



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ 12-14 • ΑΘΗΝΑΙ 126 • ΤΗΛΕΦ. 3230 466 - 8 • ΤΑΧ. ΘΥΡΙΣ 1703, ΠΛΑΤΕΙΑ ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ

ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΕΩΣ

8

ΟΜΑΔΑ
ΕΡΕΥΝΑΣ : ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ

1.1982/ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΚΘΕΣΕΩΣ 1981

- Ή Βιομηχανία Μύρας

Ήανουάριος 1982

© ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
1982

Η ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΕΩΣ

(*SECTORAL RESEARCH AND INTELLIGENCE UNIT*) ιδρύθηκε τό 1980 σέ συνεργασία τών Τραπεζών Έπενδύσεων ΕΤΒΑ, ΕΤΕΒΑ καί τοῦ ΙΟΒΕ

Σκοποί της εἶναι νά παρακολουθεῖ σέ συνεχή βάση, νά ἀναλύει καί νά ἀξιολογεῖ ἐξελίξεις στή δραστηριότητα συγκεκριμένων βιομηχανικῶν κλάδων σέ ἑλληνικό καί σέ Εὐρωπαϊκό επίπεδο. Ἐπίσης, νά ἐνημερώνει γιά τίς ἐξελίξεις αὐτές ἐνδιαφερόμενες βιομηχανικές ἐπιχειρήσεις, ὀργανώσεις καί Ὄργανισμούς.

Γιά τούς σκοπούς αὐτούς ἡ Μονάδα καί τά ἀρμόδια γιά τίς ἐπιμέρους Ὁμάδες Ἐρευνας στελέχη της, συνεργάζονται στενά μέ στελέχη ἑλληνικῶν βιομηχανικῶν ἐπιχειρήσεων καί κλαδικῶν ὀργανώσεων, μέ ἀρμόδιες ὑπηρεσίες μελετῶν Τραπεζῶν καί Ὑπουργείων, μέ ἐρευνητικούς ὀργανισμούς ἄλλων χωρῶν καί μέ διεθνεῖς Ὄργανισμούς.

Τά ἀποτελέσματα τῶν ἐρευνῶν της ἡ Μονάδα τά δημοσιεύει σέ Κλαδικές Ἐκθέσεις, τῶν ὁποίων τό περιεχόμενο ἀνανεώνεται περιοδικά μέ τήν ἐκδοση καί κυκλοφορία Συμπληρωμάτων.

Τό Πρόγραμμα Ἀναπτύξεως τῆς Μονάδας προβλέπει τή σταδιακή δημιουργία Ὁμάδων Ἐρευνας πού θά καλύπτουν τό μεγαλύτερο μέρος τῆς βιομηχανικῆς δραστηριότητας.

Στό τέλος τοῦ 1981 ὑπῆρχαν σέ λειτουργία οἱ ἐξῆς Ὁμάδες Ἐρευνας: ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ, ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ, ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ καί ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τό ύλικό πού παρουσιάζεται έδω άποτελεῖ Συμπλήρωμα τής Βασικῆς Κλαδικῆς Έκθέσεως πού κυκλοφόρησε στά τέλη τοῦ 1981 καί πού κάλυψε θέματα πού άφοροῦσαν τά κονσερβοποιημένα καί κατεψυγμένα λαχανικά, τίς κονσέρβες φρούτων καί τόν κλάδο τής Ζυθοποιίας.

Τά θέματα πού καλύφθηκαν άπό τή Βασική Κλαδική Έκθεση άφοροῦσαν τή ζήτηση καί τή παραγωγή τῶν προϊόντων πού άναφέρθηκαν, σέ θέματα πού έχουν σχέση μέ τήν έμπορία τους στήν έγχώρια άγορά καί τίς άγορές τοῦ έξωτερικοῦ, στό Δυναμικό τῶν κλάδων καί, όπου εἶναι άπαραίτητο, σέ όρισμένα θεσμικά θέματα πού σχετίζονται μέ τήν δραστηριότητα τοῦ κλάδου (κυρίως θεσμικές ρυθμίσεις Ε.Ο.Κ. γιά μεταποιημένα όπωροκηπευτικά καί φρούτα). Δεδομένου ότι βασικό στοιχείο τῶν έργασιῶν μας εἶναι καί ή συγκριτική διερεύνηση τῆς καταστάσεως τῶν κλάδων καί σέ άλλες (εὐρωπαϊκές κυρίως) χῶρες, τά παραπάνω θέματα, στόν βαθμό πού αὐτό ήταν δυνατό, άναλύονται καί γιά άντίστοιχους κλάδους άλλων χωρῶν.

Τό Συμπλήρωμα αὐτό άσχολεῖται μέ ένα μόνο άπό τούς κλάδους πού ή Βασική Κλαδική Έκθεση 1981 κάλυψε: μέ τή βιομηχανία Μπύρας (γιά τά άλλα προϊόντα -μεταποιημένα λαχανικά καί φρούτα- διαμορφώθηκε χωριστό Συμπλήρωμα στή Βασική Κλαδική Έκθεση) καί παρουσιάζει πρόσφατες πληροφορίες ή έκτιμήσεις γιά τίς έξειλίξεις στή δραστηριότητα τοῦ έλληνικοῦ κλάδου ή καί τῶν άντίστοιχων κλάδων σέ άλλες χῶρες.

Έπιδίωξη τῆς Μονάδας εἶναι νά παρουσιάζει παρόμοια Συμπληρώματα σέ έτήσια βάση, μέχρις ότου ή ἴδια ή Κλαδική Έκθεση θεωρηθεῖ ότι θά πρέπει νά άνανεωθεῖ στό σύνολό της.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελίδα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. <u>Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟ 1981</u>	1
1.1 Παραγωγή	1
1.1.2 Ἡ ἐμπορία τῆς μύρας στὴν ἐγχώρια ἀγορά κατὰ τὸ 1981 ..	3
1.1.3 Ἀνταγωνισμός	4
1.1.4 Μερίδια ἀγορᾶς τῶν ἐταιρειῶν μύρας	7
1.1.5 Εἰσαγωγές-Ἐξαγωγές	8
2. <u>Η ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ ΣΕ ΑΛΙΕΣ ΧΩΡΕΣ</u>	9
2.1 Γενικά γιὰ τὴ παγκόσμια ἀγορά	9
2.2 Ἡ ἀγορά τῆς Δυτ. Γερμανίας	9
2.3 Ἀγγλία	11
2.4 Ἕνωμένες Πολιτεῖες Ἀμερικῆς	12
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΡΘΡΩΣΕΩΣ, ΤΗΣ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</u> <u>ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΤΩΝ "ΟΙΚΟΝΟΜΙΩΝ ΚΛΙΜΑΚΑΣ" ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑ-</u> <u>ΝΙΑ ΜΠΥΡΑΣ, ΣΕ 9 ΧΩΡΕΣ</u>	17

ΙΩΒΕ/ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ

ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΕΩΣ

ΟΜΑΔΑ 1η: ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 1982/ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΚΘΕΣΕΩΣ 1981

ΠΡΟΪΟΝ: ΜΠΥΡΑ

1. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟ 1981

1.1 Παραγωγή

Οι ύψηλές θερμοκρασίες που επικράτησαν τη περίοδο Μαΐου-Ίουλίου 1981 σε συνδυασμό και με τις καλές κλιματολογικές συνθήκες κατά τους φθινοπωρινούς και χειμερινούς μήνες που άκολούθησαν ήταν από τις κυριότερες αίτιες που ώδηγησαν στην αύξηση της παραγωγής μύρας τό 1981 (και της καταναλώσεως) κατά 12 % περίπου σε σχέση με τό 1980.

Συγκεκριμένα ενώ τό 1980 ή παραγωγή έφθασε τά 2,5 έκατ. ΗL, σημειώνοντας μηδενική σχεδόν αύξηση σε σχέση με τό 1979, τό 1981 ή παραγωγή έφθασε τά 2,8 έκ. ΗL περίπου. Σημαντικό ρόλο στην αύξηση αυτή, εκτός των παραγόντων που άναφέρθηκαν έπαιξε και ή είσοδος στην αγορά δύο νέων εταιρειών (LOWENBRAU και CARLSBERG), είσοδος που προκάλεσε και ένταση του ανταγωνισμού.

Ή ένταση αυτή του ανταγωνισμού, σε συνδυασμό με τό γεγονός ότι στον "Ελ-ληνα καταναλωτή προσφέρθηκαν 7 διεθνεϊς μπύρες (AMSTEL, HEINEKEN, HENNINGER, KAISER, CARLSBERG, LOWENBRAU, SPATEN) ένίσχυσαν τά άποτελέσματα του QUIRDSITY

EFFECT, έτσι ώστε η κατανάλωση και η παραγωγή να ξεπεράσουν τις προβλέψεις ^{1/}.

Η αύξηση του 1981 γίνεται ιδιαίτερα έντυπωσιακή αν ληφθεί υπόψη ότι και το 1981 η αύξηση του Εθνικού Εισοδήματος (που όπως αναφέρθηκε στη βασική κλαδική Έκθεση, αποτελεί έναν από τους βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες ζήτησης μπίρας), ήταν ιδιαίτερα χαμηλή. Με αυτό το δεδομένο γεννιέται κάποιο ερώτημα σχετικά με το μέγεθος της αγοράς. Αν δηλαδή η αύξηση αυτή της αγοράς είναι συνέπεια της διαχρονικής πορείας που ακολουθεί η κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα ή αν είναι συνέπεια του έντονου ανταγωνισμού που παρατηρήθηκε το 1981 μεταξύ των ζυθοβιομηχανιών. Μια πρώτη απάντηση σ' αυτό το ερώτημα πιθανώς να δίνεται από την εξέταση της καταναλώσεως υποκαταστάτων αγαθών. Μέσα στο 1981 η κατανάλωση αναψυκτικών σημείωσε μία πολύ μικρή αύξηση της τάξεως του 1-2%, σε αντίθεση με τα προηγούμενα χρόνια όπου η μέση ετήσια αύξηση ήταν της τάξεως του 12-15%. Το γεγονός αυτό αποτελεί μία ένδειξη ότι μέρος της καταναλωτικής δαπάνης μεταφέρθηκε από το χώρο των αναψυκτικών στο χώρο της μπίρας. Στο συμπέρασμα αυτό καταλήγουν και όρισμένοι εκπρόσωποι του κλάδου της βιομηχανίας αναψυκτικών ^{2/}.

Γεγονός πάντως είναι ότι, παρά τη στασιμότητα στο κατά κεφαλή εισόδημα, η συνολική καταναλωτική δαπάνη για αγορά μπίρας και αναψυκτικών αυξήθηκε μέσα στο 1981.

Συμπερασματικά πιστεύουμε ότι η αύξηση της παραγωγής και της καταναλώσεως μπίρας ήταν αποτέλεσμα της διαχρονικής πορείας που ακολουθεί η κατανάλωση μπίρας στην Ελλάδα, πορεία που ενισχύθηκε από την επίδραση του CURIOSITY EFFECT που αναφέρθηκε προηγουμένως.

^{1/} Μέχρι το Μάιο του 1981 υπήρχαν μόνο 3 όιεθνείς μπίρες (KAISER, HENNINGER, και AMSTEL).

^{2/} Αντίθετα εκπρόσωποι του κλάδου της ζυθοβιομηχανίας διαφαναύν ριζικά με τη παραπάνω άποψη και υποστηρίζουν ότι η μειωμένη αύξηση της καταναλώσεως αναψυκτικών κατά το 1981 οφείλεται σε έσωτερικά προβλήματα του κλάδου των αναψυκτικών.

Γιὰ ὄλους αὐτοὺς τοὺς λόγους ἐκτιμᾶται ὅτι καί τὸ 1982 ἡ παραγωγή θὰ σημειώσει αὐξηση, πού θὰ κυμαίνεται μεταξύ 9 καί 12 % μέ τήν ὑπόθεση βέβαια ὅτι οἱ καιρικές συνθήκες θὰ εἶναι "κανονικές". Στά ἐπόμενα 4-5 χρόνια ἐκτιμᾶται ὅτι ἡ αὐξηση τῆς παραγωγῆς θὰ σημειώνει χαμηλότερους ρυθμούς αὐξήσεως.

1.1.2 Ἡ ἐμπορία τῆς μύρας στήν ἐγχώρια ἀγορά κατά τὸ 1981

Ἡ εἴσοδος τῶν δύο νέων ζυθοβιομηχανιῶν (LOWENBRAU καί CARLSBERG) συνέπεσε μέ τήν οὐσιαστική "ἐναρξη" τῆς περιόδου ἐμπορίας τῆς μύρας (Μάτος-Ἀπρίλιος). Τήν ἴδια περίοδο καί ἴσως λίγο νωρίτερα, μπῆκε στήν ἐλληνική ἀγορά καί ἡ HEINEKEN τῆς Ἀθηναϊκῆς Ζυθοποιίας, ἐνῶ λίγο ἀργότερα ἡ SPATEN πού παρασκευάζεται ὑπὸ τήν ΘΙΞ.

Ἔτσι ἡ ἐλληνική ἀγορά τῆς μύρας γιά τὸ 1981 (καί γιά τὰ ἐπόμενα ἴσως χρόνια) χαρακτηρίζεται -τυπικά τουλάχιστον- σάν ἀγορά τῆς PREMIUM μύρας, ἀφοῦ ἡ CARLSBERG, LOWENBRAU, HEINEKEN, KAISER καί SPATEN ἔχουν ὅλα τὰ τυπικά χαρακτηριστικά γιά ὑπαχθεῖν στή κατηγορία PREMIUM μύρας ^{1/}. Μὲ ἄλλα λόγια ἡ ἐμπορική πολιτική τῶν νέων Ζυθοβιομηχανιῶν (LOWENBRAU-CARLSBERG) ἀπέβλεπε στήν εἴσοδο τους στήν ἐλληνική ἀγορά μέ μία μύρα PREMIUM ἔτσι ὥστε νά εἶναι εὐκαλύστερη ἡ διαφοροποίηση τοῦ προϊόντος στά μάτια τουλάχιστο τοῦ καταναλωτῆ. Σάν μέσο διαφοροποιήσεως τοῦ προϊόντος χρησιμοποιήθηκε ἡ ὑψηλότερη τιμὴ σέ σχέση μέ τίς ὑπάρχουσες μύρες (HENNINGER-AMSTEL) "ἐνδείξη" τῆς καλύτερης ποιότητος, καθὼς καί ἡ πολυτελῆς συσκευασία (εἰδικές ἐτικέτες, κ.λ.π.).

Ἀπὸ τὰ στοιχεῖα ὅμως πού ἔχουμε στή διάθεση μας γιά τήν ἐμπορία τῆς μύρας στήν ἐλληνική ἀγορά κατά τὸ 1981 ὁρνε φαίνεται ὅτι προκλήθηκε κάποια οὐσια-

^{1/} Μὲ τὸν ὄρο PREMIUM νοοῦμε ὅλες τίς μύρες πού ἔχουν κάποια ἰδιαιτέρη χαρακτηριστικά εἴτε στή γεύση, εἴτε στήν ἐμφάνιση-συσκευασία, καί φυσικά στή τιμή.

στική διαφοροποίηση. Με εξαίρεση ίσως την HEINEKEN και την KAISER, ο Έλληνας καταναλωτής αντιμετωπίζει όλες σχεδόν τις μπίρες με τον ίδιο τρόπο. Γεγονός πάντως είναι ότι αυξήθηκε μάλλον σημαντικά η επώνυμη ζήτηση. Αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι μέχρι το 1980 η επώνυμη ζήτηση μπίρας ήταν μόνο της τάξεως του 5-7 % της συνολικής ζήτησως. ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 1981 πλησίασε το 15 % ^{1/}.

Τέλος σημειώνουμε ότι και το 1981 η αγορά των νοικοκυριών συνέχισε να απορροφά το 30-35 % της συνολικής ζήτησης (το υπόλοιπο 65-70 % απορρόφησε η αγορά των εστιατορίων). Σχετικά με τις τιμές, παρατηρούμε ότι τον Αύγουστο του 1981 δόθηκε μία αύξηση της τάξεως του 8 % ενώ αυτή την εποχή (Ιανουάριος 1982) γίνονται συζητήσεις στο Υπουργείο Εμπορίου για μία παραπάνω αύξηση που μπορεί να πλησιάσει το 18 %.

1.1.3 Ανταγωνισμός

Όπως είχε προβλεφθεί και στη βασική κλαδική Έκθεση ή εισόδος των δύο νέων ζυθοβιομηχανιών σε συνδυασμό με τα νέα προϊόντα των παλαιών ζυθοβιομηχανιών προκάλεσε σημαντική όξυνση του ανταγωνισμού. Είναι χαρακτηριστικό το ότι οι διαφημιστικές δαπάνες του κλάδου υπερδιπλασιάστηκαν. Ενδεικτικά είναι τα στοιχεία για τις διαφημιστικές δαπάνες του κλάδου κατά το Σεπτέμβριο 1981. Κατά το μήνα αυτό οι δαπάνες αυτές του κλάδου έφθασαν τα 12 εκατ. δραχ. εκ των οποίων

^{1/} Για τον υπολογισμό της επώνυμης ζήτησης του 1981 θεωρήσαμε ότι η ζήτηση για την KAISER, HEINEKEN και ένα μέρος από τις LOWENBRAU-CARLSBERG, SPATEN αντιπροσωπεύει επώνυμη ζήτηση. Τα στοιχεία για το 1980 άφορούν εκτιμήσεις έκτροσώπων του κλάδου.

τά περισσότερο ζόδευσαν οι LOWENBRAU (2,3 εκατ.) και οι CARLSBERG-HENNINGER από 2,2 εκατ. ή κάθε εταιρεία.

Εκεῖ όμως πού παρατηρήθηκε ιδιαίτερη αύξηση τοῦ ανταγωνισμοῦ, ἦταν στὴ προσπάθεια τῶν μὲν νέων ζυθοβιομηχανιῶν νὰ ἀποκτήσουν στενοὺς δεσμούς μὲ τὸ ἐμπορικὸ κύκλωμα, καὶ τῶν παλαιῶν ζυθοβιομηχανιῶν νὰ διατηρήσουν ἢ νὰ ἀυξήσουν τοὺς δεσμούς αὐτοῦς.

Ἔτσι καὶ ἐκτός ἀπὸ τὰ πρόσθετα περιθώρια κέρδους πού δίνουν οἱ ζυθοβιομηχανίες στὶς ἐπιχειρήσεις λιανικοῦ ἐμπορίου (βλ. Βασικὴ Κλαδική Ἐκθεση, σελ. 4.27) παρατηρήθηκε μέσα στὸ 1981 καὶ ἐμπορία τῆς μύρας καὶ σὲ ἄλλη μορφή "συσκευασίας". Συγκεκριμένα εἰσήχθη στὴν ἐλληνικὴ ἀγορὰ (κυρίως στὴν Ἀθήνα καὶ Θεσσαλονίκη) καὶ ἡ ἐμπορία τῆς μύρας σὲ βαρέλι. Τὴ μέθοδο αὐτὴ, πού πρώτη ἐφήρμοσε ἡ ἐταιρεία ΘΙΞ, τὴν ἀκολούθησαν ἡ LOWENBRAU, CARLSBERG καὶ ἡ AMSTEL. Ἡ μὲν ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ (AMSTEL) προτίμησε νὰ ἐμπορευθεῖ τὴ διακίνηση τῆς μύρας σὲ βαρέλι μέσω τῶν ἐμπορικῶν τῆς ἀντιπροσώπων, ἐνῶ οἱ ὑπόλοιπες ἐταιρεῖες ἐγκατέστησαν οἰκὰ τους "βαρέλια", παρακάπτοντας ἔτσι τοὺς ἐμπορικοὺς ἀντιπροσώπους. Τὸ ἀποτέλεσμα εἶναι ὅτι ἡ μὲν ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ἀπέφυγε τὴ σύγκρουση συμφερόντων μὲ τὸ ἐμπορικὸ κύκλωμα, ἐνῶ στὶς ὑπόλοιπες ἐταιρεῖες πιθανῶς νὰ δημιουργήθηκαν ἀντιθέσεις.

Ἀνεξάρτητα πάντως τοῦ πῶς προβλέπεται νὰ ἐξελιχθεῖ ἡ ἀγορὰ τῆς βαρελίσιας μύρας (δύοφορες ἐκτιμήσεις ἀναφέρουν ὅτι δὲν μπορεῖ νὰ ξεπεράσει τὸ 10 % τῆς συνολικῆς καταναλώσεως), ἡ ἀγορὰ αὐτὴ σήμερα εἶναι πολὺ μικρὴ καὶ εἶναι ζήτημα ἂν πλησιάζει καὶ τὸ 1 % τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς.

