

Δυνατότητες εφαρμογής κοινών δικτύων προώθησης προϊόντων σε τοπικό επίπεδο

Παναγιώτα Σεργάκη, Επίκουρη Καθηγήτρια,
Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Ημερίδα:

*Στρατηγικές Αγροτικής Ανάπτυξης: Κοινά Δίκτυα Προώθησης Τοπικών
Προϊόντων*

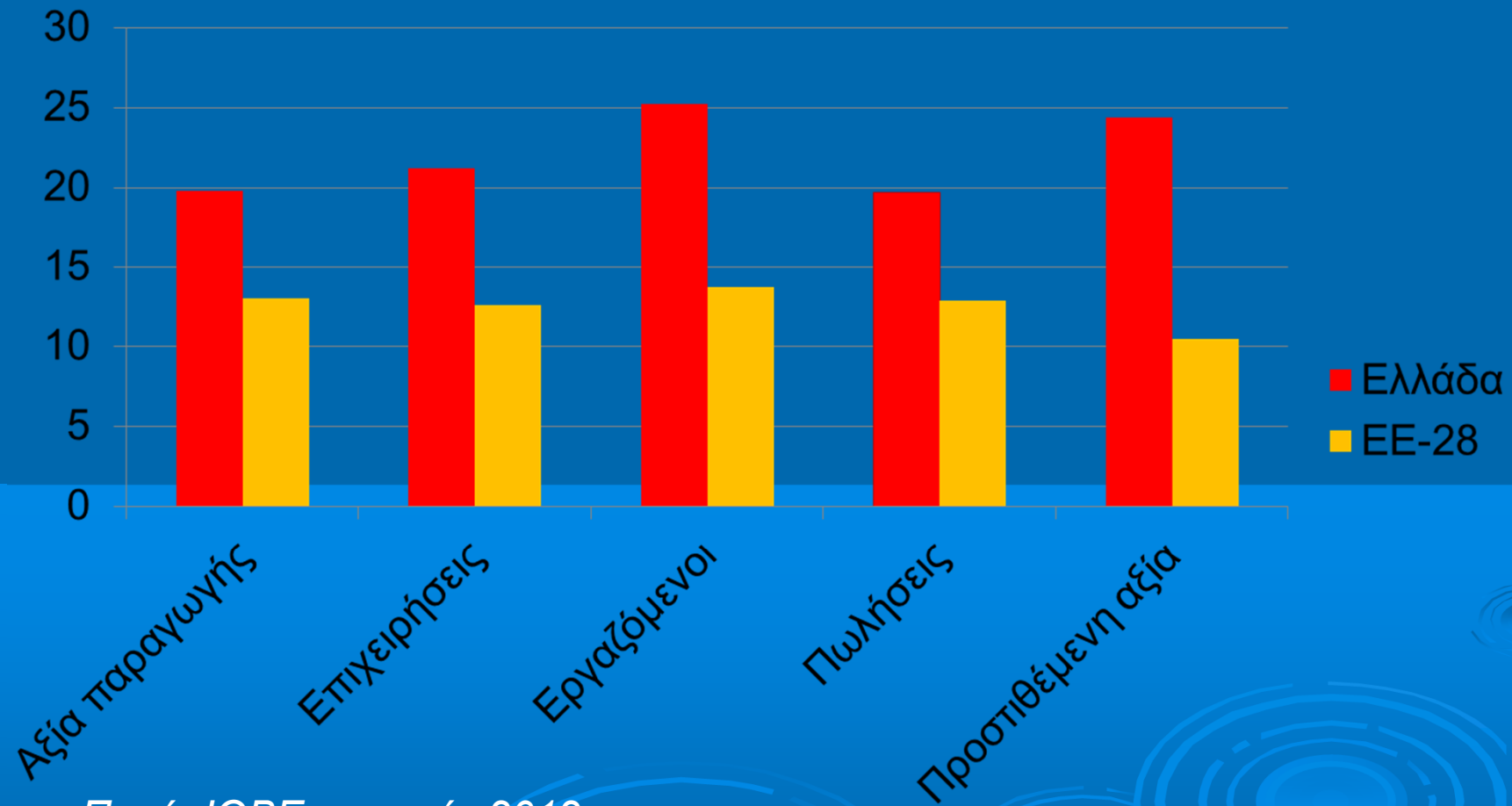
Αγρίνιο, 16 Οκτωβρίου 2015

Δείκτες κλάδου Τ&Π στην Ελλάδα

- Χαμηλή παραγωγικότητα γεωργικής εργασίας (45% του Κοινοτικού Μ.Ο. EU-15)
- Τεράστια διαφορά τιμών μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή σε βασικά διατροφικά προϊόντα (από 170-500%). Σε περιπτώσεις μεταποιημένων προϊόντων (π.χ. δημητριακά) οι διαφορές είναι πολλαπλάσιες.
- Χαμηλός και μακροπρόθεσμα επιδεινούμενος βαθμός εξωστρέφειας, κάλυψης εισαγωγών και εισαγωγικής διείσδυσης.
- Πολύ μικρό μέσο μέγεθος των επιχειρήσεων (2 εργαζόμενοι).
