



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Κουρμουλάκη Μαρία: Φοιτήτρια του Τμήματος (ΔΛ12062)

Μαθιουδάκη Καλλιόπη: Φοιτήτρια του Τμήματος (ΔΛ9853)

Υπό την επίβλεψη του Καθηγητή Ανδρέα Αναστασάκη,
Λέκτορα ΕΛΜΕΠΑ

Ηράκλειο
Μάιος, 2020

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ -ΜΜΕ	7
1.1. Ορισμός επιχειρηματικότητας.....	7
1.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα	8
1.2.1 Εσωτερικοί παράγοντες.....	8
1.2.2 Εξωτερικοί παράγοντες	8
1.2.3 Κοινωνικό περιβάλλον.....	8
1.2.4 Οικογενειακό περιβάλλον	9
1.2.5 Τοποθεσία ίδρυσης επιχείρησης.....	10
1.3. Η σημασία της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη	100
1.4. Ορισμός Μικρομεσαίων επιχειρήσεων	11
1.5. Οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα	13
1.6. Το προφίλ της Ελληνικής Μικρομεσαίας επιχείρησης.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	18
2.1. Κύρια χαρακτηριστικά του κλάδου.....	18
2.2. Θεσμικό πλαίσιο	20
2.2.1. Προστασία της Ονομασίας του Γάλακτος και των Γαλακτοκομικών Προϊόντων	20
2.2.2. Κοινή Οργάνωση Αγοράς Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων ..	20
2.2.3. Οδηγίες – Κανονισμοί Ποιότητας Γάλακτος και Προϊόντων	222
2.3. Επενδυτικά σχέδια	22
2.4. Δομή και διάρθρωση	23
2.5. Η αγορά τυροκομικών προϊόντων	28
2.6. Συμπεράσματα – προοπτικές του κλάδου.....	32
2.6.1. Ανάλυση SWOT	33
2.6.2. Προοπτικές.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΠΡΟΦΙΛ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΡΗΤΗΣ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	37
3.1. Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα Κρήτης	37
3.2. Προφίλ σπουδαιότερων τυροκομικών εταιρειών Κρήτης.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΚΛΑΔΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΚΡΗΤΗΣ	47
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	57
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	61

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτέλεσε το αντικείμενο μελέτης μας για αρκετά μεγάλο διάστημα και θεωρούμε ότι λόγω της σπουδαιότητας του θέματος θα αποτελέσει πολύ σημαντικό εφιαλτήριο για την μετέπειτα πορεία μας στον κλάδο. Πιο συγκεκριμένα, θέμα της εργασίας μας αποτέλεσε η συμβολή του κλάδου των τυροκομικών προϊόντων της Κρήτης στην Ελληνική οικονομία. Για να αναλυθεί πλήρως το θέμα προηγήθηκε εκτεταμένη βιβλιογραφική έρευνα, τόσο σε βιβλία αλλά και σε επιστημονικά άρθρα ξενόγλωσσα και ελληνόγλωσσα από τα οποία συλλέχθηκε υλικό, ταξινομήθηκε και αξιολογήθηκε προκειμένου να χρησιμοποιηθεί στην συγγραφή του δοκιμίου. Η εργασία δομήθηκε σε συνολικά τέσσερα κεφάλαια, εκ των οποίων στο πρώτο γίνεται λόγος γενικά για την οικονομία και την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, όπου και αναλύεται ο ορισμός και οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα καθώς και ο ορισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επίσης αναφερόμαστε στην σημασία της επιχειρηματικότητας και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία της χώρας. Στο δεύτερο κεφάλαιο πραγματοποιείται ανάλυση του κλάδου των τυροκομικών προϊόντων, και συγκεκριμένα αναφερόμαστε σε θεσμικό πλαίσιο, επενδυτικά σχέδια, δομή και διάρθρωση καθώς και στην αγορά των τυροκομικών προϊόντων. Στο τρίτο κεφάλαιο πραγματοποιείται αναφορά στα τυροκομικά προϊόντα της Κρήτης και παρουσιάζεται λίστα των πιστοποιημένων εταιρειών και των προϊόντων που αυτές παράγουν. Στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιείται κλαδική ανάλυση των τυροκομικών προϊόντων Κρήτης και παρουσιάζονται σχολιασμοί και γραφήματα, ενώ στο τέλος, συμπεριλάβαμε πίνακες δευτερογενών κτηνοτροφικών προϊόντων, που αφορούν στο σύνολο της εγχώριας παραγωγής και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια της Κρήτης. Η εργασία κλείνει με τα τελικά συμπεράσματα. Ευελπιστούμε η μελέτη μας να αποτελέσει χρήσιμο εγχειρίδιο στα χέρια μελλοντικών μελετητών.

Λέξεις – κλειδιά: Κρήτη, Ελλάδα, οικονομία, τυροκομικά προϊόντα, συμβολή

ABSTRACT

This thesis has been the subject of our study for quite some time and we believe that due to the importance of the subject it will be a very important starting point for our future career in the field. More specifically, the subject of our work was the contribution of the cheese sector of Crete to the Greek economy. In order to fully analyze the subject, extensive bibliographic research was preceded, both in books and in scientific articles in foreign and Greek languages from which material was collected, sorted and evaluated for use in writing the essay. The work is structured in four chapters, the first of which deals with the economy and entrepreneurship in Greece in general, which analyzes the definition and factors affecting entrepreneurship as well as the definition of small and medium-sized enterprises. We also refer to the importance of entrepreneurship and small and medium-sized enterprises in the country's economy. The second chapter analyzes the cheese sector, namely the institutional framework, investment plans, structure and structure as well as the cheese market. The third chapter refers to the cheese products of Crete, while a list of the certified companies and their products is presented. The fourth chapter presents a sectoral analysis of Cretan cheese products and presents annotations and graphs, while by the end we included tables of selected livestock by-products by regional unity and specifically by the Region of Crete. The paper concludes with the final conclusions. We hope that our study will be a useful guide for future researchers.

Keywords: Crete, Greece, economy, dairy products, contribution

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελληνική Τυροκομία σήμερα είναι μια ώριμη αγορά, με ικανοποιητική εσωτερική κατανάλωση εν μέσω κρίσης και με αύξηση των εξαγωγών, κυρίως των τυριών ΠΟΠ, προς την ΕΕ αλλά και χώρες σε όλο τον κόσμο όπως η Αυστραλία και η Κίνα.

Τα τυροκομικά προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής και η ζήτηση τους διατηρείται υψηλή, κυρίως για τα Ελληνικά τυριά.

Για τον καταναλωτή, για προϊόντα όπως τα τυριά, σημαντικό κριτήριο αποτελεί η σταθερή ποιότητα και η γεύση τους. Ο καταναλωτής διαπιστώνεται ότι επιλέγει κατά βάση ελληνικά προϊόντα, ιδιαίτερα τα ΠΟΠ, καθώς θεωρεί ότι είναι πιο ποιοτικά. Ταυτόχρονα ο καταναλωτής επιβραβεύει τα τυριά που προσφέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία αναφορικά με τη γεύση, την περιοχή παραγωγής τους, την ποιότητα και τη συσκευασία τους.

Τα Ειδικά Συστήματα ΠΟΠ-ΠΓΕ-ΕΠΙΠ, καθιερώθηκαν ώστε να συμβάλλουν στην ενθάρρυνση της ποικίλης αγροτικής παραγωγής, στην προστασία ονομασιών από κακή χρήση και μίμηση παραγωγής και στην καλύτερη κατανόηση του ειδικού χαρακτήρα των προϊόντων από τους καταναλωτές.

Η Ελλάδα σήμερα έχει κατοχυρώσει 88 προϊόντα ΠΟΠ-ΠΓΕ εκ των οποίων τα 20 είναι τυριά ΠΟΠ. Ο έλεγχος και η Πιστοποίηση των Προϊόντων Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και των Προϊόντων Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ) στη χώρα μας, έχει ανατεθεί, στον Οργανισμό Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (ΟΠΕΓΕΠ) – AGROCERT.

Ο κλάδος των τυροκομικών μέχρι τα μέσα τουλάχιστον της δεκαετίας βρισκόταν σε ανοδική πορεία. Όμως στα μέσα του 2009 καταγράφονται τα πρώτα σημάδια της οικονομικής κρίσης και το 2010 παρουσίασαν μια υποχώρηση της τάξης του 2,6%. Το ενδιαφέρον όμως είναι ότι μέσα σε αυτό το περιβάλλον η μοναδική κατηγορία στην οποία σημειώθηκε αύξηση πωλήσεων το 2010, κατά 5,3%, είναι

αυτή του συσκευασμένου τυριού και φυσικά των τυριών ΠΟΠ, με τη Φέτα να κατέχει τη πρώτη θέση.

Τα συσκευασμένα τυριά ΠΟΠ, εμφανίζουν ιδιαίτερα θετικές προοπτικές εξέλιξης, παρά το γεγονός ότι η τελική τιμή πώλησής τους είναι υψηλότερη από την αντίστοιχη τιμή των προϊόντων που διατίθενται σε χύμα μορφή, ενώ παγιώνουν την αυξητική τους τάση σε βάρος των χύμα, παρά τις μεταβολές και στον κλάδο των τυροκομικών που δημιούργησε η κρίση.

Αυτός είναι και ο λόγος που οι περισσότερες τυροκομικές επιχειρήσεις, ανταποκρίθηκαν στις νέες απαιτήσεις της Ελληνικής αγοράς και ανεξάρτητα από τη δυναμικότητά τους, προχώρησαν σε επενδύσεις προκειμένου να εκσυγχρονιστούν και να προσφέρουν ένα μέρος της παραγωγής τους σε τυποποιημένη μορφή.

Η αξιοσημείωτη αυτή στροφή των καταναλωτών στα τρόφιμα Ιδιωτικής Ετικέτας, και ειδικότερα στη κατηγορία των τυροκομικών ΙΕ, έχει επιφέρει αλλαγές στον προσανατολισμό των επιχειρήσεων αλλά και στις σχέσεις μεταξύ των λιανέμπορων και προμηθευτών.

Τα ελληνικά τυριά ΠΟΠ αποτελούν σημαντικό τμήμα των τυροκομικών προϊόντων Ιδιωτικής Ετικέτας. Σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις που διαθέτουν τυριά ΙΕ περιλαμβάνουν στους κωδικούς τους τυριά ΠΟΠ., με τη Φέτα να βρίσκεται στην πρώτη επιλογή των επιχειρήσεων και φυσικά των καταναλωτών.

Οι επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για την Εμπορία τυριών ΠΟΠ ΙΕ, κάνοντας χρήση των καταχωρισμένων ονομασιών τους, εντάσσονται στο σύστημα ελέγχου και Πιστοποίησης του ΟΠΕΓΕΠ –AGROCERT.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΜΜΕ

1.1. Ορισμός επιχειρηματικότητας

Σύμφωνα με τους Πετράκη (1996) και Θεοδωράτο (1999), ο όρος επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ», δηλαδή αναλαμβάνω την πρωτοβουλία να ενεργήσω έχοντας συγκεκριμένο στόχο. Ο στόχος είναι η δημιουργία και διάθεση, στο μέλλον, προϊόντων και υπηρεσιών κινητοποιώντας όλους τους απαραίτητους διαθέσιμους πόρους, χωρίς σαφέστατα να υπάρχει βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας (Stuart & Dearlove, 2005).

Είναι, με άλλα λόγια, η ηθελημένη προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και περιλαμβάνει την καινοτομία, την επιτυχή διαχείριση και την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας.

Άρα, επιχειρηματικότητα είναι η προσεκτική ανάλυση της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, της αξιολόγησης και αξιοποίησης τους. Συνεπώς, το άτομο αυτό που διαθέτει επιχειρηματικό πνεύμα ονομάζεται επιχειρηματίας.

Οι Meyer και Allen θεωρούν ότι επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία που περιλαμβάνει την οργάνωση και λειτουργία μιας επιχείρησης και επιχειρηματίας ορίζεται ως το άτομο εκείνο που αναλαμβάνει την οργάνωση όλων των λειτουργιών της επιχείρησης και είναι υπεύθυνος για την αντιμετώπιση των επιχειρηματικών κινδύνων που είναι δυνατόν να προκύψουν (Λαμπριανίδης, 2003).

Σήμερα, η έννοια της επιχειρηματικότητας δεν περιορίζεται μόνο στην έννοια της δημιουργίας μιας επιχείρησης, αλλά έχει επεκταθεί και περιλαμβάνει κάθε είδους οργανισμού, καθώς και κάθε είδους επιχείρησης (μικρή, μεγάλη ή πολυεθνική, κερδοσκοπική ή μη κερδοσκοπική, ιδιωτική ή δημόσια).

1.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα

Κατά τους Κανελλόπουλο, Ιωαννίδη και Πετράκη, οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαμόρφωση του επιχειρηματικού πνεύματος στα άτομα διακρίνονται σε δύο τομείς: τους εσωτερικούς και τους εξωτερικούς παράγοντες (Γεωργόπουλος 2004).

1.2.1 Εσωτερικοί παράγοντες

Οι εσωτερικοί παράγοντες δεν είναι άλλοι από τους ψυχολογικούς, δηλαδή από την θέληση του ίδιου του ατόμου να δημιουργήσει κάτι δικό του και να δραστηριοποιηθεί αυτόνομα. Επίσης σημαντικό ρόλο παίζει το μορφωτικό επίπεδο αλλά και η εμπειρία από προηγούμενη εργασία (Γεωργόπουλος 2004).

1.2.2 Εξωτερικοί παράγοντες

Οι εξωτερικοί παράγοντες είναι όλοι εκείνοι οι παράγοντες που προέρχονται από το γενικότερο περιβάλλον, όπως το κοινωνικό, το επιχειρησιακό, το οικογενειακό και το οικονομικό περιβάλλον (Γεωργόπουλος 2004).

1.2.3 Κοινωνικό περιβάλλον

Ο κοινωνικός περίγυρος θεωρείται ο πιο σημαντικός εξωτερικός παράγοντας που επηρεάζει τη διαμόρφωση του επιχειρηματικού πνεύματος, γιατί οι ανάγκες της κοινωνίας για κάποιο προϊόν ή υπηρεσία είναι αυτές που ωθούν τους νέους επιχειρηματίες προς την παραγωγή ή διάθεση του συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας.

Αν μια κοινωνία υποστηρίζει το επιχειρηματικό πνεύμα, τονίζει την ατομικότητα και όχι την ομοιομορφία των ατόμων, είναι υπέρ της ίδρυσης επιχειρήσεων και επιβραβεύει τις επιχειρηματικές επιτυχίες των υπαρχόντων επιχειρηματιών, τότε αυτή επιδρά θετικά στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, εφόσον νέοι επιχειρηματίες θα ενθαρρυνθούν να ακολουθήσουν επιχειρηματική καριέρα και οι υπάρχοντες επιχειρηματίες να καινοτομήσουν και να επενδύσουν σε μεγαλύτερο βαθμό (Γεωργόπουλος 2004).

Η επιχειρηματικότητα ενισχύεται όταν το κοινωνικό περιβάλλον είναι αξιολογικό, όπου επιχειρηματίας γίνεται ο καθένας ανεξάρτητα τις γνωριμίες που διαθέτει ή την εθνικότητα που κατέχει.

