμανία	58	6,3	11,2	3,8
Ιταλία	53	2,5	2,5	5,0
Δανία	98	9,0	8,6	9,3
Βέλγιο	43	3,3	8,0	4,5
Αγγλία	121	0,7	4,1	2,9

Παρατηρείται ότι η κατά κεφαλή κατανάλωση του νωπού παστεριωμένου γάλακτος στη χώρα μας είναι αρκετά χαμηλή, 30 κιλά, σε σχέση με τις άλλες χώρες της Κοινότητας, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην υψηλή κατά κεφαλή κατανάλωση συμπυκνωμένου γάλακτος που φτάνει κυρίως τα 16 κιλά, και είναι η μεγαλύτερη στην Ευρώπη. Αντίστοιχα, η κατά κεφαλή κατανάλωση της κρέμας γάλακτος και του παγωτού στην Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα, ενώ η κατανάλωση του γιαουρτιού βρίσκεται κοντά στο μέσο όρο της Κοινότητας.

Το παστεριωμένο γάλα κυκλοφορεί σε τρεις διαφορετικούς τύπους, το πλήρες με 3,5% λιπαρά, που αντιπροσωπεύει το 80% της κατανάλωσης, το ημίπαχο με 1,5% λιπαρά και το άπαχο με 0% λιπαρά, τα οποία καλύπτουν το 10% της κατανάλωσης παστεριωμένου γάλακτος. Το υπόλοιπο 10% κατέχει το σοκολατούχο με λιπαρά 0,3% από αποβουτυρωμένο γάλα. Στην κρέμα γάλακτος το ποσοστό των λιπαρών διαφοροποιείται αναλόγως με την χρήση, έτσι για οικιακή χρήση περιέχει 32-40% ενώ για επαγγελματική χρήση έχει συνήθως 42% λιπαρά. Αντίστοιχα το γιαούρτι, κυκλοφορεί σε διάφορους τύπους ανάλογα με τα λιπαρά και το

είδος γάλακτος, έτσι έχουμε το στραγγιστό με 10% λιπαρά, το αγελαδίνο με 3,5-4% λιπαρά, αγε αδινό με 0-2% λιπαρά, πρόβειο με πέτσα, αγελαδινό με πέτσα και γιαούρτι με φρούτα.

Στο σύνολο της αγοράς γάλακτος το νωπό παστεριωμένο γάλα καλύπτει το 53% της συνολικής κατανάλωσης, ενώ το συμπυκνωμένο γάλα κατέχει το 43%, το αποστειρωμένο γάλα μακράς διάρκειας 3% και η σκόνη γάλακτος 1% (Διάγραμμα 2).



Στην κατηγορία του βιομηχανοποιημένου παγωτού τα ατομικά παγωτά, τα οποία τρώγονται έξω από το σπίτι, καλύπτουν το 87% της συνολικής κατανάλωσης, τα οικογενειακά παγωτά το 15% και σε χύμα το 7%. Τα ατομικά παγωτά χωρίζονται σε επιμέρους κατηγορίες, τα μερίδια των οποίων έχουν ως εξής:

Είδη παγωτών	μερίδια
χωνάκι	45%
κυπελάκι	25%
ξυλάκι	20%
σοκολατοειδή	3%
σάντουϊτς	3%
άλλα	4%
Σύνολο	100%

Τα οικογενειακά παγωτά, τα οποία καταναλώνονται στο σπίτι συνήθως αντί φρούτου ή γλυκού, διατίθενται σε τρεις διαφορετικούς τύπους, σε κεσσέδες, η κατανάλωση των οποίων καλύπτει το 70% της αγοράς, σε κέικς και λόγκς, τα οποία κατέχουν το υπόλοιπο 30%. Αντίθετα το χύμα παγωτό καταναλώνεται κυρίως σε ξενοδοχεία, και ζαχαροπλαστεία, σε συσκευασία των 5 και 7 λίτρων .

Το φρέσκο παστεριωμένο γάλα κυκλοφορεί σε χάρτινη συσκευασία του μισού λίτρου, η οποία αντιπροσωπεύει το 70% της κατανάλωσης και στη μεγάλη συσκευασία του ενός λίτρου, η οποία κατέχει το 30% περίπου. Το 1992 καταναλώθηκαν 520.000 χάρινες συσκευασίες του ενός λίτρου. Σημειώνεται ότι η χρήση πλαστικής φιάλης στη συσκευασία παστεριωμένου γάλακτος είναι ελάχιστη, περίπου 1%. Αντίθετα στο γάλα μακράς διάρκειας χρησιμοποιείται ασηπτική συσκευασία, η οποία και διατηρεί το γάλα περισσότερες ημέρες από ότι η χάρτινη. Το γάλα μακράς διάρκειας κυκλοφορεί κατά 55% σε πλαστική φιάλη και σε χάρτινη συσκευασία.

Η συσκευασία της κρέμας γάλακτος διαφέρει ανάλογα με τη χρήση. Έτσι για οικιακή χρήση χρησιμοποιείται χάρτινη συσκευασία των 0,25 και 0,5 λίτρων, που καλύπτει το 20% της συνολικής κατανάλωσης, ενώ για επαγγελματική χρήση κυκλοφορεί σε συσκευασία των 5 λίτρων και κατέχει το 80% της ζήτησης. Αντίστοιχα το βιομηχανοποιημένο γιαούρτι κυκλοφορεί σε πλαστικά κυπελάκια των 160γρ, 225γρ και 450γρ.

Σύμφωνα πάντα με τις εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου τα μερίδια αγοράς των επιχειρήσεων στο χώρο των γαλακτοκομικών προϊόντων έχουν διαμορφωθεί ως εξής:

Στην αγορά του νωπού παστεριωμένου γάλακτος:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	%
ΔΕΛΤΑ	45%
ΑΓΝΟ	30%
ΜΕΒΓΑΛ	12%
ΑΣΤΥ	2%
ΝΕΟΓΑΛ	1,5%
ΟΛΥΜΠΟΣ	1,5%
ΑΛΛΕΣ	8%

Στην αγορά κρέμας γάλακτος:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	%
ΦΑΓΕ	55%
ΔΕΛΤΑ	25%
ΜΕΒΓΑΛ	10%
ΑΓΝΟ	5%
ΑΛΛΕΣ	5%

Στην αγορά του βιομηχανοποιημένου γιαουρτιού

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	%
ΦΑΓΕ	80%
ΜΕΒΓΑΛ	8%
ΔΕΛΤΑ	4%
ΣΥΝΕΡΓΑΛ	3%
ΑΛΛΕΣ	5%

Τέλος στην αγορά του βιομηχανοποιημένου παγωτού τα μερίδια των εταιριών έχουν διαμορφωθεί ως εξής:

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	%
ΔΕΛΤΑ	40%
ΕΒΓΑ	33%
ALGIDA	20%
ΑΓΝΟ	4%
ΑΣΤΥ	3%

1.4 Καταναλωτικές προτιμήσεις

Μια πολύ σημαντική εξέλιξη στη ζήτηση των προϊόντων διατροφής, που έχει βέβαια επηρεάσει και την ζήτηση γαλακτοκομικών προϊόντων, είναι η τάση για υγιεινή διατροφή. Αποτέλεσμα της τάσης αυτής είναι η μεταστροφή των προτιμήσεων των καταναλωτών από τα πιο μεταποιημένα στα φρέσκα προϊόντα, καθώς και στα προϊόντα με μειωμένα λιπαρά. Έτσι τα λάιτ προϊόντα, αν και αποτελούν μικρό κομμάτι της αγοράς γάλακτος και γιαουρτιού, φαίνεται να κερδίζουν όλο και περισσότερο τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Ετσι από καταναλωτικές έρευνες που έγιναν από εκπροσώπους του κλάδου αποδείχτηκε ότι οι κυριότεροι λόγοι προτίμησης των καταναλωτών για τα διάφορα προϊόντα του κλάδου έχουν ως εξής:

α) Τομέας γάλακτος. Στον τομέα αυτό παρατηρήθηκε ότι οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται προς το φρέσκο παστεριωμένο γάλα, κυρίως γιατί θεωρείται πιο νόστιμο και υγιεινό σε σχέση με άλλους τύπους γάλακτος.

Δεύτερο σε προτιμήσεις έρχεται το συμπυκνωμένο γάλα γιατί το συνιστούν συχνά οι παιδίατροι και κάνει για πολλές χρήσεις, ενώ το λάιτ γιατί είναι πιο ελαφρύ.

Ακολουθεί το γάλα μακρής διάρκειας που το προτιμούν γιατί είναι ελαφρύ και πρακτικό λόγω της μεγάλης διατηρητικότητας του. Το σοκολατούχο στη συνέχεια προτιμείται γιατί είναι νόστιμο και συχνά το συνιστούν παιδίατροι (ως θρεπτικό).

Τέλος το γάλα σε σκόνη το προτιμούν γιατί το συνιστούν παιδίατροι, αφού αφορά κυρίως τις βρεφικές σκόνες αλλά και γιατί είναι ελαφρύ.

β) Τομέας γιαουρτιού. Σε αυτόν τον τομέα καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του συγκεκριμένου τύπου παίζει η γεύση.

Ετσι πρώτο στις προτιμήσεις των καταναλωτών έρχεται το στραγγιστό γιαούρτι στο οποίο περιλαμβάνεται και το γιαούρτι σακούλας, γιατί έχει πλούσια γεύση και κάνει για πολλές χρήσεις. Στη συνέχεια έρχεται το πρόβειο γιαούρτι και προτιμείται γιατί κυρίως είναι πιο φρέσκο και γιατί είναι ολόπαχο και χορταστικό.

Τέλος τα γιαούρτια με φρούτα ή γεύσεις φρούτων τα προτιμούν κυρίως γιατί είναι πιο γλυκά και νόστιμα και αρέσουν στα περισσότερα μέλη της οικογένειας.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ακόμα ότι ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών προτιμά να φτιάχνει δικό του παραδοσιακό γιαούρτι γιατί είναι πιο φρέσκο από όλα τα άλλα και γιατί κυρίως δεν περιέχει συντηρητικές ουσίες.

γ) Τομέας παγωτού. Για τον τομέα αυτό πρώτη θέση κατέχουν στις προτιμήσεις τα ατομικά παγωτά (κυπελάκια, ξυλάκια) κυρίως γιατί υπάρχει τεράστια ποικιλία.

Ακολουθούν τα οικογενειακά γιατί είναι βολικά και εξυπηρετικά. Και τέλος τα χύμα που πωλούνται κυρίως από ζαχαροπλαστεία και

προτιμούνται κυρίως γιατί είναι φθηνότερα.

Και για τις τρεις παραπάνω κατηγορίες προτιμούνται κυρίως παγωτά που περιέχουν γεύσεις σοκολάτας γιατί έχουν ξεχωριστή γεύση και δεν είναι πολύ γλυκά.

Τέλος και εδώ θα πρέπει να σημειώσουμε και εδώ ότι υπάρχει ένα μικρό ποσοστό καταναλωτών που προτιμά να φτιάχνει σπιτικό παγωτό γιατί κοστίζει λιγότερο και δεν περιέχει συντηρητικά.

1.5 Διαφημιστικές δαπάνες

Η διαφημιστική δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα παρουσίασε μια σημαντική αύξηση μέσα στην περίοδο 1988-1992. Τα προϊόντα τα οποία εξετάζονται (δηλ. εκτός τυριών και βουτύρου), κάλυψαν το 87% των δαπανών του συνόλου για γαλακτοκομικά προϊόντα το 1992. Η δαπάνη για τα προϊόντα αυτά έφτασε το 1992 3362,7 εκατ. δρχ παρουσιάζοντας μια μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 40,1% στην περίοδο 1988-1992 (πίνακας 2)

Η διαφημιστική δαπάνη για το φρέσκο παστεριωμένο γάλα αυξήθηκε και έφτασε από 229 εκατομύρια το 1988 και με ποσοστό 14,4% το 1992 στα 320,8 εκατομύρια διατηρώντας το ποσοστό του περίπου στα ίδια επίπεδα 13,4%. Στα μερίδια των εταιριών πρώτη έρχεται η ΔΕΛΤΑ με 48% ακολουθούμενη από την ΦΑΓΕ με 20,7%, την ΑΓΝΟ με 14% και την ΜΕΒΓΑΛ με 4%.

Η διαφημιστική δαπάνη για το συμπυκνωμένο γάλα εκ του οποίου και το λάιτ, ενώ το 1988 κατείχε μαζί με τη συλλογική διαφήμιση το 34,3% των συνολικών δαπανών, παρουσιάζει χρόνο με το χρόνο μια συνεχή πτώση φτάνοντας το 1992 στο 18,5%. Αντίθετα το σοκολατούχο γάλα κατάφερε να αυξηθεί στην χρονική περίοδο 88/92 το ποσοστό του από 12,6% σε 22,5% παρουσιάζοντας σταθερή αύξηση.

Το γιαούρτι στη συνέχεια αύξησε σημαντικά το ποσοστό του που από 11,1% που κατείχε το 1988 αυξάνοντας σταθερά χρόνο με το χρόνο το ποσοστό του, έφτασε να αποροφά το 14,7% των συνολικών δαπανών. Κυρίαρχες εταιρίες η ΦΑΓΕ η οποία κάλυψε το 1992 το 68,7% των δαπανών και η ΜΕΒΓΑΛ το 20,2%.

Η διαφημιστική δαπάνη για τα παγωτά κατείχε το 1992 το 20,7% σε σύγκριση με το 1988 που κατείχε το 23,1% παρουσιάζοντας αύξηση κατά την περίοδο 1988/1992 της τάξεως του 6,6%. Σε επίπεδο εταιριών η ΔΕΛΤΑ κάλυψε το 40,9% των δαπανών ακοολουθούμενη από την ΕΒΓΑ με 21,3%, την ALGIDA... με 26,8% και την ΑΓΝΟ με 8,5%.

Τέλος όσων αφορά τα προϊόντα σκόνη και κρέμα γάλακτος μείωσαν κατά την περίοδο 1988/1992 τις διαφημιστικές τους δαπάνες σε 1%.

Πίνακας 2

Διαφημιστικές δαπάνες γαλακτοκομικών προϊόντων* (1986-1992)

(χιλ. δρχ)

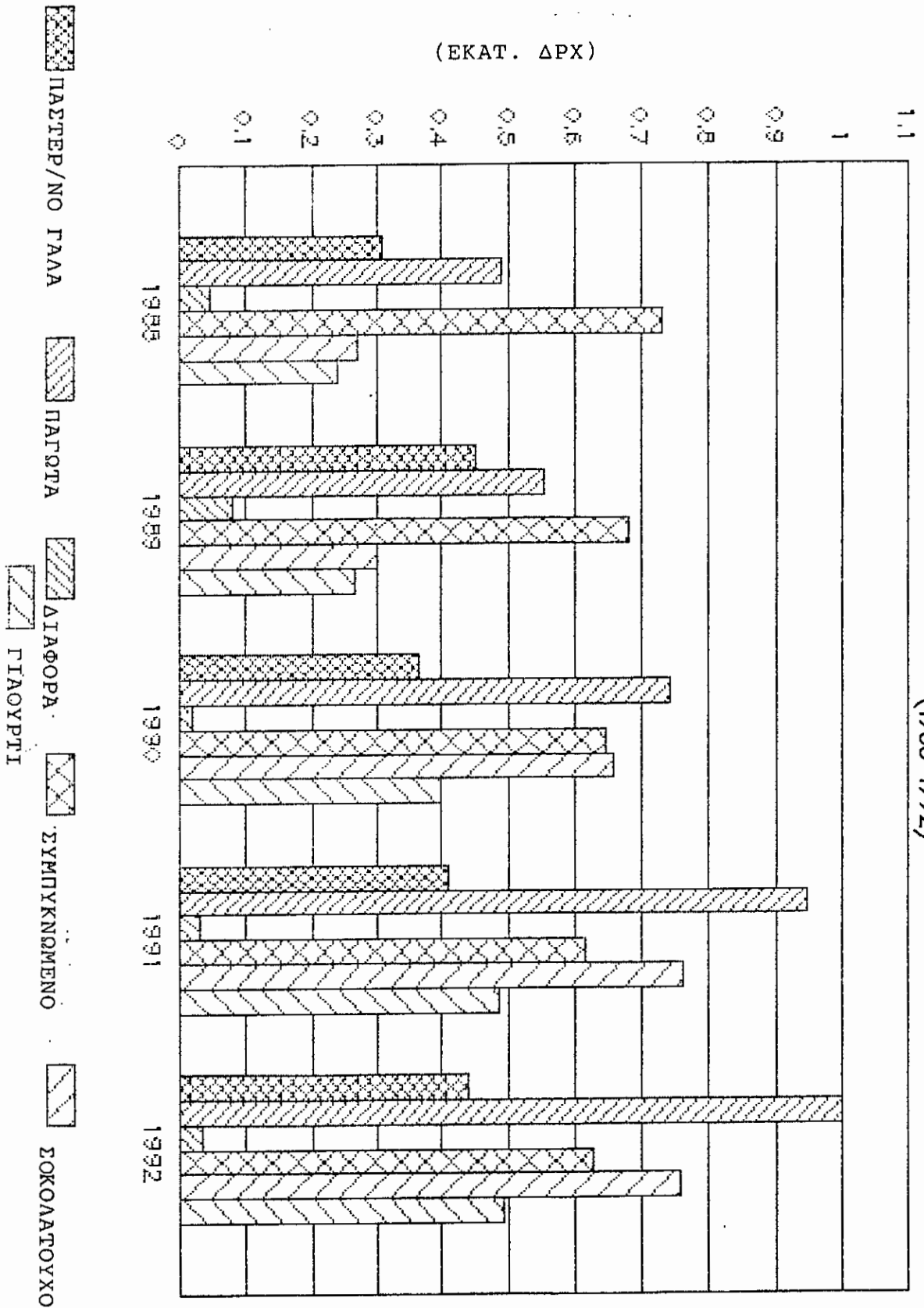
ΕΙΔΗ	1988	1989	1990	1991	1992
Φρέσκο παστ/μένο γάλα	229080	329179	261475	290318	320825
- LIGHT	51763	66209	51035	69306	71927
- Συλλογική διαφήμιση	27925	55370	51291	50002	48220
Γάλα εβαπορέ & ζαχαρούχο	600002	562054	523344	486693	490560
- LIGHT	131438	116935	120898	128319	134666
Γάλα σοκολατούχο	166309	181200	398622	430255	432290
-Μακράς διάρκειας	104111	120793	329456	330200	325220
Γιαούρτι	174821	213725	296657	356908	369230
-με φρούτα	44524	37059	61608	82500	86673
-Συλλογική διαφήμιση	18639	15124	40340	45380	39639
Παγωτά	492104	556085	741346	947670	999670
Διάφορα γαλ/κά προϊόντα ¹	45971	81314	20557	29370	33835
ΣΥΝΟΛΟ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ	2131211	2331993	2896629	3246921	3362755

* Διαφημιζόμενοι άνω του ενός εκατ. δρχ.

1 Ξυνόγαλα, σκόνη γάλακτος, κρέμα γάλακτος

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων NIELSEN

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2: ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΩΝ
ΤΡΟΙΟΝΤΩΝ
(1988-1992)



Πίνακας 3

Διαφημιστικές δαπάνες γαλακ/κών προϊόντων* κατά διαφημιστικό μέσο
(1986-1992)

	(χιλ. δρχ)				
	1988	1989	1990	1991	1992
Εφημερίδες	29926	37454	61270	80370	102920
Περιοδικά	155304	181864	183194	189530	195713
Ραδιόφωνο	86296	123051	106016	150025	180041
Τηλεόραση	1443064	1614136	1930356	2720951	3260356
ΣΥΝΟΛΟ	1714590	1956508	2280836	3140076	3739030

* Διαφημιζόμενοι άνω του ενός εκατ. δρχ.

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων NIELSEN

Το διαφημιστικό μέσο που μονοπωλεί σχεδόν τις διαφημιστικές δαπάνες είναι η τηλεόραση που σε όλη τη διάρκεια της περιόδου απορρόφησε πάνω από το 86% αυτών (πίνακας 3).

Τα περιοδικά που στην αρχή της χρονικής περιόδου απορρόφησαν το 9% των συνολικών δαπανών παρουσιάζουν το 1992 μια πτώση της τάξης του 3,3% φτάνοντας το 5,7%.

Στη συνέχεια οι εφημερίδες που συγκριτικά με τα άλλα μέσα κατέχουν το μικρότερο ποσοστό, κατάφεραν από 1,7% που κατείχαν το 1988 να αυξήσουν το ποσοστό τους σε 2,7% το 1992.

Το ραδιόφωνο τέλος παρουσίασε μια σταθερότητα στο ποσοστό του σε όλη τη χρονική περίοδο μένοντας το 1992 στο ίδιο σχεδόν επίπεδο με το 1988.

Ετσι λοιπόν βλέπουμε ότι από την πτώση των περιοδικών επωφελούνται οι εφημερίδες και η τηλεόραση.

1.6 Προπτικές

Η ζήτηση των γαλακτοκομικών προϊόντων αναμένεται να συνεχίσει την αύξητική της πορεία και στα επόμενα χρόνια επηρεαζόμενη από την εξέλιξη των διάφορων παραμέτρων που την επηρεάζουν. Εκτιμάται ότι η καλύτερη οργάνωση του δικτύου διανομής των εταιριών θα επιτρέψει την προσέγγιση και των πιο απομακρισμένων περιοχών όπου σήμερα η κατανάλωση των νωπών τυποποιημένων γαλακτοκομικών προϊόντων είναι σε χαμηλά επίπεδα. Αναμένεται επίσης ότι θα ενισχυθεί η θέση των Σούπερ-Μάρκετς στις λιανικές πωλήσεις των προϊόντων αυτών.

Από καταναλωτικές έρευνες που έχουν διεξαχθεί για λαγαριασμό του κλάδου την τελευταία πενταετία φαίνεται ότι υπάρχει τάση για φρέσκα προϊόντα εις βάρος των πιο τυποποιημένων με την πιο χαρακτηριστική την περίπτωση του συμπυκνωμένου γάλακτος, η κατανάλωση του οποίου θα σημειώσει πτώση. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται ακόμα προς νέα προϊόντα και νέες γεύσεις, τάση προς την οποία η βιομηχανία φαίνεται ήδη να προσαρμόζεται.