Όσον αφορά τη συσκευασία παρατηρείται ότι τόσο η LOWENBRAU όσο και η CARLSBERG χρησιμοποίησαν το μπουκάλι των 500 CC και το κουτί των 330 CC. Καμμία δηλαδή από τις δύο νέες ζυθοβιομηχανίες δεν χρησιμοποίησε το μπουκάλι των 330 CC, συσκευασία που χρησιμοποιείται σήμερα από άλλες τις "παλαιές" ζυθοβιομηχανίες. Στο σημείο αυτό κρίνουμε σκόπιμο να αναφέρουμε και όρισμένα στοιχεία για τη συσκευασία μπίρας στην Ελλάδα, στοιχεία που δεν είχαν αναφερθεί στη Βασική Κλαδική Έκθεση.

Τό 1981 το μπουκάλι των 500 CC συγκέντρωνε τό 90 % τής αγοράς, τό 3 % αφορούσε σέ μπουκάλι των 330 CC και τό υπόλοιπο 7 % σέ κουτί των 330 CC. Σχετικά μέ τήν εξέλιξη τής συσκευασίας τής μπίρας σέ κουτί παρατηρούνται τά εξής: Τό 1976, όταν πρωτοχρησιμοποιήθηκε τό μεταλλικό κουτί από τήν ΦΙΞ, συσκευάσθηκε σ'αυτό τό 1,4 % τής συνολικής αγοράς^{1/}. Τό αντίστοιχα ποσοστό για τά επόμενα χρόνια ήσαν: τό 1977 και 1978: τό 1,4 % κάθε έτος, τό 1979 τό 4,2 %, τό 1980 τό 5,6 % και τό 1981 τό 7,0 % τής συνολικής παραγωγής. Για τά επόμενα χρόνια προβλέπεται πάντως μία μέση έτησια αύξηση στή συσκευασία του κουτιού τής τάξεως του 15 % περίπου. Σε συνδιασμό δέ μέ τή προβλεπομένη αύξηση τής "αγοράς" τής μπίρας εκτιμάται ότι τό 1985 θά συσκευάζεται σέ κουτί τό 10 % τής συνολικής αγοράς.

Κατά τό 1981 η AMSTEL και η HEINEKEN είχαν τό 33 % τής συνολικής αγοράς του κουτιού και ακολούθησε η HENNINGER-KAISER μέ 30 %, η ΦΙΞ μέ 18,5 % η LOWENBRAU μέ 11 % και η CARLSBERG τό 7,5 %. Παρατηρείται επίσης από διάφορα στοιχεία ότι η συσκευασία σέ κουτί έτυχε πολύ καλύτερης αποδοχής από τους καταναλωτές στις περιπτώσεις των νέων BRAND NAMES (HEINEKEN, LOWENBRAU,

^{1/} Τό 1976 πρωτοχρησιμοποιήθηκε τό μεταλλικό κουτί τύπου EASY OPEN.

CARLSBERG). Συγκεκριμένα παρατηρείται ότι στις παραπάνω μύρες χρησιμοποιήθηκε το κουτί σαν μέσο συσκευασίας σ'ένα ποσοστό 12-14 % της συνολικής παραγωγής τους, ενώ στις "παλαιές" το αντίστοιχο ποσοστό ήταν χαμηλότερο από 6,5 %.

1.1.4 Μερίδια αγοράς των εταιρειών μύρας.

Στή βασική κλαδική Έκθεση εἶχε παρουσιαστεί ἡ ἐκτίμηση ὅτι τὸ 1981 οἱ δύο νέες ζυθοβιομηχανίες θά κατελάμβαναν τὸ 12-14 % τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς μὲ σημαντικώτερο μάλιστα τὸ μερίδιο τῆς LOWENBRAU. Στὴ πράξη τὸ μερίδιο ποῦ τελικὰ οἱ δύο ἐταιρεῖες συγκέντρωσαν ὑπολογίζεται ὅτι ἦταν κατὰ τι μεγαλύτερο τοῦ 8 % τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς. Ἡ διαφορά αὐτὴ ἀνάμεσα στὶς προβλέψεις καὶ στὰ πραγματοποιηθέντα μερίδια ἀγορᾶς ὀφείλονται στὸ γεγονός ὅτι καθυστέρησε (σὲ σχέση μὲ τοὺς ἀρχικοὺς σχεδιασμοὺς) ἡ "εἴσοδος" τῶν δύο ἐταιρειῶν στὴν ἑλληνικὴ ἀγορὰ ^{1/}.

Ἀναλυτικὰ τὰ μερίδια ἀγορᾶς κάθε ἐταιρείας, ὅπως διαμορφώθηκαν τὸ 1981 ἔχουν ὡς ἑξῆς:

AMSTEL-HEINEKEN	:	45 %
HENNINGER-KAISER	:	31 %
FIX-SPATEN	:	15,5 %
LOWENBRAU	:	4,2 %
CARLSBERG	:	4,3 %
<hr/>		
ΣΥΝΟΛΟ		100,0 %
<hr/>		

Παρατηρεῖται δηλαδή ὅτι τόσο ἡ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ (AMSTEL-HEINEKEN), ὡς καὶ ἡ HENNINGER-KAISER διετήρησαν σὲ γενικὲς γραμμές τὰ μερίδια ἀγορᾶς ποῦ εἶχαν

^{1/} Ἡ μικρὴ διαφορά ἄλλωστε μεταξὺ LOWENBRAU καὶ CARLSBERG ὀφείλεται καὶ αὐτὴ στὴ διαφορετικὴ χρονικὴ στιγμή ποῦ μῆκαν οἱ δύο ἐταιρεῖες στὴν ἑλληνικὴ ἀγορὰ. Σὲ μηνιαία βάση παραγωγῆς ἡ LOWENBRAU φαίνεται ὅτι ὑπερτερεῖ ἐλαφρὰ τῆς CARLSBERG.

και το 1980, ενώ ολόκληρο το μερίδιο των δύο νέων εταιρειών αποσπώθηκε από την ΘΙΞ. Η μεγάλη μείωση του μεριδίου της αγοράς για την ΘΙΞ είχε σαν αποτέλεσμα να μειωθούν και οι πωλήσεις, παράλληλη την αύξηση της συνολικής αγοράς κατά 12 % που αναφέρθηκε προηγουμένως.

1.1.5 Είσαγωγές-Έξαγωγές

Κατά το 1980 παρατηρήθηκε μία μείωση των εισαγωγών μύρας (από 2,6 χιλ. μετρ. τόνοι που ήταν το 1979, μειώθηκαν σε 1,9 χιλ.μετρ.τόνους το 1980), ενώ οι εξαγωγές παρέμειναν αμετάβλητες.

Στο πρώτο όκτάμηνο του 1981, για το οποίο διαθέτουμε στοιχεία, παρατηρήθηκε πρόσθετη μείωση των εισαγωγών, ενώ παράλληλα παρατηρείται αύξηση των εξαγωγών (μόνο στο πρώτο όκτάμηνο του 1981 εξήχθησαν λίγο μεγαλύτερες ποσότητες απ'ότι εξήχθησαν σ'ολόκληρο το προηγούμενο χρόνο). Οι εξαγωγές πάντως ελληνικής μύρας εξακολουθούν να θεωρούνται τελείως άσημαντες (περίπου 400 τόνοι).

Τό Σουδάν άπορρόφησε τό 83 % των ελληνικών εξαγωγών τό 1981. Σημειώνουμε πάντως ότι παρ'όλο που ή ελληνική αγορά έμφανίζεται πλέον κορεσμένη, δεν φαίνεται να υπάρχει κάποια πραγματική τάση για αύξηση των εξαγωγών μας, ενώ ή κάποια μείωση των εισαγωγών μπορεί να άποδοθεϊ στη παρουσία περισσότερων διεθνών BRAND NAMES στην ελληνική αγορά.

2. Η ΑΓΟΡΑ ΜΠΥΡΑΣ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ

2.1 Γενικά για τη παγκόσμια αγορά

*Η παγκόσμια παραγωγή μπύρας αύξηθηκε το 1980 κατά 2,56 % σε σχέση με το 1979 ^{1/}. Αντίθετα, η κατά κεφαλή παγκόσμια κατανάλωση παρέμεινε σταθερή (στο δείγμα αυτό των 44 χωρών πλησιάζει τα 54 λίτρα). Το γεγονός αυτό δείχνει ότι στη παγκόσμια αγορά η κατανάλωση μπύρας έχει πλησιάσει το επίπεδο κορεσμού και σχεδόν μοναδικός προσδιοριστικός παράγοντας της ζήτησεως παραμένει η αύξηση του πληθυσμού. Οι Η.Π.Α. είναι η πρώτη χώρα, όσον αφορά τη παραγωγή μπύρας (το 1980 παράχθηκαν 227.757 χιλ. ΗΛ) και ακολουθούν, με σημαντική απόσταση, η Γερμανία με 92.000 χιλ. ΗΛ, η *Αγγλία με 64.000 χιλ. ΗΛ, η Ρωσία με 61.000 χιλ. ΗΛ και η *Ιαπωνία με 45.000 χιλ. ΗΛ. Όσον αφορά όμως τη κατά κεφαλή κατανάλωση, η πρώτη χώρα είναι η Δυτ. Γερμανία με 145,7 λίτρα και ακολουθούν η Τσεχοσλοβακία με 139,2 λίτρα, η *Ανατ. Γερμανία με 138,7 λίτρα, η Αυστραλία με 133,4 λίτρα, το Βέλγιο με 131,0 λίτρα, η Δανία με 130,0 λίτρα, η *Ιρλανδία με 122,0 λίτρα και Νέα Ζηλανδία, Λουξεμβούργο, *Αγγλία με 118 λίτρα περίπου έτησίως.

2.2 *Η αγορά της Δυτ. Γερμανίας

*Η παραγωγή μπύρας στην Δυτ. Γερμανία σημείωσε το 1980 μία μικρή αύξηση σε σχέση με το 1979. Συγκεκριμένα έφθασε τα 92.341 χιλ. ΗΛ έναντι των 91.643 χιλ. ΗΛ που ήταν το 1979. Ανάλογη αύξηση έμφανίστηκε και στη κατανάλωση που έφθασε το 1980 τα 89.697 χιλ. ΗΛ ή 145,7 λίτρα κατά κεφαλή.

^{1/} Για τόν υπολογισμό τής παγκόσμιας παραγωγής χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από 44 χώρες οι οποίες άλλωστε αποτελούν και τις κυριότερες παραγωγές χώρες. (Πηγή: THE BREWERS' SOCIETY, INTERNATIONAL STATISTICAL HANDBOOK).

Όσον αφορά τη χωροταξική κατανομή της καταναλώσεως μύρας στη Γερμανία παρατηρείται ότι οι περιοχές SAARLAND και BAYERN παρουσιάζουν πολύ υψηλότερη κατά κεφαλή κατανάλωση απ' όληκληρη τη Γερμανία. Συγκεκριμένα για τις δύο αυτές περιοχές η κατά κεφαλή κατανάλωση έφθασε τό 1980 τό 226 λίτρα περίπου, έναντι τών 145,7 που είναι στο σύνολο της χώρας. Αντίθετα πολύ χαμηλότερη κατανάλωση παρουσιάζουν οι περιοχές HAMBURG, SCHLESWIG -HOLSTEIN, NIEDERSACHSEN και BREMEN όπου η κατά κεφαλή κατανάλωση έφθασε τό 80 μόλις λίτρα. Παρατηρείται επίσης ότι στις περισσότερες περιοχές, ανεξάρτητα από τό ύψος της κατά κεφαλή καταναλώσεως, η κατανάλωση καλύπτεται, αποκλειστικά σχεδόν, από τοπικές ζυθοβιομηχανίες. Πιο συγκεκριμένα, η περιοχή της BAYERN, με περίπου 11 εκατ. πληθυσμό και με κατά κεφαλή κατανάλωση 226,9 λίτρα (24.729 χιλ. ΗL συνολική κατανάλωση) έχει τοπική παραγωγή 25.670 χιλ. ΗL., η περιοχή του HESSEN με πληθυσμό 5,6 εκατ. και κατά κεφαλή κατανάλωση 123,3 λίτρα (συνολική κατανάλωση 6.891 χιλ. ΗL) έχει τοπική παραγωγή 7.002 χιλ. ΗL, στο Βερολίνο η συνολική κατανάλωση είναι 2.018 χιλ. ΗL ενώ η συνολική παραγωγή 2.028 χιλ. ΗL. Τέλος, στο SAARLAND η συνολική κατανάλωση έφθασε τό 2.411 χιλ. ΗL. ενώ η τοπική παραγωγή τό 2.511 χιλ. ΗL.

Η μόνη διαφορά που παρατηρείται από περιοχή σε περιοχή είναι ο αριθμός τών εργοστασίων που δεν είναι πάντα ανάλογος του ύψους της τοπικής παραγωγής. Για παράδειγμα αναφέρουμε ότι στη περιοχή BAYERN η τοπική παραγωγή τών 25.670 χιλ. ΗL καλύπτεται από 931 εργοστάσια, ενώ αντίθετα στη περιοχή NORDRHEIN-WESTFALEN που η τοπική παραγωγή έφθασε τό 1980 τό 25.922 χιλ. ΗL υπήρχαν μόνο 104 εργοστάσια. Γεγονός πάντως είναι ότι τό δυναμικό του κλάδου στη Γερμανία

χαρακτηρίζεται από πολλές μονάδες μικρού μεγέθους που καλύπτουν αποκλειστικά, ή κυρίως, τοπικές ανάγκες. Το 1980 υπήρχαν στη Γερμανία 1.200 ζυθοβιομηχανίες με 1.364 εργοστάσια. Σε σχέση με το 1979 παρατηρείται πάντως μία μείωση του αριθμού και των εργοστασίων αλλά και των ζυθοβιομηχανιών (το 1979 υπήρχαν 1.300 ζυθοβιομηχανίες με 1.404 εργοστάσια). Χαρακτηριστικά τα περισσότερα εργοστάσια είναι εγκατεστημένα στη περιοχή BAYERN (68,25 % του συνόλου) και στη περιοχή BADEN-WÜRTTEMBERG (14,95 % του συνόλου).

Τέλος, σημειώνουμε ότι το 29,9 % της παραγωγής διατίθεται στη κατανάλωση χύμα και το υπόλοιπο 70,1 % σε συσκευασία. Και εδώ όμως από περιοχή σε περιοχή παρατηρούνται όρισμένες διαφορές (υπάρχουν περιοχές όπου η κατανάλωση χύμα αποτελεί το 12 % της τοπικής καταναλώσεως και άλλες περιοχές όπου η χύμα κατανάλωση αποτελεί το 36-39 % της καταναλώσεως).

2.3 Άγγλια

Η παραγωγή μύρας στην Άγγλια σημείωσε πτώση κατά το 1980 και έφθασε τα 64.850 χιλ. ΗL έναντι των 67.416 χιλ. ΗL που ήταν το 1979. Αντίστοιχη πτώση σημείωσε και η κατά κεφαλή κατανάλωση, που έφθασε τα 117,1 λίτρων (122,1 λίτρα το 1979). Τονίζεται ότι τα επίπεδα παραγωγής και καταναλώσεως είναι τα χαμηλότερα που παρατηρήθηκαν τη τελευταία δετία στην Άγγλια. Πιθανός λόγος για τα παραπάνω φαινόμενα φαίνεται να είναι η αύξηση της τιμής της μύρας.

Το 78,8 % των πωλήσεων αφορούσαν κατά το 1980 πωλήσεις μύρας χύμα, το 10,2 % ήταν συσκευασμένο σε επιστρεφόμενα μπουκάλια, το 97 % σε μη επιστρεφόμενα μπουκάλια και το 10,3 % σε λευκοσιόηρά δοχεία (τα αντίστοιχα στοιχεία για το 1979 ήταν: 78,3 %, 11,1 %, 0,6 % και 10,0 %).

Επίσης, κατά τὸ 1980 συνεχίσθηκε ἡ αὐξηση τῆς καταναλώσεως τῆς μύρας τύπου LAGER. Συγκεκριμένα, τὸ 30,8 % τῆς συνολικῆς καταναλώσεως ἀφοροῦσε μύρα LAGER καί τὸ ὑπόλοιπο 69,2 % μύρα τύπου ALE καί STOUT (τὰ ἀντίστοιχα ποσοστά γιὰ τὸ 1979 ἦταν 29,1 % καί 70,9 %). Ὅσον ἀφορᾷ τὸ τρόπο συσκευασίας τῶν διαφόρων τύπων μύρας παρατηροῦνται τὰ ἑξῆς: τὸ 44,5 % τῆς συνολικῆς καταναλώσεως ἀφοροῦσε μύρα τύπου BITTER καί STOUT σὲ χύμα μορφή, 23 % ἀφοροῦσε κατανάλωση LAGER χύμα, καί 11,3 % ἀφοροῦσε κατανάλωση MILD πάλι σὲ χύμα μορφή. Ἡ μύρα πάντως ποὺ συσκευάσθηκε περισσότερο ἀπὸ οποιαδήποτε ἄλλη ἦταν ἡ LIGHT PALE EXPORT μὲ 8,1 % τῆς συνολικῆς καταναλώσεως καί ἀκολουθοῦσε ἡ LAGER μὲ 7,8 % ἡ STOUT μὲ 3,2 % κ.α.

Σχετικὰ μὲ τὸ δυναμικὸ τοῦ κλάδου καί τὴν ἐξέλιξη ποὺ παρουσίασε μέσα στὸ 1980, παρατηρεῖται ὅτι ἐνῶ αὐξήθηκαν οἱ ζυθοβιομηχανίες κατὰ μία (ἀπὸ 80 ποὺ ἦταν τὸ 1979 ἔφθασαν τίς 81 τὸ 1980) μειώθηκαν τὰ ἐργαστᾶσια παραγωγῆς μύρας (ἀπὸ 145 σὲ 142).

2.4 Ἡνωμένες Πολιτεῖες Ἀμερικῆς

Ἡ παραγωγή μύρας στὶς ΗΠΑ ἔφθασε τὸ 1980 στὰ 227.756 χιλ. ΗL, ἐνῶ ἡ κατὰ κεφαλὴ κατανάλωση τὸ 92,0 λίτρα. Ἡ ἐξέλιξη τῆς παραγωγῆς καί τῆς κατὰ κεφαλὴ καταναλώσεως μύρας στὶς Η.Π.Α. στὴ τελευταία δεκαετία παρουσιάζεται στὸ Πίνακα 1 ποὺ ἀκολουθεῖ.

Πίνακας 1

Παραγωγή και κατανάλωση μύρας στις Η.Π.Α.

Έτος	Παραγωγή (σε χιλ.ΗΛ)	Κατά κεφαλή κατανάλωση (σε λίτρα/κεφαλή)
1971	157.350	71,9
1972	164.667	73,1
1973	167.820	76,1
1974	179.600	79,1
1975	185.253	80,6
1976	188.531	81,4
1977	202.102	84,8
1978	201.411	87,4
1979	215.376	90,0
1980	227.756	92,0

Πηγή: U.S. BREWERS' ASSOCIATION

Από τον Πίνακα 1 παρατηρείται μία συνεχής αύξηση τόσο της παραγωγής όσο και της καταναλώσεως μύρας. Ουσιαστικά παράγοντα στη βελτίωση της καταναλώσεως έπαιξε ή είσοδος στην αγορά των Η.Π.Α. πολλών διεθνών BRAND NAMES, τόσο από τις παραδοσιακά ζυθοβιομηχανικές χώρες (*Αγγλία, Δυτ. Γερμανία) όσο και από άλλες (Γαλλία, Βέλγιο).

Το σύνολο αυτής της παραγωγής (όπως αναφέρθηκε νωρίτερα οί Η.Π.Α. αποτελούν τη πρώτη παραγωγό χώρα στο κόσμο) παρασκευάζεται από ένα μικρό σχετικά αριθμό ζυθοβιομηχανιών και εργοστασίων. Το 1980 υπήρχαν στις ΗΠΑ 43 ζυθοβιομηχανίες με 88 εργοστάσια, έναντι 43 ζυθοβιομηχανιών με 81 εργοστάσια που υπήρχαν το 1979. Τα στοιχεία αυτά είναι ένδεικτικά του μεγέθους των εργοστασίων αλλά και της διαφορετικής πολιτικής που ακολουθήθηκε στις ΗΠΑ σε σχέση με άλλες ζυθο-παραγωγικές χώρες (*Αγγλία, Δυτ.Γερμανία). Η κατανομή των εργοστασίων χωρο-

ταξικά παρουσιάζεται στον Πίνακα 2.

Πίνακας 2

Χωροταξική κατανομή έργου παραγωγής μύρας στις ΗΠΑ (1980)

Περιοχή	*Αριθμός *Εργαστηρίων	Πληθυσμός (χιλ.)	Τοπική κατανάλωση (χιλ. ΗΛ)
NEW ENGLAND	2	12.348	11.695
MIDDLE ATLANTIC	17	36.786	32.618
EAST-NORTH CENTRAL	19	41.670	39.544
WEST NORTH CENTRAL	7	17.184	15.892
SOUTH ATLANTIC	11	36.943	32.608
EAST SOUTH CENTRAL	2	14.663	10.153
WEST SOUTH CENTRAL	8	23.743	23.731
MOUNTAIN	3	10.068	11.812
PACIFIC (δέν περιλαμβάνεται η HAWAII και η *Αλάσκα)	19	30.431	29.167
ΣΥΝΟΛΟ	88	226.505	208.655

Πηγή: U.S. BREWERS' ASSOCIATION

*Από τον Πίνακα 2 παρατηρείται α) ότι σε γενικές γραμμές η κατά κεφαλή κατανάλωση από περιοχή σε περιοχή δεν έχει μεγάλες διαφορές και β) ότι οι τοπικές παραγωγικές μονάδες καλύπτουν αποκλειστικά σχεδόν την ζήτηση των περιφερειών αυτών.