1.2.4 Οικογενειακό περιβάλλον

Η οικογένεια διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση ή όχι του επιχειρηματικού πνεύματος ανάλογα με τη στάση της ως προς αυτό.

Επίσης σημαντικό ρόλο παίζει και η επαγγελματική ιδιότητα των ανθρώπων που αποτελούν το οικογενειακό περιβάλλον του. Αν οι φίλοι ή οι στενοί συγγενείς είναι επιτυχημένοι επιχειρηματίες και τον ενθαρρύνουν να διαλέξει επιχειρηματική καριέρα, τότε το άτομο έχει πολλές πιθανότητες να γίνει και αυτός επιχειρηματίας λαμβάνοντας υπόψη τις εμπειρίες και τις συμβουλές τους. Βέβαια, όταν ο οικογενειακός περίγυρος αποτελείται από επιχειρηματίες, μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες στην επιχειρηματικότητα. Αν οι γονείς εργάζονται πολλές ώρες και δεν μπορούν να αφιερώσουν πολύ χρόνο στις οικογένειές τους και τους διακατέχει το άγχος και η κούραση, η επιχειρηματικότητα μπορεί να μειωθεί αν τα άτομα που σκέφτονται να γίνουν επιχειρηματίες έχουν τους γονείς αυτούς ως παράδειγμα προς αποφυγή και προτιμούν να έχουν μια καλύτερη ποιότητα ζωής με λιγότερο άγχος και με περισσότερο διαθέσιμο χρόνο (Γεωργόπουλος 2004).

1.2.5 Τοποθεσία ίδρυσης επιχείρησης

Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι ο τόπος που το άτομο επιθυμεί να ιδρύσει την επιχείρηση και η αγορά στην οποία απευθύνεται. Κατά τον Κανελλόπουλο (1994), το άτομο που κατοικεί σε μια υποανάπτυκτη περιοχή έχει περιορισμένες επιχειρηματικές ευκαιρίες και αναγκάζεται να μετακομίσει σε αναπτυσσόμενες ή αναπτυγμένες περιοχές όπου οι ευκαιρίες είναι μεγαλύτερες και οι πιθανότητες να υλοποιηθεί και να επιτύχει η επιχειρηματική του ιδέα είναι μεγαλύτερες (Γεωργόπουλος 2004).

1.3. Η σημασία της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη

Η επιχειρηματικότητα έχει άμεση σχέση τόσο με την οικονομική πρόοδο της χώρας όσο και με την κοινωνική ευημερία. Η επιχειρηματικότητα και ιδίως αυτή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων συμβάλλει αποτελεσματικά στην ανάπτυξη της οικονομίας μέσω (Πιπερόπουλος, 2008):

- της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, νέου εισοδήματος, νέων κερδών και νέων πηγών πλούτου, νέων τρόπων και μέσων ικανοποίησης των αναγκών των μελών μια κοινωνίας.
- ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών ή βελτίωση των υπαρχόντων με σκοπό την καλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.
- δημιουργίας νέας αγοράς μέσω της ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
- δημιουργίας νέων ή βελτίωσης των υπαρχόντων μεθόδων παραγωγής.
- μείωση της τιμής των προϊόντων και υπηρεσιών.

- βελτίωσης της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών.

Έτσι, η επιχειρηματικότητα εξασφαλίζει την ευημερία όχι μόνο του επιχειρηματία, αλλά και όλων των ατόμων, η οποία δεν είναι μόνο οικονομική, αλλά αντικατοπτρίζεται σε όλους τους τομείς.

Συνεπώς, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αποτελεί πρωταρχική προϋπόθεση της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας.

Παρόλα αυτά, η επιχειρηματικότητα δεν εξασφαλίζει την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική ευημερία όταν αυτή ασκείται μόνο από μεγάλο αριθμό επιχειρηματιών. Αντίθετα, καθοριστικό στοιχείο για την οικονομική ανάπτυξη είναι η ύπαρξη ποιοτικών επιχειρηματικών δράσεων και ευκαιριών. Οι επιχειρηματικές δράσεις πρέπει να προέρχονται από αξιόλογες επιχειρηματικές ευκαιρίες, να δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας, να χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες, να έχουν εξαγωγικό προσανατολισμό, να συντελούν στην επέκταση της αγοράς με καινοτομικά ή νέα προϊόντα και να κατανέμονται σε όλους τους τομείς της επιχειρηματικής δράσης. (www.antagonistikotita.gr, www.eommex.gr, www.iobe.gr, www.mnec.gr) (Πιπερόπουλος, 2008).

1.4. Ορισμός Μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Ο όρος Μικρομεσαία επιχείρηση είναι αρκετά διαδεδομένος σε όλες τις χώρες του κόσμου όμως για κάθε κράτος υπάρχει ο δικός του ορισμός. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε μία έκθεση της το 1992 πρότεινε τον περιορισμό των ορισμών της Μικρομεσαίας επιχείρησης που χρησιμοποιούνται σε κοινοτικό επίπεδο. Τα κριτήρια που πρότεινε ήταν ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων, ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων, ο συνολικός ισολογισμός και η ανεξαρτησία. Οι πολιτικές και τα προγράμματα στήριξης των Ευρωπαϊκών Μικρομεσαίων επιχειρήσεων στηρίζονταν

πάνω σε αυτά τα κριτήρια αν και ο ορισμός δεν είναι δεσμευτικός (Ματσατσίνης, et al, 2010).

Ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων είναι πολύ βασικό κριτήριο όμως κρίθηκε αναγκαίο να θεσπιστεί και ένα χρηματοοικονομικό κριτήριο ώστε να προσδιοριστεί η απόδοση μιας επιχείρησης και η θέση της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Επίσης η ανεξαρτησία παίζει σημαντικό ρόλο διότι μια ΜΜΕ μπορεί να αποτελεί μέλος ενός μεγάλου ομίλου με αποτέλεσμα να έχει πρόσβαση σε κεφάλαια και υποστήριξη που δεν έχουν όμοιες σε μέγεθος επιχειρήσεις (Phillipson, 2002).

Επομένως κρίθηκε αναγκαίο να γίνουν κάποιες τροποποιήσεις και να καθιερωθούν πιο αυστηρά κριτήρια για τον ορισμό της Μικρομεσαίας επιχείρησης και η τελευταία σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον ορισμό της εγκρίθηκε στις 6 Μαΐου του 2003 και τέθηκε σε εφαρμογή από την 1η Ιανουαρίου του 2005 (Greene, et al, 2011).

Βάσει αυτού του Ευρωπαϊκού ορισμού πολύ μικρή θεωρείται μια επιχείρηση που απασχολεί έως 10 άτομα και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν ξεπερνάει τα 2 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της δεν ξεπερνάει επίσης τα 2 εκατ. ευρώ. Στον προηγούμενο ορισμό δεν υπήρχε σχετικό όριο.

Μικρή επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί έως 50 άτομα και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της δεν ξεπερνάει τα 10 εκατ. ευρώ. Μέχρι τότε ίσχυε 7 εκατ. ευρώ και 5 εκατ. ευρώ αντίστοιχα (Greene, et al, 2011).

Μεσαία επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί έως 250 άτομα και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της να μη υπερβαίνει τα 43 εκατ. ευρώ. Τα προηγούμενα όρια ήταν 40 εκατ. ευρώ και 27 αντίστοιχα.

Κατηγορία επιχείρησης	Απασχολούμενα άτομα	Ετήσιος κύκλος εργασιών	Σύνολο ετήσιου ισολογισμού
Πολύ μικρή	≤10	≤2 εκατ. ευρώ	≤2 εκατ. ευρώ
Μικρή	≤50	≤10 εκατ. ευρώ	≤10 εκατ. ευρώ
Μεσαία	≤250	≤50 εκατ. ευρώ	≤43 εκατ. ευρώ

Οι στόχοι της αναθεώρησης του ορισμού της Μικρομεσαίας Επιχείρησης, βάσει της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, είναι η προώθηση της επιχειρηματικότητας και των πολύ μικρών επιχειρήσεων, η διευκόλυνση της πρόσβασης σε επενδυτικά κεφάλαια και η προώθηση των ομίλων καθώς και η αύξηση της ασφάλειας δικαίου.

Τα παραπάνω ισχύουν μόνο για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στην Αμερική μικρή επιχείρηση θεωρείται μια επιχείρηση που απασχολεί έως 100 άτομα, μεσαία αυτή που απασχολεί έως 500 άτομα και πολύ μικρή έως 10 άτομα. Στην Ιαπωνία μεσαία επιχείρηση είναι αυτή που απασχολεί λιγότερους από 300 εργαζόμενους και στην Αυστραλία λιγότερους από 50. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον ΕΟΜΜΕΧ, ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις θεωρούνται οι επιχειρήσεις που απασχολούν έως 100 άτομα προσωπικό (Greene, et al, 2011).

1.5. Οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν την πλειονότητα των επιχειρήσεων που λειτουργούν. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση «Η κατάσταση και οι προοπτικές των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων» από τις 902.631 επιχειρήσεις οι 853.706 απασχολούν ο έως 4 άτομα και οι 25.331 από 5 έως 9 άτομα. Συνολικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το 99,7% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα και αυτό δείχνει την σημασία τους, και ιδιαίτερα των

μικρών και πολύ μικρών, επιχειρήσεων στην οικονομική ζωή της χώρας. Επιπλέον το 83,23% των επιχειρήσεων εμφανίζουν τζίρο μικρότερο των 150.000€. Συσχετίζοντας τα στοιχεία της απασχόλησης και του κύκλου εργασιών προκύπτει ότι 82,3% των ελληνικών επιχειρήσεων απασχολεί λιγότερους από 4 εργαζόμενους και έχει κύκλο εργασιών 150.000€. Στην Ελλάδα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι συνήθως οικογενειακές των οποίων η διοίκηση ταυτίζεται με την κυριότητα και η καθημερινή διαχείριση γίνεται συνήθως από τον ίδιο τον επιχειρηματία (Ματσατσίνης, et al, 2010).

Εύρος αριθμού απασχολούμενων	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό επί του συνόλου(%)
0-4	853.706	94,6%
5-9	25.331	2,8%
10-100	21.847	2,4%
100 και άνω	1.747	0,2%
Σύνολο	902.631	100%

Τάξεις Κύκλου εργασιών	Τάξεις απασχόλησης						
	0-4	5-9	10-19	20-29	30-49	50-99	100+
(0-0,15)	82,30%	0,65%	0,15%	0,03%	0,02%	0,01%	0,01%
(0,15-0,30)	6,60%	0,61%	0,12%	0,01%	0%	0%	0%
(0,30-0,50)	2,88%	0,48%	0,20%	0,03%	0,01%	0%	0%
(0,50-1,50)	2,36%	0,76%	0,51%	0,16%	0,07%	0,02%	0%
(1,50-5,00)	0,35%	0,29%	0,33%	0,16%	0,15%	0,08%	0,03%
(5-15)	0,04%	0,03%	0,06%	0,05%	0,08%	0,08%	0,06%
(15-50)	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,02%	0,03%	0,06%
(50-100)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0,02%
(100+)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0,02%

Οι κύριοι τομείς δραστηριότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι το χονδρικό και λιανικό εμπόριο, η μεταποιητική βιομηχανία και ο τουρισμός ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό ασχολείται με τον πρωτογενή τομέα της οικονομίας, την γεωργία και την αλιεία. Ως προς την νομική τους μορφή η συντριπτική τους πλειοψηφία είναι προσωπικές εταιρίες (80%). Επίσης πολύ μικρό είναι το ποσοστό των ελληνικών επιχειρήσεων που ασχολούνται με τις εξαγωγές. Μόνο το 9% των επιχειρήσεων δηλώνει κέρδη από αυτή την δραστηριότητα και μόνο το 2% του εισοδήματος προέρχεται από εκεί. Παράλληλα ένα ποσοστό της τάξης του 5,8% των

ελληνικών επιχειρήσεων έχει επενδύσει στο εξωτερικό είτε με τη δημιουργία θυγατρικών εταιριών είτε με τη μορφή των joint ventures (Κριεμάδης, 2011).

Η γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι άνιση αφού στην Αττική λειτουργεί το 35,27% των επιχειρήσεων όπου και πραγματοποιείται το 67,64% του συνολικού τζίρου. Επόμενη περιφέρεια είναι η Κεντρική Μακεδονία όπου εκεί είναι εγκατεστημένες 17,43% των επιχειρήσεων παράγοντας το 11,07 του συνολικού τζίρου. Στην περιφέρεια της Θεσσαλίας βρίσκονται 6,25% του συνόλου των επιχειρήσεων προσφέροντας μόλις το 2,99% του συνολικού τζίρου (Κριεμάδης, 2012).

1.6. Το προφίλ της Ελληνικής Μικρομεσαίας επιχείρησης

Το Εθνικό Παρατηρητήριο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις διεξήγαγε μια έρευνα η οποία αποτυπώνει την φυσιογνωμία των ελληνικών ΜΜΕ (2006-2007). Μέσα από αυτή την έρευνα προκύπτουν τα παρακάτω αποτελέσματα.

Ο μέσος αριθμός των απασχολούμενων είναι 1,5 στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, 20-22 στις μικρές και 96-99 στις μεσαίες (Κριεμάδης, 2012).

Για την λειτουργία μιας επιχείρησης καθώς και για την έναρξη αυτής χρησιμοποιούνται ίδια κεφάλαια και τραπεζικός δανεισμός. Μόνο ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 5% προέρχεται από δημόσια επιχορήγηση.

Ανεξαρτήτως του μεγέθους των επιχειρήσεων μόλις 2 στις 10 δημιουργούν συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις. Οι κυριότεροι λόγοι συνεργασίας είναι η πρόσβαση σε νέες αγορές, η μείωση του εργατικού κόστους, η παροχή βοηθητικών υπηρεσιών καθώς και η πρόσβαση σε τεχνολογία και τεχνογνωσία (Κριεμάδης, 2012).

Μόλις 2 στις 10 επιχειρήσεις εισήγαγαν στην αγορά καινοτόμα αγαθά ή υπηρεσίες καθώς και 1 στις 10 εισήγαγαν νέες ή βελτιωμένες διαδικασίες.

Ο βαθμός πιστοποίησης κατά ISO, ή κάποιο άλλο συναφές σύστημα ποιότητας, είναι ικανοποιητικός στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις σε αντίθεση με τις πολύ μικρές όπου είναι χαμηλός.

Το περιβάλλον στον χώρο των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό, από σοβαρά θεσμικά προβλήματα, από υψηλό κόστος εισόδου των επιχειρήσεων καθώς και από έλλειψη πρόσβασης σε τεχνογνωσία (Κριεμάδης, 2012).

Τα σημαντικότερα εμπόδια των τοπικών αγορών είναι η έλλειψη ρευστότητας, ο υπερβολικός ανταγωνισμός, η μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, η υψηλή φορολογία και ο κορεσμός σε συγκεκριμένους κλάδους.

Τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι το υψηλό λειτουργικό κόστος, η δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση, η έλλειψη κατάλληλων υποδομών και η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού (Κριεμάδης, 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

2.1. Κύρια χαρακτηριστικά του κλάδου

Ειδικότερα, εξετάζονται η φέτα, τα τυριά τυρογάλακτος (μυζήθρα, ανθότυρο), τα μαλακά / νωπά τυριά (τελεμές και λοιπά αγελαδινά και αιγοπρόβεια), τα ημίσκληρα τυριά (κασέρι και αγελαδινά), τα σκληρά τυριά (κεφαλοτύρι, γραβιέρα, κεφαλογραβιέρα, λοιπά σκληρά) και τα τυριά άλλου τύπου (λιωμένα τυριά).

