



Αγροτική επιχειρηματικότητα και πρόσβαση στις αγορές

Δρ Κωνσταντίνος Ν. Ηλιόπουλος, Ερευνητής - Διευθυντής
 Ινστιτούτο Αγροτικής Οικονομίας και Κοινωνιολογίας
 ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ

Τα τελευταία τριάντα χρόνια, το παγκόσμιο σύστημα παραγωγής και εμπορίας αγροτικών προϊόντων/ τροφίμων βρίσκεται σε διαδικασία δραματικής αναδιάταξης, η οποία χαρακτηρίζεται από βιομηχανοποίηση της αγροτικής παραγωγής, παγκοσμιοποίηση των αγορών, μείωση ή και κατάργηση των επιδοτήσεων και άλλων προγραμμάτων στήριξης των τιμών των αγροτικών προϊόντων, δραματικές τεχνολογικές και δημογραφικές αλλαγές καθώς και κυκλικά επαναλαμβανόμενες οικονομικές κρίσεις σε διάφορες περιοχές του πλανήτη.

Ως αποτέλεσμα αυτών των τάσεων παρατηρούμε, μεταξύ άλλων, έντονη τμηματοποίηση των αγορών, κατάργηση/συγχώνευση επιπέδων της εφοδιαστικής αλυσίδας τροφίμων, ανταγωνιστικές πιέσεις για προσθήκη επιπλέον αξίας στα διατροφικά προϊόντα, στρατηγικές συμμαχίες και συνεργασίες ως το κύριο μέσο επιβίωσης και επιτυχίας, διοργάνωση περιήλων καναλιών διανομής, αυξημένη ανταπόκριση των καταναλωτών στις πληροφορίες και άλλα ερεθίσματα που λαμβάνουν, ανάγκη για μείωση του κόστους των συναλλαγών και ταχεία λήψη αποφάσεων, καθώς και στενές σχέσεις των συμμετεχόντων στην εφοδιαστική αλυσίδα.

Παράλληλα, και ήδη από τη δεκαετία του 1990, παρατηρούμε την οργάνωση πολυάριθμων Εναλλακτικών Μορφών Εφοδιαστικών Αλυσίδων (ΕΜΕΑ), όπως οι Βραχείες Εφοδιαστικές Αλυσίδες (ΒΕΑ), οι τοπικές αγορές, ποικιλόμορφα δίκτυα παραγωγών-καταναλωτών κ.λπ. Όλες αυτές οι προσπάθειες αποτελούν την αντίδραση παραγωγών και καταναλωτών στα διάφορα αγρο-διατροφικά σκάνδαλα που συγκλόνισαν τον κόσμο τα τελευταία 20 έτη, και την αποφυγή της περαιτέρω συρρίκνωσης του εισοδήματος των παραγωγών, προς όφελος των παγκόσμιων εταιρικών κολοσσών. Επίσης, αποτελούν τρόπους βελτίωσης της πρόσβασης των παραγωγών στις αγορές και στήριξης των επιχειρηματικών προσαρμογών των κατοίκων των αγροτικών περιοχών.

Η σύσταση και επιτυχής λειτουργία ΕΜΕΑ εξαρτάται, μεταξύ άλλων, από την πρόσβαση παραγωγών και καταναλωτών σε κατάλληλες υλικοτεχνικές και ηλεκτρονικές πλατφόρμες και ποικίλες άλλες υποδομές. Όπου αυτές δεν είναι διαθέσιμες, η

δημιουργία ενός πυκνού δικτύου οριζόντιων και κάθετων συνεργασιών σε τοπικό επίπεδο μπορεί να δημιουργήσει τις απαραίτητες συνέργειες για την εγκατάσταση των απαραίτητων πλατφορμών και υποδομών.

Η χρήση του όρου ΒΕΑ υπονοεί ότι υπάρχουν και «μακρές εφοδιαστικές αλυσίδες» (ΜΕΑ). Όντως, ο όρος ΜΕΑ αναφέρεται στις συμβατικές αλυσίδες παραγωγής και εμπορίας τροφίμων και ποτών. Μια τέτοια απλοποιημένη μορφή ΜΕΑ παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα, όπου φαίνεται και ο ρόλος μιας ΒΕΑ, μέσω της οποίας παρακάμπτονται πολλαπλοί κρίκοι της ΜΕΑ.