Σχετικά με τη μορφή συσκευασίας της μύρας που διατίθεται στην αγορά των ΗΠΑ σημειώνονται τα εξής: Κατά το 1980 το 77,9 % της συνολικής κατανάλωσης διατέθηκε στην αγορά συσκευασμένο είτε σε μπουκάλια είτε σε λευκοσιδηρά δοχεία,

και μόνο το 12,1 % διατέθηκε σε χύμα μορφή. Η συσκευασία πάντως σε λευκοσιδηρά ή αλουμιένια κουτιά αποτέλεσε τη κυριότερη μορφή συσκευασίας. Έντοπη επίσης κάνει το μικρό ποσοστό των έπιστρεφόμενων μπουκαλιών που χρησιμοποιούνται για τη συσκευασία της μπύρας στις ΗΠΑ.

Αντίθετα εκτιμάται ότι η συσκευασία σε μη επιστρεφόμενα μπουκάλια (συσκευασία που δεν έχει πάρει ακόμα μεγάλη ανάπτυξη στις ευρωπαϊκές αγορές) αποτελεί τη δεύτερη πιο διαδεδομένη μορφή συσκευασίας μετά το κουτί.

ΙΟΒΕ/ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ

ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΕΩΣ

ΟΜΑΔΑ 1η: ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ

* Ιανουάριος 1982/Συμπλήρωμα ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΚΘΕΣΕΩΣ 1981

ΠΡΟΙΟΝ: ΜΠΥΡΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΔΙΑΡΘΡΩΣΕΩΣ, ΤΗΣ
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΤΩΝ "ΟΙ-
ΚΟΝΟΜΙΩΝ ΚΛΙΜΑΚΑΣ" ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΜΠΥΡΑΣ,
ΣΕ 9 ΧΩΡΕΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τό κείμενο πού παρουσιάζεται στό Παράρτημα αυτό τής Συμπληρωματικής Έκθέσεως γιά τόν κλάδο τής ζυθοποιίας, βασίστηκε σέ άρθρο τοῦ Antony Cockerill πού δημοσιεύτηκε στό βιβλίο τῶν A.P. Jacquemin καί H.W. deJong: "Welfare aspects of industrial markets" (Nijenrase Studies in Economics, Vol. 2, 1977). Τά θέματα πού καλύπτονται ἀφοροῦν ἀντίστοιχα πού ἔχουν ἀπασχολήσει καί τή Κλαδική Έκθεση τής Μονάδας καί γι'αυτό κρίθηκε χρήσιμο νά παρουσιαστεῖ καί συμπληρωματική ἐμπειρία ἄλλων χωρῶν σέ θέματα ἀποδοτικότητας ζυθοβιομηχανιῶν, διαρθρώσεως κοστολογίου, πλεονεκτημάτων ἐναλλακτικῶν μορφῶν συσκευασίας κλπ.

I. Είσαγωγή

Οί "οίκονομίες κλίμακας" αποτελοῦν χαρακτηριστικό τῆς παραγωγικῆς διαδικασίας σέ ἕνα μεγάλο μέρος βιομηχανικῶν κλάδων καί αὐτό ἔχει ἀποδειχθεῖ καί ἀπό ἐμπειρικές ἐρευνες καί μελέτες. Τό μέσο ὡστόσο μέγεθος τῶν ἐργοστασίων καί τῶν ἐπιχειρήσεων ἐνός δεδομένου βιομηχανικοῦ κλάδου διαφέρει ἀπό χώρα σέ χώρα καί οἱ διαφορές αὐτές εἶναι συχνά πολύ μεγάλες. Αὐτό ἀποδεικνύει ὅτι οἱ "οίκονομίες κλίμακας" παρουσιάζονται σέ διαφορετικά ἐπίπεδα παραγωγῆς σέ κάθε περίπτωση. Σχεδόν ὅμως χωρίς ἐξαίρεση, τά πλήρη πλεονεκτήματα τῆς μεγεθύνσεως τῆς ἐπιχειρήσεως συνεπάγονται ἕνα σχετικά περιορισμένο ἀριθμό παραγωγῶν, ἰδίως ὅταν τό μέγεθος τῆς ἀγορᾶς δέν εἶναι μεγάλο. Ἄλλά αὐτό εἶναι πιθανό νά προκαλέσει σημαντική ἀμβλυσση τοῦ ἀνταγωνισμοῦ, προβλήματα συμπεριφορᾶς τῶν ἐπιχειρήσεων καί προβλήματα σχέσεων μεταξύ βιομηχανιῶν-καταναλωτῶν καί κράτους.

Σέ ποιό σημείο τά πλεονεκτήματα ἀπό τήν μεγέθυνση τῶν ἐπιχειρήσεων, ἐξουδετερώνονται ἀπό τά μειονεκτήματα τοῦ ἀμβλυμένου ἀνταγωνισμοῦ; Ἐνα δύσκολο πρόβλημα τίθεται ἐδῶ γιά τήν διαμόρφωση τῆς κρατικῆς πολιτικῆς γιά τήν βιομηχανία. Τό δίλημμα, θά πρέπει νά σημειωθεῖ, εἶναι ἐντονώτερο στήν διασπασμένη εὐρωπαϊκή βιομηχανία, παρά στήν ἐνοποιημένη ἀγορά τῶν Η.Π.Α.

Ἡ βιομηχανία μύρας προσφέρει πλούσιο ὕλικό σχετικά μέ τήν ἀλληλεπίδραση ἀνάμεσα στήν διάρθρωση τῆς ἀγορᾶς, τήν ἐνταση τοῦ ἀνταγωνισμοῦ καί τίς οίκονομίες κλίμακας. Σέ πολλές χώρες παρατηρεῖται τό φαινόμενο, λίγες, πολύ μεγάλες, ἐπιχειρήσεις νά συνυπάρχουν μέ ἕνα μεγάλο ἀριθμό μικρῶν μονάδων. Στίς

μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, ή προώθηση των πωλήσεων είναι τομέας πολύ βασικός. Ο σχετικός ρόλος των δικτύων διανομής παρουσιάζεται να είναι σημαντικός παράγοντας, που μπορεί να εξηγήσει την συνύπαρξη μεγάλων και μικρών μονάδων σε αρκετές χώρες. Οί καταναλωτικές προτιμήσεις επίσης, επιδρούν στην εξέλιξη της διάρθρωσης της αγοράς.

Λεπτομερείς έρευνες έχουν γίνει πάνω σε όρισμένες πτυχές του ανταγωνισμού στην βιομηχανία της Δ. Ευρώπης και των ΗΠΑ, τα τελευταία χρόνια. Αλλά τό αποτέλεσμα κάθε φιλελεύθερης οικονομικής πολιτικής, έγκειται στην σημασία των οικονομικών κλίμακας που επιτυγχάνονται και μέχρι σήμερα τό θέμα δέν έχει έρευνηθεί αρκετά.

Σ' αυτό τό άρθρο περιγράφεται και συγκρίνεται ή βιομηχανία μύρας στα κυριότερα κράτη-μέλη της Ε.Ο.Κ., στις Η.Π.Α., τόν Καναδά και την Ίαπωνία. Παρουσιάζονται μερικές νέες προσεγγίσεις για τά αίτια και την έκταση των οικονομικών κλίμακας. Στη συνέχεια ύπολογίζεται τό επίπεδο τεχνικής αποτελεσματικότητας του κλάδου σε κάθε χώρα. Έπαναξιολογούνται οί αίτίες για τίς όποιες παρατηρείται συνεχώς άργούσα δυναμικότητα και εξετάζονται οί έπιπτώσεις στόν βαθμό ανταγωνισμού από την συνεχή προσπάθεια να άνυψωθεί ή τεχνική άποδοτικότητα των επιχειρήσεων.

II. Συγκρίσεις της διάρθρωσεως της βιομηχανίας μύρας διαφόρων χωρών.

Τό 1972, οί έννέα χώρες που καλύπτονται από την έρευνα, παρήγαγαν 418 έκατ. έκατόλιτρα (hl) μύρα, (54% της παγκόσμιας παραγωγής). Ο Πίνακας 1 δίνει τά στοιχεία για τή παραγωγή, τή κατανάλωση και τό έξωτερικό έμπόριο για κάθε μία από τίς χώρες

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Παραγωγή μύρας, εξωτερικό εμπόριο, φαινομενική κατανάλωση 1972 και αύξηση παραγωγής 1960-72 κατά χώρα

Χώρα	Παραγωγή	Ετήσια αύξηση % 1960-72	Εξαγωγές (χιλ.hl) ¹	Εισαγωγές (χιλ.hl)	Φαινομενική κατανάλωση (χιλ. hl.)	Ποσοστό παραγωγής που εξαγεται %	% φαινομενικής κατανάλωσης, που καλύπτεται από εισαγωγές Στήλη 5: στήλη 6
Βέλγιο-Λουξεμβ.	14.117	2,55	1.395	888	13.610	9,9	6,5
Γαλλία	19.816	1,55	363	1.472	20.925	1,8	7,0
Δ. Γερμανία	91.044	4,23	1.585	500	89.959	1,7	0,6
Ιταλία	6.550	7,45	52	361	6.859	0,8	5,3
Όλλανδία	9.875	10,38	1.387	268	8.756	14,0	3,1
Αγγλία	57.721	2,35	705	3.365 ⁽²⁾	60.381	1,2	5,6
Η.Π.Α.	165.763	3,74	77 ⁽³⁾	1.113	166.799	-	0,7
Καναδάς	17.941	3,96	165	53	17.829	0,9	0,3
Ιαπωνία	35.114	9,89	100 ⁽⁴⁾	1.842 ⁽⁴⁾	36.856	-	5,0

Σημείωση: - Λιγότερο από 0,1%.

(1) Ξεαιρούνται αποθέματα πλοίων, εκτός αυτών της Όλλανδίας.

(2) Περιλαμβάνονται επανεξαγωγές μύρας που εισήχθησαν από την Ιρλανδία.

(3) Ξεαιρούνται αποστολές στις ένοπλες δυνάμεις.

Πηγές: ΕΟΚ και Αγγλία: CBMC (1973) και Societe d'Édition de la Brasserie et de la Malterie Française (1972).
 Η.Π.Α. : USBA (1973).
 Καναδάς : Research Company of America (1974).
 Ιαπωνία : United Nations (1973).

αυτές. Κατά σειρά όγκου παραγωγής, οί χώρες κατατάσσονται ώς εξής: Η.Π.Α. (116 έκ. η1), Δ. Γερμανία (91 έκ. η1), Άγγλία (58 έκ. η1) καί άκολουθοϋν οί άλλες χώρες μέ τήν Άταλία τελευταία τοϋ καταλόγου (6,6 έκ. η1). Μέ τρεις μόνο εξαιρέσεις, ή αύξηση τής παραγωγής στή περίοδο 1960-1972, ήταν μέτρια, λιγώτερο άπό 5% τό χρόνο. Ή Γαλλία παρουσίασε τό χαμηλότερο ρυθμό (1,6%), ένω ή παραγωγή αύξήθηκε μέ τό ταχύτερο ρυθμό στήν Όλλανδία (10,4%) καί τήν Άιαπωνία (9,9%). Στήν Άταλία τέλος, παρατηρήθηκε έννας ρυθμός 7,5%.

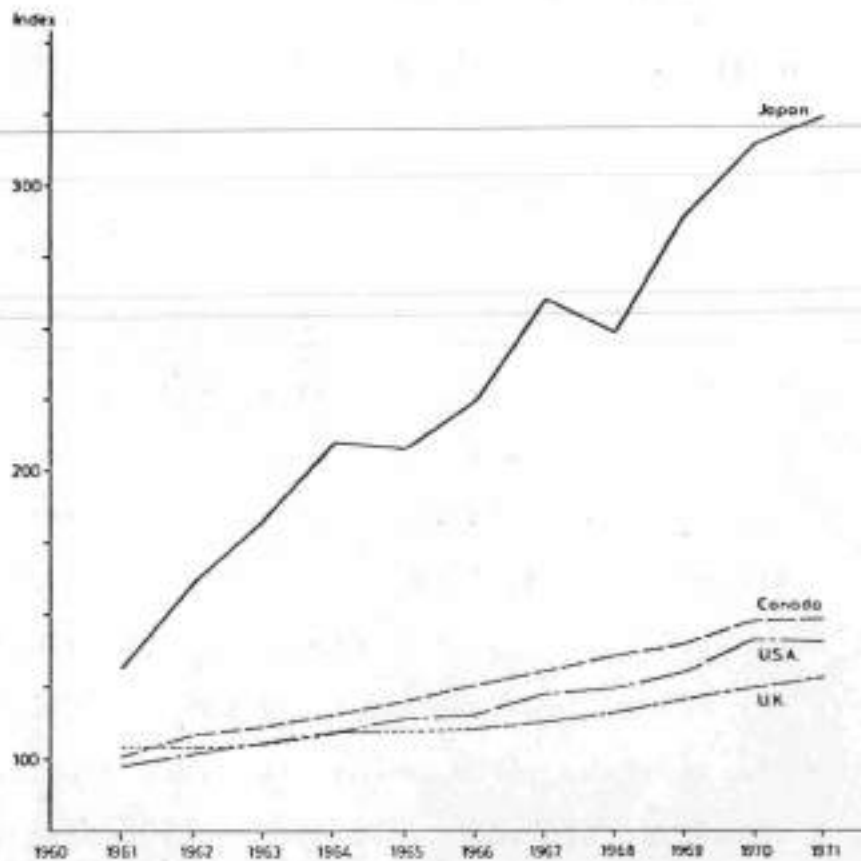
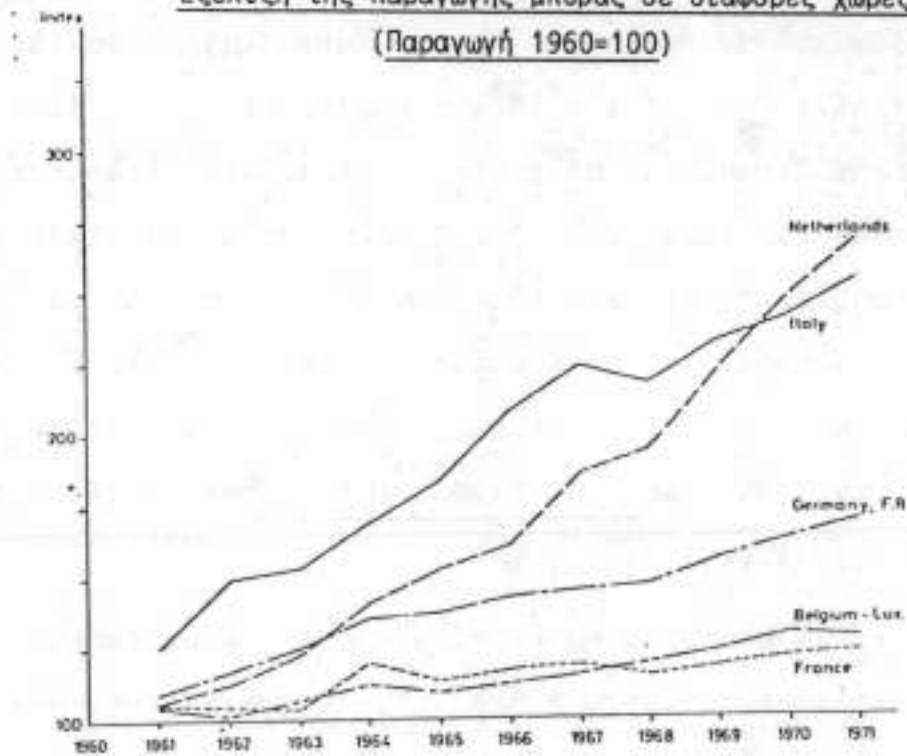
Όπως θά περίμενε κανέννας, γιά έννα προϊόν άμεσης καταναλώσεως καί χαμηλής τιμής, ή άνάπτυξη τής συνολικής παραγωγής ύπηρεξε γενικά όμαλή. Ή εξέλιξη αυτή τής παραγωγής σέ διάφορες χώρες παρουσιάζεται στό Διάγραμμα 1.

Άξίζει νά σημειωθεί ή στασιμότητα τής παραγωγής πού παρατηρήθηκε στή Γαλλία άπό τό 1965 έως τό 1969.

Τό μεγαλύτερο μέρος τής αύξησης τής παραγωγής προήλθε άπό παράλληλη αύξηση τής καταναλώσεως. Τό ποσοστό τής παραγωγής πού εξάγεται είναι πρακτικά άμελητέο (λιγώτερο άπό 2%). Έξαίρεση πάντως φαίνεται νά άποτελοϋν ή Όλλανδία (έξαγωγές 14%) μέ τίς Η.Π.Α. κυριότερο πελάτη καί τό Βέλγιο-Λουξεμβούργο, τοϋ όποίου περισσότερο άπό 50% τών έξαγωγών κατευθύνονται στή Γαλλία. Τήν ίδια περίοδο, γιά τίς περισσότερες χώρες, οί εισαγωγές αύξάνουν σέ σημασία καί στή Γαλλία έχουν τήν σημαντικότερη αύξηση. Αντίθετα, οί εισαγωγές είναι άσήμαντες στίς Η.Π.Α., τήν Άιαπωνία καί τήν Δ. Γερμανία, όπου άυστηροί κανονισμοί γιά τόν τύπο καί τήν ποιότητα τών πρώτων ύλών παραγωγής μύρας, έμποδίζουν τήν εισαγωγή τών περισσότερων τύπων μύρας. Πάντως, παρατηροϋνται σημαντικές διαφορές μεταξύ τών χωρών στήν κατά κεφαλή κατανάλωση μύρας.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

Εξέλιξη της παραγωγής μύρας σε διάφορες χώρες
(Παραγωγή 1960=100)



Ο Πίνακας 2 παρουσιάζει τή κατά κεφαλή κατανάλωση μύρας σέ διάφορες χώρες τό 1972. Ἡ κατανάλωση εἶναι μεγαλύτερη στίς βοριότερες χώρες τῆς Εὐρώπης, Γερμανία, Βέλγιο-Λουξεμβούργο καί Ἀγγλία. Ἀντίθετα, σέ χώρες ὅπου οἱ καταναλωτικές προτιμήσεις παραδοσιακά στρέφονται κυρίως στό κρασί, ὅπως Γαλλία-Ἰταλία, παρουσιάζεται χαμηλότερη κατανάλωση μύρας. Στήν Β. Ἀμερική, ἡ κατανάλωση βρίσκεται κοντά στό μέσο εὐρωπαϊκό επίπεδο. Στήν Ἰαπωνία, ἡ κατανάλωση αὐξήθηκε κάθετα τά τελευταῖα χρόνια, παράλληλα μέ αὐξηση τῆς ζήτησεως καί γιά ἄλλα οἶνοπνευματώδη ποτά.

Μέ ἐξαίρεση τήν Ἀγγλία, τό μεγαλύτερο μέρος τῆς μύρας πού καταναλίσκεται, εἶναι τοῦ ἐλαφροῦ τύπου πίλσνερ (Pilsner), ζυμωμένη μέ bottom fermentation. Ἀντίθετα, μύρες τύπου ale, ζυμωμένες μέ top fermentation, ἀποτελοῦν τό 60% τῆς καταναλώσεως στήν Ἀγγλία, ἄν καί ἡ ζήτηση γιά μύρα τύπου πίλσνερ παρουσιάζει τό μεγαλύτερο ρυθμό αὐξήσεως τά τελευταῖα χρόνια. Ἡ μεγαλύτερη ποικιλία τύπων μύρας ἐμφανίζεται στή Διτ. Γερμανία καί τήν Ἀγγλία, στίς ὁποῖες οἱ παραδοσιακές καί τοπικές ἐπιρροές εἶναι ἐμφανεῖς στήν διαμόρφωση τῆς ζήτησεως. Ἐχουν πάντως γίνεи προσπάθειες ἀπό τοὺς παραγωγούς νά μειωθοῦν οἱ ποικιλίες μύρας στήν ἀγγλική ἀγορά. Μεταξύ π.χ. 1967 καί 1974, ὁ ἀριθμός τῶν ἐπωνυμιῶν μύρας (brand names), μειώθηκε ἀπό 3.000 σέ 1.500 περίπου.