Στην Ελλάδα η τυροκομία αποτελεί παραδοσιακό τομέα δραστηριότητας, καθώς η ενασχόληση με την παραγωγή τυριών αναφέρεται από πολλές ιστορικές πηγές ως μια από τις βασικότερες βιοτεχνικές δραστηριότητες. Με την πάροδο των χρόνων και με τη συνδρομή χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων καθώς και με τη χορήγηση επενδυτικών κινήτρων από την πολιτεία (στα πλαίσια αναπτυξιακών νόμων και κοινοτικών κανονισμών), ο κλάδος σημείωσε σημαντική ανάπτυξη με ταυτόχρονη αύξηση του βαθμού βιομηχανοποίησης, αποτελώντας δυναμική συνιστώσα του κλάδου των γαλακτοκομικών και γενικότερα του τομέα των ειδών διατροφής.

Βασικό χαρακτηριστικό του κλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτόν, κυρίως παραγωγικών. Η πλειοψηφία αυτών περιλαμβάνει μονάδες μικρού κυρίως μεγέθους και παραγωγικής δυναμικότητας, δηλαδή μικρές βιοτεχνικές επιχειρήσεις και γεωργικές εκμεταλλεύσεις, με ανάλογα χαρακτηριστικά. Οι επιχειρήσεις αυτές απευθύνονται σε τοπικό κυρίως επίπεδο, παράγοντας «παραδοσιακά» προϊόντα. Τα τελευταία χρόνια, η αδυναμία ορισμένων εξ' αυτών να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις της κείμενης νομοθεσίας και των οδηγιών της ΕΕ έχει σαν αποτέλεσμα την παύση της λειτουργίας τους.

Οι μεγάλοι μεγέθους παραγωγικές μονάδες καλύπτουν σημαντικό μέρος της εγχώριας αγοράς (κατανάλωσης). Πρόκειται για μονάδες οι οποίες διαθέτουν ευρεία προϊοντική βάση και σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό τον οποίο ανανεώνουν διαθέτοντας σημαντικά κονδύλια. Επίσης, μέσω του οργανωμένου και

ευρύτατου δικτύου διανομής τους, έχουν κατορθώσει να καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής επικράτειας, ενώ αρκετές έχουν αναπτύξει και σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα. Σημειώνεται ότι, οι μεγάλες επιχειρήσεις ακολουθούν στην παραγωγική τους διαδικασία σύγχρονα πρότυπα διασφάλισης ποιότητας (HACCP, ISO, Agrocert).

Ο παραγωγικός τομέας του κλάδου παρά τις αλλαγές που έχουν συντελεστεί, εξακολουθεί να στηρίζεται στην πρωτογενή παραγωγή γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Οι εν λόγω μονάδες χαρακτηρίζονται από μεγάλη διασπορά και χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα, και συνήθως στερούνται του απαιτούμενου σύγχρονου μηχανολογικού εξοπλισμού. Επίσης, θα πρέπει να σημειωθεί ότι ορισμένες εγχώριες μονάδες παραγωγής τυροκομικών προμηθεύονται την πρώτη ύλη (κυρίως το αγελαδινό γάλα) και από το εξωτερικό για να καλύψουν τις ανάγκες τους.

Στον τομέα του λιανικού εμπορίου σημαντική εξέλιξη αποτέλεσε η ραγδαία ανάπτυξη των super market, τα οποία συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος των συνολικών πωλήσεων. Το γεγονός αυτό οδήγησε τις βιομηχανικές επιχειρήσεις του κλάδου να στραφούν ακόμα περισσότερο στην τυποποίηση των προϊόντων τους, προκειμένου να ανταποκριθούν καλύτερα στις νέες τάσεις της αγοράς. Τυροκομικά προϊόντα διανέμονται επίσης και μέσω άλλων καναλιών διανομής, όπως είναι τα μικρότερα σημεία πώλησης (mini markets, μικρά καταστήματα τροφίμων, καταστήματα delicatessen, καταστήματα βιολογικών προϊόντων, καταστήματα τυροκομικών – αλλαντικών).

Σε γενικές γραμμές, ο αξιόλογος αριθμός μικρών παραγωγικών μονάδων, σε συνδυασμό με τη δραστηριοποίηση μεγάλων βιομηχανιών στον κλάδο, οι οποίες όπως αναφέρθηκε δαπανούν αξιόλογα ποσά για την επέκταση, τον εκσυγχρονισμό και την αυτοματοποίηση της παραγωγικής τους διαδικασίας και την τυποποίηση σε μικρές συσκευασίες για διάθεση απευθείας στη λιανική κλπ., διαμορφώνουν τη σημερινή εικόνα του κλάδου των τυροκομικών προϊόντων στην ελληνική αγορά.

2.2. Θεσμικό πλαίσιο

Η εγχώρια βιομηχανία γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων (όπου υπάγονται και τα τυριά) υπόκειται σε ένα αρκετά αυστηρό πλαίσιο λειτουργίας, όσον αφορά την υγιεινή, την ποιότητα και την ονομασία των προϊόντων. Στη συνέχεια αναφέρονται τα κυριότερα σημεία της σχετικής νομοθεσίας.

2.2.1. Προστασία της Ονομασίας του Γάλακτος και των Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Με την Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΚΥΑ) 278186 (ΦΕΚ 1097 Β'/22.8.2002) των υπουργών Εθνικής Οικονομίας & Οικονομικών και Γεωργίας και του υφυπουργού Ανάπτυξης, η οποία τροποποιήθηκε από τον 282939/2003 (ΦΕΚ 1839Β/2003) καθορίστηκαν μέτρα σχετικά με την προστασία της ονομασίας του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων κατά την διάθεσή τους στο εμπόριο. Η σχετική ΚΥΑ εκδόθηκε σε υλοποίηση του κοινοτικού κανονισμού 1898/87 και στοχεύει στην αποτροπή παραπλάνησης των καταναλωτών.

2.2.2. Κοινή Οργάνωση Αγοράς Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Η Κοινή Οργάνωση των Αγορών του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων επιτρέπει τη σταθεροποίηση των τιμών και εξασφαλίζει ένα δίκαιο βιοτικό επίπεδο στους αγρότες, καθορίζοντας τα καθεστώτα παρέμβασης, εμπορίας και συναλλαγών με τις τρίτες χώρες. Ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1255/1999 του Συμβουλίου της 17ης Μαΐου 1999 περί Κοινής Οργανώσεως Αγοράς στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων και σύμφωνα με την τελευταία τροποποίηση (Ευρωπαϊκός Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1152/2007), περιλαμβάνει ένα πλήρες νομικό πλαίσιο όσον αφορά την κοινή οργάνωση της αγοράς στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων. Πριν από την έκδοση του παρόντος

κανονισμού, τα εν λόγω προϊόντα αποτελούσαν αντικείμενο διαφορετικών επιμέρους νομοθετικών πράξεων.

Υπό το πρίσμα της κοινής οργάνωσης γάλακτος, καθορίζεται από το σύστημα των ποσοστώσεων το σύνολο της παραγωγής αγελαδινού γάλακτος ανά χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με σκοπό την υιοθέτηση κανόνων που θα συνδέουν την Κοινοτική παραγωγή γάλακτος με τις ανάγκες της αγοράς. Το σύστημα των ποσοστώσεων εφαρμόστηκε προκειμένου να σταματήσει η υπερπαραγωγή γάλακτος σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, που προέρχεται κυρίως από τις χώρες της Βορείου Ευρώπης. Η Ελλάδα εντάχθηκε σε αυτό το σύστημα, παρά το γεγονός ότι η εγχώρια παραγωγή της δεν επαρκούσε για την κάλυψη της κατανάλωσης. Σύμφωνα με τον κοινοτικό Κανονισμό (ΕΚ) 72/2009 του Συμβουλίου Υπουργών Γεωργίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι εθνικές ποσοστώσεις παραγωγής αγελαδινού γάλακτος όλων των κρατών μελών της Κοινότητας, αυξάνονται από την γαλακτοκομική περίοδο 2009 - 2010 (η περίοδος ξεκινά κάθε έτος την 1η Απριλίου) κατά 1% το χρόνο μέχρι και την γαλακτοκομική περίοδο 2013 - 2014. Κατόπιν διατηρούνται σταθερές και από το 2015 το κοινοτικό σύστημα των εθνικών ποσοστώσεων καταργείται. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την αύξηση αυτή η προβλεπόμενη γαλακτοκομική ποσόστωση για την Ελλάδα, από 837 χιλ. τόνους το 2008/09 αυξάνεται σταδιακά σε 880 χιλ. τόνους την περίοδο 2013/2014 και 2014/15. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι παραδόσεις αγελαδινού γάλακτος στην Ελλάδα υπολείπονται κατά πολύ των εθνικών ποσοστώσεων.

Με τον κανονισμό 261/2012 τροποποιείται ο κανονισμός 1234/2007 όσον αφορά τις συμβατικές σχέσεις στον τομέα του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η νέα νομοθεσία επιτρέπει στις οργανώσεις παραγωγών να διαπραγματεύονται τις τιμές του νωπού γάλακτος για τους αγρότες που εκπροσωπούν, χωρίς να παραβαίνουν το δίκαιο του ανταγωνισμού.

2.2.3. Οδηγίες – Κανονισμοί Ποιότητας Γάλακτος και Προϊόντων

Υπάρχει πλήθος κανονισμών και οδηγιών σχετικά με την ποιότητα και τις αρχές που διέπουν την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Ορισμένοι από τους Κανονισμούς που ισχύουν και παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τον κλάδο των τυροκομικών προϊόντων είναι: Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 178/2002, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 852/2004, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 853/2004, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 854/2004, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 882/2004, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 2073/2005, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2074/2005, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 2076/2005, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 1662/2006, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1663/2006, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 1664/2006, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 1881/2006, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1441/2007, Κανονισμός (ΕΚ) Αριθ. 273/2008, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1020/2008, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1069/2009, Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 142/2011.

2.3. Επενδυτικά σχέδια

Το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΣΣΑΑ) 2007-2013 καθορίζει τις προτεραιότητες της Ελλάδας για την περίοδο 2007-2013, σύμφωνα με το άρθρο 11 του Κανονισμού (ΕΚ) 1698/2005 για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ). Η πολιτική αγροτικής ανάπτυξης 2007-2013 για την Ελλάδα εστιάζεται σε τρεις βασικούς άξονες:

- Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τομέα της γεωργίας και της δασοκομίας.
- Βελτίωση του περιβάλλοντος και της υπαίθρου.
- Βελτίωση της ποιότητας ζωής στις αγροτικές περιοχές και διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας.

Οι παραπάνω άξονες συνεπικουρούνται από έναν τέταρτο οριζόντιο άξονα «LEADER», που βασίζεται στην εμπειρία που αποκτήθηκε από τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες Leader των προηγούμενων προγραμματικών περιόδων.

Ιδιαίτερη αναφορά πρέπει να γίνει στο Μέτρο 123 Α «Αύξηση της αξίας των γεωργικών προϊόντων» του ΠΑΑ 2007-2013 που συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το Ελληνικό Δημόσιο. Ο προϋπολογισμός ανέρχεται στα €150.000.000 και δικαιούχοι του προγράμματος είναι πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) κατά τη σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 2003/361/Ε.Κ καθώς και επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 750 υπαλλήλους, ή έχουν κύκλο εργασιών μικρότερο των 200 εκατ. ευρώ. Η δράση αφορά στην ενίσχυση επενδύσεων στη μεταποίηση και εμπορία γεωργικών προϊόντων στους τομείς κρέατος, γάλακτος, αυγών – πουλερικών, μελιού, διαφόρων ζώων, δημητριακών, ελαιούχων προϊόντων, οίνου, οπωροκηπευτικών, ανθέων, ζωοτροφών, σπόρων και πολλαπλασιαστικού υλικού, φαρμακευτικών και αρωματικών φυτών. Για τον τομέα του γάλακτος οι επενδύσεις αφορούν: επενδύσεις σε τυροκομεία, μονάδες παραγωγής γιαούρτης και λοιπών ζυμούμενων προϊόντων γάλακτος, μονάδες αξιοποίησης παραπροϊόντων (τυρόγαλα), μονάδες επεξεργασίας γάλακτος.

2.4. Δομή και διάρθρωση

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, χαρακτηριστικό του κλάδου των τυροκομικών προϊόντων αποτελεί ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σ' αυτόν. Οι εταιρείες αυτές διαφοροποιούνται ως προς το μέγεθός τους, το βαθμό κάλυψης της αγοράς, τα κανάλια διανομής αλλά και τον τρόπο με τον οποίο διανέμουν τα προϊόντα τους (συνεργασία με χονδρεμπόρους, αντιπροσώπους, εταιρείες διανομής κλπ.).

Η εγχώρια αγορά τυροκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από ανταγωνισμό, κυρίως μεταξύ των σημαντικότερων βιομηχανικών εταιρειών. Οι εν λόγω επιχειρήσεις διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής, καλύπτοντας γεωγραφικά το σύνολο σχεδόν της ελληνικής επικράτειας. Εξαιρουμένων των παραπάνω εταιρειών, στον κλάδο δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός μικρομεσαίων παραγωγικών επιχειρήσεων (ΜΜΕ), καλύπτοντας κυρίως τις ανάγκες των τοπικών αγορών ενώ διοχετεύουν και ορισμένες ποσότητες και σε άλλες (γεωγραφικές) αγορές. Ο κλάδος περιλαμβάνει επίσης σημαντικό αριθμό μικρών οικογενειακών τυροκομείων, τα οποία απευθύνονται αποκλειστικά σε τοπικό επίπεδο. Οι περιορισμένοι πόροι που διαθέτουν και η δυσχέρεια στην εξεύρεση των απαιτούμενων κεφαλαίων για επενδύσεις, έχουν σαν αποτέλεσμα τη χαμηλή παραγωγική δυναμικότητά τους. Επιπλέον, η δυσκολία ορισμένων εξ αυτών να λειτουργήσουν σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία (εθνική και κοινοτική), οδηγεί στην παύση της λειτουργίας τους. Ωστόσο, κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, ο παραγωγικός τομέας (συνολικά) έχει αναβαθμιστεί σημαντικά, με επίκεντρο την τυποποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, την αποτελεσματικότερη διαχείριση και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, προσφέροντας έτσι ποικιλία κατηγοριών τυροκομικών προϊόντων.

Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, ο αριθμός των επιχειρήσεων στην Ελλάδα που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή τυροκομικών προϊόντων διαμορφώθηκε (το 2009) σε 605 επιχειρήσεις, οι περισσότερες από τις οποίες (340) είναι μικρού μεγέθους (ετήσια παραγωγή κάτω των 100 τόνων), δείγμα της μεγάλης διασποράς και της χαμηλής συγκέντρωσης επιχειρήσεων στον κλάδο. Μόλις τρεις επιχειρήσεις είχαν ετήσια παραγωγή άνω των 10.000 τόνων.

Πίνακας 2.1: Κατανομή των επιχειρήσεων παραγωγής τυροκομικών προϊόντων στην Ελλάδα με βάση την ετήσια παραγωγή τους (2006, 2009)

Ετήσια Παραγωγή	2006	2009
λιγότερο από 100 τόνους	342	340
101 - 1.000 τόνους	233	229
1.001 - 4.000 τόνους	24	29
4.001 - 10.000 τόνους	2	4
10.001 - 15.000 τόνους	3	1
15.001 - 20.000 τόνους		2
πάνω από 20.000 τόνους	0	0
Σύνολο	604	605

Πηγή: Eurostat

Ο εισαγωγικός τομέας του κλάδου των τυροκομικών προϊόντων περιλαμβάνει αξιόλογο αριθμό επιχειρήσεων, οι οποίες κυρίως δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των γαλακτοκομικών/ τυροκομικών προϊόντων και σε ορισμένες από αυτές τα τυροκομικά καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο ποσοστό των συνολικών πωλήσεών τους. Ο εισαγωγικός τομέας περιλαμβάνει επίσης και αρκετές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής και εμπορεύονται και άλλα είδη, όπως αλλαντικά.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι πωλήσεις των σημαντικότερων επιχειρήσεων (δείγμα 20 εταιρειών, βλ. αναλυτικότερα στον πίνακα παραρτήματος 4.2) παραγωγής τυροκομικών προϊόντων για το χρονικό διάστημα 2006-2011. Επισημαίνεται ότι η πλειοψηφία των πωλήσεων για το 2011, που παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα, προέρχεται από δήλωση των υπευθύνων των εταιρειών. Σημειώνεται ότι, οι πωλήσεις δεν προέρχονται αποκλειστικά από τον τομέα των τυροκομικών προϊόντων, αλλά καλύπτουν το σύνολο των δραστηριοτήτων των εταιρειών αυτών. Οι συνολικές πωλήσεις των παραγωγικών εταιρειών διαμορφώθηκαν σε €1 δισεκ. περίπου το 2010, παρουσιάζοντας οριακή αύξηση σε σχέση με το 2009 της τάξης του 0,4%. Λαμβάνοντας υπόψη μόνο τις εταιρείες με

διαθέσιμες πωλήσεις τόσο για το 2010 όσο και για το 2011, προκύπτει αύξηση των συνολικών τους πωλήσεων το 2011 κατά 0,7%.

Πίνακας 2.2: Πωλήσεις επιχειρήσεων παραγωγής τυροκομικών προϊόντων (2006-2011)						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Σύνολο	934.394.898	961.726.364	1.092.688.184	1.016.420.458	1.020.306.607	-
<i>Μ.Δ.: Μη Διαθέσιμα</i>						
<i>Πηγή: ICAP GROUP A.E. – Δημοσιευμένοι ισολογισμοί</i>						

Στη συνέχεια πραγματοποιείται χρηματοοικονομική ανάλυση των 20 επιχειρήσεων του δείγματος του κλάδου για την περίοδο 2006-2010, σύμφωνα με τα δημοσιευμένα οικονομικά τους στοιχεία. Για κάθε επιχείρηση υπολογίζονται 8 δείκτες για τα έτη 2006-2010, καθώς και οι αντίστοιχοι μέσοι όροι πενταετίας.

Το περιθώριο μικτού κέρδους για τις 20 επιχειρήσεις δεν παρουσίασε αξιόλογες μεταβολές τα τελευταία έτη, ο δε μέσος όρος πενταετίας διαμορφώθηκε σε 14,29%.

Σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα κυμάνθηκε το περιθώριο καθαρού κέρδους για την ομάδα των εν λόγω επιχειρήσεων, με μέσο όρο πενταετίας 1,55%. Ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων για τις 20 επιχειρήσεις εμφανίζει σημαντικές ετήσιες αυξομειώσεις κατά την πενταετία 2006-2010, με το μέσο όρο να διαμορφώνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα (0,9%). Ωστόσο, αν αφαιρεθούν οι δείκτες των εταιρειών Little Acre Milk Farm A.E. και SHM Hellas - Πήλιον A.B.E.E. λόγω των ακραίων (συγκριτικά) τιμών που παρουσιάζουν, τότε ο δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων για τις υπόλοιπες 18 επιχειρήσεις διαμορφώνεται σε 3,77%. Η γενική ρευστότητα παρουσίασε ετήσιες διακυμάνσεις κατά την περίοδο 2006-2010 και διαμορφώθηκε (ως μέσος όρος πενταετίας) σε 1,62 για τις 20 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου. Αναφορικά με την χρηματοοικονομική διάρθρωση των επιχειρήσεων, ο μέσος όρος του λόγου ξένων προς ίδια κεφάλαια διαμορφώθηκε σε 4,36 (μέσος όρος πενταετίας), λόγω των ιδιαίτερα υψηλών τιμών που εμφανίζουν ορισμένες εταιρείες. Ο δείκτης κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών διαμορφώθηκε σε 35,62, ωστόσο αν αφαιρεθεί ο δείκτης της εταιρείας Προίκας Στ. Α.Ε. λόγω των ακραίων τιμών που παρουσιάζει, τότε ο δείκτης για τις υπόλοιπες 19 επιχειρήσεις διαμορφώνεται σε 13,48. Όσον αφορά τους δείκτες δραστηριότητας, ο

μέσος όρος είσπραξης απαιτήσεων διαμορφώθηκε σε 124 ημέρες για τις 20 μεγαλύτερες παραγωγικές εταιρείες τυροκομικών προϊόντων την περίοδο 2006-2010, ενώ ο μέσος όρος προθεσμίας εξόφλησης των προμηθευτών σε ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα και συγκεκριμένα σε 115 ημέρες για την ίδια περίοδο.

Πίνακας 2.3: Χρηματοοικονομικοί δείκτες επιχειρήσεων παραγωγής τυροκομικών προϊόντων (2006 – 2010)						
	2006	2007	2008	2009	2010	ΜΟΔ
Κερδοφορία						
Περιθώριο Μικτού Κέρδους (%)						
Σύνολο 20	14,75	13,85	14,44	14,27	14,15	14,29
Περιθώριο Καθαρού Κέρδους (%)						
Σύνολο 20	1,80	0,52	1,83	2,11	1,51	1,55
Αποδοτικότητα						
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (%)						
Σύνολο 20	5,77	-0,96	6,93	-8,20	0,97	0,90
Ρευστότητα						
Γενική Ρευστότητα						
Σύνολο 20	1,46	1,67	1,94	1,59	1,45	1,62
Χρηματοοικονομική διάρθρωση						
Σχέση Ξένων προς Ίδια Κεφάλαια						
Σύνολο 20	2,90	3,20	5,58	5,59	4,52	4,36
Κάλυψη Χρηματοοικονομικών Δαπανών						
Σύνολο 20	9,55	22,00	14,10	72,58	59,87	35,62
Δραστηριότητα						
Μέσος Όρος Προθεσμίας Είσπραξης Απαιτήσεων (Ημέρες)						
Σύνολο 20	123	132	119	121	123	124
Μέσος Όρος Προθεσμίας Εξόφλησης Προμηθευτών (Ημέρες)						
Σύνολο 20	127	104	100	113	132	115
<i>ΜΟΔ: Μέσος Όρος Δεικτών</i>						

Πηγή: Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί – ICAP Group A.E.

2.5. Η αγορά τυροκομικών προϊόντων

Η συνολική εγχώρια παραγωγή τυροκομικών παρουσίασε, σε γενικές γραμμές, ανοδική πορεία την περίοδο 2006-2011, με μέσο ετήσιο ρυθμό 3,6%. Το 2011 η συνολική εγχώρια παραγωγή διαμορφώθηκε σε 287 χιλ. τόνους παραμένοντας στα ίδια περίπου επίπεδα σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Η παραγωγή τυροκομικών προϊόντων από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις παρουσιάζει συνεχή άνοδο τα τελευταία έτη, ενώ η παραγωγή μέσω γεωργικών εκμεταλλεύσεων εμφανίζει ετήσιες διακυμάνσεις. Ειδικότερα, η συμμετοχή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων στη συνολική παραγωγή τυροκομικών μειώθηκε το 2011 σε 26,8% από 29,2% το 2006. Αντίστοιχα, το μερίδιο των βιομηχανικών επιχειρήσεων αυξήθηκε σε 73,2% το 2011 από 70,8% το 2006.

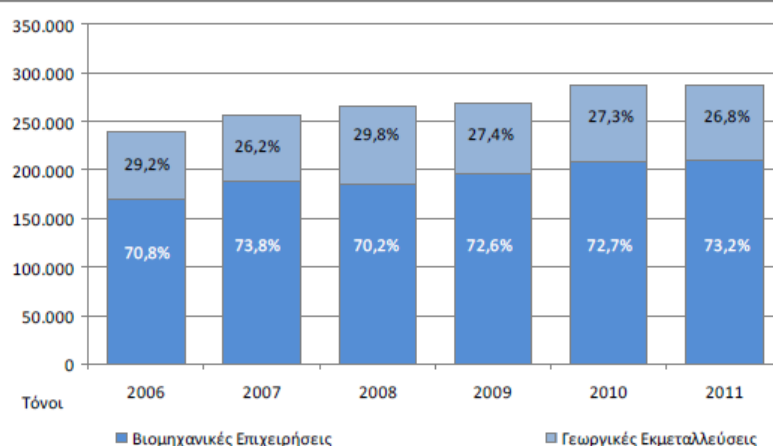
Πίνακας 2.4: Εγχώρια παραγωγή τυριών από βιομηχανικές επιχειρήσεις και γεωργικές εκμεταλλεύσεις (2006-2011)

Έτος	Βιομηχανικές Επιχειρήσεις	Γεωργικές Εκμεταλλεύσεις	Σύνολο	Μεταβολή
2006	*170.000	70.100	240.100	1,35 %
2007	188.515	67.000	255.515	6,42 %
2008	186.189	79.000	265.189	3,79 %
2009	195.265	73.800	269.065	1,46 %
2010	208.415	78.200	286.615	6,52 %
*2011	210.000	77.000	287.000	0,13 %

Ποσότητα: τόνοι
* Εκτιμήσεις Αγοράς - ICAP
Πηγή: Ε.Λ.Ο.Γ.Α.Κ. (Βιομηχανική παραγωγή 2007-2010), Eurostat (Παραγωγή γεωργικών εκμεταλλεύσεων 2007-2010), Εκτιμήσεις αγοράς - ICAP

Η αύξηση του ποσοστού συμμετοχής των βιομηχανικών επιχειρήσεων στη συνολική παραγωγή τυροκομικών αποδίδεται στη διαχρονική αύξηση του βαθμού βιομηχανοποίησης του κλάδου, καθώς και στην αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας των επιχειρήσεων. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι, βάσει των στοιχείων της Eurostat, η συμμετοχή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων στη συνολική εγχώρια παραγωγή τυροκομικών κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ.

Διάγραμμα 2.1: Κατανομή παραγωγής τυριών από βιομηχανικές επιχειρήσεις και γεωργικές εκμεταλλεύσεις (2006-2011)



Πηγή: Ε.Λ.Ο.Γ.Α.Κ. (Βιομηχανική παραγωγή 2007-2010), Eurostat (Παραγωγή γεωργικών εκμεταλλεύσεων 2007-2010), Εκτιμήσεις αγοράς - ICAP

Για να εξεταστεί η ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί στον κλάδο εκτιμήθηκε ο συντελεστής συγκέντρωσης της παραγωγής πέντε εκ των κυριοτέρων βιομηχανικών επιχειρήσεων. Γενικά, ο συντελεστής συγκέντρωσης για “n” επιχειρήσεις ή άλλες παραγωγικές μονάδες δίδεται από τον εξής λόγο:

$$CR_n = \frac{\text{Παραγωγή "n" Μεγαλυτέρων}}{\text{Σύνολο Παραγωγής}} \times 100$$

όπου ο αριθμητής είναι το άθροισμα των μεγεθών των “n” μεγαλύτερων μονάδων του κλάδου και ο παρονομαστής το σύνολο του μεγέθους της συγκεκριμένης αγοράς.

Με τον τρόπο αυτό προκύπτει ότι, πέντε βιομηχανίες κάλυψαν ποσοστό 40% περίπου επί της συνολικής εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής τυροκομικών προϊόντων το 2011. Επισημαίνεται ότι, λόγω της μεγάλης διασποράς των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον εξεταζόμενο κλάδο, υπάρχει πλήθος μικρότερων επιχειρήσεων οι οποίες καλύπτουν ποσοστό επί της συνολικής βιομηχανικής παραγόμενης ποσότητας μεταξύ 1%-2%.

Η συνολική εγχώρια (φαινομενική) κατανάλωση τυροκομικών προϊόντων (σε ποσότητα) κατά την περίοδο 2006-2010, εμφάνισε αύξηση με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,3%. Ειδικότερα, το 2010 η εγχώρια κατανάλωση διαμορφώθηκε στο επίπεδο των 362 χιλ. τόνων, αυξημένη κατά 2,7% σε σχέση με το 2009. Ωστόσο, το 2011 η εγχώρια αγορά μειώθηκε κατά 2,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Πίνακας 2.5: Εγχώρια φαινομενική κατανάλωση τυροκομικών προϊόντων (1993-2011)

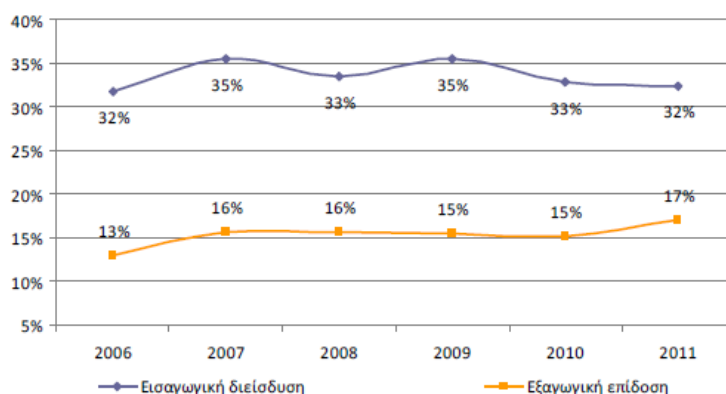
Έτος	Παραγωγή	Εισαγωγές	Εξαγωγές	Φαινομενική Κατανάλωση	Μεταβολή
2006	240.100	96.811	31.280	305.631	2,3%
2007	255.515	118.245	39.875	333.885	9,2%
2008	265.189	112.494	41.360	336.323	0,7%
2009	269.065	125.015	41.654	352.426	4,8%
2010	286.615	118.665	43.247	362.032	2,7%
2011	287.000	113.884	49.025	351.859	-2,8%

Ποσότητα: τόνοι

Φαινομενική κατανάλωση = Παραγωγή + Εισαγωγές – Εξαγωγές.

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., Εκτιμήσεις ICAP Group A.E., Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Eurostat, Ε.Λ.Ο.Γ.Α.Κ.

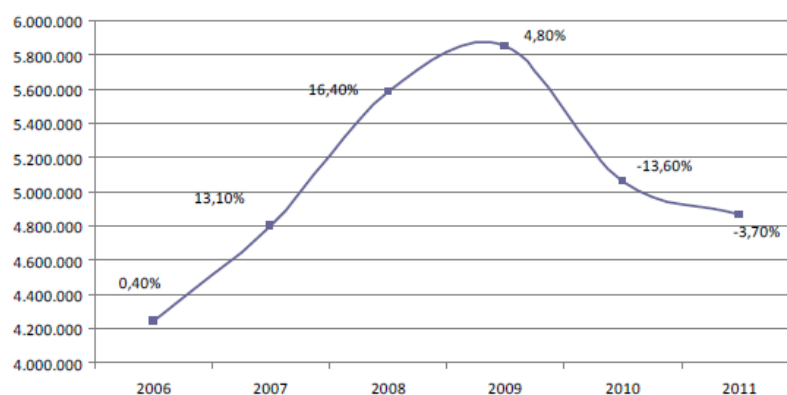
Διάγραμμα 2.2: Εισαγωγική διείσδυση και εξαγωγική επίδοση στον κλάδο των τυροκομικών προϊόντων (2006-2011)



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ., Εκτιμήσεις ICAP Group Α.Ε., Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Eurostat, Ε.Λ.Ο.Γ.Α.Κ.

Η εισαγωγική διείσδυση, παρά τη μείωση των εισαγομένων ποσοτήτων την τελευταία διετία, παραμένει σε σχετικά υψηλά επίπεδα (32,4% το 2011 και 32,8% το 2010). Αναφορικά με την εξαγωγική επίδοση του κλάδου επισημαίνεται ότι, οι εξαγωγές κάλυψαν το 17% περίπου της εγχώριας παραγωγής το 2011 αυξημένη σε σχέση με το προηγούμενο έτος (15%). Όσον αφορά την αύξηση των εξαγωγών που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια, αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξή τους, πολύ σημαντική εκτιμάται ότι είναι η αναγνώριση 21 ελληνικών τυριών και κυρίως της φέτας ως τυριών «Προστατευόμενης Ονομασίας Προελεύσεως» (Π.Ο.Π.), τα οποία μέχρι την αναγνώρισή τους από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή δέχονταν έντονο ανταγωνισμό σε διεθνές επίπεδο, (από λευκά κυρίως τυριά άλλων Ευρωπαϊκών χωρών).

Διάγραμμα 2.3: Εγχώρια αγορά φαρμακευτικών εταιρειών (2006-2011)



Αξία σε χιλ. ευρώ

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.

Για να εξετασθεί η ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί στον κλάδο εκτιμήθηκε ο συντελεστής συγκέντρωσης για τις σημαντικότερες επιχειρήσεις. Ο συντελεστής συγκέντρωσης για η επιχειρήσεις δίδεται από τον εξής λόγο:

$$CR_n = \frac{\text{Πωλήσεις } n \text{ Μεγαλυτέρων } \times 100}{\text{Σύνολο πωλήσεων}}$$

όπου ο αριθμός είναι το άθροισμα των μεγεθών των η μεγαλύτερων μονάδων και ο παρανομαστής το σύνολο του μεγέθους της συγκεκριμένης αγοράς. Βάσει των αποτελεσμάτων, προκύπτει ότι οι τρεις, οι πέντε και οι δέκα μεγαλύτερες επιχειρήσεις καλύπτουν αντίστοιχα το 24,6%, 35,2% και 56,5% της συνολικής εξεταζόμενης αγοράς (σε αξία).

2.6. Συμπεράσματα – προοπτικές του κλάδου

Ο κλάδος των τυροκομικών προϊόντων αποτελεί μέρος του ευρύτερου κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων, η ανάπτυξη του οποίου τις τελευταίες δεκαετίες έχει οδηγήσει αφενός, στην επίτευξη υψηλού παραγωγικού δυναμικού και αφετέρου, στην επέκταση του εύρους των προσφερόμενων προϊόντων του. Στον παραγωγικό τομέα των τυροκομικών προϊόντων, η εγχώρια αγορά χαρακτηρίζεται από ευρεία διασπορά, με την ύπαρξη μεγάλου αριθμού μικρομεσαίων κυρίως επιχειρήσεων (οι περισσότερες τοπικής εμβέλειας), καθώς και ορισμένων μεγάλων βιομηχανιών.

Οι μεγάλες παραγωγικές μονάδες καλύπτουν συνολικά αξιόλογο μέρος της εγχώριας παραγωγής. Πρόκειται για μονάδες, οι οποίες διαθέτουν σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό, τον οποίο ανανεώνουν διαθέτοντας σημαντικά ποσά για επενδύσεις. Επίσης, μέσω των μεθόδων προώθησης που εφαρμόζουν και του οργανωμένου και εκτεταμένου δικτύου διανομής τους, έχουν κατορθώσει να καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής επικράτειας, ενώ αρκετές έχουν αναπτύξει και εξαγωγική δραστηριότητα.

Εκτός από τον παραγωγικό τομέα, ο κλάδος περιλαμβάνει έναν αξιόλογο αριθμό εισαγωγικών εταιρειών, οι οποίες κατέχουν συνολικά σημαντική θέση στην εγχώρια αγορά τυροκομικών προϊόντων. Σημαντικό μέρος των εισαγωγών αφορούν προϊόντα που προορίζονται για επαγγελματική χρήση (επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, catering), ενώ εισαγωγές πραγματοποιούν και ορισμένες παραγωγικές εταιρείες, ως επί το πλείστον μεγάλου μεγέθους, με σκοπό τον εμπλουτισμό της σειράς των προϊόντων τους.

2.6.1. Ανάλυση SWOT

Δυνατά σημεία:

- Τα τυροκομικά προϊόντα αποτελούν βασικό είδος διατροφής. Θεωρούνται αναπόσπαστο κομμάτι της «μεσογειακής» διατροφής για όλες τις ηλικίες.
- Τα τυριά παρουσιάζουν (στο σύνολό τους) σχετικά χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή πώλησης και το διαθέσιμο εισόδημα.
- Η μεγάλη παράδοση της Ελλάδας στην παραγωγή τυροκομικών προϊόντων.
- Η ποικιλία τυριών που διατίθενται στην αγορά και η υψηλή ποιότητα αυτών.
- Η κατοχύρωση της φέτας και άλλων τυριών ως προϊόντα Π.Ο.Π.

Αδύνατα σημεία:

- Ο κατακερματισμός και η διασπορά που χαρακτηρίζει την πρωτογενή παραγωγή γάλακτος επιβαρύνει τις βιομηχανίες με υψηλό κόστος, το οποίο σχετίζεται με τη συλλογή και μεταφορά της εν λόγω πρώτης ύλης.
- Η έλλειψη επαρκών και οργανωμένων ελεγκτικών μηχανισμών σε ό,τι αφορά την ποιότητα των τυροκομικών προϊόντων αλλά και της πρώτης ύλης που είναι το γάλα.

Ευκαιρίες:

- Η διεύρυνση των εξαγωγών σε «νέες» γεωγραφικές αγορές (π.χ. Ασία, Μέση Ανατολή).
- Η κατοχύρωση της φέτας αλλά και άλλων τυριών ως προϊόντα Π.Ο.Π. μπορεί να δώσει ώθηση στις εξαγωγές.
- Η ανάπτυξη της καινοτομίας στα προϊόντα (π.χ. στη συσκευασία, στις ποικιλίες κλπ) μπορεί να ενισχύσει περαιτέρω τις εξαγωγές στις χώρες που ήδη δραστηριοποιούνται οι ελληνικές επιχειρήσεις.
- Η δημιουργία νέων προϊόντων (π.χ. βιολογικών) και προϊόντων απευθυνόμενα σε πληθυσμιακές ομάδες με συγκεκριμένες διατροφικές συνήθειες και ανάγκες (π.χ. προϊόντα, με χαμηλότερη περιεκτικότητα σε λιπαρά κ.λπ.) αποτελεί ευκαιρία για περαιτέρω διεύρυνση του καταναλωτικού κοινού.

Απειλές:

- Ενδεχόμενες μελλοντικές διατροφικές κρίσεις προερχόμενες από ασθένειες του ζωικού κεφαλαίου.
- Τα λευκά τυριά που πωλούνται ως «απομίμηση» της φέτας στο εξωτερικό.
- Η ενδεχόμενη μείωση της εγχώριας παραγωγής γάλακτος.
- Η ανάπτυξη και διάθεση στην αγορά υποκατάστατων προϊόντων φυτικής προέλευσης (τυριά τα οποία δεν παράγονται από ζωικά λιπαρά αλλά αποκλειστικά από φυτικά).
- Τα προβλήματα ρευστότητας των επιχειρήσεων και η αύξηση των επισφαλειών γενικότερα στην αγορά, λόγω της οικονομικής ύφεσης.
- Η συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών.
- Η αύξηση της «συγκέντρωσης» στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τη διαπραγματευτική δύναμη των επιχειρήσεων του κλάδου.

2.6.2. Προοπτικές

Τα τυροκομικά προϊόντα θεωρούνται μια «ώριμη» αγορά στη χώρα μας και αποτελούν βασικό είδος στην καθημερινή διατροφή, με αποτέλεσμα να μην παρατηρούνται αξιόλογες μεταβολές από έτος σε έτος. Ωστόσο, σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς η παρατεταμένη περίοδος οικονομικής ύφεσης και τα προβλήματα ρευστότητας της αγοράς γενικότερα, δεν αφήνουν ανεπηρέαστο σχεδόν κανέναν κλάδο. Η συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών, οδηγεί στον περιορισμό των αγορών τους (ακόμα και σε βασικά είδη

διατροφής) και στρέφει μερίδα καταναλωτών σε φθηνότερα προϊόντα (π.χ. λευκά τυριά εις βάρος των κίτρινων, προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας εις βάρος των «επώνυμων»).

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων του κλάδου, για το 2012 προβλέπεται ότι, η συνολική εγχώρια κατανάλωση (ελληνικών και εισαγόμενων τυριών) θα παρουσιάσει χαμηλό ετήσιο ρυθμό μεταβολής (από στασιμότητα έως μικρή μείωση της τάξης του 3% σε ποσότητα), η δε ζήτηση από πολλούς καταναλωτές αναμένεται να μετατοπιστεί προς τις φθηνότερες κατηγορίες τυροκομικών. Λόγω της υπάρχουσας οικονομικής συγκυρίας, ολοένα και μεγαλύτερος αριθμός καταναλωτών προβαίνει σε «ορθολογικοποίηση» των αγορών του.

Δεδομένο είναι πάντως ότι οι παραγωγικές εταιρείες του κλάδου εντείνουν τις προσπάθειές τους για αύξηση των εξαγωγών τους, αναζητώντας νέες αγορές για τα προϊόντα τους (π.χ. χώρες της Ασίας, Μέσης Ανατολής κ.α.), αυξάνοντας παράλληλα τη διείσδυσή τους και στις αγορές στις οποίες ήδη εξάγουν προϊόντα (χώρες της Ευρώπης, Η.Π.Α., Καναδάς κλπ). Τέλος, τη διετία 2013-2014 παράγοντες της αγοράς εκτιμούν ότι ο όγκος της εγχώριας κατανάλωσης θα παρουσιάσει μικρή ετήσια μεταβολή της τάξης του $\pm 1\%$ -3%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΠΡΟΦΙΛ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΡΗΤΗΣ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

3.1. Γαλακτοκομικά και τυροκομικά προϊόντα Κρήτης

Η Κρήτη οδηγεί τη λέξη στην κατανάλωση τυριού. Πολλά πιάτα της παραδοσιακής κρητικής κουζίνας βασίζονται σε τοπικά γαλακτοκομικά προϊόντα. Ωστόσο, στην Κρήτη το τυρί τρώγεται μόνο όλη την ημέρα είτε ως συνοδεία είτε ως ορεκτικό ή έρημο, ενώ το κρητικό γραβιέρα με μέλι είναι το αγαπημένο πρωινό ή δείπνο του καθενός. Οι παραδοσιακές μεθόδους καλλιέργειας βασίζονται σε αιώνες εμπειρίες. Η μόνη βασική διαφορά από το παρελθόν είναι ότι σήμερα η μεταποίηση γάλακτος δεν πραγματοποιείται στην επόμενη πόρτα αλλά σε σύγχρονες εγκαταστάσεις. Στο σημείο αυτό παρουσιάζονται τα πιο εμβληματικά τυριά της Κρήτης:

Γαλομυζήθρα

Η Γαλομυζήθρα (το όνομα μεταφράζεται κυριολεκτικά στο μυζήθρα του γάλακτος) γίνεται με την απλούστερη διαδικασία παραγωγής τυριού: το γάλα αφήνεται να ξινή και όταν οξειδωθεί φυσικά, γίνεται τυρί.

Γραβιέρα Κρήτης

Η Γραβιέρα Κρήτης, το τυροκομείο της Κρήτης, παράγεται ως επί το πλείστον με πρόβειο γάλα, που αφήνεται να ωριμάσει για 3 έως 6 μήνες. Έχει πλούσια, γλυκιά, βουτυρώδη και ελαφρώς αλατισμένη επίγευση.

Κεφαλοτύρι Κρήτης

Το Κεφαλοτύρι παρασκευάζεται με συνδυασμό γάλακτος προβάτου και αιγός που αφήνεται να ωριμάσει για τρεις μήνες πριν φτάσει στους λιανοπωλητές. Έχει μια ελαφρώς αλμυρή πικάντικη πινελιά, ένα ευχάριστο άρωμα και μια υφή υφής με τρύπες.

Μυζήθρα ή Αθότυρος

Η Μυζήθρα στην ανατολική Κρήτη ή ο αθότυρος στα Χανιά είναι φτιαγμένος από τον ορρό γάλακτος που χωρίζεται από την τυροκομική διαδικασία ενός άλλου τυριού. Ο σκληρός αθότυρος στην πραγματικότητα, είναι η αποξηραμένη και ώριμη έκδοση της μυζήθρας.

Ξινομυζήθρα

Η Ξινόμυζηθρα (η ονομασία σημαίνει ξινή μυζήθρα στα ελληνικά) έχει αποκτήσει διάκριση ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης). Ένα λευκό μαλακό κρεμώδες τυρί που παρασκευάζεται από το γάλα που έχει απομείνει μετά από το τυρί γραβιέρας, εμπλουτισμένο με μια μικρή ποσότητα από πρόβειο ή κατσικίσιο γάλα.

Ξινόγαλο

Το ξινόγαλο (το όνομα μεταφράζεται κυριολεκτικά ως ξινόγαλα) είναι ένα λευκό κρεμώδες τυρί. Το γάλα αλατίζεται και αφήνεται να ξινή για μια εβδομάδα. Λόγω

της διαδικασίας ζύμωσης που ακολουθείται και της προσθήκης πυτίας, το τυρί αυτό έχει μια μοναδική χάρη που μοιάζει με ξινό γιαούρτι.

Πηχτόγαλο Χανίων

Το όνομα μεταφράζεται κυριολεκτικά ως πηχτό γάλα από τα Χανιά, την περιοχή της Δυτικής Κρήτης όπου παράγεται αποκλειστικά. Έχει μια βελούδινη υφή όπως το γιαούρτι και ένα ελαφρώς πικάντικο ανουγ. Είναι κατασκευασμένο απευθείας από γάλα. Το τυρί αυτό χρησιμοποιείται στα μπουγάτσα που παρασκευάζονται στα Χανιά.

