

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΓΕΩΠΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΙΧΘΥΟΛΟΓΙΑΣ
ΚΑΙ ΥΔΑΤΙΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Οι προοπτικές των ελληνικών αλιευτικών προϊόντων στην αγορά
της Ευρωπαϊκής Ένωσης»**

Χρήστος Καραγκούνης

ΒΟΛΟΣ 2011

**«Οι προοπτικές των ελληνικών αλιευτικών προϊόντων στην αγορά
της Ευρωπαϊκής Ένωσης»**

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή :

1) Κωνσταντίνος Πολύμερος, Επίκουρος Καθηγητής, Μάρκετινγκ και Πολιτική στην Πρωτογενή Παραγωγή, Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ***Επιβλέπων,***

2) Σπυρίδων Κλαουδάτος, Καθηγητής, Υδατοκαλλιέργειες, Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ***Μέλος,***

3) Αθανάσιος Τσίκληρας, Λέκτορας, Θαλάσσια Βιολογία-Αλιευτικά Αποθέματα, Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Σχολή Γεωπονικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, ***Μέλος.***

Στους γονείς μου, στη σύζυγό μου και στα παιδιά μου

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες σε όλους αυτούς τους ανθρώπους που συνέβαλαν στο να φέρω σε πέρας την παρούσα Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία. Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Επιβλέποντα της εργασίας αυτής, Επίκουρο Καθηγητή **κ. Κωνσταντίνο Πολύμερο**, για την πολύτιμη βοήθειά του και τη διαρκή υποστήριξή του, τόσο κατά τη διεξαγωγή του πειράματος όσο και κατά τη συγγραφή της, καθώς και τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής μου, Καθηγητή **κ. Σπυρίδων Κλαουδάτο** και Λέκτορα **κ. Αθανάσιο Τσίκληρα** για τις χρήσιμες συμβουλές τους και την καθοδήγησή τους καθ' όλα τα στάδια διεκπεραίωσης της εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην οικογένειά μου και ιδιαίτερα στη σύζυγό μου για την αμέριστη συμπαράσταση, βοήθεια και προ πάντων κατανόηση και ανοχή καθ' όλο το χρονικό διάστημα των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα αλιευτικά και υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα αποτελούν πηγή ζωικών πρωτεϊνών υψηλής βιολογικής αξίας γεγονός που τα καθιστά πολύτιμη τροφή στη δίαιτα του ανθρώπου. Η Ελλάδα κατέχει σημαντική θέση στο εμπόριο αυτών των προϊόντων και ιδιαίτερα των εξαγωγών, στην αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 κρατών-μελών (Ε.Ε.-27) και όχι μόνο. Τα δύο κυριότερα εξαγωγικά προϊόντα της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27 αποτελούν η τσιπούρα και το λαβράκι συμβάλλοντας στην αύξηση των εξαγωγών και στη μείωση του αρνητικού εμπορικού ισοζυγίου.

Βασικός σκοπός της παρούσας προσπάθειας ήταν η διερεύνηση των προοπτικών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στο πλαίσιο της αγοράς της Ε.Ε.-27 χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογική προσέγγιση των δεικτών του Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος και του Μεριδίου Αγοράς.

Αρχικά έγινε μια προσπάθεια αποτύπωσης της αγοράς τους σε παγκόσμιο επίπεδο, στην αγορά της Ε.Ε.-27, αλλά και σε εθνικό επίπεδο.

Στη συνέχεια επιχειρήθηκε η διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης των κυριότερων υποκατηγοριών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην ενοποιημένη αγορά των 27 κρατών-μελών της Ε.Ε. Η μελέτη βασίστηκε στους δείκτες του Συγκριτικού Πλεονεκτήματος του **Vollrath**, δηλαδή στο δείκτη του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος (**RXA**), στο δείκτη του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος (**RMA**) και στο δείκτη του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος (**RTA**). Από τα ευρήματα της εργασίας προέκυψε ότι μόνο η κατηγορία των νωπών-διατηρημένων ψαριών εμφανίζει Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα.

Στη συνέχεια διερευνήθηκε η ανταγωνιστική θέση των εξαγωγών της ελληνικής τσιπούρας και του ελληνικού λαβρακιού. Για το σκοπό αυτό υπολογίσθηκε ο δείκτης

του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος (**RXCA**) σε κάθε μία από τις κυριότερες εισαγωγικές χώρες της Ε.Ε.-27 της υποκατηγορίας των νωπών-διατηρημένων ψαριών. Από τα αποτελέσματα των υπολογισμών προέκυψε ότι η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Τουρκία αποτελούν τις σημαντικότερες ανταγωνιστικές χώρες για τις ελληνικές εξαγωγές των ειδών αυτών. Επίσης, οι κυριότερες χώρες της Ε.Ε.-27 που κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο σε αξία εισαγωγών των νωπών-διατηρημένων ψαριών, είναι η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία και η Γερμανία. Η Πολωνία διαφαίνεται να αποτελεί μια νέα ενδιαφέρουσα αγορά για την απορρόφηση των ελληνικών εξαγωγών. Αναφορικά με τη διερεύνηση της εξέλιξης του δείκτη RXCA για τις παραπάνω ανταγωνιστικές χώρες, διαφαίνεται ότι υπάρχουν έντονες διακυμάνσεις μεταξύ των υπό μελέτη χωρών αλλά και από έτος σε έτος. Η ελληνική τσιπούρα και το ελληνικό λαβράκι χαρακτηρίζονται από ικανοποιητικό βαθμό ανταγωνιστικότητας σε αρκετές από τις υπό μελέτη εισαγωγικές αγορές. Όσον αφορά στην ανάλυση των ανταγωνιστικών-εξαγωγικών χωρών, διαπιστώθηκε ότι η τσιπούρα και το λαβράκι της Τουρκίας, συνιστούν μια νέα και σε αρκετές περιπτώσεις, σοβαρή απειλή για τις ελληνικές εξαγωγές.

Επίσης, υπολογίσθηκαν οι τιμές της τσιπούρας και του λαβρακιού των ανταγωνιστικών χωρών σε κάθε μία από τις χώρες-αγορές και διερευνήθηκε η σχέση που υπάρχει μεταξύ τιμής και ανταγωνιστικότητας. Άλλες φορές ο υψηλός βαθμός ανταγωνιστικότητας των ελληνικών εξαγωγών συνδυαζόταν με χαμηλότερη τιμή του προϊόντος έναντι των άλλων χωρών και άλλοτε όχι. Επιπλέον, μία μελλοντική έρευνα απαιτείται με σκοπό να εξαχθούν πιο χρήσιμα και ασφαλή συμπεράσματα.

Τέλος, χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης του Μεριδίου Εισαγωγών, **IS** (Import Share), για να εκτιμηθεί ο βαθμός διεισδυτικότητας στην αγορά της Ελλάδας των

ανταγωνιστικών χωρών τόσο για την τσιπούρα, όσο και για το λαβράκι. Από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι η Τουρκία βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στην αγορά της Ελλάδας.

Συνεπώς, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι, η αγορά των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από έντονα ανταγωνιστικό και ευμετάβλητο περιβάλλον. Έτσι, οι στρατηγικές Μάρκετινγκ των ελληνικών εξαγωγών τσιπούρας και λαβρακιού, θα πρέπει μεταξύ των άλλων, να έχουν ως βασικό στόχο, τη διερεύνηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της λειτουργίας των αγορών-στόχου, τον εντοπισμό της συνεχώς μεταβαλλόμενης ανταγωνιστικής θέσης των χωρών που συμμετέχουν και πολύ περισσότερο την κατανόηση των ραγδαία αυξανόμενων απαιτήσεων των καταναλωτών, στις συγκεκριμένες αυτές αγορές-στόχους.

Λέξεις κλειδιά: Αλιευτικά και υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα, ανταγωνιστικότητα, Ελλάδα, Ευρωπαϊκή Ένωση.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
1.1. Γενικά.....	1
1.2. Η Αλιεία και οι Υδατοκαλλιέργειες σε παγκόσμιο επίπεδο.....	3
1.3. Η Αλιεία και οι Υδατοκαλλιέργειες στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	7
1.4. Η Αλιεία και οι Υδατοκαλλιέργειες στην Ελλάδα.....	8
1.4.1. Η τσιπούρα (<i>Sparus aurata</i>).....	14
1.4.2. Το λαβράκι (<i>Dicentrarchus labrax</i>).....	16
1.5. Σκοπός της εργασίας.....	17
2. ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ.....	20
2.1. Εισαγωγικά.....	20
2.2. Δείκτες ανταγωνιστικότητας.....	23
2.3. Επιλογή δεικτών.....	31
2.4. Δεδομένα.....	37
3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	39
3.1. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων.....	39
3.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας και λαβρακιού.....	47
3.2.1. Εισαγωγικά.....	47
3.2.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας..	54
3.2.2.1. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Γαλλίας.....	58
3.2.2.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ισπανίας.....	61

3.2.2.3. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ιταλίας.....	65
3.2.2.4. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Γερμανίας.....	68
3.2.2.5. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Πολωνίας.....	73
3.2.2.6. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της τσιπούρας στην αγορά της Ελλάδας.....	76
3.2.3. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού.....	78
3.2.3.1. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Γαλλίας.....	82
3.2.3.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Ισπανίας.....	85
3.2.3.3. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Ιταλίας.....	89
3.2.3.4. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Γερμανίας.....	92
3.2.3.5. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Πολωνίας.....	96
3.2.3.6. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του λαβρακιού στην αγορά της Ελλάδας.....	99
4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	102
5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	110
6. ABSTRACT.....	115

7. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....118

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1. Γενικά

Η αλιεία μαζί με το κυνήγι αποτελούσαν τις δύο κυριότερες απασχολήσεις του πρωτόγονου ανθρώπου για την εξεύρεση τροφής για την επιβίωσή του (Παπαναστασίου, 1980).

Αλιεία ορίζεται ως η τέχνη με την οποία ο άνθρωπος συλλαμβάνει διάφορους οργανισμούς από τα θαλάσσια, γλυκά και υφάλμυρα νερά (Παπαναστασίου, 1980).

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι μετά την στασιμότητα της παγκόσμιας αλιευτικής παραγωγής, τα σημάδια της οποίας ξεκίνησαν ήδη από το 1970, η παραγωγή ιχθυερών ενισχύθηκε από τις υδατοκαλλιέργειες. Με τον όρο υδατοκαλλιέργειες εννοούμε τις καλλιέργειες υδρόβιων φυτικών οργανισμών και τις εκτροφές ζωικών που παρουσιάζουν ενδιαφέρον για τον άνθρωπο (Κλαουδάτος, 2008). Η διαφορά της με τη γεωργία συνίσταται στο ότι το περιβάλλον διαβίωσης των οργανισμών των υδατοκαλλιεργειών είναι υδάτινο, ενώ των οργανισμών της γεωργίας είναι χερσαίο (Curtis και Clonts, 1993: Παπουτσόγλου, 1997).

Τα αλιεύματα και τα υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα αποτελούν πηγή ζωικών πρωτεϊνών υψηλής βιολογικής αξίας (περιέχουν όλα τα απαραίτητα αμινοξέα σε σημαντικές ποσότητες) και μάλιστα η χημική σύσταση του κρέατος των ψαριών σε πολλά σημεία υπερτερεί του κρέατος των θηλαστικών και των πτηνών. Χαρακτηρίζονται από μεγάλη πεπτικότητα, υψηλή περιεκτικότητα ιωδίου, ασβεστίου, φωσφόρου, βιταμινών Α και D, γεγονός που τα καθιστά πολύτιμη τροφή στη διαίτα του ανθρώπου η οποία χρίζει καλύτερης εκτίμησης και διάδοσης (Παπαναστασίου, 1980: Curtis και Clonts, 1993).

Στον όρο θαλάσσια αλιεύματα υπάγονται όλοι οι υδρόβιοι οργανισμοί τους οποίους χρησιμοποιεί ο άνθρωπος για τη διατροφή του, τη διατροφή των αγροτικών ζώων καθώς και για άλλες χρήσεις. Περιλαμβάνουν οργανισμούς όπως ψάρια, μαλάκια, μαλακόστρακα, εχινόδερμα, ερπετά, αμφίβια, θηλαστικά, σφουγγάρια και ανθόζωα. Τα περισσότερα αλιεύματα είναι βρώσιμα, αλλά υπάρχουν όμως και ορισμένα είδη όπως τα σφουγγάρια και τα ανθόζωα τα οποία χαρακτηρίζονται ως μη βρώσιμα. Τα θαλάσσια αλιεύματα βρίσκονται συγκεντρωμένα σε περιοχές ονομαζόμενες αλιευτικά πεδία (Παπαναστασίου, 1980).

Οι κλάδοι της αλιείας και των υδατοκαλλιεργειών υπάγονται τόσο στον πρωτογενή τομέα όσο και στο δευτερογενή τομέα. Η πρωτογενή παραγωγή περιλαμβάνει τη θαλάσσια αλιεία, τις υδατοκαλλιέργειες και τη διαχείριση των εσωτερικών ιχθυοτρόφων υδάτων. Η μεταποίηση των αλιευτικών και των υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων εντάσσεται στο δευτερογενή τομέα (Παπαναγιώτου, 2008).

Η θαλάσσια αλιεία με τη σειρά της με βάση την περιοχή στην οποία διεξάγεται διακρίνεται σε παράκτια, μέση και μεγάλη (υπερπόντια) αλιεία (Παπαναγιώτου, 2008), ενώ οι υδατοκαλλιέργειες διακρίνονται σε θαλάσσιες υδατοκαλλιέργειες, καθώς και σε υδατοκαλλιέργειες υφαλμύρων και γλυκών νερών (Κλαουδάτος, 2008).

Αν θελήσουμε να κάνουμε μια ιστορική αναδρομή, μπορούμε να πούμε ότι οι υδατοκαλλιέργειες εμφανίστηκαν πριν από πολλά χρόνια (περίπου 4.000 χρόνια από σήμερα) με ψάρια του γλυκού νερού και με τα στρείδια σε περιοχές της νοτιοανατολικής Ασίας (Κίνα, Ιαπωνία κ.τ.λ.) (Παπουτσόγλου, 1986).

Οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους σήμερα εφαρμόζονται οι υδατοκαλλιέργειες είναι οι παρακάτω:

- Για τη διατροφή του ανθρώπου.
- Για την παραγωγή τροφών για κατοικίδια και αγροτικά ζώα.
- Για την παραγωγή προϊόντων για τη βιομηχανία.
- Για την παραγωγή διακοσμητικών υδρόβιων οργανισμών.
- Για την παραγωγή δολωμάτων (σκουλήκια για την αλιεία ψαριών).

(Παπουτσόγλου, 1986: Curtis και Clonts, 1993).

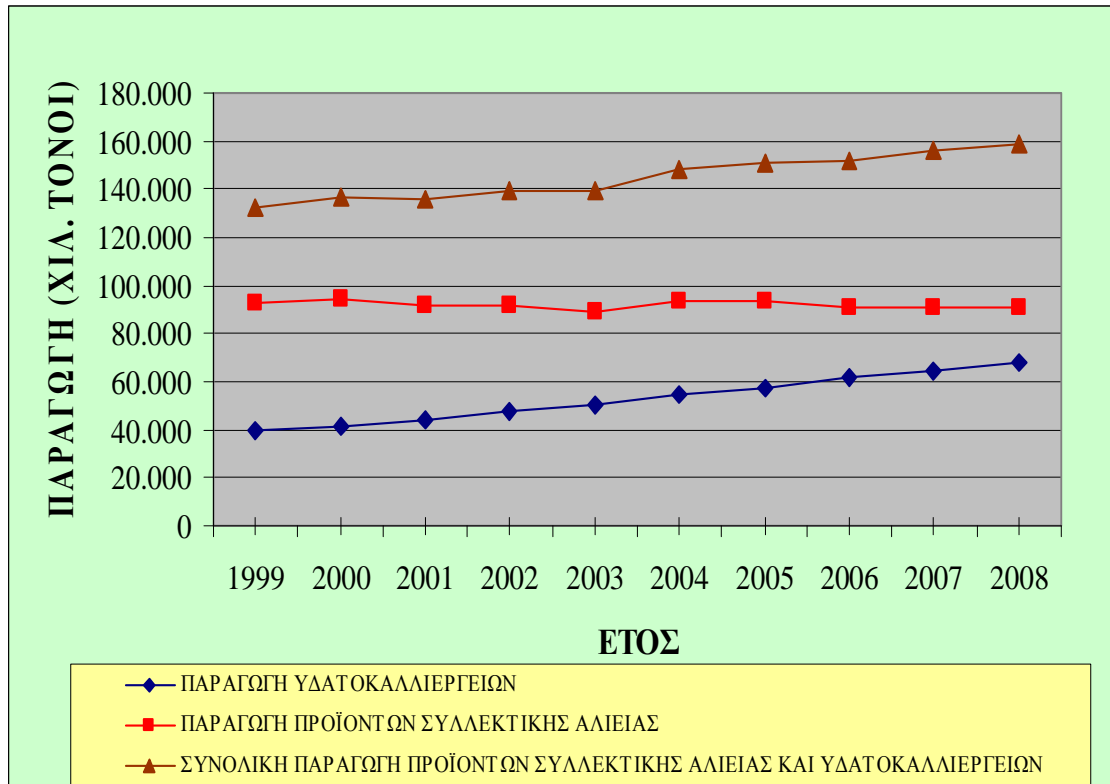
Η ποσότητα και η ποιότητα του νερού αποτελούν τους δύο κυριότερους παράγοντες που καθορίζουν όχι μόνο το είδος του φυτικού ή ζωικού υδρόβιου οργανισμού που θα επιλεγεί, αλλά και την επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας. Επομένως χαρακτηριστικά όπως φυσικές, χημικές και βιολογικές ιδιότητες του περιβάλλοντος, επιβλαβής μικροοργανισμοί και τοξικές ουσίες επηρεάζουν τόσο την παραγωγή και την ανάπτυξη των εκτρεφόμενων ή καλλιεργούμενων ειδών, όσο και την ποιότητα και εδωδιμότητα του προϊόντος (Barnabe, 1990).

1.2. Η Αλιεία και οι Υδατοκαλλιέργειες σε παγκόσμιο επίπεδο

Το μεγαλύτερο μέρος της παγκόσμιας αλιευτικής παραγωγής προέρχεται κυρίως από το Βόρειο ημισφαίριο με σημαντικότερα αλιευτικά πεδία αυτό του βορειοδυτικού Ειρηνικού (Θάλασσα Ιάβας) και του βορειοανατολικού Ατλαντικού (Βόρεια Θάλασσα) (Θεοδώρου, 2004).

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τροφίμων, Food and Agriculture Organization of the United Nations (F.A.O., πρόγραμμα FishStat Plus, www.fao.org) η συνολική παγκόσμια παραγωγή συλλεκτικής αλιείας και υδατοκαλλιεργειών ανήλθε το 2008 στους 160 εκατομμύρια τόνους αυξημένη κατά 25% περίπου σε σχέση με το 1999, ενώ η παγκόσμια παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας παρουσίασε μία

ελαφρά μείωση (περίπου 2%) το έτος 2008 σε σχέση με το 1999. Από τους 160 εκατομμύρια τόνους οι 69 εκατομμύρια τόνοι προέρχονται από την παραγωγή των υδατοκαλλιεργειών, ενώ οι 91 εκατομμύρια τόνοι προέρχονται από την άσκηση της συλλεκτικής αλιείας (Σχ. 1.1).



Σχήμα 1.1 : Παγκόσμια παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας και υδατοκαλλιεργειών

Οι κυριότερες χώρες όσον αφορά στην παραγωγή προϊόντων της συλλεκτικής αλιείας παγκοσμίως το έτος 2008 παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.1. Μεγαλύτερη παραγωγός χώρα είναι η Κίνα (16,69% της συνολικής παραγωγής), ενώ στη δεύτερη θέση είναι το Περού (8,12%). Ακολουθούν η Ευρωπαϊκή Ένωση των 27 κρατών-μελών (Ε.Ε.-27) και η Ινδονησία με ποσοστό ανώτερο του 5%. Στη 10^η θέση βρίσκονται οι Φιλιππίνες με ποσοστό 2,82%.

Πίνακας 1.1 : Παγκόσμια παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας το 2008

ΧΩΡΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (τόνοι)	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
1. ΚΙΝΑ	15.157.263	16,69
2. ΠΕΡΟΥ	7.376.686	8,12
3. Ε.Ε.-27	5.178.071	5,70
4. ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	4.960.276	5,46
5. Η.Π.Α.	4.357.014	4,80
6. ΙΑΠΩΝΙΑ	4.354.701	4,80
7. ΙΝΔΙΑ	4.104.877	4,52
8. ΧΙΛΗ	3.939.377	4,34
9. ΡΩΣΙΑ	3.393.966	3,74
10. ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ ΛΟΙΠΕΣ	2.564.615	2,82
ΣΥΝΟΛΟ	90.800.159	100,00

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Η αύξηση της συνολικής παραγωγής της συλλεκτικής αλιείας και των υδατοκαλλιεργειών κατά την περίοδο 1999-2008 οφειλόταν στην αύξηση της παραγωγής των υδατοκαλλιεργειών, παρουσίασε αύξηση κατά 70% σε σχέση με το 1999. Οι υδατοκαλλιέργειες αποτελούν έναν από τους περισσότερο ανερχόμενους κλάδους της πρωτογενούς παραγωγής. Την πρώτη θέση σε παραγωγή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας το έτος 2008 καταλαμβάνει η Κίνα παράγοντας περισσότερο από το 60% της παγκόσμιας παραγωγής και με παραγωγή που πλησιάζει τους 42,70 εκατομμύρια τόνους, ενώ ακολουθούν η Ινδονησία, η Ινδία και το Βιετνάμ με ποσοστό 5,64%, 5,09% και 3,65% αντίστοιχα. Η Ε.Ε.-27 βρίσκεται στην 8^η θέση με ποσοστό 1,87% και με παραγωγή περίπου 1,28 εκατομμύρια τόνους, ενώ στη 10^η θέση και με ποσοστό 1,47% βρίσκεται το Μπαγκλαντές. Τέλος, οι λοιπές χώρες παράγουν το 10,54% της παγκόσμιας παραγωγής προϊόντων υδατοκαλλιέργειας το έτος 2008 (Πιν. 1.2).

Πίνακας 1.2 : Παγκόσμια παραγωγή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας το 2008

ΧΩΡΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (τόνοι)	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
1. ΚΙΝΑ	42.669.744	62,43
2. ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	3.854.844	5,64
3. ΙΝΔΙΑ	3.478.692	5,09
4. ΒΙΕΤΝΑΜ	2.497.400	3,65
5. ΦΙΛΙΠΠΙΝΕΣ	2.407.698	3,52
6. ΝΟΤΙΑ ΚΟΡΕΑ	1.394.818	2,04
7. ΤΑΪΛΑΝΔΗ	1.374.024	2,01
8. Ε.Ε.-27	1.277.807	1,87
9. ΙΑΠΩΝΙΑ	1.187.774	1,74
10.ΜΠΑΓΚΛΑΝΤΕΣ ΛΟΙΠΕΣ	1.005.542	1,47
ΛΟΙΠΕΣ	7.200.599	10,54
ΣΥΝΟΛΟ	68.348.942	100,00

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Τα προϊόντα της συλλεκτικής αλιείας και των υδατοκαλλιεργειών διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια διατροφή. Η ετήσια μέση κατά κεφαλή κατανάλωση προϊόντων της συλλεκτικής αλιείας και των υδατοκαλλιεργειών παγκοσμίως αυξήθηκε από 9,9 kg τη δεκαετία του 1960 σε 11,5 kg τη δεκαετία του 1970, σε 12,5 kg τη δεκαετία του 1980, σε 14,4 kg τη δεκαετία του 1990 φθάνοντας τα 16,4 kg το 2005. Η κατανάλωση αυτή διαφέρει από περιοχή σε περιοχή όπως φαίνεται στον Πίνακα 1.3.

Πίνακας 1.3 : Μέση ετήσια κατά κεφαλή κατανάλωση προϊόντων της συλλεκτικής αλιείας και των υδατοκαλλιεργειών το 2005

	Παγκόσμια	Παγκόσμια εκτός Κίνας	Αφρική	Βόρεια και Κεντρική Αμερική	Νότια Αμερική	Κίνα	Ασία	Ευρώπη	Ωκεανία
Kg/ Έτος	16,4	14,0	8,3	18,9	8,4	26,1	17,9	20,8	24,5

Πηγή: F.A.O., 2009.

Διαφορές στην κατανάλωση υπάρχουν τόσο μεταξύ των διαφόρων χωρών, όσο και εντός της ίδιας χώρας λόγω διαφορετικών καταναλωτικών προτιμήσεων, τιμής και διαθεσιμότητας του προϊόντος, αλλά και διαφορετικού εισοδηματικού επιπέδου. Οι υδατοκαλλιέργειες έχουν αυξανόμενο ρόλο στη διατροφή του ανθρώπου. Η συνεισφορά τους στην ετήσια μέση κατά κεφαλή κατανάλωση προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειών αυξήθηκε από 14% το 1986, σε 30% το 1996, φθάνοντας στο 47% το 2006 (F.A.O., 2009).

1.3. Η Αλιεία και οι Υδατοκαλλιέργειες στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Ο τομέας της αλιείας και των υδατοκαλλιέργειών αποτελεί σημαντική οικονομική δραστηριότητα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η συνολική παραγωγή στην Ε.Ε.-27 το 2008 ανήλθε σε 6,456 εκατομμύρια τόνους. Τα αλιεύματα που προέρχονται από την άσκηση της συλλεκτικής αλιείας ανήλθαν στους 5,178 εκατομμύρια τόνους, με την Ελλάδα να καταλαμβάνει την 16^η θέση με περίπου 89.000 τόνους και με μερίδιο 1,72% της συνολικής ευρωπαϊκής παραγωγής. Στις πρώτες πέντε θέσεις βρίσκονται η Ισπανία, η Δανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία και η Ολλανδία (Πιν. 1.4).

Η υδατοκαλλιέργεια διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε αρκετές ευρωπαϊκές περιφέρειες. Η παραγωγή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας στην Ε.Ε.-27 έφθασε στους 1,277 εκατομμύρια τόνους, ενώ η αξία τους έφθασε περίπου τα 4,750 δις δολάρια Η.Π.Α. το έτος 2008 (Πιν. 1.5). Η Ισπανία κατέχει την 1^η θέση με συνεισφορά 19,49%, ακολουθούμενη από τη Γαλλία, την Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 5^η θέση με παραγωγή περίπου 115.000 τόνους και ποσοστό 9% επί της συνολικής ευρωπαϊκής παραγωγής. Στη δέκατη θέση βρίσκεται η χώρα της Δανίας με παραγωγή προϊόντων υδατοκαλλιέργειας ίση με περίπου 35.000 τόνους.

Πίνακας 1.4 : Παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας στην Ε.Ε.-27 το 2008

ΧΩΡΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (τόνοι)	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
1. ΙΣΠΑΝΙΑ	917.290	17,71
2. ΔΑΝΙΑ	690.202	13,33
3. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	596.004	11,51
4. ΓΑΛΛΙΑ	496.893	9,60
5. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	416.748	8,05
6. ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	240.390	4,64
7. ΙΤΑΛΙΑ	237.193	4,58
8. ΙΡΛΑΝΔΙΑ	234.842	4,54
9. ΣΟΥΗΔΙΑ	231.336	4,47
10. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	229.499	4,43
11. ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	182.763	3,53
12. ΦΙΛΑΝΔΙΑ	158.399	3,06
13. ΛΕΤΤΟΝΙΑ	157.934	3,05
14. ΠΟΛΩΝΙΑ	142.496	2,75
15. ΕΣΘΟΝΙΑ	102.520	1,98
16. ΕΛΛΑΔΑ	88.975	1,72
ΛΟΙΠΕΣ	54.608	1,05
ΣΥΝΟΛΟ	5.178.091	100,00

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί συγγραφέα.

Πίνακας 1.5 : Παραγωγή και αξία προϊόντων υδατοκαλλιέργειας στην Ε.Ε.- 27 το 2008

ΧΩΡΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (τόνοι)	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)	ΑΞΙΑ (000\$)	ΠΟΣΟΣΤΟ (%)
1. ΙΣΠΑΝΙΑ	249.074	19,49	517.784	10,90
2. ΓΑΛΛΙΑ	237.868	18,62	814.039	17,14
3. ΙΤΑΛΙΑ	181.469	14,20	810.375	17,06
4. ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	179.187	14,02	954.515	20,10
5. ΕΛΛΑΔΑ	114.888	8,99	554.071	11,67
6. ΙΡΛΑΝΔΙΑ	57.210	4,48	174.637	3,68
7. ΟΛΛΑΝΔΙΑ	46.622	3,65	148.150	3,12
8. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	43.977	3,44	142.773	3,01
9. ΠΟΛΩΝΙΑ	36.813	2,88	107.784	2,27
10. ΔΑΝΙΑ	35.337	2,77	129.432	2,73
ΛΟΙΠΕΣ	95.362	7,46	395.410	8,33
ΣΥΝΟΛΟ	1.277.807	100,00	4.748.970	100,00

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί συγγραφέα.

1.4. Η Αλιεία και οι Υδατοκαλλιέργειες στην Ελλάδα

Η Ελλάδα κατέχει μία από τις μεγαλύτερες ακτογραμμές της Ευρωπαϊκής Ένωσης με μήκος περισσότερο από 16.000 km, συνθήκες που ευνοούν την ανάπτυξη

της αλιευτικής δραστηριότητας. Η συλλεκτική αλιεία και οι υδατοκαλλιέργειες αποτελούν πηγή απασχόλησης ιδιαίτερα σε περιοχές όπου δεν υπάρχουν πολλές εναλλακτικές δυνατότητες. Επομένως, σε απομακρυσμένες και παράκτιες περιοχές που βρίσκονται μακριά από βιομηχανικά, τουριστικά και γενικά κέντρα οικονομικής δραστηριότητας, η απασχόληση με τη συλλεκτική αλιεία και τις υδατοκαλλιέργειες συμβάλλει στη μείωση της ανεργίας, στην εξασφάλιση σημαντικού εισοδήματος και στη διατήρηση ενός καλού βιοτικού επιπέδου των οικογενειών (Παπαναγιώτου, 2008).

Σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (Ε.Σ.Υ.Ε.) ο αριθμός των πλήρως απασχολούμενων στη θαλάσσια αλιεία το 2006 ανερχόταν σε περίπου 12.700 εργαζόμενους (Πίν. 1.6), ενώ ο αντίστοιχος αριθμός εργαζομένων για τις υδατοκαλλιέργειες ήταν περίπου 4.400 εργαζόμενοι (Πιν. 1.7). Επίσης στις υδατοκαλλιέργειες το 2006 απασχολούνταν περίπου 500 εργαζόμενοι με τη μορφή της μερικής απασχόλησης.

Πίνακας 1.6 : Αριθμός απασχολούμενων στη θαλάσσια αλιεία (μέσος όρος)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	2003	2004	2005	2006	2007
Πλήρης Απασχόληση (αριθμ. εργαζομένων)	14.224	13.478	13.414	12.687	12.681
Μερική Απασχόληση (αριθμ. εργαζομένων)	599	612	515	509	463

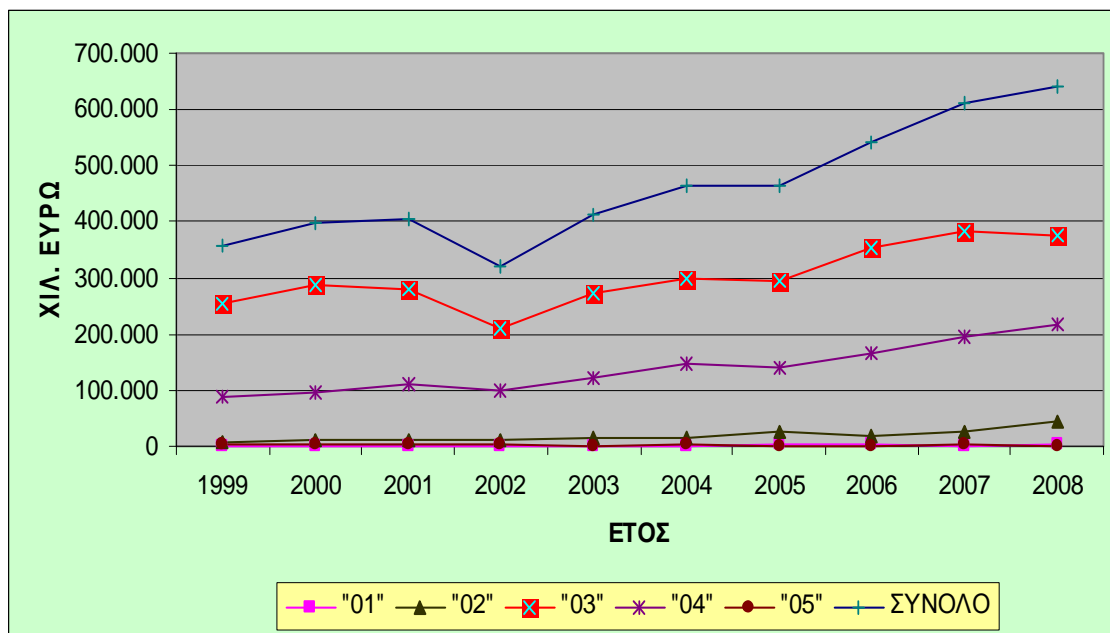
Πηγή : Ε.Σ.Υ.Ε.

Πίνακας 1.7 : Αριθμός απασχολούμενων στις υδατοκαλλιέργειες (μέσος όρος)

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	2003	2004	2005	2006
Πλήρης Απασχόληση (αριθμ. εργαζομένων)	3.734	4.400	4.313	4.419
Μερική Απασχόληση (αριθμ. εργαζομένων)	434	375	518	502

Πηγή : Ε.Σ.Υ.Ε.

Σύμφωνα με την Eurostat σχετικά με τις αξίες των ελληνικών εξαγωγών των πέντε κατηγοριών προϊόντων ζωικής προέλευσης στην αγορά της Ε.Ε.-27, από το 1999 έως και το 2008, παρατηρούμε ότι η κατηγορία "03" η οποία περιλαμβάνει τα ιχθυηρά αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών εξαγωγών (Σχ. 1.2). Η κατάταξη των προϊόντων έγινε σύμφωνα με τους κωδικούς που χρησιμοποιεί η Eurostat, δηλαδή η κατηγορία "01" περιλαμβάνει τα ζωντανά ζώα, η "02" το κρέας και τα εδώδιμα εντόσθια, η "03" τα ψάρια, τα καρκινοειδή, τα μαλάκια και άλλα υδρόβια ασπόνδυλα, δηλαδή ότι αποκαλούμε ιχθυηρά (η κατηγορία αυτή θα μελετηθεί εκτενέστερα παρακάτω), η "04" τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα αυγά πουλιών, το φυσικό μέλι, και άλλα εδώδιμα προϊόντα ζωικής προέλευσης και τέλος η κατηγορία "05" περιλαμβάνει τα λοιπά προϊόντα ζωικής προέλευσης που δε συμπεριλαμβάνονται αλλού.



Σχήμα 1.2 : Εξαγωγές ζωικών προϊόντων της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27

Η κατηγορία "03" σύμφωνα με τη Eurostat απαρτίζεται από επιμέρους κλάδους-

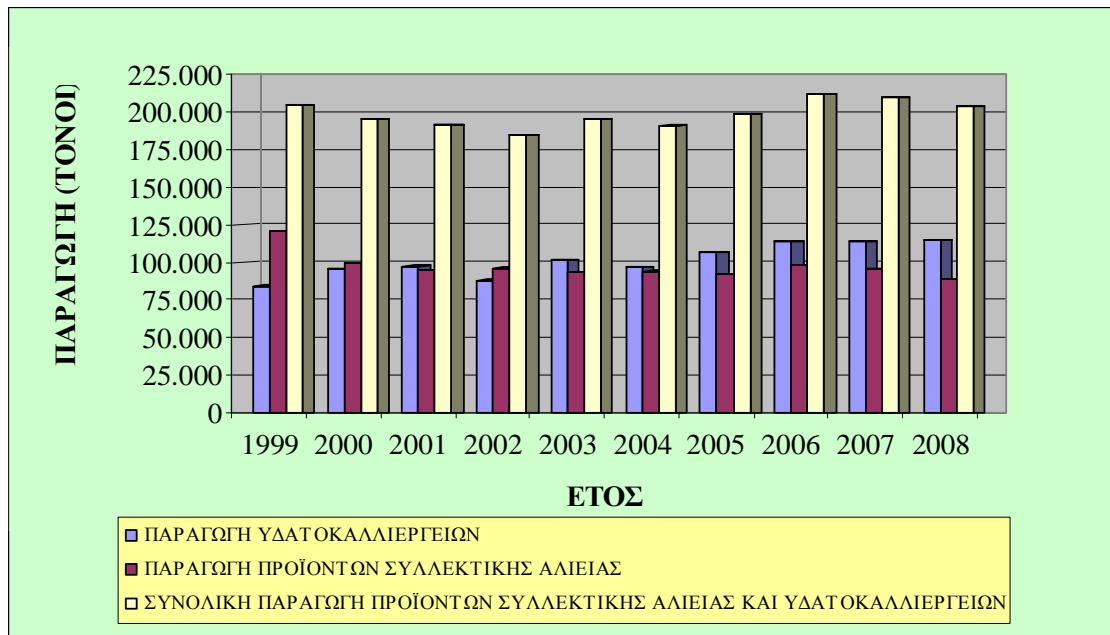
υποκατηγορίες. Από τις επτά κυριότερες υποκατηγορίες των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων, η κατηγορία "302" (ψάρια νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη) καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών στην αγορά της Ε.Ε.-27 (84,06%) ακολουθώντας αυξητική πορεία (Πιν. 1.8).

Πίνακας 1.8 : Εξαγωγές των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην αγορά της Ε.Ε.-27 (000 €)

Προϊόν	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"301"	5.970	8.988	5.260	5.201	5.106	6.546	5.101	5.592	6.796
"302"	250.057	226.866	160.605	220.256	232.607	231.027	286.154	319.530	307.049
"303"	5.114	6.050	5.082	6.791	5.562	10.896	11.856	11.827	11.186
"304"	272	620	288	361	653	761	797	2.001	3.493
"305"	6.532	12.713	10.129	11.716	13.267	7.276	5.634	4.948	3.878
"306"	4.472	5.107	5.400	5.698	11.508	11.437	13.787	12.273	10.054
"307"	15.578	19.074	22.889	23.962	29.448	26.252	30.345	27.652	22.839
ΣΥΝΟΛΟ	287.995	279.418	209.653	273.985	298.151	294.195	353.674	383.823	365.295

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Όσον αφορά στη συνολική παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας και υδατοκαλλιεργειών στην Ελλάδα, ανερχόταν σε περίπου 204.000 τόνους το 2008, παρουσιάζοντας μια σταθερότητα σε σχέση με το 1999, αντισταθμίζοντας την μείωση της παραγωγής της συλλεκτικής αλιείας με την αύξηση της παραγωγής των προϊόντων υδατοκαλλιέργειας. Η παραγωγή των υδατοκαλλιεργειών έφθασε περίπου τους 115.000 τόνους το 2008 έναντι μόλις 85.000 τόνων το 1999, καταλαμβάνοντας το 56% της συνολικής παραγωγής (Σχ. 1.3) διαδραματίζοντας σημαντικό κοινωνικοοικονομικό ρόλο και με εξαιρετικά ευοίωνες προοπτικές.