Ἀπό ἀποψη περιεκτικότητας σέ οἶνοπνευμα, οἱ βαθμοί τῆς μύρας εἶναι ὑψηλότεροι στή Δ. Γερμανία καί τήν Ὀλλανδία καί χαμηλότεροι στήν Ἀγγλία. Ἡ μύρα συνήθως ἀγοράζεται σέ συσκευασίες δοχείων easy-open ἢ φιάλες. Ἐξαίρεση πάλι ἀποτελεῖ ἡ Ἀγγλία, ὅπου τό 73% τῆς παραγόμενης καί πωλούμενης μύρας διατί-

Κατά κεφαλή κατανάλωση μπίρας σε διάφορες χώρες (1972)

Χώρα	Κατανάλωση κατά κεφαλή (ΛΙΤΡΑ)
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	133,5
Γαλλία	40,3
Δ. Γερμανία	145,3
Ίταλία	12,5
Όλλανδία	65,7
Άγγλία	107,5
Η.Π.Α.	73,4
Καναδάς	82,6
Ίαπωνία	30,0 ¹

Σημειώσεις: 1. 1979

Πηγές: ΕΟΚ και Άγγλία: CBMC (1973)
 Η.Π.Α. : USBA (1973)
 Καναδάς : Research Company of America (1974) and United Nations (1974)
 Ίαπωνία : United Nations (1974).

θεται σέ μορφή χύμα, (σέ βαρέλια καί κάδους) καί καταναλώνεται σέ μπυραρίες (public houses-pubs). 'Αντίθετα, σέ άλλες χώρες, ή συσκευασμένη μπύρα άναλογεί στό 65% ή καί περισσότερο τής συνολικής κατανάλωσης.

'Η μακροχρόνια τάση στή διάρθρωση τής δραστηριότητας του κλάδου σέ όλες τίς χώρες, έκτός τής 'Ιαπωνίας, καταλήγει σέ βαθμιαία μείωση του άριθμου τών επιχειρήσεων καί τών εργοστασίων. 'Ο Πίνακας 3 παρουσιάζει τίς διαχρονικές άλλαγές στους άριθμούς αυτούς στό σχετικά σύντομο διάστημα 1967-1973. 'Η πιό δραστική μείωση στον άριθμό τών επιχειρήσεων καί εργοστασίων, παρατηρήθηκε στή Δ. Γερμανία, ή όποία ώστόσο έξακολουθεί νά άποτελεί μία χώρα μέ σχετικά μεγάλο άριθμό παραγωγών. 'Η έπιβίωση τόσων μονάδων, πολλές άπό τίς όποιες είναι πολύ μικρές, άποδίδεται στήν προτίμηση τών καταναλωτών για μπύρες τοπικής παραγωγής. 'Η τάση αυτή είναι ιδιαίτερα έντονη στή Βαυαρία. Βοήθησε επίσης ή σχετικά χαμηλή φορολογία για τίς μικρές μονάδες καί τό γεγονός ότι δέν υπάρχουν ιδιαίτερα στενές οικονομικές διασυνδέσεις μεταξύ τών μονάδων, πού θά μπορούσαν, σέ δεδομένες περιπτώσεις, νά άδηγήσουν σέ έξαγορά όρισμένων άπό αυτές.

'Ο Πίνακας 3 δείχνει επίσης, ότι ό άριθμός τών επιχειρήσεων μειώνεται μέ ταχύτερο ρυθμό άπό τον άριθμό τών εργοστασίων, πού φανερώνει τήν αύξηση στή σημασία τής λειτουργίας μέ πολλά εργοστάσια (multi-plant operation). 'Από τίς χώρες για τίς όποιες διαθέτουμε στοιχεία, ή 'Αγγλία καί πάλι άποτελεί έξαίρεση. 'Ο λόγος εργοστασίων άνά έπιχείρηση μειώνεται, καθώς οί μεγαλύτερες επιχειρήσεις ζυθοποιίας συγκεντρώνουν τή παραγωγή τους σέ μικρότερο άριθμό εργοστασίων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Μεταβολές στον αριθμό επιχειρήσεων και εργοστασίων ζυθοποιίας σέ διάφορες χώρες, 1967-1973 (1972).

Χώρα	Ε Π Ι Χ Ε Ι Ρ Η Σ Ε Ι Σ				Ε Ρ Γ Ο Σ Τ Α Σ Ι Α				ΕΡΓΟΣΤΑΣΙΑ ΑΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
	1967 (αριθ.)	1973 (αριθ.)	απόλυτη μεταβολή	1967-73 ποσοστιαία μεταβολή %	1967 (αριθ.)	1973 (αριθ.)	απόλυτη μεταβολή	1967-73 ποσοστιαία μεταβολή %	1967 (αριθ.)	1973 (αριθ.)
Βέλγιο-Λουξ.	246	152	- 94	38,2	269	197	- 72	26,8	1,09	1,30
Γαλλία	111	61	- 50	55,0	144	90	- 54	37,5	1,30	1,48
Δ. Γερμανία	1.900	1.550	-350	18,4	1.963	1.667	-296	15,1	1,03	1,08
Ίταλία	29	15	- 14	48,3	39	37	- 2	5,1	1,34	2,47
Όλλανδία	23	15	- 8	65,2	31	23	- 8	25,8	1,35	1,53
Άγγλία	117	88	- 29	24,8	243	162	- 81	33,3	2,08	1,84
Η.Π.Α.	107	64	- 43	40,2	176	108	- 68	38,6	1,64	1,69
Καναδάς	:	8	:	n.a.	:	45	:	n.a.	:	5,63
Ίαπωνία	3	4	+ 1	33,3	:	27 ¹	:	n.a.	:	6,75

: Δέν διαθέτουμε στοιχεία.

Σημειώσεις: 1. Προσεγγίσεις.

Πηγές: ΕΟΚ & Άγγλία: CBMC (1967) (1973)

Η.Π.Α. : USBA (1973) and Research Company of America (1973).

Καναδάς : Research Company of America (1973).

Ίαπωνία : Verlag fur Internationale Wirtschaftsliteratur (1971).

Ἡ μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων ἀποδίδεται ἀφ' ἑνός σέ συγχωνεύσεις καί ἀφ' ἑτέρου σέ διαλύσεις ἐπιχειρήσεων. Στὴν Ἀγγλία, οἱ συγχωνεύσεις ἀπέτελεσαν τὸν κυριότερο λόγο μείωσης τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων, ἐξαιτίας καί τῆς εἰδικῆς "ὑπεραξίας" ποῦ προσεφέρθηκε γιὰ τὰ πρατήρια τῶν ἐπιχειρήσεων ποῦ ἐξαγοράστηκαν (βλ. καί παρακάτω). Σέ ἄλλες εὐρωπαϊκὲς χῶρες ἐπίσης, οἱ περισσότερες ἀπὸ τίς ἐπιχειρήσεις ποῦ κατέληξαν νά δεσπόζουν στὴν ἀγορά, ὀφείλουν σημαντικό μέρος τῆς ἀνάπτυξῆς τους σέ συγχωνεύσεις. Ἀντίθετα, στίς Η.Π.Α. οἱ συγχωνεύσεις ἐπιχειρήσεων δέν ἀπέτελεσαν σημαντικό παράγοντα ἀναπτύξεως, ἐξαιτίας τῆς νομοθεσίας ἀντι-τράστ, καθὼς καί τοῦ γεγονότος ὅτι τὰ πρατήρια δέν ἀνήκουν στίς ἐταιρεῖες. Ὑπολογίστηκε π.χ. ὅτι λιγώτερο ἀπὸ 1/4 τῆς ἀνάπτυξης στό "μερίδιο" τῆς ἀγορᾶς τῶν μεγάλων ἐπιχειρήσεων παραγωγῆς ἐπάνυμης μύρας μεταξύ 1947 καί 1964, ὀφείλετο σέ συγχωνεύσεις. Αὐτὴ ὡστόσο ἡ μορφή ἐπέκτασης, ὑπῆρξε περισσότερο σημαντικὴ γιὰ τοὺς παραγωγούς "χαμηλῆς τιμῆς-λαϊκῆς καταναλώσεως", μεταξύ τῶν ὁποίων πραγματοποιήθηκαν μερικὲς ἀρκετὰ ἐντυπωσιακὲς συγχωνεύσεις.

Ἐχοντας ὑπόψη τοὺς χαμηλοὺς ρυθμοὺς ἀνάπτυξης τῆς συνολικῆς ζητήσεως στίς περισσότερες χῶρες, ἡ μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων ὀδήγησε στὴ σταθερὴ αὐξηση τοῦ "βαθμοῦ συγκεντρώσεως" τῆς ἀγορᾶς.

Ὁ Πίνακας 4 δείχνει τοὺς "βαθμοὺς συγκεντρώσεως ἀγορᾶς" σέ ἐπίπεδο ἀπὸ μία ἕως 4 ἐπιχειρήσεις. Εἶναι φανερό ὅτι ἡ συγκέντρωση, ἐξαιρουμένης τῆς Δ. Γερμανίας, εἶναι "ὕψηλῆ". Σέ 8 χῶρες, στίς τέσσερις μεγαλύτερες ἐπιχειρήσεις τοῦ κλάδου,

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

"Βαθμοί συγκεντρώσεως" παραγωγής ή δυναμικότητας στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, 1973 (ή 1972 ή 1970 ανά-
 λόγις χώρας)

Χώρα	Αθροιστικό (%) μερίδιο της αγοράς (έγχώριες πωλήσεις) των μεγαλύτε- ρων: 1, 2, 3, 4 επιχει- ρήσεων				Έτος	Μερίδιο (%) των μεγαλύτε- ρων επιχειρή- σεων στην συνο- λική παραγωγή του κλάδου	Έτος
	1	2	3	4			
Βέλγιο-Λουξεμ.	35	43-45	49-51	53-56	1973	50	1967
Γαλλία	45	53	57	61	1973	58	1970
Δ. Γερμανία							
(α) Μεμονωμένες	10	14	17	20	1973	9	1967
(β) Συγκ. εταιρ.	20	30	40	42	1972	40	1973
Ίταλία	33+	53+	64+	75+	1973	66	1970
Όλλανδία	55	75	85	87	1973	98	1970
Άγγλία	18-20	34-38	47-53	57-65	1972	56	1972
Η.Π.Α.	21	37	46	53	1973	51	1972
Καναδάς	35	66	92	95	1973	93	1970
Ίαπωνία	54	78	95	100	1970	100	1970

Πηγές: α) Μερίδια αγοράς: ΕΟΚ και Άγγλία - George Hutchinson & Co (1974).
 ΗΠΑ και Καναδάς - Research Company of America (1974).
 Ίαπωνία - Verlag für Internationale Wirtschaftsliteratur (1971).
 β) Ποσοστά παραγωγής: Deutschen Brauer-Bundes eV, (1971).
 Verlag für Internationale Wirtschaftsliteratur (1971).
 Business Statistics Office (1975).
 Research Company of America (1974).

άναλογοῦν πάνω ἀπό τό 50% τῆς ἀγορᾶς. Σέ 7 χῶρες, τό ἴδιο ποσοστό συναντᾶται στό ἐπίπεδο τῶν τριῶν μεγαλύτερων ἐπιχειρήσεων καί σέ 5 χῶρες στίς δύο μεγαλύτερες ἐπιχειρήσεις. Παρατηρεῖται ἀκόμα ὅτι ὁ "βαθμός συγκεντρώσεως" κινεῖται ἀντιστρόφως ἀνάλογα πρός τό μέγεθος τῆς ἐγχώριας ἀγορᾶς, μέ "συντελεστή συσχετισμοῦ" πού κυμαίνεται μεταξύ -0,71 καί -0,63, ἀνάλογα μέ τόν ἀριθμό τῶν ἐπιχειρήσεων στό ὅποιο ἀναφερόμαστε.

Ἔτσι, κατά μέσον ὄρο, οἱ ἐγχώριες πωλήσεις τῶν βασικῶν προμηθευτῶν-παραγωγῶν διαφέρουν, ἀπό χώρα σέ χώρα, σέ ποσοστό μικρότερο ἀπό τή διαφορά στό μέγεθος τῆς ἀγορᾶς καί ὁ "βαθμός συγκεντρώσεως" τείνει νά μειωθεῖ, καθώς ἡ ἀγορά αὐξάνεται. Ἡ στήλη 7 τοῦ Πίνακα 4 δείχνει τόν βαθμό συγκεντρώσεως τῆς παραγωγῆς γιά τίς 4 μεγαλύτερες ἐπιχειρήσεις κάθε χώρας καί εἶναι φανερό ὅτι ὑπάρχει στενή συσχέτιση μέ τά ποσοστά τῶν ἐγχώριων πωλήσεων. Ἡ μόνη οὐσιαστική ἐξαίρεση εἶναι ἡ Ὁλλανδία, ὅπου οἱ σημαντικές ἐξαγωγές τῶν ἐταιρειῶν Heineken-Amstel αὐξάνουν τό μερίδιό τους στήν παραγωγή, πάνω ἀπό τό ποσοστό τους στήν ἐγχώρια ἀγορά.

Ἡ μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων, πού, ὅπως ἀναφέρθηκε, παρατηρήθηκε σέ ὅλες τίς χῶρες, συνοδεύτηκε ἀπό αὐξηση τοῦ μέσου μεγέθους τῶν μονάδων. Μεγαλύτερες ἐπιχειρήσεις ἐπεκτάθηκαν σέ βάρος μικρότερων, μικρές μονάδες ἐκλείσαν καί ἡ παραγωγή συγκεντρώθηκε σέ μεγαλύτερα ἐργοστάσια, πολλά ἀπό τά ὅποια μεγάλωσαν σημαντικά. Σέ μερικές περιπτώσεις κατασκευάστηκαν νέα ἐργοστάσια μέ μεγάλη ἐτήσια παραγωγική δυναμικότητα. Συγκρίνοντας μέσα μεγέθη μπορούμε βέβαια νά ἔχουμε μία εἰκόνα τῶν διαφορῶν στά μεγέθη τῶν μονάδων παραγωγῆς. Ἐκεῖνο ὅμως πού λείπει ἀπό μιά τέτοια σύγκριση, εἶναι ἡ ἀπεικόνιση τῆς κατανομῆς συχνοτήτων

των μεγεθών. Σέ μερικές χώρες εἶναι πιθανό νά υπάρχουν πολλές μικρές μονάδες, πού ἐνῶ ἀποτελοῦν ἕνα μεγάλο ποσοστό τοῦ συνολικοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐπιχειρήσεων, καλύπτουν μόνο ἕνα μικρό μέρος τῆς συνολικῆς παραγωγῆς. Οἱ μονάδες αὐτές συμπιέζουν τό μέσο μέγεθος τῶν ἐπιχειρήσεων μιᾶς χώρας, ὀδηγώντας σέ λανθασμένες συγκρίσεις μέ μιᾶ ἄλλη χώρα, ὅπου π.χ. οἱ μικρές μονάδες εἶναι λιγώτερες ἢ πολύ λίγες.

Ὁ J.S. Bain, στήν πρωτοποριακή του μελέτη γιά περισσότερες ἀπό 34 βιομηχανίες σέ 9 χώρες, συνέκρινε τό μέγεθος τῶν "20 μεγαλύτερων ἐργοστασίων καί ἐπιχειρήσεων" (μέ κριτήριο τό μέσο ἀριθμό ἀπασχολουμένων).

Στή μέθοδο ὅμως αὐτή υπάρχουν δύο προβλήματα. Πρῶτο, ἡ ἐκλογή ἐνός συγκεκριμένου ἀριθμοῦ ἐπιχειρήσεων γιά ὅλες τίς χώρες δυσκολεύει τή σύγκριση, γιατί ὁ ἀριθμός τῶν ἐπιχειρήσεων καί τό μέγεθός τους, διαφέρουν σημαντικά ἀπό χώρα σέ χώρα. Ἔτσι, σέ χώρες μέ σχετικά χαμηλή παραγωγή, (Ἰταλία, Ὁλλανδία, Καναδάς, Ἰαπωνία), οἱ "20 μεγαλύτερες μονάδες" περιλαμβάνουν μερικές πάρα πολύ μικρές ἐπιχειρήσεις. Δεύτερο, ἡ σύγκριση τῶν μέσων μεγεθῶν μέ κριτήριο τήν ἀπασχόληση, μπορεῖ ὅπωςδήποτε νά ὀδηγήσει σέ λανθασμένα συμπεράσματα, ὅταν οἱ μεταξύ τῶν χωρῶν διαφορές στή παραγωγικότητα τῆς ἐργασίας εἶναι σημαντικές. Ἔτσι, ἂν καί ἔχει ὑπολογιστεῖ ὅτι προκειμένου γιά τή ζυθοποιία, τό μέσο μέγεθος τῶν μονάδων στήν Ἀγγλία εἶναι τό 78% τοῦ μεγέθους τῶν Η.Π.Α., τό χαμηλότερο επίπεδα παραγωγικότητας στίς Η.Π.Α. διευρύνουν τή διαφορά σημαντικά.

Σε μεταγενέστερη έρευνα πού άφοροϋσε τή βιομηχανία χάλυβα, οί δυσκολίες αϋτές ξεπεράστηκαν ύπολογίζοντας τό μεγεθος τών έργοστασίων και έπιχειρήσεων, βάσει του φυσικού τους προϊόντος (ή τής παραγωγικής τους δυναμικότητας), και τό μέσο όρο, βάσει τών μεγαλύτερων μονάδων πού καλύπτουν ένα όρισμένο ποσοστό τής συνολικής παραγωγής (ή τής παραγωγικής δυναμικότητας) του κλάδου. Αϋτή ή προσέγγιση έχει χρησιμοποιηθεί και στη περίπτωση τής βιομηχανίας μύρας και τά άποτελέσματα παρουσιάζονται στο Πίνακα 5. Η μέση ετήσια παραγωγή τών μεγαλύτερων μονάδων πού μαζί συγκεντρώνουν τό 50% τής παραγωγής του κλάδου σε κάθε χώρα, συγκρίνεται με τον αντίστοιχο μέσο όρο πού ύπολογίστηκε για τίς Η.Π.Α. Τό ποσοστό 50% είναι βέβαια αϋθαίρετο, αλλά είναι λογικό να ύποθέσουμε ότι σ'αϋτό τό ποσοστό είναι πιθανό να βρίσκεται τό τυπικό μέγεθος τών μονάδων κάθε βιομηχανίας, στην όποία πράγματι έμφανίζονται οί "οίκονομίες κλίμακας". Αϋτή ή ύπόθεση ύποστηρίζεται και από όρισμένα στατιστικά δεδομένα: Τό μέσο μέγεθος τών μονάδων στο ποσοστό 50% συσχετίζεται σε μεγάλο βαθμό (+ 0,8969 και άνω) με τό μέσο μέγεθος στα έπίπεδα 25%, 33,3%, 66,7% και 75%.

Τά άποτελέσματα πού αναφέρονται στα έργοστάσια, με έξαίρεση τήν Όλλανδία, δείχνουν ότι σε όλες τίς χώρες τό μέσο μέγεθος είναι γενικά μικρό, σε σχέση με εκείνο τών Η.Π.Α. Η Όταλία διαθέτει τά μικρότερα έργοστάσια, μέσος όρος 8%, τών Η.Π.Α. Η πολύ μεγάλη αναλογία για τήν Όλλανδία (108%), είναι και πάλι άποτέλεσμα τής έντασης τών έξαγωγών τής Heineken (περισσότερο από 5 εκατ. εκατόλιτρα τό χρόνο, 55% του συνόλου τής Όλλανδικής παραγωγής).

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Μέση ετήσια παραγωγή (χιλ.ηλ.) των μεγαλύτερων εργοστασίων και επιχειρήσεων που συγκεντρώνουν τό 50% τής παραγωγής του κλάδου

Χώρα	Έτος υπολογισμού	Έργοστάσια		Επιχειρήσεις	
		χιλ.ηλ	% τών ΗΠΑ	χιλ.ηλ	% τών ΗΠΑ
Βέλγιο-Λουξεμ.	1967	612	13	1.786	9
Γαλλία	1970	723	15	3.374	17
Δ. Γερμανία	Έργ.: 1970 Έπιχ.: 1967	622	13	733 (1.054)	4 (5)
Ίταλία	1970	359	8	1.117	6
Όλλανδία	1970	5.082	108	7.295	37
Άγγλία	1972	2.063	44	8.101	41
Η.Π.Α.	1972	4.728	100	19.981	100
Καναδάς	1970	1.633	35	4.712	24
Ίαπωνία	1970	2.038	43	17.500	88

Ἡ σύγκριση τῶν μέσων μεγεθῶν γιὰ τίς ἐπιχειρήσεις, δείχνει ἀκόμα μεγαλύτερη διαφορά μεγέθους ἐπιχειρήσεων, μεταξὺ Εὐρώπης καί Η.Π.Α. Ἡ Ἰαπωνία πλησιάζει στὰ ἀμερικανικά ἐπίπεδα (88%), ἀλλὰ στίς ὑπόλοιπες χῶρες τὰ ποσοστά εἶναι χαμηλότερα καί τοῦ 50%. Γιὰ κάθε χώρα, τὸ μέσο μέγεθος τῶν ἐπιχειρήσεων εἶναι σημαντικά μεγαλύτερο ἀπὸ τὸ μέσο μέγεθος τῶν ἐργοστασίων. Σέ 5 περιπτώσεις, τὸ μέσο μέγεθος τῶν ἐπιχειρήσεων εἶναι τουλάχιστον 3 φορές μεγαλύτερο ἀπὸ τὸ μέσο ὄρο τῶν ἐργοστασίων, γεγονός πού ἀντανακλᾷ τὴν ἔκταση τῆς διασπορᾶς τῆς παραγωγῆς σέ πολλά ἐργοστάσια.