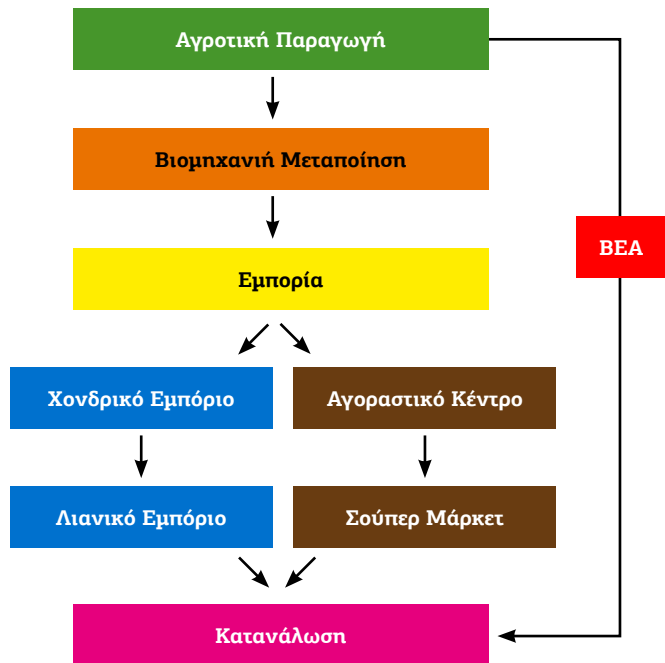
Οι ΕΜΕΑ περιλαμβάνουν ποικίλες μορφές παράκαμψης των μεσαζόντων από τους παραγωγούς αγροτικών προϊόντων, τροφίμων και ποτών. Για παράδειγμα, το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο LEADER, αναφέρει ότι οι ΒΕΑ υιοθετούν μία από τις παρακάτω οργανωτικές μορφές:

- Απευθείας πωλήσεις εντός της αγροτικής εκμετάλλευσης ή γενικότερα του τόπου παραγωγής, συμπεριλαμβανομένων των πωλήσεων προς τουρίστες.



- Πωλήσεις μέσω ταχυδρομικών παραγγελιών.
- Πωλήσεις μέσω του διαδικτύου.
- Κατάστημα ιδιοκτησίας των παραγωγών.
- Διανομή κατ' οίκον.
- Πωλήσεις σε τοπικά εστιατόρια και ταβέρνες.
- Πωλήσεις απευθείας σε επιχειρήσεις.
- Πωλήσεις σε παζάρια, πανηγύρια, λαϊκές αγορές κ.λπ.
- Πωλήσεις από τον ίδιο τον παραγωγό, σε ξεχωριστό περίπτερο, εντός τοπικών σούπερ μάρκετ.

Μια Συμβατική/Μακρά Εφοδιαστική Αλυσίδα Τροφίμων και η Παράκαμψη Κρίκων της από μια ΒΕΑ.



Σε κάθε περίπτωση, οι όροι ΜΕΑ και ΒΕΑ δεν αναφέρονται στη γεωγραφική απόσταση, αλλά στον αριθμό των μεσαζόντων μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή.

Ομαδοποιώντας τα παραπάνω είδη ΒΕΑ προτείνονται, βάσει εμπειρικής έρευνας, τα ακόλουθα γενικά είδη ΒΕΑ:

- Πρόσωπο με πρόσωπο: ο καταναλωτής αγοράζει ένα προϊόν απευθείας από τον παραγωγό/μεταποιητή. Η αυθεντικότητα του προϊόντος και η εμπιστοσύνη μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή χτίζεται με την πρόσωπο-με-πρόσωπο επικοινωνία τους. Το διαδίκτυο αποτελεί μια παραλλαγή αυτού του είδους ΒΕΑ.
- Γεωγραφικής εγγύτητας: τα προϊόντα παράγονται και πωλούνται εντός μιας συγκεκριμένης περιοχής ή τόπου και οι καταναλωτές ενημερώνονται σχετικά με την “τοπική” φύση του προϊόντος στο σημείο πώλησης.
- Ευρύτερης γεωγραφικής εγγύτητας: οι πληροφορίες για την αξία του προϊόντος, η οποία πηγάζει από τον τόπο και τρόπο παραγωγής μεταφράζεται έτσι ώστε να την κατανοούν και καταναλωτές που βρίσκονται εκτός της περιοχής παραγωγής και μπορεί να μην έχουν καν επισκεφθεί την περιοχή.