- Οι 5 μεγαλύτερες εταιρείες λιανικού εμπορίου Τ&Π κατέχουν το 50% του μεριδίου αγοράς.

Ωστόσο, ο κλάδος παραμένει ένας από τους δυναμικότερους της ελληνικής μεταποίησης με σημαντική θετική συνεισφορά (24%) στο εμπορικό ισοζύγιο της Ελλάδας.

Μερίδιο Βασικών Διαρθρωτικών Δεικτών Τροφίμων στο Σύνολο της Μεταποίησης σε Ελλάδα και ΕΕ-28 (σε %)



Πηγή: IOBE, στοιχεία 2012.

Περίοδος	Παραγωγός	Μεταποιητής	Χονδρέμπορος	Λιανέμπορος	Καταναλωτής
-1900	Κυρίαρχος	Μικρός	Μεγάλος σε λίγες εμπορικές συναλλαγές	Πολύ μικρός	
1900-1950	Μειώνεται	Κυρίαρχος	Μεγάλος σε λίγες εμπορικές συναλλαγές	Μικρός	
1960-1970	Μικρός	Κυρίαρχος	Κυρίαρχος	Μικρός	
1980-2000	Πολύ μικρός	Μειώνεται	Μειώνεται γρήγορα	Κυρίαρχος	
Μέλλον					Κυρίαρχος



Εντατικοποίηση της σχέσης παραγωγού-καταναλωτή

Πηγή: C. von Schirach-Szmigiel, Unilever Board Member

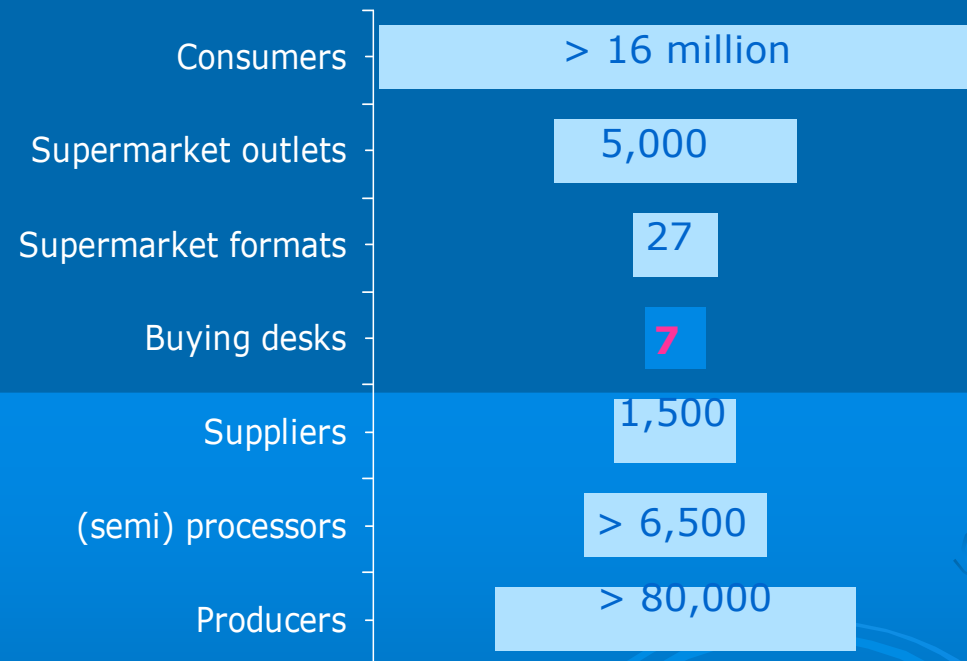
ο ρόλος των Συνεταιρισμών;