Σχήμα 1.3 : Παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας και υδατοκαλλιεργειών στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.9 τα κυριότερα είδη που εκτρέφονταν στην Ελλάδα το 2008 ήταν η τσιπούρα (*Sparus aurata*) με παραγωγή περίπου 52.000 τόνους και μερίδιο 45% επί της συνολικής παραγωγής υδατοκαλλιεργειών, με δεύτερο είδος το λαβράκι (*Dicentrarchus labrax*) με παραγωγή περίπου 35.000 τόνους (30%) και τρίτο είδος το μύδι (*Mytilus galloprovincialis*) με παραγωγή περίπου 21.000 τόνους (18%).

Από τα δεδομένα των Πινάκων 1.9 και 1.10 παρατηρούμε ότι σε επίπεδο παραγωγής το 2008 το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής της τσιπούρας, του λαβρακιού και του μυδιού προερχόταν από τις υδατοκαλλιέργειες και όχι από τη συλλεκτική αλιεία. Όσον αφορά στην παραγωγή της τσιπούρας διαπιστώνουμε ότι το 2008 η παραγωγή τσιπούρας από τη συλλεκτική αλιεία ήταν μόλις 208 τόνοι (0,4% της συνολικής παραγωγής τσιπούρας). Για το ίδιο έτος η παραγωγή λαβρακιού από τη συλλεκτική αλιεία ήταν 482 τόνοι (1,4% της συνολικής παραγωγής λαβρακιού), ενώ η παραγωγή του μυδιού από τη συλλεκτική αλιεία ήταν 289 τόνοι (1,4% της συνολικής

παραγωγής μυδιού).

Προηγούμενες έρευνες έδειξαν ότι η Ελλάδα κατέχει σημαντική θέση στο εμπόριο των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων και ιδιαίτερα των εξαγωγών, σε επίπεδο Ε.Ε.-27 και όχι μόνο (Polymeros *et al.*, 2005: Polymeros και Katrakilidis, 2008: Λιόλιου και συν., 2008: Λιόλιου, 2009). Η τσιπούρα και το λαβράκι αποτελούν τα δύο κυριότερα εξαγωγικά υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27 της υποκατηγορίας των νωπών-διατηρημένων ψαριών συμβάλλοντας στην αύξηση των εξαγωγών και στη μείωση του αρνητικού εμπορικού ισοζυγίου (Πιν. 1.11). Το 2008 η συνολική αξία των εξαγωγών του λαβρακιού στην Ε.Ε.-27 ανερχόταν σε περίπου 122,5 εκατομμύρια ευρώ με ποσοστό 40% επί της συνολικής αξίας όλων των νωπών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων που εξάγονται στην Ε.Ε.-27, ενώ η αξία των εξαγωγών της τσιπούρας έφθασε περίπου τα 138,25 εκατομμύρια ευρώ (45%).

Πίνακας 1.9 : Παραγωγή κυριότερων προϊόντων υδατοκαλλιεργειών στην Ελλάδα το 2008

	ΤΣΙΠΟΥΡΑ	ΛΑΒΡΑΚΙ	ΜΥΔΙ	ΛΟΙΠΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Παραγωγή (τόνοι)	51.957	35.036	21.078	6.817	114.888
Ποσοστό (%)	45	30	18	6	100

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 1.10 : Παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας στην Ελλάδα το 2008

	ΤΣΙΠΟΥΡΑ	ΛΑΒΡΑΚΙ	ΜΥΔΙ	ΛΟΙΠΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Παραγωγή (τόνοι)	208	482	289	87.996	88.975
Ποσοστό (%)	0,23	0,54	0,32	98,90	100

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 1.11 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην Ε.Ε.-27 της υποκατηγορίας των νοπών-διατηρημένων ψαριών (000 €)

ΠΡΟΪΟΝ	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Ποσοστό (%) 2008
Λαβράκι	53.372	61.078	52.736	81.629	130.893	122.537	40
Τσιπούρα	73.085	65.639	63.368	92.430	129.302	138.251	45
ΛΟΙΠΑ	93.799	105.890	114.923	112.095	59.335	46.261	15
ΣΥΝΟΛΟ	220.256	232.607	231.027	286.154	319.530	307.049	100

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι ελληνική αλιεία χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία ειδών με μικρές ποσότητες ανά είδος. Η αλίευσή τους γίνεται από διάφορα αλιευτικά πεδία με μεγαλύτερο εκείνο του βόρειου Αιγαίου. Το βόρειο Αιγαίο διαθέτει μεγάλα αποθέματα μικρού αριθμού ειδών, σε αντίθεση με το νότιο Αιγαίο το οποίο χαρακτηρίζεται από μεγαλύτερο αριθμό ειδών, αλλά με μικρότερα αποθέματα. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται παγκοσμίως σε όλες τις περιοχές καθώς επίσης και στα αλιευτικά πεδία της Ελλάδας σημαντική μείωση των ιχθυοαποθεμάτων. Αιτία αποτελεί η τεχνολογική πρόοδος των τελευταίων ετών, αλλά και η αυξανόμενη ζήτηση προϊόντων της θάλασσας (Θεοδώρου, 2004).

Γι' αυτό και σε επίπεδο Ε.Ε.-27 θεσπίστηκε η Κοινή Αλιευτική Πολιτική (Κ.Α.Π.) της οποίας οι κυριότεροι στόχοι της είναι να προωθήσει τη βιώσιμη αλιεία και υδατοκαλλιέργεια σε ένα υγιές θαλάσσιο περιβάλλον το οποίο να είναι σε θέση να στηρίξει μία οικονομικώς βιώσιμη βιομηχανία. (ΚΑΠ ,2009).

1.4.1. Η τσιπούρα (*Sparus aurata*)

Η τσιπούρα (gilt-head sea bream) ανήκει στην οικογένεια Sparidae (Εικ. 1.1). Ψάρια που ανήκουν στην ίδια οικογένεια είναι το λυθρίνι, το φαγκρί, ο σαργός, το

μελανούρι, ο σπάρος, η μουρμούρα καθώς και πολλά άλλα. Πρόκειται για ένα ψάρι με σώμα επίμηκες και πλευρικά πιεσμένο. Το χρώμα της είναι ασημένιο-γκρι, με κιτρινοασημένια πλευρά και γκριζογαλάζια ράχη. Το χαρακτηριστικό της γνώρισμα αποτελεί μια χρυσοκίτρινη λωρίδα σχήματος V ανάμεσα στα μάτια (Παπαναστασίου, 1980: Παπουτσόγλου, 1986).

Προτιμά παράκτιες θαλάσσιες περιοχές με αμμώδεις βυθούς. Η τσιπούρα είναι ψάρι σαρκοφάγο και τρέφεται με δίθυρα μαλάκια, μαλακόστρακα και άλλα ψάρια. Συναντάται συνήθως μόνο του ή σε μικρές ομάδες, στον τροπικό Ατλαντικό έως τη Μεγάλη Βρετανία, τη Μεσόγειο, αλλά σπάνια στη Μαύρη Θάλασσα. Η περίοδος αναπαραγωγής της ξεκινά τον Οκτώβριο και τελειώνει το Δεκέμβριο. Παρουσιάζει έντονη ευαισθησία στο κρύο και με την εμφάνιση των πρώτων κρύων αφήνει τα ρηχά νερά και κατευθύνεται στην ανοιχτή θάλασσα. Έχει ιδιαίτερη προτίμηση σε υφάλμυρα νερά όπως των λιμνοθαλασσών. Η τσιπούρα είναι ένα από τα είδη που εκτρέφεται με μεγάλη επιτυχία στην Ευρώπη, όπως επίσης και στην Ελλάδα, για το κρέας της που είναι εξαιρετικής ποιότητας, χρώματος άσπρου (Παπαναστασίου, 1980).



Εικόνα 1.1 : Τσιπούρα (*Sparus aurata*)

1.4.2. Το λαβράκι (*Dicentrarchus labrax*)

Το λαβράκι (European sea bass) ανήκει στην οικογένεια Moronidae (Εικ.1.2). Στην ίδια οικογένεια υπάγεται και το κηλιδωτό λαβράκι. Πρόκειται για ψάρι με χρώμα ασημένιο και γκριζο-μολυβί ράχη. Τα σώμα του είναι κομψό και ισχυρό, ενώ φέρει σαρκώδη χείλη και γλώσσα με δόντια. Το μήκος του μπορεί να φθάσει το 1 m και το βάρος του τα 10 kg (Παπαναστασίου, 1980).

Όπως η τσιπούρα έτσι και το λαβράκι είναι ψάρι ευρύαλο. Συναντάται σε βυθούς αμμώδεις και βραχώδεις σε περιοχές του Ατλαντικού (από τα Κανάρια νησιά έως τη Νορβηγία), τη Μεσόγειο Θάλασσα, καθώς επίσης και στη Μαύρη Θάλασσα. Όσον αφορά στη διατροφή του πρόκειται για ένα ψάρι που είναι σαρκοφάγο, αρπακτικό και πάρα πολύ λαίμαργο. Τροφή του είναι κυρίως οι γαρίδες, τα μαλάκια και άλλα ψάρια. Η περίοδος αναπαραγωγής του είναι κατά τη διάρκεια του χειμώνα, δηλαδή από τον Ιανουάριο έως το Φεβρουάριο (Παπαναστασίου, 1980).



Εικόνα 1.2 : Λαβράκι (*Dicentrarchus labrax*)

Το λαβράκι αντέχει σε αντίξοες συνθήκες διαβίωσης, πράγμα που επιβεβαιώνεται από την παρουσία του και σε όχι πολύ καθαρά νερά όπως είναι των λιμνιωνών και των εκβολών των ποταμών (Παπουτσόγλου, 1986).

Η ποιότητα του κρέατος του λαβρακιού είναι εξαιρετική (Παπαναστασίου, 1980).

1.5. Σκοπός της εργασίας

Το διεθνές περιβάλλον έχει υποστεί σημαντικές αλλαγές στις τελευταίες δύο δεκαετίες. Προκλήσεις όπως η παγκοσμιοποίηση, η τεχνολογική πρόοδος, οι αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας των αγορών, έχουν δημιουργήσει σύγχρονες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις, αλλά και σοβαρές προκλήσεις-απειλές (Kotler, 1991: Kotler και Keller, 2006).

Η διεθνοποίηση των αγορών και οι διεθνείς συμφωνίες οι οποίες στοχεύουν στην απελευθέρωση του εμπορίου, έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση της προσφερόμενης ποσότητας των αγροτικών προϊόντων δημιουργώντας ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον για τον αγροτικό τομέα καθώς και των συναφών επιχειρήσεων (Hyvonen, 1995: Kennedy *et al.*, 1997).

Επομένως, ένας από τους βασικούς στόχους των αγροτικών και επομένως και των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών επιχειρήσεων σε αυτό το νέο διαμορφωμένο περιβάλλον θα πρέπει να αποτελεί η διερεύνηση του βαθμού ανταγωνιστικότητας των προϊόντων που παράγουν και η διερεύνηση της ύπαρξης ή μη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε συγκεκριμένες αγορές-στόχους (Porter, 1998). Ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ορίζεται η ικανότητα μιας επιχείρησης να λειτουργεί με έναν ή περισσότερους τρόπους, τους οποίους οι ανταγωνιστές δεν μπορούν ή δεν πρόκειται να

εφαρμόσουν (Kotler και Keller, 2006).

Βασικός σκοπός της παρούσας προσπάθειας ήταν η διερεύνηση των προοπτικών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στο πλαίσιο της αγοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στην αρχή της παρούσας εργασίας επιχειρήθηκε η διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης των κυριότερων υποκατηγοριών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην ενοποιημένη αγορά της Ε.Ε.-27. Στόχος αυτής της προσπάθειας αποτέλεσε ο εντοπισμός των επιμέρους υποκατηγοριών των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων που παρουσίασαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην παραπάνω αγορά, καθώς επίσης και η εξέλιξη του βαθμού ανταγωνιστικότητας της κάθε μίας υποκατηγορίας ξεχωριστά και όχι ολόκληρου του κλάδου ως σύνολο. Έτσι είναι δυνατό να εντοπιστούν οι ιδιαιτερότητες της κάθε υποκατηγορίας και να εξαχθούν όσο το δυνατό πιο έγκυρα και λεπτομερή συμπεράσματα.

Επίσης εντοπίστηκαν οι κυριότερες εισαγωγικές χώρες-αγορές των ελληνικών εξαγωγών. Στη συνέχεια, έγινε μια προσπάθεια διερεύνησης τόσο της ανταγωνιστικής θέσης όσο και της εξέλιξης του βαθμού ανταγωνιστικότητας, της ελληνικής τσιπούρας και του λαβρακιού, αλλά και των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών ως προς τις εξαγωγές αυτών των προϊόντων, σε κάθε μία από τις εισαγωγικές αγορές. Η τσιπούρα και το λαβράκι είναι τα δύο σημαντικότερα είδη της υποκατηγορίας των νωπών-διατηρημένων ψαριών, δύο προϊόντα τα οποία αποτελούν ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον αντικείμενο για περαιτέρω διερεύνηση των προοπτικών τους και για οικονομική ανάλυση γενικότερα.

Στη συνέχεια επιχειρήθηκε ο υπολογισμός των τιμών των προϊόντων της

τσιπούρας και του λαβρακιού όλων των ανταγωνιστικών χωρών σε κάθε μία από τις εισαγωγικές χώρες-αγορές και η συσχέτισή τους με το βαθμό ανταγωνιστικότητας.

Τέλος, στην παρούσα εργασία εκτιμήθηκε και ο βαθμός διεισδυτικότητας στην αγορά της Ελλάδας των ανταγωνιστικών χωρών τόσο για την τσιπούρα, όσο και για το λαβράκι.

Η παρούσα εργασία διαρθρώνεται ως εξής: Στην επόμενη ενότητα γίνεται προσπάθεια μιας σύντομης ανασκόπησης της σχετικής βιβλιογραφίας και παράθεση της μεθοδολογικής προσέγγισης που χρησιμοποιήθηκε, στη συνέχεια αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας και στην τελευταία ενότητα παρουσιάζονται τα κυριότερα συμπεράσματα καθώς και ορισμένες προτάσεις.

2. ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ

2.1 Εισαγωγικά

Η έννοια της ανταγωνιστικότητας τα τελευταία χρόνια έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως στην οικονομική έρευνα και στην οικονομική πολιτική από διαφορετικές οπτικές σκοπιές, αλλά υπάρχει μικρή συμφωνία για τον ορισμό της (Porter, 1998b; Bojnec και Ferto, 2009).

Ο ανταγωνισμός ως έννοια δεν έχει να κάνει μόνο με τον αριθμό των πωλητών σε μια συγκεκριμένη αγορά, αλλά με το μερίδιο της αγοράς που αποκτά ο καθένας σε ένα κλάδο, τη διατηρησιμότητα του μεριδίου αυτού και την κερδοφορία του (Τσακλάγκανος, 2004).

Ο βαθμός του ανταγωνισμού μιας επιχείρησης μέσα σε μία συγκεκριμένη αγορά εξαρτάται από τους ακόλουθους πέντε βασικούς παράγοντες: α) από τον αριθμό των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων στην αγορά και το ενδεχόμενο να αποκτήσουν μερίδιο αγοράς, β) την ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων, γ) τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών, δ) τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και ε) τον ανταγωνισμό μεταξύ των υπάρχουσών επιχειρήσεων στην αγορά. Η γνώση και κατανόηση των παραπάνω πέντε παραγόντων θα βοηθούσε την επιχείρηση στο να εφαρμόσει μία αποτελεσματική ανταγωνιστική στρατηγική. Υπάρχουν τρεις γενικές στρατηγικές: α) χαμηλό συνολικό κόστος παραγωγής, β) διαφοροποίηση του προϊόντος και γ) εστίαση σε συγκεκριμένο μερίδιο καταναλωτών (Porter, 1998a, 1998b; Kotler και Keller, 2006). Ο ανταγωνισμός είναι δυναμικός και συνεχώς εξελίσσεται. Νέα προϊόντα, νέες μέθοδοι μάρκετινγκ, νέες διαδικασίες παραγωγής και νέες αγορές εμφανίζονται (Kotler, 1991: Porter, 1998b).

Μετά το Β΄ παγκόσμιο πόλεμο το διεθνές εμπόριο έχει αυξηθεί δραματικά σε σχέση με την παγκόσμια παραγωγή. Το πιο σημαντικό μέρος του διεθνούς εμπορίου είναι η ανταλλαγή παρόμοιων αγαθών (μεταποιημένων προϊόντων) μεταξύ παρόμοιων οικονομιών (αναπτυγμένων χωρών). Οι Balassa, Grubel, Lloyd και άλλοι ερευνητές έχουν διαπιστώσει ότι η ταχεία επέκταση του εμπορίου μεταξύ των αναπτυγμένων χωρών δεν οφείλεται στην αύξηση της διαφοροποίησης του προϊόντος, αλλά σε μία ταυτόχρονη αύξηση των εξαγωγών όλων των κλάδων όλων των χωρών (Ethier, 1995).

Σύμφωνα με τους Kennedy *et al.*, (1997) η ανταγωνιστικότητα των αγροτικών προϊόντων και των τροφίμων τα τελευταία χρόνια αποτελεί θέμα μεγάλου ενδιαφέροντος τόσο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης όσο και της επιστημονικής κοινότητας. Ανταγωνιστικότητα ορίζεται ως η ικανότητα να μπορέσουμε να δώσουμε κέρδος-αξία σε ένα προϊόν μέσω του κόστους παραγωγής και της διαφοροποίησης του προϊόντος. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό η ανταγωνιστικότητα συνδέεται άμεσα με τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν το κόστος παραγωγής, αλλά και τη ζήτηση του προϊόντος.

Σύμφωνα με τον Hyvonen (1995) οι διεθνείς εμπορικές συμφωνίες που έχουν ως στόχο την απελευθέρωση του εμπορίου επηρεάζουν όλο και περισσότερο την προσφορά των προϊόντων γενικότερα, αλλά και τις ανταγωνιστικές συνθήκες που επικρατούν στις αγροτικές επιχειρήσεις. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ορίζεται ως ένα σύνολο από ενέργειες που επιτρέπουν σε μια επιχείρηση να αποδίδει ιδιαίτερα καλά ή με διαφορετικό τρόπο σε σχέση με ανταγωνίστριες επιχειρήσεις μέσα σε ένα παρόμοιο προϊόν ή τομέα της αγοράς.

Με την αυξανόμενη πίεση των χωρών να μειώσουν τους αγροτικούς εμπορικούς περιορισμούς, η διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης των προϊόντων μιας χώρας σε

μία συγκεκριμένη αγορά αποτελεί υπόθεση ζωτικής σημασίας (Jensen *et al.*, 1995).

Οι Tefertiller και Ward (1995) υποστήριξαν ότι επιχειρήσεις και βιομηχανίες που δεν μπορούν να προσαρμοστούν στις στρεβλώσεις της αγοράς και στη συνεχή εξέλιξη των τιμών μέσω της πώλησης των προϊόντων τους, δεν είναι ανταγωνιστικές και επομένως δεν είναι ικανές να επιβιώσουν μέσα σε αυτό το περιβάλλον. Έτσι, η ανταγωνιστικότητα είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ποιότητα του προϊόντος, τις τιμές που επικρατούν στην αγορά, το κόστος παραγωγής και διανομής, τις συνθήκες της αγοράς, καθώς και την αποτελεσματικότητα της εμπορίας και διανομής του παραγόμενου προϊόντος.

Σε μελέτη που πραγματοποίησαν οι Dresher και Maurer (1999) διαπίστωσαν ότι η ανταγωνιστικότητα σε διεθνές επίπεδο έχει αποκτήσει μεγάλη σημασία για τους διάφορους τομείς των τροφίμων στις ευρωπαϊκές χώρες. Παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτό αποτελούν η ολοκλήρωση της ευρωπαϊκής κοινής αγοράς, η ταχεία επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ιδιωτικών εταιρειών στην παγκόσμια αγορά, καθώς και η εντεινόμενη συγκέντρωση των βιομηχανιών των τροφίμων σε εταιρείες μεγάλου οικονομικού μεγέθους.

Η έννοια της ανταγωνιστικότητας μπορεί να διακριθεί σε τρεις διαφορετικές προσεγγίσεις: α) ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων (μικροοικονομικό επίπεδο), β) ανταγωνιστικότητα των κλάδων παραγωγής (μεσοοικονομικό επίπεδο) και γ) ανταγωνιστικότητα των εθνικών οικονομιών (μακροοικονομικό επίπεδο) (Dresher και Maurer, 1999).

Σε μία μελέτη τους οι Pitts και Lagnevik (1998), προσδιόρισαν την ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης ως την ικανότητα να κερδίσει και να διατηρήσει το μερίδιο αγοράς στην εγχώρια αγορά, αλλά και σε αγορές του εξωτερικού.

Τέλος, στη μελέτη των Kim και Marion (1999) διατυπώνεται ότι ο βαθμός του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων στην εγχώρια αγορά είναι θετικά συνδεδεμένος με την ικανότητα των επιχειρήσεων να είναι ανταγωνιστικές στις διεθνείς αγορές και αυτό γιατί η έντονη εγχώρια ανταγωνιστικότητα αποτελεί το πιο κατάλληλο υπόβαθρο για να προετοιμάσει τις επιχειρήσεις ώστε να είναι ανταγωνιστικές και βιώσιμες στην παγκοσμιοποιημένη αγορά.

2.2. Δείκτες Ανταγωνιστικότητας

Η διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων, των κλάδων παραγωγής, αλλά και ολόκληρων των οικονομιών, αναμφισβήτητα αποτελεί ένα ενδιαφέρον ζήτημα για τη διεθνή επιστημονική κοινότητα και όχι μόνο. Η ύπαρξη πληθώρας ερευνητικών προσεγγίσεων και προσπαθειών, φανερώνει τη συνεχώς αυξανόμενη σημασία της ανταγωνιστικότητας στη διαμόρφωση ευνοϊκών ή μη προϋποθέσεων για την επιβίωση επιμέρους προϊόντων και κλάδων παραγωγής, σε συγκεκριμένες αγορές-στόχους.

Στη διεθνή βιβλιογραφία διαφορετικοί δείκτες έχουν χρησιμοποιηθεί από πολλούς ερευνητές για τη διερεύνηση του βαθμού ανταγωνιστικότητας εθνικών οικονομιών, βιομηχανιών, επιχειρήσεων και προϊόντων. Στη συνέχεια της εργασίας παρουσιάζονται οι πιο σημαντικοί από αυτούς.

Μεταξύ αυτών είναι και η μεθοδολογία που στηρίζεται στους δείκτες του Συγκριτικού Πλεονεκτήματος, σύμφωνα με τους Balassa (1965), Lee (1995), Havrila και Gunawardana (2003) και Bognec και Ferto (2009). Ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Συγκριτικού Πλεονεκτήματος, **RCA** (Revealed Comparative Advantage), έχει χρησιμοποιηθεί για να περιγράψει εάν μία χώρα παρουσιάζει ή όχι συγκριτικό πλεονέκτημα σε ένα συγκεκριμένο κλάδο, τομέα ή προϊόν, στο πλαίσιο της

συμμετοχής της στις αντίστοιχες διεθνείς εμπορικές δομές, χωρίς να αναλύει τις βασικές πηγές αυτού του συγκριτικού πλεονεκτήματος (Havrila και Gunawardana, 2003).

Ορίζεται ως ο λόγος του μεριδίου των εξαγωγών ενός προϊόντος ή ενός κλάδου-τομέα μιας χώρας στην παγκόσμια αγορά, προς το μερίδιο των συνολικών εξαγωγών όλων των προϊόντων ή κλάδων-τομέων της χώρας στην ίδια αγορά. Επομένως ο δείκτης RCA αποτυπώνεται ως εξής:

$$RCA_{ij} = (x_{ij} / X_j) / (x_{iw} / X_w)$$

Όπου, RCA_{ij} είναι ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Συγκριτικού Πλεονεκτήματος για

ένα προϊόν ή τομέα-κλάδο i μιας χώρας j ,

x_{ij} οι εξαγωγές του προϊόντος ή τομέα-κλάδου i της χώρας j ,

X_j οι συνολικές εξαγωγές της χώρας j ,

x_{iw} οι εξαγωγές του προϊόντος ή τομέα-κλάδου i παγκοσμίως,

X_w συνολικές εξαγωγές παγκοσμίως

Ανάλογα με την τιμή του δείκτη μπορούμε να αποφανθούμε εάν μία χώρα παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα ως προς ένα προϊόν ή κλάδο. Επομένως, όταν η τιμή του δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Συγκριτικού Πλεονεκτήματος είναι μεγαλύτερη της μονάδας, τότε η υπό έρευνα χώρα παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα ως προς ένα προϊόν ή κλάδο, αντίθετα για τιμές μικρότερης της μονάδας παρουσιάζει συγκριτικό μειονέκτημα (Havrila και Gunawardana, 2003).

Τροποποίηση του παραπάνω δείκτη αποτελεί ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος, **RXCA (Revealed Export Competitive**

Advantage) έτσι ώστε να υπολογίζει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας χώρας για ένα συγκεκριμένο προϊόν, όχι στην παγκόσμια αγορά, αλλά σε μία συγκεκριμένη αγορά-στόχο. Ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος, **RXCA**, εκφράζεται ως εξής:

$$RXCA_{ij} = \left(X_{ij} / \sum_i X_{ij} \right) / \left(\sum_j X_{ij} / \sum_{ij} X_{ij} \right)$$

όπου: X είναι οι αξίες των εξαγωγών, i είναι οι υπό μελέτη χώρες και j είναι τα υπό μελέτη προϊόντα.

Η προσέγγιση αυτή μας δίνει την δυνατότητα της διερεύνησης της ανταγωνιστικής θέσης των εξαγωγών μιας χώρας σε συγκεκριμένες αγορές, καθιστώντας δυνατό αφενός τον εντοπισμό των κυριότερων εισαγωγικών αγορών, αλλά και αφετέρου την εξέλιξη του βαθμού της ανταγωνιστικότητας στις εν λόγω αγορές. Επιπλέον, με την παραπάνω προσέγγιση καθίσταται εφικτή η διαδικασία εντοπισμού των κυριότερων εξαγωγικών ανταγωνιστικών χωρών στις εισαγωγικές αυτές αγορές.

Όταν η τιμή του δείκτη **RXCA** είναι μεγαλύτερη της μονάδας, τότε η υπό μελέτη χώρα παρουσιάζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αντίθετα για τιμές μικρότερης της μονάδας παρουσιάζει ανταγωνιστικό μειονέκτημα (Hinloopen και Marrewijk, 2001).

Σύμφωνα με τους Havrila και Gunawardana (2003) και Bognec και Ferto (2009) ένας άλλος τρόπος διερεύνησης του βαθμού ανταγωνιστικότητας αποτελεί η χρησιμοποίηση των δεικτών του συγκριτικού πλεονεκτήματος του **Vollrath** οι οποίοι είναι οι εξής:

i) ο δείκτης του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος, **RXA** (Relative Export

Advantage Index),

ii) ο δείκτης του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος, **RMA** (Relative Import Advantage Index),

iii) ο δείκτης του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος, **RTA** (Relative Advantage Trade Index) και

iv) ο δείκτης της Σχετικής Ανταγωνιστικότητας, **RC** (Relative Competitiveness Index).

Οι παραπάνω δείκτες του Vollrath αποτυπώνονται ως εξής:

$$\mathbf{RXA}_{ij} = (\mathbf{X}_{ij}/\mathbf{X}_{nj})/(\mathbf{X}_{ir}/\mathbf{X}_{nr})$$

$$\mathbf{RMA}_{ij} = (\mathbf{M}_{ij}/\mathbf{M}_{nj})/(\mathbf{M}_{ir}/\mathbf{M}_{nr})$$

$$\mathbf{RTA}_{ij} = \mathbf{RXA}_{ij} - \mathbf{RMA}_{ij}$$

$$\mathbf{RC}_{ij} = \mathbf{Ln}(\mathbf{RXA}_{ij}) - \mathbf{Ln}(\mathbf{RMA}_{ij})$$

Όπου:

X: οι εξαγωγές

M: οι εισαγωγές

i: το προϊόν

j: η χώρα

n: το υπόλοιπο των προϊόντων

r: το υπόλοιπο των χωρών

Ln: ο φυσικός λογάριθμος.

Οι δύο δείκτες RXA και RMA μπορούν να πάρουν τιμές από 0 έως άπειρο, ενώ οι τιμές του RTA είναι είτε θετικές, είτε αρνητικές. Επομένως όταν οι τιμές των δεικτών RXA και RMA είναι μεγαλύτερες της μονάδας έχουμε την εμφάνιση σχετικού εξαγωγικού ή εισαγωγικού πλεονεκτήματος αντίστοιχα, ενώ όταν είναι μικρότερες της μονάδας έχουμε την εμφάνιση μειονεκτήματος. Όσον αφορά στις τιμές του δείκτη

RTA, όταν αυτές είναι θετικές τότε έχουμε σχετικό εμπορικό πλεονέκτημα, ενώ όταν είναι αρνητικές έχουμε αντιστοίχως μειονέκτημα (Havrila και Gunawardana, 2003: Πολύμερος και συν., 2004).

Η σπουδαιότητα των δεικτών του Vollrath έγκειται στο γεγονός ότι επιτρέπουν να γίνει διάκριση ενός προϊόντος/χώρας και των υπολοίπων προϊόντων/χωρών, αποφεύγοντας έτσι τη διπλή καταμέτρηση στο παγκόσμιο εμπόριο (Havrila και Gunawardana, 2003).

Οι δείκτες RC (Σχετικής Ανταγωνιστικότητας) και RTA (Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος) θα πρέπει να προτιμώνται ιδιαίτερα σε ελεύθερες αγορές όπου επικρατούν έντονα φαινόμενα στρεβλώσεων. Όμως, ο RC δείκτης δεν μπορεί να εφαρμοστεί στις περιπτώσεις εκείνες που το διμερές εμπόριο δεν υφίσταται, πράγμα που σημαίνει ότι είτε οι εισαγωγές είτε οι εξαγωγές είναι μηδενικές. Επίσης, έχει περιορισμένη εφαρμογή στην περίπτωση που οι τιμές των εξαγωγών και των εισαγωγών είναι χαμηλές (Havrila και Gunawardana, 2003).

Σύμφωνα με τους Havrila και Gunawardana (2003) από όλους τους παραπάνω δείκτες του Vollrath ο δείκτης του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος, RXA είναι αυτός που χρησιμοποιείται περισσότερο στην πράξη.

Ένας άλλος δείκτης που χρησιμοποιείται είναι ο δείκτης της ανταγωνιστικότητας του εμπορίου, TC (Trade competitiveness) ο οποίος ορίζεται ως εξής:

$$TC_{ij} = \frac{X_{ij} - M_{ij}}{X_{ij} + M_{ij}}$$

Όπου:

X: οι αξίες των εξαγωγών

M: οι αξίες των εισαγωγών

i: το προϊόν

j : η χώρα

Οι τιμές του δείκτη κυμαίνονται μεταξύ του -1 και του +1. Εάν ο δείκτης είναι μικρότερος του μηδενός τότε έχουμε την εμφάνιση συγκριτικού μειονεκτήματος της χώρας j ως προς το προϊόν i, ενώ εάν ο δείκτης είναι θετικός τότε παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα (Han *et. al.*, 2009).

Ένας άλλος δείκτης που χρησιμοποιείται ευρέως είναι ο δείκτης του **Grubel-Lloyd** ή αλλιώς ο δείκτης **ΙΤ**, (Intra-Industry Trade) (Rodas-Martini, 1998). Ορίζεται ως εξής:

$$IT_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{(X_i + M_i)}$$

Όπου:

X_i: οι εξαγωγές του προϊόντος i και

M_i: οι εισαγωγές του προϊόντος i

Ο δείκτης του Grubel-Lloyd μπορεί να πάρει τιμές από 0 έως και 1. Έτσι όταν η τιμή του δείκτη τείνει προς το 0, αυτό σημαίνει ότι υφίστανται μόνο εξαγωγές ή μόνο εισαγωγές του υπό μελέτη προϊόντος, ενώ όταν ο δείκτης τείνει προς το 1, τότε η αξία των εξαγωγών είναι ίση περίπου με την αξία των εισαγωγών (Havrila και Gunawardana, 2003).

Σε μία έρευνά τους οι Drescher και Maurer (1999) για τη διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της βιομηχανίας γάλακτος στη Γερμανία χρησιμοποίησαν τους παρακάτω δύο δείκτες:

α) το δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Συγκριτικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος XRCA, (Revealed Comparative Advantage Export Index), οριζόμενο ως εξής:

$$XRCA_{ij} = \left(X_{ij} / \sum_j X_{ij} \right) / \left(\sum_i X_{ij} / \sum_{ij} \sum X_{ij} \right)$$

Όπου:

X: οι αξίες των εξαγωγών,

i: οι κατηγορίες των προϊόντων,

j: η χώρα.

Με τον δείκτη να κυμαίνεται από 0 έως άπειρο (τιμές μεγαλύτερες της μονάδας υποδηλώνουν συγκριτικό εξαγωγικό πλεονέκτημα).

β) το δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Συγκριτικού Καθαρού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος, NXRCA (Revealed Comparative Advantage Net Export) ο οποίος ορίζεται ως εξής:

$$NXRCA_{ij} = [NX_{ij} + (NX_{ij} * NX_{Tj})] * 100$$

όπου: $NX_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$

$$NX_{Tj} = \sum_j (X_{ij} - M_{ij}) / \sum_j (X_{ij} + M_{ij})$$

M = Εισαγωγές

Με τον δείκτη να παίρνει τιμές είτε θετικές, είτε αρνητικές με τις θετικές τιμές να φανερώνουν συγκριτικό καθαρό εξαγωγικό πλεονέκτημα. Και οι δύο παραπάνω δείκτες χρησιμοποιούνται στην πράξη για τη διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας ομοειδών προϊόντων σε μία ελεύθερη αγορά.

Οι Kim and Marion (1997) στη μελέτη τους της διερεύνησης της ανταγωνιστικότητας των Αμερικανικών βιομηχανιών τροφίμων στην παγκόσμια αγορά

χρησιμοποίησαν το δείκτη του Καθαρού Εξαγωγικού Μεριδίου **NXS**, (Net Export Share) εκφραζόμενος ως η διαφορά των εξαγωγών και των εισαγωγών ως ποσοστό των συνολικών παγκόσμιων εξαγωγών για τον υπό μελέτη τομέα.

Αν υποθέσουμε ότι υπάρχουν n διαφορετικές χώρες στον κόσμο, τότε ο δείκτης του Καθαρού Εξαγωγικού Μεριδίου NXS_i μιας χώρας i σε ένα τομέα ή κλάδο εκφράζεται ως εξής:

$$NXS_i = (X_i - M_i) / \sum_j^n X_j$$

όπου X είναι οι εξαγωγές και M οι εισαγωγές.

Όταν έχουμε διμερείς εμπορικές συναλλαγές μεταξύ δύο χωρών i και j τότε ο παραπάνω δείκτης εκφράζεται ως εξής:

$$NXS_{i,j} = (X_{i,j} - X_{j,i}) / (X_{i,j} + X_{j,i})$$

Όπου $X_{i,j}$ είναι οι εξαγωγές της χώρας i στη χώρα j .

Ομοίως, ο δείκτης του Μεριδίου Εξαγωγών, **XS_i** (Export Share), μιας χώρας i για κάποιο προϊόν, τομέα ή κλάδο εξετάζει το μερίδιο εξαγωγών της χώρας i σε σχέση με τις παγκόσμιες εξαγωγές για το συγκεκριμένο προϊόν, τομέα ή κλάδο, εκφραζόμενος ως εξής:

$$XS_i = X_i / \sum_j^n X_j$$

Όπου:

X : οι εξαγωγές και

n : διαφορετικές χώρες.

Οι τιμές του παραπάνω δείκτη κυμαίνονται από 0 έως 1. Όταν ο δείκτης παίρνει

την τιμή 0, τότε η χώρα i δεν έχει καθόλου εξαγωγές για το υπό μελέτη προϊόν, ενώ όταν παίρνει τη μέγιστη τιμή 1, τότε η χώρα i είναι η μοναδική που εξάγει το συγκεκριμένο προϊόν. Ο παραπάνω δείκτης χρησιμοποιείται για να περιγράψει το μέγεθος του πλεονεκτήματος ενός προϊόντος αλλά και το βαθμό εξειδίκευσής του στη συγκεκριμένη αγορά (Han *et. al.*, 2009).

Αντίστοιχα ο δείκτης του Μεριδίου Εισαγωγών, IS_i (Import Share) εξετάζει το μερίδιο εισαγωγών μιας χώρας i σε σχέση με τις παγκόσμιες εισαγωγές για ένα συγκεκριμένο προϊόν, τομέα ή κλάδο. Εκφράζεται ως εξής:

$$IS_i = I_i / \sum_j^n I_j$$

Όπου:

I : οι εισαγωγές και

n : διαφορετικές χώρες.

Οι τιμές του παραπάνω δείκτη επίσης κυμαίνονται μεταξύ του 0 και του 1. Έτσι όταν ο δείκτης παίρνει την τιμή 0, τότε η χώρα i δεν έχει καθόλου εισαγωγές για το υπό μελέτη προϊόν, ενώ όταν παίρνει τη μέγιστη τιμή 1, τότε η χώρα i είναι η μοναδική εισαγωγέας του συγκεκριμένου προϊόντος (Kim και Marion, 1997).

2.3. Επιλογή Δεικτών

Όπως ήδη έχει αναφερθεί τις τελευταίες δύο δεκαετίες παρατηρείται μία συνεχής εξέλιξη γεγονότων στην οικονομία, την τεχνολογία, την κοινωνία κ.τ.λ. Συμφωνίες πραγματοποιούνται στα πλαίσια των διαπραγματεύσεων του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (W.T.O) για την άρση του κάθε είδους προστατευτισμού των προϊόντων και ιδιαιτέρως εκείνων της πρωτογενούς παραγωγής που είναι και τα

περισσότερο προστατευμένα (μέσω της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής στην Ε.Ε.).