Οἱ ζυθοβιομηχανίες πού ἐρευνᾶμε ἐδῶ, διαφέρουν μεταξύ τους καί σέ μία ἀκόμα διάσταση: στὸ βαθμὸ τῆς πρὸς τὰ ἐμπρὸς καθετοποιήσεώς τους. Αὐτὴ ἔχει ἐφαρμοστεῖ στὸ μεγαλύτερο δυνατὸ βαθμὸ στὴν Ἀγγλία, ὅπου σχεδόν κάθε ἐπιχείρηση μύρας διαθέτει ἰδιωτικά, ἀποκλειστικά, πρατήρια, καί ἀναλαμβάνει τὴ διανομὴ τῆς μύρας ἀλλὰ καί ἄλλων ποτῶν (ἀλκοολούχων καί μὴ, soft drinks), μαζί μέ παροχὴ ὑπηρεσιῶν ψυχαγωγίας^{1/}. Τὸ 1967, τὸ 60% περίπου τοῦ ἐπενδυμένου κεφαλαίου τῶν ἀγγλικῶν ἐπιχειρήσεων μύρας ἀντιπροσώπευε ἐπενδύσεις σέ πρατήρια. Αὐτὴ ἡ κατάσταση εἶναι ἀποτέλεσμα αὐστηρῆς πολιτικῆς περιορισμοῦ τοῦ συνολικοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἀδειῶν πρατηρίων γιὰ τὴν πώληση ἀλκοολούχων ποτῶν πού ἀρχισε τὸ 1869. Αὐτὸ ὥθησε τοὺς βιομήχανους μύρας νά ἐπενδύσουν σέ ἰδιόκτητα πρατήρια ὥστε νά ἀποκτήσουν προσβάσεις στὴν ἀγορά (Vaizey 1960), καί σέ περιόδους μάλιστα χαμηλῆς ἢ καί ἀρνητικῆς αὐξήσεως τῆς ζήτησεως, ἐνθαρῦνθησαν σέ πραγματοποίηση, πού φάνηκε ὅτι ἦταν ἡ μόνη ἀποτελεσματικὴ

^{1/} Π.χ. ξενοδοχεῖα, ἐστιατόρια, χορευτικὰ κέντρα, καζίνο, μπυραρίες.

μέθοδος για να αύξησουν το μερίδιό τους στην αγορά. Το 1974, αγγλικές βιομηχανίες μύρας είχαν στη κατοχή τους το 42% των 146.000 πρατηρίων λιανικής πώλησεως αλκοολούχων ποτών. Το ποσοστό τους στον αριθμό των μπουραριών ήταν πολύ μεγαλύτερο, ξεπερνώντας τα 3/4 του συνόλου. Σάν αποτέλεσμα του δικτύου τους αυτού, οι βιομήχανοι είναι σε θέση να όρίζουν τους τύπους μύρας, και, σε μεγάλο βαθμό, και των άλλων ποτών που θα διατίθενται στα πρατήριά τους. Αυτή η δύναμη στην αγορά ενισχύεται και από το σύστημα των χαμηλότοκων δανείων που είναι διαθέσιμοι να προσφέρουν σε ανεξάρτητα πρατήρια. Προϋπόθεση βέβαια παροχής τέτοιων δανείων είναι ότι τα πρατήρια αυτά θα αγοράζουν ένα συγκεκριμένο ποσοστό των προμηθειών τους (συνήθως 100%) από τη βιομηχανία που τους δανειοδοτεί. Τέτοια δεσμευτικά δάνεια είναι χαρακτηριστικά και στην ήπειρωτική Ευρώπη και έχει μάλιστα απασχολήσει και την Έπιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Ο ολοκληρωτικός πάντως έλεγχος και η ιδιοκτησία πρατηρίων από επιχειρήσεις παραγωγής μύρας έχει αναπτυχθεί σε σημαντικό βαθμό μόνο στη Δ. Γερμανία. Γενικά, οι Ευρωπαίοι βιομήχανοι διανέμουν τα προϊόντα τους μέσω δικτύων ανεξαρτήτων διανομένων, καθώς και με κατ'ευθείαν αποστολές στα πρατήρια. Στην Β. Αμερική, τέτοιου είδους "αποκλειστικότητες", είτε δηλαδή μέσω ιδιοκτησίας των πρατηρίων από τις βιομηχανίες, είτε μέσω δεσμευτικών συμβολαίων, είναι γενικά απαγορευμένες από την νομοθεσία αντι-τράστ. Εκεί οι διανομείς μπορούν απλώς να συμφωνήσουν σε ρήτρες "προτεραιότητας" για τα προϊόντα μιας συγκεκριμένης βιομηχανίας.

III. Οικονομίες κλίμακας

3.1 Γενικά Εισαγωγικά

Σάν "οικονομίες κλίμακας", ορίζουμε τή μείωση τοῦ πραγματικοῦ, ανά μονάδα παραγόμενου προϊόντος, κόστους πού ἀκολουθεῖ μία αὔξηση τῆς κλίμακας παραγωγῆς τῆς ἐπιχειρήσεως.

Ἡ "κλίμακα" εἶναι βέβαια ἓνα πολυδιάστατο θέμα πού συνδέεται ὄχι μόνο μέ τήν παραγωγή ἑνός συγκεκριμένου προϊόντος, ἀλλά καί μέ τόν συνολικό ἀριθμό τῶν διαφορετικῶν προϊόντων πού παράγονται ἀπό ἓνα ἐργοστάσιο, τή σύνθεση τῆς συνολικῆς παραγωγῆς, τὸ μέγεθος τῆς συνολικῆς παραγωγῆς κάθε προϊόντος, τόν ἀριθμό τῶν ἐργοστασίων πού συμμετέχουν στήν παραγωγή καί τὸ μέγεθος καί πλῆθος τῶν ἐπιχειρήσεων.

Στά τελευταῖα 15 χρόνια, ἡ ἐμπειρία πάνω σ'αὐτά τὰ θέματα ἔχει αὔξηθεῖ σημαντικά καί ὑπάρχουν σήμερα ἀρκετές μέθοδοι γιά τή μέτρηση καί τήν ἀξιολόγηση τῶν οἰκονομιῶν κλίμακας. Ἡ πιό κατάλληλη πάντως μέθοδος γιά τόν ὑπολογισμό τῶν πλεονεκτημάτων πού προέρχονται ἀπό τεχνικές βελτιώσεις -πού κυρίως μᾶς ἐνδιαφέρουν ἐδῶ- εἶναι ἡ μέθοδος τοῦ "θεωρητικοῦ βιομηχανικοῦ κόστους" (cost engineering approach). Ἡ μέθοδος αὐτή συνίσταται στό ὅτι κατασκευάζονται πρότυπα κόστους ὑποθετικῶν ἐγκαταστάσεων μέ συγκεκριμένα γνωρίσματα καί προδιαγραφές. Ἔτσι, ὅλες οἱ ἐπιδράσεις τῶν μεγεθῶν στό κόστος κρατοῦνται σταθερές, ἐνῶ μεταβλητή εἶναι μόνο ἡ κλίμακα παραγωγῆς τῆς ὁποίας μπορεῖ πιά νά ἀπομονωθεῖ ἡ ἐπίδραση, κάτι τὸ ὁποῖο εἶναι βέβαια ἀδύνατο ὅταν χρησιμοποιοῦνται ἀληθινά στοιχεῖα. Ὅστόσο, εἶναι φανερό, ὅτι τὰ ἀποτελέσματα δέν μποροῦν νά ἐπαληθευτοῦν ἀπό πραγματικές καταστάσεις.

Υπολογισμοί για τις οικονομίες κλίμακας στην βιομηχανία μύρας έχουν γίνει από παλαιότερες έρευνες. Νεώτερες όμως μελέτες που έγιναν με τη συνεργασία μεγάλων ευρωπαϊκών επιχειρήσεων του κλάδου έχουν καταλήξει στη κατασκευή ενός μοντέλου κόστους παραγωγής, που περιλαμβάνει τέσσερεις τύπους κόστους: κόστος κεφαλαίου, εργατικό κόστος, κόστος πρώτων ύλων και έναν ακόμα τύπο που αφορά τις υπόλοιπες δαπάνες παραγωγής.

3.2 Κόστος Κεφαλαίου

Έχει παρατηρηθεί γενικά, ότι μία αύξηση στη δυναμικότητα των εργοστασίων δεν προκαλεί πάντα αύξηση του συνολικού κόστους κεφαλαίου κατά το ίδιο ποσοστό.

Ο τύπος της σχέσεως κόστους-δυναμικότητας, μπορεί να περιγραφεί σαν $C = aX^b$, όπου C είναι το συνολικό κόστος κεφαλαίου, X η προβλεπόμενη δυναμικότητα, a είναι μία σταθερά και b ένας εκθέτης μικρότερος της μονάδας.

Εμπειρικές παρατηρήσεις έχουν δείξει ότι η τιμή του εκθέτη αυτού είναι περίπου 0,6. Αυτός ο "κανόνας", βασίζεται κυρίως στο ότι το κόστος των δεξαμενών, των σωληνώσεων κλπ., εξαρτάται περισσότερο από την επιφάνειά τους, παρά από την δυναμικότητά τους. Επιπλέον, πολλά κομμάτια του εξοπλισμού αποτελούν πάγιο εξοπλισμό του οποίου το κόστος κατανέμεται σε συνεχώς μεγαλύτερη παραγωγή, καθώς η κλίμακα του εργοστασίου αυξάνει.

Στά στάδια της παραγωγής μύρας πού προηγούνται της τελικής της συσκευασίας, ή δυνατότητα νά αύξηθεῖ ή δυναμικότητα τοῦ ἐξοπλισμοῦ, τό μεγαλύτερο μέρος ἀπό τό ὁποῖο εἶναι κατασκευασμένο ἐπί παραγγελία γιά τό κάθε ζυθοποιεῖο, εἶναι πού κυρίως προκαλεῖ καί τήν ἐμφάνιση τῶν οἰκονομιῶν κλίμακας στό κόστος κεφαλαίου πού, στά σύγχρονα συγκροτήματα ἀρχίζουν νά παρουσιάζονται στό ἐπίπεδο τῶν περίπου 2,5 ἑκατ. ἑκατολίτρων.

Στό στάδιο της συσκευασίας, ὅπου ὁ ἐξοπλισμός ἀναγκαστικά πρέπει νά ἀγοραστεῖ γιά ἀδισαίρετα τμήματα δυναμικότητας, ή κύρια οἰκονομία προέρχεται ἀπό τόν καλύτερο συντονισμό τῶν λειτουργιῶν, ἔτσι ὥστε νά περιορίζονται τά "μποτιλιαρίσματα" καί νά ἐλαχιστοποιεῖται ή ἀργούσα δυναμικότητα. Τά μεγαλύτερα πάντως περιθώρια γιά οἰκονομίες κλίμακας ἐντοπίζονται στή συσκευασία μύρας σέ μεταλλικά κουτιά, ὅπου μέ τίς μοντέρνες μηχανές μπορεῖ νά γεμίσουν μέχρι καί 2.000 κουτιά τό λεπτό, πρᾶγμα πού σημαίνει ἐτήσια παραγωγή 2 ἑκατ. ἑκατόλιτρα. Οἱ εὐκαιρίες γιά οἰκονομίες κλίμακας εἶναι ἀντίστοιχα πολύ περιορισμένες στήν παραδοσιακή συσκευασία μύρας σέ μεταλλικά ἢ ξύλινα βαρέλια. Γιά ἐργοστάσια πού χρησιμοποιοῦν περισσότερες ἀπό μία μορφές συσκευασίας, μέ ὄγκους παραγωγῆς ὑψηλότερους ἀπό αὐτούς πού θεωροῦνται οἱ ἰδανικοί γιά κάθε μορφή χωριστά, πρέπει βέβαια νά παρθεῖ κάποιος μέσος ὁρος. Ὡστόσο, καμμία οἰκονομία κλίμακας δέν ἐπιτυγχάνεται στήν ἀποθήκευση. Αὐτό τό κόστος (περιλαμβανομένων καί τῶν κτιρίων καί τῶν φορτηγῶν μεταφορᾶς καί φορτώσεως), μπορεῖ νά φτάσει μέχρι καί 50% τοῦ συνολικοῦ κόστους ἐπενδύσεως μίας νέας μονάδας καί μειώνει σημαντικά τίς ἐπιδράσεις στό συνολικό κατά μονάδας κόστος τῶν οἰκονομιῶν, πού ἐπιτυγχάνονται στά στάδια παραγωγῆς-συσκευασίας.

Ο Πίνακας 6 δείχνει τό κόστος κεφαλαίου ανά μονάδα προϊόντος για μονάδες με έτήσια παραγωγή μεταξύ 1 έως 7 έκατ. hl, καί έξειδικευμένες στή παραγωγή μύρας σέ βαρέλκια, μεγάλα βαρέλια, φιάλες καί μεταλλικά δοχεία. Σέ όλες τίς μορφές συσκευασίας, οί οίκονομίες κλίμακας έχουν πραγματοποιηθεί καί έξαντληθεί στό επίπεδο τών 5 έκατ. hl. Ο ρυθμός μειώσεως του κόστους είναι ταχύτερος στή συσκευασία σέ μεταλλικά δοχεία. Σέ επίπεδα απόλυτου κόστους, τό μοντέλο δείχνει ότι τό κόστος ανά μονάδα είναι ύψηλότερο για τά έμφιαλωμένα προϊόντα καί ακολουθοῦν ή συσκευασία σέ κάδους, σέ βαρέλια καί, τέλος, σέ μεταλλικά δοχεία.

Τό χαμηλό κόστος τών μεταλλικῶν δοχείων, όφείλεται κυρίως στό ότι παρουσιάζουν μεγάλη εύχέρεια στή μεταφορά τους. Οί έκθέτες κόστους παρουσιάζονται νά είναι μεταξύ 0,85 καί 0,89, πού σημαίνει ότι οί οίκονομίες κλίμακας είναι μικρότερες άπ'ότι θά περίμενε κανείς με βάση τό 0,6 πού παλιότερες μελέτες είχαν προτείνει.

3.3 Έργατικό κόστος

Οί άνάγκες σέ εργατικό δυναμικό αύτης της βιομηχανίας, έξαρτῶνται απόλυτα από τόν αριθμό καί τό μέγεθος τών μηχανημάτων. Για τό εργατικό κόστος, καί σέ αντίστοιχία με τό $\beta=0,6$, έχει προταθεί $\beta=0,2$, αυτό όμως δέν έχει έπιβεβαιωθεί. Ο Πίνακας 7 παρουσιάζει τίς μεταβολές στό εργατικό κόστος για διάφορες μορφές συσκευασίας μύρας. Έδώ ή έξοικονόμηση με την αύξηση της παραγωγής είναι έντονώτερη στα προϊόντα σέ μικρά καί μεγάλα βαρέλια καί σέ όλες τίς μορφές οί οίκονομίες κλίμακας εξακολουθοῦν μέχρι τό επίπεδο παραγωγής τών 7 έκατ. hl.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

Δείκτες μεταβολής συνολικού κόστους κεφαλαίου ανά μονάδα προϊόντος, ανάλογως μορφής προϊόντος και δυναμικότητας εργοστασίου (7 έκ.τ. εκατόλιτρα (hl)=100

Δυναμικότητα (έκ.τ. hl.)	Μπύρα συσκευασμένη σέ:			
	Βαρελάκια (keg)	Μεγάλα βαρέλια (kask)	φιάλες	Μεταλλικά δοχεία
1,0	125	127	123	134
2,0	109	110	111	122
3,0	104	104	104	104
4,0	101	101	101	102
5,0	100	100	100	101
6,0	100	100	100	100
7,0	100	100	100	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

Δείκτες μεταβολής μέσου εργατικού κόστους ανάλογως μορφής προϊόντος και δυναμικότητας εργοστασίου (7 έκατ. ηλ.=100).

Δυναμικότητα (έκατ. ηλ)	Μπύρα συσκευασμένη σέ		
	Βαρελάκια/ Βαρέλια	Φιάλες	Μεταλλικά δοχεία
1,0	255	158	185
2,0	199	135	151
3,0	156	118	127
4,0	133	110	115
5,0	112	102	103
6,0	104	101	101
7,0	100	100	100

Ἐξετάζοντας τὸ ἀπόλυτο κόστος, ἡ ἐμφιαλωμένη μύρα εἶναι ἢ περισσότερο ἐντάσεως ἐργασίας, πρᾶγμα πού ὀφείλεται κυρίως στὰ πολλά στάδια στὴ παραγωγή παρὰ σὲ ἔλλειψη τελειοποιήσεως τοῦ ἐξοπλισμοῦ καὶ ἢ συσκευασμένη σὲ βαρέλια ἢ λιγώτερο. Ἐδῶ, ὁ ἐκθέτης κόστους κυμαίνεται μεταξύ 0,52 καὶ 0,76.

3.4 Κόστος πρώτων ὑλῶν

Ἡ ποσότητα δημητριακῶν πού ἀπαιτεῖται γιὰ τὴν παραγωγή ἑνὸς hl. μύρας, ἐξαρτᾶται ἀπὸ τὸ εἰδικὸ βᾶρος τῆς μύρας πού θά παραχθεῖ. Γιὰ μία μύρα δεδομένου εἰδικοῦ βάρους, τὸ συνολικὸ κόστος τῶν πρώτων ὑλῶν, κυμαίνεται σὲ ἀνάλογη σχέση μὲ τὴν ποσότητα μύρας πού θά παραχθεῖ. Μὲ ἄλλα λόγια, τὸ κόστος πρώτων ὑλῶν ἀνὰ μονάδα προϊόντος παραμένει σταθερό. Ὡστόσο, σὲ περιπτώσεις μεγάλων μαζικῶν ἀγορῶν ἵπὸ τοὺς παραγωγούς, εἶναι δυνατόν νά συμφωνηθοῦν ἐκπτώσεις. Ἀπὸ διάφορες πληροφορίες προκύπτει ὅτι οἱ οἰκονομίες κλίμακας μεγιστοποιοῦνται στὸ ἐπίπεδο παραγωγῆς τῶν 2,5 ἑκατ. hl. καὶ ἀντιπροσωπεύουν μία μείωση κόστους 9% περίπου, συγκρινόμενο μὲ τὸ κόστος στὸ ἐπίπεδο 1 ἑκατ. hl. ἐτήσιας παραγωγῆς. Παρόμοιες ἐκπτώσεις καὶ οἰκονομίες εἶναι δυνατό νά ὑπάρξουν καὶ σὲ ἄλλες πρώτες ὕλες, ὑλικά συσκευασίας κλπ. καὶ τὸ συνολικὸ κόστος πρώτων ὑλῶν ὑπολογίζεται ὅτι μειώνεται γραμμικά, καθὼς τὸ ἐπίπεδο παραγωγῆς αὐξάνει μέχρι ἐτήσια παραγωγή 2,5 ἑκατ. hl. πέρα ἀπὸ τὸ ὁποῖο παραμένει σταθερό.

3.5 Άλλα κόστη παραγωγής

Έκτός της φορολογίας (Φ.Κ.Ε.), (πού εξετάζεται παρακάτω), άλλα κόστη παραγωγής αφορούν στα καύσιμα, στο νερό, σε τοπικούς φόρους, σε φωτισμό, συντήρηση και επίσκευές. Για όλα αυτά δεν φαίνεται να υπάρχουν σημαντικές οικονομίες κλίμακας και θεωρείται ότι, ανά μονάδα προϊόντος, τα κόστη αυτά παραμένουν σταθερά στα διάφορα επίπεδα παραγωγής.

