



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ 12-14 • ΑΘΗΝΑΙ 126 • ΤΗΛΕΦ. 32 30 466 - 8 • ΤΑΧ. ΘΥΡΙΣ 1703, ΠΛΑΤΕΙΑ ΣΥΝΤΑΓΜΑΤΟΣ

ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΟΜΑΔΑ : ΤΡΟΦΙΜΑ - ΠΟΤΑ
ΕΡΕΥΝΑΣ

ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982

- ΑΝΑΡΥΚΤΙΚΑ

(12)

Αύγουστος 1982

*Αναδημοσίευση στοιχείων ή τμήματος της
*Εκθέσεως επιτρέπεται χωρίς ειδική άδεια,
μέ την προϋπόθεση ότι αναφέρεται ή προέ-
λευση τών πληροφοριών.

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΕΡΕΥΝΩΝ



ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΣΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ
ΕΝΗΜΕΡΩΣΕΩΣ
1982

Η ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
(SECTORAL RESEARCH AND INTELLIGENCE UNIT) ιδρύθηκε τό
1980 σε συνεργασία τών Τραπεζών ΕΤΒΑ, ΕΤΕΒΑ και του ΙΟΒΕ

Σκοποί της είναι να παρακολουθεί σε συνεχή βάση, να αναλύει και να αξιολογεί εξελίξεις στην δραστηριότητα συγκεκριμένων βιομηχανικών κλάδων σε ελληνικό και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο. Επίσης, να ενημερώνει για τις εξελίξεις αυτές ενδιαφερόμενες βιομηχανικές επιχειρήσεις, οργανώσεις και οργανισμούς.

Για τούς σκοπούς αυτούς η Μονάδα και τὰ αρμόδια για τις επί- μέρους Όμάδες Έρευνας στελέχη της, συνεργάζονται στενά με ελληνικές βιομηχανικές επιχειρήσεις και κλαδικές οργανώσεις, με έρευνητικούς οργανισμούς άλλων χωρών και με διεθνείς Όργανισμούς.

Τὰ αποτελέσματα τών έρευνών της η Μονάδα τὰ δημοσιεύει σε Κλαδικές Έκθέσεις, τών οποίων τό περιεχόμενο ανανεώνεται περιοδικά και σε Ειδικά Κλαδικά Σημειώματα για ειδικά θέματα για τὰ όποια κρίνεται ότι απαιτείται κάποια ειδική πληροφόρηση. Άσκει παράλληλα δραστηριότητα συμβούλου σε θέματα κλαδικού ενδιαφέροντος.

Τό Πρόγραμμα Άναπτύξεως τής Μονάδας προβλέπει τήν δημιουργία όκτώ (8) Όμάδων Έρευνας στην περίοδο 1980-1982. Οί Όμάδες αυτές θά καλύπτουν τό μεγαλύτερο μέρος τής βιομηχανικής δραστηριότητας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Σελίδα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

<u>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u> : Περιγραφή του αντικειμένου έρευνας	1
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</u> : <u>Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ</u>	5
1.1 'Η αγορά των αναψυκτικών στην Ελλάδα	5
1.1.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης	5
1.1.2 Παραγωγή αναψυκτικών στην Ελλάδα	9
1.1.3 Κατανάλωση αναψυκτικών στην Ελλάδα	14
1.1.4 Προοπτικές για την εξέλιξη της ελληνικής αγοράς των αναψυκτικών	18
1.2 Παραγωγή και κατανάλωση αναψυκτικών σε άλλες χώρες	19
1.2.1 'Η αγορά των αναψυκτικών στις Η.Π.Α.	21
1.2.2 Παραγωγή και κατανάλωση αναψυκτικών στη Γερμανία	26
1.2.3 Παραγωγή-κατανάλωση αναψυκτικών στην Ιταλία	29
1.2.4 'Η αγορά αναψυκτικών και μεταλλικών νερών σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες	35
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</u> : <u>Η ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΞΩΤΕ- ΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ</u>	39
2.1 Γενικά για την έμπορία των αναψυκτικών	39
2.2 Διακίνηση αναψυκτικών στην εσωτερική αγορά	41
2.3 Τιμές και περιθώρια κέρδους	42
2.4 'Ανταγωνισμός-μερίδια αγοράς	46
2.5 'Η διάθεση των έμριυαλαμένων μεταλλικών νερών στο έσωτερικό και τό έξωτερικό	50
2.5.1 'Η έσωτερική αγορά	50
2.5.2 'Η έξωτερική αγορά- Έξαγωγές	52
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</u> : <u>ΤΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ</u>	54
3.1 Γενικές παρατηρήσεις	54
3.2 Τό παραγωγικό δυναμικό στον ελληνικό κλάδο	56
3.2.1 'Αριθμός μονάδων	56
3.2.2 Οί κυριότερες έπιχειρήσεις του κλάδου	60
3.2.3 Οί σπουδαιότερες μονάδες στο χώρο των αναψυκτικών ...	60

Σελίδα

3.2.4	Οι κυριότερες μονάδες στο χώρο των μεταλλικών νεφών	66
3.2.5	Βαθμός απασχόλησης παραγωγικού δυναμικού	67
3.3	Τό παραγωγικό δυναμικό σε άλλες χώρες	70
3.3.1	Τό παραγωγικό δυναμικό στις Η.Π.Α.	70
3.3.2	Τό παραγωγικό δυναμικό σε Ευρωπαϊκές χώρες	73

Παράρτημα Κεφαλαίου 3: Οικονομικά στοιχεία για τις κυριότερες ελληνικές επιχειρήσεις παραγωγής αναμικτικών.

ΙΟΒΕ/ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ

ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΟΜΑΔΑ 1η: ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ

ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982

ΠΡΟΙΟΝ: ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Παρουσιάζεται παρακάτω μία περίληψη τών κυριώτερων σημείων τής Κλαδικής Έκθεσης πού ακολουθεί. Προσπάθεια έγινε για να διατηρηθεί και στη περίληψη ή διάφραση και ή κωδικοποίηση Κεφαλαίων, τμημάτων Κεφαλαίων κλπ., έτσι ώστε ή προσαγωγή στο αναλυτικό κείμενο να είναι εύκολη.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Περιγραφή του αντικειμένου έρευνας

Με τόν όρο "αναψυκτικά" ή Έλληνική νομοθεσία έννοει ένα μεγάλο αριθμό προϊόντων πού δέν εξετάζονται όλα στην Έκθεση αυτή. Συγκεκριμένα, ή Έκθεση αυτή καλύπτει τά τεχνητά, ελεύθερα αλκοόλης ποτά ή αεριούχα οξύποτα (τύπου COLA), τά από φυσικούς χυμούς φρούτων ελεύθερα αλκοόλης ποτά (λεμονίτα-πορτοκαλάδα κλπ.), καθώς επίσης και τά έπιτραπέζια έμφιαλωμένα νερά. Στην τελευταία αυτή κατηγορία συμπεριλαμβάνονται και τά ποτά τύπου σόδας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ

1.1 ΈΗ αγορά τών αναψυκτικών στην Ελλάδα

1.1.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης

ΈΗ ζήτηση τών αναψυκτικών και σε κάποιο μικρότερο βαθμό τών έπιτραπέζιων έμφιαλωμένων νερών, χαρακτηρίζεται από μία έντονη εποχικότητα, αφού τό 75% τής καταναλώσεως απορροφάται στη περίοδο Απρίλιος-Οκτώβριος. Μετρήσεις επίσης έδειξαν ότι ή ζήτηση αναψυκτικών στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μία ύψηλή σχετικά εισοδηματική ελαστικότητα πού είναι βασικά αποτέλεσμα τής ύπάρξεως φθηνού υποκατάστατου αγαθού (πόσιμο νερό). Συμπερασματικά μπορεί να λεχθεί ότι ή ζήτηση αναψυκτικών στην Ελλάδα επηρεάζεται άμεσα από τίς καιρικές συνθήκες, τό διαθέσιμο κατά κεφαλή εισόδημα και τίς απόλυτες ή σχετικές τιμές. Στο έξωτερικό έχει παρατηρηθεί ότι ή επίδρα-

ση των καιρικών συνθηκών είναι λιγότερο έντονη απ'ότι στην Ελλάδα, ίσως επειδή ή TAKE HOME MARKET είναι μεγαλύτερη και επειδή δέν υπάρχει κάποιο φθινό υποκατάστατο αγαθό, αφού ό Εύρωπαϊός καταναλωτής έχει, κατά κανόνα, έθιστεϊ στή κατανάλωση έμφιαλωμένου νερού (άντϊ γιά αυτό τής βρύσης), έθισμός πού μεταφέρεται και στην Ελλάδα, μέ αποτέλεσμα ιδιαίτερα αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές νά έμφανίζουν μεγαλύτερη κατανάλωση έπιτραπέζιου νερού απ'ότι άλλες.

1.1.2 Παραγωγή αναψυκτικών στην Ελλάδα

Τό 1981 ή παραγωγή των προϊόντων τού κλάδου ξεπέρασε τά 430 έκατ. λίτρα, ποσότητα πού ήταν 2,5 φορές μεγαλύτερη από εκείνη τού 1970. Σ'όλη τή διάρκεια τής δεκαετίας παρατηρείται μία μέση έτήσια αύξηση τής τάξεως τού 10-15%, αποτέλεσμα τόσο τής αύξησης των εισοδημάτων όσο και τής επιθετικής έμπορικης πολιτικής των ήγέτιδων έπιχειρήσεων τού κλάδου. Τά αναψυκτικά χωρίς χυμό φρούτων (τύπου COLA, γκαζόζα) έχουν τό μεγαλύτερο μερίδιο τής αγοράς μέ 53% τό 1981 και ακολουθοϋν οί πορτοκαλάδες μέ 23%, οί λεμονάδες μέ 8%, οί σόδες μέ 1% και τά έμφιαλωμένα έπιτραπέζια νερά μέ 15%. Στίς αρχές τής περασμένης δεκαετίας τά ποσοστά αυτά ήταν πάντως άρκετά διαφοροποιημένα, και ού διαφορές στά μερίδια των διαφόρων κατηγοριών αναψυκτικών δέν ήταν τόσο έντονες.

1.1.3 Κατανάλωση αναψυκτικών στην Ελλάδα

Ή κατά κεφαλή κατανάλωση αναψυκτικών έφτασε τό 1981 τά 38,5 λίτρα, ενώ ή αντίστοιχη κατανάλωση γιά τά έμφιαλωμένα νερά τά 5,7 λίτρα, γεγονός πού υποδηλώνει ότι ή έγχώρια παραγωγή καλύπτει αποκλειστικά σχεδόν τήν έσωτερική ζήτηση.

Τό 55% τής καταναλώσεως άπορροφάται από τήν αγορά των νοικοκυριών. Ή αγορά αυτή παρουσίασε στά τελευταία 15 χρόνια σημαντική εξέλιξη, αφού τό 1969 άπορροφούσε μόλις τό 10% τής συνολικής καταναλώσεως. Σ'αυτό, σημαντικό ρόλο έπαιξε ή είσοδος τής συσκευασίας τού 1 λίτρου πού έμφανίζεται νά κατέχει τό 38-43% τής αγοράς (1981). Ή φιάλη των 250cc έχει τό 52-57% τής αγοράς και τό μεταλλικό κουτί των 330cc τό 5%. Τό 1982 έμφανίστηκε στην Έλληνική αγορά και ή μη έπιστρεφόμενη πλαστική φιάλη μικρού μεγέθους. Στά έμφιαλωμένα νερά χρησιμοποιείται περισσότερο ή μη έπιστρεφόμενη πλαστική φιάλη τού 1,5 λίτρου και σέ μικρότερο βαθμό ή έπιστρεφόμενη γυάλινη φιάλη τού 1 λίτρου.

Χωροταξικά, τó 40-50% τής καταναλώσεως άναμυκτικών συγκεντρώνεται στην Άττική και άκολουθεϊ ή Κεντρική Μακεδονία, ή Πελοπόννησος και τά μεγάλα τουριστικά νησιά (Κρήτη, Ρόδος, Κέρκυρα).

1.1.4 Προοπτικές για τήν εξέλιξη τής έλληνικής αγοράς τών άναμυκτικών

Στά έπόμενα 6-7 χρόνια προβλέπεται μία αύξηση τής έσωτερικής αγοράς τών άναμυκτικών τής τάξεως τού 5-7% κατά μέσο όρο. Ό έτήσιος ρυθμός αύξήσεως θά εϊναι μεγαλύτερος για τή διετία 1982-1983 και μικρότερος για τά έπόμενα χρόνια. Παράγοντες πού θά έπηρεάσουν τήν εξέλιξη αυτή εϊναι ή άναμενόμενη αύξηση τού Έθνικου Είσοδήματος από τó τέλος τού 1982, ή μεταβολή τών σχετικών τιμών πρός όφελος τών άναμυκτικών και ή πιθανή μεγαλύτερη είσοδος τους στην αγορά τών νοικοκυριών. Γιά τά μεταλλικά και έμμεταλλικά νερά ή αγορά άναμένεται νά παρουσιάσει κάποια στασιμότητα στα άμέσως έπόμενα χρόνια, προβλέπεται όμως ότι μέχρι τó 1990 ή παραγωγή θά έχει φτάσει τά 150 έκατ. λίτρα έναντι τών 60 έκατ. λίτρων πού εϊναι σήμερα.

1.2 Παραγωγή και κατανόλωση άναμυκτικών σέ άλλες χώρες

Σέ πολλές Ευρωπαϊκές αλλά και διεθνεϊς αγορές, ή κατά κεφαλή κατανόλωση άναμυκτικών εϊναι σημαντικά ύψηλότερη από τήν αντίστοιχη έλληνική, άν και σέ πολλές απ'αυτές τίς αγορές (Γερμανία, Βέλγιο, Σουηδία κλπ.) οι κλιματολογικές συνθήκες δέν εϊναι ιδιαίτερα εύνοϊκές.

Ό αγορά τών ΗΠΑ θεωρεϊται πρωτοποριακή από πολλές απόψεις, όπως μεγάλη γκάμα προϊόντων, συνεχεϊς προσπάθειες για δημιουργία νέων προϊόντων αλλά και καταναλωτικών προτύπων κλπ. Άλλωστε τά περισσότερα διεθνή άναμυκτικά πού κυκλοφορουν, έμμεταλλήθηκαν για πρώτη φορά στην αγορά τών Η.Π.Α. Τά άναμυκτικά τύπου CO₂ έχουν τó μεγαλύτερο μερίδιο τής αγοράς και ακολουθοϋν τά άναμυκτικά τύπου γκαζόζας. Τά τελευταϊα χρόνια σημαντική αύξηση παρατηρεϊται και στη ζήτηση άναμυκτικών διαίτης. Άντίθετα, ή κατά κεφαλή κατανόλωση έμμεταλλών νερών θεωρεϊται σχετικά χαμηλή.

Στήν Ευρώπη, ή αγορά τής Άγγλίας και τής Γερμανίας θεωροϋνται από τίς μεγαλύτερες όσον άφορā τήν κατά κεφαλή κατανόλωση άναμυκτικών, ενώ τού Βελγίου, τής Γαλλίας και, σέ κάποιο βαθμό, τής Γερμανίας όσον άφορā τή κατανόλωση μεταλλικών και έπιτραπέζιων νερών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

2.1 Γενικά για την έμπορία των αναμικτικών στην εσωτερική αγορά

Η εσωτερική αγορά καλύπτεται αποκλειστικά σχεδόν από την εγχώρια παραγωγή. Η κατανάλωση είναι συγκεντρωμένη στα μεγάλα αστικά κέντρα καθώς και στις αξιόλογες τουριστικές περιοχές. Ένα από τα βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι διάφορες βιομηχανίες στη τοποθέτηση των προϊόντων τους σ' όλη την Ελλάδα είναι το υψηλό κόστος μεταφοράς (και επιστροφής κενών), αφού το 95% περίπου της παραγωγής συσκευάζεται σε επιστρεφόμενες φιάλες. Αυτό είναι και ο βασικός λόγος που οδήγησε τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου να επιτρέψουν την εμφιάλωση και έμπορία των αναμικτικών τους σε τοπικούς και οργανωμένους εμπιαλωτές.

2.2 Διακίνηση αναμικτικών στην εσωτερική αγορά

Η αγορά των νοικοκυριών απορροφά το 55% της συνολικής κατανάλωσης. Η τροφοδότηση τόσο της TAKE HOME MARKET όσο και της OUTSIDE HOME MARKET γίνεται είτε άπευθειας από τις εταιρείες εμφιαλώσεως είτε μέσω των χονδρεμπόρων. Κατά κανόνα πάντως οι εταιρείες του κλάδου προμηθεύουν όρισμένους επιλεγμένους πελάτες, τουλάχιστο στα μεγάλα αστικά κέντρα. Στα επαρχιακά κέντρα ή τροφοδότηση της αγοράς γίνεται μέσω των αντιπροσώπων τους και του χονδρεμπορίου.

2.3 Τιμές και περιθώρια κέρδους

Παρ' όλη την ύπαρξη αγορανομικής διατάξεως που καθορίζει τόσο τις τιμές όσο και τα περιθώρια κέρδους, παρατηρούνται όρισμένες διαφορές της τάξεως του 10% περίπου μεταξύ τιμών SUPER MARKET και καταστημάτων SELF SERVICE. Οι διαφορές αυτές οφείλονται στους καλύτερους όρους που επιτυγχάνουν τα SUPER MARKET, αφού αποτελούν μία από τις κατηγορίες των επιλεγμένων πελατών των εταιρειών.

2.4 Ανταγωνισμός-μερίδια αγοράς

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των διαφόρων βιομηχανιών που προσπαθούν να τοποθετήσουν τα προϊόντα τους σ' ολόκληρη την Ελλάδα παίρνει συνήθως τη μορφή επέκτασης και βελτιώσεως του εμπορικού δικτύου. Έτσι οι κυριότερες εταιρείες του κλάδου (Ελληνική Έταιρεία Εμφιαλώσεως και ΗΒΗ-Πανα-

γόπουλος), έχουν έλθει σέ συμφωνίες γιά έμφιαλάωση και έμπορία μέ τοπικούς έμφιαλωτές. Μέ αυτό τόν τρόπο γίνεται δυνατή ή τοποθέτηση άναψυκτικών σέ άγορές, όπου μέ διαφορετικές συνθήκες θά ήταν οίκονομικά άσύμφορο. 'Η πρακτική αύτή είναι πάντως πολύ έντονη στή περίπτωση τών διεθνών άναψυκτικών (COCA-COLA, 7UP κλπ.), παρά στή κατηγορία τών άναψυκτικών τύπου πορτοκαλάδας-λεμονίτας, όπου ό άνταγωνισμός μέ τούς τοπικούς παραγωγούς είναι ιδιαίτερα έντονος και συχνά άποβαίνει σέ βάρος τών γνωστών άναψυκτικών.

Σχετικά μέ τά μερίδια τής άγοράς παρατηρείται ότι οί δύο ήγέτιδες έπιχειρήσεις ('Ελληνική 'Εταιρεία 'Εμφιαλώσεως και ΗΒΗ-Παναγόπουλος) κατέχουν τό 70% τής έλληνικής άγοράς (35% ή κάθε μία), ενώ παρατηρείται μία τάση γιά αύξηση του συνολικού αυτού μεριδίου. Τά άναψυκτικά τύπου COLA έχουν τό 35-38% τής άγοράς και άκολουθούν οί γκαζόζες μέ 32% και οί πορτοκαλάδες-λεμονίτες μέ 30%.

2.5 'Η διάθεση τών έμφιαλωμένων μεταλλικών νερών στό έσωτερικό και έξωτερικό

'Η έσωτερική άγορά άπορροφά τό 80-90% τής έγχώριας παραγωγής και ή κατανάλωση παρουσιάζει χωροταξική συγκέντρωση παρόμοια μέ αύτή τών άναψυκτικών. 'Η συνηθέστερη μορφή συσκευασίας είναι ή τής πλαστικής φιάλης του 1½ λίτρου και άκολουθεί ή γυάλινη του 1 λίτρου. Οί έπιχειρήσεις του κλάδου συνήθως άσχολούνται και μέ τή παραγωγή άναψυκτικών, μέ άποτέλεσμα νά χρησιμοποιούν τό ύφιστάμενο έμπορικό δίκτυο γιά τήν προώθηση και τών νερών. 'Η προώθησή τους είναι σημαντικά πιό εύκολη άπ'ότι στή περίπτωση τών άναψυκτικών, έφόσον χρησιμοποιείται ή μη έπιστρεφόμενη πλαστική φιάλη. 'Υπάρχει άγορανομικός έλεγχος σχετικά μέ τίς τιμές. 'Η τελευταία αύξηση δόθηκε τόν Μάιο του 1982 και ήταν τής τάξεως του 7% περίπου.

*Όσον άφορά τό έξωτερικό έμπόριο του κλάδου παρατηρείται ότι γίνονται όρισμένες έξαγωγές μεταλλικών έμφιαλωμένων νερών, κυρίως πρός τίς χώρες τής Μέσης 'Ανατολής, χωρίς όμως νά παρουσιάζουν κάποια σταθερότητα, ενώ οί εισαγωγές είναι πολύ περιορισμένες. Τέλος, κάποια έξαγωγική δυνατότητα έμφανίζεται σέ κοινό νερό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

3.1 Γενικές παρατηρήσεις

Τό παραγωγικό δυναμικό του κλάδου σ'ολόκληρο τό κόσμο αποτελείται συνήθως από δύο διαφορετικές μεταξύ τους κατηγορίες παραγωγικών μονάδων. Από τις μονάδες πού ασχολούνται μέ τήν παρασκευή τής πρώτης ύλης και από τις μονάδες πού ασχολούνται μέ τήν ἐμπιόλωση και ἐμπορία τών τελικών προϊόντων. Τό φαινόμενο αυτό είναι αποτέλεσμα τόσο τής ανάγκης προώθησης προϊόντων μέ κάποιο brand name (προώθηση πού βασίζεται στήν αποκλειστική συνταγή παρασκευής του αναψυκτικού), όσο και στό ύψηλό κόστος μεταφοράς τών αναψυκτικών και ἐπιστροφής τών κενών φιαλών.

Ἡ διαμόρφωση τής ἐμπορικῆς και παραγωγικῆς αὐτῆς πολιτικῆς ἔχει τις ρίζες της στήν Ἀμερική και σήμερα ἔχει ἐπεκταθεῖ σ'όλο τόν κόσμο. Οἱ παραγωγικές μονάδες πού ασχολούνται μέ τή παρασκευή τής πρώτης ύλης παρατηρήθηκε ὅτι συμμετέχουν πολλές φορές στά ἐπενδυτικά σχέδια τών μονάδων ἐμφιαλώσεως, ἐνώ οὐσιαστική εἶναι ἡ συμβολή τους στή διαμόρφωση τής ἐμπορικῆς πολιτικῆς τών τελευταίων.

3.2 Τό παραγωγικό δυναμικό στόν ἑλληνικό κλάδο

3.2.1 Ἀριθμός μονάδων

Κύριο χαρακτηριστικό του ἑλληνικού παραγωγικού δυναμικοῦ εἶναι ἡ ὑπαρξη μεγάλου ἀριθμοῦ μονάδων μικροῦ κατά κανόνα μεγέθους. Παρατηρήθηκε πάντως ὅτι μεταξύ τών ἐτῶν 1973 και 1978, ὑπῆρξε μία μείωση του ἀριθμοῦ τών μονάδων και μία αύξηση του μέσου μεγέθους τών καταστημάτων. Ἡ ἐξέλιξη αὐτή ἡ ὁποῖα πιθανῶς θά συνεχιστεῖ και στά ἐπόμενα χρόνια, εἶναι ἀποτέλεσμα τής ἐξόδου τών ὀρισκῶν μονάδων ἀπό τόν κλάδο. Οἱ παραγωγικές μονάδες εἶναι ἐγκατεστημένες σ'όλη τήν Ἑλλάδα χωρίς νά παρατηρεῖται κάποια ἀξιδόλογη συγκέντρωση σέ κάποια συγκεκριμένη περιοχή (μέ ἐξαίρεση ἴσως τή περίπτωση τής Κρήτης). Ἀντίθετα, ἀξιδόλογη συγκέντρωση τής ἀπασχολήσεως του κλάδου παρατηρεῖται στή περιοχή τής Ἀττικῆς, λόγω τής παρουσίας τών δύο ἠγέτιδων ἐπιχειρήσεων.

3.2.2 Οι σπουδαιότερες μονάδες στον χώρο των αναψυκτικών

Οι εταιρείες ΗΒΗ-ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. και η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛΩΣΗΣ Α.Ε., που έμπορεύονται τα διεθνή αναψυκτικά COCA-COLA, FANTA, SPRITE, PEPSI-COLA, 7UP κλπ., αποτελούν τις ηγέτιδες επιχειρήσεις του κλάδου, τόσο όσον αφορά το ύψος των πωλήσεων όσο και την εγκατεστημένη δυναμικότητα, ύψος απασχόλησης κλπ. Καί οι δύο μονάδες έχουν από 3 εργοστάσια έμφιαλώσεως αναψυκτικών. Μετά από τις δύο αυτές εταιρείες, από άποψη ύψους πωλήσεων τουλάχιστον που πραγματοποίησαν τό 1981, κατατάσσονται επιχειρήσεις στις οποίες έχει ανατεθεί από τις δύο ηγέτιδες επιχειρήσεις ή έμφιαλωκη και έμπορία των προϊόντων τους στή τοπική αγορά. Άξιόλογες ακόμα μονάδες είναι ή CAN DRINKS, ή GENERAL CANNING, ή BEKO Α.Ε. Σαλονίκης και ή ΚΑΜΠΑΝΙΑ που συσκευάζουν τά προϊόντα τους κυρίως σέ μεταλλικά κουτιά. Οι υπόλοιπες μονάδες χαρακτηρίζονται συνήθως από έλλείψεις σύγχρονου μηχανολογικού έξοπλισμού μέ αρνητικές έπιπτώσεις στήν ποιότητα του τελικού προϊόντος.

3.2.3 Οι κυριότερες μονάδες στον χώρο των μεταλλικών νερών

Ή ΗΒΗ-ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ, ή IRIS ΛΟΥΤΡΑΚΙ Α.Ε., ή ΣΑΡΙΖΑ Α.Ε., αποτελούν τις σπουδαιότερες μονάδες του κλάδου. Όλες αυτές οι μονάδες είναι εγκατεστημένες κοντά σέ πηγές, οι οποίες τις περισσότερες φορές ανήκουν είτε στους διαφόρους Δήμους είτε στόν ΕΟΤ.

3.2.4 Βαθμός απασχόλησεως του παραγωγικού δυναμικού

Τό παραγωγικό δυναμικό των έμφιαλωτηρίων υπολογίζεται ότι απασχολείται σήμερα τουλάχιστον κατά τους θερινούς μήνες στό ίκανοποιητικό επίπεδο του 90-100%. Κατά τή διάρκεια όμως των χειμερινών μηνών, ό βαθμός αυτός αξιοποίησεως είναι πολύ χαμηλότερος. Ο βαθμός αξιοποίησεως του παραγωγικού δυναμικού των μονάδων που ασχολούνται μέ τή συσκευασία αναψυκτικών σέ μεταλλικά κουτιά, υπολογίζεται ότι πλησιάζει τό 30% σέ ετήσια βάση και για όλόκληρο τόν κλάδο. Για τά μεταλλικά και έμφιαλωμένα νερά ό βαθμός απασχόλησεως του δυναμικού πλησιάζει τό 40-50%.

3.3 Τό παραγωγικό δυναμικό σέ άλλες χώρες

3.3.1 Η.Π.Α.

Κατά τή διάρκεια τής τελευταίας 20ετίας παρατηρείται μία συνεχής μείωση του αριθμού τών παραγωγικῶν μονάδων καί μία αντίστοιχη αύξηση του μέσου μεγέθους τών επιχειρήσεων. Ἡ εξέλιξη αὐτή φαίνεται ὅτι εἶναι ἀποτέλεσμα τής μειούμενης σημασίας τής γεωγραφικῆς προστασίας, τών μεγαλύτερων εὐκολιῶν χρηματοδότησεως κ.λπ. Οἱ σπουδαιότερες μονάδες του κλάδου (μέ κριτήριο τό ὕψος τών πωλήσεων κατά τό 1980) εἶναι αὐτές πού διακινουῦν τά γνωστά ἀναψυκτικά COCA COLA καί PERSI COLA. Σημειώνεται ὅτι τά τελευταία χρόνια, μονάδες πού ἔχουν ἐξειδικευθεῖ στή παραγωγή ἀναψυκτικῶν ἐπεκτείνονται καί σέ ἄλλους κλάδους ποτῶν.

3.3.2 Εὐρώπη

Οἱ ἐταιρεῖες πού ἐμπριάζονται τά ἀναψυκτικά COCA COLA καί PEPSI COLA κατέχουν καί στίς διάφορες εὐρωπαϊκές ἀγορές σημαντική θέση. Στή Γερμανία παρατηρεῖται ἐπίσης μία τάση γιά μείωση του αριθμού τών παραγωγικῶν μονάδων, ἀποτέλεσμα τής μειουμένης σημασίας τής γεωγραφικῆς προστασίας μέ τήν αύξηση τής χρησιμοποίησεως τών φιαλῶν μίας χρήσεως. Τέλος τό παραγωγικό δυναμικό του Εὐρωπαϊκοῦ κλάδου τών ἐμπριάζομένων καί μεταλλικῶν νερῶν εἶναι συγκεντρωμένο στή Γαλλία, Βέλγιο καί Δ.Γερμανία.