Με την εξέλιξη της τεχνολογίας, την εμφάνιση ταχύτερων μορφών επικοινωνίας, μέσων μεταφοράς και οικονομικών ροών, ο χρόνος και οι αποστάσεις μειώνονται αισθητά. Όλα αυτά διευκόλυναν τις εταιρείες να εμπορεύονται σε άλλες χώρες και τους καταναλωτές να αγοράζουν αγαθά από εμπορικές επιχειρήσεις άλλων χωρών (Kotler και Keller, 2006). Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια ραγδαία ανάπτυξη του διεθνούς επικοινωνιακού δικτύου με ηλεκτρονική μορφή δίνοντας τη δυνατότητα για την κατάργηση των συνόρων στις διεθνείς συναλλαγές, προσφέροντας νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες με την προώθηση των υπαρχόντων αλλά και των νέων προϊόντων και την εξεύρεση νέων αγοραστών και αγορών. Όλα αυτά έχουν συμβάλλει στην αύξηση των εμπορικών συναλλαγών μεταξύ των κρατών, αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής και επομένως και των αλιευτικών και των υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων, τα οποία αποτελούν αντικείμενο της παρούσας εργασίας (Kotler, 1991: Τσακλάγκανος, 2004).

Επίσης η αύξηση της συμμετοχής των χωρών της Άπω Ανατολής στις παγκόσμιες αγορές, η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την είσοδο των νέων χωρών της Ανατολικής Ευρώπης, η απογοήτευση από τις κατευθυνόμενες οικονομίες και η στροφή προς τις οικονομίες της αγοράς κ.ά. έχουν συμβάλλει τόσο στην αύξηση των εμπορικών συναλλαγών μεταξύ των κρατών, όσο και στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα εκείνων που δραστηριοποιούνται στον τομέα των τροφίμων, όπως είναι και ο τομέας των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων (Kotler, 1991: Porter, 1998a: Dresher και Maurer, 1999).

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια υπάρχει όλο και πιο έντονη η απαίτηση των

καταναλωτών για ασφαλή, ποιοτικά και υγιεινά προϊόντα, καθώς και για μεγαλύτερη προστασία του περιβάλλοντος στο οποίο ζουν. Εστιάζουν την προσοχή τους στο κόστος με το οποίο επιβαρύνεται το περιβάλλον κατά την εξυπηρέτηση των αναγκών και των επιθυμιών τους (Kotler, 1991: Hobbs *et al.*, 2002: Baltzer, 2004).

Συνεπώς, η επιλογή στρατηγικών όπως η διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας καθώς και η εξέλιξη του βαθμού της σε ένα όλο και πιο σκληρό και ανταγωνιστικό περιβάλλον αποκτά συνεχώς μεγαλύτερη σημασία.

Στην παρούσα μελέτη αρχικά χρησιμοποιήθηκαν οι τρεις δείκτες του συγκριτικού πλεονεκτήματος του **Vollrath** οι οποίοι είναι: ο δείκτης του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος, **RXA** (Relative Export Advantage Index), ο δείκτης του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος, **RMA** (Relative Import Advantage Index) και ο δείκτης του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος, **RTA** (Relative Advantage Trade Index). Οι τρεις παραπάνω δείκτες εφαρμόστηκαν για τη διερεύνηση του βαθμού της ανταγωνιστικότητας των κυριότερων υποκατηγοριών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων, όχι όμως στην παγκόσμια αγορά, αλλά σε μία συγκεκριμένη αγορά-στόχο. Στην παρούσα εργασία, ως αγορά-στόχος, θεωρήθηκε η αγορά της Ε.Ε-27. Επομένως οι δείκτες τροποποιήθηκαν ως εξής:

Α) Ο Δείκτης του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος (**RXA**), ορίζεται ως ο λόγος του μεριδίου εξαγωγών μιας χώρας για ένα προϊόν σε σχέση με τις εξαγωγές του προϊόντος των υπόλοιπων χωρών σε μια συγκεκριμένη αγορά, προς το μερίδιο εξαγωγών της ίδιας χώρας στη συγκεκριμένη αγορά, όλων των άλλων υπό μελέτη προϊόντων σε σχέση με τις εξαγωγές των άλλων υπό μελέτη προϊόντων των υπόλοιπων χωρών στην ίδια αγορά.

Δίδεται από την παρακάτω σχέση:

$$RXA_{ij} = \left(X_{ij} / \sum_r X_{ir} \right) / \left(\sum_n X_{nj} / \sum_{nr} \sum X_{nr} \right)$$

Όπου:

X: οι αξίες των εξαγωγών

i: το προϊόν

j: η χώρα

n: το υπόλοιπο των υπό μελέτη προϊόντων

r: το υπόλοιπο των χωρών

Β) Ο Δείκτης του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος, (**RMA**) είναι παρόμοιος με το Δείκτη του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος, με τη διαφορά ότι αναφέρεται στις εισαγωγές και όχι στις εξαγωγές της υπό μελέτη χώρας. Επομένως, ορίζεται ως ο λόγος του μεριδίου εισαγωγών μιας χώρας για ένα προϊόν σε σχέση με τις εισαγωγές του προϊόντος των υπόλοιπων χωρών σε μια συγκεκριμένη αγορά, προς το μερίδιο εισαγωγών της ίδιας χώρας στη συγκεκριμένη αγορά, όλων των άλλων υπό μελέτη προϊόντων σε σχέση με τις εισαγωγές των άλλων υπό μελέτη προϊόντων των υπόλοιπων χωρών στην ίδια αγορά.

Δίδεται από τη σχέση,

$$RMA_{ij} = \left(M_{ij} / \sum_r M_{ir} \right) / \left(\sum_n M_{nj} / \sum_{nr} \sum M_{nr} \right)$$

Όπου:

M: οι αξίες των εισαγωγών

i: το προϊόν

j: η χώρα

n: το υπόλοιπο των υπό μελέτη προϊόντων

r: το υπόλοιπο των χωρών

Γ) τέλος ο Δείκτης του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος, υπολογίζεται από τη διαφορά των δύο προηγούμενων δεικτών και δίδεται από τη σχέση:

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij}$$

Οι παραπάνω δείκτες επιτρέπουν να γίνει διάκριση ενός προϊόντος/χώρας και των υπόλοιπων προϊόντων/χωρών, αποφεύγοντας έτσι τη διπλή καταμέτρηση στο διεθνές εμπόριο.

Η επιλογή των συγκεκριμένων υποκατηγοριών είχε ως σκοπό τη διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης της κάθε μίας υποκατηγορίας ξεχωριστά και όχι ολόκληρου του κλάδου ως σύνολο. Με αυτό τον τρόπο επρόκειτο να εντοπισθούν οι ιδιαιτερότητες των επιμέρους κλάδων και να εξαχθούν όσο το δυνατό πιο ακριβή συμπεράσματα.

Στη συνέχεια, επιχειρήθηκε η διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης των εξαγωγών της ελληνικής τσιπούρας και του ελληνικού λαβρακιού, στις κυριότερες εισαγωγικές χώρες της Ε.Ε.-27.

Για το σκοπό αυτό υπολογίσθηκε ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος, **RXCA (Revealed Export Competitive Advantage)**, έτσι ώστε να υπολογίζει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του συγκεκριμένου προϊόντος, όχι όμως στην παγκόσμια αγορά, αλλά σε μία συγκεκριμένη αγορά-στόχο, που είναι η κάθε μία από τις κυριότερες εισαγωγικές χώρες.

Επομένως ο δείκτης **RXCA** εκφράζεται ως εξής:

$$RXCA_{ij} = \left(X_{ij} / \sum_i X_{ij} \right) / \left(\sum_j X_{ij} / \sum_{ij} X_{ij} \right)$$

Όπου:

X: οι αξίες των εξαγωγών,

i: οι υπό μελέτη χώρες και

j: τα υπό μελέτη προϊόντα

Στη συνέχεια υπολογίστηκαν οι τιμές της τσιπούρας και του λαβρακιού των ανταγωνιστικών χωρών σε κάθε μία από τις χώρες-αγορές, για να διερευνηθεί η σχέση που υπάρχει μεταξύ τιμής και ανταγωνιστικότητας (Πολύμερος και συν., 2005). Ο υπολογισμός των τιμών έγινε με βάση τη σχέση:

$$P_{ij} = V_{ij} / Q_{ij}$$

Όπου:

P: η τιμή

V: οι αξίες

Q: οι ποσότητες

i: η χώρα

j: το προϊόν

Επίσης χρησιμοποιήθηκε και ο δείκτης του Μεριδίου Εισαγωγών, **IS** (Import Share), για να εκτιμηθεί ο βαθμός διεισδυτικότητας στην αγορά της Ελλάδας των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών τόσο για την τσιπούρα, όσο και για το λαβράκι. Εκφράζεται ως εξής:

$$IS_i = I_i / \sum_j^n I_j$$

Όπου:

I: οι εισαγωγές και

n: διαφορετικές χώρες.

2.4. Δεδομένα

Οι αξίες των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών εξαγωγών και εισαγωγών, αλλά και των υπόλοιπων χωρών της Ε.Ε.-27 στη αγορά της Ε.Ε.-27 που χρησιμοποιήθηκαν για την παρούσα εργασία για μια σειρά ετών (από το 2000 έως και το 2008) προέρχονται από την ηλεκτρονική διεύθυνση της Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>).

Η κατάταξη των επτά κυριότερων υποκατηγοριών των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων έγινε σύμφωνα με τους κωδικούς που χρησιμοποιεί η Eurostat. Οι επτά κυριότερες υποκατηγορίες των υπό μελέτη αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων παρουσιάζονται στον ακόλουθο Πίνακα 2.1.

Πίνακας 2.1 : Υποκατηγορίες των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων της κατηγορίας "03"

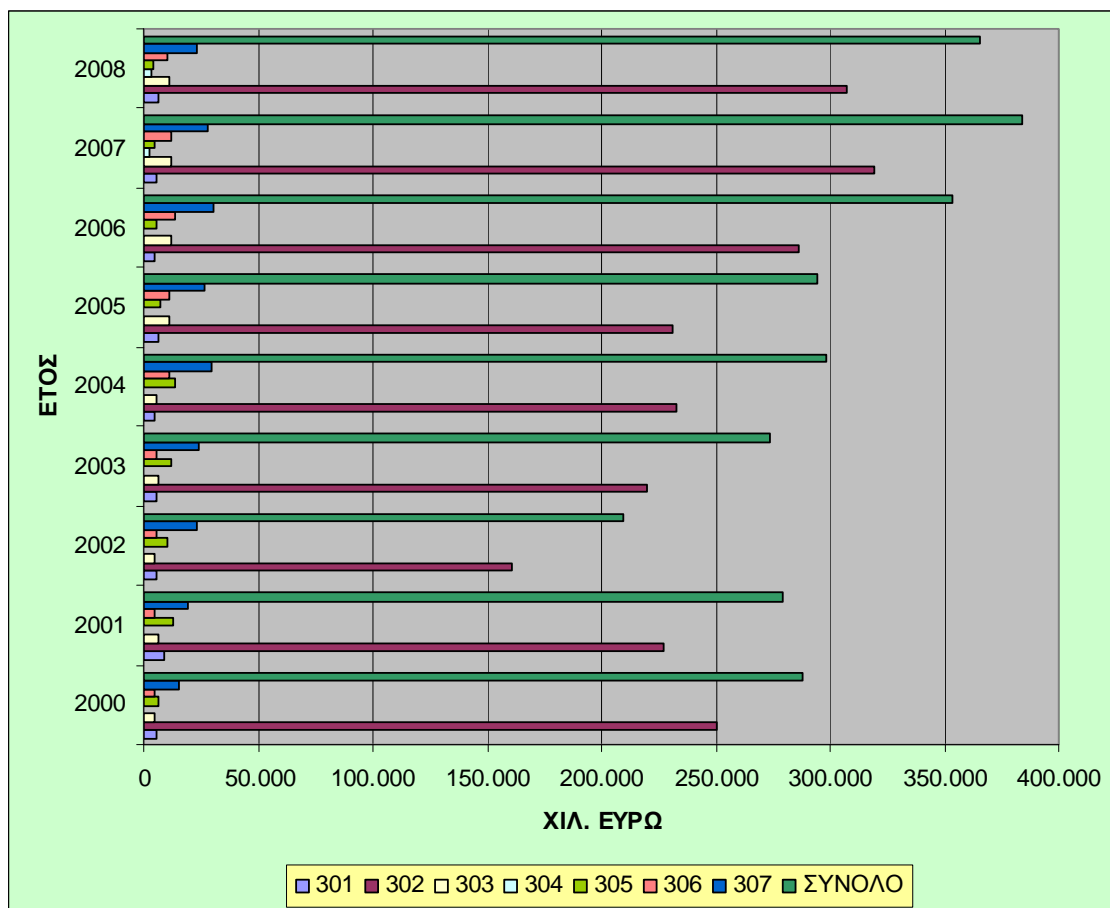
Υποκατηγορία "0301"	Ψάρια ζωντανά.
Υποκατηγορία "0302"	Ψάρια νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη, με εξαίρεση τα φιλέτα και άλλη σάρκα ψαριών της κλάσης "0304".
Υποκατηγορία "0303"	Ψάρια κατεψυγμένα, με εξαίρεση τα φιλέτα και άλλη σάρκα ψαριών της κλάσης "0304".
Υποκατηγορία "0304"	Φιλέτα και άλλη σάρκα ψαριών (έστω και αλεσμένα), νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη ή κατεψυγμένα.
Υποκατηγορία "0305"	Ψάρια αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη. Ψάρια καπνιστά, έστω και ψημένα πριν ή κατά τη διάρκεια του καπνίσματος. Αλεύρια, σκόνες και συσσωματωμένα προϊόντα με μορφή σβόλων (πελέτες) ψαριών, κατάλληλα για τη διατροφή των ανθρώπων.
Υποκατηγορία "0306"	Μαλακόστρακα, έστω και χωρίς το όστρακό τους, ζωντανά, νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη. Μαλακόστρακα με το όστρακό τους, βρασμένα σε νερό ή ατμό, έστω και διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη. Αλεύρια, σκόνες και συσσωματωμένα προϊόντα με μορφή σβόλων (πελέτες) μαλακόστρακων, κατάλληλα για τη διατροφή των ανθρώπων.
Υποκατηγορία "0307"	Μαλάκια, έστω και χωρισμένα από το κοχύλι τους, ζωντανά, νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη. Ασπόνδυλα υδρόβια, άλλα από τα μαλακόστρακα και τα μαλάκια, ζωντανά, νωπά, διατηρημένα με απλή ψύξη, κατεψυγμένα, αποξηραμένα, αλατισμένα ή σε άρμη. Αλεύρια, σκόνες και συσσωματωμένα προϊόντα με μορφή σβόλων (πελέτες) ασπόνδυλων υδρόβιων και άλλων από τα μαλακόστρακα, κατάλληλα για τη διατροφή των ανθρώπων.

Πηγή : Eurostat

3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΖΗΤΗΣΗ

3.1. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

Αρχικά διερευνήθηκε ο τομέας των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην ενοποιημένη αγορά της Ε.Ε. των 27 κρατών-μελών της. Οι ελληνικές εξαγωγές αυτών των προϊόντων παρουσιάζουν σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια στην αγορά της Ε.Ε.-27, καθιστώντας τη χώρα μας μεταξύ των κυριότερων συμμετεχόντων στην εν λόγω αγορά. Σύμφωνα με το Σχήμα 3.1 διαπιστώνεται ότι από τις επτά κυριότερες υποκατηγορίες των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων, η υποκατηγορία "302" (ψάρια νωπά ή διατηρημένα με απλή ψύξη) καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών στην παραπάνω αγορά. Το μικρότερο μερίδιο καταλαμβάνει η υποκατηγορία "304" (φιλέτα) με μόλις 3.493 χιλιάδες ευρώ αξία εξαγωγών για το έτος 2008. Όλες οι υποκατηγορίες, εκτός από την "305", παρουσιάζουν αύξηση της αξίας εξαγωγών τους για το χρονικό διάστημα από το 2000 έως και το 2008. Η υποκατηγορία "305" ενώ το 2000 παρουσιάζει αξία εξαγωγών ίση με 6.532 χιλιάδες ευρώ, το 2008 η αξία τους μειώνεται στις 3.877 χιλιάδες ευρώ. Αντίθετα, η υποκατηγορία "302", από 250.057 χιλιάδες ευρώ το 2000 έφθασε τις 307.049 χιλιάδες ευρώ το 2008, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 22,79%.



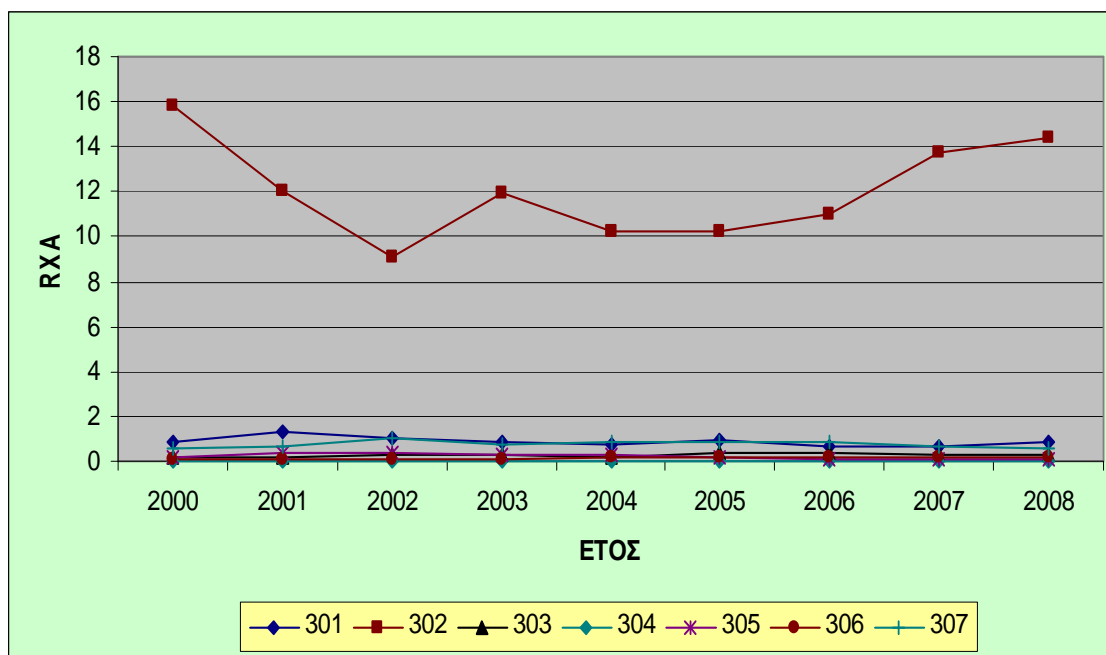
Σχήμα 3.1 : Εξαγωγές των κυριότερων υποκατηγοριών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην αγορά της Ε.Ε.-27

Στη συνέχεια εφαρμόστηκε ο δείκτης του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος για τις ελληνικές εξαγωγές στην αγορά της Ε.Ε.-27. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.1. Παρατηρούμε ότι η μοναδική υποκατηγορία που παρουσιάζει σχετικό εξαγωγικό πλεονέκτημα είναι η "302" που περιλαμβάνει τα νωπά ψάρια ή διατηρημένα με απλή ψύξη. Εμφανίζει τιμές πολύ υψηλότερες της μονάδας και μάλιστα πολλαπλάσιες των δεικτών των υπόλοιπων υπό μελέτη υποκατηγοριών (Σχ. 3.2). Παρόλα αυτά ο δείκτης παρουσιάζει αυξομειώσεις από έτος σε έτος για το χρονικό διάστημα της μελέτης. Έτσι, ενώ το 2000 η τιμή του δείκτη ήταν 15,78 τιμή που είναι η μέγιστη για την περίοδο μελέτης, το 2008 μειώθηκε στην τιμή 14,36 μειούμενος της τάξης του 9,0%.

Πίνακας 3.1 : Τιμές του δείκτη του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος στην αγορά της Ε.Ε.-27 των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

RXA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μεταβολή (%)
"301"	0,82	1,32	1,05	0,88	0,75	0,99	0,71	0,67	0,88	+7,3
"302"	15,78	12,04	9,07	11,90	10,27	10,20	11,03	13,78	14,36	- 9,0
"303"	0,20	0,21	0,25	0,26	0,20	0,40	0,35	0,32	0,30	+50,0
"304"	0,004	0,007	0,005	0,004	0,007	0,008	0,007	0,017	0,031	+675,0
"305"	0,19	0,39	0,38	0,33	0,32	0,18	0,12	0,09	0,07	- 63,2
"306"	0,07	0,09	0,13	0,10	0,21	0,23	0,23	0,18	0,16	+128,6
"307"	0,53	0,62	1,00	0,73	0,87	0,86	0,83	0,67	0,60	+13,2

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.



Σχήμα 3.2 : Τιμές του δείκτη RXA στην αγορά της Ε.Ε.-27 των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

Ο δείκτης της υποκατηγορίας "301" κυμαίνεται κοντά στην τιμή της μονάδας, ενώ όλες οι υπόλοιπες υποκατηγορίες εμφανίζουν τιμές πολύ χαμηλότερες της μονάδας, υποδηλώνοντας έλλειψη εξαγωγικού πλεονεκτήματος. Η υποκατηγορία "304"

παρουσιάζει το χαμηλότερο δείκτη από όλες τις υποκατηγορίες, καθώς οι τιμές της κυμαίνονται από 0,004 έως 0,031 παρουσιάζοντας εντούτοις μία ποσοστιαία αύξηση κατά 675% κατά τη χρονική περίοδο 2000-2008.

Όσον αφορά στις εισαγωγές της Ελλάδας σε αλιευτικά και υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα από την αγορά της E.E.-27 σύμφωνα με τον Πίνακα 3.2. διαπιστώνεται ότι η αξία εισαγωγών της Ελλάδας στο σύνολο των επτά κυριότερων υποκατηγοριών από την αγορά της E.E.-27 παρουσιάζει αύξηση από 144.048 χιλιάδες ευρώ το 2000 σε 179.017 χιλιάδες ευρώ το 2008. Επομένως αυξάνεται κατά 24,28%.

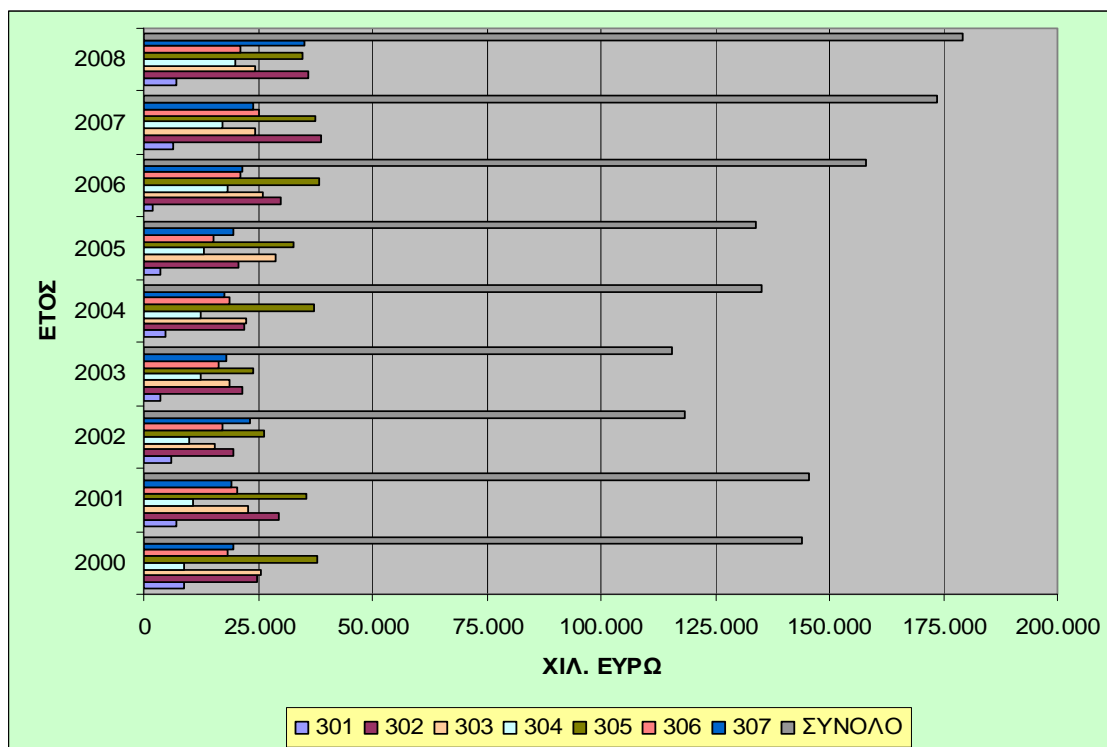
Πίνακας 3.2 : Εισαγωγές της Ελλάδας των κυριότερων υποκατηγοριών των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων από την αγορά της E.E.-27 (000 €)

Προϊόν	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"301"	8.647	7.000	5.840	3.764	4.985	3.442	2.106	6.567	7.218
"302"	24.853	29.526	19.570	21.776	22.141	20.993	30.075	38.802	36.101
"303"	25.743	22.898	15.590	18.896	22.504	28.884	26.047	24.257	24.385
"304"	8.856	10.763	10.196	12.202	12.267	13.259	18.480	17.197	19.893
"305"	38.177	35.503	26.576	24.148	37.028	32.650	38.387	37.516	34.787
"306"	18.300	20.500	17.322	16.450	18.763	15.291	21.276	25.129	21.308
"307"	19.472	19.295	23.189	18.185	17.577	19.426	21.540	23.959	35.325
ΣΥΝΟΛΟ	144.048	145.485	118.283	115.421	135.265	133.945	157.911	173.427	179.017

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι υποκατηγορίες "302", "305" και "307" καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μερίδιο των ελληνικών εισαγωγών από την αγορά της E.E.-27 το 2008 με περίπου ισόποση αξία εισαγωγών. Το μικρότερο μερίδιο εισαγωγών καταλαμβάνει η υποκατηγορία "301" με συνολική αξία εισαγωγών μόλις 7.218 χιλιάδες ευρώ. Οι επιμέρους υποκατηγορίες παρουσιάζουν αυξομειώσεις από έτος σε έτος, γεγονός που υποδηλώνει το έντονα ευμετάβλητο περιβάλλον της αγοράς των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών

προϊόντων (Σχ. 3.3). Παρατηρείται ότι οι υποκατηγορίες "302", "304", "306" και "307" αυξάνουν τα μερίδιά τους στην αγορά της Ελλάδας κατά τη διάρκεια της μελέτης, ενώ αντίθετα οι υποκατηγορίες "301", "303" και "305" εμφανίζουν μείωση της συνολικής αξίας εισαγωγών για την περίοδο 2000-2008.



Σχήμα 3.3 : Εισαγωγές της Ελλάδας των κυριότερων υποκατηγοριών των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων από την αγορά της Ε.Ε.-27

Τα αποτελέσματα που αφορούν στην εφαρμογή του Δείκτη του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος (RMA) για τις εισαγωγές της Ελλάδας σε αλιευτικά και υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα από την αγορά της Ε.Ε.-27 παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.3. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα οι υποκατηγορίες "301", "303", "305" και "307" εμφανίζουν τιμές μεγαλύτερες της μονάδας, γεγονός που φανερώνει την ύπαρξη σχετικού εισαγωγικού πλεονεκτήματος. Ειδικότερα η "305" παρουσιάζει υψηλότερες τιμές του δείκτη RMA σε σχέση με τις άλλες τρεις υποκατηγορίες.

Αντίθετα, οι υποκατηγορίες "302", "304" και "306" εμφανίζουν τιμές μικρότερης της μονάδας, πράγμα που δηλώνει με τη σειρά του την ύπαρξη σχετικού εισαγωγικού μειονεκτήματος. Εμφανίζουν χαμηλή διεισδυτική ικανότητα στην αγορά της Ελλάδας και επομένως οι παραπάνω τρεις υποκατηγορίες των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων παρουσιάζουν σχετικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων υποκατηγοριών.

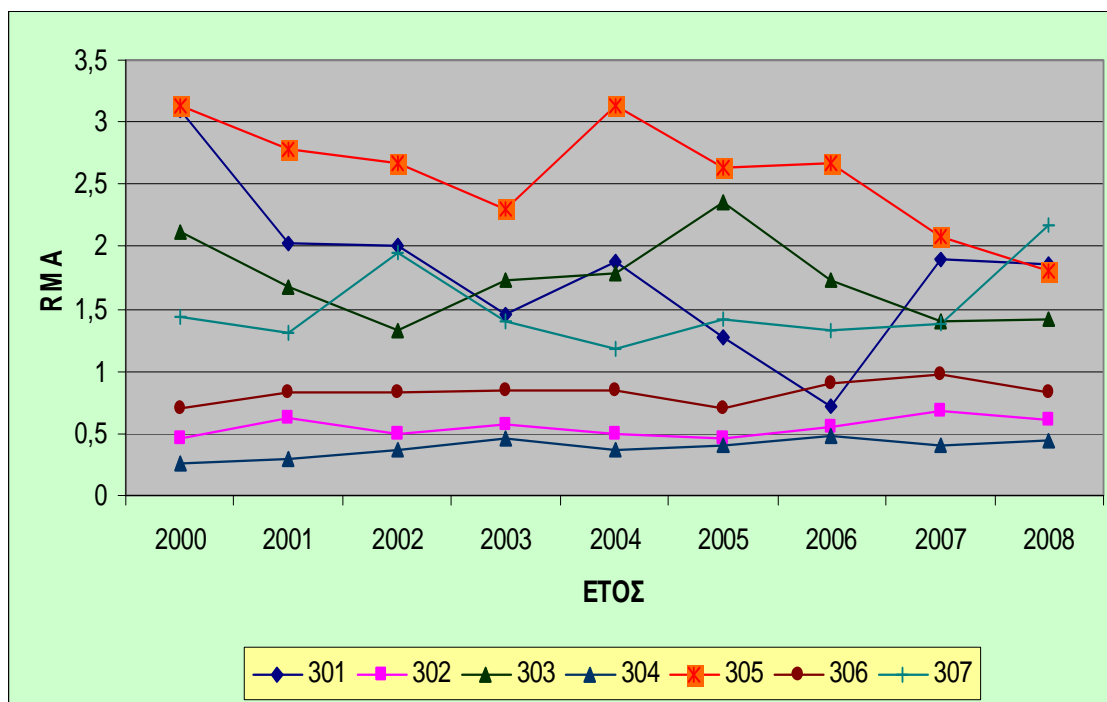
Πίνακας 3.3 : Τιμές του δείκτη του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

RMA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μεταβολή (%)
"301"	3,09	2,02	2,00	1,46	1,88	1,28	0,72	1,89	1,86	-39,8
"302"	0,46	0,62	0,49	0,58	0,49	0,46	0,55	0,69	0,60	+30,4
"303"	2,11	1,67	1,33	1,73	1,78	2,35	1,74	1,40	1,42	-32,7
"304"	0,26	0,30	0,37	0,46	0,37	0,40	0,47	0,41	0,44	+69,2
"305"	3,13	2,79	2,67	2,31	3,13	2,64	2,67	2,09	1,80	-42,5
"306"	0,70	0,82	0,82	0,84	0,85	0,70	0,91	0,98	0,82	+17,1
"307"	1,44	1,31	1,96	1,40	1,18	1,42	1,33	1,38	2,18	+51,4

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Ο δείκτης RMA των υποκατηγοριών "302", "304" και "306" παρουσιάζει αυξητική πορεία από το 2000 έως και το 2008 γεγονός που σημαίνει ότι είναι πολύ πιθανό σε λίγα χρόνια να υπερβεί της μονάδας και οι υποκατηγορίες να παρουσιάσουν συγκριτικό μειονέκτημα (Σχ. 3.4).

Τέλος, σύμφωνα με τον Πίνακα 3.4, όπου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που αφορούν στην εφαρμογή του Δείκτη του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος προκύπτει ότι μόνο η υποκατηγορία "302" εμφανίζει θετικές τιμές, ενώ όλες οι υπόλοιπες εμφανίζουν αρνητικές τιμές.



Σχήμα 3.4 : Τιμές του δείκτη RMA των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

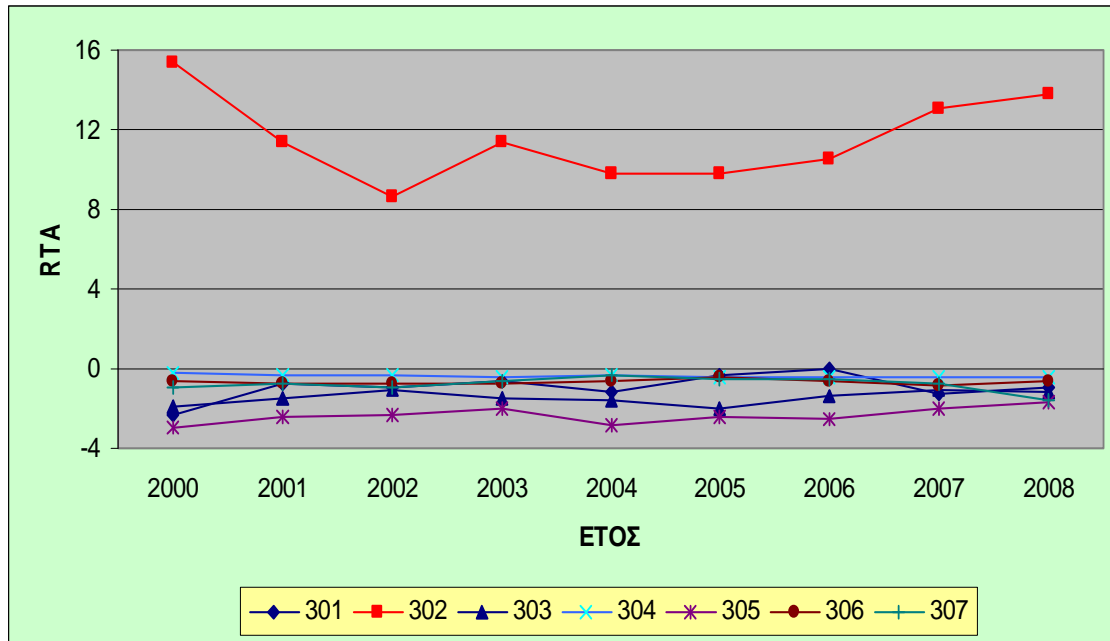
Πίνακας 3.4 : Τιμές δείκτη του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος στην αγορά της Ε.Ε.-27 των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

RTA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Μεταβολή (%)
"301"	-2,27	-0,70	-0,95	-0,58	-1,13	-0,29	-0,01	-1,22	-0,98	+56,83
"302"	15,32	11,42	8,58	11,32	9,78	9,74	10,48	13,09	13,76	-10,18
"303"	-1,91	-1,46	-1,08	-1,47	-1,58	-1,95	-1,39	-1,08	-1,12	+41,36
"304"	-0,26	-0,29	-0,36	-0,46	-0,36	-0,39	-0,46	-0,39	-0,41	-57,69
"305"	-2,94	-2,40	-2,29	-1,98	-2,81	-2,46	-2,55	-2,00	-1,73	+41,16
"306"	-0,63	-0,73	-0,69	-0,74	-0,64	-0,47	-0,68	-0,80	-0,66	-4,76
"307"	-0,91	-0,69	-0,96	-0,67	-0,31	-0,56	-0,50	-0,71	-1,58	-73,63

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Η υποκατηγορία "302" όπως απεικονίζεται στο Σχήμα 3.5 παρουσιάζει τιμές αρκετά υψηλότερες της μονάδας. Παρατηρείται όμως μείωση της τάξεως του 10,18% το 2008 σε σχέση με το 2000. Η υψηλή τιμή του δείκτη υποδηλώνει ότι η υποκατηγορία

των ελληνικών νωπών ψαριών χαρακτηρίζεται από συγκριτικό πλεονέκτημα. Αντίθετα, όλες οι υπόλοιπες υποκατηγορίες οι οποίες εμφανίζουν αρνητικές τιμές, χαρακτηρίζονται από συγκριτικό μειονέκτημα και μάλιστα σε ορισμένες από αυτές ("304", "306" και "307") με αυξητικές τάσεις επιδείνωσης για την περίοδο 2000-2008.



Σχήμα 3.5 : Τιμές του δείκτη RTA στην αγορά της Ε.Ε.-27 των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων

Από την εκτίμηση των δεικτών του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος (RXA), του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος (RMA) και τέλος του Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος (RTA) των επτά κυριότερων υποκατηγοριών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην αγορά της Ε.Ε.-27, προκύπτει ότι η υποκατηγορία "302" που περιλαμβάνει τα νωπά ψάρια ή διατηρημένα με απλή ψύξη, χαρακτηρίζεται από έντονα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι όλων των υπόλοιπων έξι. Εμφανίζει αρκετά υψηλές τιμές του δείκτη RXA, χαμηλή διεισδυτική ικανότητα στην αγορά της Ελλάδας και με θετικές τιμές του δείκτη Σχετικού

Εμπορικού Πλεονεκτήματος. Παρόλα αυτά οι τρεις παραπάνω δείκτες παρουσιάζουν διακυμάνσεις από έτος σε έτος, άλλοτε ανεπαίσθητες και άλλοτε σημαντικές, υποδηλώνοντας ότι το περιβάλλον της αγοράς των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων είναι έντονα ανταγωνιστικό και ασταθές, απαιτώντας ιδιαίτερους χειρισμούς και στρατηγικές Μάρκετινγκ.

Επομένως, η υποκατηγορία "302" αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέρον αντικείμενο για περαιτέρω διερεύνηση. Η διερεύνηση των επιμέρους προϊόντων της "302" μας δίνει πιο λεπτομερή και ασφαλή συμπεράσματα. Διότι μπορεί η υποκατηγορία "302" να εμφανίζει έντονα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι όλων των υπόλοιπων, χωρίς να σημαίνει αυτό ότι όλα τα επιμέρους προϊόντα της "302" είναι ανταγωνιστικά στο σύνολό τους.

3.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας και λαβρακιού.

3.2.1. Εισαγωγικά

Στην προηγούμενη ενότητα της εργασίας έγινε μια προσπάθεια διερεύνησης της ανταγωνιστικότητας των κυριότερων υποκατηγοριών των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην οποία αποδείχθηκε ότι η υποκατηγορία "302" παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι όλων των υπόλοιπων στην αγορά της Ε.Ε.-27. Συνεπώς σε αυτό το στάδιο της εργασίας διερευνήθηκαν δύο συγκεκριμένα προϊόντα της που είναι η τσιπούρα και το λαβράκι. Τα προϊόντα αυτά αποτελούν τα δύο κυριότερα εξαγωγικά υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27. Αρχικά εντοπίστηκαν οι κυριότερες εισαγωγικές χώρες-αγορές των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών εξαγωγών, καθώς και οι κυριότερες

ανταγωνιστικές χώρες για τις εξαγωγές των δύο κυριότερων ελληνικών υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων (τσιπούρα-λαβράκι) στην αγορά της Ε.Ε.-27.