Λαμβάνοντας υπόψη τις εξελίξεις στους παραπάνω παράγοντες και τις απόψεις των εκπροσώπων του κλάδου την μεγαλύτερη αύξηση προβλέπεται να έχει η κρέμα γάλακτος 8-10%, ακολουθούμενη από το γιαούρτι με 5%. Ανάλογη ωστόσο αναμένεται να είναι και η αύξηση της κατανάλωσης του νωπού παστεριωμένου γάλακτος 3-4%, και του παγωτού περίπου 3%. Επίσης το παστεριωμένο γάλα προβλέπεται να αυξήσει το μερίδιό του στην αγορά, εις βάρος των άλλων ειδών γάλακτος, με μερίδια που αναμένεται να έχουν ως εξής:

Παστεριωμένο γάλα	59%
Συμπυκνωμένο γάλα	38%
Γάλα μακράς διάρκειας	2%
Γάλα σε σκόνη	1%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

2.1 Μονάδες παραγωγής

Οι μονάδες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, είναι σχεδόν στο σύνολο τους σύνθετες μεταποιητικές μονάδες, που ασχολούνται με την παραγωγή περισσότερων της μιας ομάδας προϊόντων. Υπάρχουν μονάδες που παράγουν διάφορα προϊόντα όπως παστεριωμένο γάλα, κρέμα γάλακτος, βούτυρο, γιαούρτι, παγωτά τυποποιημένα η χύμα, τυροκομικά προϊόντα, αλλά και μονάδες παραγωγής και εμπορίας ειδών ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP παρουσιάζονται παρακάτω οι μεγαλύτερες παραγωγικές μονάδες του κλάδου μορφής ΑΕ ΚΑΙ ΟΕ και οι μεγαλύτεροι συνετερισμοί για κάθε προϊόν (πίνακες 3,4,5).

Πίνακας 3

ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΚΑΙ ΚΡΕΜΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΕΔΡΑ
- ΑΓΝΟ ΕΚΦΣΗ ΑΓΕΛ. ΣΥΝ. ΘΕΣΣ/ΝΙΚΗΣ & ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	Γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωτά	Θεσσαλονίκη
- ΑΕΒΕΚ Α.Ε.	Γαλακτ/μικά προϊόντα ελαιόλαδο πυρηνέλαιο	Κέρκυρα
- ΑΣΤΥ ΕΡΓ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛ. ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ ΑΤΕ & ΕΑΣΑΒ	Παστεριωμένο και σοκολατούχο γάλα, τυποποιημένα παγωτά	Αθήνα
- ΒΑΡΣΟΣ ΚΗΦΙΣΙΑ Α.Ε.	Είδη ζαχαρ/κής, γαλακτοκομικά προϊόντα	Αθήνα
- ΔΕΛΤΑ ΠΡΟΤ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛ. Α.Ε.	Γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωτά, χυμοί	Αθήνα
- ΔΩΔΩΝΗ ΑΓΡ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛ. ΗΠΕΙΡΟΥ ΑΕ	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Ιωάννινα
- ΕΛ-ΓΑΛ ΕΛΛ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤ/ΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΡΗΓΑ Α.Ε.	Γαλακτοκομικά είδη, γιαούρτη, κρέμα γάλακτος	Αθήνα
- ΕΝ. ΑΓΡ. ΣΥΝ. ΒΟΛΟΥ	Παραγωγή τυριών γάλακτος βουτύρου γιαούρτη	Βόλος
- ΕΝ. ΑΓΡ. ΓΑΛ. ΣΥΝ. ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	Τυριά, κρέμα γάλακτος	Αργος
- ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ Α.Ε.	Γαλακτοκομικά είδη, τυριά	Ηλεία
- ΚΟΛΙΟΥ, Δ. ΥΙΟΙ ΟΕ	Τυριά, κρέμα γάλακτος	Θεσσαλονίκη
- ΜΕΒΓΑΛ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ Α.Ε.	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα, κρέμα γάλακτος, παγωτά, εισαγωγή και εμπόριο γαλ. πρ.	Θεσσαλονίκη
- ΝΕΟΓΑΛ Α.Ε.	Γαλακτοκομικά προϊόντα, τυριά, παγωτά	Δράμα
- ΝΕΟΓΑΛ ΚΩ Α.Β.Ε.Ε	Γαλακτοκομικά προϊόντα	Κως
- ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛ/ΒΙΟΜ. ΛΑΡΙΣΗΣ Α.Ε	Γαλακτοκομικά & τυροκομικά προϊόντα	Λάρισα
- ΗΕΣΣΕΞΙΔΗΣ Δ & ΣΙΑ ΧΡΥΣΑΥΓΗ ΕΠΕ	Κρ. γάλακτος βούτυρο και γάλα ενισχυμένο σε λιπαρά εισαγ. εμπόριο φρέσκου αγελαδινού γάλακτος (χύμα)	Ασγκαδός
- ΠΡΩΤΟ ΕΡΓ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	Γάλα νωπό, παστερ. σοκολατούχο, γιαούρτη, κρ. γάλακτος, φρέσκο βούτυρο	Πάτρα
- ΡΟΔΟΠΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛ. ΞΑΝΘΗΣ Α.Ε.	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Ξάνθη
- ΣΑΡΑΝΤΗ ΑΦΘΙ ΠΙΝΔΟΣ ΕΛΛΑΣ ΟΕ	Τυριά, βούτυρο, κρέμα γάλακτος	Τρίκαλα
- ΣΕΡΓΑΛ ΒΙΟΜ. ΣΕΡΡΩΝ Α.Ε.	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Σέρρες
- ΣΤΑΧΤΙΑΡΗΣ ΕΠΕ	Τυριά, κρέμα γάλακτος, ελαιόλαδο	Βόνιτσα

ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ: 22

2.1.1 Παστεριωμένο γάλα και κρέμα γάλακτος

Ειδικότερα οι μεγαλύτερες μονάδες παραγωγής παστεριωμένου γάλακτος και κρέμας γάλακτος ήταν το 1992 22 εκ των οποίων οι 8 ήταν ιδιωτικές, οι 7 μετοχικού ενδιαφέροντος ΑΤΕ και οι υπόλοιπες συνεταιριστικές (πίνακας 3).

Η αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού των μονάδων αυτών κυμαίνεται από 40-100%. Εκτιμάται ότι οι συνεταιριστικές μονάδες έχουν τα χαμηλότερα επίπεδα αξιοποίησης του δυναμικού, αντίθετα με τις μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις του κλάδου που αξιοποιούν πλήρως τη δυναμικότητά τους. Σημειώνεται επίσης ότι οι ιδιωτικές επιχειρήσεις λειτουργούν μέχρι και τρεις βάρδιες ενώ οι συνεταιριστικές μόνο μια.

Η υπάρχουσα αργούσα δυναμικότητα σε μονάδες παραγωγής παστεριωμένου γάλακτος, θεωρείται αρκετή για να καλύψει την ζήτηση, τουλάχιστον στα επίπεδα που διαμορφώνονται σήμερα. Όμως η αυξανόμενη ζήτηση που παρατηρείται όπως φαίνεται και στον πίνακα κατανάλωσης (πίνακας 1), αναμένεται ότι θα απαιτήσει όχι μόνο την πλήρη αξιοποίηση της υπάρχουσας δυναμικότητας αλλά και την επέκτασή της.

2.1.2 Γιαούρτι

Οι μονάδες παραγωγής γιαουρτιού ήταν το 1992 22, εκ των οποίων οι 12 ήταν ιδιωτικές, οι 7 μετοχικού ενδιαφέροντος ΑΤΕ και οι υπόλοιπες συνεταιριστικές (πίνακας 4).

Η αξιοποίηση του παραγωγικού δυναμικού των μονάδων αυτών κυμαίνεται από 35-90%. Όπως και στο παστεριωμένο γάλα, οι συνεταιριστικές μονάδες έχουν τα χαμηλότερα επίπεδα αξιοποίησης του παραγωγικού δυναμικού, ενώ οι ιδιωτικές εταιρίες αξιοποιούν περίπου 90% της δυναμικότητας.

Η δυναμικότητα θεωρείται αρκετή για να καλύψει τις σημερινές ανάγκες. Ωστόσο η αυξητική τάση της ζήτησης καθώς και οι ανάγκες των καταναλωτών για νέα προϊόντα ίσως απαιτήσουν στο μέλλον την επέκταση της δυναμικότητας των ήδη υπάρχουσών μονάδων.

Πίνακας 4

ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΕΔΡΑ
- ΑΓΝΟ ΕΜΨΗ ΑΓΕΛ. ΣΥΝ. ΘΕΣΣ/ΝΙΚΗΣ & ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	Γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωτά	Θεσσαλονίκη
- ΒΑΡΕΩΣ-ΚΗΦΙΣΙΑ ΑΕ	Είδη ζαχαρ/κής, γαλακτοκομικά προϊόντα	Κηφισία
- ΒΕΡΟΥΚΑΣ ΤΡΟΦΙΜΑ ΛΕΒΕ	Εμπόριο ειδών διατρ. παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων	Μοσχάτο
- ΓΑΛΚΟ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΑ ΑΕ	Γιαούρτι, εμπόριο παστερ. & σοκολατούχου γάλακτος	Κορινθία
- ΓΑΛΚΟ ΕΠΕ	Γαλακτοκομικά προϊόντα, τυριά	Κομοτηνή
- ΔΕΛΤΑ ΠΡΩΤ. ΒΙΟΜ. ΑΕ	Γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωτά, χυμοί	Ταύρος
- ΔΩΔΩΝΗ ΑΓΡ. ΒΙΟΜ. ΗΠΕΙΡΟΥ ΑΕ	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Ιωάννινα
- ΕΛ-ΓΑΛ ΕΛΛ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛ. ΠΡ. ΡΗΓΑ	Γαλακτ/κά είδη, κρέμα γάλ. γιαούρτι	Αθήνα
- ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	Γαλακτοκομικά είδη	Ηλεία
- ΚΟΥΡΕΛΛΑ ΧΡ ΥΙΟΙ-ΜΙΧ ΚΟΥΡΕΛΛΑΣ ΑΕ	Τυριά, βούτυρα, γιαούρτια	Γρεβενά
- ΚΡΑΤΗ, Η, ΑΦΟΙ ΚΑΛΟΓΕΡΑΚΗ ΛΕΒΕ	Τυριά και άλλα γαλακτοκομικά είδη	Ηράκλειο
- ΜΕΒΓΑΛ ΜΑΚ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΑΕ	Γάλα και τυροκ. προϊόντα, παγωτά, εισαγ. εμπόρια γαλακ/κών προϊόντων	Θεσσαλονίκη
- ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	Γαλακτοκομικά προϊόντα, τυριά παγωτά	Αράρα
- ΝΕΟΓΑΛ ΚΩ ΑΒΕΕ	Γαλακτοκομικά προϊόντα	Κώς
- ΖΗΡΟΥΣΙΑΚΗΣ Μ.Δ. ΑΕ	Τυριά, γιαούρτι	Σανιά
- ΟΛΥΜΠΟΣ ΓΑΛ/ΒΙΟΜ. ΛΑΡΙΣΗΣ ΑΕ	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Λάρισα
- ΠΡΟΓΑΛ ΘΡΑΚΗΣ ΑΕ	Τυριά, γιαούρτι, βούτυρο	Κομοτηνή
- ΠΡΩΤΟ ΕΡΓ. ΠΑΣΤ. ΓΑΛ.	Γαλακτοκομικά προϊόντα	Πάτρα
- ΡΟΔΟΠΗ ΒΙΟΜ. ΓΑΛ. ΞΑΝΘΗΣ ΑΕ	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Ξάνθη
- ΣΕΡΓΑΛ ΒΙΟΜ. ΣΕΡΡΩΝ ΑΕ	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα	Σέρρες
- ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	Εισ-εξ. εμπόριο τυρογαλ. αρ. Γιαούρτι, τυριά	Αθήνα
- ΦΑΓΕ ΑΕ	Γιαούρτι, έτοιμες κρέμες, Εισ. εμπ. γάλακτος μακράς διάρκειας	Αθήνα

ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ: 22

2.1.3 Παγωτά

Στον κλάδο παραγωγής παγωτών το σύνολο σχεδόν των μονάδων ανήκει στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που απασχολούν δηλ. γύρω στα 15 άτομα. Αυξημένη κατά 30% περίπου είναι η απασχόληση τους καλοκαιρινούς μήνες ειδικότερα δε την περίοδο Απριλίου-Αυγούστου, περίοδος που συνδιάζεται με την υψηλότερη κατανάλωση αφού το παγωτό θεωρείται κατ'εξοχήν καλοκαιρινό προϊόν.

Το 33% των μονάδων βρίσκεται στην Μακεδονία ενώ το 31% των μονάδων της περιφέρειας Πρωτευούσης είναι εγκατεστημένο το 83% της συνολικής ιπποδύναμης.

Στις παραπάνω μονάδες θα πρέπει να προστεθούν και τα 3000 περίπου εργαστήρια ζαχαροπλαστικής, τα οποία παράγουν συνήθως παγωτά χύμα και το διαθέτουν σε καθαρά τοπικό επίπεδο.

Οι μεγάλες μονάδες παραγωγής παγωτών που είναι καταγεγραμμένες στο ICAP ήταν το 1992 20 εκ των οποίων οι 3 ήταν συνεταιριστικές, οι 2 μετοχικού ενδιαφέροντος ΑΤΕ και οι υπόλοιπες ιδιωτικές (πίνακας 5). Στις μονάδες αυτές ανήκουν και μονάδες παραγωγής ειδών ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας, ορισμένες από τις οποίες έχουν και την εκμετάλλευση συγκροτημάτων ζαχαροπλαστικής και εστιατορίων, μέσω των οποίων διαθέτουν τμήμα της παραγωγής τους.

Η δυναμικότητα των μονάδων αυτών είναι δύσκολο να εκτιμηθεί με ακρίβεια, εξ'αιτίας της μη λειτουργίας των μονάδων σε σταθερή βάση. Πάντως, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου, οι μονάδες παραγωγής βιομηχανοποιημένου παγωτού λειτουργούν περίπου 190-220 ημέρες το χρόνο που αντιστοιχούν σε 270 περίπου οκτάωρα λειτουργίας.

Η υπάρχουσα αργούσα δυναμικότητα σε μονάδες παραγωγής παγωτού θεωρείται αρκετή για να καλύψει όχι μόνο τις σημερινές ανάγκες αλλά και τις μελλοντικές, με την πλήρη αξιοποίησή τους.

Πίνακας 5

ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΠΑΓΩΤΟΥ

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ	ΕΔΡΑ
- ΑΓΝΩ	Γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωτά	Θεσσαλονίκη
- ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΔΗΣ Μ, ΠΑΓΩΤΑ ΑΛΦΑ	Παραγωγή παγωτών (χύμα)	Θεσσαλονίκη
- ΑΣΤΥ	Γάλα, τυποποιημένα παγωτά	Ταυρος
- ΒΑΡΕΟΣ ΚΗΦΙΣΙΑ	Είδη ζαχ/κής, γαλακτοκομικά προϊόντα	Κηφισιά
- ΒΙΟΤΑΚ ΑΕ	Παραγωγή, εμπόριο παγωτών και σαντυγύ	Ταυρος
- ΔΕΛΤΑ	Γαλακτοκομικά προϊόντα, παγωτά, χυμοί	Ταυρος
- ΔΗΜΟΥ . ΤΕΒ. EDELWEISS ΑΕ	Παραγωγή ειδών αρτοπ. ζαχ/κής. Εκμετάλλευση συγκροτημάτων ζαχαροπλαστικής εστιατορίου	Ν. Ερυθραία
- ΕΒΓΑ ΕΛΛ. ΒΙΟΜ. ΓΑΛ. ΑΒΕΕ	Παραγωγή παγωτών. Εισαγωγή και εμπόριο γάλακτος μακράς διάρκειας	Αθήνα
- ΙΓΚΛΟΥ ΑΕ	Παγωτά	Κηφισιά
- ΚΟΥΦΟΣ Ν & ΥΙΟΙ ΑΕ	Είδη ζαχ/κής, πίτες, αρτοσκευάσματα, παγωτά	Θεσσαλονίκη
- LEVER HELLAS ΑΕΒΕ	Παραγωγή, εμπόριο απορρυπαντικών, παγωτών, καλλυντικών εισαγ. ειδών διατροφής κ.α	Αθήνα
- ΜΕΒΓΑΛ	Γαλακτοκομικά και τυροκομικά πρ. παγωτά	Θεσσαλονίκη
- ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	Γαλακτοκομικά προϊόντα, τυριά, παγωτά	Δράμα
- ΠΑΠΑΣΠΥΡΟΥ, ΘΕΛΩ	Είδη ζαχαρ/κής, παγωτά βιομηχανοποιημένα και συσκευασμένα	Αθήνα
- ΠΛΑΖΑ ΑΕ	Παραγωγή παγωτού. Εμπόριο μηχανών παγωτού γρανίτας, σαντυγύ και βιτρινών παγωτού	Αθήνα
- ΣΑΒΟΙΔΑΚΗΣ Γ. ΖΑΧΑΡ/ΚΗΣ ΑΕ	Είδη ζαχαροπλαστικής	Ηρακλειο Κρήτης
- ΦΑΡΟΥΚ ΕΠΕ	Είδη ζαχαρ/κής, παγωτά. Ετοιμα φαγητά	Κέρκυρα
- FLOCA INDUSTRIES ΔΗΜ. ΚΑΤΣΙΓΙΑΝΝΗΣ	Είδη ζαχαρ/κής και αρτοποιία παγωτά	Αθήνα
- ΦΛΟΚΑΞΕΠΟ ΑΕ	Παραγωγή και χονδρικό εμπόριο παγωτού και ειδών δεξιώσεως	Αθήνα
- ΧΑΤΖΗΦΩΤΙΟΥ ΖΑΧΑΡ/ΣΤΕΙΑ ΑΡΤΟΠΟΙΙΑ ΑΒΕΕ	Είδη αρτοποιίας ζαχαρ/κής, παγωτά	Θεσσαλονίκη

ΣΥΝΟΛΟ ΜΟΝΑΔΩΝ: 20

2.2 Τεχνολογία παραγωγής και ποιότητα προϊόντων

2.2.1 Συσκευασία

Οι ειδικοί όροι συσκευασίας και διάθεσης στην κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων ορίζονται επακριβώς στο άρθρο 85 του κώδικα Τροφίμων-Ποτών. Σύμφωνα με το άρθρο αυτό όλα τα είδη διατηρημένου γάλακτος εκτός του γάλακτος κατάψυξης, πρέπει να διατίθενται στην κατανάλωση πάντα σε συσκευασία ως εξείς:

α. Μέσα σε μεταλλικά δοχεία από αργίλιο ή άλλο μέταλλο καλά επικασιτερωμένο με κασσίτερο που δεν περιέχει μόλυβδο ή ψευδάργυρο ή άλλα βαρέα μέταλλα σε ποσοστό ανώτερο του 0,5%. Η συσκευασία αυτή χρησιμοποιείται κυρίως για το εβαπορέ ή συμπυκνωμένο γάλα, για γάλατα μακράς διάρκειας (σοκολατούχο), καθώς και για τις σκόνες γάλακτος.

β. Μέσα σε πλαστικές ή γυάλινες φιάλες, όπου διατίθεται το παστεριωμένο γάλα και οι οποίες όμως αντικαθίστανται πλέον από τη χάρτινη συσκευασία. Ακόμα επιτρέπεται η επαναχρησιμοποίηση των μεταλλικών δοχείων και των γυάλινων φιαλών μετά από τον επιμελή καθαρισμό τους.

γ. Μέσα σε σακίδια από ειδικό χαρτί, που προέρχεται από χημικό καθαπό πολτό, η εξωτερική επιφάνεια των οποίων είναι επιστρωμένη με καθαρή παραφίνη ή πλαστικό βερνίκι. Η εσωτερική επιφάνεια πρέπει να έχει επένδυση από ειδική πλαστική ύλη εγκεκριμένη για συσκευασία γάλακτος. Η χάρτινη ασηπτική συσκευασία εόναι στο εσωτερικό της καλυμμένη με λεπτό φύλλο αργιλίου στο οποίο έχει επικολληθεί λεπτό φύλλο πολυαιθυλένιου.

Το παστεριωμένο γάλα που διατίθεται σήμερα στην κατανάλωση κυκλοφορεί κυρίως σε χάρτινη συσκευασία, ενώ το μακράς διάρκειας σε χάρτινη ασηπτική συσκευασία.

Η αντικατάσταση των γυάλινων και πλαστικών μπουκαλιών από την χάρτινη συσκευασία που στην Ευρώπη παράτηρήθηκε τα τελευταία 20 χρόνια και στην Ελλάδα την τελευταία πενταετία μπορεί να αποδοθεί:

1. Στην ανάπτυξη της τεχνολογίας της χάρτινης συσκευασίας και στο επιθετικό μάρκετινγκ των μεγάλων εταιριών (PURE-PAK; TETRA-PAK) προς τις γαλακτοβιομηχανίες.
2. Στην αύξηση της κατανάλωσης του γάλακτος μακράς διάρκειας (UHT) το οποίο επέτρεψε την διανομή και προώθηση του προϊόντος σε ευρύτερη περιοχή. Αυτό θα ήταν πολύ πιο δύσκολο με την συλλογή και επιστροφή των μπουκαλιών.
3. Στη μεγαλύτερη έμφαση που επιτρέπει η χάρτινη συσκευασία να δοθεί στο σχεδιασμό της μάρκας.
4. Στα πλεονεκτήματα που προσφέρουν τα Σούπερ-Μάρκετς (αυτός είναι ίσως ο κυριότερος παράγοντας). Τα Σούπερ-Μάρκετ οφελήθηκαν από τη νέα συσκευασία, μειώνοντας το κόστος εργασίας, καθώς το κόστος συλλογής και επιστροφής των μπουκαλιών ήταν υψηλό για ένα προϊόν με μικρό περιθώριο κέρδους όπως είναι το γάλα.

Το γιαούρτι διατίθεται στην κατανάλωση ως εξής:

α. Μέσα σε δοχεία από πλαστική εγκεκριμένη ύλη από γυαλί, από ξύλο σε φαγεντιανά ή πήλινα δοχεία ή μέσα σε σακίους από ειδική πλαστική ύλη λευκού υφάσματος ή ειδικού χαρτιού που έχει επένδυση από πλαστική ύλη.

Η ημιαποβουτυρομένη γιαούρτη διατίθεται στην κατανάλωση μέσα σε ειδική συσκευασία (κύπελλα), καλυμμένη με κόκκινο ή κοκκινωπό κάλυμμα από ειδικό χαρτί ή πλαστική ύλη.

Όλα τα είδη συσκευασίας γιαούρτης εκτός από τα δοχεία από πλαστική ύλη και τα ειδικά χαρτιά, μπορούν να ξαναχρησιμοποιηθούν μετά από επιμελή καθαρισμό.

Τα παγωτά διατίθενται στην κατανάλωση είτε σε πλαστικά κύπελλα, είτε σε σακίδια από αδιάβροχο χαρτί όταν είναι σε ξυλάκια, ή πλαστικά στηρίγματα ή σε μπισκότα.