ΙΟΒΕ/ΜΟΝΑΔΑ ΚΛΑΔΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ
ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΕΩΣ
ΟΜΑΔΑ 1η: ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ
ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ 1982
ΠΡΟΙΟΝ: ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Περιγραφή του αντικειμένου έρευνας

Μέ τον όρο "άναψυκτικά", ή νομοθεσία πού ίσχύει στην Έλ-
λάδα (Υ.Α. στό ΦΕΚ Β544/14.9.81) έννοεί τά παρακάτω προϊόντα:

α) τούς φυσικούς χυμούς έσπεριδοειδών και άλλων καρπών,
β) τά νέκταρ
γ) διάφορα άλλα ποτά "έλεύθερα άλκοόλης", όπως καθορίζονται
στόν Κώδικα Τροφίμων-Ποτών. Σύμφωνα μέ τά Άρθρα 145-146 και 147
του παραπάνω Κώδικα σαν "Έλεύθερα Άλκοόλης Ποτά" νοούνται προϊόν-
τα πού παρασκευάζονται από φυσικές ή τεχνητές πρώτες ύλες, μέ έξαι-
ρεση τήν αίθυλική άλκοόλη. Πρώτες ύλες πού ανήκουν στην παραπάνω
κατηγορία είναι:

- 1) Τό πόσιμο κοινό νερό.
- 2) Τό μεταλλικό και λαματικό νερό.
- 3) Χυμοί ή σιρόπια έσπεριδοειδών, μήλων, βύσσινων, βερυκόκ-
κων, ροδακίνων, φράουλας, σταφύλου, τομάτας και άμυγδάλων.
- 4) Ζάχαρη, άμυλοσιρόπι, σταφιδίνη, χαρουποσιρόπι.
- 5) Γαλακτικό όξύ, κιτρικό όξύ, κιτρικό κάλιο, κιτρικό νάτριο,
κιτρικό άσβέστιο, τρυνικό όξύ, μηλικό όξύ, γλυκονικό όξύ,
φουμαρικό όξύ.
- 6) Άσκορδικό όξύ, ως αντιοξειδωτικό.
- 7) Φωσφορικό όξύ, σέ ποσοστό μικρότερο των 500mg./λίτρο.
- 8) Διοξειδίο του άνθρακα.
- 9) Όξινο άνθρακικό νάτριο.

- 10) Χλωριοϋχο νάτριο.
- 11) Αιθέρια έλαια.
- 12) Άρτύματα.
- 13) Καραμελλόχρωμα.
- 14) Συντηρητικά (βενζοϊκό όξύ, βενζοϊκό νάτριο, αϊθυλικός ή προπυλικός έσθήρ κλπ.).

Τά "έλεύθερα άλκοόλης ποτά" κατατάσσονται σέ 3 γενικές κατηγορίες:

α) Τεχνητά, έλεύθερα άλκοόλης ποτά ή Άεριοϋχα Όξύποτα.

Τά ποτά αυτά παρασκευάζονται μέ διάλυση σέ νερό τών πρώτων υλών πού αναφέρθηκαν προηγουμένως και υπό πίεση διοξειδίου τοϋ άνθρακα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τά διάφορα ποτά τύπου COLA.

β) Άπό φυσικούς χυμούς φρούτων, έλεύθερα άλκοόλης ποτά. Τά

ποτά αυτά παρασκευάζονται από αυτούσιους χυμούς φρούτων μέ άραιώσή τους σέ νερό. Έπιτρέπεται έπίσης ή παρασκευή τών παραπάνω ποτών υπό πίεση διοξειδίου τοϋ άνθρακος. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οί άεριοϋχες πορτοκαλάδες, λεμονίτες κλπ.

γ) Άφεψήματα-ροφήματα: Τά ποτά αυτά παρασκευάζονται δι' έκχυλίσεως ή διαλύσεως σέ θερμό ή ψυχρό νερό διάφόρων φυτικών προϊόντων. Τέτοια ποτά είναι ό καφές, τό τσάϊ κλπ.

Στήν Έκθεση αυτή, τό ένδιαφέρον συγκεντρώνεται στά "έλεύθερα άλκοόλης ποτά", έκτός από τά ροφήματα. Οί λόγοι πού οδηγούν στόν έντοπισμό αυτό τοϋ έρευνητικοϋ ένδιαφέροντος είναι οί έξής:

α) Τά έλεύθερα άλκοόλης ποτά -πού θά άποκαλούνται στήν υπόλοιπη Έκθεση "άναψυκτικά"- έχουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τόσο στήν έλληνική όσο και στήν έξωτερική αγορά. Σάν τέτοια χαρακτηρι-

στικά αναφέρονται: ή έξειδίκευση πού παρατηρείται τόσο στήν παραγωγή τής πρώτης ύλης όσο και στή συσκευασία τους, ή ύπαρξη μίας τελείως δικής τους αγοράς, πού δέν έχει καμμία σχεδόν σχέση μέ τήν αγορά τών φυσικῶν χυμῶν ή τών νέκταρ, κλπ. Ἀντίθετα, ή παραγωγή τών φυσικῶν χυμῶν, ή έμπορία τους και διάφορα θεσμικά θέματα πού σχετίζονται μαζί τους, έχουν περισσότερο σχέση μέ τήν αγορά τών μεταποιημένων φρούτων και λαχανικῶν. Ἡ σπουδαιότητα τών χυμῶν εἶναι ἀρκετά σημαντική γιά τόν ἑλληνικό κλάδο τροφίμων, και γι' αὐτό ὁ κλάδος τών χυμῶν θά έρευνηθεῖ σέ εἰδική Έκθεση τής Ὁμάδας.

β) Ὁ ὅρος "ἀναψυκτικά", ὅπως καθορίστηκε προηγουμένα, έχει περισσότερο σχέση μέ τόν ὅρο soft drinks πού επικρατεῖ στή διεθνή αγορά, μέ ἀποτέλεσμα νά διευκολύνεται σέ μεγάλο βαθμό ή σύγκριση τών Ἑλληνικῶν μέ τά διεθνή στοιχεία.

Σημειώνεται ὅτι στά "ἀναψυκτικά" περιλαμβάνουμε και τά έμφιαλωμένα νερά, πού ἄν και παρουσιάζουν οὐσιαστικές διαφορές ἀπό τά "ἀναψυκτικά", έντούτοις εἶναι ή μοναδική κατηγορία στήν ὁποία μπορεῖ νά καταταχθεῖ σάν κλάδος βιομηχανικῆς δραστηριότητας. Τό ἴδιο ἄλλωστε παρατηρεῖται σέ κάποιο βαθμό και στό έξωτερικό.

Τά έμφιαλωμένα πόσιμα νερά (πού χαρακτηρίζονται επίσης και σάν "έπιτραπέζια") διακρίνονται σέ 3 βασικές κατηγορίες:

- α) Στά κοινά (συμπεριλαμβανομένων και τών ὀλιγομεταλλικῶν).
- β) Στά μεταλλικά φυσικά ή τεχνητά (ιαματικά ή μή).
- και γ) Στά αεριοῦχα (σόδες).

Τά μεταλλικά νερά διακρίνονται ἀπό τά φυσικά ἀπό τή μεγαλύτερη περιεκτικότητά τους σέ χημικά στοιχεία ή ένώσεις. Σάν "ιαματικά" μάλιστα χαρακτηρίζονται τά μεταλλικά νερά πού ἀναβλύζουν ἀπό πηγές πού έχουν επίσημα χαρακτηριστεῖ σάν ιαματικές. "Αεριοῦχα"

τέλος νερά χαρακτηρίζονται τὰ κοινά ἢ τὰ μεταλλικά νερά σὰ ἃ ποῖα ἔχει προστεθεῖ διοξειδίο τοῦ ἀνθρακα ὑπό πίεση. Σημειώνεται ἐπίσης ὅτι ὑπάρχουν καί φυσικά ἀεριοῦχα μεταλλικά νερά, ὅπως τό νερό Σουρωτῆς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ

1.1. Ἡ ἀγορά τῶν ἀναψυκτικῶν στήν Ἑλλάδα

1.1.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησεως

Οἱ καιρικές συνθήκες, τό ὕψος τοῦ διαθέσιμου κατά κεφαλή εἰσοδήματος, οἱ ἀπόλυτες καί οἱ σχετικές τιμές, θεωροῦνται σάν οἱ κυριώτεροι παράγοντες πού προσδιορίζουν τήν ζήτηση τῶν ἀναψυκτικῶν.

Πιο ἀναλυτικά: Ἡ ζήτηση τῶν ἀναψυκτικῶν στήν Ἑλλάδα παρουσιάζει τήν ἴδια ἴσως ἐποχικότητα πού παρουσιάζει καί ἡ μύρα. Ὅσο ὑψηλότερες εἶναι οἱ θερμοκρασίες τόσο μεγαλύτερη εἶναι ἡ κατανάλωση. Σέ γενικές γραμμές ἐκτιμᾶται ὅτι τό 75% τῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν ἀπορροφᾶται στή περίοδο Ἀπρίλιος-Ὀκτώβριος καί τό 25% στήν ὑπόλοιπη περίοδο.^{1/}

Ἐνῶ ὁμως στή περίπτωση τῆς μύρας ἡ ἐποχικότητα πού παρατηρεῖται στήν ἑλληνική ἀγορά δέν διαφέρει ἀπό ἐκείνη ἄλλων χωρῶν, στά ἀναψυκτικά δέν συμβαίνει τό ἴδιο. Στήν Ἀμερική, στή Γερμανία καί ἀκόμα καί στή παγωμένη Γροιλανδία, ἡ ζήτηση ἀναψυκτικῶν δέν παρουσιάζει σχεδόν καμμία ἐποχικότητα. Γιά παράδειγμα, ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν στή Γερμανία τό 1978, παρά τό πολύ ἄσχημο καλοκαίρι ἐκείνου τοῦ χρόνου, ἔφθασε σέ ὕψος ρεκόρ (68,3 λίτρα/κεφαλή).

Μιά πιθανή ἐξήγηση γιά τήν ἔλλειψη ἐποχικότητας σ'αὐτές τίς χῶρες εἶναι ὁ τρόπος ζωῆς ἀλλά καί ὁ χῶρος στόν ὁποῖο καταναλίσκονται τά ἀναψυκτικά. Ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν στίς χῶρες αὐτές διαμορφώνεται κυρίως ἀπό κατανάλωση "στό σπίτι" (HOME MARKET), μέ ἀποτέλεσμα οἱ καιρικές συνθήκες νά ἐπηρεάζουν λιγότερο τήν κατανάλωση. Ἀντίθετα, στήν Ἑλλάδα τό 50% περίπου τῆς καταναλώσεως τῶν ἀναψυκτικῶν γίνεται ἔξω ἀπό τό σπίτι καί γι'αὐτό ἐπηρεάζεται

^{1/} Βλ. γιά ἀνάλυση τῆς ἐποχικότητας στήν Ἑλληνική ἀγορά καί τμήμα 1.1.3. παρακάτω.

Άμεσα από τις καιρικές συνθήκες (όπως άλλωστε και στην περίπτωση της μύρας). Ο Έλληνας καταναλωτής έχει συνηθίσει να περνά πολλές από τις ελεύθερες ώρες του έξω από σπίτι, γεγονός που συμβάλλει στην εμφάνιση της εποχικότητας. Είναι χαρακτηριστική, εν προκειμένω, η περίπτωση της Ελληνικής επαρχίας, στην οποία παρατηρήθηκε ότι η κατανάλωση αναψυκτικών σε μπουκάλια του 1 λίτρου (τό μέγεθος που κατά κύριο λόγο προορίζεται για κατανάλωση στο σπίτι) είναι χαμηλή, ενώ αντίθετα η κατανάλωση σε ατομικές συσκευασίες είναι σημαντικά υψηλότερη και γίνεται μόνο στα διάφορα καφενεύα κλπ. Έτσι οι άσχημες κλιματολογικές συνθήκες στη διάρκεια του χειμώνα επηρεάζουν σε κάποιο βαθμό την απομάκρυνση από το σπίτι και οδηγούν αναγκαστικά και στη μείωση της καταναλώσεως.

Ένας ακόμα παράγοντας που διαφοροποιεί την Ελλάδα από άλλες χώρες ως προς τον βαθμό εποχικότητας στη ζήτηση των αναψυκτικών, είναι και η θέση του νερού σ' αυτές τις χώρες. Στις περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες οι καταναλωτικές συνήθειες στρέφονται προς το εμφιαλωμένο μεταλλικό νερό (πολλές φορές μάλιστα είναι "γκαζοζέ"), το οποίο έχει κάποιο κόστος αγοράς. Έτσι η υποκατάσταση μεταλλικού νερού με κάποιο αναψυκτικό (κυρίως γκαζόζα) είναι ένα πολύ σύνηθες φαινόμενο. Αντίθετα, στην Ελλάδα σάν πόσιμο νερό χρησιμοποιείται κυρίως αυτό της βρύσης με τις αντίθετες συνέπειες.

Τό γεγονός ότι οι Έλληνες καταναλωτές έχουν συνηθίσει, σάν πόσιμο νερό, τό νερό της βρύσης, είναι και μία ένδειξη για την σχετικά υψηλή εισοδηματική ελαστικότητα της ζήτησεως του αναψυκτικού. Τό αναψυκτικό και τό νερό αντιμετωπίζονται σάν υποκατάστατα άγαθά. Τό πρώτο συνεπάγεται κάποιο κόστος αγοράς, ενώ τό άλλο κανένα (ή σχεδόν κανένα). Έτσι ή ζήτηση των αναψυκτικών, κυρίως

στήν αγορά τῶν νοικοκυριῶν, ἐπηρεάζεται ἄμεσα ἀπό τό διαθέσιμο εἰ-
σόδημα καί ἀπό τήν τιμή. Ἐνδεικτικά εἶναι τά ἀποτελέσματα τῆς
Ἐρευνας Οἰκογενειακῶν Προϋπολογισμῶν πού ἐγίνε τό 1974 ἀπό τήν
ΕΣΥΕ. Ὁ Πίνακας ἰ παρουσιάζει τά ἀποτελέσματα αὐτά.

Ἐκτός ὁμῶς ἀπό τό νερό, ὑποκατάστατο τοῦ ἀναψυκτικοῦ μπορεῖ
νά θεωρηθεῖ ἀκόμα καί ἡ μύρα, ἐφόσον ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν ἄρ-
χισε νά ἐπεκτείνεται καί σάν συνοδευτικό τοῦ φαγητοῦ, θέση πού κα-
τά παράδοση κατέχουν ἡ μύρα καί τό κρασί. Εἶναι χαρακτηριστική
ἐν προκειμένῳ, ἡ ἀποψη ἐκπροσώπου τοῦ κλάδου τῶν ἀναψυκτικῶν πού
ἀπέδωσε τή χαμηλή αὔξηση τῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν στήν ἐσωτε-
ρική ἀγορά τό 1981, στόν "πόλεμο τῆς μύρας" πού ξέσπασε τό καλο-
καίρι τοῦ 1981. Ἡ εἰσοδος τῶν ἀναψυκτικῶν σ' αὐτή τήν "ἀγορά" εἶ-
ναι πάντως, ἐδῶ καί ἀρκετά χρόνια, γεγονός στίς κυριώτερες Εὐρω-
παϊκές καί τίς διεθνεῖς ἀγορές, ἐνῶ στήν Ἑλλάδα μόλις τά τελευ-
ταῖα χρόνια ἄρχισε νά γίνεται μιὰ τέτοια προσπάθεια. Σ' αὐτόν τόν
ἀνταγωνισμό, ἐκτός ἀπό τόν ἐθισμό τοῦ καταναλωτή στή κατανάλωση
μύρας ἢ κρασιοῦ ἀπό τή μιὰ μεριά καί στήν προσπάθεια ἀλλαγῆς
τῶν καταναλωτικῶν προτύπων ἀπό τήν ἄλλη, σημαντικό ρόλο
θά παίξουν καί οἱ μεταβολές τῶν σχετικῶν τιμῶν. Ἡ μεγάλη σχετικά
αὔξηση στή φορολογία τῆς πρώτης ὕλης γιά τήν παρασκευή τόσο τῆς
μύρας ὅσο καί τῶν λοιπῶν οἰνοπνευματωδῶν ποτῶν πού ἐπιβλήθηκε
μέσα στό 1982, πιστεύεται ὅτι θά ὀδηγήσουν σέ κάποια ὑποκατάσταση
πρός ὄφελος τῶν ἀναψυκτικῶν.

Θά πρέπει πάντως νά σημειωθεῖ ὅτι ἡ ἐγκατάσταση διεθνῶν
ἀναψυκτικῶν στήν Ἑλλάδα κατά τά τελευταῖα χρόνια (COCA COLA,
PEPSI COLA, SEVEN UP κλπ.), ἐπηρέασε τήν ἐσωτερική ἀγορά, τόσο
σάν μεταφορᾶ ἑξῶν προτύπων καταναλώσεως καί ἐμπορίας τῶν προϊόν-

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Συνολική καταναλωτική δαπάνη και δαπάνη για αναψυκτικά και άλλα
μή-οίνοπνευματώδη ποτά

Κλιμάκια μηνιαίας καταναλωτικής δα- πάνης (Δρχ.)	Μέση μηνιαία δαπάνη σέ αναψυκτικά και μή οίνοπνευματώδη ποτά
Μέχρι 999	5
από 1.000- 1.999	11
" 2.000- 2.999	19
" 3.000- 4.999	32
" 5.000- 6.999	40
" 7.000- 9.999	56
" 10.000-13.999	74
" 14.000-19.999	87
" 20.000-29.999	129
άνω τών 30.000	139

Πηγή: Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 1974 (ΕΣΥΕ).

των, όσο και εάν βελτίωση της ποιότητας που προήλθε μέσω της αύ-
ξήσεως του ανταγωνισμού. Για παράδειγμα, αναφέρεται η εισαγωγή
της συσκευασίας του 1 λίτρου που βοήθησε σημαντικά την είσοδο των
αναψυκτικών στην "αγορά των νοικοκυριών" (TAKE HOME MARKET) αφού
διευκολύνθηκε σημαντικά η χρήση τους, ενώ συγχρόνως μειώθηκε τό-
 ανά ποτήρι κόστος. Όσον αφορά την ποιότητα, η παρουσία των διεθ-
 νων brand names υποχρέωσε, τόσο τις εμποιαλώτριες εταιρείες όσο
 και τις επιχειρήσεις που παράγουν ανταγωνιστικά προϊόντα (μέ κά-
 ποια εύρεια κατανάλωση), να ακολουθήσουν πολύ αυστηρές προδιαγρα-
 φές, τόσο στην παρασκευή όσο και στην εμποιάλωση των αναψυκτικών.

Παρ' όλα αυτά συχνά παρατηρήθηκαν όρισμένα προβλήματα (π.χ. παρουσία μικροοργανισμών κλπ.), που όφειλονται στο στάδιο της έμφιαλώσεως. Στο σημείο αυτό πρέπει νά τονιστεῖ επίσης ότι πολλές φορές υπάρχει αδυναμία τηρήσεως τῶν "διεθνῶν" προδιαγραφῶν γιά τή παραγωγή κάποιου διεθνούς ἀναψυκτικοῦ ἐπειδή τό ἰσχύον θεσμικό πλαίσιο (Κώδικας Τροφίμων καί Ποτῶν) καθορίζει μίνιμουμ συμμετοχή τῶν πρώτων ὑλῶν, σέ ἀναλογίες διάφορες ἀπό τόν τρόπο παρασκευῆς που ἐφαρμόζεται διεθνῶς^{1/}.

1.1.2. Παραγωγή ἀναψυκτικῶν στήν Ἑλλάδα

Στόν Πίνακα 2 που ἀκολουθεῖ ἐμφανίζεται ἡ ἐξέλιξη τῆς παραγωγῆς τῶν διαφόρων προϊόντων τοῦ κλάδου στή περίοδο 1970-1981.

Ἀπό τόν Πίνακα αὐτό παρατηροῦνται τά ἑξῆς: Ἡ συνολική παραγωγή τῶν προϊόντων τοῦ κλάδου παρουσιάζει συνεχῆ αὔξηση που πολλές φορές ξεπερνάει καί τό 10-15% ἐτησίως. Συγκεκριμένα, ἡ παραγωγή μεταξύ 1970 καί 1978 ὑπερδιπλασιάστηκε. Ἄν μάλιστα ἐξαιρεθοῦν τά μεταλλικά νερά, τότε ἡ παραγωγή τῶν ὑπόλοιπων τύπων ἀναψυκτικῶν κατά τό 1981 ἦταν 1,5 φορές μεγαλύτερη ἀπό τήν ἀντίστοιχη παραγωγή τοῦ 1970. Ἐκ τῆς καταναλώσεως τῶν ἀναψυκτικῶν φαίνεται ότι εἶναι ἡ αὔξηση τοῦ εἰσοδήματος, που ὁδήγησε σέ ὑποκατάσταση πόσιμου νεροῦ μέ ἀναψυκτικό. (Ἄφου ἄλλωστε καί ἡ κατανάλωση μύρας, ἕνα ἀπό τά ὑποκατάστατα προϊόντα, σημείωσε καί αὐτή παρόμοια σχεδόν αὔξηση στό διάστημα τῆς ἴδιας περιόδου). Σημειώνουμε πάντως ότι ἀνεξάρτητα ἀπό τό εἰσόδημα, σημαντικός παράγοντας που ἐπηρέασε τούς ρυθμούς αὐτοῦς αὔξεσεως ἦταν ἡ ἐπιθετική ἐμπορική πολιτική που ἀκο-

^{1/} Ὅπως θά δοῦμε σέ ἐπόμενη παράγραφο, κάθε ἐταιρεία που διαθέτει τά προϊόντα τῆς στή διεθνή ἀγορά μέ τό ἴδιο brand name, τό μόνο τό ὁποῖο διαθέτει γιά νά διαφοροποιήσῃ τό προϊόν τῆς εἶναι ἡ ὕπαρξη μιᾶς "ἀποκλειστικῆς" συνταγῆς γιά τή παραγωγή του, μιᾶς συνταγῆς που συνεπάγεται τήν χρησιμοποίηση πρώτων ὑλῶν σέ συγκεκριμένες ἀναλογίες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Παραγωγή αναψυκτικῶν στὴν Ἑλλάδα (σὲ ἑκατομμύρια λίτρα)

Προϊόντα	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Αναψυκτικά χωρίς χυμό φρούτων (γκά- ζόζες, COLA κλπ.)	72,7	77,0	73,5	94,2	103,1	93,5	110,3	151,9	180,3	200,6	222,7	235,1
Πορτοκαλάδες	48,3	53,7	57,4	75,4	77,6	82,2	80,3	95,4	92,2	91,6	101,0	100,2
Λεμονάδες	28,6	26,8	24,6	28,2	25,8	28,3	32,5	35,0	33,5	36,6	39,7	38,6
Σόδες	3,3	5,9	6,0	6,2	5,2	6,0	5,7	6,1	4,8	7,3	6,2	6,9
Μεταλλικά νερά	18,5	16,8	41,2	25,7	26,6	36,2	51,0	68,7	75,7	51,6	54,0	58,0
Σύνολο	171,4	180,2	202,7	229,7	230,3	246,2	279,8	357,1	386,5	387,7	423,6	438,8

Πηγή: Μέχρι τὸ 1978 ΕΣΥΕ. Τὰ στοιχεῖα γιὰ τὰ ἐπόμενα χρόνια ἀποτελοῦν ἐκτιμήσεις διαφόρων ἐκπροσώπων τοῦ κλάδου.

Παρατήρηση: Τὰ στοιχεῖα τοῦ 1979 εἶναι βασισμένα σὲ προσωρινὰ στοιχεῖα τῆς ΕΣΥΕ καὶ σὲ στοιχεῖα πωλήσεως. Γιὰ τὰ ἐπόμενα χρόνια 1980-1981 ἔχει γίνει κάποια ἐκτίμηση γιὰ τὸ συνολικὸ μέγεθος τῆς ἀγορᾶς ἀπὸ τὸ ὁποῖο μὲ βάση τὰ συγκεκριμένα ποσοστὰ συμμετοχῆς πού εἶχαν τὰ διάφορα προϊόντα στὴ συνολικὴ παραγωγή κατὰ τὸ 1979, σὲ συνδυασμὸ μὲ ἐκτιμήσεις ἐκπροσώπων τοῦ κλάδου γιὰ τὴν πορεία τῶν συγκεκριμένων προϊόντων στὸ διάστημα αὐτό, ἐξήχθησαν τὰ στοιχεῖα τοῦ Πίνακα γιὰ τὸ 1980 καὶ τὸ 1981.

λουθήθηκε από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου από τα πρώτα χρόνια της δεκαετίας του 1970 (πού συνέπεσε με την τοποθέτηση των "διεθνών" αναψυκτικών στην Ελλάδα). Αυτό άλλωστε φαίνεται και από την διαφορετική εξέλιξη στη παραγωγή που παρουσιάζουν οι διάφορες κατηγορίες αναψυκτικών. Η πρώτη κατηγορία (αναψυκτικά χωρίς χυμό φρούτων) περιλαμβάνει την COCA COLA, PEPSI COLA, SEVEN UP, SPRITE, καθώς και τις υπόλοιπες γκαζόζες ή COLA's που κυκλοφορούν με άλλα, λιγότερο γνωστά, διεθνή brand names (AFRI-COLA κλπ.) ή και με κάποια ἐγχώρια ὀνομασία^{1/}. Η εξέλιξη της παραγωγής των παραπάνω προϊόντων ήταν ιδιαίτερα ἐντυπωσιακή και ὁποσδήποτε πολύ μεγαλύτερη από την αύξηση που παρουσίασε ἡ συνολική παραγωγή. Από τὸν ἴδιο Πίνακα φαίνεται ὅτι ἡ παραγωγή της παραπάνω κατηγορίας μέσα στή περίοδο 1970-1981 ὑπερτριπλασιάστηκε σέ ἀντίθεση με τή συνολική παραγωγή που ὑπερδιπλασιάστηκε. Ἄν πάρουμε ὑπόψη τή μεγάλη συμμετοχή τῶν παραπάνω προϊόντων στή συνολική παραγωγή τοῦ κλάδου, γίνεται φανερό ἡ ἐπίδρασή τους πάνω στή συνολική εξέλιξη τοῦ κλάδου. Στόν Πίνακα 3 ἐμφανίζεται ἡ ποσοστιαία συμμετοχή κάθε κατηγορίας αναψυκτικῶν στή συνολική παραγωγή τοῦ κλάδου.

Ἄπό τὸν Πίνακα 3, σέ συνδυασμό με τὰ στοιχεῖα τοῦ Πίνακα 2, προκύπτουν τὰ ἑξῆς συμπεράσματα:

α) Τὰ ἀναψυκτικά χωρίς χυμό φρούτων ἀπό τήν ἀρχή τῆς δεκαετίας τοῦ 1970 κατέχουν τό μεγαλύτερο μερίδιο τῆς ἀγορᾶς (συμπεριλαμβανομένων καί τῶν μεταλλικῶν νερῶν). Τό ποσοστό συμμετοχῆς μάλιστα σημειώνει συνεχῆ αὔξηση (ἀπό 42,4% πού ἦταν τό 1970 ἔφτασε τό 1978 στό 46,7%), πού εἶναι ἀκόμη μεγαλύτερη ἂν ἐξαιρεθεῖ ἀπό

1/ Σύμφωνα με διάφορες ἐκτιμήσεις (βασισμένες σέ στοιχεῖα παραγωγῆς 1979), τὰ ἀναψυκτικά τύπου γκαζόζα ἀποτελοῦν τό 42% τῆς παραγωγῆς τῶν ἀναψυκτικῶν χωρίς χυμό φρούτων (τό ὑπόλοιπο 58% ἀποτελεῖται ἀπό τίς διάφορες COLA). Στό δεύτερο Κεφάλαιο ἀναφέρονται περισσότερα στοιχεῖα γιά τὰ μερίδια ἀγορᾶς πού ἔχει κάθε κατηγορία ἀναψυκτικῶν στή συνολική ἀγορά.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Συμμετοχή των διάφορων άνωματικών στη συνολική παραγωγή (%)

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Άνωματικά χωρίς χυλό αροστών	42,4 (47,5)	42,7 (47,1)	36,3 (45,5)	41,0 (46,1)	43,3 (48,7)	38,0 (44,5)	39,4 (48,2)	42,5 (52,6)	46,7 (58,1)	(59,6)	(60,2)	(61,7)
Προτοκα- λίδες	28,3 (31,6)	29,8 (32,8)	28,3 (35,5)	32,8 (36,9)	32,6 (36,6)	33,4 (39,3)	28,7 (35,0)	26,7 (33,0)	23,8 (29,7)	(27,4)	(27,3)	(26,3)
Λευονάδες	16,6 (17,5)	14,9 (16,5)	12,2 (15,2)	12,3 (13,8)	10,8 (12,2)	11,5 (13,5)	11,6 (14,2)	9,8 (12,2)	8,7 (10,8)	(10,7)	(10,7)	(10,2)
Σόδες	1,9 (3,4)	3,3 (3,6)	3,0 (3,8)	2,7 (3,2)	2,2 (2,5)	2,5 (2,7)	2,0 (2,6)	1,7 (2,2)	1,2 (1,4)	(2,3)	(1,8)	(1,8)
Μερικά Σύνολο	89,2 (100,0)	91,7 (100,0)	79,8 (100,0)	88,8 (100,0)	90,9 (100,0)	85,4 (100,0)	81,7 (100,0)	80,7 (100,0)	77,4 (100,0)	(100,0)	(100,0)	(100,0)
Μεταλλικά νερά	10,8 -	9,3 -	20,2 -	11,2 -	9,1 -	14,6 -	18,3 -	19,3 -	22,6 -	10,3	10,2	10,3
Γενικό Σύνολο	100,0 -	100,0 -	100,0 -	100,0 -	100,0 -	100,0 -	100,0 -	100,0 -	100,0 -	-	-	-

Πηγή: Έπεξεργασία στοιχείων Πίνακα 2.

