



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ

ΔΠΜΣ «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

«Συνεργατικές δράσεις στην Αγροδιατροφική αλυσίδα, η περίπτωση της Συμβολαιακής γεωργίας»

Αθανασιάδου Θ. Αναστασία

Επιβλέπων Καθηγητής:

Μαλινδρέτος Γεώργιος

ΑΘΗΝΑ 2020



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

«Συνεργατικές δράσεις στην Αγροδιατροφική αλυσίδα, η περίπτωση της Συμβολαιακής γεωργίας»

«Cooperative actions in the Agri-food chain, the case of Contract farming»

Αθανασιάδου Θ. Αναστασία

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

**ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΜΑΛΙΝΔΡΕΤΟΣ, Αναπλ. Καθηγητής ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝ/ΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
(επιβλέπων)**

ΤΣΙΜΠΟΥΚΑΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ, Καθηγητής Γ.Π.Α

ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑΣ ΠΑΥΛΟΣ, Αναπλ. Καθηγητής Γ.Π.Α

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα έρευνα μελετά σε πρώτο και θεωρητικό επίπεδο, τις συνέργειες στην αγροδιατροφική αλυσίδα και αναλύει την κατάσταση που υπάρχει, σχετικά με το θεσμό της συμβολαιακής γεωργίας στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, στόχοι της συγκεκριμένης μελέτης, είναι να αποτυπωθεί η στάση των παραγωγών, απέναντι στο συμβολαιακό τρόπο καλλιέργειας, να παρουσιαστεί ο βαθμός διάδοσης και εφαρμογής αυτού του εμπορικού θεσμού στον αγροδιατροφικό κλάδο, να προβληθούν τα θετικά που επιφέρει η συμβολαιακή καλλιέργεια αλλά και καταγραφούν τα προβλήματα που προκύπτουν από αυτή. Για την εξαγωγή των συμπερασμάτων, εκτός από την περιγραφική στατιστική, χρησιμοποιήθηκαν και έλεγχοι ανεξαρτησίας χ^2 καθώς και η εκτίμηση υποδειγμάτων γραμμικής πολλαπλής και λογιστικής παλινδρόμησης. Τα αποτελέσματα δείχνουν πως ο συμβολαιακός τρόπος καλλιέργειας είναι γνωστός στους Έλληνες παραγωγούς, όμως η προθυμία τους για σύναψη συμβολαιακής συμφωνίας εξαρτάται από τη φύση των προϊόντων που παράγουνε, την ύπαρξη ή μη προηγούμενης συμβολαιακής εμπειρίας, τη δημιουργία κινήτρων και από τη συμμετοχή τους παραγωγού σε κάποιο συνεταιριστικό σχήμα. Ωστόσο η πολυπλοκότητα του ζητήματος υποδεικνύει την ανάγκη περαιτέρω έρευνας.

Επιστημονική Περιοχή: Συμβολαιακή Γεωργία

Λέξεις - κλειδιά: συνέργειες, αγροδιατροφική αλυσίδα, πρωτογενής τομέας

Cooperative actions in the Agri-food chain, the case of Contract farming

ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ

ABSTRACT

At first and theoretical stage, the current research is studying the collaborations in agri-food chain and analyzing the existing situation in relation to the institution of contract farming in Greece. In particular, the targets of this specific study are to depict producers' attitude towards the contract farming method, to present the rate of spreading and application of this commercial institution in agri-food section, to promote the positive aspects which contract farming brings as well as recording any problems which may arise because of this method. The empirical analysis, apart from descriptive statistics, is based on chi-squared tests for independence as well as the estimation of multiple linear and logit regression. The results show that contract farming is well known among Greek producers. However, their willingness to make a contract farming deal depends on the nature of agricultural products they produce, on the existence or non-existence of previous contract farming experience, on the creation of incentives and on producer's participation in some kind of copartnership form. However, the complexity of the matter suggests the need for further research.

Scientific Area: Contract farming

Key words: collaborations, agri-food chain, primary sector

ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Αθανασιάδου Αναστασία δηλώνω ότι το κείμενο της μελέτης αποτελεί δικό μου, μη υποβοηθούμενο πόνημα. Υποβάλλεται σε μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ του Τμήματος Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής και Υδατοκαλλιεργειών , του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οποιοδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού.

ΑΘΑΝΑΣΙΑΔΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ

10/07/2020

(ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ)

(ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ)

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, για τη γνώση και εμπειρία που μου προσέφεραν και ιδιαίτερα τον επιβλέποντα καθηγητή κ. Γιώργο Μαλινδρέτο για την ευκαιρία που μου έδωσε να ασχοληθώ με ένα τόσο ενδιαφέρον ερευνητικό θέμα αλλά και για τη γενικότερη καθοδήγηση που μου παρείχε.

Επίσης, οφείλω να εκφράσω ένα μεγάλο ευχαριστώ την οικογένεια μου - Χαράλαμπο, Λαζαρία, Θεόδωρο, Γενοβέφα και Σοφία- για την πολύτιμη βοήθεια και την υπομονή τους. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω τα άτομα που πήραν μέρος με προθυμία στην έρευνα, καθώς η συμμετοχή τους ήταν πολύτιμη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT.....	4
ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ.....	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	11
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	12
1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
1.1 Αντικείμενο διατριβής.....	13
1.2 Στόχος.....	13
1.3 Δομή –μεθοδολογία.....	13
2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ	15
2.1 Συνεργατικά μοντέλα στην αγροδιατροφική αλυσίδα.....	15
2.2 «Clusters» η συσταδες στην αγροδιατροφική αλυσίδα	17
2.2.1 Παράγοντες επιτυχίας ενός cluster	21
2.2.2 Είδη «Clusters» στην αγροδιατροφική αλυσίδα.....	23
2.3 Δίκτυα επιχειρήσεων	28
2.4 Διαφορές cluster επιχειρήσεων και επιχειρηματικών δικτύων.....	30
2.5 Οι συνέργειες στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση	31
2.5.1 Οι συνέργειες στην Ευρωπαϊκή Ένωση	31
2.5.2 Οι συνέργειες στον Ελλαδικό χώρο	33
2.5.3 Παραδείγματα συλλογικών σχημάτων στην Ελλάδα	34
3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ	38
3.1 Η λειτουργία της διανομής στην εφοδιαστική αλυσίδα	38
3.1.1 Παράγοντες που επηρεάζουν το Σχεδιασμό του Δικτύου Διανομής.....	39
3.2 Είδη καναλιών διανομής αγροτικών προϊόντων.....	40
3.2.1 Συστήματα καναλιών διανομής.....	41
3.3 Πώληση με μεσάζοντες.....	42
3.3.1 Λιανική πώληση αγροτικών προϊόντων	44
3.3.2 Ο ρόλος των μεσαζόντων	45
3.3.3 Κινήματα κατά των μεσαζόντων στην Ελλάδα και η επιχειρησιακή πορεία τους	46
3.3.4 Λόγοι πώλησης αγροτικών προϊόντων χωρίς μεσάζοντες.....	48

3.3.5	Εναλλακτικά κανάλια διανομής χωρίς μεσάζοντες.....	50
4	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ	53
4.1	Η έννοια της συμβολαιακής γεωργίας.....	53
4.2	Μοντέλα της συμβολαιακής γεωργίας	54
4.2.1	Ανεπίσημο μοντέλο (informal model).....	54
4.2.2	Ενδιάμεσο μοντέλο (intermediary model).....	54
4.2.3	Συγκεντρωτικό μοντέλο (centralized model)	55
4.2.4	Μοντέλο Πυρήνα Ιδιοκτησίας (nucleus estate model).....	56
4.2.5	Πολυμερές μοντέλο (multipartitem model).....	57
4.3	Τύποι συμβολαίων.....	57
4.4	Το περιεχόμενο του συμβολαίου	61
4.5	Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της συμβολαιακής γεωργίας	65
4.5.1	Τα οφέλη της Συμβολαιακής Γεωργίας.....	65
4.5.2	Προβλήματα της Συμβολαιακής Γεωργίας.....	67
4.6	Κριτική της μεθόδου της συμβολαιακής γεωργίας.....	70
4.7	Προϋποθέσεις ύπαρξης επιτυχούς μοντέλου συμβολαιακής γεωργίας	74
4.8	Εταιρική κοινωνική ευθύνη και συμβολαιακής γεωργίας.....	75
5	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	76
5.1	Η κατάσταση του πρωτογενούς κλάδου στην Ελλάδα του σήμερα	76
5.2	Η συμβολαιακή γεωργία εν Ελλάδι.....	76
5.3	Περιπτώσεις επιτυχίας και αποτυχίας στην Ελλάδα	78
5.4	Νομοθετικό πλαίσιο συμβολαιακής γεωργίας.....	82
5.5	Λόγοι επιλογής της συμβολαιακής γεωργίας	83
5.5.1	Για τις επιχειρήσεις	83
5.5.2	Για τους Αγρότες.....	85
5.6	Προβλήματα της συμβολαιακής γεωργίας	85
5.6.1	Δομικά πρακτικά προβλήματα	86
6	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ	88
6.1	Μεθοδολογία δειγματοληπτικής έρευνας.....	88
6.2	Προφίλ του δείγματος	90
7	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ	107
7.1	Συσχετίσεις.....	107
7.2	Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των καλλιεργητικών περιόδων για τις οποίες ο παραγωγός θα ήθελε να συνάψει συμφωνία με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας.....	119

7.3	Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση των παραγωγών να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας.....	122
8	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8:ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	126
8.1	Αποτελέσματα έρευνας σε σχέση με τη θεωρία.....	126
8.2	Γενικά συμπεράσματα.....	128
8.3	Περιορισμοί και περαιτέρω έρευνα.....	131
	Βιβλιογραφία.....	133
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1	137

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Οι δυνατότητες συνεργειών μεταξύ παραγωγών και άλλων φορέων. ΠΗΓΗ: Μαλινδρέτος, 2015.....	17
Πίνακας 2. Διαφορές Συστάδων Επιχειρήσεων με Επιχειρηματικά Δίκτυα	31
Πίνακας 3. Είδη καναλιών διανομής.....	41
Πίνακας 4. Η Διαφορά τιμών μεταξύ παραγωγού και λιανικής.....	49
Πίνακας 5. Επίδραση του χρόνου απασχόλησης στην αγροτική παραγωγή στην σύναψη συμφωνίας με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας	108
Πίνακας 6. Επίδραση του κυριότερου παραγόμενου προϊόντος στην σύναψη εμπορικής συμφωνίας με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας	110
Πίνακας 7. Επίπεδο εκπαίδευσης και εξοικείωση με την συμβολαιακή γεωργία	112
Πίνακας 8. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την βελτίωση της τιμής πώλησης των προϊόντων τους στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας.....	113
Πίνακας 9. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την ενίσχυση της ρευστότητας του παραγωγού μέσω της συμβολαιακής γεωργίας στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας.....	115
Πίνακας 10. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την εξασφάλιση καλύτερης τιμής αγοράς εφοδίων μέσω της συμβολαιακής γεωργίας στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας.....	117
Πίνακας 11. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων μέσω της συμβολαιακής γεωργίας, στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας.....	118
Πίνακας 12. Συντελεστές ανεξαρτήτων μεταβλητών του υποδείγματος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης.....	121
Πίνακας 13. Συντελεστές ανεξαρτήτων μεταβλητών του υποδείγματος της λογιστικής παλινδρόμησης.....	124

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1. Σχηματική απεικόνιση του ορισμού του MichaelPorterγια τις συστάδες επιχειρήσεων ή αλλιώς «clusters», πιο συγκεκριμένα «...γεωγραφικά κοντινές επιχειρήσεις και άλλοι φορείς, όπως πανεπιστήμια, που αλληλεπιδρούν με τη βοήθεια της τεχνολογίας για την υλοποίηση ενεργειών σε συγκεκριμένους τομείς».	18
Σχήμα 2. Η μορφή που μπορεί να έχει ένα Σύστημα Cluster	20
Σχήμα 3. Η απεικόνιση του Ανεπίσημου Μοντέλου	55
Σχήμα 4. Η απεικόνιση του Ανεπίσημου Μοντέλου	56
Σχήμα 5. Απεικόνιση του Ενδιάμεσου Μοντέλου.....	56
Σχήμα 6. Φύλο Δείγματος	91
Σχήμα 7. Γνώση συμβολαιακής γεωργίας.....	95
Σχήμα 8. Συμμετοχή σε συνεταιριστικό σχήμα.....	96
Σχήμα 9. Σύναψη Συμβολαιακής Συμφωνίας.....	96
Σχήμα 10. Προθυμία Σύναψης Συμβολαιακής Σχέσης	97

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1. Ηλικία Δείγματος.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
Διάγραμμα 2. Έτη απασχόλησης με την αγροτική παραγωγή.....	91
Διάγραμμα 3. Μορφωτικό Επίπεδο	92
Διάγραμμα 4. Ετήσιο Αγροτικό Εισόδημα.....	93
Διάγραμμα 5. Κύριο Παραγόμενο Προϊόν	94
Διάγραμμα 6. Προτίμηση Συμβολαιακών Σχημάτων.....	97
Διάγραμμα 7. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής πώλησης.....	98
Διάγραμμα 8. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στην ενίσχυση της ρευστότητας...	99
Διάγραμμα 9. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στην εξασφάλιση αγροτικών εφοδίων.....	100
Διάγραμμα 10. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στη διασφάλιση αγορών πώλησης.....	101
Διάγραμμα 11. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στη διασφάλιση γνώσης και τεχνογνωσίας.....	102
Διάγραμμα 12. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στη βελτίωση της ποιότητας παραγωγής.....	103
Διάγραμμα 13. Αύξηση του κόστους παραγωγής.....	104
Διάγραμμα 14. Εύρος προϊόντων που συμφέρει η συμβολαιακή γεωργία.....	105
Διάγραμμα 15. Διάρκεια καλλιεργητικών περιόδων σύναψης εμπορικών συμβολαίων.....	106

1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Αντικείμενο διατριβής

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη και η ανάλυση της κατάστασης του θεσμού της συμβολαιακής γεωργίας στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα μελετήθηκε ο βαθμός στον οποίο οι παραγωγοί της χώρας είναι ενήμεροι για τη συμβολαιακή καλλιέργεια, η στάση τους απέναντι σε αυτή καθώς και οι παράγοντες που συμβάλουν στην ορθή εφαρμογή της. Τέλος αναδεικνύονται τα θετικά που μπορεί να επιφέρει η συμβολαιακή γεωργία στις αγροτικές επιχειρήσεις και τα μελανά σημεία που ενδέχεται να προκύψουν σε αυτές από τη μη σωστή εφαρμογή της.

1.2 Στόχος

Στόχος της εργασίας, είναι να παρουσιαστεί και να αναλυθεί σε, πρώτο επίπεδο μια θεωρητική αποτίμηση της κατάσταση που υπάρχει σχετικά με την εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας πανελλαδικά, ενώ σε δεύτερο επίπεδο είναι να γίνει μια εμπειρική προσέγγιση του θέματος μέσω ερωτηματολογίου, που απευθύνεται σε παραγωγούς της ελληνικής επικράτειας. Η έρευνα αποσκοπεί στο να προβληθεί η γνώση, η αντίληψη και η πρόθεση των παραγωγών σχετικά με τον συμβολαιακό θεσμό. Το ερευνητικό κομμάτι στοχεύει, επίσης στο να αναδείξει τόσο τις καλές πρακτικές της συμβολαιακής γεωργίας για τους παραγωγούς, όσο και τα προβλήματα που ελλοχεύουν διαμέσου της εφαρμογής της.

1.3 Δομή –μεθοδολογία

Αρχικά, το Κεφάλαιο 1 αποτελεί ένα εισαγωγικό κεφάλαιο το οποίο παρουσιάζει εν συντομία το αντικείμενο και το στόχο της παρούσας διατριβής.

Το Κεφάλαιο 2 παρουσιάζει και αναλύει διάφορα είδη συνεργατικών σχημάτων στον αγροδιαττοφικό κλάδο. Επεξηγεί /αναλύει το θεσμό των «clusters» και των δικτύων επιχειρήσεων. Και παρουσιάζει την πορεία των συνεργειών σε ελληνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Το κεφάλαιο 3, σε πρώτο επίπεδο αναλύει τα κανάλια διανομής που υπάρχουν στην αγροδιατροφική αλυσίδα και τη λειτουργία των δικτύων διανομής σε αυτή. Ενώ σε δεύτερο επίπεδο, αποτυπώνει το ρόλο των μεσαζόντων μέσα στην αλυσίδα και αναλύει σύντομα το κίνημα κατά των μεσαζόντων στην Ελλάδα και την επιχειρησιακή του πορεία.

Το Κεφάλαιο 4 αναπτύσσει διεξοδικά το συμβολαιακό θεσμό, αναλύοντας την έννοια της συμβολαιακής γεωργίας και τα χαρακτηριστικά των μοντέλων της. Επιπλέον στο κεφάλαιο αυτό περιγράφονται οι τύποι των συμβολαίων και το περιεχόμενό τους, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του θεσμού, ενώ παρουσιάζονται οι προϋπόθεσης επιτυχίας του συγκεκριμένου εμπορικού μοντέλου. Τέλος προβάλλεται η εταιρική κοινωνική ευθύνη της συμβολαιακής γεωργίας.

Το Κεφάλαιο 5 αναλύει τη συμβολαιακή καλλιέργεια στην Ελλάδα. Περιγράφει την κατάσταση του πρωτογενούς κλάδου και προβάλλει επιτυχημένες και μη εφαρμογές της συμβολαιακής γεωργίας στη χώρα. Στο κεφάλαιο αυτό, γίνεται αναφορά στο νομοθετικό πλαίσιο που πλαισιώνει τη συμβολαιακή γεωργία και αναλύονται οι λόγοι επιλογής της εφαρμογής του συμβολαιακού θεσμού, τόσο από τις επιχειρήσεις όσο και από τους παραγωγούς.

Στην συνέχεια, στο Κεφάλαιο 6 ακολουθεί το εμπειρικό μέρος, όπου αρχικά καταγράφεται η μεθοδολογία της δειγματοληπτικής έρευνας, ο ερευνητικός στόχος, η μέθοδος συλλογής στοιχείων και η περιγραφή της διαδικασίας της δειγματοληψίας. Τέλος γίνεται αναλυτικά η περιγραφική ανάλυση του δείγματος με διαγράμματα κατανομής συχνοτήτων για κάθε ερώτηση που κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι στο ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε.

Στο κεφάλαιο 7 κεφάλαιο, παρουσιάζονται οι έλεγχοι ανεξαρτησίας X^2 που έγιναν μεταξύ διάφορων μεταβλητών καθώς και τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων των υποδειγμάτων γραμμικής και λογιστικής παλινδρόμησης.

Τέλος στο κεφάλαιο 8, ολοκληρώνεται η πτυχιακή εργασία, όπου και παρουσιάζονται τα γενικά συμπεράσματα, τα αποτελέσματα της έρευνας και οι προτάσεις που προέκυψαν τόσο από το θεωρητικό όσο και από το ερευνητικό μέρος.

2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

2.1 Συνεργατικά μοντέλα στην αγροδιατροφική αλυσίδα

Η οργάνωση των επιχειρήσεων σε ομάδες ή συστάδες (clusters) επιχειρήσεων δεν είναι κάτι καινούριο ούτε κάτι πρωτοποριακό. Οι συστάδες δημιουργήθηκαν για να καλύψουν ανάγκες των επιχειρήσεων σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα. Η παγκοσμιοποίηση των αγροδιατροφικών δραστηριοτήτων, αλλά και της κατανάλωσης, επιβάλλουν έμφαση στην ομογενοποίηση, συγκέντρωση, προτυποποίηση και συντονισμό σε παγκόσμια βάση. Στον αγροδιατροφικό κλάδο διαφορετικά σχήματα συνέργειας έχουν υλοποιηθεί με επιτυχία (Γκέκας, 2017):

- **Συνέργεια σε όλη την αλυσίδα.** Δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη της περιοχής στα πλαίσια μιας παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Η προσέγγιση «ThinkGlobal, ActLocal» ενισχύει την ανταγωνιστικότητα συνδυάζοντας την τοπική στρατηγική η οποία λαμβάνει υπόψιν τοπικά θέματα, με μία παγκόσμια η οποία συνδέει τις αγροδιατροφικές επιχειρήσεις με τις διεθνείς αγορές.
- **Αγροδιατροφικά συμπλέγματα.** Αφορά όλες δραστηριότητες που είναι απαραίτητες για την παραγωγή και εμπορία ενός συγκεκριμένου προϊόντος.
- **Αγροβιομηχανικά πάρκα.** Πρόκειται για οργανώσεις που χρησιμοποιούν κοινόχρηστο εξοπλισμό και υπηρεσίες (μεταφορές, αποθήκες και τυποποίηση) που είναι απαραίτητα για την επεξεργασία αγροδιατροφικών προϊόντων.
- **Αγρο-εξαγωγικές ζώνες.** Συγκεκριμένα προϊόντα ή μια ομάδα από παρόμοια προϊόντα επιλέγονται και προωθούνται για εξαγωγή. Η παραγωγή των προϊόντων παράγεται σε συγκεκριμένη περιοχή (της οποίας το εύρος ποικίλει) η οποία αποτελεί την αγροεξαγωγική ζώνη.
- **Εξαγωγικές κοινοπραξίες.** Δημιουργούνται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την προώθηση αγαθών και υπηρεσιών των μελών του στο εξωτερικό, μέσα από μεμονωμένες συλλογικές δράσεις.
- **Ένα χωριό ένα προϊόν.** Αφορά την επικεντρωμένη παραγωγή ενός προϊόντος προστιθέμενης αξίας σε μία συγκεκριμένη περιοχή.

Στόχος των ελληνικών επιχειρήσεων θα πρέπει να είναι να δημιουργήσουν συνέργειες οι οποίες θα τις κάνουν πιο ανταγωνιστικές στις διεθνείς αγορές. Οι συνέργειες αυτές

θα σχηματιστούν με γνώμονα τις ιδιαίτερες ανάγκες των επιχειρήσεων και όχι απαραίτητα με βάση προκαθορισμένα μοντέλα (Γκέκας, 2017).

Στις οργανωμένες δομές, όπως τα συνεργατικά σχήματα, το μεγαλύτερο ενδιαφέρον στο εξωτερικό προέρχεται από μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που θέλησαν να καθιερωθούν ως σημαντικοί φορείς σε συγκεκριμένους τομείς υψηλής απόδοσης ή σε εξειδικευμένους τομείς. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται ότι η συμμετοχή τους σε τέτοιες δομές, μπορεί πλέον να τους δώσει ένα σημαντικό πλεονέκτημα σε μια σειρά θεμάτων, από την πρόσβαση σε ανθρώπινο δυναμικό υψηλής απόδοσης και σε εργαλεία προώθησης, έως και την κάλυψη επενδυτικών τους αναγκών (Πάσχου, 2015).

Ένα ακόμα σημαντικό κομμάτι των συνεργειών που αξίζει να αναφέρουμε αφορά τα επίπεδα στα οποία μπορούν να αναπτυχθούν. Πιο συγκεκριμένα, οι συνέργειες μπορούν να αναπτυχθούν σε δύο επίπεδα, την παραγωγή και τις εξαγωγές. Οι συνέργειες στην παραγωγή αφορούν τις επιχειρήσεις που χρειάζεται να βελτιώσουν το προϊόν τους στο επίπεδο της ποιότητας και του κόστους που προκύπτει από την διαδικασία της καλλιέργειας και της τυποποίησης. Τέτοιες συνέργειες μπορούν να αναπτυχθούν μέσα από ομάδες παραγωγών που θα συνεργάζονται με εξειδικευμένους επιστήμονες. Μέσα από μια τέτοιου είδους συνεργασία θα μπορέσει να γίνει διαχείριση των όποιων προβλημάτων συλλογικά. Οι ομάδες αυτές έχει νόημα, αρχικά τουλάχιστον, να οργανωθούν αξιοποιώντας την γεωγραφική εγγύτητα. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω το δεύτερο επίπεδο συνεργειών αφορά τις εξαγωγές. Αυτό αναφέρεται στις επιχειρήσεις που έχουν ήδη αναπτύξει ένα επιτυχημένο μοντέλο παραγωγής, το οποίο τους εξασφαλίζει ένα ποιοτικό, διαφοροποιημένο και ανταγωνιστικό προϊόν σε επίπεδο κόστους. Στόχος των επιχειρήσεων αυτών είναι να μπορέσουν να υποστηρίξουν την εγκατάσταση του προϊόντος τους σε μία αγορά του εξωτερικού. Αυτό θα το πετύχουν μέσα από συνέργειες, με σκοπό την αποτελεσματικότερη προσέγγιση και εγκατάσταση τους σε νέες αγορές ή για περαιτέρω ανάπτυξη στις ήδη υπάρχουσες. Με τον τρόπο αυτό γίνεται φανερό ότι ακόμη και οι επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει ποιοτικά και υψηλής ποιότητας προϊόντα, θα πρέπει να αντιμετωπίσουν σημαντικά εμπόδια στην είσοδο και αποδοχή των προϊόντων τους σε νέες αγορές (Γκέκας, 2017).

Σύμφωνα με το *Μαλινδρέτο (2015)*, στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι συνέργειες που μπορούν να δημιουργηθούν μεταξύ των παραγωγών και άλλων

φορέων. Μέσα από το πίνακα μπορούμε να δούμε αναλυτικά, ποιοι μπορεί να είναι στόχοι ή το αποτέλεσμα που επιδιώκεται μέσα από κάθε είδους συνέργεια.

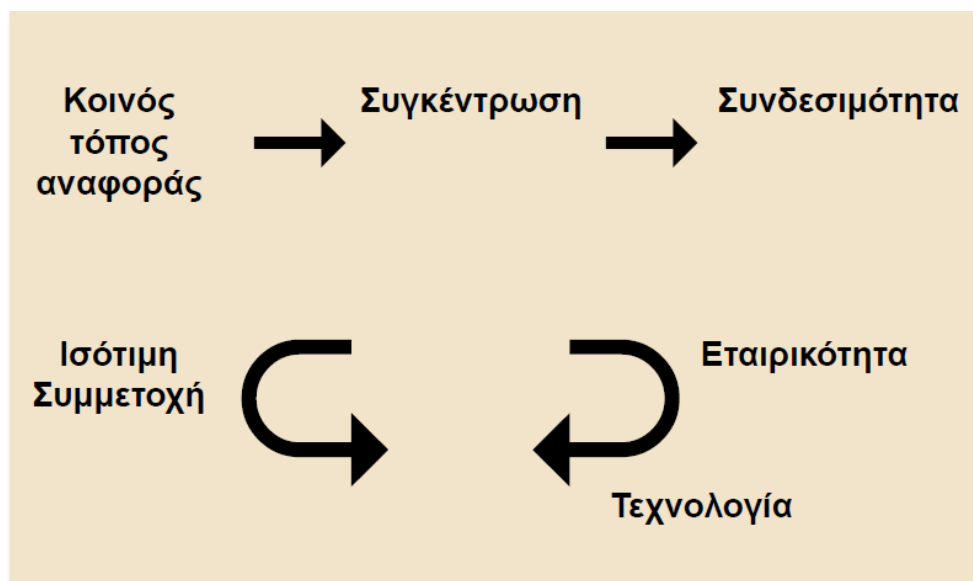
Είδος συνέργειας	Αποτέλεσμα / Στόχος
Μεταξύ των μικρομεσαίων αγροτών	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία Συνεταιρισμού • Συμπράξεις διαφορετικών κλάδων (π.χ. κρασιού, ελαιόλαδου)
Μεταξύ αγροτικών επιχειρήσεων, συνεταιρισμών με δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς χρηματοδότησης (π.χ. τράπεζες)	<ul style="list-style-type: none"> • Χρηματοδότηση • Τεχνογνωσία
Μεταξύ αγροτικών επιχειρήσεων, συνεταιρισμών και μεταποιητικών επιχειρήσεων (βιομηχανία τροφίμων)	<ul style="list-style-type: none"> • Συμβολαιακή γεωργία • Πληροφόρηση - τεχνογνωσία στις αγροτικές επιχειρήσεις ή συνεταιρισμούς • Διείσδυση στα κανάλια διανομής
Μεταξύ αγροτικών επιχειρήσεων, συνεταιρισμών με εκπαιδευτικούς φορείς	<ul style="list-style-type: none"> • Πληροφόρηση και τεχνογνωσία • Συνεχής κατάρτιση
Μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων μερών στην αγροδιατροφική εφοδιαστική αλυσίδα	<ul style="list-style-type: none"> • Αγροτικά clusters
Μεταξύ αγροτικών, τουριστικών μονάδων και πολιτιστικών φορέων	<ul style="list-style-type: none"> • Τοπική ανάπτυξη • Κοινή προώθηση • Αλληλοσυμπλήρωση δεξιοτήτων/γνώσεων

Πίνακας 1. Οι δυνατότητες συνεργειών μεταξύ παραγωγών και άλλων φορέων.
ΠΗΓΗ: Μαλινδρέτος, 2015

2.2 «Clusters» η συσταδες στην αγροδιατροφική αλυσίδα

Με τον όρο «cluster» ή «συστάδες» γίνεται κυρίως αναφορά σε μία ή περισσότερες ομάδες ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις αυτές είναι συνήθως εγκατεστημένες σε γειτνιάζουσες περιοχές, οι οποίες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και έχουν ως στόχο την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, (για παράδειγμα κοινές προμήθειες, logistics, αποθήκες), την πρόσβαση σε πόρους (αγορές κεφαλαίων, ανάπτυξη και μεταφορά γνώσης, εξειδικευμένο προσωπικό), την άμεση και έγκαιρη πληροφόρηση και σε γενικές γραμμές την ανάληψη πρωτοβουλιών για τη μείωση του κόστους παραγωγής, τη βελτίωση της λειτουργίας και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων – εταιρίων. Τα clusters σε περιφερειακό επίπεδο μπορούν να στοχεύσουν στην ανάδειξη περιφερειακών συγκριτικών

πλεονεκτημάτων, όπως τα τοπικά προϊόντα, οι τουριστικές και πολιτιστικές διαδρομές (Βλάχβη).



Σχήμα 1. Σχηματική απεικόνιση του ορισμού του Michael Porter για τις συστάδες επιχειρήσεων ή αλλιώς «clusters», πιο συγκεκριμένα «...γεωγραφικά κοντινές επιχειρήσεις και άλλοι φορείς, όπως πανεπιστήμια, που αλληλοεπιδρούν με τη βοήθεια της τεχνολογίας για την υλοποίηση ενεργειών σε συγκεκριμένους τομείς».

Πηγή: (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις)

Ο Porter εισήγαγε την έννοια των συνεργατικών σχηματισμών. Ο ορισμός που έχει επικρατήσει για τους συνεργατικούς σχηματισμούς (clusters), εναλλακτικά συστάδες (Ζυγιάρης, 2014). Σύμφωνα λοιπόν με τον Porter μία συστάδα «cluster» είναι «μια γεωγραφικά εγγύς ομάδα διασυνδεδεμένων εταιρειών και συνδεδεμένων ιδρυμάτων σε ένα συγκεκριμένο πεδίο, που συνδέονται με κοινά και συμπληρωματικά στοιχεία. Οι συστάδες λαμβάνουν διάφορες μορφές ανάλογα με το βάθος και την πολυπλοκότητά τους, αλλά τα περισσότερα περιλαμβάνουν εταιρείες τελικού προϊόντος ή παροχής υπηρεσιών, προμηθευτές εξειδικευμένων εισροών, εξαρτημάτων, μηχανημάτων και υπηρεσιών χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και εταιρείες σε συναφείς βιομηχανίες» (Looijen & Heijman, 2013).

Πέρα από τον ορισμό του Porter υπάρχουν και άλλες βιβλιογραφικές πηγές που αναφέρουν πως το βασικό χαρακτηριστικό μιας επιχειρηματικής συνέργειας είναι η εταιρική, η ισότητα των μελών που την απαρτίζουν και η βιωσιμότητα του εγχειρήματος. Η «γέννηση» ενός cluster ωστόσο γίνεται συνήθως έπειτα από

συλλογική πρωτοβουλία, με την εμπύχωση ενός άτυπου «ηγέτη» (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

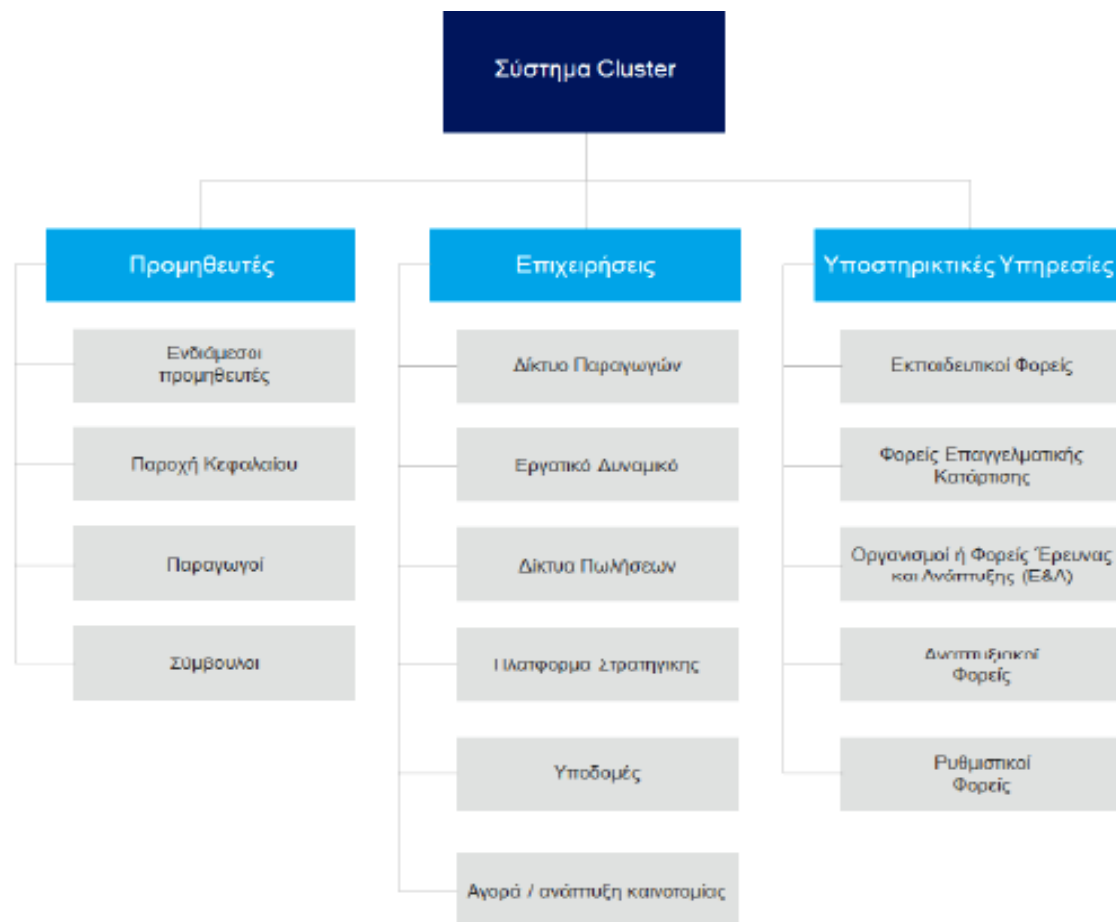
Ο συγγραφέας Hutton (2004) αναφερόμενος στα clusters χρησιμοποιεί τον όρο «σημαίνοντες θύλακες» τους οποίους περιγράφει ως : «επίκεντρα της νέας οικονομίας του κέντρου της μεταβιομηχανικής πόλης. Συμπεριλαμβάνουν παραγωγικές δραστηριότητες σε νέους οικονομικούς τομείς - κλειδιά, επανακαθορίζουν τα χαρακτηριστικά της νέας κατανάλωσης και του νέου τρόπου ζωής και προσφέρουν ευκαιρίες για ανάπτυξη δικτύου τεχνογνωσίας μέσω χωρικής αλληλεπίδρασης και ανταλλαγής πληροφοριών. Αντιπροσωπεύουν διακριτό αστικό περιβάλλον και συνεισφέρουν στην ενίσχυση της ταυτότητας του τόπου» (Εταμ Α.Ε., 2018).

Γενικότερα, τα Clusters μπορούν να συμβάλλουν καταλυτικά στην ενίσχυση της ανταγωνιστικής δυναμικής επιχειρήσεων συγκεκριμένων κλάδων και να τις οδηγήσουν στην κορυφή, παρότι αντιμετωπίζουν έντονο διεθνή ανταγωνισμό. Σε διεθνές επίπεδο, τα Clusters εμπεριέχουν, εκτός από τις επιχειρήσεις, κυβερνητικούς και άλλους οργανισμούς, όπως πανεπιστήμια, φορείς τυποποίησης, ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης και εμπορικές γνώσεις. Οι φορείς αυτοί παρέχουν εξειδικευμένη κατάρτιση, εκπαίδευση, πληροφόρηση, έρευνα και τεχνολογική υποστήριξη (Πάσχου, 2015)

Σημαντικό όμως είναι να δούμε και τα στάδια που μπορεί να περάσει η δημιουργία συνεργειών μεταξύ επιχειρήσεων, από την ιδέα έως την εφαρμογή της. Ήδη από τη φάση της ανάπτυξης μιας συστάδας-συνέργειας ορίζεται η «διοίκηση». Πιο συγκεκριμένα η διοίκηση συνήθως αποτελείται από στελέχη των βασικών επιχειρήσεων «κορμού» και το διαμεσολαβητή ή αλλιώς εμπνευστή που ενθάρρυνε και εμπύχωσε την ανάπτυξη της συνέργειας. Η διοίκηση που δημιουργείτε και αποτελεί τη διοίκηση της συστάδας απορρέει από συμφωνία των εταίρων και δεν επιβάλλεται εξωγενώς. Αυτό δεν ισχύει όμως στην περίπτωση που η δημιουργία clusters απορρέει από την πρόσκληση ενός προγράμματος. Σε γενικές γραμμές το η επιτυχία των συνεργειών είναι η εταιρικήτητα, η ανάπτυξη δηλαδή εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών, η διάχυση πληροφορίας/γνώσης και η εξασφάλιση χρηματοδοτήσεων. Ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα των επιτυχημένων συνεργειών είναι το γεγονός ότι διευρύνονται συνεχώς και προσπαθούν να ενσωματώσουν στο καταστατικό τους νέους εταίρους. Η ανάπτυξη και η βελτίωση είναι τα χαρακτηριστικά αυτά που μπορούν να οδηγήσουν κάθε συνεργασία μεταξύ

επιχειρήσεων στην επιτυχία. (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Υπάρχουν πολλοί λόγοι που μπορούν να οδηγήσουν τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν κάποιο Cluster ή να ενταχθούν σε ένα ήδη υπάρχον. Πρώτος και σημαντικός λόγος είναι να αναδείξουν τοπικά προϊόντα που παράγονται από διαφορετικούς μικρούς παραγωγούς σε μια γεωγραφική περιοχή. Αυτό συνήθως συμβαίνει σε μικρές τοπικές επιχειρήσεις που έχουν ως στόχο να τυποποιήσουν τα προϊόντα τους, να αναπτύξουν ένα κοινό σύστημα διαχείρισης ποιότητας ή να αναπτύξουν μια κοινή εμπορική πολιτική που δυνητικά θα τους επιτρέψει να εισέλθουν μαζί σε νέες αγορές. Άλλος λόγος είναι να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό που προκύπτει από τις μεγάλες και ισχυρές επιχειρήσεις του εκάστοτε κλάδου. Μέσα από τέτοιες συνεργασίες δίνεται η δυνατότητα εύρεσης ενός κοινού τρόπου προβολής και διαφήμισης, διοργάνωσης εκδηλώσεων και παροχής υποστηρικτικών υπηρεσιών (Πάσχου, 2015).



Σχήμα 2. Η μορφή που μπορεί να έχει ένα Σύστημα Cluster

Πηγή: Bergman&Feser, 1999; Πάσχου, 2015

Στο παραπάνω σχήμα βλέπουμε την αναπαράσταση των επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται σε ένα σύστημα Cluster. Η κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων αυτών όπως μπορούμε να δούμε γίνεται ως προς τους προμηθευτές, τις επιχειρήσεις και τις υποστηρικτικές υπηρεσίες. Έτσι μπορούμε να δούμε όλους τους συντελεστές ενός τέτοιου συστήματος.

Ένα από τα χαρακτηριστικά που απασχολεί περισσότερο τις επιχειρήσεις κατά την διαδικασία λήψης αποφάσεων για τη δημιουργία συνεργειών αποτελεί η χρηματοδότηση. Σε γενικές γραμμές η χρηματοδότηση μιας συστάδας - συνέργειας εξαρτάται από τον κύκλο ζωής που διανύει. Συνήθως, μία συστάδα ενεργοποιείται στο πλαίσιο συγκεκριμένου έργου (project cluster), οπότε η χρηματοδότηση εξασφαλίζεται από κεφάλαια που προέρχονται από εθνικό ή/και ευρωπαϊκό επίπεδο. Σημαντικό χαρακτηριστικό αυτής της χρηματοδότησης αποτελεί η συνεισφορά ή αλλιώς η ίδια συμμετοχή των εταίρων του cluster, η οποία στα ελληνικά δεδομένα μπορεί να αγγίξει το 50%. Στη φάση της ωριμότητας, οι συνέργειες (business clusters) αντλούν κεφάλαια κυρίως από εισφορές των μελών, τραπεζικό δανεισμό και άλλες μορφές χρηματοδότησης, που συνδέονται με την επίτευξη καινοτόμων προϊόντων, χορηγίες και λοιπές χρηματοδοτήσεις από την Πολιτεία (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Συμπερασματικά, γίνεται εμφανές ότι κατά την δημιουργία συνεργειών επιχειρήσεων πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι πηγές χρηματοδότησης, καθώς σύμφωνα με τα παραπάνω επιβαρύνουν τους εταίρους.

2.2.1 Παράγοντες επιτυχίας ενός cluster

Σε γενικές γραμμές δεν υπάρχει ένας τρόπος ή μία ομάδα παραγόντων που θα οδηγήσουν σίγουρα στην επιτυχή λειτουργία συνεργατικών σχημάτων. Όλα εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες με κύριο και σημαντικότερο τις ιδιαίτερες συνθήκες κάθε περιοχής. Στη συνέχεια αναφέρονται συνοπτικά οι παράγοντες που φαίνεται πως έχουν επηρεάσει θετικά την δημιουργία και ανάπτυξη συστάδων (Ζαχαράκης, 2017).

- **Συμμετοχή Επιχειρήσεων:** Πρώτος και σημαντικός παράγοντας αποτελεί η συμμετοχή των επιχειρήσεων στη δημιουργία μίας συνέργειας. Σημαντικό βέβαια είναι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις, όχι απλά να εκδηλώσουν ενδιαφέρον για την δημιουργία ενός συνεργατικού σχήματος, αλλά και να

έχουν την ικανότητα ανταπόκρισης στις απαιτήσεις ενός τέτοιου επιχειρήματος. Η ικανότητα αυτή μπορεί να προσδιοριστεί βάση των χαρακτηριστικών που έχουν οι επιχειρήσεις, όπως για παράδειγμα το μέγεθος, το ανθρώπινο δυναμικό, το επίπεδο τεχνολογίας κ.α (Ζαχαράκης, 2017).

- **Όραμα και η Στρατηγική:** Το Όραμα και η στρατηγική αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την επιτυχία μίας συνέργειας. Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει θέματα όπως το πόσο διακριτό είναι το όραμα ενός cluster και αν υφίσταται κάποιο κοινό brandname. Σημαντικό είναι να εστιάζει στο κατά πόσο είναι αυθεντική η αρχική πρωτοβουλία ίδρυσης του cluster ή προκύπτει ως αποτέλεσμα κρατικής ή πολιτικής παρέμβασης. Επιπλέον είναι σημαντική η ικανότητα των μελών του, καθώς και το πώς συνεννοούνται και να συμφωνούν στην όλα τα στελέχη στην ανάπτυξη των πολιτικών του cluster. Όσον αφορά στην «καθαρότητα του οράματος», αυτό μπορεί να προέρχεται από τους πολιτικούς είτε από τους ηγέτες της αγοράς, ενώ παράλληλα πρέπει να είναι εστιασμένο αλλά και ευέλικτο ώστε να μπορεί να προσαρμόζεται στις αλλαγές του επιχειρηματικού κόσμου (Καρτάκη, 2019). Όταν δημιουργούνται οι κατάλληλες συνθήκες αγοράς, ένας συνεργατικός σχηματισμός αποκτά όραμα και στρατηγικούς στόχους, ως κοινή αντίληψη μεταξύ των μελών του, για την αντιμετώπιση των κοινών κινδύνων και την αξιοποίηση των κοινών ευκαιριών (Ζυγιάρης, 2014).
- **Γεωγραφική Θέση:** Επόμενος σημαντικός παράγοντας αποτελεί η *γεωγραφική θέση*. Σύμφωνα με τον Porter, η χωρική γειτνίαση επιχειρήσεων και οργανισμών δύναται να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των διαφόρων κλάδων σε διεθνές επίπεδο (Ζυγιάρης, 2014). Το cluster θα πρέπει να τοποθετηθεί σε μία περιοχή που να εμφανίζει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, έναντι κάποιον άλλων. Το συγκριτικό πλεονέκτημα αυτό μπορεί να είναι κάποιοι φυσικοί παράγοντες, όπως για παράδειγμα οι υποδομές ή η ύπαρξη φυσικών πόρων. Πέρα όμως από αυτό θα μπορούσε να είναι κάποιο άυλο στοιχείο, όπως η παρουσία δικτύων συνεργασίας ή/και η επιχειρηματική κουλτούρα (Ζαχαράκης, 2017).

- **Συνεργασία με τοπικά ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια:** Επειδή συνήθως η δημιουργία ενός cluster στηρίζεται στην καινοτομία, την επιστήμη και την γνώση, ο επόμενος παράγοντας αφορά την *συνεργασία με τοπικά ερευνητικά κέντρα και πανεπιστήμια*. Η ύπαρξη λοιπόν στενής συνεργασίας με τους συγκεκριμένους φορείς μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη και εξέλιξη του εργατικού δυναμικού και γενικά στην στήριξη του όλου εγχειρήματος (Ζαχαράκης, 2017).
- **Κοινός Σκοπός – Κοινός Προσανατολισμός:** Για να γνωρίσει επιτυχία μια συνέργεια θα πρέπει ακόμα να στηρίζεται στην *αντιμετώπιση συγκεκριμένων προβλημάτων*, καθώς και να υπάρχει *ένας κοινός προσανατολισμός ή κοινός σκοπός*. Ο βαθμός που υπάρχει ο συγκεκριμένος κοινός στόχος επηρεάζει το βαθμό επιτυχίας της συνέργειας και αυτό γιατί μέσα από έναν κοινό στόχο μπορούν να συνεργαστούν καλύτερα διαφορετικές επιχειρήσεις με διαφορετικές επιστήμες ή διαφορετικούς επαγγελματικούς κλάδους (Ζαχαράκης, 2017).
- **Υποστήριξη και Λειτουργία:** Επόμενοι σημαντικοί παράγοντες αφορούν τη υποστήριξη και τη λειτουργία. Σημαντική είναι η ύπαρξη τουλάχιστον μίας επιχείρησης, η οποία θα είναι ο ισχυρός παράγοντας του cluster, η οποία θα αναλάβει και τον ηγετικό ρόλο και θα κατευθύνει τις αρχικές κινήσεις του cluster. Ακόμη περιλαμβάνεται η δυνατότητα που έχει το cluster να στηρίζει την ανταγωνιστικότητα και κατά πόσο έχει αναπτυχθεί η εμπιστοσύνη μεταξύ των μελών του. Τόσο η στήριξη της ανταγωνιστικότητας όσο και η ανάπτυξη εμπιστοσύνης μεταξύ των μελών του είναι απαραίτητες ώστε να μην αναπτυχθούν φαινόμενα καιροσκοπισμού (Καρτάκη, 2019).

2.2.2 Είδη «Clusters» στην αγροδιατροφική αλυσίδα

Ανάλογα με το που και πως δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις μπορούμε να τα διακρίνουμε σε διαφορετικά είδη. Κατά κύριο λόγο τα σχήματα που αποτελούνται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο ονομάζονται *οριζόντια clusters*, ενώ όσες δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς κλάδους της διαδικασίας παραγωγής ονομάζονται *κάθετα clusters*. Οι επιχειρήσεις αυτές ονομάζονται είτε «επιχειρήσεις-εταίροι» είτε «επιχειρήσεις κορμού». Οι συστάδες επιχειρήσεων

εντοπίζονται σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή, καθώς η γειτνίαση διευκολύνει την επικοινωνία, τις διαμεταφορές αλλά και την αλληλεπίδραση μεταξύ τους. Αν όμως οι επιχειρηματικές συναλλαγές δεν επηρεάζονται από τη γεωγραφική απόσταση, οι συστάδες δύνανται να αναπτυχθούν σε μεγαλύτερο γεωγραφικά εύρος. Έτσι, υπάρχουν συστάδες σε τοπικό, υπερτοπικό, εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Συστάδες μπορεί ακόμα να αναπτυχθούν σε αστικό ή αγροτικό περιβάλλον (Εθνικο Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Τα αγροτικά clusters περιλαμβάνουν συμπράξεις μεταξύ:

- ✓ μικρομεσαίων αγροτικών επιχειρήσεων διαφορετικών κλάδων
 - ✓ αγροτικών επιχειρήσεων-τουριστικών μονάδων και πολιτιστικών φορέων
 - ✓ αγροτικών επιχειρήσεων/συνεταιρισμών με δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς χρηματοδότησης
 - ✓ αγροτικών επιχειρήσεων/συνεταιρισμών με εκπαιδευτικούς φορείς
- **Οριζόντιες συνεργασίες**

Μια οριζόντια δικτύωση αποτελείται από ομοειδείς ή ομοκλαδικές επιχειρήσεις, οι οποίες ενώνονται σε μια συστάδα για να υλοποιήσουν σημαντικές επιχειρηματικές διαδικασίες. Τέτοιες διαδικασίες μπορεί να είναι να ενοποιήσουν προμήθειες, να λάβουν κοινές πρακτικές και προσφορές πωλήσεων. Ο σκοπός των οριζόντιων συνεργατικών σχηματισμών είναι η ανάπτυξη κοινών δραστηριοτήτων από τις επιχειρήσεις που έχουν ως στόχο την εκμετάλλευση των συνθηκών οικονομίας κλίμακας. Πιο συγκεκριμένα, στόχος είναι να βελτιώσουν τη δυναμική πωλήσεων, να μειώσουν το κόστος και να παρέχουν βελτιωμένες υπηρεσίες στα μέλη του συνεργατικού σχηματισμού (Ζυγιάρης, 2014).

Η ανάπτυξη συνεργασιών στον πρωτογενή τομέα εμφανίστηκε από πολύ νωρίς. Οι μορφές που έπαιρνε συνήθως ήταν αυτή της άτυπης αλληλοβοήθειας και η συνεργασία υπό ορισμένους κανόνες. Αυτό είχε ως σκοπό την εξυπηρέτηση συγκεκριμένων αναγκών. Στη σύγχρονη εποχή, ως βασικό κίνητρο ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ των παραγωγών είναι η ανάγκη αντιμετώπισης κοινών προβλημάτων. Τα προβλήματα αυτά πολλές φορές ένας μεμονωμένος παραγωγός δεν είναι σε θέση να τα αντιμετωπίσει, μέσα όμως από τη συλλογική βοήθεια και δράση

είναι πολλές φορές δυνατή η αντιμετώπισή τους. Στόχος των οριζόντιων συνεργασιών είναι η προώθηση των συμφερόντων των μελών που ανήκουν σε μια συνέργεια, η αύξηση του εισοδήματος, η μείωση του κόστους παραγωγής, η μείωση δαπανών που αφορούν το κόστος συναλλαγών καθώς και η καλύτερη ροή πληροφοριών σχετικά με θέματα εμπορίας των προϊόντων τους (Szabo, 2006). Γύρω από αυτή την κατεύθυνση, αναπτύχθηκαν διάφορες μορφές συνεργασίας, που στη συνέχεια με την κατοχύρωση του κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου διαδόθηκαν σε όλες τις χώρες του κόσμου.

Για να επιτευχθεί μια οριζόντια δικτύωση είναι αναγκαία η συμμετοχή πολλών επιχειρήσεων, προκειμένου αυτές να επιτύχουν ένα είδος σημαντικών επιχειρηματικών πόρων. Οι σημαντικοί αυτοί πόροι, θα προδώσουν στη συστάδα μια ανθεκτικότητα σε κρίσιμους εξωγενείς παράγοντες και σε πιέσεις άλλων μορφών. Παράλληλα, η γεωγραφική συγκέντρωση σε αυτό το τύπο συνεργασίας αποτελεί τον πιο σημαντικό παράγοντα για την ύπαρξη συνοχής. Ο μεγάλος αριθμός μελών μπορεί να οδηγήσει σε συνθήκες οικονομιών κλίμακας. Όταν οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις συγκεντρώνονται σε μικρή γεωγραφική κλίμακα αυτό επιτρέπει μια αμεσότητα στην επικοινωνία και μείωση του κόστους συναλλαγών κατά την πρόσβαση και τη μεταφορά γνώσης. Ένα επιτυχημένο παράδειγμα συνέργειας οριζόντιου συνεργατικού σχηματισμού είναι οι «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος». Στη συνέχεια αναφέρονται επιγραμματικά τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει σε μία επιχείρηση η συμμετοχή της σε ένα οριζόντιο συνεργατικό σχηματισμό (Ζυγιάρης, 2014).

Διείσδυση σε νέες αγορές: Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την οργάνωση και τον συντονισμό διάφορων δραστηριοτήτων μάρκετινγκ με σκοπό την είσοδο σε νέες αγορές και την επίτευξη καλύτερων εξαγωγικών δραστηριοτήτων. Ακόμα οι κοινές δραστηριότητες μπορεί να περιλαμβάνουν κοινά δίκτυα διανομής ή/και branding στρατηγική για προώθηση των προϊόντων μιας περιοχής με μια ενοποιημένη ετικέτα.

Εκμετάλλευση κοινών καναλιών διανομών: Συνένωση των πόρων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στους οριζόντιους συνεργατικούς σχηματισμούς για να μπορέσουν να διαπραγματευτούν με ανταγωνιστικούς όρους τη διάθεση των προϊόντων τους στα μεγάλα κανάλια διανομών.

Ανάπτυξη συστημάτων κοινών προμηθειών: Μέσα από την ανάπτυξη συστημάτων κοινών προμηθειών μπορούν να δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας και να υπάρχει καλύτερη ποιότητα προμηθειών.

Ανάπτυξη κοινών υπηρεσιών: Οι μικρές επιχειρήσεις δεν μπορούν να διαθέσουν εύκολα πόρους για την ανάπτυξη συμπληρωματικών υπηρεσιών, όπως κοινή εκπαίδευση στελεχών, κέντρα συντήρησης κ.α. Μέσω οριζόντιων συνεργατικών σχηματισμών μπορούν να έχουν οι επιχειρήσεις μια κοινή ανάπτυξη τέτοιων υπηρεσιών.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως ένα παράδειγμα οριζόντιου συνεργατικού σχηματισμού αποτελούν «Οι Δρόμοι του Κρασιού Βορείου Ελλάδος». Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1993 όταν 13 οραματιστές οινοπαραγωγοί της Βορείου Ελλάδος ίδρυσαν την «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Μακεδονίας». Το 2002 μετονομάστηκε σε «Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος», με την είσοδο νέων μελών από τη Θράκη και την Ήπειρο. Το 2010 οι οινοπαραγωγοί αποφασίζουν την ανανέωση της εικόνας της εταιρείας, και αλλάζουν τον διακριτικό τίτλο της σε Οίνοι Βορείου Ελλάδος. Το 2019 υλοποιείται μια νέα αλλαγή στο διακριτικό τίτλο όπου πλέον είναι Οινοποιοί Βορείου Ελλάδος. Στόχος είναι η ανάδειξη του επώνυμου τυποποιημένου ελληνικού κρασιού που παράγεται στη Βόρεια Ελλάδα. Μέσα από αυτή τη συνεργασία τα μέλη μπορούν να επωφεληθούν με (Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος, 2020):

- Την διαρκή εκπαίδευση και ενημέρωση επαγγελματιών και καταναλωτών του κρασιού με εκδηλώσεις και σεμινάρια, με στόχο τη ενστάλαξη ορθών οινικών αντιλήψεων
- Την προστασία και ανάδειξη των περιοχών και ονομασιών προέλευσης και των γηγενών ποικιλιών του αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος
- Τη στήριξη της ελληνικής πολιτιστικής κληρονομιάς και των τοπικών δραστηριοτήτων με κεντρικό άξονα το αμπέλι και το κρασί.
- Τη συμβολή στη δημιουργία και εφαρμογή ενός αποτελεσματικού θεσμικού και νομικού πλαισίου που αφορά τον αμπελοοινικό κλάδο
- Την προαγωγή του στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού για το ελληνικό κρασί
- Τη συμμετοχή και συνεργασία με διεθνείς εταιρείες και οργανισμούς. Ακόμα, Οι Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος, έχουν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα οινοτουρισμού και κάνουν τον Διεθνή Διαγωνισμό Οίνου Θεσσαλονίκης, όπου παρουσιάζεται κάθε χρόνο στο ελληνικό κοινό ο πλούτος της παγκόσμιας

οινοπαραγωγής. Παράλληλα, οι Οινοποιοί βορείου Ελλάδος, έχουν καθιερώσει την πραγματοποίηση σε ετήσια βάση της εκδήλωσης γευσιγνωσίας κρασιών και αποσταγμάτων, στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη αλλά και άλλες πόλεις, με τίτλο `Τα ΒορΟινά` (Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος, 2020).

➤ **Κάθετες συνεργασίες**

Οι κάθετες συνεργασίες μπορούν να δημιουργηθούν μέσα από την ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ διαφορετικών κλάδων-κρίκων που δραστηριοποιούνται στην ίδια αλυσίδα εφοδιασμού. Η συνεργασία διαφορετικών κλάδων της ίδιας εφοδιαστικής αλυσίδας, επιφέρει *μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου και της αβεβαιότητας για της επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο συνεργατικό σχήμα, ενώ παράλληλα* Οι συνεργασίες μεταξύ παραγωγών/ συνεταιρισμών και μεταποιητικών επιχειρήσεων αποτελούν ένα είδος κάθετης συνεργασίας, στην οποία τα μέλη δεσμεύονται στην τήρηση των όρων και των προϋποθέσεων συνεργασίας μέσω συμβάσεων συνεργασίας.

Τα κάθετα clusters αποτελούν σχηματισμούς στους οποίους κάθε μέλος αναπτύσσει έναν συγκεκριμένο βαθμό εξειδίκευσης σε ένα κομμάτι της αλυσίδας παραγωγής. Επομένως, όλα τα μέλη του κάθετου συνεργατικού σχηματισμού συμβάλλουν στην παραγωγή του τελικού προϊόντος (ή υπηρεσίας) (Lagos and Courtis, 2008; Τζιαμπαζής, 2015). Τα κάθετα clusters βασίζονται σε σχέσεις πωλητή αγοραστή και μειώνουν τα κόστη σχετικά με τη μετάδοση γνώσης/πληροφορίας καθώς και το ρίσκο και τον χρόνο που σχετίζεται με την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος (ή υπηρεσίας) στην αγορά (Mytelka and Farinelli, 2000; Τζιαμπαζής, 2015).

Ένας τρόπος συνέργειας μεταξύ παραγωγών, επιχειρήσεων διανομών και επεξεργασίας τροφίμων είναι με βάση συμβολαιακές καλλιέργειες. Οι επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων προσδοκούν να προστατέψουν την ποιότητα του τελικού προϊόντος έχοντας άμεσο έλεγχο στην παραγωγική διαδικασία των αγροτικών ή κτηνοτροφικών προϊόντων. Τέτοιου είδους συνέργειες έχουν αναπτυχθεί στους κλάδους της γαλακτοβιομηχανίας (ΔΕΛΤΑ), της οινοποιίας (Λαζαρίδης), του ζύθου (Αθηναϊκή Ζυθοποιία) και του καπνού (Philip Morris). Η συμβολαιακή καλλιέργεια διασφαλίζει τη σταθερή ποιότητα και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά σε όλη την αλυσίδα υπεραξίας, από την παραγωγή ως την κατανάλωση. Επίσης οι συμπράξεις αυτές δημιουργούν συνθήκες αμοιβαίου οφέλους ανάμεσα στους παραγωγούς και τις

επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων. Οι παραγωγοί εξασφαλίζουν σταθερή διάθεση των προϊόντων τους και οι επιχειρήσεις διασφαλίζουν τα επιθυμητά ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων τους. Επίσης οι επιχειρήσεις επεξεργασίας τροφίμων αντιλαμβάνονται τις ανάγκες των καταναλωτών για νέα, κυρίως βιολογικά, τρόφιμα, όπως ρόδι και ιπποφαές (Ζυγιάρης, 2014).

2.3 Δίκτυα επιχειρήσεων

Τα δίκτυα επιχειρήσεων είναι τουλάχιστον τρεις επιχειρήσεις που συνάπτουν κοινή σύμβαση συνεργασίας για να υλοποιήσουν εξαρχής προδιαγεγραμμένες δράσεις εντός συγκεκριμένου χρονικού ορίζοντα. Αυτά τα δίκτυα επιχειρήσεων ενσωματώνουν ποικίλα χαρακτηριστικά και μπορούν να έχουν τη μορφή υπεργολαβιών, στρατηγικών συμμαχιών, συμφωνιών μεταφοράς τεχνογνωσίας κ.λπ. Τα δίκτυα που συνδέονται με τη διασφάλιση «άυλων» στόχων είναι ευρύτερης μορφής και χαρακτηρίζονται από τη δημιουργία «κοινωνικού κεφαλαίου» (affiliation networks). Η «γένεση» ενός φυσικού δικτύου γίνεται με πρωτοβουλία μιας επιχείρησης, η οποία αναλαμβάνει έναν –κοινά αποδεκτό– ηγετικό ρόλο. Ένα επιτυχημένο δίκτυο μπορεί να μετεξελιχθεί σε κοινωνικό κεφάλαιο και σε cluster, καλλιεργώντας σταδιακά τα στοιχεία της εταιρικής (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Η συμμετοχή σε δίκτυα (networks), η απόκτηση γνώσης (knowledge acquisition) και η ανάπτυξη σχέσεων με άλλους φορείς και επιχειρήσεις αποτελούν κρίσιμα στοιχεία για την επιβίωση μιας επιχείρησης στο σύγχρονο επιχειρηματικό γίγνεσθαι. Έρευνες που διενεργήθηκαν την τελευταία δεκαετία δείχνουν ότι η ανάπτυξη δικτύων δεν αποτελεί μόνο μια σημαντική πηγή για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για κάθε οργανισμό, αλλά και απαραίτητο στοιχείο στην περιφερειακή διαχείριση και διοίκηση. Οι τύποι των δικτύων ποικίλουν, αλλά σε κάθε περίπτωση στόχος τους είναι η επιβίωση στο ανταγωνιστικό περιβάλλον, μέσα από την ανάπτυξη διεπιχειρηματικών συνεργασιών, την ανταλλαγή γνώσης και διαθέσιμων πόρων (Τσούμαρης, 2012). Εκτός από τα συμβατικά πλεονεκτήματα (οικονομίες κλίμακας κτλ), ο σχηματισμός δικτύων και συνεργασιών διευκολύνει και την ανάπτυξη ενός δικτύου ανταλλαγής πληροφοριών και γνώσεων απαραίτητων για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Porter, 1998).

Στην Ελλάδα, η πρώτη συγκροτημένη προσπάθεια προώθησης των δικτύων επιχειρήσεων ξεκίνησε στο 2^ο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης το 1997, με έμφαση στη μεταποίηση. Σε δύο προκηρύξεις εγκρίθηκαν συνολικά 45 έργα συνολικού προϋπολογισμού 20,5 δισ. δρχ. που αφορούσαν την ανάπτυξη κοινών υποδομών, δράσεων κοινής προώθησης, τη διείσδυση σε νέες αγορές και την μεταφορά τεχνογνωσίας (Σεργάκη & Σέμος, 2006).

Οι επιχειρήσεις για να αναπτύξουν ή να συμμετέχουν με επιτυχία σε δίκτυα θα πρέπει καταρχήν να προσδιορίσουν το στόχο του δικτύου. Ο στόχος μπορεί να είναι τόσο ευρύς, όπως η ανταλλαγή ιδεών και η διάχυση πληροφοριών, ή πιο εστιασμένος, όπως η προώθηση των εξαγωγών των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο δίκτυο μέσω της ανάληψης συγκεκριμένων προωθητικών ενεργειών. Στη συνέχεια, θα πρέπει να βρουν την εταιρεία (ή τις εταιρείες) που θα συνεργαστούν. Η αναζήτηση εταιρείου θα πρέπει να γίνεται με γνώμονα τα κοινά ενδιαφέροντα, την κουλτούρα, τους πόρους και ικανότητες που διαθέτουν οι επιχειρήσεις. Οι συνεργάτες μπορεί να ανήκουν σε παρόμοιους κλάδους ή τομείς δραστηριότητας (οριζόντιες συνεργασίες), να αποτελούν διαφορετικά τμήματα της ίδιας εφοδιαστικής αλυσίδας (κάθετες συνεργασίες) ή να προέρχονται από συμπληρωματικούς τομείς ή κλάδους (διαγώνιες συνεργασίες). Σε κάθε περίπτωση απαιτούμενο συστατικό για την επίτευξη του στόχου του δικτύου είναι η εδραίωση εμπιστοσύνης μεταξύ των συνεργατών (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Αφού προσδιοριστεί η ομάδα των επιχειρήσεων, πρέπει να αποφασιστεί ο χρονικός ορίζοντας και ο τύπος της συνεργασίας. Συχνά, οι συνεργασίες αυτές έχουν τριετή έως τετραετή διάρκεια, ενώ σε ό,τι αφορά τον τύπο συνεργασίας υπάρχουν πολλές επιλογές. Άλλα δίκτυα είναι άτυπα και άλλα είναι πιο δομημένα και βασίζονται σε πρωτόκολλα συνεργασίας (συμβάσεις) που έχουν υπογραφεί από τα μέλη του δικτύου. Υπάρχουν μάλιστα περιπτώσεις που το δίκτυο λαμβάνει τη μορφή διακριτής επιχείρησης με συγκεκριμένο σκοπό. Αφού συσταθεί το δίκτυο, πρέπει να προσδιοριστούν οι ενέργειες που θα υλοποιήσει και ο τρόπος χρηματοδότησής τους. Στο στάδιο αυτό καθοριστικό είναι οι πόροι και οι ικανότητες που διαθέτουν οι συνεργάτες να είναι συμπληρωματικοί, ώστε να μπορούν να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά για την προώθηση του στόχου του δικτύου. Όταν το δίκτυο συσταθεί, για την αποτελεσματική λειτουργία του, απαιτείται να υπάρχει ενεργός διοίκηση. Τα άτομα που θα συμμετέχουν στη διοίκηση του δικτύου ορίζονται κάθε φορά από τις επιχειρήσεις μέλη του δικτύου. Συνήθως, μέλη της διοίκησης του

δικτύου είναι στελέχη των επιχειρήσεων που το απαρτίζουν, ώστε να προάγουν τους στόχους του δικτύου και ταυτόχρονα να προωθούν τα συμφέροντα των επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Τα επιχειρηματικά δίκτυα χαρακτηρίζονται από (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις):

- Κοινή Στρατηγική: Τα μέλη του δικτύου πρέπει να έχουν κοινό στρατηγικό στόχο. Στα επιχειρηματικά δίκτυα ο στόχος είναι η βιωσιμότητα και η κερδοφορία της επιμέρους επιχείρησης αλλά και η αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.

- Βασικές δεξιότητες: Κάθε επιχείρηση που συμμετέχει σε κάποιο δίκτυο επιχειρηματικότητας προσθέτει μία αξία στο τελικό αποτέλεσμα ανάλογα με αυτό που εκείνη ξέρει να κάνει καλύτερα.

- Σαφή συμφωνία: Το είδος της συμφωνίας μπορεί να είναι από ένα τυπικό και αυστηρό συμβόλαιο έως και άτυπη προφορική συμφωνία.

- Εμπιστοσύνη: Βασική προϋπόθεση της συνεργασίας είναι η εμπιστοσύνη. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να υπάρχει η πεποίθηση μεταξύ των επιχειρήσεων ότι οι οποιοσδήποτε επιχειρηματικές κινήσεις ή δράσεις πραγματοποιούνται στο πλαίσιο του κοινού συμφέροντος το οποίο δεν αντιβαίνει στο ατομικό συμφέρον.

- Τεχνολογία: Η ανάπτυξη της τεχνολογίας επιτρέπει την άμεση μεταφορά πληροφοριών από επιχείρηση σε επιχείρηση και μειώνει δραστικά το χρόνο και το κόστος των συναλλαγών, επιτρέποντας σε ξεχωριστές επιχειρήσεις να συμπεριφέρονται ως μία.

Συχνά, η ανάπτυξη ενός δικτύου αποτελεί το πρώτο βήμα για τη δημιουργία μίας συστάδας - cluster επιχειρήσεων.

2.4 Διαφορές cluster επιχειρήσεων και επιχειρηματικών δικτύων

Οι συστάδες ή «clusters» και τα δίκτυα επιχειρήσεων συχνά θεωρούνται ως έννοιες ταυτόσημες, γιατί τα δίκτυα αποτελούν βασικό δομικό στοιχείο των συστάδων επιχειρήσεων. Γενικά, η ύπαρξη δικτύων μέσα στις συστάδες διευκολύνει τη συνεργασία σε διάφορα θέματα όπως εκπαίδευση, χρηματοδότηση, τεχνολογική ανάπτυξη, σχεδιασμός προϊόντων, μάρκετινγκ, εξαγωγές και διανομή (ΥΠ.Α.Α.Ν., 2012).

Οι κυριότερες διαφορές που εντοπίζονται μεταξύ συστάδων και επιχειρηματικών δικτύων αφορούν το γεωγραφικό προσδιορισμό, στο εύρος των επιχειρήσεων και στο

στρατηγικό στόχο. Ως προς το γεωγραφικό προσδιορισμό, όπως αναφέραμε και προηγουμένως, οι συστάδες έχουν συγκεκριμένο, σε αντίθεση με τα δίκτυα επιχειρήσεων. Παράλληλα, οι συστάδες αποτελούνται από μεγαλύτερο εύρος επιχειρήσεων σε σχέση με τα επιχειρηματικά δίκτυα. Ακόμα μία διαφορά που εντοπίζεται αφορά το στρατηγικό στόχο. Οι συστάδες έχουν ευρύτερο στρατηγικό στόχο. Μέσα σε μία συστάδα μπορούν να λειτουργήσουν πολλά διαφορετικά εμπορικά δίκτυα σε διάφορα επίπεδα (ΥΠ.Α.Α.Ν., 2012).

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται με περισσότερες λεπτομέρειες, οι διαφορές που εντοπίζονται μεταξύ συστάδων επιχειρήσεων και επιχειρηματικών δικτύων.

Συστάδες (clusters)	Τυπικά Επιχειρηματικά Δίκτυα
<ul style="list-style-type: none"> • Συνήθως οι επιχειρήσεις μέλη της συστάδας γειτνιάζουν 	<ul style="list-style-type: none"> • Δεν τίθενται γεωγραφικοί περιορισμοί
<ul style="list-style-type: none"> • Όσο περισσότερα τα μέλη τόσο καλύτερα 	<ul style="list-style-type: none"> • Ο αριθμός των μελών καθορίζεται εξ αρχής και συνήθως δεν μεταβάλλεται.
<ul style="list-style-type: none"> • Η συμμετοχή των μελών είναι ισότιμη 	<ul style="list-style-type: none"> • Η συμμετοχή των μελών δεν είναι πάντα ισότιμη
<ul style="list-style-type: none"> • Οι σχέσεις είναι ελαστικές 	<ul style="list-style-type: none"> • Οι σχέσεις των μελών είναι καθορισμένες
<ul style="list-style-type: none"> • Αποτελούν ξεχωριστή οντότητα που εξελίσσεται (νέα εταιρεία) 	<ul style="list-style-type: none"> • Αποτελούν δραστηριότητα των επιχειρήσεων που τα αποτελούν
<ul style="list-style-type: none"> • Οι επιχειρήσεις - μέλη διαθέτουν συνήθως ανταγωνιστικά προϊόντα / υπηρεσίες 	<ul style="list-style-type: none"> • Οι επιχειρήσεις-μέλη των δικτύων διαθέτουν συνήθως συμπληρωματικά προϊόντα / υπηρεσίες
<ul style="list-style-type: none"> • Ενθαρρύνουν την παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών σε συγκεκριμένη γεωγραφικά περιοχή 	<ul style="list-style-type: none"> • Τα δίκτυα επιτρέπουν την ανάπτυξη εξειδικευμένων υπηρεσιών σε χαμηλότερο κόστος
<ul style="list-style-type: none"> • Δύνανται να περιέχουν δίκτυα επιχειρήσεων 	<ul style="list-style-type: none"> • Δεν δύνανται να περιέχουν συστάδες
<ul style="list-style-type: none"> • Οι στόχοι μπορεί να είναι ποικίλοι και πάντως διαφορετικοί από τις επιχειρήσεις που τις απαρτίζουν (π.χ. εξυπηρέτηση του κοινού οφέλους) 	<ul style="list-style-type: none"> • Οι στόχοι των δικτύων είναι ομοειδείς με τους στόχους των επιχειρήσεων που τα απαρτίζουν

Πίνακας 2. Διαφορές Συστάδων Επιχειρήσεων με Επιχειρηματικά Δίκτυα

Πηγή: ΥΠ.Α.Α.Ν., 2012

2.5 Οι συνέργειες στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση

2.5.1 Οι συνέργειες στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Συστάδες υπάρχουν σε όλη την Ευρώπη. Μερικές έχουν αναπτυχθεί εδώ και αιώνες, άλλες είναι αποτέλεσμα των ραγδαίων αλλαγών στη σύγχρονη εποχή. Οι ευρωπαϊκές

συστάδες διαφέρουν μεταξύ τους σε πολλές διαστάσεις, όπως η γεωγραφική εμβέλεια ή ο αριθμός των βιομηχανιών που τις σχηματίζουν. Οι ανισότητες που προκύπτουν οφείλονται σε διαφορές μεταξύ συγκεκριμένων περιοχών και χωρών. Ένα από τα πρώτα βήματα της ανάλυσης συστάδων είναι ο προσδιορισμός της ύπαρξής τους που συνίσταται στον διαχωρισμό αλληλεξαρτήσεων τύπου συστάδων μεταξύ βιομηχανιών (Figiel, Kuberska, & Kufel, 2012).

Ας δούμε πρώτο πως άρχισαν να εφαρμόζονται οι συστάδες στην αγροδιατροφικό χώρο σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Στην Ολλανδία οι αγροτικές επιχειρήσεις έχουν αλλάξει τις τελευταίες δεκαετίες Αρχικά, υπήρξε μια συνεχής διαδικασία κλιμάκωσης. Η αναβάθμιση/αλλαγή αυτή βασίστηκε κυρίως στην τοποθεσία και στη συγκέντρωση της παραγωγικής διαδικασίας. Η παρουσία πολλών συνεταιρισμών μεταξύ προμηθευτών και μεταποιητών στη γεωργική βιομηχανία ενέτεινε τη διαδικασία συγκέντρωσης (Silvisea., 2002; Schouten, 2011). Πιο συγκεκριμένα, το 1950 υπήρχαν περίπου 500 εργοστάσια γαλακτοκομικών ενώ το 1998 υπήρχαν μόνο 71 εργοστάσια που ανήκαν σε 15 εταιρείες. Το 2008 οι δύο μεγαλύτεροι συνεταιρισμοί γαλακτοκομικών προϊόντων, η Royal Friesland Foods και η Campina GmbH, συγχωνεύθηκαν στην Friesland Campina. μια από τις μεγαλύτερες γαλακτοκομικές εταιρείες στον κόσμο. Οι οικονομίες κλίμακας επιτεύχθηκαν από την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και τις εξαγορές ή τη συγχώνευση εταιρειών. Στις περισσότερες περιπτώσεις πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις σε φυσικές εισροές όπως κτίρια και μηχανήματα. Για παράδειγμα: η εισαγωγή δεξαμενών γάλακτος στη δεκαετία του '70 έκανε ευκολότερη μεταφορά γάλακτος από το αγρόκτημα στο εργοστάσιο. Οι μεταφορές σε μεγαλύτερη απόσταση έγιναν δυνατές. Ως αποτέλεσμα, η συχνότητα των συλλογών γάλακτος θα μπορούσε να μειωθεί, έτσι οι συνέργειες των εταιρειών έγιναν ευκολότερες (Silvisea., 2002; Schouten, 2011).

Άλλο παράδειγμα δημιουργία συστάδων στον αγροδιατροφικό κλάδο αποτελεί η επαρχία Podlasie στην Πολωνία. Η δομή των αγροτικών περιοχών, στην επαρχία αυτή, δημιουργεί καλές συνθήκες για περαιτέρω ανάπτυξη της παραγωγής γάλακτος και βοείου κρέατος. Οι πατάτες καλλιεργούνται κυρίως στην περιοχή της επαρχίας Podlasie, καθώς και δημητριακά (σίκαλη, βρώμη, σιτάρι, καλαμπόκι) και ζαχαρότευτλα. Τα τελευταία χρόνια, οι ιδιοκτήτες αγροκτημάτων έχουν σημειώσει ολοένα και μεγαλύτερη επιτυχία - στις αγροτουριστικές τους δραστηριότητες. Η πιο δυναμική εξέλιξη παρατηρείται στην παραγωγή τροφίμων. Τα εργοστάσια που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα ειδικεύονται στην επεξεργασία γάλακτος,

κρέατος, πουλερικών, καθώς και παραγωγής δημητριακών και μύρας. Τα μεγάλα και μοντέρνα γαλακτοκομεία που βρίσκονται στο Podlasie φημίζονται για τα εξαιρετικά προϊόντα τους σε όλη την Πολωνία. Ο αγροτικός χαρακτήρας της περιοχής και το καλά ανεπτυγμένο δίκτυο των παραγωγών μεταποίησης τροφίμων έκαναν τον γεωργικό τομέα να ξεκινήσει να δημιουργεί συστάδες. Όλα αυτά δημιουργήθηκαν μέσα από τη πρωτοβουλία με τίτλο «Podlaski Cluster of Healthy Food» είναι η επιτάχυνση της ανάπτυξης της βιομηχανίας τροφίμων στο Podlasie. Το 2006, δύο μάρκες γαλακτοκομικών ενώσεων «Mlekorol» και «Milkol» βρέθηκαν στην κατάταξη των 300 πιο πολύτιμων πολωνικών εμπορικών σημάτων. Σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, η αξία αυτών αυξήθηκε πάνω από 40%. Πρόκειται για μια ορατή βελτίωση, αλλά προκειμένου να αυξηθεί η συνολική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα, η Podlasie πρέπει να δώσει έμφαση στην ανάπτυξη των πρωτοβουλιών συστάδων. Οι δυναμικές συστάδες είναι κρίσιμες για ένα επιτυχημένο μικροοικονομικό επιχειρηματικό περιβάλλον (Bronisz&Heijman, 2008).

2.5.2 Οι συνέργειες στον Ελλαδικό χώρο

Υπάρχουν, αλλά δεν είναι ταυτοποιημένες με βάση τους παραπάνω ορισμούς για να είναι άμεσα αναγνωρίσιμες. Στην πράξη αναπτύσσονται είτε από δυνάμεις της αγοράς, οπότε δεν καταγράφονται ως «clusters», είτε συγκροτούνται στο πλαίσιο σχετικής ανταπόκρισης σε προσκλήσεις/προκηρύξεις σχετικών προγραμμάτων (εθνικών ή ανταγωνιστικών σε ευρωπαϊκό ή/και σε διεθνές επίπεδο). Στην πρώτη περίπτωση μπορεί να είναι εταιρικές μορφές λ.χ. συνεταιριστικού χαρακτήρα, των οποίων οι μέτοχοι είναι νομικά πρόσωπα (φαρμακευτικοί ή άλλοι «συνεταιρισμοί»). Το εύρος δραστηριοποίησης αυτών των συστάδων είναι μικρό. Αναλαμβάνουν περιορισμένες δράσεις και δεν έχουν τόσες πολλές διασυνδέσεις με υποστηρικτικές επιχειρήσεις, φορείς, όπως πανεπιστήμια, εταιρείες παροχής υπηρεσιών κ.λπ. Οι συστάδες αυτές έχουν καθαρά επιχειρηματικό χαρακτήρα (**business clusters**) (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

Οι περισσότερες συστάδες στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί είτε στο πλαίσιο προσκλήσεων συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων (λ.χ. στο πλαίσιο του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης 2000-2006 από τη Γ.Γ.Ε.Τ. ή στο πλαίσιο της Κ.Π. EQUAL κ.λπ.) είτε στο πλαίσιο ευρωπαϊκών ανταγωνιστικών προγραμμάτων. Οι συστάδες αυτές δημιουργούνται στο πλαίσιο των αναγκών συγκεκριμένων έργων

(**project clusters**) και η διάρκεια ζωής τους δεν ξεπερνά τη διάρκεια του συγκεκριμένου έργου (project). Ένα κριτήριο επιτυχίας των project clusters είναι να μετεξελιχθούν σε business clusters (Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις).

2.5.3 Παραδείγματα συλλογικών σχημάτων στην Ελλάδα

Σε γενικές γραμμές τα συλλογικά σχήματα, που εμφανίζονται σε πανευρωπαϊκό οριζόντιο επίπεδο συνεργασίας στην πρωτογενή παραγωγή, είναι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί, οι ομάδες παραγωγών, οι οργανώσεις παραγωγών και οι Ενώσεις Οργανώσεων Παραγωγών. Οι συλλογικοί σχηματισμοί που αναφέρθηκαν προηγουμένως, ενισχύονται και προωθούνται ιδιαίτερα μέσα από την Κοινή Αγροτική Πολιτική και μέσω του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης διανέμονται κονδύλια με σκοπό την ίδρυση και των εκσυγχρονισμό των συλλογικών σχημάτων. Η προώθηση των συνεργειών, ενισχύει τόσο την διατήρηση των ήδη υπαρχόντων σχημάτων όσο και το σχηματισμό νέων. Στη συνέχεια θα αναφερθούμε σε παραδείγματα τέτοιων συλλογικών σχημάτων που συνάντησαν επιτυχία και συνεχίζουν, τα περισσότερα, να λειτουργούν μέχρι και σήμερα (Γκανάς, 2015).

Ένα παράδειγμα καλής πρακτικής οριζόντιας συνεργασίας στην Ελλάδα, αποτελεί η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου (EMX). Η ένωση ιδρύθηκε το 1938, με σκοπό την προστασία της Μαστίχας Χίου -μέσα από την από κοινού διάθεση και επεξεργασία της- αλλά και την αύξηση του βοιωτικού επιπέδου των παραγωγών. Ο βασικός σκοπός και στόχος της σύστασης της Ένωσης, που ισχύει ως τις μέρες μας, είναι μέσα από τη λειτουργία της να εξασφαλίζει στους παραγωγούς τη δυνατότητα διάθεσης του συνόλου της παραγωγής τους, ανεξαρτήτως ποσότητας, γεωτεχνική-υλική και διοικητική υποστήριξη καθώς και ένα σταθερό επίπεδο αμοιβών. Η Ε.Μ.Χ. εκπροσωπεί περίπου 4.800 παραγωγούς, μέλη των αγροτικών οικογενειών, που ανήκουν στους 20 Πρωτοβάθμιους Συνεταιρισμούς των Μαστιχοχωρίων (Λευκάκη, 2006). Φέτος, η παραγωγή της μαστίχας έφτασε για πρώτη φορά τους 182 τόνους, το μεγαλύτερο ποσοστό που είχε φτάσει το 1972 ήταν 180 τόνους (Αλήθεια, 2020).

Τα βασικά προϊόντα που παράγει ο συνεταιρισμός είναι φυσική μαστίχα, τσίχλα ΕΛΜΑ, μαστιχέλαιο, μοσχολίβανο και μαστιχόνερο. Επιπλέον η Ε.Μ.Χ δραστηριοποιείται και σε άλλα αντικείμενα όπως η δημιουργία Μουσείου Μαστίχας, η 'ίδρυση-συνεργασία καταστήματος λιανικής πώλησης (Mastiha shop) μέσω της

θυγατρικής εταιρίας MEDITERRA.A.E., (Mastic spa) μέσω της εταιρίας «ΣΟΔΗΣ». Η εμπορική δραστηριότητα της E.M.X. πραγματοποιείται τόσο στην εσωτερική αγορά της χώρας, όσο και στις αγορές του εξωτερικού (Λευκάκη, 2006).

Επόμενο παράδειγμα αποτελεί η Αγροδιατροφική Σύμπραξη της Περιφέρειας Κρήτης. Η Περιφέρεια της Κρήτης παρουσιάζει έντονη αγροτική δραστηριότητα, το γεγονός αυτό δημιούργησε την ανάγκη για προώθηση των αγροτικών προϊόντων και ανέπτυξε συνεργασίες μεταξύ των τοπικών παραγωγών. Ο φορέας CRETACERT προέκυψε από τη συνεργασία ενός πλήθους παραγόντων, όπως επιχειρήσεις, παραγωγοί αγροτικών προϊόντων, συνεταιρισμοί, επιστημονικά σωματεία, καθώς και επιμελητήρια και ενώσεις. Όλοι οι παραπάνω φορείς εστίασαν στα προβλήματα της αγοράς και αντιλήφθηκαν ότι μόνο επώνυμα και τυποποιημένα προϊόντα είναι δυνατόν να σταθούν στις διεθνείς αγορές, οπότε και προχώρησαν στη σύσταση του φορέα CRETACERT, το 2008, με τη μορφή αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρείας. Στόχος του φορέα, είναι η δημιουργία ποιοτικών προδιαγραφών για τα γεωργικά προϊόντα της Κρήτης, καθώς και ο συντονισμός των κινήσεων για την προώθηση και προβολή τους στο εξωτερικό. Πέρα από τα παραπάνω, ο φορέας ανταποκρίθηκε και σε θέματα όπως η διαχείριση, η εμπορία, η ποιότητα και η τιμή των Κρητικών προϊόντων (Καρτάκη, 2019).

Ένα ακόμα χαρακτηριστικό παράδειγμα «cluster» ή «συστάδας», αποτελεί το Δίκτυο Βιολογικών Προϊόντων. Το Δίκτυο Βιολογικών Προϊόντων συστάθηκε με πρωτοβουλία του Συνδέσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος, το Μάρτιο του 2006. Είναι μια καθετοποιημένη οργάνωση όσων εμπλέκονται στην εφοδιαστική αλυσίδα παραγωγής και διάθεσης των βιολογικών προϊόντων. Ακόμα, αποτελεί και ένα φορέα ο οποίος παρέχει τα απαραίτητα εφόδια σε επιχειρήσεις και καταναλωτές. Προσφέρει υπηρεσίες ενημέρωσης και προώθησης των βιολογικών προϊόντων, εργαλεία τα οποία κρίνονται απαραίτητα από τις επιχειρήσεις. Στόχοι του συγκεκριμένου δικτύου είναι η δημιουργία μίας στρατηγικής για την προώθηση των ελληνικών βιολογικών προϊόντων, καθώς και την ενισχύσει του κλάδου αυτού. Ο τρόπος με τον οποίο προσπαθεί να καταφέρει όσα αναφέρθηκαν είναι μέσω εισηγήσεων και στρατηγικών παρεμβάσεων σε κυβερνητικό επίπεδο, καθώς και να αποτελέσει εργαλείο προώθησης των βιολογικών προϊόντων στους καταναλωτές, μέσω συστηματικής ενημέρωσης, πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης. Όπως αναφέρουν «Στοχεύει στην έγκυρη και έγκαιρη ενημέρωση των μελών του για τις τάσεις και τις εξελίξεις της αγοράς στον τομέα της βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας, η μεταφορά

τεχνογνωσίας, η επίλυση των προβλημάτων των μελών του, καθώς και η από κοινού προώθηση των προϊόντων τους, αποτελεί βασικό μέλημα του Δικτύου» (Δίκτυο Βιολογικών Προϊόντων, 2020).

Επόμενο παράδειγμα συνέργειας αποτελεί το Δίκτυο Επιχειρήσεων Προϊόντων Ελαιόλαδου Κρήτης (ΔΕΠΕΚ). Η λειτουργία του «Δικτύου Επιχειρήσεων Προϊόντων Ελαιόλαδου Κρήτης – Τμήμα Δυτικής Κρήτης (ΔΕΠΕΚ-ΔΚ)» περιλαμβάνει επιχειρήσεις των οποίων όλα τα προϊόντα έχουν κοινό χαρακτηριστικό, ότι παρασκευάζονται αποκλειστικά με παρθένο Κρητικό ελαιόλαδο. Το ΔΕΠΕΚ-ΔΚ οργανώθηκε με πρωτοβουλία και υποστήριξη του «Συνδέσμου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (ΣΕΔΗΚ)» στο πλαίσιο της «Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader+», και αναπτύσσεται κυρίως στη Δυτική Κρήτη (Νομός Χανίων και Δυτική πλευρά Νομού Ρεθύμνου). Στο δίκτυο περιλαμβάνεται μια ποικιλία από επιχειρήσεις: «Εστιατόρια Αποκλειστικής Χρήσης Ελαιόλαδου». Σε αυτά περιλαμβάνονται παραδοσιακά εστιατόρια και ταβέρνες των οποίων τα φαγητά παρασκευάζονται αποκλειστικά με παρθένο Κρητικό ελαιόλαδο «Καταστήματα Εμπορίας Παραδοσιακών Προϊόντων Ελαιόλαδου». Ακόμα περιλαμβάνονται καταστήματα που διαθέτουν τυποποιημένα παραδοσιακά προϊόντα που έχουν σαν βάση ή περιέχουν παρθένο Κρητικό ελαιόλαδο, όπως εδέσματα, παραδοσιακά γλυκά, πάστα ελιάς, βρώσιμες ελιές, παξιμάδια, βουτήματα, σαπούνια και καλλυντικά ελαιόλαδου κ.α.) καθώς και παρθένο Κρητικό ελαιόλαδο υψηλής ποιότητας το οποίο πληροί όλους τους Κοινοτικούς Κανονισμούς. «Εργαστήρια Παραδοσιακών Προϊόντων Ελαιόλαδου». Παράλληλα σε αυτή την κατηγορία ανήκουν καταστήματα στα οποία περιλαμβάνονται εργαστήρια που παρασκευάζουν ή και διαθέτουν παραδοσιακά Κρητικά προϊόντα, αποκλειστικά με χρήση παρθένου Κρητικού ελαιόλαδου. Οι επιχειρήσεις-μέλη του δικτύου είναι υποχρεωμένες να χρησιμοποιούν μόνο παρθένο Κρητικό ελαιόλαδο κατά την παρασκευή των προϊόντων τους, να αποδέχονται κάθε έλεγχο και να ακολουθούν τις συστάσεις που προβλέπει το καταστατικό του δικτύου, καθώς και η καταβολή ετήσιας εισφοράς με σκοπό την για την κάλυψη των αναγκών του (ΥΠ.Α.Α.Ν., 2012)

Τελευταίο παράδειγμα προέρχεται και πάλι από την Κρήτη και είναι το Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης Το «Δίκτυο οινοποιών Κρήτης» ή αλλιώς «Wines of Crete» ξεκίνησε να λειτουργεί από το 2006 και προέκυψε από τη συνένωση των δικτύων οινοποιών ανατολικής και δυτικής Κρήτης. Στόχοι του δικτύου είναι η προώθηση και η αναγνώριση του Κρητικού Κρασιού και η ανάπτυξη του Οινοτουρισμού στο νησί.

Αυτό το πετυχαίνουν μέσα από την εκπαίδευση του καταναλωτή, με οργανωμένες γευσιγνωσίες και εκθέσεις. Ακόμα έχουν δημιουργήσει τον «Χάρτης της οινικής Κρήτης» που περιλαμβάνει οινικές διαδρομές με τα επισκέψιμα οινοποιεία της Κρήτης, η διαδικτυακή πύλη www.winesofcrete.gr, εφαρμογές για smartphone, και τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Επιπλέον με προγράμματα όπως «Δράσεις Προώθησης Κρητικού Οίνου στην Κίνα και στη Βόρεια Αμερική» στοχεύει στο άνοιγμα νέων αγορών για την προώθηση Κρητικοί οινοποιητικών προϊόντων με προστατευμένη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ). Το «Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης» απαρτίζεται από 31 μέλη (2020) και θέλει να προωθήσει την εικόνα του νησιού. Όπως αναφέρουν «η Κρήτη διαθέτει πλέον την εικόνα μιας πολύ ενεργής και δυναμικής περιοχής παραγωγής κρασιών ποιότητας, χαρακτηριζόμενη κι από τη μοναδικότητα των ποικιλιών σταφυλιού που καλλιεργεί. Έχει ξεφύγει οριστικά από την εικόνα της περιοχής μαζικής παραγωγής ανούσιου κρασιού που εν πολλύς την αδικούσε και κινείται προς την κατεύθυνση ενός οινικού προορισμού υψηλής προστιθέμενης αξίας» (WinesofCrete, 2020).

3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΚΑΝΑΛΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Η διεθνοποίηση των επιχειρήσεων αποτελεί μία ευρέως διαδεδομένη πρακτική, καθώς πρόκειται για μία διαδικασία επέκτασης στο παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον που επεκτείνει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες πέρα απ' τα εθνικά σύνορα της κάθε χώρας. Η διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης αναφέρεται στην αναλογία των εγχώριων και διεθνών δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης. Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης, τόσο πιο διεθνοποιημένη θεωρείται (Χατζηδημητρίου, 2003).

Δεδομένου ότι ένας από τους κύριους στόχους του marketing είναι να δημιουργεί αξία για τον τελικό καταναλωτή, η ανάγκη για αποδοτικές εφοδιαστικές αλυσίδες θεωρείται επιτακτική για την αποτελεσματική λειτουργία του marketing (Kozlenkova et al., 2015; Νέλλας, 2017). Η διανομή, ένα από τα τέσσερα βασικά στοιχεία του μίγματος marketing, μαζί με το προϊόν, την τιμή και την αγορά ή τον τόπο, αφορά την μετακίνηση των προϊόντων και την καθιέρωση ενδιάμεσων σχέσεων (μεσάζοντες) προκειμένου να υποστηριχθεί αυτή η μετακίνηση. Περιλαμβάνει τις αποφάσεις και τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την ροή του προϊόντος από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή/αγοραστή. Οι δραστηριότητες αυτές αποσκοπούν στη διαθεσιμότητα των προϊόντων στον κατάλληλο χρόνο, στον κατάλληλο τόπο και με την κατάλληλη παροχή υπηρεσιών, με το μικρότερο δυνατό κόστος για την επιχείρηση (Armstrong&Kotler, 2009: Kotler et al., 2004: Nella, 2017).

3.1 Η λειτουργία της διανομής στην εφοδιαστική αλυσίδα

Ο όρος διανομή (distribution) αναφέρεται στα βήματα που λαμβάνονται για τη μεταφορά και την αποθήκευση ενός προϊόντος από το στάδιο του προμηθευτή στο στάδιο του πελάτη στην εφοδιαστική αλυσίδα (Chopra & Meindl, 2002). Όπως γίνεται αντιληπτό ένας από τους κύριους στόχους του marketing είναι να δημιουργεί αξία για τον τελικό καταναλωτή, η ανάγκη για αποδοτικές εφοδιαστικές αλυσίδες θεωρείται επιτακτική για την αποτελεσματική λειτουργία του marketing (kozlenkova et al., 2015; Nella, 2017). Η διανομή λοιπόν, περιλαμβάνει τις αποφάσεις και τις δραστηριότητες που σχετίζονται με την ροή του προϊόντος από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή / αγοραστή. Οι δραστηριότητες αυτές αποσκοπούν στην διαθεσιμότητα των προϊόντων στον κατάλληλο χρόνο, στον κατάλληλο τόπο και με

την κατάλληλη παροχή υπηρεσιών, με το μικρότερο δυνατό κόστος για την επιχείρηση. Οι δραστηριότητες που σχετίζονται με την διανομή, προσανατολίζονται και κατευθύνονται έντονα από τις ανάγκες και τις επιθυμίες του καταναλωτικού κοινού (Armstrong&Kotler, 2009; Kotler et al. 2004, Nella, 2017).

Η διανομή αποτελεί βασική κινητήρια δύναμη της συνολικής κερδοφορίας μιας επιχείρησης, καθώς επηρεάζει άμεσα τόσο το κόστος της εφοδιαστικής αλυσίδας όσο και την αξία για τον πελάτη (customer value). Γενικά, η διαδικασία σχεδιασμού ενός δικτύου διανομής περιλαμβάνει δύο ευρείς φάσεις. Στην πρώτη φάση, η ευρεία δομή του δικτύου της ΕΑ οπτικοποιείται. Το συγκεκριμένο στάδιο περιλαμβάνει τη λήψη αποφάσεων, σχετικά με το αν το προϊόν θα πωληθεί άμεσα ή μέσω κάποιου τρίτου. Η δεύτερη φάση αποδομεί την ευρεία φάση και τη μετατρέπει σε συγκεκριμένες τοποθεσίες και στην κατανομή ικανοτήτων, χωρητικότητας και ζήτησης (Chopra & Meindl, 2002).

Το κατάλληλο δίκτυο διανομής μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την επίτευξη μιας ποικιλίας στόχων της εφοδιαστικής αλυσίδας, από το χαμηλό κόστος έως την υψηλή ανταπόκριση. Αποτέλεσμα αυτού είναι οι εταιρείες του ίδιου κλάδου να επιλέγουν συχνά διαφορετικά δίκτυα διανομής (Chopra & Meindl, 2002).

3.1.1 Παράγοντες που επηρεάζουν το Σχεδιασμό του Δικτύου Διανομής

Μια επιχείρηση πρέπει να αξιολογήσει το αντίκτυπο στην εξυπηρέτηση των πελατών και στο κόστος όταν συγκρίνει διαφορετικά δίκτυα διανομής. Οι ανάγκες των πελατών που καλύπτονται επηρεάζουν τα έσοδα της εταιρείας, τα οποία μαζί με το κόστος καθορίζουν την κερδοφορία του δικτύου διανομής. Αν και η αξία για τον πελάτη επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες, επικεντρώνουμε σε εκείνα τα μέτρα που επηρεάζονται από τη δομή του δικτύου διανομής (Chopra & Meindl, 2002):

- Χρόνος ανταπόκρισης (Response time)
- Ποικιλία προϊόντων (Product Variety)
- Διαθεσιμότητα προϊόντων (Product availability)
- Εμπειρία του πελάτη (Customer Experience)
- Χρόνος Διάθεσης στην αγορά (Time to market)
- Ορατότητα παραγγελίας (Order visibility)
- Πολιτική Επιστροφών (Returnability)

3.2 Είδη καναλιών διανομής αγροτικών προϊόντων

Το μήκος των καναλιών διανομής εξαρτάται από τον αριθμό των εμπλεκόμενων σε αυτά. Αν το προϊόν ή υπηρεσία μεταφέρεται απευθείας από τον παραγωγό στον τελικό χρήστη τότε δημιουργείται ένα κανάλι μηδενικού επιπέδου. Η εμπλοκή προσθέτει στο κανάλι ένα ακόμη επίπεδο και έτσι το κανάλι μακραίνει.

Το μήκος του καναλιού εμφανίζει τον αριθμό των ενδιάμεσων, δηλαδή το πόσοι παράγοντες μεσολαβούν για να φτάσει ένα προϊόν από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Για να θεωρηθεί ένας διαμεσολαβητής ως κανάλι προϊόντος, πρέπει να αποκτήσει την ιδιοκτησία του καναλιού από τον κατασκευαστή- παραγωγό ή τον διαμεσολαβητή (κανάλι) και στη συνέχεια να πωλήσει σε άλλο ή στον τελικό καταναλωτή¹.

Το μήκος των καναλιών διανομής είναι ποικίλο και εξαρτώμενο από τον αριθμό των ενδιάμεσων που εμπλέκονται στη μεταφορά του προϊόντος από τον παραγωγό μέχρι τον τελικό καταναλωτή. Για παράδειγμα, αν το προϊόν μεταφερθεί κατευθείαν από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή, τότε δημιουργείται μηδενικού επιπέδου κανάλι (zero level channel), ενώ με την εμπλοκή ενός μεσάζοντα, προστίθεται στο κανάλι ένα ακόμη επίπεδο και δημιουργείται ένα κανάλι πρώτου επιπέδου (Πασχαλούδης, 2009).

Το **μηδενικού επιπέδου κανάλι διανομής- Άμεσο κανάλι διανομής**- αποτελεί το απλούστερο και πιο άμεσο που υπάρχει για τη διανομή καταναλωτικών αγαθών, καθώς δεν περιλαμβάνει τους μεσάζοντες. Οι πιο διαδεδομένες μορφές διανομής με αυτό το είδος καναλιού είναι: οι παραδοσιακές άμεσες πωλήσεις πόρτα - πόρτα, οι υπαίθριες τοπικές αγορές παραγωγών και οι λαϊκές αγορές.

Το **πρώτου επιπέδου κανάλι διανομής- Δίκτυο λιανοπωλητών**-αποτελεί το πιο ορατό κανάλι για τον τελικό καταναλωτή. Συχνά, οι αγορές που αφορούν το ευρύ κοινό πραγματοποιούνται μέσω αυτού του καναλιού. Περιλαμβάνει σούπερ μάρκετ και μικρά τοπικά καταστήματα που αγοράζουν αγροτικά προϊόντα απευθείας από τον παραγωγό και τα πωλούν στους τελικούς αγοραστές.

Το **δευτέρου επιπέδου κανάλι διανομής- χονδρικό κανάλι**-χρησιμοποιείται, κυρίως για τη διανομή των προϊόντων υψηλής ζήτησης. Περιλαμβάνει συσκευαστήρια, γαλακτοβιομηχανίες, μεταποιητήρια κτλ.

¹ <https://el.thpanorama.com/articles/administracin-y-finanzas/canales-de-distribucin-tipos-caractersticas-ejemplos.html>

Το **τρίτου επιπέδου κανάλι διανομής- διπλό κανάλι**, οι παραγωγοί απευθύνονται σε ενδιάμεσους πράκτορες- αντιπροσώπου, οι οποίοι συνεργάζονται με χονδρεμπόρους, που προμηθεύουν μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων ή μικρά καταστήματα. Το διπλό κανάλι διανομής εμφανίζεται στις περιπτώσεις franchises της αγοράς και των αποκλειστικών εισαγωγέων (Πασχαλούδης, 2009).

Υπάρχουν αμέτρητα κανάλια διανομής, εκ των οποίων τα σημαντικότερα περιγράφονται στον Πίνακα 3.

0 level channel	παραγωγός	→	καταναλωτής			
1-level channel	παραγωγός	→	λιανοπωλητής	→	καταναλωτής	
2-level channel	παραγωγός	→	χονδρέμπορος	→	λιανοπωλητής	→ καταναλωτής
3-level channel	παραγωγός	→	αντιπρόσωπος	→	χονδρέμπορος	λιανοπωλητής καταναλωτής

Πίνακας 3. Είδη καναλιών διανομής

3.2.1 Συστήματα καναλιών διανομής

Τα συστήματα καναλιών διανομής, σύμφωνα με την βιβλιογραφία, μπορούν να διακριθούν σε τρία είδη. Πιο συγκεκριμένα μπορούν να διακριθούν στο κάθετο σύστημα διανομής, στο οριζόντιο σύστημα διανομής και στο πολλαπλό σύστημα διανομής. Στη συνέχεια θα αναφέρουμε επιγραμματικά τα χαρακτηριστικά του κάθε συστήματος (Τσιώτσου, 2011).

Το **κάθετο σύστημα διανομής** αποτελείται από τον παραγωγό, ένα ή περισσότερους χονδρεμπόρους και έναν ή περισσότερους λιανοπωλητές που ενεργούν σαν ένα ενιαίο σύνολο. Κάθε μέλος του καναλιού έχει στην κυριότητά του τα άλλα ή τα έχει με τη μέθοδο του franchising ή διαθέτει τόσο πολλή δύναμη που είναι αναγκασμένοι να συνεργαστούν. (έλεγχος καναλιού και αντιμετώπιση συγκρούσεων). Μέσω των **κάθετων καναλιών διανομής** ο παραγωγός ενοποιεί τα διάφορα κανάλια διανομής, στοχεύοντας στον έλεγχο της διανομής του προϊόντος (Τσιώτσου, 2011).

Στο **οριζόντιο σύστημα διανομής**, δύο ή περισσότερες μη σχετιζόμενες εταιρίες συνδυάζουν πόρους ή προγράμματα για να εκμεταλλευτούν μια διαφανόμενη ευκαιρία μάρκετινγκ (ATM Eurobank – Σκλαβενίτης) (Τσιώτσου, 2011).

Στο **πολλαπλό σύστημα διανομής**, μια μεμονωμένη επιχείρηση χρησιμοποιεί δύο ή περισσότερα κανάλια μάρκετινγκ για να προσεγγίσει ένα ή περισσότερα τμήματα πελατών (αυξημένη κάλυψη της αγοράς, μείωση κόστους του καναλιού και εξατομικευμένες πωλήσεις). Συγκεκριμένα το συγκεκριμένο σύστημα εφαρμόζεται στην περίπτωση που πραγματοποιείται α) διανομή προϊόντων και στην καταναλωτική και στη βιομηχανική αγορά β) διανομή προϊόντων σε διαφορετικού μεγέθους αγοραστές και γ) διανομή προϊόντων που πωλούνται απευθείας στους αγοραστές σε μια πυκνοκατοικημένη περιοχή και από μεσάζοντες σε απομακρυσμένες περιοχές. Μειονέκτημα των πολλαπλών καναλιών διανομής είναι η μεταξύ των καναλιών σύγκρουση και επιπλέον, αυξάνετε η πολυπλοκότητα και πρόβλημα ελέγχου (Τσιώτσου, 2011).

Η διανομή των προϊόντων διακρίνεται: α) στη γενική ή εντατική, β) στην αποκλειστική και γ) στην επιλεκτική. Στη γενική ή εντατική διανομή, η επιχείρηση προσπαθεί να διανείμει τα προϊόντα της, μέσω οποιουδήποτε καταστήματος χοντρικής και λιανικής πώλησης, που προσφέρεται για τη διάθεση των προϊόντων της. Στην αποκλειστική διανομή, η επιχείρηση δίνει σε ορισμένους, συνήθως, χονδρέμπορους το αποκλειστικό δικαίωμα πώλησης των προϊόντων της για ορισμένες γεωγραφικές περιοχές. Στην επιλεκτική διανομή, χρησιμοποιούνται και οι δύο παραπάνω μορφές διανομής (Bouris et. al, 2011).

3.3 Πώληση με μεσάζοντες

Οι περισσότερες επιχειρήσεις – παραγωγί χρησιμοποιούν ενδιάμεσους στην προσπάθειά τους να κάνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους διαθέσιμα στους πελάτες. Για παράδειγμα, η γαλακτοβιομηχανία ΔΕΛΤΑ χρησιμοποιεί ένα εθνικό δίκτυο χονδρεμπόρων που αγοράζουν το τελικό προϊόν από αυτή και το διακινούν σε τοπικά καταστήματα λιανικής. Κάποια μορφή λοιπόν, ενός ή περισσότερων ενδιάμεσων (intermediates) υπάρχει σε κάθε κανάλι ή σύστημα διανομής ανάμεσα στον παραγωγό και στον τελικό καταναλωτή, με εξαίρεση φυσικά το σύστημα διανομής άμεσων πωλήσεων (direct selling). Στην πραγματικότητα, είναι ακριβώς

αυτή η ύπαρξη των ενδιάμεσων που δημιουργεί τα κανάλια διανομής(Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015) .

Για τα κανάλια διανομής για καταναλωτικά προϊόντα, ενδιάμεσοι μπορεί να είναι Λιανέμποροι, Χονδρέμποροι, Αντιπρόσωποι και Μεσίτες. Στη συνέχεια θα δούμε επιγραμματικά κάποια από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά αυτών (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

Λιανέμπορος ως ενδιάμεσος είναι αυτός που πουλάει προϊόντα στον τελικό αγοραστή. Στην Ελλάδα υπάρχουν πάρα πολλά – μικρά κυρίως – καταστήματα λιανικής τα περισσότερα από τα οποία απασχολούν κυρίως 1 έως 4 άτομα. Περισσότερες πληροφορίες θα αναλυθούν στο ανάλογο κεφάλαιο (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

Χονδρέμπορος είναι αυτός που το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεών του πραγματοποιείται σε άλλες επιχειρήσεις, οι οποίες είτε μεταπωλούν τα προϊόντα, είτε τα χρησιμοποιούν για την παραγωγή άλλων (των δικών τους) προϊόντων. Οι χονδρέμποροι μπορούν να εκτελούν όλες τις λειτουργίες του μάρκετινγκ, από την αγορά και πώληση προϊόντων, έως τη μεταφορά, αποθήκευση, χρηματοδότησή τους κ.λπ. Οι χονδρέμποροι μπορούν να διαχωριστούν σε δύο κατηγορίες τύπους: τους *χονδρέμπορους πλήρης εξυπηρέτησης*, που εκτελούν όλες τις λειτουργίες και τους *χονδρέμπορους περιορισμένης εξυπηρέτησης*, που εκτελούν εξειδικευμένα έναν περιορισμένο αριθμό λειτουργιών (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

Οι **Αντιπρόσωποι** (agents) είναι ενδιάμεσοι που δεν έχουν τίτλους ιδιοκτησίας των προϊόντων των οποίων τη διανομή διευκολύνουν. Αμείβονται με κάποιο ποσοστό επί της αξίας των πωληθέντων προϊόντων, ενώ εκτελούν περιορισμένο αριθμό λειτουργιών, όπως πώληση και πληροφόρηση. Οι αντιπρόσωποι μπορούν να εργάζονται μόνιμα είτε για έναν, είτε για περισσότερους αγοραστές ή πωλητές (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

Οι **Μεσίτες** (brokers), επίσης όπως οι αντιπρόσωποι, είναι ενδιάμεσοι που δεν έχουν τίτλους ιδιοκτησίας των προϊόντων των οποίων τη διανομή διευκολύνουν, αμείβονται με κάποιο ποσοστό επί της αξίας των πωληθέντων προϊόντων, ενώ εκτελούν περιορισμένο αριθμό λειτουργιών, όπως πώληση και πληροφόρηση, με τη διαφορά ότι οι Μεσίτες φέρνουν σε επαφή αγοραστές και πωλητές ενός συνήθως προϊόντος και, αντί για μόνιμη, η συνεργασία τους είναι εποχική (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

3.3.1 Λιανική πώληση αγροτικών προϊόντων

Η πώληση αγροτικών προϊόντων από τους λιανοπωλητές απευθείας στους καταναλωτές αποτελεί το λιανεμπόριο (retailing). Η λιανική πώληση κατέχει τεράστιο ρόλο στην οικονομία των αγροτών και την ευημερία των καταναλωτών καθώς και την Εθνική Οικονομία (Καμενίδης, 2014). Ένα είδος πώλησης είναι η προπώληση, κατά την οποία ο παραγωγός του πρωτογενούς ή επεξεργασμένου αγροτικού προϊόντος πουλάει το προϊόν του πριν να παραχθεί (π.χ. συμβολαιακή γεωργία ή βάσει ηρτημένης σοδειάς κ.λ.π.). (γενικής γραμματείας νέας γενιάς 2011).

Ανάλογα με τον αριθμό των ειδών των πωλούμενων προϊόντων, το λιανεμπόριο διακρίνεται σε 2 κατηγορίες, το γενικό και ειδικό. Στο γενικό, περιλαμβάνονται τα παντοπωλεία και τα σουπερ μάρκετ, εκεί ο λιανοπωλητής διακινεί μεγάλη ποικιλία αγροτικών προϊόντων. Στο ειδικό λιανεμπόριο ο λιανοπωλητής περιορίζεται στην πώληση ενός μόνο προϊόντος ή ομάδας ομοειδών προϊόντων (π.χ. οπωροπωλεία , κρεοπωλεία κλπ) (Καμενίδης, 2014).

Ακόμα το λιανεμπόριο, ανάλογα με το τόπο λειτουργίας μπορεί να διακριθεί (Καμενίδης, 2014):

- Κεντρικό Λιανεμπόριο, που πραγματοποιείται στη κεντρική αγορά της πόλης
- Συνοικιακό Λιανεμπόριο, διεξάγεται από μικρά καταστήματα, που βρίσκονται στις διάφορες συνοικίες της πόλης
- Περιφερειακό Λιανεμπόριο: γίνεται από supermarket και υπεραγορές, που βρίσκονται λίγο έξω από την πόλη.
- Λαϊκές Αγορές
- Οδικές Αγορές
- Πλανόδιο λιανεμπόριο, που πραγματοποιείται από ορισμένους μικροπαραγωγούς ή ευκαιριακούς.

Αναλύοντας τα είδη λιανεμπορίου που μπορούμε να συναντήσουμε είναι σημαντικό να δούμε τους παράγοντες που καθορίζουν την επιτυχία τους. Πρώτος και σημαντικό παράγοντας λοιπόν είναι η αγορά και η πώληση καλής ποιότητας προϊόντων. Επόμενος παράγοντας αποτελούν οι σχετικά χαμηλές λιανικές τιμές πώλησης των προϊόντων. Ακόμα, τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά είναι σημαντικό να είναι τυποποιημένα και συσκευασμένα. Σε αντίθεση με τον προηγούμενο παράγοντα επιτυχίας έρχεται ο επόμενος, που δείχνει ότι για ορισμένα προϊόντα είναι σημαντική η δυνατότητα που δίνεται στο καταναλωτή να μπορεί ο ίδιος να επιλέξει τα προϊόντα

που θα προβεί σε αγορά. Σημαντικό ακόμα είναι η μεγάλη ποικιλία προϊόντων, η ταχεία εξυπηρέτηση των καταναλωτών, η καλή συμπεριφορά των πωλητών προς τους καταναλωτές και η παρουσίαση των προϊόντων στις βιτρίνες, ράφια ή πάγκους κατά τρόπο που να προσελκύει τον καταναλωτή(Καμενίδης, 2014).

Πολλές φορές όμως το λιανεμπόριο αντιμετωπίζει κάποια σημαντικά προβλήματα. Ένα από αυτά είναι η ανυπαρξία τυποποίησης στα περισσότερα αγροτικά προϊόντα. Επιπλέον η αδυναμία προμήθειας των προϊόντων από ένα μόνο χονδρέμπορο είναι ένα ακόμα σημαντικό θέμα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι λιανέμποροι. Παράλληλα, η ακανόνιστη ροή διαφόρων προϊόντων σε ορισμένες περιόδους από τις χονδρεμπορικές αγορές στα καταστήματα λιανοπώλησης και οι σχετικά μεγάλες απώλειες που υφίστανται τα αγροτικά προϊόντα κατά τη διάρκεια της διάθεσής τους στα καταστήματα λιανοπώλησης εντείνουν τα προβλήματα(Καμενίδης, 2014).

3.3.2 Ο ρόλος των μεσαζόντων

Σημαντικό όμως, είναι να δούμε και τον ρόλο που παίζουν οι μεσάζοντες σε όλο το σύστημα διανομής. Οι ενδιάμεσοι σε ένα κανάλι διανομής εκτελούν αρκετές σημαντικές λειτουργίες και η συνεισφορά τους είναι απαραίτητη για αρκετούς λόγους. Πιο συγκεκριμένα (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015):

- Βελτιώνουν την αποδοτικότητα της διαδικασίας συναλλαγής
- Προσαρμόζουν τη διαφορά στην ποικιλία των ειδών μέσω της διαδικασίας ταξινόμησης
- Διευκολύνουν την διαδικασία αναζήτησης

Αν και οι επιχειρήσεις ειδικεύονται στην παραγωγή ορισμένου αριθμού προϊόντων, η ποικιλία προϊόντων που απαιτούν οι καταναλωτές είναι συνήθως μεγαλύτερη από αυτή που παρέχει μια επιχείρηση μόνη της. Οι ενδιάμεσοι προσπαθούν να δώσουν μια λύση σ' αυτό το πρόβλημα συγκεντρώνοντας μεγάλη γκάμα προϊόντων από διαφορετικούς παραγωγούς και διαθέτοντας αυτή τη διευρυμένη ποικιλία στους καταναλωτές. Για παράδειγμα, οι γεωργοί σε ορισμένες περιοχές της χώρας εξειδικεύονται στην καλλιέργεια συγκεκριμένων τύπων γεωργικών προϊόντων που καταναλώνουμε στην καθημερινή μας ζωή. Όμως, εξαιτίας είτε φυσικών περιορισμών (π.χ. καιρός, φυσική τοποθεσία) ή εξαιτίας περιορισμών που επιβάλλονται από τους διαθέσιμους πόρους (π.χ. αρόσιμη γη, γεωργικά εργαλεία), κανένας παραγωγός από μόνος του δεν μπορεί να προμηθεύσει όλα τα γεωργικά

προϊόντα που απαιτεί η αγορά. Έτσι, οι χονδρέμποροι φρούτων αγοράζουν τα φρούτα από τον κάθε παραγωγό και δημιουργούν μια ευρύτερη ποικιλία φρούτων την οποία, στη συνέχεια πωλούν σε παντοπωλεία, μανάβικα και σούπερ μάρκετ ή/και απευθείας στον τελικό χρήστη, τον καταναλωτή (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

Μια άμεση επίπτωση της καλύτερης ποικιλίας που προσφέρουν οι ενδιαμέσοι, είναι η διευκόλυνση της διαδικασίας αναζήτησης. Με δεδομένο ότι οι χονδρέμποροι, επομένως και οι λιανέμποροι, προσφέρουν μια ευρύτερη ποικιλία (γκάμα) προϊόντων, ο χρόνος που οι καταναλωτές πρέπει να δαπανήσουν αναζητώντας το «σωστό», κατάλληλο γι' αυτούς προϊόν, μειώνεται. Αντί οι καταναλωτές να ψάχνουν γύρω – γύρω όλους τους παραγωγούς που παράγουν παρόμοια προϊόντα με αυτό που ζητούν, μπορούν να επισκεφθούν ένα λιανέμπορο που διαθέτει μια καλή ποικιλία και να επιλέξουν ένα από τα διαθέσιμα προϊόντα. Για παράδειγμα, ένας πελάτης που ψάχνει να αγοράσει ένα μπουκάλι κρασί, μπορεί είτε να επισκεφθεί έναν – έναν τους ανεξάρτητους παραγωγούς κρασιού και συγκρίνοντας να επιλέξει ένα ή μπορεί να επισκεφθεί ένα κατάστημα ποτών και να επιλέξει ένα μπουκάλι από τις διαθέσιμες μάρκες κρασιού. Αν και η πρώτη επιλογή φαίνεται περισσότερο διεξοδική, με δεδομένο ότι ο χρόνος αποτελεί πολύτιμο πόρο τόσο για τον παραγωγό όσο και για τον καταναλωτή, η δεύτερη επιλογή είναι περισσότερο αποδοτική (Παντουβακης, Σιώμκος, & Χρήστου, 2015).

3.3.3 Κινήματα κατά των μεσαζόντων στην Ελλάδα και η επιχειρησιακή πορεία τους

Το πρώτο κίνημα παράκαμψης των μεσαζόντων στην πρωτογενή παραγωγή εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το 2012 από τους πατατοπαραγωγούς του Νευροκοπίου, γνωστό και ως το «κίνημα της πατάτας». Συγκεκριμένα, το κίνημα ξεκίνησε όταν μέλη της Εθελοντικής Ομάδας Δράσης Πιερίας, κατά την επίσκεψή του στη Θεσσαλονίκη, αντάμωσαν στην πλατεία Αριστοτέλους, αγρότες από την περιοχή του Κάτω Νευροκοπίου να διανέμουν στους περαστικούς δωρεάν πατάτες. Αυτή η κίνηση των παραγωγών αποτελούσε μια συμβολική διαμαρτυρία, για τις πολύ χαμηλές και ασύμφορα οικονομικά τιμές αγοράς της παραγωγής τους από τους μεσαζόντες.

Η Εθελοντική Ομάδα Δράσης Ν. Πιερίας πρότεινε στους πατατοπαραγωγούς να πουλήσουν το προϊόν μαζικά στα μέλη της ομάδας, σε τιμή, που οι ίδιοι - οι

παραγωγοί - θα έκριναν συμφέρουσα, έτσι συμφωνήθηκε οι παραγωγοί να πουλήσουν μαζικά στην ομάδα το προϊόν τους, σε τιμή 0,25 λεπτά το κιλό, έναντι των 0,12 λεπτών το κιλό που τους προσέφεραν οι μεσάζοντες, ως τιμή αγοράς. Λόγω της συμφωνίας οι πατατοπαραγωγοί άδειασαν το μεγάλο και απούλητο απόθεμα από τις αποθήκες τους και οι καταναλωτές αγόρασαν το προϊόν φθηνότερα. Αυτή η κίνηση στάθηκε η αφορμή για να διαδοθεί η ιδέα του κινήματος χωρίς μεσάζοντες σε πανελλαδικό επίπεδο.

Μετά την επιτυχία του «κινήματος της πατάτας», οι ιδρυτές της Εθελοντικής Ομάδας Δράσης Ν. Πιερίας αποφάσισαν τη σύσταση αντίστοιχης συνεργασίας και με τους ρυζοπαραγωγούς της Χαλάστρας. Και καθώς το ενδιαφέρον των παραγωγών και των καταναλωτών μεγάλωνε, οι ιδρυτές της δράσης άρχισαν να εξετάζουν το ενδεχόμενο λειτουργίας, των αγορών χωρίς μεσάζοντες τόσο σε περισσότερες ημέρες τις εβδομάδας όσο και στην εισαγωγή νέων προϊόντων προερχόμενων από καλλιέργειες ολοκληρωμένης διαχείρισης. Τέλος, στα σχέδια τους περιλαμβάνονταν ακόμα, η ίδρυση ανάλογης αγοράς στη νότια Αττική.

Το 2014 το κίνημα για φτηνά τρόφιμα είχε αρχίσει να διαδίδεται ολοένα και περισσότερο και οι καταναλωτές πλέον αναζητούσαν αγορές χωρίς «καπέλα» και γι' αλλά αγροτικά προϊόντα. Ωστόσο, πέραν της απήχησης τους από τους καταναλωτές και από τους παραγωγούς, σε αρκετές περιπτώσεις, το κίνημα χωρίς μεσάζοντες εξελίχθηκε σε παράνομη λαϊκή αγορά, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις διοργανωτές της αγοραπωλησίας χωρίς μεσάζοντες, εξελίχθηκαν οι ίδιοι σε μεσάζοντες. Δεδομένης της εξέλιξης του κινήματος, την επόμενη χρονιά οι παραγωγοί προτίμησαν τη πώληση των προϊόντων στους εμπόρους, αντί της απευθείας διάθεσης τους στις αγορές χωρίς μεσάζοντες. Γεγονός που επέφερε αύξηση των προϊόντων στα ράφια των υπεραγορών. (Ταβλαδάκη & Σοφικίτη, 2016).

Το νέο αυτό είδος πώλησης των αγροτικών προϊόντων πλαισιώθηκε από το νόμο 4264/2014, ο οποίος σύμφωνα με Άρθρο 32, παρ. 2 απαγόρευε το υπαίθριο εμπόριο, συμπεριλαμβανομένου και των υπαίθριων αγορών «Χωρίς Μεσάζοντες» σε δήμους άνω των 3.000 κατοίκων, ενώ επιβλήθηκε τέλος το οποίο θα καθοριζόταν από τον δήμο ή την περιφέρεια. Η παραπάνω νομοθετική ρύθμιση προκάλεσε έντονες αντιδράσεις τόσο από τους παραγωγούς που συμμετείχαν στα εν λόγω κινήματα όσο και από τους πολίτες. Ύστερα από πιέσεις της κοινωνίας, το 2017 ψηφίστηκε ο νόμος 4497/2017, που με το άρθρο 37 ρύθμιζε τη λειτουργία των αγορών των καταναλωτών.

Ενώσεις καταναλωτών, σύλλογοι και δήμοι σε διάφορα μέρη της Ελλάδας ανταποκρίθηκαν άμεσα στη νέα μορφή αγοραπωλησίας του κινήματος χωρίς μεσάζοντες.

Οι πρόσφατες πρωτοβουλίες Ελλήνων αγροτών με την ονομασία *κίνημα πατάτας, λαδιού*, κτλ., σηματοδοτούν μια βαθύτερη αλλαγή που μπορεί να λάβει ιστορικές διαστάσεις οικονομικού, κοινωνικού και αναπτυξιακού χαρακτήρα (Μαλινδρέτος, 2012). Σημαντικό όμως είναι να τονιστεί ότι η παράκαμψη των μεσαζόντων δεν είναι αυτοσκοπός. Με άλλα λόγια, δεν πρέπει να παρακάμπτονται και βασικές λειτουργίες της εφοδιαστικής αλυσίδας, οι οποίες διασφαλίζουν να φτάνει το αγροτικό προϊόν στον καταναλωτή, με διαφάνεια (επίτευξη ιχνηλασιμότητας) και φυσικά ποιοτικό, ικανοποιώντας τις αυστηρές προδιαγραφές συντήρησης και μεταφοράς του (Μαλινδρέτος, 2012).

Σήμερα έχουν δημιουργηθεί πολλές αγορές, κυρίως στις μεγάλες πόλεις, οι λεγόμενες «αγορές χωρίς μεσάζοντες». Οι αγορές αυτές λειτουργούν όπως ακριβώς οι λαϊκές αγορές, με τη διαφορά ότι εκεί πηγαίνουν μόνο οι παραγωγοί και όχι έμποροι ή αλλιώς «μεσάζοντες» (iefimerida, 2014).

3.3.4 Λόγοι πώλησης αγροτικών προϊόντων χωρίς μεσάζοντες

Οι αγορές χωρίς μεσάζοντες έχουν αυξηθεί σήμερα το έτος 2020 σε πολλές περιφέρειες της ελληνικής επικράτειας. Στη συνέχεια θα αναπτύξουμε κάποιους από τους λόγους που οδήγησαν σε αυτή τη νέα τάξη πραγμάτων. Πρώτη και κύρια αιτία για τη δραστηριοποίηση αυτή ήταν η χαμηλές τιμές αγοράς της παραγωγής από τους μεταποιητές και τους χονδρεμπόρους, οι οποίοι στη συνέχεια διαμόρφωναν την τελική τιμή πώλησης των προϊόντων αυτών στους καταναλωτές σε πολύ υψηλά επίπεδα. Επομένως, στόχος ήταν η προσπάθεια ελέγχου της ενδιάμεσης κερδοσκοπίας και η μείωση της υψηλής διαμορφούμενης τελικής τιμής πώλησης (Ταβλαδάκη & Σοφικίτη, 2016).

Η πολύ υψηλή διαφοροποίηση της τιμής αγοράς του προϊόντος από το χωράφι μέχρι το ράφι, διαμορφώνεται² καθώς πολλοί καλλιεργητές υπό τον φόβο μήπως δεν διαθέσουν την παραγωγή τους συμφωνούν με τους μεσάζοντες τη σύνταξη εικονικών παραστατικών. Η μεγάλη αυτή απόκλιση της αρχικής τιμής πώλησης των αγροτικών

²http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/50705/SPECIAL_REPORT_agro%202017_final.pdf

προϊόντων σε σχέση με την τελική τιμή οφείλεται στο γεγονός ότι οι παραγωγοί βάση φορολογικής νομοθεσίας δεν υποχρεούνται να εκδίδουν παραστατικά πώλησης, ενώ οι έμποροι οφείλουν να εκδίδουν παραστατικά αγοράς. Έτσι για παράδειγμα, αν ένα προϊόν πωλούνταν προς δέκα λεπτά το κιλό, ο έμπορος συμφωνούσε με τον παραγωγό να κόψουν τιμολόγιο για είκοσι λεπτά το κιλό. Η διαφορά της τιμής στα αγροτικά προϊόντα μεταξύ παραγωγού και λιανικής πώλησης αγγίζει έως και το 169%, σύμφωνα με σχετική έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΣΕΒ, 2017).

Στο πίνακα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε ενδεικτικά τις διαφορές των τιμών παραγωγών και λιανικής τιμής.

	Παραγωγός	Λιανική	Διαφορά %
Αγγουράκι	0,33	0,50	53
Καρότο	0,36	0,97	169
Κολοκυθάκι	0,99	2,07	108
Κουνουπίδι	0,68	1,13	67
Κρεμμύδι Ξερό	0,36	0,69	92
Λάχανο	0,29	0,63	117
Μαρούλι	0,38	0,50	33
Μελιτζάνα	0,98	1,91	96
Μπρόκολο	0,87	1,40	62
Πατάτα	0,34	0,68	99
Πατάτα Γαλλίας	0,30	0,64	112
Πιπεριά μακριά	0,69	1,50	118
Σπανάκι	0,71	1,34	89
Ντομάτα	0,44	1,16	164
Πορτοκάλι Μέρλιν	0,23	0,48	110
Μήλο Γκραν Σμιθ	0,80	1,15	43

Πίνακας 4. Η Διαφορά τιμών μεταξύ παραγωγού και λιανικής

Συμπερασματικά, η απευθείας διάθεση των αγροτικών προϊόντων από τους παραγωγούς στους καταναλωτές συμβάλλει στην οικονομική ευημερία τόσο των παραγωγών όσο και των καταναλωτών. Οι παραγωγοί διαθέτουν τα προϊόντα τους σε υψηλότερες τιμές από ότι θα τα πωλούσαν στους ενδιάμεσους εμπόρους, επιτυγχάνοντας υψηλότερο εισόδημα και απευθείας πληρωμή ταυτόχρονα με την

πώλησή τους, γεγονός που βοηθά στην υλοποίηση καλύτερου προγραμματισμού για την επόμενη καλλιεργητική περίοδο. Ενώ οι καταναλωτές αγοράζουν φθηνότερα και ποιοτικότερα αγροτικά προϊόντα, βελτιώνοντας ουσιαστικά τη διατροφή και το βιοτικό επίπεδό τους (Ταβλαδάκη & Σοφικίτη, 2016).

3.3.5 Εναλλακτικά κανάλια διανομής χωρίς μεσάζοντες

Σύμφωνα με τα όσα έχουν αναφερθεί έως τώρα, φαίνεται πως οι αγορές χωρίς μεσάζοντες ήρθαν για να μείνουν στην Ελλάδα, καθώς αποτελεί μία μέθοδο πωλήσεων που αγάλιασε ο κόσμος και τη στήριξε δυναμικά. Στα πλαίσια αυτής της νέας προσπάθειας και εμφάνισης αγορών χωρίς μεσάζοντες, δημιουργήθηκαν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και κατ'επέκταση νέα εναλλακτικά κανάλια διανομής των αγροτικών προϊόντων. Εμφανίστηκαν, λοιπόν αρκετές νεοφυείς επιχειρήσεις, με μικρό αριθμό απασχολούμενων ανθρώπων, που προσπάθησα να βοηθήσουν και να στηρίξουν τις αγορές χωρίς μεσάζοντες. Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά με παραδείγματα σε κάποιες από αυτές, καθώς και στο τρόπο λειτουργίας τους.

Μία από αυτές τις Startup επιχειρήσεις είναι το «Laigo». Το «Laigo³» δίνει τη δυνατότητα να αγοράς προϊόντων από τον πάγκο της λαϊκής αγοράς, άμεσα και γρήγορα, από το σπίτι ή το γραφείο. Η εταιρεία έχει σχεδιάσει μία πλατφόρμα, μέσα από την οποία και με βάση της τοποθεσία του πελάτη, το «Laigo» βρίσκει την πιο κοντινή λαϊκή αγορά και συνδέει τον υποψήφιο πελάτη με τους παραγωγούς της εταιρείας. Ενημερώνει το πελάτη για τις ημέρες και ώρες που λειτουργεί η συγκεκριμένη λαϊκή αγορά, καθώς του δίνει τη δυνατότητα να καταχωρίσει την παραγγελία του και μέσα σε 3 ώρες να την έχει σπίτι του με ένα μικρό επιπλέον κόστος.

Με το ίδιο ακριβώς σκεπτικό λειτουργεί και μία ακόμη startup επιχείρηση. Το «stokarotsi.gr»⁴ είναι μια πρωτοβουλία μίας ομάδας νέων ανθρώπων που έχουν και τη διάθεση και τη γνώση να προσφέρουν αυτή τη νέα υπηρεσία στον κόσμο, παίρνοντας συνειδητά όλα τα επιχειρηματικά ρίσκα και δοκιμάζοντας το βαθμό ανταπόκρισης του κόσμου. Η υπηρεσία που προσφέρουν είναι η εξής, παραγγέλνει ο πελάτης φρέσκα προϊόντα άριστης ποιότητας, σε τιμές της «λαϊκής» της περιοχής του και τα παραλαμβάνει στο χώρο του με αντικαταβολή. Πιο συγκεκριμένα, εφόσον

³<https://www.laigo.gr/pos-leitourgei>

⁴<http://stokarotsi.gr/faq#faqnoanchor>

δημιουργηθεί μια ικανοποιητική ροή παραγγελιών, τα έξοδα μοιράζονται μεταξύ των παραγωγών απόλυτα δίκαια, ανάλογα με τον όγκο των παραγγελιών που θα εξυπηρετεί ο καθένας.

Όπως αναφέρουν οι άνθρωποι του εγχειρήματος⁵, η ιδέα τους βασίζεται στα farmersmarkets του εξωτερικού, δηλαδή να έρθει ο παραγωγός κοντά στον πελάτη. Οι δυσκολίες στην αρχή ήταν να πείσουν παραγωγούς να συμμετέχουν στο εγχείρημα. Το internet και η λαϊκή αγορά μέχρι πρόσφατα ήταν έννοιες εντελώς άσχετες μεταξύ τους. Σήμερα, η συγκεκριμένη startup έχει αναστείλει τη λειτουργία της. Ο λόγος που έχει ανασταλεί οφείλετε σε λάθος επιχειρηματικές κινήσεις, και όχι στην ίδια τη φύση της ιδέας, δηλαδή την ένωση του internet με τις «αγορές χωρίς μεσάζοντες».

Ένα ακόμα εναλλακτικό κανάλι διανομής αποτελεί το «agrotoria»⁶ Η «Agrotoria» είναι μια πλατφόρμα που έχει σκοπό να αποτελέσει το βασικό ψηφιακό εργαλείο οργάνωσης για τις δομές "Χωρίς Μεσάζοντες". Οι δομές "Χωρίς Μεσάζοντες" οργανώνουν διανομές απευθείας διάθεσης προϊόντων από τους παραγωγούς στους πολίτες, καταργώντας στην πράξη το κέρδος των ενδιάμεσων. Παράλληλα, έχουν βοηθήσει δεκάδες χιλιάδες συμπολίτες μας στα χρόνια της κρίσης, αναπτύσσοντας πλούσια πολιτική και κοινωνική δράση. Οι δομές που συμμετέχουν στην πλατφόρμα είναι κοινωνικού και μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Η Agrotoria δεν έχει σκοπό το κέρδος και δεν εμπλέκεται σε καμία οικονομική συναλλαγή. Θέλει να αποτελέσει ένα εργαλείο υποστήριξης για τις δομές "Χωρίς Μεσάζοντες" ώστε να οργανωθούν καλύτερα και να βρουν χρόνο να αναπτύξουν τις κοινωνικές και πολιτικές τους δράσεις. Η Agrotoria αυτό που κάνει είναι να φέρνει κοντά τους παραγωγούς, τις δομές και τους καταναλωτές. Οι παραγωγοί μπορούν να ανεβάσουν τα προϊόντα τους και τα στοιχεία τους. Οι δομές μπορούν να βρουν τα προϊόντα και να ζητήσουν από τους παραγωγούς να τα φέρουν στην διανομή τους. Τέλος οι καταναλωτές μπορούν να παραγγείλουν ηλεκτρονικά μέσα από την φόρμα παραγγελιών της κάθε διανομής. Οι δομές "Χωρίς Μεσάζοντες" δημιουργήθηκαν μέσα στην κρίση για να αντιμετωπίσουν το ζήτημα του υψηλού κόστους των τροφίμων στις πόλεις. Κάθε μήνα περίπου η δομή "Χωρίς Μεσάζοντες" της κάθε περιοχής οργανώνει μια διανομή τροφίμων όπου καλεί παραγωγούς να διαθέσουν τα προϊόντα τους απευθείας στους καταναλωτές. Η δομή δεν εμπλέκεται καθόλου στην οικονομική συνδιαλλαγή μεταξύ

⁵<https://www.thetoc.gr/new-life/article/to-karotsi-tis-laikis-paei-internet/>

⁶<http://agrotoria.gr/?q=about>

καταναλωτών και παραγωγών αλλά δίνει μεγάλη σημασία στην ποιότητα των προϊόντων που διανέμονται. Πολύ συχνά η δομή "Χωρίς Μεσάζοντες" εφαρμόζουν το «ποσοστό αλληλεγγύης». Ένα ποσοστό επί των πωλήσεων πρέπει από τους παραγωγούς να δοθεί δωρεάν σε είδος στην δομή. Η δομή χρησιμοποιεί αυτά τα προϊόντα σε δράσεις αλληλεγγύης όπως κοινωνικά παντοπωλεία, συλλογικές κουζίνες κοκ.

4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ

4.1 Η έννοια της συμβολαιακής γεωργίας

Η Συμβολαιακή γεωργία (contract farming), ορίζεται η δεσμευτική συμφωνία μεταξύ των γεωργών και των μονάδων επεξεργασίας και/ ή εμπορίας για την καλλιέργεια και τη διάθεση των γεωργικών προϊόντων που παράγουν οι πρώτοι στους δεύτερους μέσω συμφωνιών που προηγούνται χρονικά, συχνά σε προκαθορισμένες τιμές (Eaton&Shepherd, 2001). Η συμφωνία περιλαμβάνει πάντοτε προσφορά βοήθειας στους παραγωγούς από τη μονάδα επεξεργασίας μέσω παροχής εισροών και τεχνικής υποστήριξης. Οι συμφωνίες αυτές βασίζονται στη δέσμευση αφενός από πλευράς του γεωργού να παρέχει συγκεκριμένο προϊόν σε ποιότητα και ποσότητες προκαθορισμένες από τον αγοραστή και αφετέρου στη δέσμευση από την πλευρά της μονάδας επεξεργασίας να υποστηρίζει την παραγωγή και να αγοράζει το παραγόμενο προϊόν (Κοντογεωργος & Σεργάκη, 2016).

Βασικό στοιχείο στη σύναψη μιας συμβολαιακής σχέσης στον αγροτικό τομέα αποτελεί η παρουσία δύο τουλάχιστον υποψηφίων που θα συμβληθούν, από τους οποίους η μία πλευρά είναι κάτοχος γεωργικών μέσων παραγωγής και επαρκούς παραγωγικής εμπειρίας και η άλλη πλευρά κατέχει μέσα παραγωγής για τις πριν ή μετά τη γεωργική παραγωγή φάσεις(Κοντογεωργος & Σεργάκη, 2016).

Παγκοσμίως, η σύναψη τέτοιου είδους συμφωνιών μεταξύ των παραγωγών και μεταποιητικών μονάδων ξεκίνησε στις αρχές του 20ου αιώνα σε χώρες της βόρειας Αμερικής και της δυτικής Ευρώπης, κυρίως στην παραγωγή και επεξεργασία φρούτων και λαχανικών. Αργότερα, κατά το δεύτερο μισό του 20ου αιώνα, άρχισαν να υπογράφονται τα πρώτα συμβόλαια στην εκτροφή πουλερικών και μετέπειτα χοίρων. Αυτή η σύγχρονη μορφή συνεργασίας, στην αγροτική επιχειρηματικότητα κερδίζει τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερο έδαφος ως προς τη διάδοσή της στην εμπορική δραστηριότητα των αγροτικών προϊόντων(Κοντογεωργος & Σεργάκη, 2016).

4.2 Μοντέλα της συμβολαιακής γεωργίας

4.2.1 Ανεπίσημο μοντέλο (informal model)

Το ανεπίσημο μοντέλο εφαρμόζεται από μικρούς ή μεμονωμένους επιχειρηματίες που συνάπτουν συμβόλαια με τοπικούς παραγωγούς σε μια απλή, ανεπίσημη και συχνά εποχιακή βάση. Οι καλλιέργειες στις οποίες πραγματοποιείται αυτό το είδος συμβολαιακής γεωργίας, απαιτούν συνήθως ελάχιστη επεξεργασία και εφαρμόζεται κυρίως σε φρέσκα φρούτα και λαχανικά. Ο έμπορος, μετά την αγορά των καλλιεργειών από τους παραγωγούς, δεν εφαρμόζει ιδιαίτερη επεξεργασία στα προϊόντα, απλά τα συσκευάζει και τα μεταπουλά στο λιανικό εμπόριο(Κόκοτα, 2017). Το μοντέλο αυτό χαρακτηρίζεται ως παροδικό και κερδοφόρο, έχοντας ωστόσο αυξημένο κίνδυνο αθέτησης των όρων των συμβολαίων τόσο από τον αγοραστή όσο και από το γεωργό. Η επιτυχία του ανεπίσημου μοντέλου εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα των αγροτικών προϊόντων κατά διαστήματα(Κόκοτα, 2017).

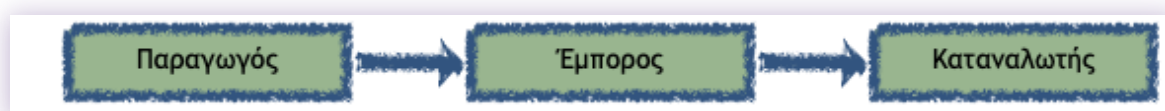
Επιπρόσθετα, το γεγονός ότι οι γεωργοί δεν συνδέονται αυστηρά με όρους σχετικά με τα τεχνικά πρότυπα, την ποιότητα, την ποσότητα και το χρονοδιάγραμμα των παραδόσεων, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την ύπαρξη υψηλού κίνδυνο αστάθειας ως προς τη διάθεση των προϊόντων και την κλιμάκωση των τιμών στην αγορά (Κόκοτα, 2017).

4.2.2 Ενδιάμεσο μοντέλο (intermediary model)

Στο ενδιάμεσο μοντέλο ή μοντέλο μεσάζοντα εμπλέκονται, στη συμφωνία πώλησης μεταξύ του γεωργού και του αγοραστή, οι μεσάζοντες. Αυτοί λειτουργούν ως διαμεσολαβητές μεταξύ αμφοτέρων πλευρών και η σύμπραξη της συμβολαιακής συμφωνίας προϋποθέτει για την εφαρμογή της τρεις πλευρές(Κόκοτα, 2017).

Συγκεκριμένα, μια εταιρεία γεωργικών προϊόντων διατροφής αγοράζει την παραγωγή από έναν ενδιάμεσο έμπορο, ο οποίος με τη σειρά του έχει συνάψει μια ξεχωριστή συμφωνία για την αγορά της παραγωγής από τους αγρότες (Κόκοτα, 2017).

Ωστόσο, στο μοντέλο των μεσαζόντων ελλοχεύει αυξημένος κίνδυνος για τους αγοραστές να χάσουν τον έλεγχο της παραγωγής, ενώ για τους γεωργούς υπάρχει αυξημένος κίνδυνος να χάσουν τον έλεγχο των τιμών που τους καταβάλλονται από τους μεσάζοντες. Εν ολίγοις, το μοντέλο του μεσάζοντα αποσυνδέει την άμεση σχέση μεταξύ του αγοραστή και των γεωργών. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε χαμηλότερο εισόδημα για το γεωργό, αλλά και σε χαμηλότερα πρότυπα ποιότητας της παραγωγής (Eaton και Shepherd, 2001; Lindholm, 2014). Ένα επίσης, σημαντικό εμπόδιο στο μοντέλο μεσάζοντα είναι και η έλλειψη συντονισμού μεταξύ των μεταποιητών, των μεσαζόντων και των γεωργών (Asian Development Bank, 2005; Eaton&Shepherd, 2001).



Σχήμα 3. Η απεικόνιση του Ενδιάμεσου Μοντέλου

4.2.3 Συγκεντρωτικό μοντέλο (centralized model)

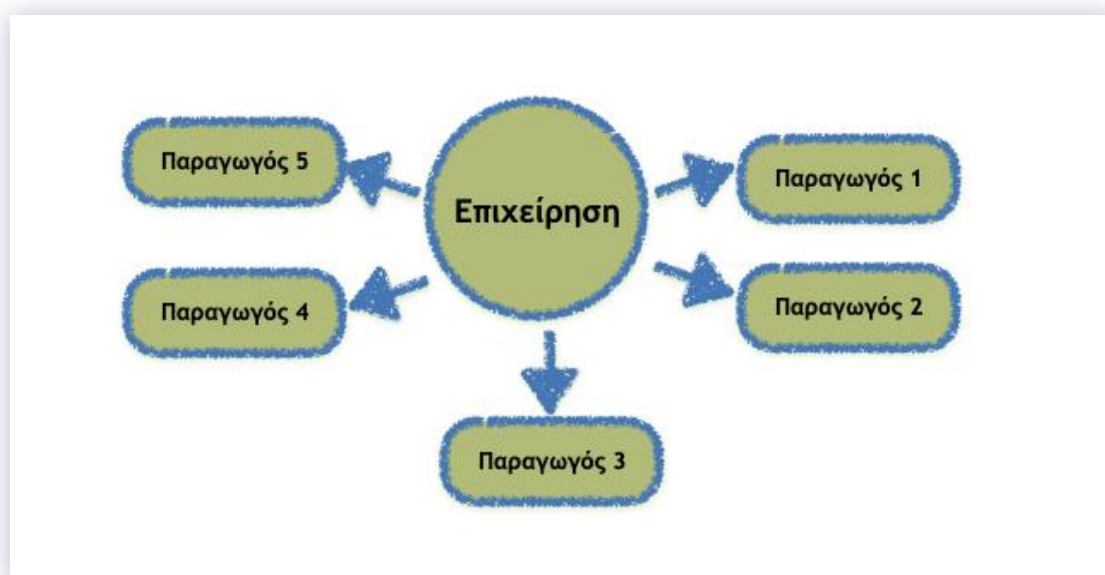
Το συγκεντρωτικό μοντέλο χαρακτηρίζεται ως ένα κάθετα συντονισμένο μοντέλο όπου μια επιχείρηση ή μία βιομηχανία αγοράζει την πρώτη ύλη της απευθείας από ένα μεγάλο αριθμό αγροτών, μικρής ή μεγάλης κλίμακας, την επεξεργάζεται, την συσκευάζει και την πουλάει στην αγορά.

Οι συμβολαιακές συμφωνίες συνάπτονται στη αρχή κάθε καλλιεργητικής περιόδου και στα πλαίσια του καθετοποιημένου συντονισμού, η ποσότητα καθορίζεται κατά την έναρξη της παραγωγικής περιόδου, καθώς επίσης υπάρχει πολύ στενός έλεγχος της ποιότητας τους.

Ο βαθμός εμπλοκής του αγοραστή στην παραγωγική διαδικασία, ποικίλει από ελάχιστος, όπου πιθανώς παρέχεται γεωτεχνική/ συμβουλευτική υποστήριξη, έως πολύ μεγάλος, όπου ο αγοραστής μπορεί να παρέχει πολλαπλασιαστικό υλικό, φυτοπροστατευτικά προϊόντα, μηχανολογική υποστήριξη, πιστοποιήσεις ολοκληρωμένης διαχείρισης αγροτικών προϊόντων κτλ.

Η δυσκολία του συγκεντρωτικού μοντέλου έγκειται στην έλλειψη συναίνεσης μεταξύ παραγωγών και αγοραστών σχετικά με τους όρους της σύμβασης, ιδιαίτερα με τις τεχνικές προδιαγραφές των παραγόμενων προϊόντων. Τέλος, απαιτείται χρόνος για

την ευαισθητοποίηση των παραγωγών σχετικά με την τήρηση των τεχνικών συμβουλών που τους παρέχουν οι αγοραστές (AsianDevelopmentBank, 2005; Eaton&Shepherd, 2001).



Σχήμα 4. Απεικόνιση του Συγκεντρωτικού Μοντέλου

4.2.4 Μοντέλο Πυρήνα Ιδιοκτησίας (nucleus estate model)

Το μοντέλο πυρήνα ιδιοκτησίας αποτελεί παραλλαγή του συγκεντρωτικού μοντέλου με τη διαφορά ότι ο αγοραστής δε συμπράττει συμφωνίες μόνο με ανεξάρτητους αγρότες αλλά διαθέτει και ιδιόκτητες εκτάσεις γης για την παραγωγή της πρώτης ύλης.

Οι ιδιόκτητες εκτάσεις προσφέρουν, ως επί το πλείστον, στις επιχειρήσεις κάποιο είδος εγγύησης της παραγωγής, μειώνοντας τα ποσοστά μικρής ποσότητας και χαμηλότερης της προσδοκώμενης ποιότητας, της πρώτης ύλης.

Επιπλέον σε κάποιες περιπτώσεις οι εκτάσεις αυτές χρησιμοποιούνται είτε για πειραματικούς είτε για εκπαιδευτικούς λόγους. Μια κοινή προσέγγιση είναι να ξεκινήσουν οι επιχειρήσεις με ένα πιλοτικό ακίνητο και μετά από μια δοκιμαστική περίοδο, να εισάγουν στους γεωργούς την τεχνολογία και τις τεχνικές διαχείρισης της συγκεκριμένης καλλιέργειας.

Σημαντικό εμπόδιο για την εφαρμογή του μοντέλου πυρήνα ιδιοκτησίας είναι το υψηλό κόστος μεταφοράς, καθώς τις περισσότερες φορές τα χωράφια παραγωγής είναι μακριά από τα εργοστάσια επεξεργασίας.

Επίσης, σε αρκετές περιπτώσεις παρατηρείται το φαινόμενο οι τιμές που καθορίζονται στις συμβάσεις να είναι συχνά χαμηλότερες από τις τιμές στην αγορά (AsianDevelopmentBank, 2005; Eaton&Shepherd, 2001)

4.2.5 Πολυμερές μοντέλο (multipartitem model)

Το πολυμερές (multipartite) μοντέλο περιλαμβάνει τόσο ιδιωτικούς όσο και δημόσιους φορείς στο σχεδιασμό και τη διαχείριση των συμβάσεων. Στο μοντέλο αυτό, μπορεί να περιλαμβάνονται ξεχωριστοί φορείς που είναι υπεύθυνοι για την παροχή πίστωσης, την παραγωγή, τη διαχείριση, την επεξεργασία και την εμπορία των αγροτικών προϊόντων. Η συμμετοχή του κράτους μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, που κυμαίνονται από την παροχή υπηρεσιών πίστωσης και επέκτασης, έως τη διαχείριση ολόκληρου του συστήματος (Eaton και Shepherd, 2001; Lindholm, 2014).

Το πιο σημαντικό εμπόδιο του συγκεκριμένου μοντέλου είναι η μικρής κλίμακας παραγωγή των γεωργών, η οποία με τη σειρά της εμποδίζει την τήρηση των τεχνικών πρότυπων και της προβλεπόμενης διαδικασίας παραγωγής των προϊόντων. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι απαιτείται χρόνος για την ευαισθητοποίηση των μικρών γεωργών να ακολουθούν πιστά τις τεχνικές συμβουλές που τους παρέχουν οι αγοραστές (AsianDevelopmentBank, 2005; Eaton&Shepherd, 2001).

4.3 Τύποι συμβολαίων

Τα γεωργικά συμβόλαια δημιουργήθηκαν ως μια στρατηγική διαχείρισης του κινδύνου, με σκοπό να μειωθεί το ρίσκο της εμπορίας των αγροτικών προϊόντων, που παρουσιάζεται λόγω της μεγάλης διακύμανσης των τιμών και της προσφοράς των αγροτικών προϊόντων σε ετήσια βάση αλλά και του ελλοχεύοντος κινδύνου της καλλιεργητικής και εμπορικής περιόδου (Δήμου, 2018).

Η αγορά των αγροτικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από σοβαρές διακυμάνσεις των τιμών, καθώς η προσφορά και η ζήτηση παρουσιάζουν ανελαστικότητα λόγω της μεγάλης ευπάθειας και του μεγάλου βιολογικού κύκλου των αγροτικών προϊόντων (Δήμου, 2018).

Στη γεωργική δραστηριότητα εφαρμόζονται αρκετοί τύποι συμβολαίων, κάποια εξ αυτών εμφανίζουν πιο χαλαρούς όρους σύναψης, ενώ κάποια άλλα περιέχουν περισσότερους δεσμευτικούς όρους (Δήμου, 2018).

Παρακάτω περιγράφονται οι βασικοί τύποι συμβολαίων που συνάπτονται κατά την εμπορική δραστηριότητα των αγροτικών προϊόντων:

❖ **Συμβόλαια διαχείρισης της παραγωγής**

Τα συμβόλαια διαχείρισης εφαρμόζονται κυρίως στα οπωροκηπευτικά που προορίζονται για μεταποίηση. Ο αγοραστής ελέγχει της διαδικασίας παραγωγής των αγροτικών προϊόντων, ως προς τα χρονοδιαγράμματα εκτέλεσης των ενεργειών, και των χαρακτηριστικών της παραγωγής, καθώς ελέγχει κάποιες καθοριστικές εισροές, όπως είναι το πολλαπλασιαστικό υλικό. Η τιμή του παραγόμενου προϊόντος καθορίζεται από την αρχή της σύναψης του συμβολαίου μεταξύ των αντισυμβαλλόμενων πλευρών. Ενδεχομένως μπορεί να δημιουργηθεί μικρή διακύμανση της συμφωνημένης τιμής, λόγω της απόκλισης των ποιοτικών χαρακτηριστικών των παραγόμενων. Τελικά προϊόντα τα οποία είναι κατώτερα των προσδοκώμενων παρουσιάζουν πτώση της τιμής, ενώ σε περίπτωση που είναι ανώτερα δημιουργούν πρόσθετο εισόδημα στον παραγωγό. Τέλος, τα συμβόλαια αυτά αποδίδουν όλο το ρίσκο της παραγωγικής διαδικασίας στον παραγωγό, καθώς σε περίπτωση που καταστραφεί η παραγωγή, δεν πληρώνεται (Δήμου, 2018).

❖ **Συμβόλαια παροχής εισροών**

Τα συμβόλαια παροχής εισροών παρατηρούνται κυρίως σε δραστηριότητες που εστιάζουν στα ποιοτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος και αυτά έχουν άμεση συσχέτιση με την ποιότητα και την ποσότητα των εισροών. Ο αγοραστής έχει πλήρη έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας, καθώς προμηθεύει τους παραγωγούς με αλυσίδα αγροτικών εισροών (αγροτικά εφόδια, λιπάσματα, ζωικό κεφάλαιο), μειώνοντας έτσι τις αβεβαιότητες και το ρίσκο που συνδέονται με την γεωργική δραστηριότητα και τη διαμόρφωση της τιμής του πωλούμενου προϊόντος. Δημιουργείτε δυνατότητα πριμοδότηση των παραγωγών που εφαρμόζουν σωστή χρήση των εισροών και μείωση των πληρωμών αυτών που τις σπαταλούν (Δήμου, 2018).

❖ **Συμβόλαια αγοράς**

Συμβόλαια αγοράς χαρακτηρίζονται οι εκ των προτέρων προφορικές ή γραπτές συμφωνίες που διεξάγονται μεταξύ των αγοραστών και των παραγωγών με σκοπό να συμφωνηθεί η εμπορική τιμή του προς πώληση προϊόντος και οι όροι αγοραπωλησίας. Στα συμβόλαια αγοράς ο παραγωγός επωμίζεται την ευθύνη της καλλιεργητικής διαδικασίας, ήτοι έχει την ελευθερία της πρωτοβουλίας και της λήψης αποφάσεων για τον την παραγωγή (Δήμου, 2018).

Υπάρχουν αρκετοί τύποι συμβολαίων αγοράς, οι σημαντικότεροι και πλέον διαδεδομένοι είναι(Δήμου, 2018):

❖ **Συμβόλαια οριζόντιας ή καθορισμένης τιμής (flat or fixed price contracts)**

Ο αγοραστής συμφωνεί να αγοράσει από τον παραγωγό συγκεκριμένη ποσότητα προϊόντος, ορισμένης ποιότητας, σε σταθερή τιμή. Η τιμή που προσφέρουν οι αγοραστές είναι απόρροια των τιμών των προθεσμιακών συμβολαίων (forward contracts). Ακόμη και στα συμβόλαια αυτά, εμφανίζεται πιθανότητα αύξησης ή μείωσης της συμφωνηθείσας τιμής πώλησης λόγω της διακύμανσης των ποιοτικών χαρακτηριστικών του παραγόμενου προϊόντος(Δήμου, 2018).

❖ **Συμβόλαια βάσης (basis contracts)**

Η τιμή πώλησης δεν είναι καθορισμένη, αλλά δεσμευμένη με την τιμή των προθεσμιακών συμβολαίων, αφήνοντας ανοικτή την ημερομηνία εκτέλεσης της εμπορικής πράξης και συνήθως η απόφαση αυτή είναι του παραγωγού. Ως βάση λογίζεται η τιμή μετρητοίς που δίνεται εκείνη τη στιγμή, ίση με την τιμή των προθεσμιακών συμβολαίων την ίδια χρονική στιγμή, ενώ η τελική τιμή πώλησης είναι το άθροισμα της βάσης με την τιμή του προθεσμιακού συμβολαίου τη χρονική στιγμή της εμπορικής πράξης. Στη περίπτωση αυτή ο παραγωγός εισέρχεται σε μια διαδικασία ρίσκου, προσδοκώντας πρόσθετα κέρδη από μια ενδεχόμενη αύξηση των τιμών κλεισίματος των προθεσμιακών συμβολαίων, δεχόμενος όμως και το ενδεχόμενο οι τιμές κλεισίματος να ακολουθήσουν και πτωτική τάση. (Barry&Willman, 1976)

❖ **Συμβόλαια ελάχιστης τιμής (minimum price contracts)**

Τα συμβόλαια στηρίζονται στη διαμόρφωση των τιμών των προθεσμιακών συμβολαίων την περίοδο της συγκομιδής, ο παραγωγός έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την εμπορική πράξη σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και ενδεχόμενα να πουλήσει σε υψηλότερη τιμή, σε περίπτωση που οι τιμές των προθεσμιακών αυξηθούν, πραγματοποιώντας, όμως, αυτή την εμπορική πράξη εντός των χρονικών ορίων που έχουν συμφωνηθεί στο συμβόλαιο. Αν ο παραγωγός δεν πραγματοποιήσει κάποια εμπορική πράξη το χρονικό διάστημα αυτό, θα εισπράξει την τιμή πώλησης του προϊόντος τη χρονική στιγμή της υπογραφής του προϊόντος (Δήμου, 2018).

❖ **Μελλοντικά Συμβόλαια (futures Contracts)**

Είναι μια συμφωνία μεταξύ δύο μερών τα οποία συμφωνούν να προχωρήσουν σε μια συγκεκριμένη αγοραπωλησία σε μια συγκεκριμένη μελλοντική χρονική στιγμή και σε συγκεκριμένη τιμή. Οι συναλλαγές των futures γίνονται σε εξειδικευμένα χρηματιστήρια του εξωτερικού, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων βρίσκονται στις ΗΠΑ. Η μακρά χρήση τέτοιων μέσων προσδιορισμού της τιμής προϊόντος έχει ωφελήσει την αγορά. Η παρουσίαση του μηχανισμού αποδεικνύει ότι ευκαιριακές ή στενευμένες μεταβολές στην προσφορά και τη ζήτηση δεν μπορούν να περάσουν κατευθείαν στη διαπραγματευτική διαδικασία, αλλά ελαττώνεται η σφοδρότητά τους μέσα από τις ασφαλιστικές δικλείδες που το σύστημα διαθέτει (Δήμου, 2018).

❖ **Προθεσμιακά συμβόλαια (forward Contracts),**

Αποτελούν συμφωνίες μεταξύ των παραγωγών και των αγοραστών κατά τις οποίες τα δυο αντισυμβαλλόμενα μέρη καθορίζουν τους όρους αγοραπωλησίας, ήτοι την παράδοση του προϊόντος, καθορισμένης ποσότητας και χρόνου. Η παράδοση του προϊόντος από τον παραγωγό και η ημερομηνία σύναψης από τη μεριά του αγοραστή δεν πραγματοποιείται την ημερομηνία σύναψης του συμβολαίου αλλά σε προσυμφωνημένη και συγκεκριμένη ημερομηνία στο μέλλον (Δήμου, 2018).

4.4 Το περιεχόμενο του συμβολαίου

Η εμπορία αγροτικών προϊόντων αποτελεί μια από της πλέον αβέβαιες και περίπλοκες αγορές που θα μπορούσε κανείς να δραστηριοποιηθεί. Δεδομένου των πολλών και απρόβλεπτων κινδύνων που ελλοχεύουν (αυξομείωση προσφοράς-ζήτησης του προϊόντος, απρόσμενες καιρικές συνθήκες, παθολογικά αίτια, ευπάθεια αγροτικών προϊόντων), παρατηρείται διακύμανση στη διαμόρφωση της τελικής τιμής εμπορίας, των αγροτικών προϊόντων. Αυτές οι μεγάλες και απρόβλεπτες διακυμάνσεις στις τιμές των αγροτικών προϊόντων, δημιουργούν αβεβαιότητα στο αγροτικό εισόδημα (Δήμου, 2018).

Επιπλέον, η δυσκολία εξασφάλισης σταθερής ποσότητας και ποιότητας πρώτης ύλης από τις μεταποιητικές και εμπορικές εταιρίες τροφίμων, ενισχύει την άποψη της αβεβαιότητας και της περιπλοκότητας, που παρουσιάζει η εμπορική δραστηριότητα αγροτικών προϊόντων (Δήμου, 2018).

Τα τελευταία χρόνια προκειμένου να αμβλυνθεί η αβεβαιότητα της προσφοράς και της διακύμανσης των τιμών, εφαρμόζονται συμβόλαια μελλοντικής πώλησης αγροτικών προϊόντων μεταξύ των καλλιεργητών και των αγοραστών. Σκοπός των συμβολαιακών συμφωνιών είναι, να κατοχυρωθεί από τις αντισυμβαλλόμενες πλευρές η σωστή τήρηση των όρων της συμφωνίας, να δημιουργηθεί το αίσθημα της ασφάλειας των μερών αλλά και να εξαιρεθεί ο κίνδυνος της δραστηριότητας. Σύμφωνα με τον νομικό οδηγό για τη συμβολαιακή γεωργία των UNIDROIT, FAO and IFAD , ένα μελλοντικό συμβόλαιο αγοραπωλησίας αγροτικών προϊόντων οφείλει να αναγράφει τα κάτωθι (UNIDROIT - FAO - IFAD, 2015)

- ✓ **Τα στοιχεία των αντισυμβαλλόμενων μερών**, με έγκαιρα στοιχεία ταυτοποίησης, ήτοι ονοματεπώνυμο, διευθύνσεις και κάθε άλλο στοιχείο ταυτοποίησης τους.

Στη συμβολαιακή συμφωνία, ενδέχεται να εμπλέκονται και τρίτα μέρη, περιλαμβάνοντας χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, όπως για παράδειγμα τράπεζες.

- ✓ **Το σκοπό της σύμβασης**. Στο σημείο αυτό του συμβολαίου αναγράφεται ο λόγος σύναψης της συμφωνίας και διευκρινίζεται το αγροτικό προϊόν που θα παραχθεί. Το περιεχόμενο και οι όροι των συμβολαίων δεν έχουν τυπικό μόνο χαρακτήρα. Ο καθένας από τους όρους αυτούς μπορεί να προσφέρει στη μία συμβαλλόμενη πλευρά δυνατότητες πίεσης σε βάρος της άλλης.

- ✓ **Σαφής προσδιορισμός του τύπου καλλιέργειας και παραγωγής του συμβαλλόμενου αγροτικού προϊόντος.**

Σε περίπτωση μίσθωσης γης, θα πρέπει να παρέχονται αποδεικτικά στοιχεία της μίσθωσης, ενώ σε πολλές των περιπτώσεων μπορεί να ζητηθεί και η έγκριση του ιδιοκτήτη.

- ✓ **Υποχρεώσεις των αντισυμβαλλόμενων μερών.** Ανάλογα με το είδος του προϊόντος πραγματοποιούνται και επιμέρους συμφωνίες, όπως οι ποικιλίες που θα χρησιμοποιηθούν στην παραγωγή του προϊόντος, συμφωνίες που αναφέρονται στην παραγωγική διαδικασία (χρόνος φύτευσης, λίπανσης, συγκομιδής), στη χρήση των μέσων μεταφοράς.

Σε περίπτωση που ο αγοραστής, θα παράσχει στον καλλιεργητή εισροές ή τεχνική βοήθεια, θα μπορούσε να γίνει αναφορά στο συγκεκριμένο σημείο του συμβολαίου.

- ✓ **Τιμή αγοράς του προϊόντος και τρόπος πληρωμής.** Η τιμή πρέπει να είναι καθορισμένη ή να διατυπώνεται σαφώς ο τρόπος διαμόρφωσής της, χωρίς παρερμηνείες. Επιπλέον στα συμβόλαια πρέπει καθαρίζουν με ακρίβεια τον τρόπο και τον τόπο των συναλλαγών πληρωμής.

- ✓ **Περιγραφή της παροχής εισροών από τον αγοραστή,** με αναφορά στην ημερομηνία και τον τόπο παράδοσης των εισροών στον παραγωγό, καθώς και σαφής διευκρίνηση του τρόπου αποπληρωμής από τον παραγωγό, με λογιστικούς υπολογισμούς.

- ✓ **Λεπτομερή περιγραφή των χαρακτηριστικών του προϊόντος** που θα παραχθεί και **κλιμάκωση της ποιότητάς.** Στα περισσότερα συμβόλαια ορίζεται εύρος τιμών σύμφωνα με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του παραγόμενου προϊόντος.

- ✓ **Ελάχιστη ή ακριβής ποσότητα προϊόντος που θα παραδοθεί**

- ✓ **Χρονική διάρκεια ισχύς του συμβολαίου.** Η διάρκεια καθορίζεται από τη διάρκεια της καλλιεργητικής περιόδου, οι όροι και οι προϋποθέσεις πιθανής ανανέωσης ή τερματισμού της σύμβασης.

- ✓ **Τόπο και χρόνο παράδοσης του προϊόντος.** Στα περισσότερα συμβόλαια ενώ η διάρκεια τους είναι ετήσια ή διετής.
- ✓ **Διαδικασίες ρύθμισης ενδεχόμενων διενέξεων.** Σε κάθε νομικό συμβόλαιο είναι υποχρεωτικό να αναφέρονται τα μέσα επίλυσης διαφορών που ενδέχεται να προκύψουν κατά τη διάρκεια της συνεργασίας ή και μετά αυτής.
- ✓ **Ποινική ρήτρα κυρώσεων κατά τη μη τήρηση της συμφωνίας.** Ο παραγωγός οφείλει να είναι προσεκτικός με τους όρους και τις ρήτρες του συμβολαίου σχετικά με τη μεταφορά και το χρόνο παράδοσης του προϊόντος, τις ποιοτικές κατηγορίες, το πολλαπλασιαστικό υλικό που θα χρησιμοποιήσει και το χρόνο φύτευσης και το σύστημα παραγωγής.

Τα συμβόλαια ορίζουν πως σε περίπτωση που ο παραγωγός πουλήσει το παραγόμενο προϊόν σε τρίτο είναι υποχρεωμένος να καταβάλλει στον αγοραστή συγκεκριμένο ποσό ως αποζημίωση αλλά και σε περίπτωση καθυστέρησης παράδοσης του προϊόντος από τον παραγωγό, ο αγοραστής δύναται να αποχωρήσει από τα συμφωνηθέντα του συμβολαίου και να μην προβεί στην αγορά του προϊόντος.

Επιπλέον στα συμβόλαια ορίζεται ότι ο αγοραστής μπορεί να αποχωρήσει μονομερώς σε περίπτωση που ο παραγωγός δεν εφαρμόζει τις γραπτές οδηγίες του εξειδικευμένου συμβολαίου του αγοραστή και σε περίπτωση που τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος δεν συμμορφώνονται με αυτά που αναγράφονται στο συμβόλαιο.

- ✓ **Εξαιρέσεις από ευθύνη συμμόρφωσης.** Αναφορά των αιτιών μη συμμόρφωσης ενός συμβαλλόμενου μέρους.

Στην Ελλάδα για την κατοχύρωση ισχύς για τις γραπτές συμβάσεις μελλοντικής πώλησης αγροτικών προϊόντων έχει θεσπιστεί ειδικό νομικό πλαίσιο. Ειδικότερα, σύμφωνα με το **Άρθρο 10 του Νόμου 4015/2011** «Συμβάσεις μελλοντικής πώλησης αγροτικών προϊόντων», προβλέπεται ότι στις σχετικές συμβάσεις πρέπει να περιλαμβάνονται οπωσδήποτε:

α) Το είδος και ο συνολικός όγκος των προς πώληση αγροτικών προϊόντων.

β) Η ελάχιστη χρονική διάρκεια ισχύος, η οποία δεν μπορεί να είναι μικρότερη από ένα έτος.

γ) Ο τρόπος συλλογής, φύλαξης και συντήρησης των αγροτικών προϊόντων, καθώς και η ποιότητά τους με βάση ποικιλίες ή συναφείς πιστοποιήσεις.

δ) Η τιμή του προϊόντος.

ε) Ο τρόπος και ο χρόνος πληρωμής.

στ) Οι λόγοι και ο τρόπος καταγγελίας.

[...]

Ενώ, στη συνέχεια του **Άρθρου 10 του νόμου 4015/2011** αναγράφεται:

2. Αν οι συμβάσεις μελλοντικής πώλησης αγροτικών προϊόντων δεν πληρούν το ελάχιστο περιεχόμενο, όπως αυτό καθορίζεται στην προηγούμενη παράγραφο, επιβάλλεται υποχρεωτικά στους αγοραστές διοικητικό πρόστιμο δέκα χιλιάδων (10.000) ευρώ για κάθε παράλειψη ενός από τα αναφερόμενα σε αυτή στοιχεία και μέχρι ογδόντα χιλιάδες (80.000) ευρώ συνολικά με απόφαση του προϊσταμένου του υποτομέα Γεωργίας της οικείας Περιφέρειας ύστερα από καταγγελία του εκάστοτε συμβαλλόμενου παραγωγού.

3. Η εκ μέρους του αγοραστή μη πληρωμή του συμφωνηθέντος τιμήματος κατά τη δήλη ημέρα και κατά τους όρους της σύμβασης τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον έξι μηνών. Για την άσκηση της ποινικής δίωξης απαιτείται έγκληση.

4. Απαγορεύεται ρητά η μεταπώληση, η με οποιονδήποτε τρόπο μεταβίβαση και η διαπραγμάτευση των συμβολαίων του άρθρου αυτού σε δημοπρατήρια, χρηματαγορές ή χρηματιστήρια εμπορευμάτων της Ελλάδας ή του εξωτερικού. Η παραβίαση της διάταξης αυτής τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον δύο ετών και χρηματική ποινή τουλάχιστον πενήντα χιλιάδων (50.000) ευρώ. Η ποινική δίωξη κατά παντός υπευθύνου διενεργείται αυτεπαγγέλτως.

4.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της συμβολαιακής γεωργίας

Η συμβολαιακή γεωργία διασφαλίζει πολλά και σημαντικά οφέλη για τους βασικούς κρίκους της εφοδιαστικής αλυσίδας, δηλαδή τους παραγωγούς-τις επιχειρήσεις τροφίμων –και τους καταναλωτές. Ωστόσο, ένα νόμισμα έχει δύο όψεις, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που προκύπτουν προβλήματα μεταξύ των μερών που εμπλέκονται στα μελλοντικά συμβόλαια αγοραπωλησίας. Παρακάτω παρατίθενται τόσο τα οφέλη όσο και τα προβλήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας για τους τρεις βασικούς κρίκους της αλυσίδας εφοδιασμού(Γκανάς, 2015).

4.5.1 Τα οφέλη της Συμβολαιακής Γεωργίας

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν διεξαχθεί τόσο σε ελληνικό επίπεδο όσο και σε διεθνές, καταγράφονται τα κάτωθι(Χανιωτάκης):

Για τους παραγωγούς⁷

- Ο συμβολαιακός τρόπος παραγωγής διασφαλίζει στους παραγωγούς τη **διάθεση των προϊόντων**, στην αρχή της παραγωγικής περιόδου σε **προκαθορισμένη εγγυημένη τιμή** πώλησης. Γεγονός που εξαλείφει το φόβο των παραγωγών ως προς τη μη εμπορική διάθεση της παραγωγής και της χαμηλής τιμή πώλησης.
- Οι παραγωγοί εξασφαλίζοντας την απορρόφηση των παραγόμενων προϊόντων, την τιμή πώλησης, τον τρόπο και χρόνο πληρωμής, τους δίνεται η δυνατότητα να προβούν σε **μακροχρόνιο σχεδιασμό της αγροτικής δραστηριότητας τους**.
- Επιπλέον οι γεωργοί, στα πλαίσια της συμβολαιακής γεωργίας, δύναται να δεχθούν **γεωτεχνική υποστήριξη** και **παροχή αγροεφοδίων, όπως σπόρους, λιπάσματα κτλ.** Γεγονός που τους διευκολύνει οικονομικά καθώς αδυνατούν να αγοράσουν την πρώτη ύλη κατά την έναρξη της παραγωγικής διαδικασίας, δεδομένου ότι οι οικονομικές εισροές της αγροτικής δραστηριότητας

⁷http://greekwinefederation.gr/files/repository/20180320112400_SYMVOLAIKIPAROUSIASI.pdf

παρουσιάζονται μετά το πέρας της παραγωγικής περιόδου και της πώλησης της παραγωγής.

Ειδικότερα, η γεωτεχνική υποστήριξη των γεωργών και η προμήθεια τους με αγροεφόδια, άρχισε να εφαρμόζεται στα πλαίσια της προσπάθειας των υπεραγορών και των μεταποιητικών βιομηχανιών τροφίμων να εξασφαλίσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά. Η προσπάθεια προμήθειάς τους με ποιοτικής πρώτη ύλη εξασφαλίζεται αποκλειστικά μέσα από την εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας και τη σταθερή υποστήριξη των παραγωγών (Γκανάς, 2015).

- Οι παραγωγοί, μέσω της συμβολαιακής γεωργίας εξασφαλίζουν πιστώσεις για την αγορά των απαραίτητων εφοδίων και καυσίμων.
- Τέλος μέσω της συμβολαιακής γεωργίας δίνεται η δυνατότητα σε μικρούς παραγωγούς να έρθουν σε επαφή και να συνάψουν **συνεργασία με μεγάλες εταιρίες** και να ανοιχτούν νέες αγορές, που δε θα μπορούσαν σε κάθε άλλη περίπτωση.

Για τις επιχειρήσεις⁸

- Εξασφάλιση προϊόντων πιστοποιημένης ποιότητας

Η πρόσβαση σε **προϊόντα πιστοποιημένης ποιότητας**, συγκεκριμένων ποιοτικών χαρακτηριστικών βοηθούν την επιχείρηση να διατηρεί σταθερή την ποιότητα του τελικού προϊόντος.

- Προγραμματισμός της παραγωγής

Η επιχείρηση εξασφαλίζει τη σταθερή προμήθεια της με την απαραίτητη πρώτη ύλη μέσω της σύναψης συμφωνίας με αγροτικές εκμεταλλεύσεις και της δημιουργίας σταθερών προμηθευτών. Μέσα από τις συμφωνίες παράδοσης της πρώτης ύλης σε συγκεκριμένες ημερομηνίες, δένεται η δυνατότητα στην επιχείρηση να προγραμματίσει το ρυθμό λειτουργίας της παραγωγικής διαδικασίας και το χρόνο παράδοσης των παραγγελιών. Η έγκαιρη παράδοση των παραγγελιών από την επιχείρηση στους πελάτες, της δημιουργεί ένα θετικό προφίλ αξιοπιστίας και σταθερότητας στην αγορά.

⁸(Γκανάς, 2015)

- Ιχνηλασιμότητα των τελικών προϊόντων

Σε περίπτωση ανάκλησης ενός προϊόντος η ιχνηλασιμότητα διευκολύνει την επιχείρηση να προσδιορίσει την ακριβή αιτία πρόκλησης του προβλήματος και να δράσει τόσο διορθωτικά όσο και προληπτικά ώστε να αποφευχθεί αντίστοιχο περιστατικό στο μέλλον.

- Έχοντας εκτιμώμενο χρόνο προμήθειας της πρώτης ύλης, τις ποσότητες και τις τιμές αυτής, η επιχείρηση μπορεί να προβεί σε αποτελεσματικό ταμειακό προγραμματισμό.
- Διαχείριση του ρίσκου
- Ισχυροποίηση εμπορικών συνεργασιών και ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας της εταιρίας στην αγορά.
- Ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων
- Όταν στην σύμβαση παρεμβάλλεται και ένας ενδιάμεσος χρηματοδοτικός φορέας (Τράπεζα), οι επιχειρήσεις αποκτούν δυνατότητα έγκαιρης ρευστότητας για την αποπληρωμή των προμηθευτών τους, για τον προγραμματισμό της παραγωγής και κάλυψη των αναγκών της εταιρίας.

Για τους καταναλωτές

- Προμήθεια ποιοτικών και ασφαλών προϊόντων, αυξημένης διατροφικής αξίας
- Άμεση προσαρμογή στις ανάγκες και προτιμήσεις των καταναλωτών
- Ύπαρξη διαφάνειας των τιμών αγοράς

4.5.2 Προβλήματα της Συμβολαιακής Γεωργίας

Για τους παραγωγούς⁹

- Μειωμένη διαπραγματευτική ικανότητα της τιμής πωλήσεις των γεωργικών προϊόντων.

⁹(Γκανάς, 2015)

Οι συμφωνίες αγοροπωλησίας μεταξύ των παραγωγών και των επιχειρήσεων συνάπτονται κατά την αρχή της παραγωγικής περιόδου ή και νωρίτερα, με αποτέλεσμα η συμφωνημένη τιμή πωλήσεως να είναι χαμηλότερη από την τελική, διαμορφωμένη τιμή πώλησης του προϊόντος στην αγορά. Στις περιπτώσεις, το κέρδος των γεωργών περιορίζεται.

- Εικονική υποβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος.

Κατά τη σύναψη της συμβολαιακής συμφωνίας η τιμή διαμορφώνεται βάση τις ποιότητας του τελικού παραγόμενου γεωργικού προϊόντος, συνεπώς τα προϊόντα Α ποιότητας αγοράζονται σε υψηλότερη τιμή από τις επιχειρήσεις, ενώ η τιμή μειώνεται κλιμακωτά όσο η ποιότητα χαμηλώνει. Ωστόσο, δεν είναι λίγες οι φορές που παρατηρείται εικονική ποιοτική υποβάθμιση του προϊόντος από τις επιχειρήσεις με σκοπό την αύξηση των κερδών τους, ενώ οι παραγωγοί έχοντας συνάψει συμφωνία με αυτές, είναι δεσμευμένοι να παραδώσουν την παραγωγή τους σε αυτές και να πάρουν εισπράξουν το ποσό βάση της τιμής που αντιστοιχεί στην ποιότητα του παραδοτέου. Οι γεωργοί, ακόμα και αν διαφωνούν με τη διαμόρφωση της τιμής πώλησης, είναι υποχρεωμένοι να τηρήσουν τη συμφωνία και δεν μπορούν να πωλήσουν την παραγωγή τους αλλού, διότι θα έχουν ποινικές συνέπειες.

- Δέσμευση των παραγωγών για προμήθεια αγροεφοδίων και ζωοτροφών από συγκεκριμένους προμηθευτές, με αποτέλεσμα οι γεωργοί να περιορίζουν τις επιλογές εφοδιασμού τους.

Έντονο πρόβλημα παρουσιάζεται στην κτηνοτροφία. Αρκετοί γαλακτοπαραγωγοί επιλέγουν την ιδιοπαραγωγή των ζωοτροφών τους, τόσο για λόγους οικονομικούς, καθώς μειώνεται το κόστος ζωοτροφών, όσο και για λόγους καλύτερης ποιότητας σιτηρεσίου.

Ωστόσο οι γαλακτοβιομηχανίες, με τις οποίες συνάπτεται συμβόλαιο ασκούν πίεση στους κτηνοτρόφους για αγορά των ζωοτροφών από συγκεκριμένους προμηθευτές, όπου σε αρκετές περιπτώσεις η ποιότητα των αγοραζόμενων ζωοτροφών είναι χαμηλή, ενώ η πληρωμή των ζωοτροφών θα είναι συμψηφιζόμενη με τις παραδόσεις γάλακτος στην γαλακτοβιομηχανία. Γεγονός που δημιουργεί προβλήματα διαφάνειας στη συνεργασία των παραγωγών και των γαλακτοβιομηχανιών, ενώ ακόμη φέρει οικονομικές στρεβλώσεις ως προς τη

συμφωνία. Τέλος η απροθυμία των κτηνοτρόφων για αγορά ζωοτροφών από τους υποδεικνυόμενους από τη γαλακτοβιομηχανία προμηθευτές και η επιμονή τους για ιδιοπαραγωγή ζωοτροφών, επιφέρει τη λύση της συνεργασίας.

- Χαμηλότερες τιμές διάθεσης των προϊόντων συμβολαιακής γεωργίας σε σχέση με αυτές που διαμορφώνονται στην αγορά κατά την περίοδο συγκομιδής.

Για τις επιχειρήσεις¹⁰

- Παράλληλες πωλήσεις.

Σε αρκετές περιπτώσεις, οι καλλιεργητές παρά τη σύναψη συμβολαιακής συμφωνίας με μια εταιρία, για την απορρόφηση της παραγωγής τους από αυτή, αθετούν το συμβόλαιο και πωλούν μέρος της παραγωγής τους, παράλληλα και σε άλλες εταιρίες, εκτός συμβολαίου ή στην ελεύθερη αγορά, με σκοπό να επιτύχουν υψηλότερες ευκαιριακές τιμές πώλησης.

Αλλά, υπάρχουν και περιπτώσεις που οι καλλιεργητές αγοράζουν τη σοδειά άλλων καλλιεργητών και την παραδίδουν στις συμβαλλόμενες εταιρίες αντί της συμφωνημένης παραγωγής. Η παραγωγή που προμηθεύουν την εταιρία είναι κατώτερη της συμφωνημένης ποιότητας καθώς οι καλλιεργητές αγοράζουν σοδειά διαλογής, σε χαμηλή τιμή και την μεταπωλούν στην εταιρία ως ιδιοπαραχθείσα και υψηλής ποιότητας. Παράλληλα η δική τους παράγωγή, η οποία έχει καλλιεργηθεί βάση των υψηλών απαιτήσεων της εταιρίας, τη γεωτεχνική στήριξη αυτής και σε αρκετές περιπτώσεις τη χορήγηση και των αγροεφοδίων, την πωλούν σε τρίτες επιχειρήσεις, εκτός συμβολαίου, πετυχαίνοντας καλύτερη τιμή πώλησης (Τίγκας, 2014).

Οι παράλληλες πωλήσεις των αγροτικών προϊόντων από τους παραγωγούς σε εκτός συμβολαίου επιχειρήσεις αλλά και η αθέτηση της συμφωνίας από αυτούς, είναι αρκετά επιζήμια για τις επιχειρήσεις καθώς η χαμηλή ποιότητα πρώτης ύλης που παραδίδεται στην επιχείρηση την καθιστά αδύνατη να διαθέσει στους πελάτες της τα προϊόντα που έχει συμφωνήσει, ως προς την ποιότητα, με αποτέλεσμα να δημιουργείτε αμφισβήτηση της καλής της φήμη (Τίγκας, 2014).

¹⁰(Γκανάς, 2015)

Επιπλέον οι επιχειρήσεις προμηθεύουν τους παραγωγούς με σπόρους, λιπάσματα κτλ. αλλά και τους εξειδικεύουν μέσω της επιστημονικής υποστήριξης και συμβουλευτικής από καταρτισμένους επιστήμονες γεωπόνους, ωστόσο όταν επιχειρήσεις δεν καρπώνονται το επιθυμητό αποτέλεσμα και αντ' αυτού λαμβάνουν πρώτη ύλη αμφιβόλου ποιότητας ή μικρότερη ποσότητα από τη συμφωνημένη τότε πέρα από το ρίσκο να χάσουν την καλή φήμη στην αγορά ως προς την ποιότητα, διακινδυνεύουν να μην είναι συνεπείς στα χρονοδιαγράμματα παράδοσης των παραγγελιών στους πελάτες. Τέλος, η μη ανταποδοτική υποστήριξη της παραγωγής από τις επιχειρήσεις τόσο μέσα από την παροχή υπηρεσιών όσο και παγίων, επιφέρει και οικονομική ζημία (Δήμου, 2018).

- Μη συμμόρφωση των καλλιεργητών με τα χρονοδιαγράμματα παράδοσης και τις απαιτήσεις των αγοραστών.
- Διαφορετική χρήση βοηθητικών υλικών

Πολλοί γεωργοί χρησιμοποιούν τα αγροεφόδια, όπως λιπάσματα και φυτοπροστατευτικά, που προμηθεύονται από τις επιχειρήσεις για την συμβολαιακή καλλιέργεια σε άλλες καλλιέργειες, με αποτέλεσμα η συμφωνηθείσα παραγωγή να είναι κατώτερης ποιότητας σε σχέση με την αναμενόμενη (Γκανάς, 2015).

4.6 Κριτική της μεθόδου της συμβολαιακής γεωργίας

Τα τελευταία χρόνια η εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας αναπτύσσεται ραγδαία και καθιερώνεται ως ο επικρατέστερος τρόπος οργάνωσης και εμπορίας αγροτικών προϊόντων, καθώς η σωστή διαχείριση των συμβολαίων αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο συντονισμού, προώθησης και εφοδιασμού αγροτικών προϊόντων για τους βασικούς κρίκους της εφοδιαστικής αλυσίδας (παραγωγούς-μεταποιητικές επιχειρήσεις – καταναλωτές). Η σταδιακή εξάπλωση της συμβολαιακής αγοροπωλησίας αγροτικών προϊόντων αναπτύχθηκε λόγω μιας αλληλουχίας αλλαγών στις σύγχρονες ανάγκες και απαιτήσεις της εποχής (UNIDROIT - FAO - IFAD, 2015).

Στις μέρες μας, παρατηρούνται αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες, καθώς, ολοένα και μεγαλύτερη μερίδα του αγοραστικού κοινού προτιμά να αγοράζει και να καταναλώνει τρόφιμα αποδεδειγμένα ποιοτικά. Επιπλέον, έχει δημιουργηθεί μια τάση

των καταναλωτών να επιλέγουν τρόφιμα «από το χωράφι στο ράφι», γεγονός που οφείλετε στη μεγάλη πληροφόρηση που δέχονται σε θέματα διατροφής και στην υιοθέτηση ενός τρόπου διατροφής πιο υγιεινού. Ενώ, τέλος είναι γεγονός πως οι καταναλωτές, πλέον αναζητούν περαιτέρω ενημέρωση σχετικά με τα τρόφιμα που αγοράζουν, αλλά και πως προτιμούν τα προϊόντα που έχουν ταυτότητα και είναι δυνατή η ιχνηλασιμότητα τους (Κόκοτα, 2017).

Παράλληλα, στην καθιέρωση της συμβολαιακής γεωργίας συντέλεσαν και οι υπεραγορές (supermarkets), καθώς λόγω της πώλησης μεγάλης ποσότητας τροφίμων στο καταναλωτικό κοινό και της μεγάλης ανταγωνιστικότητας στον κλάδο, δημιουργήθηκε η ανάγκη για σταθερή και ποσοτική τροφοδοσία των καταστημάτων. Αυτή η ανάγκη σε συνδυασμό με τη θέλησή ικανοποίησης των υψηλών απαιτήσεων των καταναλωτών αλλά και τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην αγορά έναντι των ανταγωνιστών, οδήγησε στην καθιέρωση του συμβολαιακού τρόπου εφοδιασμού των καταστημάτων με αγροτικά προϊόντα, κυρίως φρέσκα φρούτα και λαχανικά (Γκανάς, 2015).

Επιπλέον, η συνεχής επέκταση του παγκόσμιου εμπορίου φρέσκων και μεταποιημένων προϊόντων, αλλά και οι θέσπιση αυστηρών κανονισμών ασφαλείας και ποιότητας, συνέβαλλαν με τη σειρά τους στην περαιτέρω ανάπτυξη του συμβολαιακού τρόπου παραγωγής αγροτικών προϊόντων (Κόκοτα, 2017).

Επιπλέον, ο συμβολαιακός τρόπος καλλιέργειας μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένας δυναμικός μοχλός αγροτικής ανάπτυξης και να επιφέρει θετικά αποτελέσματα για κάθε κρίκο της αλυσίδας, ήτοι τους γεωργούς, τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Με βάση την ανάλυση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων της συμβολαιακής γεωργίας που προηγήθηκε, γίνεται αντιληπτό ότι, ενώ τα πλεονεκτήματα είναι πολλαπλά και για τους δύο συμβαλλόμενους, ενώ τα μειονεκτήματα αφορούν κυρίως στον παραγωγό, ο οποίος παρουσιάζεται ως αδύναμος κρίκος σ' αυτή τη συνεργασία (Δήμου, 2018).

Ειδικότερα, οι γεωργοί βρίσκονται στην ασθενέστερη θέση στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων, λόγω της πολύ μικρής διαπραγματευτικής ισχύος τους, με αποτέλεσμα τη συμπίεση των τιμών.

Ο υψηλός βαθμός κατακερματισμού στον τομέα της παροχής γεωργικών ειδών διατροφής, το γεγονός ότι τα εργαλεία υποστήριξης της ΚΓΠ χαρακτηρίζονται από μια προσέγγιση προσανατολισμένη στην αγορά και η αυξανόμενη αστάθεια των τιμών καθιστούν απαραίτητη τη διασφάλιση ισότιμων όρων ανταγωνισμού μεταξύ

προμηθευτών και αγοραστών (Γκανάς, 2015).

Για τους γεωργούς, οι αθέμιτες πρακτικές μπορούν να οδηγήσουν σε οικονομικές απώλειες και να αντισταθμίσουν τα οφέλη που αποκομίζουν αυτοί από τις επιδοτήσεις της ΚΓΠ, οι οποίες εξαρτώνται όλο και περισσότερο από την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Υπάρχουν πολλά είδη αθέμιτων πρακτικών, αλλά ορισμένα, όπως οι πωλήσεις επί ζημιά, επαναλαμβάνονται με μεγάλη συχνότητα και οι παραγωγοί έχουν μικρό περιθώριο ελιγμών για να αντιδράσουν, λόγω νομικών κενών και ανασφάλειας δικαίου. (Κοντογεωργος & Σεργάκη, 2016)

Ο ρόλος των συνεταιρισμών στην εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας είναι κυρίως ρυθμιστικός και οργανωτικός. Οι μεγάλες μεταποιητικές εταιρείες, στην προσπάθειά τους να βρουν παραγωγούς, για να εφαρμόσουν τη συμβολαιακή γεωργία, πολλές φορές απευθύνονται σε συνεταιρισμούς της περιοχής. Πρόκειται, δηλαδή, για τον διαμεσολαβητή που ελέγχει την πορεία της συνεργασίας, προστατεύοντας κυρίως τον παραγωγό που αντιμετωπίζει και τα περισσότερα μειονεκτήματα και κινδύνους σ' αυτή τη συνεργασία (Θεολογοπούλου, 2016).

Κατά συνέπεια, η ύπαρξη ενός συνεταιρισμού – ως ενδιάμεσου φορέα- που να μπορεί να προστατεύσει τα συμφέροντα των μεμονωμένων παραγωγών που ενδιαφέρονται να υπογράψουν συμβόλαιο συνεργασίας με μια μεταποιητική μονάδα, είναι ιδιαίτερα σημαντική για τη διαπραγματευτική τους δύναμη. Ωστόσο, και οι συνεταιρισμοί επωφελούνται, επειδή εξασφαλίζουν εγγυημένη διάθεση της παραγωγής αλλά και εισοδήματα για τα μέλη τους, γεγονός που συμβάλλει στην καλύτερη λειτουργία τους και στην αύξηση της διαπραγματευτικής τους δύναμης.

Το ζήτημα των πωλήσεων κάτω του κόστους, και αυτό ακριβώς είναι το κύριο αντικείμενο των καταγγελιών στις οποίες προβαίνουν οι γεωργοί σε σχέση με ορισμένες αυθαίρετες πρακτικές προώθησης ευπαθών προϊόντων, οι οποίες εφαρμόζονται από μεγάλους αγοραστές για την προσέλκυση πελατών (Δήμου, 2018).

Η συντάκτρια γνωμοδότησης πιστεύει ακράδαντα ότι χωρίς γραπτές συμβάσεις η νομοθεσία της ΕΕ δεν θα είναι ποτέ αποτελεσματική. Μολονότι η νομοθεσία για την ΚΓΠ δεν προβλέπει ακόμη υποχρεωτικές γραπτές συμβάσεις σε επίπεδο ΕΕ, η νέα οδηγία θα πρέπει να αντανakλά τουλάχιστον κάποια πρόοδο στο πλαίσιο της κοινής οργάνωσης των γεωργικών αγορών, η οποία επιτρέπει στα κράτη μέλη να συνάπτουν γραπτές συμβάσεις στην επικράτειά τους. Η συντάκτρια γνωμοδότησης παροτρύνει όλα τα κράτη μέλη να θεσπίσουν υποχρεωτικές συμβάσεις σύμφωνα με το παράδειγμα ορισμένων χωρών, όπως η Ισπανία. (Θεολογοπούλου, 2016)

Προκειμένου να εξασφαλιστούν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, τα κράτη μέλη θα πρέπει να διαθέτουν ενιαία κριτήρια για τον υπολογισμό των κυρώσεων για αθέμιτες πρακτικές, χωρίς να υπονομεύονται οι εθνικές αρμοδιότητες. Η συντάκτρια γνωμοδότησης προτείνει μια διατύπωση παρόμοια με κάποιες ήδη υπάρχουσες σε νομοθετικά κείμενα της ΕΕ(Κόκοτα, 2017). Η διαφάνεια στην αγορά αποτελεί επίσης σημαντικό στοιχείο που θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη στη νομοθεσία της ΕΕ όταν πρόκειται για την αντιμετώπιση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Ακολουθώντας το παράδειγμα ορισμένων εθνικών διατάξεων που έχουν ήδη εγκριθεί, η συντάκτρια γνωμοδότησης προτείνει όλα τα κράτη μέλη να θέσουν σε λειτουργία εθνικά παρατηρητήρια της αλυσίδας γεωργικών ειδών διατροφής για να παρακολουθούν τις τιμές της αγοράς και να εντοπίζουν παρατυπίες. Ένα τέτοιο εργαλείο θα ήταν πολύ χρήσιμο για την αξιολόγηση της εφαρμογής της νομοθεσίας ενόψει μελλοντικών αναθεωρήσεων και για την ανταλλαγή εθνικών δεδομένων (Γκανάς, 2015).

Η δυνατότητα προστασίας του απορρήτου ενός παραγωγού που υποβάλλει καταγγελία αποτελεί βασικό στοιχείο της πρότασης της Επιτροπής, που θα επιτρέπει την υποβολή καταγγελιών χωρίς τον «παράγοντα του φόβου». Η συντάκτρια γνωμοδότησης επιθυμεί να ενισχύσει το κείμενο της Επιτροπής, προκειμένου να εξασφαλίζεται αυτομάτως το δικαίωμα στην τήρηση του απορρήτου (Δήμου, 2018).

Μεταξύ άλλων σχετικών τροποποιήσεων της πρότασης της Επιτροπής, η συντάκτρια γνωμοδότησης θα ήθελε επίσης να τονίσει την ανάγκη κάλυψης, εντός του πεδίου εφαρμογής της οδηγίας, αγοραστών που έχουν την έδρα τους σε τρίτες χώρες και οι οποίοι αγοράζουν προϊόντα της ΕΕ προς πώληση στις αγορές των κρατών μελών. Ο στόχος είναι να προλαμβάνεται το ενδεχόμενο αγοραστών που παρακάμπτουν τις διατάξεις της ΕΕ με μια απλή μεταφορά του τόπου εγκατάστασής τους εκτός της ΕΕ (Λευκάκη, 2006).

Η βέλτιστη αξιοποίηση των δυνατοτήτων των εμπλεκόμενων μερών, στα πλαίσια της διαφάνειας και της σωστής συνεργασίας, θα επιφέρουν θετικά αποτελέσματα τόσο στους γεωργούς όσο και στις επιχειρήσεις(Γκανάς, 2015).

- ανάγκη διαπραγμάτευσης των παραγωγών με τις εταιρείες μέσω συνεταιρισμών και όχι μεμονωμένα.
- Διατήρηση και ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και κοινωνικής συνοχής

4.7 Προϋποθέσεις ύπαρξης επιτυχούς μοντέλου συμβολαιακής γεωργίας

Για την ανάπτυξη μιας υγιούς και επιτυχημένης συνεργασίας που στηρίζεται σε ένα συμβόλαιο, που έχουν υπογράψει δύο ή τρία συμβαλλόμενα μέρη, διαδραματίζουν πολλοί παράγοντες σημαντικό ρόλο. Αυτά μπορεί να είναι οι συνθήκες που επικρατούν στο ευρύτερο περιβάλλον πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό στο οποίο τα μέρη αυτά θα δραστηριοποιηθούν. Η ύπαρξη ενός σταθερού πολιτικού κράτους με ισχυρούς θεσμούς και κυρίως ενός άρτιου νομικού συστήματος που θα ρυθμίζει επαρκώς θέματα ιδιοκτησίας, φορολογίας, εμπορίου, εργατικών σχέσεων και τυχόν διαφωνίες αποτελεί μια από τις βασικότερες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. (C.A. DaSilva 2005: 22). Μια από τις σημαντικότερες προϋποθέσεις, αν όχι η σημαντικότερη, είναι η αξιοπιστία των δύο μερών του συμβολαίου και η πρόθεση τους να προβούν σε ισότιμη διαπραγμάτευση των όρων. Κατά τον τρόπο αυτό δημιουργείται μια σχέση εμπιστοσύνης και χτίζεται μια συνεργασία που το τελικό αποτέλεσμα ευνοεί και τις δύο πλευρές. Η σημασία της αμοιβαίας ωφέλειας είναι σημαντική για την επιτυχία της συμφωνίας. Καθώς οι συμφωνίες συμβολαιακής αγροτικής παραγωγής είναι κατά κύριο λόγο συμφωνίες που στοχεύουν στην αγορά θα πρέπει να είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε να είναι οικονομικά βιώσιμες και να παρέχουν στους συμμετέχοντες ισχυρά κίνητρα για την εμπλοκή και τήρηση της συμφωνίας τους. Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών αλλά και καινοτομίας είναι πέρα από κίνητρο και προϋπόθεση για την αύξηση της παραγωγής, την μείωση του κόστους παραγωγής, την εξασφάλιση προϊόντων υψηλής ποιότητας και την εύκολη παρακολούθηση / ιχνηλασιμότητα της παραγωγικής διαδικασίας. Παράλληλα, εξαιρετικά ευνοϊκή συνθήκη (και προϋπόθεση) κρίνεται η ύπαρξη επενδυτικού κλίματος όπου θεσμοί ή επενδυτές που εκδηλώνουν ενδιαφέρον να αποτελούν αρωγούς σε συμβόλαια παραγωγής ως τρίτα μέρη αποσκοπώντας σε μελλοντικό οικονομικό όφελος. Τέλος, απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχή έκβαση της προσπάθειας, όπως σε κάθε επιχειρηματικό εγχείρημα, είναι ο αρχικός σχεδιασμός της όλης δραστηριότητας. Αυτό σημαίνει να λαμβάνονται υπόψη όλες τις παραμέτρους από και οι ευκαιρίες που παρέχουν οι αγορές, τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, τις δυνατότητες των παραγωγών, τις απαιτήσεις των καταναλωτών και τις συνθήκες στο γενικότερο πλαίσιο πχ πολιτικές εξελίξεις (Θεολογοπούλου, 2016)

4.8 Εταιρική κοινωνική ευθύνη και συμβολαιακής γεωργίας

Όπως ανέφερε ο κ. Κόκκαλης ¹¹ στα πλαίσια του 7^{ου} Ετήσιου Συνεδρίου Αγροτεχνολογίας «Η Συμβολαιακή Γεωργία μπορεί να αναπτυχθεί και στα πλαίσια της κοινωνικής οικονομίας δίνοντας λύση σε προβλήματα που αντιμετωπίζουν ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, ιδιαίτερα λόγω της κρίσης. Οι επιχειρήσεις του Αγροδιατροφικού Τομέα, καλούνται σήμερα να συμβάλλουν με τον τρόπο λειτουργίας τους στη διασφάλιση ενός υγιούς κοινωνικού συνόλου με σεβασμό στο περιβάλλον και στον άνθρωπο. Οφείλουν επομένως να αναγνωρίζουν την ευθύνη που τους αναλογεί και η Εταιρική Υπευθυνότητα να αποτελεί βασικό συστατικό του τρόπου λειτουργίας και ανάπτυξή τους». Επιπλέον πρόσθεσε ότι «Η Εταιρική Κοινωνική πρέπει να αποτελέσει κουλτούρα αποσκοπώντας στη διαφύλαξη των αρχών και των αξιών που χαρακτηρίζουν τον πολιτισμό μας και στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής. Σήμερα, ο θεσμός της Εταιρικής Ευθύνης, προσδιορίζεται και με πολιτικές και δράσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία στοχεύει να του δώσει μεγαλύτερη πολιτική προβολή, να επιβραβεύσει ευρωπαϊκές επιχειρήσεις για τις ενέργειες τους σε αυτόν τον τομέα και να ενθαρρύνει την ανάληψη μεγαλύτερων πρωτοβουλιών. Έτσι, υπάρχει ένα πλέγμα νόμων και κανόνων για την προστασία του περιβάλλοντος κατά την διαδικασία παραγωγής που προστατεύει και προάγει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια».

Παραδείγματα

Η πρωτοβουλία «Καρπός Φροντίδας, πρόκειται για μία δράση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης που αφορά την στήριξη των παραγωγών στο ακριτικό χωριό Νότια του Νομού Πέλλας για την παραγωγή της συγκεκριμένης ετικέτας. Στόχος της δράσης είναι να βοηθήσει Έλληνες καλλιεργητές να μπορέσουν, σε μια δύσκολη συγκυρία, να μείνουν στον τόπο τους, να στηρίξουν τις οικογένειές τους, την κοινωνία που ζουν αλλά και τη χώρα. Η δράσης «Καρπός Φροντίδας» βρίσκεται σε διαδικασία προσέλκυσης κεφαλαίων, με στόχο να δημιουργηθεί ένα πολυμετοχικό σχήμα και να επεκταθεί και σε άλλες περιοχές της χώρας.

¹¹<https://www.ypaithros.gr/kokkalis-ergaleio-agroti-koinonia-symvolaiaki-georgia/>

5 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Η ΣΥΜΒΟΛΑΙΑΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1 Η κατάσταση του πρωτογενούς κλάδου στην Ελλάδα του σήμερα

Ο πρωτογενής τομέας αποτελεί ακόμα και σήμερα έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της Ελληνικής Οικονομίας. Τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης που είχε να αντιμετωπίσει η ελληνική κοινωνία, είχε παρατηρηθεί στον ελλαδικό χώρο το φαινόμενο της «επιστροφής» στον αγροτικό τομέα. Αυξήθηκε έτσι η καλλιεργήσιμη γη όπως και τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τη συνεχή ανάπτυξη της τεχνολογίας που διευκολύνει τη παραγωγή και επεξεργασία των αγροτικών προϊόντων με καλύτερο και πιο γρήγορο τρόπο, καταλήγει σήμερα τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα να έχουν πολύ καλή ποιότητα. Τα προβλήματα όμως στον πρωτογενή τομέα δε σταματούν στην ποιότητα και την ποσότητα. Σήμερα οι επαγγελματίες αγρότες στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν κάθε χρονιά προβλήματα στην τιμή του προϊόντος.

Η τιμή των ελληνικών αγροτικών προϊόντων δεν είναι σταθερή, αντιθέτως κάθε χρόνο μεταβάλλεται δημιουργώντας συνεχώς προβλήματα στη διάθεση του προϊόντος και στη διαβίωση του πρωτογενούς κλάδου. Μεταβολή των τιμών εμφανίζει σε όλα τα αγροτικά προϊόντα, χωρίς να παρατηρείται εξαίρεση σε κάποιο. Μια λύση στο συγκεκριμένο πρόβλημα θα αναλυθεί περισσότερο στη συνέχεια.

5.2 Η συμβολαιακή γεωργία εν Ελλάδι

Η ανάγκη των αγροτών να βρουν αγοραστές για τα προϊόντα τους την κατάλληλη χρονική στιγμή με μια ικανοποιητική τιμή και συμφέροντες όρους, συναντήθηκε με μια άλλη ανάγκη: αυτή των μεταποιητικών επιχειρήσεων (ή των εμπόρων) να βρουν το κατάλληλο προϊόν επίσης με τιμές και όρους που θα τους συμφέρουν.

Κατά αυτό τον τρόπο γεννήθηκαν τα Συμβόλαια Μελλοντικής Εκπλήρωσης (ΣΜΕ), αρχικά για τα αγροτικά προϊόντα και στη συνέχεια για οποιοδήποτε προϊόν μπορούσε να διακινηθεί. Αυτά ακριβώς τα Συμβόλαια Μελλοντικής Εκπλήρωσης εξελίχθηκαν με την πάροδο του χρόνου και αποτελούν τη βάση αυτού που σήμερα ονομάζουμε Συμβολαιακή Γεωργία.

Η Συμβολαιακή Γεωργία (contract farming ή contractual agriculture) είναι μια συμφωνία (προφορική ή γραπτή) μεταξύ των παραγωγών αγροτικών προϊόντων

(φυσικά πρόσωπα ή αγροτικοί συνεταιρισμοί), και των αγοραστών (έμποροι ή μεταποιητικές επιχειρήσεις, κρατικοί ή ιδιωτικοί φορείς), με αντικείμενο την παραγωγή αγροτικών προϊόντων συγκεκριμένης ποσότητας και ποιότητας από τον ένα συμβαλλόμενο και την πώληση αυτών σε μια προκαθορισμένη τιμή στον άλλο συμβαλλόμενο. Αυτή η συμφωνία συνήθως έχει συγκεκριμένη διάρκεια ισχύος, ενδεχομένως καθορίζει συνθήκες παραγωγής, σίγουρα προδιαγραφές ποιότητας και ποσότητας, και αν δεν προβλέπει συγκεκριμένη τιμή ανά μονάδα, αναφέρει τους όρους με τους οποίους αυτή θα προσδιοριστεί.

Η συμβολαιακή γεωργία στην Ελλάδα εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1970 με τα πρώτα συμβόλαια να υπογράφονται μεταξύ παραγωγών και εμπόρων, αλλά ουσιαστικά μετά το 2000 ο θεσμός παρουσιάζει σοβαρή διεύδυση στην οικονομία¹². Η Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ) της Ευρωπαϊκής Ένωσης αναφέρει ότι στοχεύει μεταξύ άλλων, να αυξάνει την παραγωγικότητα της γεωργίας με την άριστη αξιοποίηση των συντελεστών παραγωγής, και να εξασφαλίζει κατ' αυτόν τον τρόπο ένα δίκαιο βιοτικό επίπεδο στο γεωργικό πληθυσμό, ιδίως με την αύξηση του ατομικού εισοδήματος των εργαζομένων στη γεωργία¹³. Με αυτό τον τρόπο στηρίζει θεωρητικά και πρακτικά στην έννοια της συμβολαιακής γεωργίας.

Σήμερα στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά φωτεινά παραδείγματα που αντικατοπτρίζουν και δίνουν μια πιο σφαιρική εικόνα της μορφής που μπορεί να πάρει η συμβολαιακή γεωργία, εφόσον στηρίζεται σε γερά θεμέλια. Πιο συγκεκριμένα, τέτοια παραδείγματα συναντώνται σε όλους τους κλάδους του αγροτικού τομέα, όπως στις εταιρείες Μπάρμπα Στάθης, Αγροκτηνοτροφικού Βιομηχανικού Συνεταιρισμού Προσοτσάνης «Μενοίκιο», Agrino, Αγροτικού Πτηνοτροφικού Συνεταιρισμού Ιωαννίνων «Πίνδος», ΜΕΒΓΑΛ και άλλες¹⁴. Συνεπώς, η συμβολαιακή γεωργία μπορεί να υπάρξει και να αναπτυχθεί στον ελλαδικό χώρο εφόσον τηρεί συλλογικά σχήματα και εφαρμόζει ορθές καλλιεργητικές πρακτικές, για τα οποία θα γίνει αναφορά στη συνέχεια.

Τα τελευταία χρόνια σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν στη Συμβολαιακή γεωργία και τα τραπεζικά ιδρύματα, κυρίως η Τράπεζα Πειραιώς (ακολούθησαν σε μικρότερη

¹²Λαθήρας, 2019

¹³Άρθρο 39 της Ενοποιημένης Απόδοσης της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης

¹⁴ <https://www.voria.gr/article/i-simvoleaki-georgia-monodromos-gia-tin-anaptixi-tou-protogeni-tomea>

έκταση και άλλα ιδρύματα όπως η Εθνική Τράπεζα, η ALPHABANK και η Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα για τη στήριξη της τοπικής οικονομίας). Έχουν αναπτύξει έντονη δραστηριότητα προκειμένου να στηριχθεί η παραγωγική προσπάθεια του πρωτογενούς τομέα, εξασφαλίζοντας μέσω προγραμμάτων την αναγκαία αλλά και στοχευμένη χρηματοδότηση αφενός μεν προς τους αγρότες για να προγραμματίζουν τις καλλιεργητικές τους ανάγκες, προκειμένου να διαθέσουν το παραγόμενο προϊόν τους στη συμφωνημένη τιμή, ποιότητα και ποσότητα και αφετέρου προς τις εταιρείες – αγοραστές για να εξασφαλιστεί ο εφοδιασμός με πρώτη ύλη και να προγραμματίσουν τις πληρωμές τους εκ των προτέρων με βάση το συμβόλαιο που έχουν υπογράψει¹⁵.

5.3 Περιπτώσεις επιτυχίας και αποτυχίας στην Ελλάδα

Όλο και περισσότερες βιομηχανίες, ελληνικές και ξένες, από όλους τους κλάδους, δίνουν ψήφο εμπιστοσύνης στην ελληνική παραγωγή αγροτικών προϊόντων μέσω της συμβολαιακής γεωργίας. Γαλακτοβιομηχανίες, ζυθοποιίες, βιομηχανίες τροφίμων και ποτών, καλλυντικών, ακόμα και βιοκαυσίμων βασίζουν την παραγωγή των προϊόντων τους σε πρώτες ύλες που παράγουν Έλληνες αγρότες. Ήδη αρκετές επιχειρήσεις έχουν επενδύσει τα τελευταία χρόνια στη μορφή αυτής της συνεργασίας με τους παραγωγούς.

Η πρώτη πολυεθνική που εμφανίζεται να σύναψε συμβόλαια συνεργασίας με Έλληνες παραγωγούς είναι η Tasty Foods – Pepsi Co για τα πατατάκια. Πριν από 30 χρόνια περίπου προχώρησε στη σύναψη συμβολαίων συνεργασίας με Έλληνες παραγωγούς πατάτας για τα επώνυμα τσιπς που διαθέτει. Αυτή η συνεργασία κρατά μέχρι σήμερα, οι περίπου 100 παραγωγοί που συνεργάζονται με την εν λόγω εταιρεία είναι διάσπαρτοι σε όλη την Ελλάδα από την Ηλεία μέχρι και τη Φλώρινα. Στόχος της εταιρείας είναι να επεκτείνει την συμβολαιακή της γεωργία και να συνεργαστεί και με άλλους Έλληνες παραγωγούς, καθώς την ενδιαφέρει να αποθηκεύσει προϊόν από Νοέμβριο μέχρι και Μάιο, μιας και υπάρχει η δυνατότητα αποθήκευσης και συντήρησής του, προκειμένου να χρησιμοποιήσει στην παραγωγή της¹⁶.

Μια ακόμα πολυεθνική εταιρεία που εφαρμόζει τη συμβολαιακή γεωργία στην Ελλάδα είναι η εταιρεία ζυμαρικών Barilla. Το 2002 έδωσε τα χέρια με Έλληνες

¹⁵ Δήμου, 2018

¹⁶ Γκανάς, 2015

παραγωγούς για κοινή πορεία στο χώρο της πρωτογενούς παραγωγής. Η συγκεκριμένη εταιρεία προσφέρει τεχνογνωσία και εμπειρία, ενώ οι Έλληνες παραγωγοί τις εκτάσεις τους για την καλλιέργεια ποικιλιών σιταριού υψηλής προστιθέμενης αξίας. Τότε υπογράφηκαν τα πρώτα συμβόλαια τα οποία και έχουν ισχύ έως σήμερα. Ελάχιστοι γνωρίζουν ότι η Barilla είναι από τους σημαντικότερους αγοραστές ελληνικού σιταριού, φθάνοντας κατά έτος μέχρι και τους 60.000 τόνους. Στο πλαίσιο αυτό συνεργάζονται περίπου 2.000 Έλληνες αγρότες.

Στο τομέα της Ζυθοποιίας, οι γνωστή εταιρεία Amstel –Heineken άρχισε να πραγματοποιεί τα πρώτα της βήματα στον χώρο της συμβολαιακής γεωργίας από το 2005. Τότε ξεκίνησε και τις πρώτες της επαφές με Έλληνες παραγωγούς προκειμένου να αναλάβουν την προμήθεια της σε πρώτη ύλη (κριθάρι) με απώτερο στόχο σε μία δεκαετία από τότε το σύνολο των αναγκών της παραγωγής να καλύπτονται εγχώρια. Χάρη στην εμπιστοσύνη 3.000 Ελλήνων παραγωγών της περιφέρειας, μόλις επτά χρόνια μετά, αυτός ο στόχος πραγματοποιήθηκε καθώς για μέσα στο 2015 η συγκομιδή κριθαριού κάλυψε το 100% των αναγκών παραγωγής της συγκεκριμένης εταιρείας. Η εξέλιξη αυτή σημαίνει ότι γνωστές μύρες, όπως οι Amstel, Heineken, ΑΛΦΑ, Fischer, θα μεταφέρουν αποκλειστικά το κριθάρι της ελληνικής γης στα ποτήρια των καταναλωτών που τις επιλέγουν¹⁷. Η εταιρεία υποστηρίζει ότι από 100.000 στρέμματα ελληνικής γης και με τη φροντίδα και το μεράκι 2.500 Ελλήνων παραγωγών από όλη την Ελλάδα, παράγεται το 100% ελληνικό κριθάρι¹⁸.

Πριν από 10 χρόνια μαζί με 100 παραγωγούς στη Γαστούνη Ηλείας, ξεκίνησε η εταιρεία Pummaro την αειφόρα και συμβολαιακή καλλιέργεια ντομάτας, προστατεύοντας με αυτόν τον τρόπο την ισορροπία του οικοσυστήματος και τους υδάτινους πόρους της περιοχής. Την ίδια στιγμή μέσα από τη συμβολαιακή γεωργία το Pummaro δίνει στους καλλιεργητές της Γαστούνης σιγουριά για το εισόδημά τους, απορροφώντας κάθε χρόνο το 100% της σοδειάς τους. Όπως χαρακτηριστικά δήλωσε και η Ηρώ Αθανασίου, πρόεδρος της ΕΛΑΪΣ- Unilever Hellas σε ομιλία της στο Διεθνές Συνέδριο του European Network of Women in Leadership: «Το πρόγραμμα της Γαστούνης αποδεικνύει ότι εφαρμόζοντας μια αειφόρο μέθοδο επιχειρηματικότητας δεν απαιτούνται συμβιβασμοί ούτε στην ανάπτυξη, ούτε στην ανταγωνιστικότητα, ούτε στην κερδοφορία. Αντίθετα, ανταποδίδοντας στην

¹⁷Γκανάς, 2015

¹⁸ Αθηναϊκή Ζυθοποιία, Ιστοσελίδα

κοινωνία, ενδυναμώνεται η εταιρεία με τον ασφαλέστερο δυνατό τρόπο για το μέλλον»¹⁹.

Στις πολυεθνικές που εμπιστεύονται την ποιότητα της ελληνικής παραγωγής ανήκει και η Phillip Morris. Το 2013 ανακοίνωσε ότι θα απορροφήσει το 50% της ελληνικής παραγωγής καπνού στην επόμενη τριετία. Εδώ και πολλά χρόνια η πολυεθνική προμηθεύεται τη ποικιλία μασμά, που φυτεύεται σε Ανατολική Μακεδονία – Θράκη.

Μια ακόμα εταιρεία που εφαρμόζει συμβολαιακή γεωργία είναι η εταιρεία Μπάρμπα Στάθης, θυγατρική της Vivartia. Σήμερα μετρά περίπου 50 χρόνια συνεχούς αναπτυξιακής πορείας στην ελληνική αγορά. Το 2019 οι στρατηγικοί στόχοι της εταιρείας, το επενδυτικό πλάνο, η στήριξη του πρωτογενούς τομέα αλλά και η αυξημένη σημασία της καινοτομίας και της εξωστρέφειας της ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ ήταν τα σημαντικότερα θέματα που ανέδειξε στην ομιλία του ο κ. Νικήτας Ποθουλάκης, Διευθύνων Σύμβουλος της ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ. *«Επενδύοντας στην Ελλάδα, καλλιεργούμε την ελληνική γη, ενισχύουμε τον πρωτογενή τομέα, προωθούμε τα προϊόντα μας σε περισσότερες από 20 χώρες, εξελισσόμαστε διαρκώς και θέτουμε τον πήχη ολοένα και πιο ψηλά. Αυτό κάνουμε με επιτυχία εδώ και μισό αιώνα και αυτό συνεχίζει να αποτελεί τη δέσμευσή μας για τα χρόνια που ακολουθούν, στοχεύοντας σε ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.»*, δήλωσε ο Διευθύνων Σύμβουλος της ΜΠΑΡΜΠΑ ΣΤΑΘΗΣ²⁰.

Άλλα παραδείγματα επιτυχίας, πέρα από τα παραδείγματα πολυεθνικών επιχειρήσεων που αναφέρθηκαν παραπάνω, υπάρχουν επιτυχημένα παραδείγματα ελληνικών επιχειρήσεων και συνεταιρισμών. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελεί ο Συνεταιρισμός Αγροτών Θεσσαλίας ΘΕΣγη. Αρχικά είχε ξεκινήσει με την καλλιέργεια του ηλίανθου και πέρσι ξεκίνησε με την καλλιέργεια της ελαιοκράμβης. Στο πλαίσιο του προγράμματος συμβολαιακής γεωργίας που εφαρμόζει, παρέχει τεχνική υποστήριξη από εξειδικευμένους συνεργάτες που διαθέτει, το σύνολο των γεωργικών εφοδίων καθώς επίσης αναλαμβάνει και την συλλογή του προϊόντος που αποτελεί σημαντικό παράγοντα της στρεμματικής απόδοσης²¹. Στρατηγικός στόχος αποτελεί η επέκταση της Συμβολαιακής Γεωργίας στο σύνολο των προϊόντων και για το σύνολο της παραγόμενης ποσότητας, προασπίζοντας τα συμφέροντα των μελών και

¹⁹<https://www.tovima.gr/2015/11/05/afieromata/gia-ena-kalytero-periballon/>

²⁰<https://www.vivartia.com/?p=22961>

²¹<https://www.ypaithros.gr/simvolaiaki-georgia-elaiokramvi-thesgi/>

δημιουργώντας σταθερές και μακροχρόνιες συνεργασίες με Αγροτικούς Συνεταιρισμούς και εταιρείες²².

Μια νέα εναλλακτική καλλιέργεια, με χρήση σε καινοτόμα προϊόντα διατροφής, αποτελεί και η καλλιέργεια της στέβιας, την οποία ξεκίνησε μετά από σχετικές μελέτες βιωσιμότητας και απόδοσης στις ιδιαίτερες κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας, η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών (Ε.Α.Σ) Αγρινίου καθώς και ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Στέβιας Καρδίτσας. Σύμφωνα με τις μελέτες αυτές η στέβια μπορεί με επιτυχία να αντικαταστήσει στα χωράφια τον καπνό, ευδοκίμει στις κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας και παράγει φύλλα προς αποξήρανση με ικανοποιητικό ποσοστό γλυκαντικής ουσίας (12-15%) γεγονός που εκτιμάται ότι θα αφήσει πραγματικό εισόδημα στον παραγωγό. Η Ένωση Αγρινίου έχει προχωρήσει σε αποκλειστική συμφωνία / συμβόλαιο διάθεσης του προϊόντος που θα καλλιεργούν οι αγρότες – μέλη της με την Ινδική εταιρεία SunFruits, ενώ στοχεύει στο μέλλον να προχωρήσει και στην κατασκευή μονάδας μεταποίησης του προϊόντος. Ωστόσο, ο Συνεταιρισμός της Καρδίτσας πέτυχε μια ιδιαίτερη διάκριση, μόλις μέσα σε 3 χρόνια από την ιδρυτική του συνέλευση και ξεκινώντας από το μηδέν, σε κάποιες περιπτώσεις και με αυτοχρηματοδότηση της επένδυσης από τους παραγωγούς²³.

Στη συνέχεια αναλύονται δύο περιπτώσεις αποτυχίας της συμβολαιακής γεωργίας στην Ελλάδα. Μια χαρακτηριστική περίπτωση αποτυχίας αποτελεί η καλλιέργεια του Γκότζι Μπέρι. Ο λόγος της αποτυχίας έγκειται στο γεγονός ότι ξεκίνησαν χωρίς καμία πρότερη μελέτη βιωσιμότητας της καλλιέργειας στο ελληνικό έδαφος ή τεχνική υποστήριξη από γεωπόνους, άνθρωποι νέοι στο αγροτικό επάγγελμα. Κάποιοι στάθηκαν τυχεροί και αγόρασαν δενδρύλλια από ποικιλίες που παράγουν γλυκό βρώσιμο καρπό για τους οποίους υπάρχει καταναλωτικό ενδιαφέρον. Όσοι όμως αγόρασαν λόγω άγνοιας, δενδρύλλια της ποικιλίας που παράγει πικρό – μη βρώσιμο καρπό, ο οποίος χρησιμοποιείται μόνο από την φαρμακοβιομηχανία μετά από κοστοβόρα επεξεργασία, αναγκάστηκαν να «ξηλώσουν» τα φυτά και να παραγγείλουν νέες ποικιλίες με αποτέλεσμα να υποστούν σοβαρή οικονομική ζημιά. Οι ατυχίες αυτές, οδήγησαν το 2014, στην ίδρυση Συνεταιρισμού Εναλλακτικών και Βιολογικών Καλλιεργειών στη Δυτική Μακεδονία προκειμένου να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τα τεχνικά αλλά και γραφειοκρατικά κενά και προβλήματα που

²² <https://www.thesgi.gr/el/sumvolaiaki-georgia>

²³ Θεολογοπούλου, 2016

αναδείχθηκαν από την «βιαστική» ένταξη αυτών των φυτών στην ελληνική παραγωγή.

Μια άλλη περίπτωση αποτυχίας αποτελεί η καλλιέργεια της αγριαγκινάρας ή όπως αλλιώς την χαρακτηρίζουν λόγω της ενεργειακής της απόδοσης «πράσινου πετρελαίου». Η αποτυχία αυτή τη φορά, δεν αφορά στην απόδοση του προϊόντος επί ελληνικού εδάφους, όσο στην ακύρωση / μη ανανέωση των συμβολαίων παραγωγής που είχαν υπογραφεί ανάμεσα στους παραγωγούς και την ΔΕΗ (λόγω έλλειψης εξοπλισμού επεξεργασίας). Πιο συγκεκριμένα, αγρότες από την περιοχή της Κοζάνης και της Πτολεμαΐδας ξήλωσαν καλλιέργειες άλλων ειδών (πχ τεύτλα) και έσπειραν αγριαγκινάρα καθώς υπήρχαν τα διετή συμβόλαια παραγωγής με την ΔΕΗ, αλλά και λόγω της καλλιεργητικής ευκολίας του φυτού, καθώς είναι πολυετές φυτό με χαμηλή ανάγκη σε λίπανση και πότισμα κι εξασφαλισμένη διάθεση. Μετά την ακύρωση των συμβολαίων με τη ΔΕΗ οι αγρότες υπέστησαν οικονομική ζημιά καθώς έχασαν το εγγυημένο εισόδημα (του συμβολαίου), αναγκάστηκαν να βγάλουν τα φυτά από τα χωράφια τους και να πουλήσουν την παραγωγή που προοριζόταν για τη ΔΕΗ ως ζωοτροφή σε χαμηλή τιμή. Εκτιμώντας την ενεργειακή αξία της αγριαγκινάρας και μετά την αποτυχημένη εμπλοκή της ΔΕΗ, το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας σχεδιάζει την κατασκευή μονάδας καύσης και παραγωγής ρεύματος στην περιοχή της Μαγνησίας, προκειμένου να ανταποκριθεί στο ενδιαφέρον που έχουν αναπτύξει αγρότες της περιοχής για φύτευση αγριαγκινάρας στον Θεσσαλικό Κάμπο²⁴

5.4 Νομοθετικό πλαίσιο συμβολαιακής γεωργίας

Ως προς το νομοθετικό πλαίσιο στο οποίο μπορεί να τεθεί η συμβολαιακή γεωργία, υπάρχει αναφορά στο τι πρέπει να περιλαμβάνονται στις σχετικές συμβάσεις έτσι ώστε να είναι ξεκάθαρο τόσο στις εταιρείες όσο και στους παραγωγούς ο τρόπος που μπορεί να κλειστεί μια τέτοια συμφωνία.

Πιο συγκεκριμένα, στις σχετικές συμβάσεις που υπογράφονται θα πρέπει οπωσδήποτε να περιλαμβάνονται το είδος και ο συνολικός όγκος των προς πώληση αγροτικών προϊόντων. Ακόμα η ελάχιστη χρονική διάρκεια ισχύος, η οποία δε μπορεί να είναι μικρότερη από ένα έτος. Ο τρόπος συλλογής, φύλαξης και συντήρησης των αγροτικών προϊόντων, καθώς και την ποιότητα του με βάση ποικιλίες ή συναφείς πιστοποιήσεις. Επιπλέον θα πρέπει να περιλαμβάνεται η τιμή

²⁴Θεολογοπούλου, 2016

του προϊόντος, ο τρόπος και ο χρόνος πληρωμής, ακόμα και τους λόγους και τον τρόπο καταγγελίας. Τέλος, τον Κωδικό Αριθμό Δραστηριότητας (Κ.Α.Δ.), καθώς και τον Ειδικό Αριθμό Εγγραφής (Ε.Α.Ε.) στο Μητρώο Εμπόρων Αγροτικών Προϊόντων. Με αποφάσεις του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων μπορεί να καθορίζονται ο τύπος και το ελάχιστο νόμιμο περιεχόμενο των συμβάσεων ανά γεωργικό προϊόν, το οποίο κατισχύει κάθε αντίθετης βούλησης των συμβαλλομένων. Παράλληλα, στη περίπτωση που δε τηρείται το ελάχιστο νόμιμο περιεχόμενο, τότε αναφέρονται τα πρόστιμα και η επιβολή κυρώσεων για τη διασφάλιση της συμφωνίας και των δύο μερών²⁵.

5.5 Λόγοι επιλογής της συμβολαιακής γεωργίας

Οι λόγοι για τους οποίους επεκτείνεται σαν διαδικασία η παραγωγή αγροτικών προϊόντων μέσα από τη σύναψη συμβολαίου είναι διαφορετικοί για την κάθε πλευρά που συμμετέχει. Σε κάθε περίπτωση όμως, η απόφαση για ένταξη των εμπλεκόμενων, έχει επηρεαστεί από τις συνθήκες που έχει δημιουργήσει η ανάπτυξη του νέου αγροτοβιομηχανικού τομέα, αλλά και από τις απαιτήσεις της διεθνούς αγοράς που πλέον αποτελούν το σημείο αναφοράς για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων του εν λόγω τομέα.

Σύμφωνα με τα όσα έχουν αναφερθεί έως τώρα, γίνεται αντιληπτό ότι η Συμβολαιακή γεωργία έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στο τρόπο με τον οποίο αναπτύσσεται και εξελίσσεται ο αγροτικός κλάδος σήμερα. Οι λόγοι επιλογής της είναι πολλοί και διαφορετικοί για τα δύο συναλλασσόμενα μέρη, δηλαδή για τις επιχειρήσεις και τους παραγωγούς. Στη συνέχεια θα αναφερθούν οι σημαντικότεροι λόγοι επιλογής της τόσο για τους παραγωγούς όσο και για τις επιχειρήσεις.

5.5.1 Για τις επιχειρήσεις

Ως προς τις επιχειρήσεις, η συμβολαιακή γεωργία προσφέρει τη πρόσβαση τους στις καλλιέργειες και στις πρώτες ύλες που αυτές χρειάζονται για τη λειτουργία τους, με επιπρόσθετο πλεονέκτημα τη μείωση του κόστους που θα συνεπαγόταν μια αναγκαστική αγορά των εκτάσεων αυτών. Παρόλο όμως που η σύναψη συμβολαίων αποκλειστικής παραγωγής πρώτων υλών είναι προς το συμφέρον των επιχειρήσεων, θα πρέπει να αναφερθεί ότι πολλές από τις επιχειρήσεις δεσμεύουν ένα αρκετά

²⁵<http://www.opengov.gr/yfaat/?p=183>

μεγάλο κεφάλαιο για την εκπαίδευση, παρακολούθηση και παροχή βοηθητικών υλών προς τους προμηθευτές.

Ακόμα, η σύναψη αρκετών συμβολαίων μελλοντικής παράδοσης μειώνει τον κίνδυνο και αυξάνει τη πιθανότητα να παραληφθούν οι απαραίτητες ποσότητες από τους προμηθευτές παραγωγούς. Ο κίνδυνος για τους παραγωγούς από την απώλεια της σοδειάς τους λόγω καιρικών φαινομένων ή κάποιας ασθένειας μπορεί εν μέρει να καλυφθεί με αποζημιώσεις από την εταιρεία ή με προκαταβολή μέρους της επόμενης σοδειάς.

Πέρα από τα πλεονεκτήματα που μπορεί να έχουν τα συμβόλαια μελλοντικής παράδοσης για τους μικρούς καλλιεργητές, η σύναψη μιας τέτοιας συμφωνίας με επιχειρήσεις δίνει τη δυνατότητα στις δεύτερες να έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε ποιοτικές πρώτες ύλες. Αυτό συμβαίνει γιατί έχει αποδειχτεί ότι οι μικροκαλλιεργητές είναι πιο εύκολο να εφαρμόσουν άμεσα νέες οδηγίες και συμβουλές που αφορούν την ασφάλεια των παραγόμενων προϊόντων ενώ ταυτόχρονα και για τις επιχειρήσεις είναι ευκολότερο να εφαρμόσουν αποδοτικότερα συστήματα ιχνηλασιμότητας.

Σημαντικό ακόμα είναι, το γεγονός ότι μέσα από τη συμβολαιακή γεωργία μια επιχείρηση μπορεί να προωθήσει καλύτερα τα αγροεφόδια, που μπορεί να διαθέτει στο προϊόντικό της κατάλογο και τα οποία είναι απαραίτητα για την παραγωγή και μεγιστοποίηση τόσο των ποιοτικών όσο και των ποσοτικών χαρακτηριστικών μιας καλλιέργειας. Επιπλέον, η χρήση των βοηθητικών της προϊόντων από τους συμβεβλημένους παραγωγούς μπορεί να πείσει και άλλους καλλιεργητές στο να χρησιμοποιήσουν τα προϊόντα της και έτσι να επιτύχει περισσότερες πωλήσεις στο συγκεκριμένο κομμάτι.

Άλλος σημαντικός λόγος επιλογής της συμβολαιακής γεωργίας είναι η εξάλειψη ενός μεγάλου επιχειρηματικού κινδύνου, του κινδύνου της πτώσης των τιμών. Οι επιχειρήσεις μπορούν με αυτό τον τρόπο να απολαμβάνουν μια σταθερότητα ως προς τις τιμές της πρώτης ύλης. Από την άλλη πλευρά, οι συμβάσεις που προστατεύουν καλλιεργητές έναντι του κινδύνου παραγωγής εκθέτουν την επιχείρηση σε ηθικό κίνδυνο και απαιτείται η επιχείρηση να παρακολουθεί τη συμπεριφορά του καλλιεργητή. Οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν αυτό τον ηθικό κίνδυνο και την

παρακολούθηση του κόστους, απαιτώντας ο καλλιεργητής να συνεισφέρει με κάποιο ικανοποιητικό μερίδιο επί του ασφαλιστικού κινδύνου παραγωγής²⁶.

5.5.2 Για τους Αγρότες

Ο λόγος για τον οποίο ένας παραγωγός διαλέγει να ακολουθήσει το δρόμο της συμβολαιακής γεωργίας είναι φυσικά η μείωση του ρίσκου που αναλαμβάνουν οι ίδιοι. Μέσω λοιπόν αυτών των συμβολαίων τόσο ο παραγωγός όσο και η εταιρεία μοιράζονται τον κίνδυνο που μπορεί να είναι είτε κάποιο φυσικό φαινόμενο (π.χ. χαλάζι, ξηρασία κ.λ.π.) είτε καταστάσεις που αφορούν την αγορά (όπως προσφορά και ζήτηση των προϊόντων, πιστωτικά γεγονότα κ.λ.π.). (C.A. DaSilva, 2005; Θεολογοπούλου, 2016)

Ακόμα, παρέχεται στους παραγωγούς από τις επιχειρήσεις τεχνολογική υποστήριξη για καλύτερη οργάνωση της παραγωγής, εκπαίδευση των παραγωγών πάνω στη χρήση νέων τεχνολογιών και τα απαιτούμενα αγροεφόδια. Με αυτό τον τρόπο οι παραγωγοί αποκτούν πρόσβαση σε νέες τεχνικές καλλιέργειας με την χρήση της τεχνολογίας που τους βοηθούν να ελέγχουν ευκολότερα όλα τα στάδια της παραγωγής (C.A. DaSilva, 2005; Θεολογοπούλου, 2016).

Μέσα από την εξασφάλιση της διάθεσης της παραγωγής τους σε προσυμφωνημένη τιμή οι αγροτικές οικογένειες εξασφαλίζουν την δυνατότητα οικονομικού προγραμματισμού για ολόκληρο το έτος. Η οικονομική εξασφάλιση που τους δίνει η σιγουριά της διάθεσης της παραγωγής τους βοηθά να παραμείνουν στο αγροτικό επάγγελμα, να ικανοποιήσουν τις καταναλωτικές τους ανάγκες με μεγαλύτερη άνεση, να είναι ενήμεροι στις οικονομικές τους υποχρεώσεις (φόροι, δάνεια κλπ) αλλά και να προβούν σε επανεπένδυση μέρους του κεφαλαίου τους. (C.A. DaSilva 2005; Θεολογοπούλου, 2016).

5.6 Προβλήματα της συμβολαιακής γεωργίας

Στην Ελλάδα, τα τελευταία πέντε χρόνια, η Συμβολαιακή Γεωργία επικράτησε για μια σειρά από λόγους που έδιναν στους αγρότες λύσεις σε θέματα όπως η οικονομική κρίση, η ανταπόκριση στους στόχους της νέας ΚΑΠ, ο εκσυγχρονισμός της εκμετάλλευσής τους ή και η ασφαλής ένταξη στο γεωργικό επάγγελμα. Όμως, όπως

²⁶Γκανάς, 2015

σχεδόν κάθε γεωργική πρακτική, έτσι και η Συμβολαιακή Γεωργία, δεν αποτελεί πανάκεια για την ανάπτυξη της παραγωγής και την εκμετάλλευση των εκάστοτε δυνατοτήτων που προσφέρονται στον αγροδιατροφικό τομέα. Τα προβλήματα που ανακύπτουν μέσα από την επιλογή της πρακτικής της Συμβολαιακής Γεωργίας α) προκύπτουν από τις γενικότερες συνθήκες που επικρατούν στην συνολική οικονομία και τον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας του κάθε κράτους (στην Ελλάδα για παράδειγμα λόγω της Κρίσης) ή β) είναι διαχρονικά και αφορούν στη δομή αυτής καθ'αυτής της πρακτικής²⁷.

5.6.1 Δομικά πρακτικά προβλήματα

Αναμφισβήτητα, η συμβολαιακή γεωργία εξασφαλίζει πολλά πλεονεκτήματα για τον παραγωγό (περιορισμός του κινδύνου, δυνατότητα χρηματοδότησης), για την επιχείρηση (συμμετοχή και έλεγχος στην παραγωγική διαδικασία), για τον καταναλωτή (ποιότητα, ασφάλεια, τιμή), για το περιβάλλον και την υγεία των κατοίκων της υπαίθρου. Ωστόσο, αναφέρονται και ορισμένα μειονεκτήματα, κυρίως για τον γεωργό όπως η έλλειψη επιλογής, η ανισομερής κατανομή του ρίσκου και ότι είναι ευάλωτοι σε πιθανή καιροσκοπική συμπεριφορά ενώ για την επιχείρηση αναφέρονται επίσης η δέσμευση/εξάρτηση που έχει με τους συγκεκριμένους παραγωγούς. Σύμφωνα με μια πολύ πρόσφατη έρευνα (2013), με ερωτηματολόγια, του Τμήματος Γεωπονίας του ΑΠΘ που πραγματοποιήθηκε σε 1200 γεωργούς σε όλη την Ελλάδα, το 13,7% των Ελλήνων γεωργών έχει ήδη υιοθετήσει τη συμβολαιακή γεωργία, ενώ το 24,8% θέλει αλλά δεν έχει τολμήσει ακόμα. Όσοι γεωργοί έχουν προχωρήσει στη συμβολαιακή γεωργία επιθυμούν κυρίως να περιορίσουν τον κίνδυνο και την αβεβαιότητα και να έχουν ένα διασφαλισμένο εισόδημα. Ωστόσο πολλοί γεωργοί είναι ακόμα επιφυλακτικοί (Μιχαηλίδης, Σεργάκη, Σέμος, 2014).

Ένα κύριο δομικό πρόβλημα έγκειται στο γεγονός ότι πλέον το δικαίωμα λήψης αποφάσεων, που αφορούν στην παραγωγή των αγροτικών προϊόντων, έχει εκχωρηθεί (μέσω συμβολαίου) στην επιχείρηση κι έτσι ο αγρότης χάνει το δικαίωμα δικαιοπραξίας πάνω στην ιδιοκτησία του. Ο αγρότης, μέσα από την ένταξη του σε ένα Συμβόλαιο παραγωγής, όχι μόνο δεν αποφασίζει εξ ολοκλήρου για την παραγωγή του, αλλά συνήθως πληρώνεται μόνο για την εργασία του κι όχι και για την διάθεση της καλλιεργήσιμης γης (μέσο παραγωγής) προς όφελος της εταιρείας. Οι αγρότες

²⁷Θεολογοπούλου, 2016

υποτάσσονται, μέσω της Συμβολαιακής Γεωργίας, στους όρους που τους θέτει το Κεφάλαιο, καθώς οι μικρές οικογενειακές αγροτικές μονάδες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στο νέο κυρίαρχο παράδειγμα της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, της βιομηχανοποίησης της παραγωγής και του Νέου Διεθνούς Καταμερισμού Εργασίας. Συνεπώς, τα συμβόλαια αυτά δεν εξυπηρετούν τις περισσότερες φορές τα συμφέροντα των αγροτών και αρκετές φορές εμπεριέχουν παραπλανητικούς όρους. Παρ' όλα αυτά πολλές φορές οι παραγωγοί εξαναγκάζονται για λόγους επιβίωσης να τα αποδεχτούν. Οι (μεμονωμένοι) αγρότες, υπό το πρίσμα της αδυναμίας τους να αναπαράγουν την αγροτική τους εκμετάλλευση, να διαθέσουν οι ίδιοι τα προϊόντα τους στην αγορά, αλλά και να επιβιώσουν ως νοικοκυριά, προσέρχονται στην υπογραφή των συμφωνιών με μειωμένη διαπραγματευτική δύναμη (Α. Μωυσίδης 1988; Θεολογοπούλου, 2016).

Ένα ακόμα δομικό πρόβλημα εμφανίζεται εξαιτίας της αύξησης των αναγκών των ανθρώπων. Πιο συγκεκριμένα, η αυξημένη ανάγκη για μαζική διάθεση αγροτοδιατροφικών προϊόντων στα αστικά κέντρα του δυτικού κόσμου, αύξησε τη ζήτηση για προσφορά ομοιογενούς ποιοτικά πρώτης ύλης. Η ομογενοποίηση των προϊόντων της αγροτικής παραγωγής, έθεσε στο περιθώριο τις μικρές αγροτικές εκμεταλλεύσεις που ασχολούνταν με την παραγωγή ιδιαίτερων /τοπικών προϊόντων, απειλώντας την επιβίωση τους κι αναγκάζοντας τους να συντονιστούν με τους διαμορφωτές της αγοράς (επιχειρήσεις). Η καθετοποίηση της παραγωγής, μέσω συμβολαίων γεωργίας για συγκεκριμένα προϊόντα, οδηγεί την αγροτική παραγωγή σε μια ολιγοπαραγωγική δομή λειτουργίας, αυξάνοντας τους κινδύνους της διατροφικής επάρκειας των χωρών, της τροφοδοσίας της αγοράς, της σταθερότητας των τιμών των αγροτικών προϊόντων αλλά και την ανασφάλεια των τοπικών κοινωνιών σχετικά με την επιβίωσή τους. (Α. Μωυσίδης 1988; Θεολογοπούλου, 2016). Σε κοινωνικό επίπεδο, η καθετοποίηση της παραγωγής κι ιδιαίτερα η πρακτική της Συμβολαιακής Γεωργίας, μέσω της οποίας οι αγρότες δεν χρειάζεται να απευθύνονται στις τοπικές αγορές για την πώληση των προϊόντων τους, έχει θεωρηθεί υπεύθυνη για την ανάπτυξη απρόσωπων σχέσεων παραγωγής αλλά και για την μείωση του κοινωνικού κεφαλαίου στις τοπικές αγροτικές κοινωνίες. (E. Rehber 2007; Θεολογοπούλου, 2016)

6 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

6.1 Μεθοδολογία δειγματοληπτικής έρευνας

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε με στόχο την αποτύπωση της εικόνας που υπάρχει στην πρωτογενή παραγωγή, ως προς την εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας σε πανελλαδικό επίπεδο. Ειδικότερα, μέσω αυτής της μελέτης διερευνάται η στάση και αντίληψη των παραγωγών ως προς την εφαρμογή του συμβολαιακού τρόπου καλλιέργειας, ο βαθμός διάδοσης και ενημέρωσης των παραγωγών σχετικά με τη συμβολαιακή γεωργία στην Ελλάδα, αλλά και ο βαθμός εξασφάλισης οικονομικών ωφελειών στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις. Για την επίτευξη της έρευνας πραγματοποιήθηκε, σε πανελλαδικό επίπεδο δειγματοληπτική έρευνα -μέσω της χρήσης ερωτηματολογίων- σε τυχαίο δείγμα 207 παραγωγών διαφόρων κλάδων της πρωτογενούς παραγωγής, κατά το διάστημα Μαρτίου- Απριλίου του 2020.

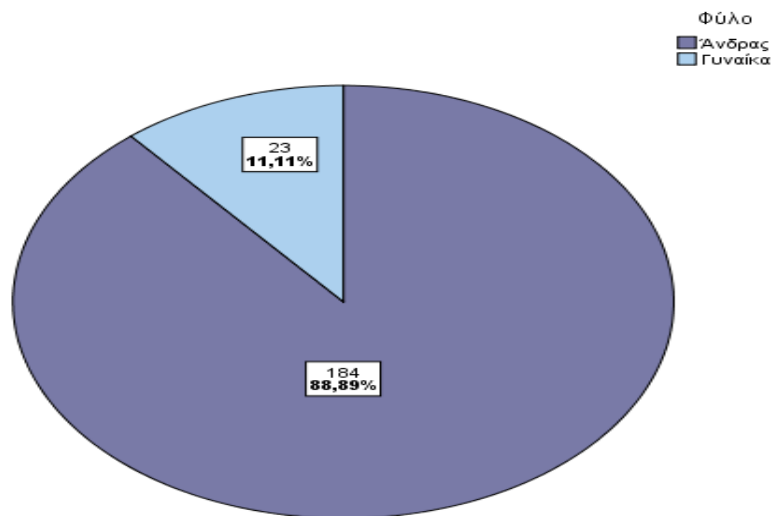
Το ερωτηματολόγιο της έρευνας αποτελούνταν συνολικά από είκοσι (20) ερωτήσεις κλειστού τύπου και ήταν χωρισμένο σε τρία μέρη, ενώ η δομή του προσανατολίστηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να αποδοθεί -όσο το δυνατόν καλύτερα- τόσο η αντίληψη και η στάση των παραγωγών ως προς τη συμβολαιακή γεωργία σε πανελλαδικό επίπεδο, όσο και τα πιθανά οφέλη που μπορεί να επιφέρει στις εκμεταλλεύσεις.

Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου εμπεριέχονται εισαγωγικές ερωτήσεις, κυρίως δημογραφικού χαρακτήρα, βάση των οποίων μελετήθηκαν τα γενικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Συγκεκριμένα, το πρώτο σκέλος ερωτήσεων αφορούσε το φύλο, την ηλικία, τα έτη απασχόλησης με τη αγροτική παραγωγή, το επίπεδο εκπαίδευσης, το ετήσιο αγροτικό εισόδημα και το είδος του κυριότερου αγροτικού προϊόντος που παράγει η επιχείρηση. Το δεύτερο σκέλος του ερωτηματολογίου αποτελείτο από ερωτήσεις σχετικές με τη γνώση των ερωτώμενων ως προς τη συμβολαιακή γεωργία, την εμπειρία συμμετοχής τους σε κάποιο συλλογικό σχήμα, με το αν οι ερωτώμενοι παραγωγοί έχουν σύναψη - μέχρι σήμερα - οποιοδήποτε είδος εμπορικής συμφωνίας με τη μορφή συμβολαίου, ενώ εξετάζεται και η πρόθεσή των ερωτώμενων για συμμετοχή σε μια πιθανή μελλοντική σύναψη συμφωνίας συμβολαιακού χαρακτήρα. Τέλος διερευνάται το επικρατέστερο σχήμα σύναψης συμβολαιακής συμφωνίας.

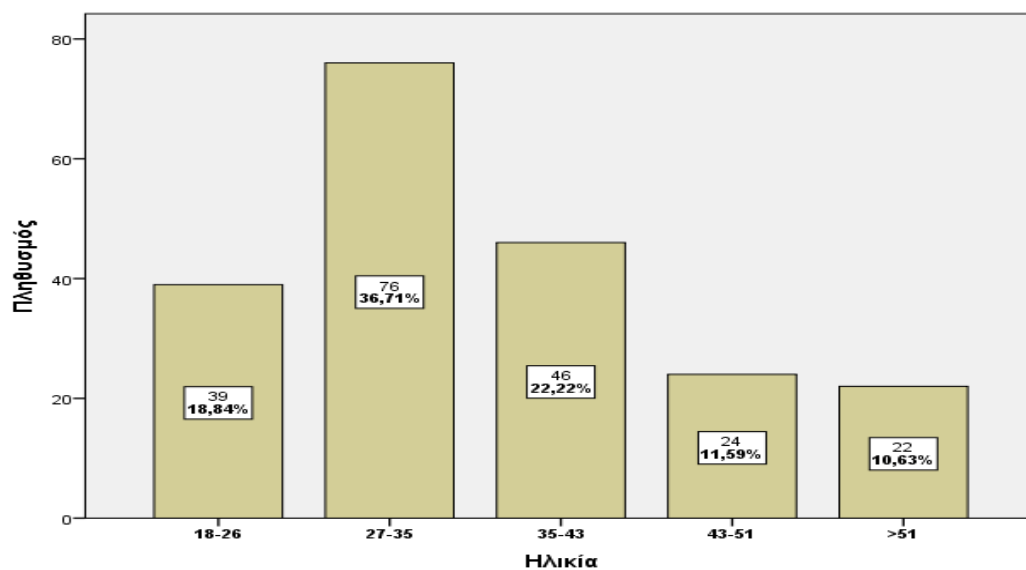
Στη συνέχεια της έρευνας, το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, επικεντρώνεται στη διερεύνηση των οικονομικών αποτελεσμάτων που επιφέρει η εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας στις εμπλεκόμενες γεωργικές επιχειρήσεις. Ειδικότερα, ερευνάται ο βαθμός εξασφάλισης καλύτερης τιμής για τις αγροτικές επιχειρήσεις από την πώληση των αγροτικών προϊόντων, ο βαθμός ενίσχυσης της ρευστότητας τους μέσω προκαθορισμένων πληρωμών και ο βαθμός εξασφάλισης φθηνότερων αγροτικών εφοδίων, στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις, δια μέσω του συμβολαιακού τρόπου καλλιέργειας. Επιπλέον, διερευνάται ο βαθμός ασφάλειας που δημιουργεί η συμβολαιακή γεωργία στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις σχετικά με τη διάθεση της παραγωγής, ο βαθμός απόκτησης γνώσεων σχετικά με τις νέες καλλιεργητικές πρακτικές για την εξασφάλιση ποιοτικότερης και ανταγωνιστικότερης παραγωγής και η συμβολή της συμβολαιακής γεωργίας στη βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων. Ακόμη κατά το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, εξετάζεται η αύξηση του κόστους παραγωγής λόγω της προσαρμογής των αγροτικών επιχειρήσεων στις απαιτήσεις του εταίρου συμβαλλόμενου, ενώ μελετάται αν η εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας εξασφαλίζει συμφέρουσα τιμή πώλησης για έκαστο κλάδο της αγροτικής παραγωγής ή αν είναι επικερδής, μόνο για συγκεκριμένους. Επιπλέον, μέσα από την έρευνα αποτυπώνονται τα έτη προτίμησης των παραγωγών ως προς τη συμμετοχή τους σε κάποιου είδους συμβολαιακή συμφωνία. Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου λήφθηκαν υπόψη μόνο οι απαντήσεις των παραγωγών που δήλωσαν ότι γνωρίζουν τη συμβολαιακή γεωργία.

6.2 Προφίλ του δείγματος

Από τα 207 άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, το 88,89% (n=184) ήταν άνδρες και το 11,11% (n=23) ήταν γυναίκες (Σχήμα 6.). Οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων βρίσκονταν μεταξύ των 27-35 ετών με ποσοστό 36,71% (n=76), το 22,2% (n=46) του δείγματος ήταν μεταξύ των ηλικιών 36-43, το 18,84% (n=39) βρίσκονταν στο ηλικιακό εύρος 18-26, ενώ τέλος λιγότερα ήταν τα άτομα μεταξύ των ηλικιών 44 – 51 με ποσοστό 11,59% (n=24) και τα άτομα άνω των 51 ετών με ποσοστό 10,63% (n=22) (Διάγραμμα 1).

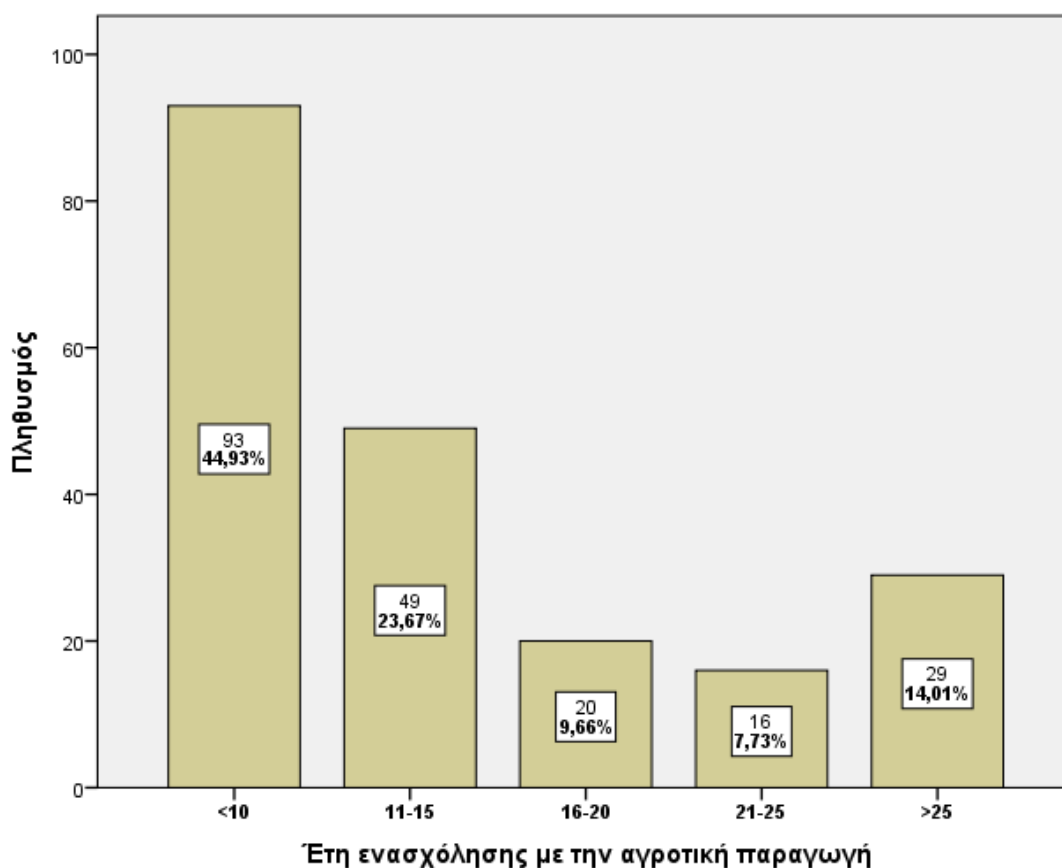


Σχήμα 4. Φύλο Δείγματος



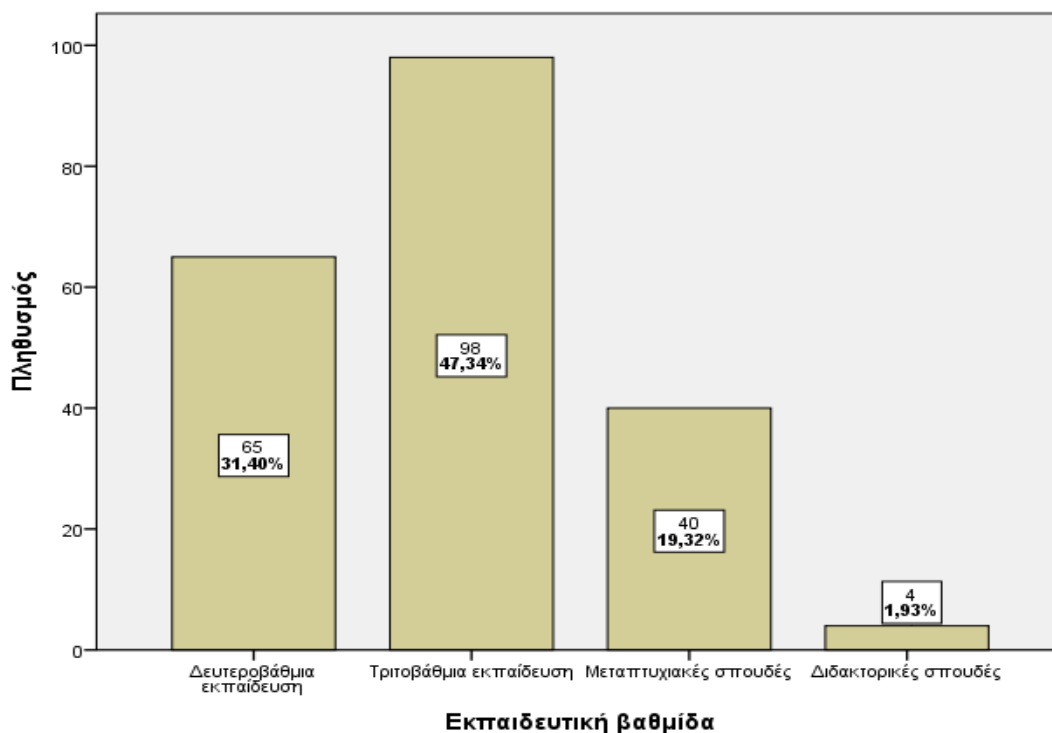
Διάγραμμα 1. Έτη απασχόλησης με την αγροτική παραγωγή

Ως προς τα έτη ενασχόλησης των ερωτώμενων με την αγροτική παραγωγή το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος, δηλαδή το 44.93% (v= 93) απασχολείται λιγότερο από 10 έτη με τον αγροτικό κλάδο, ενώ το 23.67% (v=49) φαίνεται να ασχολείται με τη γη 11-15 έτη. Λιγότεροι είναι αυτοί που ασχολούνται με τον πρωτογενή τομέα πάνω από 25 έτη, σε ποσοστό 14,01% (v=29), καθώς και αυτοί που ασχολούνται 16-20 έτη, αποτελώντας το 9.66% (v=20) του συνόλου των ερωτηθέντων. Τέλος το μικρότερο ποσοστό, δηλαδή το 7,73% (v= 16), καταλαμβάνουν οι παραγωγοί που ασχολούνται 21-25 έτη με την αγροτική παραγωγή (Διάγραμμα 2).



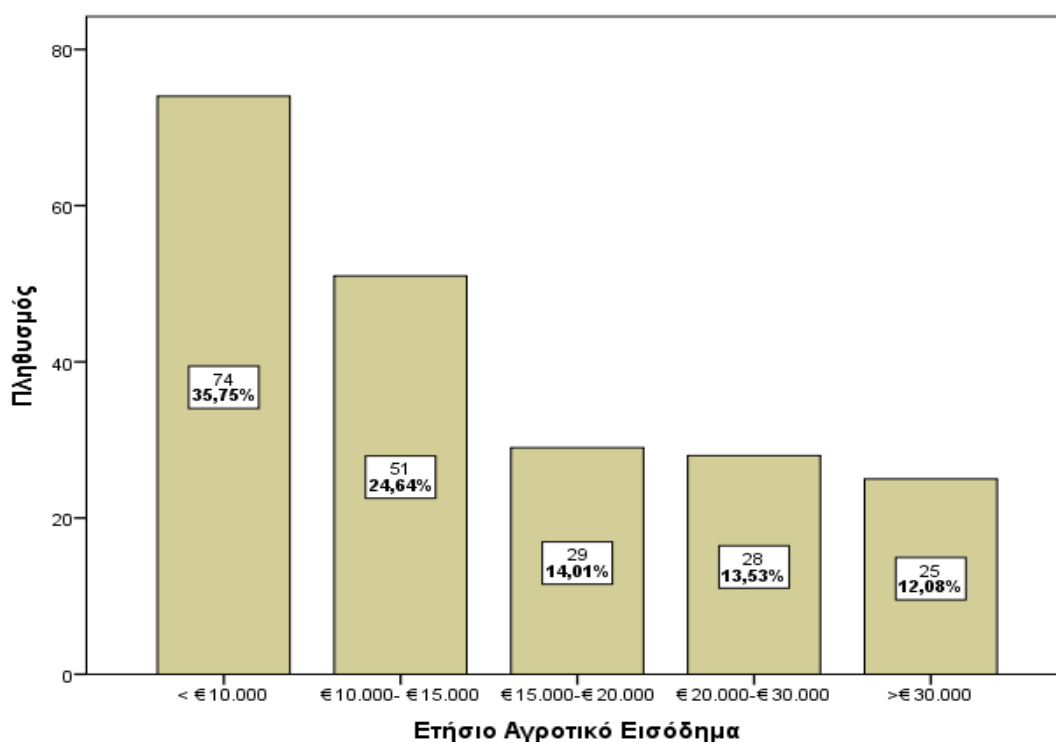
Διάγραμμα 2. Έτη απασχόλησης με την αγροτική παραγωγή

Το μορφωτικό επίπεδο του δείγματος παρουσιάζεται υψηλό, συγκεκριμένα το 47,34 % (n=98) δηλώνουν απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 31,40% (n=65) των ερωτηθέντων δηλώνουν απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ το 19,32% (n=40) εξ αυτών είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού. Τέλος, ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 1,93% (n=4) είναι κάτοχοι διδακτορικού (Διάγραμμα 3).



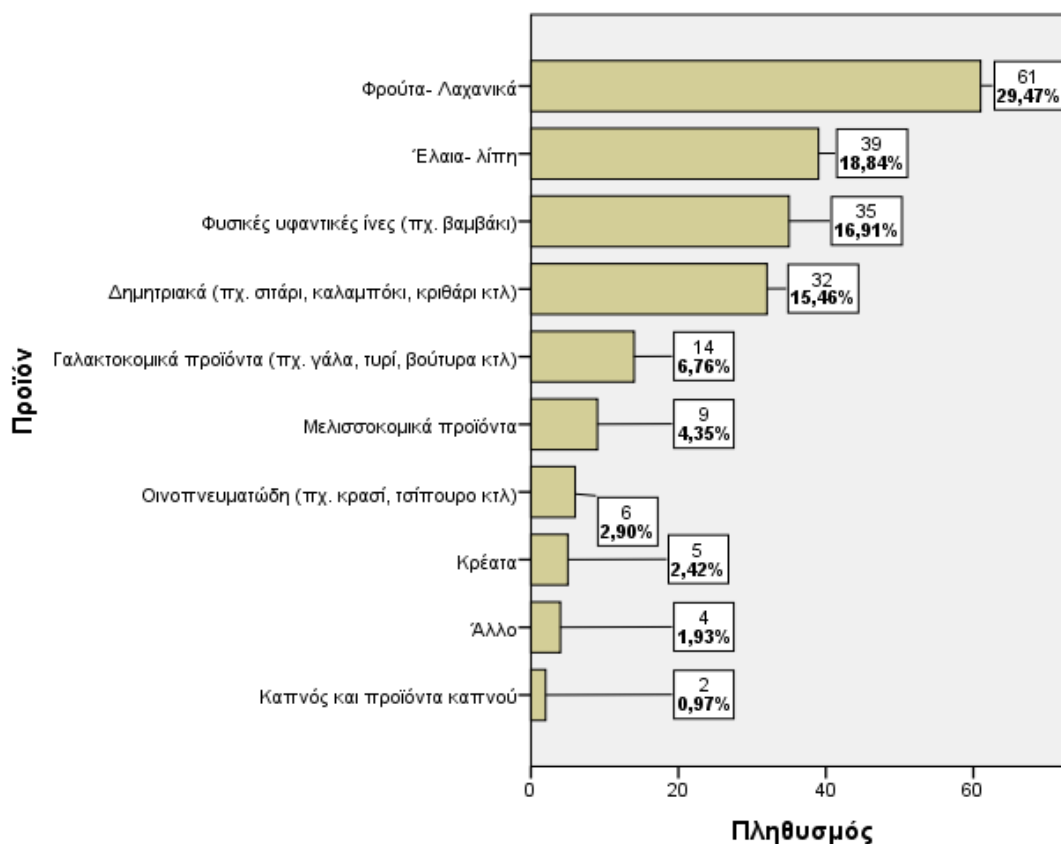
Διάγραμμα 3. Μορφωτικό Επίπεδο

Ως προς το ετήσιο αγροτικό εισόδημα οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων δηλώνουν ότι αποκομίζουν ετήσιο εισόδημα από την αγροτική εργασία κάτω των 10.000 €, συγκεκριμένα το δεδομένο αυτό αντιπροσωπεύει το 35,75% (n=74) του συνολικού δείγματος. Το 24,64% (n= 51) των παραγωγών εμφανίζεται να παρουσιάζει ετήσιο αγροτικό εισόδημα από 10.000 € έως 15.000 €; ενώ το ποσοστό 14,01% (n= 29) αντιστοιχεί στους παραγωγούς με αγροτικό εισόδημα από 15.000 € έως 20.000 €. Στη συνέχεια ακολουθούν οι παραγωγοί με ετήσιο αγροτικό εισόδημα από 20.000 €. έως 30.000 €, σε ποσοστό 13,53% (n=28). Το χαμηλότερο ποσοστό, δηλαδή το 12,08% (n=25) παρουσιάζεται στους παραγωγούς με ετήσιο αγροτικό εισόδημα μεγαλύτερο των 30.000 €. (Διάγραμμα 4).



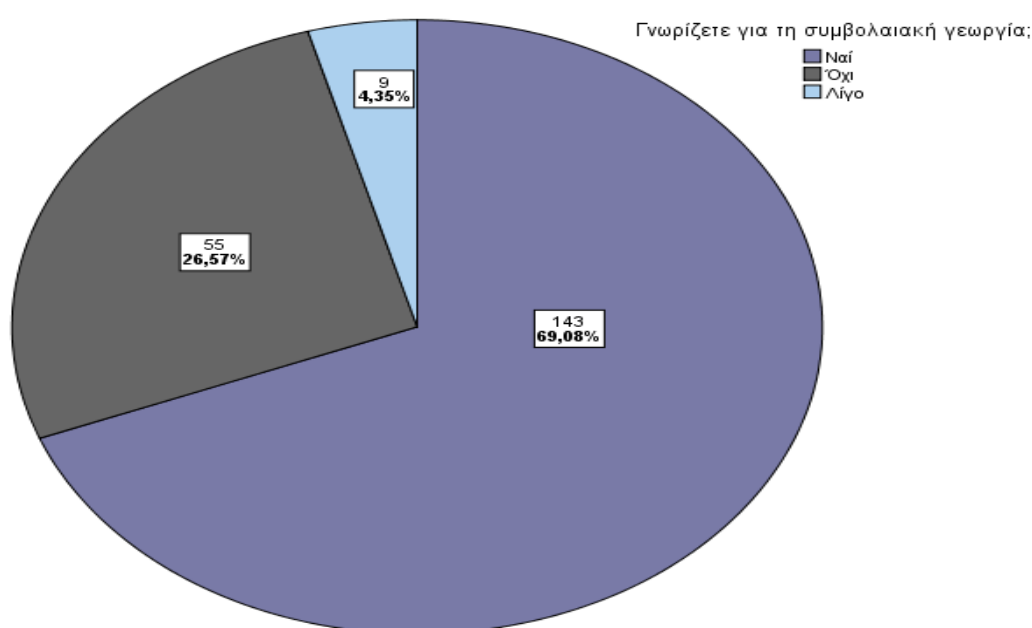
Διάγραμμα 4. Ετήσιο Αγροτικό Εισόδημα

Επιπλέον, από τη διεξαγωγή της έρευνας συμπεραίνεται ότι η παραγωγή φρούτων και λαχανικών αποτελεί το κυριότερο παραγόμενο αγροτικό προϊόν για το 29,47% (v=61) των συμμετεχόντων παραγωγών, ενώ για το 18,84% (v=39) των ερωτηθέντων εμφανίζεται η παραγωγή ελαίων και λιπών, ακολουθεί σε ποσοστό 16,91% (v=35) η παραγωγή φυτικών ινών και σε ποσοστό 15,46% (v=32) η παραγωγή δημητριακών. Μικρό ποσοστό αντιστοιχεί στην παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων ίσο με 6,76% (v=14) και στην παραγωγή μελισσοκομικών προϊόντων με ποσοστό 4,35% (v=9). Τα οينوπνευματώδη προϊόντα εμφανίζονται λιγότερο διαδεδομένα ως κύριο παραγόμενο προϊόν, με μόλις το 2,90% (v=6) των παραγωγών να τα παρουσιάζει ως βασική καλλιέργεια. Επίσης χαμηλή θέση, ως αγροτικό προϊόν κύριας ενασχόλησης εμφανίζεται η κρεοπαραγωγή, με ποσοστό 2,42% (v=5). Η παραγωγή καπνού και καπνικών προϊόντων, με ποσοστό 0,97% (v=2) αποτελεί τη λιγότερο δημοφιλή επιλογή ως βασική καλλιέργεια. Τέλος ορισμένοι εκ των συμμετεχόντων παραγωγών στην έρευνα δήλωσαν και άλλα αγροτικά προϊόντα ως κύρια, τα οποία ήταν ποικίλα και λιγοστά στο σύνολό τους ,λαμβάνοντας στο ποσοστό 1,93% (v=4) (Διάγραμμα 5).



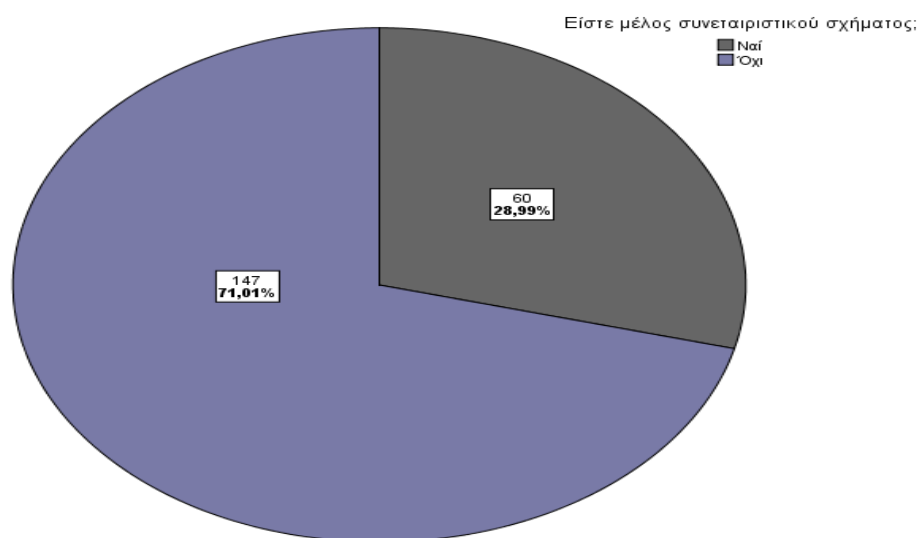
Διάγραμμα 5. Κύριο Παραγόμενο Προϊόν

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, οι παραγωγοί απάντησαν σε ερωτήσεις που σχετίζονταν με τη συμβολαιακή γεωργία. Στο ερώτημα, αν γνωρίζουν τη συμβολαιακή γεωργία, οι περισσότεροι εξ αυτών φάνηκε να έχουν γνώση αυτής της καλλιεργητικής συμφωνίας. Συγκεκριμένα το 69,08 % (n=143) των ερωτηθέντων δήλωσαν γνώστες της συμβολαιακής γεωργίας, ενώ το 26,57% (n=55) του συνόλου δήλωσαν ότι δεν έχουν γνώση αυτού του είδους της συμβολαιακής καλλιέργειας. Τέλος ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 4,35% (n=9), δήλωσε ότι γνωρίζει τη συμβολαιακή γεωργία λίγο (Σχήμα 7).

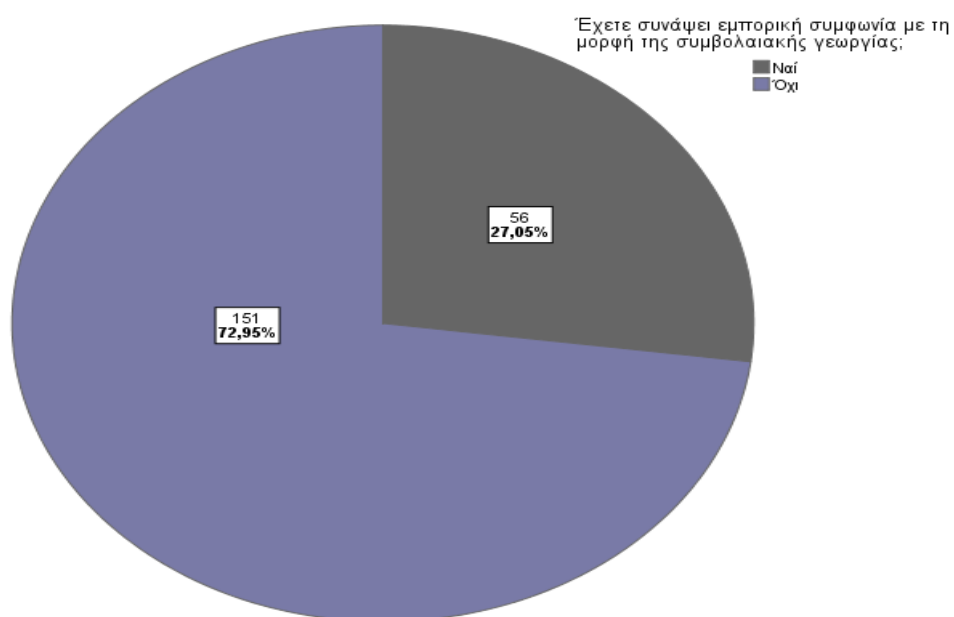


Σχήμα 6. Γνώση συμβολαιακής γεωργίας

Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει ότι το 71,01% (v=147) των ερωτηθέντων παραγωγών δεν συμμετέχουν σε κάποιου είδους συνεργατικό σχήμα, ενώ μόλις το 28,99% (v=60) είναι μέλος κάποιου αγροτικού συνεταιριστικού σχήματος (Σχήμα 8). Επιπλέον, οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων δεν έχουν συνάψει μέχρι σήμερα εμπορική συμφωνία συμβολαιακής μορφής, συγκεκριμένα το 72,95% (v=151) των παραγωγών δήλωσε ότι δεν έχει καλλιεργήσει συμβολαιακά, ενώ το 27,05% (v=56) έχει ήδη συνάψει εμπορική συμφωνία συμβολαιακού τύπου (Σχήμα 9).

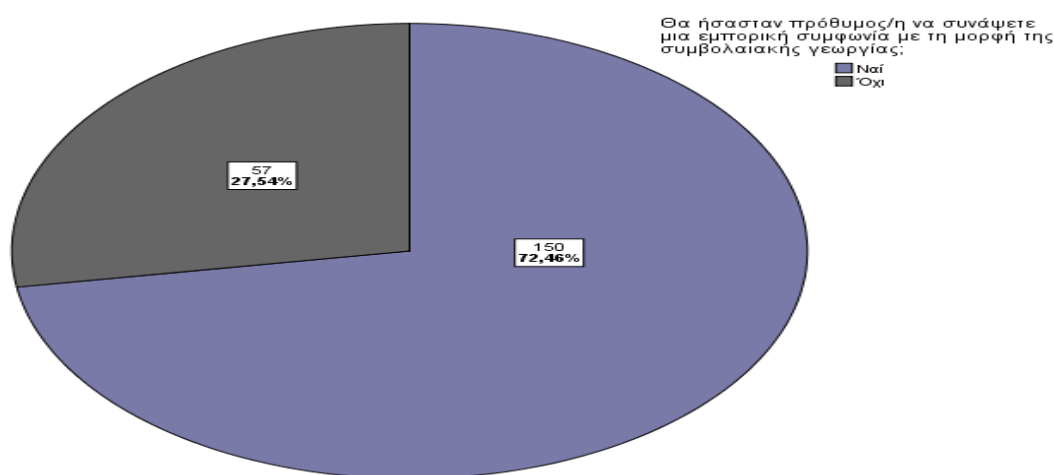


Σχήμα 8. Συμμετοχή σε συνεταιριστικό σχήμα

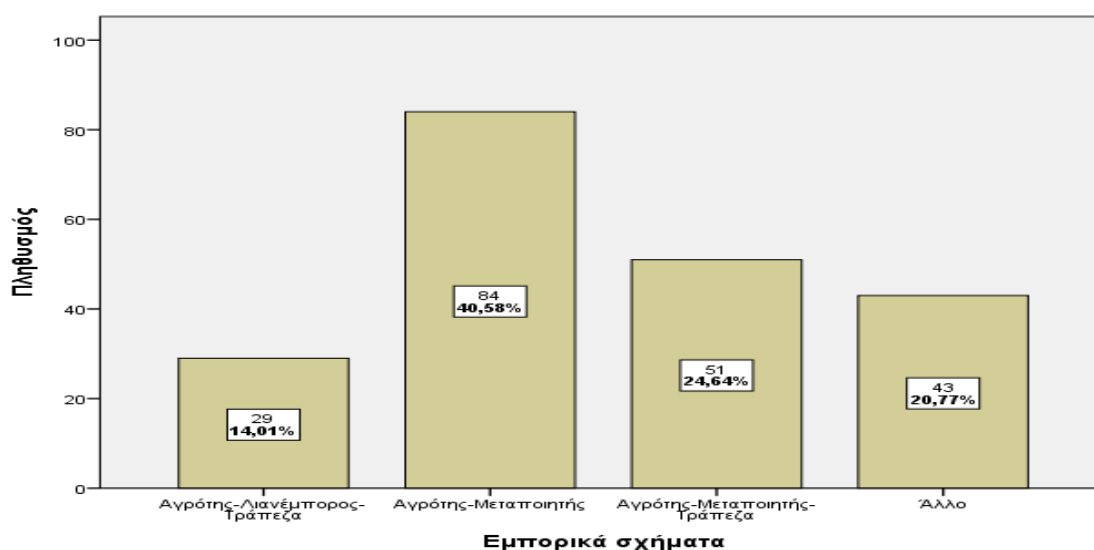


Σχήμα 9. Σύναψη Συμβολαιακής Συμφωνίας

Οι περισσότεροι παραγωγοί που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν την προθυμία τους να συνάψουν εμπορική συμφωνία συμβολαιακής μορφής. Ειδικότερα, από τους 207 παραγωγούς που συμμετέχουν στην έρευνα το 72,46% (v=150) είναι θετικό να εφαρμόσει συμβολαιακή καλλιέργεια, ενώ το 27,54% (v=57) εκφράζει απροθυμία (Σχήμα 10). Στη συνέχεια εξετάστηκε το επικρατέστερο σχήμα συμβολαιακής αγοροπωλησίας από τους συμμετέχοντες παραγωγούς, που δήλωσαν θετικοί στη σύναψη συμβολαιακής γεωργίας. Το 40,58% (v=84) δήλωσε την προτίμησή του στο σχήμα «Αγρότης- Μεταποιητής», το 24,64% (v=51) δήλωσε το σχήμα «Αγρότης-Μεταποιητής- Τράπεζα», ενώ το 20,77% (v=43) εξέφρασε την προτίμησή του για άλλου είδους συμβολαιακά σχήματα. Τέλος χαμηλό σε προτίμηση εμφανίζεται το σχήμα «Αγρότης-Λιανέμπορος-Τράπεζα» με ποσοστό 14,01% (v=29) (Διάγραμμα 6).

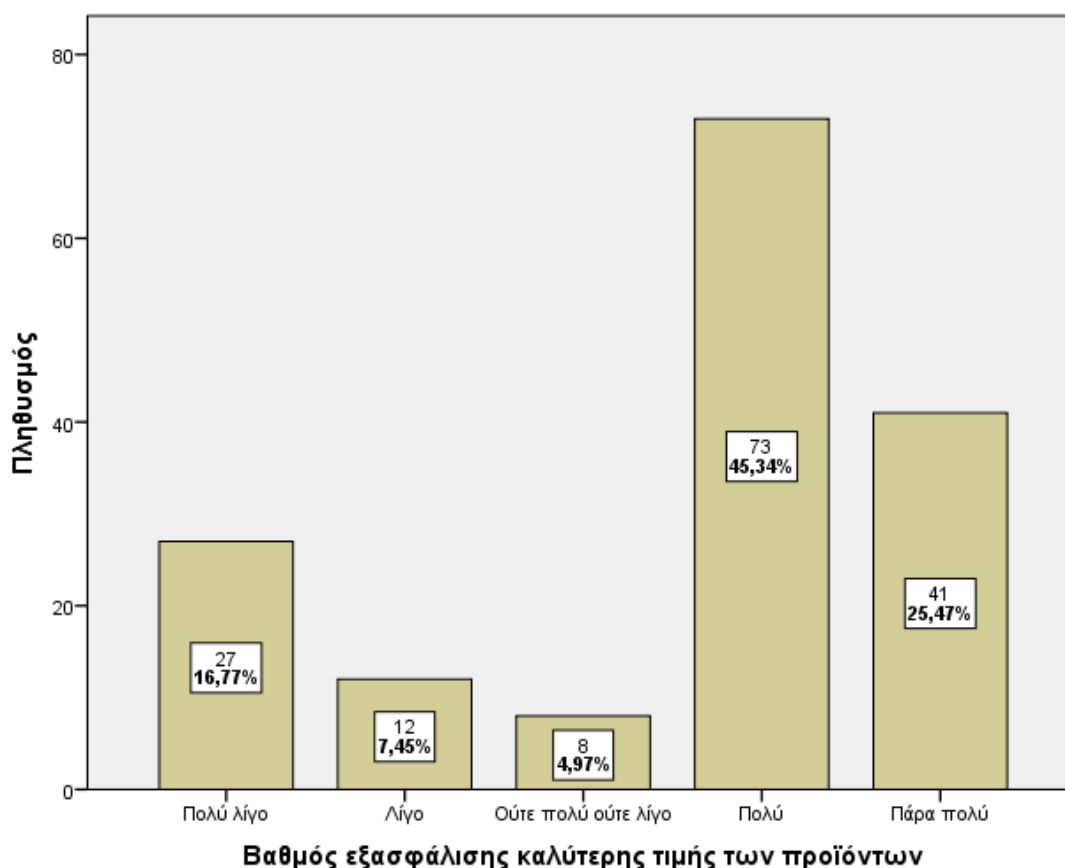


Σχήμα 10. Προθυμία σύναψης συμβολαιακής συμφωνίας



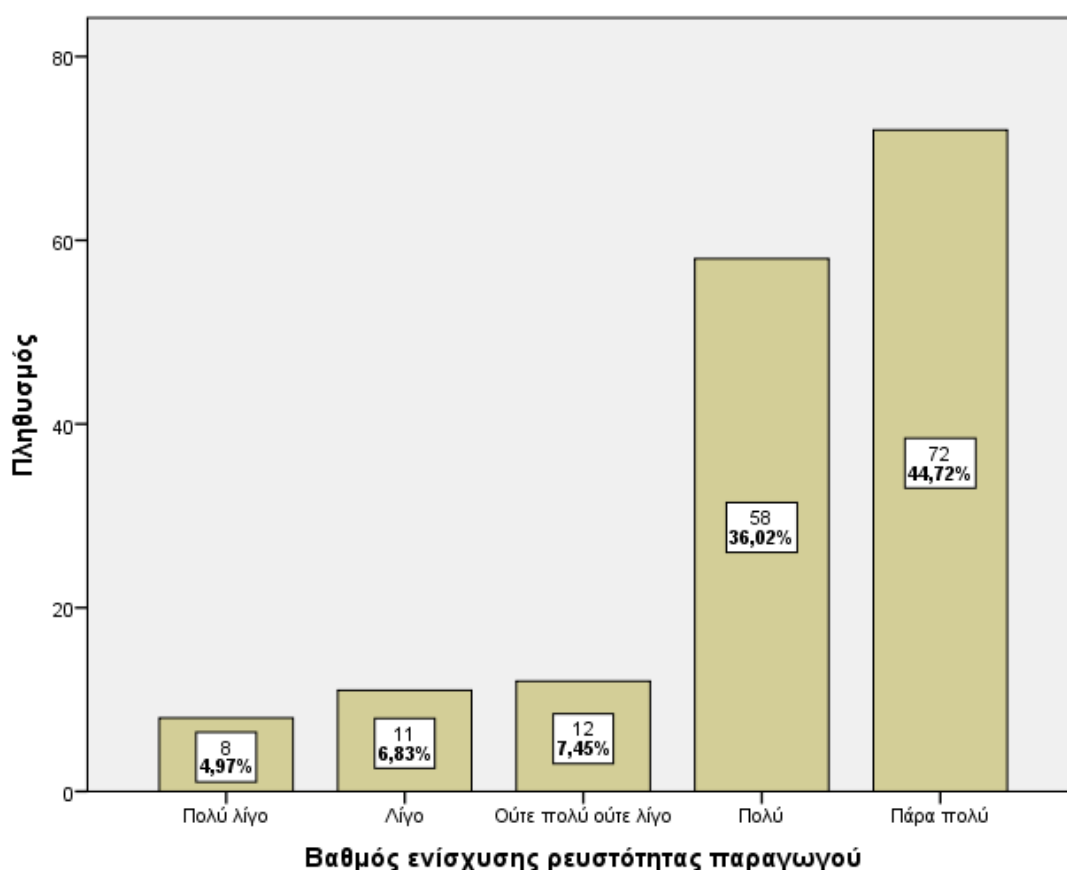
Διάγραμμα 6. Προτίμηση συμβολαιακών σχημάτων

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου απευθυνόταν αποκλειστικά στους συμμετέχοντες παραγωγούς που δήλωσαν, κατά την έρευνα, γνώστες της συμβολαιακής γεωργίας, από τους οποίους και ζητήθηκε να καταγραφεί η άποψη τους για συγκεκριμένα ζητήματα της συμβολαιακής γεωργίας βάσει της κλίμακας, 1) ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ 2) ΛΙΓΟ,3) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ , 4) ΠΟΛΥ,5) ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ. Αρχικά οι συγκεκριμένοι παραγωγοί αξιολόγησαν το βαθμό που συμβάλλει η συμβολαιακή γεωργία στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής στα παραγόμενα αγροτικά προϊόντα. Οι περισσότεροι εκ των ερωτηθέντων θεωρούν ότι η συμβολαιακή γεωργία συμβάλει στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής. Συγκεκριμένα, το 45,34% (v= 73) δήλωσε ΠΟΛΥ, το 7,45% (v=12) ΛΙΓΟ, ενώ το 16,77% (v=27) υποστήριξε ότι συμβάλει ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ. Αντίθετα το 25,47% (v=41) υποστήριξε ότι η συμβολαιακή γεωργία ενισχύει ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ την εξασφάλιση καλύτερης τιμής και το 4,97% (v=8) θεωρεί πως η συμβολαιακή γεωργία δεν επηρεάζει την εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα αγροτικά προϊόντα.(Διάγραμμα 7).



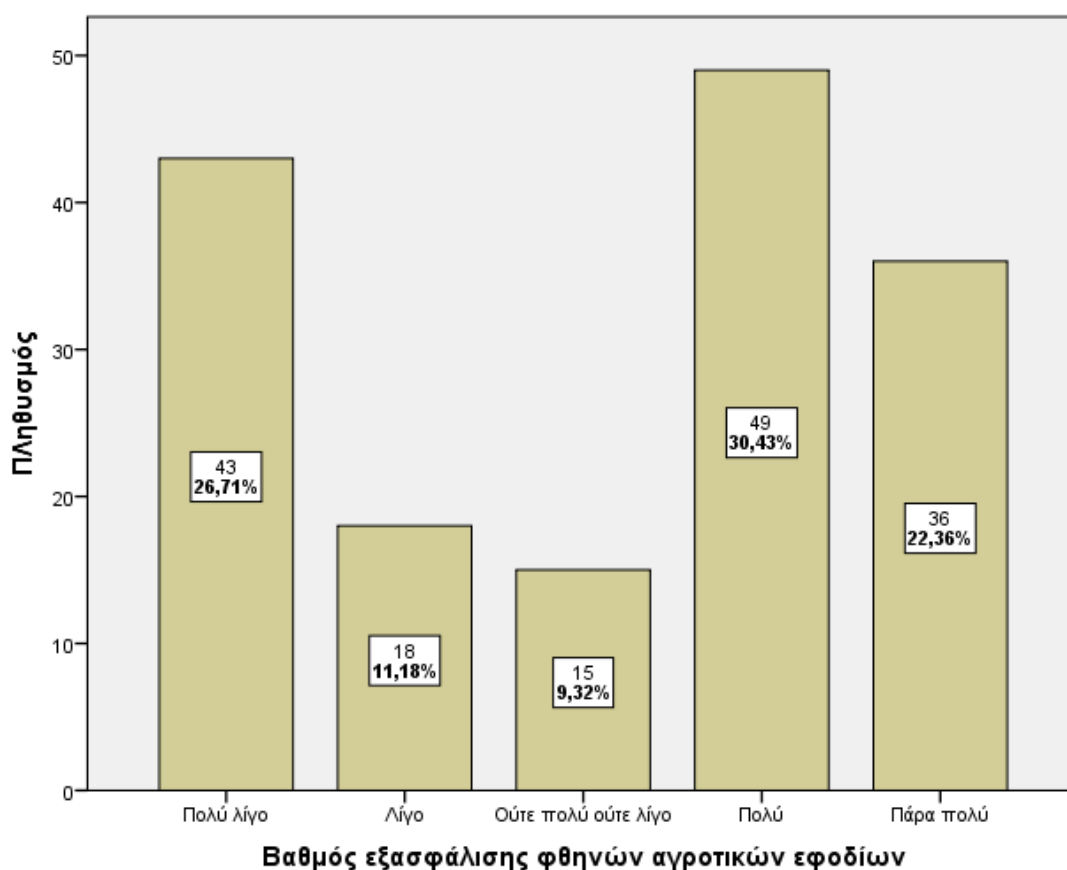
Διάγραμμα 7. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής πώλησης

Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες εξέφρασαν την άποψή τους σχετικά με το βαθμό που θεωρούν ότι η συμβολαιακή γεωργία ενισχύει τη ρευστότητα του παραγωγού μέσω προκαθορισμένων πληρωμών. Συγκεντρωτικά, το 44,72% (v=72) των παράγων δηλώνει πως η συμβολαιακή γεωργία ενισχύει τη ρευστότητα, δηλώνοντας στην κλίμακα ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ, το 36,02% (v=58) δηλώνει ΠΟΛΥ, το 7,45% (v=12) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ, ενώ το 6,83% (v=11) ΛΙΓΟ. Στην κλίμακα ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ αντιστοιχεί το ποσοστό 4,97% (v=8) (Διάγραμμα 8).



Διάγραμμα 8. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στην ενίσχυση της ρευστότητας

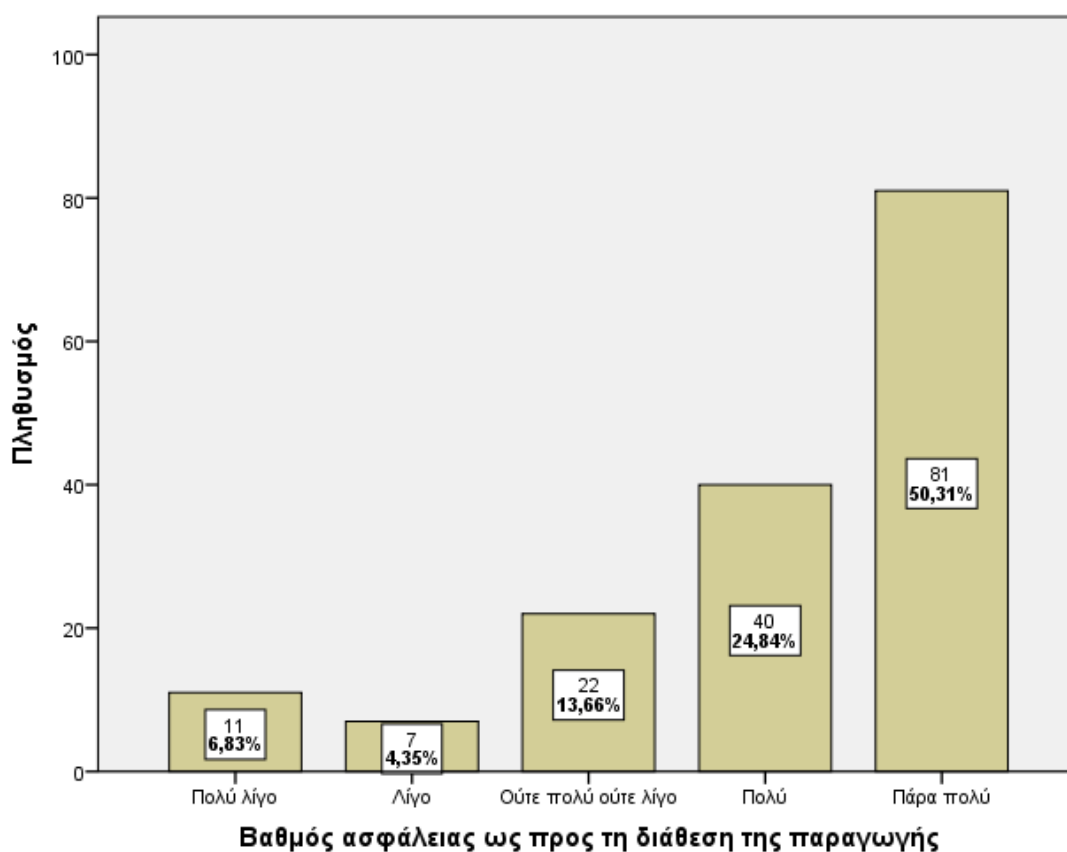
Σχετικά με τον βαθμό εξασφάλισης φθηνότερων αγροτικών εφοδίων μέσα από την εφαρμογή της συμβολαιακής γεωργίας, τα αποτελέσματα έχουν δείξει τα εξής: Το 22,36% (n=36) των παραγωγών δήλωσε ότι η συμβολαιακή γεωργία συμβάλει ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ στην εξασφάλισή φθηνότερων αγροτικών εισροών, ενώ το 30,43%(n=49) δήλωσε ότι ο συμβολαιακός τρόπος καλλιέργειας συμβάλει ΠΟΛΥ στην προμήθεια οικονομικότερων αγροτικών εφοδίων. Ακόμη μέρος των ερωτηθέντων υποστήριξε πως ο θεσμός της συμβολαιακής γεωργίας συμβάλει πενιχρά στην εξασφάλιση φθηνότερων αγροεφοδίων. Συγκεκριμένα αυτήν την άποψη την υποστήριξε το 26,71% (n=43) δηλώνοντας στην κλίμακα ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ και το 11,18% (n=18) ΛΙΓΟ. Τέλος το 9,32% (15) μη θεωρώντας πως υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της συμβολαιακής γεωργίας και της εξασφάλισης φθηνότερων αγροεφοδίων, δήλωσε



ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ.(Διάγραμμα 9).

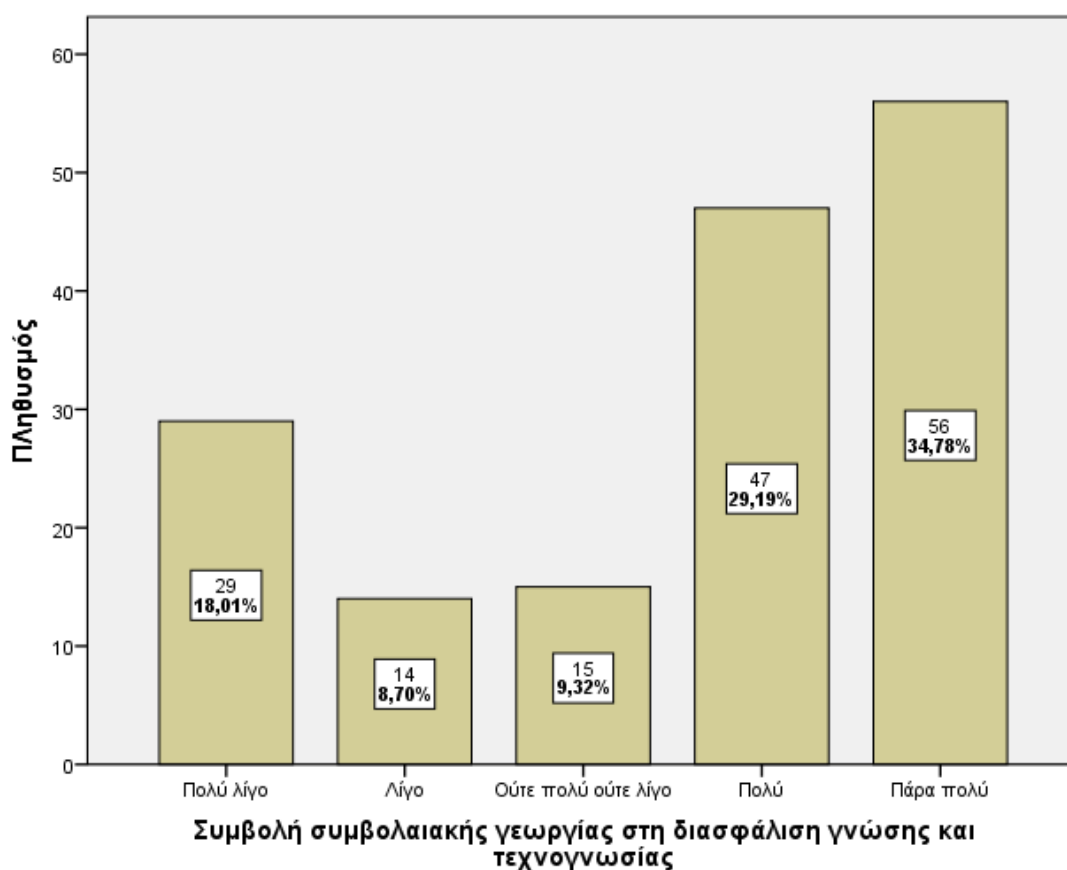
Διάγραμμα 9. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στην εξασφάλιση αγροτικών εφοδίων

Στην συνέχεια οι παραγωγοί ρωτήθηκαν σε ποιο βαθμό θεωρούν ότι η συμβολαιακή γεωργία τους προσφέρει ασφάλεια αναφορικά με τη διάθεση της παραγωγής τους. Το 50,31% (n=81) απάντησε ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ, καθώς βρίσκει τη συμβολαιακή γεωργία ως ένα ασφαλές εργαλείο διάθεσης των προϊόντων. Ωστόσο, το 28,84% (n=40) θεωρεί πως η συμβολαιακή γεωργία μπορεί να εγγυηθεί σε ένα βαθμό τη διάθεση της παραγωγής και απάντησε ΠΟΛΥ, ενώ διστακτικό ως προς την εξασφάλιση αγορών πώλησης εμφανίζεται το 4,35% (n=7), δηλώνοντας ΛΙΓΟ και το 6,83% (n=11) δηλώνοντας ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ. Κλείνοντας, το 13,66% (n=22) δήλωσε ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ σχετικά με τη συμβολή της συμβολαιακής γεωργίας ως προς τη διασφάλιση των αγορών για τη διάθεση της αγροτικής παραγωγής (Διάγραμμα 10).



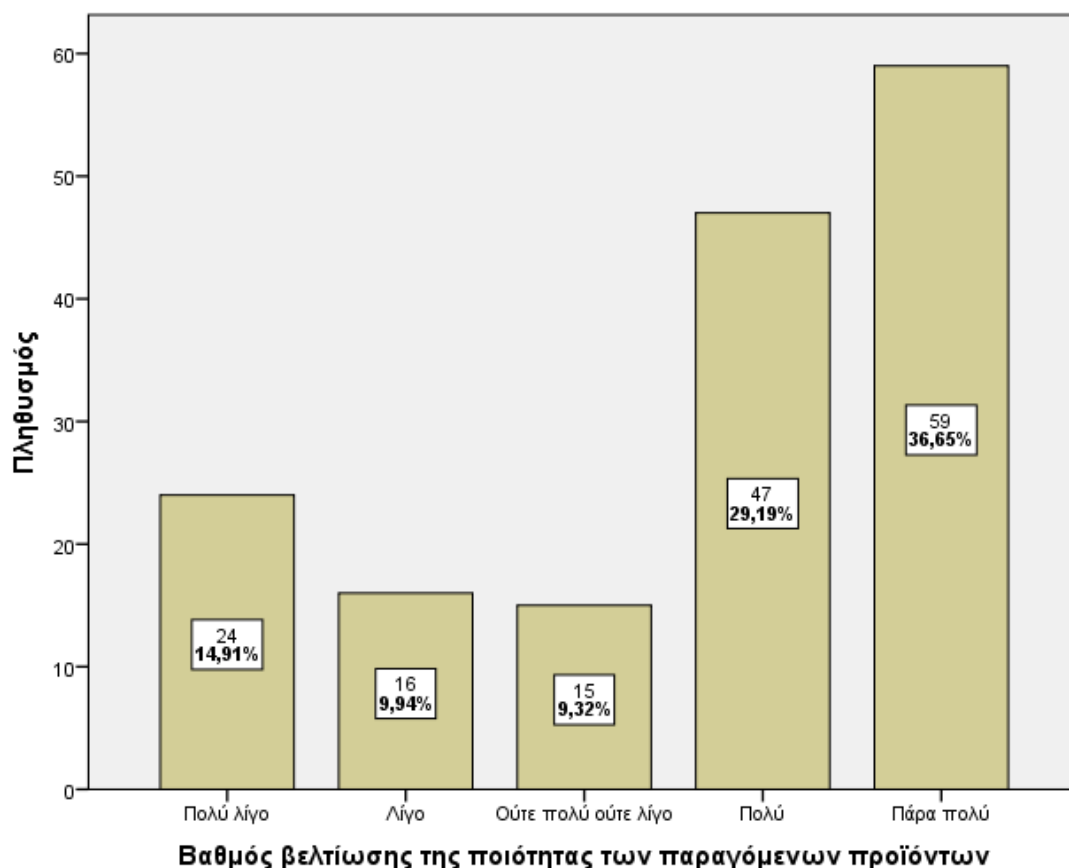
Διάγραμμα 10. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στη διασφάλιση πώλησης

Επιπλέον, το δείγμα ρωτήθηκε επίσης σε ποιο βαθμό θεωρεί ότι η συμβολαιακή γεωργία προσφέρει γνώση και τεχνογνωσία σχετικά με τις νέες καλλιεργητικές πρακτικές, με σκοπό μια πιο ποιοτική και ανταγωνιστική παραγωγή. Το μεγαλύτερο μέρος των παραγωγών που συμμετείχε στην έρευνα βρήκε πολύ σημαντική τη συμβολή της συμβολαιακής γεωργίας στην προσφορά γνώσης και τεχνογνωσίας, με το 34,78% (n=56) να απαντά ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ. Ενώ το 29,19% (n=47) των ερωτηθέντων απάντησε ΠΟΛΥ, το 8,70% (n=14) απάντησε ΛΙΓΟ και το 18,01% (n=29) απάντησε ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ. Τέλος το 9,32% (n=15), βρίσκει αδιάφορη τη συμβολή της συμβολαιακής καλλιέργειας στην εξασφάλιση ποιοτικότερης και ανταγωνιστικότερης παραγωγής μέσα από την προσφορά γνώσης και τεχνογνωσίας και απάντησε στην κλίμακα ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ (Διάγραμμα 11).



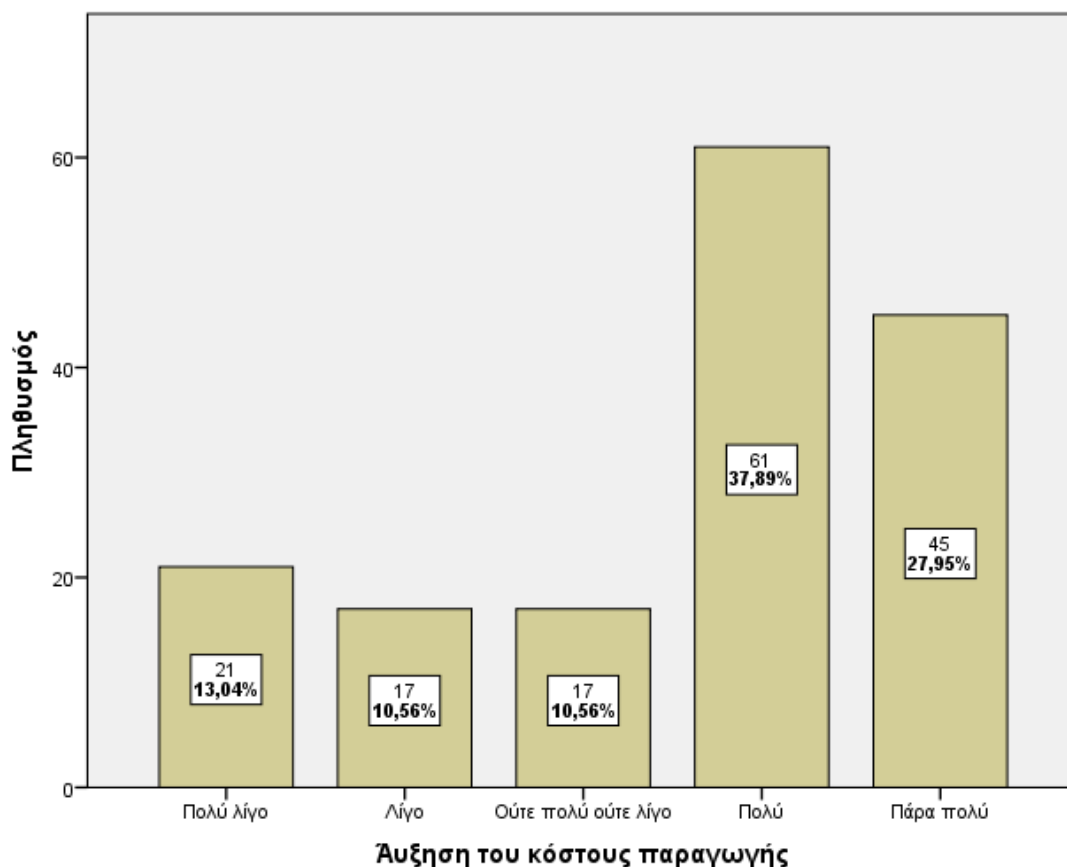
Διάγραμμα 11. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στη διασφάλιση γνώσης και τεχνογνωσίας

Ως προς τη συμβολή της συμβολαιακής γεωργίας στη βελτίωση της ποιότητας, το μεγαλύτερο μέρος του συνόλου δηλαδή το 36,65% (v= 59) απάντησε ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ, πιστεύοντας στη θετική συμβολή της και το 29,19% (v=47) θεωρεί πως ο συμβολαιακός θεσμός συμβάλει στην ποιοτική αύξηση των παραγόμενων προϊόντων και δήλωσε στην κλίμακα ΠΟΛΥ. Το 14,91% (v=24) δήλωσε ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ ενώ με μικρή διαφορά το 9,94% (v=16) δήλωσε ΛΙΓΟ. Τέλος το 9,32% (v=15) δήλωσε ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ.



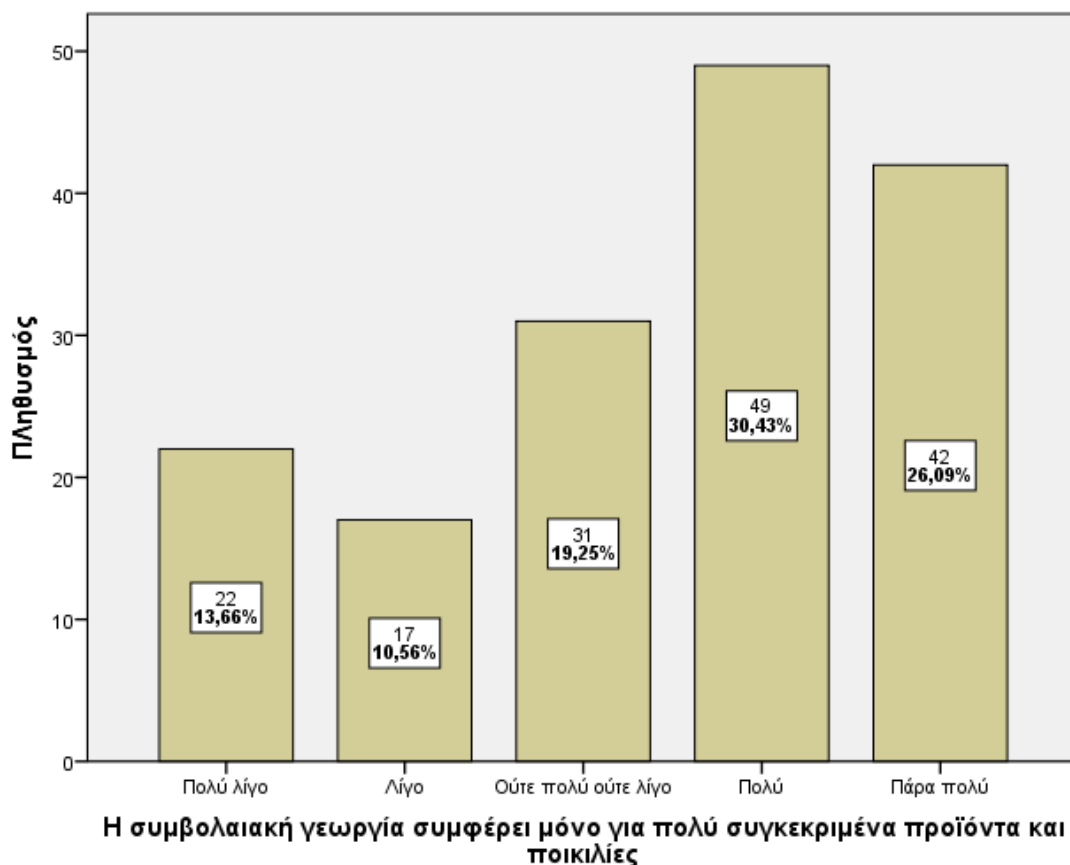
Διάγραμμα 12. Συμβολή συμβολαιακής γεωργίας στη βελτίωση της ποιότητας παραγωγής

Σχετικά με το αν η συμβολαιακή γεωργία αυξάνει το κόστος παραγωγής λόγω των της ανάγκης προσαρμογής στις απαιτήσεις του συνεταιρισμού, οι απαντήσεις διαμορφώθηκαν ως ακολούθως: Το 27,95% (v=45) δήλωσε ότι το κόστος παραγωγής αυξάνεται ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ, το 37,89% (v=61) απάντησε ότι το κόστος αυξάνεται ΠΟΛΥ, ενώ μέρος των ερωτηθέντων απάντησε ισόποσα σε ποσοστό 10,56% (v=17) ΛΙΓΟ και ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ. Επιπλέον το 13,04 (v=21) δήλωσε ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ (Διάγραμμα 13).



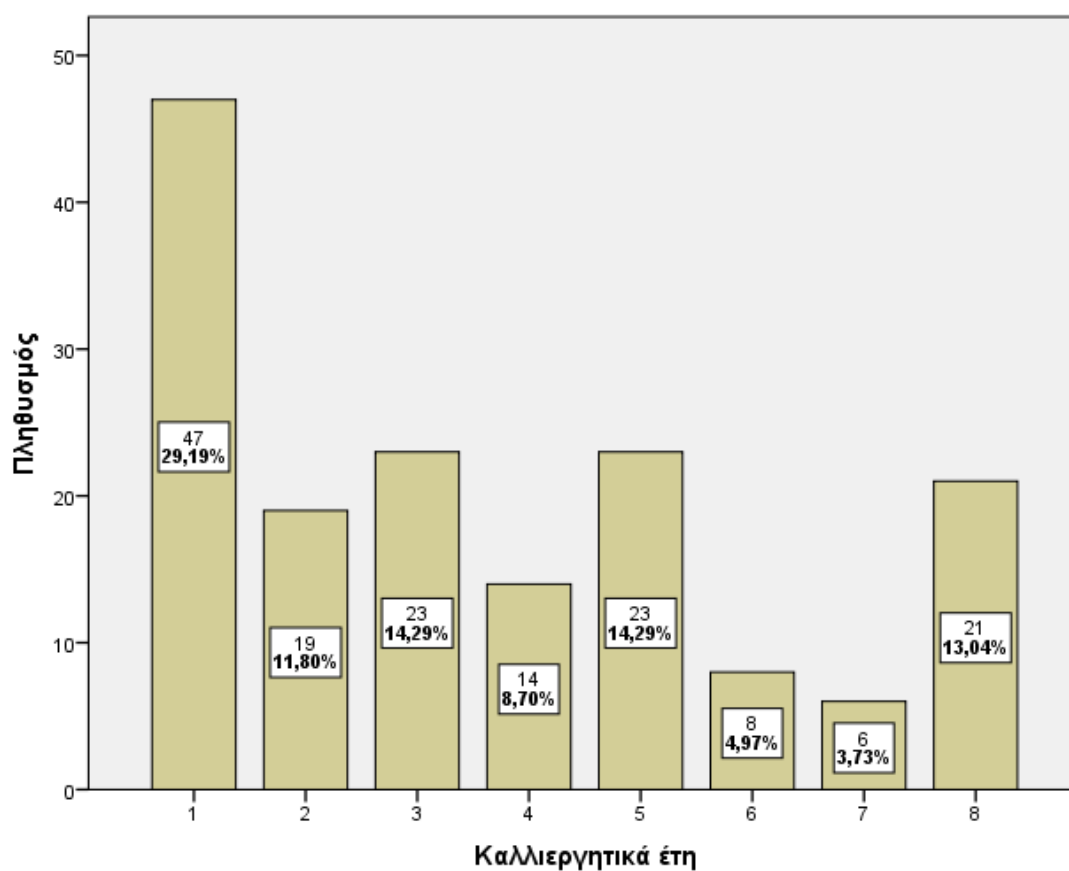
Διάγραμμα 13. Αύξηση του κόστους παραγωγής

Έπειτα, οι συμμετέχοντες παραγωγοί κλήθηκαν να αξιολογήσουν το αν η συμβολαιακή γεωργία είναι συμφέρουσα για συγκεκριμένα προϊόντα και ποικιλίες. Αρκετοί εκ των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι βρίσκουν τη συμβολή της συμβολαιακής γεωργίας πολύ σημαντική για συγκεκριμένο αριθμό καλλιεργειών, απαντώντας με ποσοστό 26,09% (n=42) ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ. Ενώ, οι περισσότεροι βρίσκουν τη συμβολή της συμβολαιακής γεωργίας σημαντική με το 30,43% (n=49) να απαντά ΠΟΛΥ. Το 10,56% (n=17) δήλωσε στην κλίμακα ΛΙΓΟ, ενώ το 13,66% (n=22) ΠΟΛΥ ΛΙΓΟ και το 19,25% (n=31) ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ (Διάγραμμα 14).



Διάγραμμα 14. Εύρος προϊόντων που συμφέρει η συμβολαιακή γεωργία

Κλείνοντας την έρευνα, στο τελευταίο ερώτημα του τρίτου μέρους του ερωτηματολογίου, οι παραγωγοί ερωτήθηκαν σχετικά με το χρονικό διάστημα που θα ήτα πρόθυμοι να συνάψουν σχέση συμβολαιακής γεωργίας. Το 29% (v=47) δήλωσε ότι προθυμοποιείται να συνάψει συμβολαιακή συμφωνία για ένα έτος, το 11,80% (v=19) για δύο έτη, το 14,29% (v=23) για τρία έτη, το 8,70% (v=14) για τέσσερα έτη, το 14,29% (v=23) για πέντε έτη, το 4,97% (v=8) για έξι έτη, το 3,73% (v=6) για επτά έτη και το 13,04% (v=21) για οκτώ έτη (Διάγραμμα 15).



Διάγραμμα 15. Διάρκεια καλλιεργητικών περιόδων σύναψης εμπορικών συμβολαίων

7 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΣΧΕΤΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΓΡΑΜΜΙΚΗ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗ

7.1 Συσχετίσεις

Πολλές φορές κατά την στατιστική μελέτη φαινομένων υπάρχει ενδιαφέρον να διαπιστωθεί αν η πραγματοποίηση ενός γεγονότος ή η ύπαρξη μιας συνθήκης επηρεάζει ένα άλλο γεγονός. Ο βαθμός εξάρτησης δύο μεταβλητών X , Y μπορεί να μετρηθεί με τη χρήση του συντελεστή συσχέτισης X^2 . Πιο συγκεκριμένα, πραγματοποιείται έλεγχος υποθέσεων για να καθοριστεί αν η συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι θετική ή αρνητική, να διευκρινιστεί δηλαδή αν υπάρχει συσχέτιση ή όχι μεταξύ των μεταβλητών.

Η διατύπωση κάθε ελέγχου υποθέσεων περιλαμβάνει τη μηδενική (H_0) και την εναλλακτική υπόθεση (H_1). Στη μηδενική υπόθεση τα χαρακτηριστικά X, Y κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό, ενώ στην εναλλακτική υπόθεση δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό.

Η τιμή της στατιστικής X^2 συγκρίνεται με την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής (p -value) και οδηγεί στα ακόλουθα συμπεράσματα

- Αν $p\text{-value} > 0.10$, τότε δεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση H_0 , δηλαδή οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.
- Αν $p\text{-value} < 0,10$, τότε δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται με επίπεδο σημαντικότητας 10%.
- Αν $0,01 < p\text{-value} < 0,05$, τότε δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται με επίπεδο σημαντικότητας 5%.
- Αν $p\text{-value} < 0,01$ τότε δεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται με επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Πρέπει να αναφερθεί ότι για τις ανάγκες του κεφαλαίου αυτού, λήφθηκαν υπόψιν μόνο οι απαντήσεις των συμμετεχόντων παραγωγών που δήλωσαν ότι γνωρίζουν τη συμβολαιακή γεωργία.

- «Έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή» & «Σύναψη συμφωνίας με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας»

Ο πρώτος έλεγχος υποθέσεων εξέτασε το ενδεχόμενο, η μεταβλητή «έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή» να σχετίζεται με την μεταβλητή «προηγούμενη σύναψη εμπορικής συμφωνίας με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας». Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 14,105 και η τιμή $p_value 0,007 < 0.05$. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value , απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περι ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την εναλλακτική H_1 . Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,105 ^a	4	,007
Likelihood Ratio	13,895	4	,008
N of Valid Cases	207		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,33.

Πίνακας 5. Επίδραση του χρόνου απασχόλησης στην αγροτική παραγωγή στην σύναψη συμφωνίας με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας

			Έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή;					Total
			<10	10-15	15-20	20-25	>25	
Έχετε συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας ;	Ναί	Πλήθος	17	22	5	2	10	56
		% within Σύναψη συμβολαιακής γεωργίας	30,4%	39,3%	8,9%	3,6%	17,9%	100,0%
		% within Έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή;	18,3%	44,9%	25,0%	12,5%	34,5%	27,1%
	Όχι	Πλήθος	76	27	15	14	19	151
		% within Σύναψη συμβολαιακής γεωργίας	50,3%	17,9%	9,9%	9,3%	12,6%	100,0%

Total	% within Έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή; Πλήθος	81,7%	55,1%	75,0%	87,5%	65,5%	72,9%
		93	49	20	16	29	207
	% within Σύναψη συμβολαιακής γεωργίας	44,9%	23,7%	9,7%	7,7%	14,0%	100,0%
	% within Έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή;	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Στον παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε πώς υπάρχει μεγάλη διαφορά -ως προς την περίπτωση προηγούμενης σύναψης συμβολαιακής γεωργίας- μεταξύ των παραγωγών που ασχολούνται με την αγροτική παραγωγή για το διάστημα των 10-15 ετών και των παραγωγών με διαφορετικά έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή.

Συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγωγών (44,9%) που έχουν συνάψει εμπορική σχέση με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας, αντιστοιχεί στους παραγωγούς που δραστηριοποιούνται στον αγροτικό χώρο 10-15 έτη.

Η αμέσως επόμενη κατηγορία παραγωγών, που έχουν συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας είναι αυτή που αφορά τους παραγωγούς που δραστηριοποιούνται στην αγροτική παραγωγή για διάστημα μεγαλύτερο των 25 ετών.

Το ποσοστό των παραγωγών που δραστηριοποιούνται στην αγροτική παραγωγή μεταξύ 20-25 ετών, και έχουν συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας είναι 12,5% και είναι το χαμηλότερο μεταξύ των τμημάτων που εξετάζονται σε αυτό τον πίνακα.

- «Κύριο παραγόμενο προϊόν» & «Σύναψη εμπορικής συμφωνίας με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας»

Ο έλεγχος υποθέσεων εξέτασε το ενδεχόμενο, η μεταβλητή «κύριο παραγόμενο προϊόν» να σχετίζεται με την μεταβλητή «προηγούμενη σύναψη εμπορικής συμφωνίας με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας». Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 45,209 και η τιμή p_value $0,000 < 0,01$. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value, απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περί ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την

εναλλακτική H₁. Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45,209 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	51,148	9	,000
N of Valid Cases	207		

a. 10 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,54.

Πίνακας 6. Επίδραση του κυριότερου παραγόμενου προϊόντος στην σύναψη εμπορικής συμφωνίας με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας

		Έχετε συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας ;			
		Ναί	Όχι	Total	
Ποιο είναι το κυριότερο προϊόν που παράγετε?	Φυσικές υφαντικές ίνες (βαμβάκι)	Count	17	18	35
		% within product	48,6%	51,4%	100,0%
		% within contract farmer	30,4%	11,9%	16,9%
	Φρούτα- Λαχανικά	Count	12	49	61
		% within product	19,7%	80,3%	100,0%
		% within contract farmer	21,4%	32,5%	29,5%
	Οινοπνευματώδη (πχ. κρασί, τσίπουρο κτλ)	Count	0	6	6
		% within product	0,0%	100,0%	100,0%
		% within contract farmer	0,0%	4,0%	2,9%
	Μελισσοκομικά προϊόντα	Count	1	8	9
		% within product	11,1%	88,9%	100,0%
		% within contract farmer	1,8%	5,3%	4,3%
	Έλαια και λίπη	Count	1	38	39
		% within product	2,6%	97,4%	100,0%
		% within contract farmer	1,8%	25,2%	18,8%
	Δημητριακά (πχ. σιτάρι, καλαμπόκι, κριθάρι κτλ)	Count	19	13	32
		% within product	59,4%	40,6%	100,0%
		% within contract farmer	33,9%	8,6%	15,5%
Γαλακτοκομικά προϊόντα (πχ. γάλα, τυρί, βούτυρα κτλ)	Count	5	9	14	
	% within product	35,7%	64,3%	100,0%	
	% within contract farmer	8,9%	6,0%	6,8%	
Καπνός και προϊόντα	Count	0	2	2	

	καπνού	% withinproduct	0,0%	100,0%	100,0%
		% withincontractfarmer	0,0%	1,3%	1,0%
	Κρέατα	Count	0	5	5
		% withinproduct	0,0%	100,0%	100,0%
		% withincontractfarmer	0,0%	3,3%	2,4%
	Άλλο	Count	1	3	4
		% withinproduct	25,0%	75,0%	100,0%
		% withincontractfarmer	1,8%	2,0%	1,9%
	Total	Count	56	151	207
% withinproduct		27,1%	72,9%	100,0%	
% withincontractfarmer		100,0%	100,0%	100,0%	

Παρατηρούμε, πως τα μεγαλύτερα ποσοστά σύναψης εμπορικής συμφωνίας αντιστοιχούν σε παραγωγούς που το κυριότερο παραγόμενο προϊόν τους εντάσσεται στην κατηγορία των δημητριακών 59,4% (v=19) και ακολουθούν αυτοί που το κυριότερο προϊόν που παράγουν εντάσσεται στην κατηγορία των φυτικών ινών. Αντίστοιχα τα χαμηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στον τομέα του κρέατος (0%), του καπνού (0%), των οινοπνευματωδών (0%) και των ελαίων (2,6%)

➤ «Επίπεδο εκπαίδευσης» & «Εξοικείωση με την συμβολαιακή γεωργία»

Ο έλεγχος υποθέσεων εξέτασε το ενδεχόμενο, η μεταβλητή «επίπεδο εκπαίδευσης» να σχετίζεται με την μεταβλητή «γνώση της συμβολαιακής γεωργίας». Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 11,852 και η τιμή p_value $0,065 < 0.1$. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value, απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περί ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την εναλλακτική H_1 . Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%.

Chi-SquareTests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	11,852 ^a	6	,065
LikelihoodRatio	11,431	6	,076
N of ValidCases	207		

a. 6 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,17.

Πίνακας 7. Επίπεδο εκπαίδευσης και εξοικείωση με την συμβολοιακή γεωργία

			Γνωρίζετε για τη συμβολοιακή γεωργία;			Total
			Ναι	Όχι	Λίγο	
Επίπεδο εκπαίδευσης:	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	Count	42	22	1	65
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης:	64,6%	33,8%	1,5%	100,0%
		% within Γνωρίζετε για τη συμβολοιακή γεωργία;	29,4%	40,0%	11,1%	31,4%
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	Count	68	23	7	98
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης:	69,4%	23,5%	7,1%	100,0%
		% within Γνωρίζετε για τη συμβολοιακή γεωργία;	47,6%	41,8%	77,8%	47,3%
	Μεταπτυχιακές σπουδές	Count	32	7	1	40
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης:	80,0%	17,5%	2,5%	100,0%
		% within Γνωρίζετε για τη συμβολοιακή γεωργία;	22,4%	12,7%	11,1%	19,3%
	Διδακτορικές σπουδές	Count	1	3	0	4
		% within Επίπεδο εκπαίδευσης:	25,0%	75,0%	0,0%	100,0%
		% within Γνωρίζετε για τη συμβολοιακή γεωργία;	0,7%	5,5%	0,0%	1,9%
Total	Count	143	55	9	207	
	% within Επίπεδο εκπαίδευσης:	69,1%	26,6%	4,3%	100,0%	
	% within Γνωρίζετε για τη συμβολοιακή γεωργία;	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Παρατηρούμε πώς το επίπεδο εξοικείωσης με την συμβολοιακής γεωργία είναι ιδιαίτερα υψηλό στα άτομα που έχουν ολοκληρώσει μεταπτυχιακές σπουδές (80%), ενώ χαμηλότερο είναι αυτό των ατόμων που έχουν ολοκληρώσει διδακτορικές σπουδές. Τέλος, μεταξύ αυτών που έχουν επίπεδο δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευση, οι διαφορές είναι μικρές και τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 64,6% και 69,4%.

- Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων, σχετικά με την βελτίωση της τιμής πώλησης των προϊόντων τους & της προθυμίας να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία

Ο έλεγχος υποθέσεων εξέτασε, αν η πεποίθηση των ερωτώμενων σχετικά με την βελτίωση της τιμής πώλησης των προϊόντων, σχετίζεται με την προθυμία τους να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας. Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 15,806 και η τιμή p_value $0,003 < 0.05$. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value , απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περί ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την εναλλακτική H_1 . Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,806 ^a	4	,003
Likelihood Ratio	16,051	4	,003
Linear-by-Linear Association	15,065	1	,000
N of Valid Cases	161		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,89.

Πίνακας 8. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων, σχετικά με τη βελτίωση της τιμής πώλησης των προϊόντων τους και της προθυμίας να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία

			Θα ήσασταν πρόθυμος/η να συνάψετε μια εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας;		Total
			Όχι	Ναί	
Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα προϊόντα;	Πολύ λίγο	Count	14	13	27
		% within better_price	51,9%	48,1%	100,0%
		% within willingness	11,4%	34,2%	16,8%
	Λίγο	Count	8	4	12
		% within better_price	66,7%	33,3%	100,0%
		% within willingness	6,5%	10,5%	7,5%
	Ούτε λίγο ούτε πολύ	Count	6	2	8
		% within better_price	75,0%	25,0%	100,0%
		% within willingness	4,9%	5,3%	5,0%
	Πολύ	Count	57	16	73

		% withinbetter_price	78,1%	21,9%	100,0%
		% withinwillingness	46,3%	42,1%	45,3%
	Πάρα πολύ	Count	38	3	41
		% withinbetter_price	92,7%	7,3%	100,0%
		% withinwillingness	30,9%	7,9%	25,5%
Total	Count	123	38	161	
	% withinbetter_price	76,4%	23,6%	100,0%	
	% withinwillingness	100,0%	100,0%	100,0%	

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε πως υπάρχει μία αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών «προθυμία σύναψης εμπορικής συμφωνίας με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας» και «Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα προϊόντα».

Συγκεκριμένα, από τους παραγωγούς που απάντησαν «πάρα πολύ», στην ερώτηση «Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα προϊόντα», η συντριπτική πλειοψηφία, δηλαδή το 92,7%, δεν είναι πρόθυμη να συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας.

Αντίστοιχα και από τους παραγωγούς που απάντησαν «πολύ λίγο» στην ερώτηση «Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα προϊόντα», το 51,9%, δεν επιθυμεί να συνάψει εμπορική σχέση με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας.

- Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την ενίσχυση της ρευστότητας του παραγωγού μέσω της συμβολαιακής γεωργίας στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας

Ο έλεγχος υποθέσεων εξέτασε το ενδεχόμενο η πεποίθηση των ερωτώμενων σχετικά με την ενίσχυση της ρευστότητας του παραγωγού μέσω της συμβολαιακής γεωργίας να επιδρά στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας. Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 14,874 και η τιμή p_value $0,005 < 0,05$. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value, απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περί ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την εναλλακτική H_1 . Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,874 ^a	4	,005
Likelihood Ratio	12,692	4	,013
Linear-by-Linear Association	9,289	1	,002
N of Valid Cases	161		

a. 3 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,89.

Πίνακας 9. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την ενίσχυση της ρευστότητας του παραγωγού μέσω της συμβολαιακής γεωργίας στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας

			Θα ήσασταν πρόθυμος/η να συνάψετε μια εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας;		Total
			Όχι	Ναί	
Η συμβολαιακή γεωργία ενισχύει τη ρευστότητα του παραγωγού μέσω προκαθορισμένων πληρωμών;	Πολύ λίγο	Count	4	4	8
		% within liquidity	50,0%	50,0%	100,0%
		% within willingness	3,3%	10,5%	5,0%
	Λίγο	Count	4	7	11
		% within liquidity	36,4%	63,6%	100,0%
		% within willingness	3,3%	18,4%	6,8%
	Ούτε λίγο ούτε πολύ	Count	9	3	12
		% within liquidity	75,0%	25,0%	100,0%
		% within willingness	7,3%	7,9%	7,5%

	Πολύ	Count	48	10	58
		% withinliquidity	82,8%	17,2%	100,0%
		% withinwillingness	39,0%	26,3%	36,0%
	Πάρα πολύ	Count	58	14	72
		% withinliquidity	80,6%	19,4%	100,0%
		% withinwillingness	47,2%	36,8%	44,7%
Total	Count	123	38	161	
	% withinliquidity	76,4%	23,6%	100,0%	
	% withinwillingness	100,0%	100,0%	100,0%	

Μεταξύ των παραγωγών που πιστεύουν πως η συμβολαιακή γεωργία επιδρά θετικά στη ρευστότητα του παραγωγού, η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε πως δεν επιθυμεί να συνάψει εμπορική σχέση με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας. Τα αντίστοιχα ποσοστά εκείνων που απάντησαν ότι δεν έχουν την πρόθεση να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία και πιστεύουν πως αυτή επιδρά θετικά (πολύ, πάρα πολύ) στην εξασφάλιση ρευστότητας είναι 82,8% και 80,6%.

- Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με «την εξασφάλιση καλύτερης τιμής αγοράς εφοδίων μέσω της συμβολαιακής γεωργίας» και «Της προθυμίας να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας»

Ο έλεγχος υποθέσεων εξέτασε το ενδεχόμενο, η πεποίθηση των ερωτώμενων σχετικά με την εξασφάλιση καλύτερης τιμής αγοράς εφοδίων μέσω της συμβολαιακής γεωργίας να επιδρά στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας. Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 12.651 και η τιμή p_value $0,013 < 0.1$. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value , απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περί ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την εναλλακτική H_1 . Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%.

Chi-SquareTests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
PearsonChi-Square	12,651 ^a	4	,013
LikelihoodRatio	12,117	4	,017
Linear-by-Linear Association	5,226	1	,022
N of ValidCases	161		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,54.

Πίνακας 10. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με «Την εξασφάλιση καλύτερης τιμής αγοράς εφοδίων μέσω της συμβολαιακής γεωργίας» & «Της προθυμίας να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας»

			Θα ήσασταν πρόθυμος/η να συνάψετε μια εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας;		Total
			Όχι	Ναί	
Η συμβολαιακή γεωργία εξασφαλίζει φθηνότερα αγροτικά εφόδια;	Πολύ λίγο	Count	31	12	43
		% withincheap_supplies	72,1%	27,9%	100,0%
		% withinwillingness	25,2%	31,6%	26,7%
	Λίγο	Count	9	9	18
		% withincheap_supplies	50,0%	50,0%	100,0%
		% withinwillingness	7,3%	23,7%	11,2%
	Ούτε πολύ ούτε λίγο	Count	10	5	15
		% withincheap_supplies	66,7%	33,3%	100,0%
		% withinwillingness	8,1%	13,2%	9,3%
	Πολύ	Count	43	6	49
		% withincheap_supplies	87,8%	12,2%	100,0%
		% withinwillingness	35,0%	15,8%	30,4%
	Πάρα πολύ	Count	30	6	36
		% withincheap_supplies	83,3%	16,7%	100,0%
		% withinwillingness	24,4%	15,8%	22,4%
Total		Count	123	38	161
		% withincheap_supplies	76,4%	23,6%	100,0%
		% withinwillingness	100,0%	100,0%	100,0%

Στον παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε πως οι παραγωγοί, που είναι πρόθυμοι να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας, θεωρούν ότι η συμβολαιακή γεωργία επιδρά πολύ λίγο στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής στα αγροτικά εφόδια.

- Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με «Την βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων μέσω της συμβολοιακής γεωργίας» & «Της προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολοιακής γεωργίας»

Ο έλεγχος υποθέσεων εξέτασε το ενδεχόμενο, η πεποίθηση των ερωτώμενων σχετικά με την βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων μέσω της συμβολοιακής γεωργίας να επιδρά στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολοιακής γεωργίας. Η τιμή χ^2 , βρέθηκε 14,194 και η τιμή p_value 0,005 < 0.01. Επομένως, σύμφωνα με την τιμή p_value, απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση H_0 περί ανεξαρτησίας των μεταβλητών και δεχόμαστε την εναλλακτική H_1 . Κατά συνέπεια, υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,914 ^a	4	,005
Likelihood Ratio	13,766	4	,008
Linear-by-Linear Association	13,821	1	,000
N of Valid Cases	161		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,54.

Πίνακας 11. Επίδραση της πεποίθησης των ερωτώμενων σχετικά με την βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων μέσω της συμβολοιακής γεωργίας, στην προθυμία να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολοιακής γεωργίας

		Θα ήσασταν πρόθυμος/η να συνάψετε μια εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολοιακής γεωργίας;		Total	
		Όχι	Ναί		
Η συμβολοιακή γεωργία συμβάλλει στην βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων;	Πολύ λίγο	Count	12	12	24
		% within quality	50,0%	50,0%	100,0%
		% within willingness	9,8%	31,6%	14,9%
	Λίγο	Count	10	6	16
		% within quality	62,5%	37,5%	100,0%
		% within willingness	8,1%	15,8%	9,9%

	Ούτε πολύ ούτε λίγο	Count	12	3	15
		% withinquality	80,0%	20,0%	100,0%
		% withinwillingness	9,8%	7,9%	9,3%
	Πολύ	Count	38	9	47
		% withinquality	80,9%	19,1%	100,0%
		% withinwillingness	30,9%	23,7%	29,2%
	Πάρα πολύ	Count	51	8	59
		% withinquality	86,4%	13,6%	100,0%
		% withinwillingness	41,5%	21,1%	36,6%
Total	Count	123	38	161	
	% withinquality	76,4%	23,6%	100,0%	
	% withinwillingness	100,0%	100,0%	100,0%	

Μεταξύ της πεποίθησης των παραγωγών ότι «η συμβολαιακή γεωργία επιδρά θετικά στην ποιότητα των παραγομένων προϊόντων» και «της προθυμίας τους να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία», παρατηρούμε μια αντιστρόφως ανάλογη σχέση. Δηλαδή, το 86,4% των παραγωγών, που έχουν την πεποίθηση ότι η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων, δεν επιθυμεί να συνάψει συμβολαιακή γεωργία, ενώ το ποσοστό αυτό σταδιακά μειώνεται μέχρι την απάντηση «πολύ λίγο» στην ερώτηση «Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων.»

7.2 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των καλλιεργητικών περιόδων για τις οποίες ο παραγωγός θα ήθελε να συνάψει συμφωνία με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της λογιστικής παλινδρόμησης, που πραγματοποιήθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των καλλιεργητικών περιόδων για τις οποίες ο παραγωγός θα ήθελε να συνάψει συμφωνία με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας. Η εκτίμηση της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης γίνεται με την μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων

Η γενική μορφή της εξίσωσης πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης είναι η ακόλουθη:

$Contract_duration = \beta_0 + \beta_1 coop_member + \beta_2 better_price + \beta_3 cheap_income + \beta_4 safety$

όπου:

- $Contract_duration$: μεταβλητή η οποία εκφράζει τον αριθμό των καλλιεργητικών περιόδων για τις οποίες ο παραγωγός θα ήθελε να συνάψει συμφωνία με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας
- $coop_member$: είναι ψευδομεταβλητή όπου παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι μέλος αγροτικού συνεταιρισμού
- $better_price$: ποιοτική μεταβλητή η οποία παίρνει τιμές από 1 έως 5 (1=καθόλου και 5=πάρα πολύ), η οποία υποδηλώνει την πεποίθηση του ερωτώμενου σχετικά με το κατά πόσο η σύναψη συμβολαιακής γεωργίας ωφελεί την τιμή διάθεσης του προϊόντος
- $cheap_income$: ποιοτική μεταβλητή η οποία παίρνει τιμές από 1 έως 5 (1=καθόλου και 5=πάρα πολύ), η οποία υποδηλώνει την πεποίθηση του ερωτώμενου σχετικά με το κατά πόσο η σύναψη συμβολαιακής γεωργίας ωφελεί την αγορά αγροτικών εφοδίων σε καλύτερες τιμές
- $safety$: ποιοτική μεταβλητή η οποία παίρνει τιμές από 1 έως 5 (1=καθόλου και 5=πάρα πολύ), η οποία υποδηλώνει την πεποίθηση του ερωτώμενου σχετικά με το κατά πόσο η σύναψη συμβολαιακής γεωργίας προσφέρει ασφάλεια αναφορικά με την διάθεση της παραγωγής του

Η τελική εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης είναι:

$Contract_duration = 2,022 + 0,848 coop_member + 0,474 better_price + 0,295 cheap_income - 0,388 safety$

Η μεταβλητή που αφορά την συμμετοχή του ερωτώμενου σε αγροτικό συνεταιρισμό ($coop_member$) είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, και το θετικό πρόσημο της εκτιμήτριας υποδηλώνει πως παραγωγοί οι οποίοι συμμετέχουν σε αγροτικό συνεταιρισμό είναι πιθανότερο να επιλέξουν μια μακροχρόνια συμβολαιακή δέσμευση.

Παρατηρούμε επίσης πώς, όσο περισσότερο θεωρούν οι ερωτώμενοι πως η συμβολαιακή γεωργία ωφελεί την τιμή διάθεσης του προϊόντος, τόσο πιθανότερο είναι να είναι πρόθυμοι να επιλέξουν μια μακροχρόνια συμβολαιακή δέσμευση. Η αντίστοιχη μεταβλητή (*better_price*) είναι στατιστικά σημαντική, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Το ίδιο ισχύει και για εκείνους τους παραγωγούς που θεωρούν πως η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην προμήθεια εισροών σε καλύτερες τιμές, ενώ η μεταβλητή αυτή (*cheap_income*) είναι στατιστικά σημαντική και το επίπεδο σημαντικότητάς της είναι 5%. Ωστόσο, το αντίθετο ισχύει στην περίπτωση της ασφάλειας διάθεσης της παραγωγής, όπου παρατηρείται πώς, όσο περισσότερο θεωρούν οι παραγωγοί πως η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην ασφάλεια διάθεσης των προϊόντων τους, τόσο λιγότερο διατεθειμένοι είναι να συνάψουν μακροχρόνια εμπορική συμφωνία, ενώ η αντίστοιχη μεταβλητή είναι σημαντική, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Τέλος, ο συντελεστής R^2 διορθωμένος ως προς τους βαθμούς ελευθερίας είναι 0,359, γεγονός που σημαίνει ότι το 35,9% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής ερμηνεύεται από το συγκεκριμένο υπόδειγμα. Ακόμη η τιμή της στατιστικής F, είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Σύμφωνα με το παραπάνω κριτήριο καλής προσαρμογής και εφόσον το $p\text{-value} < 1\%$, απορρίπτεται η μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή όλοι οι συντελεστές προσδιορισμού είναι ίσοι με το μηδέν και αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση, ότι έστω και ένας είναι διάφορος του μηδενός, υποδηλώνοντας με αυτό τον τρόπο την καλή προσαρμογή του υποδείγματος.

Πίνακας 12. Συντελεστές ανεξαρτήτων μεταβλητών του υποδείγματος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης.

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Υπόδειγμα I
	Συντελεστές
Σταθερός όρος	2,022*** (2,759)
coop_member	0,474** (2,169)
better_price	0,474** (3,102)

cheap_income	0,295** (2,210)
safety	-0,388** (-2,203)
<p>Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t-statistics Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.</p>	

7.3 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση των παραγωγών να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της λογιστικής παλινδρόμησης που πραγματοποιήθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση των παραγωγών να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας. Η εκτίμηση της λογιστικής παλινδρόμησης γίνεται με τη μέθοδο της μέγιστης πιθανοφάνειας. Η γενική μορφή της εξίσωσης της λογιστικής παλινδρόμησης είναι η παρακάτω:

$$\text{contract_will} = \beta_0 + \beta_1 \text{age_35_43} + \beta_2 \text{prod_alcohol} + \beta_3 \text{contract_farmer} + \beta_4 \text{better_price} + \beta_5 \text{prod_quality}$$

όπου:

- **contract_will**: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι διατεθειμένος να συνάψει εμπορική συμφωνία με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας, ενώ παίρνει την τιμή 0 όταν δεν είναι
- **age_35_43**: είναι ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν η ηλικία του ερωτώμενου είναι μεταξύ 35 και 43 ετών
- **prod_alcohol**: είναι ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν το κυριότερο προϊόν που παράγει ο ερωτώμενος εντάσσεται στην κατηγορία των οινοπνευματωδών

- `better_price`: ποιοτική μεταβλητή η οποία παίρνει τιμές από 1 έως 5 (1=καθόλου και 5=πάρα πολύ), η οποία υποδηλώνει την πεποίθηση του ερωτώμενου σχετικά με το κατά πόσο η σύναψη συμβολαιακής γεωργίας ωφελεί την τιμή διάθεσης του προϊόντος
- `prod_quality`: ποιοτική μεταβλητή η οποία παίρνει τιμές από 1 έως 5 (1=καθόλου και 5=πάρα πολύ), η οποία υποδηλώνει την πεποίθηση του ερωτώμενου σχετικά με το κατά πόσο η σύναψη συμβολαιακής γεωργίας ωφελεί την ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος
- `contract_framer`: είναι ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος έχει συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας

Η μεταβλητή που αφορά την ηλικία (`age_35_43`) είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%, ενώ το αρνητικό πρόσημο της εκτιμήτριας μας δείχνει πώς, οι ερωτώμενοι της ηλικιακής ομάδων 35-43 ετών είναι λιγότερο πιθανό να είναι πρόθυμοι να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μέθοδο της συμβολαιακής γεωργίας.

Η μεταβλητή που αφορά το κύριο παραγόμενο προϊόν, και συγκεκριμένα τους ερωτώμενους που το κύριο προϊόν που παράγουν είναι στην κατηγορία των οινοπνευματωδών (`prod_alcohol`), είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ενώ το θετικό πρόσημο της εκτιμήτριας μας δείχνει πως είναι πιθανότερο ο ερωτώμενος να είναι πρόθυμος να συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας στην περίπτωση που το κύριο προϊόν που παράγει εντάσσεται στην κατηγορία των οινοπνευματωδών.

Η μεταβλητή που αφορά την προηγούμενη σύναψη συμφωνίας με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας (`contract_framer`) είναι στατιστικά σημαντική με επίπεδο σημαντικότητας 1%, ενώ το θετικό πρόσημο της εκτιμήτριας δηλώνει πώς, οι ερωτώμενοι που έχουν ήδη συνάψει συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας είναι πιθανό να ξανανάψουν τέτοια συμφωνία.

Παρατηρούμε επίσης πώς, όσο περισσότερο θεωρούν οι ερωτώμενοι πως η συμβολαιακή γεωργία ωφελεί την τιμή διάθεσης του προϊόντος, τόσο λιγότερο πιθανό είναι να είναι πρόθυμοι να συνάψουν εμπορική συμφωνία με τη μορφή της

συμβολαιακής γεωργίας. Η αντίστοιχη μεταβλητή (*better_price*) είναι στατιστικά σημαντική, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Το ίδιο ισχύει και για εκείνους τους παραγωγούς που θεωρούν πως η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων από αυτούς, προϊόντων, ενώ η μεταβλητή αυτή (*prod_quality*) είναι στατιστικά σημαντική και το επίπεδο σημαντικότητάς της να είναι 10%.

Η τελική εξίσωση λογιστικής παλινδρόμησης είναι:

$$\text{contract_will} = 0,211 - 1,065 \text{ age}_{35_43} + 2,778 \text{ prod_alcohol} + 2,002 \text{ contract_farmer} - 0,526 \text{ better_price} - 0,305 \text{ prod_quality}$$

Η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού Nagelkerke R^2 , σημαίνει ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα ερμηνεύει σε ποσοστό 35,1 % την πιθανότητα να είναι κάποιος πρόθυμος να συνάψει εμπορική συμφωνία με την μορφή της συμβολαιακής γεωργίας.

Η στατιστική c σύμφωνα με τον έλεγχο Hosmer and Lemeshow (H-L Test), χρησιμοποιείται για τη διαπίστωση της καλής προσαρμογής του υποδείγματος και κατανέμεται με βάση την κατανομή χ^2 του Pearson. Η μηδενική υπόθεση είναι ότι το υπόδειγμα έχει καλή προσαρμογή στα δεδομένα και η εναλλακτική ότι το υπόδειγμα δεν έχει καλή προσαρμογή στα δεδομένα. Η τιμή χ^2 είναι 7,800 και το p_value αυτής $0,453 > 0,05$, κατά συνέπεια δέχομαι την μηδενική υπόθεση, που σημαίνει πως το υπόδειγμα έχει καλή προσαρμογή στα δεδομένα σε κάθε 1/10 του κινδύνου.

Πίνακας 13. Συντελεστές ανεξαρτήτων μεταβλητών του υποδείγματος της λογιστικής παλινδρόμησης

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Υπόδειγμα I
	Συντελεστές
Σταθερός όρος	0,211* (3,632)
age_35_43	-1,065* (3,586)
prod_alcohol	2,778** (4,602)
contract_farmer	2,002*** (10,235)

better_price	-0,526*** (8,414)
prod_quality	-0,305* (3,452)
<p>Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική Wald Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε επίπεδο 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.</p>	

8 ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8:ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

8.1 Αποτελέσματα έρευνας σε σχέση με τη θεωρία

Παρακάτω παρουσιάζονται, αναλύονται και επισημαίνονται τα σημαντικότερα συμπεράσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, σε σχέση με την υπάρχουσα βιβλιογραφία που υπάρχει σχετικά με τη συμβολαιακή γεωργία. Μερικές από τις σημαντικότερες επισημάνσεις και διαπιστώσεις της παρούσας μελέτης αποτελούν οι εξής:

- Από τα αποτελέσματα που προέκυψαν από κατά τη διεξαγωγή της έρευνας και της ανάλυσης τους, φαίνεται πως περισσότερο πρόθυμοι να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία είναι οι παραγωγοί που η εκμετάλλευσή τους εντάσσεται στις κατηγορίες των φυτικών ιών, των δημητριακών και των γαλακτοκομικών προϊόντων. Αντιθέτως ιδιαίτερα χαμηλά ποσοστά παρατηρούνται στις κατηγορίες των ελαίων -λιπών, των οينوπνευματωδών και των κρεάτων. Δεδομένης της αδυναμίας των προϊόντων αυτών να πωληθούν στον τελικό καταναλωτή χωρίς επεξεργασία, είναι πιθανότερο για τον παραγωγό να καταφύγει στην σχετικά ασφαλή λύση της συμβολαιακής γεωργίας για τη διάθεση της παραγωγής του.
- Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων του πίνακα 8 προκύπτει πως η πλειοψηφία των παραγωγών που επιθυμούν να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία αξιολογεί χαμηλά την επίδρασή του συμβολαιακού θεσμού ως προς την εξασφάλιση καλύτερης τιμής πώλησης για τα αγροτικά προϊόντα. Γεγονός που οδηγεί στα κάτωθι συμπεράσματα α) οι τιμές που απολαμβάνουν οι παραγωγοί μέσω της συμβολαιακής γεωργίας δεν είναι ιδιαίτερα ανταγωνίστηκες και β) η καλύτερη τιμή πώλησης των αγροτικών προϊόντων δεν αποτελεί κίνητρο για αυτούς να συνάψουν συμβολαιακή σχέση καλλιέργειας. Το αποτέλεσμα αυτό συμφωνεί και με την άποψη του Γκάνας,2015 πως ως πρόβλημα της συμβολαιακής γεωργίας μπορεί να λογιστεί η μειωμένη διαπραγματευτική ικανότητα των παραγωγών, δεδομένου πως η προσυμφωνημένη τιμή πώλησης ενδέχεται να είναι χαμηλότερη από την τελική, διαμορφωμένη τιμή πώλησης του προϊόντος στην αγορά και να περιοριστεί το κέρδος των παραγωγών. Επιπλέον, ίσως οφείλεται στην

διαφορετική ιεράρχηση των προτεραιοτήτων που βάζουν οι παραγωγοί σχετικά τη σύναψη εμπορικής συμφωνίας πώλησης των προϊόντων τους. Ειδικότερα, ενδέχεται το κριτήριο σύναψης συμβολαιακής γεωργίας από την πλευρά των παραγωγών, να είναι η φερεγγυότητα του αντισυμβαλλόμενου, η καλή φήμη του, η πολιτική πληρωμής, η ύπαρξη μακροχρόνιας εμπορικής σχέσης, κτλ

- Στον πίνακα 9 παρατηρείται πως υπάρχει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ της πεποίθησης πως η συμβολαιακή γεωργία ενισχύει τη ρευστότητα του παραγωγού και της προθυμίας του να συνάψει συμβολαιακή σχέση. Αυτό πρακτικά σημαίνει πως η ρευστότητα δεν αποτελεί κίνητρο για τους παραγωγούς για να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία ή/ και η μορφή των σχέσεων συμβολαιακής γεωργίας που υπάρχει σήμερα δεν ενισχύει τη ρευστότητα των παραγωγών. Γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με τον οδηγό του FAO,2001 και την αναφορά του στην εξασφάλιση ρευστότητας και πίστωσης των παραγωγών μέσω της συμβολαιακής γεωργίας.
- Στο πίνακα 11 παρατηρούμε πως οι παραγωγοί που πιστεύουν ότι η συμβολαιακή γεωργία συμβάλει στην βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων τους, δεν είναι πρόθυμοι να εφαρμόσουν συμβολαιακή καλλιέργεια, γεγονός που ερμηνεύεται ως αδυναμία της αγοράς να θέσει τα κατάλληλα κίνητρα ώστε να ενισχύσει την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων.
- Από το υπόδειγμα της πολλαπλής παλινδρόμησης στο κεφάλαιο 7.2 προκύπτει ότι το πλήθος των καλλιεργητικών περιόδων, για τις οποίες είναι πρόθυμοι να συνάψουν συμβολαιακή γεωργία οι παραγωγοί, εξαρτάται από το αν ο παραγωγός είναι μέλος συνεταιρισμού, αλλά και από την αξιολόγηση του σχετικά με το κατά πόσο η συμβολαιακή γεωργία επιδρά θετικά στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα προϊόντα, στην εξασφάλιση φτηνών εισροών αλλά και στη εξασφάλιση της ασφάλειας διάθεσης των προϊόντων. Συγκεκριμένα, η συμμετοχή του παραγωγού σε κάποιο συνεταιριστικό σχήμα αυξάνει κατά 0,848 της καλλιεργητικές περιόδους, ενώ όσο αυξάνεται η πεποίθηση ότι η συμβολαιακή γεωργία βελτιώνει την τιμή που λαμβάνει αλλά και την τιμή των αγροτικών εφοδίων αυξάνονται και οι καλλιεργητικές περίοδοι που θέλει να συνάψει συμβολαιακή γεωργία. Αντιθέτως όσο αυξάνεται η πεποίθηση του παραγωγού, ότι η συμβολαιακή γεωργία

προσφέρει ασφάλεια διάθεσης των προϊόντων τόσο μειώνονται οι καλλιεργητικές περίοδοι.

- Από το υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης προκύπτει ότι η προθυμία του παραγωγού να συνάψει σχέση συμβολαιακής γεωργίας εξαρτάται από το αν η ηλικία του παραγωγού είναι μεταξύ 35-43 ετών, από το αν το κύριο παραγόμενο προϊόν του ανήκει στην κατηγορία των αλκοολούχων, από το αν έχει ήδη συνάψει σχέση συμβολαιακής γεωργίας και από την πεποίθησή του σχετικά με το αν η συμβολαιακή γεωργία βελτιώνει την τιμή και την ποιότητα των προϊόντων του. Συγκεκριμένα, η προθυμία μειώνεται στην ηλικιακή ομάδα των 35-43 και όσο αυξάνεται η πεποίθηση του ότι η συμβολαιακή γεωργία βελτιώνει την ποιότητα των προϊόντων. Στον αντίποδα, η προθυμία του να συνάψει συμβολαιακή γεωργία αυξάνεται από το αν το κύριο παραγόμενο προϊόν είναι αλκοολούχο, αλλά και από το αν έχει ήδη συνάψει σχέση συμβολαιακής γεωργίας.
- Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η προηγούμενη σύναψη συμβολαιακής γεωργίας επιδρά θετικά, τόσο στην προθυμία του παραγωγού να συνάψει συμβολαιακή σχέση, όσο και στον αριθμό των καλλιεργητικών περιόδων που προτιμά να συνάψει μια ενδεχόμενη συμβολαιακή εμπορική συμφωνία. Από το παραπάνω συμπεραίνεται ότι, στην πλειοψηφία τους οι παραγωγοί, που έχουν συνάψει σχέση συμβολαιακής γεωργίας είναι ικανοποιημένοι από αυτήν. Επιπλέον αν συνυπολογιστεί και το σχετικά χαμηλό ποσοστό των παραγωγών, που είναι πρόθυμοι να καλλιεργήσουν συμβολαιακά, προκύπτει το συμπέρασμα πως η ενημέρωση για τη συμβολαιακή γεωργία είναι ελλιπής ή/ και υπάρχει μια αρνητική προδιάθεση για αυτή.

8.2 Γενικά συμπεράσματα

Οι προκλήσεις της σύγχρονης εποχής για μαζική παραγωγή τροφίμων, υψηλής ποιότητας και ο μεγάλος ανταγωνισμός που υπάρχει στον αγροδιατροφικό τομέα, απαιτούν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την ενίσχυση του ελληνικού αγροδιατροφικού κλάδου στην παγκόσμια αγορά τροφίμων.

Είναι ευρέως αποδεχτό ότι, ο εγχώριος αγροδιατροφικός τομέας χαρακτηρίζεται από δομικά προβλήματα όπως: ο κατακερματισμένος αγροτικός κλήρος, η γήρανση του αγροτικού πληθυσμού, η έλλειψη ισχυρών παραγωγικών αγροτικών συνεταιρισμών και το χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης καινοτομίας.

Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου της ελληνικής γεωργίας απαιτεί αναγκαίες μεταρρυθμίσεις και αλλαγές στην κατεύθυνση της πολιτικής ανταγωνιστικότητας και εξωστρέφειας του ελληνικού αγροτικού τομέα, προκειμένου να ξεπεραστούν οι χρόνιες παθολογίες του κλάδου και να εισχωρήσουν τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα περαιτέρω στις διεθνείς αγορές.

Στις μέρες μας, κρίνεται απαραίτητο το μοντέλο του παραδοσιακού αγρότη, να εκσυγχρονιστεί και να μετατραπεί σε μοντέλο σύγχρονο επιχειρηματία. Απαιτείται, πλέον η κάθε αγροτική επιχείρηση να ακολουθεί μια προκαθορισμένη στρατηγική προκειμένου να είναι βιώσιμη και ανταγωνιστική έναντι των ανταγωνιστών του κλάδου, αλλά και ικανή να αντιμετωπίσει κάθε επιχειρηματική πρόκληση. Οι αγρότες θα πρέπει να αναζητούν και να εξασφαλίζουν αγορές πώλησης πριν το ξεκίνημα της παραγωγής, γεγονός που θα βοηθήσει στο να γίνει εκτίμηση της απήχησης που αναμένεται να έχει το προϊόν και θα εξασφαλίσει τη μελλοντική διάθεση του, εξαλείφοντας τον κίνδυνο μη πώλησης ή/ και χαμηλών τιμών. Επιπλέον, προκειμένου τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα να μπορέσουν να είναι ανταγωνιστικά στις αγορές κρίνεται απαραίτητη η δημιουργία προστιθέμενης αξίας, μέσα από τη διαμόρφωση ενός brand που θα προωθεί τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, μέσα από την χρήση σχετικών πιστοποιήσεων αλλά και μέσα από την προβολή αυτών. Επιπρόσθετα, οι απαιτήσεις της σύγχρονης εποχής επιτάσσουν οι καλλιεργητές να προγραμματίζουν με ακρίβεια τις παραγωγές τους, αλλά και να εφαρμόζουν σωστή διαχείριση πρώτων υλών και εισροών, γεγονός που θα ενισχύσει στη μείωση των απορριπτέων προϊόντων και την αύξηση του αγροτικού τους εισοδήματος.

Δεδομένης της αποστασιοποίησης των παραγωγών από τον συνεταιριστικό θεσμό, λόγω της εικόνας που δημιούργησαν οι συνεταιρισμοί τις τελευταίες δεκαετίες, κρίνεται απαραίτητο να εξεταστεί εκ νέου είναι η ιδέα των συνεταιριστικών σχημάτων. τα οποία μπορούν να αναπτυχθούν είτε σε όλη την αγροδιατροφική αλυσίδα είτε σε ένα μέρος της. Ειδικότερα, οι συνέργειες μπορούν να αναπτυχθούν σε δύο επίπεδα, στην παραγωγή και στις εξαγωγές. Οι συνέργειες στην παραγωγή

ενισχύουν τις αγροτικές επιχειρήσεις στο επίπεδο της ποιότητας και του καλλιεργητικού κόστους, ενώ ως προς τις εξαγωγές οι συνέργειες θα ενισχύσουν τις αγροτικές επιχειρήσεις να αναπτύξουν ένα υψηλής αξίας /ανταγωνιστικό προϊόν στις διεθνείς αγορές.

Η συμβολαιακή γεωργία αποτελεί ένα είδος συνέργειας στην αγροδιατροφική αλυσίδα, το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να ενισχύσει κάθε κρίκο της χωριστά αλλά και συνολικά. Σύμφωνα με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί τόσο σε διεθνές όσο και σε εγχώριο επίπεδο, προκύπτει πως τα οφέλη από την εφαρμογή της είναι πολλαπλά. Οφέλη όπως, η προστασία παραγωγού-προϊόντος-καταναλωτή, η διασφάλιση σταθερής τιμής, η εξασφάλιση ποιότητας και διάθεσης του προϊόντος, η παροχή ρευστότητας και τεχνογνωσίας κα. Ωστόσο ένα νόμισμα έχει δυο όψεις, η μη σωστή εφαρμογή του συμβολαιακού θεσμού μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις για τους συμβαλλόμενους, όπως χαμηλή τιμή πώλησης της παραγωγής, ο έλεγχος της αγροτικής εκμετάλλευσης και παραγωγής από την επιχείρηση, ο προκαθορισμός των προμηθευτών κτλ.

Από τη μελέτη που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα πτυχιακή προκύπτει ότι ο θεσμός της συμβολαιακής γεωργίας στην Ελλάδα βρίσκεται σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης. Οι παραγωγοί επι το πλείστον γνωρίζουν το συμβολαιακό θεσμό και εμφανίζονται θετικοί στη σύναψη συμβολαιακή συμφωνίας, ωστόσο δεν έχουν συνάψει μέχρι σήμερα τέτοιου είδους εμπορική σχέση. Το μεγαλύτερο μέρος των παραγωγών της έρευνας θα προτιμούσε να δημιουργήσει συμβολαιακό δεσμό απευθείας με τη μεταποιητική βιομηχανία, ενώ δεν είναι λίγοι και οι παραγωγοί που θα προτιμούσαν να συμμετάσχουν σε εμπορικό σχήμα 'Αγρότης - Τράπεζα-Μεταποιητής'.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι η σωστή και εμπειριστατωμένη ενημέρωση των αγροτών -τόσο από τους δημόσιους όσο και από τους ιδιωτικούς φορείς- σχετικά με τον θεσμό, κρίνεται πολύ σημαντική προκειμένου να αποκτηθεί καθαρή και ολοκληρωμένη εικόνα του συμβολαιακού τρόπου καλλιέργειας στους παραγωγούς. Γεγονός που θα ενισχύσει τη σύναψη σωστών και συμφερούσών συμφωνιών για κάθε συμβαλλόμενο μέλος.

Επιπλέον, από την παρούσα έρευνα συμπεραίνεται ότι οι περισσότεροι παραγωγοί, παρά την θετική εικόνα που έχουν για τον συμβολαιακό τρόπο καλλιέργειας,

θεωρούν ότι η συμβολαιακή γεωργία συμβάλει αμυδρά στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής, και στην προμήθεια οικονομικότερων αγροτικών εφοδίων. Ωστόσο, ως προς τα οικονομικά οφέλη που προσφέρει, οι παραγωγοί υποστήριξαν πως ενισχύει τη ρευστότητα τους μέσω προκαθορισμένων πληρωμών.

Ακόμη, σύμφωνα με τα αποτελέσματα που διεξάχθηκαν προκύπτει ότι, οι παραγωγοί αισθάνονται ασφάλεια ως προς τη διάθεση των προϊόντων τους, μέσα από τη συμμετοχή των επιχειρήσεων τους σε κάποιου είδους συμβολαιακού σχήματος, ενώ ισχυρίζονται πως η συμβολαιακή γεωργία προσφέρει γνώση και τεχνογνωσία σχετικά με τις νέες καλλιεργητικές πρακτικές, γεγονός που επιφέρει ποιοτικότερα και ανταγωνιστικότερα προϊόντα. Ως προς την αύξηση του κόστους παραγωγής, επικρατεί η άποψη ότι η συμβολαιακή γεωργία δεν επιβαρύνει στην αύξησή του και υποστηρίζεται ότι η εφαρμογή του συμβολαιακού θεσμού είναι συμφέρουσα για όλες τις καλλιέργειες. Τέλος το μεγαλύτερο μέρος των παραγωγών θα ήτανε πρόθυμο να συνάψει ετήσια συμβολαιακή συμφωνία.

Βάση των παραπάνω δεδομένων, παρατηρείται ότι στην ελληνική γεωργική πραγματικότητα υπάρχουν, ακόμη πεδία που χρειάζονται να βελτιωθούν προκειμένου η συμβολαιακή γεωργία να φτάσει σε ένα καλό επίπεδο και να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης για τον πρωτογενή τομέα.

8.3 Περιορισμοί και περαιτέρω έρευνα

Η έρευνα που διεξήχθη στα πλαίσια της παρούσας διατριβής αποσκοπούσε στο να συμβάλει στην αποτύπωση της εικόνας που εμφανίζει η συμβολαιακή γεωργία στον ελληνικό πρωτόγεννη τομέα. Δεδομένου του χρονικού περιορισμού που υπήρχε για την ολοκλήρωση της δεν μπορούμε να διεξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα.

Κάτωθι αναφέρονται προτάσεις μας για περεταίρω έρευνα:

- Στον πίνακα 5 παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγωγών που έχουν συνάψει συμβολαιακή συμφωνία ασκεί την αγροτική δραστηριότητα για 10-15 έτη, αντιθέτως το μεγαλύτερο ποσοστό των παραγωγών που δεν έχουν συνάψει συμβολαιακή γεωργία ασκούν την αγροτική δραστηριότητα για λιγότερο από 10 έτη. Εκ πρώτης όψεως φαίνεται πως, η σύναψη συμβολαιακής γεωργίας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα έτη άσκησης της

αγροτικής δραστηριότητας. Ωστόσο, θα ήταν χρήσιμο να ερευνηθεί και το αν η σύνδεση μεταξύ των δύο είναι ανεξάρτητη ή αν οφείλεται και σε άλλους λόγους. Επιπλέον, αυτή η πεποίθηση ενισχύεται και από τη συσχέτιση, που υπάρχει μεταξύ της σύναψης συμβολαιακής γεωργίας με το κύριο παραγόμενο προϊόν, το οποίο έχει παρατηρηθεί στα δεδομένα της ανάλυσης αυτής.

- Σύμφωνα με τον πίνακα 7 οι παραγωγοί, οι οποίοι είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος, δηλώνουν στη συντριπτική τους πλειοψηφία ότι δεν γνωρίζουν για τη συμβολαιακή γεωργία. Προτείνεται η περεταίρω διερεύνηση του φαινομένου αυτού, δεδομένου του υψηλού ακαδημαϊκού επιπέδου και της κουλτούρας που αυτό προσφέρει.
- Από την έρευνα μεταξύ της συσχέτισης της προθυμίας σύναψης συμβολαιακής γεωργίας με τις πεποιθήσεις των παραγωγών σχετικά με αυτήν προκύπτει μια αναντιστοιχία μεταξύ των προτερημάτων της συμβολαιακής γεωργίας-όπως αυτά περιγράφονται στην βιβλιογραφία- και των πεποιθήσεων των παραγωγών. Συγκεκριμένα, ενώ στη βιβλιογραφία αναφέρεται ότι ένα από τα σημαντικότερα προτερήματα της συμβολαιακής γεωργίας είναι η ασφάλεια διάθεσης των παραγόμενων προϊόντων, σύμφωνα με τις απαντήσεις των παραγωγών στη συγκεκριμένη έρευνα δεν προκύπτει κάποια συσχέτιση μεταξύ της προθυμίας σύναψης συμβολαιακής γεωργίας με την ασφάλεια διάθεσης των προϊόντων. Προτείνεται, να αξιολογηθεί αν η ασφάλεια της διάθεσης των προϊόντων είναι ισχυρό κίνητρο για τους παραγωγούς ή / και αν η σημερινή κατάσταση στη συμβολαιακή γεωργία προσφέρει ασφάλεια στον παραγωγό.

Από τη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία διαπιστώσαμε ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια ανάπτυξης του θεσμού της συμβολαιακής γεωργίας στην Ελλάδα. Ο αγροτικός κόσμος αν και γνωρίζει κάποια στοιχεία για τη συμβολαιακή καλλιέργεια χρήζει μιας πιο εμπειριστατωμένης εκπαίδευσης. Παρατηρείται ακόμη πως υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης της συμβολαιακής γεωργίας, γεγονός το οποίο είναι εμφανές άλλωστε και από τη προθυμία των παραγωγών να συμμετάσχουν σε μία τέτοιου είδους εμπορική συμφωνία. Οι ανωτέρω προτάσεις που παραθέσαμε, αποτελούν ένα ενδεικτικό δείγμα, καθώς η διερεύνηση της εφαρμογής της συμβολαιακής γεωργίας στην Ελλάδα πρέπει να αποτελέσει αντικείμενο έρευνας σε πολλά επίπεδα.

Βιβλιογραφία

Bronisz, U., & Heijman, W. (2008). Competitiveness of Polish regional Agro-clusters. *Agroinform Publishing House, Budapest* .

Chopra, S., & Meindl, P. (2002). ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΑΣ.

Eaton, C., & Shepherd, A. W. (2001). Contract Farming, Partnerships for growth. *FAO - Agricultural Services Bulletin* .

Figiel, S., Kuberska, D., & Kufel, J. (2012). *New challenges for EU agricultural sector and rural areas. Which role for public policy?* 126th EAAE Seminar.

iefimerida. (2014). Μεγαλώνει το κίνημα των "λαϊκών αγορών χωρίζοντας" στις πόλεις της Ελλάδας. *iefimerida* .

Looijen, A., & Heijman, W. (2013). EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS: HOW CAN EUROPEAN AGRICULTURAL CLUSTERS BE MEASURED AND IDENTIFIED? *Economics of Agriculture- Wageningen University* (2).

Porter, M. E. (1998, The November-December). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review* .

UNIDROIT - FAO - IFAD. (2015). *International Institute for the Unification of Priv; Food and Agriculture Organization of the United Na; International Fund for Agricultural Development*.

Wines of Crete. (2020). *Wines of Crete*. Ανάκτηση από www.winesofcrete.gr

Αλήθεια. (2020). "Έσπασε" κάθε ρεκόρ η φετινή παραγωγή μαστίχας. *Αλήθεια* .

ΑΡΘΡΟ 10 ΝΟΜΟΣ 4015/2011. (2016). Συμβάσεις Μελλοντικής Πώλησης Αγροτικών Προϊόντων. *ΦΕΚ* .

Βλάχβη, Α. (n.d.). *Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου* . Ανάκτηση από ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας.

Γκανάς, Ι. (2015). Επίδραση της Συμβολαιακής Γεωργίας στην Χρηματοοικονομική Διοίκηση των επιχειρήσεων τροφίμων. *Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών* , σσ. 1-41.

Γκέκας, Γ. (2017). *Η συνέργεια ως στρατηγική ανάπτυξης αγροδιατροφικών επιχειρήσεων*. Ανάκτηση από Επιχειρώ: <https://www.epixeiro.gr/article/2609>

Δήμου, Μ. Ν. (2018). Η συμβολαιακή γεωργία στην Ελλάδα και η εφαρμογή της στα αρωματικά και φαρμακευτικά φυτά. *Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών* , σσ. 16-34.

Δίκτυο Βιολογικών Προϊόντων. (2020). *Δίκτυο Βιολογικών Προϊόντων*. Ανάκτηση από <https://www.biocluster.gr/web/guest/biocluster>

Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος. (2020). *Δρόμοι του κρασιού της Βορείου Ελλάδος*. Ανάκτηση από [Wineroads.gr: https://www.wineroads.gr/el/%CE%B4%CF%81%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CE%B9-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%8D-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B2%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CF%82/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B](https://www.wineroads.gr/el/%CE%B4%CF%81%CF%8C%CE%BC%CE%BF%CE%B9-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BF%CF%8D-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B2%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CF%85-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%BF%CF%82/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B)

Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις. *Εγχειρίδιο Δικτύων Επιχειρηματικότητας και "Συστάδων - Συστημάτων" Επιχειρήσεων*.

Εταμ Α.Ε. (2018). *Μελέτη Αστικής Επιχειρηματικότητας- Για τη δημιουργία Συστάδας επιχειρήσεων στο Δήμο Ηρακλείου*. Ηράκλειο, Κρήτης: Διάζωμα.

Ζαχαράκης, Α. (2017). Ο θεσμός των συστάδων επιχειρήσεων (clusters) και η εφαρμογή τους στον Ελληνικό χώρο. *Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης*.

Ζυγιάρης, Σ. (2014). *Οδηγός συνεργατικών σχηματισμών για μικρές επιχειρήσεις*. Ανάκτηση από Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων : https://imegsevee.gr/wp-content/uploads/2018/04/odigos_sunergatikwn_sximatismwn.pdf

Θεολογοπούλου, Α. Μ. (2016). Η Συμβολαιακή Γεωργία Στην Ελλάδα της Οικονομικής Κρίσης . *Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο*.

Καμενίδης, Χ. (2014). *Μαρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Πώληση Αγροτικών Προϊόντων*. Ανάκτηση από Αριστοτελειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Καρτάκη, Μ. (2019). Εφαρμογή μεθοδολογίας αξιολόγησης κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας σε συνεργατικούς σχηματισμούς (clusters). *Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο*.

Κόκοτα, Δ. (2017). Αξιολόγηση της συμβολαιακής γεωργίας και προοπτικές ανάπτυξης της στην Ελλάδα. *Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης*.

Κοντογεωργος, Α., & Σεργάκη, Π. (2016). *Αρχές Διοίκησης Αγροτικών Συνεταιρισμών Προκλήσεις και Προοπτικές*. Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα.

Λευκάκη, Λ. (2006). Η Μελέτη της Επιχείρησης " Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου" . *Πανεπιστήμιο Αιγαίου - Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Χίος* .

Παντουβακης, Α., Σιώμοκος, Γ., & Χρήστου, Α. (2015). *Μαρκετινγκ*. Λιβανη.

Παπασπύρου, Α. (2020). Αγορές χωρίς μεσάζοντες και Κοινωνική Αλληλέγγυα Οικονομία: κινηματική δράση και αυτοδιοικητική υποστήριξη. *Σχολή Κοινωνικών Επιστημών Κοινωνική Αλληλέγγυα Οικονομία* .

Πασχαλούδης, Δ. (2009). *ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ*. Κριτική.

Πάσχου, Λ. (2015). Δημιουργία Συσταδας (Clusters) βιοκαλλιεργητών στην Ηλεία. *Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών* .

ΣΕΒ. (2017). ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. SPECIAL REPORT ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ. *ΣΕΒ* .

Σεργάκη, Π., & Σέμος, Α. (2006). Η αναγκαιότητα και οι δυσκολίες δικτύωσης των συνεταιρισμών και των ιδιωτικών επιχειρήσεων στον αγροτικό χώρο. Το παράδειγμα της ΑΕ «ΔΙΚΤΥΟ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ». *9ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΕΤΑΓΡΟ*.

Ταβλαδάκη, Μ., & Σοφικίτη, Ε. (2016). Κίνημα διάθεσης προϊόντων χωρίς μεσάζοντες " Το κίνημα της Πατάτας". *ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ* .

Τίγκας, Π. (2014). Συμβολαιακή Γεωργία: νέα δυναμική ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας ή νέα χρηματοδοτική μορφή προς ενδυνάμωση της αγροτικής οικονομίας;. *Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης* .

Τσιώτσου, Ρ. (2011). *Πανεπιστημιακές Σημειώσεις Τμήμα Μαρκετινγκ και Διοίκησης Λειτουργιών*. Ανάκτηση από Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Τσούμαρης, Π. (2012). Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΣΥΣΤΑΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (CLUSTERS) ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ (NETWORKS) ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ. *ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ* .

ΥΠ.Α.Α.Ν. (2012). Προετοιμασία Δράσεων για την ενίσχυση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για σύσταση ή/κσι επέκταση επιχειρηματικών συνεργατικών σχηματισμών ή αλλιώς συστάδων επιχειρήσεων (clusters) με οριζόντιες ή/και κάθετες διασυνδέσεις με έμφαση στο εμπόριο.

Χανιωτάκης, Γ. (n.d.). *Συμβολαιακή Γεωργία και Κτηνοτροφία*.

Χατζηδημητρίου, Α. Ι. (2003). *Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες*.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ

Μέρος Ι

Φύλο:

- Άνδρας
- Γυναίκα

Ηλικία:

- 18 – 26
- 27 – 35
- 36 – 43
- 44 – 51
- >51

Έτη ενασχόλησης με την αγροτική παραγωγή:

- <10
- 11 – 15
- 16 – 20
- 20 – 25
- >25

Επίπεδο Εκπαίδευσης

- Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης
- Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης
- Μεταπτυχιακές Σπουδές
- Διδακτορικές Σπουδές

Ετήσιο Αγροτικό Εισόδημα:

- < € 10.000
- € 10.000 - € 15.000
- € 15.000 - € 20.000
- € 20.000 - € 30.000
- >€ 30.000

Ποιο είναι το κυριότερο προϊόν που παράγετε;

- Γαλακτοκομικά προϊόντα (πχ. Γάλα, τυρί, βούτυρα κτλ)
 - Φρούτα- Λαχανικά
 - Δημητριακά (πχ. Σιτάρι, καλαμπόκι, κριθάρι κτλ)
 - Οινοπνευματώδη (πχ. Κρασί, τσίπουρο κτλ)
 - Έλαια και λίπη
 - Φυσικές υφαντικές ίνες (βαμβάκι)
 - Καπνός και προϊόντα καπνού
 - Κρέατα
 - Μελισσοκομικά προϊόντα
- Άλλο: _____

Μέρος II

Γνωρίζετε για τη συμβολαιακή γεωργία;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΛΙΓΟ

Είστε μέλος συνεταιρισμού ή ομάδας παραγωγών;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Έχετε συνάψει εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Θα ήσασταν πρόθυμος/η να συνάψετε μια εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν θα ήσασταν πρόθυμος να συνάψετε εμπορική συμφωνία με τη μορφή της συμβολαιακής γεωργίας, ποιο σχήμα θα προτιμούσατε;

- Αγρότης-Μεταποιητής
- Αγρότης-Μεταποιητής-Τράπεζα
- Αγρότης-Λιανέμπορος-Τράπεζα
- ΆΛΛΟ

Μέρος III

Παρακαλώ απαντήστε τις ερωτήσεις με βάση την παρακάτω κλίμακα σημαντικότητας:

1. Πολύ λίγο 2. Λίγο 3. Ούτε λίγο ούτε πολύ 4. Πολύ 5. Πάρα πολύ

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τα ακόλουθα;

Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην εξασφάλιση καλύτερης τιμής για τα προϊόντα;

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία ενισχύει τη ρευστότητα του παραγωγού μέσω προκαθορισμένων πληρωμών;

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία εξασφαλίζει φθηνότερα αγροτικά εφόδια;

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία προσφέρει ασφάλεια αναφορικά με την διάθεση της παραγωγής;

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία προσφέρει γνώση σχετικά με νέες καλλιεργητικές πρακτικές και τεχνογνωσία ώστε η παραγωγή να είναι ποιοτικότερη και ανταγωνιστικότερη

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία συμβάλλει στην βελτίωση της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων;

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία αυξάνει το κόστος παραγωγής λόγω της ανάγκης προσαρμογής στις απαιτήσεις του συνέταιρου (μεταποιητής, λιανική)

1 2 3 4 5

Η συμβολαιακή γεωργία συμφέρει μόνο για πολύ συγκεκριμένα προϊόντα και ποικιλίες

1 2 3 4 5

Για πόσες καλλιεργητικές περιόδους θα προτιμούσατε να συνάψετε σχέση συμβολαιακής γεωργίας ;

1 2 3 4 5 6 7 8