Κύρια χαρακτηριστικά των ΕΜΕΑ

Κύριο χαρακτηριστικό των ΕΜΕΑ είναι η ικανότητά τους να επαναφέρουν στο προσκήνιο τη γεωγραφική διάσταση των αγροτικών προϊόντων/ τροφίμων και έτσι να επιτρέπουν στους καταναλωτές να αξιολογήσουν κατά πόσο επιθυμούν να καταναλώσουν ένα διατροφικό προϊόν βάσει των δικών τους γνώσεων, εμπειριών, ή προσλαμβανόμενης εικόνας. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο, τα τρόφιμα φτάνουν στον καταναλωτή εφοδιασμένα με σημαντικές πληροφορίες. Το γεγονός αυτό, άλλωστε, αποτελεί κρίσιμη διαφορά μεταξύ συμβατικών και βραχείων εφοδιαστικών αλυσίδων.

Ο ακόλουθος πίνακας επιχειρεί μια σύντομη σύγκριση των κύριων χαρακτηριστικών των συμβατικών και των εναλλακτικών εφοδιαστικών αλυσίδων, συμπεριλαμβανομένων των ΒΕΑ.

Σύγκριση Συμβατικών και Εναλλακτικών Εφοδιαστικών Αλυσίδων Τροφίμων		
ΕΙΔΟΣ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΕ...	ΣΥΜΒΑΤΙΚΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ	ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ
Παραγωγούς	Προσαρμοσμένοι σε εντατική παραγωγή/ μειούμενες τιμές παραγωγού και χονδρική προμήθεια πρώτων υλών στη μεταποιητική βιομηχανία	Έμφαση στην ‘ποιότητα’/οι παραγωγοί βρίσκουν στρατηγικές για να εισπράξουν προστιθέμενη αξία/ νέα είδη συλλογικής επιχειρηματικότητας /ανάπτυξη νέων ειδικών αγορών και κοινωνικοοικονομικών σχέσεων
Καταναλωτές	Καμία αναφορά στη γεωγραφική προέλευση του προϊόντος/καμιά ενθάρρυνση να αναζητήσουν την πηγή προέλευσης	Καταναλωτές ποικίλλουν ως προς το επίπεδο γνώσης τους σχετικά με τον τόπο και τρόπο παραγωγής: πωλήσεις από πρόσωπο-με-πρόσωπο μέχρι απρόσωπες, εξ’ αποστάσεως πωλήσεις
Μεταποίηση και λιανικές πωλήσεις	Ιδιωτικά συστήματα ικνηλασιμότητας/όχι διαφανή/ τυποποιημένα προϊόντα χωρίς αναφορά σε τόπο προέλευσης	Τοπικές/περιφερειακές μεταποιητικές μονάδες και σημεία λιανικής πώλησης/υψηλός βαθμός ικνηλασιμότητας και διαφάνειας/αναφορά σε γεωγραφική προέλευση και ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά.
Θεσμικά Πλαίσια	Δημόσια και ιδιωτικά κανονιστικά πλαίσια χαρακτηριζόμενα από πολύ γραφειοκρατία /υιοθετούμενο μοντέλο υγιεινής προωθεί υψηλό βαθμό τυποποίησης/στήριξη από ΚΑΠ σε εθνικό επίπεδο (1 ^{ος} Πυλώνας)	Περιφερειακή ανάπτυξη και στήριξη από τοπικές αρχές νέων μορφών δικτύωσης και δημιουργίας υποδομών/στήριξη από ΚΑΠ σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο (2 ^{ος} Πυλώνας)
Άλλα Πλαίσια	Τεχνοκρατικές και εξ’ αποστάσεως σχέσεις/εμπορικές, μη γεωγραφικά εντοπισμένες σχέσεις/έλλειψη εμπιστοσύνης και τοπικής γνώσης	Σχέσεις βασισμένες στην εμπιστοσύνη σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο /μη γραμμικές σχέσεις (δίκτυο), ανταγωνιστικές αλλά και, κάποιες φορές, συνεργατικές

ΠΗΓΗ: Sonnino and Marsden (2006).