3.6 Συνολικό κόστος παραγωγής

Για να υπολογιστεί η επίδραση των οικονομικών κλίμακας στο συνολικό κόστος παραγωγής ανά μονάδα προϊόντος, κάθε μία κατηγορία κόστους πρέπει να σταθμιστεί ανάλογα με την ποσοστιαία συμμετοχή της στο συνολικό κόστος. Πολλές φορές αυτά τα ποσοστά διαφέρουν από χώρα σε χώρα, καμιά φορά μάλιστα και σε σημαντικό βαθμό. Ο Πίνακας 8 παρουσιάζει τη ποσοστιαία σύνθεση του συνολικού κόστους παραγωγής 40 εργοστασίων της Αγγλίας στη περίοδο 1964-1965. Για να αποφευχθεί κάποια υπερεκτίμηση της επίδρασης των οικονομικών κλίμακας, τα στοιχεία εφαρμόστηκαν μόνο στους δείκτες μεταβολής του κόστους της έμφιασμένης μύρας, μόνο πού γενικά παρουσιάζει τις λιγότερες οικονομίες κλίμακας. Το αποτέλεσμα παρουσιάζεται στη στήλη 2 του Πίνακα 9. Ο ύψηλός συντελεστής σταθμίσεως πού δίδεται στα υπόλοιπα στοιχεία μέσου κόστους πού, όπως είπαμε, μένουν σχετικά σταθερά καθώς η δυναμικότητα αυξάνει, αμβλύνει σημαντικά την επίδραση των οικονομικών κλίμακας από κόστος Κεφαλαίου και Έργασίας και έτσι η εξοικονόμηση δεν παρουσιάζεται μεγαλύτερη από 20%, σε όλη τη κλίμακα παραγωγής από 1 έως 7 εκατ. hl. Ουσιαστικά, οι οικονομίες κλίμακας πραγματοποιούνται και εξαντλούνται μέχρι το επίπεδο των 5 εκατ. hl. παραγωγή ετησίως. Αυτό το μέγε-

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

Ποσοστιαία σύνθεση του κόστους παραγωγής μύρας, στην Αγγλία, 1964-1965

Τύπος κόστους	Ποσοστό επί του κόστους
Πρώτες ύλες μύρας	23,1
*Υλικά έμφιαλώσεως	3,9
*Εργατικά	19,1
*Αποσβέσεις	7,7
Τόκοι στο πάγιο κεφάλαιο	15,4
*Άλλα έξοδα	30,8
Σ Υ Ν Ο Λ Ο	100

ΠΙΝΑΚΑΣ 9

Δείκτες συνολικού κόστους παραγωγής ανά μονάδα προϊόντος. α): εξαιρουμένης φορολογίας καταναλώσεως β): περιλαμβανομένης φορολογίας καταναλώσεως.

Άγγλία (1964-1965) (7 έκατομμύρια h1=100)

<u>Δυναμικότητα (έκατ. h1)</u>	<u>(α) άνευ φόρων</u>	<u>(β) μέ φόρους</u>
1,0	119	107
2,0	110	104
3,0	104	102
4,0	102	101
5,0	100	100
6,0	100	100
7,0	100	100

θος παραγωγής, όπου τό κόστος ανά μονάδα προϊόντος ελαχιστοποιείται, μπορεί νά όριστεί σάν ή "έλαχίστη άποδοτική κλίμακα παραγωγής" (ε.α.κ.-minimum efficient scale).

Μία τέτοια μέθοδος προσδιορισμού της ε.α.κ. είναι κατάλληλη, όταν ή σχέση κόστους-κλίμακας παραγωγής μπορεί νά προσδιοριστεί μέ μεγάλη άκρίβεια. Οί ύπολογισμοί μας όμως είναι άναγκαστικά προσεγγιστικοί. Στόν καθορισμό π.χ. του μέσου κόστους για έπίπεδα παραγωγής τών 5 καί 7 έκατ. ηλ., οί πληροφορίες προήλθαν από έργοστάσια στά όποία δέν ύπήρχε άκόμα μεγάλη έμπειρία λειτουργίας. Συνεπώς, οί οίκονομίες κλίμακας μπορεί νά είναι λιγώτερο ή περισσότερο έντονες άπ'όχι ύπολογίζεται. Είναι έπιβεβλημένο λοιπόν νά είναι κανείς πολύ προσεκτικός στις έκτιμήσεις της ε.α.κ. Αυτό είναι ιδιαίτερα άναγκαίο όταν έξετάζεται ή αύξηση του μέσου κόστους, όταν ή κλίμακα παραγωγής μειώνεται κάτω τών 5 έκατ. ηλ. Ένα έργοστάσιο δυναμικότητας 3 έκατ.ηλ. έτησίως παρουσιάζει μία αύξηση κόστους 4% μόνο, σέ σχέση μέ ένα έργοστάσιο δυναμικότητας 5 έκατ. ηλ. έτησίως. Έάν ύπολογιστούν οί διαφορές στις συνθήκες παραγωγής, στή ζήτηση καί στά έπίπεδα παραγωγικότητας μεταξύ τών διάφορων έργοστασίων, διαφορές πού δέν σχετίζονται άπαραίτητα μέ τίς κλίμακες παραγωγής, τότε αύτή ή έπιβάρυνση κόστους είναι άσήμαντη.

Γιά νά ξεκαρλιστεί περισσότερο ή έννοια της ε.α.κ. μπορούμε νά πούμε ότι είναι εκείνη ή κλίμακα παραγωγής, στήν όποία για πρώτη φορά έπιτυγχάνεται ένας προκαθορισμένος ρυθμός μειώσεως του μέσου κόστους. Ένα έπίπεδο παραγωγής, στό

όποιο για πρώτη φορά παρουσιάζεται μία μείωση στο συνολικό κόστος της τάξεως του 5%, όταν η κλίμακα παραγωγής διπλασιαστεί, είναι ίσως ένα μέτρο που θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για συγκρίσεις. Έφαρμόζοντας παρόμοιους υπολογισμούς σε στοιχεία που διαθέτουμε, καταλήγουμε σε μία ε.α.κ. της τάξεως περίπου των 3 έκ.α. ήλ. ετήσιας παραγωγής. Πρέπει βέβαια να σημειωθεί ότι διαφορές στις τιμές των συντελεστών παραγωγής μεταξύ των διάφορων χωρών επηρεάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την ευαισθησία του συνολικού κόστους ανά μονάδα παραγόμενου προϊόντος, απ'ότι οι μεταβολές του κόστους των συντελεστών παραγωγής που επηρεάζονται από τις οικονομίες κλίμακας.

Σάν αποτέλεσμα, η κλίση της καμπύλης κλίμακας και συνεπώς τό επίπεδο της ε.α.κ., πιθανώς και αυτή να διαφέρει από χώρα σε χώρα.

3.7 Έμμεση φορολογία μύρας

Η μέθοδος έπιβολής έμμεσης φορολογίας διαφέρει από χώρα σε χώρα, αλλά σε όλες τις περιπτώσεις τό ποσό που έπιβάλλεται σ'ένα συγκεκριμένο τύπο μύρας, μεταβάλλεται μέ σχέση εϋθέως ανάλογη μέ τήν συνολική ποσότητα που παράγεται. Μέ άλλα λόγια, ό φόρος ανά μονάδα προϊόντος είναι σταθερός. Η έκταση της συγκεκριμένης φορολογίας είναι βέβαια διαφορετική σε κάθε χώρα. Τό 1974 ή μέση φορολογική έπιβάρυνση (σε δολάρια), για μύρα 12,5 Plato (άντιστοιχία σε είδικό βάρος 1.051 περίπου)

σέ 7 χώρες ήταν ή εξής:

*Αγγλία	: \$ 30,46
*Ολλανδία	: \$ 7,66
*Ιταλία	: \$ 8,41
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	: \$ 5,91
Δ. Γερμανία	: \$ 4,40
Η.Π.Α.	: \$ 7,76
Γαλλία	: \$ 1,31

Αυτοί συμπληρώνονται από φόρους "κατ'άξία" (ad valorem) και από άλλους "τοπικούς" φόρους και φυσικά ή σχετική επίπτωσή τους στην τελική τιμή εξαρτάται και από τά υπόλοιπα στοιχεία κόστους και κέρδους. Είναι πάντως προφανές ότι ή φορολογία είναι ύψηλή στην Άγγλία και εξετάζοντας τήν επίδραση πού έχει στις οικόνομίες κλίμακας δίνει μία "μέγιστη" ένδειξη τής επίδράσεως τής φορολογίας. Τό Έθνικό Συμβούλιο Τιμών και Είσοδημάτων (National Board for Prices and Incomes) τής Άγγλίας, ύπολόγισε, σέ μία έρευνά του για τή περίοδο 1964-1965, ότι ή φορολογία άποτελοϋσε τό 62,3% του συνολικού κόστους, (όπου περιλαμβανόταν και μία έκτίμηση για τόκους στό πάγιο κεφάλαιο). Ξαναυπολογίζοντας τούς σταθμισμένους ύπολογισμούς για τίς οικόνομίες κλίμακας, προκύπτει ή στήλη 3 του Πίνακα 9. Τό συνολικό αποτέλεσμα τών οικόνομιων είναι δραστικά μειωμένο, μέ μία ε.α.κ. πού τώρα τοποθετείται στά 2 έκατ.η1.

3.8 Μεταφορικό Κόστος

Ή επιλογή του μεγέθους του εργοστασίου δέν εξαρτάται άποκλειστικά από τό κόστος παραγωγής. Τό κόστος μεταφοράς τών τελικων προϊόντων στους τόπους τελικής καταναλώσεως παίζει ένα εξίσου σημαντικό ρόλο. Κατά κανόνα, καθώς τό σχεδιαζόμενο μέγεθος ενός εργοστασίου αύξάνει, ή περιοχή πού καλύπτει ή αγορά

του, διευρύνεται. Καθώς όμως γίνονται παραδόσεις σε όλο και πιο απομακρυσμένες περιοχές, το μέσο κόστος μεταφοράς (ανά μονάδα προϊόντος) επίσης αυξάνει. Το κατάλληλο μέγεθος εργοστασίου θα είναι εκείνο το μέγεθος, όπου το συνολικό κόστος ανά μονάδα (πού υπολογίζεται από την άθροιση του μέσου κόστους παραγωγής και του μέσου κόστους μεταφοράς), για κάθε επίπεδο παραγωγής, ελαχιστοποιείται. Αυτό συμβαίνει όταν οι κλίσεις της καμπύλης μέσου κόστους παραγωγής και της καμπύλης του μέσου κόστους μεταφοράς είναι ίσες. (Π.χ. όταν μία αύξηση στο μέγεθος του εργοστασίου, αυξάνει το μέσο κόστος μεταφοράς κατά το ίδιο απόλυτο ποσό που αυξάνει το μέσο κόστος παραγωγής).

Όστόσο, δεν είναι δυνατό να βρεθεί μία μοναδική συσχέτιση μεταξύ του κόστους μεταφοράς και του μεγέθους του εργοστασίου, δεδομένου ότι το κόστος μεταφοράς επηρεάζεται και από την ζήτηση για το προϊόν και από το σύστημα διανομής του. Συγκεκριμένα, το κόστος μεταφοράς επηρεάζεται από τη τοποθεσία εγκαταστάσεως της μονάδας, το μέγεθος και τη πυκνότητα των σημείων καταναλώσεως, τη κατάσταση του ^{του} οδικού δικτύου ή γενικότερα δικτύου μεταφορών, που επηρεάζει το κόστος ανά μίλι.

Υποθέτοντας μία κυκλική αγορά με ακτίνα r μίλια, ομοιογενή πυκνότητα ζήτησεως από D μονάδες ανά τετραγωνικό μίλι, ένα σταθερό κόστος T μεταφοράς μιας μονάδας προϊόντος σε ένα μίλι απόσταση και ένα ποσοστιαίο μερίδιο αγοράς S , για το συγκεκριμένο εργοστάσιο, τότε το κόστος μεταφοράς ανά μονάδα, ενός εργοστασίου που πουλά Q μονάδες προϊόντος, δίνε-

ται από τόν τύπο:

$$\text{μέσο κόστος μεταφορᾶς ἀνά μίλι: } \frac{2T\sqrt{\eta}}{3\sqrt{SD\pi}}$$

Χρησιμοποιώντας στοιχεία για τήν Ἀγγλία (μέσα δεκαετίας '60) καί ἔχοντας κατά νοῦ ἕναν ὑποθετικό μονοπωλητή (ὅποτε $S=100\%$ ἢ 1), τό κόστος μεταφορᾶς ἀνά μονάδα προϊόντος για διάφορα επίπεδα δυναμικότητας ἐργοστασίων, παρουσιάζονται στήν στήλη 2 τοῦ Πίνακα 10. Ἡ στήλη 3 παρουσιάζει τοῦς ὑπολογισμούς για τό μέσο κόστος παραγωγῆς ἀνά μονάδα προϊόντος (ἐκτός φόρων). Τό συνολικό κόστος ἀνά μονάδα (στήλη 4), ἐλαχιστοποιεῖται για μία δυναμικότητα 3 ἐκ. ἠλ. Ἡ ἄριστη δυναμικότητα παραμένει ἡ ἴδια, ἄν στό κόστος παραγωγῆς συμπεριληφθοῦν οἱ φόροι καταναλώσεως.

Ἡ ἀνερχόμενη καμπύλη μέσου κόστους μεταφορᾶς, όταν συσχετισθεῖ μέ τήν καμπύλη μέσου κόστους παραγωγῆς πού ἔχει σχῆμα L, ἐπιδρᾷ μέ τρόπο ὥστε τό συνολικό μέσο κόστος νά ἐλαχιστοποιεῖται σέ μία κλίμακα παραγωγῆς χαμηλότερη ἀπό ἐκείνη ὅπου ἐλαχιστοποιεῖται τό ἴδιο τό μέσο κόστος παραγωγῆς. (Στή προκειμένη περίπτωση τό μέσο κόστος παραγωγῆς ἐλαχιστοποιεῖται σέ δυναμικότητα 5 ἐκατ. ἠλ.). Συνεπῶς, ἄν ἡ ε.α.κ. ἔχει ὑπολογιστεῖ, ὅπως νωρίτερα, ἀπό τό σημεῖο μείωσης κόστους καί ἄνω, ἡ ε.α.κ. θά μειωθεῖ ἐάν ληφθεῖ ὑπόψη τό συνολικό μέσο κόστος. Σ'αὐτή τή περίπτωση, ἡ ε.α.κ. μειώνεται στό 1 ἐκατ. ἠλ περίπου.

Θά ἦταν ὅμως λάθος νά ἀξιολογήσει κανεῖς τή σπουδαιότητα τῶν οἰκονομιῶν κλίμακας για ὅλες τίς χώρες, βάσει τῶν προηγουμένων. Ἡ θέση καί ἡ κλίση τῆς καμπύλης μέσου κόστους μεταφορᾶς ἐπηρεάζεται ἀπό τήν "πυκνότητα ζητήσεως", τό "μερίδιο" τῆς ἐπιχειρήσεως στήν ἀγορά καί τό ἴδιο τό κόστος μεταφορᾶς ἀνά μίλι. Αὔξηση στήν πυκνότητα ζητήσεως π.χ. ἡ τοῦ μερι-

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

Αντιπροσωπευτικά κόστη παραγωγής και μεταφοράς, για εργοστάσια μύρας της Αγγλίας (1966).

Ετήσια δυναμικότητα έκατ. hl.	Κόστος παραγωγής ανά hl. (1) £	Κόστος μεταφοράς ανά hl. (2) £	Συνολικό κόστος ανά hl. £
1,0	6,24	0,67	6,91
2,0	5,76	0,95	6,71
3,0	5,45	1,16	6,61
4,0	5,34	1,34	6,68
5,0	5,24	1,49	6,73

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ:

- Υπολογίστηκαν με εφαρμογή των στοιχείων κόστους παραγωγής (έκτός φόρων) του Πίνακα 9 (στήλη 2), σε υπολογιζόμενο κόστος παραγωγής για το 1966 £ 6.24 ανά hl. και δυναμικότητα 1 έκατ. hl. Οι τελευταίες εκτιμήσεις βασίστηκαν σε πληροφορίες από αγγλική επιχείρηση παραγωγής μύρας.
- Στόν τύπο $\frac{2 \cdot T \cdot \lambda \cdot Q}{3 \cdot S \cdot D \cdot \pi}$, τό T υπολογίστηκε σε £ 0,05, βάσει στοιχείων από αγγλικές βιομηχανίες για το 1966, τό Q είναι ο συνολικός όγκος που μεταφέρθηκε, τό S είναι τό μερίδιο της αγοράς=1 (τό εργοστάσιο θεωρήθηκε μονοπωλητής), τό D είναι "πυκνότητα" ζήτησης ανά τετραγωνικό μίλι= 791,3 hl. Η κατανάλωση μύρας κατά κεφαλή τό 1966 ήταν 92,6 λίτρα. Ο πληθυσμός ανά τετραγωνικό μίλι υπολογίστηκε σε 855 άτομα. Τό π είναι βέβαια ίσο με 3,1416.

δίου αγοράς και μείωση στο κόστος μεταφοράς, προκαλούν μετατόπιση της καμπύλης προς τα κάτω και μειώνουν τη κλίση της και συνεπώς θα ύψωθεί το επίπεδο όπου επιτυγχάνεται άριστοποίηση του μεγέθους του εργοστασίου, επιτρέποντας μεγαλύτερη αξιοποίηση των οικονομικών κλίμακας στη παραγωγή. Οι τιμές των μεταβλητών διαφέρουν από χώρα σε χώρα, μεταξύ αστικών και αγροτικών περιοχών και ανάλογα με τη κατάσταση του συγκοινωνιακού δικτύου. Το επίπεδο των 3 εκατ. hl., που έχει υπολογισθεί με βάση το κόστος παραγωγής μόνο, μπορεί να θεωρηθεί σαν μία προσέγγιση του "άριστου" μεγέθους εργοστασίου για κάθε χώρα, λαμβανομένου υπόψη ότι μία τέτοια γενίκευση έχει περιορισμένη εφαρμογή.

3.9 Οικονομίες από τη λειτουργία με περισσότερα από ένα εργοστάσια (Multi-plant economies).

Παρά τα εμπόδια του αυξημένου κόστους μεταφοράς, είναι φανερό από τον Πίνακα 5, ότι το μέγεθος των μεγαλύτερων επιχειρήσεων μύρας σε κάθε χώρα, υπερβαίνει κατά πολύ το απαιτούμενο μέγεθος για αποτελεσματική και οικονομική λειτουργία ενός εργοστασίου. Αυτές οι επιχειρήσεις λειτουργούν συνήθως πολλές παραγωγικές μονάδες συγχρόνως. Εκτός από τα πλεονεκτήματα οικονομικής σταθερότητας που το μέγεθος αυτό καθαυτό προσφέρει, οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να επιτύχουν πρόσθετες οικονομίες κλίμακας, με το να χρησιμοποιούν πέρα του ενός εργοστάσια. Αυτές οι οικονομίες μπορεί να είναι "πραγματικές" ή "χρηματικές"^{1/}.

^{1/} Οι "πραγματικές" οικονομίες μειώνουν τη ποσότητα των παραγωγικών συντελεστών που χρησιμοποιούνται για ένα συγκεκριμένο όγκο παραγωγής. Οι "χρηματικές" οικονομίες, μειώνουν την τιμή των συντελεστών, σαν αποτέλεσμα άτελιων της αγοράς, χωρίς απαραίτητα πραγματική ποσοτική εξοικονόμηση συντελεστών. Παράδειγμα: οι εκπτώσεις, που μία μεγάλη επιχείρηση μπορεί να επιτύχει στις τιμές αγοράς πρώτων ύλων.

Ἡ λειτουργία μίας ἐπιχειρήσεως σέ περισσότερα ἀπό ἓνα ἐργοστάσια, ἐπιτρέπει ἐξειδίκευση ὀρισμένων ἀπ'αὐτά σέ συγκεκριμένους τύπους μύρας, δημιουργώντας ἔτσι ὀφέλη ἀπό τή συνεχή παραγωγή καί, τό σπουδαιότερο, γίνεται δυνατή ἡ χορήγηση ἐξειδικευμένου ἐξοπλισμοῦ καί ἡ πλήρης ἀξιοποίησή του^{1/}. Μερικὲς ἀπό τίς μεγαλύτερες ἐπιχειρήσεις ἔχουν κατασκευάσει ἐξειδικευμένες ἐγκαταστάσεις γιὰ μύρα laser, ἐνῶ οἱ μικρότεροι "ἀνταγωνιστές" τους ἀναγκάζονται νά παράγουν τήν ἴδια laser μύρα μαζί μέ ἄλλες μύρες σέ ἐγκαταστάσεις σχεδιασμένες γιὰ μύρα ale.

Ἄκόμα, οἱ ἐπιχειρήσεις μέ πολλά ἐργοστάσια ἔχουν τή δυνατότητα νά συγχρονίζουν καί νά συντονίζουν διάφορες λειτουργίες, ἔτσι ὥστε ὅλες νά ἀναπτύσσονται μέχρι τήν ἄριστη κλίμακα μεγέθους. Τό σπουδαιότερο παράδειγμα εἶναι ἡ συσκευασία σέ μεταλλικά δοχεῖα, ὅπου ἡ minimum ἀποδοτική κλίμακα παραγωγῆς εἶναι σχετικὰ ὕψηλῃ, σέ σχέση μέ τήν ἴδια τή διαδικασία παραγωγῆς μύρας. Γι'αὐτό, σέ πολλές περιπτώσεις, ἡ μύρα, ἀπό πολλά ἐργοστάσια τῆς ἐπιχειρήσεως, συγκεντρώνεται σ'ἓνα μεγάλο μέγεθος συγκρότημα συσκευασίας^{2/}. Ἐπιχειρήσεις μέ πολλά ἐργοστάσια εἶναι ἐπίσης πολύ εὐέλικτες στή παρακολούθηση τῶν μεταβολῶν τῆς ζήτησεως. Ἐποχιακὲς διακυμάνσεις στή ζήτηση ἀντιμετωπίζονται διατηρώντας σταθερὴ παραγωγή στὰ μεγαλύτερα, πλεονάζοντα συγκροτήματα καί ἀφήνοντας τὰ μικρότερα ἐργοστάσια νά ἀπορροφή-

^{1/} Ἡ παραγωγή laser στήν Ἀγγλία, εἶναι χαρακτηριστικὸ παράδειγμα. Ὅσο ὑποστηρίζεται, ὅτι ἡ μύρα laser ποὺ παράγεται σέ ἐργοστάσια μέ παραδοσιακὴ τεχνολογία, εἶναι καλύτερης ποιότητος, πρᾶγμα ποὺ ἐκτιμᾶται ἀπὸ τοὺς καταναλωτές.