Οι διανομείς τροφίμων είναι οι νικητές της εφοδιαστικής αλυσίδας τροφίμων

Εξελίξεις στο λιανεμπόριο

- Ανάπτυξη εκπτώτικών προϊόντων
- Μεγάλα καταστήματα λιανικής πώλησης (S/M)
- Ιδιωτικές ετικέτες
- Υπηρεσίες μετά την πώληση vs εκπτώσεις
- Συνεχής ενοποίηση, συγκέντρωση

‘Η εφοδιαστική αλυσίδα’



number of players in the Netherlands

Source: EFMI, 2007



Πώς αποκτούν οι παραγωγοί γεωργικών προϊόντων πρόσβαση στις αγορές κάτω από αυτές τις συνθήκες;

- Γεωργός τοπικός ηγέτης
 - Μεταποιητική βιομηχανία
 - Χονδρέμπορος-Εξαγωγέας
 - Συμβολαιακή Γεωργία
- } 1. Παραγωγοί ευάλωτοι σε πιθανή καιροσκοπική συμπεριφορά
2. Έλλειψη επιλογής
3. Ανισομερής κατανομή ρίσκου

- Απευθείας διάθεση προϊόντων από τους παραγωγούς στους καταναλωτές (κόστη συναλλαγής, κόστη ιδιοκτησίας)
- **Συλλογική επιχειρηματική δράση (ΔΙΚΤΥΩΣΗ)**

Δικτύωση



Συνεργασίες τριών τουλάχιστον ανεξάρτητων επιχειρήσεων για την υλοποίηση πολύπλοκων ενεργειών (προβολή, προώθηση, εφοδιασμό, ανάπτυξης και αξιοποίησης παραγωγικών υποδομών - science based – traditional) που αυτόνομα η κάθε μια δεν μπορεί να υλοποιήσει (π.χ. δίκτυο R&D) καθώς δε διαθέτει την απαραίτητη τεχνογνωσία ή τους πόρους (κεφάλαια, χρόνος, ανθρ. δυναμικό) που απαιτούνται (EOMMEX). Ο αριθμός των επιχειρήσεων-μελών και ο χρονικός ορίζοντας είναι συγκεκριμένος.

Πρόκληση της δικτύωσης:

Οι επιχειρήσεις καλούνται να:

Συνεργαστούν **αντί να** ανταγωνιστούν.

Συμπεριφερθούν σαν αλληλένδετες μονάδες **αντί για** ανεξάρτητες.

Δίκτυα: Αποτελεσματική μορφή για τόνωση της

Ανταγωνιστικότητας (34th/134)

Παραγωγικότητας (51th/134)

Καινοτομίας (63th/134)

μικρών επιχειρήσεων

Συστάδες επιχειρήσεων (clusters): Ομάδα επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται συνήθως στην ίδια γεωγραφική περιοχή και διαθέτουν στην αγορά ανταγωνιστικά προϊόντα. Κύριο χαρακτηριστικό τους είναι η εταιρικήτητα και η ισότιμη συμμετοχή των εταίρων.

Βασική διαφορά: στις συστάδες συμμετέχουν επιχειρήσεις αλλά και «τρίτοι» φορείς (πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα κ.λ.π.) που λειτουργούν υποστηρικτικά προς όφελος της συστάδας. Η εταιρικήτητα & η ισότιμη συμμετοχή των εταίρων αποτελούν στρατηγικής σημασίας προϋποθέσεις για την συγκρότηση μιας συστάδας. Στα δίκτυα οι επιχειρήσεις αποτελούν μέλη της ομάδας, στην οποία όμως οι σχέσεις μπορεί να είναι ιεραρχημένες στο πλαίσιο μιας παραγωγικής διαδικασίας ή άλλης διεργασίας.