Στη συνέχεια επιχειρήθηκε η διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης και της εξέλιξης του βαθμού ανταγωνιστικότητας, της ελληνικής τσιπούρας και του λαβρακιού σε κάθε μία από τις κυριότερες εισαγωγικές αγορές. Επίσης διερευνήθηκε η ανταγωνιστική θέση των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών ως προς τις εξαγωγές αυτών των προϊόντων, σε κάθε μία από τις παραπάνω αγορές.

Η μελέτη έγινε χρησιμοποιώντας το δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος (RXCA), όχι όμως σε όλη την αγορά της Ε.Ε.-27, αλλά στις κυριότερες εισαγωγικές χώρες-αγορές των κρατών-μελών της Ε.Ε. Η τσιπούρα και το λαβράκι ανήκουν στη κατηγορία των νωπών ψαριών ή των διατηρημένων με απλή ψύξη και συγκεκριμένα με τον κωδικό "03026995" η τσιπούρα και με τον κωδικό "03026994" το λαβράκι.

Στη συνέχεια χρησιμοποιώντας τη μαθηματική σχέση αξίες προς ποσότητες, συγκρίθηκαν μεταξύ τους οι τιμές πώλησης της τσιπούρας και του λαβρακιού των ανταγωνιστικών χωρών στις κυριότερες εισαγωγικές χώρες της Ε.Ε.-27.

Σύμφωνα με τα στοιχεία των Πινάκων 3.5 και 3.6 προκύπτει ότι οι κυριότερες χώρες-αγορές της Ε.Ε.-27 που εισάγουν προϊόντα της υποκατηγορίας "302" για το έτος 2008 είναι η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία, η Γερμανία και η Πολωνία. Οι πέντε αυτές χώρες εισάγουν συνολικά το 67,3% των προϊόντων της υποκατηγορίας "302", ενώ οι υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε.-27 εισάγουν το 32,7%. Για αυτό και η μελέτη της ελληνικής τσιπούρας και του λαβρακιού, αλλά και των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών ως προς αυτά τα προϊόντα, πραγματοποιήθηκε σε αυτές τις πέντε αγορές-στόχους.

Ειδικότερα, η αγορά της Γαλλίας ακολουθεί αυξητική πορεία όσον αναφορά

στις εισαγωγές των νωπών ψαριών και μάλιστα από 575.576 χιλιάδες ευρώ το 2001 ανήλθε στις 658.567 χιλιάδες ευρώ το 2008, με μερίδιο αγοράς μεταξύ των χωρών της E.E.-27 για το 2008 το 20,8%. Η αγορά της Ισπανίας ακολουθεί αρχικά ανοδική πορεία έως και το 2006 και στη συνέχεια παρατηρείται κάμψη των εισαγωγών της οι οποίες έφθασαν το 2008 τις 480.071 χιλιάδες ευρώ με τελικό μερίδιο 15,2%. Η επόμενη αγορά που είναι η αγορά της Ιταλίας ακολουθεί συνεχή ανοδική πορεία έως και το 2007 με μικρή κάμψη το 2008. Από 383.169 χιλιάδες ευρώ το 2001 έφθασαν τις 507.012 χιλιάδες ευρώ το 2008 και μερίδιο αγοράς 16,0%. Η τέταρτη σημαντική χώρα είναι η αγορά της Γερμανίας, της οποίας οι εισαγωγές ακολουθούν μια σχετικά σταθερή πορεία από το 2001 έως και το 2008 και με μερίδιο αγοράς για το 2008 8,3%. Τέλος, η πέμπτη αγορά-στόχου αυτή της Πολωνίας διαφαίνεται ότι αποτελεί μία νέα και με ιδιαίτερη δυναμική αγορά της E.E.-27. Η αγορά της Πολωνίας ακολουθεί μία έντονα ανοδική πορεία και ιδιαίτερα μετά την ένταξή της ως Κράτος-Μέλος της E.E.-27 και ως εκ τούτου θεωρήθηκε ότι χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή και σε βάθος οικονομική ανάλυση. Από το χαμηλό ποσό των 11.620 χιλιάδες ευρώ το 2001 οι εισαγωγές της σε νωπά ψάρια έφθασαν τις 222.097 χιλιάδες ευρώ το 2008 και μερίδιο 7,0% και με αυξητικές τάσεις (Σχ. 3.6).

Πίνακας 3.5 : Εξαγωγές (€) των 27 στην αγορά της Ε.Ε.-27 για την υποκατηγορία "0302"

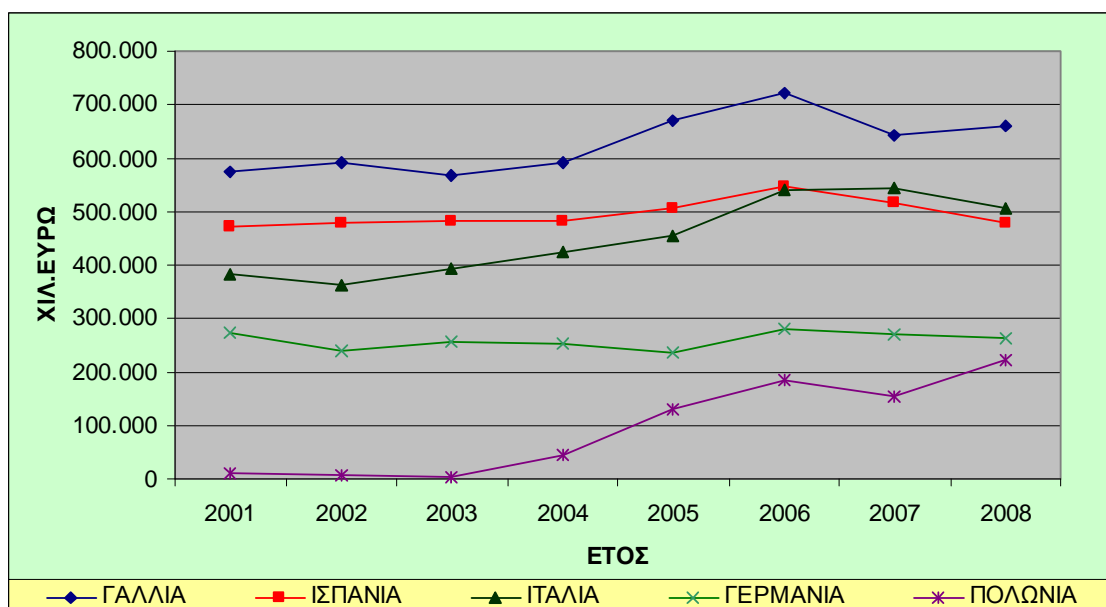
ΧΩΡΑ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	M.O
ΑΥΣΤΡΙΑ	14.518.959	13.096.274	14.489.433	15.367.763	15.868.383	19.985.427	21.081.342	18.637.252	16.630.604
ΒΕΛΓΙΟ	97.475.835	100.964.754	96.974.218	95.094.330	100.242.354	109.502.932	106.815.271	96.542.254	100.451.494
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	123.508	114.143	202.755	891.299	1.231.592	1.926.402	2.541.690	3.270.778	1.287.771
ΚΥΠΡΟΣ	228.076	547.543	484.863	972.783	1.244.117	1.879.501	3.290.279	3.963.834	1.576.375
ΤΣΕΧΙΑ	1.813.689	1.198.733	1.810.310	3.837.568	5.010.789	6.874.131	8.940.544	10.847.370	5.041.642
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	272.186.228	238.927.955	255.024.106	253.911.749	236.558.922	281.788.053	269.121.455	261.820.566	258.667.379
ΔΑΝΙΑ	72.538.536	58.381.612	61.722.556	74.142.594	97.527.867	125.940.541	140.044.776	124.572.283	94.358.846
ΕΣΘΟΝΙΑ	1.470.242	1.041.504	1.442.698	1.447.599	7.657.875	13.855.193	12.750.653	16.321.546	6.998.414
ΙΣΠΑΝΙΑ	470.208.205	478.241.525	482.267.991	481.478.800	507.293.728	547.247.668	514.973.301	480.071.076	495.222.787
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	11.184.615	15.626.302	20.230.029	20.719.258	26.334.942	26.839.233	26.620.407	27.784.875	21.917.458
ΓΑΛΛΙΑ	575.576.308	592.361.033	566.451.546	592.795.949	669.850.276	720.363.368	643.361.913	658.567.450	627.415.980
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	145.925.859	153.562.532	128.478.426	131.223.413	169.721.076	215.160.959	235.845.169	195.291.577	171.901.126
ΕΛΛΑΔΑ	24.591.756	22.355.023	21.465.577	20.989.900	19.897.073	28.509.101	32.421.137	33.852.032	25.510.200
ΟΥΓΙΤΑΡΙΑ	766.226	1.370.401	1.247.776	1.447.845	2.036.468	2.343.652	2.678.888	2.673.805	1.820.633
ΙΡΑΝΑΝΔΙΑ	9.036.859	7.372.672	12.813.059	9.826.085	18.252.334	24.847.467	28.456.531	25.434.596	17.004.950
ΙΤΑΛΙΑ	383.168.644	363.272.131	394.461.546	424.758.110	454.402.222	539.538.232	545.125.638	507.012.285	451.467.351
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	4.357.683	3.219.475	2.975.891	3.827.627	9.269.835	14.482.589	20.593.923	29.999.621	11.090.831
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	10.421.411	10.220.649	10.538.466	10.370.454	10.997.653	11.391.107	11.786.343	10.863.577	10.823.708
ΛΕΤΟΝΙΑ	726.540	629.338	286.157	726.967	4.362.666	11.782.650	20.025.368	19.587.131	7.265.852
ΜΑΛΤΑ	1.216.530	995.367	665.927	4.123.608	316.709	1.212.485	1.791.334	1.204.468	1.440.804
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	224.121.820	203.984.777	217.373.821	200.741.730	221.032.068	260.462.734	236.577.270	224.146.375	223.555.074
ΠΟΛΩΝΙΑ	11.620.250	6.492.321	2.473.669	44.901.353	129.410.314	184.248.648	153.146.601	222.096.544	94.298.713
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	110.991.815	113.522.520	106.710.390	127.968.375	123.031.896	145.486.484	159.870.289	141.776.669	128.669.805
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	222.589	337.316	685.700	1.106.037	2.033.797	2.873.092	8.091.103	11.479.466	3.353.638
ΣΟΥΗΔΙΑ	20.787.458	22.355.997	20.416.782	22.839.954	27.644.016	27.855.818	29.761.329	31.248.825	25.363.772
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	3.268.568	3.554.500	3.860.358	4.838.004	5.324.724	5.740.404	6.768.035	6.928.209	5.035.350
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	403.424	447.265	570.612	583.873	568.493	579.345	652.055	468.181	534.156
ΣΥΝΟΛΟ	2.468.951.633	2.414.193.662	2.426.124.662	2.550.933.027	2.867.122.189	3.332.717.216	3.243.132.644	3.166.462.645	

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 3.6 : Εισαγωγές των κυριότερων χωρών της Ε.Ε.-27, για την υποκατηγορία "0302" (000 €)

ΧΩΡΑ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΓΑΛΛΙΑ	575.576	592.361	566.452	592.796	669.850	720.363	643.362	658.567
ΙΣΠΑΝΙΑ	470.208	478.242	482.268	481.479	507.294	547.248	514.973	480.071
ΙΤΑΛΙΑ	383.169	363.272	394.462	424.758	454.402	539.538	545.126	507.012
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	272.186	238.928	255.024	253.912	236.559	281.788	269.121	261.821
ΠΟΛΩΝΙΑ	11.620	6.492	2.474	44.901	129.410	184.249	153.147	222.097
ΛΟΙΠΕΣ	756.192	734.899	725.446	753.087	869.607	1.059.531	1.117.404	1.036.895
ΣΥΝΟΛΟ	2.468.952	2.414.194	2.426.125	2.550.933	2.867.122	3.332.717	3.243.133	3.166.463

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.



Σχήμα 3.6 : Εισαγωγές των κυριότερων χωρών της Ε.Ε.-27 για την υποκατηγορία "0302"

Οι κυριότερες ανταγωνιστικές χώρες της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ε.Ε.-27 αποτελούν η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία (Πιν. 3.7). Οι πέντε αυτές χώρες κατέχουν το 92,3% της εισαχθείσας αξίας της τσιπούρας στην αγορά της Ε.Ε.-27 από όλες τις χώρες παγκοσμίως, ενώ οι λοιπές χώρες μόλις το 7,7% για το έτος 2008.

Πίνακας 3.7 : Εισαγωγές τσιπούρας της Ε.Ε.-27 από όλες τις χώρες παγκοσμίως (000 €)

ΧΩΡΑ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Ποσοστό % (2008)
ΕΛΛΑΔΑ	53.194	53.294	53.074	63.386	68.286	70.914	88.890	88.983	58,5
ΓΑΛΛΙΑ	4.472	3.354	2.885	3.895	4.261	5.164	6.636	7.097	4,6
ΙΣΠΑΝΙΑ	12.218	11.907	12.527	12.611	12.266	21.041	26.709	27.086	17,8
ΙΤΑΛΙΑ	3.806	2.607	3.967	5.318	5.198	5.770	3.539	4.169	2,7
ΤΟΥΡΚΙΑ	588	1.033	1.936	3.969	6.652	5.376	11.088	13.279	8,7
ΛΟΙΠΕΣ	8.756	6.838	7.197	9.898	10.521	11.492	11.742	11.668	7,7
ΣΥΝΟΛΟ	83.034	79.033	81.586	99.077	107.184	119.757	148.604	152.282	100,0

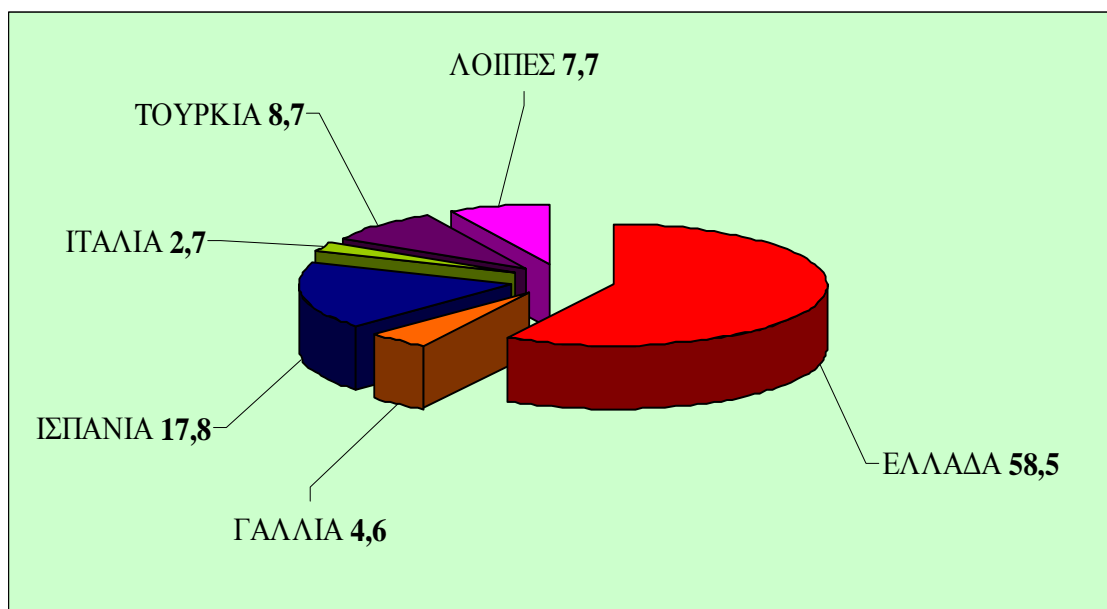
Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Ιδιαίτερα η ελληνική τσιπούρα καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο μερίδιο (58,5%) με αξία συναλλαγών από 53.194 χιλιάδες ευρώ το 2001 σε 88.983 χιλιάδες ευρώ το 2008, ακολουθούμενη από την Ισπανία με ποσοστό 17,8% για το 2008 και την Τουρκία με ποσοστό 8,7%. Ειδικότερα, η Τουρκία αυξάνει τις εξαγωγές τσιπούρας στη Ε.Ε.-27 φθάνοντας τις 13.279 χιλιάδες ευρώ από 588 χιλιάδες ευρώ (αύξηση κατά 2.160% περίπου). Στη συνέχεια έχουμε τη Γαλλία με ποσοστό 4,6% και τέλος την τσιπούρα της Ιταλίας με μερίδιο στην αγορά της Ε.Ε.-27 μόλις 2,7% (Σχ. 3.7).

Επομένως, σε αυτό το κομμάτι της εργασίας διερευνήθηκε η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τσιπούρας σε σχέση με την τσιπούρα της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας στις προαναφερθείσες αγορές της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας και της Πολωνίας χρησιμοποιώντας το δείκτη **RXCA**.

Οι κυριότερες ανταγωνιστικές χώρες του ελληνικού λαβρακιού αποτελούν επίσης η Γαλλία, η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία (Πιν. 3.8). Οι πέντε αυτές χώρες κατέχουν όλες μαζί το 88,3% της εισαχθείσας αξίας του λαβρακιού στην αγορά της

Ε.Ε.-27 από όλες τις χώρες παγκοσμίως, ενώ οι λοιπές χώρες κατέχουν μόλις το 11,7% για το 2008.



Σχήμα 3.7 : Μερίδιο (%) της αξίας εισαγωγών τσιπούρας της Ε.Ε.-27 το 2008 από όλες τις χώρες παγκοσμίως

Πίνακας 3.8 : Εισαγωγές λαβρακιού της Ε.Ε.-27 από όλες τις χώρες παγκοσμίως (000 €)

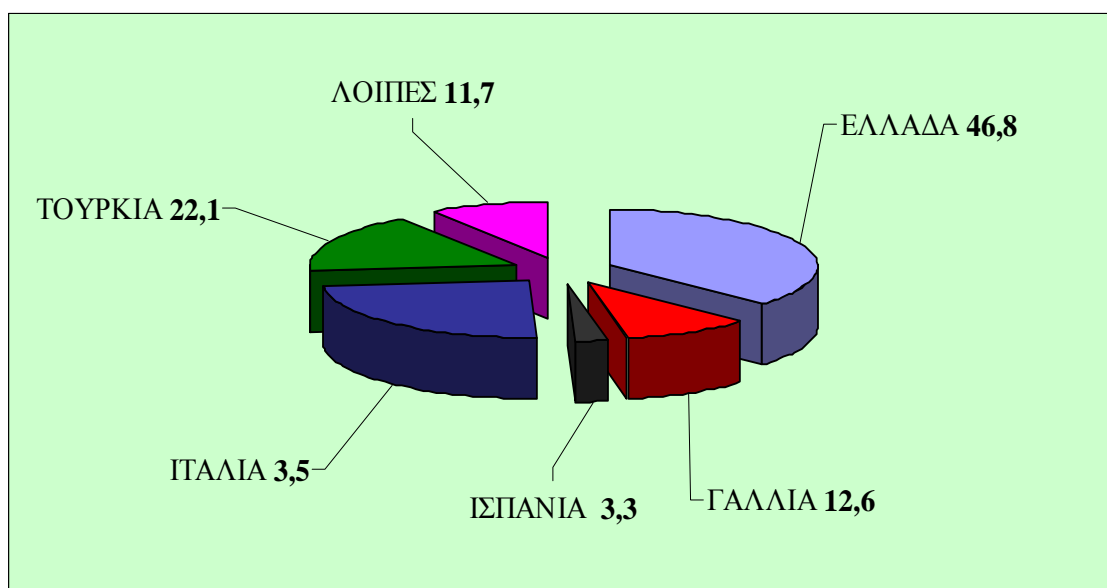
ΧΩΡΑ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Ποσοστό % (2008)
ΕΛΛΑΔΑ	74.968	92.143	81.112	87.996	96.637	99.171	126.561	113.946	46,8
ΓΑΛΛΙΑ	17.071	17.644	20.760	22.288	24.915	27.810	30.831	30.672	12,6
ΙΣΠΑΝΙΑ	5.756	3.007	3.255	4.100	5.038	12.877	11.107	7.941	3,3
ΙΤΑΛΙΑ	3.620	3.675	2.748	7.695	8.625	3.306	5.850	8.599	3,5
ΤΟΥΡΚΙΑ	11.939	22.500	26.187	36.202	40.875	41.297	59.352	53.846	22,1
ΛΟΙΠΕΣ	10.718	13.389	15.368	16.022	19.104	17.277	24.278	28.483	11,7
ΣΥΝΟΛΟ	124.073	152.358	149.430	174.303	195.194	201.737	257.979	243.487	100,0

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Το ελληνικό λαβράκι καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μερίδιο (46,8%) με αξία

συναλλαγών από 74.968 χιλιάδες ευρώ το 2001 σε 113.946 χιλιάδες ευρώ το 2008. Ακολουθεί η Τουρκία με ποσοστό 22,1%, η Γαλλία με 12,6% και τέλος η τσιπούρα της Ιταλίας και της Ισπανίας με μερίδια στην αγορά της Ε.Ε.-27 μόλις 3,5% και 3,3% αντίστοιχα (Σχ. 3.8).

Επομένως, στην εργασία διερευνήθηκε η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού λαβρακιού σε σχέση με το λαβράκι της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας στις προαναφερθείσες κυριότερες εισαγωγικές χώρες της Ε.Ε.-27. Χρησιμοποιήθηκε επίσης ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος (**RXCA**), στην αγορά της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας και της Πολωνίας.



Σχήμα 3.8 : Μερίδιο (%) της αξίας εισαγωγών λαβρακιού της Ε.Ε.-27 το 2008 από όλες τις χώρες παγκοσμίως

3.2.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί η τσιπούρα αποτελεί ένα από τα κυριότερα εξαγωγικά

υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα της Ελλάδας. Η αξία των εξαγωγών της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ε.Ε.-27 ακολουθεί συνεχή αυξητική πορεία από το 2005 έως και το 2008, με αυξομειώσεις για το χρονικό διάστημα 2000-2005 (Σχ. 3.9).

Από τον Πίνακα 3.10 προκύπτει ότι οι εξαγωγές τσιπούρας της Ελλάδας τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα από το 2004 και μετά πραγματοποιούνται σε μεγαλύτερο αριθμό χωρών της Ε.Ε.-27 όπως για παράδειγμα στις αγορές της Τσεχίας, της Ρουμανίας, της Πολωνίας και της Σλοβενίας.

Οι πιο σημαντικές χώρες-αγορές της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ε.Ε.-27 αποτελούν η Ιταλία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Πορτογαλία και η Γερμανία (Πιν. 3.9).

Πίνακας 3.9 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην Ε.Ε.-27 σε τσιπούρα το 2008 (€)

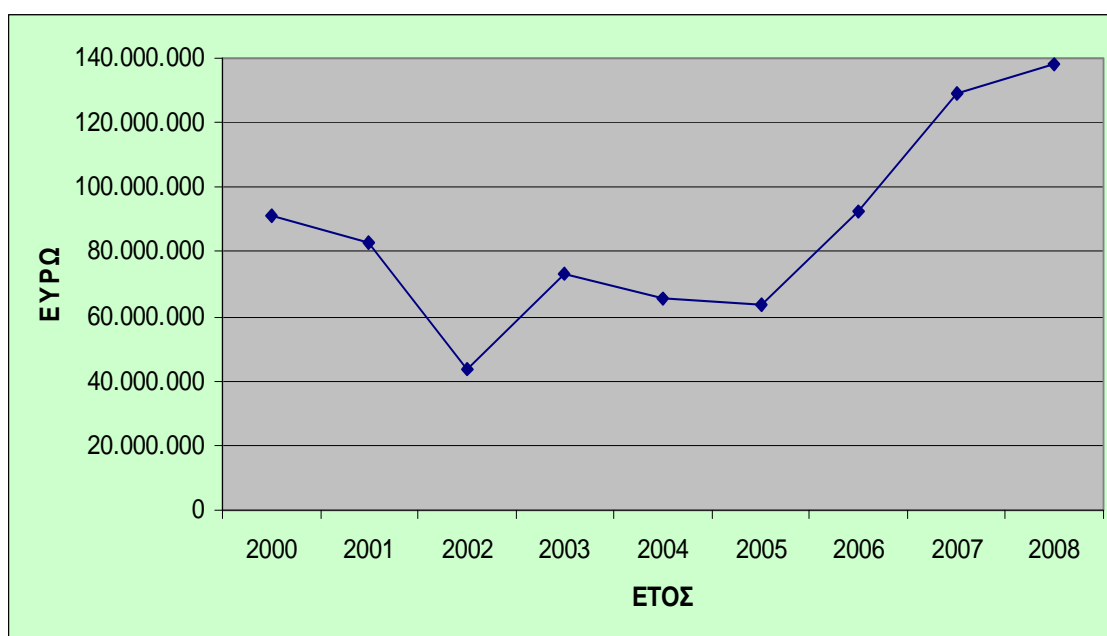
ΧΩΡΕΣ	Αξία εξαγωγών	Ποσοστό (%)
ΙΤΑΛΙΑ	65.927.908	47,7
ΙΣΠΑΝΙΑ	24.788.027	17,9
ΓΑΛΛΙΑ	19.276.294	13,9
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	9.964.323	7,2
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	6.067.051	4,4
ΛΟΙΠΕΣ	12.219.647	8,9
ΣΥΝΟΛΟ	138.243.250	100,00

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Το μεγαλύτερο μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών για το έτος 2008 κατέχει η αγορά της Ιταλίας με αξία συναλλαγών για το 2008 65.928 χιλιάδες ευρώ και μερίδιο αγοράς 47,7%, ακολουθούμενη από την αγορά της Ισπανίας με συνολικές συναλλαγές 24.788 χιλιάδες ευρώ και μερίδιο 17,9%. Στην τρίτη θέση βρίσκεται η Γαλλία με συναλλαγές ύψους 19.276 χιλιάδες ευρώ. Η αγορά της Πορτογαλίας βρίσκεται στην τέταρτη θέση με αξία συναλλαγών 9.964 χιλιάδες ευρώ και με μερίδιο αγοράς 7,2%,

ενώ η αγορά της Γερμανίας βρίσκεται στην πέμπτη θέση με αξία εξαγωγών τσιπούρας 6.067 χιλιάδες ευρώ και ποσοστό 4,4%. Τέλος οι λοιπές αγορές της Ε.Ε.-27 καταλαμβάνουν μόνο το 8,9% των συνολικών εξαγωγών της ελληνικής τσιπούρας με συνολική αξία ίση με 12.220 χιλιάδες ευρώ το έτος 2008.

Στη συνέχεια έγινε προσπάθεια διερεύνησης της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας σε σχέση με την τσιπούρα της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας στις συγκεκριμένες αγορές: της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας αλλά και της Πολωνίας. Η αγορά της Πολωνίας όπως ήδη έχει αναφερθεί αποτελεί μία δυναμική αγορά της Ε.Ε.-27 για τις ελληνικές εξαγωγές, τόσο για τα νωπά φρέσκα ψάρια όσο και για την τσιπούρα. Οι ελληνικές εξαγωγές τσιπούρας στην αγορά της Πολωνίας το 2008 έφθασαν τις 143.362 ευρώ από 36.021 ευρώ το 2005 παρουσιάζοντας αύξηση των εξαγωγών περίπου κατά 300%.



Σχήμα 3.9 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27 σε τσιπούρα

Πίνακας 3.10 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27 σε τσμπούρα (€)

ΧΩΡΑ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΑΥΣΤΡΙΑ	306.438	143.285	166.680	80.533	145.834	54.784	147.828	358.017	257.332
ΒΕΛΓΙΟ	52.413	84.426	16.780	85.370	119.738	176.433	109.192	203.998	195.881
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	4.160	3.632	243	10.438		47.289	24.181	302.813	496.933
ΚΥΠΡΟΣ						139	119.499	393.923	143.658
ΤΣΕΧΙΑ						8.727	15.876	627.584	1.337.741
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	787.514	879.907	314.450	748.233	1.219.768	1.293.905	2.895.901	6.006.353	6.067.051
ΔΑΝΙΑ	50.610	17.885	38.396	21.653	76.038	129.289	165.948	173.707	82.413
ΕΣΘΟΝΙΑ									
ΙΣΠΑΝΙΑ	17.920.178	23.172.627	12.345.889	20.029.222	13.709.489	11.512.146	12.784.402	20.794.592	24.788.027
ΦΙΛΑΝΔΙΑ		2.950	2.489	61.250					
ΓΑΛΛΙΑ	4.225.738	5.207.088	2.019.384	6.716.731	5.955.146	6.038.343	11.143.650	17.330.326	19.276.294
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	6.485.726	1.403.479	363.116	1.619.290	1.602.681	1.719.179	3.274.312	4.283.268	4.059.811
ΟΥΥΓΑΡΙΑ							64.728	2.799	1.116
ΙΡΑΝΑΝΔΙΑ	74.740	696		22.240	1.950	910	83.019	351.273	268.208
ΙΤΑΛΙΑ	57.411.673	43.849.072	23.427.596	37.900.082	39.422.410	39.039.375	53.121.803	65.344.462	65.927.908
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ									
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ				26.630	215.028	224.883	228.928	305.922	232.232
ΛΕΤΟΝΙΑ									
ΜΑΛΤΑ								3.672	14.417
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	973.161	834.592	94.895	238.471	480.075	448.387	1.906.893	2.953.917	3.275.305
ΠΟΛΩΝΙΑ						36.021	45.151	144.597	143.362
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	3.034.904	6.875.142	4.620.477	5.523.686	2.690.705	2.229.234	5.622.841	8.213.631	9.964.323
ΡΟΥΜΑΝΙΑ							702	698.659	1.122.811
ΣΟΥΗΔΙΑ		83.669							
ΣΛΟΒΕΝΙΑ		3.953		941		409.272	675.618	807.989	588.427
ΣΛΟΒΑΚΙΑ									
ΣΥΝΟΛΟ	91.327.255	82.562.403	43.410.395	73.084.770	65.638.862	63.368.316	92.430.472	129.301.502	138.243.250

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

3.2.2.1. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Γαλλίας

Η αγορά της Γαλλίας αποτελεί μία από τις σημαντικότερες αγορές για την ελληνική τσιπούρα, αλλά και η σημαντικότερη αγορά της Ε.Ε.-27 των προϊόντων της υποκατηγορίας των νωπών ψαριών. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 3.11 όπου παρουσιάζεται η αξία των εισαγωγών της Γαλλίας σε τσιπούρα από τις χώρες της Ισπανίας, της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Τουρκίας διαπιστώνεται ότι η ελληνική τσιπούρα κατέχει και το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς σε σχέση με τις προαναφερθείσες ανταγωνιστικές χώρες.

Ειδικότερα, οι εισαγωγές της ελληνικής τσιπούρας ακολουθούν σταθερή ανοδική πορεία κατά την περίοδο της μελέτης και μάλιστα από 4.650 χιλιάδες ευρώ το 2000, τετραπλασιάστηκαν και έφθασαν το 2008 τις 16.905 χιλιάδες ευρώ. Ακολουθεί σε αξία εισαγωγών η τσιπούρα της Ισπανίας με 4.473 χιλιάδες ευρώ, η τσιπούρα της Ιταλίας με μόλις 472 χιλιάδες ευρώ, ενώ η τούρκικη τσιπούρα κατέχει και το μικρότερο μερίδιο με 177 χιλιάδες ευρώ και μάλιστα χωρίς καθόλου συναλλαγές μεταξύ των δύο χωρών ως προς το προϊόν της τσιπούρας τα έτη 2000, 2001 και από το 2003 έως και το 2007. Οι συνολικές εισαγωγές της Γαλλίας σε τσιπούρα από τις τέσσερις παραπάνω χώρες ανήλθαν στις 22.028 χιλιάδες ευρώ το έτος 2008.

Από τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος (RXCA) στην αγορά της Γαλλίας, προκύπτει ότι τιμή του δείκτη μεγαλύτερη της μονάδας εμφανίζει μόνο η Ελλάδα, ενώ η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία εμφανίζουν τιμές μικρότερες της μονάδας με εξαίρεση της Τουρκίας για το έτος 2008 (Πιν. 3.12).

Πίνακας 3.11 : Εισαγωγές της Γαλλίας σε τσιπούρα από Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	1.844.065	4.650.742	110.656	0	6.605.463
2001	1.339.499	5.818.386	5.529	0	7.163.414
2002	1.963.690	8.229.920	45.022	10.963	10.249.595
2003	2.608.733	8.565.822	43.672	0	11.218.227
2004	2.764.756	11.264.470	91.110	0	14.120.336
2005	2.909.000	10.272.587	322.803	0	13.504.390
2006	3.725.469	11.766.869	173.495	0	15.665.833
2007	5.310.483	14.203.818	38.611	0	19.552.912
2008	4.472.825	16.905.044	472.674	177.733	22.028.276
Μεταβολή (%)	+142,55	+263,49	+327,16	–	+233,49

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 3.12 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γαλλίας για την τσιπούρα

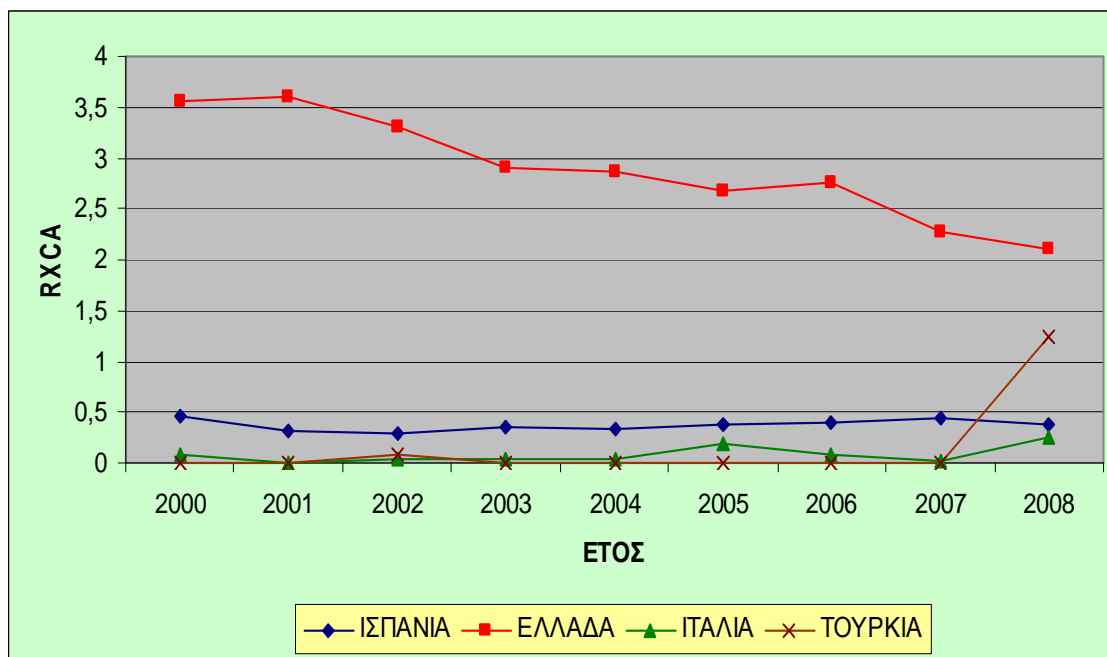
ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,46	3,55	0,09	–
2001	0,31	3,61	–	–
2002	0,30	3,31	0,04	0,09
2003	0,36	2,90	0,05	–
2004	0,33	2,87	0,05	–
2005	0,37	2,68	0,18	–
2006	0,39	2,76	0,09	–
2007	0,44	2,27	0,03	–
2008	0,37	2,10	0,26	1,24
Μεταβολή (%)	-19,56	-40,84	+188,89	–
Μέγιστο	0,46	3,61	0,26	1,24
Ελάχιστο	0,30	2,10	0,03	0,09
Μέσος Όρος	0,37	2,89	0,10	0,66
Τυπική Απόκλιση	0,05	0,52	0,08	0,81

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Ο δείκτης της Ισπανίας ακολουθεί αυξομειώσεις, με μείωση κατά 19,6% το 2008 σε σχέση με το 2000, ενώ ο δείκτης της Ελλάδας ακολουθεί σταθερή καθοδική πορεία για τα έτη 2000-2008 (μείωση 40,8%). Τη μικρότερη τιμή την παρουσιάζει το 2008 και τη μέγιστη το 2001. Ο μόνος δείκτης που παρουσιάζει αύξηση από το 2000

είναι αυτός της Ιταλίας (αύξηση περίπου 189%), αλλά πάντα με τιμές πολύ μικρότερες της μονάδας. Ο δείκτης RXCA της Τουρκίας παρουσιάζει τιμές διαφορετικές του μηδενός μόνο τα έτη 2002 και 2008.

Οι διακυμάνσεις του δείκτη παρουσιάζονται στο παρακάτω Σχήμα 3.10.



Σχήμα 3.10 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γαλλίας για την τσιπούρα

Τα αποτελέσματα των υπολογισμών των τιμών της τσιπούρας των ανταγωνιστικών χωρών στη αγορά της Γαλλίας παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.13. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα η τιμή της τσιπούρας της Ισπανίας παρουσιάζει πτώση το 2008 σε σχέση με το 2000 κατά 24,26%. Πτώση στην τιμή της τσιπούρας παρουσιάζει και η Ελλάδα κατά 38,40%. Αντίθετα η τιμή της τσιπούρας της Ιταλίας αυξάνεται και γίνεται ίση με 7,32 ευρώ το 2008 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 9,09%. Επίσης η τιμή της ελληνικής τσιπούρας είναι κατώτερη των χωρών της Ισπανίας και Ιταλίας για όλη την περίοδο μελέτης 2000-2008.

Πίνακας 3.13 : Τιμές τσιπούρας που εισάγονται στην αγορά της Γαλλίας (€Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	5,73	5,39	6,71	–
2001	5,59	3,32	5,53	–
2002	5,95	3,43	5,24	4,57
2003	5,77	4,07	4,70	–
2004	5,62	3,89	4,47	–
2005	5,09	3,62	4,80	–
2006	5,00	4,09	5,24	–
2007	5,18	4,26	5,22	–
2008	4,34	3,32	7,32	2,92
Μεταβολή (%)	-24,26	-38,40	+9,09	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Επομένως, η ελληνική τσιπούρα στην αγορά της Γαλλίας είναι και η περισσότερο ανταγωνιστική έναντι όλων των άλλων υπό μελέτη χωρών και με σημαντική υπεροχή. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η τσιπούρα της Ισπανίας, ακολουθούμενη από της Ιταλίας. Όλες όμως εμφανίζουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα έναντι της Ελλάδας. Το προϊόν της Τουρκίας δε μπορεί να αξιολογηθεί σωστά δεδομένου ότι δεν υπάρχουν συναλλαγές με τη Γαλλία για πολλά έτη.