^{2/} Αὐτὸ τό χαρακτηριστικὸ εἶναι ἐντονο στήν Ἀγγλία. Π.χ. ἡ ἐταιρεία Allied Breweries παράγει laser σέ ἐξειδικευμένα συγκροτήματα στήν Β. Οὐαλλία καί τὴ μεταφέρουν 90 μίλια στή μονάδα συσκευασίας ποὺ βρίσκεται στὸ Burton-on-Trent. Τό ἐπιπλέον κόστος μεταφορᾶς, ὑπερκαλύπτεται ἀπὸ τήν ἐξοικονόμηση, λόγω χρησιμοποίησεως σύγχρονων, ὕψηλης ταχύτητας, γραμμῶν συσκευασίας.

σουν τό βάρος τῶν διακυμάνσεων. Γιά μεγαλύτερες χρονικές περιόδους, ἀλλαγές στίς καταναλωτικές προτιμήσεις (π.χ. προτίμηση σέ δυνατώτερους τύπους ἢ στή φθηνή "λαϊκή"), μποροῦν νά ἀντιμετωπιστοῦν καλύτερα ἢ ἡ ἐπιχείρηση ἔχει διαθέσιμες ἐναλλακτικές τεχνολογίες παραγωγῆς. Τέλος, ὁ φόβος παρατεταμένων διακοπῶν στή παραγωγή, λόγω ἀπεργιῶν ἢ τεχνικῶν προβλημάτων, πού ἔχουν σάν ἀποτέλεσμα ἀνεπανόρθωτες ἀπώλειες ἀγορῶν καί πελατῶν, ἀποτρέπει τούς ἐπιχειρηματίες ἀπό τό νά συγκεντρώνουν τή παραγωγή σέ λίγα, πολύ μεγάλα, ἐργοστάσια.

Ἐπιπλέον, ἕνα ἀπό τά βασικά κίνητρα πού ὠθοῦν τίς ἐπιχειρήσεις νά ἐπεκταθοῦν λειτουργώντας περισσότερα ἀπό ἕνα ἐργοστάσια, εἶναι τά πλεονεκτήματα πού δημιουργοῦνται στή προώθηση τῶν πωλήσεων, ἀπό τή παρουσία τῆς ἐπιχειρήσεως σέ ἐθνική πιά κλίμακα. Τό 1967, τό κόστος διαφήμισης ἀναλογοῦσε στά 3,7% τοῦ συνολικοῦ κόστους (ἐκτός φόρων) γιά ἕνα hl. μύρας στήν Ἑγγλία. Τό 1969, τό ἀντίστοιχο ποσοστό στίς Η.Π.Α., ὅπου οἱ διαφημιστικές δαπάνες εἶναι γενικά ὑψηλότερες, ἦταν 10,7%^{1/}. Γενικά θεωρεῖται, ὅτι ὅσο μεγαλύτερη εἶναι ἡ ἐπιχείρηση, τόσο τό κόστος γιά διαφήμιση αὐξάνει. Οἱ μεγάλες ἐπιχειρήσεις, καθώς ἐφοδιάζουν ὀλόκληρη τήν ἀγορά, μποροῦν συχνά νά ἐπιβάλλουν γιά μερικά ἢ γιά ὅλα τά προϊόντα τους τίς τιμές τους, σέ σχέση μέ μικρότερους τοπικούς ἀνταγωνιστές. Στίς Η.Π.Α., τό "πλεονέκτημα τοῦ μεγάλου ὀνόματος" τῶν ἐπιχειρήσεων μέ δίκτυα παραγωγῆς σέ ἐθνική κλίμακα, ὑπολογίζεται σέ 8-40% ἐπί τῆς τιμῆς χονδρικής πωλήσεως. Στό ἀντίστοιχο "πλεονέκτημα" στήν Ἑγγλία, ὑπολογίζεται

^{1/} Γιά παράδειγμα, τό 1967 στήν Ἑγγλία οἱ 7 μεγαλύτερες ἐπιχειρήσεις, κάλυπταν τό 82,9% τῆς διαφημιστικῆς δαπάνης τοῦ κλάδου, ἐνῶ παρήγαγαν τό 72,7% τῆς συνολικῆς παραγωγῆς.

σέ ακόμα ύψηλότερα επίπεδα (8%-60%). Ἡ μεγάλη ἐπιχείρηση ἔχει ακόμα τή δυνατότητα νά διευρύνει τίς πωλήσεις της, γιατί εἶναι σέ θέση νά ἐξυπηρετεῖ κάθε ἀγορά μέ πλήρη σειρά τύπων καί ποικιλιῶν προϊόντων, ἀνάλογα μέ τίς συγκεκριμένες προτιμήσεις τῶν καταναλωτῶν. Ἀπό πλευρᾶς κόστους, ἀπό τή στιγμή πού τό μέγεθος τῆς ἐπιχειρήσεως δικαιολογεῖ τή χρήση διαφημιστικῶν μέσων σέ ἐθνική κλίμακα, τό διαφημιστικό κόστος ἀνά μονάδα προϊόντος πέφτει, καθώς ἡ ζήτηση καί οἱ πωλήσεις αὐξάνονται, ἐνῶ τό συνολικό κόστος τῆς διαφημίσεως παραμένει σταθερό ἢ καί μειώνεται, λόγω ἐκπτώσεων ἀπό τήν πλευρά τῶν μέσων ἐνημερώσεως (Τ.Υ., ραδιόφωνο, τύπος).

Ἐκτός ἀπό αὐτά τά πλεονεκτήματα, δέν ὑπάρχει ἀμφιβολία ὅτι ἡ μεγάλη ἐπιχείρηση μπορεῖ νά ἐπιτύχει εὐνοϊκότερη καί μεγαλύτερης κλίμακας χρηματοδότηση, καί εἶναι ἱκανή νά τήν ἀξιοποιήσῃ καί νά τή διαχειρισθεῖ περισσότερο ἀποτελεσματικά, χρησιμοποιώντας περισσότερα καί πῶ ἐξειδικευμένα στελέχη.

Εἶναι δύσκολο νά μετρηθεῖ ἡ σπουδαιότητα αὐτῶν τῶν οἰκονομιῶν πού οἱ ἐπιχειρήσεις, πού λειτουργοῦν μέ περισσότερα ἀπό ἕνα ἐργοστάσιο, εἶναι ἱκανές νά πετύχουν. Αὐτές πού σχετίζονται ἄμεσα μέ τήν παραγωγή, φαίνεται ὅτι εἶναι μᾶλλον μέτριας σημασίας, καί μία ἐπιχείρηση πού λειτουργεῖ μέ ἕνα μόνο ἐργοστάσιο, δέν εἶναι ἀναγκαστικά σέ πολύ χειρότερη κατάσταση. Τά πλεονεκτήματα ὅμως στό τομέα τῆς διαφημίσεως καί τῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων, εἶναι πολύ σημαντικά καί οἱ οἰκονομίες μάλιστα συνεχίζονται καί μέχρι τό μέγεθος λ.χ. τῶν μεγαλύτερων Ἀμερικανικῶν ζυθοβιομηχανιῶν (δυναμικότητα πάνω ἀπό 30 ἑκατ. hl/χρόνο). Μ'αὐτή τή βάση, δεδομένου ἑνός ἐργοστασίου ε.α.κ. 3 hl/χρόνο, μία ἐπιχείρηση θά πρέπει νά λειτουργεῖ 10

ή και περισσότερα εργοστάσια για να εξασφαλίσει τις maximum οικόνομιες αυτού του τύπου. Όστόσο, ή σπουδαιότητα της προωθήσεως των πωλήσεων διαφέρει ανάλογα με τή χώρα και, παράλληλα, επιχειρήσεις που δέν καλύπτουν τήν αγορά σε έθνική κλίμακα, μπορούν άπλως να άποφύγουν marketing ύψηλου κόστους. Σ' αυτή τή περίπτωση τό "μερίδιό" τους στην αγορά, θά έξαρτάται, μεταξύ των άλλων, και από τήν έπιτυχία των μεγάλων επιχειρήσεων να αύξάνουν τή ζήτηση για τά δικά τους προϊόντα μύρας.

Συμπερασματικά, μπορούμε να θεωρήσουμε ότι ή άποδοτική κλίμακα παραγωγής της επιχειρήσεως ξεπερνά τήν αντίστοιχη ενός μοναδικού εργοστασίου και έξαρτάται από τή σημασία της προωθήσεως των πωλήσεων. Πάντως, εκτός από τήν ειδική περίπτωση των Η.Π.Α. με τήν έξαιρετικά μεγάλη τους αγορά, οι πρόσθετες οικόνομιες που μπορούν να έξασφαλιστούν από τή λειτουργία με παραπάνω από 3 εργοστάσια άριστου μεγέθους, φαίνεται ότι είναι άσήμαντες.

IV. Οικονομίες κλίμακας και τεχνική αποδοτικότητα

Δεδομένης της ύπαρξης οικονομιών κλίμακας, ή τεχνική αποδοτικότητα προϋποθέτει ότι μέ δλους τούς άλλους παράγοντες σταθερούς, διεξάγεται ή παραγωγή σε εργοστάσια μέ τουλάχιστον minimum αποδοτική κλίμακα. Ή στήλη 2 του Πίνακα 11, δίνει μία πρώτη ένδειξη του βαθμού στον οποίο επιτυγχάνεται αυτό από τις βιομηχανίες που έξετάζονται. Τό μέσο μέγεθος των μεγαλύτερων εργοστασίων, που καλύπτουν τό 1/2 της συνολικής δυναμικότητας της βιομηχανίας, εκφράζεται σαν ποσοστό εργοστασίου ε.α.κ., 3 εκατ. η1. Ανάλογα μέ τήν χώρα, ή έκταση στην οποία εμφανίζονται οι οικονομίες κλίμακας, διαφέρουν σημαντικά. Μπορούμε νά ξεχωρίσουμε τρεις χαρακτηριστικές ομάδες χωρών:

Πρώτον: οι Η.Π.Α. και ή Ώλλανδία, μέ μέσο μέγεθος εργοστασίου μεγαλύτερο από τήν ε.α.κ., ένδειξη ύψηλου βαθμού τεχνικής αποτελεσματικότητας.

Δεύτερον: ή Ίαπωνία, ό Καναδάς και ή Άγγλία, μέ μέσο μέγεθος στο 50-70% της ε.α.κ. και μπορούν νά χαρακτηριστούν σαν άρκετά αποδοτικές.

Τρίτον: ή Ίταλία, τό Βέλγιο-Λουξεμβούργο, ή Δ. Γερμανία και ή Γαλλία, μέ μέσο μέγεθος της τάξεως του 12-24% της ε.α.κ. Χαρακτηρίζονται συνεπώς, σαν μάλλον μή-αποδοτικές.

Τά αποτελέσματα πάντως αυτά πρέπει νά έρμηνευτούν μέ προσοχή. Μία σοβαρή ποιοτική διαφορά μεταξύ εργοστασίων, είναι ή ηλικία και τό πόσο σύγχρονες είναι οι εγκαταστάσεις, στοιχεία που επηρεάζουν ούσιαστικά τήν αποδοτική λειτουργία του εργοστα-

ΠΙΝΑΚΑΣ 11

Εκτιμήσεις τεχνικής αποδοτικότητας εργοστασίων και επιχειρήσεων μύρας σε διάφορες χώρες

Χώρα	Μέσο μέγεθος των μεγαλύτερων εργοστασίων, (1) σάν ποσοστό της ε.α.κ. (3)	Μέσο μέγεθος των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (1) σάν ποσοστό της ε.α.κ. (3)
Βέλγιο-Λουξεμβούργο	20,4%	59,5%
Γαλλία	24,1%	112,5%
Δ. Γερμανία	20,7%	24,4% (35,1%) ²
Ίταλία	12,0%	37,2%
Όλλανδία	169,4%	234,2%
Άγγλία	68,8%	270,0%
Η.Π.Α.	157,6%	663,0%
Καναδάς	54,4%	157,1%
Ίαπωνία	67,9%	583,3%

Πηγή: Πίνακας 5.

Σημειώσεις: 1) Μεγαλύτερα εργοστάσια που παράγουν τό 50% της συνολικής παραγωγής της χώρας.

2) Υπολογίζοντας τά συγκροτήματα εταιρειών.

3) 1 ε.α.κ. = 3 έκατομμύρια ηλ.

οίου, ανεξαρτήτως μεγέθους. Χώρες με σύγχρονες εγκαταστάσεις θά παρουσιάζουν μεγαλύτερη αποδοτικότητα από άλλες με παλιές εγκαταστάσεις και εργοστάσια του ίδιου ή και μεγαλύτερου μεγέθους. Άλλη μία ούσιώδης διαφορά είναι ότι η ύπαρξη εργοστασίων με μέγεθος μικρότερο του "αποδοτικού" μπορεί να είναι απόλυτα συμβιβαστή με "οικονομική αποδοτικότητα", εάν οι καταναλωτές εκτιμούν και αποζητούν διαφοροποιημένα προϊόντα. Δεδομένων όλων αυτών, ποιοί είναι οι παράγοντες που εξηγούν τις διαφορές που παρατηρούνται στα επίπεδα αποδοτικότητας των εργοστασίων;

Ένας παράγοντας είναι τό μέγεθος της αγοράς. Από τα στοιχεία του Πίνακα 1, φάνηκε ότι μόνο στην Ολλανδία και την Ιταλία η αγορά είναι ανεπαρκής για να δικαιολογήσει και να στηρίξει δύο ή τρία εργοστάσια ελάχιστης αποδοτικής κλίμακας. Ωστόσο, αυτό δεν είναι άξεπέραστο εμπόδιο. Στην Ολλανδία, τό μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής υπύρας είναι συγκεντρωμένο σε ένα και μόνο εργοστάσιο που, σαν αποτέλεσμα, έχει τό υψηλότερο επίπεδο αποδοτικότητας απ'όλες τις χώρες. Αντίθετα, ή παραγωγή στην Ιταλία είναι διασκορπισμένη σε πολλές μικρές μονάδες και ή αποδοτικότητα είναι ή χαμηλότερη του δείγματος.

Ένας δεύτερος παράγοντας είναι τό μέγεθος της επιχειρήσεως. Εάν τό μέσο μέγεθος των επιχειρήσεων είναι μικρό, ή κατασκευή εργοστασίων αποδοτικής κλίμακας θά είναι αδύνατη. Η στήλη 3 στον Πίνακα 11 είναι διαφωτιστική σ'αυτό τό θέμα. Έδω τό μέσο μέγεθος των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (αυτών που παράγουν τό 50% της συνολικής παραγωγής), εκφράζεται σαν ποσοστό ενός εργοστασίου ε.α.κ. Σε έξη κράτη, τό μέσο μέγεθος των επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο από ένα εργοστάσιο ελάχιστης

άποδοτικής κλίμακας (ε.α.κ.), πράγμα πού υποδηλώνει ότι ή μορφή επιχειρηματικής οργανώσεως δέν περιορίζει τή διαμόρφωση "άποδοτικῶν" εργοστασίων. Στήν Ἰταλία, τό Βέλγιο, τό Λουξεμβούργο καί τήν Δ. Γερμανία, τό μέσο μέγεθος τῶν επιχειρήσεων εἶναι μικρότερο ἐκείνου τοῦ ἀποδοτικοῦ εργοστασίου καί ὁ βαθμός τεχνικῆς ἀποδοτικότητας (στήλη 2), εἶναι ἐπίσης χαμηλός. Σ'αυτές τίς περιπτώσεις, συγκέντρωση τῆς παραγωγῆς σ' ἓνα μικρότερο ἀριθμό επιχειρήσεων εἶναι ἀπαραίτητη γιά μεγαλύτερη ἀξιοποίηση οἰκονομιῶν κλίμακας.

Τρίτον, ἡ ἐλάχιστη ἀποδοτική κλίμακα εργοστασίου διαφέρει στίς διάφορες χῶρες. Αὐτό μπορεῖ νά ὀφείλεται σέ διαφορές στίς τεχνολογικές συνθήκες παραγωγῆς ἢ στή σύνθεση τοῦ συνολικοῦ κόστους. Στήν πρώτη π.χ. περίπτωση, οἱ βιομηχανίες τῶν Η.Π.Α. παράγουν συνήθως ἓνα πολύ περιορισμένο ἀριθμό τύπων μύρας, ἀπό τίς ὁποῖες ἓνα πολύ μεγάλο ποσοστό συσκευάζεται σέ μεταλλικά δοχεῖα. Καί οἱ δύο αὐτοί παράγοντες συμβάλλουν ἀποφασιστικά στήν ἐμφάνιση τῶν οἰκονομιῶν κλίμακας, σέ ἀντίθεση μέ τήν πολύ πιό ἔντονα διαφοροποιημένη εὐρωπαϊκή βιομηχανία. Στή δεύτερη περίπτωση, χῶρες στίς ὁποῖες τά στοιχεῖα κόστους πού εἶναι ἀνελαστικά σέ σχέση μέ τή κλίμακα παραγωγῆς, ἀποτελοῦν μεγάλο ποσοστό τοῦ συνολικοῦ κόστους, θά παρουσιάσουν περισσότερο ἀβαθεῖς καμπύλες κλίμακας καί συνεπῶς, χαμηλότερη ε.α.κ. σύμφωνα μέ ὅσα ἀναφέραμε.

Ἡ τέταρτη περίπτωση διακυμάνσεως μεγέθους ἐπιχειρήσεως, εἶναι στενά συνδεδεμένη μέ τήν τρίτη. Ἡ σημασία τοῦ κόστους μεταφορᾶς στίς συνολικές δαπάνες καί ἡ διακύμανσή του ἀνάλογα μέ τό μέγεθος τοῦ εργοστασίου, διαφέρει ἀπό χώρα σέ χώρα. Συνεπῶς,

οί περιορισμοί που δημιουργούνται από το ανερχόμενο μέσου κόστους μεταφοράς θα εμφανιστεί, σε διαφορετικά σε κάθε περίπτωση, επίπεδα παραγωγής.

Πέμπτον, εργοστάσια μεγέθους κάτω του ελάχιστου αποδοτικού (sub-optimal), μπορεί να αποτελούν παραγωγική δυναμικότητα που πρόκειται να πάψει να υπάρχει είτε σαν αποτέλεσμα συγχωνεύσεως για ορθολογικοποίηση της παραγωγής, ή γιατί δεν θεωρείται "οικονομικό" να ανανεωθούν. Είναι πολύ γνωστή, η "μεταβατική περίοδος" μετά από μία συγχώνευση και πριν εμφανιστούν όλες οι όφελειες στην αποτελεσματικότητα της νέας επιχειρήσεως. Επιπλέον, όταν μία επιχείρηση αγοράσει μία ανταγωνίστριά της, κυρίως για τη φήμη των προϊόντων της, ή χάρη στα δίκτυα διανομής της, ή τιμή αγοράς της μπορεί να υπερβαίνει την αξία των πραγματικών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης που αγοράστηκαν. Σ'αυτές τις περιπτώσεις, το όριακό κόστος της πρόσθετης παραγωγικής δυναμικότητας μπορεί να είναι πολύ χαμηλό και δεν θα αντικατασταθεί παρά μόνο όταν το ίδιο το κόστος λειτουργίας της γίνει ίσο ή υπερβεί το συνολικό κόστος ενός νέου εργοστασίου (περιλαμβανομένων τόκων κεφαλαίου). Αφού στη βιομηχανία μύρας οι οικονομίες κλίμακας είναι μέτριες πάνω από παραγωγή 2 εκατ. hl. το χρόνο και η τεχνολογία δεν έχει σημειώσει άλματώδεις προόδους, η επίδραση από τις περιπτώσεις που μόλις παρουσιάστηκαν πιθανόν να έχει αρκετή σημασία.

Τέλος, η διαφοροποιημένη αγορά της μύρας εξηγεί την ύπαρξη πολλών μικρών εργοστασίων-επιχειρήσεων. Οί καταναλωτές πιθανό να προτιμούν, όπως λ.χ. στη Δ. Γερμανία και την Αγγλία, τοπικές μύρες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά γεύσεως. Μικρές

έπιχειρήσεις μπορούν να αποκτήσουν επιπλέον κέρδη, με την δημιουργία ιδιόκτητων δικτύων διανομής. Μπορούν να επιβιώνουν αποφεύγοντας πολλές από τις μεγάλες δαπάνες (ειδικότερα διαφημιστικές), πού μεγαλύτεροι παραγωγοί είναι υποχρεωμένοι να υποστούν ή, πουλώντας τα προϊόντα τους λίγο ακριβότερα, ή αρκούμενες σε ένα χαμηλότερο ποσοστό κέρδους, ιδίως όταν πρόκειται για οίκογενειακές επιχειρήσεις.

Έξαιτίας αυτών των διαφορών στην διάρθρωση της αγοράς και των συνθηκών διαμορφώσεως κόστους, είναι δύσκολο να μετρηθεί και να συγκριθεί η τεχνική αποδοτικότητα σε κάθε χώρα. Πάντως, υπάρχει στις περισσότερες χώρες φανερή τάση να αύξηθεί με την μεγέθυνση των εργοστασίων και των επιχειρήσεων, και η ανάγκη αυτή φαίνεται περισσότερο πιεστική σε τέσσερεις από τις χώρες αυτές.

V. Οικονομίες κλίμακας και ένταση ανταγωνισμού

Ἡ ἐπίτευξη τῆς maximum δυνατῆς τεχνικῆς ἀποδοτικότητας, μέσω τῆς συγκεντρώσεως ὅλης τῆς παραγωγῆς μύρας σέ ἀποδοτικότητα ἐργοστάσια μεγέθους ε.α.κ., ἔχει φανερὴ ἐπίδραση στὴ διαμόρφωση τῆς διαρθρώσεως τῆς ἀγορᾶς καὶ στὸν ἀνταγωνισμό. Ἡ βασικὴ σχέση ποὺ καθορίζει τὸν ἀριθμὸ τῶν παραγωγῶν καὶ τὸ βαθμὸ τῆς συγκεντρώσεως στὴν ἀγορά, εἶναι ὁ λόγος τοῦ μεγέθους τῆς ἀγορᾶς πρὸς τὴν ε.α.κ. ἑνὸς ἐργοστασίου. Ὅπου ὁ λόγος εἶναι χαμηλός, ἡ ἀγορὰ δηλαδὴ εἶναι περιορισμένη, ὁ ἀριθμὸς τῶν παραγωγῶν ποὺ θὰ ἦταν συμβιβαστὸς μὲ συνθῆκες τεχνικῆς ἀποδοτικότητας θὰ εἶναι ἐπίσης μικρὸς καὶ ὁ βαθμὸς συγκεντρώσεως ὑψηλός.

Ἡ στήλη 2 τοῦ Πίνακα 12, παρουσιάζει γιὰ κάθε χώρα τὸν ἀριθμὸ τῶν ἐργοστασίων ε.α.κ. ποὺ θὰ ἦταν συμβιβασίμος μὲ τὰ ἐπίπεδα καταναλώσεως μύρας τὸ 1972 καὶ ἡ στήλη 3 δείχνει τὸν ἀριθμὸ τῶν ἐργοστασίων ποὺ βρίσκονται πράγματι σέ λειτουργία τὸ 1973. Εἶναι φανερό ὅτι, ἀν ἡ παραγωγή συγκεντρωνόταν ἀποκλειστικὰ σέ ἐργοστάσια μεγέθους ε.α.κ., αὐτὸ θὰ ἰσοδυναμοῦσε μὲ μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν παραγωγῶν καὶ σέ μερικὲς περιπτώσεις, π.χ. Δ. Γερμανία, ἡ μείωση αὐτὴ θὰ ἦταν σημαντικὴ. Ἡ ἀνάπτυξη ἐπιχειρήσεων πολλῶν ἐργοστασίων θὰ προκαλοῦσε ἀκόμα μεγαλύτερη μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν παραγωγῶν. Ἐάν μάλιστα τὰ δίκτυα διανομῆς σέ κάθε χώρα ἦταν ὀργανωμένα σέ αὐστηρὰ ὀρθολογικὴ βάση ὥστε νὰ ἐλαχιστοποιοῦν τὸ συνολικὸ μέσο κόστος, κάθε ἐργοστάσιο θὰ ἐξυπηρετοῦσε μία συγκεκριμένη περιοχὴ καὶ οἱ καταναλωτὲς θὰ ἀναγκάζονταν νὰ ἀρκεστοῦν, γιὰ τὴν κάλυψη τῶν ἀναγκῶν τους, σ' ἕναν ἀποκλειστικὸ προμηθευτὴ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 12

Αριθμός παραγωγών και δείκτες συγκεντρώσεως

Α: υποθέτοντας ότι υπάρχουν μόνο εργοστάσια ε.α.κ. και

Β: με βάση την πραγματική κατάσταση της αγοράς.

Χώρα	Αριθμός εργοστα- σίων ε.α.κ. ¹	Επιχειρή- σεις σε λειτουργία τό 1973	Δείκτης συγκεντρώσεως σε επί- πεδο 4 επιχειρήσεων	
			(Α) μέ εργοστάσια ε.α.κ.(1972) %	(Β) έπικρατούσα κατάσταση 1970-72-73 %
Βέλγιο-Λουξεμ.	4,5	152	88,2	53-56
Γαλλία	7,0	61	57,3	61
Δ. Γερμανία	30,0	1.550	13,3	20(42) ³
Ιταλία	2,3	15	100,0 ³	75+
Ολλανδία	2,9	15	100,0 ³	87
Αγγλία	20,1	88	19,9	57-65
Η.Π.Α.	55,6	64	7,2	53
Καναδάς	5,9	8	67,3	95

Σημειώσεις: 1) ε.α.κ.= 3 εκατομ. ηλ. Επίπεδα καταναλώσεως 1972.

2) Υπολογίζοντας και τα συγκροτήματα εταιρειών.

3) 3 επιχειρήσεις μόνο.

Πηγές: Στήλες 2 και 4 του Πίνακα 1.
Στήλη 3 του Πίνακα 3.
Στήλη 5 του Πίνακα 4.

Σ'όλες, έκτός από τίς πολύ μεγάλες, αγορές τών Η.Π.Α., τής Δ. Γερμανίας καί τής Ἀγγλίας, ὁ περιορισμός κατ'αὐτόν τό τρόπο τοῦ ἀριθμοῦ τών παραγωγῶν, θά κατέληγε σέ ὑψηλοῦς δείκτες συγκεντρώσεως στό ἐπίπεδο τών τεσσάρων ἐπιχειρήσεων, ὅπως δείχνει ἡ στήλη 4 τοῦ Πίνακα 12. Αὐτοί οἱ δείκτες μποροῦν νά συγκριθοῦν μέ τούς πραγματικούς δείκτες συγκεντρώσεως ἐγχωρίων πωλήσεων τών 4 μεγαλύτερων ἐπιχειρήσεων γιά τό 1972-73, πού καταχωροῦνται στή στήλη 5. Σέ πέντε περιπτώσεις, τά πραγματικά ἐπίπεδα συγκεντρώσεως βρίσκονται πάνω ἀπό αὐτά πού θά δικαιολογοῦντο, μέ βάση τίς τεχνικές οἰκονομίες κλίμακας καί οἱ διαφορές εἶναι ἰδιαίτερα φανερές στίς περιπτώσεις τών Η.Π.Α., τής Ἀγγλίας καί τής Ἰαπωνίας, ὅπου ἕνα πολύ μικρός ἀριθμός μεγάλων ἐπιχειρήσεων ἔχουν ἐξελιχθεῖ σέ κυρίαρχες τής ἀγορᾶς.

Εἶναι φανερό ὅτι σέ κάθε χώρα, καί εἰδικότερα σέ χώρες μέ μικρή ἀγορά, ὑπάρχει μία συσχέτιση μεταξύ τής ἐμφανίσεως καί τής ἀναπτύξεως τών οἰκονομιῶν κλίμακας καί τής ἀποκεντρώσεως τής παραγωγῆς. Ὅσο μεγαλύτερος εἶναι ὁ ἀριθμός τών παραγωγῶν, τόσο μικρότερο εἶναι τό μέσο βιώσιμο ἐργαστάσιο καί τόσο μεγαλύτερο εἶναι τό μέσο κόστος παραγωγῆς ἀνά μονάδα, καί ἀντίστροφα. Δομή τής παραγωγῆς πού εἶναι κάτω ἀπό τό ἐπίπεδο ἀποτελεσματικότητας, δικαιολογεῖται στό βαθμό πού τό αὐξημένο κόστος ἰσορροπεῖται ἀπό τήν αὐξημένη "ἱκανοποίηση" τών καταναλωτῶν, ἐξαιτίας τής ποικιλίας. Ὑπάρχουν ἐνδείξεις ὅτι μερικοί καταναλωτές ἐκτιμοῦν τήν ποικιλία στή βιομηχανία μύρας καί κάποιο ἐπίπεδο μὴ ἀποτελεσματικῆς λειτουργίας, εἶναι ἀνεκτό καί ἐπιβεβλημένο, ἄν καί εἶναι ἀδύνατο νά ὑπολογίσει κανεῖς μέχρι ποίου βαθμοῦ.

Τό πρόβλημα περιπλέκεται, εάν εξετάσουμε επιχειρήσεις πολλών εργοστασίων. Αυτές οι επιχειρήσεις συντελοῦν ὥστε νά αὐξηθεῖ ὁ βαθμός συγκεντρώσεως σέ κάθε επίπεδο τεχνικῆς ἀποδοτικότητας τῶν εργοστασίων. Ἕνας λόγος γι' αὐτό, ὅπως εἶπαμε, εἶναι τό γεγονός ὅτι ἀξιοποιοῦν πλήρως τίς δυνατότητες τῆς διαφημίσεως καί τῆς μαζικῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων. Αὐτά τά ὀφέλη εἶναι πολύ πιθανό ὅτι ἀπορροφῶνται κυρίως ἀπό τίς ἴδιες τίς επιχειρήσεις καί τελικά καταλήγουν σέ ὑψηλότερες τιμές τῶν προϊόντων. Τό ἀποτέλεσμα εἶναι ἕνας περιορισμός τοῦ κέρδους πού θά μπορούσε νά ἀπολαύσει καί ὁ καταναλωτής. Σέ ἀντιστάθμισμα, εἶναι δυνατό νά ἀντιπαταθεῖ ὅτι οἱ καταναλωτές "κερδίζουν" ἀπό τή χρήση προϊόντων "κύρους", δηλαδή ὑπερβολικά διαφημισμένων ὀνομάτων καί προϊόντων, ἀλλά αὐτό βέβαια ἀντιμετωπίζεται μέ σκεπτικισμό.

Ἡ ἰσορροπία μεταξύ τῶν ὄσων ἐπιβάλλουν ἡ ὑπαρξη οἰκονομιῶν κλίμακας καί ἑνός ἀρκετά μεγάλου ἀριθμοῦ παραγωγῶν, εἶναι πολύ δύσκολο νά ἐπιτευχθεῖ στίς κατακερματισμένες ἀγορές τῆς Δ. Εὐρώπης. Μία ἐλκυστικῆ λύση θά ἦταν νά ἐνθαρρυνθεῖ τό διακρατικό ἐμπόριο μύρας, πού θά ἐπέτρεπε μέν μεγαλύτερη συγκέντρωση παραγωγῆς σέ κάθε μεμονωμένη χώρα, ἀλλά συγχρόνως θά πρόσφερε μία ποικιλία προϊόντων ὅτῃν ἀγορά καί εὐχέρεια ἐπιλογῆς στόν καταναλωτή, λόγω τῶν εἰσαγωγῶν. Ὡστόσο, τά ἐμπόδια καί οἱ ὄσμοι στό ἐμπόριο εἶναι ἐξαιρετικά ἔντονα καί τό ἐπίπεδο ἐμπορίου πολύ χαμηλό. Τό κόστος μεταφορᾶς ἑνός ὀγκώδους προϊόντος μικρῆς ἀξίας ἀνά μονάδα εἶναι ἀρκετά ὑψηλό, ἀλλά τό σοβαρότερο ἐμπόδιο εἶναι ὁ ἔλεγχος πού ἀσκοῦν οἱ τοπικοὶ παραγωγοὶ στά δίκτυα διανομῆς καί στούς τρόπους προωθήσεως τῶν

πωλήσεων. Είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι η Ευρωπαϊκή Έπιτροπή διερευνά τις μορφές τέτοιων καθετοποιήσεων στην βιομηχανία μύρας.

Γενικότερα, στα κράτη που εξετάστηκαν, υπάρχει το πρόβλημα της μεγάλης επιχειρήσεως. Η νομοθεσία παίζει σημαντικό ρόλο στο να διασφαλίζει την εξοικονόμηση συντελεστών της παραγωγής, καθώς και στην διοχέτευση των πλεονεκτημάτων της μαζικής παραγωγής, όπως χαμηλότερες τιμές, καλύτερη ποιότητα, στους καταναλωτές. Η παρακολούθηση των συγχωνεύσεων, της τιμολογιακής πολιτικής και της πολιτικής προωθήσεως των πωλήσεων, είναι κυρίως τα μέσα για διαμόρφωση αποτελεσματικής πολιτικής. Είναι επίσης ενθαρρυντικό να διαπιστώνει κανείς, ότι μικρές επιχειρήσεις είναι συχνά σε θέση να συναγωνιστούν τις μεγάλες επιχειρήσεις αποφεύγοντας τις μεγάλες δαπάνες και πλησιάζοντας τους καταναλωτές με μεγάλη ευελιξία στις απαιτήσεις της αγοράς. Η πώληση ανώνυμης μύρας στα super markets, είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα. Η αύξηση των πωλήσεων μύρας ειδικής τοπικής συνθέσεως είναι μία άλλη ένδειξη. Τέλος, η αυξανόμενη φιλελευθεροποίηση του εμπορίου, θα αυξήσει την ανταγωνιστική πίεση στις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς οι έσωτερικές αγορές θα ανοίξουν στις εισαγωγές.

VI. Συμπεράσματα - Σύνοψη

Τά κράτη πού ή έρευνα αὐτή κάλυψε παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές στό επίπεδο ἀναπτύξεως τῆς παραγωγῆς μύρας καί στή σύνθεση τῆς τελικῆς ζητήσεως. Ἐχει ἐπισημανθεῖ μία γενική τάση τοῦ ἀριθμοῦ ἐπιχειρήσεων καί ἐργοστασίων ^{τῶν} νά περιορίζεται καί τῆς παραγωγῆς νά συγκεντρώνεται σέ μεγάλες μονάδες. Παρ' ὅλα αὐτά, ὑπάρχουν ἀκόμα μεγάλες διαφορές στούς ἀριθμούς καί στά μεγέθη τῶν ἐργοστασίων καί ἐπιχειρήσεων. Ὁ ἔλεγχος τῶν δικτύων διανομῆς εἶναι ἕνα ἔντονο χαρακτηριστικό τῆς ἀγορᾶς τῆς Ἀγγλίας καί, σέ μικρότερο βαθμό, τῆς Δ. Γερμανίας.

Οἰκονομίες κλίμακας ὑπάρχουν καί παρουσιάζονται καθῶς τά μεγέθη τῶν μονάδων αὐξάνονται, κυρίως στούς συντελεστές παραγωγῆς κεφάλαιο καί ἐργασία. Εἶναι ἐπίσης ἰδιαίτερα ἔντονες σέ ὀρισμένες μορφές συσκευασίας. Τό συνολικό κόστος παραγωγῆς μειώνεται σέ συσχετισμό μέ τίς αὐξήσεις στό μέγεθος τῶν ἐργοστασίων, μέχρις ἕνα ἐτήσιο επίπεδο παραγωγῆς τουλάχιστον 5 ἐκ. hl/χρόνο. Ἡ ἐλάχιστη ἀποδοτική κλίμακα παραγωγῆς (ε.α.κ.), ὑπολογίζεται σέ 3 ἐκατ. hl/χρόνο, θεωρώντας ὡς ε.α.κ. τό επίπεδο στό ὁποῖο γιά πρώτη φορά ἐμφανίζεται μείωση τοῦ συνολικοῦ κόστους κατά 5% ἢ λιγώτερο, καθῶς τό συνολικό προϊόν διπλασιάζεται. Τό αὐξανόμενο κόστος μεταφορᾶς ἀνά μονάδα προϊόντος, περιορίζει τά ὅρια ἐπεκτάσεως τῶν ἐργοστασίων καί ή επίδραση αὐτή ποικίλλει ἀνάλογα μέ τή διαμόρφωση τῶν δικτύων διανομῆς καί μεταφορᾶς. Ἐπιχειρήσεις πολλῶν ἐργοστασίων ἀπολαμβάνουν περισσότερα πλεονεκτήματα ὅσον ἀφορᾶ τίς οἰκονομίες κλίμακας, κυρίως μέσω τῆς πολιτικῆς τῆς προωθήσεως τῶν πωλήσεων καί τῆς μαζικῆς διαφημίσεως.

Ἡ τεχνική ἀποδοτικότητα μετριέται ἀπό τόν λόγο τοῦ μέσου μεγέθους τῶν μεγαλύτερων ἐργοστασίων μιᾶς χώρας, (αὐτῶν δηλαδή πού παράγουν τό μισό τῆς συνολικῆς παραγωγῆς), πρὸς τήν ε.α.κ. Τά ἐπίπεδα εἶναι ἀρκετά ὑψηλά, μέ ἐξαίρεση (σέ φθίνουσα σειρά) τῆ Γαλλία, τῆ Δ. Γερμανία, τό Βέλγιο, τό Λουξεμβούργο καί τήν Ἰταλία. Ἡ ἔννοια τῆς τεχνικῆς ἀποδοτικότητας, ἀναφέρεται καί ἐξαρτᾶται ἀπό πολλοῦς παράγοντες, ὅπως τό μέγεθος ἀγορᾶς, τό μέγεθος τῶν κυρίαρχων ἐπιχειρήσεων, τήν κατάλληλη ε.α.κ. γιά κάθε χώρα, τά διάφορα ἐπίπεδα κόστους μεταφορᾶς, τῆ καθυστέρηση μέ τήν ὁποία ἀντικαθίστανται οἱ παλιές ἐγκαταστάσεις καί τά περιθώρια γιά κατακερματισμό τῆς ἀγορᾶς γιά μύρα.

Ἡ πλήρης ἐκμετάλλευση τῶν οἰκονομιῶν κλίμακας ἀπαιτοῦν ἓνα περιορισμένο ἀριθμό παραγωγῶν καί ἓνα ὑψηλό βαθμό συγκεντρώσεως τῆς ἀγορᾶς. Ἐπιχειρήσεις κάτω τοῦ minimum ἀποδοτικοῦ μεγέθους, μποροῦν νά ὑπάρχουν ἐάν οἱ καταναλωτές ἀξιολογοῦν τήν ποικιλία στήν παραγωγή τόσο ὅσο τήν πρόσθετη ἀξία πού πρέπει νά πληρώνουν γι' αὐτήν. Τό κοινωνικό ὄφελος ἀπό μία ἀγορά πού κυριαρχεῖται ἀπό λίγες μεγάλες ἐπιχειρήσεις δέν εἶναι φανερό. Ἡ φιλελευθεροποίηση τοῦ ἐμπορίου προσφέρει περιθώρια γιά ἀνάπτυξη οἰκονομιῶν κλίμακας καί συγχρόνως γιά διατήρηση τοῦ ἀνταγωνισμοῦ, ἰδίως στίς χώρες τῆς Δ. Εὐρώπης. Νομοθεσία ρυθμιστική τῶν μεγάλων ἐπιχειρήσεων καί τονωτική τοῦ ἀνταγωνισμοῦ εἶναι ἀπαραίτητη.

ΚΛΑΔΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ
ΤΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ

1. ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ : ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1981 : Κονσέρβες Λαχανικών, Κατεψυγμένα Λαχανικά, Μεταποιημένα Φρούτα, Ζυθοποιεία. (*Απρίλιος 1981)
2. ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ : ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1981 : Φιαλοειδή, Μεταλλικά Δοχεία Συσκευασίας, Χαρτοκιβώτια. (*Απρίλιος 1981)
3. FOOD AND BEVERAGES : Summary Sectoral Report 1981 (November 1981)
4. PACKAGING MATERIALS: Summary Sectoral Report 1981 (November 1981)
5. ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ : ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΚΘΕΣΕΩΣ 1981 (*Ιανουάριος 1982)
6. ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ : ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΕΚΘΕΣΕΩΣ 1981 (*Ιανουάριος 1982)
7. ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ : Τσιμεντοβιομηχανία (Κλαδική Έκθεση 1982 - *Ιανουάριος 1982)

*Εκπονούνται :

- ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ : ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982 : Γαλακτοκομικά Προϊόντα, Χυμοί-Αναψυκτικά.
- ΥΛΙΚΑ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ : ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982 : ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΕΤΡΑΡΑΚ, Προϊόντα Συσκευασίας από Άλουμίνιο.
- ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ : ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982 (*Έτοιμο Σκυρόδεμα, Δομικός Χάλυβας)
- ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ: ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982 (*Ηλεκτρικές Οικιακές Συσκευές)

*Ιανουάριος 1982