τή συνολική αγορά ή κατηγορία τῶν μεταλλικῶν νερῶν. Συγκεκριμένα, ἐνῶ τό 1970 τά ἀναψυκτικά χωρίς χυμό φρούτων εἶχαν τό 47,5% τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς τῶν, μέ στενή ἔννοια, ἀναψυκτικῶν, τό ποσοστό αὐτό ἀνέβηκε στό 61,7% κατά τό 1981. Ἡ σημαντική αὐτή αὔξηση εἶναι ἀποτέλεσμα τῆς ἐπιθετικῆς ἐμπορικῆς πολιτικῆς πού ἀκολούθησαν οἱ ἑταιρεῖες παραγωγῆς ἀκολουθώντας τά πρότυπα ξένων ἑταιρειῶν καί λιγότερο ἀποτέλεσμα μιμητισμοῦ (πού ὀπωσδήποτε ἔπαιξε κάποιο σημαντικό ρόλο τίς πρῶτες μέρες πού τοποθετήθηκαν τά προϊόντα αὐτά στήν ἑλληνική ἀγορά).

β) Τή μεγαλύτερη ἀπώλεια (ἀπό ἄποψη ποσοστοῦ συμμετοχῆς) τήν εἶχε ἡ λεμονάδα-λεμονίτα (ἀπό 17,5% τό 1970, ἔφτασε στό 16,2% τό 1981) καί λιγότερο ἡ πορτοκαλάδα. Ἡ μείωση αὐτή τοῦ ποσοστοῦ συμμετοχῆς τῆς λεμονάδας-λεμονίτας στή συνολική ἀγορά τῶν ἀναψυκτικῶν ὀφείλεται κατά κανόνα στήν ἀπουσία κάποιου διεθνοῦς brand name ἀπό τήν ἑλληνική ἀγορά, γεγονός πού ὀδήγησε στή χαμηλότερη προώθηση τοῦ προϊόντος, ἀφοῦ ὁ ἀνταγωνισμός μέ τά λοιπά ἀναψυκτικά τύπου COLA ἢ γκαζόζας ἦταν ἰδιαίτερα ἔντονος. Ἡ χαμηλότερη συμμετοχή πού εἶχε τό 1981 ἡ κατηγορία ἀναψυκτικῶν τύπου σόδας, σέ σχέση μέ τό 1970, δέν ὀφείλεται σέ κάποια ὑποκατάσταση μέ ὑπόλοιπα ἀναψυκτικά, ἀλλά μάλλον σέ σταθεροποίηση παραγωγῆς καί καταναλώσεως μέ ἀποτέλεσμα στήν αὔξημένη παραγωγή τοῦ κλάδου νά ἐμφανίζεται μειωμένο τό ποσοστό συμμετοχῆς αὐτῆς τῆς κατηγορίας.

γ) Ὅσον ἀφορᾷ τήν μεγάλη αὔξηση, τόσο τῆς παραγωγῆς ὅσο καί τῆς συμμετοχῆς τῶν μεταλλικῶν νερῶν στή συνολική παραγωγή τοῦ κλάδου, αὐτή ὀφείλεται στήν αὔξηση τοῦ Ἐθνικοῦ Εἰσοδήματος πού ἐπέτρεψε τήν ὑποκατάσταση πόσιμου νεροῦ σέ ἀντίστοιχο μεταλλικό. Κάποια σημαντική ἐπίδραση ἔπαιξε ὀπωσδήποτε καί τό μιμητικό ἀποτέλεσμα, καθώς τό σύνολο σχεδόν τῶν ξένων ἐπισκεπτῶν στήν Ἑλλάδα

κατανάλωνε μεταλλικό νερό. Σημειώνουμε πάντως ότι ο θόρυβος που δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια σχετικά με την ποιότητα του μεταλλικού νερού (καταγγελίες για παρουσία κολλοβακτηριδίων κλπ.), άσκησε ανασταλτική επίδραση στη ζήτηση και στη παραγωγή του προϊόντος. Ο θόρυβος αυτός φαίνεται ότι επηρεάζει το κλάδο μέχρι και σήμερα, αφού η παραγωγή έχει σταθεροποιηθεί σε χαμηλά σχετικά επίπεδα.

1.1.3. Κατανάλωση αναψυκτικῶν στὴν Ἑλλάδα

Ἡ ἐγχώρια ζήτηση ἀναψυκτικῶν καλύπτεται ἀπόλυτα ἀπὸ τὴν παραγωγή. Χαρακτηριστικό εἶναι ὅτι δὲν ἐμφανίζονται στίς διάφορες ἐκδόσεις τῆς ΕΣΥΕ στατιστικά στοιχεία εἰσαγωγῶν-ἐξαγωγῶν ἀναψυκτικῶν^{1/}. Ὁ Πίνακας 4 παρουσιάζει τὴν ἐξέλιξη τῆς κατὰ κεφαλῆς καταλώσεως ἀναψυκτικῶν στὴ περίοδο 1970-1981.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Κατὰ κεφαλὴ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν στὴν Ἑλλάδα (λίτρα/κεφαλὴ).

Ἔτος	Ἀναψυκτικά (μὲ χυμὸ φρού- των ἢ χωρὶς)	Σόδα	Ἐμφιαλωμένα νερά
1970	17,2	0,3	2,1
1971	18,0	0,6	1,9
1972	17,6	0,7	4,6
1973	22,2	0,7	2,9
1974	22,9	0,6	3,0
1975	22,5	0,7	4,0
1976	24,2	0,6	5,6
1977	30,3	0,6	7,3
1978	32,6	0,5	8,0
1979	34,5	0,6	5,5
1980	37,8	0,6	5,6
1981	38,5	0,7	5,7

1/ Στὴ πράξη γίνονται ὀρισμένες ἐξαγωγές πάντα σὲ μεταλλικό κουτί, οἱ ὁποῖες ὅμως θεωροῦνται ἀσημαντές. Περισσότερο σημαντικές θεωροῦνται οἱ ἐξαγωγές-εἰσαγωγές ἐμφιαλωμένων νερῶν. Γιά ἀπλοῦστευση τῶν ὑπολογισμῶν σ' αὐτὴ τὴ φάση ὑποθέτουμε ὅτι ἡ ἐσωτερικὴ κατανάλωση καλύπτεται ἀποκλειστικά ἀπὸ τὴν ἐγχώρια παραγωγή.

Στήν προηγούμενη παράγραφο έγινε κάποια ανάλυση για τους παράγοντες που δδήγησαν τόσο στήν αύξηση τής καταναλώσεως καί τής παραγωγής όσο καί στή συμμετοχή τών διάφορων κατηγοριών αναψυκτικῶν στή συνολική παραγωγή. Στό σημείο αυτό θά σταθοῦμε σέ ὀρισμένα γενικά χαρακτηριστικά τής καταναλώσεως, ὅπως ἡ ἐποχικότητα, ἡ χωροταξική τής κατανομή καί οἱ μορφές συσκευασίας πού φαίνεται νά προτιμῶνται.

Ἡ ζήτηση καί ἡ κατανάλωση αναψυκτικῶν στήν Ἑλλάδα, μέ ἐξαίρεση τίς σόδες, παρουσιάζει, ὅπως ἤδη ἀναφέρθηκε, μία ἔντονη ἐποχικότητα, παρόμοια ἴσως μέ αὐτή τής μύρας. Χωρίς νά ὑπάρχουν επίσημα μηνιαῖα στοιχεῖα παραγωγής ἢ καταναλώσεως, ἐκτιμήσεις ἐκπροσώπων τοῦ κλάδου ἀναφέρουν ὅτι στή διάρκεια ἑνός θερμοῦ μήνα ἡ κατανάλωση μπορεῖ νά ἀπορροφήσει ἀκόμα καί τό 16-17% τής συνολικῆς ἐτήσιας καταναλώσεως^{1/}. Τό γεγονός αὐτό ὀφείλεται στό ὅτι ἕνα μεγάλο μέρος τής συνολικῆς καταναλώσεως αναψυκτικῶν στήν Ἑλλάδα γίνεται σήμερα σέ χώρους ἔξω ἀπό τό σπίτι, ὅπου φυσικά ἡ κατανάλωση ἐπηρεάζεται περισσότερο ἀπό τίς κλιματολογικές συνθῆκες. Τά τελευταῖα χρόνια πάντως, ὑπάρχει μία τάση γιά αύξηση τής καταναλώσεως αναψυκτικῶν στό σπίτι. Ὅσο μεγαλύτερη θά εἶναι ἡ εἴσοδος τῶν αναψυκτικῶν στό σπίτι, τόσο λιγότερο ἔντονη θά εἶναι καί ἡ ἐποχικότητα. Ἐνδεικτικά ἀναφέρθηκε ὅτι μέχρι τό 1969 ἡ ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν ἀπορροφοῦσε λίγο περισσότερο ἀπό τό 10% τής συνολικῆς καταναλώσεως, ἐνῶ τό 1981 τό ποσοστό αὐτό πλησίασε ἢ καί ξεπέρασε τό 55%. Στήν εξέλιξη αὐτή τής καταναλώσεως σημαντικό ρόλο ἔπαιξε καί ἡ παρουσία τής μεγάλης συσκευασίας τοῦ 1 λίτρου. Ἡ συσκευασία αὐτή, πού προορίζεται ἀποκλειστικά σχεδόν γιά τήν ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν, υἱοθετήθηκε ἀπό τίς δύο μεγάλες ἐμφιαλώτριες καί παραγωγές Ἑλληνικές ἐταιρεῖες (Ἑλληνική Ἐταιρεία Ἐμφιαλώσεως-ΗΒΗ), πού διακι-

1/ Ἀπό διάφορα στοιχεῖα πού συλλάγησαν παρατηρήθηκε γιά τούς 12 μήνες ἑνός τυπικοῦ χρόνου ἢ παρακάτω ἐνδεικτική διαδοχή ποσοστῶν συνολικῆς ἐτήσιας καταναλώσεως: Ι 3,4%, Φ 3,6%, Μ 5,1%, Α 6,6%, Μ 8,4%, Ι 15%, Ι 16,2%, Α 13%, Σ 9,7%, Ο 8,2%, Ν 5,1%, Δ 5,7%.

νούν άλλωστε και τό μεγαλύτερο μέρος τῶν ἀναψυκτικῶν μέ ἢ χωρίς χυμό φρούτων. Εἶναι χαρακτηριστικό ἐπίσης ὅτι τό 40% τῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν στά μεγάλα ἀστικά κέντρα, ἀφορᾷ κατανάλωση σέ φιάλες τοῦ 1 λίτρου^{1/}. Ὅσον ἀφορᾷ τίς ἄλλες μορφές συσκευασίας, ἐκτός ἀπό τήν παραδοσιακή φιάλη τῶν 250cc πού ἔχει σήμερα ἕνα μεγάλο ποσοστό τῆς ἀγορᾶς, χρησιμοποιεῖται καί τό λευκοσιδηρό δοχεῖο τῶν 330cc. Ἡ μορφή αὐτή συσκευασίας ἐμφανίστηκε τό 1978, γιὰ τότε συσκευάστηκε σ' αὐτή τό 1,6% περίπου τῆς συνολικῆς παραγωγῆς (4,9 ἑκατ. λίτρα περίπου). Ἀπό τό 1978 μέχρι τό 1981 παρατηρεῖται μία συνεχῆς αὔξηση τῆς χρησιμοποίησεως τοῦ κουτιοῦ σάν τρόπου συσκευασίας ἀναψυκτικῶν. Τό 1980 χρησιμοποιήθηκαν γιὰ συσκευασία ἀναψυκτικῶν 54 ἑκατ. κουτιά ἢ τό 5,0% τῆς συνολικῆς παραγωγῆς τῶν ἀναψυκτικῶν, ἐνῶ τό 1981 ἔφθασαν στά 64 ἑκατ. κουτιά (5,3% τῆς συνολικῆς παραγωγῆς).

Συμπερασματικά μπορούμε νά ἀναφέρουμε ὅτι ἡ φιάλη τῶν 250cc κατέχει σήμερα τό 52-57% τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς, ἡ φιάλη τοῦ 1 λίτρου τό 38-43% καί τό ὑπόλοιπο 5% τό ἔχει σήμερα τό λευκοσιδηρό δοχεῖο. Στά ἐπόμενα χρόνια πάντως, προβλέπεται κάποια μεταβολή στά ποσοστά αὐτά, ἀφοῦ προβλέπεται αὔξηση τῆς χρησιμοποίησεως τόσο τῆς φιάλης τοῦ 1 λίτρου καί τοῦ λευκοσιδηροῦ δοχείου, ὅσο καί τῆς πιθανῆς διαφοροποιήσεως τοῦ τρόπου συσκευασίας.^{2/}

Πάντως, μέσα στοὺς πρώτους μῆνες τοῦ 1982 ἔκανε τήν ἐμφάνισή της καί μία ἄλλη μορφή συσκευασίας, ἡ μὴ ἐπιστρεφόμενη πλαστική φιάλη μικροῦ μεγέθους. Ἡ ἀποδοχή ἀπό τόν καταναλωτή τοῦ

1/ Ὁ μέγας ὄγκος καί τό βάρος τῆς φιάλης τοῦ 1 λίτρου ἀποτελοῦν ἀνασταλτικούς παράγοντες γιὰ τήν προώθηση τῶν ἀναψυκτικῶν σ' αὐτή τή μορφή συσκευασίας σ' ὁλόκληρη τήν Ἑλλάδα, ἀφοῦ αὐξάνεται σημαντικά τό κόστος μεταφορᾶς. Ἐνας ἀκόμα ἀνασταλτικός παράγοντας εἶναι ἡ συγκέντρωση τοῦ ἀνάγκαιου εἰδικοῦ μηχανολογικοῦ ἐξοπλισμοῦ (πλυντήρια φιαλῶν-ἐμφιαλωτήρια) στά μεγάλα ἀστικά κέντρα.

2/ Αὔξηση π.χ. τῆς χύμα πώλησης ἀναψυκτικῶν πού σήμερα ἐμφανίζεται νά ἔχει μόλις τό 6,1% τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς.

τρόπου αυτού συσκευασίας είναι δύσκολο νά εκτιμηθεί στη παρούσα φάση. Γεγονός πάντως είναι ότι ή συσκευασία αναψυκτικῶν σέ μή επιστρεφόμενες πλαστικές φιάλες μεγάλου μεγέθους θά είσχωρήσει στην έλληνική αγορά στό μέλλον, áκολουθώντας τό παράδειγμα άλλων χωρῶν. Στην άποψη αυτή συμφωνοῦν άλλωστε καί διάφοροι εκπρόσωποι τοῦ κλάδου.

Όσον άφορᾷ τή χωροταξική κατανομή παρατηρεῖται μία κάποια συγκέντρωση τῶν γνωστῶν τουλάχιστον αναψυκτικῶν, στή μεγάλα κέντρα καταναλώσεως. Έκτός από τά αστικά κέντρα καί οί άναπτυγμένες τουριστικές περιοχές, ὅπως ή Ρόδος, ή Κέρκυρα καί ή Κρήτη, παρουσιάζουν αύξημένη κατανάλωση κατά τή διάρκεια τοῦ καλοκαιριοῦ. Σέ γενικές γραμμές πάντως, ή Ἀττική παρουσιάζει τή μεγαλύτερη κατανάλωση από ὁποιαδήποτε άλλη περιοχή. (έκτιμᾶται ὅτι ἔχει τό 40-50% τῆς συνολικῆς καταναλώσεως) καί áκολουθεῖ ή Κεντρική Μακεδονία. Τά 3 τουριστικά νησιά (Ρόδος, Κέρκυρα καί Κρήτη) πιστεύεται ὅτι áποτελοῦν τό 10-15% τῆς συνολικῆς αγοράς τῶν αναψυκτικῶν.

Τέλος, σχετικά μέ τήν κατανάλωση τῶν ἐκμεταλλωμένων νερῶν σημειώνουμε ὅτι ή τυχόν ἐποχικότητά τους ἐπηρεάζεται περισσότερο από τήν αύξημένη τουριστική κίνηση κατά τή διάρκεια τοῦ καλοκαιριοῦ παρά από τίς αύξημένες θερμοκρασίες. Τό ἴδιο φυσικά παρατηρεῖται καί μέ τή χωροταξική κατανομή, ὅπου οί άνεπτυγμένες τουριστικά περιοχές ἔχουν αύξημένη κατανάλωση. Τονίζουμε πάντως, ὅτι ἐπειδή τό εἰσόδημα áποτελεῖ τό βασικότερο προσδιοριστικό παράγοντα ζήτησεώς τους, ή κατανάλωση ἐκμεταλλωμένων νερῶν από τόν Ἕλληνα καταναλωτή συγκεντρώνεται στή μεγάλα αστικά κέντρα, ὅπου κατά τεκμήριο ὑπάρχουν ὑψηλότερα εἰσοδήματα.

1.1.4. Προοπτικές για την εξέλιξη της ελληνικής αγοράς των αναψυκτικών.

Σε προηγούμενη παράγραφο αναφέρθηκε ότι ένας από τους βασικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησεως των αναψυκτικών είναι και ο ρυθμός αύξησεως του εισοδήματος. Αν ληφθεῖ ὑπόψη ότι μέχρι τό 1981 καί ιδίως κατά τά τελευταῖα δύο χρόνια ἡ κατανάλωση αναψυκτικών αὐξήθηκε μ' ἕνα ρυθμό τῆς τάξεως τοῦ 12% περίπου ἐτησίως, ἐνώ τό εἰσόδημα μέ πολύ χαμηλότερο ρυθμό, τότε οἱ προοπτικές τοῦ κλάδου στά ἐπόμενα χρόνια, μέ τήν προϋπόθεση βέβαια τό Ἐθνικό Εἰσόδημα νά ἀρχίσει νά σημειώνει ρυθμούς αὐξήσεως παρόμοιους μέ ἐκείνους τῆς τριετίας 1975-1978, εἶναι μᾶλλον εὐνοϊκές.

Ἄνεξάρτητα πάντως ἀπό τήν εξέλιξη τοῦ Εἰσοδήματος, θετική ἐπίδραση πάνω στή ζήτηση τῶν αναψυκτικῶν θά παίξει ἡ παραπέρα εἰσοδός τους στήν ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν, ἀφοῦ θά ἀμβλύνει σέ κάποιο βαθμό τήν ἐποχικότητα πού παρατηρεῖται σήμερα. Ἡ ἐμπειρία ἄλλωστε ἄλλων χωρῶν, ὅπου τό ἀναψυκτικό καταναλίσκεται κυρίως στό σπίτι, συνηγορεῖ στή θετική εξέλιξη πού θά παρουσιάσει ἡ ζήτηση ἀπό αὐτή τή σχετική μεταβολή τῶν καταναλωτικῶν προτύπων. Στό σημεῖο αὐτό, ἀναφέρουμε ἀπλῶς ὅτι ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν σέ ἄλλες Εὐρωπαϊκές χώρες μέ χειρότερες (ἀπό ἀπόψεως καταναλώσεως) κλιματολογικές συνθήκες, ἔχουν ἀρκετά μεγαλύτερη κατά κεφαλή κατανάλωση^{1/}. Τέλος, θετική ἐπίδραση πάνω στή κατανάλωση θά παίξει καί ἡ μεταβολή τῶν σχετικῶν τιμῶν μεταξύ μύρας καί ἀναψυκτικῶν πρὸς ὄφελος τῶν ἀναψυκτικῶν, πού πιθανόν θά ἐπηρεάσει τήν ὑποκατάσταση μύρας μέ ἀναψυκτικά, τουλάχιστο βραχυχρόνια.

^{1/} Στήν ἐπόμενη παράγραφο ἀναλύονται ἀπό ἀπόψεως παραγωγῆς καί καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν διάφορες Εὐρωπαϊκές χώρες καθώς καί οἱ Η.Π.Α.

Σάν κάποια γενική έκτίμηση για τίς προοπτικές πού εμφανί-
ζει ή παραγωγή καί ή ζήτηση τών αναψυκτικῶν στά επόμενα χρόνια
θά μπορούσε νά διατυπωθεῖ ή έκτίμηση ὅτι για τήν περίοδο
1982-1983 ἀναμένεται μία αύξηση τῆς τάξεως τοῦ 6-8% ἐτησίως,
ἐνώ για τά επόμενα χρόνια προβλέπεται μία αύξηση πού θά κυμαίνε-
ται μεταξύ 4-5% ἐτησίως.^{1/} Ἀντίθετα, ή ζήτηση τών μεταλλικῶν νερῶν
στά ἀμέσως επόμενα χρόνια προβλέπεται ὅτι θά κυμανθεῖ στά σημερι-
νά επίπεδα μέ μικρές ἴσως αύξητικές τάσεις. Τό γεγονός αὐτό ὀφεί-
λεται στό ὅτι ή ἐγχώρια ἀγορά δέν ἔχει ἀκόμα ξεπεράσει τά προβλή-
ματα πού δημιουργήθηκαν μετά τό θόρυβο τοῦ 1979. Στό τέλος ὁμως
τῆς δεκαετίας τοῦ 1980, ή παραγωγή καί ή ζήτηση μεταλλικῶν νερῶν
ὑπολογίζεται ὅτι θά αύξηθοῦν σημαντικά σέ σχέση μέ τά σημερινά
επίπεδα. Συγκεκριμένα, ὑπολογίζεται ὅτι τό 1990 ή παραγωγή θά
ἔχει φθάσει τά 150 ἑκατ. λίτρα ἐναντι τών 60 ἑκατ. λίτρων πού εἶ-
ναι σήμερα. Λόγοι πού συνηγοροῦν στή παραπάνω αύξηση εἶναι ή αύ-
ξηση τοῦ Ἐθνικοῦ Εἰσοδήματος καί φυσικά ή ἀνάκτηση τῆς ἐμπιστο-
σύνης τοῦ καταναλωτικοῦ κοινοῦ πρός τά ἐμφιαλωμένα νερά, σέ συν-
δυασμό βέβαια μέ τά χαμηλά σημερινά επίπεδα τῆς κατά κεφαλῆς κα-
ταναλώσεως (συγκρινόμενα μέ τά ἀντίστοιχα διάφορων χωρῶν τοῦ ἐξω-
τερικοῦ).

1.2. Παραγωγή καί κατανάλωση ἀναψυκτικῶν σέ ἄλλες χῶρες

Προτοῦ προχωρήσουμε στήν ἐπί μέρους ἀνάλυση διάφορων ἀγορῶν
τοῦ ἐξωτερικοῦ εἶναι χρήσιμο νά δοθοῦν ὀρισμένα στοιχεῖα κατανα-
λώσεως ἀναψυκτικῶν σέ ἄλλες χῶρες, προκειμένου νά γίνει ἀντιλη-
πτό τό μέγεθος τῆς παγκόσμιας ἀγορᾶς σέ ἐπίπεδο κατά κεφαλῆς κα-
ταναλώσεως. Ὁ Πίνακας 5 παρουσιάζει τή κατά κεφαλή κατανάλωση
ἀναψυκτικῶν σέ διάφορες Εὐρωπαϊκές καί μὴ χῶρες.

^{1/} Σχετικά μέ τό 1982, διάφορες ἐκτιμήσεις ἀναφέρουν ὅτι, μέχρι
τόν Ἰούνιο τοῦ 1982 ή κατανάλωση διατηρεῖτο σέ ἐλαφρά μεγα-
λύτερα επίπεδα ἀπό τά ἀντίστοιχα επίπεδα τοῦ 1981.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5

Κατά κεφαλή κατανάλωση αναψυκτικῶν-μεταλλικῶν νερῶν σέ διάφορες Εὐρωπαϊκές χῶρες τό 1980 (λίτρα).

Χῶρες	*Αεριοῦχα ποτά	ἐκ τῶν ὁποίων τύπου COLA	Μεταλλικά νερά	Σύνολον *Αεριοῦχα ποτά + μεταλλικά νερά
Αὐστρία	35,3	12,0	31,7	67
Βέλγιο	60,8	24,2	59,3	120,1
Δανία	38,8	10,4	8,8	47,6
Γαλλία	23,6	3,7	47,5	71,1
Γερμανία	68,5	23,3	40,5	109
*Ιταλία	19,0	5,1	27,8	46,7
*Ολλανδία	58,4	21,7	4,8	63,2
Νορβηγία	57,8	..	8,3	66,1
*Ισπανία	47,6	13,3	13,5	61,1
Σουηδία	54,1	..	6,6	60,7
*Ελβετία	46,7	..	35,2	81,9
Μεγ. Βρεταν.	88,8	10,2	0,6	89,4
Η.Π.Α.	95,3
Καναδάς	46,7
Αὐστραλία	69,3
*Ιαπωνία	33,4
Ν. Ζηλανδία	38,8
*Ισραήλ	53,0
*Ιράν	9,6

Πηγή: EUROMONITOR, CONSUMER EUROPE (1982).

EUROMONITOR: INTERNATIONAL MARKETING DATA AND STATISTICS (1981).

Σημ.: Τά στοιχεῖα γιά τίς μή Εὐρωπαϊκές χῶρες ἀφοροῦν κατανάλωση ἀναψυκτικῶν κατά τό 1977-1978.

Από τὰ ἀναλυτικά στοιχεία καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν στίς Εὐρωπαϊκές χώρες (Πίνακας 5) παρατηρεῖται ὅτι χώρες πού ἔχουν ψυχρότερο κλίμα ἀπό τήν Ἑλλάδα (ὅπως Γερμανία, Ἀγγλία, Σουηδία, Νορβηγία, Αὐστρία, Βέλγιο κλπ.), ἔχουν πολύ ὑψηλή κατά κεφαλή κατανάλωση, ἔνδειξη τῆς πολύ μικρῆς βαρύτητας πού παίζουν στή διαμόρφωση τῆς ζήτησης οἱ κλιματολογικές συνθήκες. Ἐντύπωση προκαλεῖ ἐπίσης ἡ σχετικά χαμηλή κατανάλωση ἀναψυκτικῶν τύπου COLA (σέ σχέση μέ τή συνολική κατανάλωση) πού σέ 6 ἀπό τίς 9 Εὐρωπαϊκές χώρες, γιά τίς ὁποῖες διαθέτουμε στοιχεία, ἐμφανίζεται νά εἶναι χαμηλότερη ἀπό τήν ἀντίστοιχη Ἑλληνική (τό 1980 ἡ κατά κεφαλή κατανάλωση στήν Ἑλλάδα ἔφθασε τά 14 λίτρα περίπου).

Τό ἐνδιαφέρον γιά τή παραγωγή καί κατανάλωση ἀναψυκτικῶν σέ ἄλλες χώρες στρέφεται, σ'αὐτή τή φάση τουλάχιστον, στίς ΗΠΑ καί σέ ὀρισμένες Δυτικοευρωπαϊκές χώρες. Ἡ σκοπιμότητα ἀναλύσεως αὐτῶν τῶν ἀγορῶν ὁφείλεται στό γεγονός ὅτι ἡ ἀγορά τῶν ΗΠΑ μπορεῖ νά θεωρηθεῖ σάν πρωτοπόρος, ἐφόσον ἀπό ἐκεῖ ξεκίνησαν τά περισσότερα μέχρι σήμερα διεθνή brand names, ἐνώ οἱ δυτικοευρωπαϊκές χώρες ἔχουν περισσότερα κοινά χαρακτηριστικά μέ τήν ἑλληνική. Συγκεκριμένα θά ἀναλυθοῦν ἀπό ἀπόψεως παραγωγῆς καί καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν, μεταλλικῶν νερῶν οἱ ἀγορές τῆς Δ. Γερμανίας, τῆς Γαλλίας, τῆς Ἰταλίας καί τοῦ Βελγίου.

1.2.1. Ἡ ἀγορά τῶν ἀναψυκτικῶν στίς Η.Π.Α.

Ἡ βιομηχανία ἀναψυκτικῶν στίς ΗΠΑ ἀποτελεῖ μία ἀπό τίς σπουδαιότερες βιομηχανίες τοῦ κλάδου τῶν ποτῶν. Ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν γνώρισε πολύ ἀξιόλογους ρυθμούς ἀνάπτυξης σ'ὄλο τό διάστημα τῆς τελευταίας τριακονταετίας. Ἐνδεικτικά ἀναφέρεται ὅτι στίς

άρχές της δεκαετίας του 1950 τὰ αναψυκτικά είχαν τό 10% τής συνολικής αγοράς τών ποτῶν, ποσοστό πού διπλασιάστηκε μέχρι τό 1970. Τό 1969 μάλιστα ἡ κατανάλωση αναψυκτικῶν ἔφτασε σέ σημεῖο νά ξεπεράσει τήν κατανάλωση ὄλων τών υπόλοιπων ποτῶν καί νά βρεθεῖ στή δεύτερη θέση μετά τόν καφέ. Τό 1976 ξεπερνοῦν καί αὐτή τή κατανάλωση τοῦ καφέ καί θεωροῦνται πλέον "ἐθνικό ποτό". Ἡ ἐξέλιξη αὐτή συνεχίστηκε καί κατά τὰ τελευταῖα χρόνια αὐξάνοντας ἔτσι σημαντικά τό μερίδιό τους στή συνολική αγορά τών ποτῶν. Συγκεκριμένα, τό 1980 ἡ κατά κεφαλή κατανάλωση αναψυκτικῶν ἔφτασε τὰ 139 λίτρα περίπου ἀποκτώντας ἔτσι τό 26% τής αγοράς. Στή δεύτερη θέση βρέθηκαν ὁ καφές καί τό γάλα μέ 20% τό κάθε προϊόν. Στόν Πίνακα 6 παρουσιάζεται ἡ ἐξέλιξη τής καταναλώσεως αναψυκτικῶν στίς ΗΠΑ στή περίοδο 1972-1980.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

Κατά κεφαλή κατανάλωση αναψυκτικῶν στίς ΗΠΑ (λίτρα/κεφαλή)

1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
94,7	99,2	98,5	101,5	103,0	111,0	118,5	132,0	139,0

Πηγή: U.S. Industrial Outlook (1981), Beverages World - Ἐκτιμήσεις I.O.B.E.

Μία παρατήρηση πού πρέπει νά γίνει σχετικά μέ τὰ στοιχεῖα τοῦ Πίνακα εἶναι ὅτι οἱ πηγές πού ἀναφέρθηκαν παραπάνω, ἀναφέρονται σέ κατανάλωση ἐκπεφρασμένη σέ ἀξία πωλήσεως (ἀποπληθωρισμένη). Τά μόνα στοιχεῖα πού βρέθηκαν γιά κατά κεφαλή κατανάλωση ἐκπεφρασμένη σέ λίτρα ἀφοροῦσαν τό ἔτος 1979, ὅποτε μέ αὐτό τό ἔτος σά βάση ἐκτιμήθηκαν καί τὰ στοιχεῖα γιά τὰ προηγούμενα καί ἐπόμενα χρόνια. Γιά τό 1981 προσωρινά στοιχεῖα ἐκτιμοῦν ὅτι ἡ πραγματική κατανάλωση αὐξήθηκε κατά 4% περίπου φθάνοντας στά 144 λίτρα/κεφαλή.

Τά αναψυκτικά τύπου COLA αποτελούν τό μεγαλύτερο μέρος τής καταναλώσεως αναψυκτικῶν ἀφοῦ κατέχουν τό 44% περίπου τής συνολικῆς ἀγορᾶς. Δεύτερη σέ κατανάλωση κατηγορία αναψυκτικῶν εἶναι τὰ ὑπόλοιπα αναψυκτικά μέ ζάχαρη πού ἔχουν τό 22% περίπου τής ἀγορᾶς. Ὁ Πίνακας 7 παρουσιάζει τό μερίδιο τής ἀγορᾶς πού εἶχε τό 1979 καί 1980 κάθε κατηγορία αναψυκτικῶν στή συνολική ἀγορά ἀναψυκτικῶν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

Συμμετοχή συσκευασμένων ἀναψυκτικῶν στή συνολική ἀγορά ἀναψυκτικῶν τῶν ΗΠΑ (%)

<u>Εἶδος ἀναψυκτικῶν</u>	<u>1979</u>	<u>1980</u>
COLA	44,3	44,0
Πορτοκαλάδα	2,8	2,9
Λεμονάδα	9,6	9,7
Cinger Ale	5,5	5,4
* Ἄλλα ἀναψυκτικά μέ ζάχαρη	21,8	21,5
COLA διαίτης	8,0	8,3
* Ἄλλα ἀναψυκτικά διαίτης	8,0	8,2
<u>Σύνολον</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

Πηγή: Beverages World, September 1981.

Ἀπό τόν Πίνακα αὐτό παρατηρεῖται ὅτι τὰ "γνωστά" ἀναψυκτικά ἀποτελοῦν τό 84% τής συνολικῆς ἀγορᾶς, ἐνῶ τό ὑπόλοιπο 16% ἀφορᾶ τὰ ἀναψυκτικά διαίτης. Ἡ τελευταία αὐτή κατηγορία παρουσιάζει μεγάλη ἐξέλιξη κατά τὰ τελευταῖα χρόνια. Τό 1978 εἶχαν τό 10% τής ἀγορᾶς, ποσοστό πού αὐξήθηκε ὅπως εἶδαμε στόν Πίνακα 6, στό 16,5% κατά τό 1980. Ἡ αὔξηση αὐτή εἶναι ιδιαίτερα ἐντυπωσιακή ἀν ἀναλο-

γιστούμε ότι η Διεύθυνση Τροφίμων και Ποτών των ΗΠΑ (F.D.A.) έχει επιβάλλει σε κάθε βιομηχανία που παρασκευάζει αναψυκτικά διαίτης που περιέχουν ζαχαρίνη να αναγράφει ότι πιθανώς η ουσία αυτή είναι καρκινογόνος. Καί σ'αυτή την αγορά πάντως (αγορά αναψυκτικών διαίτης) τό αναψυκτικό τύπου COLA κατέχει τό 58% τής αγοράς και ακολουθεῖ ἡ λεμονάδα μέ 18%.

Ἐκτός ὁμως ἀπό τά αναψυκτικά τύπου διαίτης που φαίνεται ότι κερδίζουν συνεχῶς ἔδαφος στήν ἀμερικανική αγορά, ἔχει παρατηρηθεῖ καί μία ἀκόμα στροφή καταναλωτικῶν προτιμήσεων. Διάφορες μετρήσεις που ἔγιναν τό 1980 ἔδειξαν ότι ὑπάρχει μία τάση ὑποκατάστασεως τῶν ἀναψυκτικῶν τύπου COLA καί ἀναψυκτικῶν μέ γεύση φρούτων, μέ ἀναψυκτικά τύπου Perpet. Τό προϊόν αὐτό που ἀνήκει στήν κατηγορία τῶν "λοιπῶν ἀναψυκτικῶν μέ ζάχαρη" (Πίνακας 7), παρουσίασε σημαντική αὔξηση πωλήσεων κατά τά τελευταῖα χρόνια^{1/}. Τό κατά πόσον πάντως ἡ αὔξηση αὐτή ἀντιπροσωπεύει μία γενικώτερη στροφή τῶν προτιμήσεων εἶναι μάλλον πολύ νωρίς νά λεχθεῖ. Ἡ ἐξέλιξη που θά παρουσιάσει τά ἐπόμενα χρόνια θά ἀποτελέσει σαφῶς μία ἐνδείξη γιά τήν στροφή αὐτή τῶν καταναλωτικῶν προτιμήσεων.

Ἡ συνεχιζόμενη αὔξηση τῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν στίς ΗΠΑ ὀφείλεται κατά ἕνα μεγάλο ποσοστό στήν ἱκανοποίηση τῶν καταναλωτικῶν προτιμήσεων γιά μεγάλες συσκευασίες. Συγκεκριμένα, ἐκτιμήθηκε ότι τό 65% τῆς αὔξεσεως τῆς καταναλώσεως μεταξύ τοῦ 1970 καί 1980 ὀφείλεται στίς οἰκονομικές συσκευασίες ἄνω τοῦ 1 λίτρου γιά τήν αγορά τοῦ νοικοκυριοῦ καί στή "χύμα" πώληση ἀναψυκτικῶν στήν ἄλλη αγορά (outside home market).

^{1/} Τά ἀναψυκτικά τύπου Perpet εἶχαν τό 1980 τό 11,3% τῆς αγοράς ἢ τό 55% τῆς αγοράς τῶν ἀναψυκτικῶν μέ ζάχαρη.

Αναλυτικά οι συσκευασίες που χρησιμοποιούνται σήμερα (1981) είναι ή συσκευασία σε PET που έχει τό 17,3% της αγοράς, οι έπιστρεφόμενες φιάλες (32,2% της αγοράς), οι μή έπιστρεφόμενες φιάλες (9,0% της αγοράς) και τό μεταλλικό κουτί λευκοσιδηρό ή άλουμινένιο (41,5% της αγοράς). Μεγάλη ανάπτυξη έμφάνισε ή πλαστική φιάλη που τό 1979 σε σχέση με τό 1978 αύξηθηκε κατά 102%. Τά τελευταία χρόνια, όπως άλλωστε αναφέραμε και νωρίτερα, κερδίζουν συνεχώς έδαφος οι συσκευασίες μεγάλου μεγέθους ενός και δύο λίτρων, ενώ σε δημοτικότητα κερδίζει ακόμα και ή φιάλη μισού λίτρου. Μετά από παρουσία δύο έτων στην αγορά, ή φιάλη δύο λίτρων κατέχει τό 14,6% επί του συνόλου της συσκευασίας. Σύμφωνα με προβλέψεις της εταιρείας PEPSICO, τό μερίδιο στην αγορά των υλικών συσκευασίας της κάθε κατηγορίας υλικών συσκευασίας κατά τό 1985 θά έχει ως έξης: Συσκευασία PET 27,5%, έπιστρεφόμενες φιάλες 25,5%, μή έπιστρεφόμενες φιάλες 8,7%, μεταλλικά δοχεία 38,3%.

Τέλος, όσον αφορά την εξέλιξη του κλάδου στα έπόμενα χρόνια τονίζονται τά έξης: Τό γενικό κλίμα είναι μάλλον εύνοϊκό. Για τά έπόμενα 5 χρόνια αναμένεται μία αύξηση της καταναλώσεως αναψυκτικών με μέσο έτήσιο ρυθμό της τάξεως του 3,8-4%. Στοιχεία που συνηγορούν στην άποψη αυτή είναι ή έντατικοποίηση του ανταγωνισμού μεταξύ των μεγάλων μονάδων για νά καταλάβουν όσο τό δυνατό μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Άλλωστε σίς έκτιμήσεις αυτές συμφωνούν οι περισσότεροι έκπρόσωποι του κλάδου αναψυκτικών σίς ΗΠΑ^{1/}. Από την άλλη πλευρά πάντως άντικίνητρο στην εξέλιξη της καταναλώσεως θά είναι ή ύψηλή τιμή των πρώτων ύλων και ή διαμάχη με άγνωστα πρόσ τό παρόν αποτελέσματα, για τή ζαχαρίνη που χρησιμοποιείται σήμερα στα αναψυκτικά τύπου διαίτης.

1/ Χαρακτηριστικά ό πρόεδρος της COCA-COLA B.G. DYSON πιστεύει ότι τό 1990 ή αγορά αναψυκτικών θά είναι 42% μεγαλύτερη άπ' ότι τό 1980.

Ένώ όμως η κατανάλωση αναψυκτικών είναι ιδιαίτερα σημαντική, η κατανάλωση έμφιαλωμένων νερών θεωρείται σχετικά χαμηλή. Από βιομηχανικές έρευνες πού έγιναν τά τελευταία χρόνια στην άμερικάνικη αγορά, τό ύψος τής συνολικής καταναλώσεως έκτιμήθηκε στά 320 έκατ. γαλλόνια έτησίως, πού σημαίνει 6 περίπου λίτρα ανά κεφαλή. Η ανάπτυξη πάντως πού παρατηρείται τά τελευταία χρόνια είναι ιδιαίτερα έντυπωσιακή. Η κατανάλωση έμφιαλωμένων μεταλλικών νερών μεταξύ τής περιόδου 1975-1979 δεκαπλασιάστηκε. Έκτιμάται ότι μέχρι τό 1984 η έτήσια πραγματική αύξηση τής καταναλώσεως θά είναι γύρω στό 10%. Σ' αυτό συνηγορεί καί τό γεγονός ότι παρατηρείται έντονη έπιθετική έμπορική πολιτική καί σ' αυτόν τό κλάδο, μέ αποτέλεσμα νά αύξηθει τό καταναλωτικό ένδιαφέρον. Ένδειξη άποτελεεί καί η αύξηση του άποθηκευτικού χώρου τών καταστημάτων λιανικής πώλησεως πού διατίθεται για έμφιαλωμένα νερά.

1.2.2. Παραγωγή καί κατανάλωση αναψυκτικών στή Γερμανία

Η Γερμανική αγορά άποτελεεί μία από τίς σπουδαιότερες Εύρωπαϊκές αγορές για τά αναψυκτικά. Η κατανάλωση συνεχίζει νά αυξάνεται κάθε χρόνο, ενώ η κατά κεφαλή κατανάλωση αναψυκτικών καί μεταλλικών νερών έχει ήδη ξεπεράσει τά 100 λίτρα. Ο Πίνακας 8 παρουσιάζει τή παραγωγή (έμφιάλωση κατά κανόνα) αναψυκτικών-μεταλλικών νερών στή Γερμανία κατά τή περίοδο 1977-1980.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

Παραγωγή αναψυκτικών-μεταλλικών νερών στή Γερμανία (έκ. λίτρα)

	1977	1978	1979	1980
Αναψυκτικά ^{1/}	3.916,3	4.098,4	4.216,6	4.334,3
Μεταλλικά νερά	1.979,5	2.093,6	2.260,4	2.415,6

Πηγή: E.I.U. Marketing in Europe.

^{1/} Στή κατηγορία τών αναψυκτικών συμπεριλαμβάνεται καί μία μικρή ποσότητα νέκταρ λόγω άδυναμίας προσδιορισμού τής.

Από τόν Πίνακα αυτό παρατηρείται μία συνεχής αύξηση τής παραγωγής αναψυκτικῶν καί μεταλλικῶν νερῶν. Ἡ αύξηση αὐτή εἶναι ἀποτέλεσμα τής ἐσωτερικῆς ζήτησεως. Ἐνδεικτικό εἶναι τό γεγονός ὅτι ἡ ἐσωτερική ζήτηση καλύπτεται κατά ἕνα ποσοστό 2-3% καί ἀπό εἰσαγόμενα ἀναψυκτικά, κυρίως ἀπό Βέλγιο-Λουξεμβούργο. Μέ αὐτά τά δεδομένα ἡ ἐξέλιξη τής κατά κεφαλῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν καί μεταλλικῶν νερῶν ἐμφανίζεται στόν παρακάτω Πίνακα 9α.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9α

Κατά κεφαλή κατανάλωση ἀναψυκτικῶν μεταλλικῶν νερῶν στή Γερμανία

	(λίτρα)			
	1977	1978	1979	1980
Ἀναψυκτικά	65,2	68,3	68,8*	69,6
Μεταλλικά νερά	32,4	34,2	36,8	39,8

Πηγή: Ἐκτιμήσεις IOBE.

Γιά τό 1981 προσωρινά στοιχεῖα δείχνουν ὅτι ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν συνέχισε νά αὐξάνει μέ ταχύτερο μάλιστα ρυθμό ἀπ'ὅτι τό προηγούμενο χρόνο. Συγκεκριμένα, ἐκτιμήθηκε ὅτι ἡ συνολική ζήτηση αὐξήθηκε κατά 3% περίπου, πού ἦταν κυρίως ἀποτέλεσμα τής μεγάλης ζήτησεως κατά τούς μῆνες Ἀπρίλιο, Μάιο καί Ἰούνιο. Τίς ἴδιες ἐξελίξεις παρουσίασε καί ἡ κατανάλωση μεταλλικῶν νερῶν. Οἱ εὐνοϊκές αὐτές ἐξελίξεις πού παρουσιάζει ὁ κλάδος κατά τά τελευταῖα χρόνια (καί πού προβλέπεται σέ κάποιο βαθμό νά συνεχισθοῦν καί στά ἐπόμενα), φαίνεται ὅτι ὀφείλεται καί στή διατήρηση τῶν τιμῶν τῶν ἀναψυκτικῶν σέ σταθερά ἐπίπεδα. Χαρακτηριστικό εἶναι ὅτι ἀπό τό 1976 μέχρι τέλους 1981 οἱ τιμές ἀναψυκτικῶν αὐξήθηκαν κατά 11% μόνο.

Όσον αφορά τα επί μέρους προϊόντα τονίζονται τα εξής: Τα προϊόντα τύπου COLA εμφανίζονται να κατέχουν το 34% περίπου της συνολικής αγοράς. Σ'αυτή την αγορά η COCA-COLA έχει το μεγαλύτερο μερίδιο. Όπως σημειώνεται, η μεγάλη ανάπτυξη της COCA-COLA Γερμανίας οφείλεται στην αύξημένη χρησιμοποίηση των μη επιστρεφόμενων φιαλών συσκευασίας, στις οποίες συσκευάζεται το 25% του συνολικού όγκου. Σημαντική αύξηση εκτός από τα αναψυκτικά τύπου COCA παρουσίασαν και οι πωλήσεις των αναψυκτικών διαίτης. Η κατά κεφαλή κατανάλωση αυτών των αναψυκτικών (πού και σ'αυτή την αγορά οι εταιρείες COCA COLA και PEPSICO έχουν ηγετική θέση), εκτιμάται ότι έφθασε κατά το 1979 τα 5,6 λίτρα, ενώ οι πωλήσεις έφθασαν τα 335 εκατ. λίτρα.

Για τα μεταλλικά νερά τονίζεται ότι τα φυσικά μεταλλικά νερά καλύπτουν το 95% της συνολικής αγοράς. Το υπόλοιπο 5% καλύπτεται από τα αεριοῦχα μεταλλικά νερά.

Η εξέλιξη του κλάδου στα επόμενα χρόνια εμφανίζεται ιδιαίτερα ευόπινη για τα μεταλλικά νερά, καθώς και για όρισμένες κατηγορίες αναψυκτικών (τύπου διαίτης). Για τα υπόλοιπα όμως προϊόντα του κλάδου προβλέπεται ότι η κατανάλωση θα σταθεροποιηθεί κατά επίπεδα του 1980. Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειώσουμε ότι έρχισε να παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μία αυξανόμενη καταναλωτική προτίμηση προς προϊόντα που πληρούν όρισμένους κανόνες "υγιεινής-φυσικής διατροφής". Στόν χώρο των αναψυκτικών τέτοια προϊόντα είναι οι φυσικοί χυμοί-νέκταρ που προβλέπεται να υποκαταστήσουν μέρος της σημερινής αγοράς των αναψυκτικών.

1.2.3. Παραγωγή-κατανάλωση αναψυκτικῶν στήν Ἰταλία

Ἡ Ἰταλική ἀγορά ἀναψυκτικῶν εἶναι ἡ μικρότερη Εὐρωπαϊκή ἀγορά ἀπό ἄποψη κατά κεφαλῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν. Ὁ Πίνακας 9β παρουσιάζει τήν εξέλιξη τῆς ἰταλικῆς παραγωγῆς ἀναψυκτικῶν καί μεταλλικῶν νερῶν στή περίοδο 1976-1980.

ΠΙΝΑΚΑΣ 9β

Παραγωγή ἀναψυκτικῶν-μεταλλικῶν νερῶν στήν Ἰταλία (000 HL)

Προϊόν	1976	1977	1978	1979	1980
*Αναψυκτικά μέ χυμό φρούτων	4.485	3.935	4.085	4.781	4.614
*Αναψυκτικά τύπου γκαζόζα	1.480	1.550	1.615	1.632	1.483
*Αναψυκτικά τύπου COLA	2.425	2.400	2.950		
*Άλλοι τύποι ἀναψυκτικῶν	3.100	2.865	2.800	5.247	4.888
Μεταλλικά νερά	13.200	13.800	14.725	16.320	17.140

Πηγή: E.I.U. Marketing in Europe, January 1982.

Προσωρινές ἐκτιμήσεις γιά τό 1981 ἀναφέρουν ὅτι ἡ παραγωγή ἀναψυκτικῶν αὐξήθηκε ἑλαφρά, κυρίως λόγω αὐξήσεως τῆς παραγωγῆς ἀναψυκτικῶν τύπου COLA καί γκαζόζας^{1/}. Στίς ὑπόλοιπες κατηγορίες ἡ παραγωγή καί ἡ κατανάλωση παρέμεινε σταθερή. Οἱ πωλήσεις τῶν μεταλλικῶν νερῶν συνέχισαν νά αὐξάνουν καί κατά τό 1981 καί οἱ ἑδρες πηγές ἀναφέρουν ὅτι σέ σχέση μέ τό 1980, αὐξήθηκαν κατά 8-10%.

^{1/} Τό 1981 μπῆκαν στήν Ἰταλική ἀγορά τά διεθνή ἀναψυκτικά 7-UP καί SPRITE.

Από τὰ στοιχεῖα τοῦ Πίνακα 9 παρατηρεῖται ὅτι ἡ παραγωγή ἀναψυκτικῶν ἔφθασε σέ ὑψηλά ἐπίπεδα κατὰ τὸ 1979. Αἰτία τῆς αὐξημένης αὐτῆς παραγωγῆς εἶναι ἡ αὐξημένη ἐσωτερικὴ ζήτηση ποὺ ἦταν μέ τῆ σειράς τῆς ἀποτελέσματα τῆς αὐξημένης τουριστικῆς κίνησης καὶ τοῦ ἰδιαίτερα θερμοῦ καλοκαιριοῦ. Σέ γενικὲς γραμμὲς μποροῦμε νὰ ποῦμε ὅτι ἡ ἐγχώρια παραγωγή καλύπτει τὴν ἐσωτερικὴ ζήτηση ἀναψυκτικῶν. Ὁ Πίνακας 10 παρουσιάζει τὴν ἐξέλιξη τῆς κατὰ κεφαλῆς καταναλώσεως ἀναψυκτικῶν καὶ μεταλλικῶν νερῶν στὴν Ἰταλία στὴ περίοδο 1976-1980^{1/}.

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

Κατὰ κεφαλὴ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν-μεταλλικῶν νερῶν (λίτρα)

	1976	1977	1978	1979	1980
Ἀναψυκτικά	20,0	19,0	19,8	20,5	19,4
Μεταλλικά νερά	23,6	24,4	25,9	28,7	30,1

Πηγή: Ἐπεξεργασία στοιχείων Πίνακα 9 καὶ στοιχεῖα Πληθυσμοῦ EUROSTAT.

Από ἀποψη διαρθρώσεως τῆς καταναλώσεως ἀνάλογα μέ τὸν τύπο προϊόντος, παρατηροῦμε τὰ ἑξῆς:

Τὰ ἀναψυκτικά ποὺ ἔχουν χυμὸ πορτοκάλι ἔρχονται πρῶτα στὴ κατανάλωση μέ 36% τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς.

Δεύτερα σέ ζήτηση εἶναι τὰ ἀναψυκτικά τύπου COLA, ποὺ σημειώνουν μάλιστα μία συνεχὴ αὔξηση τοῦ μεριδίου τους ἀπὸ χρόνο σέ χρόνο. Χαρακτηριστικὸ εἶναι τὸ γεγονός ὅτι τὸ 1971 τὰ τύπου COLA ἀναψυκτικά εἶχαν τὸ 18% τῆς ἀγορᾶς, ἐνῶ τὸ 1980 μόλις συγ-

^{1/} Ὑπάρχουν ὀρισμένες ἀμφιβολίες γιὰ τὴν ἀκρίβεια τῶν στοιχείων τόσο τοῦ Πίνακα 9 ὥσθ καὶ τοῦ Πίνακα 10. Συγκεκριμένα, ἀναφέρθηκε ὅτι τὰ στοιχεῖα αὐτὰ ποὺ ἔχουν συγκεντρωθεῖ ἀπὸ τοὺς μεγαλύτερους παραγωγούς τοῦ κλάδου ὑποεκτιμοῦν σέ κάποιο βαθμὸ τὴν πραγματικὴ παραγωγή καὶ κατανάλωση. Ἀναφέρθηκε γιὰ παράδειγμα, ὅτι ἡ κατανάλωση μεταλλικοῦ νεροῦ πρέπει νὰ πλησιάζει τὰ 24 ἑκατ. λίτρα παρὰ τὰ 17 ἑκατ. ποὺ ἀναφέρονται στὸν Πίνακα 9B.

κέντρωναν τό 26%. Σημειώνεται επίσης ότι ή 'Ιταλική αγορά δέν χαρακτηρίζεται από κάποιο έντονο νεωτερισμό. Τά τελευταία χρόνια πολύ λίγα καινούργια προϊόντα προστέθηκαν στην αγορά, από τά οποία τό ένα άφοροϋσε διαιτητικά αναψυκτικά (μέ γεύση COLA, πορτοκαλάδας καί γκρέϊπ-φρούτ).

Οί καταναλωτικές συνήθειες πάντως παρουσιάζουν κάποια διαφοροποίηση τά τελευταία χρόνια σέ όρισμένη τουλάχιστον κατηγορία αναψυκτικῶν. Παραδοσιακά αναψυκτικά, όπως ή gassosa καί ή sruma, υποχώρησαν πρός όφελος τῶν "νέων γεύσεων", όπως cola καί tonic water. Από τήν άλλη πλευρά, τό "παραδοσιακό" ίταλικό αναψυκτικό, ή πορτοκαλάδα, διατηρεϊ σταθερά τήν πρώτη θέση στίς προτιμήσεις τῶν καταναλωτῶν.

Γεγονός πάντως εϊναι ότι τά αναψυκτικά στην ίταλική αγορά κατέχουν κάποια παρόμοια θέση όπως καί στην 'Ελλάδα. Βασικά στοιχεία τής αγοράς εϊναι ή έντονη εποχικότητα ζήτησέως τους καί ή επίδραση του τουρισμού στή συνολική ζήτηση. Σχετικά μέ τήν εποχικότητα ζήτησέως στον παρακάτω Πίνακα 11 αναφέρονται τά αποτελέσματα έρευνας πού έγινε στην 'Ιταλία μέ συνεντεύξεις μέ παραγωγούς καί καταναλωτές στή περίοδο 1978/79.

ΠΙΝΑΚΑΣ 11

'Εποχικότητα στή ζήτηση αναψυκτικῶν-χυμῶν στην 'Ιταλία (% έτήσιας κατανάλωσης)

	ΙΑΝ-ΜΑΡ	ΑΠΡ-ΙΟΥΛ	ΙΟΥΛ-ΣΕΠΤ	ΟΚΤ-ΔΕΚ
Μεταλλικά νερά	22%	26%	30%	22%
Χυμοί	20%	30%	35%	15%
'Αναψυκτικά τύπου COLA	19%	27%	34%	20%
'Αναψυκτικά μέ χυμό φρούτων (άερλιούχα)	15%	26%	44%	15%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%

Πηγή: Marketing in Europe-E.I.U.

Από τόν Πίνακα αυτό παρατηρείται ότι ή έντονώτερη εποχικό-τητα στή ζήτηση αναψυκτικῶν παρουσιάζεται στή κατηγορία τῶν αε-ριούχων αναψυκτικῶν μέ χυμό φρούτων. Αντίθετα, στή ζήτηση μεταλ-λικού νερού καί σ'αυτή γιά χυμούς φρούτων ή εποχικότητα εἶναι ἀσθενέστερη. Μία ἀκόμα πάντως ἔνδειξη τῆς εποχικότητας ζητήσεως εἶναι καί ή αὐξημένη κατανάλωση πού παρατηρήθηκε κατά τό 1979 (πού ἦταν ἀποτέλεσμα τοῦ θερμοῦ καλοκαιριοῦ), ἐνῶ μειωμένη παρου-σιάστηκε ή κατανάλωση κατά τό 1980 (γιά τούς ἀντίθετους ἀκριβῶς λόγους -ψυχρό καλοκαίρι, μείωση τουριστικῆς κίνησης^{1/}). Βασικός λό-γος γιά τήν ἐμφάνιση αὐτῆς τῆς εποχικότητας στή ζήτηση αναψυκτι-κῶν εἶναι, ὅπως ἄλλωστε καί στήν ἑλληνική ἀγορά, ή περιορισμένη κατανάλωση αναψυκτικῶν στή διάρκεια τῶν γευμάτων.

Σχετικά μέ τίς μορφές συσκευασίας αναψυκτικῶν πού χρησιμο-ποιοῦνται σήμερα στήν Ἰταλία παρατηροῦνται τά ἑξῆς:

Οἱ βασικές μορφές συσκευασίας εἶναι τό μεταλλικό κουτί καί ή φιάλη. Ὑπολογίζεται ὅτι τό 1978 τό 25% τῆς παραγωγῆς τῆς COCA COLA συσκευάστηκε σέ ἀλουμινένιο κουτί (two piece can), ἐνῶ γιά τά ἄλλα αναψυκτικά χρησιμοποιήθηκε τό λευκοσιδηρό κουτί στό ὁποῖο συσκευάστηκε τό 15-18% τῆς συνολικῆς παραγωγῆς. Σημειώνεται πάν-τως ὅτι τελευταῖα ἀρχισε νά χρησιμοποιεῖται στήν Ἰταλία γιά τή συσκευασία αναψυκτικῶν (κυρίως RC COLA) καί ή πλατύστομη φιάλη (wide mouth).

Στά μεταλλικά νερά ή κυριώτερη συσκευασία πού χρησιμοποιεῖ-ται (1979), εἶναι οἱ μεγαλύτερες ἀπό 1 λίτρο ἐπιστρεφόμενες γυά-

^{1/} Τελικά φαίνεται ὅτι ή παρουσία παραγόντων πού βοηθοῦν στήν ἐμ-φάνιση εποχικότητας στή ζήτηση τῶν αναψυκτικῶν (π.χ. θερμό κα-λοκαίρι) ἐπιδρῶν ἀρνητικά στή τοποθέτηση τῶν αναψυκτικῶν στήν ἀγορά τοῦ νοικοκυριοῦ.

ΛΙΝΕΣ ΦΙΑΛΕΣ, στις οποίες συσκευάζεται τό 65% τής παραγωγής. Άκολουθούν οί μικρού μεγέθους επιστρεφόμενες γυάλινες φιάλες (0,25-0,50 λίτρου) μέ 12% καί οί πλαστικές του 1,5 λίτρου μέ 12% καί αυτές. Τέλος, ή συσκευασία Tetra-purpak χρησιμοποιείται στό 2% τής αγοράς τών μεταλλικῶν νερῶν, ἐνώ 9% ἀπορροαοῦν οί μή επιστρεφόμενες φιάλες. Τονίζεται πάντως ὅτι μεγάλη ἐξάπλωση ἔχει πάρει τά τελευταῖα δύο χρόνια ή συσκευασία σέ πλαστική φιάλη του 1,5 λίτρου, πού ἀντιπροσώπευε τό 1980 τό 20% τών πωλήσεων τών ἐμφιαλωμένων νερῶν στά super-markets καί τό 15% στά καταστήματα self-service.

Όσον ἀφορᾶ τίς προοπτικές πού ἀντιμετωπίζει ὁλόκληρος ὁ κλάδος στά ἐπόμενα χρόνια, ἐκτιμᾶται ὅτι ή ζήτηση καί ή παραγωγή μεταλλικοῦ νεροῦ θά συνεχίσει τήν αὐξητική πορεία πού παρατηρεῖται τή περίοδο πού ἐξετάσαμε, ἐνώ ή ζήτηση γιά τά ἀναψυκτικά αὐξάνεται μ' ἕνα ρυθμό τής τάξεως του 5% ἐτησίως. Ἀναμένεται πάντως μία διαφοροποίηση καί μία στροφή τής ζήτησης σέ ἀναψυκτικά πού κυκλοφοροῦν μέ κάποιο διεθνές brand-name, σέ βάρος τών "κοινῶν" ἀναψυκτικῶν.

1.2.4. Ἡ αγορά ἀναψυκτικῶν καί μεταλλικῶν νερῶν σέ ἄλλες Εὐρωπαϊκές χώρες

α) Ὁλλανδία

Στόν Πίνακα 12 ἐμφανίζεται ή ἐξέλιξη τής παραγωγής ἀναψυκτικῶν στήν Ὁλλανδία στή περίοδο 1966-1979.

ΠΙΝΑΚΑΣ 12

Παραγωγή ἀναψυκτικῶν στήν Ὁλλανδία (ἑκατ. λίτρα)

1966	1976	1977	1978	1979
438,9	949,0	893,0	899,6	941,1

Πηγή: E.I.U. Marketing in Europe.

Τό μεγαλύτερο μέρος τῆς παραγωγῆς, πού κυρίως ἀφορᾶ ἀναψυκτικά τύπου COLA καί λεμονάδας πού συγκεντρώνουν τό 37% τῆς ἀγορᾶς, διατίθεται σέ μικρές συσκευασίες. Ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν τύπου COLA αὐξάνεται σταθερά καί ἔφτασε τό 1980 τά 21,7 λίτρα ἀνά κεφαλή, ἐναντι τῶν 13,6 λίτρων πού ἦταν τό 1975. Μέ δεδομένο ὅμως τό ὅτι τό μέγεθος τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς παραμένει μᾶλλον σταθερό (ἂν καί οἱ τιμές τῶν ἀναψυκτικῶν παρέμειναν στά ἴδια ἐπίπεδα τοῦ 1976), ἡ αὐξηση τῆς κατανάλωσης COLA ἔχει σάν ἀποτέλεσμα ἀντίστοιχη μείωση καταναλώσεως ἄλλων ἀναψυκτικῶν. Π.χ. τά ἀναψυκτικά μέ βάση τά φρούτα εἶχαν τό 1978 τό 39% τῆς ἀγορᾶς καί ἔπεσαν στό 33% τό 1979. Σχετικά μέ νέα προϊόντα πού ἐμφανίστηκαν στήν Ὁλλανδική ἀγορά, ἐντυπωσιακότερη ἦταν ἡ ἐμφάνιση τοῦ ἀναψυκτικοῦ Shandy, πού περιέχει 80% ἀεριοῦχο ἀναψυκτικό καί 20% μύρα. Μέσα σέ λίγα χρόνια ἀπό τήν ἐμφάνισή του στήν ἀγορά ὁ τύπος αὐτός προϊόντος κατέλαβε τήν πέμπτη θέση ἀπό ἀποψη ζητήσεως, μέ 5% περίπου τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς ἀναψυκτικῶν.

Ὅσον ἀφορᾶ τήν ἀγορά τῶν μεταλλικῶν νερῶν, ἡ ἐγχώρια ζήτηση καλύπτεται κυρίως ἀπό εἰσαγωγές, ἐνῶ ἡ κατά κεφαλή κατανάλωση βρίσκεται σέ χαμηλά σχετικά ἐπίπεδα (5 λίτρα τό χρόνο περίπου).

Ἡ ἐξέλιξη τοῦ κλάδου στά ἐπόμενα χρόνια δέν προβλέπεται ιδιαίτερα εὐοίωνη, ἐκτός τῆς περιπτώσεως τῶν μεταλλικῶν νερῶν γιά τά ὅποια ὑπολογίζεται ὅτι ἡ κατά κεφαλή κατανάλωση θά φθάσει τά ἐπόμενα χρόνια τά 10 λίτρα.

β) Βέλγιο

Ἡ παραγωγή καί κατανάλωση ἀναψυκτικῶν καί μεταλλικοῦ νεροῦ στό Βέλγιο βρίσκεται σέ πολύ ὑψηλά ἐπίπεδα, συγκρινόμενη μέ τήν ἀντίστοιχη κατανάλωση σέ ἄλλες χῶρες. Ὁ Πίνακας 13 παρουσιάζει

τήν εξέλιξη της κατά κεφαλής καταναλώσεως αναψυκτικών και μεταλλικού νερού στο Βέλγιο στη διάρκεια της περιόδου 1975-1980.

ΠΙΝΑΚΑΣ 13

Κατά κεφαλή κατανάλωση αναψυκτικών-μεταλλικού νερού στο Βέλγιο
(λίτρα)

	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Αναψυκτικά	56,8	63,0	57,8	58,2	60,4	60,8
Μεταλλικά νερά	43,9	49,6	46,4	48,7	51,8	59,3

Πηγή: Marketing in Europe - Euromonitor.

Ἡ κατά κεφαλή κατανάλωση ἀκολούθησε αὐξητικό ρυθμό σ' ὅλη τή διάρκεια τῆς περιόδου. Ἡ μεγάλη αὐξηση πού παρατηρήθηκε τό 1976 ὀφείλεται στό πολύ θερμό καλοκαίρι ἐκείνου τοῦ χρόνου. Μία ἰδιομορφία τῆς Βελγικῆς ἀγορᾶς εἶναι ὅτι πολλά ἀπό τά ἀναψυκτικά ἐγχώριας παραγωγῆς κυκλοφοροῦν μέ τά brand name μεγάλων Super-markets. Πάντως, τά "διεθνή" ἀναψυκτικά αὐξάνουν συνεχῶς τό μερίδιό τους σέ βάρος τῶν ἐγχωρίων καί πιστεύεται ὅτι τό μερίδιό τους ἔχει ἤδη ξεπεράσει τό 90% τῆς ἀγορᾶς. Πρῶτο σέ ζήτηση προϊόν εἶναι τά ἀναψυκτικά τύπου cola, μέ 63% τῆς ἀγορᾶς, ἐνῶ τό μερίδιο τῶν ἀναψυκτικῶν μέ βάση φρούτα ὑπολογίζεται σέ 35% περίπου. Τό ὑπόλοιπο 2% καλύπτεται ἀπό τεχνητά ἀρωματισμένα ἀναψυκτικά.

Ἡ εξέλιξη τοῦ κλάδου σιά ἐπόμενα χρόνια διαγράφεται μάλλον εὐνοϊκή. Γιά τά μεταλλικά νερά ἀναμένεται μία αὐξηση τῆς ἐσωτερικῆς ζητήσεως κατά 4% ἐτησίως, ἐνῶ παράλληλα ἀναμένεται καί αὐξηση τῶν ἐξαγωγῶν. Στόν κῶρο τῶν ἀναψυκτικῶν ἡ ἐτήσια αὐξηση τῆς ζητήσεως ἀναμένεται νά εἶναι τῆς τάξεως τοῦ 2%. Σημαντικό ρόλο

στήν αύξηση αυτή θά παίξει ή επίθετική έμπορικé πολιτική πού άναμένεται νά εφαρμόσει ή PEPSICO στά έπόμενα χρόνια.

γ) Γαλλία

Ή Γαλλία θεωρείται ότι αποτελεί μία από τίς χώρες μέ τή χαμπλότερη κατά κεφαλή κατανάλωση άναψυκτικῶν σ'όλόκληρη τήν Εύρώπη. Μία πιθανή αίτία ίσως είναι ό έθισμός του Γάλλου καταναλωτή σέ άλλου είδους "άναψυκτικά", πού μάλλον άνήκουν στην κατηγορία τῶν ροφημάτων (ποτά μέ σοκολάτα, κακάο κλπ.), καθώς επίσης και ό έντονος άνταγωνισμός πού ύπάρχει από τούς φυσικούς χυμούς φρούτων, δεδομένου ότι ό Γάλλος καταναλωτής φαίνεται νά είναι ιδιαίτερα εύαίσθητος σέ θέματα ύγιεινής διατροφής.

Ό παρακάτω Πίνακας 14 παρουσιάζει τήν εξέλιξη τής κατά κεφαλής κατανάλωσης άναψυκτικῶν και μεταλλικῶν νερῶν στή Γαλλία στή περίοδο 1976-1979.

ΠΙΝΑΚΑΣ 14

Κατά κεφαλή κατανάλωση άναψυκτικῶν-μεταλλικῶν νερῶν στή Γαλλία
(λίτρα)

	1976	1977	1978	1980
Άναψυκτικά	24,5	22,2	23,7	23,8
Μεταλλικά νερά	47,9	45,7	46,7	46,1

Πηγή: Έπεξεργασία στοιχείων Marketing in Europe.

Ή παραγωγή (κυρίως τῶν μεταλλικῶν νερῶν) είναι μεγαλύτερη από τήν έγχώρα κατανάλωση, έπειδή γίνονται αξιόλογες εξαγωγές κυρίως πρὸς τίς γειτονικές χώρες. Ή αγορά τῶν άναψυκτικῶν τύπου COLA αποτελεί τό 14% τής συνολικῆς αγοράς, και σ'αυτή τήν αγορά ή COCA-COLA έχει ήγετική θέση μέ 82%, έναντι 18% μόνο τής άνταγωνίστριας της PEPSI-COLA.

δ) Άγγλία

Σύμφωνα με διάφορες εκτιμήσεις ή κατανάλωση αναψυκτικών στην Άγγλία διαμορφώνεται ως εξής (Πίνακας 15):

ΠΙΝΑΚΑΣ 15Κατανάλωση αναψυκτικών στην Άγγλία

	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Συνολική κατανάλωση (σέ 000 ΗΛ)	43.779	44.452	40.827	39.996	47.911	55.200
Κατά κεφαλή κατανάλωση (σέ λίτρα)	77,2	79,4	72,9	71,4	85,5	98,5

Πηγή: EUROMONITOR.

Οι μεταπτώσεις που συχνά παρατηρούνται στην Άγγλική αγορά στη κατανάλωση αναψυκτικών είναι αποτέλεσμα εποχιακών παραγόντων. Παρατηρείται πάντως γενικά μία αύξητική τάση στη κατανάλωση αναψυκτικών που εντάθηκε τα τελευταία χρόνια. Παράγοντας που ίσως έπληρέασε την αύξηση αυτή πιθανό να είναι και η μεταβολή των σχετικών τιμών μεταξύ μπίρας και αναψυκτικών, γεγονός που οδήγησε σε κάποια υποκατάσταση προς όφελος των αναψυκτικών τα τελευταία χρόνια. Σημειώνεται ότι στην άγγλική αγορά η κατανάλωση αναψυκτικών τύπου COLA αποτελεί τό 12% περίπου της συνολικής καταναλώσεως.

Η κατανάλωση μεταλλικών νερών στην Άγγλία βρίσκεται σε πάρα πολύ χαμηλά επίπεδα. Συγκεκριμένα, εκτιμάται ότι τό 1980 ή κατά κεφαλή κατανάλωση μόλις ξεπέρασε τά 0,5 λίτρα. Η χαμηλή αυτή κατανάλωση μεταλλικού νερού αποδίδεται στη περιορισμένη δυνατότητα προώθησως ξένων καταναλωτικών προτύπων στην άγγλική αγορά, καθώς και στη πολύ ύψηλή κατανάλωση αναψυκτικών, μπίρας και άλλων οίνοπνευματωδών ποτών.

Ὅπωςδήποτε ὁμως οἱ προοπτικές τῆς ζήτησεως τῶν μεταλλικῶν νερῶν στήν Ἀγγλία εἶναι ἰδιαίτερα ἐνθαρρυντικές γιά τά ἐπόμενα χρόνια. Ἐνδεικτικό εἶναι τό γεγονός ὅτι τό παραγωγικό δυναμικό τοῦ κλάδου σημειώνει μία αὔξη ἀπό χρόνο σέ χρόνο, μέ σκοπό κυρίως νά ὑποκαταστήσει τά εἰσαγόμενα προϊόντα πού ἐλέγχουν τό 80% τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

2.1 Γενικά για την έμπορία των αναψυκτικών

Η έσωτερική αγορά των αναψυκτικών καλύπτεται αποκλειστικά σχεδόν από την έγχωρια παραγωγή. Δέν παρατηρούνται εισαγωγές αναψυκτικών και οι εξαγωγές πού πραγματοποιούνται από την Ελλάδα δέν μπορούν νά θεωρηθούν σημαντικές. Ο χαμηλός βαθμός εξαγωγικού προσανατολισμού του κλάδου θεωρείται πάντως απόλυτα φυσιολογικός, αν ληφθεῖ υπ' όψη ότι όλες οι διεθνείς αγορές κυριαρχούνται από τά διεθνή αναψυκτικά. Τά κενά πού πιθανόν εμφανίζονται στίς διάφορες χώρες καλύπτονται από τοπικούς παρασκευαστές αναψυκτικών, πού φυσικά έχουν όλα τά πλεονεκτήματα απέναντι στά εισαγόμενα προϊόντα. Γι' αὐτούς ἄλλωστε τούς λόγους και οι εξαγωγές ελληνικών αναψυκτικών δέν παρουσιάζουν κάποια σταθερότητα^{1/}. Χαρακτηριστικό ἐξάλλου εἶναι και τό γεγονός ότι οι εξαγωγές κενών μεταλλικών κουτιών πού στή συνέχεια θά χρησιμοποιηθοῦν για συσκευασία αναψυκτικών εἶναι περισσότερες από τίς αντίστοιχες εξαγωγές αναψυκτικών, ἐνδειξη τοῦ ότι ἐνώ εἶναι πιθανό νά ὑπάρχει σέ κάποια αγορά ἔλλειψη ὑλικών συσκευασίας, ἐν τούτοις ὑπάρχει τοπική παραγωγή αναψυκτικών.

Ἐκ τῶν πραγμάτων λοιπόν ὁ κλάδος ἀναγκαστικά προσανατολίζεται στήν έγχωρια αγορά. Ἡ κατανάλωση εἶναι συγκεντρωμένη στά μεγάλα ἄστικά και παραθεριστικά κέντρα. Σύμφωνα μέ στοιχεία τοῦ Ὑπ. Ἐμπορίου (1977) ἡ Ἀττική ἀπορροφούσε τό 40% τῆς συνολικῆς παραγωγῆς αναψυκτικών, ἡ Μακεδονία-Θράκη τό 25% και ἡ Πελοπόννησος τό 10%. Οι βασικές τουριστικές περιοχές (Κρήτη-Ρόδος-Κέρκυρα) ὑπολογίζεται ότι ἀπορροφούν τό 10-15% τῆς αγοράς.

^{1/} Ἀπό τό σύνολο τῶν ἐταιρειῶν τοῦ κλάδου, ὑπάρχουν πληροφορίες ότι ἡ ἐταιρεία ΜΥΛΟΙ ΦΟΥΝΤ ΑΒΕΕ ἐξάγει τό σύνολο τῆς παραγωγῆς τῆς σέ χυμούς και αναψυκτικά στίς Ἀνατολικές και Ἀραβικές χώρες.

Ἡ ἐμπορία τῶν ἀναψυκτικῶν στήν ἐγχώρια ἀγορά ἀντιμετωπίζει ὀρισμένα ἰδιαίτερα προβλήματα. Συγκεκριμένα, ἡ κατά 95% περίπου χρησιμοποίηση τῆς ἐπιστρεφόμενης φιάλης σάν μέσο συσκευασίας τῶν ἀναψυκτικῶν δημιουργεῖ ἔντονα προβλήματα μεταφορᾶς καί τροφοδοτήσεως ἀπομακρυσμένων περιοχῶν. Τό γεγονός αὐτό ἔχει σάν ἀποτέλεσμα κάθε μονάδα νά ἔχει κάποια συγκεκριμένη γεωγραφική ἐμβέλεια τοποθετήσεως τῶν προϊόντων της. Ὅπως θά ἐξηγηθεῖ ἐκτενέστερα στό ἐπόμενο κεφάλαιο αὐτή εἶναι καί ἡ βασική δικαιολογία γιά τήν ἀνάθεση τῆς ἀποκλειστικότητας στή παρασκευή καί ἐμπορία διεθνῶν ἀναψυκτικῶν σέ ὀρισμένες βιομηχανίες πού βρίσκονται στά διάφορα γεωγραφικά διαμερίσματα. Συγκεκριμένα, τά "γνωστά" ἀναψυκτικά πού κυκλοφοροῦν σήμερα στήν ἐλληνική ἀγορά (COCA-COLA, HBH, SEVEN-UP, PEPSI COLA, SPRITE) παρασκευάζονται καί σέ περιοχές ἐκτός τῆς Ἀττικῆς (Κρήτη, Ρόδος, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Τρίκαλα κλπ.). Σέ ἄλλες περιοχές ὅμως ὅπου δέν ὑπάρχουν τοπικοί ἐμφιαλωτές γιά τά ἀναψυκτικά αὐτά παρατηρεῖται κάποια δυσκολία στή προώθηση τους, μέ ἀποτέλεσμα ἡ διάσταση πού ὑπάρχει μεταξύ ζητήσεως καί προσφορᾶς τοῦς θερινούς μῆνες νά καλύπτεται ἀπό μικρές τοπικές μονάδες παραγωγῆς "κοινῶν" ἀναψυκτικῶν. Μέ ἄλλα λόγια, ἡ προώθηση ὁποιοῦδήποτε ἀναψυκτικοῦ πού κυκλοφορεῖ μέ κάποια γνωστή ἐπωνυμία εἶναι ἀνάλογος τοῦ ἀριθμοῦ καί τῆς διασπορᾶς στό χῶρο τῶν παραγωγικῶν μονάδων πού ἀσχολοῦνται μέ τή παρασκευή του. Σέ ἐπόμενη παράγραφο θά παρουσιαστεῖ τό πῶς διαμορφώθηκαν τά μερίδια ἀγορᾶς γιά κάθε ἐταιρεία καί κάθε προϊόν, σέ σχέση μέ τή γεωγραφική κατανομή τῶν παραγωγικῶν μονάδων.

2.2 Διακίνηση αναψυκτικῶν στήν ἐσωτερική ἀγορά

Ὅπως καί στή περίπτωση τῆς μύρας^{1/}, ἔτσι καί γιά τά ἀναψυκτικά ἡ ἀγορά μπορεῖ νά διαιρεθεῖ σέ δύο μεγάλες κατηγορίες: Στήν ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν (TAKE HOME MARKET) καί στήν ἀγορά τῶν ἐστιατορίων (OUTSIDE HOME MARKET). Ἐκτιμήσεις ἐκπροσώπων τοῦ κλάδου θεωροῦν ὅτι οἱ δύο αὐτές ἀγορές εἶναι σήμερα περίπου ἴσες (55% ἡ ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν καί 45% ἡ ἀγορά "σερβιρίσματος")^{2/}

Ἡ τροφοδότηση τῶν δύο αὐτῶν ἀγορῶν γίνεται εἴτε ἀπ'εὐθείας ἀπό τίς βιομηχανίες ἀναψυκτικῶν, εἴτε μέσω τοῦ χονδρεμπορίου.

Στά μεγάλα κέντρα καταναλώσεως οἱ ἐταιρεῖες ἀναψυκτικῶν τροφοδοτοῦν συνήθως ἀπ'εὐθείας ὀρισμένους ἐπιλεγμένους πελάτες τους. Ὑπολογίζεται ὅτι στή περιοχή τῆς Ἀττικῆς τό 40% τῶν πωλήσεων γίνεται ἀπ'εὐθείας ἀπό τίς ἐταιρεῖες ἀναψυκτικῶν καί τό ὑπόλοιπο 60% μέσω τοῦ χονδρεμπορίου.

Γιά τή Θεσσαλονίκη τά ποσοστά αὐτά εἶναι λίγο διαφορετικά (35% ἀπ'εὐθείας καί 65% μέσω τοῦ χονδρεμπορίου).

Τονίζεται ὅτι τά στοιχεῖα αὐτά ἀφοροῦν τίς βιομηχανίες ἀναψυκτικῶν πού διαθέτουν κάποιο "ὀργανωμένο" ἐμπορικό δίκτυο. Γιά τίς μονάδες πού λειτουργοῦν τελείως ἐποχιακά καί εὐκαιρικά, τά παραπάνω στοιχεῖα δέν εἶναι ἀπαραίτητο νά ἰσχύουν. Στά ἐπαρχιακά κέντρα ὅπου δέν ὑπάρχει τοπική παραγωγή ἐμφιάλωση τῶν γνωστῶν ἀναψυκτικῶν, ἡ ἐμπορία τους γίνεται μέσω ἀντιπροσώπων, μέ ἀρκετά προβλήματα, ἰδιαίτερα τή περίοδο τῆς ὑψηλῆς ζήτησεως

1/ Βλ. ΚΛΑΔΙΚΗ ΕΚΘΕΣΗ ΟΜΑΔΑΣ "ΤΡΟΦΙΜΑ-ΠΟΤΑ" γιά τή Ζυθοποιία (1981).

2/ Μία ἀκόμα ἐνδειξη γιά τό ποσοστό πού συγκεντρώνει ἡ ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν εἶναι καί τό ὅτι ἡ κατανάλωση ἀναψυκτικῶν σέ φιάλες 1 λίτρου (μεγέθους συσκευασίας πού κατ'ἐξοχή καταναλώνεται στό σπίτι), πλησιάζει τό 40% τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς στά βασικά ὀστικά κέντρα.

(π.χ. αποθεματοποίηση επιστρεφόμενων υλικών συσκευασίας στους ενδιάμεσους καταναλωτές, αδυναμία όμαλης τροφοδοτήσεως της αγοράς κλπ.).

2.3 Τιμές και περιθώρια κέρδους

Τόσο οι τιμές όσο και τα περιθώρια κέρδους στα διάφορα στάδια έμπορίας των αναψυκτικών καθορίζονται με αγορανομικές διατάξεις του Ύπ. Έμπορίου. Τα ισχύοντα περιθώρια κέρδους που όρίζονται από τις διατάξεις αυτές είναι 12% για τη χονδρική και 28% για τη λιανική πώληση των αναψυκτικών. Στα καφενεΐα και τα άλλα κέντρα που προσφέρονται αναψυκτικά, τό ποσοστό κέρδους καθορίζεται ανάλογα με τη κατηγορία στην οποία τά καταστήματα αυτά ανήκουν. Παρ'όλο όμως που θεωρητικά τά περιθώρια κέρδους είναι σαφώς καθορισμένα, παρατηρούνται όρισμένες διαφορές στις τιμές μεταξύ των διαφόρων καταστημάτων λιανικής πωλήσεως. Ένδεικτικά είναι τά στοιχεία στον Πίνακα 16 που παρουσιάζουν τις τιμές των αναψυκτικών στη περίοδο 29/5-2/6/1982 σε διάφορα καταστήματα της Αθήνας.

Οί διαφορές των τιμών μεταξύ των SUPER MARKETS και των SELF SERVICES (διαφορές που πολλές φορές πλησιάζουν και τό 10%), όφείλονται σε ένα βασικό παράγοντα:

Οί βιομηχανίες αναψυκτικών προμηθεύουν απ'εΐθείας τά SUPER MARKETS αφού αυτά αποτελούν μία από τις βασικές κατηγορίες των επιλεγμένων πελατών τους. Αντίθετα τά καταστήματα SELF SERVICE, λόγω των μικρότερων ποσοτήτων που διακινούν, προμηθεύονται τά αναψυκτικά και από τις βιομηχανίες αλλά και από ενδιάμεσους μεταπωλητές. Τό αποτέλεσμα είναι οί μέν βιομηχανίες αναψυκτικών να χορηγούν κάποια έκπτωση (ΐση περίπου με τό περιθώριο κέρδους

ΠΙΝΑΚΑΣ 16

Λιανικές τιμές πώλησως αναψυκτικών
(περίοδος 29/5-2/6/1982) ΑΘΗΝΑ

Προϊόν	Συσκευασία	Τύπος καταστήματος	
		Super Market	Self Service
COCA-COLA	λίτρου	33,50 δρχ.	37 δρχ.
COCA-COLA	μπουκάλι 250 cc	11 δρχ.	12 δρχ.
COCA-COLA	κουτί 330 cc	20 "	24 "
PEPSI-COLA	λίτρου	33 "	37 "
PEPSI-COLA	μπουκάλι 250 cc	11 "	12 "
PEPSI-COLA	κουτί 330 cc	21 "	24 "
SPRITE	λίτρου	33 "	35 "
SPRITE	μπουκάλι 250 cc	11 "	17 "
SPRITE	κουτί 330 cc	21 "	24 "
7 UP	λίτρου	33 "	37 "
7 UP	μπουκάλι 250 cc	11 "	11 "
7 UP	κουτί 330 cc	21 "	24 "
HBH λεμονάδα πορτοκαλάδα	λίτρου	33 "	36 "
HBH λεμονάδα πορτοκαλάδα	μπουκάλι 250 cc	10,50-9,50	10,60"
R,C COLA	κουτί 330 cc	20,30 "	-
HI SPOT	κουτί 330 cc	21 "	-

Πηγή: Δειγματοληψίες IOBE.