Στάκα και στακοβούτυρο

Το στακοβούτρο και η στάκα είναι δύο εμβληματικά γαλακτοκομικά προϊόντα που χρησιμοποιούνται στην κρητική κουζίνα. Σύμφωνα με την παραδοσιακή συνταγή, υπό συνεχή ανάδευση σε χαμηλή φωτιά, η κρούστα από γάλα προβάτου ή κατσικιού μέσω της προσθήκης αλατιού και μιας μικρής ποσότητας μας παράγει μια πλούσια κρέμα.

3.2. Προφίλ σπουδαιότερων τυροκομικών εταιρειών Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης με την Αγροδιατροφική Σύμπραξη, ήδη από το 2012, πρωτοπορούν, κάνοντας πράξη τη σήμανση τυποποιημένων, τοπικών προϊόντων με το σήμα «κρήτη». Στόχος είναι, τα προϊόντα με το σήμα «κρήτη» να γίνονται ολοένα και περισσότερο αναγνωρίσιμα, ανταγωνιστικά και με ισχυρή εμπορική ταυτότητα, στην εθνική και διεθνή αγορά.

Το σήμα «κρήτη» δημιουργήθηκε για να δώσει τη δυνατότητα, στα αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα του νησιού, τα οποία διακρίνονται για τις ποιοτικές τους προδιαγραφές σε επίπεδο παραγωγής, τυποποίησης και προσφοράς, να προβάλλονται σωστά και να προωθούνται στις αγορές. Είναι προϊόντα, τα οποία παράγονται και παρασκευάζονται στην Κρήτη, αναδεικνύοντας τη διατροφική παράδοση του νησιού, εντός και εκτός της Ελλάδας.

Στο σημείο αυτό παρουσιάζεται λίστα με τους παραγωγούς της Κρήτης και τα πιστοποιημένα τυροκομικά προϊόντα:

1. ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε. (R.N.001) - Τοποθεσία: Σελλιά, Άγιος Βασίλειος, Μύρθιος:
 - Σελλιανό λευκό τυρί
 - Γραβιέρα
 - Φρέσκια Μυζήθρα γλυκιά
 - Ανθότυρο (ξηρό)

2. ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΥΛΟΠΟΤΑΜΟΥ(R.N.003) - Τοποθεσία:Πέραμα Μυλοποτάμου, Ρέθυμνο:
 - Γραβιέρα P.D.O.
 - Κεφαλοτύρι
 - Ανθότυρο (ξηρό)
 - Φρέσκια Μυζήθρα γλυκιά
 - Ξινομυζήθρα Κρήτης P.D.O.
 - Λευκό τυρί άλμης

3. ΑΕΡΑΚΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ (R.N.005) - Τοποθεσία: Άνω Ακρία,
Δήμος Γορτυνίας, Ηράκλειο:

- Τυρί κεφαλοτύρι
- Κεφαλογραβιέρα
- Γραβιέρα
- Γραβιεράκι
- Φρέσκια γλυκιά Μυζήθρα
- Ξινομυζήθρα
- Ανθότυρο (ξηρό)
- Λευκό τυρί άλμης

4. ΤΖΟΥΡΜΠΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε. (R.N.006) - Τοποθεσία: Μυξόρουμα,
Ρέθυμνο:

- Γραβιέρα
- Κεφαλοτύρι
- Γίδινο τυρί
- Ημιάπαχο κίτρινο τυρί γραβιέρα
- Ημίσκληρο τυρί
- Καπνιστό τυρί, ημίσκληρο
- Λευκό τυρί άλμης
- Γαλομυζήθρα
- Τριμμένο τυρί (γραβιέρα & κεφαλοτύρι)
- Τριμμένος Ανθότυρος
- Τυροζούλι
- Ξηρός Ανθότυρος
- Μυζήθρα φρέσκια
- Ξινή μυζήθρα

5. ΑΦΟΙ ΚΑΛΟΓΕΡΑΚΗ Α.Ε. (R.N.010) - Τοποθεσία: Σμάρι Πεδιάδος:
- Γραβιέρα Π.Ο.Π Κρήτης
 - Μυζήθρα γλυκιά
 - Ανθότυρο (ξηρό)
 - Μυζήθρα Νωπή (Ξινομυζήθρα)
 - Τυρί Τριμμένο
 - Αλειφωτό φρέσκο κρεμώδες τυρί
 - Τυ-Ριγανάτο (Γραβιέρα Κρήτης με Κρητική Ρίγανη)
 - Γραβιέρα Κρήτης 12 μηνες Ωρίμανσης
 - Κρητική Γραβιέρα Light
 - Κρητικό Κεφαλοτύρι
 - Παραδοσιακό κρητικό τυρί
6. ΒΡΕΝΖΟΣ ΣΤΑΥΡΟΣ - ΓΕΝΝΑ (R.N.017) - Τοποθεσία: Γέννα, Δήμος Γόρτυνος:
- Γραβιέρα
 - Φρέσκια Μυζήθρα γλυκιά
 - Ανθότυρο (ξηρό)
 - Ξινομυζήθρα
 - Λευκό τυρί άλμης
7. ΑΦΟΙ ΓΥΠΑΡΟΙ ΟΕ (ΑΜ: 038) – Τοποθεσία: Χανιά
- Γραβιέρα Κρήτης Π.Ο.Π.
 - Μιτατοτύρι καυτερό
 - Αθότυρο νωπό
 - Ξινή μυζήθρα
 - Σουρωτή μυζήθρα κουρούπας
 - Αθότυρος ξηρός
 - Λευκό τυρί άλμης «ΓΥΠΑΣ»
 - Γαλομυζήθρα «ΓΥΠΑΣ»

8. ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΗΣ (Α.Μ.041) - Τοποθεσία: Ρέθυμνο

- Γραβιέρα
- Κεφαλοτύρι
- Λευκό τυρί
- Ανθότυρο ξηρό
- Μυζήθρα νωπή

9. ΑΦΟΙ ΖΕΡΒΟΥ ΟΕ (Α.Μ.043) - Τοποθεσία: Ηράκλειο

- Τυρί Κρέμα Γαλένι
- Γιαούρτι
- Γαλομυζήθρα

10. ΠΛΥΜΑΚΗΣ ΣΤ. ΙΩΣΗΦ (Α.Μ.049) - Τοποθεσία: Χανιά

- Παραδοσιακό τυρί άλμης
- Ανθότυρος Νωπός
- Ανθότυρος Ξηρός
- Μυζήθρα

11. ΞΥΛΟΥΡΗΣ Α Κ Ι ΑΒΕΕ (Α.Μ.053) - Τοποθεσία: Ηράκλειο

- Γραβιέρα
- Κεφαλοτύρι
- Τυρί Άλμης
- Ανθότυρος
- Ξινή Μυζήθρα

12. Γ. ΜΑΡΗΣ & ΣΙΑ ΟΕ (Α.Μ. 058) – Τοποθεσία: Γάζι, Ηράκλειο

- Γραβιέρα Π.Ο.Π Κρήτης
- Κεφαλοτύρι
- Ανθότυρος

13. ΥΙΟΙ Β. ΜΠΑΛΑΝΤΙΝΟΥ ΟΕ (Α.Μ. 065) – Τοποθεσία: Βαρύπετρο, Χανιά

- Γραβιέρα Π.Ο.Π Κρήτης
- Πηχτόγαλο Π.Ο.Π Χανίων
- Λευκό τυρί άλμης
- Ανθότυρος ξηρός
- Μυζήθρα γλυκιά

14. ΗΛΙΑΚΗΣ ΑΕ (Α.Μ. 075) - Τοποθεσία: Κάτω Μαλλάκι, Ρέθυμνο

- Γραβιέρα Π.Ο.Π Κρήτης
- Κεφαλοτύρι Κρήτης
- Κεφαλοτύρι Γίδινο
- Τυρί τοστ πρόβειο
- Τυρί τοστ αίγειο
- Πικάντικο τυρί με μπούκοβο
- Τουλουμοτύρι
- Ανθότυρο φρέσκο
- Ανθότυρο ξηρό
- Μυζήθρα Βαρελιού (ξινή)
- Γαλομυζήθρα (πηχτόγαλο)
- Ξύγαλο
- Στάκα
- Λευκό τυρί άλμης πρόβειο
- Λευκό τυρί άλμης αίγειο
- Τυρομάλαμα (μαλάκα)
- Κατσικίσιο τυρί (αλοιφώδους υφής)

15. ΤΥΡΟΚΟΜΙΟ - ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΤΖΟΥΡΜΠΑΚΗΣ (Α.Μ.083) - Τοποθεσία: Καρίνες,

Ρέθυμνο

- Γραβιέρα
- Γραβιέρα Ελαφρύ, μπαστούνι από ημιαποβουτυρωμένο γάλα
- Κεφαλοτύρι
- Γίδινο τυρί
- Γίδινο τυρί mini
- Γίδινο τυρί μπαστούνι
- Ανθότυρος ξηρός
- Τυρί Καρινών σε Άλμη
- Αραγός
- Τυροζούλι
- Μυζήθρα φρέσκια
- Μυζήθρα ξινή
- Ανθόγαλα
- Γραβιέρα τριμμένη
- Κεφαλοτύρι τριμμένο
- Ανθότυρος ξηρός τριμμένος
- Ξινόχοντρος
- Τυροζούλι με θυμάρι
- Τυροζούλι με μπούκοβο
- Καπνιστό τυρί

16. ΣΤΑΜΑΤΟΓΙΩΡΓΗΣ – ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ Γ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ (Α.Μ.084) – Τοποθεσία:

Σμάρι, Ηράκλειο

- Γραβιέρα
- Κεφαλοτύρι
- Ανθότυρος
- Μυζήθρα
- Ξινή Μυζήθρα
- Λευκό τυρί Άλμης
- Γιαούρτι πρόβειο
- Τυροζούλι
- Κατσικίσιο τυρί
- Κατσοχοίρι
- Ανθότυρος με βότανα
- Κεφαλοτύρι με πιπέρι
- Κεφαλοτύρι με βότανα της Κρήτης
- Καπνιστό τυρί
- Γραβιέρα μπαστούνι
- Τριμμένο κεφαλοτύρι
- Τριμμένος ανθότυρος

17. ΑΦΟΙ ΧΟΝΔΡΑΚΗ Ο.Ε. (Α.Μ.088) - Τοποθεσία: Χανιά

- Γραβιέρα Χονδράκη
- Νωπή Μυζήθρα
- Μυζήθρα Χονδράκη
- Ξηρό Ανθότυρο
- Τυρομάλαμα
- Λευκό τυρί άλμης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΚΛΑΔΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ – ΚΡΗΤΗΣ

Ανοδικά κινήθηκε η συνολική εγχώρια κατανάλωση τυροκομικών προϊόντων τη διετία 2017-2018.

- Η συνολική εγχώρια παραγωγή τυριών παρουσίασε αύξηση 1,7% το 2017 σε σχέση με το 2016.
- Το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης καλύπτεται διαχρονικά από τα τυριά ελληνικής παραγωγής (62%-65%).
- Αύξηση παρουσιάζει και η κατανάλωση εισαγόμενων τυριών με τη συμμετοχή τους να κυμαίνεται στο 35%-38%.
- Οι εξαγωγές έφτασαν σε υψηλό δεκαετίας το 2017, με τη φέτα να αποσπά το μεγαλύτερο μερίδιο συμμετοχής (76,8%).
- Τη διετία 2019-2020 προβλέπεται αύξηση της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης τυροκομικών προϊόντων με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 2%.

Τα τυροκομικά προϊόντα ως βασικό είδος διατροφής παρουσιάζουν (στο σύνολό τους) χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή πώλησης και το διαθέσιμο εισόδημα. Ωστόσο, οι παράγοντες αυτοί διαμορφώνουν τη τελική ζήτηση μεταξύ των επιμέρους κατηγοριών (ποικιλιών) τυριών.

Ο κλάδος των τυροκομικών προϊόντων περιλαμβάνει πληθώρα παραγωγικών επιχειρήσεων, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Οι μεγάλες βιομηχανικές εταιρείες διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής, καλύπτοντας γεωγραφικά το σύνολο σχεδόν της ελληνικής επικράτειας.

Οι μικρομεσαίες παραγωγικές επιχειρήσεις καλύπτουν τις ανάγκες κυρίως των τοπικών αγορών αλλά διοχετεύουν και μέρος των προϊόντων τους σε άλλες (γεωγραφικές) αγορές. Επιπροσθέτως, ο κλάδος περιλαμβάνει σημαντικό αριθμό μικρών οικογενειακών τυροκομείων, τα οποία απευθύνονται αποκλειστικά σε τοπικό επίπεδο. Αξιόλογος είναι και ο αριθμός των εισαγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου, οι περισσότερες εκ των οποίων δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο τομέα των ειδών διατροφής. Οι μεγαλύτερες από τις εισαγωγικές εταιρείες του κλάδου διατηρούν ένα ευρύ δίκτυο διανομής και εισάγουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κάποιες από αυτές διατηρούν και άμεσες σχέσεις/συνεργασίες με πολυεθνικές εταιρείες του κλάδου των γαλακτοκομικών/τυροκομικών. Σημαντικό μέρος των εισαγωγών αφορούν προϊόντα που προορίζονται για επαγγελματική χρήση (επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, catering).

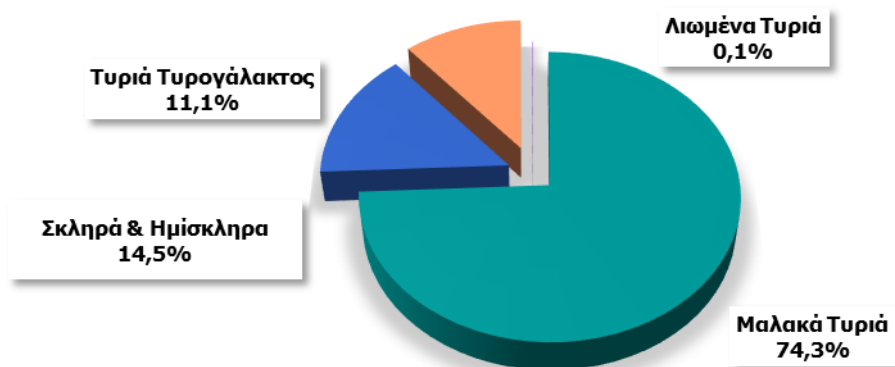
Στον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιούνται και επιχειρήσεις που ασχολούνται με την τυποποίηση και συσκευασία τυροκομικών προϊόντων για ίδιο λογαριασμό, καθώς και για λογαριασμό τρίτων. Ορισμένες παραγωγικές μονάδες τυροκομικών προϊόντων (αλλά και εισαγωγικές εταιρείες) τυποποιούν οι ίδιες μέρος των προϊόντων τους, προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις και προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού. Τα παραπάνω προκύπτουν από την τελευταία έκδοση της κλαδικής μελέτης «Τυροκομικά Προϊόντα» που εκπόνησε η Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών της ICAP Α.Ε.