2.2.2 Τεχνολογία παραγωγής

Η μέθοδος που κυριαρχεί σήμερα στην επεξεργασία του νωπού γάλακτος είναι η παστερίωση. Η παστερίωση συνίσταται στην εφαρμογή υψηλής θερμοκρασίας σε βραχύ χρονικό διάστημα 73°-75°C επί 15 δευτερόλεπτα ή οποιονδήποτε ισοδύναμο συνδυασμό.

Ειδικότερα η διαδικασία που ακολουθείται για την παστερίωση του γάλακτος από την παράδοση στα εργοστάσια μέχρι τον καταναλωτή είναι η ακόλουθη:

Μετά την παράδοση του γάλακτος στα εργοστάσια, είτε με αυτοκίνητα βυτιοφόρα, είτε με γαλακτοδοχεία, το γάλα ψύχεται και αποθηκεύεται σε σιλό νωπού γάλακτος μονωμένα και ενδεχομένως ψυχόμενα. Από το σιλό αυτά το γάλα διοχετεύεται στα συγκροτήματα παστερίωσης.

Κατά την παστερίωση το γάλα πρέπει να περνάει από ορισμένα βασικά μηχανήματα (εναλλάκτης θερμότητας, διαχωριστήρας και ομογενοποιός) με την ακόλουθη σειρά:

- α. Είσοδος στον εναλλάκτη και προθέρμανση με ανάκτηση.
- β. Εξοδος στους 40-45 C° και είσοδος στον διαχωριστήρα για καθαρισμό- τυποποίηση.
- γ. Είσοδος στον εναλλάκτη και περαιτέρω θέρμανση στους 63-68 C°.
- δ. Εξοδος από τον εναλλάκτη και είσοδος στον ομογενοποιό.
- ε. Είσοδος στον εναλλάκτη και παστερίωση στους 74 C°.
- ς. Κατακράτηση στη θερμοκρασία παστερίωσης για 25'.
- στ. Πρόψυξη με ανάκτηση.
- η. Ψύξη με παγωμένο νερό (3-4 C°).
- θ. Εξοδος και αποθήκευση στις δεξαμενές παστεριωμένου γάλακτος.

Τέλος το γάλα οδηγείται στις μηχανές συσκευασίας, όπου και ολοκληρώνεται η επεξεργασία του. Επειδή η διεργασία αυτή έχει ελάχιστες χημικές και οργανοληπτικές αλλαγές στο γάλα, επιτρέπεται η διατήρηση του γάλακτος σε ψύξη για 5-7 ημέρες.

Η θερμική επεξεργασία που υφίσταται το παστεριωμένο γάλα, επιτρέπει την καταστροφή των παθαγόνων μικροοργανισμών που υπάρχουν στο γάλα σε ποσοστό 95-99% και έτσι την αποφυγή κινδύνων που μπορεί να πρόέλθουν από αυτούς.

Το σημαντικότερο στάδιο της όλης επεξεργασίας είναι το πέρας: από τον εναλλάκτη θερμότητας στον παστεριωτήρα, γιατί εκεί οι υψηλές θερμοκρασίες που εφαρμόζονται μπορούν να επαναδραστηριοποιήσουν τους διάφορους μικροοργανισμούς που έχουν πριν αδρανοποιηθεί ή καταστραφεί. Το στάδιο αυτό είναι καθοριστικής σημασίας για την ποιότητα του γάλακτος. Όπως επίσης καθοριστικής σημασίας είναι διάφοροι άλλοι παράγοντες που αναφέρονται από την πρώτη ύλη έως τη διάθεση στον τελικό καταναλωτή.

Η ποιότητα της πρώτης ύλης ελέγχεται με χημική και μικροβιολογική εξέταση της σύστασης της, η οποία εξαρτάται με την σειρά της από την φυλή, την διατροφή, το στάδιο γαλακταγωγής των αμελγόμενων ζώων, την κατάσταση υγιεινής αυτών, καθώς και των χώρων που βρίσκονται και των ανθρώπων που δουλεύουν για την άλμεξη. Κατά την άλμεξη είναι απαραίτητη η απομάκρυνση του πρωτογάλακτος από το υπόλοιπο γάλα, καθώς και ο έλεγχος αντιβιοτικών που τυχόν έχουν πάρει νοσοούντα ζώα.

Ο τρόπος διατήρησης του γάλακτος μετά την άλμεξη είναι επίσης ζωτικής σημασίας. Η θερμοκρασία των 35-37 C° που έχει το γάλα κατά την άλμεξη, καθώς και οι υψηλές θερμοκρασίες που επικρατούν στη χώρα μας τους περισσότερους μήνες του χρόνου, επιβάλλουν την ψύξη του γάλακτος το αργότερο μέσα σε 2 ώρες μετά την άλμεξη και την όσο το δυνατόν άμεση μεταφορά του στους σταθμούς πρόψυξης -συγκέντρωσης.

Γενικά εκτιμάται ότι οι συνθήκες συλλογής και κυρίως συντήρησης και ψύξης της πρώτης ύλης δεν είναι οι καλλύτερες δυνατές στη χώρα μας, σε αντίθεση με άλλες χώρες γεγονός που μειώνει την ποιότητα του ελληνικού γάλακτος.

Στους σταθμούς συγκέντρωσης είναι απαραίτητο να γίνονται ποιοτικοί έλεγχοι του γάλακτος, οι οποίοι πραγματοποιούνται τουλάχιστον δύο φορές το μήνα σύμφωνα με τους ισχύοντες κανονισμούς.

Εκτός όμως από την ποιότητα της πρώτης ύλης η οποία επηρεάζει την ποιότητα όλων των προϊόντων που προέρχονται απ'αυτή μεταποιημένων ή μη, καθοριστικής σημασίας είναι όλη η διαδικασία η οποία ακολουθείται για την παραγωγή των εν λόγω προϊόντων. Ιδιαίτερα δε

στα προϊόντα όπου έχουν ελάχιστες αποκλίσεις από επίπεδα θερμοκρασίας πίεσης, χρόνων, και άλλων παραμέτρων μπορεί να έχουν ανεπιθύμητα αποτελέσματα.

Επίσης η κατάσταση του μηχανολογικού εξοπλισμού από τα σιλό αποθήκευσης και τα διηθητικά φίλτρα, έως τον εναλλάκτη θερμότητας τον παστεριωτήρα και τις μηχανές συσκευασίας πρέπει να είναι άριστη, και κυρίως να καθαρίζονται επιμελώς κάθε μέρα επιμελώς μετά το πέρας της επεξεργασίας. Μάλιστα όταν τα μηχανήματα δουλεύουν συνεχώς για πολλές ώρες διακόπτεται η επεξεργασία για να καθαριστούν. Τέλος η διατήρηση του γάλακτος μέχρι την διάθεσή του στον τελικό καταναλωτή, πρέπει να γίνεται σε σταθερή θερμοκρασία ψύξης, ώστε να μην υφίστανται αλλοιώσεις. Εκτιμάται ότι το υπάρχον ψυκτικό από τις μονάδες παραγωγής έως τα σημεία λιανικής πώλησης εξασφαλίζει την σταθερή αυτή θερμοκρασία.

Το γάλα μακράς διάρκειας (UHT) υφίσταται και αυτό θερμική επεξεργασία σε πολύ υψηλή θερμοκρασία, 138-150 C° για πολύ μικρό χρονικό διάστημα 5-7 έως 2,5 δευτερολέπτων. Η επεξεργασία του ξεκινά με προθέρμανση ή υψηλή παστερίωση του γάλακτος στους 80-90 C° για να σταθεροποιηθούν οι πρωτεΐνες και να αντέξουν στην παστερίωση. Ακολουθεί άμεση ή έμμεση θέρμανση, στη συνέχεια η ομογενοποίηση, η οποία είναι υποχρεωτική για το γάλα και τέλος η ψύξη σε θερμοκρασία περιβάλλοντος.

Το γάλα (UHT) θεωρείται εμπορικά παστεριωμένο, δηλ. έχει μικροοργανισμούς σε τέτοιο αριθμό και είδος που δεν αναπτύσσονται μέχρι την κατανάλωση. Συσκευάζεται δε ασηπτικά σε διαφανή δοχεία και μπορεί να διατηρείται για διάστημα 3-9 μηνών.

Για την παραγωγή του γάλακτος UHT απαιτείται γάλα πολύ καλύτερης ποιότητας από το παστεριωμένο. Δηλ. αφ' ενός να έχει λιγότερους μικροοργανισμούς (να μην ξεπερνούν 300 χιλ/κ.ε.), και αφ' ετέρου να έχει την μικρότερη διατήρηση σε πρόψυξη. Μάλιστα το καλύτερο θα ήταν η επεξεργασία του γάλακτος να γίνει μέσα σε 24 ώρες από την άλμεξή του. Κάτω από διαφορετικές συνθήκες υπάρχει κίνδυνος να επιταχυνθούν οι αλλοιώσεις.

Κρέμα γάλακτος

Η κρέμα γάλακτος προέρχεται από φυγοκέντρηση γάλακτος, όπου με τη βοήθεια κορυφολόγου διαχωρίζεται η κρέμα από τα μη λιπαρά συστατικά. Όταν γίνεται η τυποποίηση στην επιθυμητή λιποπεριεκτικότητα, ακολουθεί η παστερίωση στους 80 C° περίπου για χρόνο 30 δευτερολέπτων. Συνήθως γίνεται και ομογενοποίηση του γάλακτος, με εξέραση την κρέμα που προορίζεται για σαντίγύ που μπορεί και να μην γίνει. Η κρέμα γάλακτος διατηρείται για μερικές μέρες, ενώ η κρέμα UHT διατηρείται τόσο όσο αντίστοιχα και το γάλα UHT.

Σημειώνεται ότι η λιποπεριεκτικότητα της κρέμας γάλακτος μπορεί να κυμαίνεται από 10-12% έως 40% ανάλογα με τη χρήση του, ωστόσο στην ενχώρια αγορά κυκλοφορεί σε περιεκτικότητα από 32%-42%.

Έτσι μπορεί να έχει 10-12% λιπαρά όταν προορίζεται για τον καφέ ή το τσάι, 25% όταν προορίζεται για την μαγειρική και 35-40% για την ζαχαροπλαστική, ειδικότερα δε όταν προορίζεται για την παραγωγή σαντιγύ κυμαίνεται γύρω στο 38%. Υπάρχει ακόμα και η κρέμα γάλακτος περιεκτικότητας 45% σε λιπαρά, που προορίζεται για την παραγωγή βουτύρου, και η οποία διακινείται μόνο μεταξύ των βιομηχανιών σε μεταλλικά δοχεία των 18 LT.

Και στην παραγωγή της κρέμας γάλακτος είναι απαραίτητοι οι ποιοτικοί έλεγχοι, οι οποίοι γίνονται κυρίως μέσω ενζύμων. Λόγω της υψηλής περιεκτικότητας της κρέμας γάλακτος σε λίπος, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται σε ότι μπορεί να οξειδώσει το λίπος.

Γιαούρτι

Η παραδοσιακή μέθοδος παρασκευής γιαουρτιού στηριζόταν στον βρασμό του γάλακτος, ώστε να μειωθεί η περιεκτικότητα σε νερά και να συμπυκνωθεί το πήγμα και να γίνει σταθερό.

Σήμερα χρησιμοποιείται συμπυκνωμένο γάλα, το οποίο μπορεί να συμπυκνώνεται και από την ίδια την βιομηχανία παραγωγής, και βοηθά στον εμπλουτισμό του μείγματος με στερεά συστατικά πριν γίνει γιαούρτι.

Ακολουθεί η παστερίωση σε θερμοκρασία 92-95 C° για χρόνο 5 έως 1 δευτερολέπτου (για το πρόβειο η θερμοκρασία μπορεί να είναι και γύρω στους 85 C°). Οι θερμοκρασίες αυτές επιτρέπουν όχι μόνο την καταστροφή των μικροοργανισμών, αλλά και την διαμόρφωση πρόσδρομων συνθηκών για την καλλιέργεια της ζήμωσης.

Το επόμενο στάδιο είναι η απότομη η βαθμιαία ψύξη σε θερμοκρασία επώασης, ανάλογα με το είδος γιαουρτιού, δηλ. ευρωπαϊκού η παραδοσιακού τύπου. Η ευρωπαϊκού τύπου γιαούρτη, η οποία πρέπει να έχει υποστεί ομογενοποίηση πριν την παστερίωση, διατηρείται σε θερμοκρασία 43-45 C° όπου και εφαρμόζεται η ζήμωση που προκαλεί την όξυνση. Για την παραδοσιακή γιαούρτη η θερμοκρασία επώασης είναι λίγο υψηλότερη 45-47 C° και η ζήμωση εφαρμόζεται σε κάθε μια από τις συσκευασίες χωριστά.

Τέλος όταν ολοκληρωθεί η ζήμωση γίνεται ψύξη και διατήρηση του γιαουρτιού στους 4 C° περίπου.

Στην παραγωγή γιαουρτιού, το χρησιμοποιούμενο γάλα πρέπει οπωσδήποτε να έχει υποστεί έλεγχο αντιβιοτικών, γιατί τυχόν υπαρχή τους εμποδίζει την ενέργεια της ζύμωσης.

Παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα του γιαουρτιού εκτός αυτών που έχουν ήδη αναφερθεί για όλα τα άλλα προϊόντα (πρώτη ύλη κατάσταση εξοπλισμού, διατήρηση ψύξη), καθοριστικής σημασίας είναι η καθαρότητα των καλλιεργείων που εφαρμόζονται για την ζήμωση καθώς επίσης και για ο χρόνος επώασης που δεν πρέπει να είναι ούτε μικρότερος ούτε μεγαλύτερος.

Παγωτά

Τα στάδια παρασκευής παγωτών ξεκινούν από την προετοιμασία του μίγματος με την ανάμειξη των διαφόρων συστατικών και στερεών, και θέρμανση αυτού μέχρι τους 50 C° περίπου. Ακολουθεί η παστερίωση που σκοπό έχει την εξασφάλιση της υγιεινής κατάστασης του προϊόντος με την καταστροφή των παθογόνων μικροοργανισμών. Όσο μεγαλύτερη είναι η θερμοκρασία παστερίωσης, τόσο μεγαλύτερη είναι η διατηρησιμότητα αφού έχουν καταστραφεί περισσότεροι μικροοργανισμοί.

Στη συνέχεια ακολουθεί η ομογενοποίηση που μπορεί να γίνεται πριν ή μετά την παστερίωση, διευκολύνει περισσότερο την ανάμειξη των συστατικών του μείγματος και ιδιαίτερα την διασπορά των λιπαρών συστατικών. Ακολουθεί το στάδιο της ψύξης και ωρίμανσης, όπου το μείγμα ψύχεται αρχικά με την βοήθεια ενός εναλλάκτη θερμότητας και στη συνέχεια μεταφέρεται σε δεξαμενές όπου γίνεται η τελική ψύξη στους 4 έως 5 C°. Στο μείγμα μετά την ωρίμανση γίνεται η προσθήκη χρωστικών και αρωματικών ουσιών.

Στη συνέχεια το στάδιο της κατάψυξης, όπου η θερμοκρασία ελαττώνεται με σύγχρονη ανάδευση και ενσωμάτωση αέρα. Ακολουθεί η συσκευασία. Το παγωτό όπως είναι πυκνόρευστο με ειδικές ανοξειδωτές σωληνώσεις πηγαίνει στις μηχανές συσκευασίας, όπου με τη βοήθεια καλουπιών παίρνει διάφορα σχήματα. Στο στάδιο αυτό το παγωτό είναι μεν αρκετά πυκνόρευστο, όχι όμως απόλυτα σταθερό για να διατηρεί το σχήμα του. Για το λόγο αυτό ακολουθεί η σκλήρυνση, όπου η κατάψυξη συνεχίζεται μέχρι να φτάσει η θερμοκρασία του παγωτού στο εσωτερικό του 18-20 C°.

Μετά την ολοκλήρωση αυτής της διαδικασίας τα παγωτά αποθηκεύονται έως να διατεθούν στην κατανάλωση. Για λόγους οικονομικούς η αποθήκευση δεν γίνεται σε χώρους σκλήρυνσης, αλλά σε άλλους χώρους που πρέπει να έχουν σταθερή θερμοκρασία από -18 έως -23 βαθμούς Κελσίου. Ενώ η καλύτερη θερμοκρασία κατανάλωσης είναι στους -12 C°.

Το πιο σημαντικό ίσως στοιχείο στην παραγωγή παγωτών, είναι η διατήρηση σταθερής θερμοκρασίας σε όλη την αλυσίδα ψύχους, από τις βιομηχανίες παραγωγής έως τις μονάδες λιανικής πώλησης. Οικυχόν αυξομειώσεις της θερμοκρασίας διατήρησής τους επιβαρύνουν όχι τόσο την όψη και την γεύση των προϊόντων, όσο κυρίως την μικροβιολογική τους σύσταση.

2.3 Πρώτες ύλες

Η παραγωγή γάλακτος που αποτελεί την βασική πρώτη ύλη στην παραγωγή όλων των γαλακτοκομικών προϊόντων, παρουσίασε μικρή αυξητική πορεία την περίοδο 1986-1992. Η εξέλιξη της εξαρτάται από τον αριθμό του αντίστοιχου ζωικού πληθυσμού και την απόδοση των ζώων.

Πίνακας 6

Παραγωγή γάλακτος κατά είδος (1986-1992)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Αγελάδες	648,1	648,9	678,6	685,0	690,0	698,5	700,5
Πρόβατα	629,8	646,1	668,5	670,0	675,0	679,1	680,0
Αίγες	461,6	467,4	465,5	465,0	462,0	468,5	465,0
ΣΥΝΟΛΟ	1739,5	1762,4	1812,6	1820,0	1827,0	1846,1	1845,5

(χιλ. τόνοι)

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

Η παραγωγή γάλακτος αυξήθηκε κατά την περίοδο 1986-1992 κατά 5,8% χωρίς να παρουσιάζει ιδιαίτερες διακυμάνσεις. Την μεγαλύτερη αύξηση παρουσίασε το αγελαδινό γάλα με ποσοστό 7,5% ακολουθούμενο από το πρόβειο με 7,4% και τέλος το αίγαιο που σημείωσε μόλις 0,8% αύξηση (πίνακας 6).

Πίνακας 7

Χωροταξική κατανομή παραγωγής γάλακτος (1992)

(χιλ. τόνοι)

ΠΕΡΙΦΕΡΙΕΣ	ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ %	ΠΡΟΒΕΙΟ %	ΑΙΓΙΟ %	ΣΥΝΟΛΟ %				
Αν. Μακεδονία	154,9	22,1	44,8	6,5	35,9	7,7	235,6	12,6
Δύτ. Μακεδονία & Θράκη	336,8	48,1	91,1	13,3	59,8	12,8	487,7	26,4
Ηπειρος	36,3	5,1	123,8	18,2	51,1	11,0	211,3	11,0
Θεσσαλία Πελοπόννησος & Δ. Στερεά	56,7	8,0	129,0	19,0	76,0	16,3	261,8	14,1
48,7	7,0	148,6	22,2	128,9	27,7	362,2	19,6	
Υπόλοιπη Στερεά & Νησιά Αιγαίου	64,5	9,3	82,9	12,1	68,4	16,7	215,8	11,6
Κρήτη	2,5	0,3	59,8	8,7	45,5	45,4	107,8	5,8
ΣΥΝΟΛΟ	700,5	100%	680,0	100%	465,5	100%	1845,5	100%

Πηγή: Υπ. Γεωργίας

Το 39% της συνολικής ποσότητας γάλακτος παράγεται στη Βόρεια Ελλάδα, Μακεδονία και Θράκη (στοιχεία του 1992) και ειδικότερα στην Ανατολική, Δυτική Μακεδονία και Ανατολική Θράκη. Σημαντικό ποσοστό 19% έχει και η πελοπόννησος με τη Δυτική Στερεά Ελλάδα. Τέλος με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν η Ηπειρος και τα νησιά του Αιγαίου με 11% και 11,6% αντίστοιχα και η Κρήτη με 5,8% (πίνακας 7).

Σε τομέα γάλακτος βλέπουμε ότι για το αγελαδινό γάλα το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνεται στη Δυτική Μακεδονία & Θράκη με ποσοστό 48,1%, ενώ το πρόβειο και το αίγιο στην Πελοπόννησο και Δυτική Στερεά Ελλάδα με αντίστοιχα ποσοστά 22,2% και 27,7%.

Από την παραγόμενη ποσότητα γάλακτος 14-17% περίπου καταναλώθηκε ως νωπό γάλα (μη παστεριωμένο), το 19% χρησιμοποιήθηκε για την παραγωγή τυριού, το 10% για ζωοτροφή, το 11% για την παραγωγή γιαουρτιού και μια μικρή ποσότητα έγινε βούτυρο και κρέμα γάλακτος. Η υπόλοιπη ποσότητα που αντιστοιχεί στο 45-63% της συνολικής ποσότητας, παραδόθηκε στις μονάδες γαλακτοβιομηχανίας, όπου γίνεται η επεξεργασία των τελικών μεταποιημένων προϊόντων.

Η εγχώρια παραγωγή γάλακτος δεν είναι αρκετή για να καλύψει τις ανάγκες της ελληνικής γαλακτοβιομηχανίας, με αποτέλεσμα η μεταποίηση να εξαρτάται άμεσα από τις εισαγωγές. Η ελλειμματικότητα αυτή είναι ένα από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η βιομηχανία γάλακτος, δεδομένου ότι αυξάνεται το κόστος προμήθειας των πρώτων υλών.

Υψηλό κόστος όμως έχει και η εγχώρια παραγωγή, εξ' αιτίας του μικρού αριθμού των εκμεταλεύσεων, καθώς και των μικρών κατά κεφαλή αποδόσεων των ζώων, γεγονός που μειώνει την ανταγωνιστικότητα του εγχώριου γάλακτος σαν πρώτη ύλη για τις γαλακτοβιομηχανίες της χώρας.

Εκτός από το γάλα σαν πρώτη ύλη χρησιμοποιούνται και άλλες ύλες, όπως αυτές που καθορίζονται αυστηρά από τον Κώδικα ποτών τροφίμων.

Οι ύλες αυτές αναφέρονται ανάλογα με το προϊόν είτε σε προϊόντα και συστατικά του γάλακτος (ορός γάλακτος σε σκόνη, καφεΐνη, γαλακτοποιητές-σταθεροποιητές κ.α.), είτε σε πρόσθετα, φυσικές ή τεχνητές αρωματικές ύλες, αυγά σκόνη κακάο ή καφέ, χυμούς φρούτων, ζάχαρη ή άλλες σακχαρούχες γλυκαντικές ύλες κ.α.

Σαφής είναι η απαγόρευση του Κώδικα στη χρήση οποιουδήποτε συντηρητικού στην παραγωγή των εξεταζόμενων προϊόντων.

Ειδικότερα στην παραγωγή όλων των ειδών γάλακτος που διατίθεται στην κατανάλωση χρησιμοποιείται αποκλειστικά νωπό γάλα, αφού πρώτα υποστεί κάποια επεξεργασία (θερμική επεξεργασία, αφαίρεση λίπους και άλλα), και ονομάζεται ανάλογα παστεριωμένο, αποστειρο-

μένο, πλήρες, αποβουτυρωμένο, ημιαποβουτυρομένο, εβαπορέ, ζαχαρούχο, γάλα σε σκόνη κ.λ.π. Επιτρέπεται η προσθήκη σκόνης κακάου ή καφέ και ζάχαρης (σθολατούχο γάλα), το οποίο όμως χαρακτηρίζεται ως σκεύασμα γάλακτος.

Στην παρασκευή γιαουρτιού, χρησιμοποιείται αποκλειστικά νωπό γάλα, αγελαδινό ή πρόβειο, στο οποίο εφαρμόζεται ειδική ζήμωση. Στο γιαούρτι φρούτων επιτρέπεται η προσθήκη φρούτων ή τεμαχίων φρούτων, προϊόντα τα οποία χαρακτηρίζονται ως επιδόρπια.

Στην παρασκευή παγωτών χρησιμοποιείται είτε νωπό πλήρες γάλα που προέρχεται από αραίωση συμπυκνωμένου (εβαπορέ) γάλακτος, καθώς και σκόνη γάλακτος για ορισμένες κατηγορίες παγωτών. Επιτρέπεται η προσθήκη φυσικών ή τεχνητών αρωματικών υλών, σκόνης κακάου, καφέ και σοκολάτας, χυμών ή εκχυλισμάτων φρούτων, σακχαρούχες γλυκαντικές ύλες, ξηροί καρποί κ.α.

Η χρήση των διαφόρων πρώτων υλών στην παραγωγή των γαλακτοκομικών προϊόντων καθορίζονται όπως είδη λέχθημε, από τον Κώδικα Τροφίμων-Ποτών, ο οποίος χαρακτηρίζεται μάλλον αυστηρός σε σχέση με τις αντίστοιχες προδιαγραφές άλλων χωρών.

Οι διαφορές συνίστανται στην περιεκτικότητα σε λίπος, στα επίπεδα των ελάχιστων ολικών στερεών, στη χρήση συντηρητικών, χρωστικών ουσιών και άλλων πρόσθετων αλλά και στα είδη γάλακτος που χρησιμοποιούνται για την παρασκευή των επί μέρους προϊόντων.

Χαρακτηριστικότερη είναι η περίπτωση της χρήσης σκόνης γάλακτος για την παρασκευή γιαουρτιού, η οποία επιτρέπεται στις χώρες της ΕΟΚ, απαγορεύεται όμως αυστηρά στην Ελλάδα. Ενώ όπως είναι γνωστό αναμένεται ότι θα υπάρξει εναρμόνιση των προδιαγραφών αυτών σε όλες τις χώρες της Κοινότητας.

2.4 Εξέλιξη εγχώριας παραγωγής

Πίνακας 8

Εγχώρια παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων (1986-1992)

ΕΤΗ	ΠΑΣΤ/ΜΕΝΟ ΓΑΛΑ ¹	ΚΡΕΜΑ ΓΑΛ/ΤΟΣ ²	ΓΙΑΟΥΡΤΙ ³	ΠΑΓΩΤΑ ⁴	ΣΥΝΟΛΟ
1986	199800	5500	59200	22000	286500
1987	185800	5700	62500	23000	277000
1988	167900	6400	66200	19600	260100
1989	220100	6500	71300	24100	322000
1990	260600	8000	76400	25000	370000
1991	284000	8500	80100	26100	398700
1992	301000	9000	83500	27000	420500
Μέση ετήσια αύξηση 86/92	7,93%	8,71%	7,22%	4,61%	7,05%

(ποσότητα σε τόννους)

1: Περιλαμβάνει λευκό και σοκολατούχο παστεριωμένο γάλα.

2: Περιλαμβάνει κρέμα γάλακτος για οικιακή και επαγγελματική χρήση

3: Περιλαμβάνει βιομηχανοποιημένο και παραδοσιακό γιαούρτι.

4: Περιλαμβάνει μόνο βιομηχανοποιημένο παγωτό.

Πηγή: Εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου/Υπολογισμοί ΙΟΒΕ

Από την συνολική ποσότητα παστεριωμένου γάλακτος που παράγεται το 90% είναι λευκό και το υπόλοιπο 10% καλύπτει το σοκολατούχο και άλλες γεύσεις. Έτσι σύμφωνα με τον πίνακα 8 η συνολική παραγωγή παστεριωμένου γάλακτος το 1986 ήταν 199.800 τόννους ενώ το 1992 έφτασε τους 301.000 τόννους, παρουσιάζοντας μια μέση ετήσια αύξηση της τάξεως του 8% περίπου. Συνολικά το παστεριωμένο γάλα αυξήθηκε περίπου 37%.

Η παραγωγή της κρέμας γάλακτος για οικιακή και επαγγελματική χρήση έχει παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση, (8,7% ετησίως και 49% για όλη συνολικά τη διάρκεια της περιόδου) σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες γαλακτοκομικών προϊόντων, και η παραγωγή της από

5.500 τόννους το 1986 σχεδόν διπλασιάστηκε φτάνοντας τους 9.000 το 1992.

Η συνολική παραγωγή παραγωγή γιαουρτιού βιομηχανοποιημένου και παραδοσιακού, από 59.200 τόννους το 1986, έφτασε το 1992 στους 83.500 παρουσιάζοντας μια μέση αύξηση της τάξης του 7% περίπου ετησίως και 30% συνολικά για όλη την περίοδο. Εκτιμάται ότι η παραγόμενη ποσότητα αυξήθηκε σε βάρος του παραδοσιακού γιαουρτιού το οποίο μειώθηκε περίπου κατά 4.500 τόννους.

Τα βιομηχανοποιημένα παγωτά που παρουσιάζουν και τη μικρότερη αύξηση σε σχέση με τα άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα, 4,61% ετησίως και 18,5% συνολικά για όλη την περίοδο.

Σύμφωνα πάντα με τις εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου, η εγχώρια παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων προβλέπεται να φτάνει το 1995 στα εξείς επίπεδα:

Κατηγορίες προϊόντων	Τόννοι
Παστεριωμένο γάλα	365000
Κρέμα γάλακτος	11500
Γιαούρτι	106600
παγωτά	31300

2.5 Σύνθεση κόστους παραγωγής

Η σύνθεση κόστους παραγωγής διαφέρει για κάθε κατηγορία προϊόντος. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις εκπροσώπων του κλάδου και στις τρεις κατηγορίες προϊόντων η πρώτη ύλη καλύπτει το μεγαλύτερο τμήμα του κόστους παραγωγής ακολουθούμενες από τα έξοδα συσκευασίας και τα έξοδα διάθεσης.

Ειδικότερα στην παραγωγή γάλακτος ισχύουν τα εξείς:

Πρώτες ύλες	56%
Εργατικά	6-8%
Συσκευασία	11%
Εξοδα διάθεσης	18%
Λοιπά	7%

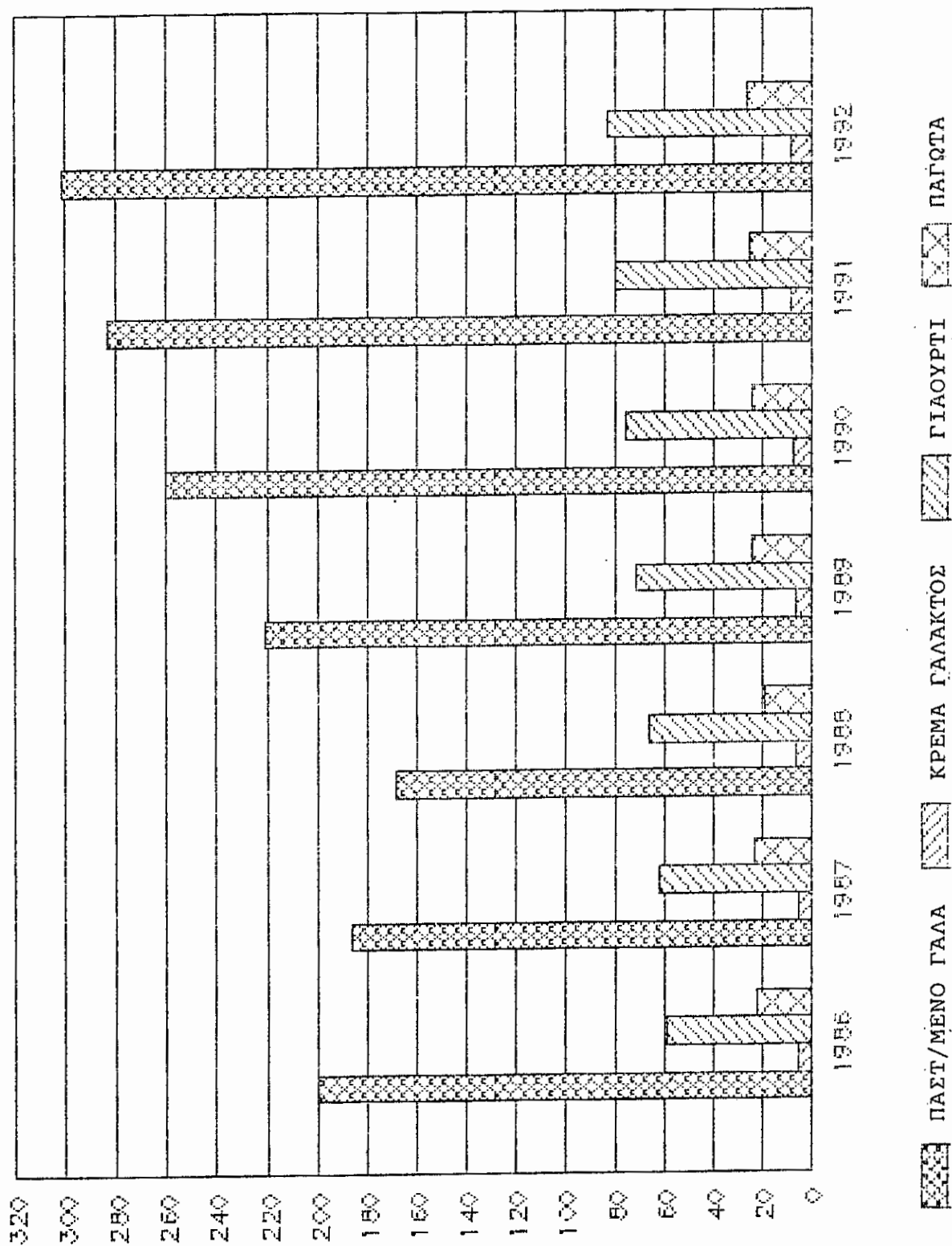
Στην παραγωγή γιαουρτιού:

Πρώτες ύλες	56%
Εργατικά	16%
Συσκευασία	17%
Εξοδα διάθεσης	4%
Λοιπά	7%

Τέλος στην παραγωγή παγωτών τα μερίδια είναι ελαφρώς διαφοροποιημένα και είναι:

Πρώτες ύλες	35-50%
Εργατικά	8-15%
Συσκευασία	20-35%
Άλλα έξοδα	15%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(1986-1992)



ΙΟΝΝΟΙ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ-ΕΜΠΟΡΙΑ

3.1 Εσωτερικό εμπόριο

3.1.1 Δίκτυα διανομής

Η διάθεση των γαλακτοκομικών προϊόντων στον τελικό καταναλωτή πραγματοποιήτε, είτε : απευθείας από την εταιρία με δικό της δίκτυο διανομής στους λιανοπωλητές, είτε μέσω αντιπροσώπων.

Οι μεγάλες εταιρίες έχουν δικό τους δίκτυο διανομής στα μεγάλα αστικά κέντρα, κυρίως Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ενώ στην υπόλοιπη Ελλάδα έχουν αντιπροσώπους, μέσω των οποίων διακινούν τα προϊόντα τους. Η διάθεση του νωπού παστεριωμένου γάλακτος παρουσιάζει κάποια ιδιαιτερότητα καθώς οι μεγάλες εταιρίες έχουν μοιρασθεί κατά κάποιο τρόπο στην αγορά. Η μεν ΔΕΛΤΑ καλύπτει την Νότια και Κεντρική Ελλάδα, ενώ η ΑΓΝΟ και η ΜΕΒΓΑΛ την Βόρεια Ελλάδα και μόνο μικρές ποσότητες διακινούν στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Οι μονάδες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων χρησιμοποιούν για την μεταφορά των προϊόντων τους στα σημεία λιανικής πώλησης αυτοκίνητα ψυγεία τα οποία είτε ανήκουν στην εταιρία (60%) είτε είναι ιδιόκτητα (40%). Ενώ οι μεγάλες εταιρίες συνήθως τοποθετούν ιδιόκτητα ψυγεία στα καταστήματα λιανικής πώλησης, από όπου διατίθενται μόνο τα προϊόντα τους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Απογραφής Βιομηχανίας της ΕΣΥΕ, εκτιμάται ότι τα σημεία λιανικής πώλησης στα οποία είναι πιθανό να πωλούνται γαλακτοκομικά προϊόντα, αριθμούν περίπου 83 χιλιάδες. Από αυτά το 1,4% αφορά τα Σούπερ Μάρκετς, το 52,4% τα παντοπωλεία, το 3,9% τα γαλακτοπωλεία, το 2,3% τα πρατήρια πώλησης ειδών αρτοποιίας, το 5,7% τα καταστήματα πώλησης ειδών ζαχαροπλαστικής, ζαχαρωδών και σοκολατοποιίας, το 17,8% τα περίπτερα και το 16,2% τα καταστήματα ψιλικών, όπως φαίνεται στον πίνακα 9.

Πίνακας 9

Πιθανά σημεία πώλησης γαλακτοκομικών προϊόντων 1992

. Σούπερ Μάρκετς	935	1,4%
. Παντοπωλεία	34863	52,4%
. Γαλακτοπωλεία	2617	3,9%
. Πρατήρια πώλησης ειδών αρτοποιίας	1589	2,3%
. Καταστήματα πώλησης ειδών ζαχαροπλαστικής	3834	5,7%
. Περίπτερα	11874	17,8%
. Καταστήματα ψιλικών	10808	16,2%
ΣΥΝΟΛΟ	66520	100,0%

Πηγή: Απογραφή Βιομηχανίας ΕΣΥΕ

Πίνακας 10

Σημεία αγοράς γάλακτος (%)

ΣΗΜΕΙΑ ΑΓΟΡΑΣ	ΕΙΔΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ				
	ΠΑΣΤ/ΜΕΝΟ	Μ.ΔΙΑΡΚΕΙΑΣ	ΣΟΚΟΛ/ΧΟ	ΣΥΜΠΥΚ/ΝΟ	ΣΚΟΝΗ
Σούπερ Μάρκετ	35	80	60	81	90
Παντοπωλεία	19	11	13	19	10
Ζαχαροπλαστεία	16	9	10	-	-
Φούρνοι	13	-	7	1	-
Γαλακτοπωλεία	17	-	-	-	-
ΣΥΝΟΛΟ (%)	100	100	100	100	100

Πηγή: NIELSEN

Όπως βλέπουμε στον πίνακα 10 οι καταναλωτές αγοράζουν συνήθως παστεριωμένο γάλα από τα Σούπερ Μάρκετς που καλύπτουν το 35% των αγορών, ακολουθούν τα γαλακτοπωλεία και παντοπωλεία με 19% και 16% αντίστοιχα, ενώ τα ζαχαροπλαστεία και οι φούρνοι έχουν το 16% και 13%. Για τα υπόλοιπα είδη γάλακτος το μεγαλύτερο ποσοστό αγοράς καλύπτουν τα Σούπερ Μάρκετ (60-90%), ακολουθούμενα από τα παντοπωλεία (10-19%), και τα υπόλοιπα με πολύ μικρό ποσοστό (1-7%).

Πίνακας 11

Σημεία αγοράς γιαουρτιού* (%)

ΣΗΜΕΙΑ ΑΓΟΡΑΣ	ΕΙΔΗ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ				
	ΣΤΡΑΓΓΙΣΤΟ	ΑΓΕΛΑΔΙΝΟ	ΠΡΟΒΕΙΟ	ΜΕ ΦΡΟΥΤΑ	ΑΛΛΟ
Σούπερ Μάρκετς	57	58	27	60	100
Παντοπωλεία	16	14	17	4	-
Φούρνοι	11	7	7	17	-
Γαλακτοπωλεία	8	13	34	15	-
Ζαχαροπλαστεία	8	9	11	4	-
Τυροκομεία	-	1	3	-	-
ΣΥΝΟΛΟ (%)	100	100	100	100	100

* Στα παραπάνω ποσοστά δεν περιλαμβάνεται η αγορά σπιτικού γιαουρτιού
 Πηγή: NIELSEN

Σημαντική είναι η συμμετοχή των Σούπερ Μάρκετς στις αγορές των νοικοκυριών σε γιαούρτι, αντιπροσωπεύοντας σε όλους τους τύπους γιαουρτιού εκτός του πρόβειου περισσότερο από 57% των αγορών. Ακολουθούν τα παντοπωλεία με ποσοστά 4-17% για όλα τα είδη, στη συνέχεια οι φούρνοι από 7-17%, τα γαλακτοπωλεία 8-15% (το 34% αφορά μόνο την αγορά πρόβειου γιαουρτιού), και τέλος τα ζαχαροπλαστεία και τυροκομεία με ποσοστά που κυμαίνονται από 1-11%.

Πίνακας 12

Σημεία αγοράς παγωτών (%)

ΣΗΜΕΙΑ ΑΓΟΡΑΣ	ΕΙΔΗ ΠΑΓΩΤΩΝ		
	ΑΤΟΜΙΚΑ	ΟΙΚΟΓΕΝΙΑΚΑ	ΧΥΜΑ
Περίπτερα	55	24	2
Σούπερ Μάρκετ	4	17	2
Παντοπωλεία	31	14	5
Ζαχαροπλαστεία	18	46	85
Φούρνοι	5	8	4

Πηγή : NIELSEN

Τα σημεία από τα οποία αγοράζουν παγωτά οι καταναλωτές διαφέρουν ανάλογα με τον τύπο του παγωτού. Τα ατομικά παγωτά αγοράζονται συνήθως από τα περίπτερα (55%), τα παντοπωλεία (31%) και τα ζαχαροπλαστεία (18%). Αντίθετα τα οικογενειακά και χύμα παγωτά διατίθενται κυρίως μέσω των ζαχαροπλαστείων. Στα Σούπερ Μάρκετ και τους φούρνους τα ποσοστά για όλους τους τύπους παγωτών κυμαίνονται από 2-17%. (πίνακας 12).

Για την αγορά τέλος κρέμας γάλακτος, πάνω από το 80% του ποσοστού αγορών καλύπτουν τα ζαχαροπλαστεία και Σούπερ Μάρκετ ενώ το υπόλοιπο ποσοστό κατέχουν τα παντοπωλεία (10-15%).

3.1.2 Ποσοστά κέρδους

Τα περιθώρια κέρδους από την πώληση γαλακτοκομικών προϊόντων όπως αυτά καθορίζονται από την Κωδικοποιημένη Αγορανομική Διάταξη 14/1989 του υπουργείου εμπορίου, κυμαίνονται ανάλογα με το προϊόν ενώ για ορισμένα δεν υφίσταται κανένας έλεγχος.

Ειδικότερα τα ποσοστά μικτού κέρδους, που υπολογίζονται στην τιμή αγοράς διαμορφώνονται ως εξείς:

ΕΙΔΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ	ΧΟΝΔΡΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ	ΛΙΑΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ
. Γάλα νωπό μη παστεριωμένο	5%	15%
. Γάλα νωπό παστεριωμένο	5%	12%
. Γάλα συμπυκνωμένο (εβαπορέ, ζαχαρούχο), γάλα με κακάο σε κουτί (σοκολατούχο), γάλα αποστειρωμένο με κακάο, γάλα σε σκόνη	8%	10%
. Γιαούρτι εξωτερικού	5%	15%
. Γιαούρτι εγχώριο	-	15%

Η κρέμα γάλακτος και τα παγωτά δεν ελέγχονται αγορανομικά σε κανένα στάδιο εμπορίας και η τιμή τους καθορίζεται ελεύθερα με βάση την προσφορά και την ζήτηση τους, αλλά και τον ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών. Το ίδιο εξάλλου ισχύει και για το παραδοσιακό γιαούρτι.

Για τα εισαγόμενα προϊόντα τα ίδια περιθώρια κέρδους ισχύουν και για τους εισαγωγείς, ενώ ο ΦΠΑ καθορίστηκε στο επίπεδο του 8% κοινός για όλα τα προϊόντα.

3.2 Θεσμικό πλαίσιο

3.2.1 Κοινή οργάνωση Αγοράς της ΕΟΚ στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων

Η κοινή οργάνωση αγοράς της Κοινότητας στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων θεσπίστηκε με τον βασικό Κανονισμό 804/68. Η κοινή οργάνωση αγοράς συνίσταται στην εφαρμογή διαφόρων μέτρων, που σκοπό έχουν τον έλεγχο την σταθεροποίηση και εξισορρόπηση της αγοράς των γαλακτοκομικών προϊόντων, σ'όλο το φάσμα παραγωγής και εμπορίας. Το θεσμικό πλαίσιο αυτό μεταβάλλεται συνεχώς με τροποποιήσεις και συμπληρώσεις και έτσι όπως έχει διαμορφωθεί σήμερα βασικός του στόχος είναι να αντιμετωπίσει την ανισορροπία μεταξύ της προσφοράς και της ζήτησης και ως εκ τούτου την ύπαρξη διαρθρωτικών πλεονασμάτων.

Το σχετικά πολύπλοκο σύστημα τιμών ενισχύσεων, παρεμβάσεων και ποσοτώσεων, μπορεί να συνοψιστεί στα εξής:

α. Ενδεικτική Τιμή: Είναι η τιμή που επιδιώκεται να εξασφαλιστεί για το σύνολο του γάλακτος που πωλείται από τους παραγωγούς κατά τη διάρκεια της γαλακτοκομικής περιόδου και σύμφωνα με τη δυνατότητα κατανάλωσης που προσφέρεται στην αγορά της Κοινότητας και στις εξωτερικές αγορές, και καθορίζεται για το γάλα περιεκτικότητας σε λιπαρές ουσίες 3,7% παραδοτέο στο γαλακτοπωλείο.

Αν και η επιδίωξη της Κοινότητας ήταν μια περιοριστική πολιτική τιμών από το 1984, η ελάχιστη τιμή του γάλακτος που καταβάλλεται στους παραγωγούς παρουσίασε άνοδο τα τελευταία χρόνια.

β. Τιμές κατωφλίου: Καθορίζονται στα προϊόντα οδηγούς κάθε ομάδας γαλακτοκομικών προϊόντων και με τέτοιο τρόπο ώστε λαμβανόμενης υπόψη της αναγκαίας προστασίας της βιομηχανίας-μεταποίησης της Κοινότητας, οι τιμές των εισαγόμενων προϊόντων να βρίσκονται σε επίπεδο αντίστοιχο της ενδεικτικής τιμής γάλακτος.

γ. Τιμή παρέμβασης: Η τιμή παρέμβασης καθορίζεται συγχρόνως με την ενδεικτική τιμή του γάλακτος, και μόνο για το βούτυρο, το αποβουτυπωμένο γάλα σε σκόνη και κάποιους τύπους τυριών.

Το καθεστώς παρεμβάσεων είναι το σημαντικότερο ίσως μέτρο στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων γιατί αναφέρεται στην αποθεματοποίηση των πλεονασμάτων και είναι το πιο δαπανηρό μέτρο της Κοινοτικής πολιτικής στον τομέα αυτό.

Τα πλεονάσματα γάλακτος μετατρέπονται σε βούτυρο και αποβουτυρωμένο γάλα σε σκόνη. Τα πλεονάσματα αυτών των προϊόντων, τα οποία δεν είναι δυνατόν να διατεθούν κατά τη διάρκεια μιας γαλακτοκομικής περιόδου υπό κανονικές συνθήκες, παραδίδονται στον οργανισμό παρέμβασης ο οποίος τα αγοράζει στην τιμή παρέμβασης. Παράλληλα χορηγούνται ενισχύσεις για την ιδιωτική αποθεματοποίηση.

Από τον Απρίλιο του 84 καθιερώθηκε το καθεστώς των ποσοστώσεων, που συνίσταται στον καθορισμό μιας ανώτατης ποσότητας γάλακτος που παραδίδεται στις γαλακτοβιομηχανίες. Σκοπός του μέτρου αυτού ήταν να ανακάμψει την αυξητική πορεία της παραγωγής. Ο στόχος αυτός έχει επιτευχθεί μόνο έως ένα βαθμό, γιατί τα τελευταία χρόνια υπάρχει πάντα αισθητή απόκλιση ανάμεσα στην προσφορά και τη ζήτηση. Η απόκλιση αυτή υφίσταται σύμφωνα με την επιτροπή Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων της Κοινότητας, γιατί το σύστημα των ποσοστώσεων έχει καταστραφηθεί και έχει χάσει πλέον την αποτελεσματικότητά του, έτσι ώστε να παρατηρείται συνεχής υπέρβαση των ποσοστώσεων.

Εκτός όμως από την αναποτελεσματικότητα αυτή του συστήματος αρνητική πασοστώσεων, αρνητική επίδραση έχουν και οι μη ευνοϊκές συνθήκες που επικρατούν στη διεθνή αγορά. Γιατί η μείωση των παραδόσεων της Κοινότητας, αντισταθμίζεται από την ανάπτυξη της παραγωγής στις άλλες χώρες και ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, Ν. Ζηλανδία και Αυστραλία.

Η διάθεση των προϊόντων που αγοράζονται από τον οργανισμό παρέμβασης γίνεται με τέτοιους όρους ώστε να μην απειλείται η ισορροπία της αγοράς και να εξασφαλίζεται η ισότητα πρόσβασης στα προϊόντα προς πώληση, καθώς και η ίση μεταχείριση των αγοραστών.

δ. Κατά τις συναλλαγές με τρίτες (εκτός ΕΟΚ) χώρες ισχύουν εισφορά κατά την εισαγωγή και επιστροφή κατά την εξαγωγή.

Η εισφορά στην εισαγωγή αν δεν καθορίζεται με ειδικές διατάξεις εί-

ναι ίση νε την τιμή κατωφλίου του προϊόντος οδηγού μειωμένης κατά την τιμή "ελεύθερο στα σύνορα". Για τον καθορισμό των τιμών "ελεύθερο στα σύνορα", λαμβάνονται υπ' όψη οι ενδεχόμενες διαφορές του προϊόντος, για το οποίο έχει διαπιστωθεί μια τιμή και του προϊόντος οδηγού, εφ' όσον αυτές επηρεάζουν την εμπορία του εν λόγω προϊόντος.

Κατά την εξαγωγή προϊόντων προς τρίτες χώρες εάν υπάρχει διαφορά μεταξύ των τιμών των προϊόντων στο διεθνές εμπόριο και των τιμών εντός της Κοινότητας, μπορεί αυτή να καλυφθεί με μια επιστροφή κατά την εξαγωγή.

Κατά τον καθορισμό της επιστροφής λαμβάνεται κυρίως υπ' όψη η ανάγκη να επιτευχθεί ισορροπία μεταξύ της χρησιμοποίησης κοινοτικών προϊόντων βάσης προκειμένου να εξαχθούν μεταποιημένα εμπορεύματα προς τις τρίτες χώρες και την χρησιμοποίηση τέτοιων προϊόντων των χωρών αυτών ευσαχθέντων υπό καθεστώς τελειοποίησης.

Το σύνολο των διατάξεων που καθορίζουν τους όρους υπό τους οποίους πραγματοποιείται εντός της Κοινότητας η επεξεργασία προϊόντων τρίτων χωρών, τα οποία είναι αναγκαία για την παρασκευή εμπορευμάτων που προορίζονται για εξαγωγή και απολαμβάνουν απαλλαγής από τους δασμούς ή τις εισφορές στους οποίους υπόκεινται, συνοψίζεται στο καθεστώς τελειοποίησης προς επαναεξαγωγή στο οποίο όμως η επιτροπή μπορεί να μην προσφεύγει σε ειδικές περιπτώσεις.

Οι τιμές των παραπάνω μέτρων μπορούν να αλλάζουν κατά τη διάρκεια της γαλακτοκομικής περιόδου (που διαρκεί από την 1^η Απριλίου έως την 31^η Μαρτίου του επόμενου έτους) και είναι διαφορετικές για κάθε κράτος-μέλος της Κοινότητας, προσαρμοζόμενες έτσι στις ιδιαίτερες συνθήκες που επικρατούν και διαμορφώνονται σε κάθε χώρα.

3.3 Εξωτερικό εμπόριο

Ο όγκος εξωτερικού εμπορίου των γαλακτοκομικών προϊόντων, και της ομάδας των προϊόντων που εξετάζονται ειδικότερα, έχει παρουσιάσει μια αυξητική πορεία (μικρότερη ή μεγαλύτερη ανάλογα με το προϊόν), τόσο από την πλευρά των εξαγωγών, όσο και από την πλευρά των εισαγωγών. Κύριο χαρακτηριστικό είναι ο υπερσικελισμός των εξαγωγών από τις εισαγωγές σε όλες τις κατηγορίες προϊόντων.

3.3.1 Εξαγωγές

Ο όγκος των εξαγωγών των γαλακτοκομικών προϊόντων της Ελλάδας (εκτός τυριών και βουτύρου) παρουσίασαν μια αυξητική πορεία κατά την περίοδο 1987/1992, σημειώνοντας αύξηση 45% σε όγκο και 270% σε αξία περίπου.

Πίνακας 13

Εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων κατά κατηγορία (1987-1992)

ΕΙΔΗ	1987	1988	1989	1990	1991	1992	(τόννοι)
Γάλα νωπό	44	169	241	285	369	393	
Κρέμα γάλακτος	3596	15	17	11	20	18	
Γάλα συμπυκν/νο	18	167	261	290	320	333	
Πλ. σκ. γαλ/τος	8	32	26	29	33	25	
Απ. σκ. γαλ/τος	5	8	11	14	12	16	
Γιαούρτια	2113	7893	8268	8880	8890	9620	
Ορός γάλακτος	1	4	5	8	6	7	
Παγωτά	9	2	8	12	10	14	
ΣΥΝΟΛΟ	5794	8290	8837	9529	9660	10416	

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 13)

ΑΞΙΑ ΣΕ (000)ΔΡΧ.	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γάλα νωπό	7141	11944	17080	20199	26154	27860
Κρέμα γάλακτος	853005	2480	2850	1844	3352	3018
Γάλα συμπυκνω	4407	17207	34301	38120	42065	43776
Π. σκ. γάλακτος	2401	2473	2009	2245	2556	1938
Α. σκ. γάλακτος	1886	911	1252	1593	1366	1808
Γιαούρτια	464681	2034905	2343960	2730053	2809526	3904203
Ορός γάλακτος	256	753	948	1517	1138	1327
Παγωτά	3588	838	3362	5043	4205	5887
ΣΥΝΟΛΟ	1337365	2071511	2405762	2800614	2890361	4035531

Πηγή: Υπουργείο Γεωργίας

Ειδικότερα οι εξαγωγές νωπού γάλακτος έφτασαν το 1992 393 τόννους, έναντι 44 τόννων το 1987, πραγματοποιώντας μια σταθερή αυξητική πορεία. Το μεγαλύτερο μερίδιο εξαγωγών νωπού γάλακτος αφορά το γάλα σε συσκευασίες καθαρού περιεχομένου που δεν υπερβαίνουν τα 2 λίτρα και κυρίως περιεκτικότητας 1-3% σε λιπαρά. (πίνακας 14).

Πίνακας 14

Εξαγωγές νωπού γάλακτος (1987-1992)

(τόννοι)

ΧΩΡΕΣ	1987	1988	1989	1990	1991	1992
ΗΠΑ	-	18	57	63	92	60
Ην. Βασίλειο	6	12	-	-	-	-
Ιταλία	7	13	29	-	13	20
Νορβηγία	6	23	12	39	46	53
Γιουγκοσλαβία	-	22	35	48	24	-
Κύπρος	11	37	18	42	103	121
Αυστρία	-	-	20	36	9	16
Ουγγαρία	-	-	6	-	11	18
Αφρική	14	21	25	12	21	57
Άλλες χώρες	-	23	39	45	33	48
ΣΥΝΟΛΟ	44	169	241	285	369	393

Στην κατηγορία αυτή η Κύπρος απορροφά το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών (30,7%), αν και στην περίοδο 87/92 παρουσίασε σημαντικές αυξομειώσεις. Τα αμέσως επόμενα μεγάλα ποσοστά κατέχουν οι ΗΠΑ και η Αφρική με 15,2 και 14,5% αντίστοιχα για το 1992, παρουσιάζοντας επίσης και αυτές σημαντικές αυξομειώσεις στη διάρκεια της περιόδου 87/92. Στη συνέχεια η Ιταλία κατέχει το 5% και η Ουγγαρία το 4,5%. οι υπόλοιπες χώρες όλες μαζί κατέχουν γύρω στο 30%.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι σε όλες τις χώρες παρουσιάστηκαν αυξομειώσεις στα μερίδια εξαγωγών προς αυτές.

Πίνακας 15

Εξαγωγές -συμπύκνωμένου γάλακτος (1987-1992)

	(τόννοι)					
ΧΩΡΕΣ	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	-	9	17	9	19	10
Κάτω Χώρες	-	-	-	-	-	2
Ιταλία	-	11	4	-	16	16
Ην. Βασίλειο	-	6	-	-	-	-
Αυστρία	-	7	11	3	-	-
Μάλτα	2	19	23	22	36	67
Σ. Ενωση	-	-	6	-	14	-
ΗΠΑ	10	46	82	62	88	96
Κύπρος	6	33	46	38	69	98
Σ. Αραβία	-	12	25	11	32	22
Παναμάς	-	11	19	12	24	9
Άλλες χώρες	-	13	28	30	22	15
ΣΥΝΟΛΟ	18	167	261	190	320	333

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εξαγωγές συμπυκνωμένου γάλακτος με εξαίρεση το 1990 σημείωσαν σταθερή αυξητική πορεία κατά την περίοδο 87/92, και από το 1987 που ήταν 18 τόννους το 1992 έφτασαν θεαματικά τους 333(πίνακας 15).

Τα μεγαλύτερα ποσοστά εξαγωγών καλύπτουν οι ΗΠΑ και η Κύπρος με 18% και 19% αντίστοιχα για το 1992. Ακολουθούν η Μάλτα με 20% και η Σ. Αραβία με 6%, ενώ οι υπόλοιπες χώρες καλύπτουν συνολικά το υπόλοιπο 17%.

Πίνακας 16

Εξαγωγές κρέμας γάλακτος (1987-1992)

(τόννοι)

ΧΩΡΕΣ	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	17	-	-	-	-	-
Ιρλανδία	83	1	-	-	2	2
Ελβετία	104	1	3	-	2	3
Ιταλία	571	3	2	3	2	4
Ην. Βασίλειο	2263	10	9	5	6	9
Κύπρος	11	-	-	-	-	-
Σ. Αραβία	293	-	2	-	2	-
Άλλες χώρες	8	-	1	3	6	1
ΣΥΝΟΛΟ	3596	15	17	11	20	18

Πηγή : Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εξαγωγές κρέμας γάλακτος όπως βλέπουμε στον πίνακα 16 είχαν μια δραματική μείωση από το 1987 όπου στο σύνολό τους κάλυπταν τους 3596 τόννους, ενώ το 1992 έφτασαν στο μηδαμινό σχεδόν επίπεδο των 18 τόννων. Αυτή η μείωση όπως υποστηρίζουν οι εκπρόσωποι του κλάδου οφείλεται σε παράγοντες κοινοτικής πολιτικής και κυρίως στην αλλαγή της ονοματολογίας το 1988.

Με τα δεδομένα του 1992 βλέπουμε ότι το 50% σχεδόν απορροφά το Ην. Βασίλειο και το υπόλοιπο μοιράζονται η Γαλλία, Ιρλανδία & Ελβετία.

Πίνακας 17

Εξαγωγές γιαουρτιών (1987-1992)

ΧΩΡΕΣ	(τόννοι)					
	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	11	2	131	144	143	169
Βέλγιο	5	57	56	62	60	92
Κάτω χώρες	1	46	68	78	82	102
Δ. Γερμανία	235	390	532	692	698	703
Ιταλία	1202	3128	2398	2521	2520	2725
Ην. Βασίλειο	601	3967	4951	4988	4980	5371
Ισπανία	-	8	12	19	21	39
Αυστρία	41	33	33	39	65	52
Μάλτα	-	8	14	23	20	24
Σ. Ενωση	-	19	54	72	69	60
Κύπρος	-	86	77	89	85	106
Σ. Αραβία	1	-	-	4	-	3
Παναμάς	-	13	28	33	32	29
Εφοδιασμός πλοίων	-	15	39	70	66	88
Άλλες χώρες	16	23	26	46	49	57
ΣΥΝΟΛΟ	2113	7893	8268	8880	8890	9620

Πηγή : Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Τα γιαούρτια είναι τα μόνα γαλακτοκομικά προϊόντα που παρουσιάζουν μια αξιόλογη εξαγωγική κίνηση. Εκτιμάται ότι η εξαγόμενη ποσότητα γιαουρτιού αντιπροσωπεύει το 10% της συνολικής παραγωγής.

Ειδικότερα οι εξαγωγές των γιαουρτιών έφτασαν το 1992 στους 9620 τόννους, παρουσιάζοντας μια αύξηση σε όγκο της τάξης του 22% από το 1987 διατηρώντας σταθερή αυξητική πορεία.

Οι χώρες της ΕΟΚ απορροφούν σχεδόν όλη την ποσότητα των εξαγωγών και κυρίως το Ην. Βασίλειο απορροφά για το 1992 το 55%, ακολουθού-

μενο από την Ιταλία με 28,3% και την Δ. Γερμανία με 7,3%. Από τις τρίτες χώρες το μερίδιο των οποίων έχει μειωθεί ελαφρά ξεχωρίζουν η Γαλλία και η Κύπρος οι οποίες συγκεντρώνουν μερίδιο της τάξης του 4% περίπου. Οι υπόλοιπες χώρες καλύπτουν το υπόλοιπο μερίδιο που είναι μιρασμένο με πολύ μικρά ποσοστά στην κάθε μια (πίνακας 17),

Πίνακας 18

Εξαγωγές παγωτών (1987-1992)

ΧΩΡΕΣ	(τόννοι)					
	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γιουγκοσλαβία	-	-	2	1	2	4
Τουρκία	3	-	-	-	-	-
Κύπρος	-	1	-	-	-	-
Σ. Αραβία	1	-	-	1	-	1
Παναμάς	-	-	-	2	-	4
Εφοδιασμός πλοίων	-	-	4	5	4	3
Άλλες χώρες	5	1	2	3	4	3
ΣΥΝΟΛΟ	9	2	8	12	10	14

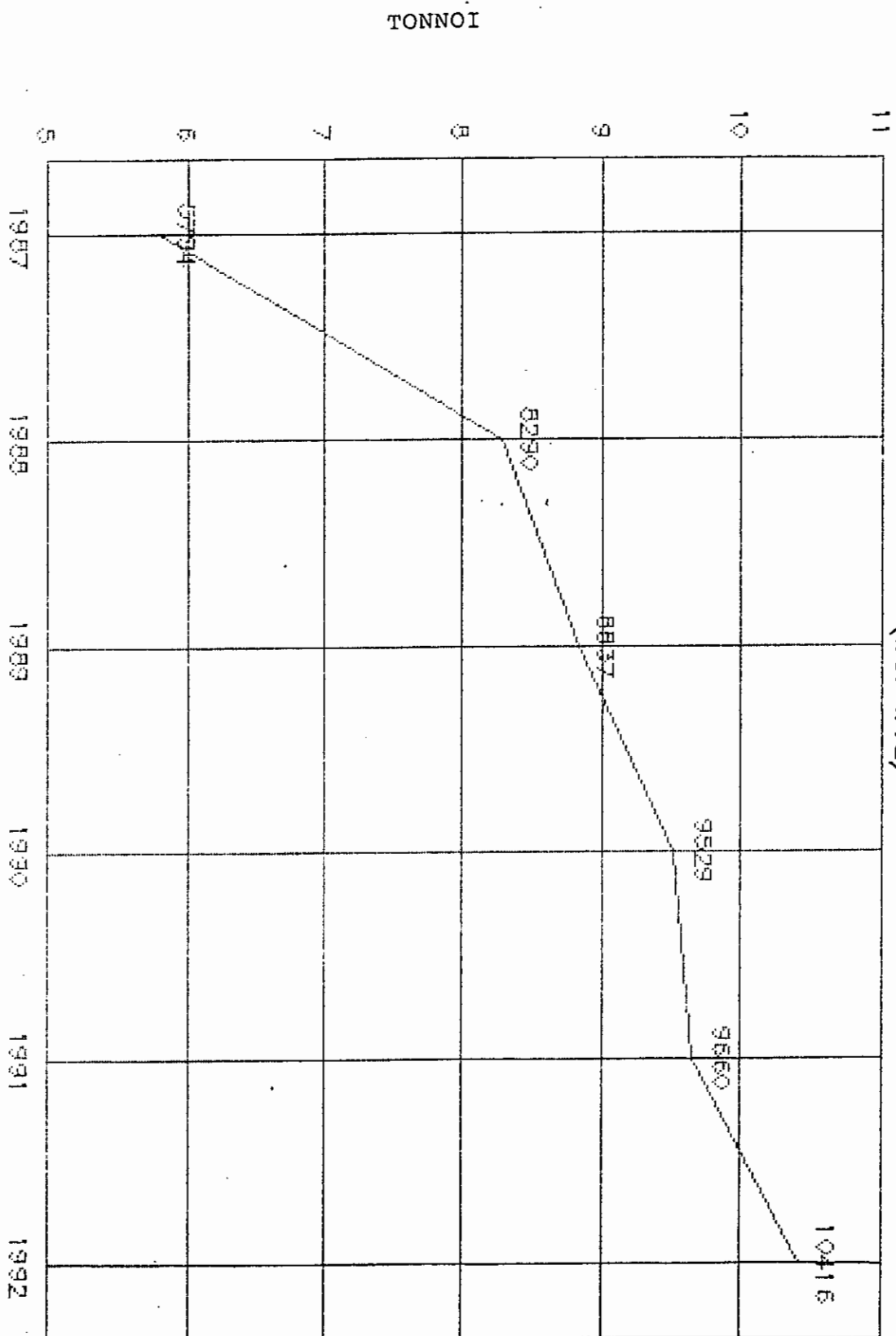
Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εξαγωγές παγωτών βρίσκονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα παρουσιάζοντας αυξομειώσεις κατά την περίοδο 87/92, κατάφεραν να αυξηθούν το ποσοστό τους από 9 σε 14 τόννους το 1992. Εκτιμάται ότι η εξαγόμενη ποσότητα παγωτών καλύπτει μόλις το 0,5 περίπου της συνολικής παραγωγής.

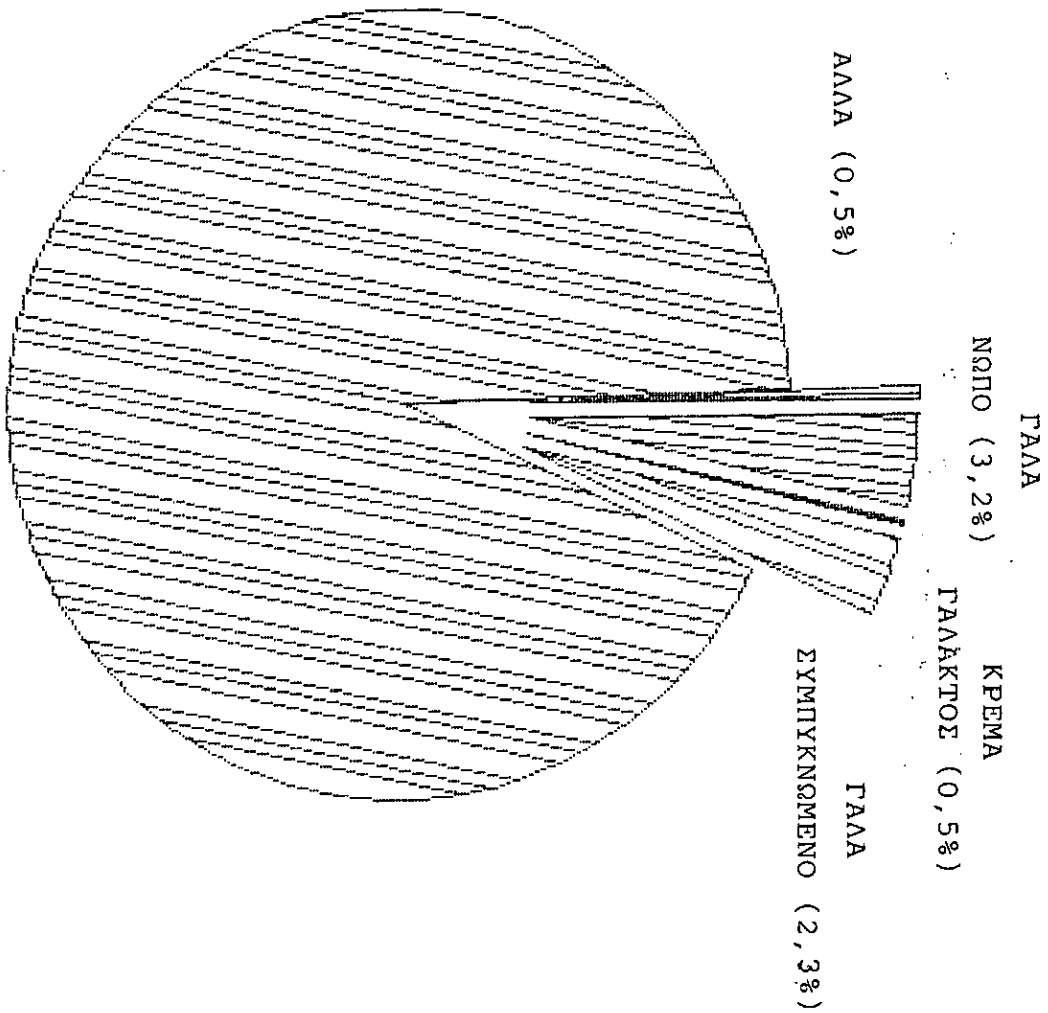
Οι αγορές προς τις οποίες κατευθύνονται είναι μάλλον περιστασιακές. Για το 1992 εμφανίζονται ο Παναμάς η Τουρκία καθώς και ο εφοδιασμός πλοίων που δείχνει να είναι ο μόνος που έχει σταθερή ζήτηση από το 1990 και μετά (πίνακας 18).

Γενικά οι εξαγωγές της ομάδας των γαλακτοκομικών προϊόντων βρίσκονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Το μόνο προϊόν που έχει μια σημαντική παρουσία στις ξένες αγορές είναι το γιαούρτι, το οποίο αναμένεται να διατηρήσει και τον υψηλότερο ρυθμό αύξησης στο μέλλον. Οι περιορισμένες ημέρες κυκλοφορίας του παστεριωμένου γάλακτος προστατεύει μεν την ενχώρια αγορά από τις εισαγωγές, αλλά είναι ανασταλτικός παράγοντας ανάπτυξης των εξαγωγών. Ενώ τα χαμηλά επίπεδα παραγωγής της κρέμας γάλακτος δεν αφήνουν μεγάλα περιθώρια επέκτασης των εξαγωγών της. Τέλος το υψηλό κόστος μεταφορών εμποδίζει την μεγαλύτερη αύξηση της εξαγόμενης ποσότητας παγωτών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4: ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΜΙΚΩΝ ΤΡΟΙΟΝΤΩΝ
(1987-1992)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5 : ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (1992)



ΕΓΥΠΤΟΣ (92,4%)

3.3.2 Εισαγωγές

Οι εισαγωγές των γαλακτοκομικών προϊόντων που εξετάζουμε, είναι πολύ υψηλότερες των αντίστοιχων εξαγωγών και έχουν σημειώσει αύξηση 3,5 σε όγκο και 22% σε αξία για το 1992 παρουσιάζοντας συνεχώς αυξομειώσεις στη διάρκεια όλης της περιόδου. (πίνακας 19).

Πίνακας 19

Εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων κατά κατηγορία (1987-1992)

	(τόννοι)					
ΕΙΔΗ	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γάλα νωπό	13783	12513	15048	11260	13920	18670
Κρέμα γάλακτος	3825	4290	5403	6180	8750	12900
Γάλα συμπυκ/νο	144119	119711	134769	138950	132200	125348
Πλ. σκ. γάλ/τος	6166	5691	5430	6200	5210	8900
Απ. σκ. γάλ/τος	6842	5367	6565	5950	6310	7800
Γιαούρτια	117	691	1529	1210	1780	2650
Ορός γάλακτος	1985	1447	1515	1678	1350	3710
Παγωτά	3211	453	1565	1825	2030	3530
ΣΥΝΟΛΟ	180048	150163	171824	173253	171550	183508

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 19)

ΑΞΙΑ ΣΕ (000)ΔΡΧ.	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γάλα νωπό	1114594	1282812	1778751	1406312	1550308	2033566
Κρέμα γάλακτος	1212607	1679705	2247845	2290951	2350813	4280557
Γάλα συμπυκν/νο	26886516	25123317	30553291	31697119	31055545	28906663
Πλ. σκ. γάλ/τος	3256220	2710581	2902802	3260031	2890333	4539006
Απ. σκ. γάλ/τος	2579413	2226143	2970420	2999351	3125377	2882665
Γιαούρτια	26751	171727	464021	310068	482912	605009
Ορός γάλακτος	190669	165595	230031	270020	218455	460555
Παγωτά	1082377	198409	327225	410050	480351	569677
ΣΥΝΟΛΟ	36258147	48681289	41519386	42643902	41452727	44277698

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εισαγωγές νωπού γάλακτος έφτασαν το 1992 τους 18,6 χιλ. τόνους, σημειώνοντας αύξηση 27,3% σε όγκο. Αφορούν γάλατα σε συσκευασίες καθαρού περιεχομένου που δεν υπερβαίνουν τα 2 λίτρα, με διάφορες περιεκτικότητες σε λιπαρά, από 1% έως 6% (πίνακας 20).

Το σύνολο σχεδόν των εισαγωγών αυτών προέρχεται από τις χώρες της Κοινότητας και κυρίως από το Βέλγιο που το 1992 κατείχε το 65,3%. Οι εισαγωγές από την Δ. Γερμανία αντιπροσώπευαν το 19,7% το 1992, και από τη Γαλία το 10%. Οι εξωκοινοτικές αγορές είναι καθαρά περιστασιακές και αφορούν μικρές ποσότητες μόνο.

Πίνακας 20

Εισαγωγές νωπού γάλακτος (1987-1992)

ΧΩΡΕΣ	(τόννοι)					
	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλία	573	1535	1045	1080	1000	1880
Βέλγιο	11455	8656	11722	8590	10470	12200
Κάτω χώρες	671	345	310	350	250	240
Δ. Γερμανία	967	1956	2081	1020	2200	3680
Ιταλία	-	21	65	-	-	200
Ουγγαρία	-	-	104	50	-	170
Αυστραλία	116	-	-	170	-	300
Άλλες Χώρες	1	-	-	-	-	-
ΣΥΝΟΛΟ	13783	12513	15048	11260	13920	18670

Πηγή : Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εισαγωγές νωπής κρέμας γάλακτος έφτασαν το 1992 τους 14900 τόννους, από 3825 το 1987. Εκτιμάται ότι η εισαγόμενη ποσότητα κρέμας γάλακτος αντιπροσωπεύει το 35% περίπου της εγχώριας κατανάλωσης. Το 80% των εισαγωγών αφορά την κρέμα περιεκτικότητας σε λιπαρά 21-45% και ειδικότερα σε συσκευασίες άνω των 2 λίτρων.

Οι χώρες της Κοινότητας είναι ο αποκλειστικός προμηθευτής της εισαγόμενης κρέμας γάλακτος και κυρίως η Δ. Γερμανία με μερίδιο 53,4%. Στη δεύτερη θέση έρχεται η Γαλλία το μερίδιο της οποίας έφτασε το 1992 το 39,7%. Άλλες Κοινοτικές αγορές με μικρότερα μερίδια είναι κατά σειρά η Ιταλία, Ιρλανδία και το Βέλγιο (πίνακας 21)

Πίνακας 21

Εισαγωγές κρέμας γάλακτος (1987-1992)

ΧΩΡΕΣ	(τόννοι)					
	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	1856	1284	1843	2160	4052	5130
Βέλγιο	24	83	84	105	90	150
Κάτω χώρες	19	4	-	5	25	-
Δ. Γερμανία	1731	2507	3172	3390	4583	6890
Ιταλία	12	111	178	290	-	480
Δανία	89	22	46	-	-	-
Ιρλανδία	92	279	80	158	-	250
ΣΥΝΟΛΟ	3825	4290	5403	6180	8750	12900

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εισαγωγές συμπυκνωμένου γάλακτος βρίσκονται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα αν και σημείωσαν πτώση κατά τη διάρκεια 87/92 της τάξης του 13%, η οποία συνδιάζεται με τη μείωση κατανάλωσης συμπυκνωμένου γάλακτος στον Ελλαδικό χώρο. Ετσι από 144119 τόννους το 1987 έπεσαν στους 125348 το 1992, σημειώνοντας μείωση όγκου 13% περίπου.

Το γάλα περιεκτικότητας σε λιπαρές ουσίες που δεν υπερβαίνει το 80% και σε συσκευασίες έως 2,5 κιλά, κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο εισαγωγών αυτής της κατηγορίας.

Σημειώνεται εδώ ότι το συμπυκνωμένο που εισάγεται έχει είτε τη μορφή έτοιμου τελικού προϊόντος, που κατευθύνεται για άμεση κατανάλωση, είτε προσυμπυκνωμένου γάλακτος που χρησιμοποιείται από τις γαλακτοβιομηχανίες για την παραγωγή άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων.

Από τις χώρες της Κοινότητας προέρχεται κυρίως το μεγαλύτερο μέρος των εισαγωγών συμπυκνωμένου γάλακτος. Αναλυτικότερα οι Κάτω χώρες συγκεντρώνουν το 63,3% για το 1992, ενώ η Δ. Γερμανία το 25,6%. Μικρότερες ποσότητες έρχονται επίσης από τη Γαλλία 5% και το Ην. Βασίλειο 4,1. Οι υπόλοιπες χώρες όλες μαζί συγκεντρώνουν ένα πολύ μικρό ποσοστό το οποίο έχει παραμείνει σ' όλη την περίοδο στα ίδια επίπεδα.

Πίνακας 22

Εισαγωγές συμπυκνωμένου γάλακτος (1987-1992)

ΧΩΡΕΣ	(τόννοι)					
	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	13136	5183	8406	11900	7100	6300
Βέλγιο	274	71	77	93	130	169
Κάτω χώρες	86370	85435	83766	84300	81205	79400
Δ. Γερμανία	39909	24036	35258	34600	33560	32166
Ιταλία	254	-	56	41	-	-
Ην. Βασίλειο	2183	2448	4887	6200	6200	5220
Δανία	24	-	-	60	-	-
Αυστρία	25	-	-	-	-	-
Τσεχοσλοβακία	854	1287	1879	1700	4005	1500
Βουλγαρία	77	-	-	-	-	-
Καναδάς	794	1215	440	-	-	593
Άλλες χώρες	219	36	-	56	-	-
ΣΥΝΟΛΟ	144119	119711	134719	138950	1132000	125348

Πηγή : Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Τα γιαούρτια αν και οι εισαγόμενες ποσότητες είναι πολύ μικρές έχουν παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση από όλα τα προϊόντα που εξετάζονται, φτάνοντας τους 2650 τόννους το 1992, έναντι 117 τόννους το 1987 (πίνακας 23).

Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει γιαούρτια περιεκτικότητας άνω του 6% σε λιπαρά καθώς και αρωματισμένα γιαούρτια άνω του 3%. Εκτιμάται ότι η εισαγόμενη ποσότητα γιαουρτιού αντιπροσωπεύει το 2% της εγχώριας κατανάλωσης.

Από τη Δ. Γερμανία έρχεται το 79,2% περίπου των εισαγωγών, ενώ από τις άλλες αγορές που είναι μάλλον περιστασιακές, ξεχωρίζουν το Βέλγιο με 12% για το 1992 και η Δανία με 6% (πίνακας 23).

Πίνακας 23

Εισαγωγές γιαουρτιών (1987-1992)

ΧΩΡΕΣ	(τόννοι)					
	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	-	17	9	-	-	-
Βέλγιο	-	42	174	100	161	320
Κάτω χώρες	-	18	19	54	15	-
Δ. Γερμανία	117	601	1265	1020	1539	2118
Ιταλία	-	13	-	-	-	52
Δανία	-	-	62	36	65	160
ΣΥΝΟΛΟ	117	1044	1529	1210	1780	2650

Πηγή : Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

Οι εισαγωγές παγωτών έφτασαν το 1992 τους 3530 τόννους, έναντι 3211 το 1987 παρουσιάζοντας μια ελάχιστη αύξηση. Εκτιμάται ότι η εισαγόμενη ποσότητα παγωτών καλύπτει το 5% περίπου της εγχώριας κατανάλωσης (πίνακας 24).

Το σύνολο σχεδόν των εισαγόμενων παγωτών έρχεται από τις χώρες της Κοινότητας. Έτσι από την Ιταλία έρχεται το 47,5% μερίδιο το οποίο αυξομειώνεται σημαντικά από το 1987. Σημαντική ποσότητα έρχεται ακόμα από τη Δανία ποσοστό 36,7%, ενώ ακολουθούν με πολύ μικρότερα ποσοστά η Δ. Γερμανία με μερίδιο 10% και το Βέλγιο με 5,6%. Από τις υπόλοιπες χώρες δεν παρουσιάζονται συναλλαγές για το 1992, απορρόφησαν όμως κάποιες ποσότητες προηγούμενες χρονιές.

Γενικά οι εισαγωγές των γαλακτοκομικών προϊόντων βρίσκονται σε υψηλά επίπεδα όπως επίσης και η εισαγωγική διείσδυση αυτών στην εγχώρια αγορά.

Πίνακας 24

Εισαγωγές παγωτών (1987-1992)

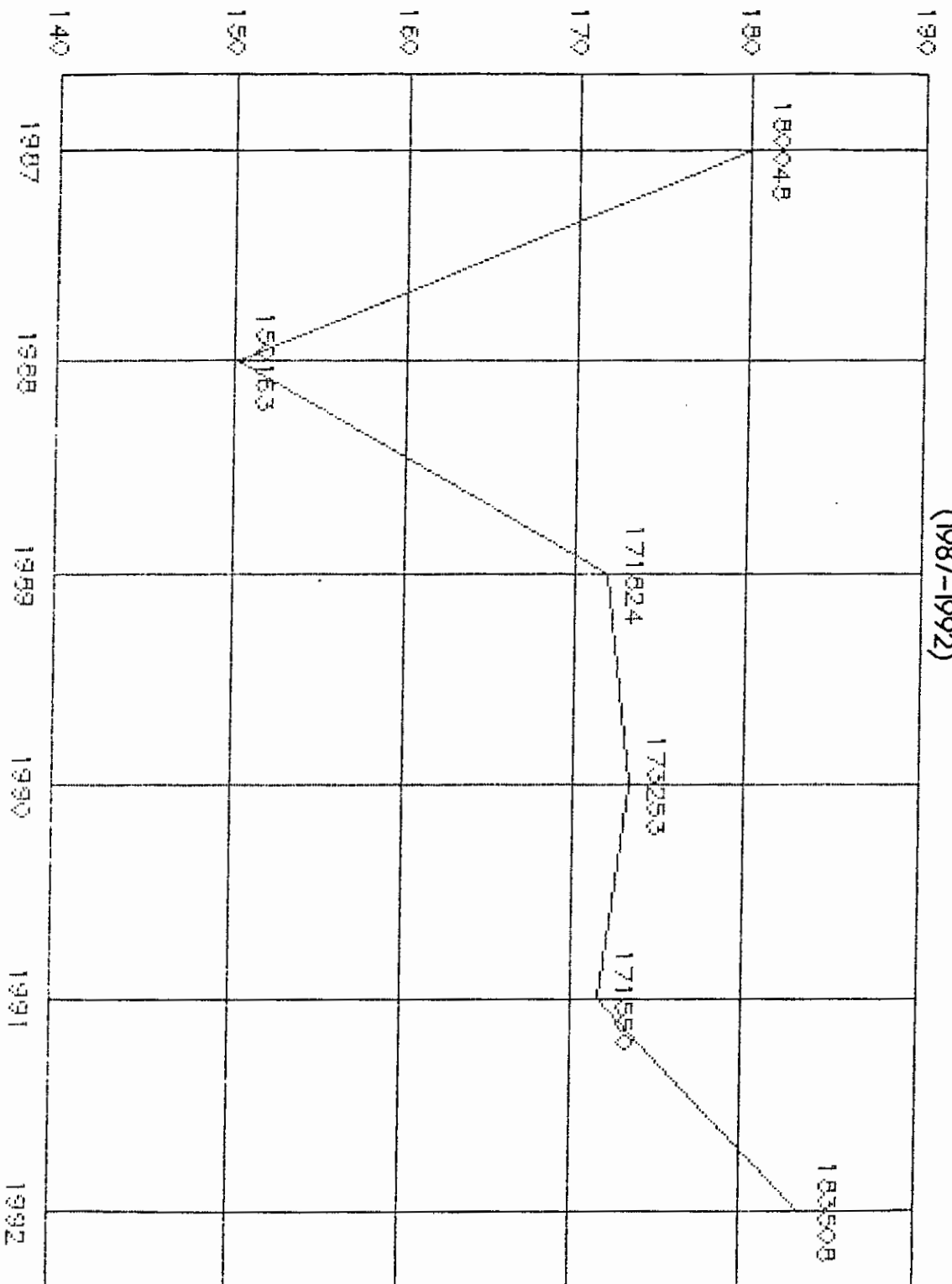
ΧΩΡΕΣ	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Γαλλία	142	-	-	-	57	-
Βέλγιο	241	-	61	193	124	200
Κάτω χώρες	4	-	6	-	12	-
Δ. Γερμανία	42	100	328	118	-	353
Ιταλία	2362	279	524	783	890	1680
Δανία	405	74	479	693	879	1297
Ισπανία	18	-	21	-	68	-
ΗΠΑ	-	-	15	38	-	-
ΣΥΝΟΛΟ	3211	453	1565	1825	2030	3530

Πηγή ; Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ

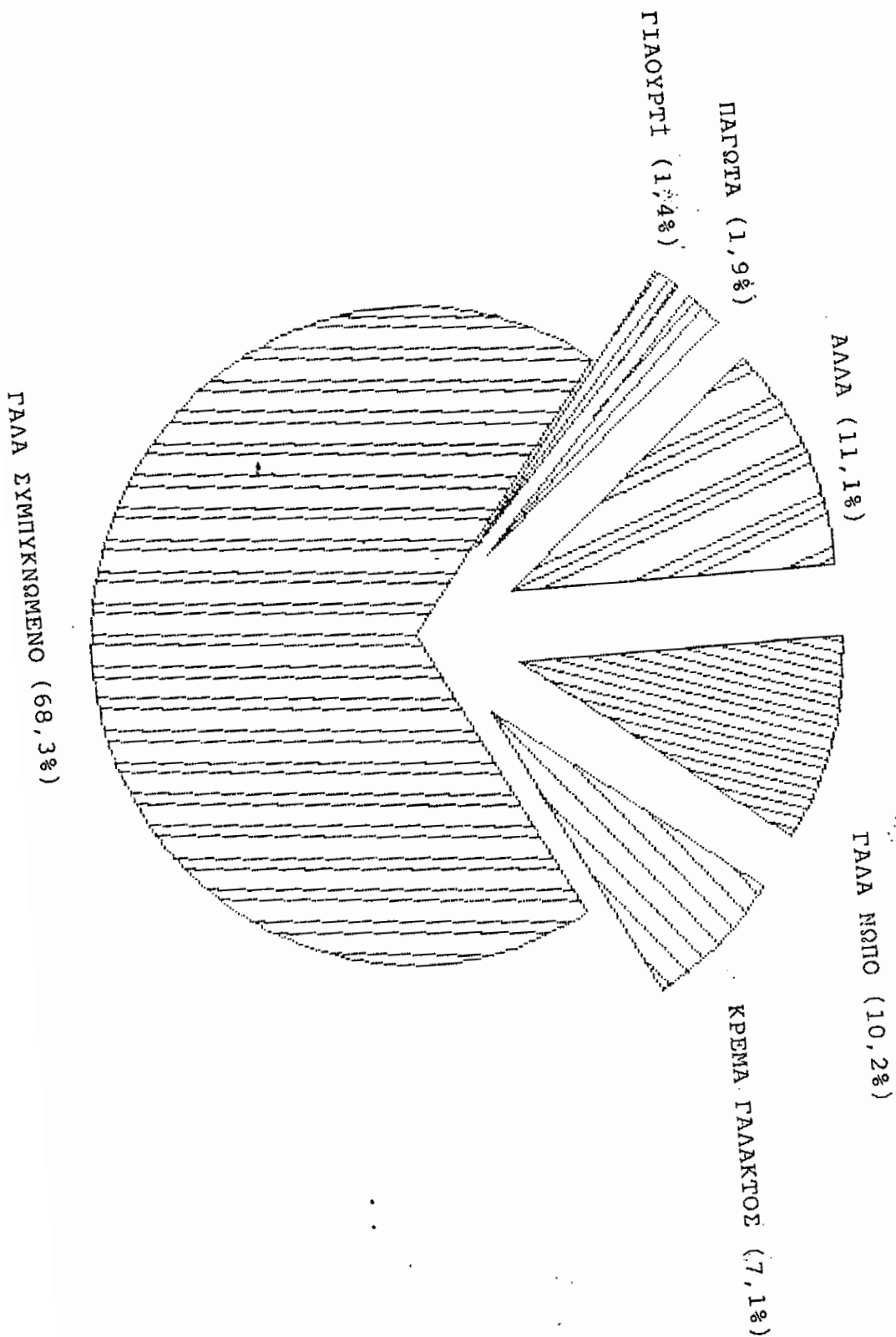
Τα εισαγόμενα προϊόντα, χωρίς να είναι πάντα καλύτερης ποιότητας από τα ενχωρίως παραγόμενα, είναι συχνά φθηνότερα γεγονός που πλήττει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων. Οι χαμηλές τιμές των εισαγόμενων προϊόντων με τα χαμηλά επίπεδα εγχώριας παραγωγής αλλά και την αυξητική τάση της ζήτησης, αναμαίνεται να διατηρήσουν τους ψηλούς ρυθμούς αύξησης των εισαγωγών, αυξάνοντας έτσι το μερίδιο τους στην εγχώρια αγορά. Ωστόσο η αύξηση της κατανάλωσης του φρέσκου παστεριωμένου γάλακτος στην Ελλάδα αναμένεται να έχει πτωτικές συνέπειες στις εισαγωγές του συμπυκνωμένου γάλακτος, που βρίσκονται σήμερα σε υψηλά επίπεδα.

TONNOI

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ Β : ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(1987-1992)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7 : ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΚΑΤΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (1992)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

4.1 Χρηματοοικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων του κλάδου

Με βάση τα στοιχεία των ισολογισμών των μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου γαλακτοκομικών προϊόντων, γίνεται εκτίμηση ορισμένων δεικτών χρηματοοικονομικής κατάστασης των μονάδων αυτών και του κλάδου γενικότερα για την περίοδο 1990-1992.

Πίνακας 25

Οικονομικά στοιχεία των μεγαλύτερων μονάδων του κλάδου (1990)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	(εκατ.δρχ.)					
	ΚΥΚΛ. ΕΡΓΑΣ.	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓ.	ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓ.	ΑΠΟΣΒΕ ΣΕΙΣ	ΚΑΘ.ΑΞΙΑ ΠΑΓΙΩΝ	ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ
1.ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ		908	321	326	216	423
2.ΔΕΛΤΑ ΑΕ	31570	26635	9171	907	14 171	6680
3.ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	4710	3424	1837	606	425	3671
4.ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	12210	8650	6622	1607	4051	2996
5.ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	1250	609	152	425	127	246
6.ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	538	490	348	166	201	1179
7.ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	8872	3720	2020	772	1693	2040
8.ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	1980	870	671	220	350	783
9.ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	1007	651	197	82	130	628
10.ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	1650	1001	818	404	484	1056
11.ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	1256	689	305	502	168	754
12.ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	1966	2568	1231	330	1690	4035
13.ΦΑΓΕ ΑΕ	18085	11094	5621	1416	4910	4051
ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	85103	61309	29414	7753	28525	28542

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 25)

(εκατ. δολ.)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡ.	ΙΔΙΑ ΚΕΦ.	ΚΥΚΛΟΦ. ΕΝΕΡΓ.	ΑΠΟΘΕ- ΜΑΤΑ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ
1.ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	1419	780	216	206
2.ΔΕΛΤΑ ΑΕ	2076	19729	17200	2615	3441
3.ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	483	1680	2999	1574	148
4.ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	650	6590	2680	980	890
5.ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	186	363	534	70	51
6.ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	235	(768)	490	201	(131)
7.ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	420	5971	1130	690	450
8.ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	525	(130)	466	267	(32)
9.ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	78	(107)	401	183	(41)
10.ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	203	284	641	191	15
11.ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	105	(601)	293	53	(43)
12.ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	771	(2768)	1350	268	(789)
13.ΦΑΓΕ ΑΕ	1812	9210	11720	1980	1800
ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	7544	40340	40684	9588	5950

Πηγή : ICAP

Πίνακας 26

Οικονομικά στοιχεία των μεγαλύτερων μονάδων του κλάδου (1991)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	(εκατ. δρχ.)					
	ΚΥΚΛ. ΕΡΓΑΣ.	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓ.	ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓ.	ΑΠΟΣΒΕ ΣΕΙΣ	ΚΑΘ.ΑΞΙΑ ΠΑΓΙΩΝ	ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ.
1.ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	1221	376	369	1418	410
2.ΔΕΛΤΑ ΑΕ	41124	31309	12627	1254	16601	6794
3.ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	16910	10200	8103	2200	5700	3120
4.ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	5922	3950	1480	801	492	4020
5.ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	2332	1444	652	450	732	352
6.ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	820	588	380	216	296	980
7.ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	11266	4001	2212	603	1712	1320
8.ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	2410	1220	697	437	417	609
9.ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	1444	983	386	189	396	420
10.ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	1911	1488	826	281	612	710
11.ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	1612	862	477	306	331	312
12.ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	2211	2633	1294	289	1710	3600
13.ΦΑΓΕ	24219	18666	6250	1002	9.231	3442
ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	118011	78665	35760	8028	38648	26089

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 26)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡ.	ΙΔΙΑ ΚΕΦ.	ΚΥΚΛΟΦ. ΕΝΕΡΓ.	ΑΠΟΘΕ- ΜΑΤΑ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ
1.ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	1620	802	172	302
2.ΔΕΛΤΑ ΑΕ	1615	22656	18232	4192	5847
3.ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	810	1725	3250	1210	203
4. ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	830	8850	2110	733	1873
5. ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	248	484	712	140	69
6.ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	401	(870)	589	306	(70)
7.ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	602	8933	1696	512	1230
8.ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	304	179	512	194	13
9.ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	96	101	523	166	8
10.ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	301	276	520	172	59
11.ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	201	(503)	377	160	(17)
12.ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	822	(2130)	1480	277	(526)
13.ΦΑΓΕ ΑΕ	904	11301	12306	1222	2825
ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	7435	52622	42809	9456	11821

Πηγή: ICAP

Πίνακας 27

Οικονομικά στοιχεία των μεγαλύτερων μονάδων του κλάδου (1992)

(εκατ.δρχ.)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΚΥΚΛ. ΕΡΓΑΣ.	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓ.	ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓ.	ΑΠΟΣΒΕ ΣΕΙΣ	ΚΑΘ.ΑΞΙΑ ΠΑΓΙΩΝ	ΒΡΑΧ. ΥΠΟΧΡ.
1.ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	1651	626	145	577	391
2.ΔΕΛΤΑ ΑΕ	48388	42583	24946	2013	13707	10330
3.ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	7130	5320	2333	603	786	2908
4.ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	22122	14803	9302	1630	8932	2206
5.ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	2977	1789	836	620	912	409
6.ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	1010	880	391	180	305	863
7.ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	15620	4990	2930	506	2229	1110
8.ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	2859	1984	882	301	512	412
9.ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	1691	1112	451	122	408	316
10.ΡΟΔΟΠΗ	2410	1811	959	223	825	521
11.ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	2033	876	489	188	369	419
12.ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	3190	3309	1686	331	2106	2210
13.ΦΑΓΕ ΑΕ	30512	21377	7606	890	8301	4996
ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	185253	102485	53437	7732	39969	24891

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 27)

(εκατ. δρχ.)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡ.	ΙΔΙΑ ΚΕΦ.	ΚΥΚΛΟΦ. ΕΝΕΡΓ.	ΑΠΟΘΕ- ΜΑΤΑ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ
1.ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	1791	980	160	475
2.ΔΕΛΤΑ ΑΕ	3451	28327	17285	5514	6327
3.ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	722	1989	4660	852	361
4.ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	912	10357	5250	850	2890
5.ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	321	761	909	158	122
6.ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	371	(904)	598	212	(56)
7.ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	733	10121	1880	419	1920
8.ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	572	281	861	218	29
9.ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	112	114	619	135	21
10.ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	407	463	860	189	92
11.ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	255	(512)	391	210	(39)
12.ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	699	(2320)	1585	420	(302)
13.ΦΑΓΕ ΑΕ	1311	13020	13652	1030	3980
ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	9830	63488	49530	10367	15820

Πηγή: ICAP

Πίνακας 28

Δείκτες χρηματοοικονομικής κατάστασης των μεγαλύτερων μονάδων (1990)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	%	%		
	ΑΠΟΔΟΣΗ 1 ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΑΠΟΔΟΣΗ 2 ΙΔΙΩΝ ΚΕΦ.	ΣΥΝΗΘΗΣ 3 ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	ΑΜΕΣΗ 4 ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	14,5	1,8	1,3
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	12,9	17,4	2,6	2,0
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	4,3	8,8	0,6	0,3
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	10,2	13,5	1,6	0,7
ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	8,3	14,0	2,1	1,8
ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	(26,7)	*	0,4	0,2
ΜΕΒΓΑΛ	12,0	7,5	0,5	0,2
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	(3,6)	*	0,5	0,2
ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	(6,2)	*	0,6	0,3
ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	3,8	6,0	0,6	0,4
ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	(6,2)	*	0,3	0,3
ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	(30,7)	*	0,3	0,2
ΦΑΓΕ ΑΕ	16,2	19,5	2,8	2,3
Μ. όρος δείγματος *	23,2	12,6	1,0	0,8
**	(14,6)		-	-
1. (Καθαρά κέρδη/σύνολο ενεργητικού)				(συνεχίζεται)
2. (Καθαρά κέρδη/ίδια κεφάλαια)				
3. (Κυκλοφοριακό ενεργητικό-αποθέματα/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)				
4. (Κυκλοφοριακό ενεργητικό/βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις)				

(συνέχεια πίνακα 28)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	%	%	%	%
	ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ 5	ΔΑΝΕΙΑΚΗ 6	ΔΑΝΕΙΑΚΗ 7	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ 8
	ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΠΙΕΣΗ	ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	ΚΑΘ.ΚΕΡΔΩΝ
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	23,7	46,5	25,4	-
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	53,3	25,0	33,8	10,8
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	12,4	107,2	218,5	3,1
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	46,8	64,4	83,4	7,2
ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	60,8	117,7	67,7	4,0
ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	42,1	240,6	(153,5)	(24,3)
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	45,5	54,8	210,0	5,0
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	40,2	90,0	(602,3)	(1,6)
ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	20,0	96,4	(578,0)	(4,0)
ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	48,3	105,4	425,8	0,9
ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	24,3	109,4	(125,4)	(3,3)
ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	65,8	157,1	(145,7)	(40,2)
ΦΑΓΕ ΑΕ	44,2	36,5	43,9	10,0
Μ. όρος δείγματος *	40,5	96,2	97,5	6,8
**	-	-	(347,3)	(13,0)

5. (Καθαρή αξία παγίων/σύνολο ενεργητικού)

6. (Ξένα κεφάλαια/σύνολο ενεργητικού)

7. (Ξένα κεφάλαια/ίδια κεφάλαια)

8. (Καθαρά κέρδη/πωλήσεις)

* Μέσος όρος για τις επιχειρήσεις με κέρδη

** Μέσος όρος για επιχειρήσεις με ζημιά

Πηγή: επεξεργασία πίνακα 25

Πίνακας 29

Δείκτες χρηματοοικονομικής κατάστασης των μεγαλύτερων μονάδων (1991)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	%		ΣΥΝΗΘΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ
	ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΑΠΟΔΟΣΗ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦ.		
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	25,1	18,9	1,9	1,5
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	18,6	25,8	2,6	2,0
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	5,1	11,7	0,8	0,5
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	18,3	20,0	0,6	1,4
ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	4,7	14,2	2,0	1,6
ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	(10,1)	*	0,2	0,5
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	30,7	13,7	1,2	0,8
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	1,0	7,2	0,8	0,5
ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	0,8	7,9	1,2	0,8
ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	3,9	21,3	0,7	0,4
ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	(1,9)	*	1,2	0,6
ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	(19,9)	*	0,4	0,3
ΦΑΓΕ ΑΕ	15,1	24,9	3,5	3,2
Μέσος όρος δείγματος *	12,3	16,5	1,6	1,0
**	10,6	-	-	-

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 29)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	%	%	%	%
	ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΠΙΣΤΩΣΗ	ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘ.ΚΕΡΔΩΝ
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	34,2	17,1	21,8	-
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	53,0	21,6	29,9	14,2
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	12,4	101,7	233,0	3,4
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	55,8	30,5	35,2	11,0
ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	50,6	24,3	72,7	2,9
ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	43,0	142,4	(112,6)	(8,5)
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	42,7	32,9	132,9	10,0
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	34,1	49,9	340,2	0,5
ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	40,2	42,7	415,8	0,5
ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	41,1	47,7	257,2	3,0
ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	38,3	36,1	(62,0)	(1,0)
ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	64,9	136,7	(169,0)	(23,7)
ΦΑΓΕ ΑΕ	49,4	18,4	30,4	11,6
Μ. όρος δείγματος *	43,0	54,0	176,5	6,3
**	-	-	(145,5)	(11,0)

Πηγή : Επεξεργασία πίνακα 2

Πίνακας 30

Δείκτες χρηματοοικονομικής καταστάσης των μεγαλύτερων μονάδων (1992)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	%	%	%	%
	ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΑΠΟΔΟΣΗ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦ.	ΣΥΝΗΘΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	-	26,5	2,5	2,0
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	14,8	22,3	1,6	1,1
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	6,7	18,1	1,6	1,3
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	19,5	26,3	1,4	1,9
ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	6,8	16,0	2,2	1,8
ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	(7,6)	*	0,6	0,9
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	38,4	18,9	1,6	1,3
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	1,4	10,3	2,0	1,5
ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	1,8	18,4	1,9	1,5
ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	5,0	19,8	1,6	1,2
ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	(4,4)	*	0,9	0,4
ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	(9,1)	*	0,7	0,5
ΦΑΓΕ ΑΕ	18,6	30,5	2,7	2,5
Μ. όρος δείγματος *	12,5	20,7	1,6	1,3
**	(7,0)	-	-	-

(συνεχίζεται)

(συνέχεια πίνακα 30)

	%	%	%	%
	ΠΑΓΙΟΠΟΙΗΣΗ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΠΙΕΣΗ	ΔΑΝΕΙΑΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ	ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘ. ΚΕΡΔΩΝ
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΕΠΕ	34,9	23,6	49,9	-
ΔΕΛΤΑ ΑΕ	55,6	24,2	36,4	14,8
ΔΩΔΩΝΗ ΑΕ	14,7	54,6	18,1	5,0
ΕΒΓΑ ΑΒΕΕ	60,3	14,9	21,2	13,0
ΕΛ-ΓΑΛ ΑΕ	50,6	22,8	22,8	4,0
ΗΛ-ΒΙ-ΓΑΛ ΑΕ	34,6	98,0	(95,4)	(5,5)
ΜΕΒΓΑΛ ΑΕ	44,6	22,2	10,9	12,3
ΝΕΟΓΑΛ ΑΕ	25,8	20,7	146,6	1,0
ΟΛΥΜΠΟΣ ΑΕ	36,6	28,4	277,1	1,2
ΡΟΔΟΠΗ ΑΕ	45,5	28,7	112,5	3,8
ΣΕΡΓΑΛ ΑΕ	42,1	47,8	(81,8)	(1,9)
ΣΥΝΕΡΓΑΛ ΕΠΕ	64,9	66,7	(95,2)	(9,4)
ΦΑΓΕ ΑΕ	48,1	23,3	38,3	13,1
Μ. όρος δείγματος *	42,9	36,6	73,3	7,5
**	-	-	(90,8)	(5,6)

Πηγή : Επεξεργασία πίνακα 27

Στο δείγμα των 13 εταιριών που εξετάζονται έχει σημειωθεί μια σημαντική αύξηση στο ενεργητικό τους 40,2% στην περίοδο (1990-1992) Αύξηση επίσης έχουν σημειώσει και τα πάγια στοιχεία των επιχειρήσεων, η αξία των οποίων έχει ξεπεράσει το 50% γιτόσο για το σύνολο του κλάδου όσο και για τις περισσότερες εταιρίες του κλάδου.

Μικρή μείωση έχουν παρουσιάσει τα ξένα κεφάλαια, κυρίως δε αυτά που προέρχονται από βραχυχρόνιο δανεισμό (12,8%) από το 1990. Αντίθετα οι μακροχρόνιες οι μακροχρόνιες υποχρεώσεις του συνόλου του κλάδου έχουν αυξηθεί κατά 23,3% από το 1990.

Τα ίδια κεφάλαια του συνόλου του κλάδου παρουσιάζουν συνεχώς βελτίωση και είναι θετικά και αυξανόμενα. Όμως σε επίπεδο μονάδων για το 1992 μόνο οι 10 έχουν θετικά και αυξανόμενα ίδια κεφάλαια. Οι υπόλοιπες 3 μονάδες έχουν αρνητικά ίδια κεφάλαια και από αυτές μια μόνο παρουσιάζει βελτίωση.

Τα καθαρά κέρδη αυξήθηκαν σημαντικά από το 1990 έως το 1992 σε ποσοστό 172,4%. Από το σύνολο του δείγματος, 8 εταιρίες είχαν και τα κέρδη, 3 εταιρίες παρουσιάζουν συνεχώς ζημιές με μικρές αυξομειώσεις, και 2 εταιρίες είχαν ζημιές το 1990 αλλά έκτοτε παρουσιάζουν θετικά και αυξανόμενα κέρδη.

Η απόδοση ενεργητικού των επιχειρήσεων παρουσίασε αύξηση από το 1990 έως το 1992. Όλες οι επιχειρήσεις και αυτές με θετική και αυτές με αρνητική απόδοση παρουσίασαν βελτίωση. Ο μέσος όρος απόδοσης των επιχειρήσεων για το 1992 αυξήθηκε κατά 9,7% για τις επιχειρήσεις με κέρδη και βελτιώθηκε κατά 6,4% για αυτές με ζημιά.

Η απόδοση κεφαλαίων έφτασε το 1992 το 20,7% επίπεδο που αυξήθηκε από το 1990 κατά 30,2% για το 1992. Για 3 εταιρίες η απόδοση δεν έχει νόημα εκτίμησης αφού παρουσιάζουν αρνητικά κέρδη και αρνητικά ίδια κεφάλαια σε όλη τη διάρκεια 1990-1992. Σε επίπεδο επιχειρήσεων και οι 10 επιχειρήσεις με θετική απόδοση παρουσιάζουν βελτίωση.

Η συνήθης ρευστότητα βρίσκεται σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα για το 1992 (1,6%) παρουσιάζοντας αύξηση 60% από το 1990. Σε επίπεδο επιχειρήσεων 3 παρουσίασαν πτώση ενώ οι υπόλοιπες βελτιώθηκαν, κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

Η άμεση ρευστότητα βρίσκεται επίσης σε υψηλά επίπεδα (1,3%) για το 1992, παρουσιάζοντας αύξηση 39,5% από το 1990. Ο δείκτης αυτός που συμπληρώνει τον δείκτη της συνήθους ρευστότητας, μας δείχνει πόσες φορές είναι τα ταχέως ρευστοποιήσιμα στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού σε σχέση με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Στο δείγμα εταιριών 10 επιχειρήσεις έχουν ικανοποιητικό δείκτη γύρω στη μονάδα, και μάλιστα 4 από αυτές έχουν σχεδόν διπλάσιο ή και παραπάνω δείκτη ενώ μόνο 2 έχουν πολύ χαμηλό δείκτη. Από το σύνολο των επιχειρήσεων 10 παρουσιάζουν βελτίωση, 1 παρουσιάζει πτώση, ενώ 1 επιχείρηση έχει παραμείνει σταθερή από το 1990.

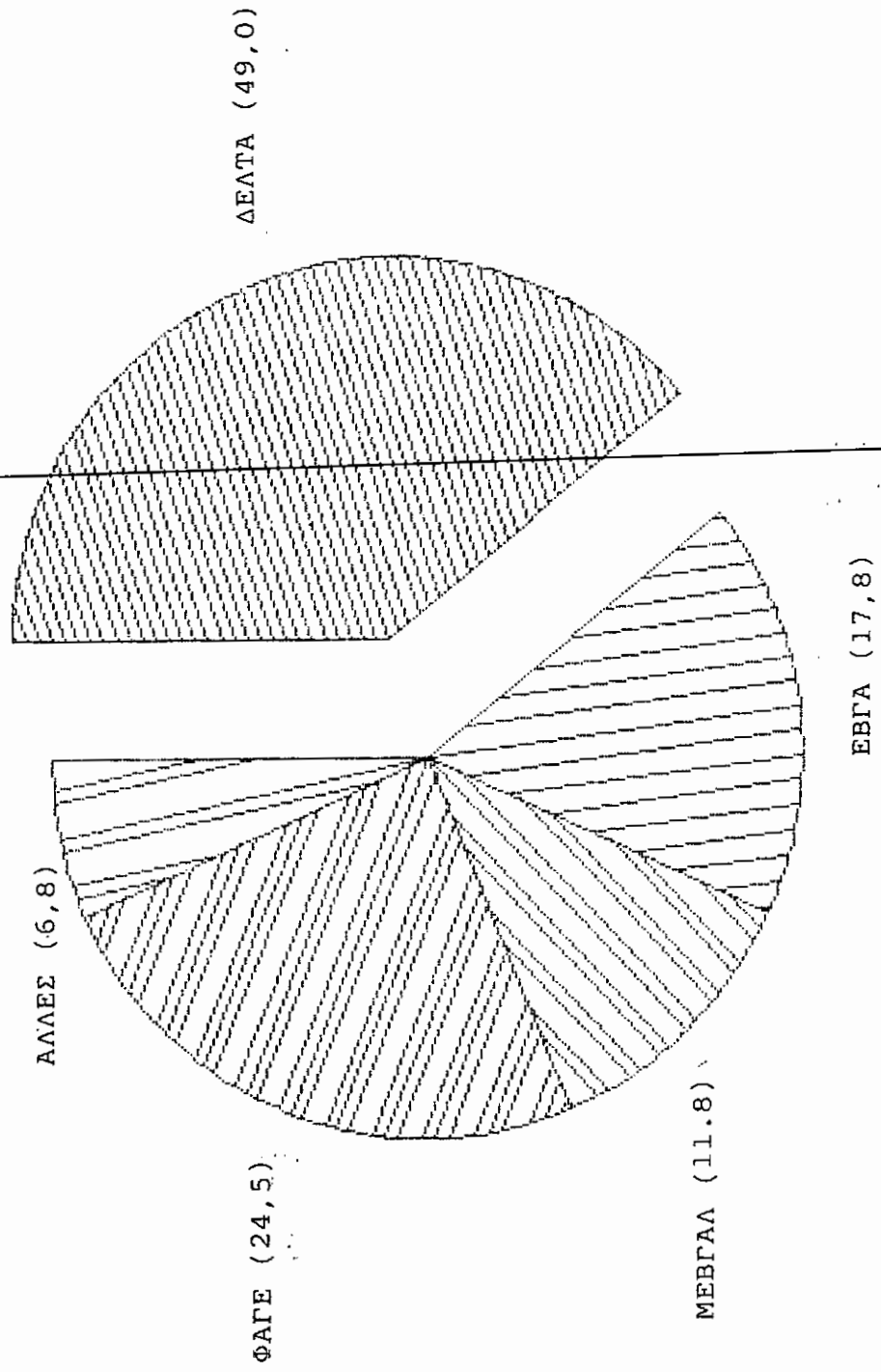
Ο δείκτης παγιοποίησης ενεργητικού παρουσίασε επίσης αύξηση της τάξεως του 56% από το 1990, και έφτασε για το 1992 το 42,9%. Στο σύνολο των επιχειρήσεων 7 βελτίωσαν τη θέση τους τόσο όσο να αυξηθεί ο δείκτης και να μην επηρεαστεί από την πτώση των δεικτών των 6 υπολοίπων.

Η δανειακή πίεση μειώθηκε σημαντικά κατά 62,4% την περίοδο 1990-1992, πέφτοντας στο ποσοστό του 36,6% κατά μέσο όρο. Όλες οι επιχειρήσεις παρουσίασαν βελτίωση του δείκτη τους.