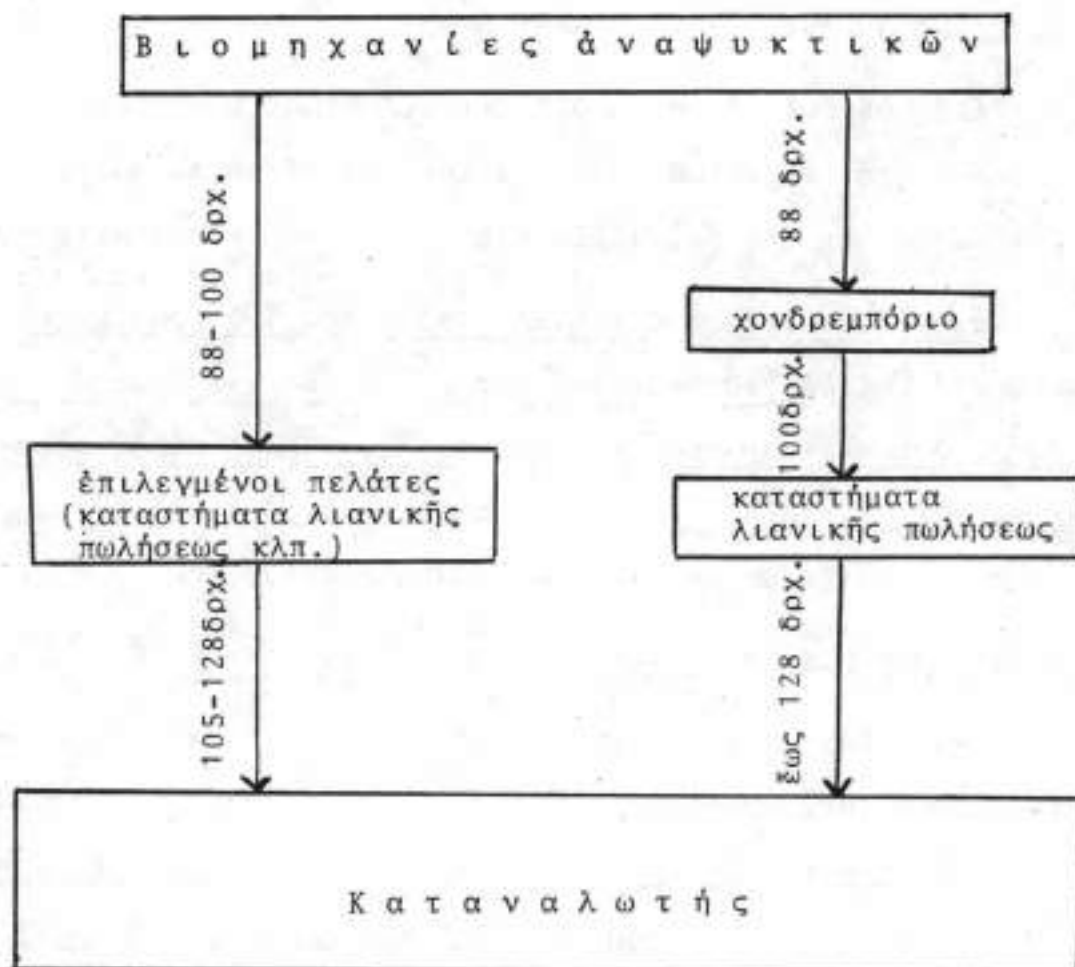
του χονδρεμπόρου) στα καταστήματα με μεγάλη κατανάλωση (SUPER MARKETS αλλά και άλλων τύπων), ενώ στα υπόλοιπα καταστήματα λιανικής πώλησεως κορηγοῦν είτε πολύ μικρότερη έκπτωση είτε καθόλου. Στη περίπτωση δέ που ὁ λιανοπωλητής προμηθεύεται τὰ ἀναψυκτικά μέσω του χονδρεμπορίου, ἐκτός του ὅτι δέν ἔχει έκπτωση ἐπιβαρύνεται καί μέ τό χαρτόσημο (δύο φορές). Σημειώνεται πάντως ὅτι πολλές φορές τὰ μεγάλα SUPER MARKETS δέν ἐξαντλοῦν τό περιθώριο κέρδους του 28% που τούς ἐπιτρέπεται ἀγορανομικά (ἔχουν παρατηρηθεῖ καί περιθώρια κέρδους τῆς τάξεως του 20%). Καί αὐτό εἶναι ἀκόμα μία αἰτία γιά τίς χαμηλότερες λιανικές τιμές τῶν μεγάλων SUPER MARKETS σέ σύγκριση μέ τὰ ἄλλα καταστήματα λιανικής πώλησεως ἀναψυκτικῶν.

Πιο ἀναλυτικά ἡ διαμόρφωση τῶν περιθωρίων κέρδους καί τῶν τιμῶν στα διάφορα στάδια μεταπώλησεως τῶν ἀναψυκτικῶν ἔχει ὡς ἑξῆς:^{1/} Ἐστω ὅτι ἡ ἐργοστασιακή τιμή που ἔχει καθοριστεῖ ἀγορανομικά φθάνει ὑποθετικά στίς 100 δρχ. ἀνά κιβώτιο. Ἡ βιομηχανία ἀναψυκτικῶν τροφοδοτεῖ μέ δικά της μέσα τούς ἐπιλεγμένους πελάτες της. Ἡ τιμή που τὰ καταστήματα αὐτά πληρώνουν στήν βιομηχανία κυμαίνεται ἀπό 88-100 δρχ./κιβώτιο. Ἐτσι, ἡ τιμή στήν κατανάλωση φθάνει τίς 128 δρχ./κιβώτιο (ἀνωτέρα) καί τίς 105δρχ./κιβώτιο (κατωτέρα). Στήν περίπτωση που ἡ ἐμπορία τῶν προϊόντων γίνεται μέσω του χονδρεμπορίου, ἡ βιομηχανία πωλεῖ μέχρι 88 δρχ. τό κιβώτιο στό χονδρέμπορο ὁ ὁποῖος ὑποχρεοῦται νά τό διακινήσει μέ δικά του μέσα πρός τὰ καταστήματα λιανικής πώλησεως. Ὁ χονδρέμπορος μεταπωλεῖ πρός τὰ καταστήματα αὐτά πρός 100 δρχ./κιβώτιο τιμή στήν ὁποία προστίθεται τό 20% του λιανοπωλητοῦ.

^{1/} Βλ. καί σχετικό Διάγραμμα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

Διαμόρφωση Τιμών Αναψυκτικῶν*



* Ὑπενθυμίζεται ὅτι οἱ τιμές πού ἀναφέρονται εἶναι ὑποθετικές.

Αυτά είναι τὰ θεωρητικά περιθώρια κέρδους πού κατά κανόνα συμπίπτουν μέ τὰ πραγματικά στίς περιπτώσεις τῶν "ἀνοικτῶν" καταναλώσεων^{1/}. Στήν ἀγορά ὁμως τῆς "κλειστῆς" καταναλώσεως (ἐστιατόρια-πλοῖα κλπ.), ἐκτός ἀπό τὰ θεωρητικά περιθώρια ὑπάρχουν καί ἄλλες παροχές (π.χ. δωρεάν ψυγεῖα).

Τέλος ἀξίζει νά σημειωθεῖ ὅτι στά κιβώτια τῶν μικρῶν φιαλῶν (τῶν 250cc) ἡ ἐκπτώση πού δίνεται ἀπό τίς βιομηχανίες εἶναι μεγαλύτερη ἀπ'ὅτι στή περίπτωση τῶν φιαλῶν τοῦ 1 λίτρου.

Σημειώνεται τέλος ὅτι πολλά ἀπό αὐτά τὰ ἀγορανομικά περιθώρια κέρδους δέν ἰσχύουν γιά τίς μικρές τοπικές μονάδες ἐμφιαλώσεως ἀναψυκτικῶν γιά τίς ὁποῖες ἔχει πολλές φορές παρατηρηθεῖ παραβίαση βασικῶν κανόνων ἐμπορίας, ἀφοῦ κατά κανόνα οἱ βιομηχανίες αὐτές ἀποφεύγουν τόν αὐστηρό ἔλεγχο.

2.4 Ἀνταγωνισμός-μερίδια ἀγορᾶς

Ἡ ἐμπορία τῶν ἀναψυκτικῶν χαρακτηρίζεται ἀπό ἐποχικότητα στή ζήτησή τους καί δεύτερον ἀπό κάποια γεωγραφική "προστασία"^{2/}. Ἔτσι, ὁ ἀνταγωνισμός μεταξὺ τῶν διαφόρων ἐταιρειῶν πού διακινοῦν ἀναψυκτικά σ'ὅλόκληρη τή χώρα (π.χ. COCA-COLA, SEVEN-UP, SPRITE, PEPSI COLA, HBH κλπ.) παίρνει συνήθως τή μορφή ἐπεκτάσεως καί βελτιώσεως τοῦ ἐμπορικοῦ δικτύου, ἔτσι ὥστε νά καλύπτεται γεωγραφικά τό σύνολο τῆς ἀγορᾶς. Ὅπως ἀναφέρθηκε καί νωρίτερα, οἱ ἐταιρεῖες πού διακινοῦν τὰ κυριώτερα διεθνή ἀναψυκτικά, ἐκτός ἀπό τίς δικές τους μονάδες πού ἔχουν ἐγκαταστήσει στή Πελοπόννησο, Ἀττική καί τή Βόρεια Ἑλλάδα, ἔχουν παράλληλα ἀναθέσει

1/ Μέ τόν ὄρο "ἀνοικτή κατανάλωση" ἐννοεῖται κυρίως ἡ ἀγορά τῶν νοικοκυριῶν. Κριτήριο εἶναι ἡ ἐλευθερία ἐπιλογῆς τοῦ προϊόντος ἀπό τόν καταναλωτή.

2/ Στό ἐπόμενο κεφάλαιο ἀναλύεται πιά συγκεκριμένα ἡ ἐννοια τῆς "γεωγραφικῆς αὐτῆς προστασίας".

καί σέ ὀρισμένες τοπικές βιομηχανίες ἐμφιαλώσεως ἀναψυκτικῶν τήν ἐμφιάλωση καί διακίνηση τῶν προϊόντων στίς τοπικές αὐτές ἀγορές.

Ἄξίζει νά τονισθεῖ στό σημεῖο αὐτό ὅτι ὁ ἀνταγωνισμός παίρνει ιδιαίτερες διαστάσεις στή περίπτωση τῶν ἀναψυκτικῶν τύπου COLA καί στίς γκαζόζες (SPRITE, 7UP), ὅπου ἡ ἐπιθετική ἐμπορική πολιτική τῶν δύο βασικῶν παρασκευαστῶν ἔχει καταφέρει νά δημιουργήσει σέ κάποιο βαθμό μία ιδιαίτερη ἀγορά γιά τά προϊόντα αὐτά. Ἀντίθετα στήν "ἀγορά" τῆς πορτοκαλάδας, λεμονάδας, λεμονίτας κλπ. ὁ ἀνταγωνισμός γίνεται κυρίως μεταξύ τῶν γνωστῶν ἀναψυκτικῶν καί τῶν ἀναψυκτικῶν πού παρασκευάζονται ἀπό τοῦς τοπικούς ἐμφιαλωτές καί φυσικά ἡ ἔντασή του ὀξύνεται στίς γεωγραφικές περιφέρειες ἐκτός τῶν μεγάλων ἀστικῶν κέντρων. Σ' αὐτές μάλιστα τίς γεωγραφικές περιφέρειες ἡ ἀγορά τῶν ἀναψυκτικῶν τύπου COLA καί γκαζόζας εἶναι λιγότερο διαφοροποιημένη σέ σχέση μέ ὅτι συμβαίνει στά ἀστικά κέντρα καί τελικά οἱ τοπικοί ἐμφιαλωτές συγκεντρώνουν σημαντικά μερίδια ἀγορᾶς.

Ἡ ἔντονη παρουσία τῆς κατηγορίας αὐτῆς ἐμφιαλωτῶν στίς ἀγορές ἐκτός μεγάλων ἀστικῶν κέντρων εἶναι καί ὁ κυριώτερος λόγος γιά τό ὕψηλό σχετικά μερίδιο τῆς συνολικῆς ἀγορᾶς (30%) πού κατέχουν οἱ ἐμφιαλωτές τῆς κατηγορίας αὐτῆς, ποσοστό πού κρίνεται ἰδιαίτερα ὕψηλό ἄν ληφθεῖ ὑπόψη ἡ ἔντονη ἐποχική λειτουργία πολλῶν ἀπ' αὐτές τίς βιομηχανίες.

Συγκεκριμένα, τά μερίδια ἀγορᾶς στή διετία 1980-81 γιά

τίς κυριώτερες βιομηχανίες του κλάδου υπολογίζονται ως εξής:

ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Προϊόντα	1980	1981
ΗΒΗ-ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ	ΗΒΗ (πορτοκαλάδα λεμονάδα), 7UP, PEPSI COLA	35%	35%
COCA COLA HELLAS	COCA COLA, SPRITE, FANTA	32%	35%
*Άλλοι	Cola, Πορτοκαλάδα λεμονάδα κλπ.	33%	30%

Παρατηρείται ότι οι δύο βασικές βιομηχανίες του κλάδου συγκέντρωναν τό 1981 τό 70% της αγοράς, ενώ οι υπόλοιπ τό 30%. Τό μερίδιο της αγοράς τών υπολοίπων σημειώνει μία μικρή κάμψη από χρόνο σέ χρόνο. Τό 1979 π.χ. τό μερίδιό τους ήταν 35%, ενώ τό 1980 τό μερίδιο μειώθηκε σέ 33% καί τό 1981 σέ 30%. Η μείωση αυτή είναι ίσως καί αποτέλεσμα τόσο της απογορήσεως από τό κλάδο όρισμένων όριακων μονάδων, αλλά καί της μεγεθύνσεως της αγοράς, μεγεθύνσεως πού καλύφθηκε αναλογικά σέ μεγαλύτερο βαθμό από τίς "ηγέτιδες" μονάδες.

Σχετικά μέ τά μερίδια της αγοράς τών συγκεκριμένων προϊόντων τονίζονται τά εξής:

Τά αναψυκτικά τύπου COLA υπολογίζεται ότι αποτελούν τό 38% περίπου της συνολικής αγοράς αναψυκτικών καί ακολουθούν τά αναψυκτικά τύπου γκαζόζας, μέ περίπου 32%. Τό υπόλοιπο 30% περίπου αφορά πορτοκαλάδες καί λεμονάδες^{1/}. Όπως αναφέρθηκε καί στό πρώτο κεφάλαιο, υπάρχει μία τάση για μείωση του ποσοστού της συμμετοχής της πορτοκαλάδας καί λεμονάδας πρός όφελος τών άλλων κατηγοριών αναψυκτικών. Η μείωση αυτή είναι αποτέλεσμα του έθισμού του καταναλωτή στή διεθνή αναψυκτικά καί εξαιτίας της έντονης διαφημιστικής έκστρατείας. Σημειώνεται επίσης ότι επειδή ή πορτοκαλάδα καί ή

^{1/} Υπάρχουν καί διάφορες άλλες εκτιμήσεις πού θεωρούν ότι τά αναψυκτικά τύπου COLA έχουν τό 33-34% της αγοράς.

λεμονάδα αποτελούν τὰ βασικά προϊόντα μικρών κυρίως βιομηχανιών, παρατηρείται αντίστοιχα, περιορισμένη μόνο διαφήμιση τών προϊόντων αυτών. Ἀκόμα καί γιά τήν ΗΒΗ-ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. οί διαφημιστικές δαπάνες γιά τή πορτοκαλάδα-λεμονάδα ήταν σαφώς μικρότερες ἀπό τίς αντίστοιχες δαπάνες τῆς ἴδιας ἐταιρείας γιά τὰ ἄλλα ἀναψυκτικά (7UP, PEPSI COLA).

Στήν ἀγορά τών ἀναψυκτικῶν τύπου COLA, ἡ COCA-COLA κατέχει τήν κυρίαρχη θέση. Ἐκτιμᾶται ὅτι τό 1981 τῆς ἀνήκε τό 68% περίπου τῆς ἀγορᾶς καί ἀκολουθοῦσε ἡ PEPSI COLA μέ 28%. Τό ὑπόλοιπο 4% κατανέμεται σέ ἄλλα παρόμοια ἀναψυκτικά μέ ἄλλη ἐμπορική ἐπωνυμία (RC Cola, Veco Cola, Afri Cola κλπ.).

Στά ἀναψυκτικά τύπου γκαζόζας, τό 7UP συγκεντρώνει τό 45% περίπου τῆς ἀγορᾶς καί ἀκολουθεῖ τό SPRITE μέ 25%. Τό ὑπόλοιπο 30% ἀφορᾶ γκαζόζες ἄλλων βιομηχανιών.

Τέλος, οί πορτοκαλάδες-λεμονίτες τῆς ΗΒΗ κατέχουν τήν πρώτη θέση σ'αὐτή τήν ἀγορά μέ ἕνα ποσοστό περίπου 35%. Ἡ Fanta, πού ἐμφιαλώνεται ἀπό τήν Ἑλληνική Ἐταιρεία Ἐμφιαλώσεως, ἔχει κάποιο ποσοστό πού κυμαίνεται ἀπό 2 ἕως 5% καί τό ὑπόλοιπο κατανέμεται στίς μικρές τοπικές μονάδες.

2.5 Ἡ διάθεση τῶν ἐμφιαλωμένων μεταλλικῶν νερῶν στό ἐσωτερικό καί τό ἐξωτερικό

2.5.1 Ἡ ἐσωτερική ἀγορά

Ἡ ἐσωτερική ἀγορά ἀπορροφᾷ τό 80-90% τῆς ἐγχώριας παραγωγῆς ἐμφιαλωμένων μεταλλικῶν νερῶν. Ἡ χωροταξική κατανομή τῆς καταναλώσεως παρουσιάζει ὁμοία χαρακτηριστικά μέ αὐτή τῶν ἀναψυκτικῶν. Παρουσιάζει δηλαδή μία συγκέντρωση στό μέγαντα ἀστικά κέντρα, ὅπου εἶναι συγκεντρωμένα κατά κανόνα τά μέγαντα εἰσοδήματα καί στό παραθεριστικά κέντρα, ὅπου ἡ κατανάλωση ἐπηρεάζεται ἄμεσα ἀπό τόν τουρισμό.

Ἡ πλεονεκτήσιμη μορφή συσκευασίας πού χρησιμοποιεῖται σήμερα εἶναι οἱ ἐπιστρεφόμενες γυάλινες φιάλες τοῦ 1 λίτρου καί οἱ μὴ ἐπιστρεφόμενες πλαστικές φιάλες τοῦ 1 λίτρου καί κυρίως τοῦ 1½ λίτρου. Μικρές ποσότητες συσκευάζονται καί σέ γυάλινες φιάλες μικροῦ μεγέθους (250cc) καθὼς καί σέ πλαστικά δοχεῖα τῶν 5 ἢ 6 λίτρων. Προσπάθεια νά χρησιμοποιηθεῖ ἡ χάρτινη συσκευασία τοῦ ἐνός λίτρου δέν εἶχε μεγάλη ἐπιτυχία. Μεταξύ τῶν δύο βασικῶν μορφῶν συσκευασίας (πλαστική-γυάλινη φιάλη), ἀξανόμενη σημασία ἄρχισε νά ἀποκτᾷ ἡ πλαστική. Δυστυχῶς δέν ὑπάρχουν στοιχεῖα γιά τά μερίδια πού οἱ δύο αὐτές μορφές συσκευασίας συγκεντρώνουν.

Γιά τή σόδα (πού ἡ ἐγχώριά της παραγωγή καλύπτει ἀποκλειστικά σχεδόν τήν ἐσωτερική ζήτηση), ἡ συσκευασία πού κυρίως χρησιμοποιεῖται εἶναι ἡ γυάλινη φιάλη τῶν 250cc.

Ὅσον ἀφορᾷ τίς τιμές τῶν ἐμφιαλωμένων μεταλλικῶν νερῶν καί σόδας, δειγματοληψία πού ἐγίνε μεταξύ διαφόρων καταστημάτων λιανικῆς πωλήσεως στήν Ἀθήνα στή περίοδο 29/5-2/6/1982, δέν ἔδειξε σοβαρές ἀποκλίσεις, τουλάχιστον μεταξύ ὁμοειδῶν προϊόντων διαφορετικῶν ἐταιρειῶν.

Ο Πίνακας 17 παρουσιάζει τὰ ἀποτελέσματα τῆς δειγματοληψίας αὐτῆς. Σημειώνεται ὅτι στὰ τέλη Μαΐου, τόσο οἱ τιμές τῆς σόδας ὅσο καὶ τῶν μεταλλικῶν νερῶν αὐξήθηκαν κατὰ 7% περίπου. Τὰ στοιχεῖα τοῦ Πίνακα ἀφοροῦν τὶς τιμές πού διαμορφώθηκαν μετὰ τὶς τελευταῖες αὐτὲς αὐξήσεις. (Μὲ ἐξαίρεση τὶς τιμές τῆς σόδας καὶ τοῦ μεταλλικοῦ νεροῦ Σάριζας στὰ self service).

ΠΙΝΑΚΑΣ 17

Λιανικὲς τιμές πωλήσεων ἐμπορευμένων μεταλλικῶν νερῶν - σόδας
(περίοδος 29/5-2/6/1982) ΑΘΗΝΑ

Προϊόν	Συσκευασία (τύπος φιάλης)	Τύπος καταστήματος	
		Super Market	Self Service
Σόδα HBH	250	7 δραχ.	7 δραχ.
Σόδα Σάριζα	250	7 δραχ.	7 δραχ.
Ἐμπορευμένο νερό HBH	γυάλινη 1 λίτρο	16,50 δραχ.	18,50 δραχ.
Ἐμπορευμένο νερό HBH	πλαστική 1½ λίτρο	19 δραχ.	24 δραχ.
Μεταλλικό νερό Σάριζας	πλαστική 1½ λίτρο	23 δραχ.	24 δραχ.

Πηγή: Δείγματοληψία IOBE.

Σημείωση: Ἡ διαφορά μετὰξὺ ἐμπορευμένου νεροῦ HBH καὶ ΣΑΡΙΖΑ ὀφείλεται στὸ ὅτι τὸ τῆς ΣΑΡΙΖΑΣ εἶναι μεταλλικό νερό.

Σχετικὰ μὲ τὴν ἐμπορία τῶν προϊόντων αὐτῶν στὴν ἐσωτερικὴ ἀγορά, παρατηρεῖται ὅτι πολλές ἀπὸ τὶς βιομηχανίες πού ἀσχολοῦνται μὲ τὴν ἐμφιάλωση μεταλλικῶν νερῶν ἔχουν παράλληλη δραστηριότητα τὴν παραγωγή ἀναψυκτικῶν. Ἔτσι χρησιμοποιεῖται τὸ ὑπάρχον ἐμπορικὸ δίκτυο γιὰ τὴ διανομὴ καὶ τῶν μεταλλικῶν νερῶν.

2.5.2 Ἡ ἐξωτερικὴ ἀγορὰ - Ἐξαγωγές

Τὰ μεταλλικὰ νερά ἔχουν κάποια ἐξαγωγικὴ δραστηριότητα πού ἀναπτύχθηκε κυρίως κατά τὰ τελευταῖα χρόνια. Ὁ Πίνακας 18 παρουσιάζει τίς ἐξαγωγές τῶν προϊόντων αὐτῶν στή περίοδο μεταξύ 1974 καί 1980.

ΠΙΝΑΚΑΣ 18

Ἐξαγωγές ἐλληνικῶν μεταλλικῶν νερῶν (σέ χιλ. τόν.)

1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
0,3	0,5	5,5	3,3	11,6	7,0	3,0

Πηγή: ΕΣΥΕ.

Ἡ μεγάλη αὔξηση τῶν ἐξαγωγῶν πού παρατηρεῖται τό 1976, σέ σχέση μέ τὰ προηγούμενα χρόνια, ὀφείλεται στά γεγονότα τοῦ Λιβάνου στή περίοδο αὐτή. Συγκεκριμένα, ἐνῶ μέχρι τότε ὄλες σχεδόν οἱ Ἀραβικές καί Ἀφρικανικές χῶρες προμηθεύοντο μεταλλικό νερό ἀπό τόν Λίβανο, ἡ διακοπή τῆς λειτουργίας τῶν ἐκεῖ παραγωγικῶν μονάδων εὐνόησε τήν εἴσοδο στίς ἀγορές αὐτές τῶν Εὐρωπαϊκῶν προϊόντων καί κυρίως τῶν ἐλληνικῶν (πού βρέθηκε σέ σημαντικά πλεονεκτικότερη θέση ἀπό ἀποψη κόστους μεταφορᾶς). Ἡ κυριώτερη ἀπό αὐτές τίς ἀγορές εἶναι ἡ τῆς Σαουδικῆς Ἀραβίας, στήν ὁποία ἄλλωστε κατευθύνεται τό 89% τῶν ἐλληνικῶν ἐξαγωγῶν (στοιχεῖα 1979). Σημειώνεται ὅτι οἱ Ἑλληνικές ἐξαγωγές κάλυψαν στή παραπάνω περίοδο τό 67% τῶν ἀναγκῶν τῆς Σαουδικῆς Ἀραβίας. Ἀξιόλογες ἀκόμη μποροῦν νά θεωρηθοῦν καί οἱ ἐξαγωγές πρὸς τὰ Ἠνωμένα Ἀραβικά Ἐμιράτα. Γεγονός πάντως εἶναι ὅτι ἡ ἐξαγωγικὴ δραστηριότητα τοῦ κλάδου παρουσιάζει κάποια ἀστάθεια πού ἀποδίδεται εἴτε στήν ἀστάθεια τῶν ἀγορῶν προορισμοῦ, εἴτε σέ ἐσωτερικά προβλήματα.

Οι εισαγωγές μεταλλικῶν νερῶν διατηροῦνται σέ χαμηλά κατὰ κανόνα ἐπίπεδα καί σιό διάστημα τῆς τελευταίας δεκαετίας ποτέ δέν ξεπέρασαν τούς 160 τόννους. Οἱ περιορισμένες αὐτές εισαγωγές γίνονται κυρίως ἀπό τή Γαλλία (VITEL, EVIAN, VICHY) καί ἀπό τήν Ἑλβετία. Ὅρισμένες εισαγωγές κοινοῦ νεροῦ διενεργοῦνται ἐπίσης, γιά νά καλύψουν τίς ἀνάγκες τῶν ναυαγοσωστικῶν λέμβων τῶν πλοίων λόγω τῶν εἰδικῶν προδιαγραφῶν πού ἀπαιτοῦνται (εἰδική συσκευασία-μεγάλη διάρκεια διατηρήσεως). Οἱ εισαγωγές αὐτές διενεργοῦνται ἀπό τήν Ἀγγλία Transit. Τέλος, εἰσάγονται ἀκόμα καί μικρές ποσότητες σόδας (2,5 τόννοι ἑτησίως).

Τέλος, σύμφωνα μέ στοιχεῖα τῆς ΕΣΥΕ ἐμφανίζεται ὅτι ὑπάρχει κάποια σημαντική ἐξαγωγική δραστηριότητα σέ κοινό νερό. Συγκεκριμένα, κατὰ τό 1980 ἐξήχθησαν 23.000 περίπου τόννοι κοινοῦ νεροῦ, συνολικῆς ἀξίας 37.645.000 δρχ. Δυστυχῶς δέν ἔγινε δυνατό νά διευκρινισθεῖ κατὰ πόσο τό νερό αὐτό εἶναι ἐμφιαλωμένο πόσιμο ἢ ἀποτελεῖ κάποιο ἄλλο προϊόν. Ἡ σχέση ποσότητας μέ ἀξία (1,60 δρχ./Kgr.) εἶναι μία ἐνδειξη ὅτι οἱ ἐξαγωγές αὐτές ἀφοροῦν κάποια ἄλλη κατηγορία νεροῦ, ἄωοῦ ἢ ἀντίστοιχη σχέση στά λοιπά ἐμφιαλωμένα μεταλλικά νερά εἶναι πολύ μεγαλύτερη (7,5 δρχ./Kgr.).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

3.1 Γενικές Παρατηρήσεις

Είναι διεθνές φαινόμενο τό παραγωγικό δυναμικό τοῦ κλάδου τῶν ἀναψυκτικῶν νά ἀποτελεῖται πολλές φορές ἀπό δύο διαφορετικές μεταξύ τους κατηγορίες παραγωγικῶν μονάδων. Ἡ μία κατηγορία εἶναι οἱ παραγωγικές μονάδες πού ἀσχολοῦνται μέ τή παρασκευή τῶν πρώτων ὑλῶν, μέ τή παρασκευή δηλαδή τῶν διάφορων συστατικῶν-σιροπιῶν κλπ. χρησιμοποιώντας κάποια, ἀποκλειστική ἴσως, συνταγή. Ἡ ἄλλη κατηγορία τῶν παραγωγικῶν μονάδων ἀφορᾷ τά ἐμφιαλωτήρια-συσκευαστήρια τοῦ τελικοῦ προϊόντος.

Στό σημεῖο αὐτό τονίζεται ὅτι ἡ διεθνής πρακτική νά ὑπάρχουν δύο χωριστές κατηγορίες παραγωγικῶν μονάδων παρατηρεῖται μόνο στά ἀναψυκτικά τά ὅποια κυκλοφοροῦν μέ κάποιο καθιερωμένο συνήθως BRAND NAME. Στή περίπτωση αὐτή οἱ ἐμφιαλωτές ἔχουν συνήθως τήν ἀποκλειστικότητα ἐμφιαλώσεως καί διαθέσεως τῶν διεθνῶν αὐτῶν ἀναψυκτικῶν στή τοπική ἀγορά. Ἀντίθετα, ὅταν δέν ὑπάρχει κάποια ἀποκλειστική συνταγή γιά τή παρασκευή τοῦ ἀναψυκτικοῦ δέν εἶναι ἀνάγκη νά ὑπάρχουν καί οἱ δύο κατηγορίες παραγωγικῶν μονάδων.

Ἡ ὕπαρξη δύο διαφορετικοῦ τύπου παραγωγικῶν μονάδων ἀποτελεῖ πρακτική πού καθιέρωσαν καί ἀκολούθησαν οἱ παρασκευαστές ἀναψυκτικῶν (COCA COLA, PEPSI COLA κλπ.) στήν Ἀμερική ἀπό τά πρῶτα χρόνια πού δημιουργήθηκαν. Ἦταν φυσικό ἡ προώθηση τῶν ἀναψυκτικῶν αὐτῶν καί στίς ἄλλες χῶρες νά ἀκολουθήσει ἀντίστοιχη παραγωγική καί ἐμπορική πολιτική.