Καθοριστικό σημείο: *Οι πόροι & οι ικανότητες των μελών να είναι συμπληρωματικοί για να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά για την προώθηση των στόχων του δικτύου.*



Βραχείες αλυσίδες εφοδιασμού: αλυσίδες εφοδιασμού που περιλαμβάνει περιορισμένο αριθμό οικονομικών φορέων που έχουν αναλάβει δέσμευση για συνεργασία, τοπική οικονομική ανάπτυξη και στενές γεωγραφικές και κοινωνικές σχέσεις μεταξύ παραγωγών, μεταποιητών και καταναλωτών. Η στήριξη για τη δημιουργία & ανάπτυξη των βραχέων αλυσίδων εφοδιασμού καλύπτει μόνο αλυσίδες που περιλαμβάνουν όχι περισσότερους από ένα ενδιάμεσο ανάμεσα στον αγρότη και τον καταναλωτή.

Τοπικές αγορές: πρέπει να είναι στα όρια μιας περιφερειακής ενότητας (μέγιστο 150 km) ή όμορων περιφερειακών ενοτήτων.



Διαφορές Συστάδων-Δικτύων

Συστάδες (Clusters)	Δίκτυα
Ισότιμη συμμετοχή εταίρων	Ιεραρχικές σχέσεις μεταξύ των μελών
Τα μέλη γειτνιάζουν	Χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς
Όσο περισσότερα τα μέλη, τόσο καλύτερα	Ο αριθμός των μελών είναι καθορισμένος και συνήθως δε μεταβάλλεται
Η συμμετοχή των μελών είναι ισότιμη	Η συμμετοχή των μελών δεν είναι πάντα ισότιμη
Οι σχέσεις είναι ελαστικές	Προκαθορισμένες σχέσεις μελών
Αποτελούν ξεχωριστή οντότητα που εξελίσσεται (νέα εταιρεία)	Αποτελούν δραστηριότητα των επιχειρήσεων που τα αποτελούν
Περιλαμβάνονται επιχειρήσεις και φορείς που παρέχουν υπηρεσίες στις επιχειρήσεις-μέλη της συστάδας.	Περιλαμβάνουν μόνο ομοειδείς επιχειρήσεις
Οι επιχειρήσεις-μέλη διαθέτουν συνήθως ανταγωνιστικά προϊόντα/υπηρεσίες	Τα μέλη διαθέτουν συνήθως συμπληρωματικά προϊόντα/υπηρεσίες
Ενθαρρύνουν την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή	Τα δίκτυα επιτρέπουν την ανάπτυξη εξειδικευμένων υπηρεσιών σε χαμηλότερο κόστος
Δύνανται να περιέχουν δίκτυα επιχειρήσεων	Δε δύνανται να περιέχουν συστάδες
Οι στόχοι μπορεί να διαφέρουν από τις επιχειρήσεις που τις απαρτίζουν	Οι στόχοι των δικτύων είναι ομοειδείς με τους στόχους των επιχειρήσεων που τα απαρτίζουν.

Γιατί Δίκτυα;



Διαστάσεις της δικτύωσης:

Η δικτύωση αποτελεί κομμάτι της στρατηγικής που ακολουθούν οι επιχειρήσεις

Επίσης είναι σημαντικό στοιχείο για την τοπική ανάπτυξη επειδή:

↪ Συντελεί στην πιο συνετή χρήση των τοπικών πόρων.

↪ Συνεισφέρει στη βιωσιμότητα των τοπικών κοινωνιών.

Σήμερα η δικτύωση θεωρείται ως ένα νέο μοντέλο τοπικής ανάπτυξης (Loubaresse, 2007).