Η Ελευθερία Παραμαρίτη, Senior Consultant Οικονομικών Μελετών της ICAP, αναφέρει ότι η συνολική εγχώρια παραγωγή τυριών παρουσίασε αύξηση 1,7% το 2017 σε σχέση με το 2016. Άνοδος της παραγωγής εκτιμάται και για το 2018 με ρυθμό περίπου 2,4%. Η κατηγορία των μαλακών τυριών κατέχει διαχρονικά το μεγαλύτερο μερίδιο στη συνολική παραγωγή τυροκομικών προϊόντων. Ειδικότερα, το ποσοστό συμμετοχής της στο σύνολο της παραγόμενης ποσότητας από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις διαμορφώθηκε σε 74,3% το 2017. Το μεγαλύτερο μέρος των μαλακών τυριών αφορά τη φέτα. Τα σκληρά και ημίσκληρα τυριά

καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση με το ποσοστό συμμετοχής τους να διαμορφώνεται σε 14,5% το 2017.

Ακολουθεί η κατηγορία των τυριών τυρογάλακτος, η οποία απέσπασε μερίδιο παραγωγής 11,1% το 2017. Τέλος, αμελητέο είναι το ποσοστό συμμετοχής των λιωμένων τυριών στο σύνολο της εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής (κυμαίνεται στο 0,1% τα τελευταία έτη). Σημειώνεται ότι η Ελλάδα έχει καταχωρημένα 21 ελληνικά τυριά με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ). Η παραγωγή τυριών Π.Ο.Π. κατέλαβε το 63,2% της συνολικής παραγωγής από βιομηχανικές επιχειρήσεις το 2017.

Διάρθρωση της εγχώριας βιομηχανικής παραγωγής τυριών ανά κατηγορία προϊόντων (2017)

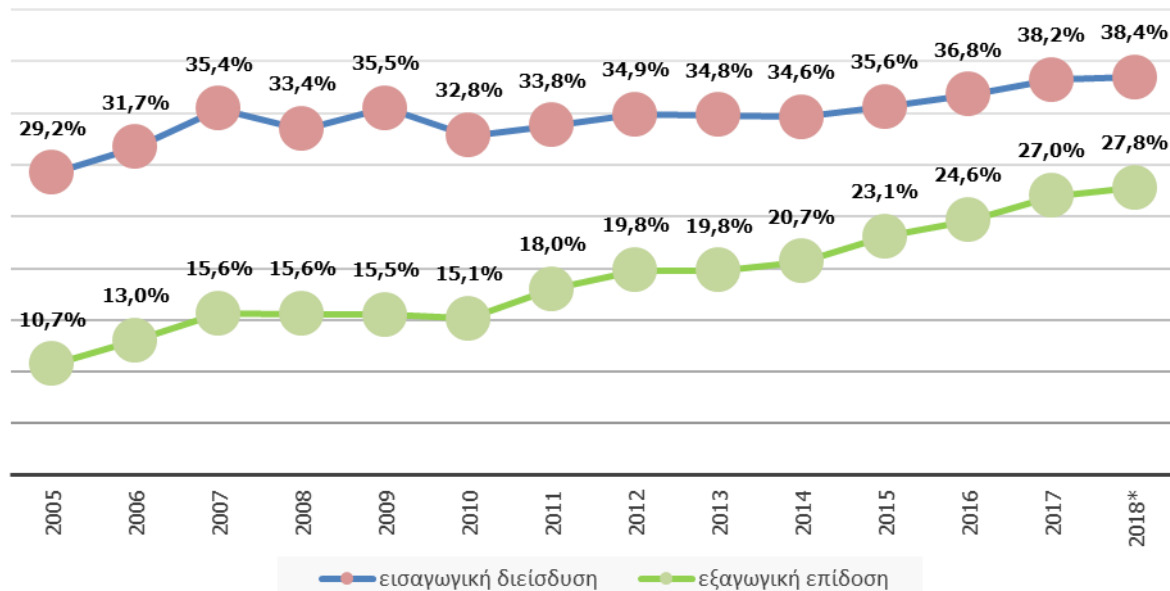


Πηγή: ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ, Επεξεργασία στοιχείων ICAP

Σύμφωνα με τη Σταματίνα Παντελαίου, Διευθύντρια Οικονομικών Μελετών της ICAP, η συνολική εγχώρια κατανάλωση τυριών παρουσιάζει σημάδια σταθεροποίησης την περίοδο 2015-2016. Το 2017 επανέρχεται σε ανοδική τροχιά καταγράφοντας μικρή άνοδο της τάξης του 1%, τάση η οποία εκτιμάται ότι συνεχίστηκε και το 2018 με μεγαλύτερο όμως ρυθμό (1,7%). Η εισαγωγική

διείσδυση κυμαίνεται στο 35%-38% τα τελευταία έτη. Το ποσοστό εξαγωγικής επίδοσης κυμαίνεται στο 25%-27% περίπου την ίδια περίοδο.

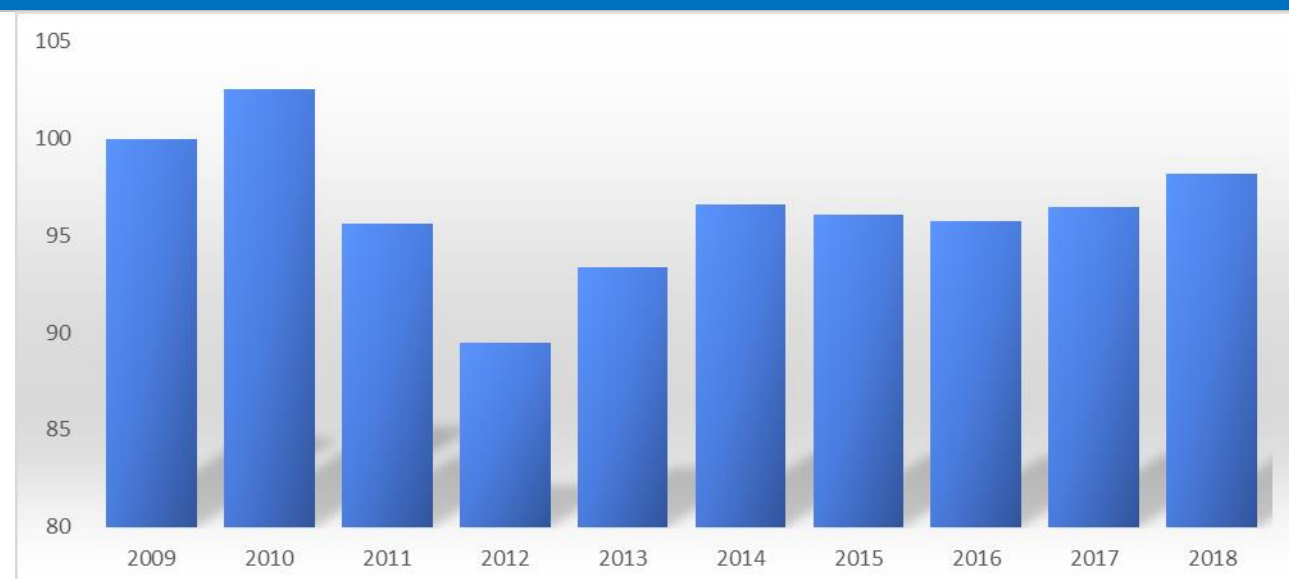
Εισαγωγική διείσδυση και εξαγωγική επίδοση στον κλάδο των τυροκομικών προϊόντων (2005-2018)



* Εκτίμηση ICAP Α.Ε.

Πηγή: ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ, ΕΛ.ΣΤΑΤ., Eurostat, Icap ΑΕ

Δείκτης εξέλιξης της εγχώριας κατανάλωσης τυροκομικών προϊόντων (2009-2018)



Έτος βάσης: 2009

Πηγή: Εκτιμήσεις Αγοράς-ICAP Α.Ε.

Σχετικά με την κλαδική ανάλυση τυροκομικών προϊόντων στην Κρήτη συγκεκριμένα, έχουμε συνολικά 17 επιχειρήσεις που ασχολούνται σε όλη την Κρήτη με την τυροκομία, όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο της εργασίας μας.

Σύμφωνα με τα ετήσια στοιχεία ισολογισμού των τυροκομικών εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη, πάνω από το 20% των πωλήσεών τους, προέρχονται από τυροκομικά προϊόντα.

Παρακάτω, ακολουθούν πίνακες δευτερογενών κτηνοτροφικών προϊόντων που αφορούν στο σύνολο της εγχώριας παραγωγής, αλλά και στην Περιφέρεια της Κρήτης κατά τα έτη 2011-2016 και συγκεκριμένα για τα τυροκομικά προϊόντα: τυρί (μαλακό και σκληρό), βούτυρο (νωπό και λιωμένο), μυζήθρα και κρέμα.

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα

Πίνακας Α. Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων που αφορούν στο σύνολο της χώρας και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια της Κρήτης: **2011/2012**

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα	Τυρί - Cheese		Βούτυρο - Butter		Μυζήθρα Myzithra	Κρέμα Crème
	μαλακό soft	σκληρό hard	νωπό fresh	λιωμένο melted		
Σύνολο Ελλάδας (σε τόνους)	115.463	37.099	1.402	507	15.205	4.331
Περιφέρεια Κρήτης	2.284	7.970	106	39	4.728	44
Ηρακλείου	595	2.126	11	6	836	30
Λασιθίου	308	688	75	21	412	9
Ρεθύμνης	872	3.420	7	3	2.225	5
Χανίων	509	1.736	13	9	1.255	0

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα

Πίνακας Α. Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων που αφορούν στο σύνολο της χώρας και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια της Κρήτης: **2013**

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα	Τυρί - Cheese		Βούτυρο - Butter		Μυζήθρα Myzithra	Κρέμα Crème
	μαλακό soft	σκληρό hard	νωπό fresh	λιωμένο melted		
Σύνολο Ελλάδας (σε τόνους)	114.979	37.577	16.270	1.429	516	3.940
Περιφέρεια Κρήτης	2.384	8.238	4.912	117	36	47
Ηρακλείου	624	1.955	847	12	5	31
Λασιθίου	375	745	398	76	19	9
Ρεθύμνης	877	3.801	2.453	16	3	7

Χανίων	508	1.737	1.214	13	9	0
--------	-----	-------	-------	----	---	---

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα

Πίνακας Α. Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων που αφορούν στο σύνολο της χώρα και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια της Κρήτης: **2014**

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα	Τυρί - Cheese		Βούτυρο - Butter		Μυζήθρα Myzithra	Κρέμα Crème
	μαλακό soft	σκληρό hard	νωπό fresh	λιωμένο melted		
Σύνολο Ελλάδας (σε τόνους)	#####	37.876	668	301	14.918	1.897
Περιφέρεια Κρήτης	1.020	6.102	21	21	2.900	6
Ηρακλείου	216	1.615	6	3	581	1
Λασιθίου	99	413	4	13	266	5
Ρεθύμνης	288	2.725	1	1	1.061	—
Χανίων	417	1.349	10	4	992	0

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα

Πίνακας Α. Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων που αφορούν στο σύνολο της χώρας και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια της Κρήτης: **2015**

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα	Τυρί - Cheese		Βούτυρο - Butter		Μυζήθρα Myzithra	Κρέμα Crème
	μαλακό	σκληρό	νωπό	λιωμένο		

	soft	hard	fresh	melted		
Σύνολο Ελλάδας (σε τόνους)	91.722	35.764	751	376	12.572	3.839
Περιφέρεια Κρήτης	1.435	6.431	90	47	2.946	67
Ηρακλείου	218	1.694	3	27	759	0
Λασιθίου	221	566	69	16	353	10
Ρεθύμνης	582	2.728	5	0	723	57
Χανίων	414	1.443	13	4	1.111	0

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα

Πίνακας Α. Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων που αφορούν στο σύνολο της χώρας και συγκεκριμένα στην Περιφέρεια της Κρήτης: **2016**

Δευτερογενή Κτηνοτροφικά Προϊόντα	Τυρί - Cheese		Βούτυρο - Butter		Μυζήθρα Myzithra	Κρέμα Crème
	μαλακό soft	σκληρό hard	νωπό fresh	λιωμένο melted		
Σύνολο Ελλάδας (σε τόνους)	95.966	35.494	750	367	13.010	4.019
Περιφέρεια Κρήτης	1.261	6.324	86	40	3.049	16
Ηρακλείου	214	1.639	8	24	778	0
Λασιθίου	213	499	63	12	264	10
Ρεθύμνης	402	2.638	2	0	879	6
Χανίων	432	1.548	13	4	1.128	0

Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε την εξέλιξη της παραγωγής των τυροκομικών προϊόντων, τόσο σε όλη τη χώρα όσο και στην Κρήτη για το διάστημα 2011-2016 και παρατηρούμε σαφέστατη πτώση της παραγωγής κατά την περίοδο που εξετάζουμε, τόσο στη συνολική παραγωγή της χώρας, όσο και στην κρητική.

**Εξέλιξη παραγωγής τυροκομικών προϊόντων σε Ελλάδα και Κρήτη
Περίοδος 2011-2016**

	ΕΤΗ	2011/2012	2013	2014	2015	2016
ΕΛΛΑΔΑ	Τυρί	152.562	152.556	37.876	127.486	131.460
	Βούτυρο	1.909	17.699	969	1.127	1.117
	Μυζήθρα	15.205	516	14.918	12.572	13.010
	Κρέμα	4.331	3.940	1.897	3.839	4.019
	ΣΥΝΟΛΑ	174.007	174.711	55.660	145.024	149.606
ΚΡΗΤΗ	Τυρί	10.254	10.622	7.122	7.866	7.585
	Βούτυρο	145	5.029	42	137	126
	Μυζήθρα	4.728	36	2.900	2.946	3.049
	Κρέμα	44	47	6	67	16
	ΣΥΝΟΛΑ	15.171	15.734	10.070	11.016	10.776

Το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης καλύπτεται διαχρονικά από τα τυριά ελληνικής παραγωγής, το ποσοστό των οποίων διαμορφώθηκε σε 62% το 2017 επί της συνολικής κατανάλωσης. Η κατηγορία «φέτα, τελεμές, μαλακά τυριά» καλύπτει το μεγαλύτερο ποσοστό τόσο στην κατανάλωση ελληνικών τυριών όσο και στο σύνολο της κατανάλωσης τυροκομικών. Το 2017 περίπου το 13% της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης αφορούσε τυποποιημένα τυροκομικά προϊόντα. Σημάδια σχετικής σταθεροποίησης παρουσιάζουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (P-L), με το ποσοστό συμμετοχής τους να εκτιμάται στο 10% για το 2017. Όσον αφορά την κατανομή της εγχώριας κατανάλωσης, το κανάλι των supermarkets και τα λοιπά σημεία λιανικών πωλήσεων εκτιμάται ότι απορρόφησαν το 52% περίπου το 2017. Οι επιχειρήσεις τροφοδοσίας, οι χώροι μαζικής εστίασης, οι ξενοδοχειακές μονάδες κλπ. εκτιμάται ότι κάλυψαν το υπόλοιπο 48%.

Στα πλαίσια της μελέτης έγινε εκτεταμένη χρηματοοικονομική ανάλυση παραγωγικών και εισαγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου, βάσει επιλεγμένων αριθμοδεικτών. Επίσης, συντάχθηκαν ομαδοποιημένοι ισολογισμοί, βάσει αντιπροσωπευτικού δείγματος εταιρειών.