Ἡ οὐσιαστική συνέπεια ἀπὸ τὴν πολιτική αὐτή ἦταν οἱ μονάδες πού ἔχουν σάν ἀντικείμενο δραστηριότητας τὴ παρασκευὴ τῆς πρώτης ὕλης νά εἶναι πάρα πολὺ λίγες, ἐνῶ ἀντίθετα ὁ ἀριθμὸς τῶν ἐμφιαλωτῶν σχετικὰ μεγάλος. Ὁ ἀριθμὸς αὐτὸς ἦταν στὴν οὐσία συνάρτηση τῆς γεωγραφικῆς κατανομῆς τῆς καταναλώσεως καὶ τοῦ βαθμοῦ ἀνεξαρτησίας τῆς κάθε τοπικῆς ἀγορᾶς. Οἱ μονάδες, θυγατρικές τῶν παρασκευαστῶν τῆς πρώτης ὕλης, πού λειτουργοῦν σέ κάθε ἐθνικὴ ἀγορὰ ἀσκοῦν τίς περισσότερες φορές ἐμπορικὴ καὶ μόνο δραστηριότητα, μέ τὴν ἐννοία ὅτι ἀποφασίζουν σέ πόσους ἀκόμα ἐμφιαλωτὲς θά δοθεῖ τὸ δικαίωμα τῆς γεωγραφικῆς ἀποκλειστικότητας γιὰ ἐπιμέρους τοπικὲς ἀγορές, πῶς θά γίνεῖ ἡ διαφημιστικὴ ἐκστρατεία, ποιὲς εἶναι οἱ προϋποθέσεις γιὰ τὴ διατήρηση τῆς σταθερῆς ποιότητας κ.ἄ.

Ὅπως ἤδη ἀναφέρθηκε, ἡ διαμόρφωση τῆς ἐμπορικῆς καὶ παραγωγικῆς αὐτῆς πολιτικῆς ἔχει τίς ρίζες της στὴν Ἀμερικὴ. Μέχρι τὸ 1850 τὰ ἀναψυκτικὰ καταναλώνονται στίς ΗΠΑ ἀποκλειστικά στοὺς τόπους παραγωγῆς. Ἀπὸ τὸ 1850 καὶ μετὰ καὶ κυρίως στὴ διάρκεια τῶν τελευταίων χρόνων τοῦ περασμένου αἰῶνα, ἕνας μεγάλος ἀριθμὸς παρασκευαστῶν πρώτης ὕλης εἰσέρχεται στὴν ἀγορὰ ἐνῶ παράλληλα γίνεται μία ἐντονότερη προσπάθεια ἐπιβολῆς τῶν BRAND NAMES, μέ ἀποτέλεσμα ἡ τοπικὴ ἀγορὰ νά πάψει νά ἔχει τὴ σημασία πού εἶχε μέχρι τότε. Ἡ προσπάθεια ὁμοῦς τοποθετήσεως τῶν ἀναψυκτικῶν καὶ σέ ἄλλες, ἐκτός ἀπὸ τὴ τοπικὴ, ἀγορές ἀντιμετώπισε ἰδιαίτερα προβλήματα, ἀφοῦ τόσο ἡ μεταφορὰ τῶν ἀναψυκτικῶν ὅσο καὶ ἡ ἐπιστροφή τῶν κενῶν φιαλῶν ἀπαιτοῦσε ὑψηλὲς δαπάνες. Ἔτσι ἡ λύση πού τελικὰ ἐπιλέχθηκε καὶ πού ἰσχύει μέχρι σήμερα ἦταν νά ἀνατίθεται ἀποκλειστικά σέ τοπικοὺς ἐμφιαλωτὲς ἡ συσκευασία καὶ ἡ ἐμπορία τῶν ἀναψυκτικῶν. Εἶναι χαρακτηριστικὸ ὅτι ἡ COCA-COLA πού ἰδρύθηκε τὸ

1892 είχε συνάψει μέχρι το 1904 συμφωνίες με 123 εργοστάσια εγκατεστημένα σε πολλά μέρη της 'Αμερικής που θα συσκευάζαν και θα έμπορευόντουσαν το αναψυκτικό COCA-COLA.

'Η μονάδα όμως που σαν αντικείμενο δραστηριότητας είχε τη παρασκευή των πρώτων υλών, εκτός από τη παροχή γεωγραφικής αποκλειστικής διαθέσεως στους τοπικούς έμφιαλωτές, συμμετείχε πολλές φορές και στα επενδυτικά προγράμματά τους, ενώ συγχρόνως τους υποχρέωνε να τηρούν άσχηρά τις ποιοτικές προδιαγραφές. Στις συμφωνίες υπήρχε επίσης όρος για υποχρεωτική διαφημιστική έκστρατεία για τη προώθηση των πωλήσεων, πάντα βέβαια στη τοπική αγορά. Το αποτέλεσμα ήταν να αυξάνονται σημαντικά οι πωλήσεις μαζί με την ισχυροποίηση του σήματος.

Στη περίπτωση των παραγωγικών μονάδων που δραστηριοποιούνται στο χώρο των μεταλλικών νερών που επίσης αποτελούν αντικείμενο της Έκθεσης αυτής, παρατηρείται ότι οι μονάδες αυτές είναι έμφιαλωτήρια εγκατεστημένα συνήθως στο τόπο που υπάρχει το πρὸς εκμετάλλευση νερό. Το γεγονός πάντως ότι το μεταλλικό νερό συσκευάζεται συνήθως σε συσκευασίες μιᾶς χρήσεως βοηθά στη τοποθέτηση των προϊόντων αυτών και σε αγορές απομακρυσμένες από το τόπο έμφιαλώσεως και συσκευασίας.

3.2 Τό παραγωγικό δυναμικό στον ελληνικό κλάδο

3.2.1 'Αριθμός μονάδων

Κύριο χαρακτηριστικό του ελληνικού παραγωγικού δυναμικού στο κλάδο των αναψυκτικών είναι ή ύπαρξη σχετικά μεγάλου αριθμού μονάδων (έμφιαλωτηρίων), μικρού κατά κανόνα μεγέθους.

Σύμφωνα με στοιχεία της τελευταίας 'Απογραφής Βιομηχανίας-βιοτεχνίας που έγινε από την ΕΣΥΕ τό Σεπτέμβριο του 1978, υπήρχαν στό κλάδο 214 (παρασκευή μή οίνοπνευματωδών ποτών και έμφιάλωση μεταλλικῶν νερῶν)^{1/} 335 καταστήματα από τά όποία τά 322 χαρακτηρίζονται σάν "παραγωγικές μονάδες" καί τά υπόλοιπα 13 "βοηθητικές μονάδες". Οί 322 αυτές παραγωγικές μονάδες άπασχολούσαν 4.907 άτομα. Τό μέσο δηλαδή μέγεθος καταστήματος από άποψη άπασχολουμένου προσωπικού έφθασε τά 15 περίπου άτομα. 'Από σύγκριση τῶν στοιχείων αὐτῶν μέ τά αντίστοιχα της 'Απογραφής του 1973 φαίνεται ότι μεταξύ 1973 καί 1978 παρατηρήθηκε μείωση του άριθμου τῶν καταστημάτων, ένῶ αντίθετα αύξήθηκε τό μέσο μέγεθος τους. Συγκεκριμένα, τό 1973 υπήρχαν 372 καταστήματα έκ τῶν όποίων τά 346 ήσαν παραγωγικές μονάδες. 'Η μέση έτήσια άπασχόληση κατά την ίδια περίοδο έφθασε τά 4.557 άτομα (4.331 στίς παραγωγικές μονάδες) δηλαδή τό μέσο μέγεθος του καταστήματος ήταν 12,5 άτομα.

'Η κατάταξη τῶν παραπάνω 335 καταστημάτων ανάλογα μέ τόν άριθμό τῶν άπασχολουμένων τό 1978 έμφανίζεται στόν Πίνακα 19 που ακολουθεί. Στόν ίδιο Πίνακα παρουσιάζεται καί ό άριθμός τῶν καταστημάτων μέ βάση την έγκατεστημένη ισχύ.

1/ 'Η έννοια του κλάδου όπως όρίσθηκε από την ΕΣΥΕ πιθανώς νά συμπεριλαμβάνει καί καταστήματα που άσχολούνται μέ τή παραγωγή άλλων ποτών έκτός τῶν άναψυκτικῶν. Γεγονός πάντως είναι ότι ή "παραγωγή χυμού από όπῶρες" περιλαμβάνεται στίς δραστηριότητες του κλάδου 203.1 καί κατατάσσεται ξεχωριστά από την ΕΣΥΕ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 19

Παραγωγή μή οίνοπνευματωδών ποτών και έμφιαλωμένων νερών
Καταστήματα-άριθμός απασχολουμένων-κινητήριος ίπποδύναμη (1978)

	Μέγεθος καταστημάτων											Σύνολο	
	0-1 άτομα	2 άτομα	3-4 άτομα	5-9 άτομα	10-19 άτομα	20-29 άτομα	30-49 άτομα	50-99 άτομα	100-199 άτομα	200-499 άτομα	500-999 άτομα		1.000 άτομα
άριθμός καταστη- μάτων	37	81	88	58	37	14	7	6	3	1	3	-	335
Μ.Ε.Α.	41	173	319	378	506	326	262	453	478	235	1.427	-	4.998
έγκατε- στημένη ίπποδύ- ναμη (ίπποι)	392	716	1.916	1.073	3.108	1.295	11.158	1.818	2.544	960	3.697	-	28.6

Πηγή: ΕΣΥΕ.

Από τόν Πίνακα 19 παρατηρούνται τά εξής:

α) Τουλάχιστον τό 80% τών καταστημάτων του κλάδου έχουν μέγεθος μικρότερο από τό μέσο μέγεθος του κλάδου. Συγκεκριμένα, υπάρχουν 263 καταστήματα τά όποια άπασχολούν 0-9 άτομα (ποσοστό 78,5% του συνόλου τών καταστημάτων). Τό γεγονός αυτό είναι μία σαφής ένδειξη του μικρού μεγέθους τών περισσότερων καταστημάτων του κλάδου. Χαρακτηριστικά είναι έν προκειμένω τά αντίστοιχα στοιχεία για τήν αγορά τών ΗΠΑ^{1/}. Καί στίς χώρες της Κοινότητας όμως τό μέσο μέγεθος του καταστήματος είναι σημαντικά μεγαλύτερο από τό αντίστοιχο μέσο μέγεθος του ελληνικού καταστήματος.^{2/}

β) Στά καταστήματα πού άπασχολούν άνω τών 10 ατόμων, ένω σάν αριθμός άποτελούν τό 21,5% του συνόλου, συγκεντρώνεται τό 74,3% της συνολικής άπασχολήσεως καί τό 85,7% της συνολικής κινητηρίου ίπποδυνάμεως. Τό γεγονός αυτό είναι μία πρώτη ένδειξη για τήν ανεπάρκεια μηχανολογικού έξοπλισμού τών μικρών καταστημάτων καί αντίστοιχα μέ τή σχετική συγκέντρωση δραστηριότητας στον κλάδο. Για τό θέμα αυτό όμως θά επανέλθουμε στην επόμενη παράγραφο.

Σχετικά μέ τή χωροταξική κατανομή τών παραπάνω καταστημάτων παρατηρούνται τά εξής:

α) Στην περιφέρεια πρωτεύουσας υπήρχαν τό 1978 31 καταστήματα από τά όποια τά 24 ήταν παραγωγικές μονάδες. Παρ'όλο όμως πού τά καταστήματα αυτά άποτελούν μόνο τό 10% του συνόλου τών καταστημάτων, ή μέση ετήσια άπασχόληση έφθασε τά 2.038 άτομα κατά

1/ Τό 1977 υπήρχαν 2.192 καταστήματα πού άπασχολούσαν 119.000 άτομα, δηλαδή τό μέσο μέγεθος καταστήματος ήταν 55 άτομα περίπου. Σημειώνεται επίσης ότι τό 60% τών καταστημάτων είχαν άπασχόληση από 20 άτομα καί άνω.

2/ Συγκεκριμένα, τό μέσο μέγεθος τών καταστημάτων πού άπασχολούσαν περισσότερα από 20 άτομα ήταν, κατά τήν Άπογραφή του 1975 στην ΕΟΚ, 145 άτομα. Τό αντίστοιχο μέγεθος στην Ελλάδα ήταν τό 1978 μόλις 93 άτομα.

τήν ίδια περίοδο, δηλαδή ποσοστό 40,8% της συνολικής απασχόλησεως. Το γεγονός αυτό είναι μία ένδειξη της συγκεντρώσεως της κατανάλωσής αναψυκτικών και αντίστοιχα της παραγωγής τους στη Περιφέρεια της Πρωτεύουσας.

Στη Στερεά Ελλάδα και Εύβοια υπήρχαν την ίδια περίοδο 27 καταστήματα με μέση ετήσια απασχόληση (ΜΕΑ) 130 άτομα. Τα αντίστοιχα στοιχεία για τις υπόλοιπες γεωγραφικές περιοχές είναι:

Πελοπόννησος:	38 καταστήματα-872 ΜΕΑ
Ίονιοι Νήσοι:	14 καταστήματα-119 άτομα ΜΕΑ
Ήπειρος	: 15 καταστήματα-287 άτομα ΜΕΑ
Θεσσαλία	: 14 καταστήματα-186 άτομα ΜΕΑ
Μακεδονία	: 53 καταστήματα-730 άτομα ΜΕΑ
Θράκη	: 9 καταστήματα- 97 άτομα ΜΕΑ
Νήσοι Αιγαίου:	43 καταστήματα-207 άτομα ΜΕΑ
Κρήτη	: 86 καταστήματα-335 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Βόλου	: 4 καταστήματα- 43 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Ήρακλ.	: 3 καταστήματα- 44 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Θεσ/νίκης:	7 καταστήματα- 87 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Καβάλας	: 1 κατάστημα - 4 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Καλαμάτας:	2 καταστήματα- 18 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Λάρισας	: 1 κατάστημα - 22 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Πατρών	: 3 καταστήματα-109 άτομα ΜΕΑ
Βιομ. Κέντρο Χανίων	: 8 καταστήματα- 46 άτομα ΜΕΑ

Από τα στοιχεία αυτά παρατηρείται ότι η μεγαλύτερη συγκέντρωση καταστημάτων είναι στη Κρήτη, τη Πελοπόννησο, τα νησιά του Αιγαίου και τη Μακεδονία. Αυτό οφείλεται στην αύξημένη κατα-

νάλωση αναψυκτικῶν πού παρατηρεῖται στίς περιοχές αὐτές, εἴτε λόγῳ τουρισμοῦ εἴτε λόγῳ ὑψηλῶν θερμοκρασιῶν. Τό μεγαλύτερο πάντως μέσο μέγεθος μονάδων ἀπό ἀποψη ἀπασχολήσεως παρατηρεῖται στή Πάτρα (Βιομηχανικό Κέντρο).

Ἐκτός ὅμως ἀπό τή συσκευασία τῶν αναψυκτικῶν σέ φιάλες, χρησιμοποιεῖται σήμερᾶ καί ἡ συσκευασία σέ μεταλλικά κουτιά. Ἔτσι τό παραγωγικό δυναμικό τοῦ κλάδου ἐκτός ἀπό τά ἐμφιαλωτήρια συμπληρώνεται καί ἀπό τά συσκευαστήρια αναψυκτικῶν σέ μεταλλικά κουτιά. Τό σχετικά μικρό ἀκόμα μέγεθος τῆς ἀγορᾶς τῶν αναψυκτικῶν σέ μεταλλικά κουτιά εἶναι ὁ βασικός παράγων πού ἐμπόδισε τήν παράλληλη μέ τά ἐμφιαλωτήρια δημιουργία συσκευαστηρίων. Ἔτσι οἱ συνολικές ἀνάγκες τοῦ κλάδου καλύπτονται ἀπό τά λίγα συσκευαστήρια (4-5) πού λειτουργοῦν σήμερα στήν Ἑλλάδα (κυρίως στό νομό Ἀττικῆς).

3.2.2 Οἱ κυριώτερες ἐπιχειρήσεις τοῦ κλάδου

Οἱ κυριώτερες ἐπιχειρήσεις τοῦ κλάδου "ἀναψυκτικά καί ἐμφιαλωμένα μεταλλικά νερά" ἐμφανίζονται στόν Πίνακα 2δ. Σάν κριτήριον κατατάξεως τῶν ἐπιχειρήσεων αὐτῶν χρησιμοποιήθηκε τό ὕψος τῶν πωλήσεών τους τό 1980.

3.2.3 Οἱ σπουδαιότερες μονάδες στό χῶρο τῶν αναψυκτικῶν

Οἱ ἐταιρεῖες ΗΒΗ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. καί Ἑλληνική Ἐταιρεία Ἐμφιαλώσεως οἱ ὁποῖες ἐμφιαλώνουν καί ἐμπορεῦνται στά μεγάλα ἀστικά κέντρα τά διεθνή BRAND NAMES (PEPSI-COLA, SEVEN-UP, ἡ ΗΒΗ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ, SPRITE, FANTA, COCA-COLA, ἡ Ἑλληνική Ἐταιρεία Ἐμφιαλώσεως) ἔχουν ὁπωσδήποτε σαφή ὑπεροχή ἔναντι τῶν ὑπολοίπων μονάδων, τόσο ὅσον ἀφορᾶ τίς πωλήσεις ὅσο καί τό μέγεθος τῶν μονάδων ἀπό ἀποψη ἀπασχολήσεως, μηχανολογικοῦ ἐξοπλισμοῦ κλπ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 20

Κυριώτερες επιχειρήσεις του κλάδου

α/α	Έπωνυμία	Δραστηριότητες	Κεφάλαια 1980 (έκατ.δρχ.)	Προσωπικό
1	ΗΒΗ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ	όναμκτικά μεταλλικό νερό	1.390,0	1.300-1.700
2	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΜΦΙΑΛ.	όναμκτικά	2.002,3	900-1.300
3	CAN-DRINKS HELLAS ΕΠΕ	όναμκτικά	86,9	40- 60
4	ΒΕΛΚ ΕΠΕ	όναμκτικά	79,5	50- 110
5	ΙΡΙΣ ΛΟΥΤΡΑΚΙ Α.Ε.	όναμκτικά μεταλλικό νερό	112,2	65- 120
6	ΚΛΙΑΦΑΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΨΥΓΕΙΑ ΑΕ	όναμκτικά	72,9	100- 150
7	ΑΓΙΑΚΑΤΣΙΚΑ ΑΕΒΕ	όναμκτικά	53,3	60- 70
8	ΙΤΕΑ ΦΛΩΡΙΝΗΣ ΕΠΕ	όναμκτικά	18,8	20- 40
9	MASH' HOUR ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΟΣ ΕΠΕ	μεταλλικό νερό	8,0	14- 27
10	ΛΟΥΤΡΑΚΙ Α.Ε.	μεταλλικό νερό	4,6	5- 17

Πηγή: ICAP 1982.

Ἡ ἐταιρεία ΗΒΗ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε. ἔχει τρία ἐργοστάσια. Τό ἓνα βρίσκεται στό Μαρούσι Ἀττικῆς, τό ἄλλο στό Λουτράκι καί τό τρίτο στή Θεσσαλονίκη. Ἡ ἐμπορία τῶν προϊόντων της στίς μεγάλες ἀστικές περιοχές τῆς Ἀθήνας, Θεσσαλονίκης καί Βόρειας Ἀνατολικῆς Πελοποννήσου γίνεται συνεπῶς ἀπ'εὐθείας ἀπό τήν ἴδια τήν ἐταιρεία. Μέ ἀνάλογο τρόπο γίνεται καί ἡ προώθηση τῶν προϊόντων καί σέ ἄλλες περιοχές τῆς Ἑλλάδος μέ ἐξαίρεση ἴσως τή Κρήτη, ὅπου ὀρισμένες πληροφορίες ἀναφέρουν ὅτι ἡ ἐμφιάλωση τῶν διεθνῶν ἀναψυκτικῶν πού διακινοῦνται μέσω τῆς ΗΒΗ-ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ γίνεται ἀπό τήν ἐταιρεία ΒΑΘΥΠΕΤΡΟΥ Α.Ε. ἐγκατεστημένης στό Ἡράκλειο Κρήτης. Ὑπάρχουν μάλιστα πληροφορίες ὅτι βρίσκεται στό τελικό στάδιο κατασκευῆς ἓνα νέο ἐμφιαλωτήριο σύγχρονης τεχνολογίας πού κατασκευάζεται ἀπό τήν ἴδια ἐταιρεία στήν ΒΙ.ΠΕ Ἡρακλείου.

Στήν Ἑλληνική Ἐταιρεία Ἐμφιαλώσεως ἔχει ἀνατεθεῖ ἀπό τήν COCA-COLA HELLAS ἡ ἐμφιάλωση καί ἡ ἐμπορία τῶν προϊόντων τῆς μπρικής ἐταιρείας. Ὑπάρχουν αὐτή τή στιγμή 3 μεγάλες μονάδες τῆς ἐταιρείας ἐγκατεστημένες στήν Ἀθήνα, τή Θεσσαλονίκη καί τή Πάτρα, ἔτσι ὥστε νά καλύπτεται αὐτοδύναμα ἀπό τήν ἐταιρεία ἡ ζήτηση τῶν τοπικῶν αὐτῶν ἀγορῶν. Ἐκτός ὅμως ἀπό αὐτές τίς τρεῖς μονάδες, τά προϊόντα τῆς COCA-COLA ἐμφιαλώνονται καί ἀπό ἄλλες τοπικές ἐταιρεῖες. Ἀναφέρεται συγκεκριμένα ὅτι στή Ρόδο ἡ ἐμφιάλωση τῆς COCA-COLA/SPRITE κλπ. γίνεται ἀπό τήν ἐταιρεία ΑΓΙΑΚΑΤΣΙΚΑ ΑΕΒΕ, στή Κέρκυρα ἀπό τήν ΒΕΛΚ ΕΠΕ, καί στή Τρίκαλα ἀπό τήν ΚΛΙΑΦΑ ΘΕΟΔΩΡ. ΨΥΓΕΙΑ Α.Ε.

Ἡ ἀνάθεση ἀπό τήν COCA-COLA HELLAS στήν Ἑλληνική Ἐταιρεία Ἐμφιαλώσεως Α.Ε. καί στίς ὑπόλοιπες ἐταιρεῖες, τῆς ἀποκλειστικῆς ἐμφιαλώσεως καί ἐμπορίας τῶν προϊόντων στίς τοπικές ἀγορές, εἶναι προσαρμοσμένη στήν ἐμπορική πολιτική πού, ὅπως ἀναφέρ-

θηκε, ακολουθεῖ ἡ μητροπολιτικὴ ἔταιρεία σὲ διεθνὲς ἐπίπεδο.

Ἡ τρίτη ἔταιρεία πού ἐμφανίζεται στὸν Πίνακα 20, CAN DRINKS) ἔχει τὸ ἐργοστάσιό της στὸ Μεσολόγγι καὶ παράγει ἀναψυκτικά πού συσκευάζονται ἀποκλειστικά σὲ μεταλλικὰ κουτιά. Τὰ πλιὸ γνωστὰ ἀναψυκτικά πού παράγει εἶναι ἡ R.C. COLA, τὸ HI-SPOT καὶ ἡ SUN RIPE. Τὸ 1980 ὑπολογίζεται ὅτι ἡ παραγωγή της ἔφθασε τὰ 5 ἑκατ. λίτρα.^{1/} Γιά τίς ὑπόλοιπες ἔταιρειες πού ἀναφέρονται στὸν Πίνακα παρατηρεῖται ὅτι καὶ αὐτῶν ἡ δραστηριότητα ἀφορᾷ στὴν ἐμφιάλωση καὶ ἐμπορία προϊόντων τῆς COCA-COLA HELLAS στίς τοπικὲς τοὺς ἀγορές. Αὐτὸ εἶναι ἄλλωστε πού βοήθησε τίς ἔταιρειες αὐτές νὰ τοποθετηθοῦν σ' αὐτὴ τὴ θέση ἀπὸ ἀποψη μεγέθους πωλήσεων.

Ἐκτός ὁμως ἀπὸ τίς ἔταιρειες πού ἀναφέρθηκαν ὑπάρχουν καὶ ἄλλες πού, ἀπὸ ἀποψη μηχανολογικοῦ ἐξοπλισμοῦ, βρίσκονται σὲ ἀρκετὰ ἱκανοποιητικὸ ἐπίπεδο. Ἀναφέρονται συγκεκριμένα οἱ ἔταιρειες:

- Ἡ GENERAL CANNING A.E., πού παράγει τὰ σχετικῶς γνωστὰ ἀναψυκτικά EL GRECO καὶ SINALCO. Ἡ ἐτήσια παραγωγή τῆς ἔταιρείας αὐτῆς πλησιάζει τὸ 1 ἑκατ. λίτρα. Τὸ ἐργοστάσιό της βρίσκεται στὴ Μάνδρα Ἀττικῆς.

- Ἡ BEKO A.E. Σαλονίκης πού καὶ αὐτὴ παράγει διάφορα ἀναψυκτικά (VEKO COLA κλπ.) συσκευασμένα σὲ μεταλλικὰ κουτιά. Τὸ ἐργοστάσιο τῆς μονάδας αὐτῆς βρίσκεται στὸ Κιάτο.

- Ἡ KAMPANIA πού συσκευάζει σὲ μεταλλικὰ κουτιά τὸ ἀναψυκτικὸ AFRI-COLA. Ἡ μονάδα αὐτὴ εἶναι ἐγκατεστημένη στὴ Θεσσαλονίκη.

Οἱ ὑπόλοιπες μονάδες τοῦ κλάδου εἶναι ἐγκατεστημένες σὲ διάφορες περιοχὲς τῆς Ἑλλάδος, εἶναι, σχεδόν πάντα, μικροῦ μεγέθους καὶ ὁ μηχανολογικὸς ἐξοπλισμὸς τοὺς χαρακτηρίζεται σὰν ἀνε-

^{1/} Πληροφορίες ἀναφέρουν ὅτι σχεδιάζεται νέα ἐπένδυση γιὰ τὴ συσκευασία ἀναψυκτικῶν σὲ φιάλης μιᾶς χρήσεως.

παρκής και πεπαλαιωμένος. Ένα ακόμα χαρακτηριστικό των μονάδων αυτών είναι ότι λειτουργούν τελείως εποχιακά και καλύπτουν την αυξημένη ζήτηση αναψυκτικών κατά τους θερινούς μήνες στις τοπικές τους αγορές, ζήτηση που τα περισσότερο γνωστά αναψυκτικά δεν είναι σε θέση να καλύψουν (ιδίως σε απομακρυσμένες περιοχές). Το γεγονός αυτό, ή σχετική δηλαδή γεωγραφική προστασία της τοπικής παραγωγής, έχει μάλλον αρνητικές συνέπειες, τόσο στη ποιότητα του τελικού προϊόντος όσο και στις συνθήκες εμπορίας και παραγωγής. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι το πλύσιμο των κενών φιαλών για επαναχρησιμοποίηση απαιτεί μηχανολογικό εξοπλισμό, εγκαταστάσεις και χρησιμοποίηση ειδικών που τις περισσότερες φορές οι μονάδες αυτές δεν διαθέτουν^{1/}. Συγχρόνως η απουσία ποιοτικού ελέγχου ως προς τη τήρηση των διατάξεων του Κώδικα Τροφίμων-Ποτών που όρίζουν τις αναλογίες στις οποίες θα χρησιμοποιηθούν οι διάφορες πρώτες ύλες, επιτρέπουν στις μονάδες αυτές να συμπιέζουν σημαντικά το κόστος παραγωγής και επομένως να διακινούν τα προϊόντα τους με μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους, τόσο για το λιανικό εμπόριο όσο και για τις ίδιες.

Η μεγάλη διαφοροποίηση μεγέθους που υπάρχει μεταξύ των διάφορων μονάδων του κλάδου προκύπτει και από την ανάλυση στοιχείων ισολογισμού των εταιρειών. Μια τέτοια παρουσίαση πρωτογενών στοιχείων Ισολογισμού γίνεται στο Είδικό Παράρτημα του Κεφαλαίου αυτού της Έκθεσης.

1/ Για να χορηγηθεί άδεια λειτουργίας μονάδος παραγωγής αναψυκτικών απαιτείται μόνο η ύπαρξη των εξής μηχανημάτων:

- α) πλυντήριο φιαλών που λειτουργεί μηχανικά
- β) ένα ή δύο δοχεία από ανοξείδωτο μέταλλο με μηχανικό αναδευτήρα
- γ) αυτόματο μηχάνημα σιροπιοδοτήσεως και στραγγιστικό μηχάνημα φιαλών

Οι μικρές μονάδες διαθέτουν συνήθως πολύ απλά μηχανήματα πλύσεως, πληρώσεως και πωματισμού των φιαλών, ενώ πολλές φάσεις της παραγωγικής διαδικασίας δεν είναι μηχανοποιημένες όπως π.χ. μεταφορά φιαλών εντός του εργοστασίου, επικόλληση ετικετών, πλήρωση κιβωτίων κλπ.

3.2.4 Οι κυριότερες μονάδες στο χώρο τῶν μεταλλικῶν νερῶν

Οι μονάδες τοῦ ὑποκλάδου, ὅπως τονίστηκε καί νωρίτερα, εἶναι συνήθως ἐγκατεστημένες σέ μικρή ἀπόσταση ἀπό τίς πηγές. Σήμερα, σύμφωνα μέ στοιχεῖα τοῦ ΕΟΤ, ὑπάρχουν στήν Ἑλλάδα 752 πηγές μεταλλικῶν νερῶν γιά λουτρά καί πόση. Γεωγραφικά ἡ κατανομή τῶν πηγῶν αὐτῶν παρουσιάζεται ὡς ἐξῆς:

Περιφέρεια	Ἄριθμός πηγῶν
Στερεά Ἑλλάδα	156
Θεσσαλία	57
Ἡπειρος	56
Μακεδονία	115
Θράκη	25
Πελοπόννησος	114
Νησιά	299
Σύνολο	752

Ἀπό αὐτές τίς πηγές (ἀπό τίς ὁποῖες οἱ 160 περίπου μποροῦν νά θεωρηθοῦν ὅτι εἶναι ἐκμεταλλεύσιμες γιά τήν ἐμφιάλωση μεταλλικοῦ νεροῦ) ἐμφιαλώνεται μόνο τό νερό τῶν πηγῶν Σάριζας, Σουρωτῆς, Νιγρίτας καί τό Ξυνοῦ Νερό. Ἡ πηγή τῆς Σάριζας βρίσκεται στήν Ἄνδρο καί τήν ἐκμεταλλεύεται ἡ ἐταιρεία ΣΑΡΙΖΑ Α.Ε. Ἡ πηγή τῆς Σουρωτῆς βρίσκεται στή κοινότητα Βασιλικῶν τῆς Μακεδονίας καί, ἐνῶ ἀνήκει στόν ΕΟΤ, ἡ ἐκμετάλλευσή της ἔχει παραχωρηθεῖ στήν ἐπιχείρηση ΧΩΝΑΙΟΣ Α.Ε. Ἡ ἴδια ἐπιχείρηση ἐκμεταλλεύεται καί τή πηγή τοῦ Ξυνοῦ Νεροῦ, πού βρίσκεται στή Φλώρινα. Τέλος, τό μεταλλικό νερό τῆς πηγῆς Νιγρίτας, πού καί αὐτή ἀνήκει στόν ΕΟΤ, τό ἐκμεταλλεύεται κοινοπραξία πού ἀποτελεῖται ἀπό τό Δήμο Νιγρίτας καί τή Κοινότητα Θερμῶν Νιγρίτας.

Έκτός όμως από αυτά τὰ μεταλλικά νερά, έμφιαλώνονται, και μάλιστα σέ μεγαλύτερη κλίμακα, και άλλα κοινά νερά, όπως είναι του Λουτρακίου, τής Βόνιτσας, τής Κέρκυρας, τής Χαλκιδικής κλπ. Τό σημαντικότερο έμφιαλωμένο νερό είναι αυτό του Λουτρακίου. Σημειώνεται ότι τό νερό αυτό χρησιμοποιείται και για τή παραγωγή αναψυκτικῶν και σοδῶν. Οί πηγές ανήκουν στού Δήμο Λουτρακίου ό όποίος εἰσπράττει δικαιώματα ανά κυβικό μέτρο αντλούμενου νερού και ποσοστά επί τῶν πωλήσεων τῶν έπιχειρήσεων. Σήμερα λειτουργοῦν στού Λουτράκι 8 περίπου βιομηχανίες έμφιαλώσεως νερού και σύμφωνα μέ στοιχεία του Δήμου Λουτρακίου ή κατανάλωση νερού Λουτρακίου για τή παραγωγή αναψυκτικῶν ή έμφιάλωση έφθανε τό 1975 στα 258.000μ³. Ἡ κατανομή τής ποσότητας αὐτῆς στις διάφορες μονάδες ήταν ή έξής:

ΗΒΗ-ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	100.000μ ³
IRIS ΛΟΥΤΡΑΚΙ Α.Ε.	84.000 "
ΚΑΡΟΛΟΣ ΦΙΞ Α.Ε.	35.000 "
Ε. ΑΝΕΡΑΨΗΣ	19.000 "
ΣΑΡΙΖΑ Α.Ε.	15.000 "
HYDOR HELLAS Κωστής Λάης	5.000 "

Προφανῶς τὰ στοιχεία αὐτά έχουν διαφοροποιηθεῖ από τό 1975 μέχρι σήμερα, ακολουθώντας κατά κανόνα τή γενικότερη εξέλιξη του κλάδου. Ένδεικτικά αναφέρεται ότι κατά τή περίοδο 1980/1981 χρησιμοποιήθηκαν 120.000.000 περίπου Kgr. για τή παραγωγή αναψυκτικῶν και έμφιάλωση μεταλλικοῦ νερού. Σημειώνεται πάντως ότι από τό 1975 και μετά ιδρύθηκαν και νέες μονάδες έμφιαλώσεως νερού Λουτρακίου (Ι. Καραντάνης ΕΠΕ, ΠΑΛΜΥΡΑ Α.Ε.).

3.2.5 Βαθμός απασχολήσεως παραγωγικοῦ δυναμικοῦ

Όπως τονίστηκε και νωρίτερα τό κυρίως παραγωγικό δυναμικό του κλάδου αποτελείται από τὰ έμφιαλωτήρια και τὰ συσκευαστήρια (αναψυκτικά σέ μεταλλικά κουτιά). Όσον αφορά τούς παρα-

σκευαστές της πρώτης ύλης, έχει ήδη αναφερθεί ότι προκειμένου περί των διεθνών αναψυκτικών ή πρώτη ύλη εισάγεται από άλλες χώρες, ενώ για τα έγχωρίς παραγόμενα αναψυκτικά ή πρώτη ύλη παράγεται συνήθως από τους έμφιαλωτές. Άλλωστε, παραγωγικές μονάδες πού νά δραστηριοποιούνται στο χώρο της παρασκευής της πρώτης ύλης, τουλάχιστον για τα διεθνή αναψυκτικά, δέν πρόκειται νά δημιουργηθούν στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα νά μήν υπάρχει καί αντίστοιχο πρόβλημα βαθμού άξιοποίησεως παραγωγικοῦ δυναμικοῦ.

Στό χώρο της συσκευασίας των αναψυκτικών σε μεταλλικά δοχεία λειτουργοῦν σήμερα στην Ελλάδα 5 μονάδες. Ἡ μεγαλύτερη εἶναι ἡ GENERAL CANNING καί ἀκολουθεῖ ἡ BEKO A.E., ἡ CAN DRINKS, ἡ KAMPANIA καί ἡ IRIS. Ἡ δυναμικότητα των παραπάνω μονάδων υπολογίζεται ὅτι διαμορφώνεται στα ἑξῆς επίπεδα:

1) GENERAL CANNING	συσκευασία	500-600	κουτιῶν/λεπτό
2) BEKO	"	400	" "
3) CAN DRINKS	"	400	" "
4) KAMPANIA	"	80	" "
5) IRIS	"	80	" "

Ἡ συνολική δυναμικότητα τοῦ κλάδου σε ἐτήσια βάση καί μέ μία βάρδια λειτουργίας διαμορφώνεται κατά συνέπεια σε 210 ἑκ. κουτιά τό χρόνο. Μέ δεδομένο τό ὅτι ἡ ἐτήσια κατανάλωση αναψυκτικῶν σε κουτιά πλησιάζει τά τελευταῖα δύο χρόνια τά 60 ἑκατ. κουτιά, συμπεραίνεται ὅτι ὁ βαθμός ἀπασχολήσεως τοῦ παραγωγικοῦ δυναμικοῦ σε ἐτήσια βάση εἶναι μόλις 29%. Ἐάν ὅμως ληφθεῖ ὑπόψη ἡ ἔντονη ἐποχικότητα στή ζήτηση των αναψυκτικῶν, τότε ὁ βαθμός ἀπασχολήσεως τοῦ παραγωγικοῦ δυναμικοῦ εἶναι πολύ ὑψηλότερος κατά τή διάρκεια των θερινῶν μηνῶν.

Ἡ κατά ἐταιρεία πάντως ἀπασχόληση τοῦ παραγωγικοῦ δυναμικοῦ σέ ἐτήσια βάση ἔχει ὡς ἑξῆς:

GENERAL CANNING	32%
BEKO	24%
CAN DRINKS	26%
ΚΑΜΠΑΝΙΑ	27%
IRIS	15%

Σχετικά μέ τό παραγωγικό δυναμικό καί τό βαθμό ἀπασχολήσεως τῶν ἐμφιαλωτηρίων τονίζεται ὅτι εἶναι σχετικά δύσκολο νά ἐκτιμηθοῦν τά μεγέθη αὐτά, ἐφόσον ὁ κλάδος χαρακτηρίζεται ἀπό ὕπαρξη πολλῶν μικρῶν μονάδων μέ ἐποχιακή κυρίως λειτουργία. Διάφορες πάντως ἐκτιμήσεις καταλήγουν στό ὅτι ἡ ἐγκατεστημένη παραγωγική δυναμικότητα πρέπει νά πλησιάζει τά 65 ἑκατ. λίτρα μηνιαίως (FULL CAPACITY) καί ὅτι ὁ βαθμός ἀπασχολήσεως τοῦ παραγωγικοῦ αὐτοῦ δυναμικοῦ πλησιάζει τό 90-100% κατά τή διάρκεια τῶν θερινῶν μηνῶν, ἐνῶ κατά τή διάρκεια τῶν χειμερινῶν πέφτει στό 25% περίπου.

Ἄντικειμενικά πάντως τό παραγωγικό δυναμικό τοῦ κλάδου μπορεῖ νά χαρακτηρισθεῖ σάν ἐπαρκές, λαμβανομένου ὑπόψη τῆς ἐποχιακῆς λειτουργίας του.

Γιά τόν κλάδο τῶν μεταλλικῶν νερῶν μία βασική παρατήρηση πού πρέπει νά γίνει εἶναι ὅτι ἡ ὑποχώρηση τῆς ἐσωτερικῆς καί ἐξωτερικῆς ζήτησης κατά τά τελευταῖα χρόνια (σάν συνέπεια τοῦ θορύβου πού δημιουργήθηκε ἀπό τήν ἀμφισβήτηση τῆς ὑγιεινῆς τῶν μεταλλικῶν νερῶν) ὀδήγησε σέ αὔξηση τοῦ ἀργούντος δυναμικοῦ τοῦ κλάδου. Σήμερα ἐκτιμᾶται ὅτι ὁ βαθμός ἀπασχολήσεως τοῦ δυναμικοῦ μπορεῖ νά βρίσκεται καί χαμηλότερα ἀπό τό 40-50%, χωρίς μάλιστα οἱ προοπτικές νά προβλέπουν διεύρυνσή του.

3.3 Τό παραγωγικό δυναμικό σέ άλλες χώρες

3.3.1 Τό παραγωγικό δυναμικό στίς Η.Π.Α.

Από τό 1950 καί μετά παρατηρήθηκε στίς ΗΠΑ μία αύξανόμε-
νη τάση συγκεντρώσεως τών παραγωγικῶν μονάδων. Έτσι ὁ ἀριθμός
τῶν παραγωγικῶν μονάδων-έμφιαλωτηρίων σημειώνει συνεχή κάμψη. Χα-
ρακτηριστικά ἀναφέρεται ὅτι τό 1950 λειτουργοῦσαν περισσότερα ἀπό
6.000 έμφιαλωτήρια, τό 1960 μειώθηκαν στά 4.600 καί τό 1970 στά
3.100, ἐνῶ τό 1974 ἔφθαναν τά 2.200. Τό 1980 λειτουργοῦσαν 1.850
έμφιαλωτήρια καί ὁ ἀριθμός τους προβλέπεται ὅτι μειώθηκε ἀκόμη
περισσότερο τό 1981 (κατά 50 περίπου έμφιαλωτήρια).

Ἡ μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐργοστασίων ἀποδίδεται στή τά-
ση γιά συκέντρωση τῆς παραγωγῆς στίς μεγάλες μονάδες πού εἶναι
περισσότερο παραγωγικές καί ἀπολαμβάνουν πλήρως τῶν πλεονεκτημάτων
τῶν οἰκονομιῶν κλίμακος. Ἡ συκέντρωση αὐτή ἐρχεται καί σάν ἀπο-
τέλεσμα τῆς μειούμενης σημασίας τῶν γεωγραφικῶν συνόρων μίας μι-
κρῆς τοπικῆς ἀγορᾶς, καί φυσικά τῆς μεταβολῆς (αὔξηση) τοῦ OPTIMUM
μεγέθους τῶν έμφιαλωτηρίων, σά συνέπεια τῆς βελτιώσεως τῶν συνθηκῶν
μεταφορᾶς, τῆς παραγωγῆς ἀκόμα καί τῆς εὐκολότερης χρηματοδοτή-
σεως. Έτσι στά τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε καί σημαντική ἐξα-
γορά μικρότερων ἐπιχειρήσεων ἀπό άλλες μεγαλύτερες. Ἀπό διάφορα
στοιχεῖα τά ὅποια παρουσιάζονται ἀπό διάφορες πηγές φαίνεται ὅτι
ἡ μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν μονάδων ὀφείλεται στήν ἔξοδο ἀπό τόν
κλάδο ἐπιχειρήσεων πού εἶχαν πωλήσεις λιγότερο ἀπό US \$ 500.000
τό χρόνο. Ἀντίθετα ἐπιχειρήσεις μέ ἐτήσιο κύκλο πωλήσεων ἄνω
τῶν 2 ἑκατ. \$ ἀποκοῦν συνεχῶς μεγαλύτερο μερίδιο στή συνολική
ἀγορά. Ἐνδεικτικός εἶναι ὁ Πίνακας 21 πού παρουσιάζει τήν ἐξέλι-
ξη τοῦ ἀριθμοῦ τῶν έμφιαλωτηρίων ἀναψυκτικῶν στίς ΗΠΑ στή περίοδο
1967-1973.

ΠΙΝΑΚΑΣ 21

*Αριθμός επιχειρησίων στις ΗΠΑ κατά τάξη μεγέθους

Ετήσιες πωλήσεις (\$)	1967		1971		1973	
	ἀριθμ. ἔργου.	% συνολικές πωλήσεις	ἀριθμ. ἔργου.	% στις συν. πωλήσεις	ἀριθμ. ἔργου.	% στις συν. πωλ.
πάνω ἀπό 2 ἑκατ.	161	52,1	463	68,9	617	71,8
1.000.000-2.000.000	289	16,0	230	8,8	372	12,4
500.000-1.000.000	537	15,0	563	10,8	540	9,0
300.000- 500.000	549	9,4	496	4,8	372	3,1
100.000- 300.000	1.252	5,4	767	4,4	536	2,6
κάτω ἀπό 100.000	763	2,1	396	0,8	290	0,4
Σύνολο	3.551	100	2.925	100	2.728	100

Πηγή: JOURNAL OF INDUSTRIAL ECONOMICS, SEPTEMBER 1978.

Στόν ἐπόμενο Πίνακα 22 παρουσιάζεται μία ἀξιολόγηση τῶν κυριωτέρων βιομηχανιῶν ἀναψυκτικῶν στις ΗΠΑ. Σάν κριτήριο κατατάξεως χρησιμοποιεῖται τό ὕψος τῶν πωλήσεων πού πραγματοποιήσαν τό 1980 οἱ ἐπιχειρήσεις αὐτές στήν ἀγορά τῶν Η.Π.Α.

Ἀπό τόν Πίνακα αὐτό παρατηρεῖται ὅτι οἱ ἐταιρεῖες πού ἔχουν τή γεωγραφική ἀποκλειστικότητα ἐμπορίας τῶν γνωστῶν ἀναψυκτικῶν τῆς COCA-COLA καί τῆς PEPSI-COLA βρίσκονται πολύ ὑψηλά στήν κατάταξη τῶν ἐπιχειρήσεων. Ἐντύπωση ἐπίσης προκαλεῖ ὅτι καί βιομηχανίες πού κατ' ἔξοχή ἔχουν ἐξειδικευθεῖ στή παραγωγή ἀναψυκτικῶν, σήμερα ἐπεκτείνονται καί σέ ἄλλους κλάδου ποτῶν.

ΠΙΝΑΚΑΣ 22

Οι κυριότερες βιομηχανίες αναψυκτικών στις ΗΠΑ τό 1980

72

α/α	Επωνυμία	Αντικείμενο	Παραγόμενα προϊόντα (brand names)	Πωλήσεις (US\$ χιλ.)	Αριθμός εργοστασίων
1	The Coca-Cola Co, Atlanta Ga	Πρώτη ύλη, έμφιάλωση αναψυκτικών, χυμοί, κρασί	Coca-Cola, Sprite, Tab, Ganda, Mello- Yellow, Hi-C, Minute, Maid, Taylor, Sterling	3.721.123	20
2	Phillip Morris, New York	πρώτη ύλη, έμφιάλωση αναψυκτικών, παραγωγή μπύρας	Miller, Miller lite, 7-UP, Diet 7-UP, Lowenbrau	2.908.749	15
3	Pepsi Co. Purchase N.Y.	πρώτη ύλη, έμφιάλωση αναψυκτικών	Pepsi-Cola, Diet-Pepsi Patio-Teem 26, on Tap	1.486.000	26
4	Beatrice Food, Chicago III	πρώτη ύλη, έμφιάλωση αναψυκτικών, χυμοί φρούτων	Tropicana, RC Cola 7-UP, Canada Dry	660.000	14
5	General Foods White Plains New York	έμφιάλωση αναψ., χυμοί φρούτων	Kool-Aid, Awake, Country time, Tang, Orange Plus-postum	650.000	4
6	Northwest Industries, Chicago III	έμφιάλωση αναψυκτικών, μεταλλικά νερά	Coca-Cola, Canada Dry Dr Pepper, Scwheppes, Arrowhead Finlandia	45.400	21
7	General Ci- nema, Voston Mass.	έμφιάλωση αναψυκτικών	Pepsi-Cola, 7-UP, Dr. Pepper Froshie Sun Crest, Sunicist	433.964	21

Πηγή: Beverage World-Ιούλιος 1981.

3.3.2 Τό παραγωγικό δυναμικό σέ Εύρωπαϊκές χώρες

α) Άναψυκτικά: Η αγορά τής Δυτ. Εύρώπης κυριαρχείται από τίσ δύο διεθνείς εταιρείες PEPSICO καί COCA-COLA, πού παράγουν τά αντίστοιχα προϊόντα. Στόν Πίνακα 23 πού ακολουθεῖ παρουσιάζονται οί κυριώτεροι κατασκευαστές άναψυκτικῶν στή Δυτ. Εύρώπη.

ΠΙΝΑΚΑΣ 23Κατασκευαστές άναψυκτικῶν στή Δυτική Εύρώπη

Χώρα	Κατασκευαστής	Προϊόντα τῶν κυριωτέρων εταιρειῶν
Αύστρία	COCA-COLA PEPSICO	άνθρακοῦχα άναψυκτικά
Βέλγιο	COCA-COLA, PEPSICO CARLSBERG, SPA	άνθρακοῦχα άναψυκτικά
Δανία	COCA-COLA, PEPSICO CARLSBERG, TUBORG, SLATS, IRMA, JOLLY	άνθρακοῦχα άναψυκτικά άναψυκτικά μέ γεύση φρούτων
Γαλλία	COCA-COLA, PEPSICO, GENERAL FOOD	άνθρακοῦχα άναψυκτικά άναψυκτικά πρωίνου σέ σκόνη
Γερμανία	COCA-COLA, PEPSICO, GENERAL FOODS, CEBE SCHWEPPEES	άνθρ. άναψυκ. άναψυκτικά μέ χυμό φρού- των, άναψυκ. σέ σκόνη
Ίταλία	COCA-COLA, GENERAL FOODS, SAN PELEGRINO, PEPSICO	άνθρ. άναψυκ. άναψυκ. μέ χυμό φρούτων
Όλλανδία	COCA-COLA, HEINEKEN, RAAK	άνθρ. άναψυκ. άναψ. μέ χυμό φρούτων
Ίσπανία	COCA-COLA, PEPSICO	άνθρακοῦχα άναψυκτικά
Άγγλία	COCA-COLA, PEPSICO, SCHWEPPEES, CANADA DRY ROBINSONS, LOKKWOODS, SWAKS	άνθρ. άναψυκ., άλλα άναψυκτ.

Στή Γερμανία, παρ'όλο πού η αγορά τῶν ἀναψυκτικῶν εἶναι ιδιαίτερα ἀναπτυγμένη παρατηρεῖται μία τάση γιά μείωση τοῦ ἀριθμοῦ τῶν ἐμφιαλωτηρίων. Συγκεκριμένα τό 1971 τό σύνολο τῶν ἐμφιαλωτηρίων στή Γερμανία ἔφθανε τά 120, ἐνώ τό 1981 ὁ ἀριθμός μειώθηκε στά 102^{1/}. Πάντως καί ἀπό αὐτά τά 102 ἐμφιαλωτήρια τά 93 μόνο εἶχαν δικά τους ἐργοστάσια συσκευασίας ἀναψυκτικῶν ἐνώ τά ὑπόλοιπα ἦταν οὐσιαστικά ἐγκαταστάσεις ἐμπορίας (διανομή καί χονδρική πώληση). Ἡ μείωση αὐτή ἦλθε (ὅπως καί στή περίπτωση τῶν ΗΠΑ) σάν συνέπεια τῆς μείωσης τῆς σημασίας τοῦ διαχωρισμοῦ τῶν τοπικῶν αγορῶν. Σ'αὐτό συνετέλεσε ἀσφαλῶς ἡ ἐπέκταση τῆς μή ἐπιστρεφόμενης συσκευασίας (κυρίως πλαστικές φιάλες).

Ἡ COCA-COLA ἔχει στή Γερμανία ἐργοστάσια ἐμφιαλώσεως καθῶς καί συσκευασίας ἀναψυκτικῶν σέ μεταλλικά κουτιά στό Essen, Frankfurt, Cünburg, Borsten καί Brunchsa. Ἐκτιμᾶται πάντως ὅτι τά ἐργοστάσια τῆς Frankfurt καί τοῦ Essen θά δοθοῦν τελικά σέ ἐμφιαλωτές, κατά τήν διεθνή ἐμπορική πολιτική τῆς ἐταιρείας. Καί τά ὑπόλοιπα ὁμως ἐργοστάσια ἔχουν χρηματοδοτηθεῖ ἀπό ἐπιχειρηματίες πού ἔχουν ἀποκτήσει κάποιο δικαίωμα γεωγραφικῆς διανομῆς καί ἐμπορίας.

Τό παραγωγικό δυναμικό τοῦ κλάδου φαίνεται ὅτι στά ἐπόμενα χρόνια θά ἀκολουθήσει τή πτωτική τάση πού παρατηρήθηκε στή δεκαετία 1971-1981. Ἡ τάση αὐτή θά ὀφείλεται στήν συνεχιζόμενη ἐπέκταση τῆς συσκευασίας μιᾶς χρήσεως.

Στήν Ὁλλανδία ἀντίθετα τό παραγωγικό δυναμικό τοῦ κλάδου δέν φαίνεται ἀπό ἀποψη ἀριθμοῦ μονάδων τουλάχιστο νά παρουσιάζει μεταβολή, τουλάχιστο κατά τά τελευταῖα χρόνια, παρ'όλο πού ἡ ζήτηση ἔχει μᾶλλον ἀύξετικές τάσεις. Ἡ αὔξηση τῆς ζήτησεως καλύ-

^{1/} Ἀναφερόμαστε σέ ἐμφιαλωτήρια πού εἶχαν ἐτήσιο κύκλο ἐργασιῶν μεγαλύτερο ἀπό 20 ἑκατ. DM ἑτησίως.

ΠΙΝΑΚΑΣ 24

Δομή της Βιομηχανίας Ανασυγκιτικῶν στὴν Ὀλλανδία, 1976-78

	Μέγεθος μονάδων								
	10-49 ἄτομα			50 καί πάνω			Σύνολο		
	1976	1977	1978	1976	1977	1978	1976	1977	1978
* Αριθμός ἐργοστασίων	10	10	10	17	17	16	27	27	26
Σύνολο πωλήσεων (ἐκατ. FL)	49,1	50,1	52,3	650,1	702,3	725,2	699,2	752,4	777,5
Σύνολο παραγωγῆς (ἐκατ. FL)	49,0	50,2	52,5	621,4	706,4	726,5	670,4	756,6	677,9
* Απασχο- λούμενοι	190	190	180	2.983	2.828	2.591	3.173	3.108	2.771

Πηγή: G.B.S. Centraal Bureau voor de Statistiek

πτεται από επέκταση και έκσυγχρονισμό ύφιστάμενων μονάδων. Στόν Πίνακα 24 δίνεται ή εικόνα για τή σημερινή δομή του κλάδου αναψυκτικῶν στήν Ὑλλανδία.

Στήν Ἰταλία ή αγορά κυριαρχείται από τήν COCA-COLA κατά πρώτο λόγο και από τήν PEPSICO κατά δεύτερο. Ὑπάρχουν σήμερα 28 ανεξάρτητοι έμφιαλωτές πού συσκευάζουν και έμπορεύονται τά προϊόντα τής COCA-COLA. Τό 1980 οί πωλήσεις τής COCA-COLA έφθασάν τά 30.089 έκατ. λίτρα. Ἀντίθετα ή PEPSICO συνεργάζεται μέ 8 μόνο έμφιαλωτές. Τέλος, σημαντική μονάδα είναι ή PELEGRINO ή όποία είναι και ή μεγαλύτερη ίταλική μονάδα αναψυκτικῶν. Ἡ έταιρεία αὐτή συσκευάζει επίσης τήν ROYAL GROWN COLA.

Στό Βέλγιο ή σημαντικότερη ίσως μονάδα παραγωγής αναψυκτικῶν είναι τής PEPSICO συνολικῆς δυναμικότητας 120.000 lt.COLA ήμερησίως. Τό εργοστάσιο αὐτό βρίσκεται στό BRAINE L' ALLEND. Τέλος ή έταιρεία παραγωγής μύρας CARLSBERG INTERNATIONAL από τά τέλη του 1979 έχει ξεκινήσει μία προσπάθεια εισόδου στήν αγορά τῶν αναψυκτικῶν του 1. γίου μέσω τής θυγατρικῆς STEIRERROBST GMBH.

Ὅσον αφορά τό εὐρωπαϊκό παραγωγικό δυναμικό τῶν έμφιαλωμένων νερῶν παρατηρεῖται ότι είναι κυρίως συγκεντρωμένο στή Γαλλία, τό Βέλγιο και τή Δ. Γερμανία, ενώ παράλληλα αναπτύσσονται πολλές νέες έταιρεῖες στίς αγορές πού ύπάρχει αύξημένη ζήτηση. Για παράδειγμα αναφέρεται ή έντυπωσιακή αύξηση του μονοπωλίου SPA στό Βέλγιο πού τό 1980 ή παραγωγική δυναμικότητά του πλησίαζε τά 3-3,5 έκατ. φιάλες ήμερησίως, ενώ τό 1979 ή συνολική παραγωγική δυναμικότητα έφθανε τά 200 λίτρα τό χρόνο.

ΠΑΡΑΡΤΗΡΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3 : Οικονομικά στοιχεία για τις κυριότερες ελληνικές επιχειρήσεις παραγωγής αναμικτικών

Στόν παρακάτω Πίνακα παρουσιάζονται βασικά οικονομικά στοιχεία για τις κυριότερες ελληνικές επιχειρήσεις παραγωγής αναμικτικών, όπως προκύπτουν από τους 2 τελευταίους δημοσιευμένους τους λογαριασμούς (1979, 1980).

(σε χιλιάδες δραχ.)

ΕΙΣΗΛΘΗΝΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ		ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ*		ΠΑΓΙΟ ΕΞΕΡΗΤΗΤΙΚΟ		ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ		ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟ		ΑΥΧΗΜΑΤΑ	
	1979	1980	1979	1980	1979	1980	1979	1980	1979	1980	1979	1980
ΗΒΗ ΠΑΝΑΤΟ- ΚΥΛΛΟΣ Α.Ε.	1.233.275	1.390.145	272.752	296.475	1.365.158	1.541.471	421.860	451.671	743.793	835.802	123.707	100.887
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΦΘΙΑΛΩΣΕΩΣ	1.272.073	2.002.391	281.193	417.065	1.523.095	2.217.062	532.215	631.736	517.736	976.772	139.589	240.731
CAN DRINKS HELLAS ΕΠΕ	65.355	86.972	37.543	54.381	27.808	41.213	-	-	55.355	47.100	19.312	20.838
ΒΕΛΚ ΕΠΕ	71.999	79.523	8.550	23.275	88.329	92.303	24.880	30.055	24.828	25.566	1.615	7.793
ΚΑΙΦΑ Θ. ΨΥΓΕΙΑ Α.Ε.	66.824	72.791	13.626	25.125	84.718	90.104	31.520	42.456	11.576	10.876	6.250	12.276
ΑΓΙΑΚΑΤΣΙΚΑ ΑΕΒΕ	51.418	53.316	21.375	24.004	41.445	47.544	11.402	18.252	3.062	4.445	10.119	14.075
ΙΤΕΛ ΦΛΩΡΙ- ΝΗΣ ΕΠΕ	20.548	18.815	18.367	16.770	10.910	13.013	8.729	10.968	10.889	9.126	2.113	1.753

ΠΗΓΗ: ICAP 1982.

* Στά στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού περιλαμβάνεται καί τό διαθέσιμο (Ταμείο καί Καταθέσεις όψεως)