Παράγοντες επιτυχίας

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, οι παράγοντες που επηρεάζουν ή/και καθορίζουν το βαθμό επιτυχίας μιας ΕΜΕΑ (ΒΕΑ ή άλλης μορφής), είναι οι ακόλουθοι:

- Ο ρεαλιστικός υπολογισμός των ποσοτήτων, οι οποίες μπορούν να πωληθούν μέσω μιας ΕΜΕΑ.
- Η ανάπτυξη κατάλληλης μορφής συλλογικής επιχειρηματικότητας.
- Η αξιοποίηση τοπικών εμπορικών δεξιοτήτων, γνώσεων και ικανοτήτων για την ανάπτυξη απευθείας πωλήσεων.
- Η διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων.
- Η υιοθέτηση μιας σταδιακής προσέγγισης κατά τη δημιουργία των ΕΜΕΑ.
- Ο σχεδιασμός καινούργιων προϊόντων.

Σε αυτούς τους παράγοντες θα πρέπει να προστεθούν και όσοι μπορούν να επηρεάσουν την επιτυχή λειτουργία μιας συμβατικής εφοδιαστικής αλυσίδας. Στους παράγοντες αυτούς περιλαμβάνονται και οι ακόλουθοι: συνεχείς επενδύσεις (παρά τα ολοένα και στενότερα περιθώρια κερδοφορίας), κατάλληλο προσωπικό (που προωθεί την καινοτομία και αναπτύσσει καλές εμπορικές σχέσεις με πελάτες-κλειδιά), αύξηση του όγκου της παραγωγής (για να χρηματοδοτήσει απαραίτητες επενδύσεις και να προσφέρει έναν βαθμό εμπιστοσύνης στο μέλλον), μείωση του κόστους μέτρησης και ελέγχου (σε αναζήτηση επιπλέον ωφελειών από την αυξημένη αποτελεσματικότητα), και καινοτομία (όχι απλά στα προσφερόμενα προϊόντα αλλά, επίσης, στο επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών και στον τρόπο εμπορικής συναλλαγής με πελάτες-κλειδιά).

Περιοριστικοί παράγοντες

Παρά την αναφανόμενη συνεισφορά των ΒΕΑ, ή άλλων ΕΜΕΑ, στη βελτίωση του εισοδήματος των παραγωγών, στην ικανοποίηση των καταναλωτών, καθώς και στην επίτευξη πολλαπλών στόχων αγροτικής ανάπτυξης, η οργάνωση τέτοιων εφοδιαστικών αλυσίδων συχνά έρχεται αντιμέτωπη με αρκετούς περιοριστικούς παράγοντες, όπως:

- Ο μικρός αριθμός και μέγεθος των 'εναλλακτικών' παραγωγών σε μια περιοχή.



- Πολλοί παραγωγοί παραμένουν εγκλωβισμένοι στο βιομηχανικό μοντέλο παραγωγής.
- Η περιοριστική επίδραση της γραφειοκρατίας.
- Η έλλειψη σημαντικών κρίκων της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων σε τοπικό επίπεδο.
- Η έλλειψη σημαντικών υποδομών (π.χ. δρόμων, διαμετακομιστικών κέντρων, λιμανιών, τηλεπικοινωνιών).
- Αντικρουόμενα συμφέροντα σε τοπικό επίπεδο.

Την παραπάνω παράθεση και σύγκριση ειδών ΕΜΕΑ και του ρόλου που αυτές μπορούν να διαδραματίσουν στη βελτίωση της πρόσβασης των παραγωγών σε αγορές έλαβε σοβαρά υπόψη



της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Το καινούργιο Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης έχει σε σημαντικό βαθμό ενσωματώσει προτεραιότητες και αντίστοιχα μέτρα πολιτικής για την υποβοήθηση και ανάπτυξη ΕΜΕΑ διαφόρων μορφών σε όλη την ΕΕ.

Πληροφορίες: Ινστιτούτο Αγροτικής Οικονομίας & Κοινωνιολογίας, Τέρμα Αλκμάνος, 11528 Ιλίσια, Αθήνα, **τηλ.:** 2102756596, **e-mail:** iliopoulosc@agreri.gr