Από τον ομαδοποιημένο ισολογισμό 28 παραγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου (με δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία για την πενταετία 2013-2017) προκύπτουν τα εξής: το σύνολο του ενεργητικού παρουσίασε σωρευτική αύξηση 44,6% το 2017/2013, τα δε ίδια κεφάλαια αυξήθηκαν κατά 48,5% την ίδια περίοδο. Οι συνολικές πωλήσεις των εταιρειών του δείγματος παρουσίασαν αύξηση 35,4% το 2017 σε σχέση με το 2013. Λόγω συγκράτησης του κόστους τα συνολικά μικτά κέρδη αυξήθηκαν με μεγαλύτερο ρυθμό (39,6%). Οι παραπάνω μεταβολές είχαν σαν αποτέλεσμα τον υπερδιπλασιασμό των λειτουργικών κερδών το 2017 σε σχέση με το 2013. Ανάλογη ανοδική πορεία ακολούθησαν και τα καθαρά (προ φόρων) κέρδη. Σημειώνεται ότι η βελτίωση των οικονομικών μεγεθών την εξεταζόμενη περίοδο οφείλεται εν μέρει και στις ανακατατάξεις που σημειώθηκαν στον κλάδο (απορροφήσεις επιχειρήσεων) τα προηγούμενα χρόνια.

Αντίστοιχα, από τον ομαδοποιημένο ισολογισμό 5 επιχειρήσεων εισαγωγής τυροκομικών (με δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία για την πενταετία 2013-2017) παρατηρούνται τα εξής: το σύνολο του ενεργητικού παρουσίασε αύξηση 15,5% το 2017/2013 και τα συνολικά ίδια κεφάλαια ενισχύθηκαν κατά 8%. Οι συνολικές πωλήσεις των εταιρειών του δείγματος παρουσίασαν αύξηση 9% το 2017 σε σύγκριση με το 2013, ενώ λόγω μείωσης του κόστους τα συνολικά μικτά κέρδη αυξήθηκαν κατά 14,1%. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη διεύρυνση των λειτουργικών κερδών κατά 28,5% το 2017/2013. Ομοίως, τα EBITDA ενισχύθηκαν κατά 24,2% την ίδια περίοδο.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα τυροκομικά προϊόντα ως βασικό είδος διατροφής παρουσιάζουν (στο σύνολό τους) χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή πώλησης και το διαθέσιμο εισόδημα. Ωστόσο, οι παράγοντες αυτοί διαμορφώνουν τη τελική ζήτηση μεταξύ των επιμέρους κατηγοριών (ποικιλιών) τυριών.

Ο κλάδος των τυροκομικών προϊόντων περιλαμβάνει πληθώρα παραγωγικών επιχειρήσεων, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Οι μεγάλες βιομηχανικές εταιρείες διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα διανομής, καλύπτοντας γεωγραφικά το σύνολο σχεδόν της ελληνικής επικράτειας. Οι μικρομεσαίες παραγωγικές επιχειρήσεις καλύπτουν τις ανάγκες κυρίως των

τοπικών αγορών αλλά διοχετεύουν και μέρος των προϊόντων τους σε άλλες (γεωγραφικές) αγορές.

Επιπροσθέτως, ο κλάδος περιλαμβάνει σημαντικό αριθμό μικρών οικογενειακών τυροκομείων, τα οποία απευθύνονται αποκλειστικά σε τοπικό επίπεδο. Αξιόλογος είναι και ο αριθμός των εισαγωγικών επιχειρήσεων του κλάδου, οι περισσότερες εκ των οποίων δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο τομέα των ειδών διατροφής. Οι μεγαλύτερες από τις εισαγωγικές εταιρείες του κλάδου διατηρούν ένα ευρύ δίκτυο διανομής και εισάγουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κάποιες από αυτές διατηρούν και άμεσες σχέσεις/ συνεργασίες με πολυεθνικές εταιρείες του κλάδου των γαλακτοκομικών/ τυροκομικών. Σημαντικό μέρος των εισαγωγών αφορούν προϊόντα που προορίζονται για επαγγελματική χρήση (επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, catering).

Στον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιούνται και επιχειρήσεις που ασχολούνται με την τυποποίηση και συσκευασία τυροκομικών προϊόντων για ίδιο λογαριασμό, καθώς και για λογαριασμό τρίτων. Ορισμένες παραγωγικές μονάδες τυροκομικών προϊόντων (αλλά και εισαγωγικές εταιρείες) τυποποιούν οι ίδιες μέρος των προϊόντων τους, προκειμένου να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις και προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού.

Σημειώνεται ότι η Ελλάδα έχει καταχωρημένα 21 ελληνικά τυριά με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ). Η παραγωγή τυριών Π.Ο.Π. κατέλαβε το 63,2% της συνολικής παραγωγής από βιομηχανικές επιχειρήσεις το 2017.

Η βιομηχανία κρητικών τυριών αποτελείται από πολλές επιχειρήσεις διαφορετικού μεγέθους και συμβολής στον τομέα. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων με χαμηλή κατασκευαστική ικανότητα και σημαντικό αριθμό εισαγωγικών και εμπορικών επιχειρήσεων με μεγάλα μερίδια αγοράς και ευρέως γνωστά επώνυμα προϊόντα και συνεπώς με σημαντική συμβολή στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών. Επιπλέον, μερικοί από τους πιο

επιτυχημένους γεωργικούς συνεταιρισμούς δραστηριοποιούνται επίσης στον τομέα της τυροκομίας.

Επίσης, η βιομηχανία κρητικών τυριών μπορεί να χαρακτηριστεί ως παραδοσιακή και ταυτόχρονα ως μία από τις σημαντικότερες και δυναμικότερες βιομηχανίες στον τομέα της μεταποίησης τροφίμων και ποτών. Σε γενικές γραμμές, ο γαλακτοκομικός τομέας στην Κρήτη συνέβαλε το 2009 στο 17% της αξίας της παραγωγής, στο 15,5% στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία και στο 20% στις συνολικές πωλήσεις της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών.

Για να συνοψίσουμε τα αποτελέσματα της ανάλυσης, πρέπει να αναφερθεί ότι η περίοδος της οικονομικής κρίσης επηρεάζει αρνητικά την κερδοφορία των κρητικών τυροκομικών επιχειρήσεων. Το αποτέλεσμα αυτό είναι άμεση συνέπεια της βαθιάς ύφεσης της κρητικής οικονομίας και της τεράστιας μείωσης της ζήτησης αγαθών και προϊόντων διατροφής.

Τα υπόλοιπα αποτελέσματα της ανάλυσης δείχνουν ότι το μέγεθος των εξεταζόμενων επιχειρήσεων επηρεάζει θετικά την κερδοφορία των τυροκομικών επιχειρήσεων (σε επίπεδο σημασίας 1%), γεγονός που ενισχύει το γεγονός ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις, ακόμα και κατά την οικονομική κρίση, είναι πιο ανταγωνιστικές και κερδοφόρες.

Ο δείκτης ρευστότητας (γρήγορος δείκτης) φαίνεται να επηρεάζει θετικά την κερδοφορία των επιχειρήσεων τυροκομίας (σε επίπεδο σημασίας 1%). Το αποτέλεσμα αυτό ενισχύει επίσης το γεγονός ότι η ρευστότητα κατά τη διάρκεια οικονομικών κρίσεων είναι απαραίτητη για την επιβίωση και την ανταγωνιστικότητα των τυροκομικών επιχειρήσεων και τους επιτρέπει να διατηρήσουν το μερίδιο αγοράς και τα κέρδη τους.

Επιπλέον, ο δείκτης κύκλου εργασιών των απαιτήσεων επηρεάζει αρνητικά (ανάλογα με τη θεωρία) την κερδοφορία των τυροκομικών επιχειρήσεων. Το αποτέλεσμα αυτό υπογραμμίζει τη σημασία μιας σαφώς καθορισμένης πολιτικής είσπραξης χρεών.

Έχει ήδη αναφερθεί ότι το πρόβλημα της ρευστότητας είναι ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα κρητικά τυροκομικά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα, γεγονός που καθιστά εμφανές ότι οι διαχειριστές των τυροκομικών εταιρειών πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή σε θέματα συλλογής χρεών και πιστωτικών επεκτάσεων.

Κατά τη σύνοψη της παρούσας μελέτης, προσπαθήσαμε να εντοπίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόδοση των επιχειρήσεων κρητικού τυριού κατά την περίοδο των 6 ετών (2006-2011), με 3 από αυτές κατά τη διάρκεια της σοβαρής κρίσης της κρητικής οικονομίας.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης, οι εταιρείες παραγωγής είναι λιγότερο κερδοφόρες από τις εμπορικές εταιρείες. Αυτό το αποτέλεσμα θα μπορούσε ενδεχομένως να αποδοθεί στο μέγεθος των εξεταζόμενων επιχειρήσεων τυριού.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων παραγωγής τυριού είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους με χαμηλή παραγωγική ικανότητα. Από την άλλη πλευρά, οι εμπορικές επιχειρήσεις είναι συνήθως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις στην αγορά τυριού. Επιπλέον, οι γεωργικοί συνεταιρισμοί που δραστηριοποιούνται στην αγορά τυριού φαίνεται να έχουν καλύτερες επιδόσεις από τις εταιρείες που κατέχουν οι επενδυτές. Η αντίστοιχη μεταβλητή στο μοντέλο κερδοφορίας επηρεάζει θετικά την κερδοφορία των επιχειρήσεων τυριού, ενώ είναι στατιστικά σημαντική.

Αυτό το αποτέλεσμα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για να αποδείξει την ανθεκτικότητα του συνεταιριστικού επιχειρηματικού μοντέλου σε περιόδους κρίσης. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχουν μόνο τέσσερις γεωργικοί συνεταιρισμοί στο δείγμα μας και οι σημαντικότερες αυτές οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις είναι από τις πιο επιτυχημένες (από άποψη κερδοφορίας) συνεταιριστικές επιχειρήσεις στην Κρήτη. Παρ' όλα αυτά, το γεγονός αυτό δεν μειώνει ούτε την ανθεκτικότητα του συνεταιριστικού επιχειρηματικού μοντέλου στην οικονομική κρίση ούτε την ικανότητά του να αντιμετωπίσει την τρέχουσα ή μελλοντική οικονομική κρίση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Καμπουρίδης, Γ., (2001), Η στρατηγική της ποιότητας και η ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση, Εκδόσεις: Κλειδάριθμος
- Κριεμάδης, Θ., (2011), Επιχειρηματικότητα και μικρομεσαίες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, Εκδόσεις: Νομική Βιβλιοθήκη
- Κριεμάδης, Θ., (2012), Η καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις: Νομική Βιβλιοθήκη

- Ματσατσίνης, Ν., Γρηγορούδης, Ε., Ζοπουνίδης, Κ., Γαγάνης, Χ., (2010), Ανάπτυξη και λειτουργία μικρομεσαίων επιχειρήσεων, Εκδόσεις: Κλειδάριθμος
- Στεφάνου, Χ., (1999), 2000 οδηγός επιβίωσης για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις: Δίαυλος
- Χρονάκης, Εμ., (2014), Οικονομικές κρίσεις και μεθοδολογικά προβλήματα, Διατριβή, ΤΕΙ Κρήτης
- Greene, F., Storey, D., Φαφαλιού, Ε., Χασσίδ, Ι., (2011), Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, Εκδόσεις: Κριτική
- Γεωργαντά, Ζ., (2003), Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της επιχειρηματικής καινοτομίας, Εκδόσεις: Ανικούλα
- Γεωργόπουλος Α., (2004), Αναδιοργάνωση Επιχειρήσεων, Εκδόσεις: ΠΑΠΑΖΗΣΗ
- Ινστιτούτο Επικοινωνίας, (2006), Πάντειο Πανεπιστήμιο & QED Εταιρία Ερευνών, «Καινοτομία και Ελληνικός Επιχειρηματικός Χώρος, Έρευνα, Αθήνα
- Ιωαννίδης, Σ., (2001), Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις: Παπαζήση
- Καραγιάννης, Α., (1996), «Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες», Εκδόσεις: Πανεπιστήμιο Πειραιώς
- Καρβούνης, Σ., (1995), Διαχείριση Τεχνολογίας και καινοτομίας, Εκδόσεις: Σταμούλης.
- Κετικίδης, Π., (2005), Ηλεκτρονική, Επικοινωνία & Στρατηγικές Συμμαχίες, Περιοδικό: Planet Management

- Λαμπριανίδης, Λ., (2003), Η επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο, Εκδόσεις: Επίκεντρο
- Μπουραντάς, Δ., (2005), Ηγεσία – Ο δρόμος της διαρκούς επιτυχίας, Εκδόσεις: Κριτική
- Παράσκας, Θ., (2003), Ανταγωνιστικότητα – Απασχόληση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα και την Ε.Ε., προοπτικές και προτάσεις, Εκδόσεις: Σιδέρη
- Πυτερόπουλος, Π., (2008), Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters, Εκδόσεις: Σταμούλης
- Hitt, M., (2004), Στρατηγική Διοίκηση Επιχειρήσεων. Ανταγωνισμός & Παγκοσμιοποίηση, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ
- Meyer, E., Allen, K., (2004), Επιχειρηματικότητα & Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ
- Phillipson, I., (2002), Πως να Γίνεις Επιχειρηματίας, Εκδόσεις: ΕΛΛΗΝ
- Stuart, C., Dearlove, D., (2005), Η Επιχείρηση στη Νέα Εποχή, Εκδόσεις: ΚΡΙΤΙΚΗ
- Μπιτζένης, Α., (2009), Παγκοσμιοποίηση, Πολυεθνικές, Επενδύσεις και Ευρωπαϊκή Ολοκλήρωση στο Νέο Παγκόσμιο Οικονομικό Σύστημα, Εκδόσεις: Σταμούλη
- Jones, G., (2008), Από τους εμπόρους στις πολυεθνικές, Εκδόσεις: Αλεξάνδρεια
- Παλάσκας, Θ., Παπαναστασίου, Μ., Φιλιππίος, Φ., (2007), Ο ρόλος των ελληνικών πολυεθνικών επιχειρήσεων στην οικονομία και προϋποθέσεις

περαιτέρω ανάπτυξή τους, Εκδόσεις: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)

- Griffin, R., Pustay, M., (2001), Διεθνείς επιχειρήσεις και επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις: Τζιόλα
- Μελάς, Κ., Πολλάλης, Γ., (2005), Παγκοσμιοποίηση και πολυεθνικές επιχειρήσεις, Εκδόσεις: Παπαζήσης

PAPERS

- Καμπόλης, Χ., Τραυλός, Ν., (2008), Τα αίτια της πρόσφατης παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης, ALBA Graduate Business School
- Καρούλια, Σ., Γάκη, Ε., Λαγός, Δ., (2013), Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη, Η επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στον τουρισμό: μια συγκριτική μελέτη
- Πάπα, Ι., (2009), Ο Έμπορος, ο Τραπεζίτης και ο 'Γύρος της Ντόχα', Δημοσιεύτηκε στην Ναυτεμπορική, 11/7/2009
- Στεφανάδης, Χ., (2011), Πολιτική οικονομία εν μέσω κρίσης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς
- Ταμουραντζής, Α., (2012), Οι Διεθνείς Οικονομικές κρίσεις από το 1973 έως σήμερα, Πάντειο Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Χαρδούβελης, Γ., (2012), Το χρονικό της διεθνούς και συνακόλουθης ελληνικής και ευρωπαϊκής κρίσης: αίτια, επιπτώσεις, αντιδράσεις, προοπτική, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