3.2.2.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ισπανίας

Η αγορά της Ισπανίας αποτελεί τη δεύτερη σημαντικότερη αγορά για την ελληνική τσιπούρα. Από τον Πίνακα 3.14 προκύπτει ότι από τις χώρες της Γαλλίας, της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Τουρκίας η ελληνική τσιπούρα κατέχει και το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά της Ισπανίας.

Οι εισαγωγές της ελληνικής τσιπούρας ακολουθούν αυξομειώσεις κατά την περίοδο 2000-2008 και μάλιστα από 4.328 χιλιάδες ευρώ το 2000, διπλασιάστηκαν και

έφθασαν το 2008 τις 9.025 χιλιάδες ευρώ. Παρουσιάζουν μία σημαντική μείωση κατά την περίοδο 2001-2002, αλλά ακολουθεί αύξηση τα μετέπειτα έτη και ειδικότερα το 2008 οπότε παρατηρείται και η μεγαλύτερη τιμή.

Από τις υπόλοιπες χώρες ακολουθεί σε αξία εισαγωγών η τσιπούρα της Τουρκίας με 4.405 χιλιάδες ευρώ, αλλά και χωρίς συναλλαγές για κάποια έτη, η τσιπούρα της Γαλλίας με 1.333 χιλιάδες ευρώ. Η τσιπούρα της Ιταλίας κατέχει το μικρότερο μερίδιο με 295 χιλιάδες ευρώ. Οι συνολικές εισαγωγές της Γαλλίας από τις τέσσερις χώρες αγγίζουν τις 15.160 χιλιάδες ευρώ το έτος 2008.

Πίνακας 3.14 : Εισαγωγές της Ισπανίας σε τσιπούρα από Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	1.038.249	4.328.628	87.884	0	5.454.761
2001	1.068.584	1.345.422	70.289	130.112	2.614.407
2002	151.114	288.069	229.497	0	668.680
2003	130.459	464.431	8.959	0	603.849
2004	354.309	562.214	23.324	362.283	1.302.130
2005	206.293	576.334	32.123	0	814.750
2006	70.472	1.046.032	14.481	0	1.130.985
2007	673.535	1.500.488	109.900	2.695.224	4.979.147
2008	1.333.743	9.025.544	295.521	4.505.236	15.160.044
Μεταβολή (%)	+28,46	+108,51	+236,26	–	+177,92

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Από τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη RXCA προκύπτει ότι η Ελλάδα παρουσιάζει τιμές του δείκτη υψηλότερες της μονάδας για όλη την περίοδο της μελέτης με αυξομειώσεις από έτος σε έτος (μείωση 34,4% από το 2000 σε σχέση με το 2008). Παρουσιάζει την υψηλότερη τιμή το έτος 2006 και τη μικρότερη το 2002. Ο δείκτης της Γαλλίας εμφανίζει τιμές πολύ μικρότερες της μονάδας. Από τιμή 0,27 το 2000

σημείωσε την τιμή 0,17 το 2008, μείωση κατά 37%. Όμοια και η Ιταλική τσιπούρα παρουσιάζει ανταγωνιστικό μειονέκτημα με μείωση της τάξης 35,7% και επίσης τιμές του δείκτη πολύ μικρότερες της μονάδας. Τέλος, η τσιπούρα της Τουρκίας εμφανίζει τιμές του δείκτη διάφορες του μηδενός μόνο για τέσσερα συγκεκριμένα έτη το 2001, 2004, 2007 και 2008 χωρίς να μπορούμε να εξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα καθώς ενώ το 2004 η τιμή του δείκτη ήταν 103,54 μονάδες, τα επόμενα δύο έτη είναι μηδενικός (Πιν. 3.15).

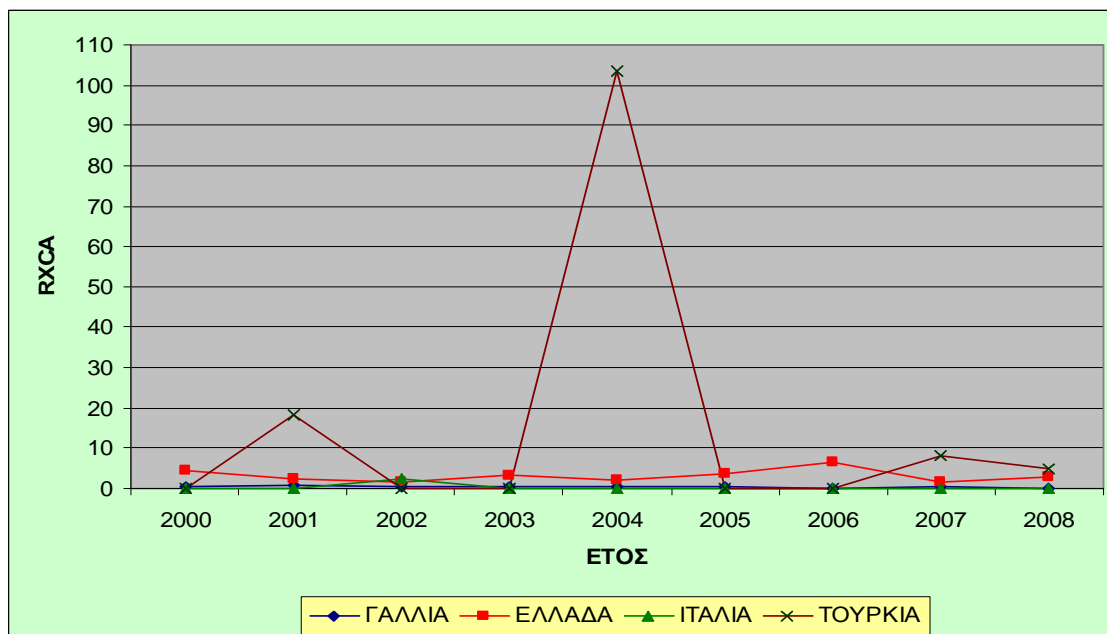
Πίνακας 3.15 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ισπανίας για την τσιπούρα

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,27	4,42	0,14	–
2001	0,65	2,24	0,20	18,26
2002	0,39	1,62	2,27	–
2003	0,35	3,38	0,10	–
2004	0,45	2,17	0,10	103,54
2005	0,47	3,73	0,16	–
2006	0,12	6,42	0,05	–
2007	0,25	1,63	0,11	8,00
2008	0,17	2,90	0,09	5,03
Μεταβολή (%)	-37,04	-34,39	-35,71	–
Μέγιστο	0,65	6,42	2,27	103,54
Ελάχιστο	0,12	1,62	0,05	5,03
Μέσος Όρος	0,35	3,17	0,36	33,71
Τυπική Απόκλιση	0,16	1,55	0,72	46,90

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι διακυμάνσεις των τιμών του δείκτη για όλες τις υπό μελέτη χώρες φαίνονται στο διάγραμμα του Σχήματος 3.11.

Από την εφαρμογή του λόγου αξίες προς ποσότητες προκύπτει ο Πίνακας 3.16 όπου βλέπουμε τις τιμές της τσιπούρας στην αγορά της Ισπανίας.



Σχήμα 3.11 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ισπανίας για την τσιπούρα

Πίνακας 3.16 : Τιμές τσιπούρας που εισάγονται στην αγορά της Ισπανίας (€Kg)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	1,94	4,84	1,22	–
2001	1,61	4,57	–	3,41
2002	2,11	3,83	2,33	–
2003	3,92	3,89	1,40	–
2004	8,84	4,69	1,27	4,28
2005	–	4,63	3,21	–
2006	7,42	5,07	1,98	–
2007	–	3,97	2,01	3,62
2008	–	3,43	2,33	3,13
Μεταβολή (%)	–	-29,13	+90,98	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα η ελληνική τσιπούρα παρουσιάζει για αρκετά έτη ανώτερες τιμές έναντι των άλλων χωρών. Η τιμή της μειώνεται κατά 29,13% το 2008 σε σχέση με το 2000. Η τιμή της ιταλικής τσιπούρας παρόλο που αυξάνεται σχεδόν κατά 91%, πάντοτε η τιμή της είναι μικρότερη σε σχέση με της Ελλάδας.

Επομένως στην αγορά της Ισπανίας η τσιπούρα της Ελλάδας είναι η πιο ανταγωνιστική για την περίοδο της μελέτης, αλλά με έντονες αυξομειώσεις από έτος σε έτος, ενώ η λιγότερο ανταγωνιστική είναι αυτή της Ιταλίας. Ανταγωνιστικό μειονέκτημα διακρίνει και την τσιπούρα της Γαλλίας. Το προϊόν της Τουρκίας εμφανίζει υψηλό βαθμό ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για ορισμένα έτη χωρίς όμως να διατηρεί αυτή τη θέση, σε σταθερό επίπεδο, γεγονός που συμβάλλει στην εξαγωγή μη ασφαλών συμπερασμάτων.

3.2.2.3. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ιταλίας

Η αγορά της Ιταλίας αποτελεί την σημαντικότερη αγορά για την ελληνική τσιπούρα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 3.17 όπου παρουσιάζεται η αξία των εισαγωγών της Ιταλίας από τις χώρες της Ισπανίας, της Γαλλίας, της Ελλάδας, και της Τουρκίας διαπιστώνεται ότι η ελληνική τσιπούρα κατέχει επίσης το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς σε σχέση με τις προαναφερθείσες ανταγωνιστικές χώρες.

Οι εισαγωγές της ελληνικής τσιπούρας ακολουθούν σταθερή ανοδική πορεία κατά την περίοδο της μελέτης με μικρή κάμψη το έτος 2008 και μάλιστα από 39.502 χιλιάδες ευρώ το 2000 έφθασαν το 2008 τις 47.540 χιλιάδες ευρώ. Στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Τουρκία με αξία εισαγωγών 5.321 χιλιάδες ευρώ το έτος 2008. Παρουσιάζει σε σχέση με το 2000 αύξηση των εξαγωγών τσιπούρας στην Ιταλία κατά 960%. Στην τρίτη θέση βρίσκεται η τσιπούρα της Ισπανίας με 4.468 χιλιάδες ευρώ. Τέλος η Γαλλία βρίσκεται στην τέταρτη θέση με αξία εισαγωγών περίπου 2.287 χιλιάδες ευρώ. Και οι τέσσερις χώρες συνολικά εξάγουν στην Ιταλία περίπου 59.617 χιλιάδες ευρώ το έτος 2008.

Πίνακας 3.17 : Εισαγωγές της Ιταλίας σε τσιπούρα από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	1.870.564	1.279.096	39.502.132	502.166	43.153.958
2001	2.669.183	1.555.112	38.688.339	441.270	43.353.904
2002	3.386.993	1.271.934	36.427.360	990.815	42.077.102
2003	3.699.058	1.245.871	36.372.290	1.809.925	43.127.144
2004	2.971.031	1.774.041	44.192.190	3.162.441	52.099.703
2005	2.962.533	1.796.365	45.752.681	5.683.071	56.194.650
2006	2.917.587	2.169.060	42.712.844	2.911.880	50.711.371
2007	4.348.327	1.819.448	55.597.045	5.244.475	67.009.295
2008	4.467.939	2.286.886	47.540.008	5.321.990	59.616.823
Μεταβολή (%)	+138,86	+78,79	+20,35	+959,81	+38,15

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

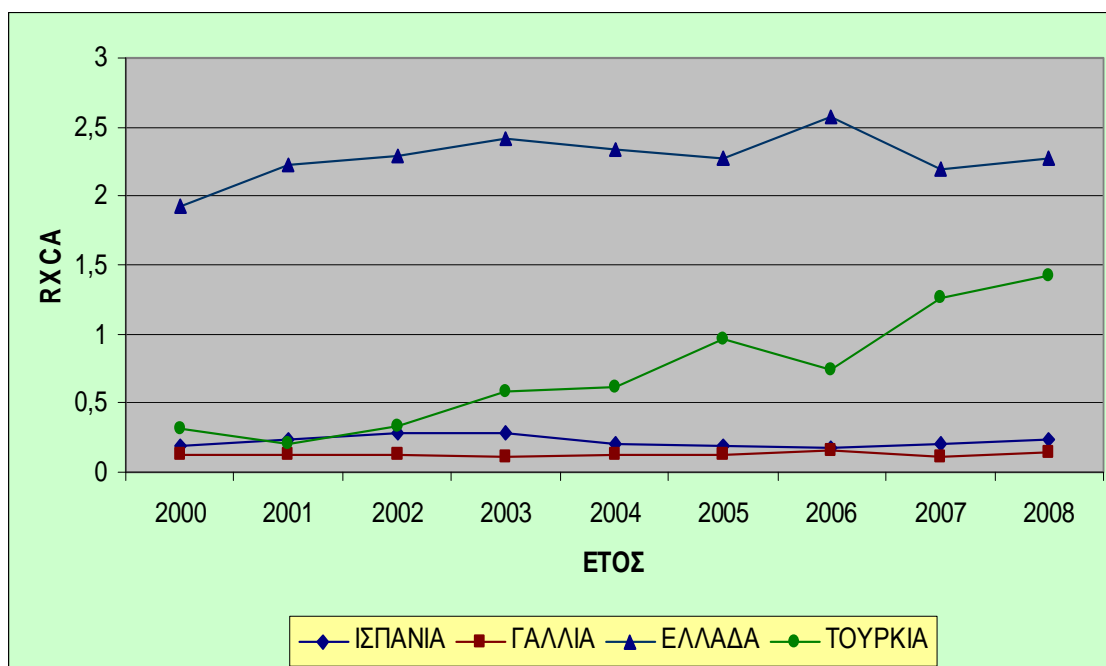
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη RXCA στην αγορά της Ιταλίας προκύπτει ότι τιμή του δείκτη μεγαλύτερη της μονάδας εμφανίζει μόνο η Ελλάδα για όλη την περίοδο μελέτης. Η Ισπανία και η Γαλλία εμφανίζουν τιμές πολύ μικρότερες της μονάδας, ενώ ο δείκτης της Τουρκίας παρουσιάζει τιμές μεγαλύτερες της μονάδας μόνο για τα έτη 2007 και 2008 (Πιν. 3.18). Ο δείκτης της Ελλάδας παρουσίασε τη μεγαλύτερη τιμή το 2006 (2,58) και την μικρότερη το 2000 (1,92). Το έτος 2008 σε σύγκριση με το έτος 2000 αυξάνεται κατά 18,75%. Θετική μεταβολή εμφανίζει και ο δείκτης της Ισπανίας και της Ιταλίας αλλά για την περίοδο της μελέτης οι τιμές του είναι πολύ μικρότερες από της Ελλάδας. Τέλος, ο δείκτης της Τουρκίας παρουσιάζει τη μεγαλύτερη αύξηση (358%) σε σχέση με το 2000 φθάνοντας την τιμή 1,42 το 2008.

Οι αυξομειώσεις των τιμών του δείκτη για όλες της υπό μελέτη χώρες παρουσιάζονται στο διάγραμμα του Σχήματος 3.12.

Πίνακας 3.18 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ιταλίας για την τσιπούρα

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,19	0,12	1,92	0,31
2001	0,23	0,13	2,23	0,21
2002	0,28	0,12	2,29	0,33
2003	0,28	0,11	2,41	0,58
2004	0,20	0,13	2,33	0,61
2005	0,19	0,13	2,27	0,96
2006	0,18	0,16	2,58	0,75
2007	0,21	0,11	2,19	1,26
2008	0,23	0,15	2,28	1,42
Μεταβολή (%)	+21,05	+25,00	+18,75	+358,06
Μέγιστο	0,28	0,16	2,58	1,42
Ελάχιστο	0,18	0,11	1,92	0,21
Μέσος Όρος	0,22	0,13	2,28	0,71
Τυπική Απόκλιση	0,04	0,02	0,18	0,43

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

**Σχήμα 3.12 :** Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ιταλίας για την τσιπούρα

Τα αποτελέσματα των υπολογισμών των τιμών της τσιπούρας των ανταγωνιστικών χωρών στην αγορά της Ιταλίας παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.19,

όπου μπορεί να διαπιστωθεί ότι το προϊόν της Ελλάδας και της Τουρκίας εμφανίζει χαμηλότερες τιμές έναντι της Ισπανίας και της Γαλλίας. Οι τιμές τσιπούρας της Γαλλίας ακολουθούν ανοδική πορεία για την περίοδο 2000-2008. Αντίθετα οι τιμές των υπολοίπων χωρών ακολουθούν καθοδική πορεία. Τη μεγαλύτερη μείωση τιμών εμφανίζει η τσιπούρα της Τουρκίας, ενώ ακολουθεί το προϊόν της Ελλάδας.

Πίνακας 3.19 : Τιμές τσιπούρας που εισάγονται στην αγορά της Ιταλίας (€Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	8,99	4,76	4,51	4,12
2001	7,99	5,89	3,70	3,56
2002	8,30	6,99	3,64	3,28
2003	8,85	6,98	3,69	3,37
2004	8,94	6,55	4,31	4,45
2005	7,39	6,45	4,25	3,64
2006	7,73	7,18	4,30	3,58
2007	7,88	8,41	4,03	3,44
2008	8,56	8,54	3,19	2,84
Μεταβολή (%)	-4,78	+79,41	-29,27	-31,07

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Επομένως στην υπό μελέτη αγορά της Ιταλίας η τσιπούρα της Ελλάδας είναι η πιο ανταγωνιστική με μικρές αυξομειώσεις από έτος σε έτος. Η λιγότερο ανταγωνιστική είναι αυτή της Γαλλίας. Χαμηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας διακρίνει και την τσιπούρα της Ισπανίας. Η τσιπούρα της Τουρκίας κρίνεται ως ανταγωνιστική της ελληνικής ιδιαίτερος τα δύο τελευταία έτη και μάλιστα με ανοδικές τάσεις.

3.2.2.4. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Γερμανίας

Η αγορά της Γερμανίας αποτέλεσε την τέταρτη αγορά κατά σειρά μελέτης για

την ελληνική τσιπούρα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 3.20 όπου παρουσιάζεται η αξία των εισαγωγών της Ιταλίας από τις χώρες της Ισπανίας, της Γαλλίας, της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Τουρκίας προκύπτει ότι η ελληνική τσιπούρα για ακόμη μία φορά κατέχει το σημαντικότερο μερίδιο σε σχέση με τις παραπάνω ανταγωνιστικές χώρες.

Οι εισαγωγές της ελληνικής τσιπούρας άγγιξαν σε αξία εισαγωγών τις 417 χιλιάδες ευρώ το 2000 περίπου και πενταπλασιάστηκαν φθάνοντας το 2008 τις 2.239 χιλιάδες ευρώ. Υπάρχει αύξηση των εισαγωγών κατά 436%. Ακολουθεί σε αξία εισαγωγών η τσιπούρα της Ιταλίας με 803 χιλιάδες ευρώ πραγματοποιώντας πτωτική πορεία τα δύο τελευταία χρόνια και στη συνέχεια βρίσκεται η τσιπούρα της Γαλλίας με 525 χιλιάδες ευρώ περίπου ίση αξία με το 2000. Στην τέταρτη θέση βρίσκεται η τσιπούρα της Ισπανίας με συναλλαγές ίσες με 100 χιλιάδες ευρώ, ενώ στην τελευταία θέση έχουμε την τούρκικη τσιπούρα η οποία κατέχει και το μικρότερο μερίδιο με 3,7 χιλιάδες ευρώ και μάλιστα χωρίς καθόλου συναλλαγές με την αγορά της Γερμανίας από το 2000 έως και το 2002 και τα έτη 2006, 2007. Οι συνολικές εισαγωγές της Γερμανίας σε τσιπούρα από τις τέσσερις προαναφερθείσες χώρες έφθασαν τις 3.672 χιλιάδες ευρώ το 2008.

Στη συνέχεια υπολογίστηκε ο δείκτης RXCA τα αποτελέσματα του οποίου φαίνονται στον Πίνακα 3.21. Από τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη RXCA προκύπτει ότι η Ισπανία και η Γαλλία παρουσιάζουν τιμές του δείκτη πολύ μικρότερες της μονάδας και μάλιστα σε πτωτική πορεία σε σχέση με το 2000 υποδηλώνοντας την έλλειψη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των αντίστοιχων προϊόντων. Η Ελλάδα παρουσιάζει τιμές του δείκτη RXCA μεγαλύτερες της μονάδας για όλη την περίοδο μελέτης. Ο δείκτης της Ελλάδας αυξάνεται το 2008 σε σχέση με το 2000 κατά 44%

φθάνοντας την τιμή 2,98 από 2,07 με αποτέλεσμα να βελτιώνεται η ανταγωνιστική θέση της ελληνικής τσιπούρας. Ο δείκτης της Ιταλίας παρουσιάζει ελαφρά μείωση το 2008 σε σχέση με το 2000 (8,05%), όλες όμως οι τιμές του είναι μεγαλύτερες της μονάδας. Τέλος, το προϊόν της Τουρκίας εμφανίζει τιμές μηδενικές για ορισμένα έτη, ενώ στα υπόλοιπα έτη εμφανίζει άλλοτε μεγαλύτερες και άλλοτε μικρότερες της μονάδας.

Πίνακας 3.20 : Εισαγωγές της Γερμανίας σε τσιπούρα από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	55.459	519.804	417.542	1.233.368	0	2.226.173
2001	11.915	451.863	613.206	1.667.534	0	2.744.518
2002	6.532	285.122	1.091.150	1.671.065	0	3.053.869
2003	22.662	283.323	904.781	2.663.893	595	3.875.254
2004	16.757	350.676	991.914	3.469.033	67.107	4.895.487
2005	18.774	466.339	2.227.396	3.901.188	90.747	6.704.444
2006	68.241	617.420	1.681.111	4.194.265	0	6.561.037
2007	254.809	700.872	1.908.393	1.517.874	0	4.381.948
2008	100.451	525.352	2.239.367	803.891	3.700	3.672.761
Μεταβολή (%)	+81,13	+1,07	+436,32	-34,82	–	+64,98

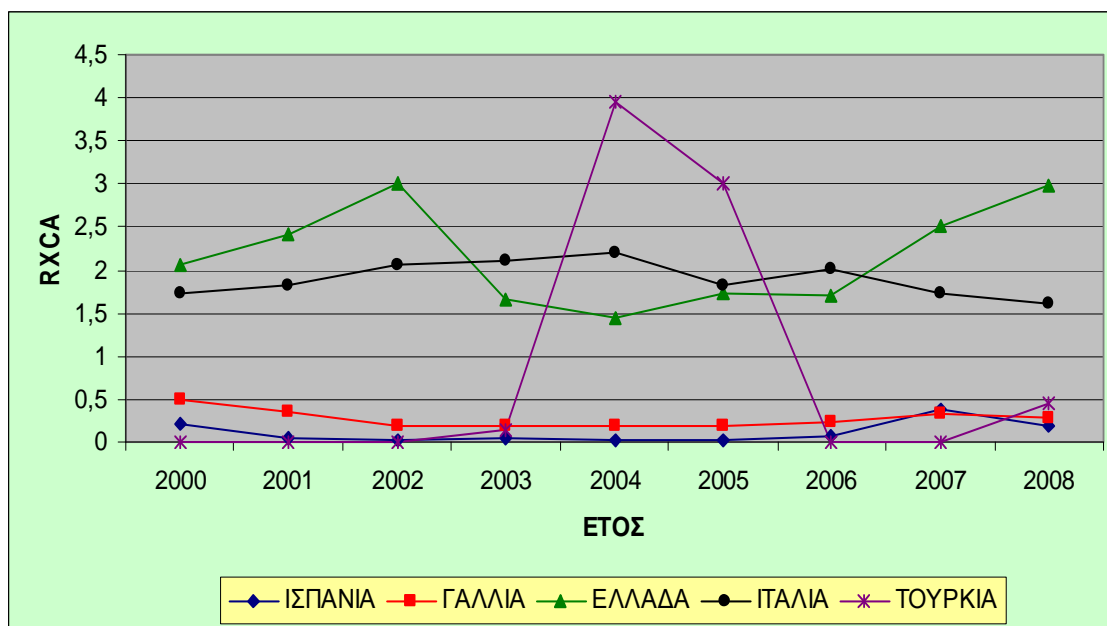
Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 3.21 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γερμανίας για την τσιπούρα

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,21	0,49	2,07	1,74	–
2001	0,04	0,36	2,41	1,83	–
2002	0,02	0,19	3,01	2,07	–
2003	0,05	0,18	1,65	2,11	0,14
2004	0,02	0,18	1,44	2,21	3,95
2005	0,03	0,19	1,72	1,82	3,01
2006	0,07	0,24	1,71	2,01	–
2007	0,39	0,34	2,50	1,72	–
2008	0,18	0,29	2,98	1,60	0,46
Μεταβολή (%)	-14,29	-40,82	+43,96	-8,05	–
Μέγιστο	0,39	0,49	3,01	2,21	3,95
Ελάχιστο	0,02	0,18	1,44	1,60	0,14
Μέσος Όρος	0,11	0,27	2,17	1,90	1,89
Τυπική Απόκλιση	0,13	0,11	0,59	0,21	1,88

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι μεταβολές των τιμών του δείκτη για όλες της υπό μελέτη χώρες παρουσιάζονται στο Σχήμα 3.13. Μόνο ο δείκτης της Ελλάδας παρουσιάζει θετική εξέλιξη το 2008 σε σχέση με το 2000.

**Σχήμα 3.13 :** Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γερμανίας για την τσιπούρα

Τα αποτελέσματα των υπολογισμών των τιμών για την τσιπούρα στην αγορά της Γερμανίας παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.22. Από τον πίνακα προκύπτει ότι η Ελλάδα παρουσιάζει τις χαμηλότερες τιμές έναντι των άλλων χωρών, με πτωτική πορεία φθάνοντας την τιμή 3,71 ευρώ το 2008 από 5,82 ευρώ το 2000. Επίσης πτωτική πορεία για την περίοδο 2000-2008 παρουσιάζουν και οι τιμές των υπολοίπων χωρών

Πίνακας 3.22 : Τιμές τσιπούρας που εισάγονται στην αγορά της Γερμανίας (€/Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	8,40	8,34	5,82	6,35	–
2001	5,67	7,35	5,15	6,19	–
2002	4,35	6,82	4,33	5,62	–
2003	5,67	6,04	4,15	5,61	5,95
2004	5,78	6,80	4,83	5,93	5,89
2005	5,36	6,68	4,53	5,85	4,41
2006	5,73	6,67	4,91	6,23	–
2007	6,76	6,77	4,50	5,37	–
2008	6,05	6,56	3,71	4,55	2,64
Μεταβολή (%)	-27,97	-21,34	-36,25	-28,35	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Επομένως, η λιγότερο ανταγωνιστική στην αγορά της Γερμανίας είναι η τσιπούρα της Ισπανίας και της Γαλλίας και με καθοδικές τάσεις. Αντίθετα, η ελληνική τσιπούρα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όπως και της Ιταλίας. Το ελληνικό προϊόν βελτιώνει τη θέση του στην αγορά τα δύο τελευταία έτη, ενώ το ιταλικό μειώνει την ανταγωνιστικότητά του. Το προϊόν της Τουρκίας είναι το πιο ανταγωνιστικό μόνο όμως για τα έτη 2004-2005.

3.2.2.5. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Πολωνίας

Η αγορά της Πολωνίας αποτελεί μία νέα αγορά για την ελληνική τσιπούρα και με αυξητικές τάσεις. Η συνολική αξία συναλλαγών των πέντε υπό μελέτη χωρών στην αγορά της Πολωνίας ανήλθαν στις 260 χιλιάδες ευρώ το έτος 2008, με το μεγαλύτερο μερίδιο να το κατέχει η Ελλάδα. Η Πολωνία εισάγει τσιπούρα από την Ισπανία μόνο για το 2008 και μάλιστα μόλις 2,3 χιλιάδες ευρώ. Η Γαλλία εξάγει τσιπούρα στην Πολωνία από το 2004 και μετά φθάνοντας τις 112 χιλιάδες ευρώ για το έτος 2008. Οι εξαγωγές της Ελλάδας στην Πολωνία από 34 χιλιάδες ευρώ το 2004 και έφθασαν τις 137 χιλιάδες ευρώ το 2008 ακολουθώντας αυξητική πορεία. Η Τουρκία δεν εξάγει καθόλου προϊόν για όλη την περίοδο μελέτης, ενώ οι εισαγωγές της ιταλικής τσιπούρας από την Πολωνία από τις 4,5 χιλιάδες ευρώ το 2000, έφθασαν τις 7,6 χιλιάδες ευρώ το 2008 με αυξομειώσεις από έτος σε έτος (Πιν. 3.23).

Από τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη RXCA προκύπτει ότι η Ελλάδα έχει τις υψηλότερες τιμές και μάλιστα πολύ υψηλότερες της μονάδας κατατάσσοντας την ελληνική τσιπούρα ιδιαίτερα ανταγωνιστική (Πιν. 3.24). Ο δείκτης διπλασιάστηκε το 2008 σε σχέση με το 2007 και έφθασε την υψηλότερη τιμή 16,74. Οι τιμές της Ισπανίας, της Γαλλίας και της Ιταλίας είναι μικρότερες της μονάδας με εξαίρεση το έτος 2006 για τη Γαλλία και το έτος 2005 για την Ιταλία. Τέλος, όπως ήδη έχει αναφερθεί, η Πολωνία δεν εισάγει καθόλου προϊόν από την Τουρκία, γι' αυτό και η συγκεκριμένη χώρα εμφανίζει μηδενικές τιμές του δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος.

Πίνακας 3.23 : Εισαγωγές της Πολωνίας σε τσιπούρα από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	0	0	0	0	0	0
2001	0	0	0	0	0	0
2002	0	0	0	0	0	0
2003	0	0	0	0	0	0
2004	0	29.589	34.218	4.578	0	68.385
2005	0	60.430	50.396	5.469	0	116.295
2006	0	74.696	42.908	1.782	0	119.386
2007	0	89.902	94.519	3.347	0	187.768
2008	2.264	111.667	137.477	7.624	0	259.032

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 3.24 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Πολωνίας για την τσιπούρα

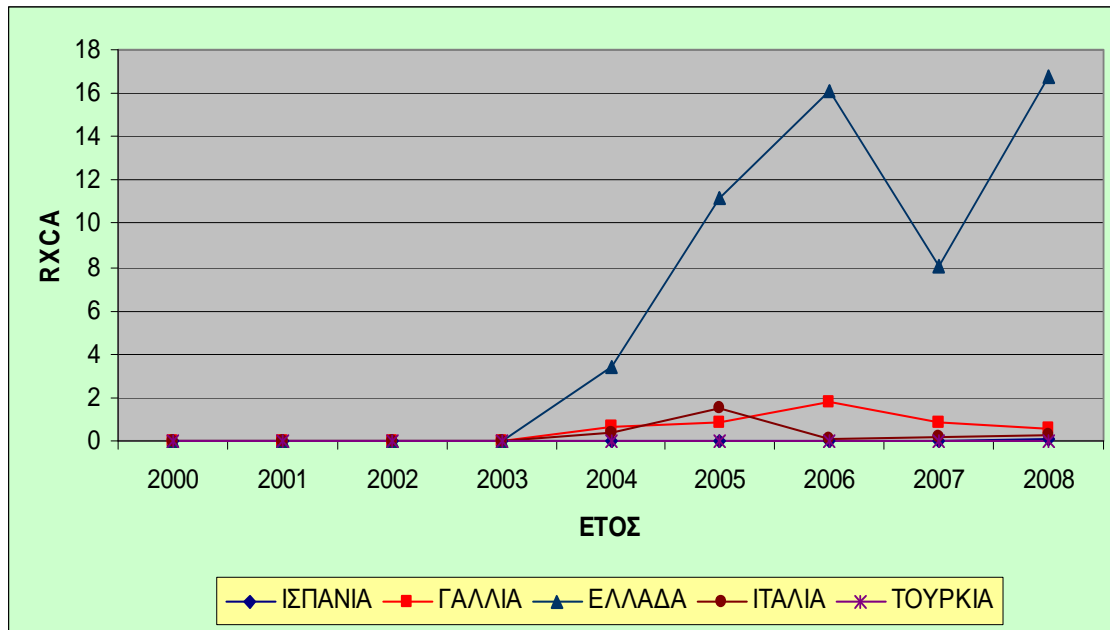
ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	–	–	–	–	–
2001	–	–	–	–	–
2002	–	–	–	–	–
2003	–	–	–	–	–
2004	–	0,68	3,40	0,36	–
2005	–	0,90	11,16	1,50	–
2006	–	1,82	16,14	0,09	–
2007	–	0,87	8,01	0,15	–
2008	0,08	0,57	16,74	0,30	–
Μέγιστο	–	1,82	16,74	1,50	–
Ελάχιστο	–	0,57	3,40	0,09	–
Μέσος Όρος	–	0,97	11,09	0,48	–
Τυπική Απόκλιση	–	0,50	5,61	0,58	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι αυξομειώσεις των τιμών του δείκτη για όλες της υπό μελέτη χώρες και για όλη την περίοδο μελέτης παρουσιάζονται στο διάγραμμα του Σχήματος 3.14.

Οι τιμές της τσιπούρας στην αγορά της Πολωνίας παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.25. Οι τιμές του ελληνικού προϊόντος δε διαφέρουν σημαντικά από τις άλλες χώρες.

Η ελληνική τσιπούρα εμφάνισε τη μικρότερη τιμή της το 2008 ίση με 3,96 ευρώ.



Σχήμα 3.14 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Πολωνίας για την τσιπούρα

Πίνακας 3.25 : Τιμές τσιπούρας που εισάγονται στην αγορά της Πολωνίας (€/Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	–	–	–	–	–
2001	–	–	–	–	–
2002	–	–	–	–	–
2003	–	–	–	–	–
2004	–	6,43	5,26	5,09	–
2005	–	6,23	4,80	4,97	–
2006	–	5,05	5,57	–	–
2007	–	5,05	4,87	3,72	–
2008	5,66	4,41	3,96	6,93	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Συνεπώς, η περισσότερο ανταγωνιστική στην αγορά της Πολωνίας είναι η τσιπούρα της Ελλάδας και με σημαντική διαφορά σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες οι οποίες χαρακτηρίζονται από ανταγωνιστικό μειονέκτημα και ιδιαίτερος της Ισπανίας και της Τουρκίας.

3.2.2.6. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της τσιπούρας στην αγορά της Ελλάδας

Σε αυτό το κομμάτι της εργασίας επιχειρήθηκε να εκτιμηθεί ο βαθμός διεισδυτικότητας στην αγορά της Ελλάδας της τσιπούρας των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών.

Ειδικότερα, υπολογίστηκε ο δείκτης του Μεριδίου Εισαγωγών, **IS** (Import Share), ο οποίος εκτιμά τη διεισδυτική ικανότητα της τσιπούρας της Ισπανίας, της Γαλλίας, της Ιταλίας, της Τουρκίας και των λοιπών χωρών στην αγορά της Ελλάδας.

Η Ισπανία σύμφωνα με τον Πίνακα 3.26 παρουσιάζει διακύμανση των εξαγωγών της σε τσιπούρα στην Ελλάδα. Έτσι, ενώ το 2000 κατείχε μερίδιο ίσο με 21,82% το 2008 μειώθηκε στο 11,39% με μέγιστη τιμή για την περίοδο της μελέτης το 2003 οπότε και κατείχε μερίδιο 52,23%.

Η Γαλλία παρουσιάζει τιμή άνω του δέκα μόνο τα έτη 2000 και 2002 (υψηλότερη τιμή με 31,57%), και με μηδενικές εξαγωγές τσιπούρας στην Ελλάδα τα έτη 2004 και 2008.

Η Ιταλία καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μερίδιο έναντι των άλλων χωρών το έτος 2001. Παρουσίασε το υψηλότερο ποσοστό το 2001 κοντά στο 70% και το μικρότερο το 2005 με 10,08%. Το έτος 2008 η συμμετοχή της στις εισαγωγές τσιπούρας της Ελλάδας ήταν 12,40%.

Η Τουρκία από μηδενικές τιμές τα έτη 2000, 2002 και 2003 βελτιώνει θεαματικά τη θέση της από έτος σε έτος φθάνοντας το 2008 σε μερίδιο ίσο με 73,22% που είναι και η μεγαλύτερη τιμή όλων των χωρών.

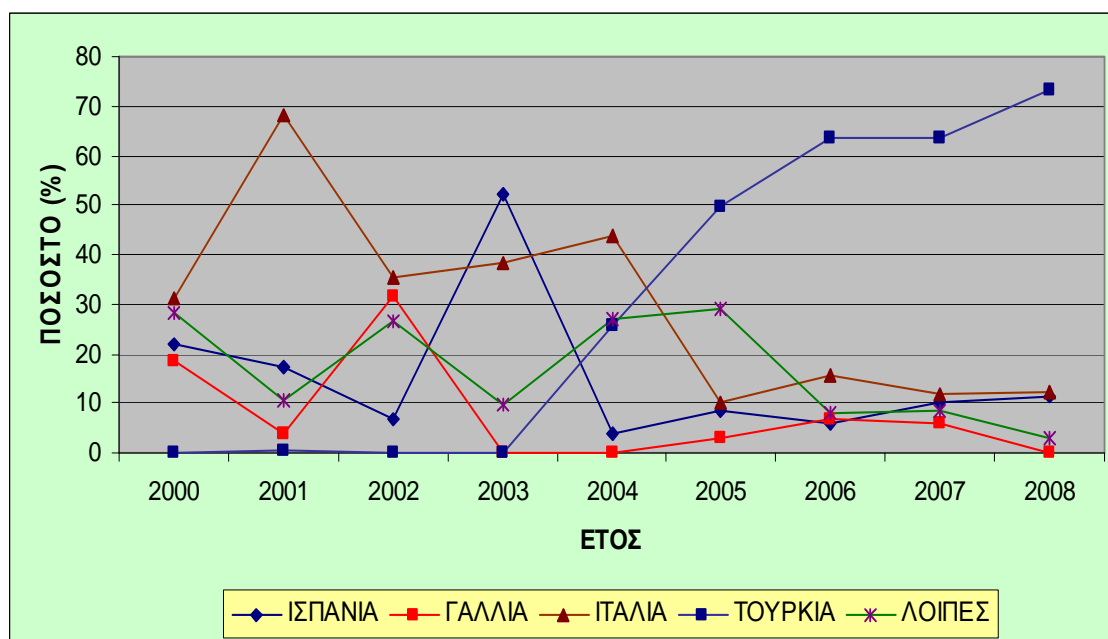
Τέλος, οι υπόλοιπες χώρες παγκοσμίως κατείχαν ποσοστό από 2,98% το 2008 έως και 28,92% το 2005.