Επιστημονική έρευνα:

Δείγμα: 70 ελληνικές επιχειρήσεις

35 ιδιωτικές επιχειρήσεις τροφίμων

35 αγροτικοί συνεταιρισμοί

Έτος: 2011

Επιτόπιες συνεντεύξεις με στελέχη συνεταιρισμών

Στόχος: η σημασία της δικτύωσης στον στρατηγικό προσανατολισμό της επιχείρησης

Συμπεράσματα

- Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις δικτυώνονται πιο εύκολα από τους συνεταιρισμούς.
- Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τη δικτύωση κυρίως για την οικονομική τους ανάπτυξη (marketing, διασφάλιση ποιότητας, αποτελεσματικότητα) και για να εφαρμόσουν την στρατηγική της ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ.
- Οι συνεταιρισμοί χρησιμοποιούν τη δικτύωση για να μειώσουν το κόστος λειτουργίας τους και για να εφαρμόσουν την στρατηγική του ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ.
- Η δικτύωση μπορεί να χρησιμοποιηθεί με επιτυχία τόσο από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και από τους συνεταιρισμούς προκειμένου να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους (με τη χρήση των αντίστοιχων ανταγωνιστικών στρατηγικών).

Προβλήματα-Αιτίες Αποτυχίας (ΓΓΕΤ)

Δυσπιστία-αμφιβολία των μελών για τη βιωσιμότητα του.

Προσωπικοί ανταγωνισμοί κυρίως μεταξύ των ομοειδών επιχειρήσεων.

Αδυναμία δημιουργίας επαρκούς κλίματος συνένωσης δυνάμεων των μελών.

Απογοήτευση μεταξύ των μελών για τις ευεργετικές ιδιότητες του Δικτύου.

Διστακτικό το προσωπικό για την πορεία του Δικτύου λόγω ιδιαίτερα απαιτητικής αγοράς.

Αδυναμία εκσυγχρονισμού των μελών του Δικτύου.

Αποθάρρυνση των μελών και η αντιμετώπιση του Δικτύου ως «ξένη υπόθεση».



Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας

Δέσμευση Μελών

Σαφής προσανατολισμός στην αντιμετώπιση συγκεκριμένων προβλημάτων

Σαφώς διατυπωμένο μήνυμα οφελών της δικτύωσης

Αναφορά σε επιτυχημένα παραδείγματα

Δημιουργία κλίματος συνένωσης δυνάμεων (esprit de corps)

Οργάνωση και Δομή

Σαφήνεια Ρόλων

Διαφάνεια

Ευελιξία

Διαχρονικότητα – βιωσιμότητα

Τα αποτελέσματα πιθανόν να αρχίζουν να φαίνονται σε βάθος χρόνου

Κίνδυνος να ατονήσουν οι προσπάθειες των μελών

Χαρακτήρας του Δικτύου (ανοικτά ή περιορισμένου αριθμού μελών)

Η ευρύτητα και η εξωστρέφεια συνεπάγονται περισσότερη διάχυση τεχνογνωσίας και επιχειρηματικές συνέργειες

Περισσότερα μέλη – περισσότερες εισφορές – περισσότερες και ποιοτικότερες δράσεις – υψηλότερη διαπραγματευτική δύναμη στην τοπική και περιφερειακή οικονομική κοινότητα

Παραδείγματα Δικτύων- Συστάδων

1. Cluster γαλακτοκομικής αλυσίδας στη Θεσσαλία: 400 Κτηνοτρόφοι, 4 Τυροκομικές εταιρείες, συνεταιριστική τράπεζα, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, 12 ερευνητικά κέντρα, τοπικές αναπτυξιακές οργανώσεις.

Ιστορικό:

Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα LACTIMED: Στόχος: ανάδειξη ιδιαίτερων γαλακτοκομικών προϊόντων των χωρών της Μεσογείου.

Δημιουργία 2 συνεργατικών σχημάτων:

A. TERRA THESSALIA LACTIS (συστάδα)- παραγωγικό μηχανισμό.

Στόχος: συνεργασία μικρών γαλ/κών μονάδων & παραγωγή τοπικών ποιοτικών προϊόντων



B. thessAction – υποστηρικτικός μηχανισμός προς την συστάδα.

Στόχος: συμβουλευτική υποστήριξη εμπλεκόμενων φορέων.

Παραγωγή: 3-4 χιλιάδες τόνοι φέτας ετησίως.

2015: Πωλήσεις βαρελίσιας φέτας στο εξωτερικό με ένδειξη Terra Thessalia Lactis σε τιμή σχεδόν 50% υψηλότερη σε σχέση με την εγχώρια τιμή χονδρικής διάθεσης.