Η δανειακή επιβάρυνση παρ'όλη τη μεγάλη μείωσή της σε σχέση με το 1990 εξακολουθεί να βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα για το 1992. Σε επίπεδο επιχειρήσεων όλες οι επιχειρήσεις βελτίωσαν τον δείκτη τους. Οι μόνιμες επιχειρήσεις με κέρδος κατά 24,2% και οι επιχειρήσεις με ζημιά κατά πάνω από 200%.

Τέλος το καθαρό περιθώριο κέρδους αυξήθηκε κατά 9,7% από το 1990 έως το 1992, φτάνοντας κατά μέσο όρο το 7,5% για τις επιχειρήσεις με κέρδη που αριθμούν τις 9 για το 1992, ενώ οι επιχειρήσεις που παρουσιάζουν ζημιά παρουσίασαν βελτίωση κατά 6,4% από το 1990.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ : Β ΜΕΡΙΔΙΟ ΚΕΡΔΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ 1992



4.2 Επενδύσεις

4.2.1 Εγκριθείσες επενδύσεις

Αξιόλογη είναι η επενδυτική δραστηριότητα που παρατηρείται στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων, αν κρίνουμε από τις επενδύσεις που έχουν εγκριθεί από τον αναπτυξιακό νόμο 1262/82 από ισχύος του Νόμου έως σήμερα, κυρίως δε στη βιομηχανία γάλακτος βουτύρου και γιαούρτης (πίνακας 31).

Συγκεκριμένα στο χρονικό διάστημα 1986-1992, εγκρίθηκαν συνολικά 79 επενδυτικά σχέδια, εκ των οποίων τα 56 αφορούσαν την βιομηχανία γάλακτος, βουτύρου και γιαουρτιού, και τα 23 την βιομηχανία παγωτού. Το συνολικό ύψος 11,7 δις δρχ. ενώ προβλέφθηκε η δημιουργία 2144 νέων θέσεων εργασίας.

Ειδικότερα στη βιομηχανία γάλακτος το συνολικό ύψος των επενδύσεων έφτασε τα 7174 εκατ. δρχ., ενώ κυμάνθηκε από 770χιλ.δρχ. έως 1712 εκατ. δρχ. ανά εταιρία. Το επιδοτούμενο δάνειο έφτασε τα 1853 εκατ. δρχ, ενώ η επιχορήγηση όπου δόθηκε κάλυψε από 12% έως 53% του ύψους των αντίστοιχων επενδυτικών σχεδίων. Προβλέπεται δε η δημιουργία 1370 νέων θέσεων εργασίας.

Πίνακας 31

Εγκριθείσες επενδύσεις από 1986-1992

	(εκατ. δρχ.)				
	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΕΝΔ:	ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔ.	ΕΠΙΔΟΤ/ΝΟ ΔΑΝΕΙΟ	ΕΠΙΧΟ- ΡΗΓΗΣΗ	ΝΕΕΣ ΘΕΣ. ΕΡΓΑΣΙΑΣ
Βιομ. γάλακτος, βουτύρου, γιαούρτης	56	7174	1853	12-53%	1370
Βιομ. παγωτού	23	4561	291	14-34%	589
ΣΥΝΟΛΟ	79	11,735	2144	-	1959

Σημειώνεται εδώ ότι το 85% των συνολικών κεφαλαίων που εγκρίθηκαν στον κλάδο, απορροφήθηκαν από τις 7 μεγαλύτερες εταιρίες.

Στη βιομηχανία παγωτού η αξία των 23 επενδυτικών σχεδίων που εγκρίθηκαν, έφτασε τα 4561 εκατ. δρχ. και κυμάνθηκε από 1,4 εκατ. δρχ. έως 2013 εκατ. δρχ. ανά εταιρία. Το επιδοτούμενο δάνειο έφτασε τα 291 εκατ. δρχ. και η επιχορήγηση όπου δόθηκε, κυμάνθηκε από 14-34%, ενώ προβλέφθηκε η δημιουργία 589 νέων θέσεων εργασίας. Και εδώ μόνο δυο επενδυτικά σχέδια τα οποία μάλιστα εγκρίθηκαν το 1987, κάλυψαν το 87,5% των συνολικών κεφαλαίων στον κλάδο και αφορούσαν δυο από τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου.

Τα περισσότερα επενδυτικά σχέδια (69%) και για τους δυο κλάδους εγκρίθηκαν μέσα στην τελευταία πενταετία δηλ. μετά το 1988 όπως φαίνεται και από τον πίνακα που δείχνει την εξέλιξή τους ανά έτος (πίνακας 33).

Πίνακας 32

ΠΕΡΙΟΧΕΣ	ΑΡ. ΕΠ/ΣΕΩΝ ΣΤΗ		ΣΥΝΟΛΟ	%
	ΒΙΟΜ. ΓΑΛ/ΤΟΣ	ΒΙΟΜ. ΠΑΓΩΤΟΥ		
Στ. Ελλάδα	6	6	12	15,1
Κυκλάδες	2	3	5	6,3
Ν. Ανατ. Αιγαίου	5	3	8	10,1
Πελοπόννησος	6	3	9	11,3
Ιόνια Νησιά	3	1	4	5,0
Ηπειρος	4	-	4	5,0
Θεσσαλία	2	2	4	5,0
Μακεδονία	13	10	23	29,1
Θράκη	5	-	5	6,3
Κρήτη	3	2	5	6,3
ΣΥΝΟΛΟ	49	30	79	100,0

Πηγή : ΥΠΕΘΟ/Τμήμα Ιδιωτικών Επενδύσεων

Πίνακας 33

ΕΤΗ	ΑΡ.ΕΠ/ΣΕΩΝ ΣΤΗ		ΣΥΝΟΛΟ	%
	ΒΙΟΜ. ΓΑΛ/ΤΟΣ	ΒΙΟΜ. ΠΑΓΩΤΟΥ		
1986	9	4	13	16,4
1987	5	3	8	10,1
1988	8	8	16	18,9
1989	10	4	14	17,7
1990	6	3	9	11,3
1991	7	5	12	16,4
1992	4	3	7	8,8
ΣΥΝΟΛΟ	49	30	79	100,0

Ο μεγαλύτερος όγκος των μονάδων συγκεντρώνεται γεωγραφικά στη Β. Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Μακεδονία όπως φαίνεται στη γεωγραφική κατανομή τους στον πίνακα 32.

Αξιοσημείωτο είναι ότι ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση ήδη υπαρχουσών μονάδων, αφορά τον κυριότερο λόγο επένδυσής τους, με ποσοστά που κάλυψαν το 41% και το 29,5% αντίστοιχα. Ενώ η ίδρυση νέων μονάδων αφορούσε το 22% των επενδύσεων. Σημειώνεται επίσης ότι 3 επενδυτικά σχέδια αφορούσαν εγκαταστάσεις περιορισμού ρύπανσης (πίνακας 34).

Πίνακας 34

Λόγοι επενδύσεων στους δυο υποκλάδους

ΛΟΓΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	%		
	ΒΙΟΜ. ΓΑΛΑΚΤΟΣ	ΒΙΟΜ. ΠΑΓΩΤΟΥ	ΣΥΝΟΛΟ
Ίδρυση	25,0	16,1	22,1
Επέκταση	26,6	35,5	29,5
Εκσυγχρονισμός	42,2	38,7	41,1
Μετεγκατάσταση	3,1	6,2	4,2
Περιορισμός ρύπανσης	3,1	3,2	3,2

4,2,2 Πρόοπτικές για νέες επενδύσεις

Σύμφωνα με τα στοιχεία επενδύσεων που πραγματοποιήθηκαν ή βρίσκονται στο στάδιο υλοποίησής τους μέσα στην τελευταία εξεταζόμενη περίοδο (86/92), επισημαίνεται ένα έντονο επενδυτικό ενδιαφέρον στον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας, και ειδικότερα στους τομείς που εξετάζονται.

Οι επενδύσεις αυτές αφορούσαν κυρίως τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση των ήδη υπάρχουσών μονάδων και σε μικρότερο ποσοστό την ίδρυση νέων. Το γεγονός αυτό αποδεικνύει την τάση της βιομηχανίας για όλο και μεγαλύτερη αξιοποίησή της δυναμικότητάς της και την ισχυροποίηση της θέσης της, τάση η οποία επισημαίνεται κυρίως από τις μεγάλες εταιρίες του κλάδου.

Ωστόσο στο μεγαλύτερο τμήμα των μονάδων, ανάμεσα στις οποίες και πολλές συνεταιριστικές, η αξιοποίηση του δυναμικού είναι σε χαμηλά επίπεδα και εμφανίζεται η ανάγκη εκσυγχρονισμού αυτών. Με δεδομένα τα επίπεδα της εγχώριας ζήτησης και τους ρυθμούς αύξησης αυτής, η υπάρχουσα σήμερα δυναμικότητα είναι αρκετή για να καλύψει τις ανάγκες της αγοράς, ιδιαίτερα με την πλήρη αξιοποίησή της.

Ετσι οι επενδυτικές δραστηριότητες που διαγράφονται για το μέλλον στον τομέα του γάλακτος και των παγωτών στρέφονται όχι μόνο στην ίδρυση νέων μονάδων όσο στην επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των ήδη υπάρχουσών μονάδων.

4.3 Εξαγωγές και συγχωνεύσεις

Στην περίοδο 1988-1992 πραγματοποιήθηκαν 25 περίπου εξαγωγές και συγχωνεύσεις στη βιομηχανία τροφίμων, εκ των οποίων οι περισσότερες έγιναν από ελληνικές επιχειρήσεις και οι υπόλοιπες από ιταλικές, γαλλικές, γερμανικές, και ελβετικές.

Στη βιομηχανία γάλακτος, τα τελευταία χρόνια δεν σημειώθηκαν σημαντικές εξαγωγές, με εξαίρεση αυτή της ΕΒΓΑ από τη ΦΑΓΕ, ενώ παρατηρείται μια τάση για επέκταση των δραστηριοτήτων, των μεγάλων γαλακτοβιομηχανιών σε άλλους υποκλάδους της βιομηχανίας τροφίμων

με εξαγορές επιχειρήσεων που ανήκουν στους αντίστοιχους υποκλάδους. Οι κυριότερες εξαγορές που πραγματοποιήθηκαν από βιομηχανίες γάλακτος στην περίοδο 1988-1992 είναι οι εξείς:

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΓΟΡΑΣΤΗΣ	ΠΩΛΟΥΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
ΦΑΓΕ	ΑΛΑΤΙΝΗ	ΕΞΑΓΟΡΑ
ΦΑΓΕ	ΕΒΓΑ-ΑΠΚΟ	ΕΞΑΓΟΡΑ
ΦΑΓΕ	ΚΑΝΑΚΗΣ	ΕΞΑΓΟΡΑ
ΔΕΛΤΑ	Κ.ΚΥΡΙΤΣΗΣ	ΕΞΑΓΟΡΑ
ΦΑΓΕ	ELITE	ΕΞΑΓΟΡΑ (70%)
ΔΕΛΤΑ	EUROFEED HELLAS	ΕΞΑΓΟΡΑ

Σημειώνεται ότι τελευταία παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον από μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις για τις γαλακτοβιομηχανίες μετοχικού ενδιαφέροντος της ΑΤΕ και αναμένεται ανακατατάξεις στο χώρο, οι οποίες θα εντείνουν τον ανταγωνισμό και τον ολιγοπωλιακό έλεγχο που ασκείται στην αγορά των γαλακτοκομικών προϊόντων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο κλάδος των γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα, που αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους υποκλάδους της βιομηχανίας τροφίμων έχει παρουσιάσει μια αξιόλογη εξέλιξη τα τελευταία χρόνια.

Η εξέλιξη αυτή επισημαίνεται τόσο στα μεγέθη της αγοράς, όσο και στην κατάσταση των μονάδων παραγωγής στις οποίες έχουν επισημανθεί τάσεις αναδιάρθρωσης, τεχνολογικής και κεφαλαιουχικής.

Οι κατηγορίες των γαλακτοκομικών προϊόντων που εξετάζονται στην εργασία αυτή είναι το παστεριωμένο γάλα, το γάλα μακράς διαρκείας, η κρέμα γάλακτος, το γιαούρτι και τα παγωτά.

Ο όγκος της παραγωγής σε αυτές τις κατηγορίες προϊόντων παρουσίασε αύξηση στην περίοδο 1987-1992. Η εξέλιξη αυτή της παραγωγής εξαρτάται άμεσα από την πρώτη ύλη, και κυρίως το αγελαδινό γάλα, το οποίο χρησιμοποιείται κατ'έξοχόν στην παραγωγή των μεταποιημένων προϊόντων που εξετάζονται. Η παραγωγή αγελαδινού γάλακτος βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα, με αποτέλεσμα ο κλάδος να είναι ελλειματικός σε πρώτη ύλη και να εξαρτάται άμεσα από τις εισαγωγές.

Η ζήτηση των προϊόντων έχει επίσης παρουσιάσει αύξηση, αν και βρίσκεται ακόμα σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με εκείνη των άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, με εξαίρεση αυτή του γιαουρτιού που βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα.

Η άνοδος της ζήτησης των γαλακτοκομικών προϊόντων τροφοδοτήθηκε και ευνοήθηκε από διάφορους παράγοντες, ανάμεσα στους οποίους ξεχωρίζουν τα δίκτυα διανομής, η συσκευασία και ποιότητα των προϊόντων, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες και το αρτιότερο ψυκτικό κύκλωμα. Ανόμα πολύ σημαντικό ρόλο έπαιξε και η διαφήμιση οι δαπάνες της οποίας αυξήθηκαν σημαντικά στην περίοδο 1988-1992.

Οι αυξητικές τάσεις της ζήτησης προβλέπεται να συνεχισθούν και στα επόμενα χρόνια. Την μεγαλύτερη αύξηση αναμένεται να έχει η κρέμα γάλακτος, ακολουθούμενη από το γυαούρτι το παστεριωμένο γάλα και τα παγωτά. Σημειώνεται εδώ ότι στην αγορά γάλακτος οι μικροί ρυθμοί αύξησης της ζήτησης αναμένεται να επιφέρουν ουσιαστικά ανακατανομή των μεριδίων του στην αγορά, εις βάρος κυρίως του συμπυκνωμένου γάλακτος, η κατανάλωση του οποίου είναι σήμερα η υψηλότερη στην Ευρώπη, ενώ τα μερίδια του γάλακτος μακράς διάρκειας και της σκόνης γάλακτος θα παραμείνουν στα ίδια επίπεδα σχεδόν.

Στον τομέα του εξωτερικού εμπορίου, κυρίαρχη θέση έχουν οι εισαγωγές οι οποίες έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, με εξαίρεση το συμπυκνωμένο γάλα. Το μεγαλύτερο μερίδιο των εισαγωγών κατέχει το συμπυκνωμένο γάλα παρά τη μείωσή του. Τα εισαγόμενα προϊόντα μπορεί να μην είναι πάντα καλύτερης ποιότητας από τα εγχωρίως παραγόμενα, είναι όμως φθηνότερα και αναμένεται τα περισσότερα από αυτά να αυξήσουν το μεριδιό τους στην ελληνική αγορά. Σημειώνεται ότι μόνο το φρέσκο παστεριωμένο γάλα δεν αντιμετωπίζει ακόμα εξωτερικό ανταγωνισμό και αυτό οφείλεται στο ότι η εγχώρια αγορά προστατεύεται τεχνητά με τον περιορισμένο αριθμό ημερών κυκλοφορίας του.

Οι εξαγωγές βρίσκονται σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα λόγω κυρίως της περιορισμένης παραγωγής στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων, η οποία συνδέεται άμεσα με την έλλειψη πρώτης ύλης και της συγκεκριμένης φύσης των προϊόντων. Εξαίρεση αποτελούν οι εξαγωγές γιαουρτιού οι οποίες παρουσίασαν αξιόλογη εξαγωγική δραστηριότητα τα τελευταία χρόνια κυρίως προς τις χώρες της Κοινότητας, και είναι η μόνη κατηγορία προϊόντων των οποίων οι εξαγωγές προβλέπεται να αυξηθούν στα επόμενα χρόνια.

Η υπάρχουσα αργούσα δυναμικότητα του κλάδου, θεωρείται αρκετή για να καλύψει τις ανάγκες της ζήτησης, τουλάχιστον στα επίπεδα που διαμορφώνονται σήμερα. Ωστόσο η αυξητική τάση της ζήτησης δεν αποκλείει μελλοντικά να υπάρξει ανάγκη για αύξηση της δυναμικότητας στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων. Έτσι οι επενδυτικές δραστηριότητες που διαγράφονται στο μέλλον, εντοπίζονται κυρίως στον μεγαλύτερο εκσυγχρονισμό των μονάδων τόσο στον μηχανολογικό εξοπλισμό αυτών όσο και στους βοηθητικούς χώρους, καθώς επίσης και στην επέκταση της δυναμικότητας των ήδη υπάρχουσών μονάδων.

Ειδικότερα για το παστεριωμένο γάλα και την κρέμα γάλακτος η αύξηση της ζήτησης αφήνει περιθώρια για επέκταση της δυναμικότητας, η οποία θα προέλθει κυρίως από μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις παρά από τις συνεταιριστικές, οι οποίες δεν αξιοποιούν πλήρως τη δυναμικότητά τους.

Στην αγορά γιαουρτιού οι προτιμήσεις των καταναλωτών στρέφονται κυρίως προς τη δημιουργία νέων γεύσεων και προϊόντων κατεύθυνση την οποία πρέπει να ακολουθήσουν οι μονάδες παραγωγής, για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό των ξένων εταιριών στην εγχώρια και ξένη αγορά.

Τέλος στην βιομηχανία παγωτού η προβλεπόμενη αύξηση της ζήτησης παράλληλα με την εποχικότητα του προϊόντος δεν θα απαιτήσει επέκταση της δυναμικότητας των μονάδων, καθώς μπορεί να καλυφθεί με την πλήρη αξιοποίηση της υπάρχουσας.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου είναι στο σύνολό τους κερδοφόρες και τα στοιχεία τα οικονομικά τους βρίσκονται σε αρκετά ικανοποιητικά επίπεδα καθώς και οι δείκτες χρηματοοικονομικής τους κατάστασης με εξαίρεση τον δείκτη δανειακής επιβάρυνσης που είναι σε αρκετά υψηλά επίπεδα.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η ελληνική γαλακτοβιομηχανία βρίσκεται σήμερα σε ικανοποιητικά επίπεδα ανάπτυξης και έχει ισχυροποιήσει τη θέση της στη Βιομηχανία τροφίμων και κατ'επέκταση στο σύνολο της βιομηχανίας, παρά τους χαμηλούς ρυθμούς αύξησης της ζήτησης που παρατηρούνται, τουλάχιστον όσον αφορά τη συγκεκριμένη ομάδα προϊόντων που εξετάστηκε. Οι κυριότερες εξελίξεις που αναμένονται στο χώρο της γαλακτοβιομηχανίας επισημαίνονται σε ανακατατάξεις αναφορικά με τις εξαγωγές και συγχωνεύσεις από μεγάλες ιδιωτικές εταιρίες, γεγονός που θα εντείνει τον ανταγωνισμό και τον ολιγοπωλιακό έλεγχο που ήδη παρατηρείται.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Όπως προέκυψε από την ανάλυση του κλάδου η πορεία των γαλακτοκομικών προϊόντων βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Ωστόσο όμως το σημείο στο οποίο ο κλάδος μειονεκτεί σημαντικά είναι οι τεράστιες ποσότητες ποσότητες γαλακτοκομικών προϊόντων (κυρίως γάλακτος) που εισάγουμε.

Το παραπάνω γεγονός όπως είδαμε οφείλεται στη χαμηλή παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα, που έχει σαν συνέπεια να εξαρτάται άμεσα η παραγωγή προϊόντων των γαλακτοβιομηχανιών από τις εισαγωγές. Οι εισαγόμενες ποσότητες γάλακτος έχουν σαν αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους προμήθειας της πρώτης ύλης για τις γαλακτοβιομηχανίες και κατά συνέπεια την αύξηση της τελικής τιμής των προϊόντων. Αυτό με τη σειρά του έχει σαν αποτέλεσμα, οι τιμές των εγχωρίως προϊόντων να μην μπορούν να ανταγωνιστούν τις συνήθως χαμηλότερες τιμές των εισαγόμενων, που συχνά δεν είναι καλύτερης ποιότητας από τα εγχωρίως.

Ετσι λοιπόν προκειμένου να μειωθούν οι εισαγωγές των γαλακτοκομικών προϊόντων και κυρίως του γάλακτος που αποτελεί την βασικότερη πρώτη ύλη για τις γαλακτοβιομηχανίες, πρέπει να αυξηθεί η εγχώρια παραγωγή.

Για να επιτευχθεί ο παραπάνω σκοπός θα πρέπει να γίνει μια συλλογική προσπάθεια από το κράτος και τις επιχειρήσεις του κλάδου, για την αύξηση και την καλύτερη ποιότητα του γάλακτος.

Το κράτος λοιπόν θα πρέπει να δώσει οικονομικά κίνητρα (χαμηλότοκα δάνεια, φορολογικές απαλλαγές κ.λπ.) στους γαλακτοπαραγωγούς τέτοια ώστε να επεκτείνουν τη δραστηριοτητά τους, αλλά και να ενθαρρύνουν και άλλους να ασχοληθούν με το επάγγελμα αυτό.

Μια άλλη ενέργεια που μπορεί να κάνει το κράτος είναι να προσφέρει μια σειρά από υπηρεσίες με ειδικούς απεσταλμένους στους χώρους παραγωγής σε τακτά χρονικά διαστήματα, οι οποίοι θα παρέχουν στους γαλακτοπαραγωγούς κτηνιατρικές συμβουλές, σεμινάρια για την

υγιεινή και διατροφή των ζώων, πρακτικές οδηγίες για την συντήρηση και καθαριότητα των στάβλων, πληροφορίες για τη χρήση των φαρμάκων και γενικά για τη φροντίδα του ζωϊκού κεφαλαίου. Την ιδέα αυτή μπορούν να υιοθετήσουν και οι επιχειρήσεις οι οποίες συνεργάζονται με τους γαλακτοπαραγωγούς.

Προκειμένου να αναδειχτούν τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα οι επιχειρήσεις πρέπει να συμβάλουν σε μια προσπάθεια αύξησης της συλλογικής διαφήμισης, που όπως προέκυψε από την έρευνα βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα.

Τέλος οι επιχειρήσεις πρέπει να προσπαθούν να αξιοποιούν πλήρως την δυναμικότητα τους, να εκσυγχρονίζονται και να προσαρμόζονται στις σύγχρονες καταναλωτικές συνήθειες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι πρέπει να κάνουν βιαστικές ενέργειες, κυρίως μιμητική παραγωγή προϊόντων οι οποίες πολλές φορές είναι ζημιογόνες για τις επιχειρήσεις.