Πίνακας 3.26 : Μερίδιο Εισαγωγών στην αγορά της Ελλάδας για την τσιπούρα (%)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΛΟΙΠΕΣ
2000	21,82	18,69	31,35	–	28,14
2001	17,21	3,66	68,26	0,27	10,60
2002	6,58	31,57	35,46	–	26,39
2003	52,23	0,08	38,11	–	9,57
2004	3,75	–	43,77	25,57	26,91
2005	8,48	2,76	10,08	49,76	28,92
2006	6,08	6,85	15,68	63,47	7,93
2007	10,01	6,05	11,69	63,65	8,61
2008	11,39	–	12,40	73,22	2,98
Μέγιστο	52,23	31,57	68,26	73,22	28,92
Ελάχιστο	3,75	0,08	10,08	0,27	2,98
Μέσος Όρος	15,28	9,95	29,64	45,99	16,67

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι διακυμάνσεις του μεριδίου εισαγωγών των υπό μελέτη χωρών στην αγορά της Ελλάδας για το προϊόν της τσιπούρας παρουσιάζονται στο Σχήμα που ακολουθεί (Σχ. 3.15).

**Σχήμα 3.15 :** Διακύμανση τιμών IS στην αγορά της Ελλάδας για την τσιπούρα

Σύμφωνα με τα παραπάνω παρατηρείται ότι η Τουρκία βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στην αγορά της Ελλάδας και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό ώστε το 2008 να καταλαμβάνει μερίδιο ίσο με το 75% περίπου των συνολικών εισαγωγών της Ελλάδας σε τσιπούρα παγκοσμίως εκτοπίζοντας σταδιακά τις υπόλοιπες χώρες.

3.2.3. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού.

Το λαβράκι αποτελεί το ένα από τα δύο πιο σημαντικά προϊόντα της ελληνικής εξαγωγικής υδατοκαλλιέργειας. Η πορεία των εξαγωγών στην αγορά της Ε.Ε.-27 ακολουθεί αυξητική πορεία, ιδιαίτερα μετά το 2002 και με μικρή κάμψη τα έτη 2005 και 2008 (Σχ. 3.16).

Όπως στην τσιπούρα, έτσι και στο λαβράκι διαπιστώνεται ότι οι εξαγωγές του τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα από το 2005 και μετά πραγματοποιούνται σε μεγαλύτερο αριθμό χωρών της Ε.Ε.-27, όπως για παράδειγμα στις αγορές της Τσεχίας, της Ρουμανίας, της Πολωνίας, της Κύπρου και της Σλοβενίας. Επίσης αυξάνεται και η συνολική αξία εξαγωγών της Ελλάδας προς την Ε.Ε.-27 (Πιν. 3.28).

Μερικές από τις πιο σημαντικές αγορές του ελληνικού λαβρακιού στην Ε.Ε.-27 αποτελούν οι : η Ιταλία, η Ισπανία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Πορτογαλία (Πιν. 3.27).

Το μεγαλύτερο μερίδιο των ελληνικών εξαγωγών λαβρακιού κατέχει η αγορά της Ιταλίας με συνολική αξία συναλλαγών για το 2008 57.063 χιλιάδες ευρώ και ποσοστό 46,6%, ακολουθούμενη από την αγορά της Ισπανίας με αξία 19.133 χιλιάδες ευρώ και ποσοστό 15,6%. Στην επόμενη θέση βρίσκεται η Γαλλία με συναλλαγές ύψους 14.282 χιλιάδες ευρώ και ποσοστό 11,7%. Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου καταλαμβάνει την τέταρτη θέση με αξία εξαγωγών λαβρακιού 11.892 χιλιάδες ευρώ και

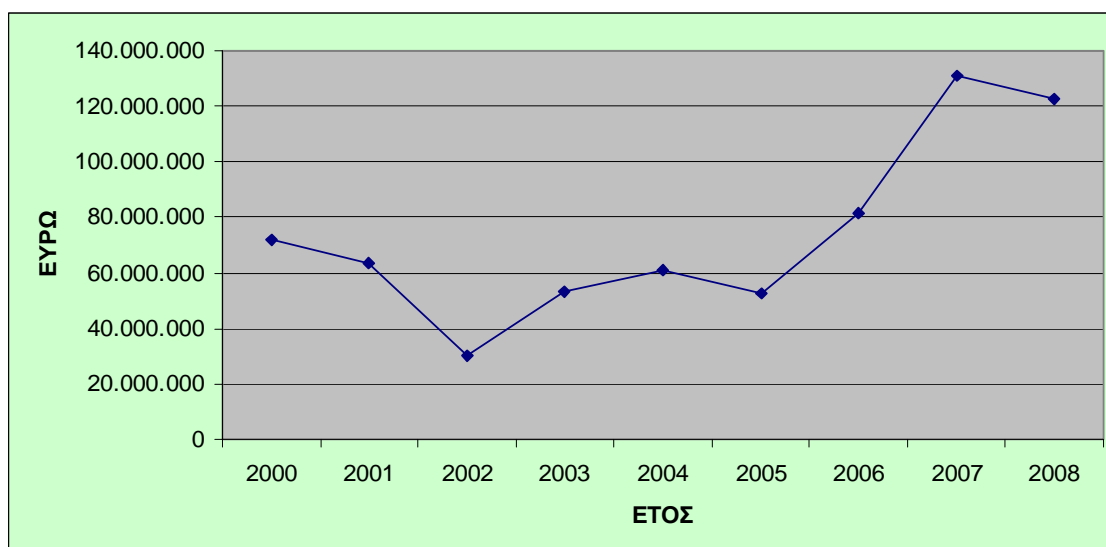
9,7%, ενώ η αγορά της Πορτογαλίας βρίσκεται στην πέμπτη θέση με αξία συναλλαγών 9.247 χιλιάδες ευρώ και ποσοστό 7,5%. Τέλος οι λοιπές αγορές της Ε.Ε.-27 καταλαμβάνουν μόνο το 8,9% των συνολικών εξαγωγών της ελληνικής τσιπούρας και αξία ίση με 10.912 χιλιάδες ευρώ.

Πίνακας 3.27 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην Ε.Ε.-27 σε λαβράκι το 2008 (€)

ΧΩΡΕΣ	Αξία εξαγωγών	Ποσοστό (%)
ΙΤΑΛΙΑ	57.063.772	46,6
ΙΣΠΑΝΙΑ	19.133.833	15,6
ΓΑΛΛΙΑ	14.282.116	11,7
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	11.892.604	9,7
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	9.247.006	7,5
ΛΟΙΠΕΣ	10.912.862	8,9
ΣΥΝΟΛΟ	122.532.193	

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Η πορεία των εξαγωγών του ελληνικού λαβρακιού για τα έτη 2000-2008 παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα (Σχ. 3.16).



Σχήμα 3.16 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην Ε.Ε.-27 σε λαβράκι

Σε αυτό το κομμάτι της εργασίας διερευνήθηκε η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού λαβρακιού σε σχέση με το λαβράκι της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας. Η διερεύνηση του βαθμού ανταγωνιστικότητας του λαβρακιού πραγματοποιήθηκε στις ίδιες αγορές που διερευνήθηκε και της τσιπούρας δηλαδή στη αγορά της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας, της Γερμανίας αλλά και της Πολωνίας. Οι εξαγωγές του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Πολωνίας σχεδόν πενταπλασιάζονται το έτος 2008 σε σχέση με το 2005. Από 19.585 ευρώ το 2005 έφθασαν τις 102.591 ευρώ το 2008 με ευοίωνες προοπτικές.

Πίνακας 3.28 : Εξαγωγές της Ελλάδας στην Ε.Ε.-27 σε λαβράκι (€)

ΧΩΡΑ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΑΥΣΤΡΙΑ	255.765	56.398	5.931	91.726	92.190	122.089	226.820	547.707	256.079
ΒΕΛΓΙΟ	98.082	96.274	19.196	72.986	89.598	1.112.774	145.299	165.586	141.577
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	3.455	2.681	274	303	25.874	57.064	27.938	381.858	591.692
ΚΥΠΡΟΣ				12.556	3.456	42.031	383.895	348.343	187.759
ΤΣΕΧΙΑ						30.124	43.291	492.692	884.889
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	558.939	644.301	193.398	321.044	612.163	595.820	1.410.508	2.875.881	2.960.357
ΔΑΝΙΑ		10.103		23.053	51.529	71.735	96.687	140.964	72.158
ΕΣΘΟΝΙΑ									
ΙΣΠΑΝΙΑ	16.787.849	20.334.257	9.562.545	12.689.243	10.861.795	8.775.117	10.276.652	20.776.404	19.133.833
ΦΙΛΑΝΔΙΑ		2.775		43.617					
ΓΑΛΛΙΑ	4.355.775	4.220.844	1.440.404	5.480.560	3.862.522	5.644.775	9.319.862	13.974.617	14.282.116
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	8.407.080	2.952.089	1.146.893	4.787.310	13.974.120	6.355.622	11.163.485	14.545.509	11.892.604
ΟΥΓΓΑΡΙΑ							3.250	3.178	1.650
ΙΡΑΝΑΝΔΙΑ	288.892	7.046		37.470	38.508	47.834	936.048	2.172.574	1.668.606
ΙΤΑΛΙΑ	38.674.745	31.388.134	15.164.153	26.795.328	29.068.858	27.588.992	41.452.447	62.247.071	57.063.772
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ				17.804	79.185	84.850	97.908	103.430	100.381
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ									
ΛΕΤΟΝΙΑ									
ΜΑΛΤΑ									
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	953.290	336.453	46.113	92.509	313.652	332.376	1.262.496	2.159.993	2.802.661
ΠΟΛΩΝΙΑ						19.585	30.682	81.928	102.591
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1.296.382	3.740.659	2.735.009	2.901.731	2.004.451	1.434.003	4.006.172	8.571.779	9.247.006
ΡΟΥΜΑΝΙΑ								369.050	500.672
ΣΟΥΗΔΙΑ									
ΣΛΟΒΕΝΙΑ		53.445	101.801	4.826		421.426	652.513	808.542	595.543
ΣΛΟΒΑΚΙΑ									
ΣΥΝΟΛΟ	71.680.254	63.845.459	30.415.717	53.372.066	61.077.901	52.736.217	81.629.000	130.893.279	122.532.193

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

3.2.3.1. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Γαλλίας

Η αγορά της Γαλλίας αποτελεί την τρίτη σημαντικότερη αγορά μεταξύ των χωρών της Ε.Ε.-27 για το ελληνικό λαβράκι. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 3.29 όπου παρουσιάζεται η αξία των εισαγωγών της Γαλλίας σε λαβράκι από τις χώρες της Ισπανίας, της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Τουρκίας παρατηρείται ότι το ελληνικό λαβράκι κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (14.744 χιλιάδες ευρώ από τις συνολικές 17.616 χιλιάδες ευρώ για το έτος 2008) σε σχέση με τις ανταγωνιστικές της χώρες.

Οι εισαγωγές του ελληνικού λαβρακιού σχεδόν τριπλασιάστηκαν το 2008 σε σχέση με το 2000. Ακολουθεί σε αξία εισαγωγών το ιταλικό λαβράκι με 1.417 χιλιάδες ευρώ, σημειώνοντας αύξηση το 2008 σε σχέση με το 2000 περίπου 1000%. Στην επόμενη θέση βρίσκεται το λαβράκι της Ισπανίας με 1.083 χιλιάδες ευρώ. Μπορεί οι εισαγωγές της Γαλλίας σε λαβράκι Ισπανίας να τριπλασιάστηκαν το 2008 σε σχέση με το 2000, όμως παρατηρείται πτώση των εισαγωγών τα δύο τελευταία χρόνια. Όσον αφορά στο προϊόν της Τουρκίας πραγματοποιούνται εισαγωγές μόνο για δύο έτη το 2000 με περίπου 43 χιλιάδες ευρώ και το 2008 με 372 χιλιάδες ευρώ.

Στη συνέχεια υπολογίστηκε ο δείκτης RXCA τα αποτελέσματα του οποίου φαίνονται στον Πίνακα 3.30. Από τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη RXCA προκύπτει ότι η Ισπανία και η Ιταλία παρουσιάζουν τιμές του δείκτη πολύ μικρότερες της μονάδας, υποδηλώνοντας την έλλειψη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των αντίστοιχων προϊόντων. Αντίθετα η Ελλάδα παρουσιάζει τιμές του δείκτη RXCA αρκετά μεγαλύτερες της μονάδας για όλη την περίοδο μελέτης. Παρατηρείται όμως πτωτική πορεία το 2008 σε σχέση με το 2000 κατά 50% περίπου φθάνοντας την τιμή

2,29 από 4,65 χειροτερεύοντας την ανταγωνιστική της θέση. Ο δείκτης της Τουρκίας για τα δύο έτη που υπάρχουν συναλλαγές λαβρακιού μεταξύ των δύο χωρών είναι 0,67 για το 2000 και 3,26 το 2008.

Πίνακας 3.29 : Εισαγωγές της Γαλλίας σε λαβράκι από Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	340.982	5.926.023	123.572	42.921	6.433.498
2001	313.723	6.573.407	42.379	0	6.929.509
2002	541.182	7.500.796	44.037	0	8.086.015
2003	607.114	7.297.672	215.012	0	8.119.798
2004	857.416	8.258.265	436.076	0	9.551.757
2005	595.098	10.086.837	417.353	0	11.099.288
2006	2.165.592	10.972.602	199.540	0	13.337.734
2007	1.251.104	12.611.495	398.691	0	14.261.290
2008	1.083.150	14.744.599	1.416.839	372.124	17.616.712
Μεταβολή (%)	+217,66	+148,30	+1046,57	+767,00	+173,83

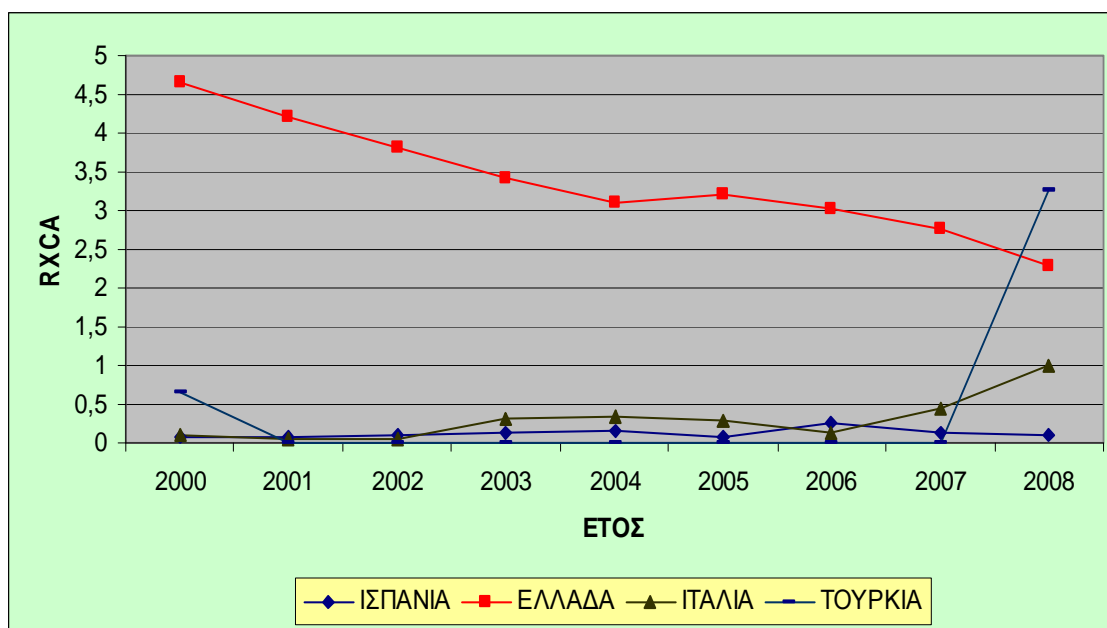
Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 3.30 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γαλλίας για το λαβράκι

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,09	4,65	0,11	0,67
2001	0,08	4,21	0,04	–
2002	0,11	3,82	0,05	–
2003	0,12	3,41	0,31	–
2004	0,15	3,11	0,34	–
2005	0,09	3,20	0,28	–
2006	0,27	3,02	0,13	–
2007	0,14	2,76	0,46	–
2008	0,11	2,29	0,99	3,26
Μεταβολή (%)	+22,22	-50,75	+800,00	+386,57
Μέγιστο	0,27	4,65	0,99	3,26
Ελάχιστο	0,08	2,29	0,04	0,67
Μέσος Όρος	0,13	3,39	0,30	1,97
Τυπική Απόκλιση	0,06	0,73	0,30	1,83

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι αυξομειώσεις των τιμών του δείκτη για όλες της υπό μελέτη χώρες παρουσιάζονται στο διάγραμμα του Σχήματος 3.17, όπου φαίνεται η συνεχή πτωτική πορεία της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Γαλλίας.



Σχήμα 3.17 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γαλλίας για το λαβράκι

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των υπολογισμών των τιμών του λαβρακιού των ανταγωνιστικών χωρών στην αγορά της Γαλλίας προκύπτει ότι για τα περισσότερα έτη το ελληνικό λαβράκι έχει τις χαμηλότερες τιμές έναντι των άλλων χωρών, με αυξομειώσεις από έτος σε έτος. Εμφανίζει τιμή το 2008 ίση με 5,01 ευρώ. Επίσης παρουσιάζει μείωση της τιμής του το 2008 σε σχέση με το 2000 κατά 11% περίπου (Πιν. 3.31).

Πίνακας 3.31 : Τιμές λαβρακιού που εισάγονται στην αγορά της Γαλλίας (€/Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	6,63	5,62	6,30	4,77
2001	6,27	3,92	6,73	–
2002	4,54	3,91	5,00	–
2003	6,18	5,09	4,72	–
2004	6,23	4,20	5,24	–
2005	5,78	4,20	5,06	–
2006	4,41	4,83	5,85	–
2007	6,19	4,80	4,92	–
2008	6,16	5,01	6,58	4,57
Μεταβολή (%)	-7,09	-10,85	+4,44	-4,19

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Επομένως θα λέγαμε ότι από όλες τις υπό μελέτη χώρες το πιο ανταγωνιστικό προϊόν είναι αυτό της Ελλάδας έναντι όλων των άλλων χωρών. Παρατηρείται όμως συνεχή πτωτική πορεία η οποία αν συνεχιστεί και τα επόμενα έτη, τότε το παραπάνω πλεονέκτημα είναι πολύ πιθανό να μετατραπεί σε μειονέκτημα. Από τα υπόλοιπα προϊόντα το λιγότερο ανταγωνιστικό είναι εκείνο της Ισπανίας.

3.2.3.2. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Ισπανίας

Η αγορά της Ισπανίας αποτελεί την δεύτερη σημαντικότερη αγορά μεταξύ των χωρών της Ε.Ε.-27 για το ελληνικό λαβράκι. Από τον Πίνακα 3.32 διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα πραγματοποιεί την μεγαλύτερη αξία συναλλαγών στην αγορά της Ισπανίας για το προϊόν του λαβρακιού από όλες τις άλλες ανταγωνιστικές χώρες. Οι συνολικές εισαγωγές της Ισπανίας σε λαβράκι από τις τέσσερις αυτές χώρες ανέρχονταν σε περίπου 36.000 χιλιάδες ευρώ το 2008 από 22.000 χιλιάδες ευρώ το 2000. Από αυτές η Ελλάδα πραγματοποιεί συνολικές εξαγωγές ίσες με 20.337 χιλιάδες ευρώ το 2008 από

15.726 χιλιάδες ευρώ το 2000 και με αυξομειώσεις από έτος σε έτος. Υψηλές εξαγωγές στην αγορά της Ισπανίας πραγματοποιεί και η Τουρκία με περίπου 9.400 χιλιάδες ευρώ το 2008. Οι εξαγωγές της Τουρκίας το 2008 σε σχέση με το 2000 αυξάνονται κατά 6.338%. Η Γαλλία ακολουθεί μία σχετικά σταθερή πορεία από το 2000 έως και το 2008 με μικρές αποκλίσεις από έτος σε έτος με αξία συναλλαγών 6.097 χιλιάδες ευρώ το 2008. Τις λιγότερες εξαγωγές πραγματοποιεί η Ιταλία με μόλις 166 χιλιάδες ευρώ το 2008 από 4.130 χιλιάδες ευρώ το 2004 σημειώνοντας μείωση κατά 80% περίπου σε σχέση με το 2000.

Πίνακας 3.32 : Εισαγωγές της Ισπανίας σε λαβράκι από Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	5.201.607	15.726.014	941.400	145.900	22.014.921
2001	4.830.618	24.212.064	965.945	429.594	30.438.221
2002	4.376.560	39.296.935	1.323.468	50.881	45.047.844
2003	5.643.229	22.717.818	401.628	1.018.785	29.781.460
2004	5.565.723	23.038.786	4.130.435	331.962	33.066.906
2005	6.189.600	22.884.819	2.826.495	7.667.213	39.568.127
2006	5.680.917	15.907.633	234.864	13.876.833	35.700.247
2007	6.140.301	19.802.340	222.959	15.484.080	41.649.680
2008	6.097.281	20.337.362	166.348	9.394.254	35.995.245
Μεταβολή (%)	+17,22	+29,32	-82,34	+6.338,83	+63,50

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Από τα αποτελέσματα εφαρμογής του δείκτη RXCA προκύπτει ότι τιμή του δείκτη μεγαλύτερη της μονάδας εμφανίζουν μόνο η Ελλάδα και η Τουρκία. Ο δείκτης της Ελλάδας ακολουθεί πτωτική πορεία και έφθασε την τιμή 2,75 το 2008 από 3,98 το 2000, μειούμενος κατά 30,9%. Πτωτική πορεία για την περίοδο μελέτης ακολουθεί και ο δείκτης της Τουρκίας έχοντας όμως υψηλότερες τιμές από της Ελλάδας για όλα τα έτη

εκτός του 2002. Οι δείκτες της Γαλλίας και της Ιταλίας είναι πολύ μικρότεροι της μονάδας για όλο το χρονικό διάστημα 2000-2008 (Πιν. 3.33).

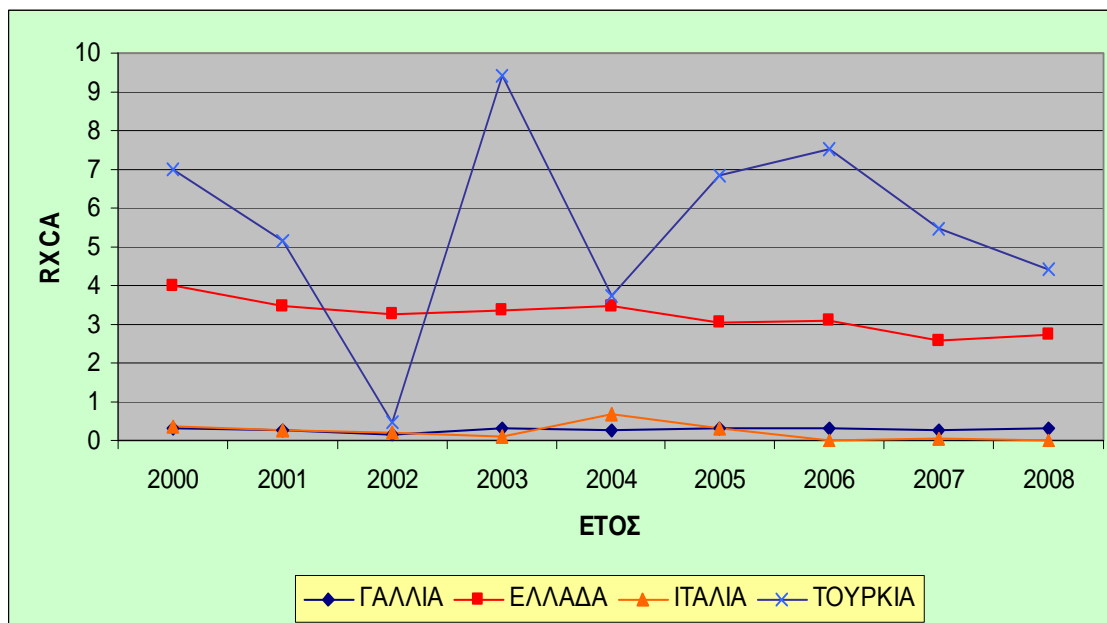
Πίνακας 3.33 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ισπανίας για το λαβράκι

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,34	3,98	0,37	7,00
2001	0,25	3,46	0,24	5,18
2002	0,17	3,27	0,19	0,49
2003	0,31	3,35	0,09	9,41
2004	0,28	3,50	0,67	3,74
2005	0,29	3,05	0,29	6,84
2006	0,30	3,09	0,02	7,51
2007	0,27	2,58	0,03	5,49
2008	0,32	2,75	0,02	4,42
Μεταβολή (%)	-5,88	-30,90	-94,59	-36,86
Μέγιστο	0,34	3,98	0,67	9,41
Ελάχιστο	0,17	2,58	0,02	0,49
Μέσος Όρος	0,28	3,23	0,21	5,56
Τυπική Απόκλιση	0,05	0,42	0,21	2,57

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στο Σχήμα 3.18 απεικονίζεται η πορεία των δεικτών όπου φαίνεται η σαφής υπεροχή του δείκτη της Τουρκίας.

Οι τιμές του λαβρακιού της Γαλλίας, της Ελλάδας, της Ιταλίας και της Τουρκίας στην αγορά της Ισπανίας παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.34. Παρατηρείται ότι τις υψηλότερες τιμές λαβρακιού εμφανίζει η Γαλλία με αυξητική πορεία, ενώ οι υπόλοιπες χώρες παρουσιάζουν παραπλήσιες τιμές με μικρές αποκλίσεις από έτος σε έτος. Η Ελλάδα εμφάνισε την υψηλότερη τιμή το 2000 και τη μικρότερη το 2003 ίση με 3,96 ευρώ. Για την περίοδο 2000-2008 παρουσιάζει μείωση της τιμής του λαβρακιού κατά 10,68%.



Σχήμα 3.18 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ισπανίας για το λαβράκι

Πίνακας 3.34 : Τιμές λαβρακιού που εισάγονται στην αγορά της Ισπανίας (€/Kg)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	9,66	5,43	4,82	5,07
2001	7,64	4,16	4,11	3,99
2002	8,80	4,69	4,47	3,10
2003	8,74	3,96	3,85	4,59
2004	9,34	4,55	4,33	4,55
2005	9,30	4,38	4,44	4,05
2006	8,80	4,10	4,23	3,96
2007	10,82	4,43	3,33	4,16
2008	10,34	4,85	3,55	4,31
Μεταβολή (%)	+7,04	-10,68	-26,35	-14,99

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Τέλος, θα λέγαμε ότι το λαβράκι της Τουρκίας είναι και το πιο ανταγωνιστικό στην αγορά της Ισπανίας, ενώ ακολουθεί σε ανταγωνιστικότητα το ελληνικό προϊόν και με καθοδική πορεία. Το λαβράκι της Ιταλίας και της Γαλλίας χαρακτηρίζεται από

ανταγωνιστικό μειονέκτημα και ιδιαίτερα της Ιταλίας που είναι και το λιγότερο ανταγωνιστικό.

3.2.3.3. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Ιταλίας

Η Ιταλία αποτελεί την σημαντικότερη αγορά για το ελληνικό λαβράκι. Οι συνολικές της εισαγωγές από τις ανταγωνιστικές χώρες της παρούσας μελέτης ανέρχονται σε 77.317 χιλιάδες ευρώ το 2008 από 52.055 χιλιάδες ευρώ το 2000 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 48,53%. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 3.35 η Ελλάδα καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς των συνολικών εισαγωγών της Ιταλίας σε λαβράκι. Η αξία τους έφθασε τις 46.823 χιλιάδες ευρώ το 2008 από 61.556 χιλιάδες ευρώ το 2007 και 39.290 χιλιάδες ευρώ το 2000. Γαλλία και Τουρκία έχουν παραπλήσια αξία συναλλαγών για το 2008 αλλά με σαφή υπεροχή της Τουρκίας για όλο το προηγούμενο χρονικό διάστημα. Τις λιγότερες πωλήσεις λαβρακιού στην Ιταλία πραγματοποιεί η Ισπανία με αξία συναλλαγών 1.618 χιλιάδες ευρώ το 2008 από 252 χιλιάδες ευρώ το 2000 παρουσιάζοντας όμως αύξηση κατά 540%.

Στη συνέχεια εφαρμόζοντας το δείκτη RXCA προκύπτει ότι την υψηλότερη τιμή του δείκτη εμφανίζει η Τουρκία, στη δεύτερη θέση βρίσκεται η Ελλάδα, ακολουθεί η Γαλλία, ενώ την χαμηλότερη τιμή έχει ο δείκτης της Ισπανίας με τιμές πολύ κοντά στο μηδέν (Πιν. 3.36).

Πίνακας 3.35 : Εισαγωγές της Ιταλίας σε λαβράκι από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	252.562	6.958.593	39.290.969	5.553.163	52.055.287
2001	530.414	6.463.517	32.755.843	7.499.764	47.249.538
2002	636.771	5.544.209	31.648.238	16.025.150	53.854.368
2003	792.529	7.415.266	36.478.319	18.380.817	63.066.931
2004	1.073.689	9.210.191	40.449.766	26.881.494	77.615.140
2005	729.734	10.450.211	45.107.546	26.574.903	82.862.394
2006	2.358.334	12.730.991	43.784.778	16.915.001	75.789.104
2007	2.341.894	14.906.354	61.556.254	17.730.628	96.535.130
2008	1.618.103	14.190.421	46.823.146	14.686.057	77.317.727
Μεταβολή (%)	+540,68	+103,93	+19,17	+164,46	+48,53

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

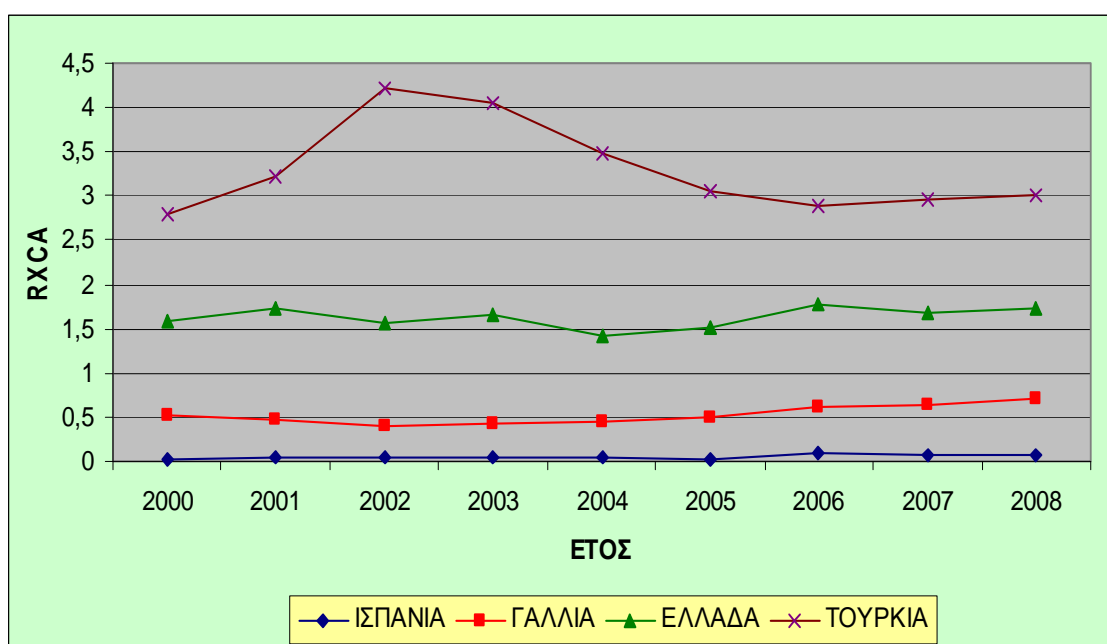
Πίνακας 3.36 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ιταλίας για το λαβράκι

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,02	0,53	1,58	2,80
2001	0,04	0,48	1,74	3,23
2002	0,04	0,40	1,56	4,21
2003	0,04	0,43	1,65	4,06
2004	0,05	0,46	1,43	3,47
2005	0,03	0,50	1,52	3,05
2006	0,10	0,62	1,77	2,90
2007	0,08	0,63	1,69	2,97
2008	0,06	0,72	1,73	3,01
Μεταβολή (%)	+200,00	+35,85	+9,49	+7,50
Μέγιστο	0,10	0,72	1,77	4,21
Ελάχιστο	0,02	0,40	1,43	2,80
Μέσος Όρος	0,05	0,53	1,63	3,30
Τυπική Απόκλιση	0,03	0,11	0,11	0,51

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στο Σχήμα 3.19 παρατηρούνται οι διακυμάνσεις του δείκτη και των τεσσάρων χωρών. Ο δείκτης της Τουρκίας ακολουθεί ανοδική και καθοδική πορεία με αυξομειώσεις από έτος σε έτος. Η ανώτερη τιμή του είναι το 2002 (4,21) και με

χαμηλότερη το 2000 (2,80). Για το χρονικό διάστημα της μελέτης αυξάνεται κατά 7,5%. Όσον αφορά στην Ελλάδα, ο δείκτης ακολουθεί μία πιο σταθερή πορεία με τις τιμές του να κυμαίνονται λίγο πάνω από την τιμή 1,5 και με συνολική αύξηση κατά 9,49% το 2008 σε σχέση με το 2000. Ο δείκτης της Γαλλίας από 0,53 το 2000 σημείωσε την τιμή 0,72 το 2008 (+35,85%), ενώ ο δείκτης της Ισπανίας κυμαίνεται σε πολύ μικρές τιμές.



Σχήμα 3.19 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Ιταλίας για το λαβράκι

Τα αποτελέσματα των υπολογισμών των τιμών του λαβρακιού των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών στη αγορά της Ιταλίας παρουσιάζονται στον παρακάτω Πίνακα 3.37. Σύμφωνα με τον Πίνακα προκύπτει ότι η Ελλάδα και η Τουρκία έχουν χαμηλότερη τιμή προϊόντος σε σχέση με την Ισπανία και τη Γαλλία. Η τιμή του ελληνικού λαβρακιού το 2008 είναι ίση με 4,47 ευρώ, μειούμενη κατά 10,60% σε σχέση με το 2000.

Πίνακας 3.37: Τιμές λαβρακιού που εισάγονται στην αγορά της Ιταλίας (€/Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	9,87	9,22	5,00	4,49
2001	4,31	9,48	4,21	3,97
2002	6,65	9,42	4,00	3,97
2003	8,80	9,46	4,32	4,06
2004	8,69	9,03	4,82	4,31
2005	7,98	8,54	4,61	4,02
2006	9,26	9,11	4,62	3,70
2007	7,93	8,34	4,56	4,05
2008	8,23	7,98	4,47	4,12
Μεταβολή (%)	-16,62	-13,45	-10,60	-8,24

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Συνεπώς, το περισσότερο ανταγωνιστικό προϊόν στην αγορά της Ιταλίας είναι το λαβράκι της Τουρκίας υπερέχοντας σημαντικά έναντι των άλλων χωρών. Στη συνέχεια ακολουθεί σε ανταγωνιστικότητα το ελληνικό λαβράκι. Τα προϊόντα της Γαλλίας και της Ισπανίας εμφανίζουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα με λιγότερο ανταγωνιστικό από όλες τις υπό μελέτη χώρες το λαβράκι της Ισπανίας.

3.2.3.4. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Γερμανίας

Οι συνολικές εισαγωγές της Γερμανίας σε λαβράκι από την Ισπανία, τη Γαλλία, την Ελλάδα και την Τουρκία ήταν 4.622 χιλιάδες ευρώ το 2008. Το λαβράκι της Γαλλίας καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μερίδιο στην συνολική αξία εισαγωγών. Τη δεύτερη θέση στις συνολικές εισαγωγές της Γερμανίας κατέχει η Ελλάδα με 1.439 χιλιάδες ευρώ σημειώνοντας αύξηση κατά 188% σε σχέση με το έτος 2000. Ακολουθεί η Ισπανία με 391 χιλιάδες ευρώ το 2008 από 40 χιλιάδες ευρώ το 2000 έχοντας

πραγματοποιήσει αύξηση των εξαγωγών λαβρακιού κατά 875%. Αμέσως μετά βρίσκεται η Ιταλία με 324 χιλιάδες ευρώ αλλά με συνεχή μείωση των εισαγωγών. Οι εισαγωγές της Γερμανίας σε λαβράκι Ιταλίας ήταν το 2000 ίσες με 1.408 χιλιάδες ευρώ. Τέλος, οι εισαγωγές από την Τουρκία ήταν μόλις 62 χιλιάδες ευρώ το 2008 και μάλιστα χωρίς καθόλου συναλλαγές τα έτη 2000-2003 και 2006-2007 (Πιν. 3.38)

Πίνακας 3.38 : Εισαγωγές της Γερμανίας σε λαβράκι από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	40.130	1.150.629	499.482	1.408.351	0	3.098.592
2001	39.545	1.403.264	607.422	1.218.208	0	3.268.439
2002	22.759	2.788.256	1.039.664	1.108.835	0	4.959.514
2003	5.843	1.711.052	687.047	594.709	0	2.998.651
2004	5.958	2.073.791	615.197	800.977	1.058	3.496.981
2005	23.541	2.014.477	1.302.957	813.825	10.537	4.165.337
2006	210.194	2.495.558	1.111.383	857.039	0	4.674.174
2007	472.509	2.674.983	1.426.296	387.118	0	4.960.906
2008	391.269	2.404.820	1.439.064	324.735	62.295	4.622.183
Μεταβολή						
(%)	+875,00	+109,00	+188,11	-76,94	–	+49,17

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Από την εφαρμογή του δείκτη του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος (RXCA) προκύπτει ότι η Ισπανία παρουσιάζει για όλη την περίοδο μελέτης τιμές του δείκτη μικρότερες της μονάδας. Τη μικρότερή του τιμή την εμφανίζει το 2004 (0,01), ενώ τη μεγαλύτερη το 2007 (0,64). Το 2008 σε σχέση με το 2000 παρουσιάζει αύξηση 390%. Η Γαλλία παρουσιάζει τιμή του δείκτη μεγαλύτερη της μονάδας με εξαίρεση τα έτη 2000-2001. Η μέγιστή του τιμή ήταν το 2004 (1,49). Ο δείκτης του ελληνικού λαβρακιού είναι μεγαλύτερος της μονάδας για

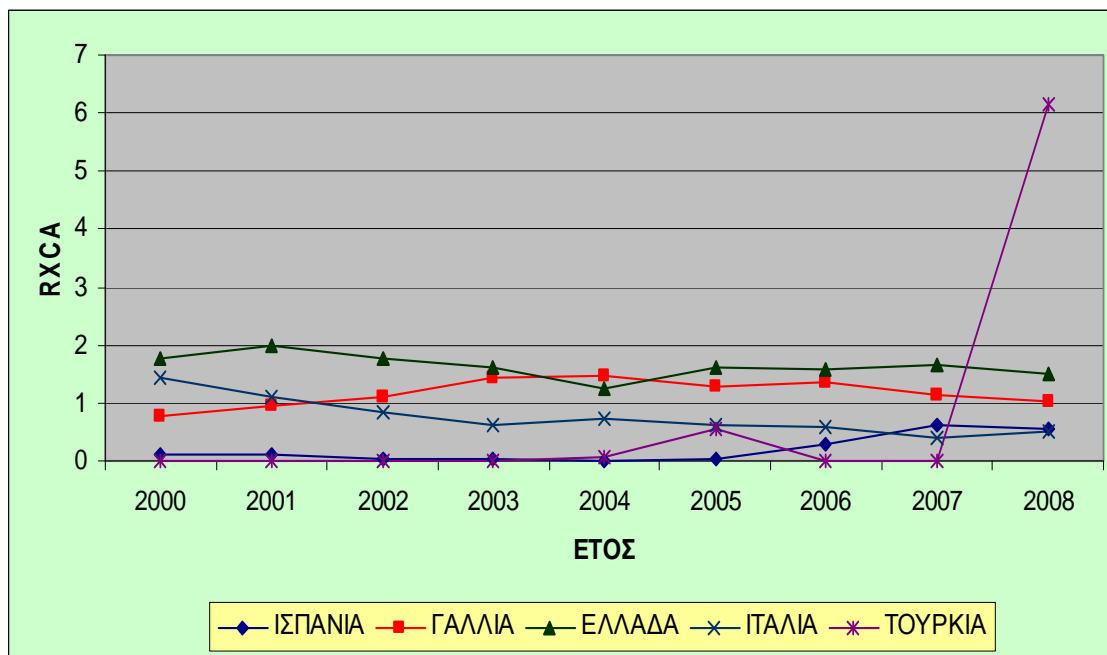
όλο το διάστημα 2000-2008 και μάλιστα είναι μεγαλύτερος από όλες τις ανταγωνιστικές χώρες για όλα τα έτη. Η μέγιστη τιμή του παρατηρείται το 2001 (2,00), ενώ η ελάχιστη του το έτος 2004 (1,25). Η Ιταλία παρουσιάζει τιμές του δείκτη μεγαλύτερες της μονάδας τα έτη 2000-2001 ακολουθώντας όμως συνεχή καθοδική πορεία και έφθασε το 2008 στην τιμή 0,51. Τέλος η Τουρκία όπως ήδη έχει αναφερθεί παραπάνω δεν πραγματοποιεί συναλλαγές με τη Γερμανία όλα τα έτη γι' αυτό και η τιμή του δείκτη είναι διάφορη του μηδενός μόνο τα έτη 2004, 2005 και 2008 (6,16) (Πιν. 3.39).

Πίνακας 3.39 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γερμανίας για το λαβράκι

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	0,11	0,78	1,78	1,43	–
2001	0,10	0,95	2,00	1,12	–
2002	0,04	1,12	1,77	0,85	–
2003	0,02	1,42	1,62	0,61	–
2004	0,01	1,49	1,25	0,72	0,09
2005	0,05	1,30	1,62	0,61	0,56
2006	0,31	1,37	1,59	0,58	–
2007	0,64	1,13	1,65	0,39	–
2008	0,54	1,04	1,52	0,51	6,16
Μεταβολή (%)	+390,91	+33,33	-14,61	-64,34	–
Μέγιστο	0,64	1,49	2,00	1,43	6,16
Ελάχιστο	0,01	0,78	1,25	0,39	0,09
Μέσος Όρος	0,20	1,18	1,64	0,76	2,27
Τυπική Απόκλιση	0,24	0,24	0,20	0,33	3,38

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στο Σχήμα 3.20 απεικονίζονται οι αυξομειώσεις του δείκτη και των πέντε χωρών.



Σχήμα 3.20 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Γερμανίας για το λαβράκι

Οι τιμές του λαβρακιού στην αγορά της Γερμανίας των πέντε ανταγωνιστικών χωρών παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.40. Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα τις υψηλότερες τιμές εμφανίζει το γαλλικό λαβράκι, ακολουθούμενο από το προϊόν της Ισπανίας. Τα δύο αυτά προϊόντα παρουσιάζουν αύξηση της τιμής τους το 2008 σε σχέση με το 2000 κατά 24,73% και 38,50 αντίστοιχα. Το λαβράκι των υπόλοιπων τριών χωρών παρουσιάζει παραπλήσιες τιμές με μικρές διακυμάνσεις από έτος σε έτος. Όσον αφορά στις τιμές του ελληνικού λαβρακιού μπορεί να σημειωθεί ότι πραγματοποιεί τη μέγιστη τιμή του το 2008 (6,07) και την ελάχιστη το 2002 (4,88).

Επομένως, θα λέγαμε ότι το πιο ανταγωνιστικό λαβράκι στην αγορά της Γερμανίας είναι το ελληνικό υπερέχοντας έναντι των άλλων χωρών. Στη δεύτερη θέση ακολουθεί σε ανταγωνιστικότητα το προϊόν της Γαλλίας. Τα λαβράκια της Ισπανίας και της Ιταλίας εμφανίζουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα με λιγότερο ανταγωνιστικό εκείνο της Ισπανίας. Το τούρκικο λαβράκι είναι μεν ανταγωνιστικό το 2008, αλλά επειδή δεν

υπάρχουν συναλλαγές για όλα τα έτη δεν μπορούμε να εξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα για το πώς θα κυμανθεί η ανταγωνιστικότητά του τα επόμενα έτη.

Πίνακας 3.40 : Τιμές λαβρακιού που εισάγονται στην αγορά της Γερμανίας (€/Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	7,87	10,07	5,94	6,75	–
2001	6,82	10,87	5,93	6,26	–
2002	9,10	14,76	4,88	6,18	–
2003	6,49	11,69	5,27	6,20	–
2004	8,51	11,10	5,55	6,64	5,29
2005	6,36	10,64	5,30	6,28	5,85
2006	12,08	10,14	5,34	6,43	–
2007	11,93	11,37	5,50	6,10	–
2008	10,90	12,56	6,07	6,43	5,72
Μεταβολή (%)	+38,50	+24,73	+2,19	-4,74	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

3.2.3.5. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού λαβρακιού στην αγορά της Πολωνίας

Η αγορά της Πολωνίας είναι μία νέα αγορά όσον αφορά στο λαβράκι και αυτό διότι μόλις από το 2004 και μετά πραγματοποιεί εισαγωγές λαβρακιού από την Γαλλία, την Ελλάδα και την Ιταλία, ενώ με την Ισπανία και την Τουρκία δεν πραγματοποιεί καθόλου εισαγωγές κατά την περίοδο μελέτης (Πιν. 3.41). Οι συνολικές της εισαγωγές το 2008 πλησίασαν τις 100 χιλιάδες ευρώ, από τις οποίες οι 93 χιλιάδες ευρώ προέρχονται από την Ελλάδα και οι υπόλοιπες από τη Γαλλία.

Εφαρμόζοντας το δείκτη RXCA διαπιστώνεται ότι για πολλά έτη και για αρκετές χώρες λαμβάνει μηδενικές τιμές. Ο δείκτης της Ελλάδας είναι πολύ υψηλότερος της μονάδας υπερέχοντας σημαντικά έναντι των άλλων χωρών. Τη

μικρότερη του τιμή την εμφανίζει το 2004 (5,53), ενώ τη μεγαλύτερη το 2006 (36,62). Το 2008 σε σχέση με το 2004 παρουσίασε αύξηση περίπου 550%. Όλες οι άλλες τιμές των χωρών που είναι διαφορετικές του μηδενός είναι πολύ μικρότερες της μονάδας υποδηλώνοντας έλλειψη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των αντίστοιχων προϊόντων (Πιν. 3.42).

Πίνακας 3.41 : Εισαγωγές της Πολωνίας σε λαβράκι από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	0	0	0	0	0	0
2001	0	0	0	0	0	0
2002	0	0	0	0	0	0
2003	0	0	0	0	0	0
2004	0	2.929	21.031	1.868	0	25.828
2005	0	1.464	40.286	0	0	41.750
2006	0	6.799	30.086	0	0	36.885
2007	0	9.899	62.243	0	0	72.142
2008	0	5.424	93.635	0	0	99.059

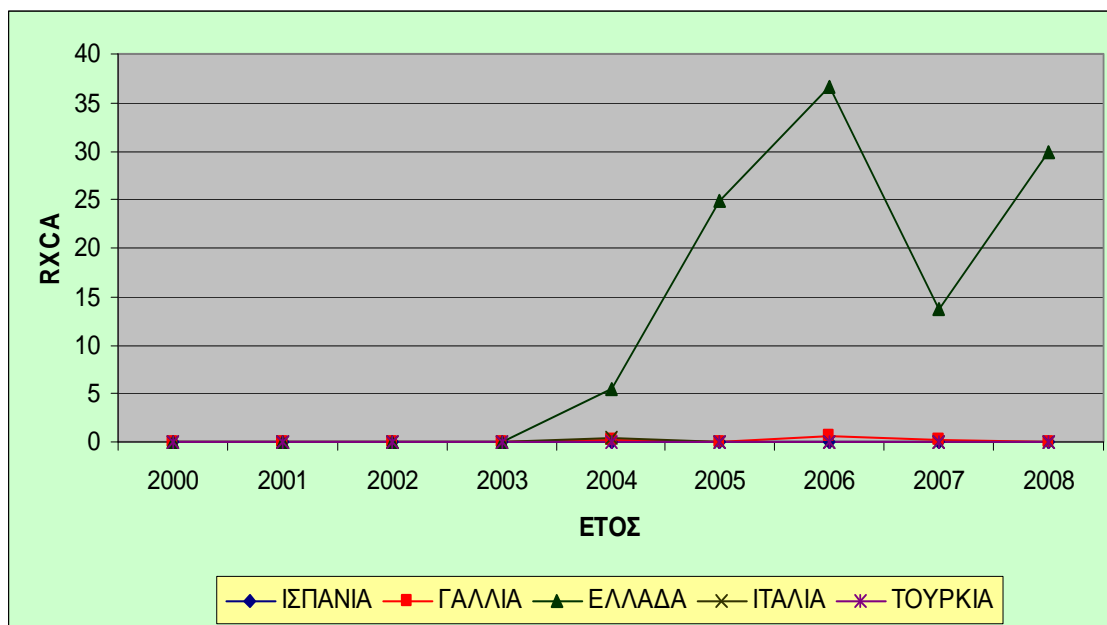
Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 3.42.: Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Πολωνίας για το λαβράκι

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	–	–	–	–	–
2001	–	–	–	–	–
2002	–	–	–	–	–
2003	–	–	–	–	–
2004	–	0,18	5,53	0,39	–
2005	–	0,06	24,84	–	–
2006	–	0,54	36,62	–	–
2007	–	0,25	13,72	–	–
2008	–	0,07	29,81	–	–
Μέγιστο	–	0,54	36,62	–	–
Ελάχιστο	–	0,06	5,53	–	–
Μέσος Όρος	–	0,22	22,10	–	–
Τυπική Απόκλιση	–	0,17	11,16	–	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Στο παρακάτω Σχήμα 3.21 παρατηρούμε τις διακυμάνσεις του δείκτη όλων των ανταγωνιστικών χωρών.



Σχήμα 3.21 : Τιμές του δείκτη RXCA στην αγορά της Πολωνίας για το λαβράκι

Από τον υπολογισμό των τιμών του λαβρακιού στην αγορά της Πολωνίας προκύπτει ότι μεταξύ των χωρών Ελλάδας και Γαλλίας οι οποίες είναι και οι μόνες που εξάγουν το προϊόν στην παραπάνω αγορά, το ελληνικό λαβράκι παρουσιάζει χαμηλότερες τιμές για όλη την περίοδο μελέτης (Πιν. 3.43).

Επομένως, θα λέγαμε ότι το ελληνικό λαβράκι υπερέχει σημαντικά σε σχέση με τις άλλες χώρες. Όλες οι υπόλοιπες χώρες εμφανίζουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα και ιδιαίτερα ορισμένες χώρες όπως η Ισπανία και η Τουρκία δεν εξάγουν καθόλου προϊόν στην Πολωνία, ενώ η Ιταλία μόνο το έτος 2004.

Πίνακας 3.43 : Τιμές λαβρακιού που εισάγονται στην αγορά της Πολωνίας (€Kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ
2000	–	–	–	–	–
2001	–	–	–	–	–
2002	–	–	–	–	–
2003	–	–	–	–	–
2004	–	9,76	5,84	–	–
2005	–	7,32	5,10	–	–
2006	–	7,55	6,02	–	–
2007	–	8,25	5,87	–	–
2008	–	–	5,67	–	–

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

3.2.3.6. Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας του λαβρακιού στην αγορά της Ελλάδας

Σε αυτό το κομμάτι της εργασίας, όπως στην περίπτωση της τσιπούρας έτσι και για το λαβράκι, επιχειρήθηκε να εκτιμηθεί ο βαθμός διεισδυτικότητάς του στην αγορά της Ελλάδας των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών.

Επομένως, για την ανάλυση της ανταγωνιστικότητας του λαβρακιού στην αγορά της Ελλάδας, υπολογίστηκε ο δείκτης του Μεριδίου Εισαγωγών, **IS** (Import Share), εκτιμώντας τη διεισδυτική ικανότητα του λαβρακιού της Ισπανίας, της Γαλλίας, της Ιταλίας, της Τουρκίας καθώς και των λοιπών χωρών στην εγχώρια αγορά.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.44 η Ισπανία παρουσιάζει τη μέγιστη τιμή το 2001 με μερίδιο αγοράς 34,71% και με πολύ χαμηλές τιμές τα υπόλοιπα έτη και μάλιστα με σχεδόν μηδενικές τιμές από το 2003 και μετά.

Η Γαλλία παρουσιάζει τις αμέσως υψηλότερες τιμές μετά την Τουρκία. Την υψηλότερη τιμή την εμφανίζει το 2003 (51,41%) και χαμηλές τιμές το 2007 και 2008.

Η Ιταλία με τη σειρά της παρουσιάζει τις υψηλότερες τιμές της το 2000-2002

και με πτωτική πορεία τα μετέπειτα έτη φθάνοντας το 2008 να κατέχει μερίδιο στην ελληνική αγορά μόλις 0,59%.

Η Τουρκία παρουσιάζει τις υψηλότερες τιμές μεταξύ των χωρών. Έτσι από μερίδιο 24,60% το 2000 έφθασε στο υψηλό ποσοστό το 2008 99,05% καθιστώντας τη ως τη μοναδική εισαγωγέα χώρα για το λαβράκι στην αγορά της Ελλάδας.

Τέλος οι υπόλοιπες χώρες παγκοσμίως κατέχουν ποσοστό από 0,03% το 2008 έως και 14,16% το 2004.

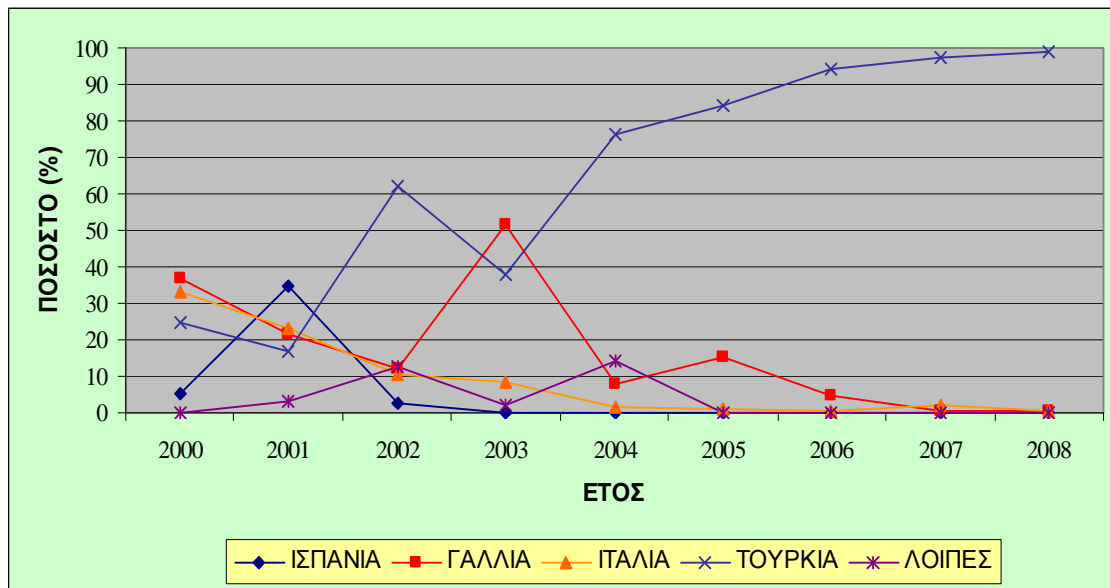
Πίνακας 3.44 : Μερίδιο Εισαγωγών στην αγορά της Ελλάδας για το λαβράκι (%)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΛΟΙΠΕΣ
2000	5,29	36,96	33,12	24,60	0,04
2001	34,71	21,70	23,20	17,08	3,31
2002	2,53	12,22	10,70	61,90	12,64
2003	0,06	51,41	8,57	38,06	1,89
2004	0,02	8,06	1,39	76,38	14,16
2005	0,02	15,02	0,95	83,96	0,04
2006	0,01	5,00	0,52	94,32	0,15
2007	0,11	0,40	1,98	97,31	0,20
2008	–	0,33	0,59	99,05	0,03
Μέγιστο	34,71	51,41	33,12	99,05	14,16
Ελάχιστο	0,01	0,33	0,52	17,08	0,03
Μέσος Όρος	5,34	16,79	9,00	65,85	3,61

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Οι διακυμάνσεις του μεριδίου εισαγωγών των υπό μελέτη χωρών στην αγορά της Ελλάδας παρουσιάζεται στο Σχήμα 3.22.

Επομένως σύμφωνα με τα παραπάνω διαπιστώνεται ότι η Τουρκία βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στην αγορά της Ελλάδας και μάλιστα σε τέτοιο μεγάλο βαθμό ώστε το 2008 να καταλαμβάνει μερίδιο ίσο με το 99,05% περίπου των συνολικών εισαγωγών της Ελλάδας σε λαβράκι παγκοσμίως, εκτοπίζοντας από την ελληνική αγορά όλες τις υπόλοιπες χώρες.



Σχήμα 3.22 : Τιμές του δείκτη IS στην αγορά της Ελλάδας για το λαβράκι

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην παρούσα εργασία, αρχικά επιχειρήθηκε να διερευνηθεί ο τομέας των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων (των επτά κυριότερων υποκατηγοριών) χρησιμοποιώντας τους δείκτες του συγκριτικού πλεονεκτήματος του **Vollrath**, στην ενοποιημένη αγορά της Ε.Ε.-27. Στόχο αποτελούσε η διερεύνηση της ανταγωνιστικής θέσης της κάθε υποκατηγορίας ξεχωριστά και όχι όλου του κλάδου ως σύνολο, έτσι ώστε να εξαχθούν όσο το δυνατό πιο ασφαλή συμπεράσματα.

Στη συνέχεια, αφού εντοπίστηκαν οι πέντε κυριότερες χώρες (Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Γερμανία και Πολωνία) της Ε.Ε.-27 που εισάγουν το μεγαλύτερο ποσοστό της υποκατηγορίας των νωπών-διατηρημένων ψαριών, διερευνήθηκε η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής τσιπούρας και του ελληνικού λαβρακιού, καθώς επίσης και των κυριότερων ανταγωνιστικών τους χωρών (της Γαλλίας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας) ως προς αυτά τα προϊόντα, σε κάθε μία από τις παραπάνω πέντε εισαγωγικές χώρες. Για το σκοπό αυτό, χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης του Αποκαλυπτόμενου Εξαγωγικού Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος, **RXCA**, καθώς επίσης και υπολογισμός των τιμών της τσιπούρας και του λαβρακιού των ανταγωνιστικών χωρών σε κάθε μία από τις χώρες αγοράς, για να διερευνηθεί η σχέση που υπάρχει μεταξύ τιμής και ανταγωνιστικότητας.

Τέλος, χρησιμοποιώντας το δείκτη του Μεριδίου Εισαγωγών, **IS** (Import Share) εκτιμήθηκε η διεισδυτική ικανότητα της τσιπούρας και του λαβρακιού των ανταγωνιστικών χωρών στην αγορά της Ελλάδας, δηλαδή ο βαθμός διείσδυσής τους στην εγχώρια αγορά.

Από την εκτίμηση των δεικτών του Σχετικού Εξαγωγικού Πλεονεκτήματος για τις επτά κυριότερες υποκατηγορίες των ελληνικών αλιευτικών και

υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων, προέκυψε ότι η υποκατηγορία "302" που περιλαμβάνει τα νωπά ψάρια ή διατηρημένα με απλή ψύξη είναι η μοναδική υποκατηγορία με τιμή του δείκτη μεγαλύτερη της μονάδας, γεγονός που υποδηλώνει έντονο συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι όλων των υπολοίπων έξι. Η εξέλιξη του δείκτη για το χρονικό διάστημα της μελέτης παρουσιάζει αυξομειώσεις από έτος σε έτος.

Από τα αποτελέσματα που αφορούν το Δείκτη του Σχετικού Εισαγωγικού Πλεονεκτήματος προέκυψε ότι οι υποκατηγορίες "301", "303", "305" και "307" εμφάνισαν τιμές μεγαλύτερες της μονάδας, γεγονός που φανερώνει την ύπαρξη ανταγωνιστικού μειονεκτήματος (εισαγωγικού πλεονεκτήματος), ενώ αντίθετα οι υποκατηγορίες "302", "304" και "306" παρουσίασαν τιμές μικρότερης της μονάδας, πράγμα που δηλώνει την ύπαρξη εισαγωγικού μειονεκτήματος. Εμφανίζουν επομένως χαμηλή διεισδυτική ικανότητα στην αγορά της Ελλάδας και επομένως οι παραπάνω τρεις υποκατηγορίες των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων παρουσιάζουν σχετικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων κατηγοριών. Επίσης ο δείκτης RMA των υποκατηγοριών "302", "304" και "306" παρουσιάζει αυξητική πορεία από το 2000 έως και το 2008 γεγονός που υποδηλώνει ότι είναι πιθανό σε λίγα έτη να υπερβεί της μονάδας και οι παραπάνω υποκατηγορίες να παρουσιάσουν συγκριτικό μειονέκτημα.

Οι τιμές του Δείκτη Σχετικού Εμπορικού Πλεονεκτήματος φανερώνουν ότι οι περισσότερες υποκατηγορίες εμφανίζουν συγκριτικό μειονέκτημα. Μόνο η υποκατηγορία "302" εμφάνισε τιμές μεγαλύτερες του μηδενός. Επομένως η υποκατηγορία "302" χαρακτηρίζεται από συγκριτικό πλεονέκτημα και με βελτίωση της ανταγωνιστικής της θέσης από το 2004 και μετά. Αντίθετα, όλες οι υπόλοιπες υποκατηγορίες οι οποίες εμφανίζουν αρνητικές τιμές, χαρακτηρίζονται από συγκριτικό

μειονέκτημα και μάλιστα σε ορισμένες από αυτές όπως είναι οι "304", "306" και "307" παρουσιάζουν μία συνεχή υποβάθμιση της ανταγωνιστικής τους θέσης για την περίοδο 2000-2008.

Όσον αφορά στο βαθμό ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας και του λαβρακιού, αλλά και των αντίστοιχων προϊόντων των ανταγωνιστικών χωρών εφαρμόζοντας το δείκτη RXCA, προέκυψε ότι:

i) στην αγορά της Γαλλίας, η ελληνική τσιπούρα και το λαβράκι είναι περισσότερο ανταγωνιστικά έναντι όλων των άλλων υπό μελέτη χωρών και με σημαντική υπεροχή. Όλες οι υπόλοιπες χώρες παρουσιάζουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα σε σχέση με τα προϊόντα της Ελλάδας. Όμως το ελληνικό λαβράκι παρουσιάζει συνεχή πτωτική πορεία, η οποία αν συνεχιστεί τότε το παραπάνω ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα μπορούσε ενδεχομένως να μετατραπεί σε μειονέκτημα.

ii) στην αγορά της Ισπανίας, η τσιπούρα της Ελλάδας έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για όλη την περίοδο της μελέτης, εμφανίζοντας όμως έντονες αυξομειώσεις από έτος σε έτος, ενώ η λιγότερο ανταγωνιστική είναι αυτή της Ιταλίας. Ανταγωνιστικό μειονέκτημα διακρίνει και την τσιπούρα της Γαλλίας, ενώ της Τουρκίας εμφανίζει υψηλό βαθμό ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, για ορισμένα όμως έτη. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, για τα έτη που η Τουρκία πραγματοποιεί εξαγωγές τσιπούρας στην εν λόγω αγορά, ο βαθμός ανταγωνιστικότητας είναι υψηλότερος έναντι όλων των άλλων χωρών και επομένως και της Ελλάδας. Αντίθετα, το ελληνικό λαβράκι στην παραπάνω αγορά βρίσκεται στη δεύτερη θέση και με καθοδική πορεία. Στην πρώτη θέση από βαθμό ανταγωνιστικότητας είναι το λαβράκι της Τουρκίας. Από ανταγωνιστικό μειονέκτημα χαρακτηρίζεται το λαβράκι της Ιταλίας και της Γαλλίας και ιδιαίτερα της Ιταλίας που είναι και το λιγότερο ανταγωνιστικό προϊόν.

iii) στην αγορά της Ιταλίας, θα λέγαμε ότι η τσιπούρα της Ελλάδας υπερέχει έναντι των άλλων χωρών. Η ελληνική τσιπούρα είναι η πιο ανταγωνιστική, με μικρές αυξομειώσεις από έτος σε έτος, ενώ η λιγότερο ανταγωνιστική είναι αυτή της Γαλλίας. Χαμηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας έχει και η τσιπούρα της Ισπανίας. Η τσιπούρα της Τουρκίας είναι ανταγωνιστική της ελληνικής ειδικά τα δύο τελευταία έτη και μάλιστα με ανοδικές τάσεις. Σχετικά με το λαβράκι θα σημειώναμε ότι το περισσότερο ανταγωνιστικό προϊόν στην αγορά της Ιταλίας είναι το λαβράκι της Τουρκίας, ενώ ακολουθεί σε ανταγωνιστικότητα το ελληνικό προϊόν. Λιγότερο ανταγωνιστικό από όλες τις υπό μελέτη χώρες είναι το προϊόν της Ισπανίας.

iv) στην αγορά της Γερμανίας, διαφαίνεται ότι η λιγότερο ανταγωνιστική τσιπούρα είναι αυτή της Ισπανίας και της Γαλλίας και μάλιστα με πτωτικές τάσεις. Αντίθετα, η ελληνική τσιπούρα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όπως και της Ιταλίας. Το ελληνικό προϊόν βελτιώνει τη θέση του στην αγορά τα δύο τελευταία έτη, ενώ το ιταλικό υποβαθμίζει την ανταγωνιστικότητά του. Ανταγωνιστική είναι και η τσιπούρα της Τουρκίας, μόνο όμως για τα έτη 2004-2005. Σχετικά με το λαβράκι θα σημειώναμε ότι το περισσότερο ανταγωνιστικό προϊόν στην αγορά της Γερμανίας είναι το λαβράκι της Ελλάδας, ενώ στη δεύτερη θέση βρίσκεται το γαλλικό. Το προϊόν της Τουρκίας είναι ανταγωνιστικό μόνο όμως για το έτος 2008.

v) στην αγορά της Πολωνίας, η ελληνική τσιπούρα και το λαβράκι υπερέχουν σε σημαντικό βαθμό σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, οι οποίες χαρακτηρίζονται από ανταγωνιστικό μειονέκτημα και ιδιαιτέρως τα προϊόντα της Ισπανίας και της Τουρκίας.

Συνοψίζοντας, θα λέγαμε ότι η ελληνική τσιπούρα και το λαβράκι χαρακτηρίζονται από ικανοποιητικό βαθμό ανταγωνιστικότητας σε αρκετές από τις υπό μελέτη εισαγωγικές αγορές. Άλλες φορές ο υψηλός βαθμός συνδυάζεται με χαμηλότερη

τιμή του προϊόντος έναντι των άλλων χωρών και άλλοτε όχι. Στις περιπτώσεις όμως που η ανταγωνιστικότητα σχετίζεται με χαμηλότερη τιμή προϊόντος, τότε θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή ώστε η μείωση της τιμής να μη συνοδεύεται με μείωση της κερδοφορίας και της βιωσιμότητας των ελληνικών εξαγωγικών αλιευτικών επιχειρήσεων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Πολωνία διαφαίνεται να αποτελεί μια νέα ενδιαφέρουσα αγορά για την απορρόφηση των ελληνικών εξαγωγών. Όσον αφορά στην ανάλυση των ανταγωνιστικών-εξαγωγικών χωρών, διαπιστώνουμε ότι η τσιπούρα και το λαβράκι της Τουρκίας, συνιστούν μια νέα και σε αρκετές περιπτώσεις, σοβαρή απειλή για τις ελληνικές εξαγωγές.

Σε αρκετές όμως περιπτώσεις οι τιμές του δείκτη RXCA παρουσιάζουν έντονες μεταβολές, γεγονός που υποδηλώνει ότι η αγορά της τσιπούρας και του λαβρακιού χαρακτηρίζονται από έντονα ανταγωνιστικό και γρήγορα μεταβαλλόμενο περιβάλλον, δημιουργώντας έτσι ευκαιρίες αλλά και απειλές σε όλους τους εμπλεκόμενους του κλάδου. Απειλές που προέρχονται από την είσοδο νέων παραγωγικών και κατά επέκταση εξαγωγικών χωρών, σε ήδη υπάρχουσες ή αναδυόμενες αγορές, όπως είναι για παράδειγμα η Τουρκία. Ευκαιρίες που διαμορφώνονται από το άνοιγμα νέων εισαγωγικών αγορών, όπως είναι η αγορά της Πολωνίας.

Τέλος, σχετικά με τις εισαγωγές τσιπούρας και λαβρακιού της Ελλάδας από όλες τις χώρες παγκοσμίως αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, η Τουρκία βελτιώνει συνεχώς τη θέση της στην αγορά της Ελλάδας και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό ώστε το 2008 να καταλαμβάνει μερίδιο ίσο με το 75% περίπου των συνολικών εισαγωγών της Ελλάδας σε τσιπούρα παγκοσμίως (με αυξητική τάση) και το 99,05% περίπου των συνολικών εισαγωγών της Ελλάδας σε λαβράκι.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την εκτίμηση των δεικτών στην παρούσα εργασία διαπιστώνουμε ότι η αγορά της Ε.Ε.-27 είναι ιδιαίτερα απαιτητική και συνεχώς ανταγωνιστικά εξελισσόμενη. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον αγοράς το Μάρκετινγκ είναι ένας τομέας που δεν μένει ανεπηρέαστος από τη συνεχή και αδιάκοπη εξέλιξη των γεγονότων στην πολιτική, την οικονομία, την κοινωνία, την τεχνολογία κ.τ.λ., αλλά προσαρμόζεται στις ιδιαίτερες συνθήκες της κάθε εποχής (Kotler, 1991: Porter, 1998b).

Το Μάρκετινγκ πρέπει να αποτελεί βασικό και αναπόσπαστο εργαλείο κάθε επιχείρησης που δραστηριοποιείται στην πρωτογενή παραγωγή. Πρέπει να καθοδηγεί κάθε αλιευτική αλλά και κάθε επιχείρηση υδατοκαλλιέργειας στο όχι μόνο τι προϊόν μπορεί να παράγει, αλλά πότε και πως θα το παράγει, πότε και πως θα το προωθήσει σε επιλεγμένες αγορές. Οφείλει να εντοπίζει τόσο τις τωρινές, αλλά πολύ περισσότερο να είναι σε θέση να προβλέπει τις μελλοντικές ανάγκες των καταναλωτών και να τις ικανοποιεί με τον πιο επικερδή για αυτήν τρόπο. Το Μάρκετινγκ αποτελεί τη βάση της οικονομικής ανάπτυξης των χωρών μέσω της εύρεσης και επιλογής των κατάλληλων αγορών-στόχων για τα εξαγωγικά προϊόντα τους, της βελτίωσης των εξαγωγικών επιδόσεων και την εισροή συναλλάγματος (Τσακλάγκανος, 2004).

Η διάθεση των παραγόμενων προϊόντων θα πρέπει να μην περιορίζεται μόνο στις παραδοσιακές αγορές, αλλά να καταβάλλεται συστηματική προσπάθεια για την εύρεση νέων ανερχόμενων αγορών. Πολύτιμη πηγή συναλλάγματος για την ελληνική οικονομία αποτελούν από το σύνολο των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων τα νωπά ψάρια και ειδικότερα η τσιπούρα και το λαβράκι, δύο προϊόντα στα οποία έχει εφαρμοστεί διεθνώς, αλλά και στην Ελλάδα, η εντατική ελεγχόμενη εκτροφή (Polymeros *et al.*, 2005: Polymeros και Katrakylidis, 2008: Λιόλιου, 2009).

Οι στρατηγικές Μάρκετινγκ αφορούν στον τρόπο με τον οποίο μία επιχείρηση θα επιτύχει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της. Μία από αυτές αποτελεί και η ειδίκευση των αγορών, των καταναλωτών, αλλά και των προϊόντων μέσω της διαφοροποίησής τους και της αύξησης με αυτό τον τρόπο του βαθμού ανταγωνιστικότητάς τους. Ιδιαίτερα η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων με τη μεταποίηση, την τυποποίηση και τη συσκευασία, μπορεί να δώσει λύσεις για πιο ορθολογική αξιοποίησή τους σε διαφορετικές μορφές ικανοποιώντας διαφορετικές ανάγκες και ανοίγοντας έτσι νέες προοπτικές (Porter, 1998a; Kotler και Keller, 2006).

Επιπρόσθετα, είναι ευρέως αποδεκτό ότι η επένδυση κεφαλαίων στις παραπάνω διαδικασίες παραγωγής δημιουργεί επιπρόσθετη απασχόληση και εισοδήματα και συνεπώς κοινωνική ευημερία. Επίσης, οι ελληνικές επιχειρήσεις τη σημερινή εποχή θα πρέπει να στοχεύσουν περισσότερο στη διασφάλιση της υγιεινής και της ποιότητας των παραγομένων προϊόντων, καθώς τα τελευταία χρόνια η απαίτηση των καταναλωτών για ασφαλή προϊόντα αποκτά όλο και περισσότερη σημασία.

Πρέπει να αναφερθεί επίσης ότι ο τομέας της συλλεκτικής αλιείας στην Ελλάδα, όπως και παγκοσμίως αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια το οξύ πρόβλημα της υπεραλίευσης που έχει ως επακόλουθο τη μείωση των αποθεμάτων, των εκφορτώσεων και κατά επέκταση των εισοδημάτων. Η εκμετάλλευση των αλιευτικών πεδίων θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο ορθολογική, με σκοπό να αυξηθεί η παραγωγή και να βελτιωθεί η ποιότητα των αλιευτικών προϊόντων κάνοντάς τα πιο ανταγωνιστικά σε όρους αγοράς. Επομένως, απαιτείται επιχειρηματική στρατηγική, και όχι μόνο, που θα στοχεύει στην εύρεση της τομής της μεγιστοποίησης της κερδοφορίας της αλιευτικής επιχείρησης και της αειφορικής διαχείρισης των φυσικών πόρων.

Αλιευτικές και υδατοκαλλιεργητικές επιχειρήσεις οι οποίες θα μπορέσουν να προσαρμοστούν έγκαιρα στο σημερινό οικονομικό και τεχνικό γίγνεσθαι της αγοράς σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, είναι αυτές που θα είναι ανταγωνιστικές και θα μπορέσουν να επιβιώσουν. Αντίθετα, επιχειρήσεις που θα είναι παρατηρητές των εξελίξεων θα παρουσιάσουν απώλεια της ανταγωνιστικότητάς τους και των μεριδίων τους στη διεθνοποιημένη πλέον αγορά. Επομένως, κερδισμένες θα είναι εκείνες οι αλιευτικές και υδατοκαλλιεργητικές επιχειρήσεις οι οποίες θα αναλύουν με προσοχή τις ανάγκες-επιθυμίες των καταναλωτών, εντοπίζοντας τις ευκαιρίες με απώτερο σκοπό να επιτύχουν ελκυστικές προσφορές για τους καταναλωτές-στόχους τις οποίες δεν μπορούν να κάνουν οι ανταγωνιστές τους.

5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- Η Κοινή Αλιευτική Πολιτική, (2009). Υπηρεσία Επίσημων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Λουξεμβούργο, σελ. 9.
- Θεοδώρου, Α. (2004). Ωκεανογραφία: Εισαγωγή στο Θαλάσσιο Περιβάλλον. Εκδόσεις Σταμούλη. Αθήνα, σελ. 521-540.
- Κλαουδάτος, Σ. (2008). Υδατοκαλλιέργειες Ι. Πανεπιστημιακές Εκδόσεις, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, σελ.6.
- Λιόλιου Μ., Πολύμερος Κ., Κατρακυλίδης Κ. (2008). Η δυναμική των ελληνικών εξαγωγών προϊόντων ζωικής προέλευσης στην αγορά της Ε.Ε. 10ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Θεσσαλονίκη, 27-29 Νοεμβρίου 2008, σελ. 487-495.
- Λιόλιου, Μ. (2009). Διερεύνηση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής τσιπούρας στην αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μεταπτυχιακή διατριβή. Τμήμα Γεωπονίας Ιχθυολογίας και Υδάτινου Περιβάλλοντος, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος, σελ. 90-93.
- Παπαναγιώτου, Ε. (2008). Οικονομική Ζωικής Παραγωγής. Εκδόσεις Γράφημα. Θεσσαλονίκη, σελ. 56-82.
- Παπαναστασίου, Δ. (1980). Αλιεύματα. Εκδόσεις Ίων. Περιστερι, Αθήνα, σελ. 17-39, 382-384, 455-456.
- Παπουτσόγλου, Σ. (1986). Γεωπονική Υδροβιολογία. Οργανισμός Εκδόσεως Διδακτικών Βιβλίων. Αθήνα, σελ. 64-70, 183-196.
- Παπουτσόγλου, Σ. (1997). Εισαγωγή στις Υδατοκαλλιέργειες. Εκδόσεις Σταμούλη. Αθήνα, σελ. 45-50.
- Πολύμερος Κ., Λοΐζου Ε., Τσακίριδου Ε. (2004). Εκτίμηση Δεικτών Ανταγωνιστικότητας των Ελληνικών Αλιευτικών Προϊόντων. 8^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Θεσσαλονίκη, 25-27 Νοεμβρίου 2004.
- Πολύμερος Κ., Τσακίριδου Ε., Κατρακυλίδης Κ. (2005). Εκτίμηση των Μεριδίων Αγοράς των Ελληνικών Εξαγωγών Αλιευτικών Προϊόντων στην Αγορά της Ε.Ε.. 2ο Πανελλήνιο Συνέδριο Υδροβιολογίας – Αλιείας, (Προκλήσεις και Προοπτικές στο Μάρκετινγκ και στην Τεχνολογία των Ιχθυηρών), Βόλος, 13-14 Μαΐου 2005, σελ. 159-167.
- Τσακλάγκανος, Α. (2004). Βασικές αρχές του Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Αδελφών

Κυριακίδη. Θεσσαλονίκη, σελ. 19-23, 179-194, 207-220, 799-803.

Ξένη βιβλιογραφία

- Balassa, B. (1965). Trade liberalization and revealed comparative advantage. The Manchester School of Economic and Social Studies. 1: 99 -123.
- Baltzer, K. (2004). Consumers' willingness to pay for food quality: the case of eggs, Food Economics, 1: 78-90.
- Barnabe, G. (1990). Aquaculture. Translated by Laird Lindsay. Ellis Horwood Limited. Chichester, England, pp 37.
- Bognec S., Ferto I. (2009). Agro-food trade competitiveness of Central European and Balkan countries. Food Policy, 34: 417–425.
- Curtis, J., Clonts, H. (1993). Economics of Aquaculture. Food Products Press. New York, pp 3-14.
- Drescher K., Maurer O. (1999). Competitiveness in the European Dairy Industries. Agribusiness, 15: 163-177.
- Ethier, J.W. (1995). Modern International Economics. New York: W. W Norton & Company Editions, Third Edition, pp 33-37, 597-606.
- FAO Fisheries and Aquaculture Department, (2009). The State of World Fisheries and Aquaculture 2008 . Rome, pp 58-65.
- Han, X., Wen, Y., Kant, S. (2009). The global competitiveness of the Chinese wooden furniture industry. Forest Policy and Economics, 11: 561–569.
- Havrila I., Gunawardana P. (2003). Analysing Comparative Advantage and Competitiveness: an Application to Australia's Textile and Clothing Industries. Australian Economic Papers, 42(1): 103-117.
- Hinloopen J., Marrewijk C., (2001). On the Empirical Distribution of the Balassa Index, Weltwirtschaftliches Archiv, 137: 1–35.
- Hobbs, J. E., Fearne, A., Spriggs, J. (2002). Incentive structures for food safety and quality assurance: an international comparison. Food Control, 13: 77-81.
- Hyvonen, S. (1995). Competitive Advantage, bargaining power and organizational performance: The case of Finnish food and manufacturing firms. Agribusiness, 4: 333-348.
- Jensen H., Voigt S., Hayes D. (1995). Measuring international competitiveness in the pork sector. Agribusiness 2: 169-177.
- Kennedy L., Harrison W., Kalaitzantonakis N., Peterson C., Rindfuss R. (1997).

Perspectives on Evaluating Competitiveness in Agribusiness Industries. *Agribusiness* 13, 4: 385-392.

- Kim, D., Marion, B. W. (1997). Domestic Market Structure and Performance in Global Markets: Theory and Empirical Evidence from U.S. Food Manufacturing Industries. *Review of Industrial Organization* 12: 335-354.
- Kotler, P. (1991). *Marketing Management*. Prentice Hall International Editions, Seventh Edition, pp 29-68, 121, 228-251.
- Kotler P., Keller K. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc. 12th edition, 13-15, 31, 150, 342-343.
- Lee, J. (1995). Comparative Advantage in Manufacturing as a Determinant of Industrialization: the Korean Case. *World Development*, 23(7):1195-1214.
- Pitts, E., Lagnevik, M. (1998). What determines food industry competitiveness? in W. B. Traill and E. Pitts (eds). *Competitiveness in the Food Industry*. London, Blackie: 1-34.
- Polymeros K., Katrakilidis K. (2008). The Dynamic Characteristics of Competitiveness in the E.U Fish Market. *The International Journal of Economic Issues* 1(1): 25-42.
- Polymeros K., Mattas K., Tsakiridou E. (2005). Assessing the Competitiveness of E.U Mediterranean Fisheries and Aquaculture Industries. 95th Seminar of the European Association of Agricultural Economists (EAAE), The Economics of Aquaculture with Respect to Fisheries, Civitavecchia (Rome), Italy, 9-10 December 2005.
- Porter, M. (1998a). *Competitive strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors, with a new Introduction*. New York, NY: The Free Press, pp 1-17, 275-298.
- Porter, M. (1998b). *The Competitive Advantage of Nations: with a new introduction*. London: Macmillan Press, pp 11-15, 33-39, 602.
- Rodas-Martini, P. (1998). Intra-Industry Trade and Revealed Comparative Advantage in the Central American Common Market. *World Development*, 26(2): 337-344.
- Tefertiller K., Ward R. (1995). Revealed comparative advantage production advantage: Implications for competitiveness in Florida's vegetable industry. *Agribusiness*, 2: 105-115.

Ηλεκτρονική βιβλιογραφία

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/>: Εισαγωγές και Εξαγωγές προϊόντων από και προς την Ε.Ε.-27. (Πρόσβαση 12-01-2010).

<http://www.fishbase.org/>: Φωτογραφίες τσιπούρας και λαβρακιού. (Πρόσβαση 19-02-2010).

<http://www.fao.org/>: Πρόγραμμα software FishStat Plus. Παραγωγή προϊόντων συλλεκτικής αλιείας και υδατοκαλλιέργειών. (Πρόσβαση 25-02-2010).

<http://www.statistics.gr/>: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (Ε.Σ.Υ.Ε.). Βάση στατιστικών δεδομένων απασχόλησης στη θαλάσσια αλιεία και τις υδατοκαλλιέργειες. (Πρόσβαση 22-04-2010).

6. ABSTRACT

Fisheries and aquaculture products constitute resource of animal proteins of high biological value which makes them a valuable food in the diet of humans. Greece possesses important position in the trade of these products and particularly the exports, in the market of 27 member-states of the European Union (E.U.-27) and not only. The gilt-head sea bream and the sea bass are the two main export fisheries products of Greece in the market of E.U.-27 contributing in the increase of exports and in the reduction of negative commercial balance.

The main aim of this effort was to investigate the prospects of the Greek fisheries and aquaculture products in the E.U.-27 market by using the methodological approach of the Competitive Advantage and Share of Market indices.

Firstly, there was an effort to imprint the market of these products worldwide, in the market of the E.U.-27, but also at national level.

Then, an investigation was attempted in order to identify the competitive position of the main subcategories of fisheries and aquaculture products in the unified market of E.U.-27. The study was based on Vollrath's indices of comparative advantage: the index of Relative Export Advantage (**RXA**), the index of Relative Import Advantage (**RMA**) and the index of Relative Advantage Trade (**RTA**). The results demonstrated that only the subcategory of fresh-maintain fishes reveals Competitive Advantage.

Afterwards, the competitive position of exports of Greek gilt-head sea bream and Greek sea bass was investigated. For this aim the index of Revealed Export Competitive Advantage (**RXCA**) in each of the major importing countries of the E.U.-27 of fresh-maintain fishes was calculated. The results revealed that Spain, France, Italy

and Turkey are the most important competitive countries for Greek exports of these species. In particular, the main countries of E.U.-27 that possess the larger share in value of imports of fresh-maintain fishes, are France, Spain, Italy and Germany. Poland appears to be an interesting new destination for Greek exports. Regarding the investigation of the evolution of **RXCA** index among the competitive countries results demonstrate that there are significant fluctuations among the competitive countries and throughout the study period. The Greek gilt-head sea bream and the sea bass are characterized by a satisfactory level of competitiveness in several of the studied import markets. As regards the analysis of competitive-export countries, findings revealed that the gilt-head sea bream and the sea bass of Turkey constitute a new and in many cases, a serious threat for the Greek exports.

Also, the prices of gilt-head sea bream and sea bass of the competitive countries in each of the countries-market were calculated and was investigated the relation that exists between price and competitiveness. Sometimes the high degree of competitiveness of Greek exports was combined with lower price of product against the other countries and sometimes not. Therefore, a future research is needed in order to extract more meaningful results.

Finally, the index of Share of Imports (IS, Import Share) was used in order to be assessed the degree of invasiveness in the market of Greece of the competitive countries, both for the gilt-head sea bream and for the sea bass. Results clearly reveal that Turkish exports improve continuously their position in the market of Greece.

Consequently, it could be underlined that, the market of fisheries and aquaculture products is characterized by intensely competitive and changeable environment. Thus, Marketing strategies of Greek exports of gilt-head sea bream and

sea bass, should have as main objective the investigation of particular characteristics of the functioning of the market target, tracing the ever-changing competitive position of participating countries and the comprehension of the rapidly growing demands of consumers in those specific target-markets.

Keywords: Fisheries and aquaculture products, competitiveness, Greece, European Union.

7. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Πίνακας 7.1 : Παγκόσμια παραγωγή συλλεκτικής Αλιείας και Υδατοκαλλιεργειών (000 τόνοι)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ	39.557	41.672	44.249	47.276	50.225	54.512	57.767	61.389	64.828	68.348
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗΣ ΑΛΙΕΙΑΣ	92.687	94.732	91.929	92.194	89.445.671	93.650	93.250	90.737.265	90.988	90.800
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ	132.245	136.405	136.179	139.470	139.671	148.162	151.018	152.126	155.816	159.149

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.2 : Ελληνική παραγωγή συλλεκτικής Αλιείας και Υδατοκαλλιεργειών (000 τόνοι)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ	84.274	95.418	97.512	87.928	101.434	97.143	106.268	113.307	113.258	114.888
ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΗΣ ΑΛΙΕΙΑΣ	120.592	99.344	94.196	96.347	93.387	93.890	92.428	98.243	96.098	88.975
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ	204.866	194.762	191.708	184.275	194.821	191.033	198.696	211.550	209.356	203.863

Πηγή : F.A.O. και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.3 : Εξαγωγές ζωικών προϊόντων της Ελλάδας στην αγορά της Ε.Ε.-27 (000 €)

Κατηγορία	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"01"	616,4	334,2	562,2	740,8	1.212,8	1.339,5	1.869,1	2.451,4	1.754,1	2.146,4
"02"	8.512,3	11.039,4	12.635,7	11.786,9	13.285,6	15.019,4	25.172,1	17.843,4	25.129,6	43.714,6
"03"	256.030,9	287.995,9	279.418,3	209.654,6	273.986,1	298.150,0	294.194,8	353.673,5	383.823,6	376.460,0
"04"	89.444,6	96.645,7	110.930,6	98.020,6	120.960,1	145.910,9	139.936,5	167.564,4	197.052,8	218.469,5
"05"	3.491,8	3.128,0	3.227,3	2.046,0	1.496,1	2.685,7	1.683,3	1.488,4	2.099,4	1.470,8
ΣΥΝΟΛΟ	358.096,0	399.143,3	406.774,1	322.248,8	410.940,7	463.105,6	462.855,7	543.021,2	609.859,4	642.261,2

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

2

Πίνακας 7.4 : Εξαγωγές των ελληνικών αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων στην αγορά της Ε.Ε. (€)

ΠΡΟΪΟΝ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"301"	5.970.133	8.988.044	5.260.494	5.201.265	5.106.367	6.546.062	5.100.658	5.592.205	6.795.719
"302"	250.057.197	226.866.057	160.605.406	220.256.335	232.606.694	231.026.729	286.153.776	319.530.195	307.049.299
"303"	5.114.478	6.049.814	5.081.634	6.791.097	5.562.059	10.895.910	11.855.986	11.827.352	11.185.936
"304"	272.182	619.844	288.474	361.360	652.704	760.658	797.407	2.001.038	3.493.222
"305"	6.532.168	12.712.849	10.128.723	11.715.766	13.266.651	7.276.438	5.634.143	4.948.025	3.877.835
"306"	4.471.613	5.107.468	5.400.400	5.698.446	11.507.552	11.436.535	13.786.672	12.272.566	10.054.146
"307"	15.578.097	19.074.246	22.889.482	23.961.834	29.447.987	26.252.448	30.344.891	27.652.179	22.838.778
ΣΥΝΟΛΟ	287.995.868	279.418.322	209.654.613	273.986.103	298.150.014	294.194.780	353.673.533	383.823.560	365.294.935

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.5 : Εξαγωγές των αλιευτικών και υδατοκαλλιεργητικών προϊόντων της Ε.Ε.-27 στην αγορά της Ε.Ε.-27 (€)

ΠΡΟΪΟΝ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"301"	206.450.111	218.234.826	209.423.218	191.223.118	209.782.009	230.932.756	227.374.341	243.640.833	230.382.967
"302"	2.597.747.060	2.470.292.682	2.426.566.404	2.426.942.398	2.551.422.432	2.867.217.860	3.332.747.232	3.243.144.403	3.166.792.579
"303"	669.690.775	826.800.207	766.357.279	761.879.409	792.591.323	883.373.484	1.005.805.829	1.017.279.025	1.037.196.159
"304"	1.685.057.536	1.956.597.077	1.932.925.675	1.993.142.420	2.122.058.663	2.519.926.615	2.615.678.766	2.615.259.315	2.540.095.778
"305"	883.887.254	933.913.391	1.022.007.216	1.034.030.223	1.156.404.969	1.231.316.063	1.323.728.201	1.389.597.622	1.342.117.284
"306"	1.420.894.618	1.451.649.576	1.438.453.624	1.455.404.025	1.452.532.684	1.503.238.896	1.672.737.062	1.735.400.062	1.618.326.536
"307"	792.096.011	923.320.603	958.341.817	1.025.819.917	1.040.359.441	1.047.354.075	1.149.755.367	1.171.481.657	1.080.685.817
ΣΥΝΟΛΟ	8.255.823.365	8.780.808.362	8.754.075.233	8.888.441.510	9.325.151.521	10.283.359.749	11.327.826.798	11.415.802.917	11.015.597.120

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.6 : Εισαγωγές της Ελλάδας σε αλιευτικά και υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα από την αγορά της Ε.Ε.-27 (€)

ΠΡΟΪΟΝ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"301"	8.646.715	7.000.144	5.839.558	3.763.887	4.984.667	3.442.185	2.106.046	6.566.824	7.218.428
"302"	24.853.155	29.526.190	19.570.295	21.776.003	22.141.119	20.993.347	30.075.265	38.802.397	36.100.717
"303"	25.743.093	22.897.512	15.590.296	18.895.994	22.504.284	28.883.824	26.047.139	24.257.351	24.385.395
"304"	8.855.886	10.762.755	10.195.805	12.201.973	12.267.248	13.259.276	18.480.359	17.196.979	19.892.630
"305"	38.177.443	35.502.990	26.575.976	24.147.672	37.027.528	32.649.927	38.386.873	37.515.909	34.786.954
"306"	18.299.821	20.500.201	17.321.721	16.450.406	18.763.302	15.291.381	21.276.025	25.129.059	21.307.829
"307"	19.471.520	19.295.431	23.189.060	18.184.710	17.576.511	19.426.271	21.540.322	23.959.293	35.325.017
ΣΥΝΟΛΟ	144.047.633	145.485.223	118.282.711	115.420.645	135.264.659	133.946.211	157.912.029	173.427.812	179.016.970

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.7 : Εισαγωγές της Ε.Ε.-27 σε αλιευτικά και υδατοκαλλιεργητικά προϊόντα από την αγορά της Ε.Ε.-27 (€)

ΗΠΟΪΟΝ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
"301"	167.647.623	217.673.742	220.939.549	195.205.664	180.609.904	198.977.761	194.842.943	227.483.406	237.922.741
"302"	2.487.126.757	2.547.275.491	2.478.728.661	2.436.203.038	2.534.519.302	2.823.319.724	3.177.158.414	3.230.143.854	3.127.143.977
"303"	758.262.851	888.655.941	888.265.763	877.771.300	909.719.873	1.042.347.756	1.098.864.529	1.151.947.318	1.065.671.986
"304"	1.574.642.469	1.811.570.842	1.723.676.811	1.752.015.672	1.893.753.178	2.080.265.738	2.333.510.054	2.334.329.929	2.326.423.630
"305"	848.969.171	929.851.675	857.842.986	894.821.112	981.863.634	1.083.888.263	1.166.726.680	1.304.228.294	1.270.297.326
"306"	1.365.409.685	1.454.435.202	1.490.625.130	1.409.302.987	1.423.970.823	1.517.447.089	1.550.523.804	1.624.819.631	1.500.406.540
"307"	785.652.659	922.682.238	962.099.653	1.016.755.077	1.009.797.253	1.053.996.583	1.137.636.731	1.155.048.871	1.091.221.181
ΣΥΝΟΛΟ	7.987.711.215	8.772.145.131	8.622.178.553	8.582.074.850	8.934.233.967	9.800.242.914	10.659.263.155	11.028.001.303	10.619.087.381

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.8 : Εισαγωγές της Ε.Ε.-27 σε τσιπούρα από όλες τις χώρες παγκοσμίως σε αξία άνω των 1.000 ευρώ (€)

ΧΩΡΑ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΗΝ. ΑΡΑΒ. ΕΜΙΡΑΤΑ			79.751	33.306			389.309	30.851	
ΑΛΒΑΝΙΑ	3.448	5.745	6.402						24.400
ΑΡΓΕΝΤΙΝΗ		5.839	97.815	35.862	4.009	503	339	1.638	
ΑΥΣΤΡΙΑ	702	5.954	1.347	12.596	14.705	86	590	8.160	14.210
ΒΕΛΓΙΟ	258.768	457.391	168.948	83.689	43.895	382.456	242.631	82.910	340.201
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ									2.463
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	2.247	4.828						2.831	1.579
ΚΑΝΑΔΑΣ	7.211								
ΚΙΝΑ	7.096								
ΚΟΣΤΑΡΙΚΑ						14.352			
ΚΟΥΒΑ		1.516	301.208	478.153	31.547				
ΚΥΠΡΟΣ	302.386	52.523	29.266	37.471	142.465	90.881	50.200	113.318	846
ΤΣΕΧΙΑ					781	2.675	1.919	127.485	613.665
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	87.297	392.277	230.717	148.041	267.823	416.629	490.446	188.184	159.865
ΔΑΝΙΑ	227.560	307.063	176.139	146.956	173.420	362.054	440.569	551.782	474.584
ΑΛΓΕΡΙΑ	3.544	1.058							1.421
ΕΣΘΟΝΙΑ					1.307			202	3.380
ΑΙΓΥΠΤΟΣ	1.547				263.911	374.021	170.711	104.739	242.381
ΙΣΠΑΝΙΑ	8.873.195	12.217.533	11.907.441	12.526.732	12.611.208	12.265.951	21.041.099	26.709.400	27.085.794
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	4		1.563	2.222	3.857	372	103	248	
ΓΑΛΛΙΑ	4.206.006	4.472.019	3.354.102	2.884.531	3.895.127	4.260.517	5.163.898	6.635.663	7.096.970
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	95.997	468.347	148.453	775.554	1.026.753	629.949	792.994	318.012	334.642
ΓΟΥΙΝΕΑ			5.472	862			470		
ΕΛΛΑΔΑ	52.081.783	53.194.332	53.294.480	53.074.286	63.386.429	68.285.552	70.913.523	88.890.099	88.983.065
ΚΡΟΑΤΙΑ	237.966	421.862	623.365	688.824	889.556	1.876.770	2.223.692	1.954.005	1.696.241
ΙΡΑΝΑΝΔΙΑ	1.256	36.607	5.427	3.180	546		4.959	5.316	2.106
ΙΣΡΑΗΛ	183.565	127.944				2.847			
ΙΝΔΙΑ						1.878			

Συνέχεια του Πίνακα 7.8.

ΙΤΑΛΙΑ	2.287.179	3.805.796	2.606.669	3.967.055	5.317.709	5.198.303	5.770.040	3.539.314	4.169.426
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	29	7.016	716	1.956	4.368	20.744	3.538	3.708	12.482
ΜΑΡΟΚΟ	466.730	446.549	514.134	83.732	365.942	240.652	112.008	103.642	82.118
ΜΑΛΔΙΑΣΚΑΡΗ								3.976	
ΜΑΥΡΙΤΑΝΙΑ	13.723	40.634	3.671	26.578	17.578	3.201	12.673	4.683	9.304
ΜΑΛΤΑ	4.399.310	2.799.885	2.808.764	2.928.507	3.669.173	2.605.266	3.449.985	3.666.841	3.397.301
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	681.802	1.048.272	471.656	498.131	940.385	999.090	1.509.685	2.310.857	3.291.641
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ				2.175	2.096				
ΟΜΑΝ		3.283	1.458		5.870			5.721	1.108
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	770.643	1.950.555	1.118.544	1.074.453	1.695.062	2.312.558	1.806.755	1.722.542	837.860
ΧΩΡΕΣ ΚΑΤΗΡΧΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΔΙΚΤΥΟ ΤΟΥ ΕΝΔΟΧΩΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	45.681	3.266	2.767	9.982		1.179	0		
ΣΟΥΔΙΑ	15.514	7.024	8.702	5.649	1.585	10.191	36.328	67.517	34.120
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	5.932				128	843	2.167	64.000	66.456
ΣΛΟΒΑΚΙΑ					218	1.468			
ΣΠΕΓΓΑΛΗ	16.157	33.906	13.173	7.195	2.684	10.489	5.237	7.219	7.462
ΤΟΥΡΚΜΕΝΙΣΤΑΝ								2.955	
ΤΥΝΗΣΙΑ		14.866	100.051	142.602	327.556	159.409	132.620	260.268	39.587
ΤΟΥΡΚΙΑ	738.628	588.212	1.032.571	1.936.170	3.969.487	6.652.314	5.376.093	11.088.201	13.279.442
ΤΡΙΝΙΤΑΝΤ ΚΑΙ ΤΟΜΠΑΓΚΟ								1.631	
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	4.405								
ΗΠΑ			4.483						
ΟΥΡΟΥΓΟΥΑΗ				3.659					
ΒΕΝΕΖΟΥΕΛΑ	32.219	117.077							
ΥΕΜΕΝΗ								55.549	
ΣΥΝΟΛΟ	76.056.631	83.022.000	79.118.000	81.592.000	99.077.000	107.184.000	120.146.000	148.640.000	155.312.000

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.9 : Εισαγωγές της Ε.Ε.-27 σε λαβράκι από όλες τις χώρες παγκοσμίως σε αξία άνω των 1.000 ευρώ (€)

ΧΩΡΑ	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ΗΝ. ΑΡΑΒ. ΕΜΠΑΤΑ				55.239	29.580	24.594	27.812		
ΑΛΒΑΝΙΑ		8.809	5.040	187					
ΑΥΣΤΡΙΑ	1.614	5.343	14	21.844	9.586	496	1.554	13.709	4.777
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ								30.982	309.277
ΒΟΣΝΙΑ-ΕΡΖΕΓΟΒΙΝΗ			9.605						
ΒΕΛΙΠΟ	113.796	146.694	468.884	681.095	474.541	589.953	852.076	510.892	1.511.244
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ								1.370	1.692
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	174		6.207	3.034				601	134
ΚΟΣΤΑ ΡΙΚΑ						14.484			
ΚΟΥΒΑ		19.518		1.438	60.253				
ΚΥΠΡΟΣ	220.272	3.434	174.564	40.309	984.977	8.798		6.362	522
ΤΣΕΧΙΑ	286				4.017	2.624	12.316	130.920	323.081
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	117.020	169.785	286.070	261.788	239.044	295.783	643.764	279.972	265.186
ΔΑΝΙΑ	495.698	239.438	257.014	304.546	262.448	443.763	464.768	556.258	305.852
ΑΛΓΕΡΙΑ							1.962		2.350
ΕΣΘΟΝΙΑ		592				2.041	171.342	26.300	2.737
ΑΙΓΥΠΤΟΣ			10.106		79.757	287.149	275.250	180.368	518.490
ΕΡΥΘΡΕΑ	82.761	65.848		2.801					
ΙΣΠΑΝΙΑ	1.956.856	5.755.895	3.006.588	3.255.009	4.099.550	5.037.646	12.877.119	11.106.721	7.940.760
ΦΙΛΑΝΔΙΑ		2.866	9.589	6.035	38.329	1.928	592		22.798
ΓΑΛΛΙΑ	18.172.604	17.071.424	17.643.730	20.760.188	22.287.844	24.914.844	27.809.656	30.831.383	30.671.853
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	913.988	1.899.877	2.149.099	1.848.821	2.753.623	2.953.021	2.587.811	3.405.356	2.788.004
ΕΛΛΑΔΑ	66.450.216	74.968.445	92.143.224	81.112.341	87.996.171	96.637.262	99.170.560	126.560.865	113.946.155
ΚΡΟΑΤΙΑ	1.823.150	2.036.340	2.720.230	3.248.595	3.297.651	3.690.360	3.847.925	4.705.574	3.686.312
ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ			1.185			1.591	1.362		
ΙΡΑΝΑΝΔΙΑ	88.345	30.904	112.758	121.456	47.752	76.994	89.861	112.026	128.853
ΙΣΡΑΗΛ	16.380	44.200							
ΙΝΔΙΑ	90				3.247	4.475	1.865	1.187	3.164
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	88.946	619.049	583.031	608.354	418.306	407.237	435.100	431.443	448.785

Συνέχεια του Πίνακα 7.9.

ΙΤΑΛΙΑ	3.106.472	3.619.759	3.674.932	2.747.517	7.695.298	8.625.314	3.305.845	5.850.296	8.599.432
ΣΡΙ-ΛΑΝΚΑ								61	1.107
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	1.579	11.345	1.446	3.762	3.845	14	634	1.886	38.631
ΛΕΤΤΟΝΙΑ		5.277	61.920				473		
ΛΙΒΥΗ		3.391							
ΜΑΡΟΚΟ	2.181.311	1.293.058	1.605.383	2.231.477	855.413	2.085.541	1.240.372	1.198.129	542.945
ΜΑΥΡΙΤΑΝΙΑ	18.037								
ΜΑΛΤΑ	622.285	765.022	127.161	960.157	1.217.283	1.473.449	1.392.562	1.046.703	1.123.924
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	1.824.839	1.662.650	3.222.920	4.108.424	3.318.873	5.270.704	3.528.977	8.452.263	14.120.835
ΟΜΑΝ	199			862	13.352		2.484	5.978	11.418
ΠΟΛΩΝΙΑ		297				572		434.924	157.366
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	933.191	1.615.920	1.308.671	756.865	1.722.932	1.234.798	1.587.502	2.243.790	1.656.252
ΧΩΡΕΣ ΚΑΠΗΡΕΩΣΗΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΑΝΑΦΕΡΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΑΚΤΙΝΟ ΤΟΥ ΕΝΔΟΧΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	20.814	3.296	1.416	3.803					
ΡΩΣΙΑ	487	1.233	582						
ΣΟΥΔΑΝ	3.461								
ΣΟΥΗΔΙΑ	10.903	5.098	659	7.389	259	99	20.436	111.670	12.158
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	23.696				486	10.731	27.643	228.685	440.021
ΣΛΟΒΑΚΙΑ								1.656	
ΣΕΝΕΓΑΛΗ	20.561	13.874	14.022	1.967		2.520	701	1.521	359
ΤΑΙΛΑΝΔΗ						10.408			686
ΤΥΝΗΣΙΑ		52.039	255.561	142.447	215.380	233.007	87.389	156.975	48.720
ΤΟΥΡΚΙΑ	9.550.204	11.939.425	22.500.399	26.187.236	36.202.243	40.875.361	41.297.313	59.351.656	53.845.882
ΗΠΑ	4.510								4.504
ΣΥΝΟΛΟ	108.865.357	124.073.281	152.357.863	149.430.258	174.302.868	195.194.013	201.737.453	257.978.721	243.487.279

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα.

Πίνακας 7.10 : Εισαγωγές της Γαλλίας από Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία για την υποκατηγορία "0302" (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	45.534.433	14.712.457	13.243.034	738.035	74.227.959
2001	50.527.016	19.029.482	13.238.647	1.749.610	84.544.755
2002	60.940.797	23.456.776	11.165.842	1.103.155	96.666.570
2003	58.010.872	23.875.644	7.815.331	988.148	90.689.995
2004	56.212.463	26.655.981	12.791.675	77.657	95.737.776
2005	61.824.721	30.185.596	14.207.837	75.510	106.293.664
2006	72.169.860	32.222.802	13.934.325	2.084	118.329.071
2007	69.302.644	35.937.966	6.761.651	74.203	112.076.464
2008	57.850.264	38.586.021	8.564.015	684.910	105.685.210

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.11 : Εισαγωγές της Ισπανίας από Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία για την υποκατηγορία "0302" (€)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	171.270.690	43.647.096	27.967.920	230.127	243.115.833
2001	148.508.165	53.966.371	31.656.324	639.943	234.770.803
2002	172.528.040	79.291.974	44.950.950	681.793	297.452.757
2003	173.996.653	64.217.886	43.054.135	1.026.103	282.294.777
2004	159.459.561	51.922.809	49.044.776	701.693	261.128.839
2005	145.496.082	51.269.837	66.228.047	7.670.379	270.664.345
2006	142.887.770	39.030.862	74.906.684	14.008.663	270.833.979
2007	147.398.367	50.016.422	55.254.788	18.349.070	271.018.647
2008	122.847.812	48.250.543	50.231.301	13.903.549	235.233.205

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.12 : Εισαγωγές της Ιταλίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία για την υποκατηγορία "0302" (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	56.483.385	61.634.132	116.031.060	9.257.151	243.405.728
2001	67.123.042	71.579.903	100.517.251	12.357.815	251.578.011
2002	74.742.394	66.449.427	96.482.263	18.076.273	255.750.357
2003	89.172.313	79.613.815	102.273.142	20.975.516	292.034.786
2004	84.874.204	77.497.946	110.184.134	30.238.401	302.794.685
2005	89.511.268	80.182.879	113.808.882	33.294.451	316.797.480
2006	109.125.904	91.619.094	110.035.371	25.947.909	336.728.278
2007	116.672.106	91.108.166	140.357.743	22.979.816	371.117.831
2008	106.021.881	81.025.127	111.315.821	20.070.573	318.433.402

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.13 : Εισαγωγές της Γερμανίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία για την υποκατηγορία "0302" (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	3.691.804	14.870.322	2.842.519	9.983.469	22.862	31.410.976
2001	3.924.590	15.019.011	3.070.383	11.015.137	71.627	33.100.748
2002	4.106.725	18.571.099	4.381.121	9.764.221	140.299	36.963.465
2003	3.742.035	11.595.412	4.084.093	9.368.603	30.555	28.820.698
2004	4.279.326	12.193.404	4.309.047	9.839.591	106.742	30.728.110
2005	3.735.679	12.636.177	6.536.661	10.858.162	152.766	33.919.445
2006	5.462.474	14.798.351	5.705.068	12.111.298	0	38.077.191
2007	4.972.487	15.817.977	5.798.308	6.682.283	0	33.271.055
2008	4.686.912	15.094.677	6.169.817	4.131.497	65.995	30.148.898

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.14: Εισαγωγές της Πολωνίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία για την υποκατηγορία "0302" (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	1.911	98.846	6.349	18.052	0	125.158
2001	156	193.840	558	49.064	0	243.618
2002	0	148.178	15.693	34.092	86	198.049
2003	763	170.895	55.836	22.900	0	250.394
2004	13.599	327.820	75.556	96.074	0	513.049
2005	832.323	1.359.164	91.554	73.859	0	2.356.900
2006	1.675.620	1.249.970	80.812	621.706	0	3.628.108
2007	684.400	1.403.608	159.841	294.433	0	2.542.282
2008	807.702	5.668.580	236.022	730.038	0	7.442.342

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.15: Εισαγωγές της Γαλλίας από Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε τσιπούρα (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	322.100	863.000	16.500	0	1.201.600
2001	239.600	1.754.800	1.000	0	1.995.400
2002	329.800	2.401.500	8.600	2.400	2.742.300
2003	451.900	2.107.200	9.300	0	2.568.400
2004	491.900	2.893.200	20.400	0	3.405.500
2005	572.000	2.834.600	67.300	0	3.473.900
2006	745.700	2.873.700	33.100	0	3.652.500
2007	1.025.200	3.337.500	7.400	0	4.370.100
2008	1.030.400	5.091.600	64.600	60.800	6.247.400

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.16 : Εισαγωγές της Ισπανίας από Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε τσιπούρα (kg)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	536.200	893.700	71.800	0	1.501.700
2001	664.700	294.100	1.400	38.200	998.400
2002	71.500	75.300	98.500	0	245.300
2003	33.300	119.400	6.400	0	159.100
2004	40.100	119.900	18.300	84.600	262.900
2005	13.200	124.400	10.000	0	147.600
2006	9.500	206.500	7.300	0	223.300
2007	865.400	377.900	54.600	744.300	2.042.200
2008	33.900	2.628.700	126.700	1.440.600	4.229.900

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.17 : Εισαγωγές της Ιταλίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία σε τσιπούρα (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	208.100	268.500	8.758.000	121.800	9.356.400
2001	334.200	264.200	10.448.900	124.100	11.171.400
2002	407.900	181.900	10.011.700	302.400	10.903.900
2003	418.200	178.600	9.866.600	537.700	11.001.100
2004	332.200	270.900	10.259.900	711.300	11.574.300
2005	400.800	278.600	10.771.800	1.561.100	13.012.300
2006	377.300	302.100	9.935.700	813.000	11.428.100
2007	551.700	216.300	13.803.200	1.525.200	16.096.400
2008	522.100	267.800	14.894.100	1.874.000	17.558.000

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.18 : Εισαγωγές της Γερμανίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε τσιπούρα (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	6.600	62.300	71.700	194.300	0	334.900
2001	2.100	61.500	119.100	269.200	0	451.900
2002	1.500	41.800	252.000	297.400	0	592.700
2003	4.000	46.900	217.800	474.800	100	743.600
2004	2.900	51.600	205.200	584.600	11.400	855.700
2005	3.500	69.800	491.700	666.900	20.600	1.252.500
2006	11.900	92.500	342.100	672.700	0	1.119.200
2007	37.700	103.500	423.900	282.700	0	847.800
2008	16.600	80.100	603.300	176.500	1.400	877.900

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.19 : Εισαγωγές της Πολωνίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε τσιπούρα (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	0	0	0	0	0	0
2001	0	0	0	0	0	0
2002	0	0	0	0	0	0
2003	0	0	0	0	0	0
2004	0	4.600	6.500	900	0	12.000
2005	0	9.700	10.500	1.100	0	21.300
2006	0	14.800	7.700	100	0	22.600
2007	0	17.800	19.400	900	0	38.100
2008	400	25.300	34.700	1.100	0	61.500

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.20 : Εισαγωγές της Γαλλίας από Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε λαβράκι (kg).

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	51.400	1.053.600	19.600	9.000	1.133.600
2001	50.000	1.675.300	6.300	0	1.731.600
2002	119.200	1.920.700	8.800	0	2.048.700
2003	98.200	1.432.600	45.600	0	1.576.400
2004	137.600	1.968.200	83.200	0	2.189.000
2005	103.000	2.403.400	82.500	0	2.588.900
2006	490.700	2.273.700	34.100	0	2.798.500
2007	202.200	2.628.900	81.100	0	2.912.200
2008	175.800	2.943.800	215.300	81.500	3.416.400

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.21 : Εισαγωγές της Ισπανίας από Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε λαβράκι (kg)

ΕΤΟΣ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	538.300	2.893.800	195.400	28.800	3.656.300
2001	632.600	5.822.100	235.100	107.700	6.797.500
2002	497.500	8.382.100	295.900	16.400	9.191.900
2003	645.800	5.731.800	104.400	221.900	6.703.900
2004	596.000	5.067.600	954.400	73.000	6.691.000
2005	665.500	5.228.000	637.000	1.895.000	8.425.500
2006	645.500	3.883.800	55.500	3.503.400	8.088.200
2007	567.300	4.466.700	67.000	3.719.400	8.820.400
2008	589.600	4.195.600	46.900	2.180.100	7.012.200

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.22 : Εισαγωγές της Ιταλίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα και Τουρκία σε λαβράκι (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	25.600	755.100	7.857.500	1.237.500	9.875.700
2001	123.100	681.700	7.775.900	1.887.100	10.467.800
2002	95.800	588.500	7.908.900	4.041.300	12.634.500
2003	90.100	784.100	8.445.900	4.523.300	13.843.400
2004	123.500	1.020.200	8.387.000	6.243.100	15.773.800
2005	91.400	1.224.200	9.793.200	6.608.900	17.717.700
2006	254.800	1.397.000	9.483.400	4.573.200	15.708.400
2007	295.300	1.786.900	13.511.600	4.379.000	19.972.800
2008	196.500	1.778.800	10.483.600	3.562.700	16.021.600

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.23 : Εισαγωγές της Γερμανίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε λαβράκι (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	5.100	114.300	84.100	208.600	0	412.100
2001	5.800	129.100	102.500	194.700	0	432.100
2002	2.500	188.900	213.100	179.300	0	583.800
2003	900	146.400	130.300	95.900	0	373.500
2004	700	186.900	110.900	120.700	200	419.400
2005	3.700	189.400	245.700	129.500	1.800	570.100
2006	17.400	246.200	208.100	133.200	0	604.900
2007	39.600	235.200	259.500	63.500	0	597.800
2008	35.900	191.500	237.200	50.500	10.900	526.000

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.24 : Εισαγωγές της Πολωνίας από Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Ιταλία και Τουρκία σε λαβράκι (kg)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	0	0	0	0	0	0
2001	0	0	0	0	0	0
2002	0	0	0	0	0	0
2003	0	0	0	0	0	0
2004	0	300	3.600	0	0	3.900
2005	0	200	7.900	0	0	8.100
2006	0	900	5.000	0	0	5.900
2007	0	1.200	10.600	0	0	11.800
2008	0	12.800	16.500	0	0	29.300

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.25 : Εισαγωγές τσιπούρας στην αγορά της Ελλάδας (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΛΟΙΠΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	342.530	293.397	492.303	0	441.894	1.570.124
2001	435.454	92.563	1.726.990	6.824	268.133	2.529.964
2002	62.041	297.611	334.330	0	248.807	942.789
2003	1.203.070	1.918	877.802	0	220.511	2.303.301
2004	48.949	0	571.062	333.582	351.101	1.304.694
2005	149.658	48.757	177.957	878.496	510.523	1.765.391
2006	235.343	265.104	606.992	2.456.980	306.827	3.871.246
2007	494.999	298.963	577.909	3.147.477	425.556	4.944.904
2008	455.283	0	495.685	2.926.385	119.113	3.996.466

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα

Πίνακας 7.26 : Εισαγωγές λαβρακιού στην αγορά της Ελλάδας (€)

ΕΤΟΣ	ΙΣΠΑΝΙΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΤΟΥΡΚΙΑ	ΛΟΙΠΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ
2000	45.265	316.175	283.309	210.474	307	855.530
2001	1.462.661	914.599	977.702	719.719	139.321	4.214.002
2002	90.995	439.052	384.407	2.223.441	453.878	3.591.773
2003	1.314	1.065.725	177.722	789.009	39.192	2.072.962
2004	874	422.640	72.716	4.004.782	742.552	5.243.564
2005	759	485.150	30.817	2.711.315	1.402	3.229.443
2006	682	348.297	36.498	6.573.048	10.491	6.969.016
2007	18.499	70.099	347.869	17.083.088	35.080	17.554.635
2008	786	56.400	101.454	17.161.159	5.690	17.325.489

Πηγή : Eurostat και υπολογισμοί του συγγραφέα