2. Δίκτυο Κρητικού Ελαιολάδου (www.cretan –oliveoil.gr):

Στόχος: η ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και των θεσμών για να ενδυναμωθεί η κατανάλωση ελαιολάδου εντός και εκτός Ελλάδας.

Συμμετέχουν: ΓΕΩΤΕΕ Κρήτης, Σύνδεσμος Εξαγωγέων Κρήτης, Σύνδεσμος Τυποποιητών Ελαιολάδου, Ένωση Ξενοδόχων Κρήτης, Λέσχη Αρχιμαγείρων Κρήτης



3. Οινοτουριστικό δίκτυο των «Αρόμων του κρασιού της Β. Ελλάδας» (www.wineroads.gr):

1993: 13 οινοπαραγωγοί της Β. Ελλάδας «Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Β. Ελλάδας». Σήμερα επέκταση δικτύου & μετονομασία «Οίνοι Β. Ελλάδας».

Στόχος: ανάδειξη του επώνυμου τυποποιημένου ελληνικού κρασιού, στήριξη πολιτισμικής κληρονομιάς, συνεργασία με διεθνείς εταιρείες και οργανισμούς κ.λ.π.



Συμμετέχουν: ξενοδοχεία, εστιατόρια, εταιρείες με τοπικά προϊόντα, εταιρείες εναλλακτικών δραστηριοτήτων, συνδεδεμένες επιχειρήσεις.

4. Δίκτυο «Επιχειρηματική Συνεργασία Πλαστήρα-ΕΠΣΥΠΛΑ» (PLASTIRASNET)

(www.plastiras-net.gr):

Στόχος: Προβολή προϊόντων-υπηρεσιών μελών, προστασία μελών από ανταγωνισμό, ανάδειξη περιοχής, τοπική ανάπτυξη.

Συμμετέχουν: ξενοδοχεία, κέντρα εστίασης, επιχειρήσεις παραγωγής τοπικών προϊόντων στη γεωγραφική περιοχή της λίμνης Πλαστήρα.

5. Ελληνικό πρωινό (www.greekbreakfast.gr)



2010: Πρόγραμμα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας

Στόχος: Ανάδειξη τοπικών παραδοσιακών προϊόντων και συνταγών και υιοθέτηση τους στις ξενοδοχειακές μονάδες, συγκρότηση των τοπικών συμφώνων ελληνικού πρωϊνού, διαμόρφωση πολιτισμικής ταυτότητας και τουριστικής φυσιογνωμίας κάθε τόπου, γνωριμία παραγωγών με καταναλωτές.

Συμμετέχοντες: >450 ξενοδοχεία πανελλαδικά.

6. Aegean Cuisine (www.aegeancuisine.gr/com/net/eu)

Πρωτοβουλία Περιφέρειας Ν. Αιγαίου

Συμμετοχή: 196 επιχειρήσεις μαζικής εστίασης

Στόχος: προβολή τοπικών προϊόντων και επιχειρήσεων, δυνατότητα χρήσης εμπορικού σήματος «AegeanCuisine”.



Μέτρο 16: Συνεργασία Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2014-2020

Μέτρο 16.4: η στήριξη της οριζόντιας & κάθετης συνεργασίας μεταξύ φορέων στην αλυσίδα εφοδιασμού, καθώς και των δράσεων προώθησης σε τοπικό επίπεδο

http://www.agrotikianaptixi.gr/Uploads/Files/627_EAFRD.el.pdf

<http://www.agrotikianaptixi.gr/index.php?obj=2dfe1946b3003933>

http://ec.europa.eu/agriculture/eip/index_en.htm

Πληροφορίες: Μονάδα Α' ΕΥΔ ΠΑΑ, Αθήνα

Διευρυμένο πεδίο εφαρμογής:

(Συνεργασία 2014-2020: 11 δράσεις ενώ

Συνεργασία 2007-2014: 1 δράση)

Είδος ενίσχυσης: Επιχορήγηση και το ύψος της υπολογίζεται ως % των επιλέξιμων δαπανών.

Χορόγηση προκαταβολής: μόνο για επενδυτικές δαπάνες.

