



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΧΗΜΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΤΟΜΕΑΣ ΙΙ
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ



Ανάλυση της αλυσίδας αξίας του κλάδου Τροφίμων, Ποτών και προϊόντων Καπνού στην Ελλάδα

Διπλωματική Εργασία

Ευγενία Τοπάλογλου

Επιβλέπων καθηγητής:

Άγγελος Τσακανίκας, Επίκουρος καθηγητής Ε.Μ.Π.

Αθήνα, Φεβρουάριος 2020

Τοπάλογλου Ευγενία

© 2020 - Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ' ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Πρόλογος

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως στόχο τη μελέτη του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού στο πλαίσιο των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας (global value chains), και τη χαρτογράφηση της αλυσίδας στην οποία αυτός συμμετέχει. Η εργασία εκπονήθηκε στο Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας (ΕΒΕΟ), του Τομέα Ανάλυσης, Σχεδιασμού και Ανάπτυξης Διεργασιών και Συστημάτων της Σχολής Χημικών Μηχανικών του Εθνικού Μετσοβίου Πολυτεχνείου, υπό την επίβλεψη του επίκουρου καθηγητή κ. Αγγελου Τσακανίκα.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Τσακανίκα για την ανάθεση της συγκεκριμένης διπλωματικής, την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και τις γνώσεις που μου μετέδωσε. Ευχαριστώ επίσης θερμά τον υποψήφιο διδάκτορα Πέτρο Δήμα, για την καθοδήγηση και τις πολύτιμες συμβουλές του καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας, καθώς και την κ. Ιωάννα Καστέλλη για τις υποδείξεις της.

Θα ήθελα ακόμη να ευχαριστήσω τους συμφοιτητές, τους φίλους και τους συν-εθελοντές μου, οι οποίοι με συντρόφευσαν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου, μου χάρισαν και συνεχίζουν να μου χαρίζουν πολύτιμες στιγμές και εμπειρίες. Τέλος, θα ήθελα να αφιερώσω αυτή την εργασία στη μητέρα και τον αδελφό μου για την αμέριστη στήριξη και εμπιστοσύνη τους σε όλη τη σταδιοδρομία μου, και στη μνήμη του πατέρα μου, Γεωργίου Τοπάλογλου.

*Με εκτίμηση,
Ευγενία Τοπάλογλου
Αθήνα, 2020*

Περιεχόμενα

Λίστα Εικόνων	4
Λίστα Διαγραμμάτων	5
Λίστα Πινάκων.....	7
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Α.....	9
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Β.....	9
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Γ	9
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Δ.....	9
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Ε	10
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος ΣΤ	10
Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Ζ	10
Περίληψη	11
Abstract	13
1 Εισαγωγή.....	14
1.1 Αντικείμενο και στόχοι της εργασίας	14
1.2 Διάρθρωση της εργασίας.....	15
2 Βιβλιογραφική επισκόπηση	17
2.1 Ανάλυση αλυσίδων αξίας	17
2.2 Παγκόσμιες Αλυσίδες Αξίας.....	17
2.3 Είδη Αλυσίδων Αξίας	18
2.4 Δομή μιας αλυσίδας αξίας.....	20
2.5 Ταξινόμηση των δραστηριοτήτων μέσα σε μια αλυσίδα αξίας	22
2.6 Κατανομή προστιθέμενης αξίας κατά μήκος μιας αλυσίδας	26
2.7 Γεωγραφική διάσταση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας.....	27
2.8 Διακυβέρνηση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας	28
2.8.1 Αναγκαιότητα διακυβέρνησης	30
2.8.2 Δομές διακυβέρνησης	30
2.8.3 Επιχειρηματικό περιβάλλον και θεσμικό πλαίσιο	35

2.8.4	Άλλες οπτικές.....	35
2.9	Αναβάθμιση (Upgrading)	36
2.9.1	Οικονομική αναβάθμιση (Economic Upgrading).....	37
2.9.1.1	Τύποι οικονομικής αναβάθμισης	37
2.9.1.2	Πορείες αναβάθμισης σε επιχειρησιακό και εθνικό επίπεδο	39
2.9.2	Υποβάθμιση (Downgrading)	40
2.9.3	Άλλες μορφές αναβάθμισης- Κοινωνική αναβάθμιση	42
2.9.4	Συσχέτιση αναβάθμισης και διακυβέρνησης.....	44
2.10	Καινοτομία και Catch-up	46
2.10.1	Αλυσίδες αξίας και καινοτομία	46
2.10.2	Ο όρος του οικονομικού Catch-up	47
3	Ποσοτικοποίηση της συμμετοχής σε Παγκόσμιες Αλυσίδες Αξίας: Μεθοδολογικές προσεγγίσεις	49
3.1	Ανάλυση εισροών – εκροών	50
3.1.1	Υποθέσεις της ανάλυσης εισροών – εκροών	51
3.2	Ανάλυση εισροών–εκροών στο πλαίσιο των GVCs: Εμπόριο προστιθέμενης αξίας (Trade in Value Added).....	52
3.2.1	Η βάση δεδομένων WIOD	56
3.2.2	Η βάση δεδομένων TIVA	58
3.2.3	Επιπλέον μελέτες: Η βάση δεδομένων EU-KLEMS.....	58
4	Μεθοδολογία της παρούσας εργασίας και εξεταζόμενα μεγέθη	60
4.1	Μεγέθη που παρουσιάζονται στην εργασία	60
4.1.1	Περιγραφή δεικτών	63
4.1.2	Γλωσσάρι κατηγοριοποίησης κλάδων κατά NACE Rev. 2 όπως εμφανίζονται στη βάση WIOD 64	
5	Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού	67
5.1	Χαρακτηριστικά διαρθρωτικά στοιχεία κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού	67
5.2	Σύγκριση με την ΕΕ-28	72
5.3	Τεχνολογική ένταση κλάδου.....	73
6	Αποτελέσματα και συζήτηση.....	74
6.1	Χαρακτηριστικά μεγέθη κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και της συνολικής μεταποίησης.....	74
6.1.1	Διάρθρωση Εισροών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και της συνολικής μεταποίησης	74

6.1.1.1	Γεωγραφική διάρθρωση των εισαγωγών	78
6.1.2	Διάρθρωση Εκρών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και της συνολικής μεταποίησης	79
6.1.2.1	Εξαγωγές.....	82
6.1.2.2	Εξαγωγική ένταση.....	84
6.1.2.3	Εξαγωγική αιχμή κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού	87
6.1.2.4	Γεωγραφική διάρθρωση των εξαγωγών.....	89
6.1.3	Εμπορικό ισοζύγιο ενδιαμέσων	92
6.1.4	Προστιθέμενη αξία.....	94
6.1.5	Δείκτες αποδοτικότητας και παραγωγικότητας.....	96
6.1.6	Επενδύσεις	99
6.2	Χαρτογράφηση της αλυσίδας αξίας του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού 100	
6.2.1	Χαρτογράφηση σε επίπεδο χώρας.....	100
6.2.2	Χαρτογράφηση σε κλαδικό επίπεδο	104
6.2.2.1	Διεθνείς κλάδοι.....	104
6.2.2.2	Εγχώριοι κλάδοι – Εγχώρια αλυσίδα αξίας	111
6.2.3	Συνδυαστική απεικόνιση σε επίπεδο κλάδου χώρας.....	114
6.3	Περιεχόμενο εξαγωγών σε εγχώρια προστιθέμενη αξία – Δείκτες συμμετοχής σε ΠΑΑ ..	119
6.3.1	Σύνολο ελληνικής μεταποίησης και κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού	119
6.3.2	Η παρουσία της Ελλάδας σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας	122
7	Συμπεράσματα και προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	125
7.1	Συμπεράσματα.....	125
7.2	Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	130
8	Βιβλιογραφία	132
Παράρτημα Α : Πίνακες εισροών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο της μεταποίησης		140
Παράρτημα Β : Πίνακες εκρών και εξαγωγών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο της μεταποίησης.....		142
Παράρτημα Γ : Μεγέθη δεικτών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο της μεταποίησης		146
Παράρτημα Δ : Κύριοι συνεργάτες του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε επίπεδο χώρας		148
Δ.1:	Εισαγωγές	148

Δ.2: Εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση	149
Δ.3: Εξαγωγές προς τελική κατανάλωση	150
Παράρτημα Ε : Κύριοι συνεργάτες του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε επίπεδο κλάδου.....	151
Ε.1: Εισαγωγές	152
Ε.2: Εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση	155
Παράρτημα ΣΤ : Συνδυαστική αποτύπωση κλάδου χώρας	158
Παράρτημα Ζ : Εγχώριοι κλάδοι συνεργάτες του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού	161

Λίστα Εικόνων

<i>Εικόνα 2.1: Από τις αλυσίδες αξίας σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Πηγή: επεξεργασία από συγγραφέα</i>	<i>18</i>
<i>Εικόνα 2.2: Αναπαράσταση της ΠΑΑ φρούτων και λαχανικών. Πηγή: Fernandez-Stark et al. (2011) ...</i>	<i>21</i>
<i>Εικόνα 2.3: Η παγκόσμια αλυσίδα αξίας των φρούτων και λαχανικών, με τους εμπλεκόμενους προμηθευτές και αγοραστές στα στάδια παραγωγής, μάρκετινγκ και διανομής. Πηγή: Fernandez-Stark et al. (2011)</i>	<i>22</i>
<i>Εικόνα 2.4: Η αλυσίδα αξίας σύμφωνα με τον Porter. Πηγή: Porter (1998).....</i>	<i>23</i>
<i>Εικόνα 2.5: Upstream και downstream δραστηριότητες στην αλυσίδα αξίας. Πηγή: (http://business-case-builder.com, 2019)</i>	<i>23</i>
<i>Εικόνα 2.6: Θεμελιώδεις, απαραίτητες και μη θεμελιώδεις δραστηριότητες. Πηγή: προσαρμοσμένο από Quinn (1999)</i>	<i>24</i>
<i>Εικόνα 2.7: Κατανομή προστιθέμενης αξίας κατά μήκος της αλυσίδας, με τη μορφή της “smiling curve”. Πηγή: OECD (2013).....</i>	<i>27</i>
<i>Εικόνα 2.8: Σχηματική αναπαράσταση των 5 τύπων διακυβέρνησης. Πηγή: Gereffi et al. (2005)</i>	<i>34</i>
<i>Εικόνα 2.9: Διάρθρωση των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού σε διάφορες παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Πηγή: Barrientos et al. (2011).....</i>	<i>43</i>
<i>Εικόνα 2.10: Σχηματική αναπαράσταση της σύνδεσης μεταξύ της κάθετης και της οριζόντιας διακυβέρνησης μαζί με τις εμπλεκόμενες οντότητες. Πηγή: Gereffi & Lee (2016)</i>	<i>45</i>
<i>Εικόνα 3.1: Υπόδειγμα πίνακα εισροών – εκροών. Πηγή: Miller & Blair (2009)</i>	<i>51</i>
<i>Εικόνα 3.2: Πλαίσιο διάσπασης των ακαθάριστων εξαγωγών στις πηγές δημιουργίας προστιθέμενης αξίας. Πηγή: OECD (2017)</i>	<i>53</i>
<i>Εικόνα 3.3: Αποδόμηση προστιθέμενης αξίας και των παραγωγικών δραστηριοτήτων σε έναν κλάδο ή χώρα. V_D είναι ο τύπος 1 (εγχώρια παραγωγή), V_{RT} ο τύπος 2 (παραδοσιακό εμπόριο), V_{GVC_S} ο τύπος 3 (απλές αλυσίδες αξίας) και V_{GVC_C} ο τύπος 4 (σύνθετη αλυσίδα αξίας). Πηγή: OECD (2017)</i>	<i>56</i>
<i>Εικόνα 3.4: Υπόδειγμα παγκόσμιου πίνακα εισροών - εκροών. Πηγή: Timmer et al. (2015)</i>	<i>57</i>

Λίστα Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 5.1: Κατανομή επιχειρήσεων της βιομηχανίας τροφίμων για το 2014. Πηγή: ΚΕΠΕ (2018)	70
Διάγραμμα 5.2: Κατανομή επιχειρήσεων της βιομηχανίας ποτών για το 2014. Πηγή: ΚΕΠΕ (2018)	70
Διάγραμμα 6.1: Συνολική εισροή (Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση - Total Intermediate Consumption), εγχώρια (Domestic input) και εισαγόμενη (Imported Input) εισροή για τη μεταποίηση C (κόκκινο) και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 (πράσινο), για τα έτη 2000-2014	74
Διάγραμμα 6.2: Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση (total intermediate consumption) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) σε σχέση με τη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση της μεταποίησης (C), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αφορούν το ποσοστό της συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης του C10-C12 σε σχέση με τη C	75
Διάγραμμα 6.3: Περιεχόμενο συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) της μεταποίησης C σε εγχώριες (Domestic Intermediate Input) και εισαγόμενες (Imported Intermediate Input) εισροές, για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αφορούν τις εισαγόμενες εισροές σε σχέση με τη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	76
Διάγραμμα 6.4: Περιεχόμενο συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε εγχώριες (Domestic Intermediate Input) και εισαγόμενες (Imported Intermediate Input) εισροές, για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αφορούν τις εισαγόμενες εισροές σε σχέση με τη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	76
Διάγραμμα 6.5: Ποσοστό εισαγωγών (intermediate imports) σε σχέση με τη συνολική εκροή (total output) για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014	77
Διάγραμμα 6.6: Ποσοστά εισαγωγών της μεταποίησης C από χώρες εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU28), για τα έτη 2000-2014	78
Διάγραμμα 6.7: Ποσοστά εισαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 από χώρες εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU28), για τα έτη 2000-2014	78
Διάγραμμα 6.8: Συνολική εκροή (Total Output), εκροή προς ενδιάμεση (Intermediate Output) και προς τελική κατανάλωση (Final Output) για τη μεταποίηση C (κόκκινο) και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 (πράσινο) για τα έτη 2000-2014	79
Διάγραμμα 6.9: Συνολική εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε σχέση με τη συνολική εκροή της μεταποίησης	80
Διάγραμμα 6.10: Διάρθρωση συνολικής εκροής της μεταποίησης C, σε εκροή προς ενδιάμεση (Intermediate Output) και προς τελική κατανάλωση (Final Output)	81
Διάγραμμα 6.11: Διάρθρωση συνολικής εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, σε εκροή προς ενδιάμεση (Intermediate Output) και προς τελική κατανάλωση (Final Output)	81
Διάγραμμα 6.12: Διάρθρωση των συνολικών (total) εξαγωγών της μεταποίησης C σε εξαγωγές προς ενδιάμεση (intermediate) και τελική (final) κατανάλωση, για τα έτη 2000-2014	82
Διάγραμμα 6.13: Διάρθρωση των συνολικών (total) εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε εξαγωγές προς ενδιάμεση (intermediate) και τελική (final) κατανάλωση, για τα έτη 2000-2014	83

Διάγραμμα 6.14: Εξαγωγική ένταση της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12	84
Διάγραμμα 6.15: Διάρθρωση της εκροής της μεταποίησης C προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση	85
Διάγραμμα 6.16: Διάρθρωση της εκροής της μεταποίησης C προς τελική κατανάλωση (Final Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς τελική κατανάλωση	85
Διάγραμμα 6.17: Διάρθρωση της εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση	86
Διάγραμμα 6.18: Διάρθρωση της εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) προς τελική κατανάλωση (Final Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported) για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς τελική κατανάλωση	86
Διάγραμμα 6.19: Εξαγωγική αιχμή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 (συνολικές εξαγωγές κλάδου ως προς τις συνολικές εξαγωγές της μεταποίησης C), για τα έτη 2000-2014	87
Διάγραμμα 6.20: Εξαγωγική αιχμή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση (εξαγωγές κλάδου προς ενδιάμεση/τελική κατανάλωση ως προς τις εξαγωγές της μεταποίησης C προς ενδιάμεση/τελική κατανάλωση), για τα έτη 2000-2014	88
Διάγραμμα 6.21: Ποσοστά εξαγωγών της μεταποίησης C προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Exports) προς χώρες εντός και εκτός της ΕΕ-28 για τα έτη 2000-2014	89
Διάγραμμα 6.22: Ποσοστά εξαγωγών της μεταποίησης C προς τελική κατανάλωση (Final Exports) προς χώρες εντός και εκτός της ΕΕ-28, για τα έτη 2000-2014	90
Διάγραμμα 6.23: Ποσοστά εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Exports) προς χώρες εντός και εκτός της ΕΕ-28 για τα έτη 2000-2014	90
Διάγραμμα 6.24: Σύγκριση εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) προς τελική κατανάλωση (Final Exports) προς χώρες της ΕΕ-28 σε σχέση με τις εξαγωγές προς άλλες χώρες για τα έτη 2000-2014	91
Διάγραμμα 6.25: Σχηματική απεικόνιση του εμπορικού ισοζυγίου ενδιάμεσων της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, για τα έτη 2000-2014	93
Διάγραμμα 6.26: Προστιθέμενη αξία του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε σχέση με την προστιθέμενη αξία της συνολικής μεταποίησης C, τα έτη 2000-2014	94
Διάγραμμα 6.27: Σχέση μεταξύ συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) και συνολικής εκροής (Total Output) για τη μεταποίηση C, για τα έτη 2000-2014. Το ενδιάμεσο χωρίο αντιπροσωπεύει την προστιθέμενη αξία (Value added)	95
Διάγραμμα 6.28: Σχέση μεταξύ συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) και συνολικής εκροής (Total Output) για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, για τα έτη 2000-2014. Το ενδιάμεσο χωρίο αντιπροσωπεύει την προστιθέμενη αξία (Value added)	95
Διάγραμμα 6.29: Αποδοτικότητα (Efficiency) της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12	96

Διάγραμμα 6.30: Συνολική παραγωγικότητα των παραγωγικών συντελεστών (total factor productivity) για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12..	97
Διάγραμμα 6.31: Δείκτης επίδοσης παραγωγικότητας (Productivity Performance) της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014	98
Διάγραμμα 6.32: Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου ως ποσοστό της συνολικής εκροής για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014.....	99
Διάγραμμα 6.33: Περιεχόμενο εξαγωγών της μεταποίησης C σε εγχώρια (DVA) και εξωτερική (FVA) προστιθέμενη αξία για τα έτη 2005-2015.....	120
Διάγραμμα 6.34: Διάρθρωση εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) της μεταποίησης C σε προστιθέμενη άμεσα (Direct), έμμεσα (Indirect) και επανεισαγόμενη (Re-imported), για τα έτη 2005-2015.....	120
Διάγραμμα 6.35: Περιεχόμενο εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε εγχώρια (DVA) και εξωτερικά (FVA) προστιθέμενη αξία για τα έτη 2005-2015	121
Διάγραμμα 6.36: Διάρθρωση εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε προστιθέμενη άμεσα (Direct), έμμεσα (Indirect) και επανεισαγόμενη (Re-imported), για τα έτη 2005-2015	122
Διάγραμμα 6.37: Περιεχόμενο εξαγωγών του συνόλου της ελληνικής οικονομίας σε εγχώρια (DVA) και εξωτερικά (FVA) προστιθέμενη αξία για τα έτη 2005-2015.....	123
Διάγραμμα 6.38: Διάρθρωση εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) του συνόλου της ελληνικής οικονομίας σε προστιθέμενη άμεσα (Direct), έμμεσα (Indirect) και επανεισαγόμενη (Re-imported), για τα έτη 2005-2015.....	123
Διάγραμμα 6.39: Ποσοστό της εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) που βρίσκεται ενσωματωμένη στις εξαγωγές των άλλων χωρών, ως προς τις εξαγωγές της ελληνικής οικονομίας για τα έτη 2005-2015. Στο διάγραμμα απεικονίζεται επίσης η DVA στις εξαγωγές της Ελλάδας όπως προέκυψε από το Διάγραμμα 6.37, ως μέτρο σύγκρισης.	124

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 2.1: Ταξινόμηση δραστηριοτήτων μέσα στην αλυσίδα αξίας. Πηγή: Gereffi & Fernandez-Stark (2011)	24
Πίνακας 2.2: Κύρια κριτήρια καθορισμού των τύπων διακυβέρνησης. Πηγή: Gereffi et al. (2005).....	34
Πίνακας 2.3: Οι διαστάσεις της οριζόντιας και κάθετης διακυβέρνησης, σε σχέση με τις εμπλεκόμενες οντότητες στη διακυβέρνηση. Πηγή: Gereffi & Lee (2016)	44
Πίνακας 4.1: Κατηγοριοποίηση των οικονομικών δραστηριοτήτων κατά NACE Rev.2, σε διψήφιο επίπεδο, καθώς και των αποδεκτών ροής προς τελική κατανάλωση όπως εμφανίζονται στη βάση WIOD. Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2008)	64
Πίνακας 5.1: Χαρακτηριστικά μεγέθη για τους επιμέρους κλάδους τροφίμων (C10), ποτών (C11), προϊόντων καπνού (C12) και τον συνολικό εξεταζόμενο C10-C12, ως προς την ελληνική μεταποίηση και την ελληνική οικονομία για το έτος 2017. Πηγή: Eurostat SBS (2020).....	68
Πίνακας 5.2: Τιμές των δεικτών Balassa για το 2008 και 2015, Vollrath για το 2015 και δείκτη Έντασης Εμπορίου για το 2015, σε εκατομμύρια €, σε υποκλάδους του κλάδου τροφίμων, ποτών και	

προϊόντων καπνού που βρίσκονται ανάμεσα στους 10 κλάδους με το μεγαλύτερο συγκριτικό πλεονέκτημα για το 2015. Πηγή: ΚΕΠΕ (2018).....	73
Πίνακας 6.1: Εμπορικό ισοζύγιο ενδιάμεσων προϊόντων για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$.....	92
Πίνακας 6.2: Οι 10 κορυφαίοι σε ποσοστό συμμετοχής συνεργάτες του ελληνικού C10-C12 σε επίπεδο χώρας ως προς τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, για το έτος 2000.....	100
Πίνακας 6.3: Οι 10 κορυφαίοι σε ποσοστό συμμετοχής συνεργάτες του ελληνικού C10-C12 σε επίπεδο χώρας ως προς τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, για το έτος 2007.....	101
Πίνακας 6.4: Οι 10 κορυφαίοι σε ποσοστό συμμετοχής συνεργάτες του ελληνικού C10-C12 σε επίπεδο χώρας ως προς τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, για το έτος 2014.....	101
Πίνακας 6.5: Ανάλυση του περιεχομένου των ενδιάμεσων εισαγωγών και εξαγωγών αντίστοιχα για τους πρώτους 5 από τους 10 κορυφαίους συνεργάτες που αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας (βλ. Ενότητα 6.2.1), για το έτος 2000.....	104
Πίνακας 6.6: Ανάλυση του περιεχομένου των ενδιάμεσων εισαγωγών και εξαγωγών αντίστοιχα για τους πρώτους 5 από τους 10 κορυφαίους συνεργάτες που αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας (βλ. Ενότητα 6.2.1), για το έτος 2007.....	106
Πίνακας 6.7: Ανάλυση του περιεχομένου των ενδιάμεσων εισαγωγών και εξαγωγών αντίστοιχα για τους πρώτους 5 από τους 10 κορυφαίους συνεργάτες που αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας (βλ. Ενότητα 6.2.1), για το έτος 2014.....	107
Πίνακας 6.8: Κατάταξη των 10 κυριότερων εγχώριων κλάδων συνεργατών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ως προς τις ενδιάμεσες εισροές και ενδιάμεσες εκροές, για το έτος 2000. Η κατάταξη γίνεται με βάση το ποσοστό συμβολής του εκάστοτε κλάδου-συνεργάτη στην εισροή/εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.....	111
Πίνακας 6.9: Κατάταξη των 10 κυριότερων εγχώριων κλάδων συνεργατών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ως προς τις ενδιάμεσες εισροές και ενδιάμεσες εκροές, για το έτος 2007. Η κατάταξη γίνεται με βάση το ποσοστό συμβολής του εκάστοτε κλάδου-συνεργάτη στην εισροή/εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.....	112
Πίνακας 6.10: Κατάταξη των 10 κυριότερων εγχώριων κλάδων συνεργατών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ως προς τις ενδιάμεσες εισροές και ενδιάμεσες εκροές, για το έτος 2014. Η κατάταξη γίνεται με βάση το ποσοστό συμβολής του εκάστοτε κλάδου-συνεργάτη στην εισροή/εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.....	113
Πίνακας 6.11: Χαρτογράφηση προέλευσης ενδιάμεσων εισαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας, με χρήση μέσων όρων για το ποσοστό συμβολής του κάθε κλάδου χώρας στις ενδιάμεσες εισαγωγές του C10-C12 για το 2000-2007, 2007-2014 και 2000-2014. Η κατάταξη είναι φθίνουσα με βάση τον Μ.Ο. 2000-2014.....	114
Πίνακας 6.12: Χαρτογράφηση προορισμού εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας, με χρήση μέσων όρων για το ποσοστό εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση του C10-C12 προς κάθε κλάδο χώρας για το 2000-2007, 2007-2014 και 2000-2014. Η κατάταξη είναι φθίνουσα με βάση τον Μ.Ο. 2000-2014.....	116
Πίνακας 6.13: Χαρτογράφηση προορισμού εξαγωγών προς τελική κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας, με χρήση μέσων όρων για το ποσοστό εξαγωγών προς τελική κατανάλωση του C10-C12 προς κάθε κλάδο	

χώρας για το 2000-2007, 2007-2014 και 2000-2014. Η κατάταξη είναι φθίνουσα με βάση τον Μ.Ο. 2000-2014..... 118

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Α

Πίνακας Α. 1: Δεδομένα εισροών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 140

Πίνακας Α. 2: Δεδομένα εισροών του κλάδου της μεταποίησης C για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$..... 141

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Β

Πίνακας Β. 1: Δεδομένα εκροών, προστιθέμενης αξίας και επενδύσεων του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 142

Πίνακας Β. 2: Δεδομένα εκροών, προστιθέμενης αξίας και επενδύσεων του κλάδου της μεταποίησης C για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$..... 143

Πίνακας Β. 3: Δεδομένα εξαγωγών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 144

Πίνακας Β. 4: Δεδομένα εξαγωγών του κλάδου της μεταποίησης C για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$..... 145

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Γ

Πίνακας Γ. 1: Μεγέθη δεικτών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 146

Πίνακας Γ. 2: Μεγέθη δεικτών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 147

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Δ

Πίνακας Δ. 1: Οι 10 κυριότερες χώρες προέλευσης αξίας ενδιάμεσων εισαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$. 148

Πίνακας Δ. 2: Οι 10 κυριότερες χώρες εξαγωγής προς ενδιάμεση κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 149

Πίνακας Δ. 3: Οι 10 κυριότερες χώρες εξαγωγής προς τελική κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 150

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Ε

Πίνακας Ε. 1: Οι 10 κυριότεροι σε όρους αξίας κλάδοι, από τους οποίους προέρχονται οι εισαγωγές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, για τις πρώτες 5 χώρες που αναδείχθηκαν (βλ. Παράρτημα Δ) ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 152

Πίνακας Ε. 2: Οι 10 κυριότεροι σε όρους αξίας κλάδοι-παραλήπτες των ενδιάμεσων εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, για τις πρώτες 5 χώρες που αναδείχθηκαν (βλ. Παράρτημα Δ) ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 155

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος ΣΤ

Πίνακας ΣΤ. 1: Οι 10 κυριότεροι διεθνείς κλάδοι-προμηθευτές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους αξίας ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 158

Πίνακας ΣΤ. 2: Οι 10 κυριότεροι διεθνείς κλάδοι-αποδέκτες εξαγωγών ενδιάμεσων του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους αξίας ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 159

Πίνακας ΣΤ. 3: Οι 10 κυριότεροι διεθνείς κλάδοι-αποδέκτες εξαγωγών προς τελική κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους αξίας ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 160

Λίστα Πινάκων Παραρτήματος Ζ

Πίνακας Ζ. 1: Οι 10 κυριότεροι εγχώριοι κλάδοι-προμηθευτές σε όρους αξίας του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 161

Πίνακας Ζ. 2: Οι 10 κυριότεροι εγχώριοι κλάδοι-προμηθευτές σε όρους αξίας του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$ 164

Περίληψη

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί αρχικά η βιβλιογραφική επισκόπηση πάνω στη προσέγγιση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας και των διάφορων μεθόδων ποσοτικοποίησης της συμμετοχής βιομηχανιών και χωρών σε αυτές. Στη συνέχεια, η εργασία εστιάζει στη μελέτη του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, στην ανάδειξή του όσον αφορά το διεθνές εμπόριο και τη σύγκρισή του με το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης, καθώς και τη χαρτογράφηση της παγκόσμιας και της εγχώριας αλυσίδας αξίας στην οποία συμμετέχει.

Αρχικά παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο των αλυσίδων αξίας, με έμφαση στη τη δομή και τα είδη των αλυσίδων αξίας και την ταξινόμηση των δραστηριοτήτων που τις απαρτίζουν. Ιδιαίτερη αναφορά δίνεται στη γεωγραφική τους διάσταση, τις δομές διακυβέρνησης, στο φαινόμενο της αναβάθμισης/υποβάθμισης μέσα σε αυτές καθώς και τη σύνδεσή τους με την καινοτομία. Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις που χρησιμοποιούνται για την ποσοτικοποίηση της συμμετοχής σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, οι οποίες είναι η ανάλυση εισροών – εκροών και το εμπόριο προστιθέμενης αξίας. Ακολουθεί η παρουσίαση του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και των βασικών διαρθρωτικών και οικονομικών του στοιχείων.

Με χρήση της μεθόδου ανάλυσης εισροών – εκροών πάνω σε παγκόσμιους πίνακες εισροών – εκροών της βάσης δεδομένων World Input Output Database (WIOD), προέκυψαν στοιχεία για τον ελληνικό κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και για το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης σχετικά με τη διάρθρωση των εισροών και των εκροών τους, εγχώριων και διεθνών. Παράλληλα, μελετήθηκαν συγκριτικά οι επιδόσεις τους σε όρους αποδοτικότητας και παραγωγικότητας. Στη συνέχεια, αρχικά αναδεικνύονται οι κύριοι συνεργάτες του ελληνικού κλάδου σε επίπεδο χώρας και σε επίπεδο κλάδου και ύστερα, σε συνδυαστική απεικόνιση, καταγράφονται οι κυριότεροι κλάδοι χωρών με τους οποίους αναπτύσσονται οι ισχυρότεροι εμπορικοί δεσμοί. Με παρόμοια προσέγγιση, αναδεικνύεται επίσης σε επίπεδο κλάδου η εγχώρια αλυσίδα αξίας του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού. Τέλος, με χρήση της βάσης δεδομένων Trade in Value-Added (TiVA), εξάγονται μεγέθη σχετικά με την ποσοτικοποίηση της συμμετοχής του κλάδου σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας συγκριτικά με το σύνολο της μεταποίησης και της ελληνικής οικονομίας χρησιμοποιώντας ως βάση τη διάρθρωση της προστιθέμενης αξίας στις εξαγωγές.

Από τα αποτελέσματα προκύπτει πως ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού είναι ένας ιδιαίτερος κλάδος της μεταποίησης, ο οποίος διαφέρει ως προς τη διάρθρωση των ροών, τον εξαγωγικό προσανατολισμό αλλά και τις επιδόσεις σε όρους αποδοτικότητας και παραγωγικότητας. Οι χώρες που αναδεικνύονται ως βασικοί συνεργάτες είναι κατά κύριο λόγο η κατηγορία 'Rest of World' και στη συνέχεια κυρίως χώρες εντός ΕΕ-28 όπως η Γερμανία, η Ιταλία, η Γαλλία, πιο πρόσφατα η Βουλγαρία ενώ αυξημένες συναλλαγές πραγματοποιούνται και με την Τουρκία. Με την πάροδο των ετών η γεωγραφική διασπορά αυξάνεται τόσο για τους προμηθευτές όσο και για τους αποδέκτες ενδιάμεσων και τελικών προϊόντων. Οι εγχώριες και διεθνείς εισροές που λαμβάνει ο κλάδος προέρχονται κυρίως από κλάδους γεωργικών-κτηνοτροφικών προϊόντων και δραστηριότητες εμπορίου, αποθήκευσης και υποστήριξης μεταφορών, ενώ οι κύριοι κλάδοι-αποδέκτες ενδιάμεσων είναι διεθνείς κλάδοι τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και υπηρεσίες παροχής

καταλύματος και εστίασης. Η τελική κατανάλωση προορίζεται σε αποκλειστική πλειοψηφία για κατανάλωση σε νοικοκυριά.

Λέξεις – κλειδιά: παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, μεταποίηση, ανάλυση εισροών – εκροών, εμπόριο προστιθέμενης αξίας

Abstract

The aim of this thesis is to perform a literature review in the subject of global value chains (GVCs), to analyse the performance of the Greek food, beverage and tobacco (FBT) sector in terms of international trade, compared with the Greek manufacturing sector, and to map the global and domestic value chain of the Greek FBT sector.

The literature review presents the structure and types of value chains, and the classification of the activities that comprise them. Emphasis is also put on their geographic scope, the types of governance, the upgrading/downgrading that occurs inside the chains, and their relation with innovation and economic catch-up. Furthermore, methods of quantifying GVC participation are presented; input – output analysis and trade in value added. The Greek FBT sector is then presented along with some basic structural and economic characteristics.

Input – output analysis was used on world input – output tables available at the ‘World Input Output Database’ (WIOD), in order to compare the Greek FBT sector with Greek manufacturing sector in terms of their -international and domestic- input and output structure. Their comparative performance in terms of efficiency and productivity was also studied. WIO Database was also used in order to map the Greek FBT value chain, first in country level, then in sectoral level and finally in a composite presentation of country sectors with whom the most significant amount of international trade is made. Using the same method, the domestic value chain of the Greek FBT sector is also mapped. Finally, the ‘Trade in Value-Added’ (TiVA) database was used to extract data regarding the quantification of GVC participation of the Greek FBT sector compared to the Greek manufacturing sector and Greek economy, by analysing the value-added content of gross exports.

The obtained results lead to the conclusion that the Greek FBT sector is an industry that performs differently compared to the rest of the Greek manufacturing industry, in terms of input and output structure, export intensity, efficiency and productivity. The main country-partner of the Greek FBT sector both in imports and exports is the ‘Rest of World’ category, while the rest of the significant partners are mostly EU28 members, i.e. Germany, Italy, France and more recently Bulgaria, while a significant amount of trade takes place with Turkey as well. The main sectors-suppliers both internationally and domestically, are crop and animal production activities, trade, warehousing and transportation support activities. The main sectors-buyers are other international FBT sectors, accommodation and food service activities. Final consumption is almost all an expenditure by households.

Keywords: global value chains, food, beverage and tobacco sector, manufacturing, input – output analysis, trade in value added

1 Εισαγωγή

1.1 Αντικείμενο και στόχοι της εργασίας

Από τα τέλη του 20^{ου} αιώνα η διεθνής οικονομία χαρακτηρίζεται από την έννοια της παγκοσμιοποίησης, καθώς η αλληλεπίδραση των εθνικών οικονομιών αυξάνεται διαρκώς. Η αυξανόμενη σημασία του εξαγωγικού προσανατολισμού της βιομηχανοποίησης έχει καταστήσει για πληθώρα οικονομιών τη διείδυση στη διεθνή οικονομία ταυτόσημη με την ανάπτυξή τους. Η έκθεση των εθνικών παραγωγικών συστημάτων σε παγκόσμιες αγορές πέραν των εξαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών, μέσα από τις επενδύσεις (direct investment) και τις αναθέσεις έργων σε εξωτερικούς συνεργάτες διεθνώς (international subcontracting), έχει οδηγήσει στην αύξηση της αλληλεξάρτησης και της λειτουργικής ολοκλήρωσης (functional integration) της διεθνούς οικονομίας.

Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης η οικονομική δραστηριότητα είναι τόσο διεθνούς έκτασης όσο και παγκόσμιας οργάνωσης. Εδώ είναι θεμιτό να γίνει μια διάκριση των δύο αυτών όρων: η «διεθνοποίηση» αφορά τη γεωγραφική επέκταση των οικονομικών δραστηριοτήτων πέρα από τα σύνορα του κάθε κράτους, κάτι το οποίο δεν αποτελεί νέο φαινόμενο. Ο όρος «παγκοσμιοποίηση» είναι πολύ πιο πρόσφατος από τη διεθνοποίηση, καθώς συνεπάγεται τη λειτουργική ολοκλήρωση μεταξύ διεθνώς διασκορπισμένων δραστηριοτήτων (Dicken, 1998).

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί ένα ρεύμα έρευνας το οποίο επικεντρώνεται στη μελέτη και την ανάλυση της διαδικασίας της παγκοσμιοποίησης από τη σκοπιά των «αλυσίδων αξίας». Υπό αυτό το πρίσμα, το διεθνές εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών δεν αντιμετωπίζεται ως ένα σύνολο απρόσωπων συναλλαγών (arm's-length transactions¹), αλλά ως ένα δίκτυο που προκύπτει ως αποτέλεσμα της λειτουργικής ολοκλήρωσης διεθνώς διασκορπισμένων παραγωγικών δραστηριοτήτων. Η προσέγγιση των αλυσίδων αξίας αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο απεικόνισης και ανάλυσης της λειτουργικής αυτής ολοκλήρωσης των δραστηριοτήτων.

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτελεί σε πρώτο στάδιο η βιβλιογραφική επισκόπηση στο θέμα των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, των πεδίων ανάλυσής τους και των μεθοδολογικών προσεγγίσεων για την ποσοτικοποίηση της συμμετοχής εθνών και κλάδων οικονομικών δραστηριοτήτων σε αυτές. Στη συνέχεια πραγματοποιείται εστίαση σε έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, τον ελληνικό κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, ο οποίος αποτελεί βασικό πυλώνα τόσο της μεταποιητικής δραστηριότητας όσο και του συνόλου της ελληνικής οικονομίας. Για τον επιλεγμένο κλάδο, αποτυπώνεται η θέση του σε όρους διεθνούς εμπορίου και χαρτογραφείται η αλυσίδα αξίας που σχηματίζει τόσο σε εγχώριο, όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο.

¹ "Arm's-length transactions" ονομάζονται οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται όταν οι συναλλασσόμενοι δρουν ανεξάρτητα, δεν ασκούν επιρροή ο ένας στον άλλο και συνδέονται μόνο μέσω των στοιχείων που αφορούν τη συναλλαγή. Έρχονται σε αντίθεση με τις προσωπικές συναλλαγές όπου οι συναλλασσόμενοι έχουν προϋπάρχουσα σχέση μεταξύ τους, η οποία πιθανότατα επηρεάζει την τιμή και επιδρά έτσι στην αγορά. (Investopedia, 2019)

Βασικό στόχο αποτελεί η ανάδειξη του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους διεθνούς εμπορίου, η χαρτογράφηση της αλυσίδας αξίας στην οποία συμμετέχει τόσο διεθνώς όσο και εγχώρια, και η ποσοτικοποίηση της συμμετοχής του σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας σε σχέση με το σύνολο της μεταποίησης και της ελληνικής οικονομίας. Τα παραπάνω πραγματοποιούνται με χρήση της μεθόδου ανάλυσης εισροών – εκροών (input – output analysis), η οποία εφαρμόζεται πάνω σε παγκόσμιους πίνακες εισροών – εκροών (world input – output tables) που βρίσκονται διαθέσιμοι στη βάση δεδομένων ‘World Input Output Database’ (WIOD). Ακόμη, για την ποσοτικοποίηση της συμμετοχής χρησιμοποιείται η βάση δεδομένων ‘Trade in Value-Added’ (TiVA), από την οποία εξάγονται δεδομένα ως προς τη διάρθρωση της προστιθέμενης αξίας στις εξαγωγές.

Το καινοτόμο στοιχείο της παρούσας εργασίας είναι η ανάδειξη των μελών της αλυσίδας αξίας στην οποία συμμετέχει ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε επίπεδο χώρας και κλάδου, καθώς και η σύγκριση της συμμετοχής του κλάδου σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας σε σχέση με τη μεταποίηση και το σύνολο της ελληνικής οικονομίας. Ακόμη, καινοτομία αποτελεί η μελέτη των εμπορικών συναλλαγών και των επιδόσεων του κλάδου με χρήση της ανάλυσης εισροών – εκροών.

1.2 Διάρθρωση της εργασίας

Η δομή της εργασίας είναι η ακόλουθη:

Στην Ενότητα 0 πραγματοποιείται η εισαγωγή της εργασίας, και παρουσιάζεται το αντικείμενο και οι στόχοι της.

Στην Ενότητα 0 παρουσιάζεται η θεωρητική μελέτη που έχει πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα στο θέμα των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, και τα ερωτήματα που εγείρονται γύρω από την εφαρμογή τους.

Στην Ενότητα 3 παρουσιάζονται οι μεθοδολογικές προσεγγίσεις που χρησιμοποιούνται για την ποσοτικοποίηση της συμμετοχής μιας εθνικής οικονομίας ή ενός κλάδου οικονομικής δραστηριότητας σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

Στην Ενότητα 4 περιγράφεται η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε στην παρούσα εργασία και επεξηγούνται τα χρησιμοποιούμενα μεγέθη.

Στην Ενότητα 5 πραγματοποιείται η παρουσίαση του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και των βασικών οικονομικών και διαρθρωτικών χαρακτηριστικών του. Ακολουθεί σύγκριση με τον μέσο όρο των αντίστοιχων κλάδων της ΕΕ-28, και μια σύντομη συζήτηση σχετικά με την τεχνολογική ένταση που χαρακτηρίζει τη δραστηριότητα του κλάδου.

Στην Ενότητα 6 παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν. Αρχικά, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού συγκρίνεται με το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης ως προς τη διάρθρωση των εισροών, των εκροών, του εξαγωγικού προσανατολισμού και ορισμένων δεικτών επιδόσεων. Στη συνέχεια αναδεικνύονται οι κύριοι διεθνείς συνεργάτες του ελληνικού κλάδου για τις εισροές και εκροές σε τρία επίπεδα: επίπεδο χώρας, κλαδικό επίπεδο που απαρτίζει το φάσμα των εισαγωγών/εξαγωγών, και σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας με βάση τη συνεισφορά σε απόλυτα μεγέθη. Στο

κλαδικό επίπεδο αποτυπώνεται επίσης η εγχώρια αλυσίδα αξίας του ελληνικού κλάδου, μέσω των εγχώριων κλάδων-συνεργατών. Τέλος, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, η μεταποίησης και το σύνολο της ελληνικής οικονομίας χαρακτηρίζονται ως προς τη διάρθρωση της προστιθέμενης αξίας στις εξαγωγές τους, με σκοπό τη συγκριτική ανάδειξη του βαθμού συμμετοχής τους σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

Στην Ενότητα 7 καταγράφονται συνολικά τα συμπεράσματα που εξήχθησαν από την εργασία, και πραγματοποιούνται προτάσεις για μελλοντική έρευνα σε ερωτήματα που προέκυψαν κατά την εκπόνηση.

Στην Ενότητα 8 παρατίθεται η βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση της εργασίας.

2 Βιβλιογραφική επισκόπηση

2.1 Ανάλυση αλυσίδων αξίας

Η παγκοσμιοποίηση χαρακτηρίζει τις παραγωγικές διαδικασίες της σύγχρονης οικονομίας, καθώς το διεθνές εμπόριο δεν αποτελεί πλέον ένα σύνολο απρόσωπων συναλλαγών. Σημαντικό μέρος του πραγματοποιείται εντός πολυεθνικών επιχειρήσεων ή μέσω συστημάτων διακυβέρνησης, τα οποία διασυνδέουν τις εταιρείες με τη χρήση διαφόρων ειδών διακανονισμών και συμβολαίων με συνεργάτες και προμηθευτές (sourcing and contracting arrangements).

Μέσω της ανάλυσης των αλυσίδων αξίας μπορεί κάποιος να αποκτήσει μια ολιστική εικόνα των σχηματιζόμενων παγκόσμιων βιομηχανιών (global industries), ως προς την οργάνωση και τη δυναμική των εμπλεκόμενων σε αυτές οντοτήτων, τόσο από πάνω προς τα κάτω (για παράδειγμα, το πώς γίνεται η διακυβέρνηση ενός δικτύου οντοτήτων τέτοιας κλίμακας) όσο και από κάτω προς τα πάνω (για παράδειγμα, πώς η λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων επηρεάζει την πορεία της κοινωνικής και οικονομικής αναβάθμισης ή αντίστοιχα υποβάθμισης συγκεκριμένων χωρών και περιοχών) (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011). Κατ' επέκταση, μπορεί κανείς να οδηγηθεί σε συμπεράσματα σχετικά με τους επωφελούμενους ή μη από την όλη διαδικασία της παγκοσμιοποίησης, το πώς κατανέμονται τα κέρδη και πώς μπορούν να αυξηθούν οι αποδέκτες αυτών, χωρίς φυσικά να αγνοούνται και οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν (Gereffi, et al., 2001).

Η ανάλυση αλυσίδων αξίας κινείται γύρω από τους εξής άξονες, οι οποίοι θα αναπτυχθούν εκτενέστερα στη συνέχεια (Gereffi, 1995; Humphrey & Schmitz, 2002b):

1. Δομή
2. Γεωγραφική διάσταση
3. Διακυβέρνηση
4. Ρυθμιστικά πλαίσια του ευρύτερου περιβάλλοντος
5. Αναβάθμιση

Αρχικά, η ανάλυση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας εστίαζε μόνο σε θέματα οικονομικά και ανταγωνιστικότητας αλλά πλέον έχει στραφεί και προς την κοινωνική και περιβαλλοντική τους διάσταση, με την έρευνα να προσανατολίζεται και σε θέματα όπως τα εργασιακά πλαίσια, η ανάπτυξη του εργατικού δυναμικού, το «πρασίνισμα» της αλυσίδας και οι συσχετισμοί με το φύλο (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011).

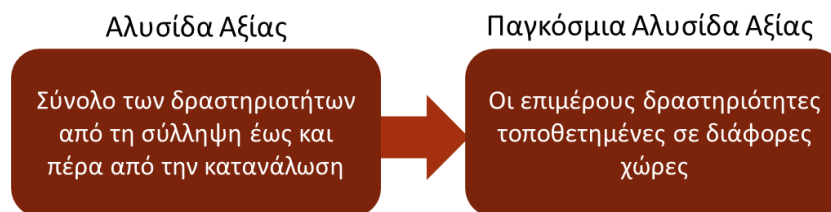
2.2 Παγκόσμιες Αλυσίδες Αξίας

Η αλυσίδα αξίας² αντικατοπτρίζει το σύνολο των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων και των εργαζομένων ώστε να δημιουργηθεί ένα προϊόν, σε όλα τα στάδια από τη σύλληψη της ιδέας

² Ο Porter (1985), ορίζει την αξία ως «το ποσό που οι αγοραστές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για το προϊόν/υπηρεσία που τους προσφέρει μια επιχείρηση. Η αξία μετράται από τα συνολικά έσοδα,

του έως και μετά την τελική χρήση (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011; Frederick, 2016) Οι δραστηριότητες αυτές, οι οποίες προσθέτουν αξία στο προϊόν, μπορεί να εμφανίζονται είτε μέσα σε μία μόνο επιχείρηση είτε να είναι διαχωρισμένες σε διάφορες επιχειρήσεις (Frederick, 2016), και σε αυτές εμπλέκονται πολλών ειδών οντότητες όπως άλλες επιχειρήσεις, δημόσιοι οργανισμοί, άτομα κλπ. Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά και οι επιδόσεις μιας αλυσίδας αξίας είναι συνάρτηση των παραγόντων που απαρτίζουν το περιβάλλον της, όπως είναι οι θεσμοί, τα νομοθετικά πλαίσια και οι διάφοροι ισχύοντες κανονισμοί και προδιαγραφές (McKinsey Global Institute, 2019).

Λόγω του παγκόσμιου χαρακτήρα που αποκτά η οικονομία μέσα από το εμπόριο και τις επενδυτικές δραστηριότητες, οι οντότητες που προαναφέρθηκαν μπορεί να είναι τοποθετημένες σε διάφορα μέρη του κόσμου (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011). Έτσι, όταν η αλυσίδα αξίας περιλαμβάνει ένα σύνολο από οργανωσιακές συμφωνίες (organizational arrangements) και επιχειρήσεις διασυνδεδεμένες μέσα σε ένα παγκόσμιο δίκτυο, τότε πλέον αναφερόμαστε σε μια παγκόσμια αλυσίδα αξίας. (de Marchi, et al., 2014)



Εικόνα 2.1: Από τις αλυσίδες αξίας σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Πηγή: επεξεργασία από συγγραφέα

Είναι γεγονός όμως πως η ανάλυση της παγκόσμιας οικονομίας οφείλει εκτός από το διεθνές επίπεδο να πραγματοποιείται και να ενσωματώνει επιμέρους γεωγραφικές κλίμακες, όπως είναι η τοπική, η εθνική, αλλά και τα ευρύτερα γεωγραφικά σύνολα χωρών, κατ' αντιστοιχία με τα χαρακτηριστικά των αλυσίδων υπό εξέταση (Gereffi, et al., 2001).

2.3 Είδη Αλυσίδων Αξίας

Η υπάρχουσα έρευνα έχει οδηγήσει σε πληθώρα ορολογιών για να περιγραφεί ο τρόπος που οι επιχειρήσεις οργανώνουν τις δραστηριότητές τους στο παγκόσμιο αυτό πλαίσιο, με κύριο στοιχείο διάκρισης μεταξύ τους τη φύση των σχέσεων που αναπτύσσονται ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τις οντότητες μέσα σε αυτές (Hernández & Pedersen, 2017). Εν τέλει, προτιμήθηκε η προσέγγιση της αλυσίδας αξίας ως ο πιο ευρύς και αντιπροσωπευτικός όρος για όλο το φάσμα των παραγωγικών δραστηριοτήτων και των τελικών προϊόντων. Ωστόσο αξίζει να γίνει αναφορά σε ορισμένες ορολογίες που παρουσιάζονται στη συνέχεια, καθώς καθεμία παρουσιάζει μια διαφορετική οπτική και επικεντρώνεται σε διαφορετικά στοιχεία,

τα οποία αντανακλούν την τιμή ενός προϊόντος και τις μονάδες που μπορούν να πωληθούν» [22]. Η αλυσίδα αξίας αναφέρεται σε **προστιθέμενη αξία παραγωγικών δραστηριοτήτων**, η οποία αποτελεί τη διαφορά μεταξύ της αξίας του τελικού προϊόντος της δραστηριότητας και του κόστους των αγαθών που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για την παραγωγή του (IOBE, 2017)

συμβάλλοντας έτσι στην περαιτέρω κατανόηση της ανάλυσης των αλυσίδων αξίας (Gereffi, et al., 2001):

- Εφοδιαστικές αλυσίδες (Supply chains)
Αποτελεί έναν γενικό όρο για την απεικόνιση της δομής εισροών-εκροών των δραστηριοτήτων που προσθέτουν αξία, από τις πρώτες ύλες έως το τελικό προϊόν (Gereffi, et al., 2001). Μια τέτοια ανάλυση επεξηγεί τις σχέσεις μιας επιχείρησης με προμηθευτές και πελάτες με σκοπό τη διάθεση προϊόντων μειώνοντας τα κόστη (Hernández & Pedersen, 2017).
- Αλυσίδες αγαθών (Commodity chains)
Αυτή η προσέγγιση επικεντρώνεται στη μελέτη βιομηχανικών κλάδων και τις σχέσεις δύναμης και εξουσίας που έχουν προκύψει στο εσωτερικό τους, ώστε να αποσαφηνιστεί ο ρόλος της “lead firm”, της επιχείρησης δηλαδή που κατέχει κυρίαρχο ρόλο στην αλυσίδα αξίας (Mahutga, 2012). Οι lead firms βρίσκονται κατά κύριο λόγο τοποθετημένες σε αναπτυσσόμενες χώρες και περιλαμβάνουν τόσο πολυεθνικούς παρασκευαστές, όσο και μεγάλους λιανικούς πωλητές και επιχειρήσεις με ισχυρό brand³. Διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στη λήψη αποφάσεων μέσα στην αλυσίδα όσον αφορά το τι πρόκειται να παραχθεί, με ποιο τρόπο και από ποιον, και κατ’ επέκταση συντονίζουν και κατανέμουν την αξία κατά μήκος της αλυσίδας (Gereffi, et al., 2001; Azmeh & Nadvi, 2014). Σε αυτό το σημείο δημιουργείται μια διάκριση ανάμεσα στις αλυσίδες κατευθυνόμενες από τους αγοραστές (buyer-driven) και τις αλυσίδες κατευθυνόμενες από τους παραγωγούς (producer-driven). Στις πρώτες, η lead firm διαδραματίζει τον κύριο ρόλο ως έμπορος και εξασφαλίζει ότι όλα τα κομμάτια της δραστηριότητας ενώνονται στο τελικό προϊόν, ενώ στις δεύτερες η lead firm διαδραματίζει κύριο ρόλο στις παραγωγικές δραστηριότητες. (Borrus, et al., 2000)
- Δίκτυα αξίας (Value networks)
Εστιάζουν στη δημιουργία αξίας ως συνδυαστικό προϊόν οντοτήτων διασυνδεδεμένων και συμπληρωματικών μεταξύ τους, που δεν ανταγωνίζονται σε επίπεδο μεμονωμένων επιχειρήσεων αλλά δικτύων. Βρίσκει μεγάλη εφαρμογή σε κλάδους όπως οι τηλεπικοινωνίες, η ασφάλιση και η τραπεζική. (Peppard & Rylander, 2006)
- Σύστημα αξίας (Value system)
Ο όρος αυτός προκύπτει από το πλαίσιο (framework) που αναπτύχθηκε από τον Michael Porter (1990, pp. 40-44), όπου το σύστημα αξίας αποτελεί ένα σύνολο από διασυνδεδεμένες «ολοκληρωμένες» επιχειρήσεις που ενσωματώνουν όλες τις επιχειρησιακές λειτουργίες (business functions). (Gereffi, et al., 2001)

³ Σύμφωνα με τον Αμερικάνικο Σύλλογο Μάρκετινγκ (American Marketing Association (AMA), 2007), το brand ορίζεται ως «ένα όνομα, όρος, σχέδιο, σύμβολο ή οποιοδήποτε άλλο χαρακτηριστικό το οποίο διαφοροποιεί ένα αγαθό ή υπηρεσία από τα υπόλοιπα της αγοράς».

- **Δίκτυα διεθνούς παραγωγής (International production networks)**
Η εστίαση γίνεται σε πολυεθνικές εταιρίες και το πώς αυτές δημιουργούν ενδο-εταιρικές και εξωτερικές σχέσεις μέσω των οποίων οργανώνουν όλο το φάσμα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους (Borras, et al., 2000).
- **Γαλλική προσέγγιση *filière* (French *filière* approach)**
Πρόκειται για ένα σύνολο μελετών που χρησιμοποιεί την έννοια της αλυσίδας (*filière*) των δραστηριοτήτων ως μια μέθοδο μελέτης των αγροτικών κατά κύριο λόγο εξαγωγικών αγαθών όπως το καουτσούκ, το βαμβάκι και το κακάο (Raikes, et al., 2000).
- **Παγκόσμιες αλυσίδες αξίας (Global value chains)**
Όπως έχει ήδη αναφερθεί, εδώ η έμφαση δίνεται στη σχετική αξία των δραστηριοτήτων που απαιτούνται για τη μετατροπή ενός προϊόντος ή υπηρεσίας από το στάδιο της ιδέας έως την τελική διανομή στους καταναλωτές και την μετέπειτα απόρριψη, μέσα από τα βήματα της παραγωγής που περιλαμβάνουν τόσο τη φυσική μεταποίηση όσο και επιπλέον εισροές υπηρεσιών (Gereffi, et al., 2001). Δίνεται μια περισσότερο κάθετη οπτική, ώστε να χαρτογραφηθεί όλη αυτή η αλληλουχία των βημάτων και της προσθήκης αξίας χωρίς φυσικά να αναιρείται η δυναμικότητά της και η ύπαρξη κοινών περιβάλλοντων (Sturgeon, 2001).

Από τα παραπάνω γίνεται επίσης κατανοητό πως η προσέγγιση της αλυσίδας αξίας επεκτείνει την ευρέως διαδεδομένη έννοια της εφοδιαστικής αλυσίδας ένα βήμα παραπέρα, καθώς επισημαίνει πως οι εμπλεκόμενες οντότητες μπορούν να είναι διασυνδεδεμένες και να δημιουργούν αξία την οποία χρησιμοποιούν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Al-Mudimigh, et al., 2004; Stabell & Fjeldstad, 1998). Επιπροσθέτως, μέσα από την αναζήτηση των τρόπων δημιουργίας αλλά και απόκτησης της αξίας, η προσέγγιση αυτή λαμβάνει υπόψη σε μεγαλύτερο βαθμό τους πελάτες, επιδιώκοντας να κατανοήσει τις ανάγκες τους και να τους προσφέρει αξία (Cox, 1999; Di Domenico, et al., 2007; Gereffi & Lee, 2012).

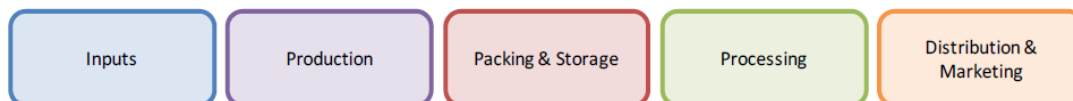
2.4 Δομή μιας αλυσίδας αξίας

Τα τμήματα-«κρίκοι» μιας αλυσίδας παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις ανάλογα με τον κλάδο στον οποίο αυτή αναφέρεται, αλλά μια τυπική αλυσίδα αποτελείται από τα εξής μέρη (Hernández & Pedersen, 2017; Gereffi & Fernandez-Stark, 2011):

- Έρευνα και Ανάπτυξη
- Σχεδιασμός
- Εισροές
- Παραγωγή
- Διανομή και Μάρκετινγκ
- Ανακύκλωση μετά τη χρήση (σε ορισμένες περιπτώσεις)

Η σχηματική αναπαράσταση της αλυσίδας γίνεται με τη δομή εισροών-εκροών (input-output structure). Οι δραστηριότητες αποτυπώνονται σε μορφή κουτιών συνδεδεμένων με βέλη, τα οποία αναπαριστούν τις ροές των υλικών και άυλων αγαθών και υπηρεσιών που είναι απαραίτητα για την προσθήκη της αξίας στα διάφορα στάδια της αλυσίδας αλλά και για την απεικόνιση της πληροφορίας που ενδιαφέρει τον ερευνητή στην εκάστοτε μελέτη, όπως είναι οι δουλειές, οι μισθοί, το φύλο ή οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στα διάφορα στάδια της αλυσίδας (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011).

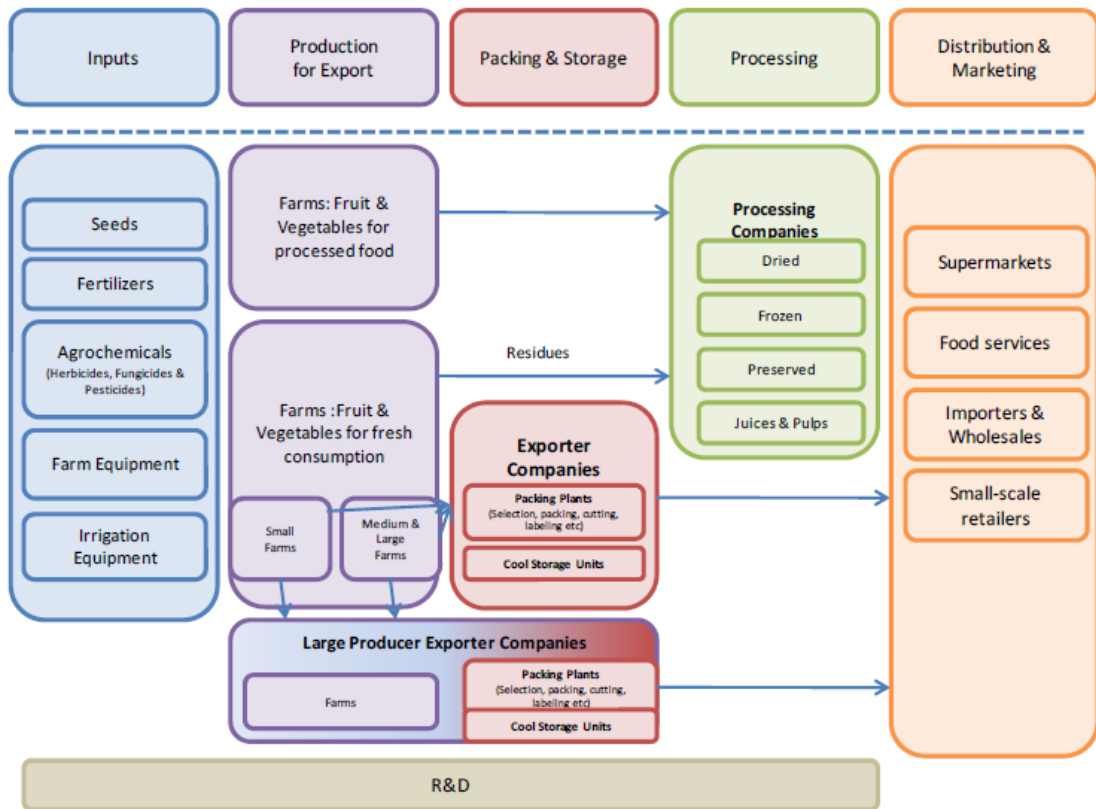
Για παράδειγμα, η παγκόσμια αλυσίδα αξίας των φρούτων και λαχανικών απεικονίζεται ως εξής:



Εικόνα 2.2: Αναπαράσταση της ΠΑΑ φρούτων και λαχανικών. Πηγή: Fernandez-Stark et al. (2011)

Κάθε ένα από τα μέρη της αλυσίδας διαθέτει τα δικά του χαρακτηριστικά και δυναμική, όπως για παράδειγμα συγκεκριμένες πρακτικές ανεύρεσης των απαραίτητων πόρων ή προτιμώμενους προμηθευτές. Είναι σημαντικό να προσδιορίζονται σε κάθε «κρίκο» οι εμπλεκόμενες οντότητες και ορισμένα κύρια χαρακτηριστικά αυτών όπως το μέγεθος, το αν είναι παγκόσμιες ή εγχώριες, το αν είναι δημόσιες ή ιδιωτικές κλπ. Η αποτύπωση αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη σε επόμενα στάδια της ανάλυσης, καθώς βοηθά στο να γίνουν περισσότερο κατανοητές οι συνθήκες που επικρατούν στην εκάστοτε αλυσίδα.

Στο υπάρχον παράδειγμα με την αλυσίδα των φρούτων και λαχανικών, οι εισροές στο τμήμα “processing” μπορεί να προέρχονται από φρούτα που αρχικά προορίζονταν για εξαγωγή αλλά δεν πληρούσαν τις ποιοτικές προϋποθέσεις, ή από παραγωγή αποκλειστικά προς επεξεργασία. Αποτυπώνοντας λοιπόν τους εμπλεκόμενους κύριους παραγωγούς φρέσκων φρούτων και λαχανικών αλλά και τους τελικούς αγοραστές κάτω από τα κομμάτια παραγωγής, διανομής και μάρκετινγκ, καταλήγουμε στην παρακάτω μορφή για την αλυσίδα:

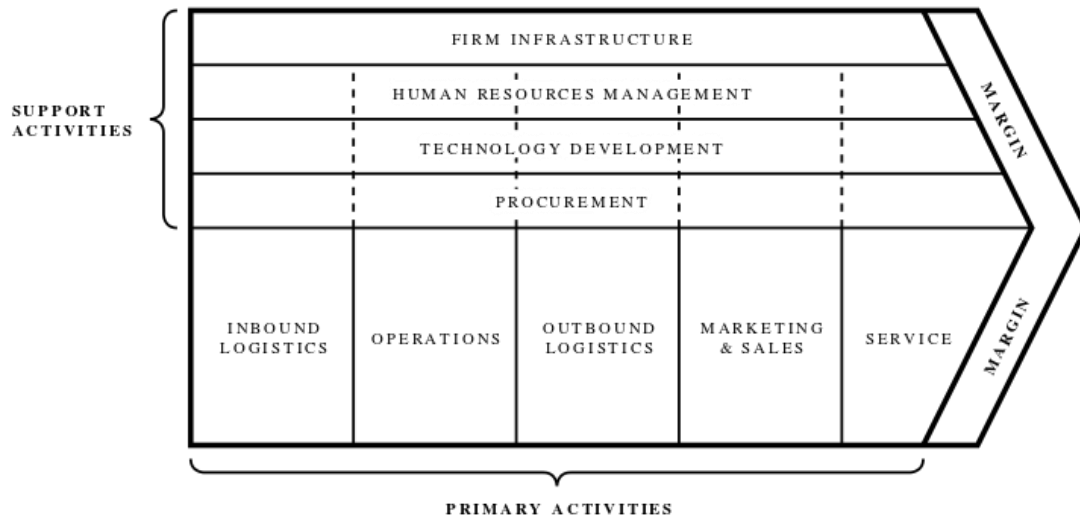


Εικόνα 2.3: Η παγκόσμια αλυσίδα αξίας των φρούτων και λαχανικών, με τους εμπλεκόμενους προμηθευτές και αγοραστές στα στάδια παραγωγής, μάρκετινγκ και διανομής. Πηγή: Fernandez-Stark et al. (2011)

2.5 Ταξινόμηση των δραστηριοτήτων μέσα σε μια αλυσίδα αξίας

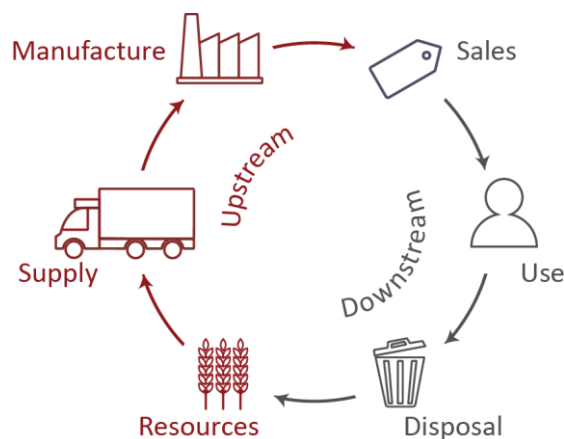
Ένα σημαντικό στοιχείο της ανάλυσης των αλυσίδων αξίας είναι η ταξινόμηση των δραστηριοτήτων τους, η οποία μπορεί να γίνει με διάφορα κριτήρια:

Πρώτο κριτήριο αποτελεί ο βαθμός εμπλοκής στην παραγωγική διαδικασία. Ο Porter διαχωρίζει τις δραστηριότητες σε δύο βασικές κατηγορίες: κύριες (primary activities) και υποστηρικτικές ή δευτερεύουσες (support/secondary activities). Οι κύριες δραστηριότητες περιλαμβάνουν την παραγωγή, τη διανομή και το μάρκετινγκ του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Οι δευτερεύουσες αφορούν, αφενός, τη δημιουργία και ανεύρεση εισροών και αφετέρου παράγοντες αναπόσπαστους για την επιχείρηση που διευκολύνουν και συντονίζουν τις κύριες δραστηριότητες, όπως είναι ο προγραμματισμός, το μάνατζμεντ και η διασφάλιση της αποδοτικότητας και της παραγωγικότητας (Porter, 1991; Priem & Swink, 2012; Tansuchat, et al., 2016).



Εικόνα 2.4: Η αλυσίδα αξίας σύμφωνα με τον Porter. Πηγή: Porter (1998)

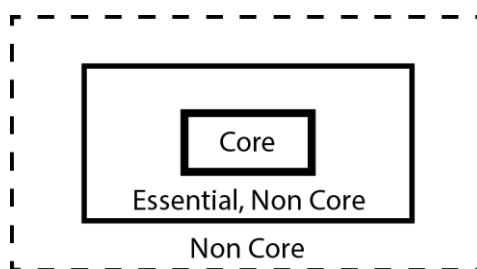
Δεύτερο κριτήριο αποτελεί η λειτουργία και η σχετική θέση μέσα στην αλυσίδα. Εκεί οι δραστηριότητες διακρίνονται σε “upstream” και “downstream”, ανάλογα με την εγγύτητά τους με την εκμετάλλευση πρώτων υλών και με τη μεταποίηση και μορφοποίηση των προϊόντων αντίστοιχα (Niconich, et al., 2007; Pananond, 2013; Singer & Donoso, 2008; Verbeke, et al., 2016). Ο Mudambi (2008) προσθέτει έναν ακόμη τύπο, τις “middle-end” δραστηριότητες. Σε αυτή την προσέγγιση, οι upstream δραστηριότητες είναι εκείνες που αφορούν την έρευνα και τον σχεδιασμό προϊόντων, καθώς και την εμπορευματοποίηση των δημιουργικών εγχειρημάτων, ενώ οι downstream περιλαμβάνουν το μάρκετινγκ, τη διαφήμιση, τη διαχείριση της επωνυμίας (brand management) και τις υπηρεσίες που παρέχονται μετά την πώληση. Οι middle-end δραστηριότητες είναι αυτές που σχετίζονται με τη μεταποίηση και γενικότερα επαναληπτικές διαδικασίες που εκτελούνται σε μαζική κλίμακα.



Εικόνα 2.5: Upstream και downstream δραστηριότητες στην αλυσίδα αξίας. Πηγή: (<http://business-case-builder.com>, 2019)

Ένα τρίτο κριτήριο σχετίζεται με το κατά πόσο οι δραστηριότητες διευρύνουν τις τεχνολογικές γνώσεις και δεξιότητες της επιχείρησης. Με βάση αυτό οι δραστηριότητες διακρίνονται σε εκείνες που σχετίζονται με τη «διερεύνηση», όταν έχουν τεχνολογικές απαιτήσεις και θα οδηγήσουν στην ανάπτυξη των λειτουργιών της επιχείρησης, και εκείνες που σχετίζονται με την εκμετάλλευση, που αφορούν δηλαδή την εφαρμογή ήδη υπάρχουσων τεχνολογιών (Cantwell & Mudambi, 2005; Cantwell & Piscitello, 2015; Ha & Giroud, 2015).

Τέλος, κριτήριο αποτελεί η συμβολή των δραστηριοτήτων στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Ορισμένοι ερευνητές (Espino-Rodríguez & Rodríguez-Díaz, 2014; Gilley & Rasheed, 2000; McInvor, 2000) τις κατατάσσουν ως θεμελιώδεις (core) και μη θεμελιώδεις (non core) δραστηριότητες, ενώ άλλοι (Contractor, et al., 2010; Quinn, 1999; Linares-Navarro, et al., 2014) προσθέτουν και τις απαραίτητες (essential). Σύμφωνα με την τελευταία προσέγγιση, οι θεμελιώδεις δραστηριότητες είναι εκείνες που έχουν υψηλή προστιθέμενη αξία και κατά συνέπεια είναι σημαντικές για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, και σε αυτές η εταιρία έχει τη μεγαλύτερη τεχνογνωσία και επιδόσεις. Στις απαραίτητες δραστηριότητες κατατάσσονται όσες είναι αναγκαίες για τη διατήρηση διαδικασιών που είναι συμπληρωματικές και εξίσου σημαντικές για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ενώ στις μη θεμελιώδεις αντιστοιχούν όσες διαδικασίες δεν εμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό στην τεχνογνωσία της επιχείρησης και μπορούν εύκολα να ανατεθούν σε άλλες οντότητες εκτός αυτής (outsourcing).



Εικόνα 2.6: Θεμελιώδεις, απαραίτητες και μη θεμελιώδεις δραστηριότητες. Πηγή: προσαρμοσμένο από Quinn (1999)

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 2.1) φαίνεται συγκεντρωτικά η ταξινόμηση των δραστηριοτήτων με βάση τα προαναφερθέντα κριτήρια:

Πίνακας 2.1: Ταξινόμηση δραστηριοτήτων μέσα στην αλυσίδα αξίας. Πηγή: Gereffi & Fernandez-Stark (2011)

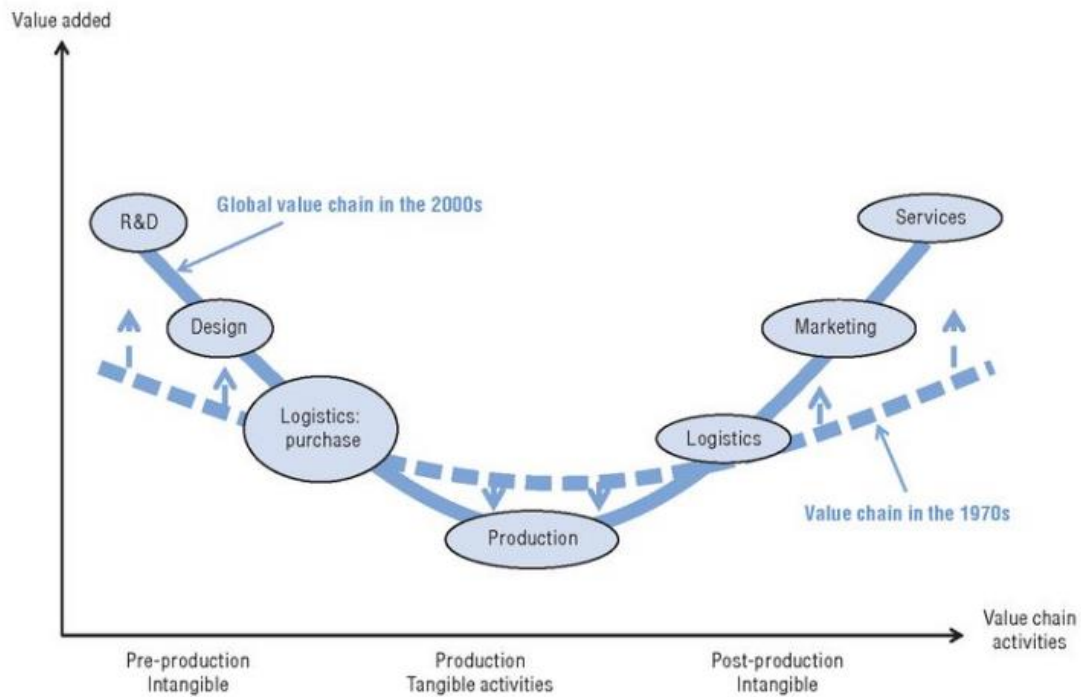
Κριτήριο	Ταξινόμηση δραστηριοτήτων	Περιγραφή	Σχετικές μελέτες
Βαθμός εμπλοκής στην παραγωγική διαδικασία	Κύριες	Περιλαμβάνουν τη δημιουργία, την παραγωγή, τα logistics, το μάρκετινγκ και την εξυπηρέτηση πελατών	(Porter, 1991; Priem & Swink, 2012; Tansuchat, et al., 2016)
	Υποστηρικτικές	Σχετίζονται με την ανεύρεση πρώτων υλών,	

		ανάπτυξη τεχνολογίας, διοίκηση ανθρωπίνου δυναμικού και γενικότερες υποδομές	
Λειτουργία μέσα στην αλυσίδα	Upstream	Στην αρχή της αλυσίδας. Συγγενείς δραστηριότητες με την ανεύρεση πρώτων υλών και την έρευνα, τον σχεδιασμό και την εμπορευματοποίηση των εγχειρημάτων	(Nicovich, et al., 2007; Pananond, 2013; Singer & Donoso, 2008; Verbeke, et al., 2016; Mudambi, 2008; Mudambi & Puck, 2016)
	Middle-end	Αφορούν τη μεταποίηση και τα logistics	
	Downstream	Κοντά στον τελικό καταναλωτή, προσθέτουν αξία στο προϊόν με μεταποίηση ή μορφοποίηση	
Δυνατότητα δημιουργίας γνώσεων/δεξιοτήτων	Εξερεύνησης	Δημιουργούν νέες γνώσεις επεκτείνοντας τις δυνατότητες τις επιχείρησης και αξιοποιώντας με νέους τρόπους τους πόρους της	(Cantwell & Mudambi, 2005; Cantwell & Piscitello, 2015; Ha & Giroud, 2015)
	Εκμετάλλευσης	Βασίζονται στην εκμετάλλευση των ήδη υπάρχοντων πόρων και τεχνογνωσίας	
Δυνατότητα δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	Θεμελιώδεις	Διαφοροποιούν την επιχείρηση, κρίσιμες για τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	(Espino-Rodríguez & Rodríguez-Díaz, 2014; Gilley & Rasheed, 2000; McIvor, 2000; Contractor, et al., 2010; Quinn, 1999; Linares-Navarro, et al., 2014)
	Υποστηρικτικές	Συμπληρωματικές και σημαντικές για τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	
	Μη θεμελιώδεις	Προσδίδουν χαμηλή προστιθέμενη αξία στην επιχείρηση	

Είναι πλέον κατανοητό ότι όπως μια επιχείρηση σε μικρότερη κλίμακα, έτσι και μια αλυσίδα αξίας είναι ένα σύνολο διακριτών αλλά διασυνδεδεμένων δραστηριοτήτων. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της κάθε επιχείρησης προκύπτει είτε από την ικανότητά της να εκτελεί τις απαιτούμενες αυτές δραστηριότητες με μικρότερο κόστος από τους ανταγωνιστές της, είτε να τις εκτελεί με τέτοιο μοναδικό τρόπο ώστε να δημιουργεί μεγαλύτερη αγοραστική αξία και κατά συνέπεια να είναι σε θέση να διαφοροποιηθεί και να διαθέτει τα προϊόντα της σε υψηλότερες τιμές (Porter, 1991). Στο πλαίσιο των αλυσίδων αξίας, έχει παρατηρηθεί πως ο κατακερματισμός των δραστηριοτήτων γίνεται περισσότερο εστιασμένα και σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι πρωτότερα (*fine-slicing*), οδηγώντας έτσι επιχειρήσεις στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω της εξειδίκευσης στις δραστηριότητες τις οποίες εκτελούν βέλτιστα. Συγκεκριμένα, μέσα από τον υψηλό βαθμό κατακερματισμού οι επιχειρήσεις αποκτούν τη δυνατότητα να αναπτύξουν τη γνώση τους πάνω στα συστήματα που χρησιμοποιούν, οργανώνοντας τις δραστηριότητές τους με νέους τρόπους και προσδιορίζοντας με ακρίβεια τις συνδέσεις αυτών. Επιπλέον, αποκτούν τη δυνατότητα επαναπροσδιορισμού των θεμελιωδών και μη δραστηριοτήτων τους, κρατώντας τις πραγματικά θεμελιώδεις τους εσωτερικά και διαθέτοντας σε αυτές περισσότερους πόρους, χρόνο και προσπάθεια (Gilley & Rasheed, 2000; Linares-Navarro, et al., 2014). Η εξειδίκευση δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αναπτύξουν ανώτερες ικανότητες, οι οποίες τους προσδίδουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Jacobides & Winter, 2005).

2.6 Κατανομή προστιθέμενης αξίας κατά μήκος μιας αλυσίδας

Εμπειρική μελέτη και case studies πάνω σε προϊόντα έχουν υποδείξει πως η δημιουργία αξίας μέσα σε μια παγκόσμια αλυσίδα αξίας είναι συχνά ανομοιόμορφα κατανομημένη στις διάφορες δραστηριότητες που την απαρτίζουν. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, η μεγαλύτερη προσθήκη αξίας φαίνεται να συμβαίνει είτε σε *upstream* δραστηριότητες όπως η έρευνα και ανάπτυξη ή η παραγωγή ορισμένων θεμελιωδών στοιχείων του προϊόντος, είτε σε *downstream* όπως το μάρκετινγκ, το branding ή η εξυπηρέτηση πελατών. Αντίθετα, δραστηριότητες που παρουσιάζουν σπονδυλωτή μορφή (*high modularity*) και διακρίνονται από ευρέως διαδεδομένες και καθιερωμένες προδιαγραφές (*well established standards*), όπως είναι η τελική συναρμολόγηση ηλεκτρονικών ή μηχανημάτων, τείνουν να συνιστούν μικρό μέρος της συνολικής προστιθέμενης αξίας της αλυσίδας. Η θεώρηση αυτή αναπαρίσταται σχηματικά από τη “*smiling curve*”, όπως φαίνεται στην Εικόνα 2.7. Στην εικόνα είναι επίσης εμφανής η εξέλιξη της καμπύλης από μια σχετικά ομοιόμορφη κατανομή προστιθέμενης αξίας σε μια σχήματος “U”, η οποία προκλήθηκε από την πολιτική των επιχειρήσεων να αναθέτουν εξωτερικά (*offshoring*) δραστηριότητες εντάσεως εργασίας (κυρίως μεταποίησης και συναρμολόγησης) σε αναπτυσσόμενα κράτη (OECD, 2013).



Εικόνα 2.7: Κατανομή προστιθέμενης αξίας κατά μήκος της αλυσίδας, με τη μορφή της “smiling curve”. Πηγή: OECD (2013)

Αξίζει να σημειωθεί πως οι Ye et.al (2015) τονίζουν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό της έρευνας που αφορά τις smiling curves έχει γίνει σε επίπεδο επιχειρήσεων και όχι σε επίπεδο χωρών, ενώ κρίνουν την αναγωγή της μελέτης σε επίπεδο οικονομιών βήμα απαραίτητο ώστε να δοθούν ακριβέστερα δεδομένα σχετικά με τη στρατηγική συμμετοχής κρατών σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

2.7 Γεωγραφική διάσταση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, στις παγκόσμιες αλυσίδες οι δραστηριότητες κατανέμονται σε διάφορα μέρη του κόσμου με κριτήριο την ανεύρεση των πιο ανταγωνιστικών εισροών για κάθε κομμάτι της αλυσίδας (Hernández & Pedersen, 2017).

Καταρχάς, η γεωγραφική ανάλυση των αλυσίδων αξίας γίνεται μέσα από τον εντοπισμό των lead firms σε κάθε κομμάτι-«κρίκο» της αλυσίδας. Η ύπαρξη αριθμού lead firms σε μια χώρα αποτελεί ένδειξη του επιπέδου συνεισφοράς της εκάστοτε χώρας στην αλυσίδα, και η συγκριτική συνεισφορά μεταξύ χωρών μπορεί να ποσοτικοποιηθεί εξετάζοντας δεδομένα σε επίπεδο εθνικών οικονομιών, όπως οι εξαγωγές κλάδων και τα τμήματα της αλυσίδας στα οποία αυτές συγκεντρώνονται (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011).

Πολλοί ερευνητές, ωστόσο, παρατηρούν ότι είναι αδύνατο να υπάρξει μια πραγματικά παγκόσμια αλυσίδα και πως στην πράξη έχουν περιφερειακό (regional) χαρακτήρα (Rugman,

et al., 2009) καθώς οι πολυεθνικές επιχειρήσεις που διαχειρίζονται τέτοια δίκτυα προτιμούν την επιλογή λιγότερων και μεγαλύτερων προμηθευτών, τοποθετημένων σε στρατηγικές τοποθεσίες περιφερειακά και όχι παγκόσμια (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011), συνιστώντας τρία μεγάλα «εργοστάσια»: Ασία, Βόρεια Αμερική και Ευρώπη (Baldwin & Lopez-Gonzalez, 2015). Νέες μελέτες όμως υποδεικνύουν ότι πλέον ο κατακερματισμός σε παγκόσμιο επίπεδο ευνοείται και εξελίσσεται με ταχύτερους ρυθμούς, γεγονός που μπορεί να εξηγηθεί και με βάση το ότι οι αναπτυσσόμενες χώρες είναι συχνά σε θέση να προσφέρουν χαμηλού κόστους εργασία ή και πρώτες ύλες, ενώ τα ανεπτυγμένα κράτη με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης εστιάζουν στην έρευνα και ανάπτυξη και τον σχεδιασμό προϊόντων (Los, et al., 2015).

Ο τρόπος με τον οποίο κατανέμονται οι δραστηριότητες των αλυσίδων αξίας γεωγραφικά, τις διακρίνει σε διασκορπισμένες (dispersed) και συγκεντρωμένες (concentrated) (Hansen, et al., 2009), ανάλογα με τον βαθμό αναπαραγωγής των δραστηριοτήτων τους στις διαφορετικές τοποθεσίες. Μια διασκορπισμένη αλυσίδα αναπαράγει το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των δραστηριοτήτων της σε κάθε χώρα σχηματίζοντας αυτόνομες θυγατρικές, επιτυγχάνοντας ευκολότερο συντονισμό των δραστηριοτήτων και υψηλότερη ανταπόκριση στην τοπική ζήτηση, θυσιάζοντας τις οικονομίες κλίμακας. Η συγκεντρωμένη αλυσίδα, αντιθέτως, δημιουργεί υψηλά εξειδικευμένες θυγατρικές με σκοπό κάθε δραστηριότητα να πραγματοποιείται σε διαφορετικό γεωγραφικό μέρος. Έτσι οι επιχειρήσεις επωφελούνται από τα πλεονεκτήματα του κατακερματισμού δραστηριοτήτων και της εξειδίκευσης, αλλά αντιμετωπίζουν συντονιστικές δυσκολίες λόγω των γεωγραφικών διαφορών και αποστάσεων. (Hernández & Pedersen, 2017)

Τέλος, μεγάλη σημασία για τις επιλογές τοποθεσίας δείχνει να έχει και η ανάγκη προσαρμογής των επιχειρήσεων στις διαφορές που παρουσιάζουν οι τοπικές αγορές, ενώ ταυτόχρονα επιδιώκουν να κινούνται σε οικονομίες κλίμακας⁴ και φάσματος⁵ και να μεγιστοποιούν τη ροή γνώσης και πληροφορίας σε όλες τις τοποθεσίες (Gupta & Govindarajan, 2001). Φυσικά, οι γεωγραφικές επιλογές εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το είδος του κλάδου στον οποίο σχηματίζεται η αλυσίδα, καθώς ορισμένοι κλάδοι παρουσιάζουν εμπόδια εισόδου τα οποία δυσχεραίνουν τον σχηματισμό αλυσίδων αξίας σε παγκόσμιο επίπεδο (Hernández & Pedersen, 2017).

2.8 Διακυβέρνηση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας

Μία πολύ κεντρική πτυχή της ανάλυσης των αλυσίδων αξίας, είναι η διακυβέρνησή τους. Κατά τους Gereffi και Korzeniewicz (1994, p. 94) η διακυβέρνηση αναφέρεται στις «σχέσεις εξουσίας και δύναμης που καθορίζουν το πώς οι οικονομικοί, υλικοί και ανθρωπίνι πόροι κατανέμονται και ρέουν κατά μήκος μιας αλυσίδας». Αποτελεί επομένως ένα δυναμικό χαρακτηριστικό των αλυσίδων που περιγράφει τις σχέσεις και τις διασυνδέσεις που εμφανίζονται ανάμεσα στις εμπλεκόμενες οντότητες, και επιτρέπει σε κάποια οντότητα

⁴ Οι οικονομίες κλίμακας (economies of scale) αφορούν τη μείωση κόστους στις επιχειρήσεις, μέσα από την αύξηση του μεγέθους παραγωγής, καθώς αυξάνεται η παραγωγικότητα και τα κόστη κατανέμονται σε μεγαλύτερο αριθμό αγαθών. (Investopedia, 2019)

⁵ Οι οικονομίες φάσματος (economies of scope) προκύπτουν όταν μια επιχείρηση σε βάθος χρόνου μειώνει το μέσο και οριακό κόστος παραγωγής της, παράγοντας συμπληρωματικά αγαθά. Αυτό συμβαίνει επειδή η παραγωγή δύο ή περισσότερων συγγενικών ή συσχετισμένων αγαθών είναι πιο οικονομική από την παραγωγή του καθενός ξεχωριστά. (Investopedia, 2019)

ανάλογα με την επιρροή που ασκεί να καθορίσει, να ελέγξει και να συντονίσει τις δραστηριότητες των υπολοίπων. Η εν λόγω οντότητα μπορεί να είναι η lead firm ή περισσότερες ισχυρές εταιρίες της αλυσίδας, αλλά και άλλες οντότητες εμπλεκόμενες στο ευρύτερο πεδίο δραστηριοποίησης της αλυσίδας (Frederick & Gereffi, 2009). Ο έλεγχος που ασκείται καθορίζει σε κάθε σημείο της αλυσίδας:

1. Τι πρόκειται να παραχθεί
2. Πώς πρόκειται να παραχθεί
3. Πότε πρόκειται να παραχθεί
4. Πόση ποσότητα πρέπει να παραχθεί

Πολλοί προσθέτουν και την τιμή ως επιπλέον παράμετρο, καθώς υπάρχουν περιπτώσεις όπου οι αγοραστές θέτουν μια τιμή – στόχο στους προμηθευτές τους (Humphrey & Schmitz, 2002a).

Η διακυβέρνηση στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας συνδέεται και με ορισμένα επιπλέον ζητήματα, όπως:

- Η προσβασιμότητα στην αγορά: Παρότι με το παγκόσμιο εμπόριο τα εμπόδια εισόδου σε νέες αγορές μειώνονται, για τα αναπτυσσόμενα κράτη η δυνατότητα ένταξης σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας και άρα σε παγκόσμιες αγορές προκύπτει από τη δυνατότητά τους να αποκτήσουν πρόσβαση και να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των lead firms της εκάστοτε αγοράς.
- Ταχεία απόκτηση τεχνολογικών ικανοτήτων: Οι παραγωγοί που ξεκινούν συνεργασίες με τις lead firms της αλυσίδας καλούνται άμεσα να ανταποκριθούν σε υψηλές απαιτήσεις μείωσης κόστους και ποιοτικών προδιαγραφών, αποκτώντας έτσι πολύτιμη τεχνολογία και ικανότητες. Να σημειωθεί πως ο συνδυασμός υψηλής πίεσης και καθοδήγησης είναι περισσότερο ορατός σε αλυσίδες με αντίστοιχα υψηλό βαθμό ελέγχου από τη lead firm. Η αναβάθμιση αυτή την οποία βιώνουν οι παραγωγοί, θα συζητηθεί εκτενέστερα στη συνέχεια.
- Κατανομή των κερδών: Το σημείο της αλυσίδας στο οποίο τοποθετείται μια επιχείρηση καθορίζει τη συμμετοχή της στα κέρδη. Ο βαθμός ισότιμης κατανομής των κερδών σε μια αλυσίδα αποτελεί ένα σημείο διαμάχης για τους ειδικούς, καθώς, όπως αναφέρει ο Karlinsky (2000) η δυνατότητα διακυβέρνησης έγκειται σε άυλα περιουσιακά στοιχεία (intangible assets) της επιχείρησης όπως η έρευνα και ανάπτυξη, ο σχεδιασμός, το branding και το μάρκετινγκ, πεδία τα οποία χαρακτηρίζονται από υψηλά εμπόδια εισόδου και υψηλή απόδοση (high returns), την οποία συνήθως συγκεντρώνουν οι επιχειρήσεις ανεπτυγμένων χωρών. Αντίθετα, οι επιχειρήσεις των αναπτυσσόμενων χωρών βρίσκονται δεσμευμένες στις υλικές (συσχετισμένες με την παραγωγή) δραστηριότητες, παράγοντας σε προδιαγραφές καθορισμένες από τις lead firms, σε περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από χαμηλά εμπόδια εισόδου και χαμηλή απόδοση.

- Η δυνατότητα ανάπτυξης κι επιβολής πολιτικών: Η ανάπτυξη των σχέσεων και συνεργασιών που δημιουργούνται μέσα σε μια αλυσίδα σε συνδυασμό με την επιρροή που ασκούν οι lead firms, μπορεί να οδηγήσει στην προώθηση κυβερνητικών και άλλων πολιτικών που αφορούν πρότυπα όπως περιβαλλοντικά ή εργασιακών συνθηκών στις συμμετέχουσες χώρες και επιχειρήσεις. (Frederick & Gereffi, 2009; Humphrey & Schmitz, 2002a)

2.8.1 Αναγκαιότητα διακυβέρνησης

Η ανάγκη για τη διακυβέρνηση μέσα σε μια αλυσίδα αξίας προκύπτει, αρχικά, από την ανάγκη συντονισμού του αυξανόμενου αριθμού των εμπλεκόμενων οντοτήτων σε αυτή, λόγω των πολιτικών outsourcing που εφαρμόζονται στις μη κύριες δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Ακόμη, οι στρατηγικές διαφοροποίησης των διαθέσιμων προϊόντων μιας αγοράς και η συμμόρφωση σε διαρκώς αυξανόμενα πρότυπα καθιστά αδύνατη την παραγωγή τους μέσα από απρόσωπες συναλλαγές (arm's-length transactions, βλ. υποσημείωση 1 σελ.14).

Ο κύριος όμως λόγος για τον αυστηρό καθορισμό παραμέτρων και τον έλεγχο είναι το ρίσκο. Η αυξημένη έκθεση των αγοραστών στον κίνδυνο της μη ανταπόκρισης των προμηθευτών τους στις απαιτήσεις που τίθενται καθιστά σημαντική την άσκηση ελέγχου σε αυτούς για την επίτευξη του βέλτιστου αποτελέσματος. Οι απαιτήσεις που επηρεάζουν την απόδοση και τη φήμη των ισχυρών αγοραστών είτε αυτοί είναι λιανικοί πωλητές είτε μεταποιητές, αφορούν κυρίως την ποιότητα, τους χρόνους ανταπόκρισης, την αξιοπιστία της παράδοσης των προϊόντων, αλλά και τη συμμόρφωση σε προδιαγραφές ασφάλειας, εργασιακών συνθηκών και περιβαλλοντικά πρότυπα. Επιπλέον, περιπτώσεις όπου είναι θεμιτή η επιβολή παραμέτρων είναι εκείνες όπου οι αγοραστές έχουν καλύτερη γνώση της αγοράς στην οποία απευθύνονται, σε σχέση με τους προμηθευτές. Τέτοια περίπτωση αποτελεί μια αγορά που χαρακτηρίζεται από ταχείς ρυθμούς εξέλιξης, καινοτομία και διαφοροποίηση των προϊόντων, όπως είναι το κομμάτι της υψηλής ραπτικής και μόδας της αλυσίδας αξίας ένδυσης, αλλά και περιπτώσεις όπου προμηθευτές αναπτυσσόμενων χωρών εισάγονται σε αλυσίδες που εξυπηρετούν ανεπτυγμένες και διαφοροποιημένες αγορές. Τότε, οι αγοραστές αναγνωρίζουν τις ανάγκες της αγοράς και τις επικοινωνούν στους προμηθευτές (Humphrey & Schmitz, 2002a).

2.8.2 Δομές διακυβέρνησης

Για τη μελέτη των μοτίβων διακυβέρνησης που συναντώνται στις αλυσίδες και τον εντοπισμό των κυριότερων μεταβλητών που επιδρούν στον καθορισμό και την εξέλιξή τους, χρησιμοποιήθηκαν τρία βιβλιογραφικά ρεύματα: οικονομικά των κοστών συναλλαγών (transaction costs economics), δίκτυα παραγωγής (production networks) και τεχνολογική ικανότητα και ικανότητα εκμάθησης σε επίπεδο επιχείρησης (technological capability and firm-level learning). Οι μεταβλητές που προέκυψαν είναι οι εξής (Gereffi, et al., 2005):

- η *πολυπλοκότητα* της πληροφορίας που αφορά την παραγωγή του προϊόντος/υπηρεσίας, σε όρους σχεδιαστικών και διεργασιών (*information complexity*)
- η δυνατότητα *κωδικοποίησης* της πληροφορίας και μεταφοράς της μεταξύ των κρίκων της αλυσίδας (*information codification*)
- η *ικανότητα* των προμηθευτών να ανταποκριθούν τεχνολογικά στις απαιτήσεις του εκάστοτε σταδίου (*supplier capability*)

Όπως αναφέρουν και οι Baldwin και Clark (2000), τα κόστη σε θέματα συντονισμού αυξάνονται όταν οι αλυσίδες αξίας παράγουν προϊόντα μη-τυποποιημένα, με ενσωματωμένες δομές ή με χρονική ευαισθησία. Η πολυπλοκότητα της πληροφορίας που αφορά το προϊόν μειώνεται σε μεγάλο βαθμό όταν κωδικοποιείται μέσω καθολικών τεχνικών ή διεργασιικών (process) προτύπων, διευκολύνοντας έτσι τις συναλλαγές και δημιουργώντας ευελιξία στο δίκτυο (Gereffi, et al., 2005).

Με βάση τις παραπάνω τρεις μεταβλητές και τον βαθμό (μικρό ή μεγάλο) στον οποίο εμφανίζονται στην αλυσίδα, προκύπτουν οι παρακάτω 5 τύποι διακυβέρνησης που εμφανίζονται στις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, όπως προτάθηκαν από τους Gereffi, Humphrey και Sturgeon (2005). Σημειώνεται ότι οι εν λόγω τύποι διακυβέρνησης ορίζονται από τους συγγραφείς τους ως αναλυτικοί (analytical) και όχι εμπειρικοί, παρ' όλο που εν μέρει έχουν προκύψει από εμπειρική μελέτη (Gereffi, et al., 2005).

1. Market

Πρόκειται για την περίπτωση όπου οι συναλλαγές είναι απλές και η πληροφορία που σχετίζεται με τις προϊόντικές προδιαγραφές εύκολα κωδικοποιήσιμη, οπότε οι προμηθευτές έχουν τη δυνατότητα να παράξουν με μικρή εξάρτηση από τους αγοραστές (minimal input from buyers). Οι συναλλαγές είναι απρόσωπες και δεν απαιτούν την ανάπτυξη σχέσεων και επίσημης συνεργασίας ανάμεσα σε αγοραστές και προμηθευτές, καθώς το κόστος της εναλλαγής συνεργατών είναι χαμηλό και για τις δύο πλευρές. Όπως φαίνεται, εδώ ο κύριος μηχανισμός της διακυβέρνησης είναι η τιμή και όχι κάποια ισχυρή lead firm.

Παράδειγμα αποτελεί ο κλάδος των ηλεκτρονικών υπολογιστών, όπου ο συντονισμός των δραστηριοτήτων φαίνεται να είναι ένας συνδυασμός απρόσωπων συναλλαγών (arm's-length market relations) (βλ. υποσημείωση 1, σελ.14) και ενός δικτύου διακυβέρνησης βασισμένο σε έναν διαχωρισμό των δεξιοτήτων ανάμεσα στις επιχειρήσεις (Gereffi, et al., 2001).

2. Modular

Η συγκεκριμένη δομή προκύπτει όταν η πολυπλοκότητα του προϊόντος αυξάνεται, αλλά η κωδικοποίηση της πληροφορίας που αφορά τις προδιαγραφές εξακολουθεί να είναι σχετικά εύκολη, για παράδειγμα λόγω της ίδιας της αρχιτεκτονικής του προϊόντος. Επιπλέον, οι προμηθευτές σε τέτοιου τύπου αλυσίδες έχουν την ικανότητα να ανταποκριθούν πλήρως στις προδιαγραφές με χρήση μη εξειδικευμένου εξοπλισμού, αναλαμβάνοντας εξ' ολοκλήρου το κομμάτι της τεχνολογικής-παραγωγικής διαδικασίας

και προσφέροντας turn-key⁶ υπηρεσίες. Το κόστος της εναλλαγής συνεργατών παραμένει χαμηλό, με τη διαφορά πως σε αυτή τη δομή οι σχέσεις μεταξύ των εμπλεκόμενων είναι πιο στενές λόγω του μεγάλου όγκου πληροφορίας που διέπει τη συνεργασία και τις συναλλαγές τους.

Παράδειγμα τέτοιας αλυσίδας αποτελεί η αλυσίδα αξίας φρέσκων λαχανικών που προέρχονται από την Αφρική και προορίζονται για supermarkets του Ηνωμένου Βασιλείου, τα οποία είναι οι lead firms της αλυσίδας. Οι εισαγωγείς και οι εξαγωγείς έχουν αναπτύξει σχέσεις συνεργασίας μεταξύ τους, καταβάλλουν προσπάθεια για την αύξηση της ποιότητας των αγαθών τους και επικεντρώνονται έκαστος στις κύριες δραστηριότητές του και την ανάπτυξη αυτών (Gereffi, et al., 2005). Επίσης, η αλυσίδα των ηλεκτρονικών στην Αμερική έχει πάρει αυτή τη μορφή για να επιβιώσει από τις αλλαγές της αγοράς και τον διεθνή ανταγωνισμό, με χαρακτηριστική την κίνηση της Apple το 1996 να κάνει outsource την παραγωγή προσωπικών Η/Υ της στην SCI, η οποία με τις γραμμές παραγωγής της είχε τη δυνατότητα και παρήγαγε για πολλές άλλες επιχειρήσεις όπως η IBM και η Hewlett Packard (Sturgeon, 2002).

3. Relational

Όταν η πολυπλοκότητα του προϊόντος αυξάνεται και η πληροφορία των προδιαγραφών δεν κωδικοποιείται εύκολα, οι συναλλαγές γίνονται πλέον εξίσου πολύπλοκες και απαιτείται υψηλή ικανότητα ανταπόκρισης από τους προμηθευτές. Τότε, η ανάγκη για συχνή επικοινωνία και διάχυση της γνώσης οδηγεί στην ανάπτυξη ισχυρών δεσμών μεταξύ των εμπλεκόμενων σε ένα πλαίσιο αμοιβαίας εμπιστοσύνης και αλληλεξάρτησης. Παρ' όλα αυτά, οι προϋποθέσεις της παραγωγής εξακολουθούν να πηγάζουν από τη lead firm, και παρά την αμοιβαία εξάρτηση ασκεί σε ένα βαθμό έλεγχο στους προμηθευτές. Οι σχέσεις που αναπτύσσονται στη συγκεκριμένη μορφή διακυβέρνησης εξαρτώνται και συγκρατούνται από παράγοντες όπως η φήμη, οι κοινωνικοί δεσμοί και η γεωγραφική συγγένεια και είναι χρονοβόρες ως προς τη δημιουργία τους, γεγονός που καθιστά το κόστος εναλλαγής συνεργατών υψηλό.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο κλάδος ένδυσης, όπου από τα μέσα του 20^{ου} αιώνα απέκτησε διεθνή εμπορικό χαρακτήρα, μετατρέποντας τις στενά ελεγχόμενες σχέσεις μεταξύ των διεθνών αγοραστών και προμηθευτών σε relational, λόγω της αύξησης της τεχνογνωσίας και των δυνατοτήτων που απέκτησαν οι προμηθευτές όταν άρχισαν να παράγουν πλήρη «πακέτα» αντί για μεμονωμένα στοιχεία.

4. Captive

Σε αυτές τις αλυσίδες η εξουσία παρουσιάζει μεγάλη ασυμμετρία, καθώς μικροί παραγωγοί βρίσκονται εξαρτώμενοι από έναν οι περισσότερους ισχυρούς αγοραστής, και ασκείται ισχυρός έλεγχος από τη lead firm κατά μήκος της αλυσίδας. Τέτοιου είδους δομή προκύπτει όταν τόσο η δυσκολία κωδικοποίησης της πληροφορίας όσο και η

⁶ Με τον όρο “turn-key solution” περιγράφεται η παράδοση στον πελάτη ενός ολοκληρωμένου και πλήρως λειτουργικού συστήματος, το οποίο δεν χρειάζεται καμία περαιτέρω ανάμειξη άλλων οντοτήτων και είναι έτοιμο προς χρήση. (Investopedia, 2018)

πολυπλοκότητα του προϊόντος είναι υψηλές, σε συνδυασμό με χαμηλή ικανότητα από την πλευρά των προμηθευτών. Η χαμηλή ικανότητα οδηγεί στον υψηλό βαθμό εμπλοκής της lead firm και στη δημιουργία της σχέσης εξάρτησης, καθώς οι προμηθευτές είναι δεσμευμένοι να παράγουν με βάση τις συγκεκριμένες προδιαγραφές του αγοραστή τους. Το κόστος εναλλαγής συνεργατών και σε αυτή την περίπτωση είναι υψηλό και για τις δύο πλευρές. Αξίζει να σημειωθεί πως, παρότι η lead firm δεν κατέχει την τεχνογνωσία που αξιοποιούν οι προμηθευτές, η άσκηση του ελέγχου σε αυτούς δεν την απομακρύνει από την κύρια δραστηριότητά της, ενώ αντιθέτως επωφελείται μέσα από την αναβάθμιση όλης της αλυσίδας σε όρους αποδοτικότητας. Επιπλέον, είναι αναγκαίο να μεριμνά ώστε να παρέχονται επαρκείς πόροι και μερίδιο αγοράς στους άλλους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα για να εξακολουθεί η συμμετοχή σε αυτή να είναι ελκυστική και συμφέρουσα επιλογή.

Παράδειγμα τέτοιων αλυσίδων είναι οι ιαπωνικές αυτοκινητοβιομηχανίες, οι οποίες προτιμούν να αναπτύσσουν αυτού του είδους μακροχρόνιες σχέσεις με τους προμηθευτές τους, γεγονός που σε πολλές περιπτώσεις σημαίνει τον αποκλεισμό των τοπικών προμηθευτών από θέσεις υψηλότερης αξίας στην αλυσίδα. Ενδιαφέρον εδώ παρουσιάζει η αντίθεση με τις αμερικάνικες οι οποίες είναι πιο ανοιχτές στην εναλλαγή προμηθευτών, δημιουργώντας όμως έτσι κίνδυνο απόρριψής τους αν δεν ανταποκριθούν στις απαιτήσεις (Sturgeon & Van Biesebroeck, 2011).

5. Hierarchy

Όταν οι προϊόντικές προδιαγραφές αδυνατούν να κωδικοποιηθούν, η πολυπλοκότητα του προϊόντος είναι αυξημένη και οι προμηθευτές δεν εμφανίζουν την απαιτούμενη ικανότητα, η lead firm αναγκάζεται να καθετοποιήσει την οικονομική δραστηριότητα, παράγοντας η ίδια τα προϊόντα της. Όπως είναι αναμενόμενο, η δομή αυτή εμφανίζει τη μεγαλύτερη ασυμμετρία εξουσίας και τον μέγιστο βαθμό ελέγχου από τη lead firm.

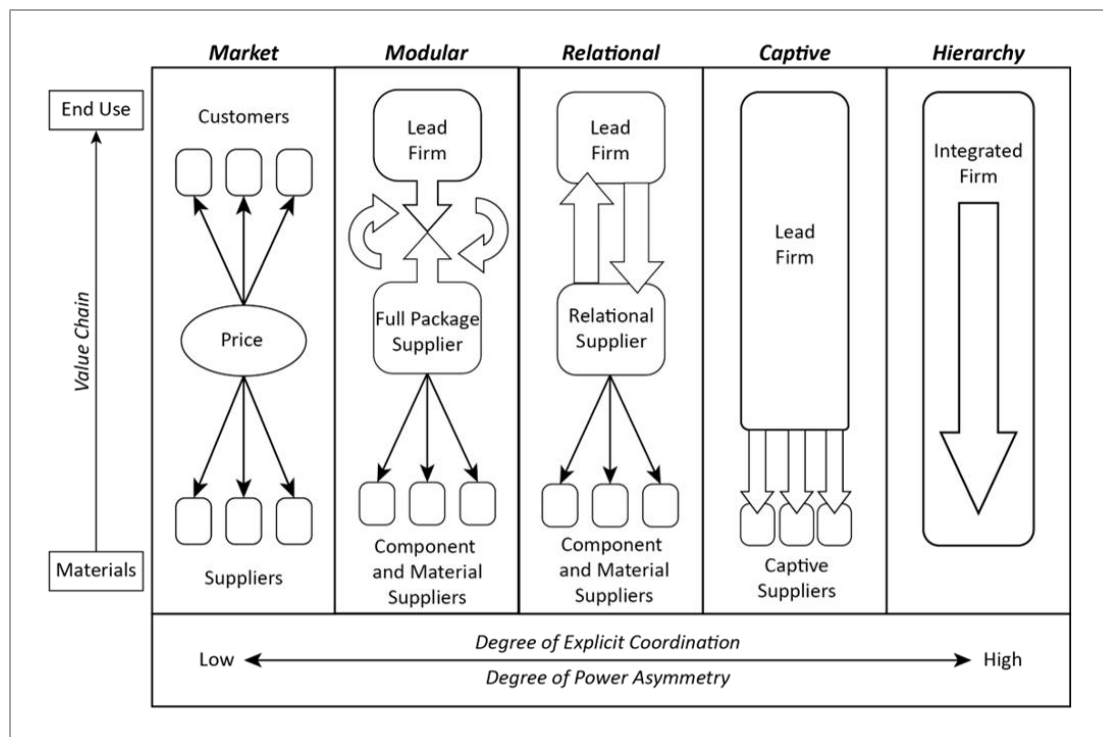
Παράδειγμα αποτελούν ορισμένες αλυσίδες αξίας εξόρυξης και αξιοποίησης κοιτασμάτων και πρώτων υλών, όπου οι κάτοχοι της πρώτης ύλης καθορίζουν την υπόλοιπη ροή κατά μήκος όλης της αλυσίδας (Gereffi, et al., 2008).

Η δομή διακυβέρνησης που παρουσιάζει μια αλυσίδα αξίας δεν είναι στατική, αλλά μπορεί να μεταβάλλεται καθώς ο κλάδος εξελίσσεται και ωριμάζει. Επιπλέον, οι δομές ποικίλλουν μεταξύ των διαφόρων τμημάτων της ίδιας αλυσίδας. Μάλιστα, έρευνες έχουν δείξει πως πολλές παγκόσμιες αλυσίδες αξίας διακατέχονται από πολλαπλές δομές, οι οποίες αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες τους για οικονομική και κοινωνική αναβάθμιση (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011).

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα εξέλιξης της διακυβέρνησης σε μια αλυσίδα είναι εκείνο του εμπορίου φρέσκων λαχανικών από την Κένυα στο Ηνωμένο Βασίλειο, όπου από “market” διακυβέρνηση μετέβηκε σε ισχυρά ελεγχόμενη αλυσίδα, λόγω της εμφάνισης των supermarkets στο Ηνωμένο Βασίλειο και τις υψηλές απαιτήσεις που έθεταν στους παραγωγούς τους. Επίσης, χαρακτηριστική εξέλιξη από κάθετη ολοκλήρωση και ιεραρχία σε “modular” διακυβέρνηση παρουσίασε η βιομηχανία των ηλεκτρονικών της Αμερικής, λόγω της ανάπτυξης που παρουσίασαν το 1980 οι προσωπικοί Η/Υ και οδήγησαν τις επιχειρήσεις

στο να κάνουν outsource πολλών λειτουργιών της αλυσίδας αλλά και στη δημιουργία καθολικών πρωτοκόλλων που διευκόλυναν τις συναλλαγές (Gereffi, et al., 2005).

Παρακάτω αποτυπώνονται και σχηματικά οι τύποι διακυβέρνησης (Εικόνα 2.8) και τα κριτήρια που καθορίζουν την εμφάνιση αυτών (Πίνακας 2.2):



Εικόνα 2.8: Σχηματική αναπαράσταση των 5 τύπων διακυβέρνησης. Πηγή: Gereffi et al. (2005)

Πίνακας 2.2: Κύρια κριτήρια καθορισμού των τύπων διακυβέρνησης. Πηγή: Gereffi et al. (2005)

Τύπος διακυβέρνησης	Πολυπλοκότητα συναλλαγών	Δυνατότητα κωδικοποίησης πληροφορίας	Ικανότητα των προμηθευτών	Ένταση διακυβέρνησης και ασυμμετρία ισχύος
Market	Χαμηλή	Υψηλή	Υψηλή	Χαμηλή ↑ ↓ Υψηλή
Modular	Υψηλή	Υψηλή	Υψηλή	
Relational	Υψηλή	Χαμηλή	Υψηλή	
Captive	Υψηλή	Υψηλή	Χαμηλή	
Hierarchy	Υψηλή	Χαμηλή	Χαμηλή	

Επιπλέον παράγοντες που επιδρούν στη διακυβέρνηση και την υιοθέτηση δομών αποτελούν τόσο τα εσωτερικά χαρακτηριστικά της ίδιας της επιχείρησης, όσο και εξωτερικά που αφορούν τον κλάδο συνολικά. Στις εσωτερικές συνθήκες που καθορίζουν την υιοθέτηση δομών διακυβέρνησης οι ερευνητές κατατάσσουν χαρακτηριστικά όπως η θέση μιας lead firm σε buyer ή producer driven αλυσίδες αντίστοιχα, το μέγεθος της επιχείρησης, τον βαθμό στον οποίο έχει την ικανότητα να συντονίσει δραστηριότητες, αλλά και ικανότητες δικτύωσης και ανάπτυξης συνεργασιών. Οι συνθήκες που αφορούν τον κλάδο συνολικά περιλαμβάνουν

τον κύκλο ζωής του κλάδου, το αν η επιχείρηση εισήλθε έγκαιρα στην αγορά, τα εμπόδια εισόδου και τους ρυθμούς εξέλιξης της κάθε αγοράς (Hernández & Pedersen, 2017).

2.8.3 Επιχειρηματικό περιβάλλον και θεσμικό πλαίσιο

Όπως γίνεται κατανοητό από τα προαναφερθέντα, πολλές φορές η ανάγκη για έλεγχο και η δομή διακυβέρνησης σε μια αλυσίδα προκύπτουν από εξωτερικούς παράγοντες, όπως οι διάφορες προδιαγραφές και τα πλαίσια συμμόρφωσης. Αυτού του είδους οι εξωτερικές δυνάμεις ανήκουν στο ευρύτερο περιβάλλον, και σύμφωνα με τον Gereffi (1995) το θεσμικό πλαίσιο (institutional framework) περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο οι τοπικές, εθνικές και παγκόσμιες συνθήκες και πολιτικές επηρεάζουν την παγκοσμιοποίηση σε κάθε στάδιο της αλυσίδας, καθώς από τη φύση τους οι παγκόσμιες αλυσίδες αξίας είναι τοποθετημένες εντός των εκάστοτε τοπικών οικονομικών, κοινωνικών και θεσμικών συνθηκών (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011).

Το επιχειρηματικό (business enabling) περιβάλλον αποτελείται από τις ίδιες τις φυσικές οντότητες, συμπεριλαμβανομένων των κυβερνητικών υπηρεσιών (government agencies) και των μη κυβερνητικών οργανισμών όπως οι πολυμερείς υπηρεσίες (multilateral agencies), διάφορες εμπορικές και βιομηχανικές ενώσεις (industry trade groups), τα σωματεία εργαζομένων και διάφορες ομάδες υπεράσπισης (advocacy groups). Οι οντότητες αυτές θέτουν θεσμική δομή (institutions) και δημιουργούν τους κατάλληλους πόρους ώστε να διασφαλίζεται η τήρησή τους. Οι θεσμοί (institutions) αναφέρονται στους κανόνες που διέπουν την κοινωνία στο σύνολό της, συμπεριλαμβανομένων των νόμων, των πολιτικών, των προδιαγραφών και των κοινωνικών κατευθύνσεων που επιδρούν στη δομή και την ανταγωνιστικότητα ενός κλάδου. Προέρχονται, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, από τις πεποιθήσεις και τις προτεραιότητες που χαρακτηρίζουν το περιβάλλον στο οποίο δημιουργούνται.

Οι κανονισμοί και τα πλαίσια που εφαρμόζονται τοποθετούν νομικούς ή εκούσιους (voluntary) περιορισμούς στις επιχειρήσεις με κίνδυνο ποινής, δημιουργώντας έτσι πίεση προς συμμόρφωση. Με τον μηχανισμό αυτό το περιβάλλον λειτουργεί ως ένα σύστημα ισορροπίας, ώστε όταν μια lead firm αποκτά μεγάλη ισχύ ή εφαρμόζει αθέμιτες πρακτικές, τα ρυθμιστικά πλαίσια είναι σε θέση να περιορίσουν τις πράξεις αυτές (Frederick & Gereffi, 2009).

2.8.4 Άλλες οπτικές

Αξίζει να σημειωθεί πως υπάρχει διαμάχη στη βιβλιογραφία σχετικά με την αντίληψη της διακυβέρνησης των αλυσίδων, μέσα στα διάφορα ερευνητικά ρεύματα ορισμού και ερμηνείας των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, όπως αυτά αναλύονται από την Bair (2005). Οι Gibbon, Bair και Ponte (2008) υποστηρίζουν πως υπάρχουν τρεις κυριότερες προσεγγίσεις της έννοιας της διακυβέρνησης στη βιβλιογραφία:

1. διακυβέρνηση ως καθοδήγηση (governance as driving)
2. διακυβέρνηση ως συντονισμός (governance as coordination)

3. διακυβέρνηση ως κανονικοποίηση (governance as normalization)

Η πρώτη θεώρηση βασίζεται στο πλαίσιο που τέθηκε από τον Gereffi (1994) και χαρακτηρίζει τις παγκόσμιες αλυσίδες αγαθών (Global Commodities Chains - GCCs) σε buyer και producer driven (κατευθυνόμενη από αγοραστές/παραγωγούς), διάκριση που κατά ορισμένους ερευνητές ήταν ρηχή ή υπερβολικά γενικευμένη, οδηγώντας σε πάρα πολλούς τρόπους ερμηνείας της, ενώ αντιμετώπιζε τους κρίκους της αλυσίδας ως διακριτά και όχι διασυνδεδεμένα μέρη. Επιπλέον, η buyer-driven δυναμική ξεκίνησε κάποια στιγμή να εμφανίζεται στο σύνολο σχεδόν των βιομηχανιών λόγω του μεγάλου κατακερματισμού και outsourcing των δραστηριοτήτων τους, καθιστώντας την προϋπάρχουσα διάκριση άστοχη. Τέλος, παρατηρήθηκε ότι η buyer driven διακυβέρνηση ως παρουσίαζε μεγάλη ποικιλία εφαρμογών εντός των αλυσίδων και έτσι οι ερευνητές οδηγήθηκαν στη δεύτερη θεώρησή της, ως τον συντονισμό.

Η θεώρηση αυτή είναι το πλαίσιο στο οποίο αναπτύχθηκαν όσα παρατέθηκαν παραπάνω σχετικά με τη διακυβέρνηση, οι πέντε τύποι και η εξάρτηση αυτών από τις τρεις βασικές μεταβλητές. Το κύριο σημείο διαμάχης που τίθεται εδώ είναι πως το εύρος που εξετάζεται δεν είναι πλέον όλο το μήκος της αλυσίδας, αλλά οι σημειακές δια-επιχειρησιακές σχέσεις και συναλλαγές σε μεμονωμένους κόμβους της –όπως οι lead firms και οι άμεσοι προμηθευτές τους–, καθώς και πως αφορά περισσότερο την υπέρβαση φυσικών περιορισμών που συναντώνται παρά τις στρατηγικές αποφάσεις των επιχειρήσεων. Τέλος, βασικές παραλείψεις που οι αντιτιθέμενοι της θεώρησης υποστηρίζουν ότι υπάρχουν, είναι πρώτον η μη συσχέτιση των μεταβλητών με κοινωνικές συνιστώσες και δεύτερον η μη συμπερίληψη της επίδρασης εξωτερικών παραγόντων στον τρόπο που λειτουργούν οι παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

Έτσι οδηγούμαστε στην τρίτη θεώρηση, με την έννοια της κανονικοποίησης (normalization) να αφορά πρακτικές τοποθετούμενες με τρόπο τέτοιο ώστε να αποτελούν κατευθυντήριες γραμμές. Ουσιαστικά υποστηρίζεται πως το ευρύτερο ρυθμιστικό πλαίσιο που αναφέρθηκε παραπάνω ως επιπλέον παράγοντας επιρροής στη διακυβέρνηση, είναι ουσιώδης παράμετρος για τη στρατηγική και τις αποφάσεις που λαμβάνουν οι επιχειρήσεις στο πλαίσιο των αλυσίδων (Gibbon, et al., 2008). Κλείνοντας θα αναφερθεί η διάσταση του “Governmentality” που δόθηκε από τους Gibbon και Ponte (2008) η οποία δίνει μεγάλη βαρύτητα στη γνώση που υπάρχει μέσα στις επιχειρήσεις. Εκφράζει τη διακυβέρνηση μέσα από τα μοτίβα πρακτικών που επικαλούνται και ακολουθούν οι ίδιες οι επιχειρήσεις, επεξηγώντας τα με βάση την εμπειρία και τις περιγραφές τους, και δηλώνοντας έτσι πως η διακυβέρνηση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας δεν αποτελεί ένα περιγραφικό αναλυτικό μοντέλο όπως παρουσιάζεται υπό τα άλλα πρίσματα.

2.9 Αναβάθμιση (Upgrading)

Η ανάλυση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας με βάση τη διακυβέρνησή τους προσεγγίζει την παγκόσμια οικονομία με μια από πάνω προς τα κάτω (top down) οπτική, καθώς επικεντρώνεται στις lead firms και την οργάνωση των διεθνών βιομηχανιών. Μια άλλη εξίσου βασική πτυχή της ανάλυσης αφορά την αντιδιαμετρική οπτική (από κάτω προς τα πάνω – bottom up), την αναβάθμιση. Η αναβάθμιση σχετίζεται με τις στρατηγικές που εφαρμόζουν τα κράτη, οι γεωγραφικές περιοχές (regions) και άλλες οικονομικές οντότητες (economic

actors) ώστε να διατηρήσουν ή να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους στην παγκόσμια οικονομία και να επιβιώσουν από τον αυξανόμενο διεθνή ανταγωνισμό. Η επιτυχία στη διαδικασία της αναβάθμισης δεν είναι πάντα δεδομένη, και σχετίζεται με πλήθος παραγόντων όπως κυβερνητικές πολιτικές, κανονισμούς, εταιρική στρατηγική, τεχνολογίες και εργατικές δεξιότητες (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011).

Το κύριο πεδίο στο οποίο παρατηρείται η αναβάθμιση και το οποίο απασχολεί σημαντικό ποσοστό ερευνητών, είναι οι περιπτώσεις των αναπτυσσόμενων κρατών και οι πορείες τους μετά την ένταξη σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Οι επιχειρήσεις –ιδίως στον μεταποιητικό τομέα– των αναπτυσσόμενων κρατών αποτελούν τους «αργοπορημένους» (latecomers) στις διεθνείς αγορές, υπολείπονται δηλαδή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με τα ανεπτυγμένα κράτη τόσο σε επίπεδο τεχνολογικών ικανοτήτων όσο και γεωγραφικά, καθώς είναι απομακρυσμένες από τις αγορές-στόχους που βρίσκονται σε ανεπτυγμένα κράτη. (Humphrey, 2004)

Η παγκοσμιοποίηση όμως έχει οδηγήσει στη συχνή επιλογή επιχειρήσεων από ανεπτυγμένα κράτη να τοποθετούν θυγατρικές ή να αναζητούν προμηθευτές εντός αναπτυσσόμενων οικονομιών, ώστε να επωφελούνται από τα μικρότερα κόστη παραγωγής. Με την εισαγωγή τους σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, οι επιχειρήσεις των αναπτυσσόμενων κρατών αποκτούν πρόσβαση σε αγορές στις οποίες θα ήταν δύσκολο να διεισδύσουν διαφορετικά. Κατά κανόνα, η εισαγωγή τους στην αλυσίδα γίνεται στο κομμάτι της προμήθειας πρώτων υλών και γενικότερα σε upstream δραστηριότητες εντάσεως εργασίας και χαμηλής απαίτησης σε δεξιότητες, λόγω της έλλειψης γνώσης που τις χαρακτηρίζει. Προσαρμοζόμενες όμως στις απαιτήσεις και προδιαγραφές που τίθενται από τους αγοραστές, λαμβάνουν σημαντικά ποσά γνώσεων και δεξιοτήτων από τις επιχειρήσεις της αλυσίδας (“learning from buyers”), αποκτώντας έτσι τη δυνατότητα να αναπτυχθούν και να μετατοπιστούν σε υψηλότερα και μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας στην αλυσίδα, ή να επεκταθούν αναπτύσσοντας και δικά τους δίκτυα. Παρά τα παραπάνω οφέλη, η ένταξη των επιχειρήσεων των αναπτυσσόμενων κρατών στις αλυσίδες εμπεριέχει και τον κίνδυνο να παραμείνουν εγκλωβισμένες στις στενές αυτές σχέσεις που αναπτύσσουν με τους αγοραστές τους και να μην επιτύχουν την ανάπτυξη τους πέραν των πελατών τους από την αλυσίδα (Humphrey & Schmitz, 2002b).

2.9.1 Οικονομική αναβάθμιση (Economic Upgrading)

Η οικονομική αναβάθμιση αποτελεί την κεντρική έννοια της αναβάθμισης και ορίζεται ως «η μετατόπιση επιχειρήσεων, κρατών ή γεωγραφικών περιοχών σε δραστηριότητες υψηλότερης αξίας εντός της αλυσίδας, προκειμένου να αυξήσουν τα οφέλη τους (όπως ασφάλεια, κέρδη, προστιθέμενη αξία, δεξιότητες) μέσα από τη συμμετοχή τους στην παγκόσμια παραγωγή» (Gereffi, 2005, p. 171).

2.9.1.1 Τύποι οικονομικής αναβάθμισης

Μελέτες έχουν οδηγήσει σε τέσσερις τύπους αναβάθμισης που εμφανίζονται εντός των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας (Humphrey & Schmitz, 2002b):

- Αναβάθμιση διεργασίας (Process upgrading): Η αποδοτικότερη διεργασία μετατροπής εισροών σε εκροές, είτε με βελτιστοποίηση του υπάρχοντος συστήματος παραγωγής είτε με εισαγωγή νέων τεχνολογιών.
- Αναβάθμιση προϊόντος (Product upgrading): Η μετακίνηση στην παραγωγή προϊόντων αυξημένης πολυπλοκότητας, η οποία μπορεί να εκφραστεί σε όρους αυξημένης μοναδιαίας αξίας.
- Λειτουργική αναβάθμιση (Functional upgrading): Η απόκτηση νέων λειτουργιών/δραστηριοτήτων ή η εγκατάλειψη ορισμένων υπάρχουσων, με σκοπό τη μετακίνηση σε λειτουργίες που απαιτούν υψηλότερες δεξιότητες και κατά συνέπεια έχουν υψηλότερη προστιθέμενη αξία.
- Διατομεακή αναβάθμιση (Inter-sectoral upgrading): Η μεταπήδηση των επιχειρήσεων ενός κλάδου σε έναν νέο –συνήθως σχετικό– κλάδο και νέες παραγωγικές δραστηριότητες, κυρίως σε οριζόντιο επίπεδο.

Καθένας από τους παραπάνω τύπους όπως φαίνεται εμπεριέχει μια κεφαλαιακή και μια εργασιακή διάσταση. Η κεφαλαιακή αφορά την ανάπτυξη σε όρους εξοπλισμού και τεχνολογίας, ενώ η εργασιακή την ανάπτυξη δεξιοτήτων και γενικότερα άυλων περιουσιακών στοιχείων (Barrientos, et al., 2011).

Οι τύποι αναβάθμισης στους οποίους έχει πρόσβαση μια επιχείρηση επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες, όπως η δομή της και το είδος του κλάδου. Βασική παράμετρος επιρροής όμως φαίνεται να είναι η δομή διακυβέρνησης, καθώς δημιουργεί ευκαιρίες ή εμπόδια για την αναβάθμιση των εμπλεκόμενων στην αλυσίδα. Συγκεκριμένα, η ύπαρξη δομών ιεραρχίας στην αλυσίδα ευνοεί ιδιαίτερα την αναβάθμιση σε όρους διεργασιών και προϊόντων, ενώ πολλές φορές δρα ανασταλτικά σε λειτουργικές αναβαθμίσεις (Humphrey & Schmitz, 2002b). Ακόμη, οι Hansen et al. (2009) συμπεραίνουν πως υπάρχουν διαφορές στις τις δυνατότητες αναβάθμισης που δίνονται στους τοπικούς συνεργάτες από αναπτυσσόμενες χώρες, μεταξύ των διασκορπισμένων και συγκεντρωμένων αλυσίδων αξίας (Hernández & Pedersen, 2017).

Η λειτουργική αναβάθμιση αποτελεί μια από τις πιο ελκυστικές μορφές αναβάθμισης –ιδίως σε αλυσίδες που παρουσιάζουν ιεραρχικές δομές διακυβέρνησης– αλλά ταυτόχρονα εμπεριέχει πολλές δυσκολίες. Παράγοντες που επιδρούν σε αυτή, εκτός της διακυβέρνησης και φυσικά των ίδιων των ικανοτήτων και βλέψεων της εκάστοτε οντότητας, είναι η ύπαρξη και ποιότητα των εθνικών και περιφερειακών συστημάτων καινοτομίας στα οποία αυτή έχει πρόσβαση (Blazek, 2016).

Ο Blazek (2016) αναλύει εις βάθος τη λειτουργική αναβάθμιση, ορίζοντας για αυτή τους εξής τύπους:

1. Διείσδυση στο υψηλότερο επίπεδο (higher tier) προμηθευτών ή ακόμα και των lead firms. Κάτι τέτοιο μπορεί να προκύψει από συνθήκες όπως ξαφνική αύξηση στην παγκόσμια ζήτηση, επέκταση μιας lead firm σε άλλες αγορές, ή από την ανάγκη

μείωσης του ρίσκου εξάρτησης από μικρό αριθμό προμηθευτών. Προκαλείται επομένως από ευκαιρίες που δημιουργούνται εντός της αλυσίδας.

2. Εγκατάλειψη δραστηριοτήτων μικρότερης προστιθέμενης αξίας και επικέντρωση της επιχείρησης στη θεμελιώδη, υψηλότερης προστιθέμενης αξίας, δραστηριότητα.
3. Εκούσια μεταφορά δραστηριοτήτων υψηλής προστιθέμενης αξίας από μια επιχείρηση υψηλότερης θέσης στην αλυσίδα σε μια χαμηλότερης, ώστε να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αγοράς. Μπορεί να συμβεί σε περιπτώσεις που χρειάζεται να δοθεί ένταση στην έρευνα και ανάπτυξη, ή για λόγους μείωσης κόστους.
4. Δημιουργία νέας αγοράς για ενδιάμεσα προϊόντα τα οποία δεν προϋπάρχουν και παρήγαγαν οι προμηθευτές. Ένα τέτοιο φαινόμενο είναι βέβαια σχετικά σπάνιο, καθώς ο αριθμός των προμηθευτών σε αρχικά στάδια της αλυσίδας με την απαραίτητη τεχνογνωσία είναι εκ φύσεως περιορισμένος.
5. Αναβάθμιση μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών που μπορεί να προκύψουν από εταιρίες τεχνολογίας, προμηθευτές υψηλότερων θέσεων ή lead firms.

2.9.1.2 Πορείες αναβάθμισης σε επιχειρησιακό και εθνικό επίπεδο

Σε εθνικό επίπεδο, η αναβάθμιση της βιομηχανίας και των αλυσίδων αξίας μπορεί να ακολουθήσει δύο πιθανές πορείες: γραμμική (linear) και μη γραμμική (non-linear).

Κατά τη γραμμική πορεία, μια οντότητα, όπως για παράδειγμα μια χώρα, μετατοπίζεται δραστηριότητα προς δραστηριότητα κατά μήκος της αλυσίδας, αποκτώντας εξειδίκευση στο κάθε τμήμα προτού προχωρήσει στο επόμενο, μέσα από αναβάθμιση διεργασίας, προϊόντος, λειτουργίας και στη συνέχεια δια-τομεακά (Zhang, 2018). Μια γραμμική πορεία μπορεί να είναι ενδοτομεακή (intra-industry), όπως οι 3 πρώτοι τρόποι που έχουν αναφερθεί (διεργασία, προϊόν, λειτουργία) ή διατομεακή (inter-industry) (Zhang, 2018).

Κατά τη μη γραμμική πορεία, εμφανίζονται οι λεγόμενες «διακλαδώσεις» και η αναβάθμιση μπορεί να πραγματοποιείται προς διάφορες κατευθύνσεις ταυτόχρονα ή διαδοχικά. Παραδείγματα κλάδων που εμφανίζουν αυτή τη συμπεριφορά είναι ο τουρισμός και οι υπεράκτιες υπηρεσίες (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011), αλλά και η συνολική βιομηχανική αναβάθμιση μιας χώρας (Blazek, 2016).

Όταν μια χώρα αναβαθμίζει το βιομηχανικό της επίπεδο και εισέρχεται σε νέα στάδια παραγωγής, ενισχύει και διευκολύνει την εσωτερική αναβάθμιση και ενεργοποίηση κλάδων που βρίσκονταν σε σχετικά χαμηλότερο επίπεδο. Εάν κατά την αναβάθμιση δίνεται προτεραιότητα στην ενδοτομεακή διακλάδωση (upgrade prioritized for intra-industry bifurcation), σημαίνει πως η μεταπήδηση σε νέο κλάδο θα λάβει χώρα μετά από την επαρκή και επιτυχημένη αναβάθμιση εντός του υπάρχοντος. Τα παραπάνω έχουν σημασία επειδή όταν μια χώρα αναβαθμιστεί εσωτερικά, αποκτά τη δυνατότητα να εισαχθεί σε νέους κλάδους σε καλύτερο σημείο. Αντίθετα, εάν δοθεί προτεραιότητα στη διατομεακή

διακλάδωση (upgrade prioritized for inter-industry bifurcation), επιτυγχάνεται πρώτα η μετάβαση σε νέο κλάδο και έπεται η εσωτερική (ενδοτομεακή) αναβάθμιση. Σε επίπεδο κρατικής πολιτικής, το κριτήριο για την επιλογή της καταλληλότερης πορείας είναι η υπάρχουσα τεχνολογική διαφορά που ανάμεσα στις επικρατούσες συνθήκες και τα δύο πιθανά είδη αναβάθμισης, και η προτεραιότητα δίνεται στη διαδρομή που απαιτεί το μικρότερο τεχνολογικό άλμα (Blazek, 2016). Για παράδειγμα, η Κίνα πραγματοποίησε την αναβάθμιση με προτεραιότητα στη διατομεακή διακλάδωση και κατάφερε να διατηρεί αναπτυσσόμενους ρυθμούς εξαγωγών δημιουργώντας διαρκώς νέους εξαγωγικούς κλάδους, ώστε να αντιμετωπίσει τη μείωση ανταγωνιστικότητας σε ορισμένους τομείς με την ενίσχυση της σε άλλους.

2.9.2 Υποβάθμιση (Downgrading)

Παρόλο που η αναβάθμιση αποτελεί κύριο σημείο έρευνας, μικρή έμφαση έχει δοθεί στην αντίστροφη της πορεία, την υποβάθμιση (downgrading), τους λόγους για τους οποίους μπορεί να συμβαίνει και τις συνέπειες που έχει. Ως υποβάθμιση νοείται η ηθελημένη ή εξαναγκασμένη μετατόπιση σε χαμηλότερα σημεία της αλυσίδας και η παραγωγή απλούστερων αγαθών ή εστίαση σε μικρότερα τμήματα της αγοράς (Hernández & Pedersen, 2017).

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πως η υποβάθμιση δεν έχει πάντοτε αρνητική χροιά, παρόλο που σε ορισμένες περιπτώσεις προκύπτει από κατάχρηση αγοραστικής δύναμης (market power) των ισχυρότερων οντοτήτων της αλυσίδας εις βάρος πιο αδύναμων προμηθευτών σε αναπτυσσόμενα κράτη. Η ίδια η έννοια είναι συνυφασμένη με ποικίλα αίτια αλλά και πορείες. Ο Blazek (2016) ορίζει τη λειτουργική υποβάθμιση σε τρεις βασικές κατηγορίες με βάση τους λόγους που οδήγησαν στην καθεμία, αλλά οι κατηγορίες αυτές μπορούν να λάβουν και πιο γενικευμένη υπόσταση πέραν της λειτουργικής υποβάθμισης:

- Παθητική υποβάθμιση (Passive downgrading)

Αποτελεί τη μη ηθελημένη στροφή της επιχείρησης προς την παραγωγή απλούστερων αγαθών, ως αποτέλεσμα απόφασης αγοραστών σε υψηλότερα σημεία της αλυσίδας. Μια τέτοια απόφαση μπορεί να προκύπτει από την αδυναμία ανταπόκρισης του προμηθευτή στις προδιαγραφές κόστους, ποιότητας ή διανομής, αλλά και από στρατηγικές αποφάσεις των αγοραστών όπως η καθετοποίηση περισσότερων δραστηριοτήτων με συνέπεια την εξαφάνιση της ανάγκης προμήθειας ενδιάμεσων προϊόντων. Επιπλέον, μπορεί να προκύψει από την αποκοπή προμηθευτών από την αλυσίδα είτε λόγω μείωσης στη ζήτηση είτε λόγω αναδιοργάνωσης της αλυσίδας, όπως για παράδειγμα προκαλεί η σύγχρονη τάση των lead firms για περιορισμό του εύρους των προμηθευτών στους πιο ικανούς και στρατηγικά τοποθετημένους. Παράδειγμα αποτελεί η στροφή ζήτησης της Κίνας από την εισαγωγή ανεπεξέργαστης ξυλείας σε μορφή κορμών αντί για την επεξεργασμένη, αποκλείοντας έτσι από την αλυσίδα τους προμηθευτές αυτούς. Όπως είναι λογικό, αυτή η μορφή υποβάθμισης είναι η λιγότερο επιθυμητή καθώς είναι πιθανό να προκαλέσει τεχνολογική υποβάθμιση και μείωση του περιθωρίου κέρδους, επιφυλάσσοντας έτσι κινδύνους για την επιχείρηση.

- Προσαρμοστική υποβάθμιση (Adaptive downgrading)

Η προσαρμοστική υποβάθμιση είναι αποτέλεσμα απόφασης της ίδιας της επιχείρησης, όταν δεν μπορεί πλέον να διατηρήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά την οποία βρίσκεται. Σε τέτοιες περιπτώσεις η επιχείρηση επαναπροσδιορίζει τις λειτουργίες της και συχνά επικεντρώνεται είτε σε χαμηλότερα ή μικρότερα μέρη της αγοράς, είτε στην παραγωγή ενδιάμεσων αντί για το τελικό προϊόν. Παράδειγμα μπορεί να αποτελέσει η βιομηχανία ένδυσης της Ρουμανίας, όπου εισαγόμενη σε δυτικοευρωπαϊκή παγκόσμια αλυσίδα αξίας μετατοπίστηκε από την παραγωγή ολοκληρωμένων παρτίδων (full package production) στη συναρμολόγηση (assembly manufacturing). Αξίζει εδώ να σημειωθεί πως η υποβάθμιση αυτή συνδυάστηκε με αναβάθμιση σε όρους διεργασίας και προϊόντος, επισημαίνοντας την πολυδιάστατη φύση των στρατηγικών επανατοποθέτησης των επιχειρήσεων.

Η προσαρμοστική υποβάθμιση έχει διττό χαρακτήρα για τις επιχειρήσεις. Από τη μία, τις αναγκάζει να αποσυρθούν από την αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται, αλλά από την άλλη η εξειδίκευση σε ένα τμήμα της αγοράς προσδίδει ικανότητες για δραστηριοποίηση σε αντίστοιχα τμήματα και προϊόντα, εξασφαλίζοντας έτσι μια ασφαλέστερη θέση στη νέα αγορά.

- Στρατηγική υποβάθμιση (Strategic downgrading)

Η μορφή αυτή αφορά συνειδητοποιημένη και στρατηγικά σχεδιασμένη κίνηση μιας ισχυρής εταιρίας –προμηθευτή ή ακόμη και lead firm– η οποία είναι δυσσαρεστημένη με το υπάρχον περιθώριο κέρδους ή το μερίδιο αγοράς της και επιλέγει να μετατοπιστεί σε κάποιο ενδιάμεσο προϊόν ή σε τμήμα της αγοράς στο οποίο μπορεί να αξιοποιήσει στο έπακρο τη θεμελιώδη δραστηριότητά της και να αυξήσει τις αποδόσεις της. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της γερμανικής προμηθευτικής εταιρίας Keiper, όπου από την παραγωγή ολοκληρωμένων καθισμάτων οχημάτων μετατοπίστηκε αποκλειστικά στην κατασκευή εσωτερικών πλαισίων των καθισμάτων, στρατηγικά εστιάζοντας στην παραγωγή εξειδικευμένου ενδιάμεσου προϊόντος.

Σαν στρατηγική, η μορφή αυτή υποβάθμισης επιφυλάσσει οφέλη και κινδύνους. Αρχικά, είναι πολύ πιθανό μια εταιρία υψηλών δεξιοτήτων που επιλέγει να δραστηριοποιηθεί σε τομέα παραγωγής αγαθών με χαμηλότερη προστιθέμενη αξία να εξασφαλίσει καλύτερη θέση στη νέα αυτή αγορά, εκμεταλλευόμενη την τεχνολογική και αγοραστική (market supremacy) της ανωτερότητα. Υπάρχει όμως το ενδεχόμενο αποτυχίας της στρατηγικής, και στην περίπτωση αυτή η επανένταξη στην προηγούμενη αγορά είναι δυσχερής έως ακατόρθωτη.

Όπως γίνεται κατανοητό από τα παραπάνω, η πορεία και οι λόγοι πίσω από τις μετατοπίσεις μιας επιχείρησης είναι σύνθετοι και εξαρτώνται σημαντικά από το περιβάλλον της και τις μεταβολές στις επικρατούσες συνθήκες. Άλλωστε, η φύση των αλυσίδων αξίας είναι δυναμική εξ' ορισμού, και η συνολική εξελικτική πορεία των επιχειρήσεων περιλαμβάνει επιμέρους μετατοπίσεις τόσο προς τα κάτω και προς τα πάνω, όσο και άλλου είδους κινήσεις όπως οι διακλαδώσεις σε νέες δραστηριότητες χωρίς να εγκαταλειφθούν υπάρχουσες επικερδείς, πάντα με γνώμονα την εξασφάλιση της βιωσιμότητας και του ανταγωνιστικού τους πλεονεκτήματος (Tokatli, 2013).

Όπως υποστηρίζουν και πολλοί ερευνητές, η ίδια η έννοια της αναβάθμισης σε πραγματικές συνθήκες δεν αντικατοπτρίζει μονοσήμαντα τη μετακίνηση «προς τα πάνω» σε μια αλυσίδα αξίας ούτε την αύξηση της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων. Αντίθετα, όπως την ορίζουν οι Ponte και Ewert (2009), αποκτά το ευρύτερο νόημα του “reaching a better deal”, δηλαδή του επαναπροσδιορισμού των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων με τέτοιο τρόπο ώστε να διατηρήσουν τη βιωσιμότητά τους, κάτι το οποίο συχνά –και ιδίως για αναπτυσσόμενα κράτη– μεταφράζεται σε αυτό που αναφέρθηκε προηγουμένως ως υποβάθμιση. (Blazek, 2016)

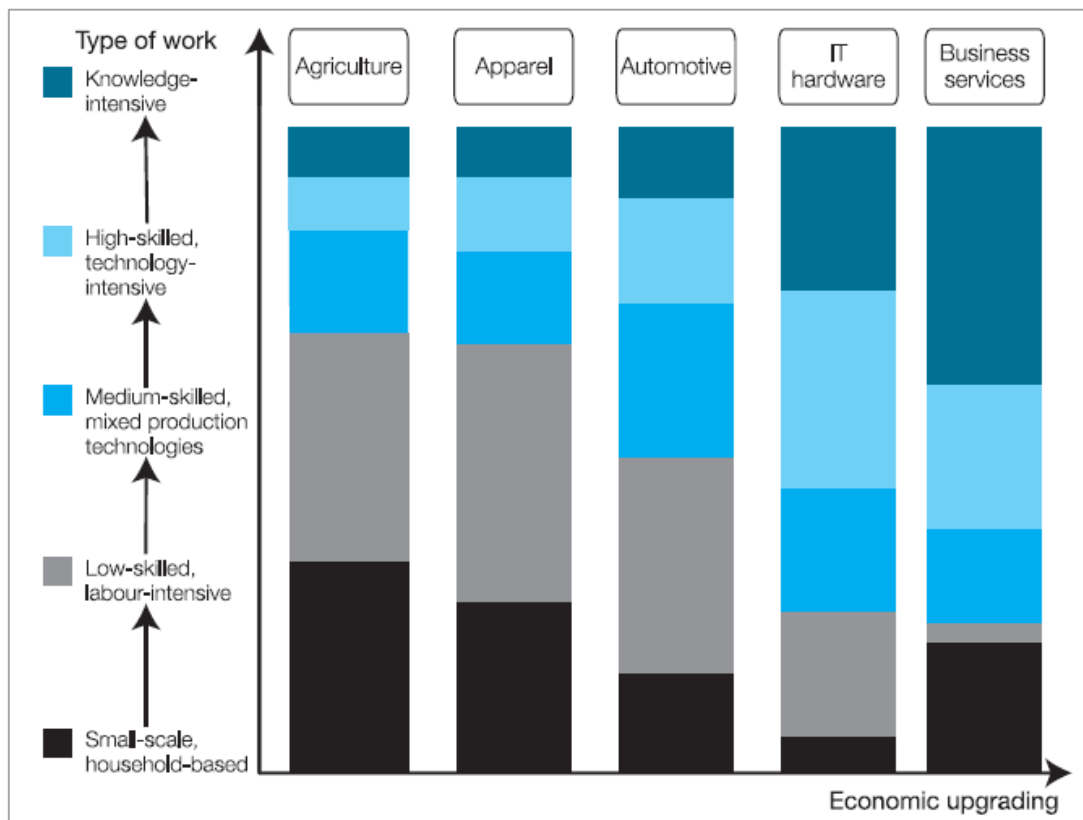
** Να σημειωθεί ότι στο εξής η χρήση του όρου αναβάθμιση αναφέρεται σε όλων των ειδών τις πορείες, εμπριέχοντας και την υποβάθμιση.*

2.9.3 Άλλες μορφές αναβάθμισης- Κοινωνική αναβάθμιση

Η οικονομική αναβάθμιση ως φαινόμενο αποτελεί αφετηρία για την αναβάθμιση μιας επιχείρησης ή αλυσίδας και σε άλλους όρους, καθώς επιδρά συνολικά σε αυτή. Κυριότερο φαινόμενο αποτελεί η κοινωνική αναβάθμιση (social upgrading), την οποία οι Barrientos et al. (2011) περιγράφουν ως τη διαδικασία βελτίωσης των δικαιωμάτων και παροχών των εργατών, η οποία βελτιώνει την ποιότητα των εργασιακών τους συνθηκών. Η θεώρηση βασίζεται στη Decent Work Agenda της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (International Labour Organization, ILO), η οποία προωθεί την εργασία, τα εργασιακά δικαιώματα, την κοινωνική προστασία και τον κοινωνικό διάλογο (ILO, 1999). Επομένως, η κοινωνική αναβάθμιση αφορά τόσο την πρόσβαση σε καλύτερης ποιότητας ή επιπέδου εργασία που μπορεί να προέρχεται από την οικονομική αναβάθμιση (όπως η περίπτωση ενός εργαζομένου που ανέπτυξε τις δεξιότητές του και μπορεί να μετακινηθεί σε υψηλότερο σημείο της αλυσίδας, ή η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας), αλλά και τη δυνατότητα βελτίωσης του συνόλου των συνθηκών που επηρεάζουν άμεσα τους εργαζομένους και κατ' επέκταση τις κοινότητες και το περιβάλλον τους. Η κοινωνική αναβάθμιση μπορεί να θεωρηθεί πως προέρχεται από δύο συστατικά: τα μετρήσιμα πρότυπα (standards) και τη διασφάλιση δικαιωμάτων (Barrientos, et al., 2011). Τα πρώτα αφορούν δεδομένα που περιγράφουν την εργασιακή κατάσταση και είναι σχετικά εύκολα ως προς την παρατήρηση και ποσοτικοποίησή τους, όπως είναι το είδος της εργασίας, ο μισθός, οι ώρες εργασίας και η κοινωνική προστασία. Τα δεύτερα αποτελούν πλαίσια που επιτρέπουν στους εργάτες να δημιουργούν συνδικαλιστικά σωματεία και ενώσεις με σκοπό να διαπραγματεύονται επί των εργασιακών τους συνθηκών και να έχουν οι ίδιοι λόγο στη βελτίωση αυτών.

Παρότι εκ πρώτης όψεως θα φαινόταν λογικό η οικονομική αναβάθμιση να συνεπάγεται και την κοινωνική, πολλά case studies σε βιομηχανίες έχουν δείξει πως η μεταξύ τους σχέση είναι πιο περίπλοκη. Για παράδειγμα, συχνές ήταν οι περιπτώσεις όπου υπήρξε μεγάλη εκμετάλλευση του εργατικού δυναμικού προκειμένου να επιτευχθούν ανταγωνιστικές επιδόσεις και κόστη για την επιχείρηση. Η σχέση των δύο μεγεθών επηρεάζεται από πλήθος παραγόντων, όπως είναι η θέση εντός της αλυσίδας, το είδος της εργασίας που επιτελείται και το προφίλ του εργατικού δυναμικού. Είναι γεγονός πως κατά μήκος της αλυσίδας οι παραπάνω παράγοντες μπορεί να μεταβάλλονται καθώς οι δραστηριότητες διαφέρουν αρκετά μεταξύ τους, με ορισμένες να είναι εντάσεως γνώσης ενώ άλλες χαμηλών δεξιοτήτων

και εντάσεως εργασίας. Εξετάζοντας τον κλάδο της αγροδιατροφής για παράδειγμα, και συγκρίνοντάς τον με κλάδους όπως η βιομηχανία ένδυσης, η αυτοκινητοβιομηχανία, οι τεχνολογίες πληροφορικής και οι υπηρεσίες οι οποίες απαιτούν αντίστοιχα αυξανόμενη ένταση γνώσης, παρατηρούμε τη μεγάλη διαβάθμιση των δεξιοτήτων και των χαρακτηριστικών σε κάθε είδους αλυσίδα (Εικόνα 2.9).



Εικόνα 2.9: Διάρθρωση των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού σε διάφορες παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Πηγή: Barrientos et al. (2011)

Μέσα από την έρευνα και τις περιπτώσεις των επιχειρήσεων έγινε εμφανές πως η οικονομική αναβάθμιση δεν μπορεί να συσχετιστεί επακριβώς με την κοινωνική αναβάθμιση και επιπλέον δεν οδηγεί πάντα μακροπρόθεσμα σε βιωσιμότητα. Η βέλτιστη στρατηγική απόφαση πρέπει να εξετάζει το σύνολο του περιβάλλοντος και λαμβάνει σημαντικά υπόψη τα χαρακτηριστικά των οντοτήτων που το επηρεάζουν, συμπεριλαμβανομένου και του ανθρώπινου παράγοντα. Αξίζει, τέλος, να σημειωθεί πως η έρευνα για την κοινωνική αναβάθμιση έχει πυροδοτήσει νέα ερωτήματα σε διάφορα επίπεδα: στον τομέα διεύθυνσης ανθρωπίνου δυναμικού, ένα κύριο ερώτημα που εγείρεται αφορά τις συνθήκες και τα δικαιώματα εργασίας, σε επίπεδο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (Corporate Social Responsibility -CSR)⁷ μιας εταιρίας το κατά πόσο μια lead firm έχει επίγνωση των συνθηκών εργασίας κατά μήκος της αλυσίδας, ενώ σε ακαδημαϊκό επίπεδο εξετάζονται οι προοπτικές

⁷ Η εταιρική κοινωνική ευθύνη (Corporate Social Responsibility –CSR) αναφέρεται στην ευθύνη των επιχειρήσεων για τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία (European Commission, 2011)

εξέλιξης του ερευνητικού τομέα και των ινστιτούτων μιας χώρας-μέλους παγκόσμιας αλυσίδας αξίας. (Barrientos, et al., 2011)

2.9.4 Συσχέτιση αναβάθμισης και διακυβέρνησης

Σύμφωνα με πολλούς ερευνητές η μελέτη των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας οφείλει να λαμβάνει υπόψη της τη μελέτη των industrial clusters⁸, καθώς αυτή επικεντρώνεται περισσότερο στον ρόλο που η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και τοπικών ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων διαδραματίζει για την αναβάθμιση, αντί για τους αγοραστές και τη διακυβέρνηση στις οποίες εστιάζουν οι παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

Οι Gereffi και Lee (2016) διακρίνουν τη διακυβέρνηση σε κάθετη και οριζόντια, με την πρώτη να αφορά τις σχέσεις που έχουν αναφερθεί παραπάνω ως διακυβέρνηση και εμφανίζονται κατά μήκος της αλυσίδας μεταξύ αγοραστών – προμηθευτών, και τη δεύτερη να προκύπτει από τη μελέτη των industrial clusters με την έννοια των σχέσεων συντονισμού και μεταφοράς γνώσεων σε τοπικό επίπεδο εντός του cluster. Επιπλέον, ανάλογα με τις εμπλεκόμενες οντότητες στη διακυβέρνηση, της δίνουν τρεις ακόμα διαστάσεις: ιδιωτική, κοινωνική και δημόσια, όπως δείχνει ο Πίνακας 2.3:

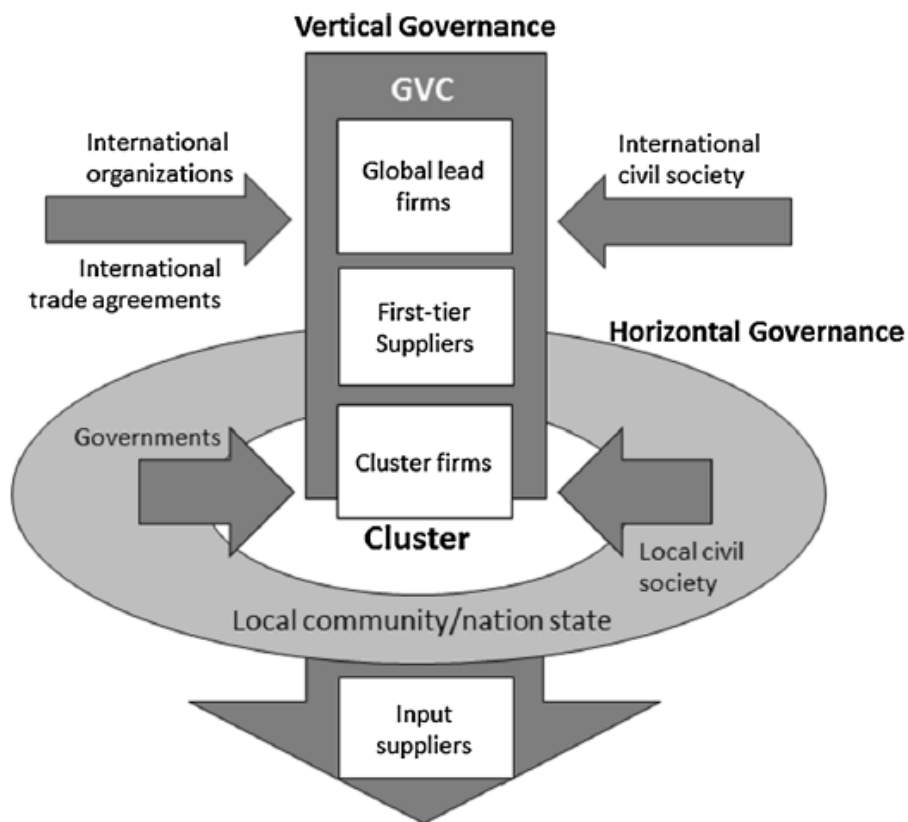
Πίνακας 2.3: Οι διαστάσεις της οριζόντιας και κάθετης διακυβέρνησης, σε σχέση με τις εμπλεκόμενες οντότητες στη διακυβέρνηση. Πηγή: Gereffi & Lee (2016)

Εμπλεκόμενος στην άσκηση διακυβέρνησης	Διάσταση	
	Οριζόντια	Κάθετη
Ιδιωτική διακυβέρνηση	Συμμετοχική διακυβέρνηση των συμμετεχόντων στο cluster	Διακυβέρνηση που ασκείται από τη lead firm της παγκόσμιας αλυσίδας αξίας
Κοινωνική διακυβέρνηση	Πίεση τοπικής κοινωνίας (πχ. σωματεία εργαζομένων)	Πίεση παγκόσμιας κοινωνίας σε lead firms και κύριους προμηθευτές, διεθνή συνδιαστικά κινήματα (πχ. Ethical Trading Initiative)
Δημόσια διακυβέρνηση	Τοπικοί, περιφερειακοί και εθνικοί κυβερνητικοί κανονισμοί	Διεθνείς οργανισμοί και διεθνείς εμπορικές συμφωνίες

Στην Εικόνα 2.10 παρουσιάζεται σχηματικά η σύνδεση της κάθετης και της οριζόντιας διακυβέρνησης μαζί με τις εμπλεκόμενες οντότητες. Όταν επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε clusters εισάγονται σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, τοποθετούνται και στις δύο αυτές

⁸ Το cluster ορίζεται από τον Οργανισμό Βιομηχανικής Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (United Nations Industrial Development Organization, UNIDO) ως «η γεωγραφική συγκέντρωση διασυνδεδεμένων επιχειρήσεων και συνεργαζόμενων ιδρυμάτων που αντιμετωπίζουν κοινές προκλήσεις και ευκαιρίες». (UNIDO, 2013)

διαστάσεις, οπότε λαμβάνουν επιρροές και πιέσεις τόσο κάθετα από την πλευρά της αλυσίδας όσο και οριζόντια από το cluster.



Εικόνα 2.10: Σχηματική αναπαράσταση της σύνδεσης μεταξύ της κάθετης και της οριζόντιας διακυβέρνησης μαζί με τις εμπλεκόμενες οντότητες. Πηγή: Gereffi & Lee (2016)

Οι δύο αυτές μορφές διακυβέρνησης συχνά είναι αντικρουόμενες και δρουν παρεμποδιστικά η μία για την άλλη ως προς την αναβάθμιση, αλλά με τις κατάλληλες συνθήκες συνδυασμού και συνεργασίας τους μπορούν να οδηγήσουν σε αποτελέσματα υγιέστερης αναβάθμισης, από οικονομικής και κοινωνικής άποψης. Οι Gereffi και Lee (2016) υποστηρίζουν επομένως πως η σύνδεση μεταξύ παγκόσμιων αλυσίδων αξίας και industrial clusters σε όρους οικονομικής και κοινωνικής αναβάθμισης μπορεί να διαμορφώσει ένα σαφές πλαίσιο εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (CSR), γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό τη σημερινή εποχή που οι lead firms βρίσκονται υπό πίεση να δώσουν μεγαλύτερη βαρύτητα στη βιώσιμη ανάπτυξη έναντι των στρατηγικών με μοναδικό στόχο τη μείωση κόστους.

2.10 Καινοτομία και Catch-up

2.10.1 Αλυσίδες αξίας και καινοτομία

Η παγκοσμιοποίηση και ο κατακερματισμός των δραστηριοτήτων σε διάφορα μέρη του κόσμου έχουν ως αποτέλεσμα η ανταλλαγή πληροφορίας, η διάχυση και η δημιουργία γνώσης να αποκτούν εξίσου παγκόσμιο χαρακτήρα. Η καινοτομία, ως προϊόν των παραπάνω, έχει αρχίσει να παρατηρείται όλο και περισσότερο σε παγκόσμια δίκτυα, οδηγώντας τους ερευνητές να υπογραμμίσουν την ανάγκη μελέτης της υπό το πρίσμα των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας.

Αποτελέσματα αναλύσεων για την καινοτομία σε εθνικό επίπεδο δείχνουν πως η συμμετοχή σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας είναι θετικά συσχετισμένη με την καινοτομία, καθώς ο διεθνής κατακερματισμός ωθεί τη διάχυση γνώσης, η οποία σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του σχετικού ακαδημαϊκού και ερευνητικού τομέα πολλαπλασιάζει τα οφέλη της συμμετοχής στις αλυσίδες. (CatChain D1.2, 2019)

Σε επίπεδο επιχείρησης, η συσχέτιση της δυνατότητας καινοτομίας επιχειρήσεων αναπτυσσόμενων κρατών με τη συμμετοχή τους σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, οδηγεί τους de Marchi et al. (2017) μετά από εμπειρική μελέτη να καταλήξουν σε τρεις τύπους καινοτόμων επιχειρήσεων, με βάση τις καινοτομικές επιδόσεις της επιχείρησης και τους μηχανισμούς απόκτησης γνώσης εντός και εκτός της αλυσίδας:

1. GVC-led innovators: χαρακτηρίζονται από υψηλά ποσοστά καινοτομίας και με αξιοποίηση όλων των πηγών γνώσης στις οποίες αποκτούν πρόσβαση εντός των αλυσίδων.
2. Autonomous innovators: εξίσου καινοτόμες επιχειρήσεις, με τη διαφορά ότι αντλούν γνώση από πηγές που βρίσκονται εκτός των αλυσίδων.
3. Marginal innovators: επιχειρήσεις που –κατ’ αντιστοιχία με τις αλυσίδες στις οποίες βρίσκονται– παρουσιάζουν μικρά ποσοστά καινοτομίας, αντλώντας επιλεκτικά γνώση εντός της αλυσίδας και χωρίς να αξιοποιούν εξωτερικές πηγές.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως το μεγαλύτερο ποσοστό των αλυσίδων που μελετήθηκαν ανήκει στην τρίτη κατηγορία, οδηγώντας στο συμπέρασμα πως παρόλο που οι παγκόσμιες αλυσίδες αξίας αποτελούν την εστία της καινοτομίας για επιχειρήσεις αναπτυσσόμενων κρατών, μηχανισμοί σε κρατικό επίπεδο και άλλοι εξωτερικοί παράγοντες αποτελούν θεμελιώδη στοιχεία για την ύπαρξή της.

Το συμπέρασμα συμβαδίζει με την έμφαση που δίνεται από τους ερευνητές για την ύπαρξη του συστήματος καινοτομίας (innovation system), το οποίο αποτελεί το σύνολο επιχειρήσεων και οντοτήτων όπως τα ερευνητικά ιδρύματα και μπορεί να υφίσταται σε κλαδικό, εθνικό ή ευρύτερο επίπεδο, δημιουργώντας αλληλεπιδράσεις τόσο εντός του συστήματος όσο και με άλλα συστήματα (CatChain D1.1, 2018). Το σύστημα καινοτομίας επιδρά σημαντικά στην απόκτηση και ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των επιχειρήσεων.

Γίνεται επομένως κατανοητό πως η διαδικασία καινοτομίας σε επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας δεν βασίζεται αποκλειστικά στα χαρακτηριστικά της αλυσίδας και των επιχειρήσεων, αλλά εξαρτάται σημαντικά από την ικανότητα των ίδιων των αναπτυσσόμενων κρατών να υποβοηθήσουν την αναβάθμιση επενδύοντας στο δικό τους ακαδημαϊκό και ερευνητικό σύστημα απόκτησης δεξιοτήτων μέσα από στοχευμένες πολιτικές. (CatChain D1.2, 2019)

2.10.2 Ο όρος του οικονομικού Catch-up

Ο όρος χρησιμοποιείται για την περιγραφή του φαινομένου κατά το οποίο επιχειρήσεις νέες στην αγορά επιτυγχάνουν αποδόσεις σε τεχνολογικό ή άλλο επίπεδο, παρόμοιες ή και καλύτερες από τους ηγέτες του κλάδου. Αποτελεί ένα φαινόμενο που εμφανίζεται τόσο σε επίπεδο επιχειρήσεων, όσο και ολόκληρων κλάδων και χωρών. Ιδιαίτερη έμφαση όμως δίνεται στις αναπτυσσόμενες οικονομίες, καθώς η δυνατότητα και ο τρόπος να αναπτυχθούν συνδέονται στενά με τη δυνατότητα των επιχειρήσεών τους να ανταγωνιστούν και να «φτάσουν» τις ηγέτιδες επιχειρήσεις. Η προσπάθεια αποσαφήνισης των μηχανισμών πίσω από το catch-up έχει αναδείξει το σύστημα καινοτομίας ως βασικό παράγοντα για την επίτευξή του, καθώς όπως αναφέρθηκε προωθεί την ανάπτυξη γνώσεων στο τοπικό επίπεδο, έννοια που αποτελεί κύρια παράμετρο της καινοτομίας.

Η πλειοψηφία της έρευνας γύρω από το σύστημα καινοτομίας κινούταν μέχρι σήμερα στην εθνική του διάσταση, κάτι που με τις νέες τάσεις παγκοσμιοποίησης κρίνεται ανεπαρκές. Έτσι, ένα νέο ρεύμα έρευνας μελετά το catch-up σε συνδυασμό με τις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Η ανάλυση αυτή, παρόλο που βρίσκεται σε πρώιμο στάδιο ακόμα θεωρείται αντιπροσωπευτική καθώς οι αλυσίδες αξίας προσφέρουν παγκόσμια οπτική, θέτουν το ερώτημα της αναβάθμισης με σκοπό το catch-up των αναπτυσσόμενων στους ανεπτυγμένους, και εξετάζουν το σύστημα καινοτομίας από δύο οπτικές: σε εθνικό επίπεδο με έμφαση στο εμπόριο αλλά και σε επίπεδο επιχείρησης με έμφαση στις σχέσεις που εμφανίζονται στις αγορές, μεταξύ πελατών και παραγωγών. (CatChain D1.1, 2018)

Μια σημαντική παρατήρηση είναι πως η διαδικασία του catch-up δεν είναι πανομοιότυπη για όλους τους κλάδους. Αντίθετα, κλαδικές μελέτες χρειάζονται για να προσδιοριστούν οι βασικοί παράγοντες τοπικά, εθνικά και διεθνώς που διευκολύνουν ή παρεμποδίζουν το catch-up σε συγκεκριμένους κλάδους. Για παράδειγμα, το catch-up στο παρελθόν παρατηρούταν περισσότερο σε κλάδους εντάσεως εργασίας, όπου το χαμηλό κόστος εργασίας ήταν το κύριο κριτήριο εισόδου στις αλυσίδες, ενώ πρόσφατα παρατηρείται και σε κλάδους εντάσεως γνώσης στους οποίους η καινοτομία παίζει βασικό ρόλο. Πλέον με τη συμμετοχή σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας το catch-up λόγω απόκτησης γνώσεων εμφανίζεται σε περισσότερα είδη κλάδων, ακόμα και σε πιο παραδοσιακούς κλάδους όπως των υφασμάτων και κλωστοϋφαντουργίας και τους γεωργικούς κλάδους. Επομένως, μια ορθή μελέτη του catch-up λαμβάνει υπόψη τη σύνδεση των χαρακτηριστικών του κλάδου και της ανάλυσης του συστήματος καινοτομίας.

Παρότι το ρεύμα έρευνας είναι νέο έχουν γίνει οι πρώτες προσπάθειες να αποσαφηνιστεί η σχέση μεταξύ των αλυσίδων και του συστήματος καινοτομίας. Οι Lee et al. (2018), για παράδειγμα, χρησιμοποιώντας την οπτική του catch-up περιγράφουν τη συμπεριφορά των «αργοπορημένων» (latecomers) οικονομιών στις παγκόσμιες αλυσίδες μέσα από έναν

μηχανισμό που ονομάζεται “in-out-in-again”, με την εξής υπόθεση: στην αρχική φάση ανάπτυξης του «αργοπορημένου», η συμμετοχή στην αλυσίδα είναι απαραίτητη για την απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων. Στη συνέχεια, προκειμένου να πραγματοποιήσει λειτουργική αναβάθμιση και να αναβαθμιστεί από το στάδιο του μέσου εισοδήματος, απαιτείται ανεξαρτησία και συχνά έξοδος από την υπάρχουσα διεθνώς ελεγχόμενη αλυσίδα. Τέλος, αφού σχηματίσουν τις δικές τους τοπικές αλυσίδες αξίας, οι προηγουμένως «αργοπορημένες» επιχειρήσεις ή οικονομίες γενικότερα συχνά επιδιώκουν την επανένταξή τους στην παγκόσμια αλυσίδα. (CatChain D1.2, 2019)

Είναι εμφανές πως η σύνδεση του catch-up με την ανάλυση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον ρόλο που οι στρατηγικές εισόδου, απόκτησης γνώσεων και αναβάθμισης παίζουν για τη διαδικασία μιας αναπτυσσόμενης χώρας να φτάσει τους ηγέτες, μπορεί να προσφέρει απαντήσεις σχετικά με την κρατική πολιτική που θα πρέπει να ακολουθηθεί για την είσοδο μιας χώρας στην παγκόσμια αγορά. Επιπλέον, η σύνδεση των δύο ρευμάτων θα επιτρέψει τη διερεύνηση κύριων μεταβλητών για την απόκτηση δεξιοτήτων που οδηγούν σε καινοτομία (innovative capacity building) και της επιρροής των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας σε πολλά οικονομικά μεγέθη όπως τον σχηματισμό και την εξέλιξη του ανθρώπινου κεφαλαίου, την παραγωγικότητα, την οικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα καθώς επίσης και τη μείωση της φτώχειας.

3 Ποσοτικοποίηση της συμμετοχής σε Παγκόσμιες Αλυσίδες Αξίας: Μεθοδολογικές προσεγγίσεις

Το επόμενο θεμελιώδες ερώτημα που εγείρεται από την ανάλυση των αλυσίδων αξίας, αφορά την εμπειρική μελέτη και αποτύπωσή τους. Τα τελευταία χρόνια η εμπειρική ανάλυση έχει αναπτυχθεί σημαντικά λόγω της διαθεσιμότητας των κατάλληλων δεδομένων για πληθώρα χωρών, κλάδων και επιχειρήσεων, αλλά και της αυξημένης υπολογιστικής δύναμης που επιτρέπει την επεξεργασία τους και τη διαχείριση ογκωδών βάσεων δεδομένων.

Οι αρχικές προσπάθειες ποσοτικής περιγραφής των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας πραγματοποιήθηκαν σε επίπεδο επιχειρήσεων, με σκοπό να προσδιοριστεί το σύνολο εισροών για την παραγωγή ή το δίκτυο πωλήσεων ενός προϊόντος. Τα διαθέσιμα στοιχεία σε αυτή την περίπτωση λαμβάνονται τόσο από την ίδια την επιχείρηση όσο και από μελέτες που πραγματοποιούνται από ιδιωτικές συμβουλευτικές εταιρίες, ενώ σε επίπεδο ευρύτερης κατηγορίας προϊόντων ενός κλάδου λαμβάνονται από μελέτες του ίδιου του κλάδου (Sturgeon, et al., 2013). Τα παράταιρα ευρήματα των μελετών σε αυτό το πλαίσιο εξήγησαν ερωτήματα σχετικά με την εγκυρότητα χρήσης δεδομένων εμπορίου βασισμένων σε ακαθάριστες αξίες, ενώ επόμενες μελέτες έδειξαν ότι οι υπολογισμοί σε όρους προστιθέμενης αξίας οδηγούν σε ορθότερα συμπεράσματα.

Παρόλο που τα στοιχεία σε επίπεδο επιχειρήσεων είναι πολύ ουσιαστικά για την αποτύπωση των αλυσίδων παραγωγής σε μια πιο μικροσκοπική κλίμακα αφού αντλούν πραγματικά εταιρικά δεδομένα χωρίς να υποκύπτουν σε στατιστική επεξεργασία, σε επίπεδο μακροοικονομικής ανάλυσης αδυνατούν να αποδώσουν τη μεταφορά αξίας ακριβώς λόγω της αναφοράς τους σε συγκεκριμένα προϊόντα ή στη δραστηριότητα ορισμένων επιχειρήσεων. Ακόμη, η χρήση στοιχείων που αφορούν προϊόντα δεν επιτρέπει τη δυνατότητα αποτύπωσης της προσθήκης αξίας σε όλα τα προηγούμενα στάδια παραγωγής, καθώς τα δεδομένα εισροών αφορούν μόνο τους άμεσους προμηθευτές της επιχείρησης.

Μια άλλη προσέγγιση, η οποία τα τελευταία έτη είναι ευρέως διαδεδομένη και διαρκώς αναπτυσσόμενη, είναι η αποτύπωση μέσω της ανάλυσης εισροών – εκροών και των αντίστοιχων πινάκων. Οι πίνακες εισροών – εκροών (input – output tables) προσδίδουν μια πλήρη εικόνα των διεθνών συναλλαγών αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ χωρών και κλάδων σε μια δεδομένη χρονική στιγμή, δίνοντας τη δυνατότητα να εντοπιστεί η κάθετη δομή του διεθνούς διαμοιρασμού και κατακερματισμού των παραγωγικών δραστηριοτήτων. Οι πίνακες καλύπτουν το σύνολο των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας και επιτρέπουν τη μέτρηση της μεταφοράς αξίας μεταξύ χωρών ή ευρύτερων γεωγραφικών περιοχών, δίνοντας έτσι στην ανάλυση εισροών – εκροών τη δυνατότητα αποτύπωσης της δημιουργίας προστιθέμενης αξίας για κάθε προϊόν, σε κάθε χώρα, σε κάθε στάδιο παραγωγής του.

Φυσικά, η ανάλυση διαθέτει και ορισμένους περιορισμούς, κυρίως λόγω των στατιστικών χαρακτηριστικών των πινάκων. Αρχικά, η κατηγοριοποίηση των πινάκων με βάση τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας δεν επιτρέπει τον εντοπισμό της προσθήκης αξίας ορισμένων δραστηριοτήτων, όπως ο σχεδιασμός προϊόντος και η συναρμολόγηση. Ακόμη, η καταγραφή των συναλλαγών πραγματοποιείται σε εγχώρια βάση με αποτέλεσμα οι παραγωγικές δραστηριότητες να οριοθετούνται από εδαφικά σύνορα αντί της εθνικότητας με την οποία τα παραγόμενα αγαθά είναι συσχετισμένα, οδηγώντας σε κίνδυνο μη αντιπροσωπευτικών ενδείξεων κατανομής της αξίας μεταξύ των χωρών. Τέλος, οι πίνακες

εισροών – εκροών δεν είναι σε θέση να διαθέσουν πληροφορίες πάνω στη φύση των πραγματοποιούμενων συναλλαγών, καθιστώντας μια ποιοτική ανάλυση των αλυσίδων αξίας δυσχερή έως αδύνατη.

Αντιπαραβάλλοντας τις δύο παραπάνω προσεγγίσεις, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως δεν υποκαθιστούν η μία την άλλη. Αντιθέτως, μπορούν να χρησιμοποιούνται συμπληρωματικά ανάλογα με τα ερευνητικά ερωτήματα προς εξέταση, καθώς η ανάλυση σε επίπεδο προϊόντων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ποιοτική περιγραφή των αλυσίδων αξίας και χαρακτηριστικών τους όπως διακυβέρνηση και τη μετάδοση τεχνογνωσίας μεταξύ των εμπλεκόμενων, ενώ η πολυκρατική ανάλυση εισροών – εκροών δίνει τη συνολική εικόνα μεταφοράς αξίας και σχηματισμού αλυσίδων μεταξύ κλάδων και χωρών. (OECD, 2017)

Η παρούσα εργασία βασίζεται στην ανάλυση εισροών – εκροών για την περιγραφή των μεγεθών που αφορούν τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, οπότε και θα αναπτυχθεί εκτενέστερα.

3.1 Ανάλυση εισροών – εκροών

Η ανάλυση εισροών – εκροών αναπτύχθηκε από τον καθηγητή Wassily Leontief τη δεκαετία του 1930 (Leontief, 1936; 1941), με κύριο σκοπό να αναλύσει τη διασύνδεση των κλάδων μέσα σε μια οικονομία. Στη βασική του μορφή το μοντέλο αποτελείται από ένα σύστημα γραμμικών εξισώσεων παραγωγής, καθεμία από τις οποίες περιγράφει την κατανομή του παραγόμενου προϊόντος ενός κλάδου εντός της οικονομίας.

Το μοντέλο, το οποίο βρίσκεται σε μορφή αλγεβρικού πίνακα, κατασκευάζεται από δεδομένα που αφορούν μια οικονομική περιοχή η οποία συνήθως είναι μία χώρα. Η οικονομική δραστηριότητα εντός της χώρας αποτελεί τη οικονομική δραστηριότητα των κλάδων που την απαρτίζουν, δηλαδή τα παραγόμενα αγαθά τους (εκροές – outputs) και τα αγαθά των άλλων κλάδων που χρησιμοποίησαν (εισροές – inputs) για να τα παράξουν. Επομένως, η ουσία ενός τέτοιου πίνακα είναι παρουσίαση της κατανομής των αγαθών – εκροών σε όρους αξίας από έναν κλάδο σε κάθε έναν από τους υπόλοιπους κλάδους ως ενδιάμεσους χρήστες, αλλά και στους τελικούς χρήστες (καταναλωτές, επενδυτές και εξαγωγείς). Ο πίνακας εισροών – εκροών έχει τη γενική μορφή που παρουσιάζεται στην Εικόνα 3.1, όπου σε κάθε σειρά περιγράφεται η κατανομή του προϊόντος ενός κλάδου ως παραγωγού στην οικονομία και σε κάθε στήλη οι εισροές των υπόλοιπων κλάδων που λαμβάνει ως χρήστης προκειμένου να παράξει το προϊόν του. Οι πρόσθετες στήλες αποτυπώνουν την τελική χρήση (final demand) ενώ οι πρόσθετες σειρές περιγράφουν επιπλέον εισροές –μη βιομηχανικές– όπως η εργασία, αποσβέσεις περιουσιακών στοιχείων, φόροι και εισαγωγές. Στο κάτω δεξιό μέρος του πίνακα επίσης προκύπτει το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (Gross Domestic Product, GDP)⁹, που προκύπτει ως το σύνολο προστιθέμενης αξίας αλλά και των τελικών χρήσεων των κλάδων. (Miller & Blair, 2009)

⁹ Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ – Gross Domestic Product, GDP) είναι η εκτίμηση της συνολικής αξίας όλων των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε μια δεδομένη χρονική περίοδο εντός των γεωγραφικών συνόρων μιας χώρας. (Investopedia, 2019)

		PRODUCERS AS CONSUMERS								FINAL DEMAND			
		Agric.	Mining	Const.	Manuf.	Trade	Transp.	Services	Other	Personal Consumption Expenditures	Gross Private Domestic Investment	Govt. Purchases of Goods & Services	Net Exports of Goods & Services
PRODUCERS	Agriculture												
	Mining												
	Construction												
	Manufacturing												
	Trade												
	Transportation												
	Services												
	Other Industry												
VALUE ADDED	Employees	Employee compensation								GROSS DOMESTIC PRODUCT			
	Business Owners and Capital	Profit-type income and capital consumption allowances											
	Government	Indirect business taxes											

Εικόνα 3.1: Υπόδειγμα πίνακα εισροών – εκροών. Πηγή: Miller & Blair (2009)

Πλέον, η ανάλυση εισροών – εκροών διαθέτει προεκτάσεις τέτοιες ώστε να επιτρέπει την ανάλυση σε διάφορες γεωγραφικές και χρονικές κλίμακες, αλλά και την ανάλυση μεγεθών όπως η εργασία ή άλλα κοινωνικά μεγέθη σε σχέση με τη βιομηχανική παραγωγή, ή ακόμη την εξέταση διακρατικών ροών αγαθών και υπηρεσιών σε σχέση με κατανάλωση ενέργειας και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα των διεθνών παραγωγικών δραστηριοτήτων. (Miller & Blair, 2009)

3.1.1 Υποθέσεις της ανάλυσης εισροών – εκροών

Η ανάλυση εισροών – εκροών στηρίζεται στις εξής υποθέσεις (Leontief, 1936; 1941):

1. Η τεχνολογία παραγωγής είναι σταθερή
 Η υπόθεση αυτή σημαίνει πως τόσο ο λόγος, όσο και το μείγμα των απαιτούμενων εισροών ανά μονάδα τελικού προϊόντος είναι σταθερά. Επομένως, δεν μπορεί να θεωρηθεί η ύπαρξη οικονομιών κλίμακας (βλ. υποσημείωση 4, σελ.28) και η υποκατάσταση μεταξύ εισροών.
2. Οι τιμές δεν μεταβάλλονται
 Η ζήτηση μεταβάλλεται γραμμικά με την προσφορά (παραγωγή), και οι τιμές παραμένουν σταθερές ανεξαρτήτως των μεταβολών.
3. Δεν υπάρχουν περιορισμοί στις παραγωγικές δυνατότητες των οικονομικών μονάδων
 Η συγκεκριμένη υπόθεση σημαίνει πως κάθε επιχείρηση (και κατ' επέκταση κάθε κλάδος οικονομικής δραστηριότητας) είναι σε θέση να αυξήσει την παραγωγή όσο χρειάζεται, ώστε να ικανοποιήσει την αυξημένη ζήτηση.

3.2 Ανάλυση εισροών–εκροών στο πλαίσιο των GVCs: Εμπόριο προστιθέμενης αξίας (Trade in Value Added)

Η ανάλυση εισροών – εκροών ξεκίνησε να χρησιμοποιείται στο πλαίσιο των αλυσίδων αξίας μετά το 2000, όταν οι Hummels, Ishii και Yi (2001) εισήγαγαν την έννοια της κάθετης εξειδίκευσης (vertical specialization). Αποτελεί ένα μέτρο του διεθνούς διαμοιρασμού της παραγωγής, και ορίζεται ως το ποσό των εισαγόμενων ενδιάμεσων εισροών που απαιτούνται για την παραγωγή ενός εξαγόμενου αγαθού, ή αλλιώς το ποσοστό των εξαγωγών που είναι εισαγόμενο. Αρχικά, η αποτύπωση του διεθνούς εμπορίου γινόταν σε όρους ακαθάριστων, δηλαδή συνολικών, εξαγωγών (gross exports), όπου όπως αποδείχθηκε στη συνέχεια οδηγούσε σε εσφαλμένα συμπεράσματα. Η χρήση της κάθετης εξειδίκευσης (vertical specialization) σε όρους προστιθέμενης αξίας (Chen, et al., 2004) και ο διαχωρισμός των εθνικών πινάκων εισροών – εκροών σε ένα μέρος που αντιστοιχεί στους κλάδους-αποδέκτες εξαγωγών (export processing sectors) και ένα για την υπόλοιπη οικονομία (Koopman, et al., 2012) οδήγησαν στην ανάδειξη της σημασίας μέτρησης του εμπορίου σε όρους **προστιθέμενης αξίας**¹⁰ και στην αντιμετώπιση των αναλυτικών αποκλίσεων που προκαλούνταν από την ως τότε αποτύπωση και την αγνόηση του ποσοστού των αγαθών που εισάγονται ως πρώτες ύλες και επανεξάγονται μετά από επεξεργασία εντός της χώρας (processing trade).

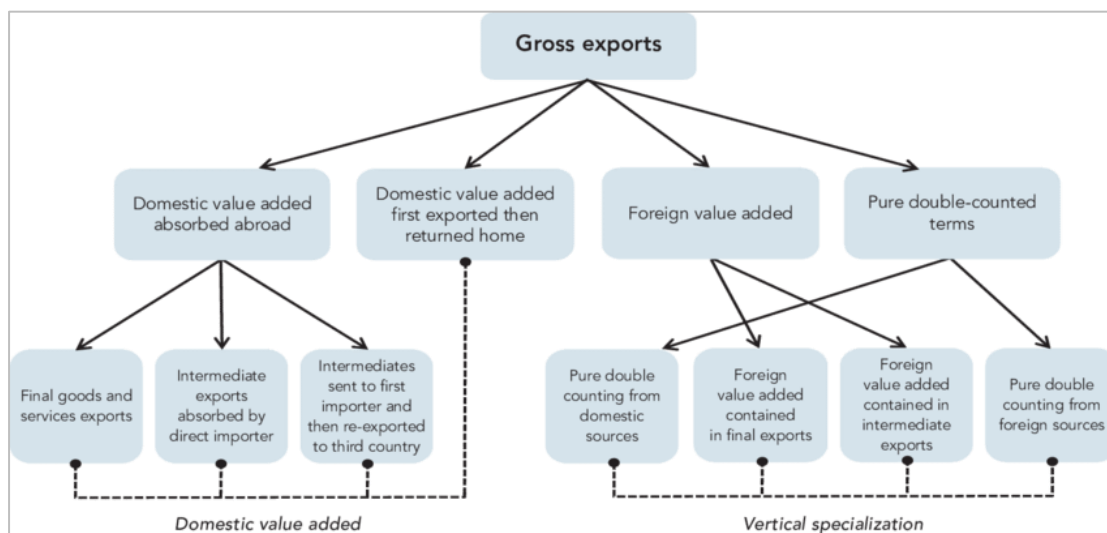
Στη συνέχεια, η εμπειρική μελέτη μετέβηκε από το επίπεδο των εθνικών πινάκων εισροών – εκροών σε συνδυαστικούς πίνακες πολλαπλών χωρών, ώστε να υπολογίζεται η εγχώρια προστιθέμενη αξία καθώς και δείκτες κάθετης εξειδίκευσης (vertical specialization) και τοπικότητας (regionalization) (Daudin, et al., 2011), ενώ οι Johnson και Noguera (2012) υπολόγισαν τον λόγο των εξαγωγών προστιθέμενης αξίας ως προς τις ακαθάριστες εξαγωγές ως μέτρο του διεθνούς διαμοιρασμού της παραγωγής.

Μια από τις σημαντικότερες συμβολές στην ανάλυση εισροών – εκροών έγινε από τους Koopman, Wang και Wei (2014) όταν ανέδειξαν την πλήρη εικόνα της δημιουργίας προστιθέμενης αξίας, μέσα από την διάσπαση των ακαθάριστων εξαγωγών στις διάφορες πηγές προστιθέμενης αξίας. Οι τέσσερις κύριες κατηγορίες προστιθέμενης αξίας που απαρτίζουν τις ακαθάριστες εξαγωγές είναι:

- Εγχώρια προστιθέμενη αξία που απορροφάται στο εξωτερικό
- Προστιθέμενη αξία που εξάγεται και στη συνέχεια επανεισάγεται στη χώρα
- Προστιθέμενη αξία που προέρχεται από το εξωτερικό
- Όροι οι οποίοι έχουν προσμετρηθεί διπλά

¹⁰ Προστιθέμενη αξία παραγωγικής δραστηριότητας είναι η διαφορά μεταξύ της αξίας του τελικού προϊόντος της δραστηριότητας και του κόστους των αγαθών που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για την παραγωγή του, συμπεριλαμβανομένων και των φόρων επί προϊόντων κατά την αγορά των εισροών (δασμοί, ειδικά τέλη, ΦΠΑ κλπ.). Προκύπτει δηλαδή ως το άθροισμα κόστους εργασίας, φόρων επί της παραγωγής, αποσβέσεων και καθαρού λειτουργικού πλεονάσματος που προέκυψαν από την εκτέλεση της δραστηριότητας. Ισοδυναμεί πρακτικά με το άθροισμα των κερδών προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων (EBITDA) και του κόστους εργασίας που προκύπτουν από τη δραστηριότητα. (IOBE, 2016)

Κάθε μια από τις παραπάνω κατηγορίες μπορεί να αναλυθεί σε περισσότερες υποκατηγορίες ανάλογα με τις συνθήκες εμπορίου, οδηγώντας σε μια πλήρη εικόνα της διαδικασίας δημιουργίας προστιθέμενης αξίας. Με τον τρόπο αυτό, όλες οι προηγούμενες προσπάθειες αποτύπωσης ενσωματώθηκαν σε ένα ενιαίο πλαίσιο. Το ιδιαίτερα σημαντικό χαρακτηριστικό της μεθόδου είναι πως απομονώνει τους όρους που προσμετρώνται διπλά στις ακαθάριστες εξαγωγές, οι οποίοι στις προηγούμενες εμπειρικές αναλύσεις αποτελούσαν τροχοπέδη και οδηγούσαν σε αποκλίσεις (OECD, 2017). Το πλαίσιο διάσπασης των ακαθάριστων εξαγωγών παρουσιάζεται σχηματικά στην Εικόνα 3.2:



Εικόνα 3.2: Πλαίσιο διάσπασης των ακαθάριστων εξαγωγών στις πηγές δημιουργίας προστιθέμενης αξίας. Πηγή: OECD (2017)

Τέλος, όσο η πολυπλοκότητα των διακρατικών συνεργασιών και ο διαμοιρασμός της παραγωγής αυξάνονται, η χρήση αποκλειστικά δεδομένων εμπορίου (ακαθάριστες εισαγωγές και εξαγωγές) και μεγεθών σχετικών με το ΑΕΠ δεν επαρκεί για τη μελέτη της επίδρασης των μεταβολών στον παγκόσμιο οικονομικό κύκλο (global business cycle)¹¹. Βασική αιτία αυτού είναι πως οι δείκτες που αφορούν το διεθνές εμπόριο και τα δεδομένα παραγωγής δεν είναι σε θέση να διακρίνουν ποιες εμπορικές δραστηριότητες είναι δραστηριότητες στο πλαίσιο παγκόσμιων αλυσίδων αξίας και ποιες όχι, οδηγώντας στην αδυναμία συσχέτισης των μεταβολών στο διεθνές εμπόριο και την ανάπτυξη του ΑΕΠ.

Το πρόβλημα αυτό αντιμετώπισαν οι Wang et al. (2017), αναπτύσσοντας μια μέθοδο αποδόμησης της παραγωγής για τη διάκριση των δραστηριοτήτων στο πλαίσιο παγκόσμιων αλυσίδων αξίας και μη (GVC και non-GVC activities), ανάλογα με το αν διαπερνούν τα εθνικά σύνορα για παραγωγή. Έτσι, η δημιουργία προστιθέμενης αξίας θεωρείται ότι γίνεται στο

¹¹ Ο οικονομικός κύκλος (business cycle) περιγράφει τις διακυμάνσεις στην πορεία της οικονομικής δραστηριότητας μιας οικονομίας, με βάση το ΑΕΠ. Ένας οικονομικός κύκλος περιλαμβάνει περιόδους ύφεσης και ανάπτυξης, και αποτελείται από 6 στάδια: επέκταση, κορυφή, ύφεση, κατώτατο σημείο, ανάκαμψη. Κάθε στάδιο επιδρά ανάλογα στην οικονομική δραστηριότητα και σε μεγέθη όπως η απασχόληση, οι μισθοί κλπ. (Investopedia, 2019)

πλαίσιο παγκόσμιων αλυσίδων αξίας (αποτελεί GVC activity) μόνο όταν οι παραγωγικοί συντελεστές¹² που ενσωματώνει διαπερνούν τα εθνικά σύνορα για παραγωγικούς σκοπούς.

Με βάση τα παραπάνω, το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (Gross Domestic Product, GDP) ενός κλάδου ή μιας χώρας μπορεί να αποδομηθεί σε τέσσερις τύπους, με τους δύο πρώτους (1 και 2) να αφορούν αποκλειστικά εγχώριες παραγωγικές δραστηριότητες και τους δύο επόμενους (3 και 4) να περιγράφουν παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, εφόσον η προστιθέμενη αξία της χώρας προέλευσης και το περιεχόμενο των παραγωγικών συντελεστών της χρησιμοποιούνται για περαιτέρω προσθήκη αξίας μέσω παραγωγικών δραστηριοτήτων σε μια άλλη χώρα:

1. Εγχώρια παραγόμενη και καταναλισκόμενη προστιθέμενη αξία. Γίνεται αναφορά στην *εξ' ολοκλήρου εγχώρια παραγωγή*, η οποία περιλαμβάνει εγχώρια προστιθέμενη αξία που δημιουργείται για να ικανοποιήσει εγχώρια τελική ζήτηση. Ένα απλό παράδειγμα αποτελεί η απόκτηση ενός κουρέματος.
2. Παραγωγή προστιθέμενης αξίας ενσωματωμένης στην εξαγωγή τελικών αγαθών ή υπηρεσιών. Πρόκειται για το *παραδοσιακό εμπόριο*, όπου η εγχώρια προστιθέμενη αξία παράγεται για να ικανοποιήσει εξωτερική (foreign) τελική ζήτηση. Οι εγχώριοι συντελεστές παραγωγής βρίσκονται ενσωματωμένοι στα τελικά αγαθά που διαπερνούν τα σύνορα αποκλειστικά προς κατανάλωση, προσομοιάζοντας το παρελθοντικό ανταλλακτικό εμπόριο.
3. Απλές διεθνώς διαμοιρασμένες παραγωγικές δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες αυτές διαμορφώνουν τις *απλές αλυσίδες αξίας*, στις οποίες η εγχώρια προστιθέμενη αξία διαπερνά τα σύνορα για παραγωγή μόνο μία φορά. Η προστιθέμενη αξία είναι ενσωματωμένη σε ενδιάμεσα αγαθά και χρησιμοποιείται από τους συμμετέχοντες στην εμπορική συναλλαγή για να παραχθούν εγχώρια αγαθά που θα καταναλωθούν στη χώρα που εισάγονται. Δηλαδή, δεν πραγματοποιούνται έμμεσες εξαγωγές μέσω άλλων χωρών, ούτε επανεξάγεται ή επανεισάγεται περιεχόμενο των παραγωγικών συντελεστών των χωρών προέλευσης. Για παράδειγμα, κινέζικη προστιθέμενη αξία είναι ενσωματωμένη στις εξαγωγές ατσαλιού της Κίνας προς τις ΗΠΑ, το οποίο θα χρησιμοποιηθεί στις ΗΠΑ για την κατασκευή σπιτιών.
4. Σύνθετες διεθνώς διαμοιρασμένες παραγωγικές δραστηριότητες. Πλέον γίνεται αναφορά σε *σύνθετες αλυσίδες αξίας*, όπου η εγχώρια προστιθέμενη αξία ενσωματώνεται σε ενδιάμεσα εξαγόμενα αγαθά και χρησιμοποιείται από τις συνεργαζόμενες χώρες για να παράξουν με τη σειρά τους ενδιάμεσα ή τελικά αγαθά προς εξαγωγή σε άλλες χώρες. Εδώ, το περιεχόμενο των εγχώριων παραγωγικών συντελεστών διαπερνά τα εθνικά σύνορα τουλάχιστον δύο φορές. Η χρήση από τη

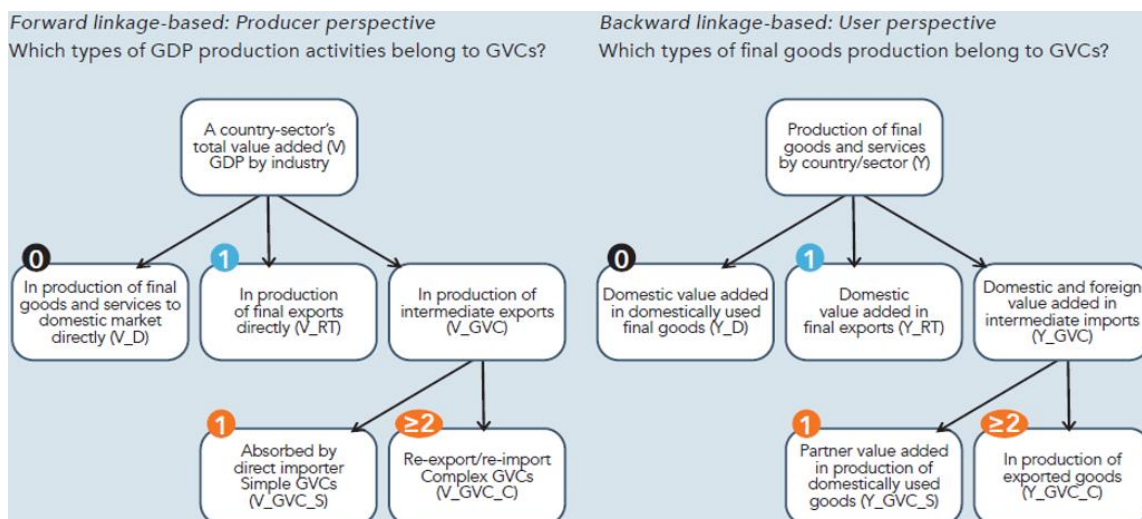
¹² Παραγωγικοί συντελεστές είναι η γη, η εργασία και το κεφάλαιο. Κατά το παραδοσιακό εμπόριο, οι συντελεστές αυτοί διαπερνούσαν εθνικά σύνορα μόνο στη μορφή τελικών αγαθών προς κατανάλωση. Αντίθετα, στο πλαίσιο των αλυσίδων αξίας πλέον οι παράγοντες διαπερνούν τα εθνικά σύνορα είτε άμεσα, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση των άμεσων ξένων επενδύσεων (foreign direct investment - FDI), είτε έμμεσα ενσωματωμένοι σε τελικές και ενδιάμεσες ροές αγαθών. (OECD, 2017)

συνεργαζόμενη χώρα γίνεται για την παραγωγή ενδιάμεσων ή τελικών αγαθών που είτε θα επανεισαχθούν στη χώρα προέλευσης (όπως για παράδειγμα ο μισθός ενός μηχανικού της Apple που βρίσκεται ενσωματωμένος σε ένα iPhone αγορασμένο από έναν αμερικανό πολίτη), είτε θα επανεξαχθούν σε άλλες χώρες (όπως ιαπωνική προστιθέμενη αξία ενσωματωμένη σε ηλεκτρονικά τσιπ, τοποθετημένα σε παιχνίδια που έχουν κατασκευαστεί στην Κίνα και εξάγονται προς τις ΗΠΑ).

Η αποδόμηση της προστιθέμενης αξίας ή της παραγωγής τελικών αγαθών από έναν κλάδο ή χώρα ώστε να προκύψουν οι παραπάνω τύποι, γίνεται, όπως υπέδειξαν οι Wang et al. (2017), λαμβάνοντας υπ' όψη τόσο τις προς τα μπροστά συνδέσεις (forward linkages) όσο και τις προς τα πίσω (backward linkages):

- Η αποδόμηση με βάση τις προς τα μπροστά συνδέσεις προσεγγίζει τον κλάδο ή τη χώρα από τη σκοπιά του *παραγωγού*. Κατατάσσει ως παραγωγικές δραστηριότητες στο πλαίσιο παγκόσμιων αλυσίδων αξίας (GVC production activities) το ποσοστό του ΑΕΠ που σχηματίζεται από εγχώριους παραγωγικούς συντελεστές, οι οποίοι διαπερνούν τα εθνικά σύνορα για παραγωγή τουλάχιστον μία φορά. Εγχώρια παραγωγή θεωρείται το ποσοστό του GDP που δημιουργείται από τους εγχώριους συντελεστές και παραμένει εντός των συνόρων καθ' όλη τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας. Όπως γίνεται κατανοητό, η αποδόμηση γίνεται σε όρους αξίας και όχι των αγαθών.
- Η αποδόμηση με βάση τις προς τα πίσω συνδέσεις προσεγγίζει την εμπλοκή του κλάδου ή της χώρας σε GVC activities από τη σκοπιά του *χρήστη*. Εντοπίζει τους πρωταρχικούς κλάδους/χώρες προέλευσης όλων των εισροών παραγωγικών συντελεστών που είναι ενσωματωμένες στα τελικά αγαθά του κλάδου/χώρας, και αντίστοιχα τους κατατάσσει σε GVC και non-GVC production activities με βάση το αν έχουν διαπεράσει εθνικά σύνορα για παραγωγή. (OECD, 2017)

Τα παραπάνω συγκεντρώνονται και απεικονίζονται σχηματικά στην Εικόνα 3.3:



Εικόνα 3.3: Αποδόμηση προστιθέμενης αξίας και των παραγωγικών δραστηριοτήτων σε έναν κλάδο ή χώρα. V_D είναι ο τύπος 1 (εγχώρια παραγωγή), V_{RT} ο τύπος 2 (παραδοσιακό εμπόριο), V_{GVC_S} ο τύπος 3 (απλές αλυσίδες αξίας) και V_{GVC_C} ο τύπος 4 (σύνθετη αλυσίδα αξίας). Πηγή: OECD (2017)

3.2.1 Η βάση δεδομένων WIOD

Δεδομένης της αυξανόμενης τάσης παγκοσμιοποίησης, ήταν αναγκαία η ύπαρξη μιας βάσης δεδομένων η οποία θα έπρεπε να είναι παγκόσμια, να καλύπτει διαχρονικές αλλαγές και να διαθέτει κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς δείκτες. Επιπλέον, ήταν βασική η ύπαρξη ενός ενιαίου πλαισίου για λόγους συνέπειας και συγκρισιμότητας των ερευνών (Dietzenbacher, et al., 2013).

Η ανάγκη αυτή οδήγησε στη δημιουργία της βάσης δεδομένων WIOD (World Input Output Database). Η WIOD είναι η πρώτη καθολική, ανοιχτή βάση δεδομένων η οποία αναπτύχθηκε για την αποτύπωση και ανάλυση των επιδράσεων της παγκοσμιοποίησης στα εμπορικά μοτίβα, τις περιβαλλοντικές πιέσεις και την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη διαχρονικά, σε ένα μεγάλο εύρος χωρών (Timmer, 2012). Η κατασκευή της βασίζεται σε εθνικούς πίνακες εισροών – εκροών, όπως προκύπτουν από το Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών (SNA)¹³ (ISWGNA, 2008) και έγκυρα διμερή εμπορικά στοιχεία από διεθνείς πηγές δεδομένων όπως:

- Ηνωμένα Έθνη (United Nations, UN)
- Οργανισμός Οικονομικής Ανάπτυξης και Συνεργασίας, ΟΟΣΑ (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD)
- Eurostat
- Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ΔΝΤ (International Monetary Fund, IMF)
- Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου, ΠΟΕ (World Trade Organization, WTO)

¹³ Το Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών (System of National Accounts – SNA) αποτελεί ένα διεθνώς συμφωνημένο πρότυπο για την πλήρη και συστηματική ποσοτική καταγραφή οικονομικών δραστηριοτήτων εντός των χωρών. Δημιουργήθηκε το 1947 υπό την επίβλεψη των Ηνωμένων Εθνών, και η πλέον πρόσφατη έκδοσή του είναι αυτή του 2008 (2008 SNA). (UN, 2019)

Η πιο πρόσφατη έκδοση (2016), η οποία χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία, περιλαμβάνει ετήσια στοιχεία για 43 χώρες παγκοσμίως και 56 κλάδους, από το 2000 έως το 2014, σύμφωνα με το Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών (SNA) 2008 (Timmer, et al., 2015). Τα στοιχεία είναι στη μορφή ετήσιων πινάκων (World Input – Output Tables, WIOTs) οι οποίοι αποδίδουν τη συνολική εικόνα των διεθνών συναλλαγών στην παγκόσμια οικονομία μεταξύ κλάδων και τελικών χρηστών και έχουν την εξής μορφή (Εικόνα 3.4):

			Use by country-industries						Final use by countries			Total use	
			Country 1			...	Country M			Country 1	...		Country M
			Industry 1	...	Industry N	...	Industry 1	...	Industry N		...		
Supply from country-industries	Country 1	Industry 1											
		...											
		Industry N											
												
	Country M	Industry 1											
		Industry N											
Value added by labour and capital													
Gross output													

Εικόνα 3.4: Υπόδειγμα παγκόσμιου πίνακα εισροών - εκροών. Πηγή: Timmer et al. (2015)

Η κατηγοριοποίηση σε κλάδους γίνεται κατά ISIC Rev. 4 (ή ισοδύναμα NACE Rev. 2)¹⁴, και οι χώρες που περιλαμβάνονται συμβάλλουν στο παγκόσμιο ΑΕΠ σε ποσοστό μεγαλύτερο του 85%. Αυτές είναι όλες οι 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και 15 ακόμη σημαντικές οικονομίες: Αυστραλία, Βραζιλία, Καναδάς, Κίνα, Ινδία, Ινδονησία, Ιαπωνία, Μεξικό, Νορβηγία, Ρωσία, Νότια Κορέα, Ελβετία, Ταϊβάν, Τουρκία και Ηνωμένες Πολιτείες. Επιπλέον, για τις χώρες του κόσμου που δεν συμπεριλαμβάνονται, έχει δημιουργηθεί η κατηγορία Rest of World (RoW) (Timmer, et al., 2016).

Σε αντιστοιχία με τους εθνικούς πίνακες, οι σειρές περιγράφουν την κατανομή των εκροών ενός κλάδου μιας χώρας ως ενδιάμεσα αγαθά στους άλλους κλάδους και χώρες και ως τελικά αγαθά σε νοικοκυριά, οργανισμούς που εξυπηρετούν νοικοκυριά, και κυβερνήσεις (κατανάλωση) ή επιχειρήσεις (αποθέματα και επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου). Στις στήλες φαίνεται η χρήση των εισροών από τους κλάδους δίνοντας πληροφορίες για την παραγωγική τους διαδικασία. Ακόμη, η συνολική εκροή (gross output) του κάθε κλάδου, που βρίσκεται στο τέλος κάθε στήλης, ισούται με τις συνολικές χρήσεις του

¹⁴ NACE είναι το ακρωνύμιο για την «στατιστική ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα». Η NACE Rev. 2 είναι η αναθεωρημένη έκδοση της έκδοσης NACE Rev.1 και της αναβάθμισής NACE Rev. 1.1. Η ταξινόμηση είναι συγκρίσιμη τόσο σε Ευρωπαϊκό όσο και παγκόσμιο επίπεδο καθώς η NACE προκύπτει από ένα ολοκληρωμένο σύστημα στατιστικών ταξινομήσεων ανεπτυγμένο υπό την αιγίδα της Διεύθυνσης Στατιστικής των Ηνωμένων Εθνών, και η χρήση της είναι υποχρεωτική εντός του Ευρωπαϊκού Στατιστικού Συστήματος. Είναι ταυτόσημη με την ISIC, η οποία είναι η διεθνής βιομηχανική ταξινόμηση όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων από τα Ηνωμένα Έθνη, καθώς διαθέτουν τα ίδια στοιχεία σε ανώτερο επίπεδο με τη διαφορά ότι η NACE είναι πιο λεπτομερής σε χαμηλότερα επίπεδα. (Eurostat, 2008)

που βρίσκονται στο τέλος κάθε σειράς, καθιστώντας τους πίνακες ένα ισχυρό λογιστικό εργαλείο. Τέλος, στους WIODs οι εισαγωγές αναλύονται τόσο σε επίπεδο χώρας όσο και κλάδου προέλευσης, δίνοντας για παράδειγμα σε κάποιον τη δυνατότητα να εντοπίσει τη χώρα από την οποία προήλθαν τα χημικά που χρησιμοποίησε στην παραγωγή της η βιομηχανία τροφίμων μιας άλλης χώρας. Αυτό επιτυγχάνεται με τη συνδυαστική χρήση και την ενσωμάτωση των εθνικών και διεθνών δεδομένων ροής αγαθών, σε αντίθεση με τους εθνικούς πίνακες εισροών – εκροών που στηρίζονται αποκλειστικά σε δεδομένα εθνικών στατιστικών ινστιτούτων. Για τον λόγο αυτό η WIOD αποτελεί ένα πολύ ισχυρό εργαλείο μελέτης των διεθνών δικτύων παραγωγής και των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας.

3.2.2 Η βάση δεδομένων TiVA

Η Trade in Value Added (TiVA) είναι το αποτέλεσμα της συνεργασίας μεταξύ OECD και WTO, με σκοπό την ανάδειξη των ροών του διεθνούς εμπορίου σε όρους προστιθέμενης αξίας. Καταγράφει την προσθήκη αξίας κάθε χώρας στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που καταναλώνονται παγκοσμίως.

Η πλέον πρόσφατη έκδοση (2018) διαθέτει δεδομένα για 64 οικονομίες συμπεριλαμβανομένων των χωρών του OECD¹⁵, της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των G20¹⁶, καθώς και σημαντικό αριθμό ανατολικών και νοτιοανατολικών οικονομιών της Ασίας, για τα έτη 2000-2015 καθώς και ορισμένες προβλέψεις για το 2016. Βασίζεται στο πιο πρόσφατο Σύστημα Εθνικών Λογαριασμών (2008 SNA) (βλ. υποσημείωση 13, σελ.56) και καλύπτει 36 κλάδους οικονομικής δραστηριότητας κατά ISIC Rev.4. Επιπλέον, βρίσκεται σε μορφή πολυκρατικών πινάκων εισροών – εκροών, αποτελώντας ένα ισχυρό εργαλείο για τη μελέτη των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας.

3.2.3 Επιπλέον μελέτες: Η βάση δεδομένων EU-KLEMS

Μια ακόμη επέκταση στην ποσοτική ανάλυση των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας είναι ο συνυπολογισμός της ετερογένειας που χαρακτηρίζει τις επιχειρήσεις ενός κλάδου, όπως αυτή θεμελιώθηκε θεωρητικά από τον Melitz (2003). Οι συμβατικοί πίνακες εισροών – εκροών χρησιμοποιούν μια μέση διάρθρωση των εισροών που προέρχονται από τους παραγωγούς ενός κλάδου, ενώ έχει παρατηρηθεί πως τα χαρακτηριστικά του κλάδου επιδρούν σημαντικά στο εμπόριο που αναπτύσσει. Για παράδειγμα, οι περισσότερες εξαγωγικές επιχειρήσεις τείνουν αντίστοιχα να εισάγουν περισσότερα ενδιάμεσα αγαθά από εκείνες που απευθύνονται στην εγχώρια αγορά. Έτσι, ο μη συνυπολογισμός της εσωτερικής

¹⁵ Οι χώρες μέλη του OECD είναι: Αυστραλία, Αυστρία, Βέλγιο, Καναδάς, Χιλή, Τσεχία, Δανία, Εσθονία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ισλανδία, Ιρλανδία, Ισραήλ, Ιταλία, Ιαπωνία, Κορέα, Λετονία, Λουξεμβούργο, Μεξικό, Ολλανδία, Νέα Ζηλανδία, Νορβηγία, Πολωνία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Τουρκία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ. (OECD, 2019)

¹⁶ Το G20 (Group of Twenty) είναι ένα διεθνές φόρουμ για την παγκόσμια οικονομική συνεργασία. Τα μέλη του είναι: Αργεντινή, Αυστραλία, Βραζιλία, Καναδάς, Κίνα, Γαλλία, Γερμανία, Ινδία, Ινδονησία, Ιταλία, Ιαπωνία, Δημοκρατία της Κορέας, Μεξικό, Ρωσία, Σαουδική Αραβία, Νότια Αφρική, Τουρκία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ και Ευρωπαϊκή Ένωση. Τα μέλη αυτά συγκεντρώνουν το πάνω από το 80% της παγκόσμιας οικονομίας. (G20, 2019)

ετερογένειας των κλάδων μπορεί να οδηγήσει σε αποκλίσεις για χώρες που το μεταποιητικό εμπόριο επικρατεί. Οι πρώτοι που το αντιμετώπισαν ήταν οι Koorman, Wang και Wei (2012), οι οποίοι όπως αναφέρθηκε παραπάνω έκαναν τη διάκριση μεταξύ των εξαγωγικών δραστηριοτήτων και του υπόλοιπου κλάδου. Επόμενοι ερευνητές επεκτείνουν τις μελέτες τους χρησιμοποιώντας δεδομένα για το μέγεθος, την οργανωτική δομή των επιχειρήσεων, καθώς και γεωγραφικά χαρακτηριστικά ή χαρακτηριστικά των αγορών, ώστε να είναι σε θέση να πραγματοποιήσουν καλύτερες συσχετίσεις και να κατανοήσουν τις αλυσίδες αξίας.

Η ετερογένεια που χαρακτηρίζει την αγορά εργασίας επιδρά σημαντικά στα οφέλη και την κατανομή των κερδών από τη συμμετοχή σε μια αλυσίδα. Για τον λόγο αυτό οι O'Mahony και Timmer (2009) συσχέτισαν εμπειρικά την κατανομή προστιθέμενης αξίας με τη διαφοροποίηση των δεξιοτήτων στις αγορές εργασίας. Χρησιμοποίησαν συνδυαστικά με τη WIOD τη βάση δεδομένων EU KLEMS, σε μεγέθη που αφορούν το επίπεδο εργασιακών δεξιοτήτων, καθώς αναγνωρίζουν πως κάθε στάδιο παραγωγικής δραστηριότητας μπορεί να συνδεθεί με ένα επίπεδο εργασιακών δεξιοτήτων και έτσι μπορούν να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα σχετικά με την κατανομή των κερδών από τη συμμετοχή σε αλυσίδες αξίας.

Η EU-KLEMS είναι μια βάση δεδομένων πάνω στην παραγωγικότητα, όπως αυτή προκύπτει από τη συνεισφορά ποικίλων κατηγοριών κεφαλαίου (capital – K), εργασίας (labor – L), ενέργειας (Energy – E), υλικών (Materials – M) και υπηρεσιών (Services – S). Διαθέτει στοιχεία σε επίπεδο κλάδων κατά NACE Rev.2 για 25 Ευρωπαϊκές χώρες, την Ιαπωνία και τις ΗΠΑ, από το 1970 και έπειτα. Σκοπός της είναι η μελέτη της συσχέτισης μεταξύ της δημιουργίας δεξιοτήτων, τεχνολογικής προόδου, καινοτομίας και παραγωγικότητας.

4 Μεθοδολογία της παρούσας εργασίας και εξεταζόμενα μεγέθη

Η ανάλυση για την αποτύπωση και ανάδειξη του κλάδου στο διεθνές γίνεσθαι πραγματοποιήθηκε εξάγοντας δεδομένα σε τρία επίπεδα, χρησιμοποιώντας τις βάσεις δεδομένων WIOD και TiVA και εφαρμόζοντας υπολογισμούς βασισμένους στην ανάλυση εισροών – εκροών των παγκόσμιων πινάκων.

Το πρώτο επίπεδο της ανάλυσης αφορά βασικά χαρακτηριστικά μεγέθη για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12 κατά NACE Rev.2) καθώς και για τη συνολική μεταποίηση (C κατά NACE Rev.2) της οποίας είναι μέρος ο κλάδος, ώστε να μπορεί να πραγματοποιηθεί σύγκριση μεταξύ τους. Τα δεδομένα περιλαμβάνουν τις εισροές, τις εκροές, και την επιμέρους διάρθρωση αυτών ως προς: ενδιάμεση και τελική κατανάλωση, εγχώρια διάθεση και εισαγωγή/εξαγωγή αυτών, καθώς και μια βασική γεωγραφική κατανομή των εισαγωγών/εξαγωγών. Επιπλέον υπολογίστηκαν δείκτες σχετικοί με τις επιδόσεις των κλάδων (βλ. Ενότητα 4.1.1).

Το δεύτερο επίπεδο αφορά τους «συνεργάτες» (partners) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο, με σκοπό την ανάδειξη της δραστηριότητάς του στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης και των αλυσίδων αξίας. Η ανάδειξη έγινε ξεχωριστά για τις εισροές, τις εκροές προς ενδιάμεση κατανάλωση και τις εκροές προς τελική κατανάλωση. Αρχικά, αναδεικνύονται οι κύριοι συνεργάτες του ελληνικού κλάδου σε επίπεδο χώρας και σε επίπεδο κλάδου και ύστερα, σε συνδυαστική απεικόνιση, καταγράφονται οι κυριότεροι κλάδοι χωρών με τους οποίους αναπτύσσονται διαχρονικά οι ισχυρότεροι εμπορικοί δεσμοί. Με παρόμοια προσέγγιση, αναδεικνύεται επίσης σε επίπεδο κλάδου η εγχώρια αλυσίδα αξίας του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.

Για το τρίτο και τελευταίο επίπεδο, χρησιμοποιήθηκε η βάση δεδομένων TiVA. Από εκεί εξήχθησαν τα δεδομένα ποσοτικοποίησης της συμμετοχής του κλάδου σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας συγκριτικά με το σύνολο της μεταποίησης και της ελληνικής οικονομίας, χρησιμοποιώντας ως βάση το ποσοστό της εγχώριας και μη προστιθέμενης αξίας των εξαγωγών και τη διάρθρωση αυτής.

4.1 Μεγέθη που παρουσιάζονται στην εργασία

Τα μεγέθη που χρησιμοποιούνται στην παρούσα εργασία είναι τα εξής (OECD, 2019):

- Εισροές (Input) ή Ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate consumption)
Η συνολική αξία όλων των προϊόντων και υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία του κλάδου. Ονομάζεται και ενδιάμεση κατανάλωση γιατί οι εισροές αυτές είναι προϊόντα κλάδων που προορίζονται για κατανάλωση από άλλους κλάδους.

- Εκροές (Output)
Η συνολική αξία όλων των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται από τον κλάδο. Οι συνολικές εκροές διακρίνονται σε εκροές προς ενδιάμεση και προς τελική κατανάλωση.
- Εκροές προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Output)
Η συνολική αξία όλων των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται από τον κλάδο και χρησιμοποιούνται ως εισροές στην παραγωγική διαδικασία άλλων κλάδων.
- Εκροές προς τελική κατανάλωση (Final Output)
Η συνολική αξία των τελικών προϊόντων που παράγονται από τον κλάδο και καταναλώνονται από νοικοκυριά, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που εξυπηρετούν νοικοκυριά ή από κυβερνητικούς φορείς.
- Εγχώριες εισροές/εκροές (Domestic input/output)
Οι εγχώριες εισροές είναι η συνολική αξία των εισροών που παράχθηκαν στην εγχώρια οικονομία και χρησιμοποιούνται ως εισροές από τον κλάδο. Οι εγχώριες εκροές αποτελούν τη συνολική αξία των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται από τον κλάδο και προορίζονται για χρήση εντός της εγχώριας οικονομίας.
- Εισαγωγές (Imports)
Η συνολική αξία των εισροών που προέρχεται από άλλες χώρες. Αξίζει να σημειωθεί πως στις εισαγωγές (και γενικά στις εισροές) αναφερόμαστε μόνο σε ενδιάμεσα προϊόντα, καθώς τα τελικά δεν απευθύνονται σε βιομηχανικούς κλάδους.
- Εξαγωγές (Exports)
Η συνολική αξία των εκροών του κλάδου προς άλλες χώρες. Οι εξαγωγές εμπεριέχουν τόσο ενδιάμεσα όσο και προϊόντα προς τελική κατανάλωση στις χώρες αυτές. Τα μετρούμενα μεγέθη αφορούν τις ακαθάριστες εξαγωγές (gross exports).
- Προστιθέμενη αξία (Value added)
Η διαφορά μεταξύ της αξίας του προϊόντος της δραστηριότητας του κλάδου και του κόστους των αγαθών και υπηρεσιών που χρησιμοποιήθηκαν ως εισροές για την παραγωγή αυτού του προϊόντος. Η προστιθέμενη αξία που βρίσκεται στις εξαγωγές ενός κλάδου ή μιας χώρας, διακρίνεται σε εγχώρια (domestic) και προερχόμενη από το εξωτερικό (foreign).
- Εμπορικό ισοζύγιο ενδιάμεσων (Balance of Trade in Intermediates)¹⁷
Πρόκειται για τη διαφορά των εκροών προς ενδιάμεση κατανάλωση με τις ενδιάμεσες εισροές. Αποτελεί μέτρο της σχετικής ισχύος του κλάδου. Θετικές τιμές

¹⁷ Το Εμπορικό Ισοζύγιο (Balance of Trade) συνήθως χρησιμοποιείται σε επίπεδο εθνικής οικονομίας αφαιρώντας τις συνολικές εισαγωγές από τις συνολικές εξαγωγές, και αποτελεί μέτρο της σχετικής ισχύος της οικονομίας. (Investopedia, 2019)

του μεγέθους υποδεικνύουν περίσσεια (trade surplus), ενώ αρνητικές έλλειμμα (trade deficit).

- Περιεχόμενο εξαγωγών σε εγχώρια προστιθέμενη αξία (Domestic Value Added (DVA) content of exports)

Αναφέρεται στην προστιθέμενη αξία που εξάγεται από έναν κλάδο -έστω i - της χώρας c , σε μια συνεργαζόμενη χώρα p . Αντιπροσωπεύει την προστιθέμενη αξία που έχει δημιουργηθεί σε οποιοδήποτε σημείο της εγχώριας οικονομίας της χώρας c (δηλαδή όχι αποκλειστικά στον κλάδο που εξάγει), η οποία βρίσκεται ενσωματωμένη στις εξαγωγές του κλάδου αυτού. Αποτελεί ένα μέτρο της «έντασης» εγχώριας προστιθέμενης αξίας που απαιτεί και περιέχει το εξαγωγίμο προϊόν ενός κλάδου. Η εγχώρια προστιθέμενη αξία που απαρτίζει το περιεχόμενο των εξαγωγών διακρίνεται σε τρία συστατικά:

- Άμεση εγχώρια προστιθέμενη αξία (Direct DVA content of exports): Αποτελεί την άμεση συνεισφορά σε προστιθέμενη αξία του κλάδου i της χώρας c στην παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που εξάγονται από τον κλάδο.
- Έμμεση εγχώρια προστιθέμενη αξία (Indirect DVA content of exports): Αντιστοιχεί στην αξία που έχει προστεθεί από άλλους, upstream, εγχώριους κλάδους της χώρας c –διαφορετικούς από τον i – και βρίσκεται ενσωματωμένη στις εξαγωγές του κλάδου i .
- Επανεισαγόμενη εγχώρια προστιθέμενη αξία (Re-imported DVA content of exports): Εδώ τοποθετείται το περιεχόμενο εγχώριας προστιθέμενης αξίας οποιουδήποτε κλάδου της χώρας c , το οποίο εξάχθηκε για την παραγωγή ενδιάμεσων αγαθών ή υπηρεσιών σε άλλη χώρα και έχει ενσωματωθεί στις εισαγωγές που χρησιμοποίησε ο κλάδος i ώστε να παράξει τις εξαγωγές του.

Η εγχώρια προστιθέμενη αξία της χώρας c που βρίσκεται σε εξαγωγές άλλων χωρών δοσμένη ως ποσοστό των ακαθάριστων εξαγωγών της χώρας c , είναι το μέτρο της προς τα εμπρός συμμετοχής (forward participation) σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

- Περιεχόμενο εξαγωγών σε προστιθέμενη αξία προερχόμενη από το εξωτερικό (Foreign Value Added (FVA) content of exports)

Το μέγεθος αυτό αφορά την προστιθέμενη αξία που προέρχεται από το εξωτερικό και βρίσκεται ενσωματωμένη στις εξαγωγές του κλάδου i της χώρας c . Αποτελεί μέτρο «έντασης» της εξωτερικά προστιθέμενης αξίας που απαιτεί το εξαγωγίμο προϊόν ενός κλάδου. Αναφέρεται και ως το *εισαγόμενο περιεχόμενο των εξαγωγών*, και αποτελεί δείκτη προς τα πίσω συμμετοχής (backward participation) σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Στον υπολογισμό του προσμετράται και η επανεισαγόμενη εγχώρια προστιθέμενη αξία.

Γενική ταυτότητα: $GE_C = DVA_C + FVA_C$ και $1 = DVA_{shareC} + FVA_{shareC}$

όπου GE_C οι ακαθάριστες εξαγωγές (gross exports) της χώρας c .

Η ίδια ταυτότητα ανάγεται και σε επίπεδο κλάδου i .

- Περιεχόμενο εξαγωγών άλλων χωρών σε εγχώρια προστιθέμενη αξία (DVA)
Το μέγεθος αυτό υπολογίζεται μόνο σε επίπεδο χώρας c . Εκφράζει την εγχώρια προστιθέμενη αξία της χώρας c που βρίσκεται σε εξαγωγές άλλων χωρών, ως προς τις συνολικές εξαγωγές της χώρας c . Αποτελεί ένα ακόμη μέτρο της προς τα εμπρός συμμετοχής (forward participation) σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, μαζί με το περιεχόμενο των εξαγωγών σε εγχώρια προστιθέμενη αξία.

4.1.1 Περιγραφή δεικτών

- Εξαγωγική αιχμή

Τύπος:
$$\frac{\text{εξαγωγές κλάδου}}{\text{συνολικές εξαγωγές μεταποίησης}}$$

Υπολογίζεται για τις συνολικές αλλά και τις επιμέρους ροές εξαγωγών (προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, και αποτελεί μέτρο της συμβολής του κλάδου στην εξαγωγική δραστηριότητα της μεταποίησης.

- Εξαγωγική ένταση

Τύπος:
$$\frac{\text{εξαγωγές κλάδου}}{\text{εκροή κλάδου}}$$

Υπολογίζεται για τις συνολικές αλλά και τις επιμέρους ροές προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση, και αναδεικνύει τον βαθμό εξωστρέφειας του κλάδου.

- Αποδοτικότητα (Efficiency)

Τύπος:
$$\frac{\text{προστιθέμενη αξία κλάδου}}{\text{εκροή κλάδου}}$$

Ο δείκτης αυτός εκφράζει την αποδοτικότητα του κλάδου ως προς την παραγωγή προστιθέμενης αξίας.

- Συνολική παραγωγικότητα των παραγωγικών συντελεστών (Total Factor Productivity)

Τύπος:
$$\frac{\text{προστιθέμενη αξία κλάδου}}{\text{συνολική ενδιάμεση κατανάλωση κλάδου}}$$

Ο συγκεκριμένος δείκτης εκφράζει τη σχέση μεταξύ των εισροών του κλάδου σε παραγωγικούς συντελεστές και της εκροής που δημιουργείται από τη χρήση του,

αναδεικνύοντας τον βαθμό που ο κλάδος αξιοποιεί τις εισροές του ώστε να παράξει προϊόν.

- Δείκτης επίδοσης παραγωγικότητας (Productivity performance)

Τύπος:
$$\frac{\text{αποδοτικότητα κλάδου χώρας}}{\text{αποδοτικότητα παγκόσμιου κλάδου}}$$

Ο δείκτης αυτός αποτελεί σύγκριση της αποδοτικότητας ενός κλάδου μιας χώρας με την αποδοτικότητα του συνόλου των αντίστοιχων κλάδων όλων των χωρών. Αποτελεί δείκτη διεθνούς ανταγωνιστικότητας, καθώς αναδεικνύει την επίδοση του συγκεκριμένου κλάδου σε σχέση με τα διεθνή δεδομένα. Τιμές >1 δείχνουν πως ο κλάδος έχει καλύτερες επιδόσεις από τον διεθνή μέσο όρο.

- Δείκτης σχηματισμού παγίου κεφαλαίου

Τύπος:
$$\frac{\text{επενδύσεις κλάδου προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου}}{\text{συνολική εκροή κλάδου}}$$

Εκφράζει την ένταση της επενδυτικής δραστηριότητας του κλάδου.

4.1.2 Γλωσσάρι κατηγοριοποίησης κλάδων κατά NACE Rev. 2 όπως εμφανίζονται στη βάση WIOD

Ο Πίνακας 4.1 περιέχει την κατηγοριοποίηση κατά NACE Rev.2 (ισοδύναμη με την ελληνική ΣΤΑΚΟΔ 2008) σε διψήφιο επίπεδο των οικονομικών δραστηριοτήτων που εμφανίζονται στη βάση WIOD. Συμπεριλαμβάνονται και οι αποδέκτες στους οποίους απευθύνεται η εκροή προς τελική κατανάλωση.

Πίνακας 4.1: Κατηγοριοποίηση των οικονομικών δραστηριοτήτων κατά NACE Rev.2, σε διψήφιο επίπεδο, καθώς και των αποδεκτών ροής προς τελική κατανάλωση όπως εμφανίζονται στη βάση WIOD. Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2008)

Κωδικός NACE Rev.2	Περιγραφή
Ενδιάμεση κατανάλωση	
A	Γεωργία, Δασοκομία και Αλιεία
A01	Φυτική και ζωική παραγωγή, θήρα και συναφείς δραστηριότητες
A02	Δασοκομία και υλοτομία
A03	Αλιεία και υδατοκαλλιέργεια
B	Ορυχεία και Λατομεία
C	Μεταποίηση
C10-C12	Βιομηχανία τροφίμων - Ποτοποιία - Παραγωγή προϊόντων καπνού
C13-C15	Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλών - Κατασκευή ειδών ένδυσης - Βιομηχανία δέρματος και δερμάτινων ειδών

C16	Βιομηχανία ξύλου και κατασκευή προϊόντων από ξύλο και φελλό, εκτός από έπιπλα, κατασκευή ειδών καλαθοποιίας και σπαρτοπλεκτικής
C17	Χαρτοποιία και κατασκευή χάρτινων προϊόντων
C18	Εκτυπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων
C19	Παραγωγή οπτάνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου
C20	Παραγωγή χημικών ουσιών και προϊόντων
C21	Παραγωγή βασικών φαρμακευτικών προϊόντων και φαρμακευτικών σκευασμάτων
C22	Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες
C23	Παραγωγή άλλων μη μεταλλικών ορυκτών προϊόντων
C24	Παραγωγή βασικών μετάλλων
C25	Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού
C26	Κατασκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών, ηλεκτρονικών και οπτικών προϊόντων
C27	Κατασκευή ηλεκτρολογικού εξοπλισμού
C28	Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού π.δ.κ.α.
C29	Κατασκευή μηχανοκίνητων οχημάτων, ρυμουλκούμενων και ημιρυμουλκούμενων οχημάτων
C30	Κατασκευή λοιπού εξοπλισμού μεταφορών
C31-C32	Κατασκευή επίπλων - Άλλες μεταποιητικές δραστηριότητες
C33	Επισκευή και εγκατάσταση μηχανημάτων και εξοπλισμού
D	Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού
D35	Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού
E	Παροχή νερού, επεξεργασία λυμάτων, διαχείριση αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης
E36	Συλλογή, επεξεργασία και παροχή νερού
E37-E39	Επεξεργασία λυμάτων - Συλλογή, επεξεργασία και διάθεση αποβλήτων, ανάκτηση υλικών - Δραστηριότητες εξυγίανσης και άλλες υπηρεσίες για τη διαχείριση αποβλήτων
F	Κατασκευές
G	Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών
G45	Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών
G46	Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών
G47	Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών
H	Μεταφορά και Αποθήκευση
H49	Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών
H50	Πλωτές μεταφορές
H51	Αεροπορικές μεταφορές
H52	Αποθήκευση και υποστηρικτικές προς τη μεταφορά δραστηριότητες
H53	Ταχυδρομικές και ταχυμεταφορικές δραστηριότητες
I	Δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης
J	Ενημέρωση και Επικοινωνία
J58	Εκδοτικές δραστηριότητες

J59-J60	Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις - Δραστηριότητες προγραμματισμού και ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών
J61	Τηλεπικοινωνίες
J62-J63	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες - Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας
K	Χρηματοπιστωτικές και Ασφαλιστικές δραστηριότητες
K64	Δραστηριότητες χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, με εξαίρεση τις ασφαλιστικές δραστηριότητες και τα συνταξιοδοτικά ταμεία
K65	Ασφαλιστικά, αντασφαλιστικά και συνταξιοδοτικά ταμεία, εκτός από την υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση
K66	Δραστηριότητες συναφείς προς τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και τις ασφαλιστικές δραστηριότητες
L	Διαχείριση ακίνητης περιουσίας
L68	Διαχείριση ακίνητης περιουσίας
M	Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες
M69-M70	Νομικές και λογιστικές δραστηριότητες - Δραστηριότητες κεντρικών γραφείων, δραστηριότητες παροχής συμβουλών διαχείρισης
M71	Αρχιτεκτονικές δραστηριότητες και δραστηριότητες μηχανικών, τεχνικές δοκιμές και αναλύσεις
M72	Επιστημονική έρευνα και ανάπτυξη
M73	Διαφήμιση και έρευνα αγοράς
M74_M75	Άλλες επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες - Κτηνιατρικές δραστηριότητες
N	Διοικητικές και υποστηρικτικές δραστηριότητες
O	Δημόσια διοίκηση και άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση
O84	Δημόσια διοίκηση και άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση
P	Εκπαίδευση
P85	Εκπαίδευση
Q	Δραστηριότητες σχετικές με την ανθρώπινη υγεία και την κοινωνική μέριμνα
R-S	Τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία - Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών
T	Δραστηριότητες νοικοκυριών ως εργοδοτών, μη διαφοροποιημένες δραστηριότητες νοικοκυριών, που αφορούν την παραγωγή αγαθών - και υπηρεσιών - για ίδια χρήση
U	Δραστηριότητες ετερόδικων οργανισμών και φορέων

Τελική κατανάλωση	
cons_h	Τελική κατανάλωση προς νοικοκυριά
cons_np	Τελική κατανάλωση προς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που εξυπηρετούν νοικοκυριά
cons_g	Τελική κατανάλωση προς κρατικούς και κυβερνητικούς φορείς
GFCF	Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου
INVEN	Σχηματισμός αποθεμάτων

5 Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12 κατά NACE Rev.2) αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής μεταποίησης. Γενικότερα, ο κλάδος τροφίμων (C10) είναι από τους μεγαλύτερους τομείς της μεταποιητικής βιομηχανίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ αναδεικνύεται σταθερά ανάμεσα στους πρώτους κλάδους σε σχέση με τους άλλους σημαντικούς τομείς της ευρωπαϊκής οικονομίας, όπως η αυτοκινητοβιομηχανία, τα χημικά, τα βιομηχανικά μηχανήματα και τα μεταλλικά προϊόντα. Η ανταγωνιστικότητα και η δυναμικότητά του προκύπτουν από την υψηλή ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων, το ελληνικό brand name και την οργανωμένη προώθησή τους σε στοχευμένα κανάλια, με έμφαση στην ανάδειξη του προτύπου της ελληνικής και μεσογειακής κουζίνας. Είναι ένας κλάδος που διακρίνεται για τον στρατηγικό σχεδιασμό του, καθώς κατά την περίοδο έντονης οικονομικής ύφεσης της εγχώριας οικονομίας συνέβαλε ουσιαστικά στην ανάπτυξη της παραγωγικής δραστηριότητας (IOBE, 2019).

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται ορισμένα χαρακτηριστικά στοιχεία για τον κλάδο ώστε να αναδειχθεί η συμβολή του στη συνολική μεταποίηση και η θέση του στην εγχώρια οικονομία. Τα μεγέθη αυτά είναι:

- Αριθμός επιχειρήσεων
- Απασχόληση
- Ακαθάριστη αξία παραγωγής
- Προστιθέμενη αξία
- Επενδύσεις
- Εισαγωγές
- Εξαγωγές

Ακόμη, θα συζητηθεί συνοπτικά η τοποθέτησή του σε σχέση με τον ευρωπαϊκό κλάδο και το σύνολο της μεταποίησης της ΕΕ-28 (Ενότητα 5.2), και η τεχνολογική ένταση που χαρακτηρίζει τη δραστηριότητά του (Ενότητα 5.3).

5.1 Χαρακτηριστικά διαρθρωτικά στοιχεία κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

Ο Πίνακας 5.1 περιλαμβάνει τα στοιχεία για τον αριθμό επιχειρήσεων, την απασχόληση, τον κύκλο εργασιών, την αξία παραγωγής, την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία, τις επενδύσεις, τις εισαγωγές και τις εξαγωγές του κλάδου σε σχέση με την ελληνική μεταποίηση και το σύνολο της ελληνικής οικονομίας, όπως αυτά προκύπτουν από τη Eurostat για το πιο πρόσφατο διαθέσιμο έτος, το 2017:

Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

Πίνακας 5.1: Χαρακτηριστικά μεγέθη για τους επιμέρους κλάδους τροφίμων (C10), ποτών (C11), προϊόντων καπνού (C12) και τον συνολικό εξεταζόμενο C10-C12, ως προς την ελληνική μεταποίηση και την ελληνική οικονομία για το έτος 2017. Πηγή: Eurostat SBS (2020)

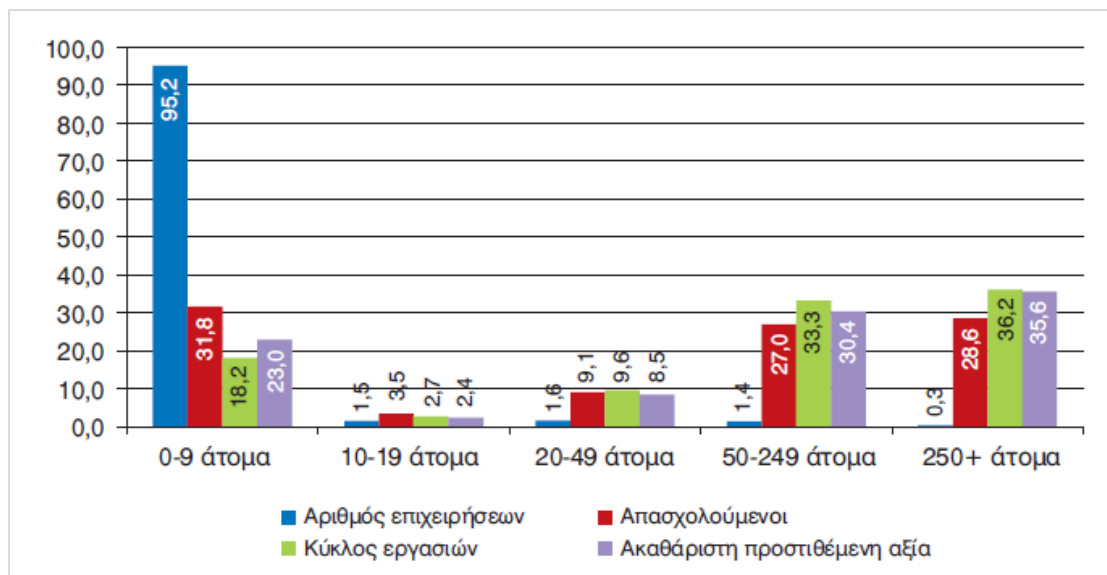
Αριθμός επιχειρήσεων			
Μεταποίηση (57.373 επιχ.)	100,0%	Ελληνική οικονομία (719.492 επιχ.)	100,0%
C10	26,7%	C10	2,1%
C11	2,0%	C11	0,2%
C12	0,03%	C12	0,0%
C10-C12	28,7%	C10-C12	2,3%
Αριθμός εργαζομένων			
Μεταποίηση (320.513 εργαζόμενοι)	100,0%	Ελληνική οικονομία (2.343.485 εργαζόμενοι)	100,0%
C10	34,6%	C10	4,7%
C11	2,7%	C11	0,4%
C12	0,6%	C12	0,1%
C10-C12	37,9%	C10-C12	5,2%
Κύκλος εργασιών			
Μεταποίηση (54.119,8 εκατ. €)	100,0%	Ελληνική οικονομία (248.959,4 εκατ. €)	100,0%
C10	24,7%	C10	5,4%
C11	3,5%	C11	0,8%
C12	1,2%	C12	0,3%
C10-C12	29,4%	C10-C12	6,4%
Αξία παραγωγής (Total Output)			
Μεταποίηση (48.348,4 εκατ. €)	100,0%	Ελληνική οικονομία (151.392,4 εκατ. €)	100,0%
C10	23,1%	C10	7,4%
C11	3,8%	C11	1,2%
C12	1,1%	C12	0,4%
C10-C12	28,0%	C10-C12	8,9%
Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία (Value added)			
Μεταποίηση (11.521,2 εκατ. €)	100,0%	Ελληνική οικονομία (49.435,2 εκατ. €)	100,0%
C10	24,2%	C10	5,6%
C11	3,9%	C11	0,9%
C12	4,0%	C12	0,9%
C10-C12	32,1%	C10-C12	7,5%
Ακαθάριστες επενδύσεις σε υλικά αγαθά			
Μεταποίηση (1.558,2 εκατ. €)	100,0%	Ελληνική οικονομία (8.438,0 εκατ. €)	100,0%
C10	26,3%	C10	4,9%
C11	7,2%	C11	1,3%
C12	1,9%	C12	0,4%
C10-C12	35,4%	C10-C12	6,5%

Εισαγωγές			
Μεταποίηση (207.133,94 εκατ. €)	100,0%	Ελληνική οικονομία (473.561,35 εκατ. €)	100,0%
C10	9,1%	C10	4,0%
C11	1,0%	C11	0,5%
C12	0,8%	C12	0,3%
C10-C12	10,9%	C10-C12	4,8%
Εξαγωγές			
Μεταποίηση (187.020,48 εκατ. €)	100,0%	Ελληνική οικονομία (288.649,34 εκατ. €)	100,0%
C10	11,3%	C10	7,3%
C11	1,4%	C11	0,9%
C12	1,7%	C12	1,1%
C10-C12	14,4%	C10-C12	9,3%

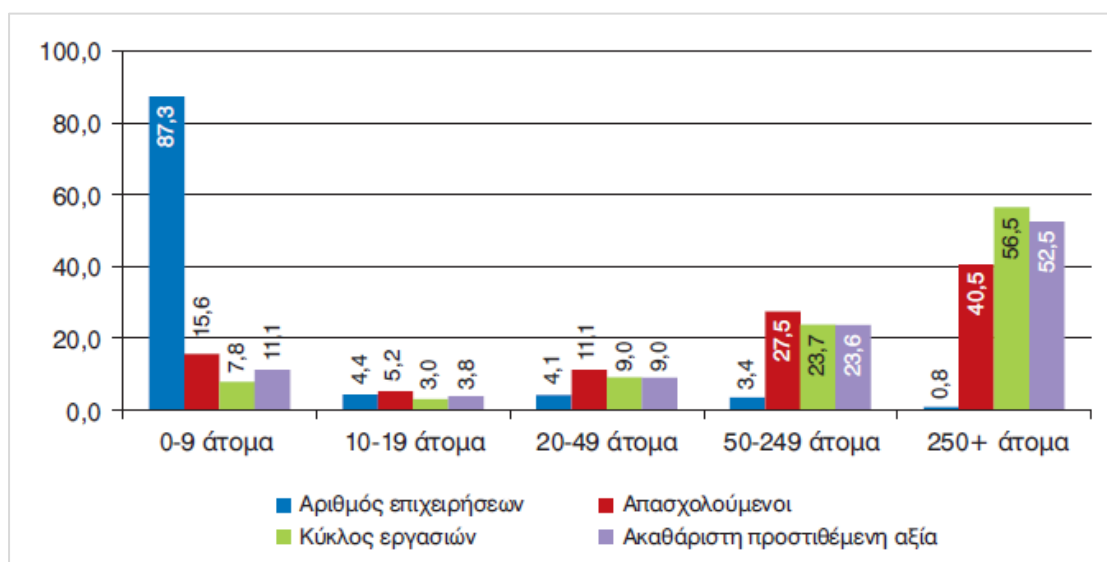
Όπως φαίνεται από τον πίνακα ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού είναι ιδιαίτερα σημαντικός τόσο για τη μεταποίηση, όσο και για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας.

Συγκεκριμένα, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού καταλαμβάνει το 28,7% του αριθμού επιχειρήσεων της μεταποίησης, ενώ το 2014 η τιμή βρισκόταν στο 24,8%, και το 2008 στο 19,2% (ΚΕΠΕ, 2018), δείχνοντας μια ανοδική πορεία. Μάλιστα, ο υποκλάδος τροφίμων καταλαμβάνει το 26,7% του αριθμού επιχειρήσεων και το 2017 κατατάσσεται πρώτος ανάμεσα στους άλλους μεταποιητικούς κλάδους (IOBE, 2019).

Όσον αφορά τη διάρθρωση των επιχειρήσεων σε σχέση με το μέγεθός τους, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 5.1 για τον κλάδο τροφίμων και στο Διάγραμμα 5.2 για τον κλάδο ποτοποιίας, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αποτελείται από 0-9 άτομα. Αξίζει να παρατηρηθεί βέβαια πως η μεγαλύτερη προσθήκη αξίας (66,0% και 76,1% για τον κάθε κλάδο αντίστοιχα) πραγματοποιείται από επιχειρήσεις άνω των 50 ατόμων. Ο κλάδος παραγωγής προϊόντων καπνού δεν απεικονίζεται διαγραμματικά καθώς το 2014 διαθέτει μόνο 282 επιχειρήσεις, εκ των οποίων οι 6 κατηγοριοποιούνται ως μεγάλες. Ακόμη, η συνεισφορά του τόσο στη συνολική μεταποίηση όσο και σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο βρίσκεται σε ποσοστά κάτω του 1,0% με εξαίρεση την ακαθάριστη προστιθέμενη αξία η οποία το 2014 αποτελεί το 2,2% της ελληνικής μεταποίησης (ΚΕΠΕ, 2018).



Διάγραμμα 5.1: Κατανομή επιχειρήσεων της βιομηχανίας τροφίμων για το 2014. Πηγή: ΚΕΠΕ (2018)



Διάγραμμα 5.2: Κατανομή επιχειρήσεων της βιομηχανίας ποτών για το 2014. Πηγή: ΚΕΠΕ (2018)

Ταυτόχρονα, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη της μεταποίησης, καθώς καλύπτει το 37,9% των **θέσεων εργασίας**, ποσοστό μεγαλύτερο από το 1/3. Η συνεισφορά του στην απασχόληση της μεταποίησης αυξάνεται με την πάροδο των ετών αφού το 2014 αποτελούσε το 30,5% ενώ το 2008 το 23,9% (ΚΕΠΕ, 2018), παρόλο που ο κλάδος την ίδια περίοδο εμφάνισε μείωση στον αριθμό των εργαζομένων. Το γεγονός αυτό δείχνει πως επηρεάστηκε λιγότερο από άλλους μεταποιητικούς κλάδους από την οικονομική ύφεση.

Η σημασία του κλάδου αναδεικνύεται και υπό το πρίσμα των καθαρά οικονομικών μεγεθών, καθώς ο **κύκλος εργασιών** της αποτελεί το 29,4% της μεταποίησης. Μάλιστα, ο κλάδος τροφίμων κατατάσσεται δεύτερος ανάμεσα στους μεταποιητικούς κλάδους σε όρους κύκλου

εργασιών για το 2017 (IOBE, 2019). Η χρονική εξέλιξη αυτού του μεγέθους είναι εξίσου θετική, καθώς το 2008 αποτελούσε το 21,0% και το 2014 το 24,0%. (ΚΕΠΕ, 2018)

Ακόμη, η **αξία παραγωγής** του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού συνιστά το 28,0% της αξίας παραγωγής της μεταποίησης, ποσοστό που μεταφράζεται στο 8,9% του συνόλου της ελληνικής οικονομίας για το 2017.

Σε όρους **προστιθέμενης αξίας**, το 2017 το 32,1% της προστιθέμενης αξίας της μεταποίησης οφείλεται στη δραστηριότητα του εξεταζόμενου κλάδου, συνεισφέροντας έτσι κατά 7,5% στην ακαθάριστη προστιθέμενη αξία της ελληνικής οικονομίας. Το μερίδιο αυτό ανάγεται στο 2,1% του ΑΕΠ για το ίδιο έτος. Το 2014 το μέγεθος της συνεισφοράς βρισκόταν περίπου στο ίδιο επίπεδο (32,9%) (ΚΕΠΕ, 2018), αλλά έχει αυξηθεί σε σχέση με την αρχή της δεκαετίας καθώς το 2008 ήταν 23,3% (ΣΕΒ, 2019). Για τον ίδιο τον κλάδο, η προστιθέμενη αξία το διάστημα 2008-2017 παρουσίασε πτωτική πορεία, και μάλιστα μειώθηκε κατά 19,1%. Αντίστοιχο πλήγμα δέχθηκε και το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης καθώς η προσθήκη αξίας μειώθηκε κατά 25,8%, ενώ η μη βιομηχανική δραστηριότητα εμφάνισε μεγαλύτερη συγκριτική υποχώρηση. Αξίζει όμως να αναφερθεί πως η προσθήκη ακαθάριστης αξίας που πέτυχε ο C10-C12 το 2008 και 2014 είναι η υψηλότερη από τους υπόλοιπους μεταποιητικούς κλάδους για τα δύο αυτά έτη. (ΣΕΒ, 2019)

Όσον αφορά τις **επενδύσεις**, περισσότερες από το 1/3 των επενδύσεων της συνολικής μεταποίησης ανήκουν στον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού το 2017. Στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας, τα έτη 2008-2018 ο ακαθάριστος σχηματισμός παγίου κεφαλαίου μειώθηκε κατά 63%, εμφανίζοντας τη μεγαλύτερη πτώση μεταξύ των χωρών της ΕΕ-28. Επίσης, η συμβολή των επενδύσεων στο ΑΕΠ το 2018 ήταν η μικρότερη σε σχέση με το σύνολο της ΕΕ-28. Οι επενδύσεις που πραγματοποίησε προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου η μεταποίηση σε αυτό το πλαίσιο, το 2017 μειώθηκαν κατά 6,4%, αλλά ταυτόχρονα υπήρξε αύξηση του μεριδίου της στο σύνολο των επενδύσεων της χώρας. (ΣΕΒ, 2019)

Τέλος, για το σύνολο των **εισαγωγών** και **εξαγωγών** του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, το 2017 οι εξαγωγές του απαρτίζουν το 14,4% εκείνων της συνολικής μεταποίησης, ενώ οι εισαγωγές του το 10,9%. Αξίζει να αναφερθεί πως το διάστημα 2008-2018 η ελληνική μεταποίηση μαζί με τους κλάδους ορυχείων-λατομείων και παροχής ενέργειας παρουσίασαν ενίσχυση της εξαγωγικής τους δραστηριότητας, έντονη μάλιστα κατά την περίοδο ύφεσης της ελληνικής οικονομίας (2009-2012), ως στρατηγική επιβίωσης από τη χαμηλή εγχώρια ζήτηση. Συγκεκριμένα, το ποσοστό ενίσχυσης της εξαγωγικής δραστηριότητας της μεταποίησης το αναφερόμενο διάστημα βρίσκεται στο 61%. Ο εξεταζόμενος κλάδος το 2018 ήταν ο δεύτερος πιο εξαγωγικός κλάδος της μεταποίησης μετά τα πετρελαιοειδή, με ποσοστό 12,7% των συνολικών εξαγωγών να ανήκει μόνο στα τρόφιμα, ενώ το 2008 βρισκόταν στην τρίτη θέση με 12,0%. Αξιοσημείωτη είναι όμως η πορεία που διαγράφει η ένταση των εξαγωγών των επιμέρους κλάδων των τροφίμων και καπνού, καθώς μέσα στο διάστημα 2008-2018 η εξαγόμενη αξία τους αυξήθηκε κατά 71,1% και 81,6% αντίστοιχα. Για τον κλάδο ποτοποιίας η αύξηση ήταν 29,8%. (ΣΕΒ, 2019)

5.2 Σύγκριση με την ΕΕ-28

Συγκρίνοντας την ελληνική εικόνα με εκείνη της ΕΕ-28, ο ευρωπαϊκός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αναδεικνύεται εξίσου μείζονος σημασίας. Κατατάσσεται πρώτος ανάμεσα στους ευρωπαϊκούς κλάδους της μεταποίησης σε όρους αξίας παραγωγής και αριθμού εργαζομένων, ενώ είναι δεύτερος σε όρους αριθμού επιχειρήσεων και κύκλου εργασιών. Συγκεκριμένα, ο κλάδος τροφίμων απασχολεί περίπου το 14,0% του συνόλου των εργαζομένων στην ευρωπαϊκή βιομηχανία. Ο ελληνικός κλάδος όμως παρουσιάζει μεγαλύτερη συμβολή στον τομέα της μεταποίησης σε σχέση με τον μέσο όρο της ΕΕ-28, γεγονός που αφενός αντανακλά την εγχώρια δύναμή του, αλλά αφετέρου είναι δείγμα μικρότερης συγκριτικής ανάπτυξης των υπόλοιπων ελληνικών μεταποιητικών κλάδων σε σχέση με τους ευρωπαϊκούς (IOBE, 2019). Μια ακόμη κύρια διαφορά που εμφανίζει η ελληνική εικόνα σε σχέση με την ευρωπαϊκή, βρίσκεται στη διάρθρωση των επιχειρήσεων που απαρτίζουν τους επιμέρους μεταποιητικούς κλάδους σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Συγκεκριμένα, κύριο χαρακτηριστικό της ελληνικής μεταποίησης είναι η ύπαρξη σημαντικής πλειοψηφίας μικρών επιχειρήσεων, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα.

Σε σχέση με την τοποθέτηση του ελληνικού κλάδους σε όρους διεθνούς ανταγωνιστικότητας, μελέτη του ΚΕΠΕ (2018) για τις επιδόσεις της μεταποίησης ανέδειξε για το 2008 και 2015 το συγκριτικό πλεονέκτημα που κατέχει ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού μέσα από τον υπολογισμό ευρέως διαδεδομένων δεικτών συγκριτικού πλεονεκτήματος στις διεθνείς αγορές (δείκτης Balassa, Vollrath και Έντασης Εμπορίου)¹⁸. Συγκεκριμένα, στη μελέτη αναφέρεται πως «η μεγάλη πλειονότητα των κλάδων που διατηρούν τα τελευταία χρόνια σταθερό συγκριτικό πλεονέκτημα εντάσσονται πλήρως ή μερικώς στον τομέα της μεταποίησης, γεγονός που αντανακλά τόσο την ύπαρξη εξαγωγικών δυνατοτήτων σε σημαντικό εύρος μεταποιητικών δραστηριοτήτων, όσο και τη σημασία της μεταποίησης για τις εξαγωγικές προοπτικές της χώρας». Για επιμέρους υποκλάδους που συμπεριλαμβάνονται στον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και αναδείχθηκαν ανάμεσα στους 10 κλάδους με το μεγαλύτερο συγκριτικό πλεονέκτημα για το 2015, ο Πίνακας 5.2 περιέχει ενδεικτικά τα αποτελέσματα των δεικτών:

¹⁸ Οι δείκτες ορίζονται ως εξής για μια χώρα εντός ΕΕ:

Balassa	$\frac{\text{Εξαγωγές κλάδου χώρας} / \text{Σύνολο εξαγωγών χώρας}}{\text{Εξαγωγές κλάδου ΕΕ} / \text{Σύνολο εξαγωγών ΕΕ}}$	Τιμές >1 υποδηλώνουν συγκριτικό πλεονέκτημα
Vollrath	$\text{Balassa} - \frac{\text{Εισαγωγές κλάδου χώρας} / \text{Σύνολο εισαγωγών χώρας}}{\text{Εισαγωγές κλάδου ΕΕ} / \text{Σύνολο εισαγωγών ΕΕ}}$	Τιμές >0 υποδηλώνουν συγκριτικό πλεονέκτημα
Έντασης Εμπορίου	$\frac{\text{Εξαγωγές κλάδου} - \text{Εισαγωγές κλάδου}}{\text{Εξαγωγές κλάδου} + \text{Εισαγωγές κλάδου}}$	Τιμές >0 υποδηλώνουν συγκριτικό πλεονέκτημα

Πίνακας 5.2: Τιμές των δεικτών Balassa για το 2008 και 2015, Vollrath για το 2015 και δείκτη Έντασης Εμπορίου για το 2015, σε εκατομμύρια €, σε υποκλάδους του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού που βρίσκονται ανάμεσα στους 10 κλάδους με το μεγαλύτερο συγκριτικό πλεονέκτημα για το 2015. Πηγή: ΚΕΠΕ (2018)

Κλάδος	Δείκτης Balassa 2008	Δείκτης Balassa 2015	Δείκτης Vollrath 2015	Δείκτης Έντασης Εμπορίου 2015
Παρασκευάσματα διατροφής από λαχανικά, φρούτα, ξηρούς καρπούς	14,6	13,8	12,33	0,62
Ζωικά, φυτικά λίπη και έλαια, κ.ά.	7,4	10,0	8,76	0,45
Καπνά και βιομηχανοποιημένα υποκατάστατα καπνού	5,1	5,5	1,31	0,20

5.3 Τεχνολογική ένταση κλάδου

Οι παραδοσιακοί μεταποιητικοί κλάδοι χαρακτηρίζονται συνήθως ως κλάδοι χαμηλής τεχνολογικής έντασης (low-technology), σύμφωνα με διεθνή πρότυπα κατάταξης που έχουν ως κριτήριο τις δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη. Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού χαρακτηρίζεται ως κλάδος χαμηλής τεχνολογικής έντασης σύμφωνα με την τεχνολογική ταξινόμηση του ΟΟΣΑ, καθώς οι δαπάνες των ευρωπαϊκών κλάδων τροφίμων και ποτών σε έρευνα και ανάπτυξη ως ποσοστό της αξίας παραγωγής τους κυμαίνονται μεταξύ 0,22 και 0,53 % από το 1990. Πολλοί ερευνητές διαφωνούν με την καθολικότητα αυτής της προσέγγισης, καθώς υπάρχουν αρκετά παραδείγματα κλάδων χαμηλής τεχνολογικής έντασης που καταφέρνουν να είναι καινοτόμοι, αξιοποιώντας τεχνολογία που δημιουργείται σε διαφορετικά σημεία της οικονομίας. Τέτοια είναι και η περίπτωση του εξεταζόμενου κλάδου, καθώς τεχνολογικές αλλαγές και νέα ευρήματα ή περιορισμοί σε πεδία όπως η βιοτεχνολογία και οι επιστήμες υγείας επηρεάζουν το σύνολο της αλυσίδας αξίας του. (Kastelli, et al., 2016)

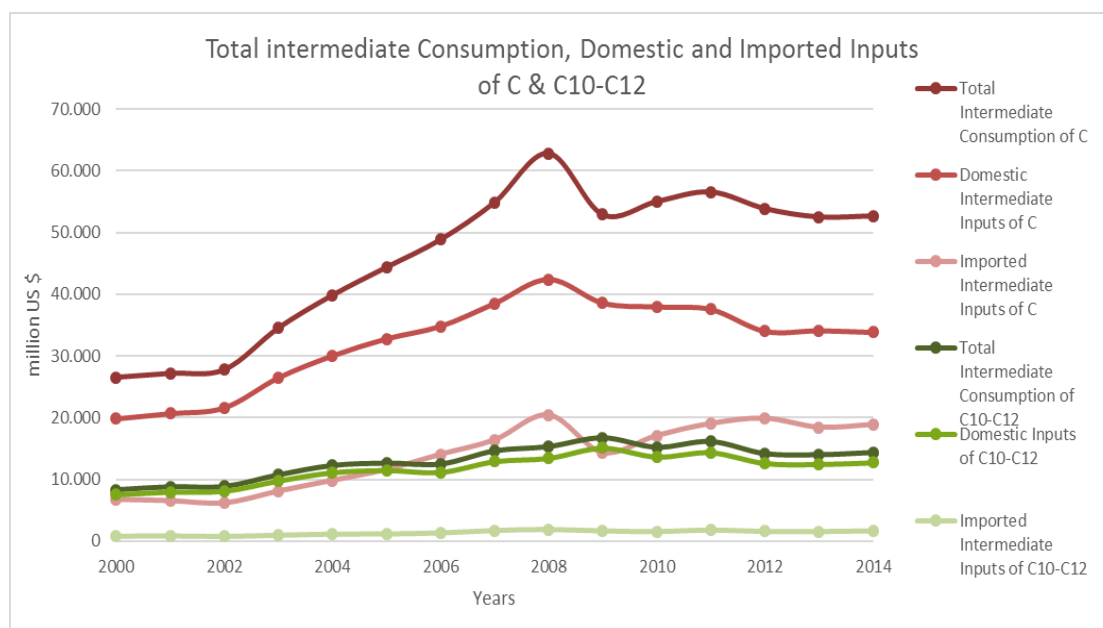
Παρότι οι εν λόγω κλάδοι δεν εστιάζουν στην έρευνα και ανάπτυξη και τη δημιουργία γνώσης, εμφανίζουν καινοτομία επειδή είναι σε θέση να αξιοποιούν γνώση και τεχνολογικά επιτεύγματα, στα οποία αποκτούν πρόσβαση μέσω των εισροών τους από άλλους κλάδους, όπως η προμήθεια εξοπλισμού. Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού διακρίνεται για την υψηλή εξειδίκευση που απαιτεί, καθώς περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα ειδικοτήτων και αντικειμένων που δεν αφορούν αποκλειστικά δραστηριότητες της μεταποίησης. Όπως γίνεται κατανοητό από τα παραπάνω, οι απαιτήσεις που προκύπτουν από την ίδια τη φύση του κλάδου και του προϊόντος του οδηγούν στην ύπαρξη σημαντικών καινοτομιών όπως η διασφάλιση ποιότητας με χρήση αισθητήρων, η χρήση νέων τεχνολογικών συστημάτων στην επεξεργασία τροφίμων, αλλά και καινοτομίες στο μάρκετινγκ για την ικανοποίηση της καταναλωτικής ζήτησης. Μάλιστα, σύμφωνα με έκθεση του ΣΕΒ (2019), το 2017 ο κλάδος πραγματοποίησε τη μεγαλύτερη επένδυση σε αναβάθμιση μηχανολογικού εξοπλισμού και αυτοματοποίησης διεργασιών (27,1% των συνολικών επενδύσεων της μεταποίησης), γεγονός που επιβεβαιώνει τον καινοτομικό χαρακτήρα του και την αξιοποίηση των τεχνολογιών και της γνώσης που δημιουργείται στη βιομηχανία, ακόμη και αν δεν προκύπτει από ερευνητική δραστηριότητα εντός του ίδιου.

6 Αποτελέσματα και συζήτηση

6.1 Χαρακτηριστικά μεγέθη κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και της συνολικής μεταποίησης

6.1.1 Διάρθρωση Εισροών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και της συνολικής μεταποίησης

Όπως έχει αναφερθεί, στο επίπεδο ποσοτικής ανάλυσης παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, ως εισροές ενός κλάδου προσμετρώνται μόνο οι ενδιάμεσες και όχι τα προϊόντα τελικής κατανάλωσης. Οι εισροές είναι τόσο εγχώριες όσο και εισαγόμενες. Στο ακόλουθο διάγραμμα (Διάγραμμα 6.1) παρουσιάζονται συγκεντρωτικά τα βασικά στοιχεία εισροών της μεταποίησης (C) και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12), ενώ τα αναλυτικά στοιχεία βρίσκονται στο Παράρτημα Α.



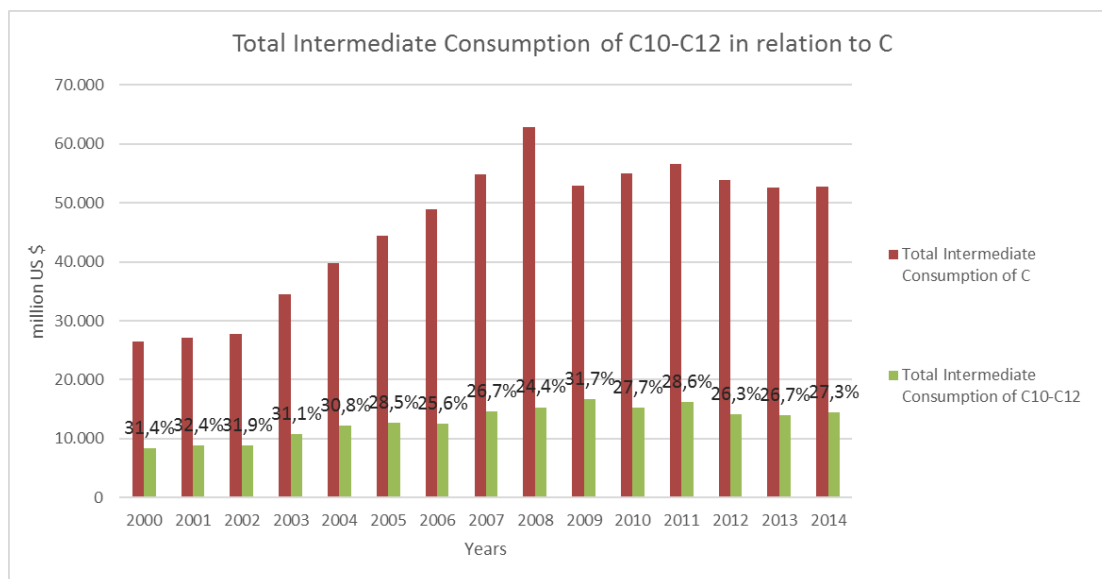
Διάγραμμα 6.1: Συνολική εισροή (Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση - Total Intermediate Consumption), εγχώρια (Domestic input) και εισαγόμενη (Imported Input) εισροή για τη μεταποίηση C (κόκκινο) και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 (πράσινο), για τα έτη 2000-2014

Από τα παραπάνω δεδομένα παρατηρείται μια σταθερή αύξηση των εισροών της μεταποίησης τα έτη 2000-2008. Το 2009, λόγω της κρίσης, εμφανίζεται μια πτώση της τάξης του 15,8%, τόσο σε συνολικές εισροές όσο και στις εισαγωγές. Τα επόμενα έτη η βιομηχανία ανακάμπτει σταδιακά, αλλά τα έτη 2012-2013 εμφανίζει ξανά πτωτική τάση.

Αντίστοιχα, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού παρατηρείται πως το πρώτο χρονικό διάστημα (2000-2009) παρουσιάζει ανοδική πορεία όσον αφορά τις συνολικές του εισροές. Το 2009, σε αντίθεση με τη μεταποίηση, δείχνει να μην επηρεάζεται από την κρίση,

ενώ παρουσιάζει μια πτώση το 2010, της τάξης του 9,1%. Παρόλο που το 2011 ανακάμπτει, τα επόμενα έτη εμφανίζουν μεγαλύτερη μείωση (12,2%).

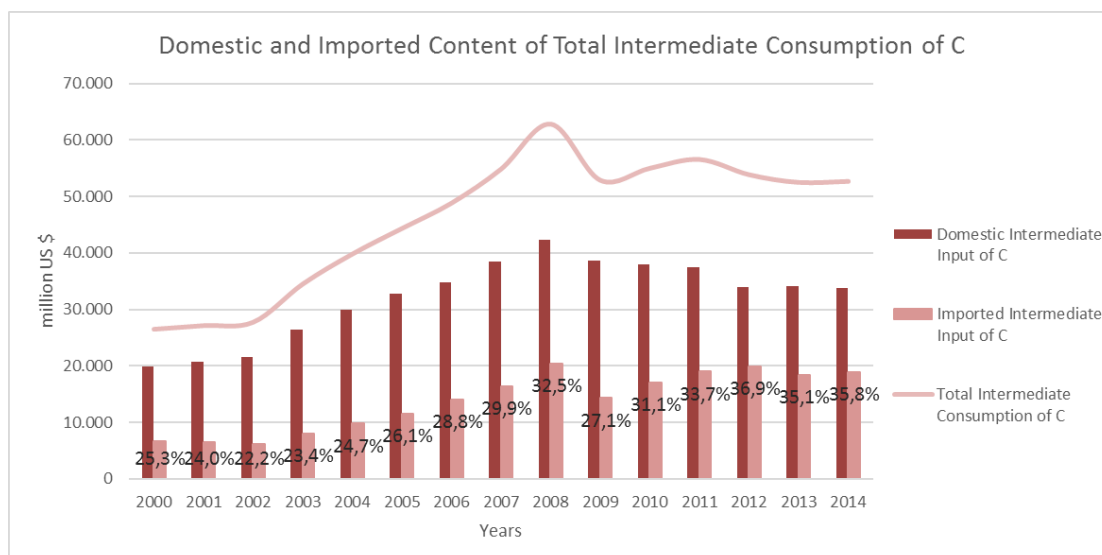
Συσχετίζοντας τις συνολικές εισροές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού με εκείνες της μεταποίησης στο Διάγραμμα 4.2, φαίνεται πως οι συνολικές εισροές που προορίζονται για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελούν σημαντικό ποσοστό των συνολικών εισροών της μεταποίησης, 28,7% κατά μέσο όρο. Επομένως ο κλάδος αυτός έχει βαρύτητα και ασκεί ουσιαστική επίδραση στην πορεία της συνολικής μεταποίησης.



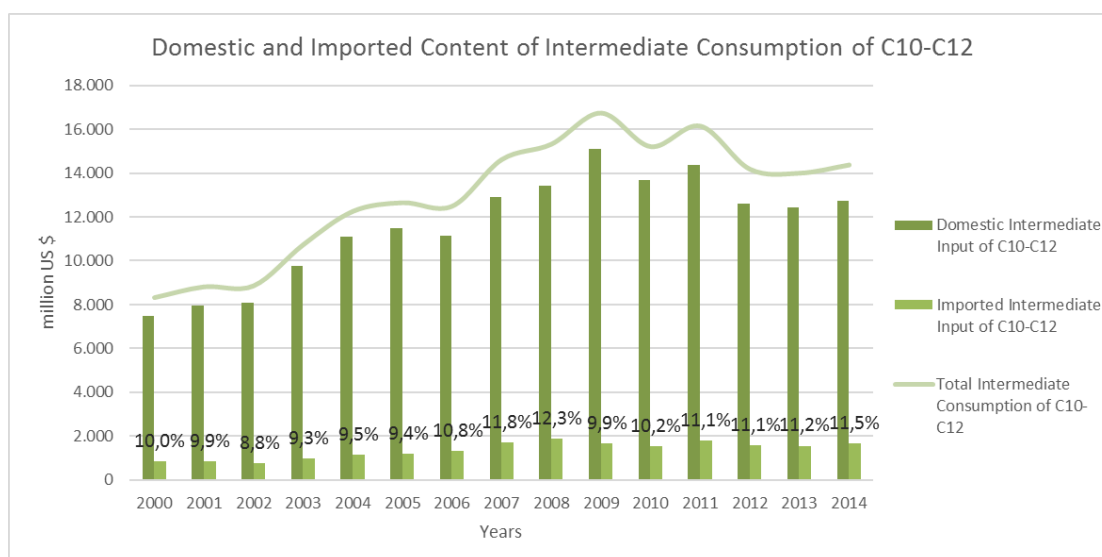
Διάγραμμα 6.2: Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση (total intermediate consumption) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) σε σχέση με τη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση της μεταποίησης (C), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αφορούν το ποσοστό της συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης του C10-C12 σε σχέση με τη C

Αξίζει να αναφερθεί πως ο κλάδος των τροφίμων παρουσιάζει μια σταθερότητα στην πορεία των μεγεθών του όσον αφορά τις εισροές, χωρίς μεγάλες διακυμάνσεις, σε αντίθεση με τη συνολική μεταποίηση. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές το έτος 2008 όπου λόγω της οικονομικής κρίσης η μεταποίηση παρουσιάζει μεγάλη πτώση στις εισροές και τις εισαγωγές της.

Στα ακόλουθα διαγράμματα (Διάγραμμα 6.3 και Διάγραμμα 6.4) αποτυπώνεται αναλυτικότερα η διάρθρωση των εισροών ως προς την προέλευσή τους, εγχώρια ή εισαγόμενη, για τους δύο κλάδους:



Διάγραμμα 6.3: Περιεχόμενο συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) της μεταποίησης C σε εγχώριες (Domestic Intermediate Input) και εισαγόμενες (Imported Intermediate Input) εισροές, για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αφορούν τις εισαγόμενες εισροές σε σχέση με τη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση

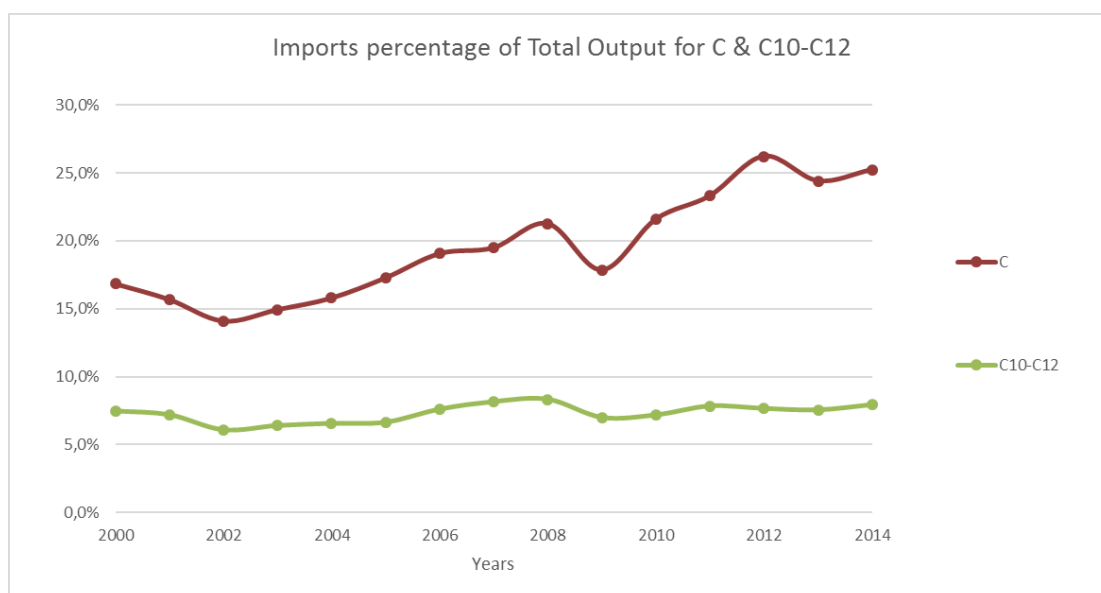


Διάγραμμα 6.4: Περιεχόμενο συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε εγχώριες (Domestic Intermediate Input) και εισαγόμενες (Imported Intermediate Input) εισροές, για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αφορούν τις εισαγόμενες εισροές σε σχέση με τη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση

Είναι εμφανές πως η πλειοψηφία των εισροών που χρησιμοποιούνται και από τους δύο κλάδους είναι εγχώριες, όμως για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού η πλειοψηφία είναι σχεδόν αποκλειστική, κατά μέσο όρο στο 89,6%. Ακόμη, για τη μεταποίηση, οι εισαγωγές εμφανίζουν μια πτώση το 2009 επηρεαζόμενες από την κρίση αλλά τα επόμενα έτη επανέρχονται στα ίδια επίπεδα. Για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού οι εισαγωγές παραμένουν σε σχετικά σταθερά επίπεδα σε όλη την εξεταζόμενη χρονοσειρά. Επομένως, στο πλαίσιο του διεθνούς εμπορίου και των

παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δεν δείχνει να έχει μεγάλη προς τα πίσω συμμετοχή (backward participation). Το γεγονός αυτό πιθανώς να οφείλεται και στην ίδια τη φύση του κλάδου, καθώς τα γεωργικά προϊόντα που αποτελούν κύρια εισροή του, παράγονται στην Ελλάδα τόσο σε μεγάλη ποσότητα όσο και σε αρκετά υψηλή ποιότητα. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί για τη μεταποίηση πως από το 2010 και μετά, ενώ η συνολική ενδιάμεση κατανάλωση μειώνεται, οι εισαγωγές διατηρούν το επίπεδό τους και αυξάνουν την ποσοστιαία συμμετοχή τους εις βάρος των εγχώριων εισροών, γεγονός που δείχνει αφενός ενίσχυση της διεθνοποίησής της αλλά αφετέρου δημιουργεί ένα ερώτημα ως προς τη διαθεσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα των εγχώριων ενδιάμεσων εισροών.

Στο Διάγραμμα 6.5 απεικονίζεται το ποσοστό των εισαγωγών του κάθε κλάδου ως προς τη συνολική εκροή του, αποτελώντας δείγμα της εξάρτησής του από διεθνείς εισροές προκειμένου να παράξει.

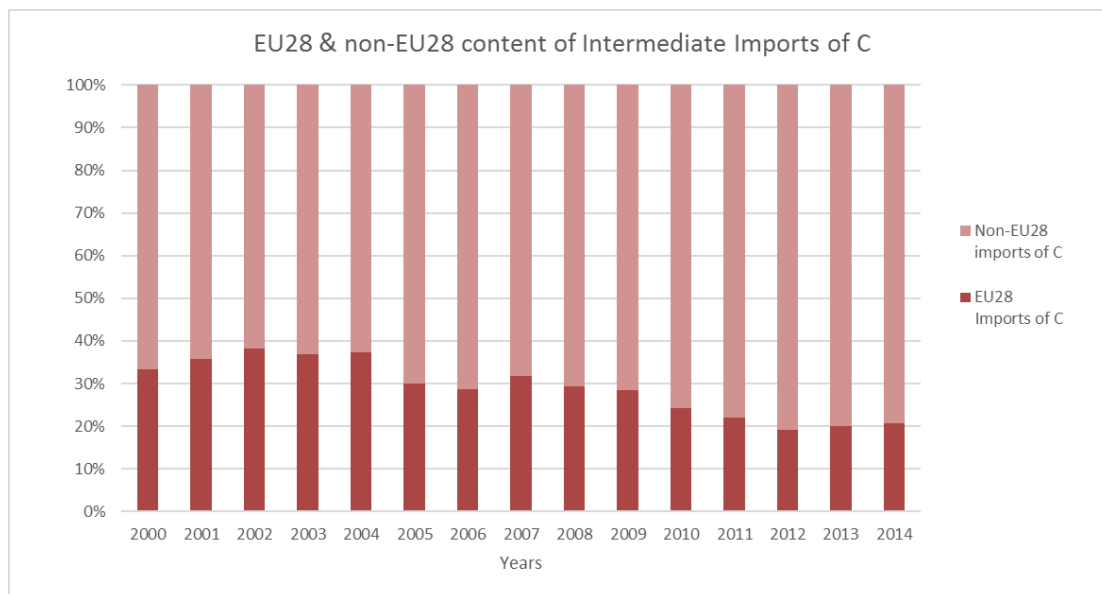


Διάγραμμα 6.5: Ποσοστό εισαγωγών (intermediate imports) σε σχέση με τη συνολική εκροή (total output) για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014

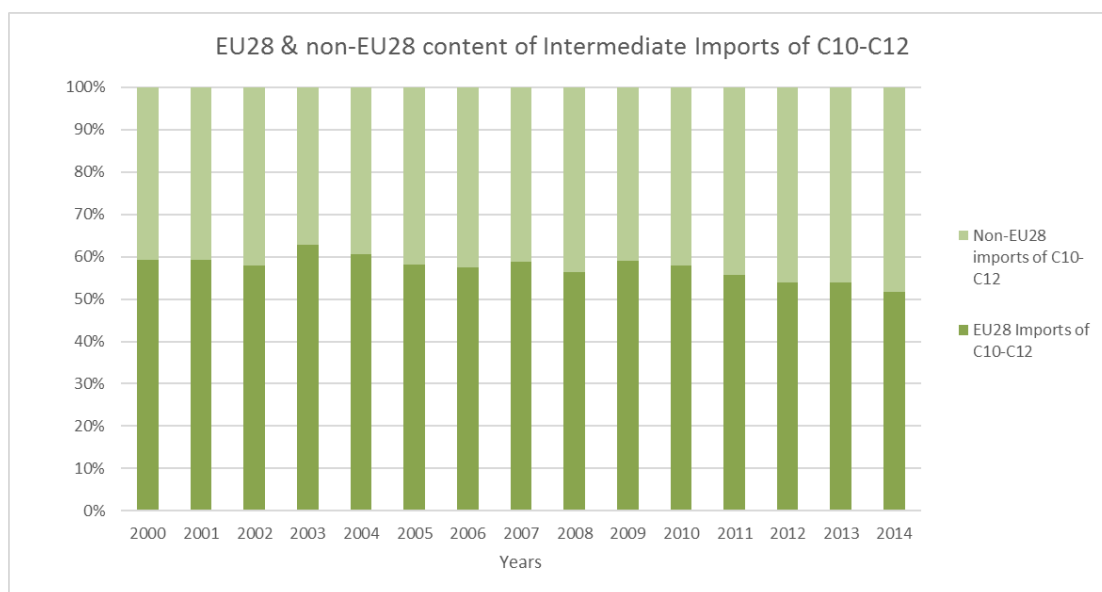
Όπως επιβεβαιώνεται από το Διάγραμμα 6.5, το ποσοστό των εισαγόμενων εισροών στην αξία παραγωγής της μεταποίησης είναι ολοένα αυξανόμενο με την πάροδο των ετών, δείχνοντας την εξάρτηση του κλάδου από τις εισαγόμενες εισροές. Αντίθετα, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δείχνει να έχει μια διαφορετική εικόνα, καθώς το ποσοστό παραμένει σταθερό στο 7,3% κατά μέσο όρο. Και οι δύο κλάδοι εμφανίζουν πτώση το 2009, ιδιαίτερα έντονη στην περίπτωση της μεταποίησης, ως ενδεχόμενο αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης που έπληξε την εθνική οικονομία.

6.1.1.1 Γεωγραφική διάρθρωση των εισαγωγών

Οι εισαγωγές της μεταποίησης και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού χαρτογραφήθηκαν γεωγραφικά σε πρώτο στάδιο με βάση την προέλευσή τους, σε εισαγωγές προερχόμενες από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ-28) και σε εισαγωγές από χώρες εκτός της ΕΕ-28. Τα αποτελέσματα φαίνονται στο Διάγραμμα 6.6 για τη μεταποίηση και στο Διάγραμμα 6.7 για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού:



Διάγραμμα 6.6: Ποσοστά εισαγωγών της μεταποίησης C από χώρες εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU28), για τα έτη 2000-2014

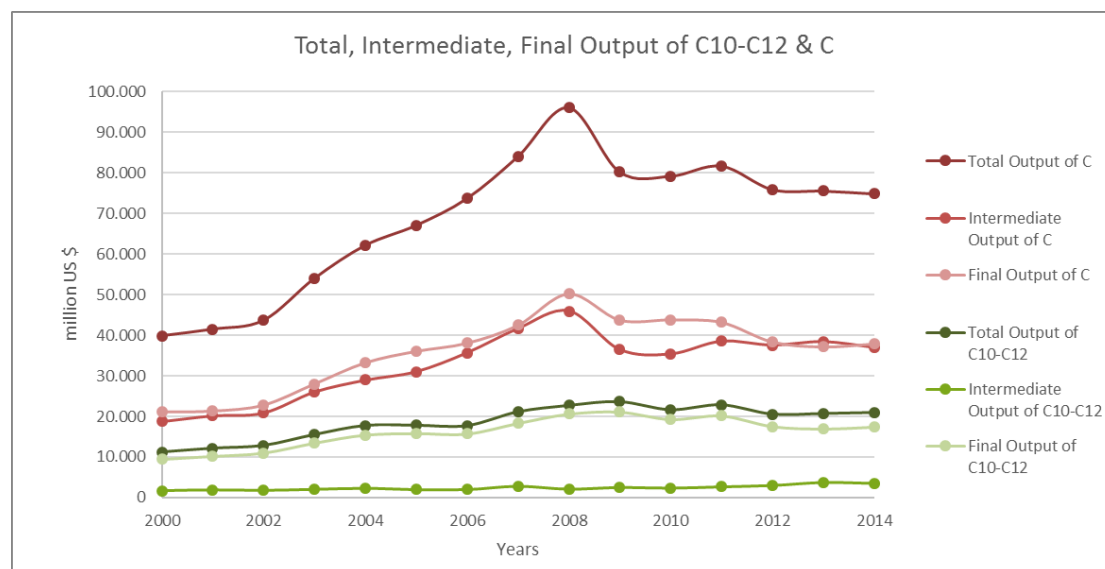


Διάγραμμα 6.7: Ποσοστά εισαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 από χώρες εντός και εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU28), για τα έτη 2000-2014

Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 6.6, το μεγαλύτερο ποσοστό των εισαγωγών της μεταποίησης προέρχεται από χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ-28), σε ποσοστό κατά μέσο όρο 67,0% έως το 2009, ενώ το 2014 βρίσκονται στο 79,3%. Στον κλάδο των τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού το ποσοστό των εισαγωγών μη Ευρωπαϊκών χωρών είναι επίσης σημαντικό, κατά μέσο όρο 42,5%. Το ποσοστό αυτό δεν είναι αντίστοιχο με της συνολικής μεταποίησης, δείχνοντας μια διαφορετική εικόνα διάρθρωσης της προέλευσης των εισαγωγών για τους δύο κλάδους. Αξίζει να σημειωθεί πως σύμφωνα με τη βιβλιογραφία των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, το διεθνές εμπόριο των χωρών της Ευρώπης έχει ισχυρά περιφερειακό χαρακτήρα (Daudin, et al., 2011). Το παραπάνω εύρημα δείχνει να καταρρίπτει την καθολική ισχύ της γενικής αυτής θεώρησης, καθώς οι εισαγωγές της ελληνικής μεταποίησης δεν περιορίζονται εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ιδιαίτερα για τον κλάδο των τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού η προέλευση των εισαγωγών θα συζητηθεί εκτενέστερα στις επόμενες ενότητες της εργασίας.

6.1.2 Διάρθρωση Εκροών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και της συνολικής μεταποίησης

Οι συνολικές εκροές εμπεριέχουν τις εκροές που προορίζονται για ενδιάμεση και τελική κατανάλωση. Αρχικά παρουσιάζονται συνδυαστικά για τους δύο κλάδους τα τρία αυτά μεγέθη (Διάγραμμα 6.8), ενώ τα αναλυτικά μεγέθη των εκροών μπορούν να βρεθούν στο Παράρτημα Β.

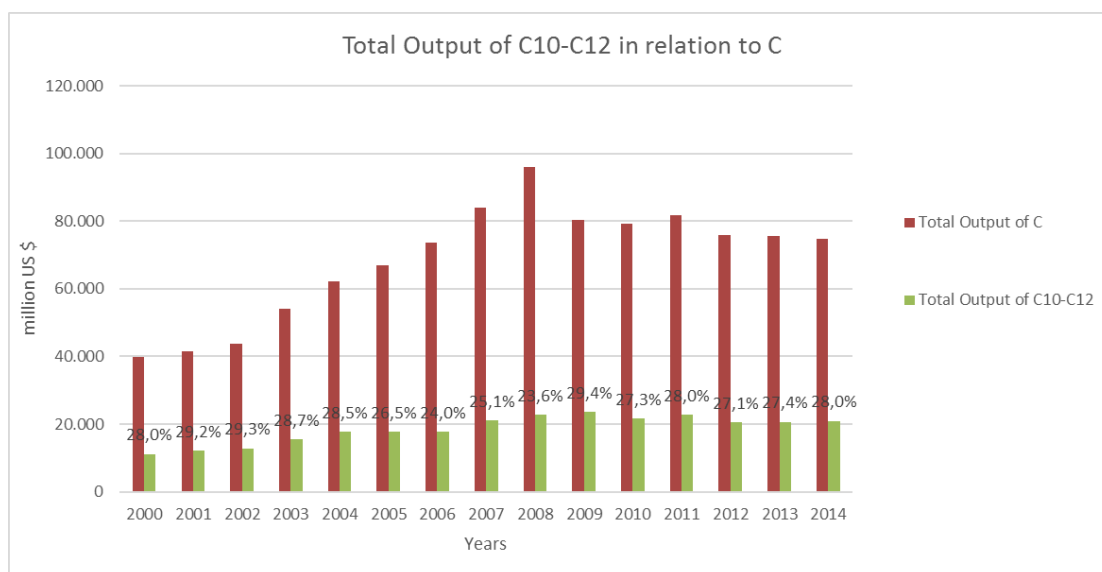


Διάγραμμα 6.8: Συνολική εκροή (Total Output), εκροή προς ενδιάμεση (Intermediate Output) και προς τελική κατανάλωση (Final Output) για τη μεταποίηση C (κόκκινο) και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 (πράσινο) για τα έτη 2000-2014

Η συνολική εκροή της μεταποίησης ακολουθεί πορεία διαρκούς αύξησης έως το 2008, ενώ το 2009 παρουσιάζει πτώση κατά 16,5%, μεγαλύτερη δηλαδή από την πτώση που είχαν οι εισροές της στο αντίστοιχο έτος (Διάγραμμα 6.1). Αξίζει να σημειωθεί ακόμη πως τα έτη

2009-2010 η παραγωγή εκροής προς ενδιάμεση κατανάλωση είναι εμφανώς μειωμένη σε σχέση με την εκροή προς τελική κατανάλωση, υποδεικνύοντας πως η κρίση έπληξε σημαντικά τη βιομηχανική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Διαφορετική εικόνα εμφανίζει και ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, όπου η εκροή προς τελική κατανάλωση καταλαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό της συνολικής εκροής.

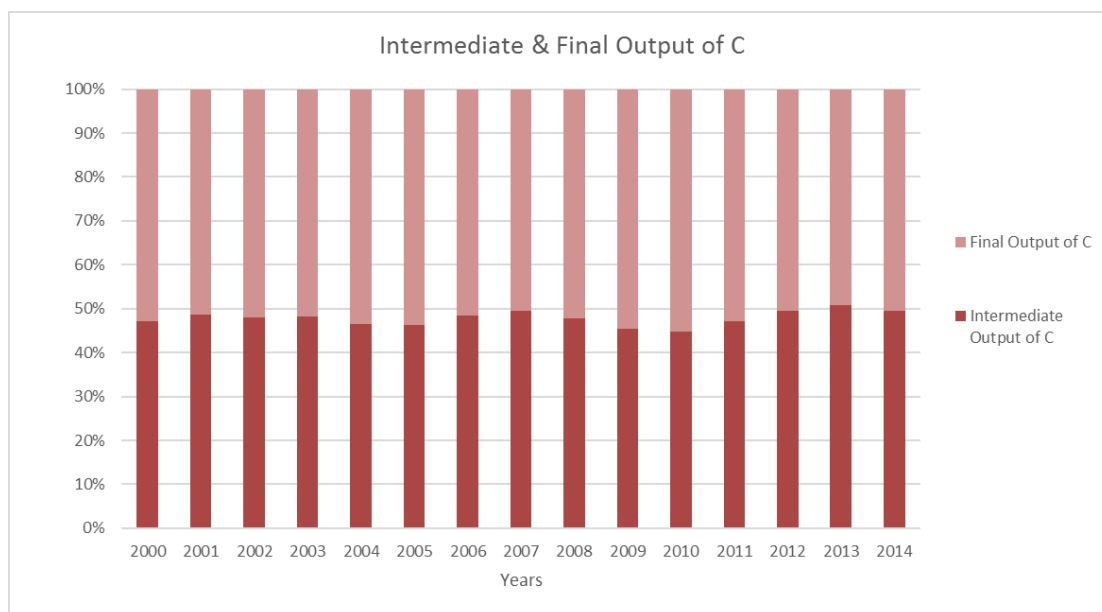
Στη συνέχεια, στο Διάγραμμα 6.9 αποτυπώνεται το μερίδιο συνεισφοράς της συνολικής εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού στη συνολική εκροή της μεταποίησης:



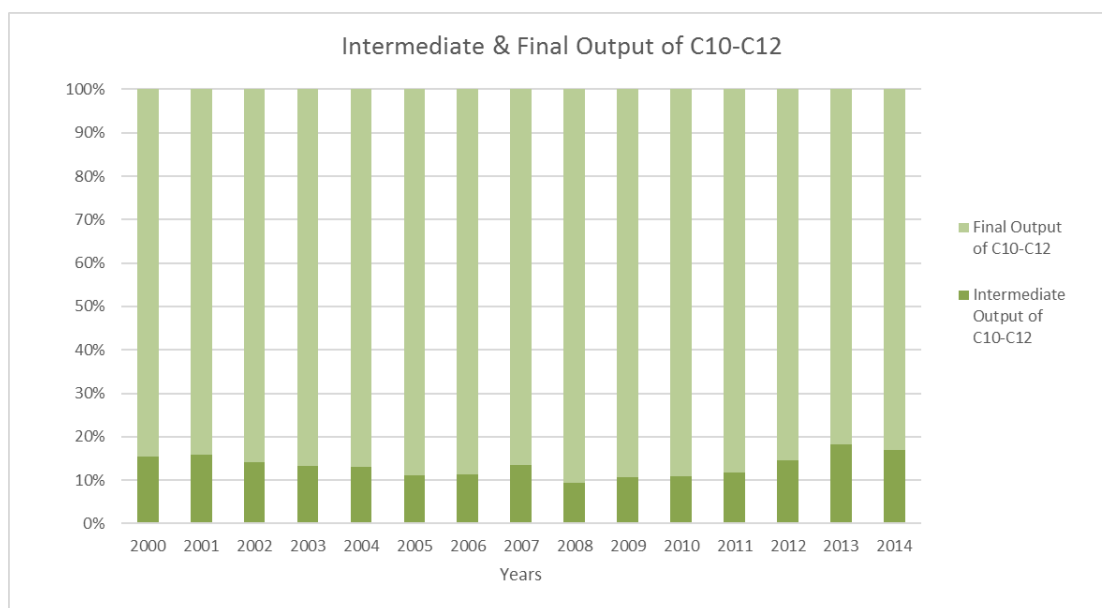
Διάγραμμα 6.9: Συνολική εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε σχέση με τη συνολική εκροή της μεταποίησης

Ο κλάδος συνεισφέρει στην αξία παραγωγής κατά μέσο όρο κατά 27,3%, ποσοστό αντίστοιχο με τη συνεισφορά του στις εισροές (Διάγραμμα 6.2), καθιστώντας την παραγωγή του εξεταζόμενου κλάδου ιδιαίτερα σημαντική για τη συνολική μεταποίηση. Δεδομένου μάλιστα του γεγονότος πως η μεταποίηση καταλαμβάνει ποσοστό κοντά στο 1/3 της συνολικής παραγωγής της ελληνικής οικονομίας, γίνεται κατανοητό ότι ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελεί έναν βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας.

Στο Διάγραμμα 6.10 και το Διάγραμμα 6.11 φαίνεται η διάρθρωση της συνολικής εκροής του κάθε κλάδου σε εκροή προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση:



Διάγραμμα 6.10: Διάρθρωση συνολικής εκροής της μεταποίησης C, σε εκροή προς ενδιάμεση (Intermediate Output) και προς τελική κατανάλωση (Final Output)



Διάγραμμα 6.11: Διάρθρωση συνολικής εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, σε εκροή προς ενδιάμεση (Intermediate Output) και προς τελική κατανάλωση (Final Output)

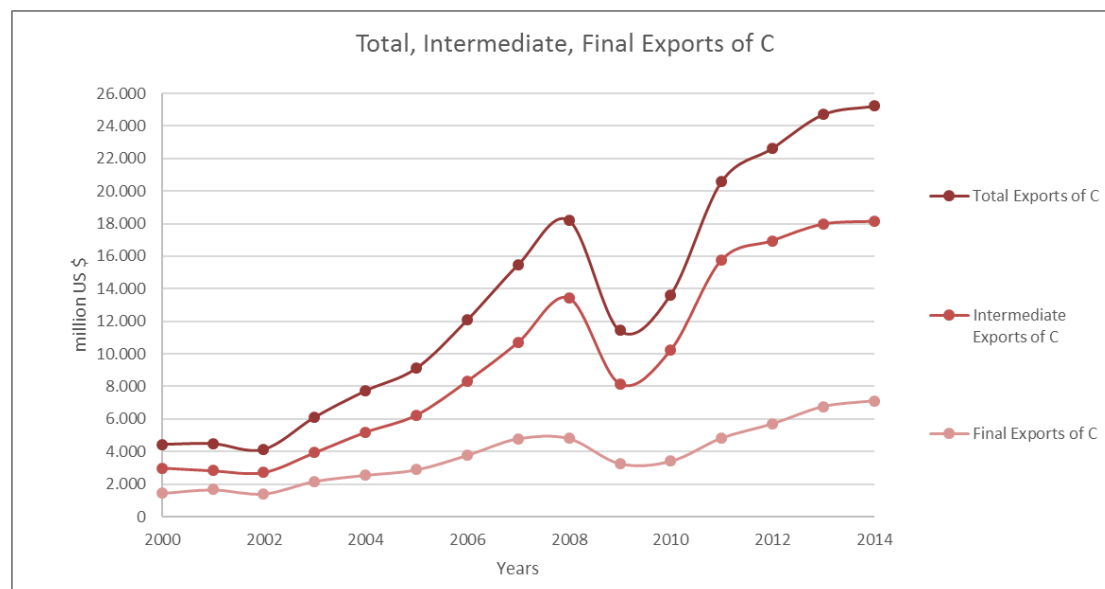
Παρότι ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελεί υποκλάδο της συνολικής μεταποίησης, φαίνεται πως η διάρθρωση των εκροών τους διαφέρει σε σημαντικά. Για τη μεταποίηση, η παραγωγή ενδιάμεσων προϊόντων γίνεται περίπου στον ίδιο βαθμό με την παραγωγή τελικών, συγκεκριμένα σε ποσοστό 47,8% κατά μέσο όρο, με το ελάχιστο να είναι 44,7% το 2010 και το μέγιστο 50,8% το 2013.

Αντίθετα, η εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελείται σχεδόν αποκλειστικά από τελικά προϊόντα, με την εκροή ενδιάμεσων να βρίσκεται σε ποσοστό 13,3%

κατά μέσο όρο, με ελάχιστο 9,3% (2008) και μέγιστο 18,2% (2013). Η παρατήρηση αυτή οδηγεί στο συμπέρασμα πως ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, στο πλαίσιο των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας βρίσκεται σε περισσότερο downstream τμήμα, καθώς είναι κατά κύριο λόγο τοποθετημένος στο τελευταίο στάδιο της παραγωγής επεξεργαζόμενος εισροές ώστε να δώσει το τελικό προϊόν. Η τοποθέτηση αυτή δείχνει πως ο κλάδος μπορεί να μην έχει τόσο έντονη μεταποιητική δραστηριότητα, αλλά να εμβαθύνει σε τομείς που σχετίζονται με το brand και τη στοχευμένη προώθηση του τελικού προϊόντος, ώστε να αναδειχθεί και να είναι ανταγωνιστικό διεθνώς.

6.1.2.1 Εξαγωγές

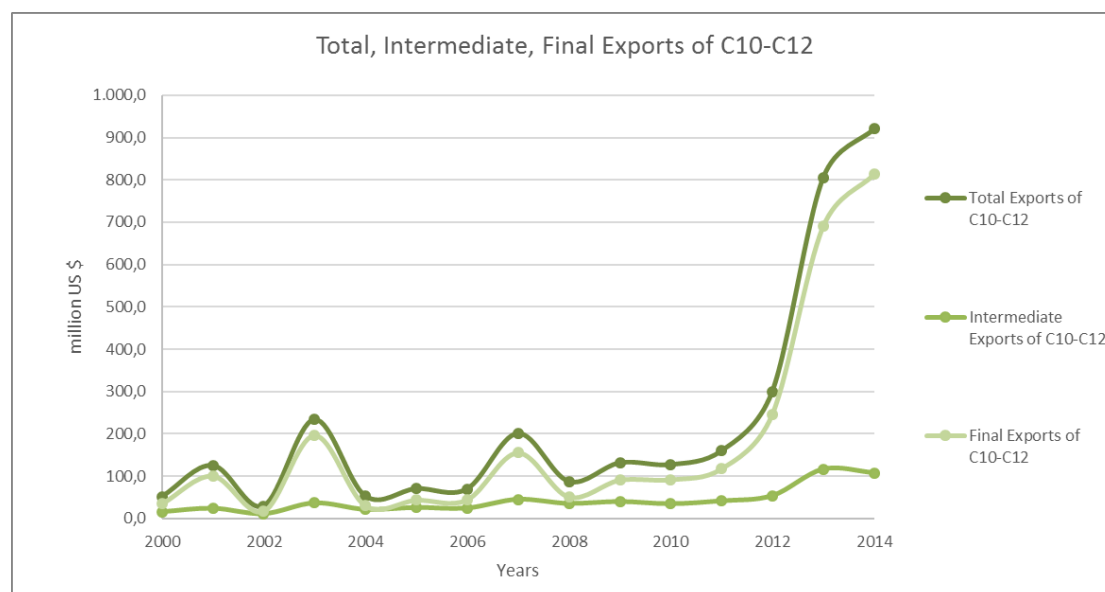
Στο Διάγραμμα 6.12 και το Διάγραμμα 6.13 απεικονίζεται η διάρθρωση των εξαγωγών με βάση τη χρήση τους, για τη μεταποίηση και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αντίστοιχα:



Διάγραμμα 6.12: Διάρθρωση των συνολικών (total) εξαγωγών της μεταποίησης C σε εξαγωγές προς ενδιάμεση (intermediate) και τελική (final) κατανάλωση, για τα έτη 2000-2014

Οι συνολικές εξαγωγές της ελληνικής μεταποίησης ακολουθούν παρόμοιο μοτίβο με τη συνολική τους εκροή (Διάγραμμα 6.8), ξεκινώντας από χαμηλά μεγέθη και εμφανίζοντας διαρκώς αυξανόμενη πορεία, με χαρακτηριστική την επίδραση της οικονομικής κρίσης το 2009. Τα επόμενα δύο έτη ανακάτα τα προηγούμενα επίπεδα εξαγωγών και στη συνέχεια τα ξεπερνά, δείχνοντας πως παρά τα γεγονότα που οδήγησαν στη μείωση της παραγωγής και πιθανότατα στην αδυναμία ανταπόκρισης στις απαιτήσεις των διεθνών αγορών, ανέκαμψε πολύ σύντομα και ανέκτησε την αξιοπιστία της. Οι εξαγωγές προς τελική κατανάλωση επηρεάζονται με τον ίδιο τρόπο το 2009 αλλά σε πολύ μικρότερο βαθμό. Αντίθετα, οι εξαγωγές της προς ενδιάμεση κατανάλωση εμφανίζουν ίδιας τάξης μείωση με αυτή των

συνολικών, αναδεικνύοντας πως το κύριο πλήγμα στο εξαγωγικό εμπόριο της ελληνικής μεταποίησης δέχθηκε το εμπόριο ενδιάμεσων προϊόντων.



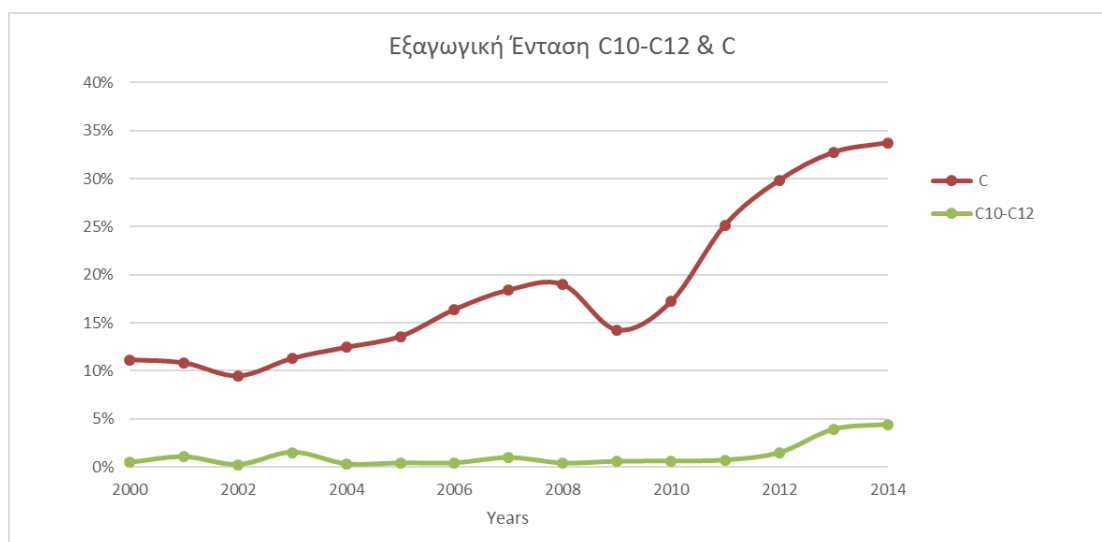
Διάγραμμα 6.13: Διάρθρωση των συνολικών (total) εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε εξαγωγές προς ενδιάμεση (intermediate) και τελική (final) κατανάλωση, για τα έτη 2000-2014

Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού εμφανίζει αρκετά διαφορετική εικόνα από τη συνολική μεταποίηση. Τα πρώτα έτη υπάρχουν διαρκείς αυξομειώσεις στα μεγέθη, με μια σημαντική αύξηση το 2003 η οποία ακολουθείται από ίδιας τάξης μείωση το επόμενο έτος. Η οικονομική κρίση φαίνεται να έχει αντίκτυπο το 2008, αντί για το 2009 που επηρεάστηκαν έντονα οι υπόλοιποι κλάδοι της μεταποίησης. Ακόμη, η κύρια επίδραση των μεταβολών γίνεται στις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, ενώ οι εξαγωγές προς ενδιάμεση έχουν πιο σταθερή πορεία το εξεταζόμενο διάστημα. Από το 2012, οι συνολικές εξαγωγές και κατά κύριο λόγο εκείνες προς τελική κατανάλωση, παρουσιάζουν ραγδαία αύξηση. Ο κλάδος φαίνεται να αλλάζει τη στρατηγική του και να εκτίθεται πολύ πιο έντονα στις διεθνείς αγορές, σχηματίζοντας προς τα εμπρός συνδέσεις σε αλυσίδες αξίας. Αξίζει να σημειωθεί πως το 2014 οι εξαγωγές των ενδιάμεσων μειώνονται ακολουθώντας αντίθετη πορεία από τις τελικές, ένδειξη πως ο κλάδος τείνει να τοποθετηθεί ακόμη περισσότερο σε τελικά στάδια της αλυσίδας παρά σε ενδιάμεσα, περεταίρω μεταποιητικά. Αποτελεί άλλωστε χαρακτηριστικό του ελληνικού κλάδου τροφίμων πως δεν περιορίζεται σε καθαρά μεταποιητικές δραστηριότητες, καθώς τα ελληνικά προϊόντα διαθέτουν εξίσου ισχυρό brand στις διεθνείς αγορές.

Είναι επομένως κατανοητό πως παρόλο που ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελεί επιμέρους κλάδο της συνολικής μεταποίησης, παρουσιάζει μια εικόνα αρκετά διαφορετική από εκείνη των υπόλοιπων μεταποιητικών κλάδων. Η περεταίρω ανάλυση των επιμέρους συνιστωσών των παραπάνω δύο διαγραμμάτων πραγματοποιείται μέσω της ερμηνείας σχετικών μεγεθών, στις ενότητες που ακολουθούν.

6.1.2.2 Εξαγωγική ένταση

Για να αναδειχθεί ο βαθμός εξωστρέφειας ενός κλάδου, απεικονίζεται ο δείκτης εξαγωγικής έντασης. Αρχικά η απεικόνιση γίνεται για τη συνολική εκροή των δύο κλάδων, στο Διάγραμμα 6.14:



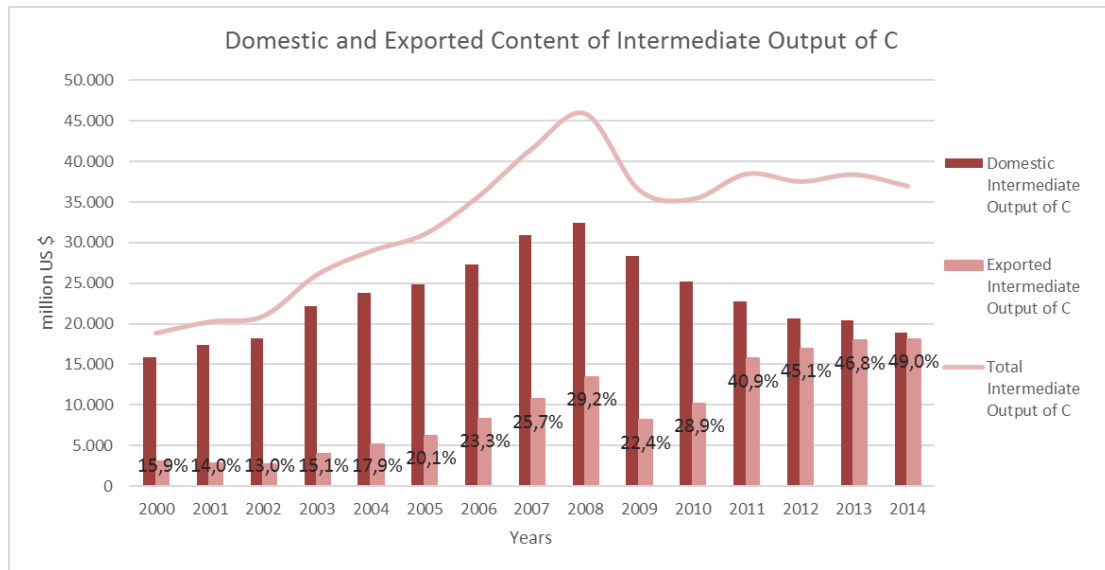
Διάγραμμα 6.14: Εξαγωγική ένταση της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12

Για τη μεταποίηση η εξαγωγική ένταση έχει σημαντικά θετική εξέλιξη κατά τη διάρκεια των ετών, ξεκινώντας από το 11,1% το 2000 και καταλήγοντας στο 33,7% το 2014. Το τελικό ποσοστό δείχνει πως το 2014 η ελληνική μεταποίηση μπορεί να χαρακτηριστεί ως εξαγωγικά προσανατολισμένη. Όπως και στα άλλα εξεταζόμενα χαρακτηριστικά μεγέθη της, είναι εμφανής η επίδραση της οικονομικής κρίσης, το 2009 όπου ο εξεταζόμενος δείκτης μειώνεται στο 14,2% από το 19,0% που βρισκόταν το 2008. Η ραγδαία αυτή πτώση αποτυπώνει τη διαταραχή στις δραστηριότητες του μεταποιητικού τομέα, η οποία περιγράφεται από μια προσωρινή τάση εσωστρέφειας που ενδεχομένως να συνδέεται με έλλειψη αξιοπιστίας της ελληνικής οικονομίας στις διεθνείς αγορές.

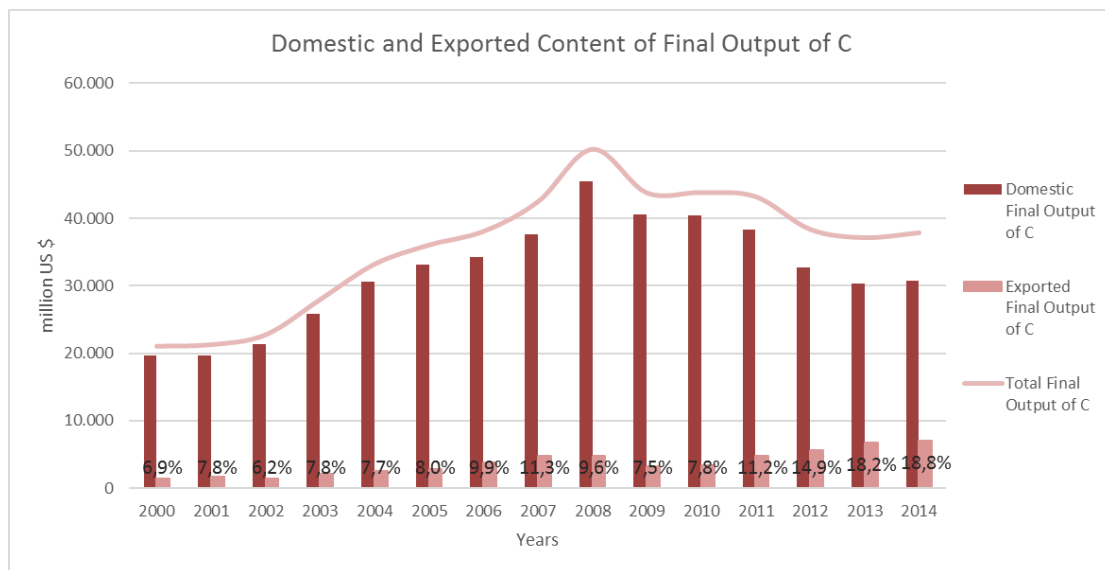
Για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού η εξαγωγική ένταση είναι σχεδόν μηδενική, με τις τιμές του δείκτη να κυμαίνονται από 0,46% το 2000 μέχρι το 4,40% το 2014, τιμή σημαντικά υψηλότερη από όλων των υπόλοιπων ετών. Είναι επομένως εμφανές πως κλάδος δεν μπορεί να θεωρηθεί έντονα εξαγωγικά προσανατολισμένος, αλλά η ραγδαία αύξηση των τιμών τα έτη 2012-2014 δείχνει πως ο προσανατολισμός αλλάζει. Άλλωστε, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα (Ενότητα 5.1) το 2018 ο κλάδος τροφίμων βρίσκεται δεύτερος μεταξύ των μεταποιητικών κλάδων σε εξαγωγές.

Στα παρακάτω διαγράμματα η εξαγωγική ένταση των κλάδων αναλύεται ως προς τις επιμέρους εκροές προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση. Το Διάγραμμα 6.15 και

Διάγραμμα 6.16 αφορούν τη μεταποίηση, και το Διάγραμμα 6.17 και Διάγραμμα 6.18 τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού:



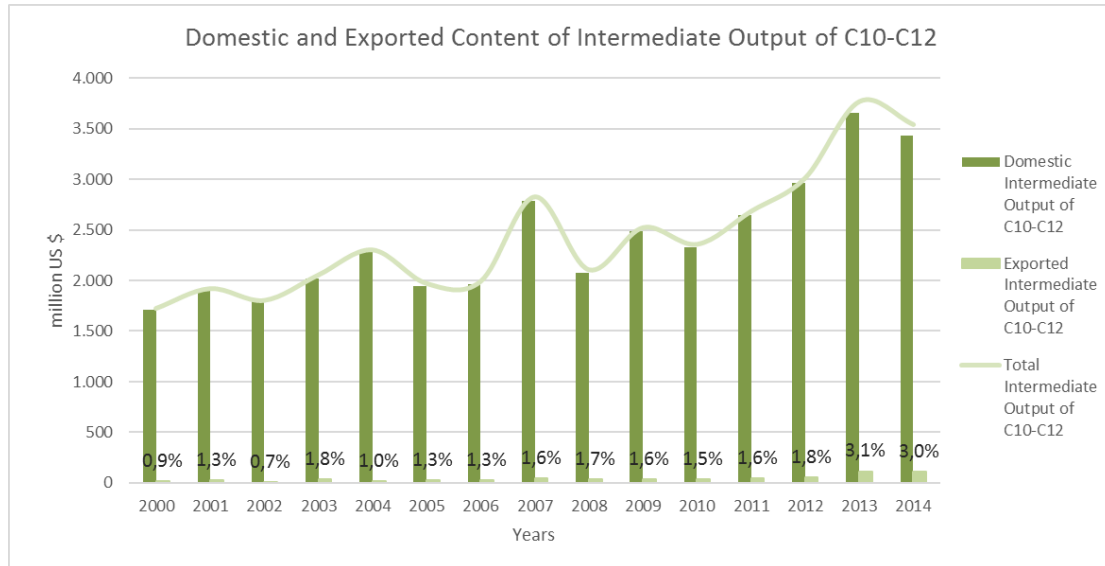
Διάγραμμα 6.15: Διάρθρωση της εκροής της μεταποίησης C προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση



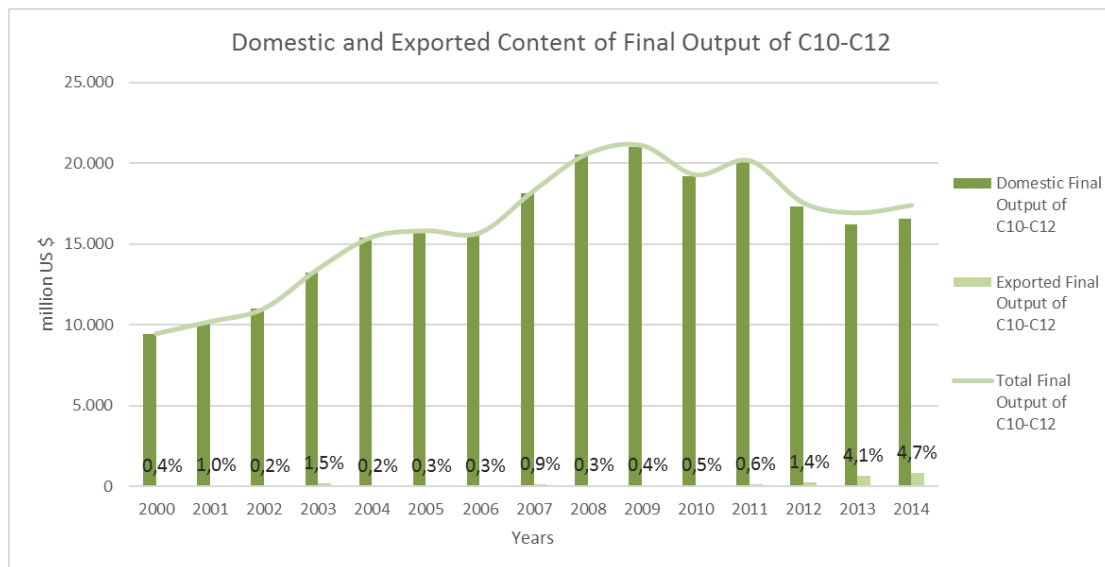
Διάγραμμα 6.16: Διάρθρωση της εκροής της μεταποίησης C προς τελική κατανάλωση (Final Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς τελική κατανάλωση

Είναι εμφανές πως η εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση είναι περισσότερο εξαγωγικά προσανατολισμένη σε σχέση με τα τελικά προϊόντα που παράγει η ελληνική μεταποίηση. Είναι ιδιαίτερα θετικό το γεγονός πως και για τους δύο τύπους εκροής το ποσοστό εξαγωγών αυξάνεται με την πάροδο των χρόνων, παρόλο που η συνολική εκροή τα τελευταία έτη εμφανίζει πτωτική τάση, δείχνοντας ότι ο κλάδος αυξάνει την εξαγωγική του ένταση, γίνεται διαρκώς πιο εξωστρεφής και ενεργός σε αλυσίδες αξίας. Μάλιστα, για τα ενδιάμεσα

προϊόντα το 2014 αγγίζει το 49,0%. Επιπλέον, φαίνεται πως οι εξαγωγές τελικών προϊόντων δεν επηρεάστηκαν τόσο έντονα από την κρίση το 2009 όσο οι εξαγωγές ενδιάμεσων. Η παρατήρηση αυτή σε συνδυασμό με το γεγονός πως στην ενδιάμεση κατανάλωση τα έτη μετά το 2009 η εγχώρια προσφορά και ζήτηση μειώνονται σημαντικά, αποτελεί σημείο που επιβεβαιώνει ξανά την επίδραση που είχε η κρίση στη βιομηχανική δραστηριότητα.



Διάγραμμα 6.17: Διάρθρωση της εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported), για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση



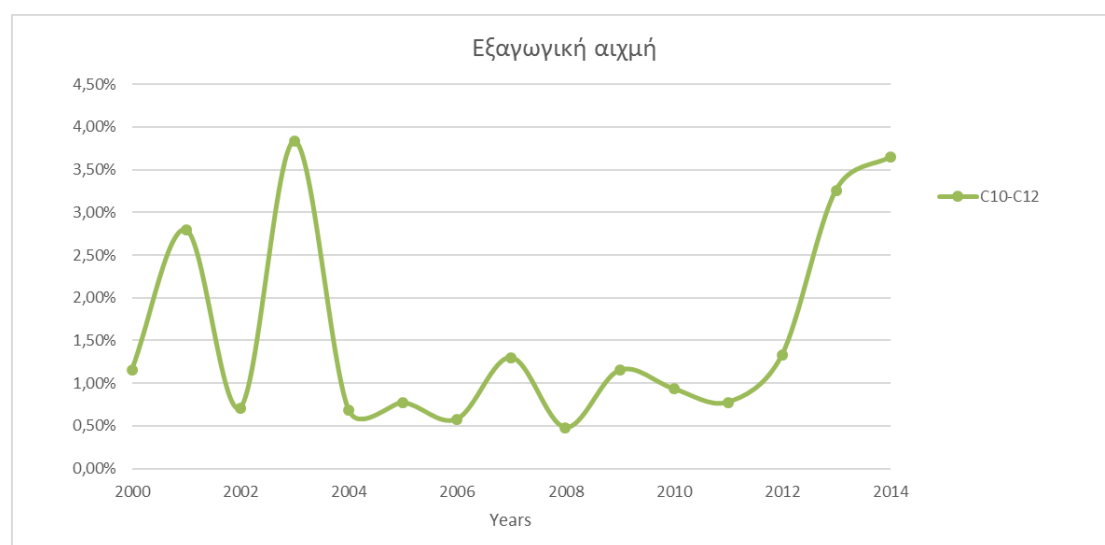
Διάγραμμα 6.18: Διάρθρωση της εκροής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) προς τελική κατανάλωση (Final Output) σε εγχώρια (Domestic) και εξαγόμενη (Exported) για τα έτη 2000-2014. Τα ποσοστά αντιπροσωπεύουν τις εξαγωγές σε σχέση με τη συνολική εκροή προς τελική κατανάλωση

Όσον αφορά τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, τόσο τα ενδιάμεσα όσο και τα τελικά προϊόντα προορίζονται σχεδόν αποκλειστικά για εγχώρια κατανάλωση. Η συμμετοχή του κλάδου σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας είναι επομένως πολύ περιορισμένη, αλλά αξίζει να σημειωθεί πως τα έτη 2013-2014 τα ποσοστά και για τους δύο τύπους εκροών σχεδόν διπλασιάζονται, γεγονός που δείχνει πως τα έτη μετά το τέλος της κρίσης ο κλάδος αλλάζει τη στρατηγική του. Ιδιαίτερα για τις εκροές προς τελική κατανάλωση, τα τελευταία έτη η συνολική εκροή μειώνεται αλλά οι εισαγωγές συνεχίζουν να αυξάνονται.

Ως γενικό συμπέρασμα και για τους δύο κλάδους προκύπτει πως η εξαγωγική τους ένταση αυξάνεται μετά την κρίση, τόσο στις εκροές προς ενδιάμεση όσο και στις εκροές προς τελική κατανάλωση. Για τη μεταποίηση η μεγαλύτερη αύξηση γίνεται στις εκροές προς ενδιάμεση ενώ στον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού φαίνεται να είναι στις εκροές προς τελική κατανάλωση. Οι κλάδοι εκτίθενται σε μεγαλύτερο βαθμό στις διεθνείς αγορές και σχηματίζουν αλυσίδες αξίας.

6.1.2.3 Εξαγωγική αιχμή κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

Η εξαγωγική αιχμή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτυπώνει τις εξαγωγές του ως ποσοστό των εξαγωγών της συνολικής μεταποίησης, αναδεικνύοντας τη μεταξύ τους σχέση. Η εξέλιξη της σχέσης αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 6.19:

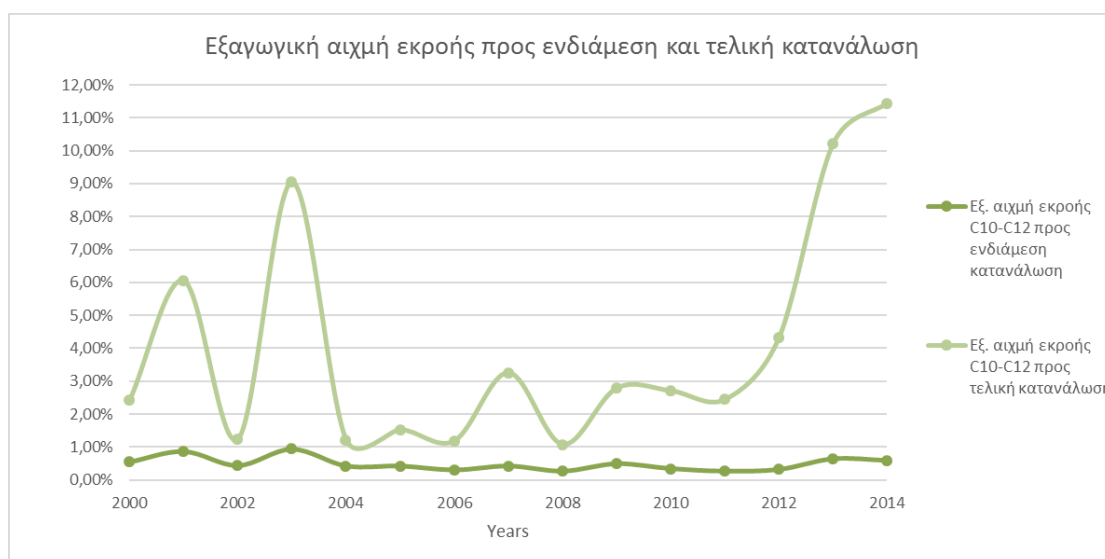


Διάγραμμα 6.19: Εξαγωγική αιχμή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 (συνολικές εξαγωγές κλάδου ως προς τις συνολικές εξαγωγές της μεταποίησης C), για τα έτη 2000-2014

Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δεν παρουσιάζει μεγάλη εξαγωγική αιχμή, καθώς ο δείκτης κυμαίνεται σε ποσοστά χαμηλότερα του 4,0 %. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντίθεση με τη συνεισφορά του κλάδου στη συνολική εκροή της μεταποίησης, που όπως φάνηκε στο Διάγραμμα 6.9 αποτελεί σχεδόν το 1/3 αυτής. Επιπλέον, ο δείκτης εμφανίζει υψηλές διακυμάνσεις από έτος σε έτος. Αξίζει να σημειωθεί πως ενώ το 2008 εμφανίζει το ελάχιστο του σημείο, το 2009 δεν επηρεάζεται από την κρίση και μάλιστα αυξάνει τις

εξαγωγές του από 87,5 σε 131,5 εκατομμύρια \$, ενώ οι εξαγωγές του συνόλου της μεταποίησης μειώνονται κατά 6788,8 εκατομμύρια \$. Ακόμη, από το 2012 έως το 2014, ενώ οι εξαγωγές της μεταποίησης μειώνονται κατά 10,3%, οι εξαγωγές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αυξάνονται κατά 206,7%, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 6.12 και στο Διάγραμμα 6.13.

Στη συνέχεια, η εξαγωγική αιχμή του εξεταζόμενου κλάδου αναλύεται ως προς τις επιμέρους εκροές προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση (Διάγραμμα 6.20):



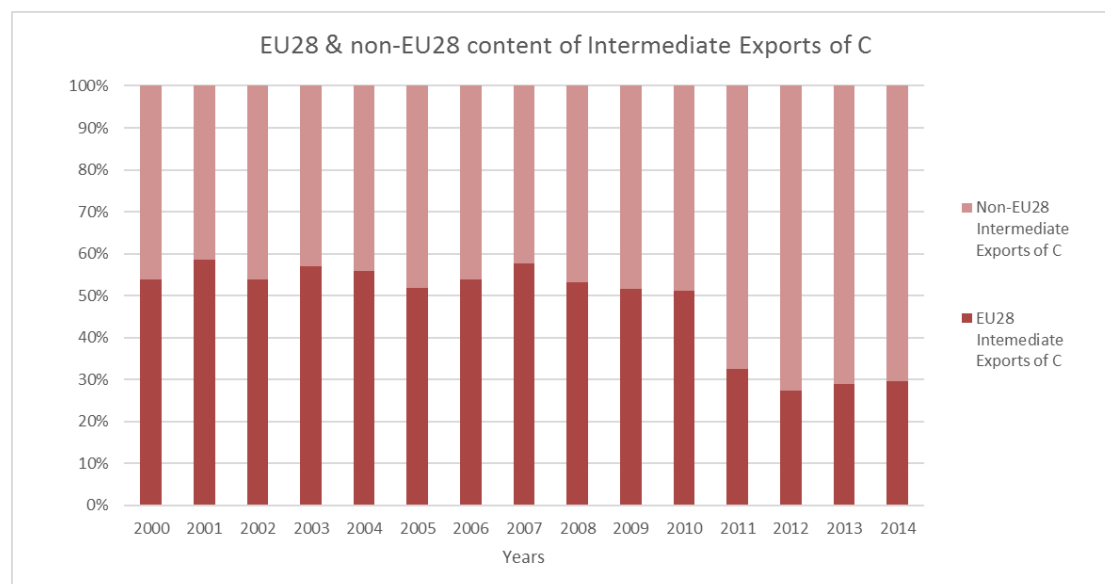
Διάγραμμα 6.20: Εξαγωγική αιχμή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση (εξαγωγές κλάδου προς ενδιάμεση/τελική κατανάλωση ως προς τις εξαγωγές της μεταποίησης C προς ενδιάμεση/τελική κατανάλωση), για τα έτη 2000-2014

Η εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση εμφανίζει σημαντικά μικρότερη εξαγωγική αιχμή από την εκροή προς τελική κατανάλωση. Η πρώτη, κυμαίνεται σε ποσοστά κάτω του 1,00% με μέγιστο το 0,94% το 2003, έτος όπου παρατηρήθηκε αύξηση στο ποσοστό των εξαγωγών του κλάδου (Διάγραμμα 6.13), γεγονός που όπως φαίνεται δεν συνέβη για τους άλλους μεταποιητικούς κλάδους. Η εκροή προς τελική κατανάλωση καταλαμβάνει μερίδιο των αντίστοιχων εξαγωγών της μεταποίησης που μεταβάλλεται σημαντικά με την πάροδο των ετών, ξεκινώντας από 2,41% το 2000, αγγίζοντας το 9,05% το 2003 καθώς η προαναφερθείσα αύξηση των εξαγωγών έγινε κατά κύριο στα προϊόντα τελικής κατανάλωσης. Το 2008 φαίνεται επίσης πως η οικονομική κρίση επέδρασε σε μεγαλύτερο βαθμό στον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού από τους άλλους μεταποιητικούς κλάδους ενώ το αντίθετο ισχύει για το 2009. Τέλος, η αύξηση που παρατηρείται στο Διάγραμμα 6.13 από το 2011 και ύστερα, το πρώτο έτος ήταν αντίστοιχη και για το υπόλοιπο σύνολο της μεταποίησης αφού το ποσοστό εξαγωγικής αιχμής του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού για το συγκεκριμένο έτος μειώνεται ελαφρώς, όμως τα επόμενα τρία έτη αυξάνει τόσο τις εξαγωγές του σε απόλυτα μεγέθη όσο και σε σχέση με τις επιδόσεις των υπολοίπων κλάδων.

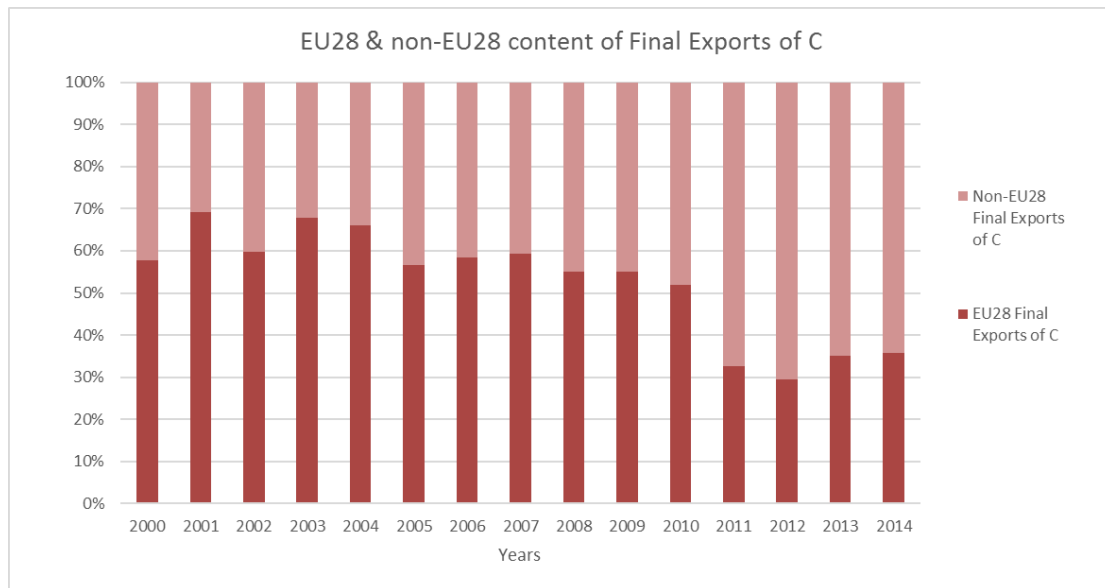
Συνοψίζοντας, αξίζει να σημειωθεί πως η εξαγωγική αιχμή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δεν παρουσιάζει κάποιο επαναλαμβανόμενο μοτίβο τόσο συνολικά, όσο και στις επιμέρους εξαγωγικές συνιστώσες. Το γεγονός αυτό δείχνει έντονη εξάρτηση της συμπεριφοράς που παρουσιάζει ο εξεταζόμενος κλάδος, από την εξαγωγική δραστηριότητα και τις επιδόσεις των υπόλοιπων κλάδων της μεταποίησης.

6.1.2.4 Γεωγραφική διάρθρωση των εξαγωγών

Σε αντιστοιχία με τις εισροές, η πρώτη γεωγραφική αποτύπωση των εξαγωγών γίνεται με βάση το αν προορίζονται ή όχι προς χώρες-μέλη της ΕΕ-28. Για τη μεταποίηση (Διάγραμμα 6.21 και Διάγραμμα 6.22) και για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (Διάγραμμα 6.23 και Διάγραμμα 6.24) προκύπτει:

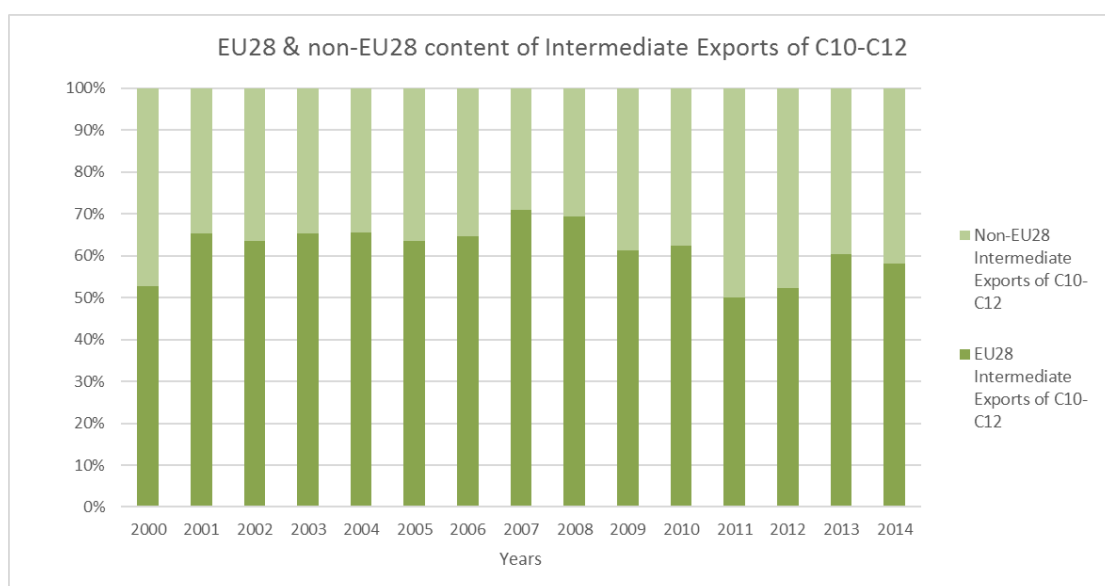


Διάγραμμα 6.21: Ποσοστά εξαγωγών της μεταποίησης C προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Exports) προς χώρες εντός και εκτός της ΕΕ-28 για τα έτη 2000-2014

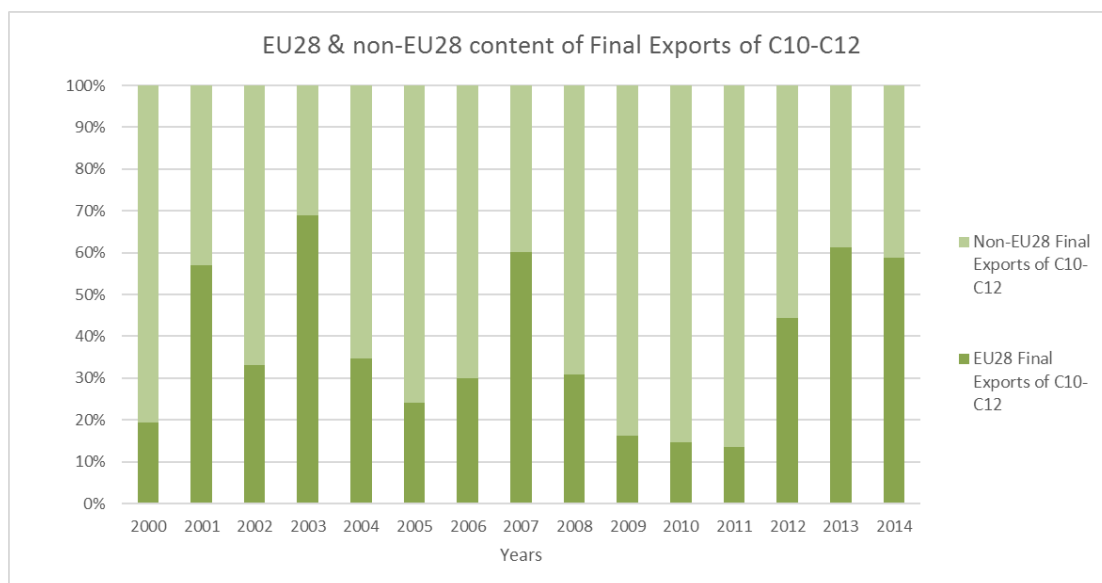


Διάγραμμα 6.22: Ποσοστά εξαγωγών της μεταποίησης C προς τελική κατανάλωση (Final Exports) προς χώρες εντός και εκτός της ΕΕ-28, για τα έτη 2000-2014

Όπως αναδεικνύεται, η εκροή της μεταποίησης προς ενδιάμεση και προς τελική κατανάλωση έχει την ίδια βασική γεωγραφική διάρθρωση και χρονική εξέλιξη, με τις εξαγωγές να προορίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό προς μη ευρωπαϊκές χώρες με την πάροδο των ετών. Η παρατήρηση αυτή επιβεβαιώνει το γεγονός πως μέσα από την τεχνολογική ανάπτυξη των τελευταίων ετών, τα εμπόδια λόγω αποστάσεων μειώνονται και το παγκόσμιο εμπόριο εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς. Αξίζει να σημειωθεί πως το 2011 και ύστερα η αύξηση του προσανατολισμού προς χώρες εκτός ΕΕ-28 συμβαίνει και για τις δύο επιμέρους εκροές, καθώς και πως το 2009, ενώ οι εξαγωγές μειώθηκαν σημαντικά (Διάγραμμα 6.12), η γεωγραφική διάρθρωσή τους παρέμεινε αμετάβλητη.



Διάγραμμα 6.23: Ποσοστά εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 προς ενδιάμεση κατανάλωση (Intermediate Exports) προς χώρες εντός και εκτός της ΕΕ-28 για τα έτη 2000-2014



Διάγραμμα 6.24: Σύγκριση εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (C10-C12) προς τελική κατανάλωση (Final Exports) προς χώρες της ΕΕ-28 σε σχέση με τις εξαγωγές προς άλλες χώρες για τα έτη 2000-2014

Για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού φαίνεται πως ο κύριος προορισμός αλλάζει ανάλογα με το είδος της εκροής. Τα ενδιαμέσα προϊόντα, τα οποία πρόκειται χρησιμοποιηθούν ως εισροή για περαιτέρω μεταποιητική δραστηριότητα, προορίζονται σε μεγαλύτερο βαθμό για ευρωπαϊκές χώρες από ό,τι τα τελικά. Το γεγονός αυτό πιθανώς οφείλεται στο ότι η Ευρώπη διαθέτει ανεπτυγμένη βιομηχανία σε σχέση με την πλειοψηφία του υπόλοιπου κόσμου, ενώ ταυτόχρονα η βιομηχανία αυτή βρίσκεται σε περισσότερο προσβάσιμες αποστάσεις σε αντίθεση με τη βιομηχανία που υπάρχει στις ΗΠΑ, για παράδειγμα. Άλλωστε, το προϊόν του υπό συζήτηση κλάδου διαθέτει πολλούς περιορισμούς όσον αφορά παραμέτρους όπως η μεταφορά, η αποθήκευση και ο χρόνος ζωής του λόγω των δειγματοληπτικών του χαρακτηριστικών.

Σε αντίθεση με τα προϊόντα προς ενδιάμεση κατανάλωση, τα τελικά προϊόντα εξαγονται κατά πλειοψηφία σε χώρες μη ευρωπαϊκές, με τρόπο όμως που δεν υποδεικνύει σταθερότητα της γεωγραφικής διάρθρωσης των εξαγωγών, καθώς τα επιμέρους ποσοστά μεταβάλλονται σημαντικά ανά έτος. Οι εξαγωγές προς μη ευρωπαϊκές χώρες εμφανίζονται πιο σταθερές και μάλιστα διαρκώς αυξανόμενες τα έτη 2008-2014. Οι εξαγωγές προς χώρες της ΕΕ-28 είναι χαμηλότερες συγκριτικά, με εξαίρεση τα έτη 2003, 2007 και 2013-2014 όπου υπάρχει μια συνολική σημαντική αύξηση. Το γεγονός αυτό πιθανώς να οφείλεται στη μικροοικονομική δομή του κλάδου. Σύμφωνα με την προαναφερθείσα μελέτη του ΚΕΠΕ (2018) (Διάγραμμα 5.1) οι επιμέρους κλάδοι των τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού διαμορφώνονται κατά ποσοστό περίπου 90% από επιχειρήσεις μεγέθους 0-9 ατόμων. Αντιθέτως όμως, το μεγαλύτερο ποσοστό της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας, 66,0% για τα τρόφιμα και 76,1% για τα ποτά, δημιουργείται από επιχειρήσεις 50+ ατόμων, οι οποίες καταλαμβάνουν ποσοστό μικρότερο του 5,0% και στους δύο κλάδους, όπως συζητήθηκε και στην Ενότητα 5 (Διάγραμμα 5.1 και Διάγραμμα 5.2). Οι εν λόγω επιχειρήσεις, λόγω του μεγέθους τους, είναι πιο πιθανό να αποτελούν εκείνες που εισέρχονται σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας και να πραγματοποιούν το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών. Επομένως, κατά τη διάρκεια της

κρίσης και ιδιαίτερα τα έτη 2013-2014, είναι αυτές που δεν επηρεάζονται έντονα και είναι σε θέση να στρέφονται και να βρίσκουν ανταπόκριση σε αγορές του εξωτερικού.

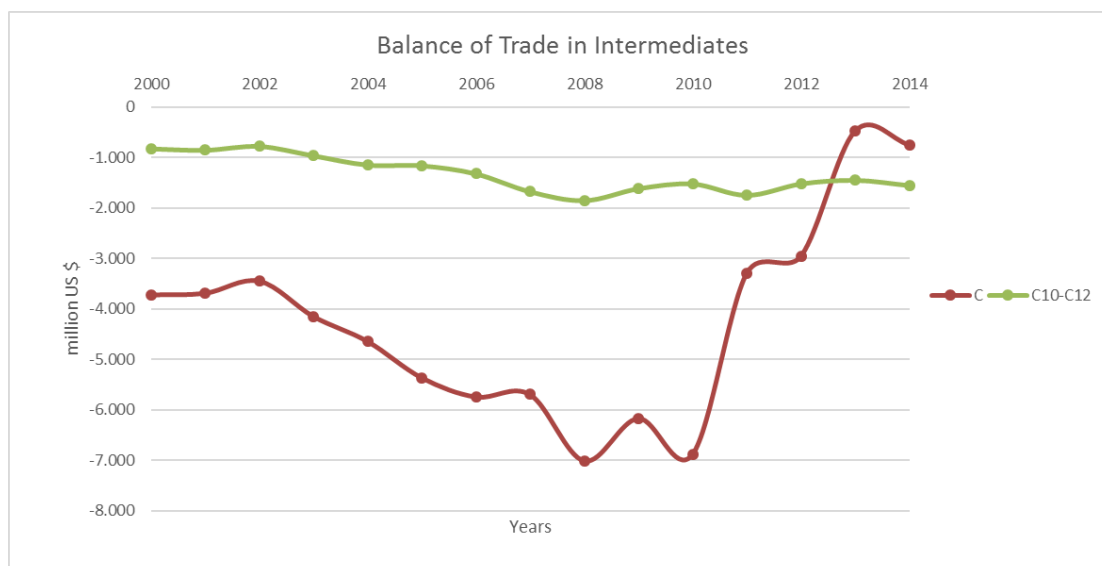
Σε αντιστοιχία με τη γεωγραφική διάρθρωση των εισαγωγών (Ενότητα 6.1.1.1), οι εξαγωγές κυρίως της μεταποίησης αλλά και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού προορίζονται σε υψηλά ποσοστά σε χώρες εκτός ΕΕ-28, καταρρίπτοντας εξίσου την καθολική ισχύ της θεώρησης πως η Ευρώπη διαθέτει ισχυρά περιφερειακό χαρακτήρα όσον αφορά το διεθνές εμπόριο.

6.1.3 Εμπορικό ισοζύγιο ενδιάμεσων

Στην ενότητα αυτή απεικονίζεται το εμπορικό ισοζύγιο των ενδιάμεσων προϊόντων της ελληνικής μεταποίησης και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (Πίνακας 6.1 και Διάγραμμα 6.25):

Πίνακας 6.1: Εμπορικό ισοζύγιο ενδιάμεσων προϊόντων για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Balance of Trade in Intermediates		
Year	C	C10-C12
2000	-3720,3	-818,7
2001	-3688,3	-848,1
2002	-3446,2	-770,7
2003	-4147,1	-957,9
2004	-4641,8	-1.142,8
2005	-5363,8	-1.157,7
2006	-5744,3	-1.319,2
2007	-5696,0	-1.675,2
2008	-7011,2	-1.852,7
2009	-6168,6	-1.615,3
2010	-6880,0	-1.519,3
2011	-3291,5	-1.746,9
2012	-2952,8	-1.519,5
2013	-472,9	-1.446,5
2014	-744,2	-1.551,9



Διάγραμμα 6.25: Σχηματική απεικόνιση του εμπορικού ισοζυγίου ενδιάμεσων της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, για τα έτη 2000-2014

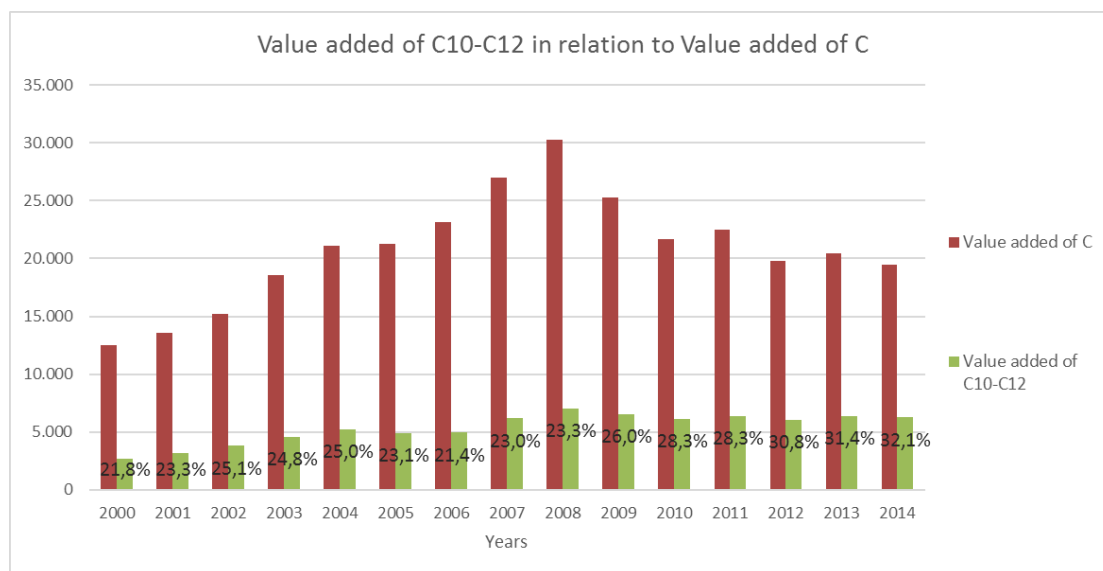
Όπως παρουσιάζει ο Πίνακας 6.1 και το Διάγραμμα 6.25, τόσο η μεταποίηση όσο και ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού έχουν αρνητικά εμπορικά ισοζύγια ενδιάμεσων, παρουσιάζοντας έλλειμμα.

Για τη συνολική μεταποίηση, το ισοζύγιο έως το 2010 με εξαίρεση τα έτη 2002, 2007 και 2009 εμφανίζει διαρκή και σημαντική μείωση, ενώ τα επόμενα έτη ανακάμπτει ραγδαία και το 2014 προσεγγίζει το 0, δείχνοντας πως ο κλάδος ανακάμπτει. Αντίθετα, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού διαθέτει ένα ισοζύγιο με σταθερό μοτίβο, το οποίο απεικονίζει συνοχή και διάρκεια στις εμπορικές συναλλαγές του. Η πορεία του είναι πτωτική με την πάροδο των ετών και το έλλειμμα αυξάνεται, επιβαρύνοντας αρνητικά το ισοζύγιο της συνολικής μεταποίησης. Μάλιστα, από το 2012 και ύστερα επιβαρύνει αρνητικά σε τέτοιο βαθμό ώστε αν δεν ληφθεί υπόψη, η μεταποίηση θα εμφάνιζε θετικό ισοζύγιο με πλεόνασμα 973,6 και 807,7 εκατομμύρια \$ αντίστοιχα.

Εδώ κρίνεται κρίσιμο να σημειωθεί πως το εμπορικό ισοζύγιο δεν αρκεί ως ένδειξη για την ισχύ και τη βιωσιμότητα ενός κλάδου ή μιας οικονομίας, καθώς πρέπει να εξετάζεται σε σχέση με τη θέση της οικονομίας στον οικονομικό κύκλο (business cycle) (βλ. υποσημείωση 11, σελ.53). Συγκεκριμένα, σε περιόδους όπου η οικονομία επεκτείνεται είναι αναμενόμενη η εμφάνιση ελλείμματος, καθώς μια οικονομία (ή ένας κλάδος) επιλέγει να εισάγει με περισσότερη ένταση προκειμένου να ενισχύσει τον ανταγωνισμό τιμών (Investopedia, 2019). Επομένως, δεδομένης της οικονομικής κρίσης που έπληξε την ελληνική οικονομία, η εμφάνιση ελλείμματος στους κλάδους πιθανώς να οφείλεται στην τάση της να ανακάμψει τα έτη μετά από αυτή.

6.1.4 Προστιθέμενη αξία

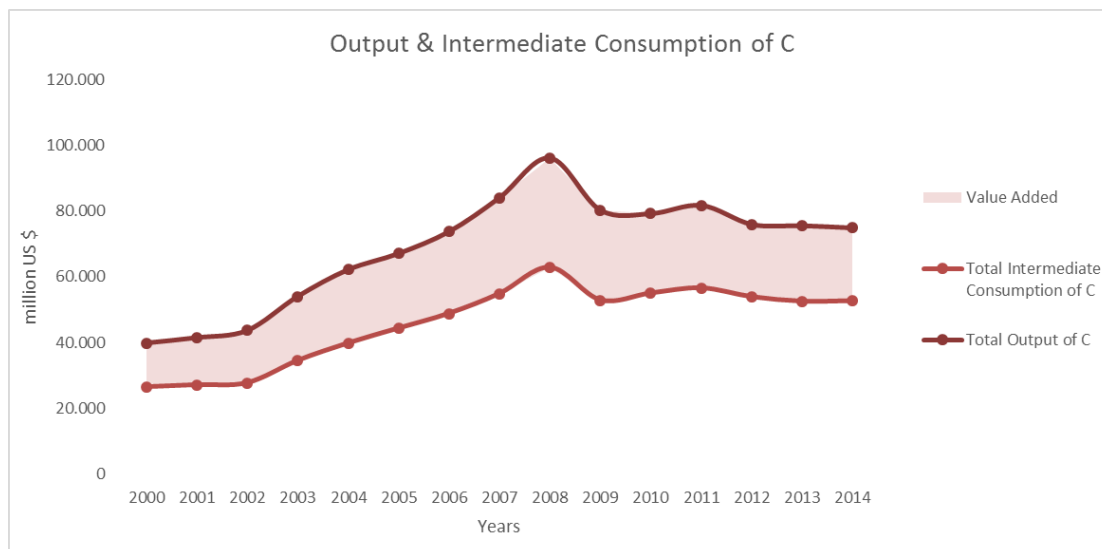
Στο Διάγραμμα 4.23 φαίνεται η συμβολή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού στη συνολική ελληνική μεταποίηση σε όρους ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας. Τα αναλυτικά δεδομένα βρίσκονται στο Παράρτημα Β.



Διάγραμμα 6.26: Προστιθέμενη αξία του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε σχέση με την προστιθέμενη αξία της συνολικής μεταποίησης C, τα έτη 2000-2014

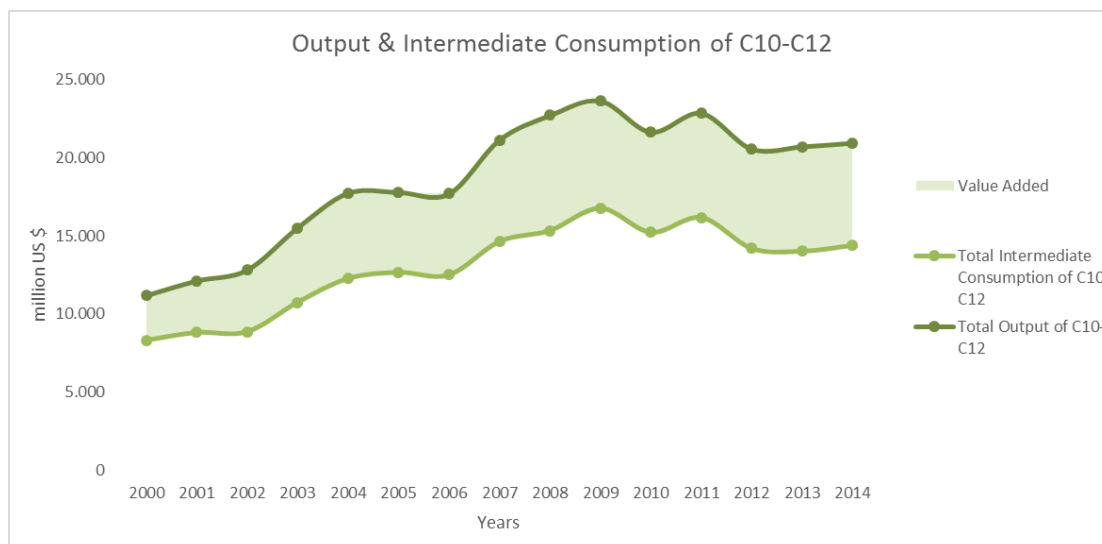
Όπως προκύπτει σχηματικά, η προσθήκη αξίας που πραγματοποιείται από τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού είναι σημαντικό ποσοστό της συνολικής προστιθέμενης αξίας της μεταποίησης, αποτελώντας το 25,8% αυτής κατά μέσο όρο, ενώ το 2014 αγγίζει το 32,1%. Επίσης, από το 2009 και ύστερα η προσθήκη αξίας από το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης μειώνεται, αρχικά ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης, χωρίς να ανακάμψει στη συνέχεια. Αντιθέτως, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού διατηρεί την προσθήκη αξίας του και αυξάνει το μερίδιό του στη συνολική προστιθέμενη αξία της ελληνικής μεταποίησης, δείχνοντας πως ενώ η κρίση έπληξε την υπόλοιπη βιομηχανική δραστηριότητα ο συγκεκριμένος κλάδος διατήρησε τις επιδόσεις του. Ο λόγος που οδηγεί στη διαφορετική συμπεριφορά του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού θα πρέπει να αναζητηθεί σε μικροοικονομικό επίπεδο, σε σχέση με τις στρατηγικές των επιμέρους επιχειρήσεων που διαμορφώνουν την προσθήκη αξίας. Μια πιθανή εξήγηση όμως προκύπτει από το γεγονός ότι η βιομηχανία τροφίμων καλύπτει μια βασική ανθρώπινη ανάγκη, οπότε και διαθέτει πιο ανελαστική καταναλωτική ζήτηση.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η σχέση μεταξύ συνολικής εκροής και συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης για τη μεταποίηση (Διάγραμμα 4.24) και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (Διάγραμμα 4.25), όπου φαίνεται και σχηματικά η προστιθέμενη αξία:



Διάγραμμα 6.27: Σχέση μεταξύ συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) και συνολικής εκροής (Total Output) για τη μεταποίηση C, για τα έτη 2000-2014. Το ενδιάμεσο χωρίο αντιπροσωπεύει την προστιθέμενη αξία (Value added)

Η συνολική μεταποίηση παρουσιάζει μια σχετικά σταθερή προσθήκη αξίας κατά τη διάρκεια των ετών, η οποία μάλιστα τα τελευταία έτη της εξεταζόμενης περιόδου μειώνεται ελαφρώς. Αξίζει να αναφερθεί το γεγονός πως τα έτη έως το 2008, οι αυξανόμενες εισροές οδηγούν σε αύξηση της προστιθέμενης αξίας, γεγονός που υποδεικνύει πως ο κλάδος της μεταποίησης αξιοποιούσε καλύτερα τις εισροές του για την παραγωγή αξίας.



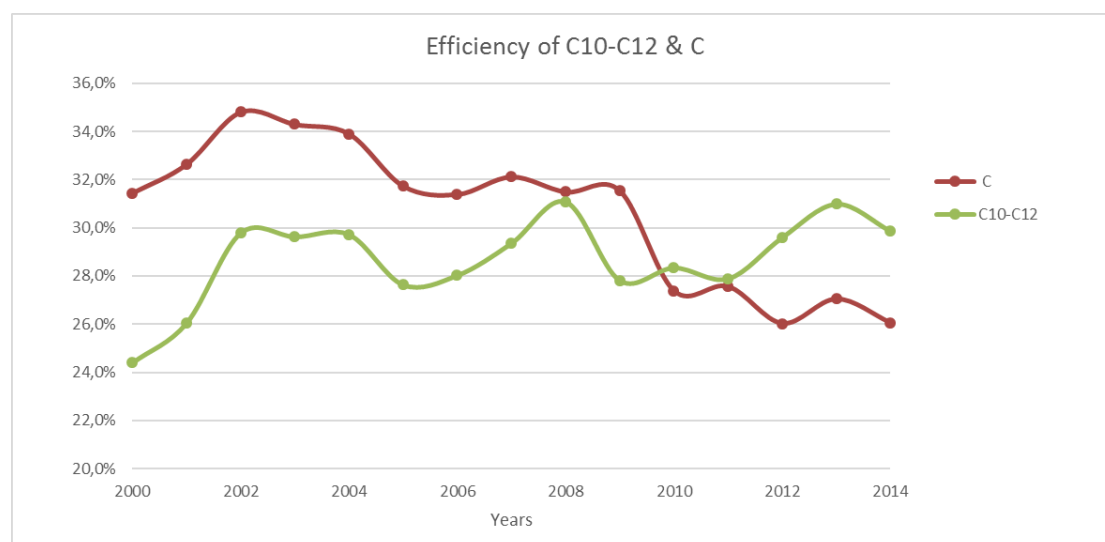
Διάγραμμα 6.28: Σχέση μεταξύ συνολικής ενδιάμεσης κατανάλωσης (Total Intermediate Consumption) και συνολικής εκροής (Total Output) για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, για τα έτη 2000-2014. Το ενδιάμεσο χωρίο αντιπροσωπεύει την προστιθέμενη αξία (Value added)

Αντίθετα, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αυξάνει διαρκώς την προσθήκη αξίας του, ιδιαίτερα από το 2007 και ύστερα, χωρίς να επηρεαστεί από την κρίση, παρόλο

που το 2010 και το 2012 παρουσιάζεται ύφεση στις εκροές και την ενδιάμεση κατανάλωση. Αξίζει ακόμη να σημειωθεί πως παρόλο που σύμφωνα με το Διάγραμμα 6.25 το εμπορικό ισοζύγιο των ενδιάμεσων αυξάνει το έλλειμμά του, η προσθήκη αξίας του κλάδου είναι σημαντική και σταθερή, καθιστώντας τον ανταγωνιστικό.

6.1.5 Δείκτες αποδοτικότητας και παραγωγικότητας

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται δείκτες χαρακτηρισμού των επιδόσεων των δύο κλάδων, για το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα. Τα αναλυτικά δεδομένα βρίσκονται στο Παράρτημα Γ. Στο Διάγραμμα 6.29 αποτυπώνεται η αποδοτικότητα των δύο κλάδων. Στο Διάγραμμα 6.30 αποτυπώνεται η συνολική παραγωγικότητα των παραγωγικών συντελεστών, και στο Διάγραμμα 6.31 ο δείκτης επίδοσης παραγωγικότητας, που συσχετίζει τις επιδόσεις του εγχώριου κλάδου με το διεθνές. Οι δείκτες έχουν οριστεί στην Ενότητα 4.1.1.

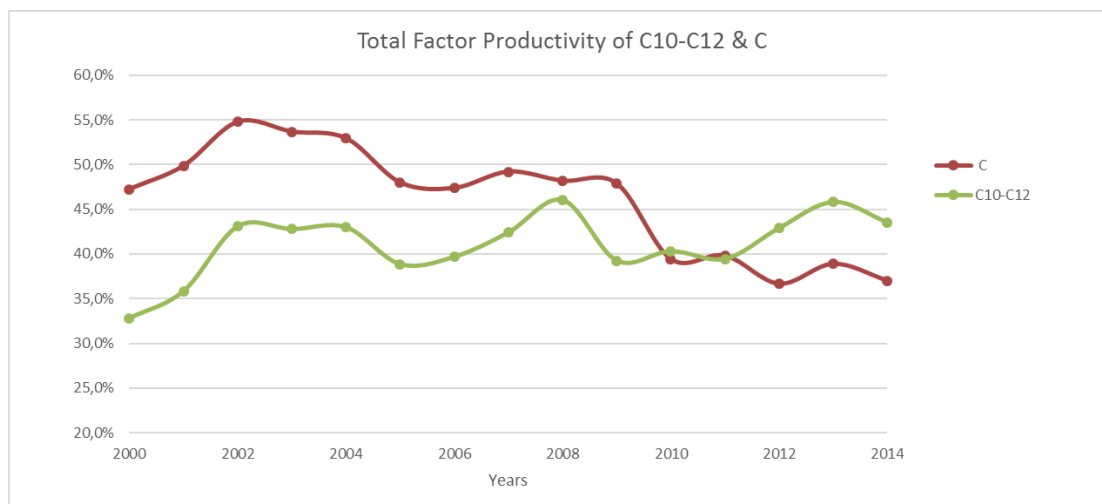


Διάγραμμα 6.29: Αποδοτικότητα (Efficiency) της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12

Όπως φαίνεται, η αποδοτικότητα των δύο κλάδων μεταβάλλεται αρκετά στον χρονικό ορίζοντα της μελέτης, και παρουσιάζει αντίθετη συμπεριφορά για τον καθένα από το 2008 και έπειτα, έως το τελευταίο έτος της χρονοσειράς. Όσον αφορά τη μεταποίηση, η αποδοτικότητα εμφανίζει συνολικά μια πτωτική τάση, συγκεκριμένα από το 2002. Αξίζει να αναφερθεί όμως πως το 2009, έτος που τα περισσότερα περιγραφικά της μεγέθη εμφανίζουν μείωση, η αποδοτικότητα αυξάνεται.

Για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού η αποδοτικότητα συνολικά εμφανίζει αυξητική τάση. Κινείται παράλληλα με τη μεταποίηση έως το 2007, παρουσιάζοντας αντίστοιχη μείωση το 2003-2005, ενώ το 2005-2008 αυξάνεται κατά 3,5 ποσοστιαίες μονάδες. Το 2009, παρόλο που από το Διάγραμμα 6.28 φαίνεται πως αυξάνεται η συνολική εκροή, η σχετική προσθήκη αξίας από τον κλάδο μειώνεται σημαντικά, και κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα έως το 2011. Στη συνέχεια, τα έτη 2012-2013 αυξάνεται κατά 3,1 ποσοστιαίες

μονάδες. Τέλος, τα έτη 2010-2013 η αποδοτικότητα του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αντισταθμίζει θετικά την αποδοτικότητα της συνολικής μεταποίησης, η τιμή της οποίας θα ήταν χαμηλότερη αν δεν συμπεριλαμβανόταν ο κλάδος αυτός.

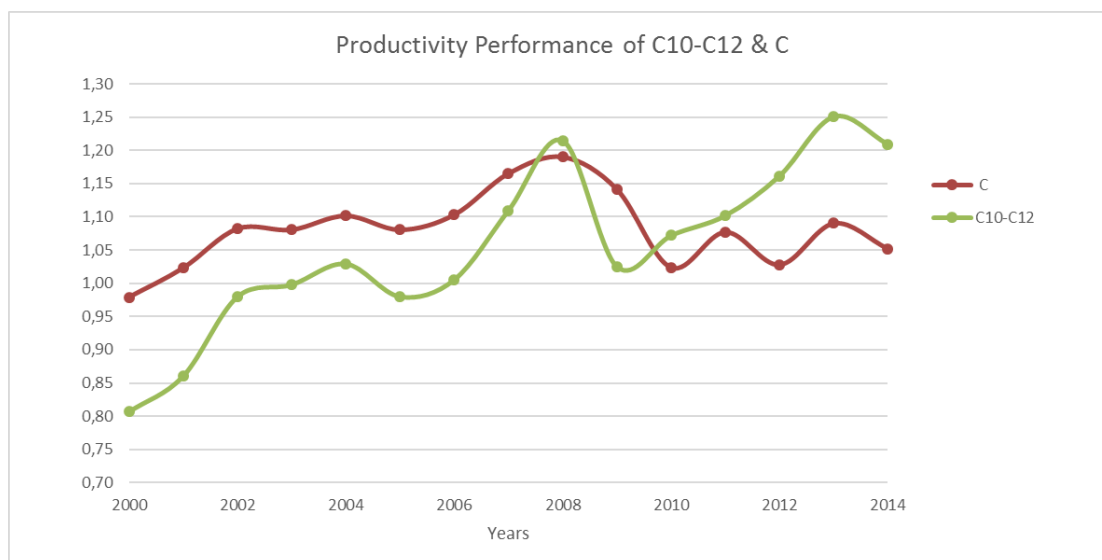


Διάγραμμα 6.30: Συνολική παραγωγικότητα των παραγωγικών συντελεστών (total factor productivity) για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12

Όπως φαίνεται, μέχρι το 2005 οι δύο κλάδοι έχουν ανάλογη συμπεριφορά, η οποία είναι ανάλογη και με την αποδοτικότητα για την ίδια χρονική περίοδο (Διάγραμμα 6.29).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, κατά τη διάρκεια του οικονομικού κύκλου (business cycle) (βλ. υποσημείωση 11, σελ.53) η παραγωγικότητα τείνει να μειώνεται σε περιόδους οικονομικών υφέσεων και να αυξάνεται σε περιόδους επεκτάσεων. Για τη μεταποίηση ο παραπάνω ισχυρισμός επιβεβαιώνεται, καθώς από το 2009 έως το 2012, όπου ήταν η περισσότερο έντονη περίοδος της οικονομικής κρίσης, η παραγωγικότητα φθίνει. Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, αντίθετα, που όπως έδειξαν και τα προηγούμενα περιγραφικά του μεγέθη δεν επηρεάστηκε έντονα από την κρίση, την ίδια περίοδο εμφανίζει αύξηση της παραγωγικότητάς του, δηλαδή χρησιμοποιεί πιο αποτελεσματικά τις εισροές και τους παραγωγικούς συντελεστές στην παραγωγική του διαδικασία.

Αξίζει να σημειωθεί πως υψηλές επιδόσεις σε όρους αποδοτικότητας και παραγωγικότητας πρέπει να ερμηνεύονται με προσοχή, καθώς ενδεχομένως να οφείλονται σε κανονικοποίηση της παραγωγικής δραστηριότητας του κλάδου τα έτη μετά την οικονομική κρίση. Αυτό προκύπτει επειδή κατά διάρκεια αυτής οι κλάδοι αναγκάστηκαν να λειτουργήσουν σε νέα δεδομένα παραγωγής μέσω εσωτερικών αναδιαρθρώσεων, που συνδέονται με μεταβολές στο ανθρώπινο δυναμικό της βιομηχανίας και τη μείωση του κόστους εργασίας. (Tsakanikas, et al., 2020)



Διάγραμμα 6.31: Δείκτης επίδοσης παραγωγικότητας (Productivity Performance) της μεταποίησης C και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014

Όπως προκύπτει από το Διάγραμμα 6.31, ο δείκτης παρουσιάζει διαφορετική συμπεριφορά για τους δύο κλάδους. Η μεταποίηση από την αρχή της εξεταζόμενης χρονοσειράς εμφανίζει αρκετά καλές επιδόσεις, καθώς ο δείκτης έχει αρχική τιμή 0,98 ενώ στη συνέχεια βρίσκεται άνω της μονάδας για όλα τα υπόλοιπα έτη. Η επίδραση της οικονομικής κρίσης σε σχέση με το διεθνές αντικατοπτρίζεται το 2009, όπου ο δείκτης μειώνεται ραγδαία, διατηρώντας όμως τιμή άνω της μονάδας (1,02), και τα επόμενα έτη αυξομειώνεται σε τιμές κάτω του 1,10. Τα παραπάνω αποτελούν ένδειξη πως η ελληνική μεταποίηση κατέχει σημαντική θέση μεταξύ των υπόλοιπων διεθνών μεταποιητικών κλάδων, επιτυγχάνοντας επιδόσεις καλύτερες από το σύνολο της διεθνούς μεταποίησης.

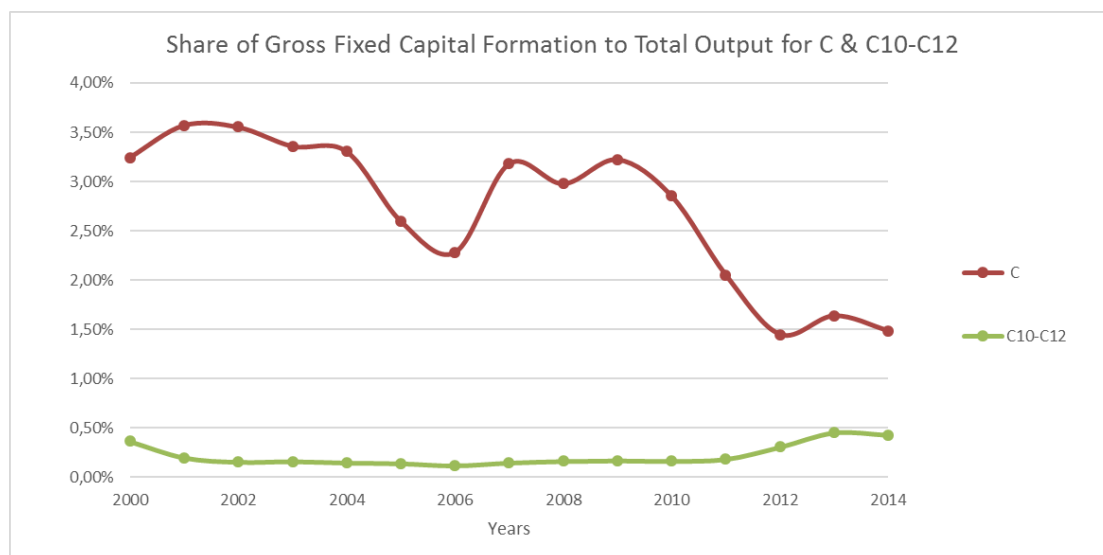
Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ξεκινά από επιδόσεις χαμηλότερες συγκριτικά με τους άλλους κλάδους τροφίμων διεθνώς (0,81 το 2000), αλλά το 2003 η τιμή του δείκτη αγγίζει τη μονάδα και συνεχίζει να αυξάνεται. Το 2009 είναι αισθητή η επίδραση της οικονομικής κρίσης σε σχέση με τη διεθνή του ανταγωνιστικότητα, καθώς η τιμή του δείκτη μειώνεται από 1,21 σε 1,03, τιμή που όμως εξακολουθεί να είναι ανταγωνιστική. Τα επόμενα έτη συνεχίζει να έχει ανοδική πορεία φτάνοντας σε επιδόσεις σημαντικά υψηλότερες σε σχέση με τον παγκόσμιο κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, και μάλιστα υψηλότερες από την ελληνική μεταποίηση.

Αξίζει να σημειωθεί πως τα παραπάνω ευρήματα σχετικά με τη διεθνή ανταγωνιστικότητα τόσο της μεταποίησης ως σύνολο όσο και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού επιβεβαιώνονται από τις τιμές των δεικτών συγκριτικού πλεονεκτήματος, όπως αναφέρθηκαν στην έρευνα του ΚΕΠΕ (2018) (βλ. Ενότητα 5.2)

Ως γενικό συμπέρασμα σχετικά με την ανταγωνιστικότητα των δύο κλάδων στις διεθνείς αγορές, λαμβάνοντας υπόψη και την ανάλυση σε επίπεδο εισαγωγών και εξαγωγών που προηγήθηκε, προκύπτει πως η ανταγωνιστικότητα στο διεθνές προσκήνιο δεν εξαρτάται αποκλειστικά από τη συμμετοχή των κλάδων σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.

6.1.6 Επενδύσεις

Στο Διάγραμμα 6.32 απεικονίζεται η αξία που αντιστοιχεί στις επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου σε σχέση με τη συνολική εκροή, για τη μεταποίηση και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού:



Διάγραμμα 6.32: Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου ως ποσοστό της συνολικής εκροής για τη μεταποίηση C και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12, τα έτη 2000-2014.

Το μέγεθος αυτό αποτελεί μέτρο των επενδύσεων που πραγματοποιεί ένας κλάδος, και αποτελεί ένδειξη των επιδόσεών του. Για τη μεταποίηση, η αξία που καταναλώνεται σε επενδύσεις το 2000 αποτελεί το 3,24% της συνολικής παραγωγής αξίας και τα πρώτα έτη αυξάνεται. Το 2006 εμφανίζει μια πρώτη μείωση και καταλήγει στο 2,28%. Το 2009-2012 η μείωση είναι ισχυρότερη και εκφράζει καθαρά τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην επενδυτική δραστηριότητα του κλάδου. Τα επόμενα δύο έτη παρουσιάζει μια μικρή τάση ανάκαμψης. Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, παρόλο που οι επενδύσεις του είναι μικρότερης έντασης από τη μεταποίηση, καθώς κατά μέσο όρο βρίσκονται στο 0,22%, παρουσιάζει διαφορετική εικόνα. Διατηρεί σταθερή πορεία στην επενδυτική του δραστηριότητα, χωρίς να εμφανιστεί κάποια επίδραση από την οικονομική κρίση όπως εμφάνισαν οι υπόλοιποι μεταποιητικοί κλάδοι την περίοδο εκείνη. Ακόμη, τα τελευταία έτη της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου παρουσιάζει πορεία αύξησης σε αντίθεση με το σύνολο της μεταποίησης, και το 2017 οι επενδύσεις του κλάδου αποτελούν πλέον το 35,4% των συνολικών επενδύσεων της μεταποίησης (Πίνακας 5.1).

6.2 Χαρτογράφηση της αλυσίδας αξίας του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

Στην παρούσα ενότητα θα αναδειχθούν οι κύριοι συνεργάτες, σε όρους μεταφοράς αξίας, του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, τόσο διεθνώς όσο και εγχώρια. Η ανάλυση έγινε με χρήση της βάσης δεδομένων WIOD, με αντίστοιχο τρόπο για τις ενδιάμεσες εισροές, τις ενδιάμεσες εκροές και τις εκροές προς τελική κατανάλωση. Τα ευρήματα δομούνται ως εξής:

Στην Ενότητα 6.2.1 αναδεικνύονται οι κυριότεροι διεθνείς συνεργάτες σε επίπεδο χώρας για τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση.

Στην Ενότητα 6.2.2.1, παρουσιάζονται οι κυριότεροι κλάδοι που απαρτίζουν το φάσμα των ροών των παραπάνω χωρών-συνεργατών, για τις ενδιάμεσες εισροές και εκροές.

Στην Ενότητα 6.2.2.2 απεικονίζονται οι κυριότεροι εγχώριοι κλάδοι συνεργάτες σε επίπεδο ενδιάμεσων εισροών και εκροών, αναδεικνύοντας την εγχώρια αλυσίδα αξίας στην οποία συμμετέχει ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.

Τέλος, στην Ενότητα 6.2.3 αναδεικνύονται συνδυαστικά οι κλάδοι χωρών με τους οποίους ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού πραγματοποιεί τις κυριότερες συναλλαγές, τόσο σε επίπεδο ενδιάμεσων εισαγωγών, όσο και σε επίπεδο ενδιάμεσων και τελικών εξαγωγών, χαρτογραφώντας την παγκόσμια αλυσίδα αξίας στην οποία συμμετέχει ο ελληνικός κλάδος.

6.2.1 Χαρτογράφηση σε επίπεδο χώρας

Ο Πίνακας 6.2, ο Πίνακας 6.3 και ο Πίνακας 6.4 παρουσιάζουν την εικόνα των συνεργατών του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε επίπεδο χώρας, για τα έτη 2000, 2007 και 2014. Εμφανίζονται οι 10 χώρες με το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής στις τις εισαγωγές ενδιάμεσων, τις εξαγωγές ενδιάμεσων και τις εξαγωγές τελικών προϊόντων αντίστοιχα. Τα συγκεκριμένα έτη επιλέχθηκαν να παρουσιαστούν στο κύριο σώμα της εργασίας έτσι ώστε να αποτυπωθεί η εικόνα των συνεργασιών κατά την αρχή, στη μέση και στο τέλος του εξεταζόμενου διαστήματος και να σχολιασθεί η εξέλιξη. Τα αντίστοιχα δεδομένα για τα υπόλοιπα έτη βρίσκονται στο Παράρτημα Δ.

Πίνακας 6.2: Οι 10 κορυφαίοι σε ποσοστό συμμετοχής συνεργάτες του ελληνικού C10-C12 σε επίπεδο χώρας ως προς τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, για το έτος 2000

2000					
Εισαγωγές ενδιάμεσων		Εξαγωγές ενδιάμεσων		Εξαγωγές τελικών	
Χώρα	% των ενδιάμ. εισαγωγών	Χώρα	% των ενδιάμεσων εξαγωγών	Χώρα	% των τελικών εξαγωγών
RoW	15,1%	RoW	33,6%	RoW	76,3%
FRA	12,4%	DEU	10,5%	DEU	5,1%
USA	12,0%	ITA	6,9%	ITA	3,3%

Αποτελέσματα και συζήτηση

ITA	10,5%	GBR	4,2%	GBR	1,7%
NLD	7,6%	FRA	3,8%	FRA	1,6%
DEU	7,5%	CYP	3,3%	CYP	1,6%
GBR	6,7%	ESP	3,3%	NLD	1,1%
BRA	3,4%	ROU	3,2%	USA	1,0%
TUR	2,7%	NLD	3,2%	BEL	0,9%
BEL	2,6%	TUR	3,0%	RUS	0,9%
Σύνολο	80,5%		74,9%		93,5%

Πίνακας 6.3: Οι 10 κορυφαίοι σε ποσοστό συμμετοχής συνεργάτες του ελληνικού C10-C12 σε επίπεδο χώρας ως προς τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, για το έτος 2007

2007					
Εισαγωγές ενδιάμεσων		Εξαγωγές ενδιάμεσων		Εξαγωγές τελικών	
Χώρα	% των ενδιάμ. εισαγωγών	Χώρα	% των ενδιάμεσων εξαγωγών	Χώρα	% των τελικών εξαγωγών
RoW	15,9%	BGR	12,8%	RoW	26,4%
ITA	9,1%	ITA	10,4%	DEU	12,4%
FRA	8,0%	RoW	9,8%	ITA	11,8%
DEU	7,6%	DEU	8,4%	CYP	6,9%
USA	7,4%	TUR	8,1%	GBR	6,4%
HUN	5,5%	ROU	7,3%	BGR	5,3%
BRA	4,9%	GBR	6,0%	USA	5,2%
GBR	3,8%	CYP	4,4%	ROU	2,7%
NLD	3,8%	ESP	3,7%	FRA	2,6%
TUR	3,2%	FRA	3,6%	AUS	1,9%
Σύνολο	69,3%		74,7%		81,7%

Πίνακας 6.4: Οι 10 κορυφαίοι σε ποσοστό συμμετοχής συνεργάτες του ελληνικού C10-C12 σε επίπεδο χώρας ως προς τις εισαγωγές, τις εξαγωγές προς ενδιάμεση και τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, για το έτος 2014

2014					
Εισαγωγές ενδιάμεσων		Εξαγωγές ενδιάμεσων		Εξαγωγές τελικών	
Χώρα	% των ενδιάμ. εισαγωγών	Χώρα	% των ενδιάμεσων εξαγωγών	Χώρα	% των τελικών εξαγωγών
RoW	26,4%	RoW	18,6%	RoW	27,4%
DEU	7,9%	TUR	15,5%	DEU	15,6%
ITA	7,2%	BGR	14,4%	ITA	9,2%
BGR	6,8%	DEU	6,8%	CYP	6,3%
USA	5,7%	ITA	6,6%	GBR	6,3%
FRA	4,3%	CYP	4,5%	USA	4,3%

NLD	3,1%	GBR	4,0%	BGR	4,2%
GBR	3,0%	ROU	3,6%	FRA	2,6%
CHN	2,7%	ESP	3,6%	CAN	2,2%
BRA	2,6%	FRA	3,5%	NLD	2,0%
Σύνολο	69,5%		81,3%		80,2%

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, το ποιοτικό μείγμα των χωρών με τις οποίες συναλλάσσεται ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού είναι σχετικά σταθερό στη διάρκεια των ετών. Τα επιμέρους ποσοστά μεταβάλλονται διαρκώς, όπως είναι αναμενόμενο, με αποτέλεσμα η κατάταξη ανά έτος να διαφοροποιείται. Σχεδόν κάθε έτος, στην πρώτη θέση και για τις τρεις ροές βρίσκεται η κατηγορία Rest of World¹⁹.

Όσον αφορά τις ενδιάμεσες εισαγωγές, οι κύριες χώρες προέλευσης κατά τη διάρκεια των εξεταζόμενων ετών είναι οι: Rest of World, Ιταλία, ΗΠΑ, Γαλλία, Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία και Ολλανδία, οι οποίες συναντώνται κάθε έτος στις κύριες 10, με μέσα ποσοστά μεγαλύτερα του 4,5%, που φτάνουν έως και 17,9% (RoW). Οι υπόλοιπες χώρες που κατέχουν χαμηλότερα ποσοστά και δεν εμφανίζονται κάθε έτος ανάμεσα στους 10 κυριότερους συνεργάτες αλλά εξακολουθούν να είναι κύριες χώρες προέλευσης, είναι οι Βουλγαρία, Βραζιλία, Τουρκία, Βέλγιο Ρουμανία, Ουγγαρία, Ρωσία και Κίνα. Η τελευταία μάλιστα το 2014 είναι η πρώτη φορά που βρίσκεται μεταξύ των 10 κυριότερων χωρών προέλευσης, με ποσοστό 2,7% των ενδιάμεσων εισαγωγών, ενώ η Ρωσία εμφανίζεται το 2013. Επίσης, η Βουλγαρία εμφανίζεται στους κύριους συνεργάτες από το 2008 και μετά, αυξάνοντας το μερίδιό της με την πάροδο των ετών, ενώ η Τουρκία παρουσιάζει εξίσου σημαντική αύξηση στο μερίδιό της από το 2010. Αντίθετα, συνεργάτες όπως η Ρουμανία και το Βέλγιο μειώνουν τη συνεισφορά τους στα τέλη της εξεταζόμενης περιόδου. Μια βασική παρατήρηση για τη διάρθρωση της προέλευσης των εισαγωγών είναι πως το 2000, οι πρώτες 10 χώρες που είναι καταγεγραμμένες καλύπτουν ποσοστό 80,5% των συνολικών ενδιάμεσων εισαγωγών του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, γεγονός που δείχνει πως οι συνεργασίες είναι σχετικά περιορισμένες. Με την πάροδο των ετών το ποσοστό μειώνεται διαρκώς και το 2014 οι πρώτες 10 χώρες καλύπτουν το 69,5%, δείχνοντας πως πλέον υπάρχει σημαντική διασπορά μεταξύ των χωρών προέλευσης των εισαγωγών, ενώ μάλιστα η αξία των εισαγωγών ανά χώρα αυξάνεται ως απόλυτο μέγεθος (βλ. Παράρτημα Δ.1). Ακόμη, το γεγονός πως το μεγαλύτερο μερίδιο των εισαγωγών αντιστοιχεί στην κατηγορία RoW, πιθανώς οφείλεται στη φύση του κλάδου, ο οποίος δέχεται ως βασικές εισροές αγροδιατροφικά προϊόντα πιθανώς από γειτονικές χώρες οι οποίες δεν καταγράφονται ξεχωριστά στη βάση WIOD. Χώρες με αναπτυσσόμενες οικονομίες, συνήθως εστιάζουν σε δραστηριότητες όπως η παραγωγή γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων, χωρίς παράλληλα να υπάρχει έντονη δραστηριότητα στους εγχώριους μεταποιητικούς τους κλάδους. Επιπλέον, χώρες με έντονη σχετική μεταποιητική δραστηριότητα, παράγουν προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας και ισχυρού brand. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν η Ιταλία και η Γαλλία που διαθέτουν υψηλά

¹⁹ Όπως έχει αναφερθεί, η κατηγορία Rest of World (RoW) αφορά οικονομίες που δεν περιλαμβάνονται στη βάση WIOD και απαρτίζουν ποσοστό μικρότερο του 15% του παγκόσμιου ΑΕΠ (βλ. Ενότητα 3.2.1). Εφόσον αποτελεί μια αθροιστική εκτίμηση των μεγεθών επιμέρους χωρών, αναμένεται τα προκύπτοντα ποσοστά που αντιστοιχούν στην κατηγορία να είναι αυξημένα αφού αφορούν πληθώρα χωρών προέλευσης ή προορισμού ροών.

διαχρονικά μερίδια εισαγωγών, πιθανώς επειδή τα προϊόντα τους (αγροδιατροφικά ή προϊόντα διατροφής) αποτελούν ποιοτική πρώτη ύλη για περαιτέρω επεξεργασία από τον ελληνικό κλάδο.

Στις **εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση**, οι κύριοι διαχρονικοί προορισμοί είναι οι: Rest of World, Γερμανία, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία, Τουρκία, Κύπρος, Βουλγαρία, και Ρουμανία, ενώ ακολουθούν οι Ισπανία, ΗΠΑ, Ολλανδία και Δανία. Φαίνεται πως η γεωγραφική διάρθρωση έχει αρκετές ομοιότητες με τη διάρθρωση των εισαγωγών, καθώς χώρες προορισμοί ενδιάμεσων που δεν αναδείχθηκαν στους σημαντικούς εισαγωγείς είναι μόνο η Ισπανία, η Κύπρος και η Δανία. Επομένως, ο ελληνικός κλάδος τροφίμων αποτελεί μέρος μιας σύνθετης αλυσίδας αξίας που αποτελείται από χώρες από τις οποίες εισάγει βασικές εισροές και στην συνέχεια επανεξάγει ενδιάμεσα προϊόντα. Επιπλέον, οι 10 χώρες που αναδεικνύονται ανά έτος αποτελούν το 75,2% κατά μέσο όρο των συνολικών εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση, γεγονός που σημαίνει πως η αλυσίδα αξίας των ενδιάμεσων προϊόντων είναι διασκορπισμένη, με περισσότερες χώρες να λαμβάνουν μικρά μερίδια εξαγωγών. Αξίζει όμως να σημειωθεί πως σε αντίθεση με τις εισαγωγές, το μερίδιο που συγκεντρώνουν οι κύριοι εξαγωγικοί προορισμοί ενδιάμεσων δεν παρουσιάζει μια σταθερή πορεία, ενώ δείχνει με την πάροδο των ετών να συγκεντρώνεται περισσότερο στις αναδεδειγμένες χώρες. Συγκεκριμένα, το 2000 βρίσκεται στο 74,9%, το 2006 εμφανίζει ελάχιστο το 68,6%, ενώ από το 2010 και μετά αυξάνεται, και το 2014 βρίσκεται στο 81,3%. Εξίσου ασταθή πορεία εμφανίζουν και οι ποσότητες που εξάγονται, αλλά εν τέλει και εκείνες παρουσιάζουν σημαντική αύξηση (ενδεικτικά: 12,2 εκ. \$ το 2000 και 87,6 εκ. \$ το 2014, βλ. Παράρτημα Δ.2). Φαίνεται επομένως πως η συμμετοχή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας ενισχύεται με την πάροδο των ετών, αλλά ταυτόχρονα περιορίζεται περισσότερο στους κύριους συνεργάτες, αναπτύσσοντας πιθανώς ισχυρότερους δεσμούς.

Όσον αφορά τις **εξαγωγές προς τελική κατανάλωση**, οι προορισμοί που εμφανίζονται ανάμεσα στους 10 κύριους κάθε έτος για το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα είναι: Rest of World, Γερμανία, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία και Κύπρος, και ακολουθούν οι Ολλανδία, ΗΠΑ, Βέλγιο, Ρωσία, Καναδάς, Βουλγαρία, Αυστραλία, Ρουμανία, Τουρκία και Ισπανία. Η κατηγορία αυτή παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ποικιλία στους κύριους προορισμούς, δείχνοντας πως τα ελληνικά καταναλωτικά προϊόντα διατροφής έχουν μεγάλη ποικιλία στη ζήτησή τους διεθνώς. Οι παραπάνω χώρες συγκεντρώνουν κατά μέσο όρο το 87,8% των εξαγωγών προς τελική κατανάλωση, μερίδιο υψηλότερο στην αρχή της περιόδου (93,5% το 2000) συγκριτικά με το τέλος (80,3% το 2014), γεγονός που αναδεικνύει την περαιτέρω γεωγραφική εξάπλωση των εξαγωγών των τελικών προϊόντων του κλάδου. Αξίζει να αναφερθεί πως το 2003 και το 2007 παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση των εξαγόμενων ποσοτήτων (βλ. Παράρτημα Δ.3), ενώ από το 2012 και ύστερα τόσο οι εξαγόμενες ποσότητες όσο και η γεωγραφική τους διασπορά αυξάνονται ραγδαία.

Συνοψίζοντας, από τα παραπάνω προκύπτει πως το βασικό δίκτυο με το οποίο συναλλάσσεται εμπορικά ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελείται από τις ίδιες κατά βάση χώρες τόσο σε επίπεδο εισαγωγών, όσο και σε επίπεδο ενδιάμεσων και τελικών εξαγωγών. Το γεγονός αυτό σημαίνει πως ο κλάδος έχει αναπτύξει ισχυρά δίκτυα και δημιουργεί σύνθετες αλυσίδες αξίας μαζί με τις εν λόγω χώρες, καθώς το ενδιάμεσο προϊόν που εισάγεται από τον ελληνικό κλάδο επανεξάγεται μεταξύ άλλων και στις ίδιες χώρες από τις οποίες εισάχθηκε, ως ενδιάμεσο προϊόν αλλά και ως τελικό. Ακόμη,

με την πάροδο των ετών η γεωγραφική διασπορά αυξάνεται, καθώς το ποσοστό των ροών που συγκεντρώνουν οι 10 κυριότερες χώρες μειώνεται. Οι κύριοι συνεργάτες του κλάδου είναι ευρωπαϊκές χώρες, αλλά το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει σχεδόν αποκλειστικά για τις τρεις κατηγορίες ροών και όλα τα εξεταζόμενα έτη στην κατηγορία Rest of World, δηλαδή σε μικρές, αναπτυσσόμενες οικονομίες. Το γεγονός αυτό είναι αναμενόμενο λόγω του χαρακτήρα της οικονομικής δραστηριότητας αυτών των χωρών, και πιθανώς συνδέεται με το χαμηλότερο κόστος συναλλαγής και ενδεχομένως ευνοϊκές νομισματικές ισοτιμίες και συνθήκες εμπορίου για την ελληνική βιομηχανία.

6.2.2 Χαρτογράφηση σε κλαδικό επίπεδο

6.2.2.1 Διεθνείς κλάδοι

Σε αυτό το σημείο, η ανάλυση σε επίπεδο χώρας εμβαθύνει στο φάσμα των επιμέρους κλάδων των χωρών οι οποίοι απαρτίζουν τις ενδιάμεσες εισαγωγές και εξαγωγές αντίστοιχα. Οι εξαγωγές προς τελική κατανάλωση δεν απεικονίζονται στην παρούσα ενότητα, καθώς κατά την ανάλυση προέκυψε πως προορίζονται αποκλειστικά για κατανάλωση σε νοικοκυριά, όπως θα συζητηθεί και στην Ενότητα 6.2.3.

Στους παρακάτω πίνακες (Πίνακας 6.5, Πίνακας 6.6 και Πίνακας 6.7) αναδεικνύονται οι 10 κυριότεροι σε ποσοστό συμμετοχής κλάδοι που συνθέτουν το φάσμα των εισαγωγών και εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση για τις πρώτες 5 χώρες που αναδείχθηκαν ανά έτος στην Ενότητα 6.2.1, για τα έτη 2000, 2007 και 2014. Τα τρία αυτά έτη επιλέχθηκαν να απεικονιστούν στο κύριο σώμα της εργασίας ώστε να αποτυπώσουν την εικόνα κατά την έναρξη, τη μέση και το τέλος του εξεταζόμενου διαστήματος και να ερμηνευθεί η εξέλιξη της διάρθρωσης. Τα στοιχεία που αφορούν τα υπόλοιπα έτη βρίσκονται στο Παράρτημα Ε.

Πίνακας 6.5: Ανάλυση του περιεχομένου των ενδιάμεσων εισαγωγών και εξαγωγών αντίστοιχα για τους πρώτους 5 από τους 10 κορυφαίους συνεργάτες που αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας (βλ. Ενότητα 6.2.1), για το έτος 2000.

2000					
Εισαγωγές ενδιάμεσων			Εξαγωγές ενδιάμεσων		
Χώρα	Κλάδος	% των εισαγωγών από τη συγκεκριμένη χώρα	Χώρα	Κλάδος	% των εξαγωγών ενδιάμεσων προς τη συγκεκριμένη χώρα
RoW	A01	36,0%	RoW	C13-C15	31,4%
	H52	17,7%		M74_M75	30,7%
	M73	6,9%		I	16,3%
	C10-C12	6,5%		A02	3,1%
	C20	4,6%		C27	2,9%
	D35	4,6%		F	2,6%
	K65	4,4%		G46	2,4%
	C24	2,7%		A01	1,8%
	C19	2,1%		E36	1,1%
	B	1,9%		K66	1,1%

Αποτελέσματα και συζήτηση

FRA	A01	58,9%	DEU	F	10,6%
	G46	8,9%		C29	8,9%
	G47	7,0%		G46	8,5%
	C10-C12	4,5%		C10-C12	7,7%
	H52	3,5%		H52	5,7%
	C20	3,1%		C22	5,3%
	H49	3,0%		C28	5,2%
	C26	1,4%		C13-C15	4,5%
	G45	1,3%		C20	4,2%
	C28	1,2%		H49	3,6%
USA	H52	55,3%	ITA	C13-C15	12,8%
	A01	11,4%		C22	9,0%
	D35	3,8%		G46	7,1%
	M73	3,1%		C10-C12	6,9%
	O84	2,8%		C20	5,3%
	K64	2,6%		F	5,1%
	H49	2,3%		C28	4,1%
	H51	2,1%		C29	3,6%
	J58	2,1%		H49	3,1%
	M69_M70	2,0%		N	2,6%
ITA	A01	23,5%	GBR	F	11,1%
	H52	22,2%		G46	7,4%
	C10-C12	6,8%		C10-C12	7,2%
	C28	6,2%		C22	6,0%
	G46	6,0%		C29	5,7%
	C20	5,6%		C20	4,3%
	C24	4,0%		H49	4,2%
	C25	3,0%		N	3,6%
	C26	2,5%		Q	2,9%
	C22	2,1%		H52	2,7%
NLD	A01	61,7%	FRA	G46	10,0%
	H52	10,9%		F	8,6%
	C10-C12	8,2%		C29	8,4%
	C20	6,1%		C10-C12	7,2%
	M69_M70	1,5%		C13-C15	5,2%
	C28	0,9%		C20	4,8%
	H49	0,9%		C22	3,8%
	O84	0,9%		G47	3,2%
	M73	0,9%		H49	3,1%
	C26	0,7%		C26	3,1%

Πίνακας 6.6: Ανάλυση του περιεχομένου των ενδιάμεσων εισαγωγών και εξαγωγών αντίστοιχα για τους πρώτους 5 από τους 10 κορυφαίους συνεργάτες που αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας (βλ. Ενότητα 6.2.1), για το έτος 2007.

2007					
Εισαγωγές ενδιάμεσων			Εξαγωγές ενδιάμεσων		
Χώρα	Κλάδος	% των εισαγωγών από τη συγκεκριμένη χώρα	Χώρα	Κλάδος	% των εξαγωγών ενδιάμεσων προς τη συγκεκριμένη χώρα
RoW	A01	48,0%	BGR	C10-C12	30,5%
	H52	11,6%		G46	11,5%
	C10-C12	8,9%		F	10,7%
	C20	5,7%		A01	5,6%
	C19	4,8%		I	3,6%
	M73	3,5%		N	3,1%
	C24	3,0%		C22	3,0%
	K65	3,0%		G47	2,7%
	B	2,0%		O84	2,7%
	D35	1,8%		C13-C15	2,7%
ITA	H52	22,8%	ITA	C10-C12	20,1%
	A01	18,1%		I	9,6%
	C10-C12	8,8%		C22	8,7%
	C20	6,1%		C13-C15	6,9%
	C19	5,9%		C20	4,7%
	C28	5,7%		F	4,5%
	G46	5,6%		G46	4,5%
	C24	3,7%		H49	3,6%
	M73	2,4%		C29	3,5%
	C25	2,3%		A01	3,4%
FRA	A01	48,6%	RoW	I	28,7%
	G46	8,3%		C10-C12	28,6%
	G47	6,5%		A01	17,3%
	H52	5,4%		C13-C15	3,0%
	C10-C12	5,3%		C20	2,7%
	C20	5,0%		A03	2,6%
	C26	4,5%		R_S	1,9%
	H49	3,1%		Q	1,2%
	C28	2,0%		G45	1,1%
	C19	1,8%		F	1,1%
DEU	A01	15,7%	DEU	C10-C12	16,7%
	C20	10,1%		C29	9,1%
	K64	9,2%		G46	6,6%
	C10-C12	8,3%		F	6,5%
	H52	6,8%		C22	5,8%
	C28	6,7%		H52	5,8%
	D35	6,7%		C28	5,0%
	C26	6,2%		C20	4,9%

Αποτελέσματα και συζήτηση

	G46	5,2%		I	4,6%
	M73	4,1%		Q	3,6%
USA	H52	59,4%	TUR	C10-C12	24,3%
	A01	15,2%		H49	8,9%
	M73	3,1%		C13-C15	8,6%
	D35	2,8%		I	8,5%
	O84	2,7%		A01	7,3%
	H49	2,2%		C20	5,1%
	H51	2,0%		F	4,3%
	M69_M70	1,5%		C22	4,0%
	C19	1,2%		L68	3,0%
	C20	1,1%		C29	2,3%

Πίνακας 6.7: Ανάλυση του περιεχομένου των ενδιάμεσων εισαγωγών και εξαγωγών αντίστοιχα για τους πρώτους 5 από τους 10 κορυφαίους συνεργάτες που αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας (βλ. Ενότητα 6.2.1), για το έτος 2014.

2014					
Εισαγωγές ενδιάμεσων			Εξαγωγές ενδιάμεσων		
Χώρα	Κλάδος	% των εισαγωγών από τη συγκεκριμένη χώρα	Χώρα	Κλάδος	% των εξαγωγών ενδιάμεσων προς τη συγκεκριμένη χώρα
RoW	A01	38,7%	RoW	C10-C12	30,7%
	H52	25,1%		I	24,9%
	C10-C12	5,8%		A01	16,4%
	C20	5,3%		A03	3,6%
	D35	3,5%		C20	3,1%
	J58	3,3%		R_S	2,3%
	K65	2,6%		P85	2,3%
	C24	2,2%		C13-C15	1,9%
	C26	2,1%		Q	1,9%
	C19	1,9%		O84	1,3%
DEU	A01	16,6%	TUR	C10-C12	32,1%
	H52	11,1%		I	14,4%
	C28	9,4%		H49	8,5%
	C10-C12	9,1%		A01	7,9%
	C20	8,5%		C13-C15	6,0%
	K64	7,5%		F	3,5%
	G46	5,0%		C19	3,1%
	C25	4,3%		C20	2,8%
	C26	4,3%		O84	1,9%
	M73	4,3%		L68	1,6%
ITA	H52	20,7%	BGR	C10-C12	48,9%

	A01	16,5%		G46	13,1%
	C10-C12	10,7%		A01	8,3%
	C28	9,7%		I	5,0%
	C25	6,2%		Q	3,0%
	C20	5,0%		F	2,6%
	G46	4,4%		O84	2,3%
	C24	3,4%		N	1,7%
	M73	2,3%		C13-C15	1,7%
	G47	2,3%		P85	1,5%
BGR	A01	64,7%	DEU	C10-C12	33,3%
	C10-C12	11,7%		I	12,1%
	M73	3,4%		Q	8,1%
	H52	3,1%		F	5,3%
	G46	2,7%		C29	5,1%
	C24	1,5%		C20	4,7%
	C16	1,3%		A01	4,2%
	D35	1,3%		C22	3,5%
	A02	1,1%		O84	2,8%
C25	1,0%	C28	2,6%		
USA	H52	55,8%	ITA	C10-C12	33,1%
	A01	10,5%		I	16,1%
	M73	6,6%		A01	5,3%
	C30	2,6%		C20	5,3%
	O84	2,6%		G46	4,2%
	H51	2,3%		C19	3,2%
	H49	1,9%		C22	2,9%
	M69_M70	1,7%		H49	2,8%
	J61	1,6%		F	2,4%
C26	1,6%	C13-C15	2,1%		

Όπως είναι λογικό, οι **εισαγωγές**, εκτός από γεωργικές, κτηνοτροφικές και διατροφικές πρώτες ύλες απαρτίζονται από πληθώρα κλάδων με υλικά και άυλα προϊόντα, τα οποία λειτουργούν υποστηρικτικά και συμπληρωματικά στην παραγωγή του προϊόντος του ελληνικού κλάδου. Συνολικά, οι εισαγόμενες ενδιάμεσες εισροές του κλάδου μπορούν να ταξινομηθούν στις εξής κατηγορίες με βάση τις «ανάγκες» του κλάδου τις οποίες και ικανοποιούν:

- πρώτες ύλες (A, C10-C12)
- μεταποίηση (C)
- ενέργεια (D35, B)
- υπηρεσίες (K, M, O84)
- εμπόριο, μεταφορά και αποθήκευση (G, H)

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατανομή των εισαγωγών ανάλογα με το είδος τους ανά χώρα:

- Οι γεωργικές-κτηνοτροφικές εισροές βρίσκονται ανάμεσα στις εισαγωγές κάθε χώρας από όσες αναλύθηκαν, και για τις περισσότερες απαρτίζουν σημαντικό ποσοστό των εισαγωγών. Συγκεκριμένα αποτελεί την κύρια εισαγωγή από τις: RoW, Γαλλία, Ιταλία και Ολλανδία για το 2000, από τις RoW, Γαλλία και Γερμανία το 2007 και από τις RoW, Γερμανία και Βουλγαρία το 2014. Μάλιστα, για τις RoW, Γαλλία και Βουλγαρία παραμένει η κύρια εισαγωγή για όλο το εξεταζόμενο διάστημα (βλ. Παράρτημα Ε.1). Τέλος, στις RoW χώρες το ποσοστό των εν λόγω εισροών ξεκινά από το 36,0% των εισαγωγών τους, το 2008 βρίσκεται στο 52,2%, ενώ το 2014 είναι το 38,7%, δείχνοντας πως κατά το μέσο της χρονικής περιόδου οι εισαγωγές περιορίστηκαν περισσότερο προς αυτό το είδος ενώ στη συνέχεια εισάχθηκε σημαντικότερη ποσότητα και από άλλους κλάδους.
- Ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού λαμβάνει ως εισαγόμενες εισροές προϊόντα και από άλλους κλάδους τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού. Συγκεκριμένα, είναι ανάμεσα στους κύριους κλάδους για όλες τις χώρες που αναλύθηκαν, εκτός από τις ΗΠΑ.
- Το φάσμα των κλάδων που απαρτίζουν τις εισαγωγές από την Ιταλία, περιλαμβάνονται κατά πλειοψηφία μεταποιητικοί κλάδοι, καθιστώντας τη προμηθευτή μεταποιητικών προϊόντων.
- Αντίστοιχα, η Γαλλία διαθέτει στις εισαγωγές της κλάδους σχετικούς με το χονδρικό και λιανικό εμπόριο, την επισκευή οχημάτων και τη μεταφορά και αποθήκευση.
- Από τις ΗΠΑ, εκτός από τις γεωργικές-κτηνοτροφικές και τις εισαγωγές σχετικές με αποθήκευση, εισάγονται και αρκετές υπηρεσίες.
- Προμηθευτές ενέργειας είναι η Γερμανία, οι ΗΠΑ, η Βουλγαρία και η κατηγορία Rest of World.

Όσον αφορά τις **εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση**, κύριοι και διαχρονικοί αποδέκτες είναι οι κλάδοι τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού των άλλων χωρών. Κύριοι αποδέκτες είναι επίσης ο πρωτογενής τομέας (Α) αλλά και μεταποιητικοί κλάδοι (C), καθώς και κλάδοι που αφορούν το εμπόριο (G), τη μεταφορά και αποθήκευση (H), τις κατασκευές (F) και την παροχή ενέργειας (D35). Τέλος, σημαντικά μερίδια των εξαγωγών προορίζονται προς κλάδους παροχής υπηρεσιών (K, M, O84, Q, R_S,) με κυριότερο τον κλάδο παροχής καταλυμάτων και εστίασης (I). Από τα παραπάνω προκύπτει πως τα προϊόντα ενός κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού έχουν πληθώρα χρήσεων που δεν σχετίζονται με τη διατροφή, καθώς μια βιομηχανία παράγει εκτός από τα κύρια προϊόντα της και παραπροϊόντα, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εισροές σε άλλες δραστηριότητες. Μάλιστα, όσο περισσότερο αξιοποιούνται τα παραπροϊόντα μεταξύ των βιομηχανιών, τόσο πιο αποδοτική και ολοκληρωμένη λειτουργία έχουν, μειώνοντας τις απαιτήσεις τους σε ανεύρεση νέων πόρων και προσεγγίζοντας την κυκλική οικονομία. Από την ανάλυση προκύπτουν και οι εξής παρατηρήσεις:

- Το γεγονός πως τα υψηλότερα ποσοστά εξαγωγών σε κάθε χώρα προορίζονται για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελεί ένδειξη πως ο ελληνικός

κλάδος τοποθετείται σε πιο πρώιμα μεταποιητικά στάδια και συνεπώς στο πίσω μέρος των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας που δημιουργεί, με αντίκτυπο πιθανότατα και στο μέρισμα των κερδών το οποίο λαμβάνει. Το πόρισμα αυτό θα συζητηθεί εκτενέστερα στην Ενότητα 6.2.3.

- Το υψηλό μερίδιο που προορίζεται για τις υπηρεσίες παροχής καταλύματος υποδεικνύει πως οι τουριστικές και ξενοδοχειακές υπηρεσίες αποτελούν βασικό κομμάτι των αλυσίδων που σχηματίζει ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού. Μάλιστα στη Γερμανία ο κλάδος εμφανίστηκε ως κύριος αποδέκτης τα τελευταία έτη και αύξησε το ποσοστό του από 6,2% το 2012 σε 12,1% το 2014 (βλ. Παράρτημα Ε.2). Στις RoW χώρες επίσης εμφανίζεται ο κλάδος των τεχνών, διασκέδασης και άλλων υπηρεσιών (R_S).
- Στις χώρες κατηγορίας RoW, υπάρχουν αρκετοί κλάδοι του πρωτογενή τομέα ως αποδέκτες, όπως οι γεωργικές, κτηνοτροφικές, αλιευτικές δραστηριότητες και τα ορυχεία-λατομεία, οι οποίοι δεν εμφανίζονται σε άλλες χώρες. Πιθανώς υπάρχουν ενδιάμεσα προϊόντα του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως λιπάσματα και ζωοτροφές στους κλάδους αυτούς, και καθώς οι χώρες αυτές είναι περισσότερο προσανατολισμένες σε πρωτογενείς δραστηριότητες, εμφανίζεται αυτή η ροή. Αξίζει όμως να σημειωθεί πως οι σημαντικότερες εκροές προς τις RoW χώρες είναι προς τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο I.
- Η Ιταλία διαχρονικά είναι κύριος αποδέκτης σε μεταποιητικούς κλάδους, όπως η βιομηχανία ένδυσης και η βιομηχανία παραγωγής χημικών και πλαστικών. Τα δύο τελευταία έτη που εμφανίζεται ανάμεσα στις κύριες 10 χώρες (το 2012 και 2014), οι πρώτοι δύο προορισμοί γίνονται ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και η παροχή καταλυμάτων και εστίασης (βλ. Παράρτημα Ε.2).
- Στη Γερμανία, σημαντικό ποσοστό προορίζεται διαχρονικά στον κλάδο των κατασκευών, στην κατασκευή οχημάτων και στο χονδρικό εμπόριο.
- Στη Βουλγαρία, το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών προορίζεται, εκτός από τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, για τον κατασκευαστικό κλάδο και το χονδρικό εμπόριο, ενώ τα τελευταία 2 έτη υψηλή θέση καταλαμβάνει και ο γεωργικός-κτηνοτροφικός.
- Η Τουρκία έχει ως κύριο αποδέκτη εξαγωγών τον κλάδο κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, καθώς και τις μεταφορές, αλλά από το 2012 και ύστερα τις πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και η παροχή καταλυμάτων και εστίασης.

Τα παραπάνω δείχνουν πως η διάρθρωση των εξαγωγών ποικίλλει ανάλογα με τη χώρα και τις βιομηχανίες οι οποίες εμφανίζουν πιο έντονη δραστηριότητα, ενώ τα τελευταία έτη παρατηρείται μια διασύνδεση του ελληνικού κλάδου με άλλους κλάδους τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, αλλά και ξενοδοχειακών υπηρεσιών και εστίασης.

6.2.2.2 Εγχώριοι κλάδοι – Εγχώρια αλυσίδα αξίας

Στην παρούσα ενότητα χαρτογραφείται η εγχώρια αλυσίδα αξίας του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, καθώς αναδεικνύονται οι κύριοι εγχώριοι κλάδοι συνεργάτες σε επίπεδο ενδιάμεσων εισροών και εκροών, στο εξεταζόμενο χρονικό διάστημα. Στους τρεις παρακάτω πίνακες εμφανίζονται οι κυριότεροι 10 κλάδοι δότες και αποδέκτες ροής για το 2000, 2007 και 2014. Κατ' αντιστοιχία με τους διεθνείς κλάδους συνεργάτες, η παράθεση των συγκεκριμένων ετών στο κύριο σώμα της εργασίας επιλέχθηκε ώστε να αναδειχθεί η εξέλιξη που υπήρξε από την αρχή, στη μέση και στο τέλος της εξεταζόμενης περιόδου. Τα στοιχεία για τα υπόλοιπα έτη βρίσκονται στο Παράρτημα Ζ.

Πίνακας 6.8: Κατάταξη των 10 κυριότερων εγχώριων κλάδων συνεργατών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ως προς τις ενδιάμεσες εισροές και ενδιάμεσες εκροές, για το έτος 2000. Η κατάταξη γίνεται με βάση το ποσοστό συμβολής του εκάστοτε κλάδου-συνεργάτη στην εισροή/εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

2000			
Εγχώρια εισροή		Εγχώρια ενδιάμεση εκροή	
Κλάδος	% της ενδιάμεσης εγχώριας εισροής	Κλάδος	% της ενδιάμεσης εγχώριας εκροής
A01	36,7%	I	56,8%
G46	28,7%	C10-C12	14,1%
M73	7,5%	A01	4,6%
G47	6,5%	Q	3,9%
C10-C12	3,2%	C13-C15	2,0%
K64	3,1%	F	1,8%
M69_M70	1,7%	C19	1,6%
D35	1,5%	H50	1,1%
C18	1,2%	C23	1,0%
J61	1,0%	R_S	1,0%
Σύνολο	91,0%		88,0%

Όπως προκύπτει για τις **ενδιάμεσες εισροές**, το 2000 οι 10 αναδεδειγμένοι κλάδοι αποτελούν τους κύριους εγχώριους προμηθευτές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού. Εξ αυτών, το 65,4% ανήκει σε φυτική-ζωική παραγωγή και χονδρικό εμπόριο, καθιστώντας τις δύο αυτές εισροές τις σημαντικότερες για την παραγωγική δραστηριότητα. Το υπόλοιπο φάσμα των προμηθευτών συνθέτουν κλάδοι εμπορίου, οι εσωτερικές εισροές του ίδιου του κλάδου, παροχή ενέργειας και διάφορες υπηρεσίες.

Η **εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση** απευθύνεται σε ευρύτερο φάσμα αποδεκτών, όπως φαίνεται από το συνολικό ποσοστό που προκύπτει (88,0%). Κύριοι εγχώριοι κλάδοι στους οποίους προωθούνται τα ενδιάμεσα προϊόντα του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού είναι οι υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης, γεγονός αναμενόμενο λόγω της έντονης τουριστικής δραστηριότητας της Ελλάδας, οι οποίοι μαζί με την εσωτερική μεταφορά αξίας εντός του κλάδου απαρτίζουν το 70,9% της ενδιάμεσης εκροής. Σημαντικοί επίσης αποδέκτες είναι οι γεωργικές και κτηνοτροφικές δραστηριότητες, πιθανώς με τη

μορφή λιπασμάτων και ζωοτροφών, οι δραστηριότητες σχετικές με την ανθρώπινη υγεία, όπως η τροφοδοσία γευμάτων σε νοσοκομεία, μεταποιητικοί κλάδοι, όπου πιθανώς θα αξιοποιείται κάποιο παραπροϊόν, ο κατασκευαστικός κλάδος, οι πλωτές μεταφορές, και κλάδοι παροχής επιπλέον υπηρεσιών.

Πίνακας 6.9: Κατάταξη των 10 κυριότερων εγχώριων κλάδων συνεργατών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ως προς τις ενδιάμεσες εισροές και ενδιάμεσες εκροές, για το έτος 2007. Η κατάταξη γίνεται με βάση το ποσοστό συμβολής του εκάστοτε κλάδου-συνεργάτη στην εισροή/εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

2007			
Εγχώρια εισροή		Εγχώρια ενδιάμεση εκροή	
Κλάδος	% της ενδιάμεσης εγχώριας εισροής	Κλάδος	% της ενδιάμεσης εγχώριας εκροής
G46	44,4%	I	66,6%
A01	25,3%	C10-C12	12,3%
M73	8,2%	A01	4,3%
K64	3,4%	Q	4,1%
M69_M70	3,0%	R_S	1,5%
C10-C12	2,7%	H50	1,3%
G47	2,3%	G46	1,1%
D35	2,1%	F	0,9%
C18	1,5%	O84	0,9%
H52	0,9%	G47	0,6%
Σύνολο	93,7%		93,7%

Η ποιοτική διάρθρωση των **εισροών** στο μέσο του εξεταζόμενου χρονικού διαστήματος είναι η ίδια ποιοτικά, ενώ πλέον οι κλάδοι αυτοί αντιπροσωπεύουν το 93,7% των εγχώριων εισροών. Η σχετική βαρύτητα ορισμένων κλάδων έχει μεταβληθεί, και το εμπόριο έχει αναδειχθεί ως η σημαντικότερη εισροή διπλασιάζοντας σχεδόν το ποσοστό του. Τόσο τα γεωργικά-κτηνοτροφικά προϊόντα όσο και οι εσωτερικές ροές του κλάδου έχουν μειώσει τα μερίδιά τους στις συνολικές εισροές, ενώ ανάμεσα στις κύριες εγχώριες εισροές εμφανίζεται η αποθήκευση και υποστήριξη μεταφορών (H52).

Όσον αφορά τις **ενδιάμεσες εκροές**, το συνολικό ποσοστό που καλύπτουν οι αναδεδειγμένοι κλάδοι και οι κύριοι προορισμοί παραμένουν στις ίδιες θέσεις, αλλά η διάρθρωση για τους υπόλοιπους παρουσιάζει διαφορετική εικόνα. Συγκεκριμένα, πλέον στην κατάταξη δεν εμφανίζονται μεταποιητικοί κλάδοι, έχοντας αντικατασταθεί με χονδρικό και λιανικό εμπόριο και εκροή προς δημόσια διοίκηση. Ακόμη, έχει λάβει συνολικά μεγαλύτερη βαρύτητα η εκροή προς παροχή υπηρεσιών, καθώς οι υπηρεσίες που σχετίζονται με τον τουρισμό και την εστίαση (I) έχουν αυξήσει το ποσοστό τους κατά 9,8%, και η κατηγορία ψυχαγωγίας και άλλων υπηρεσιών βρίσκεται σε υψηλότερη θέση της κατάταξης από το 2000.

Πίνακας 6.10: Κατάταξη των 10 κυριότερων εγχώριων κλάδων συνεργατών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ως προς τις ενδιάμεσες εισροές και ενδιάμεσες εκροές, για το έτος 2014. Η κατάταξη γίνεται με βάση το ποσοστό συμβολής του εκάστοτε κλάδου-συνεργάτη στην εισροή/εκροή του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

2014			
Εγχώρια εισροή		Εγχώρια ενδιάμεση εκροή	
Κλάδος	% της ενδιάμεσης εγχώριας εισροής	Κλάδος	% της ενδιάμεσης εγχώριας εκροής
G46	38,2%	I	51,3%
A01	26,8%	C10-C12	17,2%
C10-C12	4,7%	C19	6,3%
M73	4,4%	A01	4,3%
K64	3,4%	Q	3,1%
M69_M70	3,3%	R_S	1,5%
D35	2,4%	H50	1,3%
G47	1,6%	C24	1,3%
J61	1,5%	C22	1,2%
H52	1,4%	C20	1,0%
Σύνολο	87,7%		88,6%

Στο τέλος της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου, η κλαδική διάρθρωση των εγχώριων **εισροών** είναι αμετάβλητη, δείχνοντας πως ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού παρουσιάζει σταθερότητα στη λειτουργία και στις σχέσεις με τους προμηθευτές του. Αξίζει να αναφερθεί όμως πως η διάρθρωση αυτή αποτελεί πλέον μικρότερο μέρος του συνόλου των εγχώριων εισροών, οδηγώντας στο συμπέρασμα πως υπάρχει μεγαλύτερη ποικιλία εισροών.

Για την εγχώρια **ενδιάμεση εκροή**, η ποικιλία κλάδων αποδεκτών αυξάνεται εξίσου με την ποικιλία στο τέλος του εξεταζόμενου διαστήματος, καθώς πλέον οι 10 αναδεδειγμένοι κλάδοι συγκεντρώνουν το 88,6% της εκροής. Η διάρθρωση στις πρώτες θέσεις είναι όμοια με τα προηγούμενα έτη, αλλά από το 2010 και μετά εμφανίζονται περισσότεροι μεταποιητικοί κλάδοι ως αποδέκτες, οι οποίοι αφορούν παραγωγή προϊόντων διύλισης πετρελαίου, χημικών, πλαστικών και μετάλλων. Αυτό δείχνει πως πιθανώς τα τελευταία έτη πιθανώς να γίνεται καλύτερη αξιοποίηση των προϊόντων μεταξύ βιομηχανιών σε όρους κυκλικής οικονομίας.

Είναι επομένως κατανοητό πως εγχώριο δίκτυο που δημιουργείται γύρω από τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού είναι ευρύ, περιλαμβάνοντας κλάδους με ποικιλία δραστηριοτήτων. Αρκετοί μάλιστα από όσους τροφοδοτεί, όπως οι ξενοδοχειακές υπηρεσίες και η εστίαση, αποτελούν σημαντικούς πυλώνες της ελληνικής οικονομίας, αναδεικνύοντας τη σημασία του κλάδου για την οικονομία.

6.2.3 Συνδυαστική απεικόνιση σε επίπεδο κλάδου χώρας

Εκτός από τις χώρες με τις οποίες συνεργάζεται ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και το φάσμα των κλάδων στο οποίο αναλύεται η ροή από και προς την κάθε χώρα, υπάρχουν συγκεκριμένοι κλάδοι χωρών με τους οποίους ο ελληνικός συναλλάσσεται διαχρονικά σε μεγαλύτερο βαθμό, και συμβαίνει η μεγαλύτερη μεταφορά αξίας. Αυτοί συνιστούν τους πραγματικούς συνεργάτες με τους οποίους ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σχηματίζει τις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας. Στην παρούσα ενότητα πραγματοποιείται η απεικόνιση των διεθνών αυτών πραγματικών συνεργατών του ελληνικού κλάδου, σε επίπεδο εισαγωγών (Πίνακας 6.11), εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση (Πίνακας 6.12) και προς τελική κατανάλωση (Πίνακας 6.13).

Οι κλάδοι χώρας, για κάθε κατηγορία ροής, αναδείχθηκαν για κάθε έτος στον εξεταζόμενο χρονικό ορίζοντα με βάση τη συμμετοχή τους στη ροή του ελληνικού κλάδου (εισαγωγές, ενδιάμεσες και τελικές εξαγωγές αντίστοιχα). Παρουσιάζονται με τους μέσους όρους της συμβολής τους στην εκάστοτε ροή για τα διαστήματα 2000-2007, 2007-2014, 2000-2014, και κατατάχθηκαν με φθίνουσα σειρά με βάση τον μέσο όρο για το συνολικό εξεταζόμενο διάστημα, 2000-2014. Τα ετήσια στοιχεία και η ετήσια κατάταξη μπορούν να βρεθούν στο Παράρτημα ΣΤ.

Πίνακας 6.11: Χαρτογράφηση προέλευσης ενδιάμεσων εισαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας, με χρήση μέσων όρων για το ποσοστό συμβολής του κάθε κλάδου χώρας στις ενδιάμεσες εισαγωγές του C10-C12 για το 2000-2007, 2007-2014 και 2000-2014. Η κατάταξη είναι φθίνουσα με βάση τον Μ.Ο. 2000-2014

Κλάδος	Χώρα	Μ.Ο. ποσοστού εισαγωγών 2000-2007	Μ.Ο. ποσοστού εισαγωγών 2007-2014	Μ.Ο. ποσοστού εισαγωγών 2000-2014
A01	RoW	6,4%	8,1%	7,2%
H52	USA	5,5%	4,2%	4,9%
A01	FRA	4,8%	2,6%	3,7%
H52	RoW	2,0%	4,1%	3,1%
A01	BRA	3,5%	2,8%	3,0%
A01	BGR	0,7%	3,8%	2,3%
A01	ROU	2,4%	1,7%	2,1%
H52	ITA	2,7%	1,5%	2,1%
A01	NLD	2,7%	1,0%	1,9%
A01	ITA	2,3%	1,5%	1,9%
A01	HUN	1,8%	1,9%	1,7%
A01	DEU	1,8%	1,0%	1,4%
A01	DNK	1,5%	1,1%	1,3%
C10-C12	RoW	1,2%	1,5%	1,3%
A01	TUR	1,0%	1,0%	1,0%
C20	RoW	0,7%	1,2%	1,0%
K65	RoW	0,6%	1,2%	0,9%
A01	IND	0,8%	1,0%	0,9%
H52	GBR	0,4%	1,0%	0,8%

A01	CAN	0,9%	0,6%	0,8%
K64	LUX	0,6%	0,9%	0,7%
A01	BEL	1,1%	0,1%	0,7%
A01	GBR	0,8%	0,2%	0,5%
Σύνολο		46,2%	44,2%	45,3%

Όπως φαίνεται, η μεγάλη πλειοψηφία των κλάδων-προμηθευτών του ελληνικού είναι οι αγροτικοί-κτηνοτροφικοί κλάδοι. Ο κλάδος από τον οποίο ο ελληνικός λαμβάνει τη μεγαλύτερη εισροή αξίας είναι ο A01 της κατηγορίας Rest of World, με μέσο ποσοστό το 7,2% των συνολικών εισαγωγών, ενώ η δεύτερη μεγαλύτερη εισροή σε όρους αξίας είναι οι υπηρεσίες αποθήκευσης και υποστήριξης μεταφορών από τις ΗΠΑ (4,9% των εισαγωγών). Από τον πίνακα προκύπτουν τα εξής σχόλια:

- Το διάστημα 2007-2014 αυξάνεται η παροχή υπηρεσιών αποθήκευσης και μεταφοράς από τις χώρες κατηγορίας RoW. Ακόμη, αξίζει να αναφερθεί πως η εισροή από γεωργικούς-κτηνοτροφικούς κλάδους όπως εκείνος της Γαλλίας, της Βραζιλίας και της Ρουμανίας μειώνονται σαν ποσοστά, ενώ αναδεικνύονται αντίστοιχοι κλάδοι χωρών όπως η Βουλγαρία όπου αυξάνει το μερίδιό της κατά 3,1%, παρουσιάζοντας την πιο μεγάλη ποσοστιαία μεταβολή από όλους τους εικονιζόμενους κλάδους. Η Βουλγαρία μάλιστα βρίσκεται σε κοντινή απόσταση με την Ελλάδα, δείχνοντας μια τάση προς περιφερειοποίηση (regionalization) στην αλυσίδα.
- Η μοναδική σημαντική εισροή που δέχεται ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού από κάποιον αντίστοιχο διεθνή κλάδο, είναι από τις χώρες της κατηγορίας Rest of World, και μάλιστα σε σχετικά χαμηλό ποσοστό (1,3% κατά μέσο όρο). Το γεγονός αυτό δείχνει πως ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δεν τοποθετείται σε σημείο της αλυσίδας με υψηλότερη επιστροφή αξίας που θα βρισκόταν σε τελευταία μεταποιητικά στάδια, καθώς δεν λαμβάνει προϊόντα τροφίμων, ποτών ή καπνού άλλων χωρών ώστε να προσθέσει δική του αξία και να τα επανεξάγει. Άλλες σημαντικές εισροές για τον ελληνικό κλάδο που δεν σχετίζονται με τον πρωτογενή τομέα και την αποθήκευση, είναι χημικά και ασφαλιστικές υπηρεσίες προερχόμενα από την κατηγορία Rest of World και χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες από το Λουξεμβούργο.
- Τέλος, παρατηρείται πως το συνολικό ποσοστό που συνιστούν οι σημαντικότεροι αυτοί κλάδοι καλύπτει λιγότερες από τις μισές εισαγωγές (45,3%), παρόλο που είναι εκείνοι που περιέχονται κάθε έτος του χρονικού διαστήματος τους κορυφαίους 10 προμηθευτές, ενώ ταυτόχρονα τα επιμέρους ποσοστά όλων είναι πολύ μικρά. Το γεγονός αυτό δείχνει πως ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού λαμβάνει πληθώρα εισροών από διάφορους κλάδους διαφόρων χωρών, πιθανώς λόγω των συμφωνιών και συνεργασιών με προμηθευτές που υπάρχουν σε επίπεδο επιχειρήσεων, καθιστώντας τη διασπορά των κλάδων και χωρών προέλευσης μεγάλη.

Πίνακας 6.12: Χαρτογράφηση προορισμού εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας, με χρήση μέσων όρων για το ποσοστό εξαγωγών προς ενδιάμεση κατανάλωση του C10-C12 προς κάθε κλάδο χώρας για το 2000-2007, 2007-2014 και 2000-2014. Η κατάταξη είναι φθίνουσα με βάση τον Μ.Ο. 2000-2014

Κλάδος	Χώρα	Μ.Ο. ποσοστού ενδιάμεσων εξαγωγών 2000-2007	Μ.Ο. ποσοστού ενδιάμεσων εξαγωγών 2007-2014	Μ.Ο. ποσοστού ενδιάμεσων εξαγωγών 2000-2014
I	RoW	4,9%	5,2%	5,2%
C10-C12	RoW	4,0%	5,7%	5,0%
A01	RoW	2,9%	3,2%	3,1%
C10-C12	BGR	1,6%	3,1%	2,2%
C10-C12	TUR	1,2%	2,1%	1,6%
C10-C12	ITA	1,2%	1,2%	1,1%
C10-C12	DEU	1,2%	1,1%	1,1%
C10-C12	ESP	0,8%	1,0%	0,9%
H49	TUR	0,5%	1,3%	0,9%
F	BGR	0,7%	1,1%	0,9%
H50	DNK	0,9%	0,9%	0,9%
G46	BGR	0,7%	1,0%	0,8%
C13-C15	TUR	0,7%	0,8%	0,8%
C22	ITA	0,9%	0,6%	0,8%
C29	DEU	0,8%	0,7%	0,7%
I	CYP	0,6%	0,8%	0,7%
F	DEU	0,7%	0,7%	0,7%
C13-C15	ITA	0,9%	0,4%	0,6%
A01	TUR	0,5%	0,8%	0,6%
I	TUR	0,4%	0,9%	0,6%
F	GBR	0,6%	0,5%	0,6%
G46	DEU	0,7%	0,5%	0,6%
I	ESP	0,6%	0,4%	0,5%
H49	ROU	0,6%	0,5%	0,5%
I	ITA	0,5%	0,5%	0,5%
A03	RoW	0,4%	0,6%	0,5%
G46	ITA	0,6%	0,4%	0,5%
H52	DEU	0,5%	0,4%	0,5%
C13-C15	RoW	0,5%	0,4%	0,5%
R_S	RoW	0,4%	0,4%	0,4%
H49	ITA	0,5%	0,4%	0,4%
I	GBR	0,5%	0,4%	0,4%
F	TUR	0,3%	0,5%	0,4%
H52	ITA	0,5%	0,2%	0,4%
G46	RoW	0,3%	0,1%	0,2%
Σύνολο		33,6%	38,7%	36,3%

Όπως και στην περίπτωση των εισαγωγών, το ποσοστό που απαρτίζουν οι σημαντικότεροι κλάδοι-προορισμοί ενδιάμεσων εξαγωγών είναι ιδιαίτερα χαμηλό (36,3%), δείχνοντας ακόμη μεγαλύτερη διασπορά σε επιμέρους κλάδους χωρών. Πιθανή εξήγηση αποτελούν οι διάφορες στρατηγικές επιλογές και συνεργασίες που πραγματοποιούνται σε επίπεδο επιχειρήσεων, αλλά και το γεγονός ότι όπως προέκυψε και από την ανάλυση οι κλάδοι-αποδέκτες ενδιάμεσων παρουσιάζουν μεγαλύτερη ποικιλομορφία. Από τον πίνακα προκύπτουν τα εξής σχόλια και συμπεράσματα:

- Η μεγαλύτερη αξία ως ενδιάμεσο προϊόν εξάγεται στον κλάδο παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης της κατηγορίας Rest of World για το 2000-2007, και στον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού της ίδιας κατηγορίας για το 2007-2014.
- Υπάρχει μεγάλος αριθμός αποδεκτών ενδιάμεσων προϊόντων οι οποίοι είναι κλάδοι τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την παρατήρηση για τις εισαγωγές ενδιάμεσων (Πίνακας 6.11) και τα αποτελέσματα των διεθνών κλάδων-συνεργατών (Ενότητα 6.2.2.1), επιβεβαιώνει την υπόθεση πως ο ελληνικός κλάδος βρίσκεται σε προς τα πίσω στάδιο στην αλυσίδα της μεταποίησης εφόσον άλλοι όμοιοι κλάδοι λαμβάνουν το ελληνικό ενδιάμεσο προϊόν, το μεταποιούν περαιτέρω και προσθέτουν δική τους αξία. Επομένως, απεικονίζοντας μια “smiling curve” (βλ. Ενότητα 2.6) ο ελληνικός κλάδος βρίσκεται σε σημείο κοντά στο σημείο καμψής, όπου η σχετική προσθήκη αξίας είναι ελάχιστη, ενώ οι όμοιοι κλάδοι αποδέκτες τοποθετούνται περισσότερο δεξιά, απομακρύνονται από το σημείο καμψής και είναι σε θέση να λάβουν υψηλότερες επιστροφές.
- Οι παραπάνω κλάδοι βρίσκονται στις εξής χώρες: Βουλγαρία, Τουρκία, Ιταλία, Γερμανία, Ισπανία και Rest of World, και το διάστημα 2007-2014 αυξάνουν το μερίδιο της συμμετοχής τους πέραν της Γερμανίας και της Ιταλίας.
- Εξίσου ισχυροί κλάδοι-συνεργάτες είναι εκείνοι που δραστηριοποιούνται στην παροχή καταλυμάτων και υπηρεσιών εστίασης των εξής χωρών: Κύπρος, Τουρκία, Ισπανία, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία και Rest of World. Μάλιστα, οι περισσότεροι έχουν αυξήσει τα μερίδιά τους ως προορισμοί ενδιάμεσων εξαγωγών το διάστημα 2007-2014.
- Σημαντική μεταφορά αξίας φαίνεται να συμβαίνει και προς τον κλάδο κατασκευών της Γερμανίας, της Μεγάλης Βρετανίας, της Βουλγαρίας και της Τουρκίας, εκ των οποίων οι δύο τελευταίες αυξάνουν ελαφρώς το ποσοστό τους στο δεύτερο μισό της εξεταζόμενης περιόδου.
- Η Ιταλία, η Τουρκία, η Γερμανία και η κατηγορία RoW λαμβάνουν σημαντικό ποσοστό αξίας που εκρέει από τον ελληνικό κλάδο ως εισροή σε μεταποιητικές δραστηριότητες, και κυρίως στην κλωστοϋφαντουργία και βιομηχανία ένδυσης (Τουρκία, Ιταλία, RoW). Για τις δύο πρώτες μάλιστα είναι γνωστή η έντονη δραστηριότητα στον τομέα αυτό.
- Οι κυριότεροι κλάδοι χονδρικού εμπορίου που λαμβάνουν εισροές από τον ελληνικό κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού βρίσκονται στη Βουλγαρία, στη Γερμανία, στην Ιταλία και στην κατηγορία RoW, ενώ οι υπηρεσίες σχετικές με αποθήκευση και υποστήριξη μεταφορών βρίσκονται στην Τουρκία, στη Δανία, στη Ρουμανία, στη Γερμανία και στην Ιταλία.

Από τα παραπάνω είναι εμφανές πως οι χώρες των οποίων οι κλάδοι λαμβάνουν τη μεγαλύτερη αξία του ελληνικού είναι παρόμοιες για όλα τα αναφερθέντα είδη κλάδων, και πλαισιώνουν γεωγραφικά την Ελλάδα. Επιβεβαιώνεται επομένως ακόμη μια φορά ο περιφερειακός χαρακτήρας των εμπορικών συναλλαγών του κλάδου.

Πίνακας 6.13: Χαρτογράφηση προορισμού εξαγωγών προς τελική κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε συνδυαστικό επίπεδο κλάδου χώρας, με χρήση μέσων όρων για το ποσοστό εξαγωγών προς τελική κατανάλωση του C10-C12 προς κάθε κλάδο χώρας για το 2000-2007, 2007-2014 και 2000-2014. Η κατάταξη είναι φθίνουσα με βάση τον Μ.Ο. 2000-2014

Κλάδος	Χώρα	Μ.Ο. ποσοστού τελικών εξαγωγών 2000-2007	Μ.Ο. ποσοστού τελικών εξαγωγών 2007-2014	Μ.Ο. ποσοστού τελικών εξαγωγών 2000-2014
CONS_h	RoW	49,7%	53,7%	53,4%
CONS_h	DEU	8,2%	7,9%	7,8%
CONS_h	ITA	9,2%	6,8%	7,7%
CONS_h	GBR	4,3%	3,4%	3,7%
CONS_h	CYP	3,6%	3,9%	3,5%
CONS_h	USA	2,8%	2,5%	2,5%
CONS_h	BGR	1,9%	2,9%	2,2%
CONS_h	FRA	2,4%	1,8%	2,1%
CONS_h	NLD	1,4%	1,2%	1,3%
CONS_h	CAN	1,3%	1,1%	1,1%
CONS_h	RUS	1,4%	0,8%	1,1%
CONS_h	BEL	1,1%	1,0%	1,1%
CONS_h	ROU	1,0%	1,3%	1,0%
CONS_h	AUS	0,9%	1,1%	1,0%
CONS_h	ESP	0,9%	1,0%	0,9%
CONS_h	TUR	0,7%	0,8%	0,7%
CONS_g	RoW	0,3%	0,4%	0,4%
Σύνολο		91,1%	91,7%	91,6%

Η εξαγόμενη αξία προς τελική κατανάλωση παρουσιάζει πολύ διαφορετική εικόνα από τις ροές ενδιαμέσων:

- Όλοι οι βασικοί συνεργάτες-προορισμοί τελικής κατανάλωσης αφορούν την τελική κατανάλωση σε νοικοκυριά, με μοναδική εξαίρεση την τελική κατανάλωση από την κυβέρνηση που παρουσιάζεται για την κατηγορία RoW.
- Το ποσοστό που απαρτίζουν οι αναδεδειγμένοι κλάδοι αποτελεί κατά μέσο όρο το 91,6% των συνολικών εξαγωγών προς τελική κατανάλωση, σε αντίθεση με την περίπτωση των ενδιαμέσων που τα ποσοστά ήταν κάτω του μισού. Το γεγονός αυτό οφείλεται στη μη ύπαρξη ποικιλίας στους κλάδους-προορισμούς τελικής κατανάλωσης, αφού η ροή προς κατανάλωση σε νοικοκυριά μιας χώρας είναι ίση με τη συνολική ροή του κλάδου προς τη χώρα, κάτι που δεν συμβαίνει στις ροές ενδιαμέσων.

- Οι χώρες στις οποίες απευθύνεται η εκροή δεν είναι μόνο περιφερειακές όπως αναδείχθηκαν προηγουμένως, αλλά παρατηρείται σημαντική μεταφορά αξίας και σε χώρες όπως ο Καναδάς, η Αυστραλία και οι ΗΠΑ.

6.3 Περιεχόμενο εξαγωγών σε εγχώρια προστιθέμενη αξία – Δείκτες συμμετοχής σε ΠΑΑ

Για την ενότητα αυτή χρησιμοποιήθηκε η βάση δεδομένων του ΟΟΣΑ, TiVA. Για τα διαθέσιμα έτη (2005-2015) εξήχθησαν δεδομένα σχετικά με το περιεχόμενο των εξαγωγών σε εγχώρια και εξωτερική προστιθέμενη αξία (domestic/foreign value added of gross exports) για την ελληνική μεταποίηση και τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού (Ενότητα 6.3.1), καθώς και για το σύνολο της ελληνικής βιομηχανίας και την τοποθέτησή της σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας (Ενότητα 6.3.2).

Τα μεγέθη που εξετάζονται είναι:

- Το περιεχόμενο των εξαγωγών σε εγχώρια (DVA) και εξωτερική (FVA) προστιθέμενη αξία αντίστοιχα
- Η διάρθρωση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας σε άμεσα προστιθέμενη (direct DVA), έμμεσα προστιθέμενη (indirect DVA) και επανεισαγόμενη (re-imported DVA)

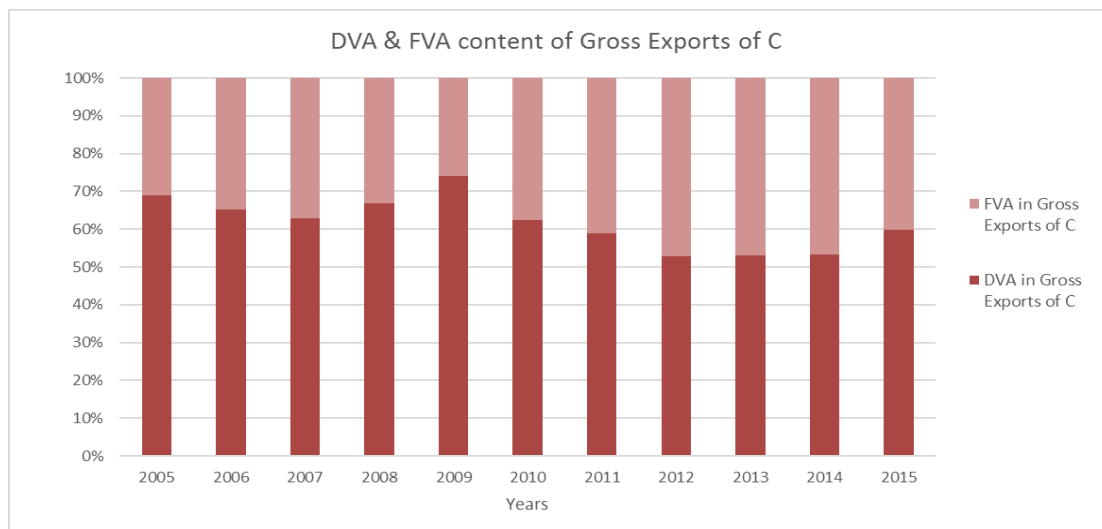
Για το σύνολο της ελληνικής βιομηχανίας υπολογίζεται ένα επιπλέον μέγεθος, η ύπαρξη ελληνικής DVA στις εξαγωγές των άλλων χωρών, ως προς τις συνολικές εξαγωγές της Ελλάδας.

Σημείωση για τη συγκεκριμένη ενότητα:

Παρατηρήθηκε πως η βάση δεδομένων TiVA διαθέτει σημαντική διαφορά σε μεγέθη που αφορούν τις ακαθάριστες εξαγωγές σε σχέση με τη βάση WIOD, η οποία αξιοποιήθηκε για την υπόλοιπη εργασία. Θεωρώντας πως η εν λόγω απόκλιση προκύπτει από τις εφαρμοζόμενες λογιστικές μεθόδους, τα μεγέθη που έχουν εξαχθεί για την παρακάτω ενότητα αποτελούν ποσοστά (shares), έτσι ώστε η απόκλιση στα απόλυτα μεγέθη να μην έχει επίδραση πάνω στα σχετικά μεγέθη τα οποία πρόκειται να συζητηθούν.

6.3.1 Σύνολο ελληνικής μεταποίησης και κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

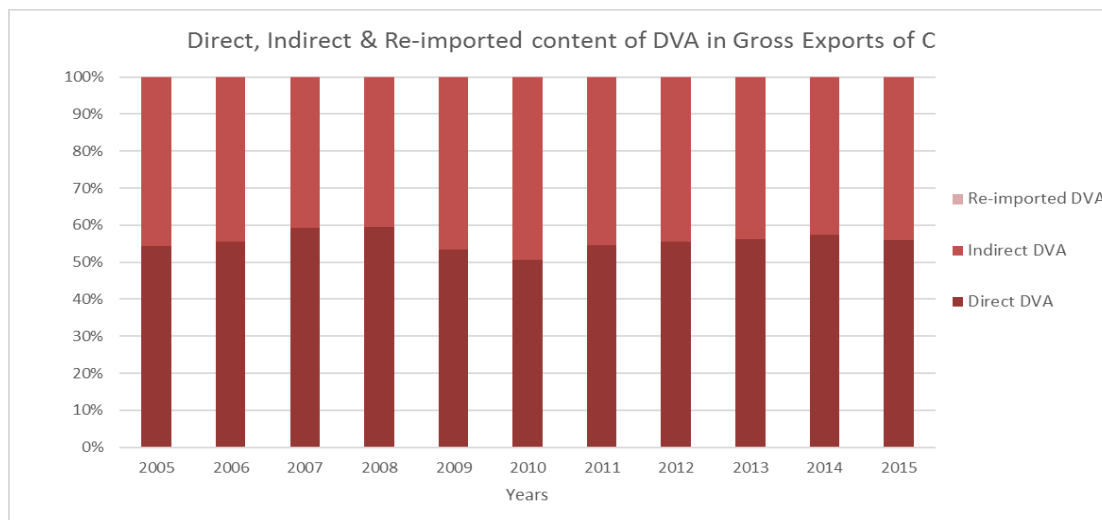
Στο Διάγραμμα 6.33 παρουσιάζεται η διάρθρωση των εξαγωγών της ελληνικής μεταποίησης ως προς την προέλευση της προστιθέμενης αξίας που βρίσκεται ενσωματωμένη σε αυτές, εγχώρια (DVA) και προερχόμενη από το εξωτερικό (FVA):



Διάγραμμα 6.33: Περιεχόμενο εξαγωγών της μεταποίησης C σε εγχώρια (DVA) και εξωτερική (FVA) προστιθέμενη αξία για τα έτη 2005-2015

Όπως προκύπτει, οι εξαγωγές της μεταποίησης περιέχουν μεγαλύτερο ποσοστό εγχώριας προστιθέμενης αξίας από ό,τι προερχόμενης από το εξωτερικό, σε μέσο ποσοστό 61,7% έναντι 38,3%. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει πως το εξαγωγίμο προϊόν της μεταποίησης έχει μικρότερη εξάρτηση από διεθνείς εισροές και άρα είναι λιγότερο επιρρεπές σε μεταβολές στις διεθνείς εμπορικές σχέσεις. Το ποσοστό της εγχώριας προστιθέμενης αξίας δείχνει πως η ελληνική μεταποίηση σαν κλάδος σχηματίζει πιο ισχυρούς προς τα εμπρός δεσμούς σε σχέση με τους προς τα πίσω, επομένως εμφανίζει πιο ενεργή προς τα εμπρός συμμετοχή από προς τα πίσω (βλ. Ενότητα 4.1). Το 2009, ως απόρροια της οικονομικής κρίσης και της επίδρασής της στις εισαγωγές και εξαγωγές του κλάδου, φαίνεται πως το εξαγωγίμο προϊόν έχει μεγαλύτερο ποσοστό DVA από τα άλλα έτη. Αντίθετα, τα έτη 2010-2014 που οι εισαγωγές και οι εξαγωγές ανέκαμψαν (βλ. Διάγραμμα 6.3 για εισαγωγές και Διάγραμμα 6.12 για τις ενδιάμεσες εξαγωγές), το ποσοστό της FVA αυξάνεται εξίσου.

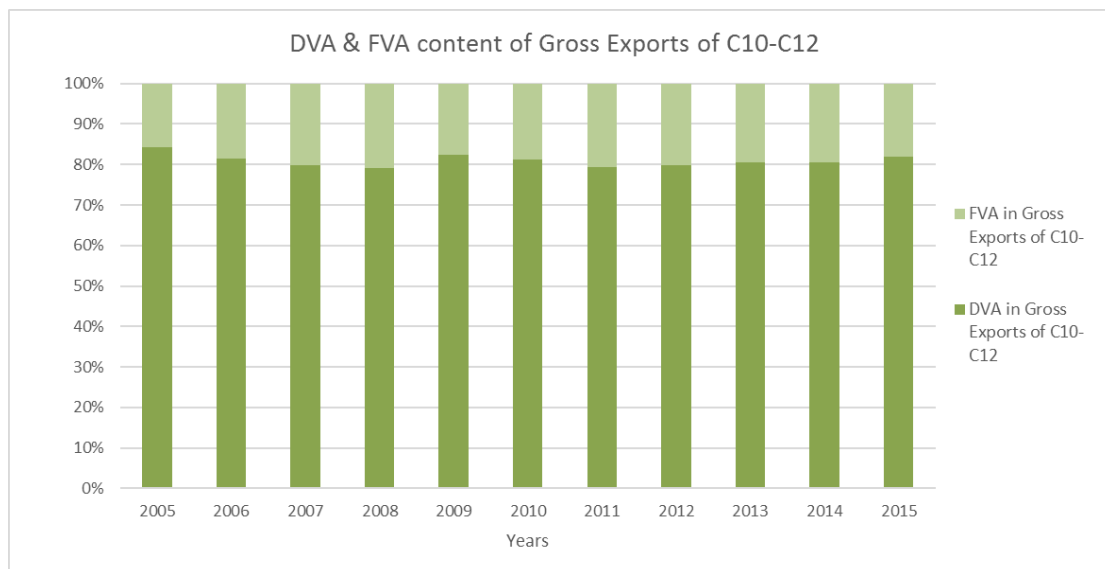
Στο Διάγραμμα 6.34 παρουσιάζεται η ποσοστιαία αποδόμηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας της ελληνικής μεταποίησης σε άμεσα προστιθέμενη, έμμεσα προστιθέμενη και επανεισαγόμενη:



Διάγραμμα 6.34: Διάρθρωση εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) της μεταποίησης C σε προστιθέμενη άμεσα (Direct), έμμεσα (Indirect) και επανεισαγόμενη (Re-imported), για τα έτη 2005-2015

Στο διάγραμμα παρατηρούνται μόνο οι δύο από τους τρεις προαναφερθέντες τύπους, η άμεσα και η έμμεσα εγχώρια προστιθέμενη αξία, καθώς το ποσοστό της επανεισαγόμενης είναι σχεδόν μηδενικό, συγκεκριμένα κατά μέσο όρο το 0,07% της εγχώριας προστιθέμενης αξίας. Γίνεται επομένως κατανοητό πως η ελληνική μεταποίηση συμμετέχει σχεδόν αποκλειστικά σε απλές αλυσίδες αξίας, καθώς οι εξαγωγές της διαπερνούν τα σύνορά της μόνο μία φορά. Η άμεσα και η έμμεσα προστιθέμενη αξία βρίσκονται σε μέση αναλογία 55,65% και 44,28%, δείχνοντας πως το προϊόν της μεταποίησης απαιτεί σημαντική συμβολή των υπόλοιπων οικονομικών δραστηριοτήτων της χώρας προκειμένου να παραχθεί. Τέλος, το 2010 αποτυπώνεται και στο διάγραμμα η επίδραση της οικονομικής κρίσης στη βιομηχανική δραστηριότητα, καθώς το συγκεκριμένο έτος απαιτήθηκε μεγαλύτερη συνεισφορά των υπόλοιπων κλάδων.

Στη συνέχεια, στο Διάγραμμα 6.35 παρουσιάζεται η κατανομή εγχώριας και προερχόμενης από το εξωτερικό προστιθέμενης αξίας για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού:



Διάγραμμα 6.35: Περιεχόμενο εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε εγχώρια (DVA) και εξωτερικά (FVA) προστιθέμενη αξία για τα έτη 2005-2015

Σε αντίθεση με την εικόνα της μεταποίησης (Διάγραμμα 6.33), το εξαγωγίμο προϊόν του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού διαθέτει υψηλή ένταση εγχώριας προστιθέμενης αξίας, η οποία βρίσκεται κατά μέσο όρο στο 81,0%, χωρίς μεγάλες διακυμάνσεις. Ο εξεταζόμενος κλάδος εμφανίζει πολύ μικρή προς τα πίσω συμμετοχή σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, γεγονός που όμως στον αντίποδα καθιστά τα ελληνικά προϊόντα διατροφής περισσότερο διαφοροποιημένα από άλλα με μεγαλύτερη συνεισφορά εξωτερικά προστιθέμενης αξίας, πιθανώς προσδίδοντάς τους μεγαλύτερη ζήτηση. Ακόμη, η ύπαρξη τέτοιου ποσοστού εγχώριας προστιθέμενης αξίας δείχνει πως ο κλάδος σχηματίζει σημαντικούς προς τα εμπρός δεσμούς.

Στο Διάγραμμα 6.35 απεικονίζεται η διάρθρωση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας σε άμεσα προστιθέμενη, έμμεσα προστιθέμενη και επανεισαγόμενη:



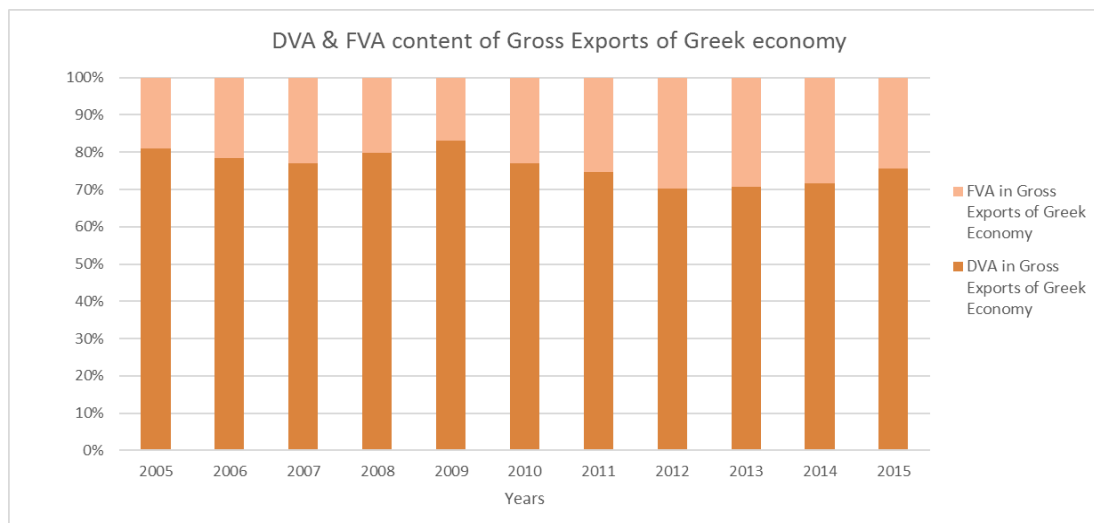
Διάγραμμα 6.36: Διάρθρωση εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 σε προστιθέμενη άμεσα (Direct), έμμεσα (Indirect) και επανεισαγόμενη (Re-imported), για τα έτη 2005-2015

Όπως και για τη συνολική μεταποίηση (Διάγραμμα 6.34), το μέσο ποσοστό της επανεισαγόμενης εγχώριας προστιθέμενης αξίας βρίσκεται σε σχεδόν μηδενικό επίπεδο (0,04%) και δεν παρατηρείται στο διάγραμμα. Επομένως, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δεν αποτελεί κόμβο σύνθετων αλυσίδων αξίας, όπως συμβαίνει και για το σύνολο της μεταποίησης. Η κατανομή των δύο άλλων μορφών προστιθέμενης αξίας παρουσιάζει διαφορετική εικόνα, καθώς η συμμετοχή της έμμεσα προστιθέμενης αξίας στο εξαγωγίμο προϊόν του κλάδου είναι μεγαλύτερη από την αξία που προσδίδει ο ίδιος. Το γεγονός αυτό εκφράζει την πολυπλοκότητα της παραγωγής του προϊόντος του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, και την ποικιλία των εισροών που απαιτούνται. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η παρατήρηση πως το 2009, παρόλο που έχει αναδειχθεί για τη συνολική μεταποίηση πως η βιομηχανική δραστηριότητα υπέστη πλήγμα, η έμμεση συνεισφορά στο προϊόν του εξεταζόμενου κλάδου αυξήθηκε από το προηγούμενο έτος κατά 5,2% και παρέμεινε σε εκείνη τη αναλογία τα επόμενα έτη. Ύστερα, από το 2012 έως το 2014 η άμεση συνεισφορά του κλάδου αυξήθηκε ξανά.

6.3.2 Η παρουσία της Ελλάδας σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας

Στην τελευταία αυτή ενότητα παρουσιάζονται τα παραπάνω μεγέθη προστιθέμενης αξίας υπολογισμένα για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας, καθώς και ένας δείκτης προς τα εμπρός συμμετοχής σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, ώστε να αναδειχθεί η θέση της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο των αλυσίδων αξίας και να γίνει μια σύγκριση με τους επιμέρους κλάδους της μεταποίησης και των τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.

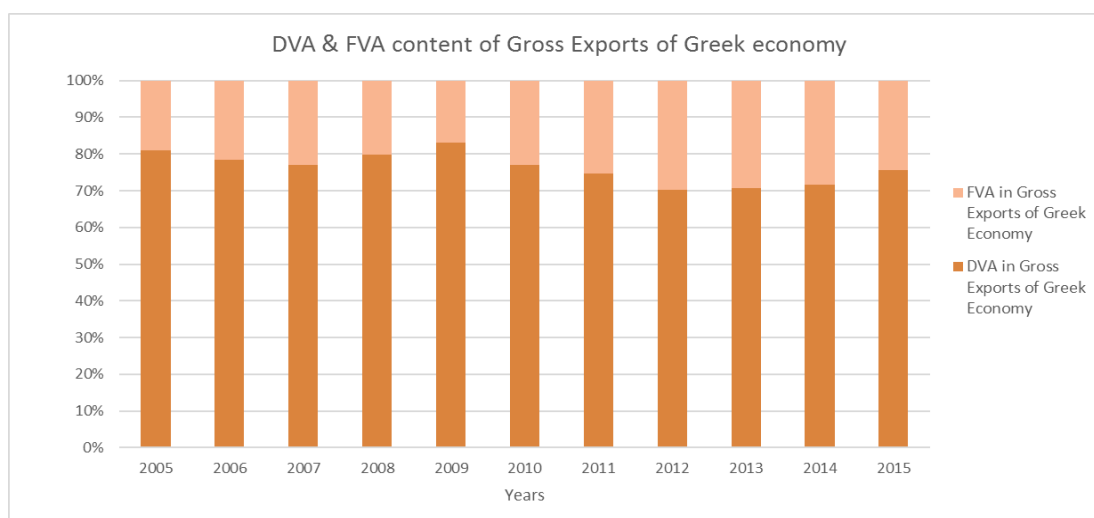
Στο Διάγραμμα 6.37 απεικονίζεται η διάρθρωση των εξαγωγών του συνόλου της ελληνικής οικονομίας ως προς την προέλευση της ενσωματωμένης σε αυτές προστιθέμενης αξίας, σε εγχώρια (DVA) και προερχόμενη από το εξωτερικό (FVA):



Διάγραμμα 6.37: Περιεχόμενο εξαγωγών του συνόλου της ελληνικής οικονομίας σε εγχώρια (DVA) και εξωτερικά (FVA) προστιθέμενη αξία για τα έτη 2005-2015

Όπως προκύπτει, οι συνολικές εξαγωγές της ελληνικής οικονομίας απαρτίζονται κυρίως από εγχώρια προστιθέμενη αξία (76,3% κατά μέσο όρο), ποσοστό υψηλότερο από τη μεταποίηση αλλά χαμηλότερο από τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού. Είναι επομένως εμφανές πως η εικόνα που δόθηκε για τους επιμέρους κλάδους ως προς τη συμμετοχή σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας ισχύει εξίσου για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας, καθώς δεν διαθέτει ισχυρή προς τα πίσω συμμετοχή, ενώ δείχνει να είναι πιο ενεργή σε προς τα εμπρός δεσμούς λόγω της μεγάλης ποσότητας DVA.

Στο Διάγραμμα 6.38 παρουσιάζεται η ποσοστιαία αποδόμηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας της ελληνικής οικονομίας σε άμεσα προστιθέμενη, έμμεσα προστιθέμενη και επανεισαγόμενη:



Διάγραμμα 6.38: Διάρθρωση εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) του συνόλου της ελληνικής οικονομίας σε προστιθέμενη άμεσα (Direct), έμμεσα (Indirect) και επανεισαγόμενη (Re-imported), για τα έτη 2005-2015

Ακολουθώντας το μοτίβο που εμφανίστηκε στους επιμέρους κλάδους, η επανεισαγόμενη εγχώρια προστιθέμενη αξία είναι αμελητέα συγκριτικά με τις άλλες, σε μέσο ποσοστό 0,04%. Η άμεσα προστιθέμενη από την ελληνική οικονομία βρίσκεται σε υψηλότερο επίπεδο από τους επιμέρους κλάδους, 67,10% κατά μέσο όρο (έναντι 55,65% για τη μεταποίηση και 43,17% για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού).

Τέλος, στο Διάγραμμα 6.39 απεικονίζεται η ελληνική εγχώρια προστιθέμενη αξία που βρίσκεται ενσωματωμένη σε εξαγωγές άλλων χωρών, ως προς τις συνολικές ελληνικές εξαγωγές. Αποτελεί μέτρο της προς τα εμπρός συμμετοχής του συνόλου της εθνικής οικονομίας, στην παγκόσμια αλυσίδα αξίας. Στο διάγραμμα έχει απεικονιστεί και η εγχώρια προστιθέμενη αξία στις εξαγωγές της Ελλάδας (Διάγραμμα 6.37), για σύγκριση.



Διάγραμμα 6.39: Ποσοστό της εγχώριας προστιθέμενης αξίας (DVA) που βρίσκεται ενσωματωμένη στις εξαγωγές των άλλων χωρών, ως προς τις εξαγωγές της ελληνικής οικονομίας για τα έτη 2005-2015. Στο διάγραμμα απεικονίζεται επίσης η DVA στις εξαγωγές της Ελλάδας όπως προέκυψε από το Διάγραμμα 6.37, ως μέτρο σύγκρισης.

Η ελληνική οικονομία φαίνεται να έχει σημαντική παρουσία στο παγκόσμιο εμπορικό δίκτυο. Παρόλο που αρκετή ποσότητα της εγχώριας προστιθέμενης αξίας απορροφάται στις χώρες-συνεργάτες, σημαντικό είναι το ποσοστό που εντοπίζεται στις εξαγωγές τους, δείχνοντας πως η Ελλάδα συμμετέχει σε σύνθετη παγκόσμια αλυσίδα αξίας. Η τιμή του δείκτη βρίσκεται στο 16,6% το 2005 και αυξάνεται διαρκώς έως το 2009 όπου μειώνεται στο 16,1%, αποτυπώνοντας την έκταση της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στο διεθνές εμπόριο της Ελλάδας και του αντίκτυπου που προκαλεί στη συμμετοχή της στην παγκόσμια αλυσίδα αξίας, καθώς τα ελληνικά προϊόντα και κατ' επέκταση η προστιθέμενη αξία μείωσαν την παρουσία τους σε εξαγωγές τρίτων. Τα επόμενα δύο έτη ανακάμπτει, ανακτά το προηγούμενο επίπεδο και επανεδραιώνει την παρουσία της στο διεθνές, αλλά από το 2012 και ύστερα το ποσοστό μειώνεται διαρκώς, και το 2015 βρίσκεται στο 15,8%. Το γεγονός αυτό έρχεται σε αντιδιαστολή με τα ευρήματα από το Διάγραμμα 6.12 και το Διάγραμμα 6.13, στα οποία οι εξαγωγές της μεταποίησης και του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δείχνουν να αυξάνονται, και μάλιστα σημαντικά.

7 Συμπεράσματα και προτάσεις για μελλοντική έρευνα

7.1 Συμπεράσματα

Με βάση τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα εργασία, εξήχθησαν τα εξής συμπεράσματα ως προς την ανάλυση των αλυσίδων αξίας, και την ανάδειξη του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού στο πλαίσιο των παγκόσμιων αλυσίδων αξίας και τη σύγκρισή του με τον συνολικό κλάδο της μεταποίησης:

- Οι παγκόσμιες αλυσίδες αξίας αποτελούν μια προσέγγιση σχετικά νέα, η οποία λαμβάνει διαρκώς μεγαλύτερη προσοχή. Υπάρχει πληθώρα ερευνητικών ζητημάτων που χρήζουν περαιτέρω διερεύνησης. Ακόμη, υπάρχουν σημαντικές ελλείψεις σχετικά με τη σύνδεση της θεωρίας γύρω από τις παγκόσμιες αλυσίδες αξίας με την ποσοτική μελέτη που πραγματοποιείται σε μακροοικονομικό επίπεδο μέσω της ανάλυσης εισροών – εκροών και του εμπορίου προστιθέμενης αξίας.
- Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελεί σημαντικό πυλώνα τόσο της μεταποίησης όσο και της ελληνικής οικονομίας συνολικά. Εκτός από τα βασικά οικονομικά μεγέθη όπως ο αριθμός επιχειρήσεων, ο κύκλος εργασιών και η απασχόληση, εξίσου σημαντική συμβολή κατέχει στην προσθήκη αξίας, στις εισροές και στις εκροές του συνόλου της μεταποίησης, ιδιαίτερα τις εγχώριες.
- Όσον αφορά τη διάρθρωση των εισροών των δύο κλάδων, παρατηρούνται σημαντικές διαφορές. Τόσο για τη μεταποίηση όσο και για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, η κύρια εισροή προς ενδιάμεση κατανάλωση είναι εγχώρια, αλλά για τον δεύτερο το αντίστοιχο εγχώριο ποσοστό είναι σχεδόν αποκλειστικό. Γεωγραφικά, ο προσανατολισμός των εισαγωγών των δύο κλάδων εστιάζεται σε χώρες τόσο σε χώρες εντός όσο και εκτός ΕΕ-28, με το σύνολο της μεταποίησης να εισάγει από χώρες εκτός ΕΕ-28 με μεγαλύτερη ένταση σε σχέση με τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.
- Διαφορετική συμπεριφορά εμφανίζουν επίσης στη διάρθρωση των εκροών τους. Συγκεκριμένα, η εκροή της μεταποίησης προς ενδιάμεση και τελική κατανάλωση είναι εξίσου σημαντικές σε αντίθεση με το προϊόν του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού που προορίζεται σχεδόν αποκλειστικά για τελική κατανάλωση. Το γεγονός αυτό συνδέεται και με τη φύση του προϊόντος του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.
- Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού παρουσιάζει πολύ μικρή έκθεση στις διεθνείς αγορές, καθώς εξάγεται πολύ μικρό μερίδιο της συνολικής του εκροής. Είναι επομένως εμφανές πως δεν αποτελεί κύριο κόμβο παγκοσμίων αλυσίδων αξίας, γεγονός όμως που φαίνεται να αλλάζει τα τελευταία έτη όπου ο κλάδος στρέφεται εντονότερα σε αγορές του εξωτερικού. Αντίστοιχη πορεία τα τελευταία έτη παρουσιάζει και η μεταποίηση στο σύνολό της προκειμένου να επιβιώσει από τη μείωση της εγχώριας ζήτησης, η οποία όμως δεν φάνηκε να επηρεάζει ιδιαίτερα τον εξεταζόμενο κλάδο. Παρά τον έντονο εγχώριο προσανατολισμό του κλάδου, τα ευρήματα που αφορούν τη διεθνή του διάσταση και τη συμμετοχή του σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

- Όσον αφορά τη διάρθρωση των εξαγωγών, η ελληνική μεταποίηση εξάγει εξίσου ενδιάμεσα και τελικά προϊόντα, ενώ οι εξαγωγές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτελούνται κυρίως από τελικά προϊόντα. Γεωγραφικά, οι ενδιάμεσες και τελικές εξαγωγές της μεταποίησης έχουν ως προορισμό εξίσου χώρες εκτός και εντός ΕΕ-28. Μάλιστα, τα τελευταία έτη παρουσιάζουν μεγαλύτερο προσανατολισμό προς χώρες εκτός ΕΕ-28, πιθανώς ως απόρροια της τεχνολογικής ανάπτυξης και διευκόλυνσης των μεταφορών. Οι εξαγωγές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού προς ενδιάμεση κατανάλωση προορίζονται κυρίως για χώρες εντός της ΕΕ-28, ενώ εκείνες προς τελική κατανάλωση δεν παρουσιάζουν κάποια σταθερή κατανομή. Το γεγονός αυτό πιθανώς οφείλεται στη φύση του προϊόντος του κλάδου, καθώς παράμετροι που σχετίζονται με την ασφάλεια, την ποιότητα και τα δειγματοληπτικά του χαρακτηριστικά θέτουν περιορισμούς σε θέματα μεταφοράς και αποθήκευσης.
- Ένα κοινό χαρακτηριστικό των δύο κλάδων σε σχέση με τη συμμετοχή τους σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, είναι πως κατά την εξεταζόμενη χρονική περίοδο εισάγουν ενδιάμεσα προϊόντα με μεγαλύτερη ένταση από εκείνη με την οποία εξάγουν, οδηγώντας σε ελλειμματικό εμπορικό ισοζύγιο ενδιαμέσων.
- Οι επενδύσεις που πραγματοποιεί ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε πάγια περιουσιακά στοιχεία είναι σταθερές στον εξεταζόμενο χρονικό ορίζοντα, χωρίς να επηρεαστούν από την οικονομική κρίση. Ως κλάδος που αξιοποιεί διαρκώς τεχνολογικές και άλλων ειδών καινοτομίες για να ανταποκρίνεται βέλτιστα τόσο στην καταναλωτική ζήτηση όσο και σε ζητήματα διασφάλισης ποιότητας, επενδύει σταθερά σε νέο εξοπλισμό και τεχνολογίες. Αντίθετα, για το σύνολο της μεταποίησης, ενώ φαίνεται να διοχετεύει μεγαλύτερο μέρος της αξίας παραγωγής προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου, η επενδυτική του δραστηριότητα είναι πολύ ασταθής και επηρεάστηκε έντονα από την οικονομική κρίση.
- Όσον αφορά τις επιδόσεις, ο κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ξεπερνά το σύνολο της ελληνικής μεταποίησης σε όρους αποδοτικότητας και παραγωγικότητας από το 2010 και έπειτα και δείχνει να βελτιώνεται διαρκώς, σε αντίθεση με τους υπόλοιπους μεταποιητικούς κλάδους, οι οποίοι ιδιαίτερα εκείνη την περίοδο λόγω της οικονομικής ύφεσης δεν μπόρεσαν να αξιοποιήσουν αποδοτικά τους παραγωγικούς τους συντελεστές. Παρ' όλα αυτά, κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης, πολλές επιχειρήσεις οδηγήθηκαν σε εσωτερικές αναδιαμορφώσεις συσχετισμένες με μεταβολές στο ανθρώπινο δυναμικό και μείωση στο κόστος εργασίας. Η μεταβολή αυτή δημιουργεί μια νέα βάση λειτουργίας για τους κλάδους η οποία κανονικοποιείται για το σύνολο της οικονομίας τα έτη μετά την κρίση, οδηγώντας τους δείκτες τέτοιων επιδόσεων να παρουσιάζουν μεγάλες μεταβολές, οι οποίες στην πραγματικότητα πιθανώς να μην είναι πλήρως αντιπροσωπευτικές.
- Σε σχέση με τον διεθνή κλάδο, ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού παρουσιάζει καλύτερες επιδόσεις σε όρους παραγωγικότητας, και μάλιστα συνεχώς βελτιούμενες. Το γεγονός αυτό μεταφράζεται σε συνεχή βελτίωση της θέσης του ελληνικού κλάδου σε επιδόσεις διεθνούς ανταγωνιστικότητας.
- Ως κύριοι συνεργάτες του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού όσον αφορά τις εισαγωγές, αναδείχθηκαν σε επίπεδο χώρας οι: Rest of World, Ιταλία,

ΗΠΑ, Γαλλία, Γερμανία, Μεγάλη Βρετανία και Ολλανδία. Εξίσου σημαντική είναι και η παρουσία των: Βουλγαρία, Βραζιλία, Τουρκία, Βέλγιο Ρουμανία, Ουγγαρία, Ρωσία και Κίνα, ενώ με την πάροδο των ετών η γεωγραφική διασπορά των χωρών-προμηθευτών αυξάνεται. Οι κύριοι κλάδοι που απαρτίζουν το φάσμα των προμηθευτών από τις χώρες αυτές ικανοποιούν ανάγκες του ελληνικού κλάδου σε πρώτες ύλες, μεταποιητικά ενδιάμεσα προϊόντα, ενέργεια, υπηρεσίες, εμπόριο, μεταφορά και αποθήκευση. Μάλιστα, κάθε χώρα φαίνεται να εστιάζει σε διαφορετικές δραστηριότητες και τομείς, αν και οι γεωργικές-κτηνοτροφικές εισροές και οι υπηρεσίες αποθήκευσης είναι το κύριο εισαγόμενο προϊόν.

- Οι εξαγωγές του ελληνικού κλάδου προς ενδιάμεση κατανάλωση απευθύνονται κυρίως στις εξής χώρες: Rest of World, Γερμανία Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία, Τουρκία, Κύπρος, Βουλγαρία, και Ρουμανία, ενώ ακολουθούν οι Ισπανία, ΗΠΑ, Ολλανδία και Δανία. Η γεωγραφική διασπορά των ενδιάμεσων εξαγωγών είναι μεγαλύτερη από εκείνη των εισαγωγών, καθώς οι χώρες που αναδείχθηκαν συγκεντρώνουν μικρότερο ποσοστό επί του συνόλου σε σχέση με τις χώρες εισαγωγείς. Η πλειοψηφία των χωρών εμφανίζεται τόσο στο κομμάτι των εισροών όσο και των εκροών, οδηγώντας στο συμπέρασμα πως ο ελληνικός κλάδος συμμετέχει σε σύνθετες αλυσίδες αξίας, καθώς εισάγει και επανεξάγει ενδιάμεσο προϊόν από και προς τις χώρες αυτές. Οι κύριοι αποδέκτες των εξαγωγών σε επίπεδο κλάδων, είναι ως επί το πλείστον αντίστοιχοι κλάδοι τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, και κλάδοι παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης. Εξαγωγές απευθύνονται επίσης σε μεταποιητικούς κλάδους, πιθανώς με τη μορφή παραπροϊόντων χρήσιμων σε αυτούς, στον αγροτικό και κτηνοτροφικό τομέα με τη μορφή λιπασμάτων και ζωοτροφών, αλλά και σε κλάδους εμπορίου και κατασκευών. Το μείγμα κλάδων αλλάζει ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της χώρας προορισμού και τις αντίστοιχες εμπορικές σχέσεις που έχουν σχηματιστεί.
- Οι εξαγωγές προς τελική κατανάλωση απευθύνονται κατά κύριο λόγο στις εξής χώρες: Rest of World, Γερμανία, Ιταλία, Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία και Κύπρος, και ακολουθούν οι Ολλανδία, ΗΠΑ, Βέλγιο, Ρωσία, Καναδάς, Βουλγαρία, Αυστραλία, Ρουμανία, Τουρκία και Ισπανία. Όπως φαίνεται οι εξαγωγές τελικών προϊόντων παρουσιάζουν μεγαλύτερη ποικιλία προορισμών, δείχνοντας πως τα ελληνικά καταναλωτικά προϊόντα διατροφής έχουν μεγάλη ποικιλία στη ζήτησή τους διεθνώς, ενώ μάλιστα με την πάροδο των ετών η γεωγραφική διασπορά αυξάνεται περαιτέρω. Όσον αφορά το φάσμα τελικών χρήσεων σε κάθε χώρα, προκύπτει πως σε όλες τις χώρες η εκροή προορίζεται για κατανάλωση σε νοικοκυριά, ενώ μόνο στην κατηγορία Rest of World φαίνεται να μεταφέρεται αξιοσημείωτη ποσότητα αξίας σε κρατικούς και κυβερνητικούς φορείς, εκτός από τα νοικοκυριά.
- Η παγκόσμια αλυσίδα αξίας στην οποία συμμετέχει ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού αποτυπώνεται μέσα από την ανάδειξη των σημαντικότερων κλάδων και της αντίστοιχης χώρας προέλευσης, με τους οποίους παρατηρείται διαχρονικά το μεγαλύτερο μέρος της εμπορικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα για τις εισαγωγές και εξαγωγές ενδιάμεσων, παρατηρήθηκε μεγάλη γεωγραφική διασπορά που πιθανώς συνδέεται με τις διάφορες συνεργασίες που διαμορφώνονται σε επίπεδο επιχειρήσεων. Για τις εισαγωγές, οι βασικοί κλάδοι είναι στην πλειοψηφία τους αγροτικοί-κτηνοτροφικοί, και σε ορισμένες περιπτώσεις

κλάδοι αποθήκευσης. Στο επίπεδο των εξαγωγών, ως βασικοί αποδέκτες διαχρονικά αναδεικνύονται κλάδοι τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού διαφόρων χωρών, ακολουθούμενοι από κλάδους παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης, κυρίως σε γειτονικές χώρες. Επομένως, γίνεται εμφανές πως η παγκόσμια αλυσίδα αξίας στην οποία συμμετέχει ο ελληνικός κλάδος είναι προσανατολισμένη κυρίως στην περαιτέρω μεταποίηση των προϊόντων του από αντίστοιχους διεθνείς κλάδους και σε δραστηριότητες σχετικές με τουρισμό. Αναφορικά με τις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, βασική συνιστώσα αποτελούν τα νοικοκυριά των διαφόρων χωρών-προορισμών. Από τα παραπάνω, ξεχωρίζει η περίπτωση της κατηγορίας RoW στην οποία εμφανίζεται ροή αξίας προς τελική κατανάλωση και σε κρατικούς και κυβερνητικούς φορείς.

- Η εγχώρια αλυσίδα αξίας του κλάδου αποτελείται στο επίπεδο εισροών από ποικιλία κλάδων που η δραστηριότητά τους συνεισφέρει στην παραγωγική του διαδικασία, με κύριους προμηθευτές τον εμπορικό και τον αγροτικό-κτηνοτροφικό. Η εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση απευθύνεται κυρίως στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης, γεγονός αναμενόμενο λόγω της έντονης τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, ενώ τα τελευταία έτη εμφανίζονται περισσότεροι μεταποιητικοί κλάδοι, ενδεχομένως λόγω της καλύτερης διαχείρισης παραπροϊόντων μεταξύ τους στο πλαίσιο της κυκλικής οικονομίας.
- Οι χώρες που αναδείχθηκαν ως κύριοι συνεργάτες του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού τόσο σε επίπεδο εισαγωγών όσο και σε επίπεδο εξαγωγών ενδιαμέσων, πλαισιώνουν γεωγραφικά την Ελλάδα και δεν χαρακτηρίζονται από μεγάλες αποστάσεις. Η παρατήρηση αυτή δείχνει μια τάση προς περιφεριοποίηση (regionalization) για τους κύριους συνεργάτες του διεθνούς εμπορίου ενδιαμέσων για τον κλάδο.
- Ως κύριος προμηθευτής αλλά και εξαγωγικός προορισμός ενδιαμέσων και τελικών προϊόντων αναδείχθηκε η κατηγορία χωρών Rest of World, που αποτελεί ένα αθροιστικό σύνολο επιμέρους χωρών, περιλαμβάνοντας αναπτυσσόμενες και μικρές οικονομίες, ενώ όλες οι υπόλοιπες χώρες-συνεργάτες που αναδείχθηκαν ανήκουν ως επί το πλείστον στην ΕΕ-28. Το γεγονός αυτό μπορεί να αποδοθεί στον χαρακτήρα της οικονομικής δραστηριότητας των χωρών που απαρτίζουν την κατηγορία RoW, καθώς κατά κανόνα διαθέτουν εντονότερη πρωτογενή δραστηριότητα σε σχέση με τη μεταποιητική, και πιθανώς συνδέεται με χαμηλότερα κόστη συναλλαγής, συναλλαγματικές ισοτιμίες και συνθήκες εμπορίου ευνοϊκές για την ελληνική βιομηχανία.
- Το γεγονός πως ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού λαμβάνει πολύ μικρή ποσότητα εισροών από τους αντίστοιχους κλάδους άλλων χωρών ενώ ταυτόχρονα εξάγει σημαντική ποσότητα σε αυτούς, αποτελεί ένδειξη τοποθέτησης σε πίσω σημείο (back end) της μεταποιητικής αλυσίδας, καθώς αναλαμβάνει τα πρώτα στάδια της επεξεργασίας. Λαμβάνοντας υπόψη την κατανομή αξίας κατά μήκος μιας αλυσίδας και θεωρώντας πως έχει τη μορφή “U” της smiling curve, όπου η μεταποίηση βρίσκεται στην περιοχή γύρω από το σημείο καμψής, ο ελληνικός κλάδος τοποθετείται σε σημείο που προσεγγίζει το σημείο καμψής αντί να βρίσκεται δεξιότερα από αυτό, όπως φαίνεται να τοποθετούνται οι διεθνείς κλάδοι τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού στους οποίους εξάγει. Η

τοποθέτηση αυτή πιθανότατα έχει αντίκτυπο και στην κατανομή των κερδών που προκύπτουν από τις μεταποιητικές διαδικασίες στα προϊόντα.

- Το περιεχόμενο των εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, της μεταποίησης αλλά και του συνόλου της ελληνικής οικονομίας, απαρτίζεται κατά κύριο λόγο από εγχώρια προστιθέμενη αξία σε σχέση με εξωτερική (foreign), ενώ μάλιστα ο εξεταζόμενος κλάδος εμφανίζει το μεγαλύτερο συγκριτικό ποσοστό. Το γεγονός αυτό αποτελεί ένδειξη πως οι κλάδοι αυτοί σχηματίζουν ισχυρότερους δεσμούς και κατ' επέκταση έχουν πιο έντονη προς τα εμπρός συμμετοχή (forward participation) σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας.
- Η εγχώρια προστιθέμενη αξία της μεταποίησης, του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και του συνόλου της ελληνικής οικονομίας παρουσιάζει σχεδόν μηδενικό ποσοστό επανεισαγόμενης εγχώριας προστιθέμενης αξίας, γεγονός που υποδεικνύει πως ούτε οι επιμέρους κλάδοι αλλά ούτε η ελληνική οικονομία ως σύνολο αποτελούν κόμβους σύνθετων παγκόσμιων αλυσίδων αξίας, καθώς η απόλυτη πλειοψηφία της ελληνικής προστιθέμενης αξίας διαπερνά τα σύνορα της χώρας μόνο μία φορά.
- Η συγκριτική διάρθρωση της άμεσα και έμμεσα προστιθέμενης αξίας είναι διαφορετική για τον ελληνικό κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε σχέση με το σύνολο της μεταποίησης. Και για τους δύο κλάδους είναι σημαντική η συνεισφορά των υπόλοιπων εγχώριων οικονομικών δραστηριοτήτων, αλλά για τον εξεταζόμενο κλάδο η συμβολή της έμμεσης προσθήκης είναι μεγαλύτερη, γεγονός που δείχνει την πληθώρα των διαδικασιών που σχετίζονται με την παραγωγή των προϊόντων τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού.
- Το σύνολο της ελληνικής οικονομίας παρουσιάζει παρόμοια δομή με τους δύο συγκρινόμενους κλάδους όσον αφορά τον προσανατολισμό της στην παγκόσμια αλυσίδα αξίας, καθώς η εγχώρια προστιθέμενη αξία καταλαμβάνει μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών από εκείνη που προέρχεται από το εξωτερικό. Από την παρουσία ελληνικής προστιθέμενης αξίας σε εξαγωγές τρίτων χωρών φαίνεται πως η ελληνική οικονομία έχει σημαντική παρουσία στο διεθνές εμπορικό γίγνεσθαι, αλλά είναι επίσης εμφανής ο αντίκτυπος που είχε η εγχώρια οικονομική ύφεση στις διεθνείς εμπορικές σχέσεις. Η διάρθρωση της εγχώριας αυτής αξίας σε άμεση, έμμεση και επανεισαγόμενη οδηγεί στο συμπέρασμα πως η Ελλάδα δεν αποτελεί κόμβο σύνθετης παγκόσμιας αλυσίδας αξίας, καθώς εμφανίζει αμελητέα επανεισαγόμενη αξία. Το γεγονός αυτό θα μπορούσε να επανεξεταστεί σε επίπεδο στρατηγικής επανατοποθέτησης της εθνικής οικονομίας, ώστε να αποτελέσει κόμβο και όχι απλά σταθμό των αλυσίδων.
- Όπως αναφέρθηκε, ο ίδιος ο ελληνικός κλάδος τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού δεν αποτελεί κόμβο σύνθετων αλυσίδων αξίας, εμφανίζοντας γραμμική και απλή συμμετοχή. Αποτελεί όμως κομμάτι σύνθετων αλυσίδων αξίας, καθώς παρατηρήθηκε πως οι χώρες από τις οποίες εισάγει ενδιάμεσες εισροές αποτελούν στη συνέχεια προορισμούς των ενδιάμεσων εξαγωγών του, έχοντας ως αποτέλεσμα προστιθέμενη αξία που προέρχεται από αυτές τις χώρες να ξαναπερνά από τα σύνορά τους για περεταίρω μεταποιητική δραστηριότητα αφού προηγουμένως είχε υποστεί προγενέστερη μεταποιητική κατεργασία στην Ελλάδα.

- Στο τέλος της εξεταζόμενης χρονικής περιόδου, ο κλάδος φαίνεται να στρέφεται σε εμπορικές συναλλαγές με χώρες οι οποίες διαθέτουν διαφορετικό συνάλλαγμα. Συγκεκριμένα, παρατηρούνται αυξανόμενα ποσοστά εξαγωγών σε χώρες όπως η Τουρκία, η Βουλγαρία και η κατηγορία Rest of World (ιδιαίτερα την περίοδο 2010-2014). Το γεγονός αυτό δείχνει πως το ενιαίο συνάλλαγμα δεν αποτελεί απαραίτητα κύριο κριτήριο δημιουργίας τέτοιων σχέσεων και πως η γεωγραφική εγγύτητα πιθανότατα αποτελεί βασικότερο παράγοντα, κυρίως σε περιπτώσεις που η εγγύτητα αυτή συνοδεύεται από ευνοϊκές συναλλαγματικές ισοτιμίες για τον κλάδο.
- Οι ενδείξεις για προσανατολισμό του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε προς τα εμπρός συμμετοχή (forward participation) σε παγκόσμιες αλυσίδες αξίας, σε συνδυασμό με τη θεώρηση πως στο εμπόριο ενδιάμεσων τοποθετείται σε πρώτα μεταποιητικά στάδια με την ελάχιστη επιστροφή αξίας, οδηγεί στο συμπέρασμα πως η συγκεκριμένη τοποθέτηση του κλάδου πιθανώς να μην είναι η πιο αποδοτική. Παράλληλα όμως, ο ελληνικός κλάδος είναι περισσότερο προσανατολισμένος στην αξιοποίηση ενδιάμεσων εισροών προς την παραγωγή τελικών προϊόντων, γεγονός που τον τοποθετεί σε περισσότερο downstream σημείο σχηματιζόμενων αλυσίδων με μεγαλύτερη επιστροφή αξίας, καθώς περιλαμβάνει και ενασχόληση με δραστηριότητες branding και προώθησης προϊόντων. Συνολικά, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως με τα διαθέσιμα δεδομένα είναι πιο αποδοτικό στρατηγικά για τον ελληνικό κλάδο να εστιάζει στην παραγωγή τελικών προϊόντων, ενώ στο εμπόριο ενδιάμεσων χρειάζεται να επανεξετάσει την στρατηγική του τοποθέτηση σε περισσότερο τελικά μεταποιητικά στάδια.

7.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Από τη μελέτη προέκυψαν και ορισμένα ερωτήματα, τα οποία χρήζουν περαιτέρω διερεύνησης:

- Σχετικά με την κατανομή αξίας και το μερίδιο που έχει ο ελληνικός κλάδος στην κατανομή των κερδών, θα ήταν σκόπιμο να πραγματοποιηθεί συγκριτική μελέτη και με άλλους, διεθνείς κλάδους οι οποίοι αναδείχθηκαν ως συνεργάτες στην παρούσα εργασία, με τη χρήση αντίστοιχων μακροοικονομικών δεδομένων. Έτσι, θα γίνει εφικτή η τοποθέτηση των διάφορων κλάδων στα επιμέρους τμήματα της παγκόσμιας αλυσίδας αξίας, γεγονός που επιτρέπει τον προσδιορισμό των κλάδων που εκμεταλλεύονται την καλύτερη τοποθέτησή τους, μεταφράζοντάς την σε καλύτερες επιδόσεις παραγωγικότητας ή/και κερδών.
- Ο κλάδος τροφίμων, ποτών και καπνών χαρακτηρίζεται ως ένας low-technology κλάδος, χωρίς όμως αυτό το γεγονός να μεταφράζεται στην έλλειψη δραστηριοτήτων από πλευράς του κλάδου που μπορούν να οδηγήσουν σε καινοτομία. Ένας βασικός παράγοντας διάχυσης της καινοτομίας και εξέλιξης των δραστηριοτήτων του κλάδου είναι τα άυλα περιουσιακά στοιχεία (intangible assets). Επομένως, κρίνεται σημαντική η διερεύνηση τόσο των επενδυτικών δραστηριοτήτων του κλάδου προς άυλα περιουσιακά στοιχεία, όσο επίσης και η μελέτη των εισροών που δέχεται ο κλάδος από αντίστοιχους κλάδους που παράγουν άυλα περιουσιακά στοιχεία με

σκοπό την χαρτογράφηση των διάφορων αλυσίδων άυλων περιουσιακών στοιχείων (τόσο εγχώριων όσο και διεθνών) που σχηματίζονται, καθώς επίσης και της επίδρασης αυτών των εισροών και επενδύσεων τόσο στην παραγωγική δραστηριότητα όσο και στις επιδόσεις και τις εμπορικές συναλλαγές του κλάδου.

- Ένα άλλο σημαντικό σημείο περαιτέρω ανάλυσης, αποτελεί η εμβάθυνση της προσέγγισης σε επίπεδο επιχειρήσεων του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού μέσα από έρευνα πεδίου. Η μικρο-οικονομική αυτή ανάλυση σε επίπεδο επιχείρησης θα αναδείξει τις διάφορες δομές διακυβέρνησης που παρουσιάζονται στις σχηματιζόμενες αλυσίδες αξίας ενώ παράλληλα επιτρέπει τον καλύτερο προσδιορισμό της δυναμικής των ελληνικών επιχειρήσεων στο πλαίσιο αυτό. Ο συνδυασμός δεδομένων σε δύο διαφορετικά επίπεδα θα μπορούσε να αναδείξει βασικά συμπεράσματα σχετικά με την πλήρη δραστηριότητα του κλάδου και παράλληλα θα μπορούσε να λειτουργήσει ως βασικό εργαλείο για την ολοκληρωμένη χάραξη βιομηχανικής πολιτικής σχετικής με τον κλάδο. Η εφαρμογή αντίστοιχων μελετών για τους υπόλοιπους κλάδους της ελληνικής οικονομίας θα μπορούσε να δημιουργήσει μια κατάλληλη βάση άντλησης δεδομένων προς τον σχηματισμό βιομηχανικής, οικονομικής και εμπορικής πολιτικής για την εθνική οικονομία.
- Ένα επιπλέον ερευνητικό μονοπάτι σε επίπεδο επιχειρήσεων, εντοπίζεται στο πεδίο της ανάπτυξης διεθνών συνεργασιών και εμπορικών συμφωνιών μεταξύ επιχειρήσεων με τους προμηθευτές και τους αποδέκτες των ροών ενδιαμέσων προϊόντων. Από την παρούσα μελέτη, προκύπτει πως οι κλάδοι ξένων χωρών που αναδείχθηκαν ως οι κύριοι συνεργάτες -τόσο σε επίπεδο εισαγωγών όσο και εξαγωγών ενδιαμέσων- αντιστοιχούν σε μειούμενο με την πάροδο των ετών ποσοστό της συνολικής ροής αξίας καθώς το πλήθος τους συνεχώς αυξάνεται. Αξίζει επομένως να διερευνηθούν τα κριτήρια σχηματισμού εμπορικών σχέσεων καθώς και η γενικότερη επιχειρηματική στρατηγική και πολιτική του κλάδου που οδηγεί στην αυξανόμενη αυτή γεωγραφική διασπορά.

Οι δύο επόμενες προτάσεις προκύπτουν από τους περιορισμούς της παρούσας μελέτης:

- Τα διαθέσιμα δεδομένα ροής αξίας για τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας βρίσκονται σε διψήφια κωδικοποίηση κατά NACE Rev.2 (βλ. Ενότητα 4.1.2), με αποτέλεσμα να μην μπορεί να ταυτοποιηθεί με ακρίβεια το περιεχόμενο της ροής αξίας μεταξύ κλάδων. Με την ύπαρξη δεδομένων σε τριψήφια κωδικοποίηση, η οποία φτάνει σε επίπεδο κατηγοριοποίησης των προϊόντων του διψήφιου κλάδου, θα είναι εφικτή η ταυτοποίηση ροών συγκεκριμένων προϊόντων από κλάδο σε κλάδο, αποκαλύπτοντας έτσι τους ακριβείς όρους συνεργασίας τους.
- Ο χρονικός ορίζοντας της μελέτης είναι περιορισμένος, καθώς τα διαθέσιμα στοιχεία της βάσης WIOD αφορούν την περίοδο 2000-2014, ενώ της βάσης TIVA την περίοδο 2005-2015 και 2016 σε ορισμένα μεγέθη. Με την ύπαρξη πιο πρόσφατων χρονικών δεδομένων, θα μπορούσε να αναδειχθεί η πρόσφατη εξέλιξη των τάσεων που φάνηκαν να διαμορφώνονται στην παρούσα μελέτη.

8 Βιβλιογραφία

Al-Mudimigh, A., Zairi, M. & Ahmed, A., 2004. Extending the concept of supply chain: the effective management of value chains. *International Journal of Production Economics*, 87(3), pp. 309-320.

American Marketing Association (AMA), 2007. [Online]
Available at: <https://www.ama.org/>

Azmeh, S. & Nadvi, K., 2014. Asian firms and the restructuring of global value chains. *International Business Review*, 23(4), pp. 708-717.

Bair, J., 2005. Global capitalism and commodity chains: Looking back, going forward. *Competition and Change*, 9(2), pp. 153-180.

Baldwin, C. & Clark, K., 2000. *Design Rules*. Massachusetts: MIT Press.

Baldwin, R. & Lopez-Gonzalez, J., 2015. Supply-chain trade: a portrait of global patterns and several testable hypotheses. *The World Economy*, 38(11), pp. 1682-1721.

Barrientos, S., Gereffi, G. & Rossi, A., 2011. Economic and social upgrading in global production networks: a new paradigm for a changing world. *International Labour Review*, 150(3-4), pp. 319-340.

Blazek, J., 2016. Towards a typology of repositioning strategies of GVC/GPN suppliers: the case of functional upgrading and downgrading. *Journal of Economic Geography*, 16(4), pp. 1-21.

Borras, M., Ernst, D. & Haggard, S., 2000. *International Production Networks in Asia: Rivalry or Riches?*. London: Routledge.

Cantwell, J. & Mudambi, R., 2005. MNEs competence-creating subsidiary mandates. *Strategic Management Journal*, 26(12), pp. 1109-1128.

Cantwell, J. & Piscitello, L., 2015. New competence creation in multinational company subunits: the role of international knowledge. *The World Economy*, 38(2), pp. 231-254.

CatChain D1.1, 2018. *Deliverable 1.1: Catching Up among Firms, Industries and Countries*. Working paper in the context of CatChain project.

CatChain D1.2, 2019. *Deliverable 1.2: Windows of Opportunities, Global Value Chain and Catching-Up*. Working paper in the context of CatChain project.

Chen, X., Cheng, L., Fung, K. & Lau, L., 2004. The Estimation of Domestic Value-added and Employment Induced by Exports: An Application to Chinese Exports to the United States. In: Y. Cheung & K. Wong, eds. *China and Asia: Economic and Financial Interactions*. New York: Routledge.

Contractor, F., Kumar, V., Kundu, S. & Pedersen, T., 2010. Reconceptualizing the firm in a world of outsourcing and offshoring: the organizational and geographical relocation of high-value company functions. *Journal of Management Studies*, 47(8), pp. 1417-1433.

Cox, A., 1999. Power, value and supply chain management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 4(4), pp. 167-175.

- Daudin, G., Riffart, C. & Schweisguth, D., 2011. Who Produces for Whom in the World Economy?. *Canadian Journal of Economics*, 44(4), pp. 1403-1437.
- de Marchi, V., Di Maria, E. & Ponte, S., 2014. Multinational firms and the management of international networks: the contribution of studies on global value chains. *Advances in International Management*, Τόμος 27, pp. 463-486.
- de Marchi, V., Giuliani, E. & Rabellotti, R., 2017. Do Global Value Chains Offer Developing Countries Learning and Innovation Opportunities?. *The European Journal of Development Research*, 30(3).
- Di Domenico, C., Ouzrout, Y., Savinno, M. & Bouras, B., 2007. Supply chain management analysis: a simulation approach of the value chain operations reference model (VCOR). Στο: *Advances in Production Management Systems*. US: Springer, pp. 257-264.
- Dicken, P., 1998. *Global Shift: Transforming the World Economy*. 3rd επιμ. New York: Guilford Press.
- Dietzenbacher, E. και συν., 2013. The construction of World Input-Output Tables in the WIOD Project. *Economic Systems Research*, 25(1), pp. 71-98.
- Espino-Rodríguez, T. & Rodríguez-Díaz, M., 2014. Determining the core activities in the order fulfillment process: an empirical application. *Business Process Management Journal*, 20(1), pp. 2-24.
- European Commission, 2011. *A renewed EU strategy 2011–2014 for corporate social responsibility*. [Online]
Available at: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
[Accessed November 2019].
- Eurostat SBS, 2020. [Online]
[Accessed January 2020].
- Eurostat, 2008. *NACE Rev.2 - Statistical classification of economic activities in the European Community*, Luxembourg: European Communities.
- Fernandez-Stark, K., Bamber, P. & Gereffi, G., 2011. *Workforce Development in the Fruit and Vegetable Global Value Chain*. Center on Globalization Governance & Competitiveness and RTI International.
- Frederick, S., 2016. *Global Value Chains Initiative*. [Online]
Available at: <https://globalvaluechains.org/>
[Accessed October 2019].
- Frederick, S. & Gereffi, G., 2009. *Value chain governance*. USAID Briefing Paper.
- G20, 2019. *G20 Participants*. [Online]
Available at: <https://g20.org/en/about/Pages/Participants.aspx>
[Accessed December 2019].
- Gereffi, G., 1994. The organization of buyer-driven global commodity chains: How US retailers shape overseas production networks. Στο: *Commodity chains and global capitalism*. Westport, Connecticut: Praeger.

- Gereffi, G., 1995. Global Production Systems and Third World Development. Στο: *Global Change, Regional Response: The New International Context of Development*. Cambridge; New York and Melbourne: Cambridge University Press, pp. 100-142.
- Gereffi, G., 2005. The Global Economy: Organization, Governance, and Development. Στο: *The Handbook of Economic Sociology (2nd Edition)*. Princeton and Oxford: Princeton University Press; New York: Russell Sage Foundation, pp. 160-182.
- Gereffi, G. & Fernandez-Stark, K., 2011. *Global Value Chain Analysis: A Primer*. North Carolina, USA: Center on Globalization, Governance & Competitiveness (CGGC), Duke University.
- Gereffi, G., Humphrey, J., Kaplinsky, R. & Sturgeon, T., 2001. Introduction: Globalisation, Value Chains and Development. *IDS Bulletin*, 32(3), pp. 1-8.
- Gereffi, G., Humphrey, J. & Sturgeon, T., 2005. The governance of global value chains. *Review of International Political Economy*, 12(1), pp. 78-104.
- Gereffi, G. & Korzeniewicz, M., 1994. *Commodity Chains and Global Capitalism*. Westport, Connecticut: Praeger.
- Gereffi, G., Lee, J. & Christian, M., 2008. *The Governance structures of U.S.-based food and agriculture value chains and their relevance to healthy diets*. Paper prepared for the Health Eating Research Program, Robert Wood Johnson Foundation.
- Gereffi, G. & Lee, J., 2012. Why the world suddenly cares about global supply chains. *Journal of Supply Chain Management*, 48(3), pp. 24-32.
- Gereffi, G. & Lee, J., 2016. Economic and social upgrading in global value chains and industrial clusters: Why governance matters. *Journal of Business Ethics*, 133(1), pp. 25-38.
- Gibbon, P., Bair, J. & Ponte, S., 2008. Governing global value chains. *Economy and Society*, 37(3), pp. 315-338.
- Gibbon, P. & Ponte, S., 2008. Global value chains: From governance to governmentality?. *Economy and Society*, 37(3), pp. 365-392.
- Gilley, K. & Rasheed, A., 2000. Making more by doing less: an analysis of outsourcing and its effects on firm performance. *Journal of Management*, 26(4), pp. 763-790.
- Gupta, A. & Govindarajan, V., 2001. Converting global presence into global competitive advantage. *Academy of Management Perspectives*, 15(2), pp. 45-56.
- Hansen, M., Pedersen, T. & Petersen, B., 2009. MNC strategies and linkage effects in developing countries. *Journal of World Business*, 44(2), pp. 121-130.
- Ha, Y. & Giroud, A., 2015. Competence-creating subsidiaries and FDI technology spillovers. *International Business Review*, 24(4), pp. 605-614.
- Hernández, V. & Pedersen, T., 2017. Global value chain configuration: A review and research agenda. *BRQ Business Research Quarterly*, 20(2), pp. 137-150.
- <http://business-case-builder.com>, 2019. [Online]
Available at: <http://business-case-builder.com/>
[Accessed October 2019].

- Hummels, D., Ishii, J. & Yi, K.-M., 2001. The Nature and Growth of Vertical Specialization in World Trade. *Journal of International Economics*, 54(1), p. 75–96.
- Humphrey, J. & Schmitz, H., 2002b. How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?. *Regional Studies*, 36(9), pp. 1017-1027.
- Humphrey, J., 2004. *Upgrading in global value chains*. Working Paper No. 28.
- Humphrey, J. & Schmitz, H., 2002a. *Developing Country Firms in the World Economy: Governance and Upgrading in Global Value Chains*, INEF Report No.61: University of Duisburg.
- ILO, 1999. *Decent Work*, Geneva: Report of the Director-General to the 89th Session of the International Labour Conference.
- Investopedia, 2018. *Turnkey Solution*. [Online]
Available at: https://www.investopedia.com/terms/t/turnkey_solution.asp
[Accessed October 2019].
- Investopedia, 2019. *Arm's length market*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/a/arms-length-market.asp>
[Accessed October 2019].
- Investopedia, 2019. *Balance of Trade (BOT)*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/b/bot.asp>
[Accessed January 2020].
- Investopedia, 2019. *Business Cycle*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/b/businesscycle.asp>
[Accessed December 2019].
- Investopedia, 2019. *Economies of Scale*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/terms/e/economiesofscale.asp>
[Accessed October 2019].
- Investopedia, 2019. *Economies of Scope*. [Online]
[Accessed October 2019].
- Investopedia, 2019. *GDP vs. GNP: What's the Difference?*. [Online]
Available at: <https://www.investopedia.com/ask/answers/030415/what-functional-difference-between-gdp-and-gnp.asp>
[Accessed November 2019].
- ISWGNA, 2008. *System of National Accounts*. New York, United Nations, Department of Economic and Social Affairs (2010).
- Jacobides, M. & Winter, S., 2005. The co-evolution of capabilities and transaction costs: explaining the institutional structure of production. *Strategic Management Journal*, 26(5), pp. 395-413.
- Johnson, R. & Noguera, G., 2012. Accounting for Intermediate Production Sharing and Trade in Value Added. *Journal of International Economics*, 86(2), p. 224–236.

- Kaplinsky, R., 2000. Globalisation and unequalisation: what can be learned from value chain analysis?. *Journal of Development Studies*, 37(2), pp. 117-146.
- Kastelli, I., Tsakanikas, A. & Caloghirou, Y., 2016. Technology transfer as a mechanism for dynamic transformation in the food sector. *The Journal of Technology Transfer*, 43(4), pp. 882-900.
- Koopman, R., Wang, Z. & Wei, S., 2012. Estimating Domestic Content in Exports when Processing Trade is Pervasive. *Journal of Development Economics*, 99(1), p. 178–189.
- Koopman, R., Wang, Z. & Wei, S., 2014. Tracing Value-Added and Double Counting in Gross Exports. *American Economic Review*, 104(2), p. 259–294.
- Lee, K., Szapiro, M. & Mao, Z., 2018. From global value chains (GVC) to innovation systems for local value chains and knowledge creation. *The European Journal of Development Research*, 30(3), pp. 424-441.
- Leontief, W., 1936. Quantitative Input-Output Relations in the Economic System of the United States. *Review of Economics and Statistics*, 18(3), pp. 105-125.
- Leontief, W., 1941. *The Structure of American Economy 1919–1939*. New York: Oxford University Press.
- Linares-Navarro, E., Pedersen, T. & Plá-Barber, J., 2014. Fine slicing of the value chain and offshoring of essential activities: empirical evidence from European multinationals. *Journal of Business Economics & Management*, 15(1), pp. 111-134.
- Los, B., Timmer, M. & Vries, G., 2015. How global are global value chains? A new approach to measure international fragmentation. *Journal of Regional Science*, 55(1), pp. 66-92.
- Mahutga, M., 2012. When do value chains go global? A theory of the spatialization of global value chains. *Global Networks*, 12(1), pp. 1-21.
- McIvor, R., 2000. A practical framework for understanding the outsourcing process. *Supply Chain Management International Journal*, 5(1), pp. 22-36.
- McKinsey Global Institute, 2019. *Globalization in transition: The future of trade and value chains*. McKinsey&Company.
- Melitz, M., 2003. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, 71(6), p. 1695–1725.
- Miller, R. & Blair, P., 2009. *Input - Output Analysis: Foundations and Extensions*. Cambridge University Press.
- Mudambi, R., 2008. Location, control and innovation in knowledge-intensive industries. *Journal of Economic Geography*, 8(5), pp. 699-725.
- Mudambi, R. & Puck, J., 2016. A global value chain analysis of the ‘regional strategy’ perspective. *Journal of Management Studies*, 53(6), p. Journal of Management Studies.
- Nicovich, S., Dibrell, P. & Davis, P., 2007. Integration of value chain position and Porter’s (1980) competitive strategies into the market orientation conversation: an examination of upstream and downstream activities. *Journal of Business and Economic Studies*, 13(2), pp. 91-106.

- O'Mahony, M. & Timmer, M., 2009. Output, Input and Productivity Measures at the Industry Level: the EU KLEMS Database. *Economic Journal*, 119(538), pp. 374-403.
- OECD, 2013. *Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains*, Paris: OECD Publishing.
- OECD, 2017. *Measuring and analyzing the impact of GVCs on economic development*. World Bank Publications.
- OECD, 2019. *Guide to OECD's Trade in Value Added (TiVA) Indicators, 2018 edition*. OECD.
- OECD, 2019. *OECD Member countries*. [Online]
Available at: <http://www.oecd.org/about/members-and-partners/>
[Accessed December 2019].
- Pananond, P., 2013. Where do we go from here? Globalizing subsidiaries moving up the value chain. *Journal of International Management*, 19(3), pp. 207-219.
- Peppard, J. & Rylander, A., 2006. From Value Chain to Value Network: Insights from Mobile Operators. *European Management Journal*, 24(2-3), pp. 128-141.
- Ponte, S. & Ewert, J., 2009. Which way is "Up" in upgrading? Trajectories of change in the value chain for South African wine. *World Development*, 37(10), p. 1637-1650.
- Porter, M., 1985. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press (Republished with a new introduction, 1998).
- Porter, M., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Porter, M., 1991. Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, 12(S2), pp. 95-117.
- Porter, M., 1998. On Competition. *The Harvard business book series*, p. 77.
- Priem, R. & Swink, M., 2012. A demand-side perspective on supply chain management. *Journal of Supply Chain Management*, 48(2), pp. 7-13.
- Quinn, J., 1999. Strategic outsourcing: leveraging knowledge capabilities. *Sloan Management Review*, 40(4), pp. 9-21.
- Raikes, P., Jensen, M. & Ponte, S., 2000. Global commodity chain analysis and the French filière approach: comparison and critique. *Economy and Society*, 29(3), pp. 390-417.
- Rugman, A., Li, J. & Oh, C., 2009. Are supply chains global or regional?. *International Marketing Review*, 26(4-5), pp. 384-395.
- Singer, M. & Donoso, P., 2008. Upstream or downstream in the value chain?. *Journal of Business Research*, 61(6), pp. 669-677.
- Stabell, C. & Fjeldstad, Ø., 1998. Configuring value for competitive advantage: on chains, shops, and networks. *Strategic Management Journal*, 19(5), pp. 413-437.
- Sturgeon, T., 2001. How do we define value chains and production networks?. *IDS Bulletin*, 32(3), pp. 9-18.

- Sturgeon, T., 2002. Modular production networks: a new American model of industrial organization. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), p. 451–496.
- Sturgeon, T. et al., 2013. Direct Measurement of Global Value Chains: Collecting Product- and Firm-Level Statistics on Value Added and Business Function Outsourcing and Offshoring. In: A. Mattoo, Z. Wang & S. Wei, eds. *Trade in Value Added: Developing New Measures of Cross-Border Trade*. Washington, DC: World Bank, p. 289–320.
- Sturgeon, T. & Van Biesebroeck, J., 2011. Global value chains in the automotive industry: an enhanced role for developing countries?. *International Journal of Technological Learning, Innovation and Development*, 4(1/2/3), pp. 181-205.
- Tansuchat, R., Nimsai, S. & Piboonrungraj, P., 2016. Exploring opportunities and threats in logistics and supply chain management of Thai fruits to India. *International Journal of Supply Chain Management*, 5(2), pp. 150-157.
- Timmer, M., 2012. *The World Input-Output Database (WIOD): contents, sources, methods*. WIOD working paper No.10. Institute for International and Development Economics.
- Timmer, M. και συν., 2015. An Illustrated User Guide to the World Input–Output Database: the Case of Global Automotive Production. *Review of International Economics*, 23(3), p. 575–605.
- Timmer, M., Los, B., Stehrer, R. & de Vries, G., 2016. *An Anatomy of the Global Trade Slowdown based on the WIOD 2016 Release*, University of Groningen: GGDC Research Memorandum GD-162, Groningen Growth and Development Centre.
- Tokatli, N., 2013. Toward a better understanding of the apparel industry: a critique of the upgrading literature. *Journal of Economic Geography*, 13(6), pp. 993-1011.
- Tsakanikas, A., Roth, F., Calìò, S., Caloghirou, Y. & Dimas, P., 2020. *The contribution of intangible inputs and participation in global value chains to productivity performance*. Working paper in the context of Horizon 2020 GLOBALINTO project (WP6 – Macro-economic underpinnings of growth using EU-wide industry-level data).
- UN, 2019. *The System of National Accounts (SNA)*. [Online] Available at: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/sna.asp> [Accessed December 2019].
- UNIDO, 2013. *UNIDO Approach to Cluster Development*. [Online] Available at: <http://www.clustersfordevelopment.org/> [Accessed November 2019].
- Verbeke, A., Kano, L. & Yuan, W., 2016. Inside the regional multinationals: a new value chain perspective on subsidiary capabilities. *International Business Review*, 25(3), pp. 785-793.
- Wang, Z., Wei, S., Yu, X. & Zhu, K., 2017. *Measures of Participation in Global Value Chain and Global Business Cycles*. NBER Working Paper No. 23222, Cambridge, MA: NBER.
- Ye, M., Meng, B. & Wei, S.-J., 2015. *Measuring smile curves in global value chains*, IDE Discussion Papers 530. Japan External Trade Organization(JETRO): Institute of Developing Economies.

Zhang, Q., 2018. *Transforming Economic Growth and China's Industrial Upgrading*. Singapore: Springer.

ΕΛΣΤΑΤ, 2008. *Ταξινόμηση οικονομικών δραστηριοτήτων*. [Online] [Accessed January 2020].

ΙΟΒΕ, 2016. *Η συνεισφορά του ομίλου ΟΤΕ στην ελληνική οικονομία*, Αθήνα: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.

ΙΟΒΕ, 2017. *Ο τομέας μεταποίησης στην Ελλάδα: Τάσεις και προοπτικές*, Αθήνα: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.

ΙΟΒΕ, 2019. *Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών Facts & Figures*, Αθήνα: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών.

ΚΕΠΕ, 2018. *Ελληνική Μεταποίηση: Εξελίξεις, προοπτικές και προκλήσεις πολιτικής*, Αθήνα: Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.

ΣΕΒ, 2019. *Βιομηχανία 4.0 - Πρόταση Εθνικής Στρατηγικής*, Αθήνα: Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών.

Παράρτημα Α: Πίνακες εισροών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο της μεταποίησης

Πίνακας Α. 1: Δεδομένα εισροών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	Εγχώριες εισροές ενδιάμεσων	Ποσοστό εγχωρίων στη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	Εισαγωγές ενδιάμεσων	Ποσοστό εισαγωγών στη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	Εισαγωγές ενδιάμεσων από χώρες εντός ΕΕ-28	Ποσοστό εισαγωγών από ΕΕ-28 στις εισαγωγές ενδιάμεσων	Εισαγωγές ενδιάμεσων από χώρες εκτός ΕΕ-28	Ποσοστό εισαγωγών εκτός ΕΕ-28 στις εισαγωγές ενδιάμεσων
2000	8.318	7.483	90,0%	835	10,0%	494	59,2%	341	40,8%
2001	8.812	7.939	90,1%	873	9,9%	518	59,3%	355	40,7%
2002	8.859	8.077	91,2%	783	8,8%	454	58,0%	329	42,0%
2003	10.739	9.745	90,7%	995	9,3%	625	62,8%	370	37,2%
2004	12.260	11.095	90,5%	1.165	9,5%	706	60,6%	459	39,4%
2005	12.655	11.471	90,6%	1.184	9,4%	690	58,2%	494	41,8%
2006	12.496	11.152	89,2%	1.344	10,8%	773	57,5%	571	42,5%
2007	14.627	12.906	88,2%	1.721	11,8%	1.010	58,7%	711	41,3%
2008	15.329	13.440	87,7%	1.888	12,3%	1.063	56,3%	826	43,7%
2009	16.748	15.093	90,1%	1.656	9,9%	979	59,1%	677	40,9%
2010	15.216	13.662	89,8%	1.554	10,2%	900	57,9%	655	42,1%
2011	16.153	14.365	88,9%	1.789	11,1%	996	55,7%	793	44,3%
2012	14.184	12.610	88,9%	1.574	11,1%	847	53,8%	727	46,2%
2013	14.003	12.440	88,8%	1.562	11,2%	844	54,0%	719	46,0%
2014	14.377	12.718	88,5%	1.660	11,5%	856	51,6%	804	48,4%
Μέσος Όρος			89,6%		10,4%		57,5%		42,5%

Παράρτημα Α

Πίνακας Α. 2: Δεδομένα εισροών του κλάδου της μεταποίησης C για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	Εγχώριες εισροές ενδιαμέσων	Ποσοστό εγχωρίων στη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	Εισαγωγές ενδιαμέσων	Ποσοστό εισαγωγών στη συνολική ενδιάμεση κατανάλωση	Εισαγωγές ενδιαμέσων από χώρες εντός ΕΕ- 28	Ποσοστό εισαγωγών από ΕΕ-28 στις εισαγωγές ενδιαμέσων	Εισαγωγές ενδιαμέσων από χώρες εκτός ΕΕ-28	Ποσοστό εισαγωγών εκτός ΕΕ-28 στις εισαγωγές ενδιαμέσων
2000	26.529	19.818	74,7%	6.711	25,3%	2.236	33,3%	4.475	66,7%
2001	27.172	20.662	76,0%	6.510	24,0%	2.332	35,8%	4.178	64,2%
2002	27.766	21.604	77,8%	6.161	22,2%	2.360	38,3%	3.801	61,7%
2003	34.528	26.457	76,6%	8.071	23,4%	2.967	36,8%	5.104	63,2%
2004	39.832	30.013	75,3%	9.819	24,7%	3.657	37,2%	6.162	62,8%
2005	44.363	32.772	73,9%	11.590	26,1%	3.488	30,1%	8.102	69,9%
2006	48.849	34.798	71,2%	14.051	28,8%	4.039	28,7%	10.012	71,3%
2007	54.873	38.492	70,1%	16.381	29,9%	5.204	31,8%	11.177	68,2%
2008	62.832	42.398	67,5%	20.434	32,5%	5.996	29,3%	14.438	70,7%
2009	52.894	38.561	72,9%	14.333	27,1%	4.079	28,5%	10.253	71,5%
2010	55.015	37.921	68,9%	17.094	31,1%	4.143	24,2%	12.951	75,8%
2011	56.568	37.530	66,3%	19.038	33,7%	4.196	22,0%	14.842	78,0%
2012	53.877	33.983	63,1%	19.894	36,9%	3.789	19,0%	16.105	81,0%
2013	52.516	34.081	64,9%	18.435	35,1%	3.681	20,0%	14.754	80,0%
2014	52.687	33.810	64,2%	18.877	35,8%	3.899	20,7%	14.978	79,3%
Μέσος Όρος			70,9%		29,1%		29,1%		70,9%

Παράρτημα Β: Πίνακες εκροών και εξαγωγών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο της μεταποίησης

Πίνακας Β. 1: Δεδομένα εκροών, προστιθέμενης αξίας και επενδύσεων του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Συνολική εκροή	Εκροή προς Ενδιάμεση κατανάλωση	Εκροή προς εγχώρια ενδιαμ. κατανάλωση	Ποσοστό της εγχώριας εκροής στην εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση	Εκροή προς Τελική κατανάλωση	Εκροή προς εγχώρια τελική κατανάλωση	Ποσοστό της εγχώριας τελικής εκροής στην εκροή προς τελική κατανάλωση	Προστιθέμενη αξία	Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου
2000	11.181	1.724	1.708	99,1%	9.457	9.422	99,6%	2.728	40,8
2001	12.121	1.920	1.896	98,7%	10.201	10.100	99,0%	3.158	24,0
2002	12.811	1.803	1.791	99,3%	11.008	10.990	99,8%	3.817	19,7
2003	15.502	2.054	2.017	98,2%	13.448	13.251	98,5%	4.594	24,7
2004	17.728	2.303	2.281	99,0%	15.426	15.394	99,8%	5.269	25,8
2005	17.787	1.971	1.945	98,7%	15.816	15.772	99,7%	4.915	24,6
2006	17.684	1.991	1.966	98,7%	15.693	15.648	99,7%	4.957	20,7
2007	21.124	2.827	2.781	98,4%	18.297	18.141	99,1%	6.203	30,8
2008	22.695	2.107	2.071	98,3%	20.589	20.537	99,7%	7.055	36,5
2009	23.623	2.523	2.483	98,4%	21.100	21.009	99,6%	6.570	39,6
2010	21.635	2.358	2.323	98,5%	19.277	19.184	99,5%	6.133	35,3
2011	22.840	2.685	2.643	98,4%	20.155	20.037	99,4%	6.370	41,7
2012	20.552	3.014	2.960	98,2%	17.538	17.291	98,6%	6.084	62,9
2013	20.698	3.770	3.654	96,9%	16.928	16.239	95,9%	6.415	93,6
2014	20.938	3.542	3.434	97,0%	17.396	16.583	95,3%	6.255	89,6
Μέσος Όρος				98,4%			98,9%		

Παράρτημα Β

Πίνακας Β. 2: Δεδομένα εκροών, προστιθέμενης αξίας και επενδύσεων του κλάδου της μεταποίησης C για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Συνολική εκροή	Εκροή προς Ενδιάμεση κατανάλωση	Εκροή προς εγχώρια ενδιαμ. κατανάλωση	Ποσοστό της εγχώριας εκροής στην εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση	Εκροή προς Τελική κατανάλωση	Εκροή προς εγχώρια τελική κατανάλωση	Ποσοστό της εγχώριας τελικής εκροής στην εκροή προς τελική κατανάλωση	Προστιθέμενη αξία	Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφαλαίου
2000	39.879	18.816	15.825	84,1%	21.063	19.613	93,1%	12.535	1.294
2001	41.510	20.223	17.402	86,0%	21.286	19.617	92,2%	13.548	1.482
2002	43.682	20.922	18.208	87,0%	22.759	21.340	93,8%	15.203	1.552
2003	54.024	26.047	22.123	84,9%	27.978	25.800	92,2%	18.527	1.815
2004	62.173	28.954	23.776	82,1%	33.220	30.663	92,3%	21.075	2.055
2005	67.086	31.035	24.809	79,9%	36.051	33.167	92,0%	21.284	1.743
2006	73.729	35.665	27.358	76,7%	38.065	34.297	90,1%	23.137	1.681
2007	84.054	41.587	30.901	74,3%	42.467	37.687	88,7%	26.992	2.674
2008	96.129	45.903	32.480	70,8%	50.227	45.426	90,4%	30.267	2.863
2009	80.258	36.482	28.318	77,6%	43.776	40.506	92,5%	25.311	2.587
2010	79.203	35.378	25.164	71,1%	43.825	40.416	92,2%	21.683	2.259
2011	81.702	38.489	22.743	59,1%	43.213	38.387	88,8%	22.516	1.674
2012	75.910	37.547	20.606	54,9%	38.363	32.665	85,1%	19.756	1.098
2013	75.536	38.400	20.438	53,2%	37.136	30.381	81,8%	20.427	1.236
2014	74.854	36.984	18.852	51,0%	37.870	30.763	81,2%	19.502	1.111
Μέσος Όρος				72,9%			89,8%		

Παράρτημα Β

Πίνακας Β. 3: Δεδομένα εξαγωγών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Σύνολο εξαγωγών	Ποσοστό συνολικών εξαγωγών στη συνολική εκροή	Εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση	Ποσοστό εξαγωγών ενδιάμεσων προς την εκροή ενδιάμεσων	Εξαγωγές ενδιάμεσων προς ΕΕ-28	Ποσοστό εξαγωγών ενδιάμεσων προς ΕΕ-28 στις εξαγωγές ενδιάμεσων	Εξαγωγές ενδιάμεσων προς χώρες εκτός ΕΕ-28	Εξαγωγές προς τελική κατανάλωση	Ποσοστό τελικών στην εκροή προς τελική καταν.	Εξαγωγές τελικής καταν. προς ΕΕ-28	Ποσοστό εξαγωγών τελικών προς ΕΕ-28 στις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση	Εξαγωγές τελικής κατανάλωσης προς χώρες εκτός ΕΕ-28
2000	51,4	0,5%	16,3	0,9%	8,6	52,7%	7,7	35,0	0,4%	6,8	19,4%	28,2
2001	125,5	1,0%	24,6	1,3%	16,1	65,4%	8,5	100,9	1,0%	57,5	56,9%	43,5
2002	29,4	0,2%	11,9	0,7%	7,5	63,4%	4,3	17,6	0,2%	5,8	33,1%	11,8
2003	233,9	1,5%	37,0	1,8%	24,1	65,2%	12,9	197,0	1,5%	135,6	68,8%	61,4
2004	53,1	0,3%	22,0	1,0%	14,4	65,6%	7,6	31,2	0,2%	10,8	34,8%	20,3
2005	70,4	0,4%	26,4	1,3%	16,7	63,4%	9,6	44,0	0,3%	10,6	24,1%	33,4
2006	69,8	0,4%	25,1	1,3%	16,2	64,6%	8,9	44,7	0,3%	13,3	29,9%	31,3
2007	201,2	1,0%	45,4	1,6%	32,1	70,8%	13,2	155,8	0,9%	93,8	60,2%	62,0
2008	87,5	0,4%	35,8	1,7%	24,8	69,2%	11,0	51,7	0,3%	16,0	30,9%	35,7
2009	131,5	0,6%	40,3	1,6%	24,7	61,3%	15,6	91,2	0,4%	14,7	16,1%	76,5
2010	127,3	0,6%	35,0	1,5%	21,8	62,3%	13,2	92,3	0,5%	13,5	14,6%	78,8
2011	159,7	0,7%	41,9	1,6%	21,0	50,1%	20,9	117,8	0,6%	15,9	13,5%	102,0
2012	300,3	1,5%	54,0	1,8%	28,2	52,2%	25,8	246,2	1,4%	109,3	44,4%	136,9
2013	805,9	3,9%	116,0	3,1%	70,0	60,3%	46,0	689,9	4,1%	423,2	61,3%	266,7
2014	921,1	4,4%	107,8	3,0%	62,7	58,2%	45,0	813,3	4,7%	478,4	58,8%	334,9
Μέσος Όρος		1,2%		1,6%		61,7%			1,1%		37,8%	

Παράρτημα Β

Πίνακας Β. 4: Δεδομένα εξαγωγών του κλάδου της μεταποίησης C για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Σύνολο εξαγωγών	Ποσοστό συνολικών εξαγωγών στη συνολική εκροή	Εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση	Ποσοστό εξαγωγών ενδιάμεσων προς την εκροή ενδιάμεσων	Εξαγωγές ενδιάμεσων προς ΕΕ-28	Ποσοστό εξαγωγών ενδιάμεσων προς ΕΕ-28 στις εξαγωγές ενδιάμεσων	Εξαγωγές ενδιάμεσων προς χώρες εκτός ΕΕ-28	Εξαγωγές προς τελική κατανάλωση	Ποσοστό τελικών στην εκροή προς τελική καταν.	Εξαγωγές τελικής καταν. προς ΕΕ-28	Ποσοστό εξαγωγών τελικών προς ΕΕ-28 στις εξαγωγές προς τελική κατανάλωση	Εξαγωγές τελικής κατανάλωσης προς χώρες εκτός ΕΕ-28
2000	4.441	11,1%	2.991	15,9%	1.614	54,0%	1.377	1.450	6,9%	838	57,8%	613
2001	4.491	10,8%	2.821	14,0%	1.650	58,5%	1.171	1.669	7,8%	1.153	69,1%	516
2002	4.134	9,5%	2.715	13,0%	1.465	54,0%	1.250	1.419	6,2%	848	59,7%	571
2003	6.101	11,3%	3.924	15,1%	2.237	57,0%	1.687	2.177	7,8%	1.477	67,9%	700
2004	7.734	12,4%	5.177	17,9%	2.898	56,0%	2.280	2.557	7,7%	1.688	66,0%	869
2005	9.111	13,6%	6.226	20,1%	3.231	51,9%	2.995	2.884	8,0%	1.630	56,5%	1.254
2006	12.075	16,4%	8.307	23,3%	4.468	53,8%	3.839	3.768	9,9%	2.201	58,4%	1.566
2007	15.465	18,4%	10.685	25,7%	6.152	57,6%	4.534	4.780	11,3%	2.831	59,2%	1.949
2008	18.223	19,0%	13.423	29,2%	7.126	53,1%	6.296	4.800	9,6%	2.641	55,0%	2.160
2009	11.434	14,2%	8.164	22,4%	4.211	51,6%	3.953	3.270	7,5%	1.801	55,1%	1.469
2010	13.623	17,2%	10.214	28,9%	5.237	51,3%	4.978	3.409	7,8%	1.771	52,0%	1.637
2011	20.572	25,2%	15.746	40,9%	5.135	32,6%	10.611	4.826	11,2%	1.578	32,7%	3.248
2012	22.639	29,8%	16.941	45,1%	4.632	27,3%	12.309	5.698	14,9%	1.675	29,4%	4.023
2013	24.717	32,7%	17.962	46,8%	5.198	28,9%	12.764	6.755	18,2%	2.367	35,0%	4.388
2014	25.240	33,7%	18.133	49,0%	5.378	29,7%	12.754	7.107	18,8%	2.543	35,8%	4.564
Μέσος Όρος		18,4%		27,1%		47,8%			10,2%		52,6%	

Παράρτημα Γ: Μεγέθη δεικτών για τον κλάδο τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού και τον κλάδο της μεταποίησης

Πίνακας Γ. 1: Μεγέθη δεικτών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Διάρθρωση εκροής (Εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση/Συνολική εκροή)	Εξαγωγική αιχμή (Εξαγωγές κλάδου/Σύνολο εξαγωγών ελληνικής μεταποίησης)	Εξαγωγική ένταση (εξαγωγές κλάδου/Συνολική εκροή κλάδου)	Δείκτης σχηματισμού παγίου κεφαλαίου (Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφ./Συνολική εκροή κλάδου)	Αποδοτικότητα (Προστιθέμενη αξία/Συνολική εκροή)	Συνολική παραγωγικότητα παραγωγικών συντελεστών (Προστιθέμενη αξία/Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση)	Επίδοση παραγωγικότητας (Αποδοτικότητα ελληνικού κλάδου/Αποδοτικότητα παγκόσμιου κλάδου)
2000	15,4%	1,16%	0,46%	15,4%	24,4%	32,8%	0,81
2001	15,8%	2,79%	1,04%	15,8%	26,1%	35,8%	0,86
2002	14,1%	0,71%	0,23%	14,1%	29,8%	43,1%	0,98
2003	13,3%	3,83%	1,51%	13,3%	29,6%	42,8%	1,00
2004	13,0%	0,69%	0,30%	13,0%	29,7%	43,0%	1,03
2005	11,1%	0,77%	0,40%	11,1%	27,6%	38,8%	0,98
2006	11,3%	0,58%	0,39%	11,3%	28,0%	39,7%	1,01
2007	13,4%	1,30%	0,95%	13,4%	29,4%	42,4%	1,11
2008	9,3%	0,48%	0,39%	9,3%	31,1%	46,0%	1,21
2009	10,7%	1,15%	0,56%	10,7%	27,8%	39,2%	1,03
2010	10,9%	0,93%	0,59%	10,9%	28,3%	40,3%	1,07
2011	11,8%	0,78%	0,70%	11,8%	27,9%	39,4%	1,10
2012	14,7%	1,33%	1,46%	14,7%	29,6%	42,9%	1,16
2013	18,2%	3,26%	3,89%	18,2%	31,0%	45,8%	1,25
2014	16,9%	3,65%	4,40%	16,9%	29,9%	43,5%	1,21
Μέσος όρος	13,3%	1,56%	1,15%	13,31%	28,68%	41,04%	1,05

Παράρτημα Γ

Πίνακας Γ. 2: Μεγέθη δεικτών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Έτος	Διάρθρωση εκροής (Εκροή προς ενδιάμεση κατανάλωση/Συνολική εκροή)	Εξαγωγική αιχμή (Εξαγωγές κλάδου/Σύνολο εξαγωγών ελληνικής μεταποίησης)	Εξαγωγική ένταση (εξαγωγές κλάδου/Συνολική εκροή κλάδου)	Δείκτης σχηματισμού παγίου κεφαλαίου (Επενδύσεις προς σχηματισμό παγίου κεφ./Συνολική εκροή κλάδου)	Αποδοτικότητα (Προστιθέμενη αξία/Συνολική εκροή)	Συνολική παραγωγικότητα παραγωγικών συντελεστών (Προστιθέμενη αξία/Συνολική ενδιάμεση κατανάλωση)	Επίδοση παραγωγικότητας (Αποδοτικότητα ελληνικού κλάδου/Αποδοτικότητα παγκόσμιου κλάδου)
2000	47,2%	N/A	11,1%	3,24%	31,4%	47,3%	0,98
2001	48,7%		10,8%	3,57%	32,6%	49,9%	1,02
2002	47,9%		9,5%	3,55%	34,8%	54,8%	1,08
2003	48,2%		11,3%	3,36%	34,3%	53,7%	1,08
2004	46,6%		12,4%	3,31%	33,9%	52,9%	1,10
2005	46,3%		13,6%	2,60%	31,7%	48,0%	1,08
2006	48,4%		16,4%	2,28%	31,4%	47,4%	1,10
2007	49,5%		18,4%	3,18%	32,1%	49,2%	1,17
2008	47,8%		19,0%	2,98%	31,5%	48,2%	1,19
2009	45,5%		14,2%	3,22%	31,5%	47,9%	1,14
2010	44,7%		17,2%	2,85%	27,4%	39,4%	1,02
2011	47,1%		25,2%	2,05%	27,6%	39,8%	1,08
2012	49,5%		29,8%	1,45%	26,0%	36,7%	1,03
2013	50,8%		32,7%	1,64%	27,0%	38,9%	1,09
2014	49,4%		33,7%	1,48%	26,1%	37,0%	1,05
Μέσος όρος	47,8%			18,36%	2,72%	30,62%	46,05%

Παράρτημα Δ: Κύριοι συνεργάτες του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε επίπεδο χώρας

Δ.1: Εισαγωγές

Πίνακας Δ. 1: Οι 10 κυριότερες χώρες προέλευσης αξίας ενδιάμεσων εισαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Χώρα	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών ενδιάμεσων	Χώρα	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών ενδιάμεσων	Χώρα	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών ενδιάμεσων	Χώρα	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών ενδιάμεσων	Χώρα	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών ενδιάμεσων
2000			2001			2002			2003			2004		
ROW	126	15%	USA	114	13%	ROW	122	16%	ROW	136	14%	ROW	159	14%
FRA	104	12%	ROW	108	12%	ITA	98	12%	ITA	119	12%	ITA	132	11%
USA	101	12%	ITA	99	11%	USA	85	11%	FRA	90	9%	USA	103	9%
ITA	87	10%	FRA	92	11%	FRA	69	9%	USA	88	9%	FRA	100	9%
NLD	63	8%	DEU	72	8%	DEU	46	6%	DEU	86	9%	DEU	79	7%
DEU	63	8%	NLD	68	8%	NLD	45	6%	GBR	57	6%	GBR	64	6%
GBR	56	7%	GBR	43	5%	BEL	35	4%	BEL	53	5%	NLD	51	4%
BRA	28	3%	ROU	29	3%	ROU	32	4%	NLD	49	5%	BRA	49	4%
TUR	23	3%	TUR	29	3%	GBR	30	4%	ROU	47	5%	ROU	48	4%
BEL	22	3%	BRA	27	3%	BRA	29	4%	BRA	32	3%	BEL	48	4%
Σύνολο	672	80,5%		681	78,1%		589	75,3%		756	76,0%		833	71,5%
2005			2006			2007			2008			2009		
ROW	185	16%	ROW	233	17%	ROW	274	16%	ROW	363	19%	ROW	293	18%
USA	112	9%	ITA	115	9%	ITA	157	9%	ITA	169	9%	ITA	158	10%
ITA	111	9%	USA	113	8%	FRA	137	8%	USA	146	8%	USA	140	8%
DEU	97	8%	FRA	107	8%	DEU	131	8%	DEU	127	7%	DEU	118	7%
FRA	83	7%	DEU	106	8%	USA	128	7%	FRA	117	6%	FRA	108	7%
NLD	58	5%	HUN	62	5%	HUN	94	5%	BGR	83	4%	BGR	80	5%
GBR	53	4%	BRA	61	5%	BRA	84	5%	BRA	83	4%	NLD	70	4%
HUN	52	4%	GBR	61	5%	GBR	66	4%	NLD	77	4%	GBR	67	4%
BRA	43	4%	NLD	55	4%	NLD	65	4%	GBR	71	4%	TUR	63	4%
TUR	42	4%	TUR	43	3%	TUR	55	3%	HUN	69	4%	HUN	52	3%
Σύνολο	836	70,6%		956	71,1%		1193	69,3%		1304	69,1%		1150	69,4%
2010			2011			2012			2013			2014		
ROW	297	19%	ROW	371	21%	ROW	344	22%	ROW	373	24%	ROW	437	26%
ITA	134	9%	USA	136	8%	USA	123	8%	DEU	126	8%	DEU	131	8%
USA	132	9%	ITA	134	7%	DEU	123	8%	BGR	118	8%	ITA	120	7%
DEU	113	7%	FRA	123	7%	ITA	115	7%	ITA	116	7%	BGR	113	7%
FRA	85	5%	DEU	122	7%	BGR	97	6%	USA	84	5%	USA	94	6%
BGR	74	5%	BGR	120	7%	GBR	72	5%	FRA	75	5%	FRA	71	4%
GBR	70	5%	GBR	71	4%	FRA	66	4%	GBR	58	4%	NLD	51	3%
NLD	55	4%	NLD	66	4%	NLD	66	4%	NLD	45	3%	GBR	49	3%
BEL	48	3%	BRA	56	3%	BRA	47	3%	TUR	44	3%	CHN	45	3%
ROU	45	3%	BEL	48	3%	TUR	45	3%	RUS	43	3%	BRA	43	3%
Σύνολο	1054	67,8%		1248	69,8%		1098	69,8%		1083	69,3%		1153	69,5%

Δ.2: Εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση

Πίνακας Δ. 2: Οι 10 κυριότερες χώρες εξαγωγής προς ενδιάμεση κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Χώρα	Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων	% των εξαγωγών ενδιαμέσων	Χώρα	Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων	% των εξαγωγών ενδιαμέσων	Χώρα	Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων	% των εξαγωγών ενδιαμέσων	Χώρα	Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων	% των εξαγωγών ενδιαμέσων	Χώρα	Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων	% των εξαγωγών ενδιαμέσων
2000			2001			2002			2003			2004		
ROW	5	34%	ROW	5	20%	ROW	2	16%	ROW	6	17%	ROW	3	12%
DEU	2	11%	DEU	3	10%	ITA	1	12%	BGR	4	10%	ITA	3	12%
ITA	1	7%	ITA	2	9%	DEU	1	9%	ITA	4	10%	DEU	2	8%
GBR	1	4%	ESP	2	8%	TUR	1	6%	TUR	3	9%	TUR	1	7%
FRA	1	4%	BGR	2	7%	GBR	1	6%	DEU	3	8%	BGR	1	7%
CYP	1	3%	TUR	1	5%	FRA	1	5%	GBR	3	8%	GBR	1	7%
ESP	1	3%	CYP	1	5%	BGR	1	5%	CYP	2	6%	ROU	1	5%
ROU	1	3%	FRA	1	5%	CYP	1	5%	ESP	2	5%	CYP	1	5%
NLD	1	3%	GBR	1	5%	ROU	1	4%	ROU	1	4%	FRA	1	5%
TUR	0	3%	ROU	1	4%	USA	0	4%	FRA	1	3%	USA	1	4%
Σύνολο	12,2	74,9%		19	77,4%		8	71,6%		29	79,2%		16	70,9%
2005			2006			2007			2008			2009		
ROW	5	17%	ROW	3	12%	BGR	6	13%	ROW	4	11%	ROW	10	24%
ITA	2	9%	ITA	2	9%	ITA	5	10%	ITA	4	11%	DEU	4	9%
DEU	2	9%	TUR	2	8%	ROW	4	10%	DEU	3	10%	ITA	3	9%
GBR	2	7%	DEU	2	8%	DEU	4	8%	BGR	3	9%	BGR	3	7%
TUR	2	6%	BGR	2	7%	TUR	4	8%	GBR	2	7%	TUR	2	6%
BGR	1	5%	GBR	2	6%	ROU	3	7%	TUR	2	6%	GBR	2	5%
ROU	1	5%	ROU	1	6%	GBR	3	6%	ROU	2	6%	ROU	2	5%
FRA	1	4%	FRA	1	4%	CYP	2	4%	FRA	2	4%	FRA	2	5%
DNK	1	4%	DNK	1	4%	ESP	2	4%	CYP	2	4%	CYP	2	4%
CYP	1	4%	USA	1	4%	FRA	2	4%	DNK	1	4%	NLD	1	3%
Σύνολο	19	70,7%		17	68,6%		34	74,7%		26	72,0%		31	75,7%
2010			2011			2012			2013			2014		
ROW	7	21%	ROW	11	27%	ROW	12	23%	ROW	23	19%	ROW	20	19%
ITA	3	9%	TUR	5	13%	TUR	9	16%	BGR	20	17%	TUR	17	16%
DEU	3	8%	ITA	3	7%	BGR	5	8%	TUR	15	13%	BGR	16	14%
TUR	2	7%	DEU	3	7%	ITA	4	8%	ESP	9	8%	DEU	7	7%
BGR	2	7%	BGR	2	6%	DEU	3	6%	DEU	6	6%	ITA	7	7%
ROU	2	5%	FRA	2	4%	CYP	2	4%	ITA	6	5%	CYP	5	4%
CYP	2	5%	GBR	2	4%	ESP	2	4%	CYP	6	5%	GBR	4	4%
GBR	2	5%	CYP	2	4%	GBR	2	3%	ROU	4	3%	ROU	4	4%
FRA	2	5%	ROU	1	3%	FRA	2	3%	FRA	3	3%	ESP	4	4%
ESP	1	3%	USA	1	3%	NLD	2	3%	GBR	3	3%	FRA	4	4%
Σύνολο	26	73,4%		32	77,1%		42	78,1%		95	81,9%		87,6	81,3%

Δ.3: Εξαγωγές προς τελική κατανάλωση

Πίνακας Δ. 3: Οι 10 κυριότερες χώρες εξαγωγής προς τελική κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Χώρα	Αξία τελικών εξαγωγών	% των τελικών εξαγωγών	Χώρα	Αξία τελικών εξαγωγών	% των τελικών εξαγωγών	Χώρα	Αξία τελικών εξαγωγών	% των τελικών εξαγωγών	Χώρα	Αξία τελικών εξαγωγών	% των τελικών εξαγωγών	Χώρα	Αξία τελικών εξαγωγών	% των τελικών εξαγωγών																																				
2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007		2008		2009																																
ROW	27	76%	ROW	28	28%	ROW	10	59%	ITA	44	22%	ROW	18	58%	ROW	31	71%	ROW	29	64%	ROW	41	26%	ROW	32	63%	ROW	74	81%																					
DEU	2	5%	ITA	16	16%	DEU	1	7%	ROW	33	17%	DEU	2	8%	DEU	2	5%	DEU	2	5%	DEU	3	6%	DEU	3	6%	DEU	3	6%	DEU	3	3%																		
ITA	1	3%	DEU	13	13%	ITA	1	6%	DEU	30	15%	ITA	2	2%	ITA	2	2%	ITA	4	4%	ITA	3	6%	ITA	3	5%	ITA	2	2%	ITA	3	6%	ITA	2	2%															
GBR	1	2%	GBR	7	7%	GBR	1	3%	GBR	15	8%	GBR	1	4%	CYP	1	3%	CYP	1	3%	CYP	1	3%	CYP	11	7%	CYP	2	4%	CYP	2	7%	CYP	2	4%	CYP	2	2%												
FRA	1	2%	USA	5	5%	FRA	1	3%	USA	10	5%	GBR	1	1%	GBR	1	1%	GBR	1	2%	BGR	1	2%	GBR	1	2%	BGR	1	2%	BGR	1	2%	BGR	1	2%	BGR	1	1%												
CYP	1	2%	CYP	4	4%	CYP	0	3%	CYP	9	5%	FRA	1	1%	FRA	1	1%	FRA	1	2%	FRA	1	2%	FRA	1	2%	FRA	1	2%	FRA	1	2%	FRA	1	2%	FRA	1	1%												
NLD	0	1%	FRA	3	3%	RUS	0	2%	FRA	6	3%	BGR	1	1%	BGR	1	1%	BGR	0	1%	BGR	1	2%	BGR	1	2%	BGR	1	2%	BGR	1	2%	BGR	1	1%	BGR	1	1%												
USA	0	1%	CAN	3	3%	USA	0	2%	CAN	6	3%	USA	0	1%	USA	0	1%	USA	1	2%	USA	1	2%	USA	1	2%	USA	1	2%	USA	1	2%	USA	1	2%	USA	1	1%	USA	1	1%									
BEL	0	1%	NLD	2	2%	NLD	0	1%	AUS	5	2%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%	NLD	0	1%									
RUS	0	1%	BGR	2	2%	BEL	0	1%	BGR	5	2%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%	BEL	0	1%						
Σύνολο	33	93,5%	Σύνολο	84	82,9%	Σύνολο	16	89,0%	Σύνολο	164	83,1%	Σύνολο	28	88,8%	Σύνολο	40	91,6%	Σύνολο	40	89,0%	Σύνολο	127	81,7%	Σύνολο	46	88,8%	Σύνολο	86	94,3%	Σύνολο	40	91,6%	Σύνολο	40	89,0%	Σύνολο	127	81,7%	Σύνολο	46	88,8%	Σύνολο	86	94,3%						
2010		2011		2012		2013		2014		2010		2011		2012		2013		2014																																
ROW	76	82%	ROW	98	83%	ROW	111	45%	ROW	178	26%	ROW	223	27%	ROW	76	82%	ROW	98	83%	ROW	111	45%	ROW	178	26%	ROW	223	27%	ROW	76	82%	ROW	98	83%	ROW	111	45%	ROW	178	26%	ROW	223	27%						
DEU	3	3%	DEU	3	3%	DEU	24	10%	DEU	104	15%	DEU	127	16%	DEU	3	3%	DEU	3	3%	DEU	24	10%	DEU	104	15%	DEU	127	16%	DEU	3	3%	DEU	3	3%	DEU	24	10%	DEU	104	15%	DEU	127	16%						
ITA	2	2%	ITA	3	2%	ITA	21	8%	ITA	98	14%	ITA	74	9%	ITA	2	2%	ITA	3	2%	ITA	21	8%	ITA	98	14%	ITA	74	9%	ITA	2	2%	ITA	3	2%	ITA	21	8%	ITA	98	14%	ITA	74	9%						
CYP	1	2%	CYP	2	1%	GBR	11	4%	CYP	38	6%	ITA	52	6%	CYP	1	2%	CYP	2	1%	GBR	11	4%	CYP	38	6%	CYP	52	6%	CYP	1	2%	CYP	2	1%	GBR	11	4%	CYP	38	6%	CYP	52	6%						
FRA	1	1%	TUR	1	1%	CYP	10	4%	GBR	36	5%	ITA	51	6%	FRA	1	1%	TUR	1	1%	CYP	10	4%	GBR	36	5%	GBR	51	6%	FRA	1	1%	TUR	1	1%	CYP	10	4%	GBR	36	5%	GBR	51	6%						
GBR	1	1%	GBR	1	1%	BGR	10	4%	BGR	31	5%	ITA	35	4%	GBR	1	1%	GBR	1	1%	BGR	10	4%	BGR	31	5%	USA	35	4%	GBR	1	1%	GBR	1	1%	BGR	10	4%	BGR	31	5%	USA	35	4%	GBR	1	1%	GBR	1	1%
BGR	1	1%	FRA	1	1%	USA	7	3%	USA	28	4%	GBR	34	4%	BGR	1	1%	FRA	1	1%	USA	7	3%	USA	28	4%	BGR	34	4%	BGR	1	1%	FRA	1	1%	USA	7	3%	USA	28	4%	BGR	34	4%						
BEL	1	1%	BGR	1	1%	FRA	5	2%	FRA	16	2%	USA	21	3%	BEL	1	1%	BGR	1	1%	FRA	5	2%	FRA	16	2%	FRA	21	3%	BEL	1	1%	BGR	1	1%	FRA	5	2%	FRA	16	2%	FRA	21	3%						
USA	1	1%	BEL	1	1%	AUS	5	2%	ESP	14	2%	GBR	18	2%	USA	1	1%	BEL	1	1%	AUS	5	2%	ESP	14	2%	GBR	18	2%	USA	1	1%	BEL	1	1%	AUS	5	2%	ESP	14	2%	GBR	18	2%						
TUR	1	1%	USA	1	1%	NLD	4	2%	AUS	14	2%	NLD	17	2%	TUR	1	1%	USA	1	1%	NLD	4	2%	AUS	14	2%	NLD	17	2%	TUR	1	1%	USA	1	1%	NLD	4	2%	AUS	14	2%	NLD	17	2%						
Σύνολο	87	94,3%	Σύνολο	112	94,8%	Σύνολο	208	84,3%	Σύνολο	559	81,0%	Σύνολο	652	80,2%	Σύνολο	87	94,3%	Σύνολο	112	94,8%	Σύνολο	208	84,3%	Σύνολο	559	81,0%	Σύνολο	652	80,2%																					

Παράρτημα Ε: Κύριοι συνεργάτες του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε επίπεδο κλάδου

Παράρτημα Ε

Ε.1: Εισαγωγές

Πίνακας Ε. 1: Οι 10 κυριότεροι σε όρους αξίας κλάδοι, από τους οποίους προέρχονται οι εισαγωγές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, για τις πρώτες 5 χώρες που αναδείχθηκαν (βλ. Παράρτημα Δ) ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία	
		εισαγωγών	% των εισαγωγών της χώρας στην Ελλάδα			εισαγωγών	% των εισαγωγών της χώρας στην Ελλάδα			εισαγωγών	% των εισαγωγών της χώρας στην Ελλάδα			εισαγωγών	% των εισαγωγών της χώρας στην Ελλάδα			εισαγωγών	% των εισαγωγών της χώρας στην Ελλάδα
		2000				2001				2002				2003				2004	
ROW	A01	45	36%	USA	H52	61	53%	ROW	A01	46	38%	ROW	A01	58	43%	ROW	A01	71	45%
	H52	22	18%		A01	17	15%		H52	20	17%		H52	16	12%		H52	17	11%
	M73	9	7%		D35	6	5%		M73	8	7%		C10-C12	15	11%		C10-C12	14	9%
	C10-C12	8	7%		M73	4	4%		C10-C12	7	6%		C20	7	5%		M73	9	6%
	C20	6	5%		O84	3	3%		D35	7	6%		M73	7	5%		C20	9	5%
	D35	6	5%		J58	3	3%		C20	5	4%		K65	5	4%		C19	8	5%
	K65	6	4%		H49	2	2%		C24	4	3%		C19	5	4%		K65	6	4%
	C24	3	3%		H51	2	2%		K65	3	3%		C24	4	3%		D35	4	3%
	C19	3	2%		M69_M	2	2%		C19	3	2%		D35	3	3%		C24	4	3%
	B	2	2%		H53	2	2%		K64	3	2%		B	3	2%		C26	2	1%
FRA	A01	61	59%	ROW	A01	42	39%	ITA	H52	28	28%	ITA	H52	40	33%	ITA	H52	40	31%
	G46	9	9%		H52	19	18%		A01	25	26%		A01	19	16%		A01	21	16%
	G47	7	7%		C10-C12	7	7%		G46	6	7%		G46	9	8%		G46	10	7%
	C10-C12	5	5%		C20	6	6%		C28	5	5%		C10-C12	6	5%		C10-C12	7	6%
	H52	4	4%		M73	6	6%		C10-C12	5	5%		C28	6	5%		C28	7	6%
	C20	3	3%		C19	4	4%		C20	4	4%		C20	6	5%		C20	6	5%
	H49	3	3%		C24	4	3%		C24	4	4%		C24	5	4%		C24	5	4%
	C26	1	1%		D35	3	3%		D35	2	2%		H49	3	2%		C19	5	4%
	G45	1	1%		C26	2	2%		H49	2	2%		C25	3	2%		C25	3	2%
	C28	1	1%		K64	1	1%		M73	2	2%		M73	2	2%		H49	3	2%
USA	H52	56	55%	ITA	A01	35	35%	USA	H52	44	52%	FRA	A01	49	54%	USA	H52	58	56%
	A01	11	11%		H52	18	19%		A01	14	17%		G46	8	9%		A01	12	12%
	D35	4	4%		C28	5	5%		D35	3	4%		G47	6	7%		D35	4	4%
	M73	3	3%		C10-C12	5	5%		M73	3	4%		H52	4	5%		O84	3	3%
	O84	3	3%		C20	5	5%		O84	3	3%		C10-C12	4	4%		M73	3	3%
	K64	3	3%		G46	5	5%		J58	2	2%		C20	3	3%		K65	3	3%
	H49	2	2%		C24	3	3%		H51	2	2%		H49	2	3%		C19	2	2%
	H51	2	2%		C25	2	2%		M69_M	2	2%		C26	2	2%		H51	2	2%
	J58	2	2%		C26	2	2%		H49	2	2%		C24	2	2%		H49	2	2%
	M69_M	2	2%		M73	2	2%		J61	1	1%		G45	1	1%		M69_M	2	1%
ITA	A01	21	24%	FRA	A01	54	59%	FRA	A01	38	55%	USA	H52	47	53%	FRA	A01	49	49%
	H52	19	22%		G46	8	9%		G46	6	9%		A01	14	16%		G46	8	8%
	C10-C12	6	7%		G47	7	7%		G47	5	7%		M73	3	4%		G47	6	6%
	C28	5	6%		C10-C12	4	4%		C10-C12	3	4%		D35	3	3%		H52	6	6%
	G46	5	6%		H52	3	4%		H52	3	4%		K65	3	3%		C20	5	5%
	C20	5	6%		C20	3	3%		C20	2	3%		O84	3	3%		C10-C12	4	4%
	C24	3	4%		H49	3	3%		H49	2	3%		H51	2	2%		C26	3	3%
	C25	3	3%		C28	1	1%		C24	2	2%		H49	2	2%		H49	3	3%
	C26	2	3%		G45	1	1%		C28	1	2%		M69_M	1	2%		C19	3	3%
	C22	2	2%		C24	1	1%		C26	1	2%		J58	1	2%		C28	2	2%
NLD	A01	39	62%	DEU	A01	23	31%	DEU	A01	17	37%	DEU	A01	19	23%	DEU	A01	13	17%
	H52	7	11%		C20	6	8%		C20	5	12%		D35	9	10%		C20	8	10%
	C10-C12	5	8%		C28	5	6%		C28	4	9%		C20	8	9%		D35	6	8%
	C20	4	6%		H52	4	6%		C26	4	8%		K64	7	9%		C26	5	7%
	M69_M	1	2%		G46	4	6%		G46	4	8%		H52	7	9%		C10-C12	5	6%
	C28	1	1%		D35	4	5%		C10-C12	3	5%		C28	5	6%		C28	5	6%
	H49	1	1%		K65	4	5%		C24	1	3%		G46	4	5%		H52	4	6%
	O84	1	1%		C26	3	5%		C27	1	3%		C26	4	5%		G46	4	6%
	M73	1	1%		M73	3	4%		C17	1	2%		C10-C12	3	4%		M73	4	5%
	C26	0	1%		C10-C12	2	3%		C22	1	2%		M73	2	3%		K64	4	5%

Παράρτημα Ε

(Συνέχεια Πίνακα Ε.1, έτη 2005-2009)

2005			2006			2007			2008			2009			
ROW	A01	86	47%	A01	109	47%	A01	132	48%	A01	189	52%	A01	124	42%
	H52	19	10%	H52	24	10%	H52	32	12%	H52	41	11%	H52	51	17%
	C10-C12	13	7%	C10-C12	19	8%	C10-C12	24	9%	C10-C12	32	9%	C10-C12	25	9%
	C19	10	6%	K65	15	6%	C20	16	6%	C20	24	7%	C20	17	6%
	K65	10	5%	C20	11	5%	C19	13	5%	C19	15	4%	C19	12	4%
	M73	9	5%	C19	10	4%	M73	10	3%	K65	11	3%	D35	10	3%
	C20	8	4%	M73	8	4%	C24	8	3%	M73	10	3%	K65	8	3%
	C24	5	3%	C24	7	3%	K65	8	3%	D35	7	2%	C24	8	3%
	B	4	2%	B	4	2%	B	5	2%	C24	6	2%	M73	6	2%
D35	3	2%	D35	3	1%	D35	5	2%	C26	3	1%	B	6	2%	
USA	H52	65	58%	H52	25	22%	H52	36	23%	H52	39	23%	H52	31	20%
	A01	16	14%	A01	16	14%	A01	28	18%	A01	28	17%	A01	29	19%
	D35	4	3%	C10-C12	12	10%	C10-C12	14	9%	C10-C12	22	13%	C10-C12	17	11%
	K65	3	3%	C28	9	8%	C20	10	6%	C20	10	6%	C28	10	6%
	O84	3	3%	C20	8	7%	C19	9	6%	G46	9	6%	C20	9	6%
	M73	3	2%	G46	6	5%	C28	9	6%	C28	8	5%	G46	7	5%
	H49	3	2%	C19	5	4%	G46	9	6%	C24	6	4%	C19	7	4%
	H51	2	2%	C24	5	4%	C24	6	4%	M73	5	3%	C24	6	4%
	C28	2	2%	M73	3	2%	M73	4	2%	C19	5	3%	M73	5	3%
H53	1	1%	C26	3	2%	C25	4	2%	C25	4	2%	C25	4	2%	
ITA	H52	24	22%	H52	66	59%	A01	67	49%	H52	90	62%	H52	86	61%
	A01	21	19%	A01	12	11%	G46	11	8%	A01	18	12%	A01	12	9%
	C10-C12	10	9%	M73	3	3%	G47	9	7%	M73	5	3%	M73	5	4%
	C28	7	6%	O84	3	3%	H52	7	5%	D35	4	3%	O84	4	3%
	C20	7	6%	K65	3	3%	C10-C12	7	5%	O84	4	3%	D35	4	3%
	G46	6	5%	C19	3	3%	C20	7	5%	H51	3	2%	H51	3	2%
	C24	5	5%	D35	3	2%	C26	6	5%	H49	3	2%	H49	3	2%
	C19	5	5%	H49	3	2%	H49	4	3%	M69_M	2	1%	C30	3	2%
	M73	3	2%	C30	2	2%	C28	3	2%	C19	2	1%	J58	3	2%
K65	2	2%	H51	2	2%	C19	2	2%	C28	2	1%	M69_M	2	2%	
DEU	A01	20	20%	A01	53	50%	A01	21	16%	C10-C12	16	13%	C10-C12	15	13%
	C20	9	9%	G46	9	8%	C20	13	10%	A01	15	12%	A01	15	12%
	D35	8	9%	H52	8	7%	K64	12	9%	C20	11	9%	H52	13	11%
	H52	8	9%	G47	7	6%	C10-C12	11	8%	H52	10	8%	C20	12	10%
	C26	7	7%	C10-C12	7	6%	H52	9	7%	C26	10	8%	C26	8	7%
	C10-C12	7	7%	C20	4	4%	C28	9	7%	D35	9	7%	C28	8	6%
	C28	6	7%	H49	3	3%	D35	9	7%	C28	8	6%	G46	7	6%
	G46	6	6%	C28	3	3%	C26	8	6%	K64	7	6%	K64	7	6%
	M73	3	3%	C24	2	2%	G46	7	5%	G46	7	6%	D35	7	6%
K64	3	3%	C26	2	2%	M73	5	4%	M73	5	4%	M73	4	4%	
FRA	A01	36	44%	A01	17	16%	H52	76	59%	A01	55	46%	A01	52	48%
	H52	8	9%	C20	11	10%	A01	19	15%	C10-C12	10	9%	G46	10	9%
	G46	6	8%	H52	11	10%	M73	4	3%	G46	9	8%	C10-C12	8	7%
	C10-C12	6	7%	D35	10	10%	D35	4	3%	G47	7	6%	H52	5	4%
	G47	5	6%	C10-C12	8	8%	O84	3	3%	H52	6	6%	C20	4	4%
	C20	5	6%	C26	7	7%	H49	3	2%	C28	4	4%	C28	4	4%
	H49	2	3%	C28	7	6%	H51	3	2%	H49	4	4%	G47	4	4%
	C24	2	3%	G46	6	5%	M69_M	2	1%	C20	4	3%	C24	4	3%
	C26	2	3%	K64	4	4%	C19	2	1%	C26	3	3%	M73	3	3%
C28	1	2%	M73	4	3%	C20	1	1%	C24	2	2%	H49	3	3%	

Παράρτημα Ε

(Συνέχεια Πίνακα Ε.1, έτη 2010-2014)

		2010			2011			2012			2013			2014		
ROW	A01	102	34%	A01	115	31%	A01	123	36%	A01	139	37%	A01	169	39%	
	H52	62	21%	H52	88	24%	H52	73	21%	H52	87	23%	H52	110	25%	
	K65	25	8%	K65	39	11%	K65	33	10%	K65	29	8%	C10-C12	26	6%	
	C10-C12	21	7%	C10-C12	26	7%	C10-C12	23	7%	C20	21	6%	C20	23	5%	
	C20	17	6%	C20	21	6%	C20	18	5%	C10-C12	20	5%	D35	15	4%	
	D35	11	4%	D35	14	4%	J58	14	4%	D35	14	4%	J58	14	3%	
	M73	9	3%	C24	10	3%	D35	12	4%	J58	11	3%	K65	11	3%	
	C24	9	3%	C19	10	3%	C24	10	3%	C24	10	3%	C24	9	2%	
	C19	7	2%	J58	10	3%	C19	8	2%	C19	7	2%	C26	9	2%	
	J58	5	2%	B	6	2%	M73	5	1%	M73	5	1%	C19	8	2%	
ITA	H52	24	18%	H52	76	56%	H52	70	57%	A01	19	15%	A01	22	17%	
	A01	24	18%	A01	11	8%	A01	10	8%	H52	13	11%	H52	15	11%	
	C10-C12	18	13%	M73	9	7%	M73	9	7%	K64	12	10%	C28	12	9%	
	C28	8	6%	C30	5	4%	C30	5	4%	C28	11	8%	C10-C12	12	9%	
	C20	8	6%	O84	4	3%	O84	3	3%	C26	10	8%	C20	11	8%	
	G46	5	4%	J58	4	3%	H51	2	2%	C10-C12	10	8%	K64	10	7%	
	C24	5	4%	C19	3	2%	H49	2	2%	C20	10	8%	G46	7	5%	
	C19	5	3%	H51	3	2%	M69_M	2	2%	G46	6	5%	C25	6	4%	
	C25	4	3%	H49	3	2%	J58	2	2%	M73	4	4%	C26	6	4%	
	M73	4	3%	M69_M	2	2%	J61	2	1%	C25	4	3%	M73	6	4%	
USA	H52	68	52%	A01	25	19%	K64	24	19%	A01	81	68%	H52	25	21%	
	A01	14	10%	C10-C12	19	15%	A01	12	10%	C10-C12	14	12%	A01	20	17%	
	M73	8	6%	H52	18	13%	C26	12	10%	M73	3	2%	C10-C12	13	11%	
	K65	6	5%	C28	9	7%	C10-C12	11	9%	G46	3	2%	C28	12	10%	
	J58	5	4%	C20	9	6%	H52	10	8%	H52	2	2%	C25	7	6%	
	C30	4	3%	G46	5	4%	C20	10	8%	C24	2	2%	C20	6	5%	
	O84	4	3%	C24	5	4%	C28	10	8%	D35	1	1%	G46	5	4%	
	M69_M	3	3%	C25	5	3%	G46	6	5%	C16	1	1%	C24	4	3%	
	D35	2	2%	C19	5	3%	M73	4	3%	A02	1	1%	M73	3	2%	
	H51	2	2%	M73	4	3%	C24	3	2%	C19	1	1%	G47	3	2%	
DEU	A01	15	14%	A01	58	47%	A01	25	21%	A01	23	20%	A01	73	65%	
	C10-C12	13	12%	G46	15	12%	C10-C12	16	14%	H52	22	19%	C10-C12	13	12%	
	C20	11	10%	C28	9	7%	H52	15	13%	C10-C12	12	11%	M73	4	3%	
	H52	11	10%	C10-C12	8	6%	C28	9	8%	C28	11	9%	H52	4	3%	
	C26	10	9%	K64	5	4%	C20	6	5%	C20	6	5%	G46	3	3%	
	C28	9	8%	M73	4	3%	G46	5	5%	G46	5	4%	C24	2	2%	
	K64	7	6%	C20	4	3%	C24	5	4%	C25	5	4%	C16	1	1%	
	G46	6	6%	H52	4	3%	C25	4	4%	C24	5	4%	D35	1	1%	
	M73	4	4%	C24	3	2%	C26	3	3%	G47	3	2%	A02	1	1%	
	C25	3	2%	H49	2	2%	C19	3	3%	M73	2	2%	C25	1	1%	
FRA	A01	39	46%	C26	14	12%	A01	65	66%	H52	45	53%	H52	52	56%	
	G46	9	10%	C10-C12	14	11%	C10-C12	13	13%	A01	8	9%	A01	10	11%	
	C10-C12	8	9%	A01	14	11%	C24	3	3%	M73	6	8%	M73	6	7%	
	H52	4	5%	H52	12	10%	M73	2	2%	C30	3	3%	C30	2	3%	
	C20	3	4%	K64	12	9%	H52	2	2%	O84	2	3%	O84	2	3%	
	K64	3	3%	C20	10	9%	G46	2	2%	H51	2	2%	H51	2	2%	
	C24	3	3%	C28	8	6%	C19	2	2%	H49	2	2%	H49	2	2%	
	M73	2	3%	G46	6	5%	D35	1	1%	M69_M	2	2%	M69_M	2	2%	
	C19	2	3%	M73	5	4%	A02	1	1%	C10-C12	1	2%	J61	2	2%	
	H49	1	2%	C25	3	3%	C26	1	1%	K65	1	2%	C26	2	2%	

Παράρτημα Ε

Ε.2: Εξαγωγές προς ενδιάμεση κατανάλωση

Πίνακας Ε. 2: Οι 10 κυριότεροι σε όρους αξίας κλάδοι-παραλήπτες των ενδιάμεσων εξαγωγών του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού, για τις πρώτες 5 χώρες που αναδείχθηκαν (βλ. Παράρτημα Δ) ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία		Χώρα	Κλάδος	Αξία	
		εξαγωγών	% των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη χώρα			εξαγωγών	% των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη χώρα			εξαγωγών	% των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη χώρα			εξαγωγών	% των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη χώρα			εξαγωγών	% των εξαγωγών της Ελλάδας προς τη χώρα
		2000				2001				2002				2003				2004	
ROW	C13-C15	1,72	31%	ROW	C10-C12	1,53	31%	ROW	C10-C12	0,58	31%	ROW	C10-C12	1,89	31%	ROW	C10-C12	0,81	30%
	M74_M	1,68	31%		I	1,43	29%		I	0,53	28%		I	1,67	27%		I	0,75	27%
	I	0,90	16%		A01	0,82	17%		A01	0,34	18%		A01	1,07	18%		A01	0,48	18%
	A02	0,17	3%		R_S	0,16	3%		C13-C15	0,05	3%		C13-C15	0,17	3%		C13-C15	0,08	3%
	C27	0,16	3%		C13-C15	0,13	3%		R_S	0,05	3%		G45	0,05	3%		C20	0,07	3%
	F	0,15	3%		G46	0,13	3%		G45	0,04	2%		C20	0,15	3%		G45	0,07	3%
	G46	0,13	2%		C20	0,11	2%		G46	0,04	2%		R_S	0,15	2%		R_S	0,06	2%
	A01	0,10	2%		A03	0,09	2%		C20	0,04	2%		A03	0,12	2%		A03	0,06	2%
	E36	0,06	1%		G45	0,07	1%		A03	0,04	2%		G46	0,09	2%		P85	0,04	1%
	K66	0,06	1%		P85	0,06	1%		P85	0,02	1%		P85	0,08	1%		Q	0,03	1%
DEU	F	0,18	11%	DEU	C10-C12	0,50	20%	ITA	H52	0,16	11%	BGR	C10-C12	1,45	39%	ITA	C22	0,31	12%
	C29	0,15	9%		I	0,17	7%		H49	0,15	10%		G46	0,51	14%		C13-C15	0,30	11%
	G46	0,15	9%		G46	0,17	7%		C22	0,13	9%		A01	0,35	9%		H49	0,21	8%
	C10-C12	0,13	8%		F	0,16	6%		C13-C15	0,13	9%		O84	0,17	5%		H52	0,21	8%
	H52	0,10	6%		C29	0,16	6%		G46	0,11	8%		I	0,17	4%		G46	0,17	6%
	C22	0,09	5%		C20	0,14	5%		F	0,07	5%		N	0,14	4%		F	0,15	6%
	C28	0,09	5%		H52	0,13	5%		C20	0,07	5%		Q	0,11	3%		C20	0,12	5%
	C13-C15	0,08	5%		Q	0,11	4%		C10-C12	0,06	4%		F	0,11	3%		C29	0,10	4%
	C20	0,07	4%		C22	0,10	4%		C28	0,04	3%		C13-C15	0,10	3%		C28	0,09	4%
	H49	0,06	4%		C13-C15	0,09	4%		C29	0,04	3%		H49	0,09	2%		C10-C12	0,08	3%
ITA	C13-C15	0,14	13%	ITA	C10-C12	0,62	30%	DEU	C29	0,10	9%	ITA	C10-C12	1,02	29%	DEU	G46	0,17	10%
	C22	0,10	9%		I	0,29	14%		G46	0,10	9%		I	0,50	14%		C29	0,15	9%
	G46	0,08	7%		C13-C15	0,20	9%		H52	0,09	8%		C13-C15	0,27	7%		H52	0,13	8%
	C10-C12	0,08	7%		C22	0,10	5%		F	0,09	8%		C22	0,20	6%		F	0,12	7%
	C20	0,06	5%		A01	0,10	5%		C10-C12	0,08	7%		A01	0,16	4%		C10-C12	0,11	7%
	F	0,06	5%		G46	0,09	4%		C22	0,06	5%		C20	0,15	4%		C22	0,10	6%
	C28	0,05	4%		C20	0,07	3%		C28	0,05	5%		G46	0,15	4%		C13-C15	0,09	5%
	C29	0,04	4%		F	0,06	3%		H49	0,05	5%		H52	0,14	4%		C28	0,08	5%
	H49	0,04	3%		C28	0,05	2%		C20	0,05	4%		H49	0,13	4%		C20	0,07	4%
	N	0,03	3%		C29	0,04	2%		C13-C15	0,05	4%		F	0,09	3%		H49	0,07	4%
GBR	F	0,08	11%	ESP	C10-C12	0,63	34%	TUR	C13-C15	0,11	14%	TUR	C10-C12	1,21	38%	TUR	C13-C15	0,20	14%
	G46	0,05	7%		I	0,52	28%		C10-C12	0,08	10%		I	0,44	14%		C20	0,14	10%
	C10-C12	0,05	7%		A01	0,22	12%		C20	0,07	9%		A01	0,31	10%		H49	0,14	9%
	C22	0,04	6%		C13-C15	0,06	3%		C22	0,06	8%		C13-C15	0,27	8%		C10-C12	0,12	8%
	C29	0,04	6%		H49	0,04	2%		H49	0,04	6%		C20	0,12	4%		C22	0,10	7%
	C20	0,03	4%		C20	0,04	2%		C17	0,04	5%		H49	0,10	3%		A01	0,09	6%
	H49	0,03	4%		C29	0,02	1%		A01	0,04	5%		C22	0,08	3%		F	0,07	5%
	N	0,02	4%		Q	0,02	1%		C29	0,03	5%		O84	0,06	2%		L68	0,05	3%
	Q	0,02	3%		F	0,02	1%		F	0,03	4%		C17	0,05	2%		C17	0,05	3%
	H52	0,02	3%		G46	0,02	1%		C18	0,03	3%		F	0,05	2%		C29	0,04	3%
FRA	G46	0,06	10%	BGR	C10-C12	0,67	37%	GBR	F	0,07	10%	DEU	C10-C12	1,02	33%	BGR	F	0,23	16%
	F	0,05	9%		G46	0,20	11%		G46	0,05	7%		I	0,34	11%		H49	0,11	7%
	C29	0,05	8%		A01	0,19	10%		C10-C12	0,04	6%		Q	0,23	7%		G46	0,11	7%
	C10-C12	0,04	7%		O84	0,09	5%		N	0,04	5%		A01	0,18	6%		C10-C12	0,10	7%
	C13-C15	0,03	5%		F	0,07	4%		C22	0,03	5%		C20	0,16	5%		C22	0,07	5%
	C20	0,03	5%		N	0,07	4%		C29	0,03	4%		C29	0,13	4%		A01	0,07	5%
	C22	0,02	4%		I	0,06	3%		C20	0,03	4%		F	0,11	3%		G47	0,07	5%
	G47	0,02	3%		H49	0,05	3%		H49	0,03	4%		G46	0,10	3%		N	0,05	4%
	H49	0,02	3%		Q	0,04	2%		Q	0,02	4%		C22	0,09	3%		C13-C15	0,05	3%
	C26	0,02	3%		C13-C15	0,04	2%		K64	0,02	3%		H52	0,09	3%		C23	0,05	3%

Παράρτημα Ε

(Συνέχεια Πίνακα Ε.2, έτη 2005-2009)

2005			2006			2007			2008			2009			
ROW	C10-C12	1,31	29%	I	0,86	29%	C10-C12	1,78	31%	C10-C12	1,15	29%	I	2,85	30%
	I	1,24	28%	C10-C12	0,85	28%	G46	0,67	11%	I	1,11	28%	C10-C12	2,62	27%
	A01	0,78	17%	A01	0,51	17%	F	0,62	11%	A01	0,69	17%	A01	1,64	17%
	C13-C15	0,13	3%	C13-C15	0,09	3%	A01	0,32	6%	A03	0,12	3%	A03	0,31	3%
	C20	0,13	3%	C20	0,08	3%	I	0,21	4%	C20	0,11	3%	C20	0,26	3%
	G45	0,10	2%	A03	0,07	2%	N	0,18	3%	C13-C15	0,10	3%	C13-C15	0,23	2%
	A03	0,10	2%	R_S	0,06	2%	C22	0,18	3%	R_S	0,08	2%	R_S	0,21	2%
	R_S	0,10	2%	G45	0,05	2%	G47	0,16	3%	Q	0,05	1%	Q	0,14	1%
	Q	0,06	1%	Q	0,04	1%	O84	0,16	3%	P85	0,04	1%	P85	0,13	1%
P85	0,06	1%	P85	0,03	1%	C13-C15	0,16	3%	F	0,04	1%	O84	0,11	1%	
ITA	C22	0,31	13%	C22	0,28	12%	C10-C12	0,95	20%	C22	0,45	12%	F	0,40	11%
	C13-C15	0,24	10%	C13-C15	0,22	9%	I	0,45	10%	H49	0,24	6%	C29	0,36	10%
	F	0,16	6%	F	0,15	6%	C22	0,41	9%	C20	0,24	6%	C22	0,24	7%
	G46	0,15	6%	G46	0,13	6%	C13-C15	0,32	7%	F	0,24	6%	C10-C12	0,24	7%
	C20	0,14	6%	C20	0,13	6%	C20	0,22	5%	C13-C15	0,24	6%	G46	0,23	6%
	H49	0,13	5%	C10-C12	0,11	5%	F	0,21	4%	G46	0,23	6%	C28	0,22	6%
	C10-C12	0,12	5%	H49	0,11	5%	G46	0,21	4%	H52	0,19	5%	H52	0,18	5%
	C28	0,11	5%	C29	0,10	4%	H49	0,17	4%	C29	0,17	5%	C20	0,17	5%
	H52	0,11	5%	C28	0,10	4%	C29	0,17	3%	C28	0,17	5%	H49	0,11	3%
C29	0,10	4%	H52	0,07	3%	A01	0,16	3%	C10-C12	0,16	4%	O84	0,09	3%	
DEU	C29	0,26	11%	H49	0,29	14%	I	1,28	29%	C29	0,38	11%	C22	0,30	9%
	F	0,20	8%	C13-C15	0,23	11%	C10-C12	1,28	29%	G46	0,35	10%	G46	0,24	7%
	G46	0,19	8%	C10-C12	0,17	8%	A01	0,77	17%	H52	0,31	9%	F	0,24	7%
	C22	0,16	7%	C20	0,16	7%	C13-C15	0,14	3%	F	0,28	8%	C13-C15	0,20	6%
	C10-C12	0,16	7%	F	0,13	6%	C20	0,12	3%	C22	0,23	7%	C28	0,18	5%
	H52	0,15	7%	A01	0,13	6%	A03	0,12	3%	C28	0,22	6%	C10-C12	0,18	5%
	C28	0,14	6%	C22	0,13	6%	R_S	0,09	2%	C10-C12	0,20	6%	C20	0,18	5%
	C20	0,11	5%	L68	0,08	4%	Q	0,05	1%	H49	0,16	5%	H49	0,16	5%
	H49	0,09	4%	C29	0,07	3%	G45	0,05	1%	C20	0,16	5%	C29	0,14	4%
C13-C15	0,07	3%	C19	0,05	3%	F	0,05	1%	H50	0,14	4%	N	0,12	3%	
GBR	F	0,26	15%	C29	0,21	11%	C10-C12	0,64	17%	F	0,78	25%	F	0,67	25%
	C10-C12	0,13	7%	F	0,17	8%	C29	0,35	9%	C10-C12	0,23	7%	H49	0,22	8%
	C29	0,12	7%	G46	0,16	8%	G46	0,25	7%	G46	0,22	7%	G46	0,17	6%
	C22	0,11	7%	C10-C12	0,15	8%	F	0,25	7%	C22	0,17	5%	C10-C12	0,16	6%
	G46	0,11	6%	C22	0,15	8%	C22	0,22	6%	H49	0,17	5%	C22	0,12	4%
	H49	0,07	4%	H52	0,13	6%	H52	0,22	6%	A01	0,14	4%	A01	0,11	4%
	Q	0,07	4%	C28	0,12	6%	C28	0,19	5%	G47	0,14	4%	C23	0,10	4%
	C20	0,06	4%	C20	0,10	5%	C20	0,19	5%	C23	0,11	3%	G47	0,10	4%
	N	0,06	3%	H49	0,07	4%	I	0,18	5%	N	0,08	3%	C24	0,07	3%
J61	0,05	3%	C13-C15	0,07	4%	Q	0,14	4%	C25	0,08	2%	N	0,07	3%	
TUR	C13-C15	0,20	12%	F	0,31	17%	C10-C12	0,89	24%	F	0,31	13%	H49	0,32	14%
	H49	0,18	10%	C10-C12	0,15	8%	H49	0,33	9%	Q	0,16	7%	C13-C15	0,23	10%
	C20	0,15	9%	H49	0,13	7%	C13-C15	0,32	9%	C10-C12	0,15	6%	C20	0,16	7%
	C10-C12	0,13	7%	G46	0,12	7%	I	0,31	8%	N	0,13	5%	A01	0,15	6%
	C22	0,12	7%	C22	0,10	5%	A01	0,27	7%	G46	0,13	5%	C10-C12	0,15	6%
	A01	0,10	6%	G47	0,08	4%	C20	0,19	5%	C29	0,12	5%	F	0,14	6%
	F	0,09	5%	A01	0,08	4%	F	0,16	4%	C22	0,11	5%	C22	0,13	6%
	L68	0,07	4%	C24	0,08	4%	C22	0,15	4%	H49	0,08	3%	L68	0,12	5%
	C29	0,06	4%	C23	0,07	4%	L68	0,11	3%	C20	0,08	3%	C29	0,08	3%
C17	0,05	3%	C13-C15	0,07	4%	C29	0,08	2%	O84	0,08	3%	C19	0,07	3%	

Παράρτημα Ε

(Συνέχεια Πίνακα Ε.2, έτη 2010-2014)

2010			2011			2012			2013			2014			
ROW	I	2,06	28%	C10-C12	3,40	30%	C10-C12	3,73	30%	C10-C12	6,98	31%	C10-C12	6,17	31%
	C10-C12	2,15	29%	I	3,05	27%	I	3,26	26%	I	5,62	25%	I	5,01	25%
	A01	1,20	16%	A01	1,85	16%	A01	2,00	16%	A01	3,68	16%	A01	3,30	16%
	Q	0,12	2%	A03	0,38	3%	A03	0,43	3%	A03	0,80	4%	A03	0,72	4%
	C19	0,02	0%	C20	0,34	3%	C20	0,38	3%	C20	0,70	3%	C20	0,62	3%
	H50	0,02	0%	R_S	0,24	2%	R_S	0,28	2%	R_S	0,52	2%	R_S	0,47	2%
	G46	0,05	1%	C13-C15	0,23	2%	P85	0,27	2%	P85	0,51	2%	P85	0,46	2%
	R_S	0,15	2%	P85	0,21	2%	C13-C15	0,23	2%	C13-C15	0,43	2%	C13-C15	0,38	2%
	C24	0,03	0%	Q	0,19	2%	Q	0,23	2%	Q	0,42	2%	Q	0,37	2%
	C23	0,02	0%	B	0,14	1%	O84	0,16	1%	O84	0,29	1%	O84	0,26	1%
ITA	C22	0,28	9%	H49	0,96	18%	C10-C12	1,73	20%	C10-C12	10,53	54%	C10-C12	5,38	32%
	C20	0,20	7%	C13-C15	0,44	8%	H49	1,17	14%	G46	2,26	12%	I	2,41	14%
	F	0,18	6%	F	0,38	7%	I	0,74	9%	A01	1,80	9%	H49	1,42	8%
	C28	0,16	5%	A01	0,35	7%	A01	0,67	8%	I	0,99	5%	A01	1,32	8%
	H49	0,16	5%	C19	0,34	6%	C13-C15	0,56	7%	Q	0,60	3%	C13-C15	1,01	6%
	G46	0,16	5%	C10-C12	0,32	6%	F	0,47	5%	O84	0,50	3%	F	0,58	3%
	C10-C12	0,15	5%	C20	0,29	5%	C19	0,39	5%	F	0,33	2%	C19	0,52	3%
	C13-C15	0,15	5%	L68	0,20	4%	C20	0,30	3%	C13-C15	0,29	2%	C20	0,47	3%
	C19	0,12	4%	C22	0,20	4%	L68	0,21	2%	N	0,26	1%	O84	0,31	2%
	C29	0,11	4%	C23	0,15	3%	C22	0,19	2%	H49	0,21	1%	L68	0,27	2%
DEU	C29	0,31	11%	C22	0,26	9%	C10-C12	1,57	35%	C10-C12	5,02	33%	C10-C12	7,62	49%
	F	0,30	11%	C20	0,19	7%	G46	0,42	9%	I	2,31	15%	G46	2,04	13%
	G46	0,22	8%	C10-C12	0,18	6%	F	0,36	8%	H49	1,34	9%	A01	1,29	8%
	C22	0,21	8%	F	0,17	6%	A01	0,33	7%	A01	1,30	8%	I	0,77	5%
	H52	0,19	7%	C28	0,16	5%	H49	0,25	6%	C13-C15	0,91	6%	Q	0,47	3%
	C10-C12	0,17	6%	G46	0,15	5%	I	0,16	3%	C19	0,49	3%	F	0,40	3%
	C28	0,16	6%	H49	0,15	5%	C22	0,14	3%	F	0,47	3%	O84	0,35	2%
	C20	0,12	4%	C19	0,13	4%	G47	0,12	3%	C20	0,40	3%	N	0,27	2%
	H49	0,11	4%	C13-C15	0,12	4%	C24	0,09	2%	O84	0,29	2%	C13-C15	0,26	2%
	G47	0,06	2%	C29	0,10	4%	O84	0,09	2%	L68	0,23	1%	P85	0,24	2%
TUR	H49	0,31	13%	C29	0,35	13%	C10-C12	0,91	22%	C10-C12	4,33	50%	C10-C12	2,45	33%
	C13-C15	0,25	10%	F	0,34	12%	I	0,42	10%	I	1,81	21%	I	0,89	12%
	C20	0,19	8%	C22	0,23	8%	G46	0,24	6%	A01	1,05	12%	Q	0,60	8%
	C10-C12	0,16	7%	C28	0,18	6%	C20	0,20	5%	C20	0,22	3%	F	0,39	5%
	A01	0,16	7%	G46	0,17	6%	C22	0,16	4%	Q	0,12	1%	C29	0,38	5%
	C22	0,15	6%	C10-C12	0,17	6%	F	0,16	4%	D35	0,10	1%	C20	0,35	5%
	F	0,14	6%	H52	0,15	5%	A01	0,15	4%	C22	0,10	1%	A01	0,31	4%
	L68	0,12	5%	C20	0,14	5%	C19	0,14	3%	C19	0,09	1%	C22	0,26	3%
	C29	0,08	3%	H49	0,08	3%	C28	0,14	3%	G46	0,09	1%	O84	0,20	3%
	C19	0,06	3%	C27	0,07	2%	H49	0,12	3%	C13-C15	0,09	1%	C28	0,19	3%
BGR	F	0,47	20%	F	0,42	17%	C10-C12	0,63	19%	C10-C12	1,87	29%	C10-C12	2,36	33%
	C10-C12	0,19	8%	C10-C12	0,23	9%	C29	0,30	9%	I	0,66	10%	I	1,15	16%
	G46	0,17	7%	G46	0,17	7%	F	0,29	9%	Q	0,46	7%	A01	0,38	5%
	C22	0,16	7%	C22	0,17	7%	I	0,20	6%	F	0,41	6%	C20	0,38	5%
	H49	0,13	6%	H49	0,16	6%	C22	0,19	6%	C29	0,39	6%	G46	0,30	4%
	G47	0,13	5%	G47	0,14	6%	Q	0,16	5%	C20	0,29	5%	C19	0,23	3%
	A01	0,10	4%	A01	0,12	5%	C20	0,15	5%	C22	0,25	4%	C22	0,21	3%
	C23	0,08	3%	C24	0,09	4%	C28	0,15	5%	A01	0,24	4%	H49	0,20	3%
	C24	0,07	3%	C23	0,07	3%	G46	0,13	4%	C28	0,21	3%	F	0,17	2%
	C25	0,05	2%	C25	0,06	2%	H52	0,12	4%	O84	0,16	3%	C13-C15	0,15	2%

Παράρτημα ΣΤ: Συνδυαστική αποτύπωση κλάδου χώρας

Πίνακας ΣΤ. 1: Οι 10 κυριότεροι διεθνείς κλάδοι-προμηθευτές του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους αξίας ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

2000		2001		2002		2003		2004											
Χώρα	Κλάδος	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών της Ελλάδας	Χώρα	Κλάδος	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών της Ελλάδας	Χώρα	Κλάδος	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών της Ελλάδας	Χώρα	Κλάδος	Αξία εισαγωγών	% των εισαγωγών της Ελλάδας				
A01	FRA	61,03	7%	H52	USA	60,58	7%	A01	ROW	45,80	6%	A01	ROW	57,86	6%	A01	ROW	71,19	6%
H52	USA	55,65	7%	A01	FRA	54,27	6%	H52	USA	44,06	6%	A01	FRA	48,72	5%	H52	USA	57,88	5%
A01	ROW	45,34	5%	A01	NLD	43,44	5%	A01	FRA	37,77	5%	H52	USA	46,92	5%	A01	FRA	48,59	4%
A01	NLD	39,08	5%	A01	ROW	42,03	5%	H52	ITA	27,73	4%	H52	ITA	39,87	4%	A01	BRA	45,59	4%
A01	BRA	25,98	3%	A01	ITA	34,66	4%	A01	BRA	26,87	3%	A01	ROU	39,68	4%	H52	ITA	40,45	3%
H52	ROW	22,32	3%	A01	BRA	25,58	3%	A01	ROU	26,02	3%	A01	BEL	31,10	3%	A01	ROU	38,78	3%
A01	DEU	20,80	2%	A01	ROU	22,59	3%	A01	ITA	24,96	3%	A01	BRA	29,93	3%	A01	HUN	26,30	2%
A01	ITA	20,56	2%	A01	DEU	22,55	3%	A01	NLD	23,38	3%	A01	NLD	22,36	2%	A01	ITA	20,75	2%
H52	ITA	19,37	2%	H52	ROW	19,03	2%	A01	BEL	20,90	3%	A01	ITA	19,43	2%	A01	NLD	20,32	2%
A01	GBR	16,10	2%	H52	ITA	18,43	2%	H52	ROW	20,48	3%	A01	DEU	19,30	2%	A01	CAN	19,19	2%
Σύνολο		326,2	39,1%	Σύνολο		343,2	39,3%	Σύνολο		298,0	38,1%	Σύνολο		355,2	35,7%	Σύνολο		389,0	33,4%
2005		2006		2007		2008		2009											
A01	ROW	86,11	7%	A01	ROW	109,49	8%	A01	ROW	131,64	8%	A01	ROW	189,40	10%	A01	ROW	124,23	8%
H52	USA	65,14	6%	H52	USA	66,46	5%	H52	USA	75,90	4%	H52	USA	90,40	5%	H52	USA	85,68	5%
A01	HUN	40,59	3%	A01	FRA	52,94	4%	A01	BRA	73,89	4%	A01	BRA	61,68	3%	A01	BGR	61,10	4%
A01	BRA	37,86	3%	A01	BRA	52,89	4%	A01	HUN	73,12	4%	A01	BGR	57,94	3%	A01	FRA	51,51	3%
A01	FRA	36,07	3%	A01	HUN	47,24	4%	A01	FRA	66,71	4%	A01	FRA	54,56	3%	H52	ROW	51,06	3%
A01	NLD	25,79	2%	H52	ITA	25,46	2%	H52	ITA	35,86	2%	A01	HUN	51,72	3%	A01	BRA	40,87	2%
H52	ITA	24,02	2%	H52	ROW	24,24	2%	A01	BGR	32,21	2%	H52	ROW	41,16	2%	A01	HUN	37,86	2%
A01	ROU	22,79	2%	A01	DNK	21,52	2%	H52	ROW	31,68	2%	H52	ITA	38,58	2%	A01	ROU	31,63	2%
A01	ITA	21,23	2%	A01	NLD	20,41	2%	A01	ITA	28,46	2%	C10-C12	ROW	31,88	2%	H52	ITA	30,83	2%
A01	DNK	20,82	2%	A01	TUR	20,08	1%	A01	NLD	25,37	1%	A01	NLD	28,84	2%	A01	ITA	29,35	2%
Σύνολο		380,4	32,1%	Σύνολο		440,7	32,8%	Σύνολο		574,8	33,4%	Σύνολο		646,2	34,2%	Σύνολο		544,1	32,9%
2010		2011		2012		2013		2014											
A01	ROW	102,02	7%	A01	ROW	114,78	6%	A01	ROW	122,68	8%	A01	ROW	138,85	9%	A01	ROW	169,31	10%
H52	USA	68,41	4%	A01	BGR	88,82	5%	H52	ROW	72,92	5%	H52	ROW	86,74	6%	H52	ROW	109,82	7%
H52	ROW	62,44	4%	H52	ROW	87,87	5%	H52	USA	70,43	4%	A01	BGR	80,61	5%	A01	BGR	72,88	4%
A01	BGR	52,67	3%	H52	USA	76,14	4%	A01	BGR	64,53	4%	H52	USA	44,98	3%	H52	USA	52,40	3%
A01	FRA	39,43	3%	A01	FRA	57,79	3%	A01	BRA	40,95	3%	A01	FRA	32,22	2%	A01	BRA	40,20	2%
A01	BRA	35,72	2%	A01	BRA	49,00	3%	K65	ROW	33,45	2%	A01	BRA	30,35	2%	K64	LUX	29,75	2%
A01	HUN	30,14	2%	K65	ROW	38,98	2%	H52	GBR	31,32	2%	K65	ROW	28,86	2%	C10-C12	ROW	25,55	2%
K65	ROW	24,66	2%	A01	ROU	36,13	2%	A01	ROU	27,86	2%	A01	ROU	27,57	2%	H52	ITA	24,71	1%
H52	ITA	23,96	2%	C10-C12	ROW	26,01	1%	A01	FRA	26,51	2%	A01	IND	23,30	1%	A01	FRA	24,38	1%
A01	ITA	23,56	2%	A01	ITA	25,32	1%	A01	ITA	24,67	2%	A01	ITA	22,71	1%	C20	ROW	23,09	1%
Σύνολο		463,0	29,8%	Σύνολο		600,9	33,6%	Σύνολο		515,3	32,7%	Σύνολο		516,2	33,0%	Σύνολο		572,1	34,5%

Παράρτημα ΣΤ

Πίνακας ΣΤ. 2: Οι 10 κυριότεροι διεθνείς κλάδοι-αποδέκτες εξαγωγών ενδιαμέσων του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους αξίας ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

		Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων		% των εξαγωγών ενδιαμέσων της Ελλάδας				Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων		% των εξαγωγών ενδιαμέσων της Ελλάδας				Αξία εξαγωγών ενδιαμέσων		% των εξαγωγών ενδιαμέσων της Ελλάδας			
Χώρα	Κλάδος	2000		Χώρα	Κλάδος	2001		Χώρα	Κλάδος	2002		Χώρα	Κλάδος	2003		Χώρα	Κλάδος	2004	
C10-C12	ROW	1,72	11%	C10-C12	ROW	1,53	6%	C10-C12	ROW	0,58	5%	C10-C12	ROW	1,89	5%	C10-C12	ROW	0,81	4%
I	ROW	1,68	10%	I	ROW	1,43	6%	I	ROW	0,53	4%	I	ROW	1,67	5%	I	ROW	0,75	3%
A01	ROW	0,90	5%	A01	ROW	0,82	3%	A01	ROW	0,34	3%	C10-C12	BGR	1,45	4%	A01	ROW	0,48	2%
F	DEU	0,18	1%	C10-C12	BGR	0,67	3%	H52	ITA	0,16	1%	C10-C12	TUR	1,21	3%	C22	ITA	0,31	1%
R_S	ROW	0,17	1%	C10-C12	ESP	0,63	3%	H49	ITA	0,15	1%	A01	ROW	1,07	3%	C13-C15	ITA	0,30	1%
G46	ROW	0,16	1%	C10-C12	ITA	0,62	3%	C22	ITA	0,13	1%	C10-C12	ITA	1,02	3%	F	BGR	0,23	1%
C29	DEU	0,15	1%	I	ESP	0,52	2%	C13-C15	ITA	0,13	1%	C10-C12	DEU	1,02	3%	H49	ITA	0,21	1%
G46	DEU	0,15	1%	C10-C12	DEU	0,50	2%	G46	ITA	0,11	1%	I	CYP	0,79	2%	H52	ITA	0,21	1%
C13-C15	ROW	0,15	1%	C10-C12	TUR	0,41	2%	C13-C15	TUR	0,11	1%	I	GBR	0,78	2%	C13-C15	TUR	0,20	1%
C13-C15	ITA	0,14	1%	I	ITA	0,29	1%	C29	DEU	0,10	1%	C10-C12	ESP	0,68	2%	F	GBR	0,20	1%
Σύνολο		5,4	33,1%			7,4	30,2%			2,3	19,7%			11,6	31,4%			3,7	16,9%
		2005		2006		2007		2008		2009				2008		2009			
C10-C12	ROW	1,31	5%	I	ROW	0,86	3%	C10-C12	BGR	1,78	4%	C10-C12	ROW	1,15	3%	I	ROW	2,85	7%
I	ROW	1,24	5%	C10-C12	ROW	0,85	3%	I	ROW	1,28	3%	I	ROW	1,11	3%	C10-C12	ROW	2,62	6%
A01	ROW	0,78	3%	A01	ROW	0,51	2%	C10-C12	ROW	1,28	3%	H50	DNK	0,85	2%	A01	ROW	1,64	4%
H50	DNK	0,54	2%	H50	DNK	0,44	2%	C10-C12	ITA	0,95	2%	F	BGR	0,78	2%	F	BGR	0,67	2%
C22	ITA	0,31	1%	F	BGR	0,31	1%	C10-C12	TUR	0,89	2%	A01	ROW	0,69	2%	H50	DNK	0,43	1%
F	GBR	0,26	1%	H49	TUR	0,29	1%	A01	ROW	0,77	2%	C22	ITA	0,45	1%	F	DEU	0,40	1%
C29	DEU	0,26	1%	C22	ITA	0,28	1%	H50	DNK	0,69	2%	C29	DEU	0,38	1%	C29	DEU	0,36	1%
C13-C15	ITA	0,24	1%	F	GBR	0,24	1%	G46	BGR	0,67	1%	G46	DEU	0,35	1%	H49	TUR	0,32	1%
F	BGR	0,23	1%	C13-C15	TUR	0,23	1%	C10-C12	DEU	0,64	1%	H52	DEU	0,31	1%	A03	ROW	0,31	1%
C13-C15	TUR	0,20	1%	C13-C15	ITA	0,22	1%	F	BGR	0,62	1%	F	GBR	0,31	1%	C22	ITA	0,30	1%
Σύνολο		5,4	20,4%			4,2	16,8%			9,6	21,1%			6,4	17,8%			9,9	24,6%
		2010		2011		2012		2013		2014				2013		2014			
C10-C12	ROW	2,15	6%	C10-C12	ROW	3,40	8%	C10-C12	ROW	3,73	7%	C10-C12	BGR	10,53	9%	C10-C12	BGR	7,62	7%
I	ROW	2,06	6%	I	ROW	3,05	7%	I	ROW	3,26	6%	C10-C12	ROW	6,98	6%	C10-C12	ROW	6,17	6%
A01	ROW	1,20	3%	A01	ROW	1,85	4%	A01	ROW	2,00	4%	I	ROW	5,62	5%	C10-C12	TUR	5,38	5%
F	BGR	0,47	1%	H49	TUR	0,96	2%	C10-C12	TUR	1,73	3%	C10-C12	TUR	5,02	4%	I	ROW	5,01	5%
H50	DNK	0,32	1%	C13-C15	TUR	0,44	1%	C10-C12	BGR	1,57	3%	C10-C12	ESP	4,33	4%	A01	ROW	3,30	3%
C29	DEU	0,31	1%	F	BGR	0,42	1%	H49	TUR	1,17	2%	A01	ROW	3,68	3%	C10-C12	DEU	2,45	2%
H49	TUR	0,31	1%	F	TUR	0,38	1%	C10-C12	ITA	0,91	2%	I	CYP	2,86	2%	I	TUR	2,41	2%
F	DEU	0,30	1%	A03	ROW	0,38	1%	I	TUR	0,74	1%	I	TUR	2,31	2%	C10-C12	ITA	2,36	2%
C22	ITA	0,28	1%	C29	DEU	0,35	1%	A01	TUR	0,67	1%	G46	BGR	2,26	2%	G46	BGR	2,04	2%
H49	ROU	0,26	1%	A01	TUR	0,35	1%	C10-C12	DEU	0,63	1%	C10-C12	ITA	2,01	2%	I	CYP	1,92	2%
Σύνολο		7,6	21,8%			11,6	27,6%			16,4	30,3%			45,6	39,3%			38,7	35,9%

Παράρτημα ΣΤ

Πίνακας ΣΤ. 3: Οι 10 κυριότεροι διεθνείς κλάδοι-αποδέκτες εξαγωγών προς τελική κατανάλωση του κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού σε όρους αξίας ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Χώρα	Κλάδος	Αξία	% των εξαγωγών	Χώρα	Κλάδος	Αξία	% των εξαγωγών	Χώρα	Κλάδος	Αξία	% των εξαγωγών	Χώρα	Κλάδος	Αξία	% των εξαγωγών
		τελικών	τελικών της			τελικών	τελικών της			τελικών	τελικών της			τελικών	τελικών της
		2000	Ελλάδας			2001	Ελλάδας			2002	Ελλάδας			2003	Ελλάδας
CONS_h	ROW	26,56	76%	CONS_h	ROW	27,96	28%	CONS_h	ROW	10,35	59%	CONS_h	ITA	44,16	22%
CONS_h	DEU	1,59	5%	CONS_h	ITA	15,88	16%	CONS_h	DEU	1,10	6%	CONS_h	ROW	32,94	17%
CONS_h	ITA	1,11	3%	CONS_h	DEU	12,87	13%	CONS_h	ITA	1,00	6%	CONS_h	DEU	29,67	15%
CONS_h	GBR	0,59	2%	CONS_h	GBR	7,26	7%	CONS_h	GBR	0,57	3%	CONS_h	GBR	15,43	8%
CONS_h	FRA	0,53	2%	CONS_h	USA	4,98	5%	CONS_h	FRA	0,48	3%	CONS_h	USA	10,32	5%
CONS_h	CYP	0,47	1%	CONS_h	CYP	4,16	4%	CONS_h	CYP	0,45	3%	CONS_h	CYP	9,45	5%
CONS_h	USA	0,35	1%	CONS_h	FRA	2,99	3%	CONS_h	USA	0,41	2%	CONS_h	FRA	5,88	3%
CONS_h	NLD	0,35	1%	CONS_h	CAN	2,97	3%	CONS_h	USA	0,31	2%	CONS_h	CAN	5,62	3%
CONS_h	RUS	0,30	1%	CONS_h	NLD	2,03	2%	CONS_h	NLD	0,23	1%	CONS_h	AUS	4,76	2%
CONS_h	BEL	0,26	1%	CONS_h	BGR	1,89	2%	CONS_h	BGR	0,22	1%	CONS_h	BGR	4,64	2%
Σύνολο		32,1	91,7%			83,0	82,2%			15,1	86,0%			162,9	82,7%
		2005				2006				2007				2008	
CONS_h	ROW	31,14	71%	CONS_h	ROW	28,31	63%	CONS_h	ROW	40,88	26%	CONS_h	ROW	32,15	62%
CONS_h	DEU	1,75	4%	CONS_h	ITA	2,49	6%	CONS_h	DEU	18,58	12%	CONS_h	DEU	2,41	5%
CONS_h	ITA	1,73	4%	CONS_h	DEU	2,09	5%	CONS_h	ITA	18,31	12%	CONS_h	ITA	2,32	4%
CONS_h	CYP	1,08	2%	CONS_h	CYP	1,31	3%	CONS_h	CYP	10,66	7%	CONS_h	CYP	1,94	4%
CONS_h	GBR	0,99	2%	CONS_h	GBR	1,23	3%	CONS_h	GBR	9,84	6%	CONS_h	BGR	1,18	2%
CONS_h	FRA	0,88	2%	CONS_h	FRA	0,86	2%	CONS_h	BGR	8,23	5%	CONS_h	FRA	1,12	2%
CONS_h	BGR	0,45	1%	CONS_h	USA	0,66	1%	CONS_h	USA	8,16	5%	CONS_h	GBR	1,01	2%
CONS_h	USA	0,41	1%	CONS_h	BGR	0,62	1%	CONS_h	ROU	4,08	3%	CONS_h	RUS	0,76	1%
CONS_h	BEL	0,40	1%	CONS_h	RUS	0,53	1%	CONS_h	FRA	3,98	3%	CONS_h	USA	0,73	1%
CONS_h	RUS	0,40	1%	CONS_h	BEL	0,51	1%	CONS_h	AUS	3,01	2%	CONS_h	BEL	0,65	1%
Σύνολο		39,2	89,2%			38,6	86,4%			125,7	80,7%			44,3	85,6%
		2010				2011				2012				2013	
CONS_h	ROW	75,31	82%	CONS_h	ROW	96,95	82%	CONS_h	ROW	109,65	45%	CONS_h	ROW	176,07	26%
CONS_h	DEU	1,96	2%	CONS_h	DEU	2,59	2%	CONS_h	DEU	23,26	9%	CONS_h	DEU	103,36	15%
CONS_h	ITA	1,83	2%	CONS_h	ITA	2,36	2%	CONS_h	ITA	20,73	8%	CONS_h	ITA	98,17	14%
CONS_h	CYP	1,37	1%	CONS_h	CYP	1,52	1%	CONS_h	GBR	10,57	4%	CONS_h	CYP	38,39	6%
CONS_h	FRA	0,94	1%	CONS_h	TUR	1,22	1%	CONS_h	CYP	10,23	4%	CONS_h	GBR	36,14	5%
CONS_h	GBR	0,92	1%	CONS_h	GBR	1,14	1%	CONS_h	BGR	9,73	4%	CONS_h	BGR	31,16	5%
CONS_h	BGR	0,91	1%	CONS_h	BGR	1,03	1%	CONS_h	USA	7,39	3%	CONS_h	USA	27,50	4%
CONS_g	ROW	0,70	1%	CONS_h	FRA	1,02	1%	CONS_h	FRA	5,01	2%	CONS_h	FRA	16,21	2%
CONS_h	BEL	0,61	1%	CONS_g	ROW	0,86	1%	CONS_h	AUS	4,53	2%	CONS_h	ESP	14,24	2%
CONS_h	USA	0,56	1%	CONS_h	USA	0,85	1%	CONS_h	NLD	4,35	2%	CONS_h	AUS	14,20	2%
Σύνολο		85,1	92,2%			109,6	93,0%			205,5	83,4%			555,5	80,5%

Παράρτημα Ζ: Εγχώριοι κλάδοι συνεργάτες του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού

Πίνακας Ζ. 1: Οι 10 κυριότεροι εγχώριοι κλάδοι-προμηθευτές σε όρους αξίας του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια \$

Κλάδος	Αξία εισροών	% των εισροών	Κλάδος	Αξία εισροών	% των εισροών	Κλάδος	Αξία εισροών	% των εισροών	Κλάδος	Αξία εισροών	% των εισροών	Κλάδος	Αξία εισροών	% των εισροών
2000			2001			2002			2003			2004		
A01	2749	37%	A01	2922	37%	G46	2.882	36%	A01	3555	36%	G46	4358	39%
G46	2145	29%	G46	2389	30%	A01	2.865	35%	G46	3542	36%	A01	3701	33%
M73	559	7%	M73	632	8%	M73	708	9%	M73	754	8%	M73	832	7%
G47	484	6%	G47	475	6%	G47	267	3%	K64	288	3%	K64	378	3%
C10-C12	241	3%	C10-C12	239	3%	K64	217	3%	G47	266	3%	G47	266	2%
K64	230	3%	K64	220	3%	C10-C12	186	2%	M69_M73	224	2%	M69_M73	260	2%
M69_M73	128	2%	M69_M73	144	2%	M69_M73	172	2%	C10-C12	205	2%	C10-C12	258	2%
D35	109	1%	C18	120	2%	D35	135	2%	D35	165	2%	D35	192	2%
C18	92	1%	D35	117	1%	C18	114	1%	C18	131	1%	C18	149	1%
J61	73	1%	J61	63	1%	H52	49	1%	H52	87	1%	H52	92	1%
Σύνολο	6811	91,0%		7321	92,2%		7594	94,0%		9218	94,6%		10485	94,5%
2005			2006			2007			2008			2009		
G46	4582	40%	G46	4799	43%	G46	5735	44%	G46	6561	49%	G46	7163	47%
A01	3526	31%	A01	2763	25%	A01	3267	25%	A01	2787	21%	A01	2863	19%
M73	851	7%	M73	944	8%	M73	1057	8%	M73	1317	10%	M73	1369	9%
K64	401	3%	K64	416	4%	K64	439	3%	K64	454	3%	K64	558	4%
G47	314	3%	M69_M73	351	3%	M69_M73	384	3%	M69_M73	372	3%	M69_M73	455	3%
C10-C12	276	2%	C10-C12	288	3%	C10-C12	342	3%	C10-C12	304	2%	C10-C12	431	3%
M69_M73	274	2%	G47	274	2%	G47	296	2%	G47	282	2%	G47	351	2%
D35	219	2%	D35	233	2%	D35	267	2%	D35	249	2%	D35	322	2%
C18	161	1%	C18	166	1%	C18	198	2%	C18	133	1%	J61	154	1%
H52	95	1%	H52	113	1%	H52	112	1%	l68	91	1%	C18	154	1%
Σύνολο	10700	93,3%		10347	92,8%		12097	93,7%		12549	93,4%		13819	91,6%
2010			2011			2012			2013			2014		
G46	6604	48%	G46	6420	45%	G46	5191	41%	G46	4760	38%	G46	4857	38%
A01	2469	18%	A01	3212	22%	A01	3101	25%	A01	3222	26%	A01	3413	27%
M73	1061	8%	M73	958	7%	M73	707	6%	M73	587	5%	C10-C12	592	5%
K64	513	4%	K64	546	4%	C10-C12	493	4%	C10-C12	579	5%	M73	555	4%
M69_M73	421	3%	C10-C12	462	3%	K64	471	4%	K64	454	4%	K64	434	3%
G47	394	3%	M69_M73	440	3%	M69_M73	414	3%	M69_M73	416	3%	M69_M73	419	3%
C10-C12	393	3%	G47	359	2%	D35	302	2%	D35	318	3%	D35	306	2%
D35	279	2%	D35	305	2%	G47	207	2%	J61	214	2%	G47	199	2%
H52	166	1%	H52	190	1%	J61	190	2%	G47	196	2%	J61	197	2%
J61	163	1%	J61	179	1%	H52	171	1%	H52	173	1%	H52	184	1%
Σύνολο	12463	91,2%		13070	91,0%		11247	89,2%		10917	87,8%		11157	87,7%

Παράρτημα Ζ

Πίνακας Ζ. 2: Οι 10 κυριότεροι εγχώριοι κλάδοι-προμηθευτές σε όρους αξίας του ελληνικού κλάδου τροφίμων, ποτών και προϊόντων καπνού C10-C12 ανά έτος, για τα έτη 2000-2014. Αξίες σε εκατομμύρια ξ

Κλάδος	Αξία εκροής ενδιαμέσων	% των εκροής ενδιαμέσων	Κλάδος	Αξία εκροής ενδιαμέσων	% των εκροής ενδιαμέσων	Κλάδος	Αξία εκροής ενδιαμέσων	% των εκροής ενδιαμέσων	Κλάδος	Αξία εκροής ενδιαμέσων	% των εκροής ενδιαμέσων	Κλάδος	Αξία εκροής ενδιαμέσων	% των εκροής ενδιαμέσων
2000			2001			2002			2003			2004		
I	970	57%	I	1195	63%	I	1247	70%	I	1419	70%	I	1568	69%
C10-C12	241	14%	C10-C12	239	13%	C10-C12	186	10%	C10-C12	205	10%	C10-C12	258	11%
A01	79	5%	A01	87	5%	A01	67	4%	A01	87	4%	A01	92	4%
Q	67	4%	Q	68	4%	Q	66	4%	Q	76	4%	Q	74	3%
C13-C15	34	2%	R_S	26	1%	R_S	24	1%	R_S	32	2%	H50	34	1%
F	31	2%	C13-C15	25	1%	G46	23	1%	H50	23	1%	R_S	31	1%
C19	27	2%	F	25	1%	H50	21	1%	G46	22	1%	G46	28	1%
H50	18	1%	H50	22	1%	F	17	1%	F	18	1%	F	21	1%
C23	17	1%	G46	18	1%	C13-C15	11	1%	G47	13	1%	O84	21	1%
R_S	17	1%	C19	15	1%	G47	10	1%	O84	12	1%	G47	15	1%
Σύνολο	1503	88,0%		1720	90,7%		1672	93,3%		1906	94,5%		2142	93,9%
2005			2006			2007			2008			2009		
I	1165	60%	I	1173	60%	I	1853	67%	I	1251	60%	I	1301	52%
C10-C12	276	14%	C10-C12	288	15%	C10-C12	342	12%	C10-C12	304	15%	C10-C12	431	17%
A01	89	5%	A01	94	5%	A01	121	4%	A01	105	5%	Q	116	5%
Q	77	4%	Q	71	4%	Q	113	4%	Q	73	4%	A01	108	4%
H50	35	2%	H50	31	2%	R_S	41	1%	H50	41	2%	H50	41	2%
G46	31	2%	F	27	1%	H50	37	1%	G46	33	2%	G46	39	2%
F	20	1%	G46	26	1%	G46	31	1%	R_S	27	1%	C19	35	1%
C19	20	1%	O84	22	1%	F	26	1%	O84	21	1%	F	34	1%
O84	18	1%	C19	20	1%	O84	25	1%	F	19	1%	O84	27	1%
R_S	17	1%	R_S	19	1%	G47	17	1%	G47	16	1%	R_S	26	1%
Σύνολο	1749	89,9%		1772	90,1%		2606	93,7%		1890	91,2%		2159	87,0%
2010			2011			2012			2013			2014		
I	1235	53%	I	1388	53%	I	1511	51%	I	1956	54%	I	1763	51%
C10-C12	393	17%	C10-C12	462	17%	C10-C12	493	17%	C10-C12	579	16%	C10-C12	592	17%
A01	104	4%	A01	135	5%	C19	180	6%	C19	240	7%	C19	216	6%
Q	101	4%	Q	89	3%	A01	131	4%	A01	149	4%	A01	149	4%
C19	58	2%	C19	87	3%	Q	121	4%	Q	118	3%	Q	107	3%
H50	44	2%	H50	48	2%	H50	44	1%	R_S	50	1%	R_S	51	1%
G46	31	1%	R_S	34	1%	R_S	39	1%	H50	44	1%	H50	44	1%
R_S	29	1%	C24	32	1%	C24	34	1%	C24	44	1%	C24	43	1%
C24	23	1%	G46	31	1%	C22	31	1%	C22	42	1%	C22	41	1%
C23	21	1%	C20	24	1%	C13-C15	28	1%	C13-C15	36	1%	C20	36	1%
Σύνολο	2039	87,8%		2329	88,1%		2613	88,3%		3258	89,2%		3044	88,6%