Δικαιούχοι: Διάφορες μορφές κάθετης και οριζόντιας συνεργασίας μεταξύ φορέων της αλυσίδας εφοδιασμού.

Βασικός κανόνας: τουλάχιστον δύο φορείς.

Διάρκεια έργων συνεργασίας: στήριξη έως επτά χρόνια (εξαίρεση μερικές συλλογικές περιβαλλοντικές δράσεις).

1. Μορφές συνεργασίας μεταξύ διαφορετικών φορέων του αγροτικού τομέα, της τροφικής αλυσίδας και της δασοπονίας (συμπεριλαμβανομένων των ομάδων παραγωγών, των συνεταιρισμών και των διεπαγγελματικών οργανώσεων...)
2. Συσπειρώσεις (clusters) και δίκτυα
3. Επιχειρησιακές ομάδες των Ευρωπαϊκών Συμπράξεων Καινοτομίας

Επιλέξιμες δαπάνες: 5 είδη δαπανών ομαδοποιημένες σε 2 κατηγορίες:

Κόστος που προκύπτει από τη συνεργασία	Κόστος που προκύπτει από το έργο
Μελέτες. Σχέδια	Άμεσες δαπάνες
Εμψύχωση	Δραστηριότητες προώθησης
Λειτουργικές δαπάνες συνεργασίας	

Προϋποθέσεις επιλεξιμότητας:

- Δικαιούχοι: διάφορες μορφές οριζόντιας ή κάθετης συνεργασίας για τη:
 - δημιουργία & ανάπτυξη βραχέων αλυσίδων εφοδιασμού και των τοπικών αγορών &
 - δραστηριότητες προώθησης σε τοπικό επίπεδο σχετικά με την ανάπτυξη βραχέων αλυσίδων & τοπικών αγορών.
- Μπορούν να ενταχθούν και υφιστάμενες μορφές συνεργασίας (συνεταιρισμοί, ομάδες παραγωγών, συστάδες, δίκτυα) αλλά μόνο για νέα δραστηριότητα.

Κριτήρια Επιλογής:

Στοχευμένη σύνθεση μορφών συνεργασίας για επαρκή συμμετοχή σημαντικών φορέων με διαφορετική τεχνογνωσία για επίτευξη στόχων.

Πριμοδότηση προτάσεων με τεχνική ποιότητα και ετοιμότητα.

Τα αποτελέσματα των έργων στοχεύουν σε υπαρκτά προβλήματα.

Εξασφαλίζουν τη διάδοση των αποτελεσμάτων.

Διαθέσιμα ποσά:

ΔΑΠΑΝΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της α' γενούς παραγωγής, της μεταποίησης & εμπορίας αγρ. Προϊόντων: έως και 100% των επιλέξιμων «δαπανών συνεργασίας».

Επιχειρήσεις σε αγροτικές περιοχές: έως και 50% των επιλέξιμων «δαπανών συνεργασίας».

ΑΜΕΣΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Εάν οι δαπάνες μπορούν να καλυφθούν και από άλλα μέτρα του ΠΑΑ, τα μέγιστα ποσά /ποσοστά των «άμεσων δαπανών» = με τα μέγιστα των αντίστοιχων μέτρων.

Οι άμεσες δαπάνες δεν πρέπει να υπερβαίνουν τις επιλέξιμες δαπάνες για επενδυτικές ενισχύσεις.

Το % στήριξης που ισχύει για την περιοχή στην οποία πραγματοποιείται η επένδυση είναι το ίδιο για όλους τους δικαιούχους που συμμετέχουν στο έργο συνεργασίας. Εάν η επένδυση γίνεται σε περισσότερα μέρη το μέγιστο % στήριξης είναι εκείνο που ισχύει στην περιοχή που γίνεται το μεγαλύτερο μέρος των επιλέξιμων δαπανών.

Ευχαριστώ για την προσοχή σας !!!

gsergaki@auth.gr

Σεργάκη Παναγιώτα, Επίκουρη Καθηγήτρια

Σχολή Γεωπονίας, Δασολογίας και Φυσικού Περιβάλλοντος

Τομέας Αγροτικής Οικονομίας

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης