



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Ανάπτυξη αγροδιατροφικού κέντρου στο νέο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον. Μελέτη περίπτωσης Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας - Δημιουργία νέου αγροδιατροφικού κόμβου Ευβοίας



Μαρία Α.Τζιφή

Επιβλέπων Καθηγητής:

Γιώργος Μαλινδρέτος, Αναπληρωτής Καθηγητής Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθηνών

ΑΘΗΝΑ
2021

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία

Ανάπτυξη αγροδιατροφικού κέντρου στο νέο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον. Μελέτη περίπτωσης Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας - Δημιουργία νέου αγροδιατροφικού κόμβου Ευβοίας

Development of an agri-food center in the new changing business environment.
Case study Region of Central Greece-Creation of a new agri-food hub of Evia

Μαρία Α. Τζιφή

Εξεταστική Επιτροπή:

Γιώργος Μαλινδρέτος, Αναπλ. Καθηγητής, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο (επιβλέπων)
Σταύρος Ζωγραφάκης, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ
Χρήστος Παπαδάς, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ

**Ανάπτυξη αγροδιατροφικού κέντρου στο νέο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον.
Μελέτη περίπτωσης Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας - Δημιουργία νέου αγροδιατροφικού
κόμβου Ευβοίας**

*ΔΠΜΣ Επιχειρηματικότητα και Συμβουλευτική στην Αγροτική Ανάπτυξη
Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης*

Περίληψη

Το παγκόσμιο σύστημα τροφίμων βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις κάθετα ολοκληρωμένες αλυσίδες εφοδιασμού. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας οι μακρές αλυσίδες εφοδιασμού τραυματίστηκαν σε όλο το φάσμα λειτουργίας τους καθιστώντας τις αδύναμες να διασφαλίσουν την επάρκεια και διασφάλιση των προμηθειών σε τρόφιμα. Οι περιορισμοί που ίσχυαν ανά χώρα δημιούργησαν υψηλά μεταφορικά κόστη και έλλειψη προγραμματισμού στον χρόνο παράδοσης μέσα από τα κλασικά κανάλια διανομής. Σε αντίθεση με το επικρατούμενο βιομηχανοποιημένο σύστημα αγροδιατροφικών προϊόντων άρχισαν να αναδεικνύεται ο ρόλος για την εξασφάλιση της επισιτιστικής ασφάλειας μέσα από εναλλακτικά δίκτυα βραχέων αλυσίδων προμήθειας τροφίμων. Τα αγροδιατροφικά κέντρα αγροτικών προϊόντων αποτελούν έναν από αυτά τα δίκτυα προωθώντας την απευθείας σύνδεση μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών δίνοντας την δυνατότητα για άμεση πρόσβαση σε τοπικά ποιοτικά προϊόντα σε χαμηλές τιμές για τον καταναλωτή και δικαιότερες τιμές για τους παραγωγούς. Η παρούσα εργασία αναπτύσσει τον στρατηγικό σχεδιασμό ενός αγροδιατροφικού κέντρου συνάθροισης, εφοδιασμού και εμπορίας στην Κύμη Ευβοίας με καρδιά της λειτουργίας του την ηλεκτρονική δημοπρασία με σκοπό να αναδειχθούν τα τοπικά ελληνικά αγροτικά προϊόντα και τα οικονομικοκοινωνικά οφέλη για την τοπική κοινότητα και την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Επιστημονική περιοχή: Εφοδιαστική αλυσίδα αγροδιατροφικού κόμβου

Λέξεις κλειδιά: αγροδιατροφικό κέντρο, βραχείς αλυσίδες εφοδιασμού, αγροτικά προϊόντα, ηλεκτρονική δημοπρασία, μεταφορικά κόστη, στρατηγικός σχεδιασμός, Στερεά Ελλάδα.

**Development of an agri-food center in the new changing business environment. Case study
Region of Central Greece-Creation of a new agri-food hub of Evia**

MSc Entrepreneurship & Consulting in Rural Development

Department of Rural Economy & Development

Abstract

The global food system relies heavily on vertically integrated supply chains. During the pandemic scan, long supply chains were injured across their entire operating range, making them unable to ensure adequacy and safeguard food supplies. Restrictions imposed by country created high transport costs and a lack of scheduling in delivery time through the classic distribution channels. In contrast to the prevailing industrialized agri-food system, the role of ensuring food security through alternative short-chain food supply networks has begun to emerge. The agri-food centers of agricultural products are one of these networks, promoting the direct connection between producers and consumers, enabling direct access to local quality products at low prices for the consumer and fairer prices for the producers. The present work develops the strategic planning of an agri-food gathering, supply and marketing center in Kymi, Evia, with the heart of its operation being the electronic auction in order to highlight the local Greek agricultural products and the economic and social benefits for the local community and the Region of Central Greece.

Scientific area: Supply chain of Agri-food Hub

Keywords: agri-food center, short supply chains, agricultural products, electronic auction, transport costs, strategic planning, Central Greece

ΑΦΙΕΡΩΣΗ - ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αυτή η διπλωματική εργασία είναι αφιερωμένη στη μνήμη του αγαπημένου πατέρα μου που τα φώτα της αγάπης του με καθοδηγούν ακόμα σαν Φάρος.

Ευχαριστώ θερμά τον κ. Γιώργο Μαλινδρέτο για την άριστη συνεργασία και την καθοδήγηση του.

Ευχαριστώ όλους μας τους Καθηγητές τόσο για τις γνώσεις που μας έδωσαν όσο και για την αγάπη και την ευγνωμοσύνη που μου μετέδωσαν για την ελληνική γη.

Δεν θα μπορούσα να παραλείψω να ευχαριστήσω την κα. Ελίζα Λαζάκη για την άψογη συνεργασία και την αμέριστη βοήθεια της.

Ευχαριστώ θερμά τον σύζυγο μου, τη μητέρα και τους φίλους μου που με στήριξαν όλο αυτό το διάστημα σε αυτή μου την προσπάθεια.

Πίνακας Περιεχομένων

	Σελ.
Μεθοδολογία προσέγγισης της εργασίας	9
Εισαγωγή	10
Μέρος Α	
Κεφάλαιο Ι Οι επιπτώσεις της πανδημίας στα συστήματα τροφίμων	13
1.1 Εισαγωγή	14
1.2 Πριν την πανδημία δαπάνες σε τρόφιμα-Ελλάδα	14
1.3 Ανθεκτικότητα αγροδιατροφικών κόμβων στην οικονομική ύφεση	15
1.4 Επιπτώσεις της πανδημίας στα συστήματα τροφίμων	17
1.5 Εξέλιξη δεικτών τιμών εισροών και εκροών στη Γεωργία –Κτηνοτροφία	18
1.6 Παγκόσμιος και ελληνικός δείκτης αβεβαιότητας τιμών γεωργικών προϊόντων	19
1.7 Ρυθμοί ανάπτυξης ελληνικού ΑΕΠ και ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας στη γεωργία	20
1.8 Αλλαγή στη συμπεριφορά κατανάλωσης τροφίμων	21
1.9 Αγροδιατροφή και Πανδημία	22
1.10 Επιπτώσεις της πανδημίας στη συσκευασία	22
1.11 Μεταφορές και πανδημία	23
1.12 Διαταραχή στις αλυσίδες εφοδιασμού και στο εμπόριο λόγω της πανδημίας	24
1.13 Οι Δείκτες Κύκλου Εργασιών στις ελληνικές μεταφορές	25
1.14 Στροφή των καταναλωτών σε αγροτικά βιολογικά προϊόντα	26
1.15 Αύξηση στην Αγορά Βιολογικών Τροφίμων και Ποτών	27
Μέρος Β	
Κεφάλαιο ΙΙ ΟΡΙΣΜΟΙ / θεωρητικές προσεγγίσεις	29
2.1 Εφοδιαστική Αλυσίδα αγροδιατροφικών προϊόντων	30
2.2 Μεταφορές	32
2.3 Οι καλύτερες πρακτικές εφοδιαστικής για τα περιφερειακά συστήματα τροφίμων	32
2.4 Η δομή των καναλιών διανομής αγροτικών προϊόντων	33
2.5 Η χρησιμότητα των κοινωνικών μέσων δικτύωσης	34
2.6 Ο ορισμός του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ	35
2.7 Ηλεκτρονικό εμπόριο κόμβου-πλεονεκτήματα	36
2.8 Η δημοπρασία αγροτικών προϊόντων	36
2.9 Τύποι αγροδιατροφικών κόμβων	37
2.10 Agro-parks	40
2.11 Ο ρόλος των αγροδιατροφικών κέντρων στον καιρό της πανδημίας	41
2.12 Οι λειτουργίες ενός αγροδιατροφικού κόμβου	42

Μέρος Γ

Κεφάλαιο III Παραδείγματα αγροδιατροφικών κόμβων	48
3.1 Υλοποίηση βέλτιστων πρακτικών logistics Αγροδιατροφικών κόμβων	49
3.2 Η περίπτωση red tomato	51
3.3 Η περίπτωση δημοπρασίας ανθέων στο Aalsmeer της Ολλανδίας	52
3.4 Η περίπτωση της κεντρικής λαχαναγοράς Αθηνών	54
3.5 Η περίπτωση Delio hub-ένα νέο εγχείρημα στο Κουκάκι	56

Μέρος Δ

Κεφάλαιο IV Η αγροδιατροφή στη Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	58
4.1 Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	59
4.2 Η εξέλιξη των νέων αρχηγών των γεωργικών εκμεταλλεύσεων	60
4.3 Μεταφορές-Υποδομές	61
4.4 Τα αγροδιατροφικά προϊόντα της περιφέρειας	62
4.5 Αναλυτική περιγραφή των αγροτικών προϊόντων σε οικονομικούς λογ.	66
4.6 Προστιθέμενη αξία γεωργικής δραστηριότητας	71
4.7 Τα χαμηλά εισοδήματα των Ελλήνων αγροτών	72
4.8 Τα υψηλά κόστη της ελληνικής αγροτικής παραγωγής	73
4.9 Στοιχεία για την κτηνοτροφία	74
4.10 Τα σημαντικότερα προβλήματα της Περιφέρειας	75
4.11 Συμπεράσματα	76
4.12 Η πρόταση για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	76

Μέρος Ε

Κεφάλαιο V Προοπτική δημιουργίας αγροδιατροφικού κόμβου στη Κύμη Ευβοία	78
5.1 Τα top προϊόντα Κύμης	79
5.2 Δυνητικές αγορές εξαγωγικής δραστηριότητας κόμβου	81
5.3 S.W.O.T ανάλυση αγροδιατροφικού τομέα Κύμης	86

Κεφάλαιο VI Στρατηγικός Σχεδιασμός νέου αγροδιατροφικού κόμβου στην Κύμη	89
--	----

6.1 Ο αγροδιατροφικός κόμβος Κύμη FRESH	90
6.2 Υπηρεσίες κόμβου στους αγρότες	91
6.3 Υποχρεώσεις των αγροτών	91
6.4 Υπηρεσίες στους αγοραστές	92
6.5 Υπηρεσίες Συμβουλευτικής	93
6.6 Η παράδοση προϊόντων στον κόμβο	93
6.7 Προϊόντα προς πώληση	94
6.8 Τυποποίηση-Συσκευασία	96
6.9 Το δημοπρατήριο χονδρικής πώλησης	96
6.10 Ηλ. αρχιτεκτονική ηλ. πλατφόρμας δημοπρασιών	97
6.11 Διαπραγμάτευση μεταφορών-δρομολογίων χονδρικής πώλησης	99

6.12	Πλατφόρμα παραγγελιών λιανικής πώλησης	99
6.13	Προσωπικό κόμβου	100
6.14	Η αγορά του καταναλωτή στον κόμβο	101
6.15	Άλλες λειτουργίες του κόμβου	101
6.16	Μάρκετινγκ –ψηφιακό φεστιβάλ	102
6.17	Πρόγραμμα εκδηλώσεων αγροτικού φεστιβάλ	102
6.18	Αναμενόμενα έσοδα κόμβου	106
6.19	Άλλες συνέργειες	106
6.20	Συμπεράσματα, αναμενόμενα αποτελέσματα	106
	Επίλογος	109
	Βιβλιογραφία	110

Μεθοδολογία της εργασίας

Προκειμένου να αναδειχθεί η ευκαιρία για ένα εγχώριο συνεπές, ασφαλές και επαρκές αγροδιατροφικό σύστημα προμήθειας μέσα σε ένα ασταθές κλίμα λόγω της πανδημίας, προωθείται η επικρατούσα αντίληψη αναγκαιότητας ισχυρών συνεργειών μεταξύ των παραγωγών κάτω από μια ενδεχόμενη κοινή ομπρέλα συντονισμού και καθοδήγησης με τη μορφή του αγροδιατροφικού κόμβου στην περιοχή Κύμη Ευβοίας.

Στο πρώτο μέρος παρουσιάζεται σημαντική επιστημονική αρθογραφία που σκιαγραφεί το νέο παγκόσμιο και εγχώριο οικονομικοκοινωνικό περιβάλλον κατά την πανδημία και τις συνέπειες στις αλυσίδες τροφίμων.

Στο δεύτερο μέρος παρουσιάζεται η θεωρητική προσέγγιση σε θέματα εφοδιαστικής και βραχέων αλυσίδων εφοδιασμού όπως οι κόμβοι τροφίμων και των λειτουργιών τους.

Στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται παραδείγματα επιτυχημένων αγροδιατροφικών κέντρων που έδειξαν ανθεκτικότητα στις επιπτώσεις της πανδημίας.

Στο τέταρτο μέρος παρουσιάζεται ο πλούσιος αγροδιατροφικός τομέας στις Στερεές Ελλάδας καθώς και των προβλημάτων που δρουν ως ανασταλτικός παράγοντας αγροτικής ανάπτυξης μέσα από μελέτες για λογαριασμό της περιφέρειας και στατιστικά από οργανισμούς. Γίνεται η πρόταση για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Στο πέμπτο μέρος μετά από αναζήτηση σε δεδομένα όπως του προγράμματος leader σ εξετάζεται η προοπτική δημιουργίας του κόμβου στην Κύμη Ευβοίας.

Κατόπιν αναπτύσσεται ο στρατηγικός σχεδιασμός του αγροδιατροφικού κόμβου Κύμη-fresh ως υβριδικός κόμβος πωλήσεων μέσα από σύγχρονες ηλεκτρονικές πλατφόρμες. Αναλύονται τα αναμενόμενα αποτελέσματα.

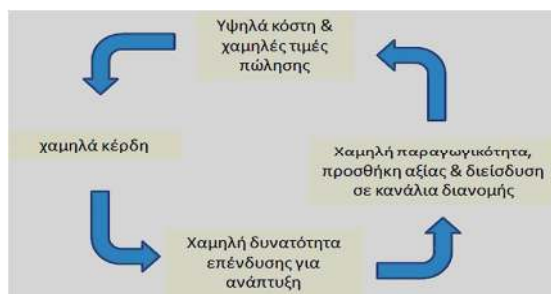
Τέλος γράφεται ο επίλογος ως σύνοψη των πιο καίριων συμπερασμάτων της μελέτης.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αυτή η εργασία παρουσιάζει τις διεθνείς-ελληνικές οικονομικές και κοινωνικές τάσεις όσο αφορά την αγροδιατροφική αλυσίδα όπως διαμορφώνονται πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας του covid. Τα ισχυρά οικονομικά σοκ και οι στρεβλώσεις στην προσφορά και ζήτηση των αγροδιατροφικών προϊόντων, η πτώση της προστιθέμενης αξίας των αγροτικών προϊόντων και η αύξηση των λειτουργικών κοστών επιβάλλουν την δημιουργία ισχυρών συστημάτων που μπορούν να θωρακίσουν την επισιτιστική ασφάλεια.

Ακολουθώντας μια στρατηγική διαφοροποίησης με βάση την ανώτερη ποιότητα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των εγχώριων τοπικών προϊόντων της Κύμης Ευβοίας, όπως είναι η θρεπτική τους αξία και η συμβολή τους σε έναν υγιή τρόπο ζωής, καθώς και η άμεση σύνδεσή τους με τον καταναλωτή, μέσα από συνέργειες παραγωγών για επίτευξη οικονομίας κλίμακας.

Για να στηριχθούν όμως οι τοπικές αγροδιατροφικές αλυσίδες πρέπει να ληφθούν υπόψη τα επιμέρους προβλήματα της ελληνικής αγροτικής πραγματικότητας (Malindretos et al,2019).



Πηγή: Μαλινδρέτος(2019)

Σχήμα 1-Ο φαύλος κύκλος του ελληνικού αγροδιατροφικού τομέα

Τα μέτωπα που πρέπει να αντιμετωπίσουν μέσα από οργάνωση και συντονισμό είναι:

-Η αποφυγή εκμετάλλευσης από τους ενδιάμεσους και ισχυρούς παίκτες της αγοράς που απομυζούν τη μερίδα του λέοντος ανεβάζοντας το κόστος για τον τελικό καταναλωτή και μειώνοντας το κέρδος των αγροτών.

-Η μείωση του ρίσκου του αδιάθετου της παραγωγής τους μέσα από ισχυρά και αξιόπιστα διαπραγματευτικά κανάλια.

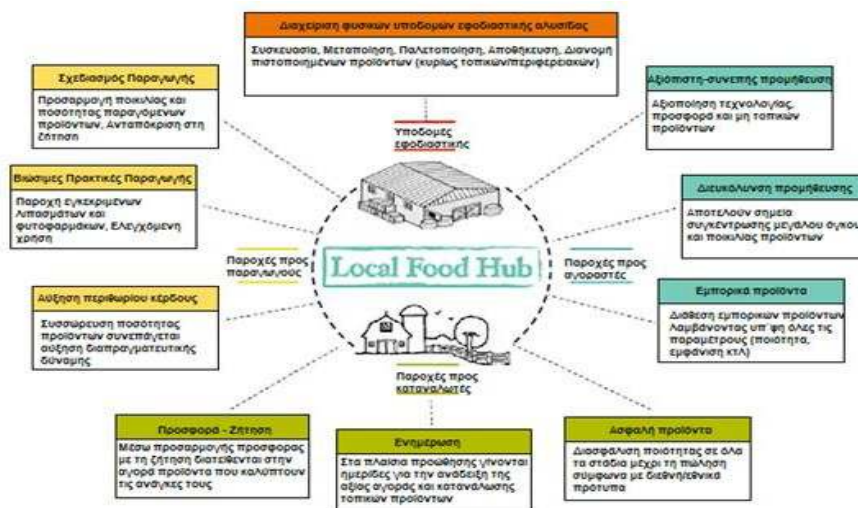
-Δημιουργία οικονομιών κλίμακας μέσω της διευκόλυνσης πρόσβασης στο κανάλι και των απομονωμένων αγροτικών παραγωγών.

-Μείωση του κόστους να φτάσει το αγροτικό προϊόν στον καταναλωτή.

-Δημιουργία ισχυρού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσω προσφοράς μοναδικών υπηρεσιών ως υψηλή προστιθέμενη αξία.

-δικτύωση

Μια από τις πιο πρόσφατες ευκαιρίες επίλυσης τέτοιων προβλημάτων είναι οι αγροδιατροφικοί κόμβοι οι οποίοι διαχειρίζονται τη συγκέντρωση της τοπικής παραγωγής των μικρομεσαίων εκμεταλλεύσεων προσφέροντας τους οικονομική διαφοροποίηση μέσα από την απευθείας σύνδεση τους με τις αγορές χονδρικής και λιανικής.



Πηγή: Local food Hub”localfoodhub.org”’,2011

Σχήμα 2-Η καρδιά των παροχών ενός τοπικού αγροδιατροφικού κόμβου προς παραγωγούς, αγοραστές και καταναλωτές

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στην Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας παρουσιάζοντας την ποικιλία των αγροδιατροφικών προϊόντων ανά νομό και αναδεικνύει τα προβλήματα του κλάδου. Ως λύσεις που προτείνονται είναι η δημιουργία αγροδιατροφικού κόμβου στον νομό Ευβοίας στην περιοχή της Κύμης. Η επιλογή της περιοχής έγινε με βάση τα ακόλουθα κριτήρια :

- Τον όγκο και τη ποικιλία σε αγροδιατροφικά προϊόντα και τη συνεισφορά της περιοχής στην αγροτική παραγωγή της Στερεάς Ελλάδας.
- Την αναγκαιότητα να αυξηθεί η παραγωγή λόγω της καταστροφής των αγροτικών εκμεταλλεύσεων του βόρειου αγροτικού τμήματος του νησιού από τις πυρκαγιές.
- Η υπόλοιπη περιφέρεια αποτελεί τη βιομηχανική ζώνη της Αττικής ενώ η Εύβοια χρήζει άμεσης προτεραιότητας καθώς δεν έχει αναπτυγμένη βιομηχανία για να στηρίζει την τοπική οικονομία.
- Κοντινός προορισμός από αστικά κέντρα Αθήνας και Χαλκίδας
- Προορισμός προσβάσιμος από ασφαλές οδικό δίκτυο, λιμάνι και αεροδρόμιο

Προωθείται ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των πωλήσεων και του μάρκετινγκ μέσω ηλεκτρονικής δημοπρασίας, και ψηφιακού φεστιβάλ αγροδιατροφικών ΠΟΠ, ΠΓΕ και βιολογικών προϊόντων.

Στόχοι του κόμβου ως προς τους παραγωγούς μέλη του:

- αύξηση του εισοδήματος των αγροτών
- παραγωγή πιστοποιημένων προϊόντων κάτω από μια κοινή ετικέτα προέλευσης
- μείωση του κόστους παραγωγής και αύξηση ανταγωνιστικότητας των προϊόντων
- ψηφιακό μάρκετινγκ
- εξασφάλιση της διάθεσης της παραγωγής σε ικανοποιητικές τιμές
- βελτίωση των προϊόντων μέσω της τυποποίησης και συσκευασίας

Οι αγρότες δουλεύοντας συνεργατικά θα μπορούν να μειώσουν το χρόνο του μάρκετινγκ, να αυξήσουν την παραγωγή και να πετύχουν κερδοφορία.

ΜΕΡΟΣ Α΄

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

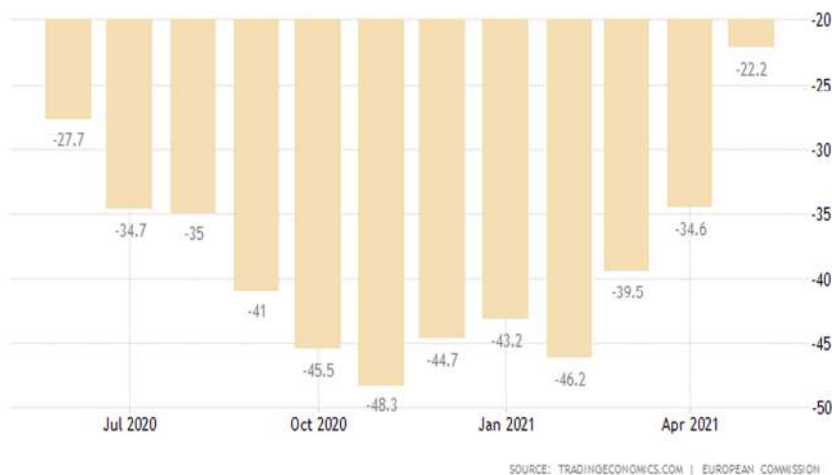
ΟΙ ΕΠΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΣΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

1.1 Εισαγωγή

Κατά την διάρκεια της πανδημίας ένα από τα μεγάλα ζητήματα που προέκυψαν είναι η εξασφάλιση της επισιτιστικής ασφάλειας, η διαθεσιμότητα και πρόσβαση σε τρόφιμα. Ενώ η επισιτιστική ανασφάλεια αυξάνεται παγκοσμίως αντιθέτως παρατηρείται το παράδοξο καλλιέργειες να αφήνονται να σαπίσουν στον αγρό και τόνοι παραγωγής όπως γάλακτος να πετιούνται στις αποχετεύσεις. Και ενώ μερικές χώρες προχωρούν σε προστατευτικά μέτρα για να εξασφαλίσουν τη δική τους προμήθεια τροφίμων, όσο οι απαγορεύσεις για το παγκόσμιο εμπόριο αυξάνονται αυτό θα μπορούσε να σημαίνει περαιτέρω καταστροφή για εκατομμύρια ανθρώπους (World food security,2020).

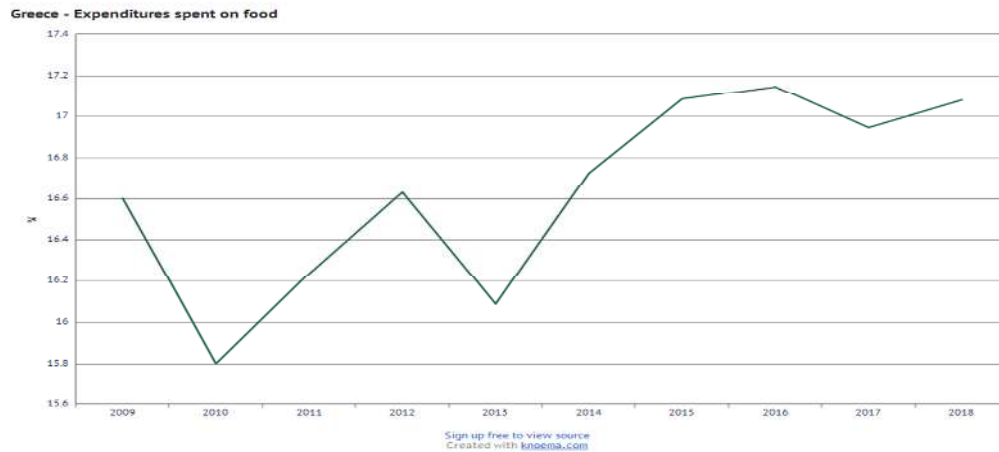
Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην Ελλάδα αυξήθηκε σε -22,20 μονάδες το Μάιο από -34,60 μονάδες τον Απρίλιο του 2021

Γράφημα 1- Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην Ελλάδα
πηγή:tradingeconomics.com-European Commission 2021



1.2 Πριν την πανδημία δαπάνες σε τρόφιμα

Το 2018, οι δαπάνες για τρόφιμα στην Ελλάδα κατά κεφαλήν ήταν 2.510 δολάρια. Οι δαπάνες αυτές στην Ελλάδα μειώθηκαν σταδιακά από 3.596 δολάρια το 2009 σε 2.510 δολάρια το 2018. Παρόλο που τα τρόφιμα στην Ελλάδα παρουσίασαν σημαντικές διακυμάνσεις τα τελευταία χρόνια, τείνουν να αυξάνονται κατά την περίοδο 2009-2018 κλείνοντας με αύξηση 17,8%.

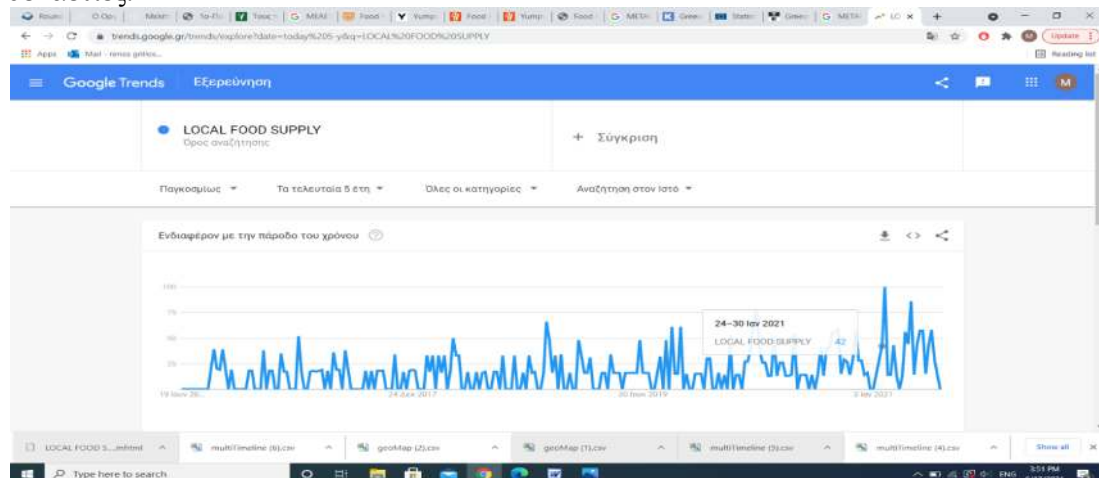


Γράφημα 2-Δαπάνες σε τρόφιμα-Ελλάδα
πηγή: knoema.com 2018

ΕΤΟΣ	ΑΞΙΑ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
2018	17.08	0.78 %
2017	16.94	-1.16 %
2016	17.14	0.36 %
2015	17.08	2.13 %
2014	16.73	3.98 %
2013	16.09	-3.28 %
2012	16.63	2.44 %
2011	16.23	2.75 %
2010	15.80	-4.82 %
2009	16.60	

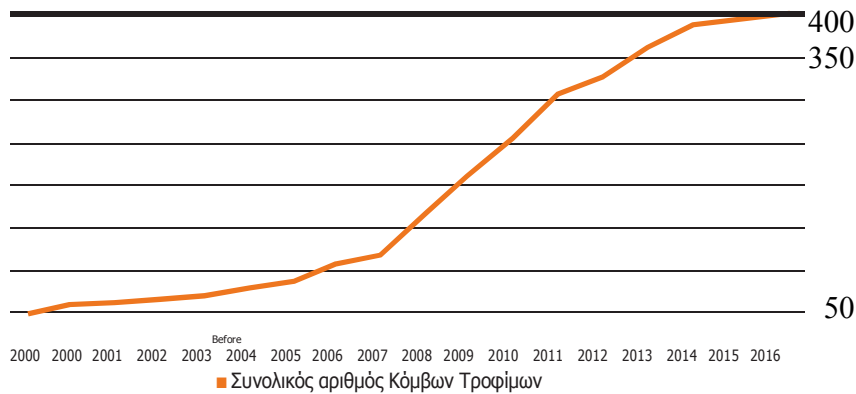
1.3 Ανθεκτικότητα αγροδιατροφικών κόμβων σε οικονομική ύφεση

Τα τοπικά συστήματα τροφίμων έχουν συγκεντρώσει αυξανόμενη προσοχή από την αγορά, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και το κοινό κατά τις τελευταίες δυο δεκαετίες.

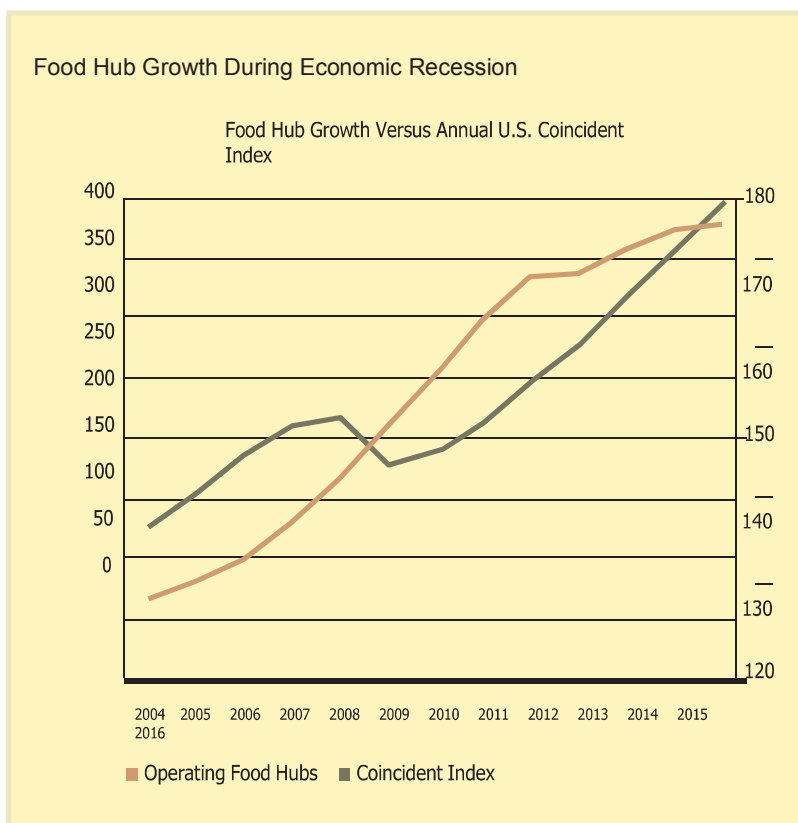


Γράφημα 3 –Τοπική προμήθεια σε τρόφιμα-παγκόσμια τάση
Πηγή : επεξεργασία συγγραφέας Μ.Τζιφίη 2021,(εργαλείο έρευνας google trends)

Food Hub Ετήσιος αριθμός ανάπτυξης Η.Π.Α



Γράφημα 4-Ετήσιος αριθμός ανάπτυξης κόμβων τροφίμων στις Η.Π.Α
πηγή: James Barham, Running a food hub Ιούνιος 2017



Γράφημα 5- Η ανάπτυξη των κόμβων τροφίμων κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης του 2008
πηγή: James Barham, Running a food hub Ιούνιος 2017

Στο παραπάνω σχήμα βλέπουμε ότι οι κόμβοι τροφίμων σε περιόδους οικονομικής ύφεσης για τις Η.Π.Α ανταποκρίθηκαν με ανθεκτικότητα στο οικονομικό σοκ και

ελάχιστοι κόμβοι σταμάτησαν να λειτουργούν σε σχέση με τον αριθμό των άλλων επιχειρήσεων.

1.4 Επιπτώσεις της πανδημίας στα συστήματα τροφίμων

Πίνακας 1 –Παγκόσμιος αντίκτυπος της πανδημίας στα συστήματα τροφίμων
Πηγή: foods, Μάρτιος 2021-Transformation on the food sector

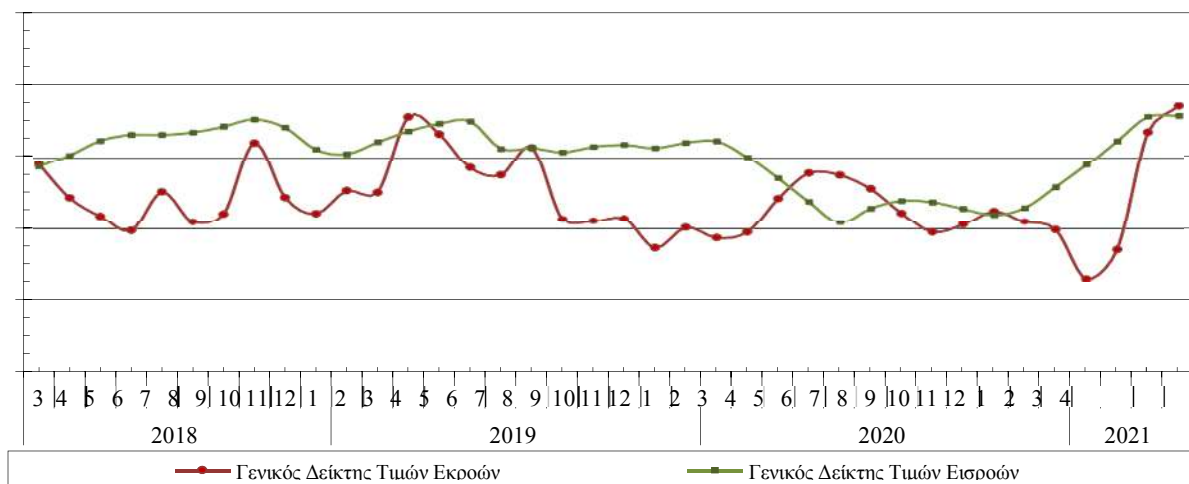
ΤΟΜΕΑΣ	ΑΝΤΙΧΤΥΠΙΟΣ
	Μειωμένη διαθεσιμότητα σε φαγητό
	Αύξηση τιμών
	Έλλειψη εισροών και εργασίας
Παραγωγή	Απόρριψη ευπαθών τροφίμων και αυξημένες ποσότητες απορριμμάτων
	Η ζήτηση κατέρρευσε λόγω lockdown
	Αύξηση τιμών
Επεξεργασία	Χάσμα στις καινοτομίες έλλειψη επενδύσεων
	Μείωση εισοδήματος και ανεργία στους εργαζόμενους
	Απόρριψη ευπαθών τροφίμων και αυξημένες ποσότητες απορριμμάτων
	Έλλειψη τροφίμων λόγω πανικού στην αγορά
Λιανική πώληση	Η ταχεία ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και η άμεση σύνδεση των αγροτών με τους καταναλωτές
	Μειωμένη τοπική διαθεσιμότητα
	Διακοπή των ροών μεταφοράς
	Η ταχεία ανάπτυξη της παράδοσης στο σπίτι
κατανάλωση	Η ζήτηση κατέρρευσε λόγω lockdown
	Επισιτιστική ανασφάλεια για εύάλωτα άτομα
	Αλλαγή στις διατροφικές συνήθειες.

Επηρεασμένες από το covid-19 οι χώρες επέβαλαν αυστηρούς εμπορικούς περιορισμούς στις εξαγωγές γεωργικών προϊόντων , οι οποίοι με τη σειρά τους οδηγούν σε απότομη αύξηση στην ανασφάλεια της εμπορικής συναλλαγής (Trade policy uncertainty). Παρόλο που αυτοί οι περιορισμοί μπορεί να εξυπηρετήσουν τα εθνικά συμφέροντα βραχυπρόθεσμα, μειώνουν την προσφορά στην παγκόσμια αγορά βασικών προϊόντων, ασκώντας έτσι ανοδική πίεση στις τιμές των αγροδιατροφικών προϊόντων (Ting-TingSun et al.2020).

Αυτά τα στοιχεία δείχνουν ότι η αβεβαιότητα της πολιτικής έχει επιπτώσεις στην πραγματική οικονομική δραστηριότητα καθώς και στις αγορές γεωργικών προϊόντων. Δεδομένου ότι τα αγροτικά προϊόντα αποτελούν βασικές εισροές στις διαδικασίες παραγωγής πολλών αγαθών οι αλλαγές στις τιμές των αγροτικών προϊόντων επηρεάζουν

άμεσα το κόστος παραγωγής και τελικά αντικατροπίζονται στην αβεβαιότητα του γενικού δείκτη τιμών. Σε γενικές γραμμές οι μεγάλες διακυμάνσεις στις τιμές των αγροτικών προϊόντων μπορεί να προκαλέσουν βαθιά οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα, τα οποία με τη σειρά τους αυξάνουν την αβεβαιότητα της πολιτικής και την αβεβαιότητα του εμπορίου(Ting-TingSun et al.2020).

1.5 Εξέλιξη δεικτών τιμών εισροών και εκροών στη Γεωργία –Κτηνοτροφία (2015=100)ΕΛΛΑΔΑ(2018-2021)

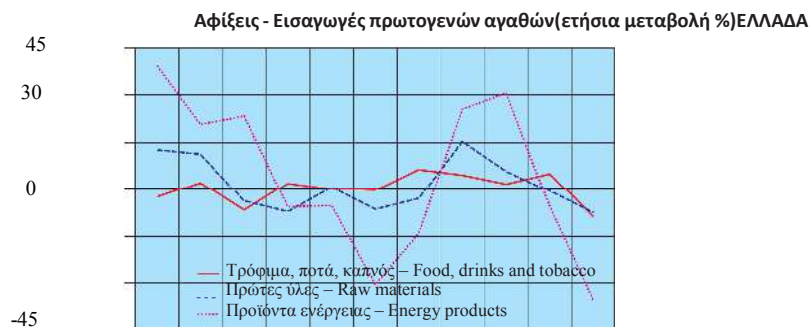


Γράφημα 6: Εισροές-εκροές γεωργία –κτηνοτροφία(2018-2021)
Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ 2021

Ο Γενικός Δείκτης Τιμών Εκροών κατά τον μήνα Ιούνιο 2021, σε σύγκριση με το δείκτη του Μαΐου 2021, παρουσίασε μείωση 0,3% . Ο μέσος σταθμικός Δείκτης Εκροών του δωδεκαμήνου Ιουλίου 2020 - Ιουνίου 2021, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του δωδεκαμήνου Ιουλίου 2019 - Ιουνίου 2020, παρουσίασε αύξηση 1,1% .

Ο Γενικός Δείκτης Τιμών Εισροών στη Γεωργία – Κτηνοτροφία του μηνός Ιουνίου 2021, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουνίου 2020, παρουσίασε αύξηση 6,6% έναντι μείωσης 3,3% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση του Ιουνίου 2020 με τον Ιούνιο 2019.

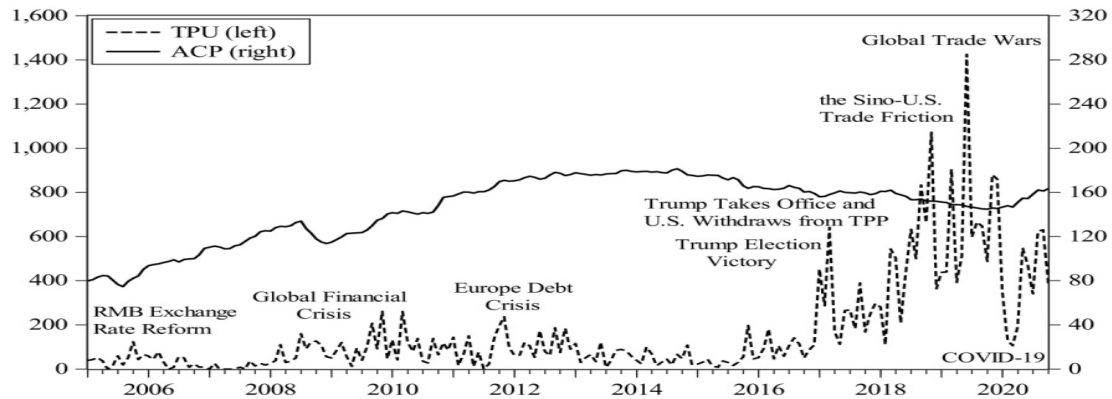
Η αύξηση του Γενικού Δείκτη Τιμών Εισροών(ΕΛΛΑΔΑ) κατά 4,8%, τον μήνα Απρίλιο 2021, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Απριλίου 2020 , οφείλεται **στην αύξηση κατά 5,6% του δείκτη τιμών των αναλώσιμων μέσων και κυρίως στη μεταβολή της ομάδας ενέργεια και λιπαντικά(ΕΛΣΤΑΤ, 2021).**



2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020

Γράφημα 9-Αφίξεις-Εισαγωγές πρωτογενών αγαθών Ελλάδα
πηγή : ΕΛΣΤΑΤ Νοέμβριος 2020

1.6 Παγκόσμιος και ελληνικός δείκτης αβεβαιότητας τιμών γεωργικών προϊόντων



Γράφημα 10-δείκτης αβεβαιότητας τιμών γεωργικών προϊόντων
Πηγή : pacific –basin finance journal 2021

Σημειώσεις : Αυτό το σχήμα παρουσιάζει τις τάσεις του δείκτη αβεβαιότητας της εμπορικής πολιτικής και των τιμών των βασικών γεωργικών προϊόντων από τον Ιανουάριο του 2005 έως τον Οκτώβριο του 2020 (pacific-basin finance journal april 2021).ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ

Πίνακας 2-Ελληνικές εξαγωγές 2020
πηγή:ΣΙΕ ΚΕΕΜ 2020

Πίνακας 1. Ελληνικές Εξαγωγές α' Τετράμηνο 2020

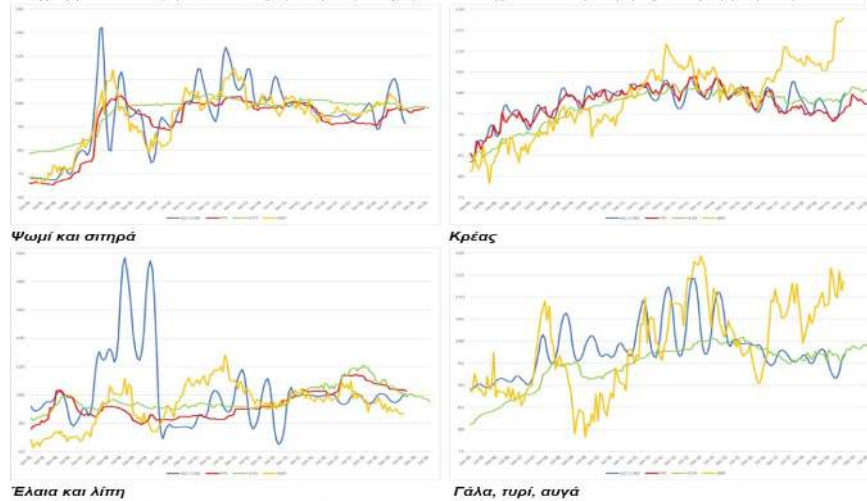
	Τρόφιμα & Ζώα	Ποτά & Καπνός	Λάδια	Εμπορικό Ισοζύγιο εκτός Πετρελαιοειδών
Ιανουάριος 2019 - Ιανουάριος 2020	+15,1%	-1,7%	-43,8%	-1,1%
Φεβρουάριος 2019 - Φεβρουάριος 2020	+20,5%	+10,7%	+86,7%	-8,2%
Μάρτιος 2019 - Μάρτιος 2020	+15,5%	+3,2%	-10,9%	-13,1%
Απρίλιος 2019 - Απρίλιος 2020	+0,5%	+27%	+14,3%	-39,6%
Μάιος 2019 - Μάιος 2020	-0,2%	-17,2%	+11,1%	-12,7%
Ιανουάριος - Μάιος 2020	+10,2%	+2,2%	+43,6%	-1,7%

Πηγή: ΣΙΕ-ΚΕΕΜ

«Μειώθηκαν και τα δύο σκέλη του εμπορικού ισοζυγίου, με τις εξαγωγές να υποχωρούν λιγότερο από τις εισαγωγές, ώστε το εμπορικό ισοζύγιο (εκτός πετρελαιοειδών) σε σχέση με το αντίστοιχο ισοζύγιο Μαΐου του 2019 να εμφανίζει μείωση κατά -12,7%, ενώ στο πεντάμηνο Ιανουάριος-Μάιος εμφανίζεται λιγότερο βελτιωμένο (μείωση μόνο κατά -1,7%). Στη βελτίωση αυτή συνέβαλαν σημαντικά οι εξαγωγές ποτών, καπνού και λαδιών, ενώ οι εξαγωγές τροφίμων αυξήθηκαν οριακά το πρώτο τρίμηνο και σταθεροποιήθηκαν τον Απρίλιο-Μάιο. **Ειδικά το διάστημα Ιανουαρίου-Απριλίου 2020, οι εξαγωγές κάποιων φρούτων και λαχανικών σημείωσαν σημαντική αύξηση. Τα ακτινίδια για παράδειγμα σημείωσαν ρεκόρ με αύξηση σε όγκο +25,8% και τα εσπεριδοειδή κατά**

+10%, τα αγγούρια +11%, ενώ οι εξαγωγές μήλων μειώθηκαν κατά -5%, όπως και φράουλας, σε σχέση με πέρυσι (ΥΠΑΑΤ). Είναι νωρίς να αποτιμηθούν κατά πόσο αυτές οι τάσεις είναι αποτέλεσμα της Covid-19. Οι μεταβολές αυτές δείχνουν μάλλον τις αβεβαιότητες της εφοδιαστικής αλυσίδας, όπου κάποιοι ανταγωνιστές, ίσως από τη Βόρεια Αφρική, την Τουρκία, την Ιταλία και άλλες χώρες, δεν μπόρεσαν να ανταποκριθούν στη ζήτηση την οποία κάλυψαν πολύ αποτελεσματικά οι Έλληνες εξαγωγείς, δείχνοντας έτσι αξιόλογη ευελιξία.»(ΔΙΑΝΕΟΣΗΣ οργανισμός έρευνας και ανάλυσης,Καραντινίτης2020).

Διάγραμμα 3.16: Οι μηνιαίοι δείκτες τιμών για ομάδες προϊόντων της αλυσίδα προσαφοράς στα τρόφιμα για την Ελλάδα, 2005-2019, (Index 2015 =100)

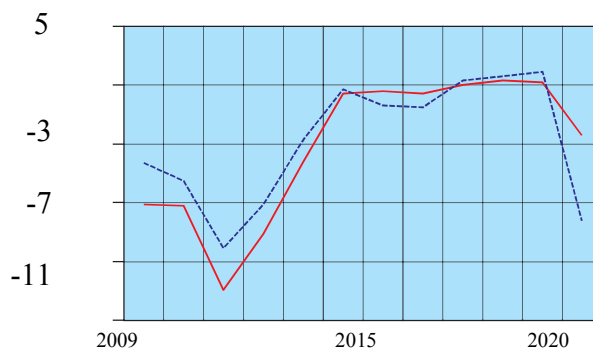


Πηγή: Eurostat, Food price monitoring tool, μεταβλητή prc_fsc_idx
Γράφημα 11-Δείκτες τιμών τροφίμων για την Ελλάδα(2005-2019)
πηγή : EUROSTAT 2019

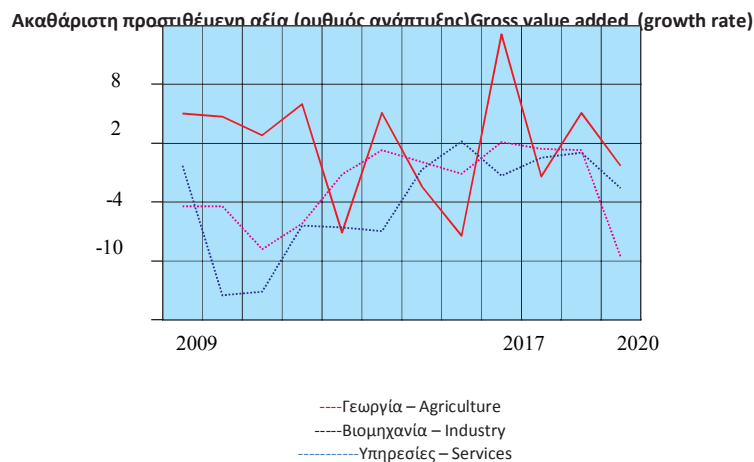
Οι διακυμάνσεις των τιμών παραγωγού είναι πολύ εντονότερες στους κλάδους των σιτηρών,ελαίων και λαδιού, λιγότερο έντονες στους κλάδους γάλακτος, αυγών και τυριού ενώ οι μικρότερες διακυμάνσεις παρουσιάζονται στον κλάδο του κρέατος(Κλωνάρης,2020).

1.7 Ρυθμοί ανάπτυξης ελληνικού ΑΕΠ και ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας στη γεωργία

ΑΕΠ (ρυθμός ανάπτυξης) και εγχώρια ζήτηση (συμμετοχή)GDP (growth rate) and domestic demand (contribution)
Ελλάδα



Εγχώρια ζήτηση – Domestic demand
..... ΑΕΠ – GDP



Γράφημα 12 - ρυθμός ανάπτυξης ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας στη γεωργία
 Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ Νοέμβριος 2020

Στα παραπάνω γραφήματα είναι εμφανές το αποτύπωμα της πανδημίας με την εγχώρια ζήτηση το 2020 σε πορεία δραματικής πτώσης και αντίστοιχα της προστιθέμενης αξίας από την γεωργία.

1.8 Αλλαγή στη συμπεριφορά κατανάλωσης τροφίμων

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας υπήρξε μια ενδιαφέρουσα αλλαγή στη διατροφή καθώς η κατανάλωση τροφίμων με βάση τα φυτά συμπεριλαμβανομένων των εναλλακτικών κρέατος αυξήθηκε σημαντικά. Οι λιανικές πωλήσεις φυτικών τροφίμων στις ΗΠΑ ξεπέρασαν σημαντικά τις συνολικές πωλήσεις τροφίμων υποδηλώνοντας ότι περισσότεροι πελάτες στράφηκαν σε φυτικά τρόφιμα κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Το Μάρτιο του 2020 οι πωλήσεις τροφίμων με βάση τα φυτά αυξήθηκαν κατά 90% σε σύγκριση με τον Μάρτιο του 2019. Οι εναλλακτικές μορφές κρέατος αυξήθηκαν κατά 148% αντανακλώντας ρυθμό ανάπτυξης δυο φορές ψηλότερο από αυτόν με βάση τα ζώα. Το υπουργείο περιβάλλοντος τροφίμων και αγροτικών υποθέσεων του Ηνωμένου Βασιλείου από τον Οκτώβριο του 2020 έως τον Οκτώβριο του 2019 διαπίστωσε μείωση κατά 7,3% σε εκτρεφόμενα βοοειδή, 4,9% σε πρόβατα και 2,1 σε σφαγή καθαρού χοίρου (υπουργείο περιβάλλοντος Τροφίμων Ηνωμένου Βασιλείου, 2020).

Σύμφωνα με μια έκθεση του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών αναμένεται όταν οριστικοποιηθούν οι αριθμοί από το έτος 2020 θα δείξουν ότι η κατά κεφαλήν κατανάλωση κρέατος μειώθηκε κατά σχεδόν 3% παγκοσμίως και τελικά αυτή ήταν η μεγαλύτερη μείωση από το 2000.

Η πανδημία παρουσίασε μια εξαιρετική κατάσταση κατά την οποία πολλά άτομα παγκοσμίως γνωρίζοντας τις αιτίες των ζωνοσόων και τα οφέλη μιας διατροφής βασισμένης στα φυτά άλλαξαν τον τρόπο διατροφή τους (Hong Chuan Loh, 2021).

1.9 Αγροδιατροφή και πανδημία



Πηγή :pixabay.com

Η έκταση και η επίδραση της πανδημίας καθιστά ακόμη πιο σημαντικό να ενισχύσουμε την ανθεκτικότητα στις περισσότερο επηρεασμένες κοινότητες όπως οι μικροκαλλιεργητές στις αναπτυσσόμενες χώρες ώστε να αντέξουν σε τέτοια σοκ και να είναι έτοιμοι να ανταποκριθούν σε νέες οικονομικές ισορροπίες .

Η κρίση της πανδημίας τόνισε επίσης τη σημασία αποκεντρωμένων μοντέλων και των τοπικών αλυσίδων αξίας.

Π.χ σε πολλά σημεία της Ινδίας οι οργανώσεις παραγωγών αγροτών φαίνεται να διαδραματίζει ενεργό ρόλο στη συγκέντρωση προϊόντων από μικροκαλλιεργητές και ταυτόχρονα διευκολύνοντας την πρόσβαση στην αγορά(R.V.Bhavani et al,2020).

Η έκθεση σχετικά με τη κρίση παγκοσμίως στα συστήματα τροφίμων καλεί σε υποστήριξη για τη διασφάλιση της συνεχούς λειτουργίας των τοπικών αγορών τροφίμων, των αλυσίδων αξίας και των συστημάτων αγροτικών τροφίμων σε περιβάλλον επισιτιστικής κρίσης συμπεριλαμβανομένης της ανάγκης για υποστήριξη στην επεξεργασία ,μεταφορά και εμπορία τροφίμων ενισχύοντας τις τοπικές ομάδες παραγωγών (FSIN 2020).

Ο Toresco(2020) τονίζει την αναγκαιότητα για ουσιαστική και βιώσιμη ανάπτυξη της γης και των υδάτινων πόρων, θρεπτικών τροφίμων και ενίσχυση της ραχοκοκαλιάς της γεωργίας με την υποστήριξη των μικροκαλλιεργητών και μεταναστών εργατών.

Η προσέγγιση ενός αγροδιατροφικού συστήματος που τοποθετείται στην τοπική παραγωγή προωθώντας την παραγωγή ασφαλών και υγιών τροφίμων βασισμένης στην αειφόρο χρήση των φυσικών πόρων από μικρούς και μεσαίους αγρότες μπορεί να οικοδομήσει την ανθεκτικότητα των τοπικών κοινοτήτων σε κρίσεις όπως η πανδημία.

1.10 Επιπτώσεις της πανδημίας στη συσκευασία

Η πανδημία επηρέασε επίσης τη βιομηχανία συσκευασίας απόρροια της αύξησης ευαισθητοποίησης των καταναλωτών σχετικά με την υγιεινή και την ασφάλεια των υλικών συσκευασίας, την αύξηση της ψηφιακής εκτύπωσης, τις συσκευασίες για αποστολές ηλεκτρονικού εμπορίου, επανεξετάζοντας τα υλικά και τις απαιτήσεις .

Πολλές εταιρείες συσκευασίας είχαν αναπτύξει επαναχρησιμοποιήσιμες καινοτόμες τεχνολογίες συσκευασίας. Ωστόσο η πανδημία επηρέασε τη συμπεριφορά των καταναλωτών σχετικά με την υγιεινή.

Οι βελτιώσεις της βιομηχανίας συσκευασίας σε μια βιώσιμη αλυσίδα εφοδιασμού προσωρινά σταμάτησαν. Για παράδειγμα η Starbucks ανέστειλε προσωρινά τη χρήση προσωπικών ποτηριών αντί για χάρτινα ποτήρια μιας χρήσης στα καταστήματα της σε όλο τον κόσμο(Γαλανάκης, 2021).

1.11 Μεταφορές και πανδημία

- Τρένα

(Richard S.2020)Οι σιδηροδρομικές μεταφορές είναι απαραίτητες για τη μετακίνηση 40-50 εκατομμυρίων τόνων σιτηρών από τον δυτικό Καναδά κάθε χρόνο. Όπως και στα φορτηγά η κίνηση έχει όλο και λιγότερη ένταση εργασίας με μικρότερα πληρώματα να χρησιμοποιούν μεγαλύτερα τρένα. Αν και δεν επηρεάζεται άμεσα από τους κανόνες κοινωνικής απόστασης ο τομέας θα μπορούσε να είναι ευάλωτος εάν ένα σημαντικό ποσοστό εξειδικευμένου προσωπικού αρρωστήσει. Ευτυχώς οι σημαντικές μειώσεις στην κυκλοφορία σιδηροδρομικών εμπορευματικών μεταφορών δημιούργησαν μια μεγαλύτερη ομάδα τρένων και πληρώματος που είναι δυνητικά διαθέσιμα για τη μετακίνηση αγροτικών προϊόντων εάν υπάρχει ζήτηση.

- Θαλάσσιες μεταφορές

(Shih,2020) Νέες πρόσθετες απαιτήσεις για καραντίνα 14 ημερών των εμπορευμάτων στο λιμάνι άφιξης. Η πανδημία έχει αντίκτυπο στη ζήτηση για ειδικές καλλιέργειες σε υπερπόντιες εξαγωγικές αγορές και στην ικανότητα αλλαγής σε χύδην ωκεάνια μεταφορά οδηγώντας στη σοβαρότατη έλλειψη εμπορευματοκιβωτίων.

- Φορτηγά

Η αποκεντρωμένη βιομηχανία φορτηγών είναι σε σχετικά καλή θέση να ανταποκριθεί γρήγορα σε διαταραχές που σχετίζονται με τη πανδημία στις αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων.

Η προμήθεια πιθανών μονάδων τρακτέρ και οδηγών για τη μεταφορά γεωργικών προϊόντων ενισχύεται από εκείνους που συνήθως ασχολούνται με τη μεταφορά μεταποιημένων προϊόντων.

Η πτώση των τιμών ντίζελ κατά 15-20% έχει επίσης μειώσει το μεταβλητό κόστος των φορτηγών(McKee,2020).

- Μεταφορά στο σπίτι

Ο σύνδεσμος μεταφοράς στην αλυσίδα τροφίμων που επηρεάστηκε περισσότερο ήταν η παράδοση στο σπίτι.

Τα μέτρα κοινωνικής απόστασης ώθησαν την εστίαση στη δημιουργία αυξημένων επιλογών παραλαβής και παράδοσης στο σπίτι προσπαθώντας να παραμείνουν βιώσιμοι.

1.12 Διαταραχή στις αλυσίδες εφοδιασμού και στο εμπόριο λόγω της πανδημίας

Η τιμή ενός εμπορευματοκιβωτίου από την Κίνα προς τις δυτικές ακτές των ΗΠΑ και τα λιμάνια της Ευρώπης έχει αυξηθεί σε επίπεδα ρεκόρ για αρκετούς μήνες από την έναρξη της πανδημίας μέχρι σήμερα και οι συνθήκες δείχνουν ώριμες για περαιτέρω αυξήσεις (R.Khasawneh, 2021).

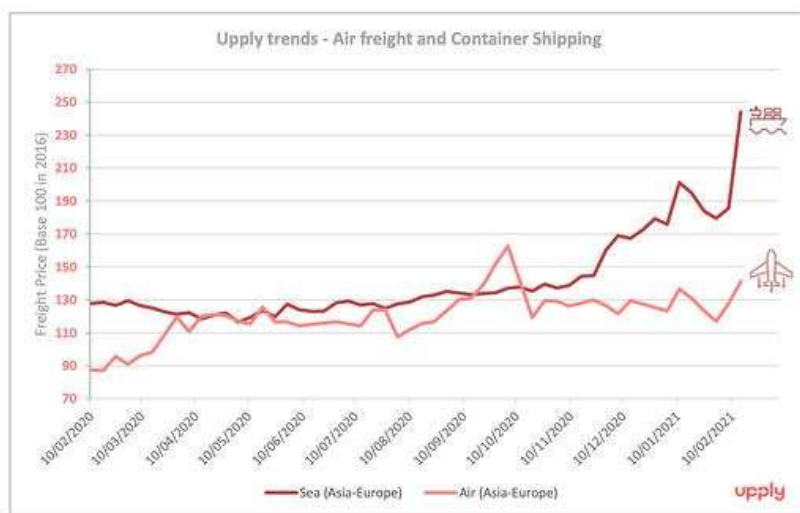
Επιπλέον τα νέα συμβόλαια που υπογράφονται από μερικούς από τους μεγαλύτερους εισαγωγείς των ΗΠΑ δείχνουν ότι η άνοδος δεν θα είναι βραχυπρόθεσμη.

Το υψηλότερο κόστος αποστολής προκλήθηκε από έναν συνδυασμό παραγόντων, συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης ζήτησης εν μέσω ελέγχων τόνωσης, κορεσμένων λιμένων και πάρα πολύ λίγων πλοίων, ναυπηγείων και φορτηγών.

Τα προβλήματα έχουν επηρεάζουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων δημιουργώντας διακυμάνσεις σε όλες τις αλυσίδες εφοδιασμού των ΗΠΑ.

Ο Gordon Downes, διευθύνων σύμβουλος μιας διαδικτυακής πλατφόρμας φορτίου δήλωσε ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις μπορούν να εξασφαλίζουν καλύτερες τιμές αποστολής χάρη στο μέγεθος των παραγγελιών τους. Οι μικρότερες ωστόσο επιχειρήσεις βρίσκονται στο έλεος των άμεσων τιμών και των αυξανόμενων τιμών.

Το παγκόσμιο συμβούλιο ναυτιλίας ότι οι μεγαλύτερες εφοδιαστικές δυσκολίες είναι στην ξηρά και ότι η αγορά καθοδηγείται από την προσφορά και τη ζήτηση.



Γράφημα 13- ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΣΕ ΑΣΙΑ-ΕΥΡΩΠΗ –εναέριες και θαλάσσιες μεταφορές
Πηγή :upply trends 2021

Όσο αφορά τη μεταφορά με φορτηγό οι λιανοπωλητές ανησυχούν για την αύξηση του κόστους καθώς οι οδηγοί φορτηγών και τα καινούρια φορτηγά βρίσκονται σε έλλειψη όπως αναφέρει η Wall street journal. Η ζήτηση φορτίου στις ΗΠΑ αυξήθηκε 3,4% το Μάρτιο του 2021 σε σχέση με τον Φεβρουάριο το 2021, καθώς το κόστος των φορτηγών αυξήθηκε κατά 6,5% σύμφωνα με στοιχεία από την(CASS INFORMATION SYSTEMS, 2021).

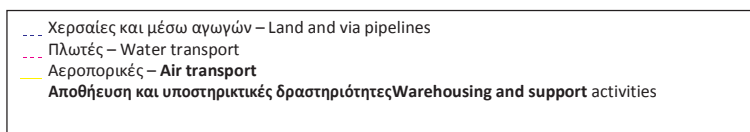
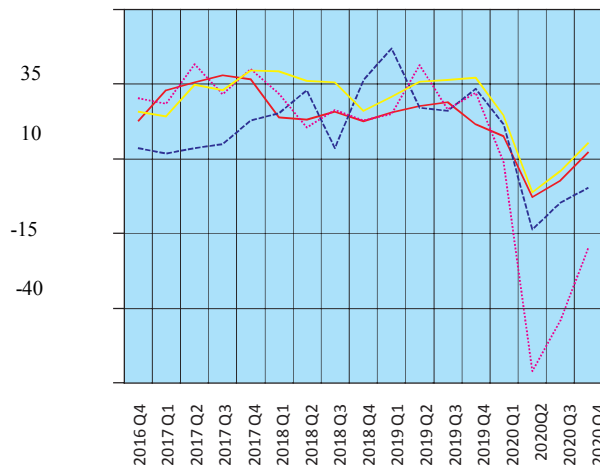
Η αύξηση του κόστους μεταφοράς υπήρξε πρόβλημα από τον προηγούμενο χρόνο.

Εκείνη την εποχή οι εταιρείες φορτηγών άρχισαν να προσφέρουν τεράστιες αυξήσεις μισθών για να προσελκύσουν οδηγούς στην βιομηχανία. Η έλλειψη οδηγών εμποδίζει

την κυκλοφορία νέων φορτηγών στην αγορά. Οι έμποροι λιανικής έχουν αρχίσει να αυξάνουν τις τιμές των αγαθών για να αντισταθμίσουν τις ελλείψεις και τα έξοδα αποστολής καθώς η αλυσίδα εφοδιασμού παραμένει σε αταξία.

1.13 Οι Δείκτες Κύκλου Εργασιών στις ελληνικές μεταφορές

Δείκτες Κύκλου Εργασιών στον Τομέα των Μεταφορών(ετήσια μεταβολή %)
Turnover Indices in Transport(y-o-y change %) ΕΛΛΑΔΑ 2020



Γράφημα 14-Δείκτες κύκλου εργασιών Ελλάδα 2020
Πηγή :ΕΛΣΤΑΤ 2021

- Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στις «Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών, » του Β΄ τριμήνου 2020, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Β΄ τριμήνου 2019, παρουσίασε μείωση 29,7%, έναντι αύξησης 2,7% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2019 προς το 2018 .
- Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στις «Πλωτές μεταφορές, » του Β΄ τριμήνου 2020, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Β΄ τριμήνου 2019, παρουσίασε μείωση 38,6% έναντι αύξησης 2,1% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2019 προς το 2018 .
- Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στις «Αεροπορικές μεταφορές, » του Β΄ τριμήνου 2020, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Β΄ τριμήνου 2019, παρουσίασε μείωση 84,8%, έναντι αύξησης 16,5% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2019 προς το 2018 .
- Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στην «Αποθήκευση και υποστηρικτικές προς τη μεταφορά δραστηριότητες, » του Β΄ τριμήνου 2020, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Β΄ τριμήνου 2019, παρουσίασε μείωση 25,7%, έναντι αύξησης 10,9% που σημειώθηκε κατά τη σύγκριση της αντίστοιχης περιόδου του έτους 2019 προς το 2018(ΕΛΣΤΑΤ,2021)

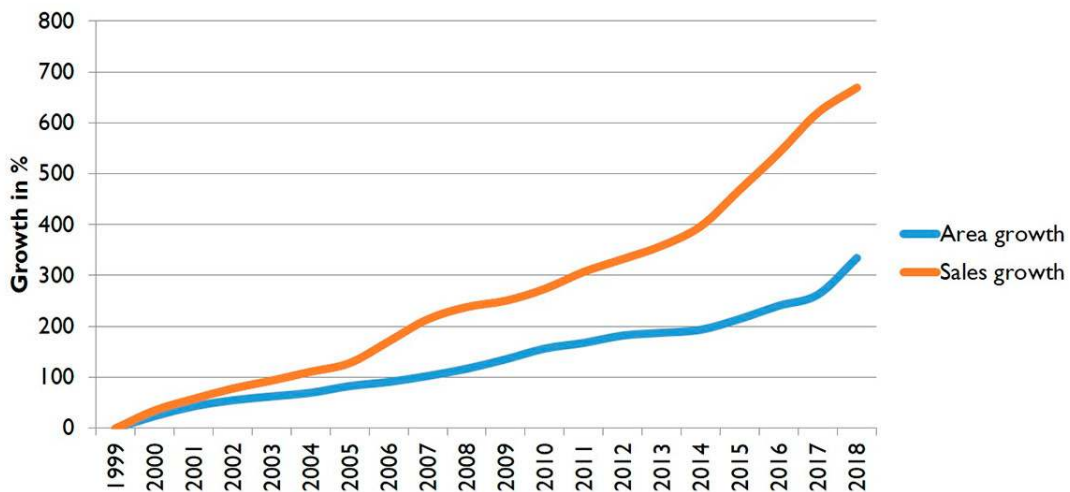
1.14 Στροφή των καταναλωτών σε αγροτικά βιολογικά προϊόντα

Η αυξανόμενη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών σχετικά με την υγεία και τα οφέλη των βιολογικών τροφίμων έχει τονώσει περαιτέρω την ανάπτυξη της αγοράς. Επιπλέον, με τον αυξανόμενο αριθμό χρόνιων παθήσεων όπως καρδιακά προβλήματα, καρκίνο, διαβήτη και την αύξηση του κόστους της υγειονομικής περίθαλψης, οι καταναλωτές επικεντρώνονται όλο και περισσότερο στη διατροφή τους.

Η ανάπτυξη της αγοράς μπορεί επίσης να αποδοθεί στην πεποίθηση του καταναλωτή ότι τα βιολογικά τρόφιμα είναι ασφαλέστερα, πιο θρεπτικά και καλύτερα στη γεύση σε σύγκριση με τα συμβατικά είδη διατροφής.

European Union: Growth of organic agricultural land and of retail sales compared

Source: FiBL survey 2019



Γράφημα 15-Ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στην Ευρώπη
Πηγή : FiBL survey,2019

Share of total organic area (fully converted and under conversion), EU-27, 2019 (% of total EU-27)



Source: Eurostat (online data code: org_cropar)

eurostat

Γράφημα 16-Το μέγεθος των οργανικών περιοχών στην Ευρώπη
Πηγή Eurostat,2019

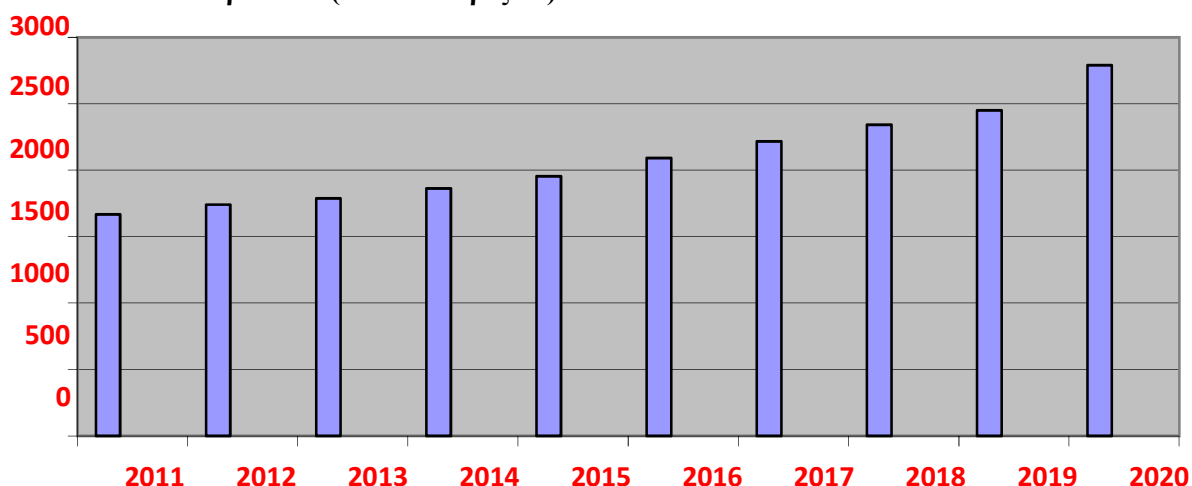
Το μέγεθος της οργανικής περιοχής διαφέρει σημαντικά από το ένα κράτος μέλος της ΕΕ στο άλλο. Τέσσερα κράτη μέλη αντιπροσώπευαν περισσότερο από το ήμισυ όλων των εκτάσεων βιολογικής καλλιέργειας το 2019: η Ισπανία (17,1 %), η Γαλλία (16,2 %), η Ιταλία (14,5 %) και η Γερμανία (9,4 %). Μαζί είχαν το 57,1 % της οργανικής περιοχής της ΕΕ-27 (βλ. Σχήμα), παρόμοιο μερίδιο με το 2018 (57,5 %), (Eurostat, 2019).

1.15 Αύξηση στην Αγορά Βιολογικών Τροφίμων και Ποτών στο Ηνωμένο Βασίλειο

Η αγορά των βιολογικών προϊόντων στο Ηνωμένο Βασίλειο, είναι η 9η μεγαλύτερη αγορά σε πωλήσεις παγκοσμίως. Η ζήτηση βιολογικών προϊόντων παρουσιάζει μια σημαντική αύξηση από χρόνο σε χρόνο και από το 2011 έχει συνεχή ανοδική πορεία.

Το 2019 σημείωσε αύξηση 4,5%, έναντι του 2018 και ανήλθε στα 2,45 δισ. λίρες ενώ το 2020 έφθασε τα 2,79 δισ. λίρες, δηλαδή σημείωσε αύξηση 13,9%¹³ (έναντι αύξησης 8,9% των συμβατικών).

Αγορά Βιολογικών τροφίμων και ποτών στο Ηνωμένο βασίλειο(σε εκατ. λίρες - £)



Γράφημα 17-Αγορά βιολογικών τροφίμων και ποτών στο Ηνωμένο Βασίλειο
Πηγή: Soil Association. Επεξεργασία πίνακα - Γραφείο ΟΕΥ 2020

Η αγορά βιολογικών τροφίμων και ποτών στο Ηνωμένο Βασίλειο το 2020 (supermarkets και ανεξάρτητοι λιανοπωλητές)

Προϊόντα	Ποσοστιαία διαφορά 2019/2020
Σύνολο τροφίμων και ποτών εκτός αλκοολούχων, μαζικής εστίασης και box schemes	+13%
Μοσχαρίσιο κρέας	+17%
Τυρί	+7%
Γιαούρτι	+10%
Βούτυρο	+17%
Χοιρινό κρέας	-24%
Φρέσκες πιπιτάτες	-16%
Αρνί	-2%

Πίνακας 3 Πηγή: Agriculture and Horticulture Development Board (AHDB) με στοιχεία της Kantar 2020

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία που δημοσίευσε η Soil Association, οι τέσσερις μεγαλύτερες κατηγορίες της αγοράς βιολογικών τροφίμων, το 2020 σημείωσαν αύξηση. Τα γαλακτοκομικά (+7,7%), τα φρέσκα φρούτα και λαχανικά (15,5%), αντίθετα με τις μειώσεις που παρουσίασαν και οι δύο αυτές κατηγορίες (-0,9% και -2,4% αντίστοιχα) το 2019 έναντι του 2018, τα κονσερβοποιημένα και συσκευασμένα τρόφιμα (+19,8%) και η κατηγορία κρέας, ψάρια και πουλερικά (16,8%). Η κατηγορία «Μπύρα, κρασί και αλκοολούχα ποτά» αυξήθηκε κατά 32,9% και η κατηγορία «κατεψυγμένα» κατά 22,2%(Soil association,2020)

ΜΕΡΟΣ Β

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Π.

ΟΡΙΣΜΟΙ-ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ



Εικόνα
Πηγή: google

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ.- ΟΡΙΣΜΟΙ

2.1 Εισαγωγή

Στόχος του κεφαλαίου είναι η ανάλυση των ορισμών « εφοδιαστική αλυσίδα αγροδιατροφικών προϊόντων» και «agrifood hubs».

2.1 Εφοδιαστική Αλυσίδα αγροδιατροφικών προϊόντων

Η εφοδιαστική αλυσίδα των αγροτικών προϊόντων αποκτά μεγαλύτερη σημασία καθώς ασχολείται κυρίως με την εύκολη και γρήγορη προμήθεια των αγροτικών προϊόντων από τον παραγωγό στον τελικό καταναλωτή.

Οι Zhang και Li (2012) όρισαν την αλυσίδα εφοδιασμού των αγροτικών τροφίμων ως ένα δίκτυο επιχειρήσεων που σχετίζονται με τρόφιμα από τις οποίες τα τρόφιμα κινούνται από την παραγωγή έως την κατανάλωση συμπεριλαμβανομένων των δραστηριοτήτων πριν την παραγωγή και την κατανάλωση.

Ο Liping(2009) την όρισε ως ένα τμήμα της εφοδιαστικής βιομηχανίας, που αναφέρετε σε φυσικές ροές φυσικών οντοτήτων και σχετικών πληροφοριών από τον παραγωγό στον καταναλωτή προκειμένου να ικανοποιηθεί η ζήτηση του καταναλωτή, συμπεριλαμβανομένης της αγροτικής διαδικασίας παραγωγής, αποθήκευσης, φόρτωσης, μεταφοράς, εκφόρτωσης, χειρισμού, δραστηριοτήτων συσκευασίας , επεξεργασίας , διανομής και ενημέρωσης.

Σύμφωνα με τον Zhang Wang(2011) τα logistics των αγροτικών προϊόντων είναι ένα σημαντικό μέρος της οικονομικής συμπεριφοράς με σκοπό τη δημιουργία αξίας και υπεραξίας κατά την πραγμάτωση της διαδικασίας. Η σύγχρονη εφοδιαστική γεωργικών προϊόντων χρησιμοποιεί τη σύγχρονη επιστήμη και τεχνολογία στην υπηρεσία της σύγχρονης κοινωνίας.

Ο Xu(2011) αναφέρει : Με βάση τη κατανόηση της σύγχρονης εφοδιαστικής, η σύγχρονη αγροτική εφοδιαστική αλυσίδα μπορεί να οριστεί ως μια ολοκληρωμένη βιομηχανική δραστηριότητα με λειτουργίες και διαχείριση που βασίζονται σε προηγμένα δίκτυα υπολογιστών και τεχνολογίας πληροφοριών, ενσωματώνοντας τη χρήση σύγχρονων μεταφορών και εγκαταστάσεων αποθήκευσης σύμφωνα με οδηγίες που ασχολούνται με τη μεταφορά των προϊόντων ,αποθήκευση, επεξεργασία, διανομή καθώς και την επεξεργασία και διανομή της πληροφορίας. Ο στόχος είναι η βελτιστοποίηση των καναλιών διανομής των αγροτικών προϊόντων, η μείωση των λειτουργικών δαπανών και η παροχή ταχύτερης και καλύτερης εξυπηρέτησης στους καταναλωτές αγροτικών προϊόντων.

Ο Tan, (2012) αναφέρει : η εφοδιαστική στη γεωργία είναι δραστηριότητες που συνδέονται με τη διαδικασία βελτίωσης των γεωργικών προϊόντων. Η εφοδιαστική διαδικασία βελτιώνει και διασφαλίζει την ποιότητα των γεωργικών προϊόντων, μειώνει το κόστος κατά μήκος της αλυσίδας, κατανέμει με βέλτιστο τρόπο τους πόρους και προωθεί την ευημερία και προστασία του περιβάλλοντος. Τέλος είναι σταθερά προσανατολισμένη στην κατεύθυνση της πράσινης εφοδιαστικής.

Ο Federico(2011) αναφέρει : η εφοδιαστική διαδραματίζει κεντρικό ρόλο στη σύγχρονη αγροτική παραγωγή. Η λογική της διάθεσης των εμπορευμάτων που εκφράζεται από την τυποποίηση και τους διεθνείς κανονισμούς παραγωγής εντείνουν την εμβάθυνση του εδαφικού καταμερισμού της εργασίας με αποτέλεσμα τη περιφερειακή γεωργική εξειδίκευση. Η διεύρυνση της αγροτικής παραγωγής εντείνει όλο και περισσότερο την εκτεταμένη εφοδιαστική στη σύνδεση των σταδίων χωριστά από την παραγωγή.

Οι δημιουργοί των ορισμών δείχνουν ότι η εφοδιαστική στον αγροτικό τομέα είναι μια οικονομική δραστηριότητα που εξυπηρετεί τη βέλτιστη, συνεχή ροή στη διαδικασία από τον παραγωγό ως τον τελικό καταναλωτή. Ο αγροτικός τομέας αυξάνει την παραγωγή αγροτικών προϊόντων με σκοπό την απρόσκοπτη συνεχή λειτουργία, την ελαχιστοποίηση του κόστους παραγωγής, αποθήκευσης, μεταφοράς και διανομής και επιδιώκει την προστιθέμενη αξία των προϊόντων ικανοποιώντας τους καταναλωτές.

Η εφοδιαστική στη γεωργία προσπαθεί να διαμορφώσει, να οργανώσει , να ελέγξει διαφορετικά αγροτικά δίκτυα με σκοπό να ανοίξει το δρόμο για την επίτευξη των οικονομικών, οικολογικών και κοινωνικών στόχων. Η συγκεκριμένη προσέγγιση της εφοδιαστικής είναι ότι ερμηνεύει τις οικονομικές διαδικασίες ως ροές αγαθών, πληροφοριών, ανθρώπων, περιουσιακών στοιχείων σε αγροτικά δίκτυα. Η εφοδιαστική δημιουργεί τα θεμέλια για την οργάνωση αυτών των δικτύων και ροών για την επίτευξη των ως άνω στόχων.

Πλέον η ζήτηση και η προσφορά δεν περιορίζεται σε έθνη ή περιοχές αλλά έχουν γίνει διεθνείς διαδικασίες. Επιπλέον οι κατηγορίες προϊόντων έχουν ιδιαίτερος επεκταθεί ενώ οι απαιτήσεις των αγορών σχετικά με την ποιότητα του προϊόντος, την ιχνηλασιμότητα και τις υπηρεσίες παράδοσης αυξάνουν.

Περιορισμένη διανομή και δυνατότητα μάρκετινγκ

Οι παραγωγοί συχνά δεν έχουν διαθέσιμο κεφάλαιο ή πρόσβαση σε εγκαταστάσεις αποθήκευσης, επεξεργασίας και διανομής των προϊόντων τους. Επιπλέον λόγω περιορισμένου προσωπικού ή έλλειψης εμπειρίας , δεν είναι πάντα ικανοί να αναπτύξουν επιτυχημένες επιχειρηματικές σχέσεις με αγοραστές χονδρικής ή να αναπτύξουν μια αποτελεσματική στρατηγική μάρκετινγκ από μόνοι τους.

Υψηλό κόστος συναλλαγής

Συχνά οι αγοραστές χονδρικής το βρίσκουν ασύμφορο να αγοράζουν από πολλές διαφορετικές φάρμες απευθείας αλλά προτιμούν την αγορά από διανομείς για να μειώσουν το κόστος συναλλαγής.

Κατά συνέπεια οι αγροδιατροφικοί κόμβοι τροφίμων έχουν αναδειχθεί ως ένας αποτελεσματικός τρόπος υπερσκέλισης αυτών των εμποδίων στην αγορά.

Αυτό γιατί βοηθούν τους μικρούς και μεσαίους παραγωγούς να κλιμακώσουν την παραγωγή τους, να διαφοροποιηθούν και να αποκτήσουν είσοδο σε αγορές που δεν θα μπορούσαν από μόνοι τους αν δεν υπήρχε ο συνδυασμός παραγωγής , διανομής και μάρκετινγκ.

Από την πλευρά των χονδρεμπόρων, των διανομέων, λιανοπωλητών και αγοραστών τους δίνουν την δυνατότητα αγοράς σε μεγαλύτερο όγκο παραγωγής τοπικών προϊόντων ενώ ταυτόχρονα μειώνεται το κόστος προμήθειας εφόσον η αγορά γίνεται από ένα και μόνο σημείο ενώ αυξάνεται η εμπιστοσύνη για την αξιοπιστία των προμηθειών.

2.2 Μεταφορές

Με το γενικό όρο μεταφορά προϊόντων εννοούμε τη διαμετακόμιση τους από τους τόπους παραγωγής στα κέντρα επεξεργασίας και διάθεση τους.

Οι επιδιωκόμενοι σκοποί κατά τις μεταφορές των αγροτικών προϊόντων είναι:

1. Η μείωση του κόστους μεταφοράς των προϊόντων
2. Η μείωση του χρόνου μεταφοράς τους
3. Η αποφυγή της φθοράς
4. Η αποφυγή της ποιοτικής αλλοίωσης

Το ύψος του κόστους μεταφοράς των αγροτικών προϊόντων επηρεάζει:

1. Το ύψος της τιμής των αγροτικών προϊόντων
2. Τον τόπο παραγωγής και τον τόπο εγκατάστασης των γεωργικών βιομηχανιών
3. Τη μορφή πώλησης του προϊόντος

Ωφέλειες των φθηνών μεταφορών για τους παραγωγούς:

1. Αυξάνει την γεωργική τιμή
2. Αυξάνει το εισόδημα των αγροτών

Ωφέλειες των φθηνών μεταφορών για τους καταναλωτές:

1. Μείωση της λιανικής τιμής των προϊόντων
2. Αύξηση της αγοραστικής δύναμης με περισσότερο διαθέσιμο εισόδημα

Ωφέλειες για το κράτος:

1. Αύξηση της αγροτικής παραγωγής
2. Αύξηση της απασχόλησης
3. Αύξηση των εξαγωγών(Καμενίδης,2014).

2.3 Οι καλύτερες πρακτικές εφοδιαστικής για τα περιφερειακά συστήματα τροφίμων

Οι βέλτιστες πρακτικές που εξάγονται σχετικά με την εφοδιαστική για τα περιφερειακά συστήματα τροφίμων πραγματοποιήθηκε από τους (Mittal et al,2018) :

- Αποτελεσματική αξιοποίηση οχημάτων: η αύξηση των ποσοστών φόρτωσης οχημάτων μέσω βελτιστοποιημένης δρομολόγησης και προγραμματισμού και ενοποίησης των διαδρομών παράδοσης μπορεί να βοηθήσει έναν οργανισμό να αυξήσει την αποδοτικότητα εφοδιασμού και να μειώσει το κόστος μεταφοράς
- Επιλογή οχήματος: η επιλογή κατάλληλων τύπων και μεγεθών οχημάτων για την επίτευξη των στόχων της αλυσίδας εφοδιασμού είναι ζωτικής σημασίας για την αποδοτικότητα της μεταφοράς. Τα μεγάλα φορτηγά ψυγεία μπορούν να βελτιώσουν τη φρεσκάδα του προϊόντος και να διευκολύνουν μεγαλύτερες διαδρομές παράδοσης, αλλά τείνουν επίσης να έχουν χαμηλή απόδοση καυσίμου.
- Έγκαιρες και συχνές παραδόσεις: οι αγοραστές με φορτωμένο πρόγραμμα τείνουν να εκτιμούν τις έγκαιρες και συχνές παραδόσεις οι οποίες μειώνουν την ποσότητα του αποθέματος που μεταφέρουν αυξάνοντας παράλληλα την διαθεσιμότητα και τη φρεσκάδα του προϊόντος.
- Μεταφορά από τρίτους: η πρόσληψη υπηρεσιών τρίτων παρόχων logistics μπορεί να μειώσει το συνολικό κόστος μεταφοράς. Ωστόσο η εύρεση των κατάλληλων

παρόχων κλίμακας μπορεί να είναι δύσκολη για τα μικρής κλίμακας πλοία(Niemi and Pekkanen,2016) και για παραδόσεις κατ'οίκον μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου.

- Οριζόντια συνεργασία : οι οργανισμοί σε διαφορετικές αλυσίδες εφοδιασμού μπορούν να συνεργαστούν για να συγκεντρώσουν τις δραστηριότητες και τα περιουσιακά τους στοιχεία logistics (π.χ μέσω κοινών εγκαταστάσεων μεταφοράς και επεξεργασίας) για μεγαλύτερη αποδοτικότητα και μειωμένο κόστος εφοδιαστικής(Pomponi et al, 2015).
- Τοποθεσία εγκατάστασης:ο καθορισμός του βέλτιστου αριθμού και των θέσεων των αποθηκών είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματικότητα της εφοδιαστικής, με επιπτώσεις στη εργασία, τη μεταφορά, την απογραφή και το έμμεσο κόστος. Η εγγύτητα με τους προμηθευτές ή και τους πελάτες είναι ένα άλλο σημαντικό ζήτημα
- Διαχείριση αποθέματος: η εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης αποθεμάτων αποθήκης, η χρήση συστημάτων παρακολούθησης αποθεμάτων και η αντιστοίχιση της προμήθειας με τη ζήτηση μέσω της πρόβλεψης της ζήτησης μπορεί να μειώσει το κόστος εφοδιαστικής και να βελτιώσει τα επίπεδα υπηρεσιών.
- Βελτιωμένη αξιοπιστία προμηθευτών :η μείωση της αβεβαιότητας προσφοράς μπορεί να βοηθήσει τους οργανισμούς να αντιστοιχήσουν τη προσφορά και τη ζήτηση, αυξάνοντας έτσι την διαθεσιμότητα στο εξωτερικό και την ανταπόκριση στην αλυσίδα εφοδιασμού.

2.4 Η δομή των καναλιών διανομής αγροτικών προϊόντων(Μαλινδρέτος,2015):

1. Κεντρικές αγορές(κεντρική λαχαναγορά Ρέντη)
2. Υπαίθριες λαϊκές αγορές
3. Συνοικιακά μανάβικα
4. Υπεραγορές πώλησης
5. Απευθείας πώληση από τους παραγωγούς είτε μέσω πλανόδιου εμπορίου είτε με ηλεκτρονικές πωλήσεις

Μέσα μεταφοράς αγροτικών προϊόντων στην Ελλάδα και το εξωτερικό

Σύμφωνα με τον(Μαλινδρέτο,2015):

Κυρίαρχο μέσο μεταφοράς οπωρολαχανικών φρούτων και εσπεριδοειδών είναι σήμερα το φορτηγό.

Η μεταφορά των περισσότερων φρούτων με προέλευση από το νότιο ημισφαίριο και την Αφρική γίνεται με φορτηγά πλοία που καταλήγουν στην Ιταλία. Από εκεί μεταφορτώνονται στην Πάτρα όπου φορτώνονται σε φορτηγά και διακινούνται στην κεντρική λαχαναγορά του Ρέντη.

Στην Ελλάδα το σιδηροδρομικό δίκτυο είναι ανεπαρκές από άποψη δικτύωσης για μεταφορά αγροτικών προϊόντων.

Τα τελευταία χρόνια οι θαλάσσιες μεταφορές νωπών οπωροκηπευτικών έχουν αυξηθεί κυρίως λόγω της τεχνολογικής προόδου που επέτρεψε την ευελιξία στην κλίμακα θερμοκρασιών που απαιτούνται.

Οι συνδυαστικές μεταφορές περιλαμβάνουν τη χρήση τουλάχιστον δύο μεταφορικών μέσων με ολοκληρωμένο και προσχεδιασμένο τρόπο, για την επίτευξη της βελτιστοποίησης του μεταφορικού αποτελέσματος μέχρι τον τελικό προορισμό (Μαλινδρέτος, 2015).

Η επιλογή του κατάλληλου συνδυασμού μέσων επηρεάζεται από μια σειρά από παράγοντες, οι κυριότεροι από τους οποίους είναι (Gattorna and Gretchel, 2001):

1. Η φύση του μεταφερόμενου προϊόντος
2. Τα χαρακτηριστικά του μεταφερόμενου προϊόντος (διαστάσεις, σχήμα, εύθραυστο, εύφλεκτο, κτλ.)
3. Το επείγον της μεταφοράς
4. Το κόστος της μεταφοράς
5. Η γεωγραφική κατανομή της αγοράς που θα γίνει η μεταφορά, κτλ.

2.5 Η χρησιμότητα των κοινωνικών μέσων δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνική δικτύωσης αποτελούνται από διάφορες πλατφόρμες με γνώμονα να διευκολύνουν την επικοινωνία του χρήστη με ένα ευρύτερο κοινό ,την διάδοση πληροφοριών και τον διάλογο. Παρέχουν ένα περιβάλλον που είναι ευνοϊκό για αλληλοεπιδράσεις και δικτύωση που πραγματοποιούνται σε διαφορετικά επίπεδα(για παράδειγμα προσωπικό, επαγγελματικό, επιχειρηματικό, μάρκετινγκ, πολιτικό και κοινωνικό.(Karoor et al,Information Systems Frontiers 2018).

Οι πάροχοι των κοινωνικών μέσων δικτύωσης έχουν δημιουργήσει δυνατότητες για εταιρείες που δημιουργούν νέους επικοινωνιακούς τρόπους με πελάτες, άλλες επιχειρήσεις και προμηθευτές. Την ίδια στιγμή οι εταιρείες μπορούν να προσελκύσουν πελάτες ενθαρρύνοντας τους να γίνουν υποστηρικτές των σημάτων τους.(Thomas Airchner, Cyberpsychology, Behavior and Social Network 2020)

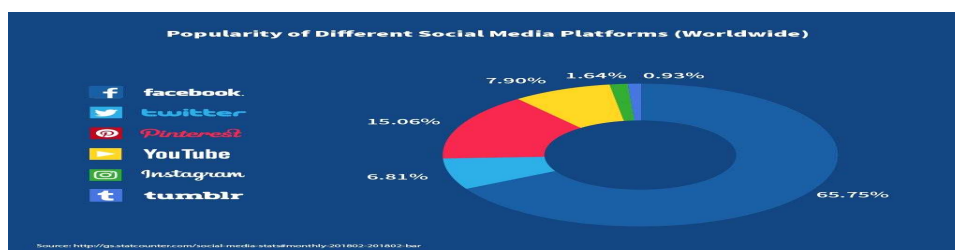
Με αυτόν τον τρόπο οι εταιρείες λαμβάνουν έγκαιρα τα ενδιαφέροντα των αγοραστών ώστε να επανατοποθετούνται έγκαιρα όταν χρειάζεται αποκωδικοποιώντας τις επιθυμίες των καταναλωτών σε χαρακτηριστικά προϊόντων ή υπηρεσιών.

Πόσο σημαντική όμως είναι από μια εταιρεία η χρησιμοποίηση των κοινωνικών μέσων ;

Ας δούμε σε σχήμα την δημοφιλία των κοινωνικών μέσων ανά τον κόσμο

Πηγή:gs.stat.counter.com,2018

Σχήμα : Η δημοφιλία των διαφορετικών μέσων δικτύωσης παγκοσμίως



Το πιο δημοφιλές μέσο κοινωνικής δικτύωσης όπως βλέπουμε είναι το facebook με συντριπτικό ποσοστό 65.75%.

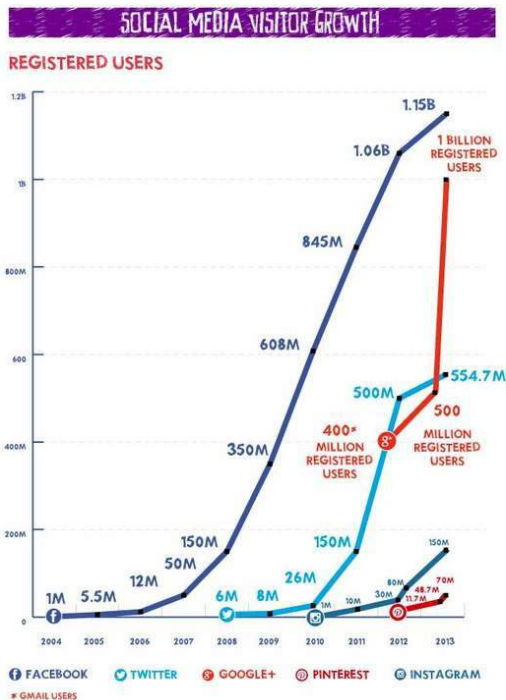
Ποια η διαφορά μεταξύ ψηφιακού, διαδικτυακού και ηλεκτρονικού μάρκετινγκ ;
 Η διαφορά των ορισμών έγκειται στο μέσο που χρησιμοποιείται.

2.6 Ορισμός ηλεκτρονικού μάρκετινγκ

Το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ αφορά επίτευξη των στόχων μάρκετινγκ μέσω της εφαρμογής ψηφιακών τεχνολογιών(Chaffey, 2009).

Η συμβολή του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ στις επιχειρήσεις:

- Εύκολη συλλογή των δημογραφικών στοιχείων που αφορούν το προφίλ του κάθε πελάτη, φτάνοντας γρήγορα και αποτελεσματικά την στιγμή που χρειάζεται στο πελάτη-στόχο της επιχείρησης.
- Ταχύτερος και λιγότερος δαπανηρός τρόπος για τη διεξαγωγή απευθείας ενέργειας μάρκετινγκ(για παράδειγμα μια εκστρατεία προώθησης ενός προϊόντος μέσω του ηλ.ταχυδρομείου, πραγματοποιείται πιο γρήγορα ,σε σχέση με την παραδοσιακή εκτύπωση και τα άμεσα έξοδα ταχυδρομείου).
- Οικονομικότερη επικοινωνία μέσω e-mail,online chat και συνομιλία μέσω video(skype), σε σχέση με τα υπεραστικά τηλεφωνήματα.(Cathrine Juon et.al.,2012).
- Τα αποτελέσματα είναι μετρήσιμα, που σημαίνει ότι οι επιτυχίες είναι αναγνωρίσιμες και μπορούν να επαναληφθούν.
- Παρακολούθηση των αποτελεσμάτων και χειρισμός σε πραγματικό χρόνο
- Λειτουργία 24 ώρες την ημέρα, δίνοντας την δυνατότητα στους δυνητικούς πελάτες ακόμα και κατά τη διάρκεια της νύχτας να ολοκληρώσουν τη διαδικασία αγοράς του προϊόντος που επιθυμούν



Πάνω από 60% των χρηστών δήλωσαν ότι είναι πιο πιθανό να αγοράσουν από μια εταιρεία που ακολουθούν Σε κάποιο social networking website, ενώ το 85% αυτών Δήλωσαν ότι τα κοινωνικά δίκτυα τους βοήθησαν να Επιλέξουν τι θα αγοράσουν.

Γράφημα 18-Επισκεψιμότητα κοινωνικών μέσων δικτύων
 Πηγή:<http://www.searchenginejournal> 2020

2.7 Ηλεκτρονικό εμπόριο κόμβου-πλεονεκτήματα

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με προϊόντα, πριν ή κατά τη διάρκεια συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου, επομένως βελτιώνει την ικανοποίηση μετά τη συναλλαγή.
- Βελτιώνει την πρόσβαση στην αγορά, ανεξάρτητα από την γεωγραφική θέση, τόσο των αγοραστών όσο και των προμηθευτών. Αυτό είναι θετικό αποτέλεσμα για την κοινωνία αλλά ταυτόχρονα δημιουργεί νέες προκλήσεις για τους παραγωγούς που πρέπει να αλλάξουν και να είναι περισσότερο ενεργοί προκειμένου να βρουν τα καλύτερα κανάλια πωλήσεων
- Αυξάνει τη διαφάνεια της αγοράς και των τιμών. Η σύνδεση επιτρέπει την πρόσβαση σε πληροφορίες προϊόντων και τιμών, την σύγκριση προϊόντων και ενισχύει τη διαφάνεια των τιμών, μειώνει την διαφορά τιμών που προκύπτουν από τη γεωγραφική τοποθεσία .
- Μειώνει το κόστος συναλλαγής. Το ηλεκτρονικό εμπόριο σε αντίθεση με το παραδοσιακό εμπόριο που τα γεωργικά προϊόντα παρεμποδίζονται από υψηλού κόστους συναλλαγές, χαμηλή αποδοτικότητα συναλλαγών, πάρα πολλοί σύνδεσμοι στη κυκλοφορία των προϊόντων, μειώνει τα μειονεκτήματα αυτά σημαντικά.
- Ελαχιστοποιεί την ανάγκη επανεισόδου παρόμοιων πληροφοριών για πολλαπλά μέρη που εμπλέκονται σε συναλλαγές, μειώνει τα σφάλματα και αυξάνει την αποτελεσματικότητα του εμπορίου.

2.8 Δημοπράτηση αγροτικών προϊόντων

Το δημοπρατήριο είναι ένας κοινό μέρος που συγκεντρώνονται πολλοί αγοραστές και πωλητές αγροτικών προϊόντων

Ρόλος τους είναι να μεσολαβούν διευκολύνοντας τις πωλήσεις των αγροτικών προϊόντων με την καθιέρωση διαδικασίας ανταγωνιστικής προσφοράς.

Οι παραγωγοί μπορούν να πωλήσουν τα προϊόντα τους θέτοντας την υψηλότερη τιμή έχοντας υπόψη τις τιμές και τις τάσεις παγκοσμίως.

Οι δημοπρασίες θεωρούνται ο πιο γρήγορος τρόπος για να πουληθούν μεγάλες παρτίδες προϊόντων κυρίως αγροτικών που είναι γρήγορα αναλώσιμα .

Οι πιο γνωστοί τύποι διαδικασιών δημοπράτησης:

- 1 Αγγλική δημοπρασία ή ανοιχτή δημοπρασία αύξουσας τιμής
- 2 Ολλανδικός πλειστηριασμός ή ανοιχτός πτωτικός πλειστηριασμός τιμών. Αυτή η μορφή δημοπρασίας, όπως και η προηγούμενη, γίνεται με ανοικτές προσφορές, γνωστές σε όλους τους συμμετέχοντες, μόνο που σε αυτή την περίπτωση ακολουθείται μια αντίστροφη διαδικασία. Ο δημοπράτης θέτει μια υψηλή τιμή και όσο περνάει η ώρα, η τιμή πέφτει. Η παραπάνω μορφή δημοπράτησης είναι γνωστή ως “Dutch tulip auction” και χρησιμοποιείται για προϊόντα που αλλοιώνονται εύκολα.
- 3 Σφραγισμένη δημοπρασία πρώτης τιμής

2.9 Τύποι αγροδιατροφικών κόμβων

Σύμφωνα με (Malindretos et al,2019) οι αγροδιατροφικοί κόμβοι αποτελούνται από ένα σύνολο παραγωγών που συγκεντρώνουν, διαχειρίζονται, διανέμουν και προωθούν τα προϊόντα τους.

Ενώ υπάρχουν πολλοί περιφερειακοί κόμβοι τροφίμων οι οποίοι είναι τοπικοί διανομείς ωστόσο είναι κάτι πολύ περισσότερο από αυτό.

Οι αγροδιατροφικοί κόμβοι είναι παραδείγματα καινοτομίας βασισμένης στην αλυσίδα αξίας που προσπαθεί να επιτευχθεί στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντικά διάσταση της κοινότητας.

Αυτό κατορθώνεται με το να προσφέρονται μια σειρά υπηρεσιών στους παραγωγούς, αγοραστές και την ευρύτερη κοινότητα.

Ο πρωταρχικός σκοπός είναι να προβάλλουν νέες αγορές στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις τοπικών παραγωγών. Οι κόμβοι συχνά παρέχουν ή βρίσκουν συνεργάτες για να παρέχουν τεχνική βοήθεια στους παραγωγούς στη παραγωγή, στο προγραμματισμό, στη παράταση της εποχής ,σε βιώσιμες πρακτικές παραγωγής , στην ασφάλεια τροφίμων , στον χειρισμό μετά τη συγκομιδή σε όλα όσα δηλαδή χρειάζονται για να αυξηθεί η συνέπεια του παραγωγού στις απαιτήσεις των αγοραστών σχετικά με την ποιότητα, τον όγκο , τη συσκευασία και την ασφάλεια τροφίμων.

Σημαντική είναι ο ρόλος των κόμβων στην συνεργασία ανάπτυξης στρατηγικής διαφοροποίησης των προϊόντων μέσω της διατήρησης της τοπικής ταυτότητας , του ομαδικού μαρκαρίσματος και βιώσιμων πρακτικών παραγωγής(ανάλογα με την χωρητικότητα του κόμβου).

Οι κόμβοι προσπαθούν να αναζωπυρώσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών κάνοντας τους γνωστά τα οφέλη από την αγορά τοπικών προϊόντων, οργανώνοντας εκπαιδευτικές εκδρομές σε φάρμες και άλλες δραστηριότητες όπως μαγειρική και ελέγχους υγείας.

Όλοι οι αγροδιατροφικοί κόμβοι μοιράζονται τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

Υπηρεσίες παραγωγών

- Ενεργή σύνδεση παραγωγών και αγοραστών
- Μεταφορά, παραλαβή στο αγρόκτημα
- Εκπαίδευση στην παραγωγή και στη μεταχείριση του προϊόντος
- Καθοδήγηση στις υπηρεσίες διοίκησης επιχειρήσεων
- Ανάπτυξη προϊόντος με προστιθέμενη αξία
- Ασφάλεια των τροφίμων και εκπαίδευση σε καλές γεωργικές πρακτικές.
- Ασφάλιση αστικής ευθύνης

Λειτουργικές υπηρεσίες

- Διανομή
- Συγκέντρωση
- Μεσιτεία
- Branding και προβολή
- Συσκευασία
- Επεξεργασία

- Αποθήκευση προϊόντων

Κοινότητα/περιβαλλοντικές υπηρεσίες

- Αύξηση κοινοτικής συνείδησης για οφέλη της αγοράς τοπικών προϊόντων
- Διανομή τροφίμων σε κοντινές περιοχές
- Ευκαιρίες εργασίας για τη νεολαία και το σύνολο της κοινότητας
- Προβολή για την προώθηση της υγείας και άλλες εκδηλώσεις όπως μαγειρική
- Μεταφορά στους καταναλωτές
- Προγράμματα ανακύκλωσης

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις σχετικά με την έννοια και τους στόχους ενός αγροδιατροφικού κέντρου.

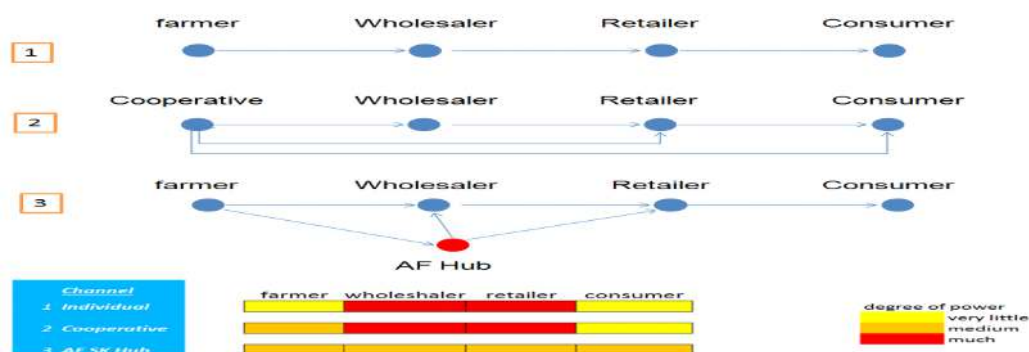
(Cleveland et al,2020) υποστηρίζει ότι είναι δυνατό να γίνει διάκριση μεταξύ των οργανωτικών και ιδεαλιστικών προσεγγίσεων.

Η πρώτη προσέγγιση καθορίζει ως πρωταρχικό στόχο την μείωση των εξωτερικοτήτων με το να ικανοποιείται η ζήτηση των καταναλωτών για τοπικά προϊόντα από τις δομές του κόμβου ενώ η τελευταία τονίζει την ιεράρχηση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών στόχων. Η διττή φύση των αγροδιατροφικών κόμβων αποτελείται από το άμεσο μάρκετινγκ και τα συστήματα διανομής σε μεγάλη κλίμακα που αποτελεί και το μεγάλο του πλεονέκτημα,

Ο (Horst et al,2020) επιχειρεί δυο διαφορετικές προσεγγίσεις. Η πρώτη αφορά τη συλλογή προϊόντων από τοπικές επιχειρήσεις παραγωγών μικρού και μεσαίου μεγέθους τα οποία παρέχονται σε τοπικό επίπεδο σε αγοραστές χονδρικής. Η δεύτερη θεωρεί λόγω της εύκολης πρόσβασης ότι δημιουργούνται ευκαιρίες τόσο για την βιωσιμότητα των μικρών παραγωγών όσο και για τους καταναλωτές με χαμηλά εισοδήματα και κύριο σκοπό ένα πιο δίκαιο σύστημα.

Σύμφωνα με τους Baraham et al. & Morely et al. οι ορισμοί των αγροδιατροφικών κόμβων μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δυο ξεχωριστές προσεγγίσεις ανάλογα με τους στόχους τους.

- Σε αυτούς που ορίζουν τους κόμβους με κανόνες αποτελεσματικότητας της αγοράς με άνοιγμα νέων πιο οικονομικά βιώσιμων καναλιών για τους μικρότερους αγρότες.
- Και στους πιο εκτεταμένους ορισμούς που ενσωματώνουν τους αγροδιατροφικούς κόμβους σε οράματα που στοχεύουν στην δημιουργία ενός βιώσιμου συστήματος τροφίμων συμπεριλαμβανομένης της κοινοτικής ανάπτυξης.



Πηγή: Μαλινδρέτος(2019)
Εικόνα 2

Παραθέτουμε τις δυο βασικές προσεγγίσεις που συναντάμε στην βιβλιογραφία για τους αγροδιατροφικούς κόμβους

Στην προσέγγιση που βασίζεται στην αξία οι κόμβοι θεωρούνται καινοτόμες επιχειρηματικές πλατφόρμες που συμβάλλουν στην αύξηση της τοπικής παραγωγής τροφίμων μέσω του συντονισμού και της ενοποίησης των μικρών και μεσαίων παραγωγών προκειμένου να επιτευχθεί καλύτερη πρόσβαση στην αγορά.

Η δεύτερη γενική προσέγγιση αφορά κυρίως κοινωνικά κριτήρια που σχετίζονται σε κοινότητες βιώσιμες με υγιή τρόφιμα.

Ο (Fisher et al.,2019) διεξήγαγε μια έρευνα σχετικά με τις επιδόσεις και τις ιστορίες επιτυχίας των αγροδιατροφικών κέντρων στις Ηνωμένες πολιτείες. Μεταξύ αυτών των αποτελεσμάτων αναφέρθηκε ότι οι αγροδιατροφικοί κόμβοι διευκολύνουν την προμήθεια τροφίμων που παράγονται τοπικά αυξάνοντας την πρόσβαση σε κοινοτικά τρόφιμα οχυρώνοντας την επισιτιστική και διατροφική ασφάλεια των ντόπιων. Επιπλέον δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας επηρεάζοντας θετικά την οικονομική και κοινωνική βιωσιμότητα της κοινότητας.

Ο (Κασσελούρης ,2016) ορίζει τα food hubs ως «επιχείρηση ή έναν οργανισμό ο οποίος διαχειρίζεται ενεργά τη συγκέντρωση , τη διανομή και την προώθηση των πιστοποιημένων προϊόντων των παραγωγών της περιοχής με σκοπό την ικανοποίηση της ζήτησης του κλάδου εστίασης και μεμονωμένων καταναλωτών μέσω λιανεμπορίου και χονδρεμπορίου».

Η ομάδα συντονισμού και διαχείρισης ενός τέτοιου κόμβου αποτελεί το κέντρο επιχειρήσεων το οποίο είναι υπεύθυνο για την ταύτιση της προσφοράς και της ζήτησης και να αποφεύγονται με τον κατάλληλο προγραμματισμό τα ελλείμματα ή τα αποθέματα καθώς τα αγροτικά προϊόντα δεν έχουν μεγάλο κύκλο ζωής.

Υπογραμμίζει την ανάγκη για κατανάλωση τοπικών προϊόντων ως ένα από τους βασικότερους παράγοντες για τη δημιουργία ενός τέτοιου κόμβου διάθεσης τους. Υπερσκελίζεται το πρόβλημα με τη πρόβλεψη των ποσοτήτων καθώς οι παραγωγοί ως μέλη του κόμβου βρίσκονται σε άμεση συνεννόηση με τη συντονιστική ομάδα.

Μια από τις σταθερές αξίες που παγιώνονται είναι η δίκαιη και ίση αντιμετώπιση μεταξύ των παραγωγών ώστε η ανταμοιβές να καλύπτουν την πλειονότητα και όχι μεμονωμένους παραγωγούς.

Οι μικροί και μεσαίοι παραγωγοί μπορούν να επιτύχουν μεγαλύτερη τιμή για τα προϊόντα τους με μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη και να βγουν από την εσωστρέφεια με νέα συλλογικά εγχειρήματα.

Το μεταφορικό κόστος πέφτει δραματικά μέσω της συγκέντρωσης των φορτίων και ο αγοραστής επωφελείται κι αυτός με τη σειρά του με πιο χαμηλές τιμές.

Εδώ να πούμε ότι στην Ελλάδα οι μεταφορές αγροτικών προϊόντων γίνονται κυρίως με φορτηγά καθώς το κόστος με το αεροπλάνο ανεβαίνει και δεύτερο σε προτίμηση το τρένο.

Σύμφωνα με το επιχειρηματικό μοντέλο που εφαρμόζεται τα αγροδιατροφικά κέντρα μπορούν να διακριθούν ως εξής (Κασσελούρης ,2016):

1. Agro hubs μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα: μέσα από τη δομή και λειτουργία ενός τέτοιου κέντρου στόχος είναι η προώθηση ευρέως γνωστών τοπικών προϊόντων προκειμένου οι μικροί και μεσαίοι παραγωγοί να κατεβάσουν το κόστος μεταφοράς και να καλύψουν τις λειτουργικές τους ανάγκες.

2. Agro hubs κερδοσκοπικού χαρακτήρα : επιχειρήσεις ή οργανισμοί που συμπράττουν με τους παραγωγούς ενώ υπάρχει μεγαλύτερο κόστος παραγωγής καθώς οι υποδομές να μεν είναι μεγαλύτερες και ποιοτικότερες αλλά έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα.
3. Agro hubs μοντέλο λιανικής πώλησης : στο συγκεκριμένο μοντέλο τα καταστήματα τροφίμων με μεγάλες υποδομές και εγκαταστάσεις προμηθεύουν απευθείας τους πελάτες με τοπικά προϊόντα.
4. Εικονικά agro hubs : λειτουργούν ηλεκτρονικά χωρίς να έρχονται σε φυσική επαφή με τους καταναλωτές αλλά ταυτόχρονα τα προϊόντα τους φτάνουν χωρίς την ύπαρξη ενδιάμεσων μεσαζόντων.

Εάν τώρα τα διακρίνουμε σύμφωνα με τις αγορές που εξυπηρετούν έχουμε ως εξής (Κασελούρης,2016):

1. farm to consumer εμπορευματική ροή ξεκινά από τους κόμβους ενώ έχει προηγηθεί από την συντονιστική ομάδα η συγκέντρωση, διαχείριση, προώθηση και διανομή στον απλό καταναλωτή.
2. farm to business/model : η εμπορευματική ροή ξεκινά από τους κόμβους και καταλήγει απευθείας σε ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφετέριες, μανάβικα, εταιρίες κ.α.
3. Hybrid model : στο μοντέλο αυτό συνδυάζονται οι δυο παραπάνω τύποι.

2.10Agro-parks

Τα αγροδιατροφικά πάρκα ορίζονται ως χωροσυγκεντρωτικά αγροδιατροφικά συστήματα στα οποία αρκετοί πρωτογενείς παραγωγοί και προμηθευτές ,μεταποιητές ή και διανομείς συνεργάζονται για την επίτευξη βιώσιμης παραγωγής υψηλής ποιότητας αγροτικών προϊόντων.

Τα αγρο-πάρκα είναι ομάδες πολλών επιχειρήσεων από διαφορετικούς τομείς, οπου κάθε ενδιαφερόμενο μέρος αναζητά τόσο το ατομικό όφελος όσο και το συλλογικό μέσω της βελτιωμένης περιβαλλοντικής απόδοσης και τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τη συνέργεια.

Τα αγρο-πάρκα συνδέουν διάφορες δραστηριότητες εκτός των τροφίμων όπως η ενέργεια, η διαχείριση υδάτων και αποβλήτων ,εφοδιαστική, μεταφορά και χωροταξία.



Πηγή : azertak.az.com,2018
Εικόνα 3

Οι ολοκληρωμένες αλυσίδες παραγωγής στα αγροπρογράμματα επιτρέπουν το κλείσιμο κύκλων ροής των υλικών δημιουργώντας μια πιο βιώσιμη παραγωγή(InnovatieNetwerk,2010).

Η συμμετοχή μεγάλου αριθμού ενδιαφερομένων μερών σε ένα καινοτόμο σύστημα απαιτεί χρόνο, ανθρώπινο δυναμικό και οικονομικούς πόρους. Επιπλέον τα αντικρουόμενα συμφέροντα των ενδιαφερομένων μπορεί να οδηγήσουν σε καθυστέρηση ή ακόμη και αποτυχία των καινοτόμων έργων του συστήματος(Freeman et al.2007). Για τον σχεδιασμό ενός καινοτόμου συστήματος με μια ποικιλία ενδιαφερομένων μερών απαιτείται η κατανόηση των ενδιαφερόντων τους και η επιρροή τους στην καινοτομία(Cooper,2008).

Συγκεκριμένα οι βασικοί ενδιαφερόμενοι είναι:

- Εκκινητές,σχεδιαστές και προγραμματιστές έργων
- Οργανισμοί του δημόσιου τομέα
- Εταιρείες μέλη
- Κοινότητες
- Περιβαλλοντικοί οργανισμοί και
- Πολιτικά κόμματα

Αυτά τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν σημαντικό αντίκτυπο στα επιτεύγματα των στόχων του έργου είτε θετικά είτε αρνητικά.

2.11 Ο ρόλος των αγροδιατροφικών κέντρων στον καιρό της πανδημίας.

Εκτός από τον αρνητικό αντίκτυπο της πανδημίας στην υγεία και στην κοινωνία λόγω της αποστασιοποίησης σημαντικό ήταν το πλήγμα στην παγκόσμια οικονομία.

Τα δίκτυα γεωργικών τροφίμων αποδείχθηκαν εύθραυστα όσο αφορά τα συμβατικά δίκτυα λόγω της εμπιστοσύνης τους με το παγκόσμιο εμπόριο(Stokel-Walker ,2020).

Στην αρχή του ‘κλειδώματος’οι καταναλωτές σαρώνουν τα σουπερ μαρκετ για ζυμαρικά, αλεύρι και κονσερβοποιημένα τρόφιμα. Παρόλο που η προμήθεια τροφίμων δεν ήταν σε αρχή σε κίνδυνο επισημάνθηκαν ορισμένες μη βιώσιμες πτυχές των συμβατικών συστημάτων τροφίμων.

Ο ρόλος των αγροδιατροφικών κόμβων σε αυτή την κρίση δείχνει βιωσιμότητα και ανθεκτικότητα , με διάφορους παράγοντες να συμβάλλουν στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μετρίασης της απειλής στις προμήθειες.

Πρώτα τονίστηκε η σταθερή αλυσίδα εφοδιασμού των κόμβων με όλα και περισσότερα καταστήματα λιανικής να θέλουν να αγοράσουν τα προϊόντα τους απευθείας από τους κόμβους ή απευθείας από τους παραγωγούς των κόμβων.

Ωστόσο οι αγροδιατροφικοί κόμβοι που είχαν καταφέρει να δημιουργήσουν δεσμούς εμπιστοσύνης και καλής συνεργασίας με τους παραγωγούς δεν διαταράχθηκε η λειτουργία τους από αποχωρήσεις.

Κατά δεύτερον λόγω της μικρής αλυσίδας εφοδιασμού το food hub εξαρτάται από λίγους εμπλεκόμενους και το μόνο που θα μπορούσε να βλάψει σοβαρά την επιχείρηση είναι το κλείσιμο των συνόρων για μεταφορές φορτίου.

Αυτή είναι μια έντονη αντίθεση σε σχέση με τα συμβατικά αγροδιατροφικά δίκτυα όπου καλλιέργειες και άλλα προϊόντα χάθηκαν λόγω της χαμηλότερης ζήτησης και της κακής διαχείρισης των αλυσίδων εφοδιασμού(BBC,2020).

Εξαιτίας της στενής σχέσης μεταξύ πωλητή και αγοραστή σε έναν αγροδιατροφικό κόμβο οι αναντιστοιχίες μεταξύ προσφοράς και ζήτησης μπορούν να είναι πιο εύκολα διαχειρίσιμες.

Για παράδειγμα κατά τη διάρκεια των πρώτων ημερών κλειδώματος στον κόμβο Λουβέν του Βελγίου οι πωλήσεις ήταν 30-50% δηλαδή σε ένα κερδοφόρο επίπεδο.

Αυτό μπορεί εν μέρει να αποδίδεται σε άτομα που αγοράζουν περισσότερα λαχανικά και φρούτα λόγω της ανάγκης όλα τα γεύματα να καταναλώνονται στο σπίτι.

Επιπλέον λόγω της καλής φήμης των βιολογικών προϊόντων σε σχέση με την καλή υγεία οι άνθρωποι άρχισαν να καταναλώνουν περισσότερα βιολογικά προϊόντα(BBC,2020).

Δεδομένου επίσης ότι απαγορεύτηκαν τα μη απαραίτητα ταξίδια οι άνθρωποι αναζητούσαν τρόφιμα πιο κοντά στο σπίτι τους χωρίς να χρειάζεται αυτοκίνητο.

Μέσω αυτής της ευκαιρίας πραγματοποιήθηκε μια επανασύνδεση μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών και κατά συνέπεια με το τι τρώνε. Αυτή η επανασύνδεση είναι αποτέλεσμα αλληλεπιδράσεων, διαφάνειας και ιχνηλασιμότητας που μπορεί να παρέχει ένας κόμβος τόσο από την ιστοσελίδα του όσο και στις ίδιες του τις εγκαταστάσεις.

Η βιώσιμη αυτή εναλλακτική λύση αν και βραχυπρόθεσμη πρέπει να είναι μια λύση που αργότερα θα συγκεντρώνει και προμηθευτές από άλλες αγορές προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστική.

2.12 Οι λειτουργίες ενός αγροδιατροφικού κόμβου

Για οποιοδήποτε μέγεθος και κλίμακα ενός κόμβου προκύπτουν προβληματισμοί για συγκεκριμένες λειτουργίες του.

Πρέπει να διερευνηθούν οι διάφορες κατηγορίες γενικών λειτουργιών όπως(Barham,2018):

- Η τοποθεσία
- Η υποδομή
- Ο εξοπλισμός
- Η εφοδιαστική και μεταφορά
- Το ανθρώπινο δυναμικό
- Επιχειρησιακό λογισμικό
- Η προμήθεια
- Το προϊόν
- Συγκέντρωση και συσκευασία

Τοποθεσία

Για να διευκολυνθεί η συνάντηση των παραγωγών-μελών του κόμβου καθώς και για να εξυπηρετηθεί αποτελεσματικότερα η παράδοση στους πελάτες ο κόμβος θα πρέπει να βρίσκεται ιδανικά κεντρικά στην περιοχή που σκοπεύει να εξυπηρετήσει.

Κατά τον προσδιορισμό της θέσης πρέπει να αξιολογηθούν οι υποδομές της περιοχής όπως κεντρικοί δρόμοι, οργανισμοί και θεσμοί. Αυτό θα βοηθήσει ώστε να προσδιοριστεί κατά πόσο θα είναι εύκολη η μεταφορά των προϊόντων εντός και εκτός των εγκαταστάσεων καθώς και την ευκολία πρόσβασης των πελατών στην επιχείρηση.

Η υποδομή

Η τυπική ροή εργασίας ενός αγροδιατροφικού κόμβου ξεκινά με την άφιξη του προϊόντος στην εγκατάσταση. Ανάλογα με τις υλικοτεχνικές ρυθμίσεις του κόμβου η αποθήκευση μπορεί να περιοριστεί στο ελάχιστο.

Οι παραγωγοί μπορούν να αφήσουν το προϊόν τους το ίδιο πρωί ή μια μέρα πριν από την παράδοση στον πελάτη. Είναι επίσης δυνατόν για τους μικρότερους παραγωγούς να συγκεντρώσουν τις παραδόσεις τους μαζί με άλλους παραγωγούς της περιοχής για την ενοποίηση της παράδοσης. Αυτό μειώνει το κόστος για τους παραγωγούς και επιτρέπει στον κόμβο να αντιμετωπίζει λιγότερες συνολικές παραδόσεις.

Μια πρότυπη εγκατάσταση είναι μια αποθήκη περίπου 3000-10000 τετραγωνικά μέτρα χώρο κατάλληλο πολλαπλών κλιματικών ζωνών, ψυγεία, ξηρό χώρο αποθήκευσης και χώρος γραφείου(Barham,2018).

Ο γενικός χώρος συνήθως χρησιμοποιείται για τη διαχείριση της παραλαβής, φόρτωσης, εκφόρτωσης, επανασυσκευασία και διανομής των φρέσκων προϊόντων.

Χρησιμοποιείται χώρος στεγνής αποθήκευσης για την αποθήκευση υλικών όπως κουτιά, καθαριστικά και είδη γενικής χρήσης. Ψυχρός και κατεψυγμένος χώρος μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για βραχυπρόθεσμη και για μακροπρόθεσμη αποθήκευση. Αυτός ο χώρος μπορεί να υποδιαιρείται σε διαμερίσματα για προϊόντα που απαιτούν συγκεκριμένη θερμοκρασία και συνθήκες υγρασίας.

Ο χώρος γραφείου θα πρέπει να είναι διαθέσιμος για διοικητικές λειτουργίες καθώς και για άλλες ανάγκες που σχετίζονται με το προσωπικό και τους υπαλλήλους όπως τουαλέτες και αίθουσες διαλειμμάτων.

Στην ιδανική περίπτωση, το κτίριο θα πρέπει να περιλαμβάνει πλακόστρωτους χώρους για λήψη και ψύξη, εξωτερική αποθήκη, παρκινγκ για αυτοκίνητα και φορτηγά, ράμπες και καλυμμένο χώρο αποβάθρας. Ο χώρος στάθμευσης για το προσωπικό πρέπει να είναι επαρκής, ενώ ταυτόχρονα να επιτρέπεται εύκολη είσοδος και έξοδος μεγάλων φορτηγών παράδοσης.

Οι απαιτήσεις για τον χώρο αποθήκευσης μπορεί να περιλαμβάνουν εκτιμήσεις για την ασφάλεια των τροφίμων και για τον διαχωρισμό των χώρων αποθήκευσης.

Η εγκατάσταση πρέπει να επιλέγεται με γνώμονα τον μετριασμό των κινδύνων μόλυνσης.

Σημαντικό είναι επίσης να πληροί συγκεκριμένες απαιτήσεις για τη βέλτιστη αποθήκευση νωπών προϊόντων.

Η ποσότητα αποθήκευσης που απαιτείται στον κόμβο θα εξαρτηθεί από τις εφοδιαστικές συμβάσεις που έχει το κέντρο με τους παραγωγούς και τους προμηθευτές. Με 'μια παράδοση' 'ακριβώς στην ώρα' σημαίνει ότι ο κόμβος ακολουθώντας το μοντέλο αυτό δεν χρειάζεται μεγάλη ποσότητα αποθηκευτικού χώρου.

Απαιτούμενος χώρος αποθέματος για την κάλυψη μελλοντικής ανάπτυξης του διαχειρίσιμου όγκου καθώς και για τις υπηρεσίες παραγωγών.

Εξοπλισμός

- Είδη καθαρισμού
- Ψυγείο
- Κουτιά

- Ράφια
- Παλέτες
- Καρότσι
- Δείκτης θερμοκρασίας/υγρασίας
- Σκάλα
- Μεταφορέα κιβωτιών και παλετών
- Τραπέζια
- Μάνικες νερού κ.α
- Πυροσβεστήρες
- Πινακίδες εξόδου
- Ανιχνευτές καπνού
- Ανιχνευτές διοξειδίου του άνθρακα
- Ντους έκτακτης ανάγκης κ.α
- Γραφείο
- Αρχαιοθήκη
- Τηλέφωνο
- Μηχανή για πιστωτικές κάρτες
- Υπολογιστής
- Σαρωτής/εκτυπωτής/φαξ
- Μονάδα κλιματισμού κ.α
- Τσάντες
- Εμπορευματοκιβώτια αποθήκευσης
- Συμπιεστής
- Ταμειακή μηχανή
- Βιομηχανικά ράφια
- Πτυσσόμενα τραπέζια
- Λογισμικά όπως:
- Local orbit
- Delivery biz pro
- Produce pro
- Ms dynamics
- Foodconnex

Μεταφορές και φορτηγά

Η επιλογή μεταξύ της μίσθωσης ή της αγοράς ενός φορτηγού μπορεί να επηρεάσει τις αρχικές και μελλοντικές δαπάνες. Ορισμένοι κόμβοι επιδιώκουν να μετριάσουν το αρχικό κόστος απόκτησης και συντήρησης του φορτηγού καταφεύγοντας στη μίσθωση (Barham, 2018).

Οι επισκευές και η συντήρηση καλύπτεται από την χρηματοδοτική πίστωση και ο χρήστης δεν είναι οικονομικά υπεύθυνος. Σε περίπτωση βλάβης ενός μισθωμένου φορτηγού το πρακτορείο θα το αντικαθιστά με άλλο.

Το αρχικό κόστος ενοικίασης είναι συνήθως ελάχιστο σε σύγκριση με την αγορά.

Το leasing παρέχει επίσης τη δυνατότητα προσαρμογής μεταφοράς εξοπλισμού που χρησιμοποιείται από ένα κόμβο σύμφωνα με τις εποχιακές του ανάγκες.

Ο αριθμός των φορτηγών που χρειάζονται μπορεί να μην είναι ίδιος κατά τη διάρκεια περιόδων αιχμής ή κατά τις βραδύτερες περιόδους. Η μίσθωση επιπλέον φορτηγών μπορεί να βοηθήσει στην αποτελεσματικότητα και στην οικονομία του κόμβου.

Ωστόσο οι κόμβοι μπορούν να αγοράσουν τα δικά τους οχήματα χωρίς να χρειάζονται πληρωμές σε μισθώσεις αλλά αυτό πάντα έχει να κάνει και με τα κόστη της μίσθωσης αν είναι χαμηλά ή υψηλά και αν η απόσβεση γίνεται πιο γρήγορα αν αγοραστεί το φορτηγό.



Πηγή Bertini,2015
Εικόνα 4

Ανθρώπινοι πόροι

Συνήθως οι μεγαλύτεροι κόμβοι τροφίμων τείνουν να προσλαμβάνουν περισσότερους εργαζόμενους πλήρους απασχόλησης.

Αντίστοιχα στους μικρότερους κόμβους πιο διαδεδομένη απασχόληση είναι η εθελοντική. Και ενώ το κόστος εργασίας μπορεί να κρατηθεί χαμηλά από την άλλη μπορεί να υπάρξουν προβλήματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα και τη συνέπεια.

Οι περιγραφές των τίτλων των εργαζομένων είναι γενικές και προορίζονται ως οδηγός. Στην πράξη είναι κοινό πολλές θέσεις να εκπληρώνονται από έναν μόνο υπάλληλο πλήρους απασχόλησης ή τα καθήκοντα μιας θέσης να επικαλύπτονται με μια άλλη.

Η ηγεσία του κόμβου τροφίμων πρέπει να εξετάσει τις επιλογές της και να επιλέξει ένα σχέδιο προσωπικού που ταιριάζει καλύτερα στις λειτουργίες του.

Εκτός από το προσωπικό που μπορεί να ασχολείται άμεσα από τον κόμβο υπάρχουν ρόλοι που μπορούν να καλυφθούν μέσω εξωτερικής ανάθεσης ή σύναψης συμβάσεων όπως λογιστή, νομικού, διαχειριστής πληροφοριακού συστήματος κ.α.

Μάρκετινγκ

Μια αγορά χονδρικής περιλαμβάνει συνήθως μεγαλύτερους αγοραστές όπως:

- Ξενοδοχεία
- Εστιατόρια
- Ιδρύματα
- Νοσοκομεία
- Σχολεία

- Στρατιωτικές βάσεις
- Τοπικές ή περιφερειακές αλυσίδες τροφίμων

Από την άλλη ένας κόμβος που εστιάζει το μάρκετινγκ στους καταναλωτές θα έχει είτε μια πραγματική τοποθεσία όπου οι πελάτες θα μπορούν να ψωνίζουν είτε με τη χρήση ηλεκτρονικών παραγγελιών και τοποθεσιών παραλαβής.

Πρώτωση μέσω:

- Ευαισθησία τιμής που μπορεί να πηγάζει από παράγοντες όπως η γεύση και η διατροφή ή και διατήρησης ανοιχτών χώρων εκπαίδευσης
- Επώνυμα προϊόντα (Π.Ο.Π),(premium)
- Ιστοσελίδα και κοινωνικά μέσα δικτύωσης
- Μάρκετινγκ ανάπτυξης σχέσεων σταθερότητας και εμπιστοσύνης

Παραγωγοί και προμηθευτές

Η επιτυχία ενός κόμβου τροφίμων συχνά εξαρτάται από την ικανότητα να αναπτύσσει σχέσεις που αντέχουν με τους παραγωγούς και να προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας. Η δέσμευση των παραγωγών όσο αυξάνεται τόσο πιο ισχυρό κάνει έναν κόμβο ιδίως όταν συνοδεύεται με όσους περισσότερους παραγωγούς ώστε να υπάρχουν μεγαλύτερες επιλογές(Barham,2018).

Αποτελεί βασική απόφαση τότε κάθε φορά να εισέρχονται νέα μέλη παραγωγών , πόσο θα πληρώνονται για τα προϊόντα τους και το πρόγραμμα των πληρωμών που θα ακολουθηθεί.

Ορισμένοι κόμβοι επιτρέπουν στους παραγωγούς να καθορίσουν τη δική τους τιμή και στη συνέχεια να προσθέσουν ένα περιθώριο επαρκές για την κάλυψη των λειτουργιών του κόμβου.

Άλλοι πάλι αγοράζουν τα προϊόντα από τους παραγωγούς και αναλαμβάνουν όλους του κινδύνους αποθήκευσης και πωλήσεων.

Και μια άλλη κατηγορία που ακολουθεί μια εταιρική σχέση στην οποία συμφωνείται ένα συγκεκριμένο ποσοστό να επιστραφεί στους παραγωγούς ως πληρωμή για το προϊόν τους.

Ένας κόμβος μπορεί να προσφέρει περισσότερα από έναν τύπο προϊόντων ανάλογα με τις απαιτήσεις των πελατών. Άλλο ένα χαρακτηριστικό που τους διαφοροποιεί από άλλους διανομείς είναι η εστίαση στη παροχή υπηρεσιών στους παραγωγούς και στην κοινότητα.

Συσκευασία και σήμανση

Γενικά τα κουτιά και οι συσκευασίες θα πρέπει να είναι κατάλληλες για το χειρισμό και την αποθήκευση κάθε τύπου προϊόντος.

Συνήθως αυτό περιλαμβάνει κουτιά από χαρτόνι για λαχανικά ή πιο άκαμπτα πλαστικά δοχεία για εύθραυστα φρούτα.

Οι περισσότεροι κόμβοι τροφίμων απαιτούν το προϊόν τους να παραδίδεται από τους παραγωγούς έτοιμο προς πώληση.

Οι ετικέτες που επικολλούνται πάνω στα προϊόντα και στα μέσα μοναδοποίησής τους περιέχουν πληροφορίες που αφορούν: την ταυτότητά του (περιγραφή προϊόντος, κωδικός προϊόντος, παρτίδα παραγωγής, ημερομηνία παραγωγής, κτλ.), τον προμηθευτή, τις

μονάδες διακίνησης (τα τεμάχια ανά συσκευασία, κτλ.), την παραγγελία του πελάτη (αριθμός παραγγελίας) κτλ(Μαλινδρέτος,2015).

Όλα πρέπει να συμμορφώνονται με τις κανονιστικές απαιτήσεις.

Οι ετικέτες για συσκευασίες χονδρικής μπορεί να μην είναι τόσο λεπτομερής όσο οι ετικέτες λιανικής.

Οι κόμβοι τροφίμων συχνά συνεργάζονται με τους παραγωγούς για να παρέχουν πρόσβαση σε βασικό εξοπλισμό πλυσίματος και συσκευασίας λόγω της οικονομικής διευκόλυνσης στους πολύ μικρούς παραγωγούς.

Πιστοποιήσεις ασφαλείας

Δεδομένου του ενδιαφέροντος για την ασφάλεια των τροφίμων και την αύξηση των δραστηριοτήτων πιστοποίησης και ελέγχου όπως (πιστοποίηση ορθών γεωργικών πρακτικών) , οι κόμβοι τροφίμων παρέχουν μια πιθανή οδό για τις ομαδικές πιστοποιήσεις.

Σε αυτή την περίπτωση ο κόμβος χρησιμεύει ως αποθετήριο για συμφωνημένα πρωτόκολλα ασφαλείας τροφίμων που ακολουθούνται από όλους τους παραγωγούς μέλη του κόμβου.

Η πιστοποίηση και ο έλεγχος πραγματοποιούνται σε εταιρική μορφή και όχι σε ατομική μορφή μειώνοντας τα συχνά απαγορευτικά έξοδα ελέγχου και πιστοποίησης.

ΜΕΡΟΣ Γ΄

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ.

**ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΚΟΜΒΩΝ-
ΔΙΑΠΣΤΩΣΕΙΣ**

3.1 Εισαγωγή

Μέσα από τη διεθνή αρθρογραφία βρέθηκαν μερικά από τα πιο αντιπροσωπευτικά παραδείγματα τα οποία θα χρησιμοποιηθούν ως οδηγός για την δημιουργία ανάπτυξης αγροδιατροφικού κόμβου στην Κύμη Ευβοίας.

Όσο αφορά τους αγροδιατροφικούς κόμβους στην Αμερική πολλές περιφερειακές αλυσίδες τροφίμων αποδείχθηκαν προσαρμοστικές και ανταποκρινόμενες στις αλλαγές της ζήτησης και στις απαιτήσεις παράδοσης, διανέμοντας γρήγορα και απευθείας στους καταναλωτές με ασφάλεια κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

Το δημοπρατήριο του κόμβου Flora Holand είναι από τα σημαντικότερα στην παγκόσμια αγορά ανθέων καθώς διαχειρίζεται ημερήσια 20.000 διαφορετικά είδη ανθέων από 8.000 παραγωγούς από όλο τον κόσμο προμηθεύοντας γρήγορα τις παγκόσμιες αγορές ζήτησης με την δημοπράτηση να διαρκεί μέχρι και λίγα δευτερόλεπτα.

Όσο αφορά την Ελλάδα το πιο αντιπροσωπευτικό παράδειγμα είναι η κεντρική λαχαναγορά Αθηνών με το μεγαλύτερο όγκο συναλλαγών με μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες της την αγορά του καταναλωτή σε τιμές χονδρικής.

3.1 SNACKSHARE HUB

Υλοποίηση βέλτιστων πρακτικών logistics του Αγροδιατροφικού κόμβου

SNACKSHARE: μεταφοράς από τρίτους, αύξηση της αξιοπιστίας του προμηθευτή, τοποθεσία εγκατάστασης (Marusak, 2021).

Η SnackShare είναι ένας συγκεντρωτικός κόμβος τροφίμων που επιτρέπει στους καταναλωτές να πραγματοποιούν εβδομαδιαίες παραγγελίες μέσω μιας διαδικτυακής αγοράς και στη συνέχεια παρέχει παράδοση στο σπίτι και στο γραφείο.

Από τον Ιανουάριο του 2019, λειτουργούν σε μια αποθήκη 57.000 τετραγωνικών που βρίσκεται στο Elgin του Τέξας, η οποία επιλέχθηκε στρατηγικά για να διευκολύνει τις παραδόσεις αγροτών, αντί να βρίσκεται στο Austin κοντά στους κυρίως αστικούς πελάτες.

Πριν από την πανδημία ο κόμβος επικεντρώθηκε στην πρόκληση της ανάπτυξης της νέας επιχείρησης τους έτσι ώστε να υποστηρίξουν περισσότερους μικρούς παραγωγούς.

Για να επωφεληθεί από την αύξηση της ζήτησης για τρόφιμα που παράγονται στην περιοχή όπου και συνέπεσε με την έναρξη της πανδημίας, ο SnackShare έπρεπε να βρει γρήγορα νέους προμηθευτές.

Σύμφωνα με την οργανωτική του αποστολή συνεργαζόταν κυρίως με αγρότες μικρής κλίμακας, αλλά αποφασίστηκε να αρχίζουν να αγοράζουν προϊόντα από μεγαλύτερες επιχειρήσεις ώστε να διατηρούν συνεπή και αξιόπιστη την εξυπηρέτηση των πελατών τους.

Στις μεταφορές προέκυψε επίσης ένα ζήτημα: ο κόμβος διαθέτει δυο φορτηγά ψυγεία αλλά αυτά τα φορτηγά είχαν την δυνατότητα να εξυπηρετήσουν μόνο το 60% έως 70% των 200 εβδομαδιαίων παραδόσεων στο σπίτι.

Για να αντιμετωπιστεί αυτό ο κόμβος έδωσε σε τρίτους τις υπόλοιπες παραδόσεις, στη συγκεκριμένη περίπτωση σε συμβεβλημένους οδηγούς από την περιοχή του Austin οι οποίοι είχαν απολυθεί λόγω της πανδημίας από άλλες βιομηχανίες.

Η χρήση συμβεβλημένων οδηγών αύξησε την ικανότητα παράδοσης γρήγορα και οικονομικά.

Ωστόσο μακροπρόθεσμα σκοπεύουν να προσθέσουν νέα φορτηγά ψυγεία στο στόλο τους και να προσλάβουν οδηγούς.

Riceville Farmers Hub

Εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών στο σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων(Marusak,2021)

Η αγροδιατροφικός κόμβος Riceville λειτουργεί σε μια μικρή πόλη που βρίσκεται στη βορειοανατολική Riceville, Iowa με συνολικό πληθυσμό 783 ατόμων(data,USA 2020).

Η αγορά των αγροτών είναι η κύρια πηγή φρέσκων προϊόντων και ειδών αρτοποιίας στην πόλη, καθώς δεν υπάρχουν καταστήματα ή σουπερ μάρκετ.

Η αγορά των αγροτών τυπικά αρχίζει να λειτουργεί κάθε χρόνο τον Μάιο.

Ωστόσο με την έναρξη της πανδημίας και λόγω του ευάλωτου ηλικιωμένου πληθυσμού η αγορά των αγροτών δεν θα μπορούσε να έχει πελάτες που επισκέπτονται αγροκτήματα σε φυσική τοποθεσία. Ως εκ τούτου απαιτήθηκε οι πελάτες να επισκέπτονται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα πωλήσεων στο οποίο θα βλέπουν τα διαθέσιμα προϊόντα , θα κάνουν τις παραγγελίες τους και θα παραλαμβάνουν με τρόπο ανεπαφικό , αποφεύγοντας έτσι οποιαδήποτε πιθανή έκθεση.

Έτσι υιοθετήθηκε μια διαδικτυακή πλατφόρμα παραγγελιών, η οποία λειτουργεί σε εβδομαδιαίο κύκλο, στην οποία οι αγρότες παρέχουν πληροφορίες για την διαθεσιμότητα των προϊόντων τους στο διαχειριστή της αγοράς έως το Σάββατο το μεσημέρι.

Το ηλεκτρονικό καλάθι αγορών ανοίγει κάθε Σάββατο στις 4:00 μμ και οι πελάτες μπορούν να προσθέτουν προϊόντα στα καλάθια τους μέχρι το απόγευμα της Τετάρτης.

Εφόσον λειφθούν οι παραγγελίες των πελατών από τον διαχειριστή(μάντζερ) με τη σειρά του τις στέλνει στους αγρότες (τις λίστες προϊόντων) που χρειάζεται να είναι στον κόμβο το Σάββατο το πρωί.

Οι πελάτες παραλαμβάνουν τις παραγγελίες τους το πρωί του Σαββάτου.

Η διαδικτυακή πλατφόρμα χρησιμεύει ως σύστημα διαχείρισης αποθεμάτων που διευκολύνει τον συντονισμό μεταξύ προμηθευτή-αγοραστή, ιδιαίτερα μέσω της ηλεκτρονικής προμήθειας, μέσω της οποίας το επίπεδο αποθέματος μπορεί να παρακολουθείται και να ενημερώνεται με ακρίβεια.

Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της διαχείρισης και του σχεδιασμού των καλλιεργειών για τους συμμετέχοντες αγρότες.

Επιπλέον επιτρέποντας στους αγρότες να παρακολουθούν συνεχώς τα επίπεδα αποθεμάτων τους η πλατφόρμα βοήθησε να μην πουλήσουν πέρα των δυνατοτήτων τους.

Μετά την πανδημία ο διαχειριστής αγοράς οραματίζεται τη χρήση της διαδικτυακής πλατφόρμας σε συνδυασμό με την επιλογή φυσικής αγοράς για να παρέχει στους περισσότερους καταναλωτές πρόσβαση σε τοπικά και φρέσκα προϊόντα.

3.2 Red tomato Hub

Ο αγροδιατροφικός κόμβος 'red tomato' που ιδρύθηκε το 1996 αποτελεί παράδειγμα ενός κόμβου τροφίμων που επικεντρώνεται στη διανομή της παραδοσιακής τροφικής αλυσίδας. Ο red tomato βρίσκεται στο Plainville της Μασαχουσέτης και είναι ένας πολυδομημένος, μη κερδοσκοπικός οργανισμός που συνεργάζεται με αγρότες και διανομείς.

Η αποστολή του είναι να συνδέσει τους αγρότες και τους καταναλωτές μέσω των προσπαθειών μάρκετινγκ, εμπορίου και εκπαίδευσης μέσω της παθιασμένης πεποίθησης του ότι ένα οικογενειακό-οικολογικό-τοπικό αγρόκτημα που δραστηριοποιείται μέσα σε ένα πιο δίκαιο εμπόριο είναι ο δρόμος για μια καλύτερη ντομάτα.

Ο κόμβος βοηθά τους παραγωγούς που βρίσκονται στην ίδια περιοχή να συντονίσουν τις δραστηριότητες αποθήκευσης τους.

Η εφοδιαστική λειτουργία παραλαβής και μεταφοράς γίνεται με εξωτερική ανάθεση η οποία βοηθά στη μείωση του κόστους.

Αυτό επιτρέπει στον κόμβο να επιστρέψει έως και 90% των εσόδων στους καλλιεργητές του.

Ο οργανισμός λειτουργεί επί του παρόντος με 6 υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης.

Ο κόμβος έχει περίπου ετήσιες πωλήσεις περίπου 3,75 εκατομμύρια δολάρια και συνεργάζεται με περίπου 40 παραγωγούς μικρής κλίμακας στα βορειοανατολικά.

Προμηθεύει περίπου 200 πελάτες λιανικών υπηρεσιών τροφίμων.

Ένα μεγάλο μέρος των πωλήσεων του πραγματοποιείται σε 10 περίπου κέντρα διανομής από τα οποία το προϊόν αποστέλλεται σε πολλά καταστήματα.

Εκτός από τις πωλήσεις λαμβάνει και κεφάλαια ανάπτυξης από ιδιωτικούς χορηγούς για την υποστήριξη του ιδρύματος.

Περίπου το 60% των εσόδων προέρχεται από αυτά τα κεφάλαια και το υπόλοιπο 40% από τα κέρδη των πωλήσεων.

Μέχρι το 2002 ο οργανισμός χρησιμοποιούσε μια παραδοσιακή συγκέντρωση και πώληση του τοπικού προϊόντος. Λειτουργούσε με φορτηγά για παράδοση και εκτέλεση των παραγγελιών. Ωστόσο τα υψηλά λειτουργικά κόστη που απασχολούσαν τον οργανισμό απέτρεψαν να αφιερωθεί αρκετός χρόνος στο μάρκετινγκ.

Τώρα η red tomato λειτουργεί συντονίζοντας τη δημιουργία ομάδων από δυο έως πέντε παραγωγούς που βρίσκονται πολύ κοντά ο ένας στον άλλο. Οι εκμεταλλεύσεις έχουν διαφορετικές υποδομές. Συνήθως μόνο τα μεγαλύτερα αγροκτήματα έχουν πρόσβαση σε ψυγεία, φορτηγά και άλλο εξοπλισμό.

Η red tomato δημιουργεί έτσι δίκτυα αγροκτημάτων σε μια περιοχή που στη συνέχεια συνεργάζονται για την ενοποίηση αποστολών σε μεγαλύτερες εκμεταλλεύσεις.

Ολόκληρη η λειτουργία χρησιμοποιεί την προσέγγιση just in time.

Ένας μάνατζερ είναι υπεύθυνος για τη διατήρηση της επαφής με τους αγρότες.

Αυτός συνεργάζεται με μεμονωμένους αγρότες για την παραγωγή διαθεσιμότητας περίπου 2 εβδομάδων μπροστά. Αυτές οι πληροφορίες κοινοποιούνται σε έναν διαχειριστή λογαριασμού ο οποίος στη συνέχεια συνεργάζεται με πελάτες για την προμήθεια παραγγελιών.

Οι παραγγελίες διατηρούνται και παρακολουθούνται χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα υπολογιστικών φύλλων που έχει σχεδιαστεί εσωτερικά.

Από το 2014 η διαχείριση όλων των παραγγελιών, η τιμολόγηση κ.λ.π γίνεται με τη χρήση του λογισμικού Edible. Όταν λαμβάνονται παραγγελίες, οι μεμονωμένοι αγρότες είναι υπεύθυνοι για τη συσκευασία των προϊόντων τους και την ενοποίηση τους σε παλέτες για αποστολή. Κατά την συσκευασία το κάθε αγρόκτημα φέρει το λογότυπο του και την ταυτότητα του ακλουθώντας συγκεκριμένα κοινά πρότυπα.

Μόλις ολοκληρωθεί η συσκευασία η red tomato αναθέτει την παράδοση σε έναν από τους συνεργάτες της τοπικής ή περιφερειακής εταιρείας φορτηγών.

Αυτή η εταιρεία παραλαμβάνει τα αγαθά από την καθορισμένη φάρμα και στη συνέχεια τα παραδίδει είτε σε καταστήματα λιανικής είτε σε περιφερειακό κέντρο διανομής.

Η red tomato έχει αναπτύξει σχέσεις με εταιρείες φορτηγών που της επιτρέπει την φόρτωση μερικών φορτίων κάτι που ωφελεί την εταιρεία φορτηγών και έχει ως αποτέλεσμα χαμηλότερο κόστος παραγωγής.

Οι πελάτες ζητούν όλο και περισσότερο πιστοποιητικά ασφάλειας τροφίμων.

Μέσω των προσπαθειών για εκπαίδευση και συγκέντρωση χρημάτων η red tomato προσπαθεί να βοηθήσει τους παραγωγούς μικρής κλίμακας να μετριάσουν το κόστος της πιστοποίησης ασφάλειας.

3.3 Σύστημα Δημοπρασιών

Το παράδειγμα δημοπρασίας ανθέων στο Aalsmeer της Ολλανδίας

Το δημοπρατήριο FLORA HOLLAND

Σήμερα στην Ευρώπη υπάρχουν πάνω από 10 δημοπρατικές αγορές ανθών με δημοφιλέστερη τη δημοπρατική αγορά του Aalsmeer στην Ολλανδία.

Το σύστημα των δημοπρασιών είναι το δημοφιλέστερο ως μέσο αγοραπωλησιών για τα άνθη παγκόσμια.

Το δημοπρατήριο Flora Holland προσφέρει μια τεράστια ποικιλία σε λουλούδια και φυτά της τάξης(20.000 διαφορετικών ειδών καθημερινά) της παγκόσμιας παραγωγής.

Σε καθημερινή βάση περίπου 8.000 παραγωγοί από διαφορετικές χώρες διαπραγματεύονται άνθη και φυτά.

Στόχος είναι η επίτευξη καλύτερης τιμής για τους παραγωγούς σε συνδυασμό με όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος μέσα από τη δημιουργία οικονομίας κλίμακας.



Πηγή : Holland.com/royal-florallholland
Εικόνα 4

Μέσα σε αυτό το σύστημα χονδρικής μικροί και μεγάλοι παραγωγοί μπορούν να διαθέσουν τα προϊόντα τους προς διαπραγμάτευση και πώληση.

Τα προϊόντα τους μέσω της διαπραγματευτικής αγοράς μπορούν να διοχετευτούν σε οποιοδήποτε σημείο του κόσμου και να διαμορφώσουν τις τιμές παγκοσμίως.

Οι δημοπρασίες ξεκινούν από νωρίς το πρωί με τις τιμές να ξεκινούν σε υψηλά επίπεδα αλλά όσο ο όγκος προσφοράς μειώνεται η τιμή πέφτει.

Στόχος του αγοραστή είναι να εξασφαλίσει την επιθυμητή ποσότητα σε χαμηλή τιμή αλλά αυτό εμπεριέχει τον κίνδυνο όσο περνάει η ώρα και πέφτει η τιμή να μην υπάρχει η επιθυμητή ποσότητα προς αγορά διαθέσιμη.

Οι αγορές μπορούν να γίνουν είτε με φυσική παρουσία στον χώρο του δημοπρατηρίου είτε ηλεκτρονικά.

Το θετικό είναι ότι οι μικροί παραγωγοί που δυσκολεύονται να βρουν κανάλια πωλήσεων μπορούν να διαθέσουν την παραγωγή τους σε άμεση πώληση πετυχαίνοντας καλύτερες τιμές σε σύγκριση με τα συμβατικά κανάλια.

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες αίρουν το πρόβλημα της απόστασης για πολλούς αγρότες και αγορές.



Πηγή :intheknowtraveller.com,2021

Εικόνα 5

Στόχος του δημοπρατηρίου είναι η δημιουργία εμπιστοσύνης, η ταχύτητα, ο ποιοτικός έλεγχος και η συνεχής αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται.

Οι συνεργασίες μικρών παραγωγών κ.α εξασφαλίζουν υψηλή διαπραγματευτική δύναμη σε σχέση με χονδρέμπορους, λιανέμπορους και μεταφορικές εταιρείες και ταυτόχρονα εξασφαλίζεται η επιθυμητή ποσότητα και ποιότητα παραγωγής σε πιο δίκαιες τιμές.

Πως λειτουργεί

Το ρολόι δημοπρασίας είναι ένας τροχός όπου ο δημοπρατής ενημερώνει τους πλειοδότες για την ώρα και την τιμή της παρτίδας, στην περίπτωση αυτή, των λουλουδιών. Όλοι οι συμμετέχοντες στη δημοπρασία έχουν μια οθόνη με όλες τις σχετικές πληροφορίες για την παρτίδα ανά πάσα στιγμή, γεγονός που τους διευκολύνει να γνωρίζουν σε σύντομο χρονικό διάστημα όλα τα χαρακτηριστικά των προϊόντων για τα οποία υποβάλλουν προσφορές, ποια είναι η χαμηλότερη τιμή που μπορούν να πληρώσουν για αυτή, ποια είναι η τιμή εκκίνησης της παρτίδας, τότε τελειώνει η προσφορά και πολλά άλλα.

Αυτός ο τύπος πλειστηριασμού λειτουργεί με τρόπο που για όσους είναι εξοικειωμένοι με τους πλειστηριασμούς περιγράφεται ως αντίστροφη δημοπρασία.

3.4 Κεντρική Λαχαναγορά Αθηνών

Ο οργανισμός κεντρικών αγορών και αλιείας ΑΕ(ΟΚΑΑ ΑΕ), ιδρύθηκε το 1955 με την επωνυμία Οργανισμός Κεντρικής Λαχαναγοράς Αθηνών.

Η λαχαναγορά καταλαμβάνει έκταση 260 στρεμμάτων στα οποία αναπτύσσονται περίπου 350 επιχειρήσεις που προμηθεύουν το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού της χώρας με λαχανικά και φρούτα.

Χάρτης 1 κεντρική λαχαναγορά Αθηνών
 Πηγή : (okaa.gr)



Εντός της κεντρικής αγοράς διατίθενται υπαίθριοι χώροι για την προβολή προϊόντων μέσω ελαφριών κατασκευών (stand, προσθήκες, εμπορικά περίπτερα).

Από τις 7μ.μ μέχρι και της 5π.μ γίνονται συνεχής φορτοεκφορτώσεις αγροτικών προϊόντων.

Μέσα στις εγκαταστάσεις της Κεντρικής Αγοράς Αθηνών λειτουργεί και η "Αγορά του Καταναλωτή" για τους πολίτες.

Στη νέα αυτή αγορά τα καταστήματα είναι ανοιχτά 7 ημέρες την εβδομάδα και διαθέτουν κρέατα, ψαριά οπωροκηπευτικά, παραδοσιακά προϊόντα, αλλαντικά, τυριά και αρτοσκευάσματα σε τιμές 20-25% φθηνότερες από τη μέση λιανική τιμή.

Η αγορά του καταναλωτή βρίσκεται σε στρατηγικό σημείο της δυτικής Αθήνας με εύκολη πρόσβαση από όλο το λεκανοπέδιο είτε με αυτοκίνητο είτε με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Επίσης δίνεται η δυνατότητα στους παραγωγούς μέσω της ιστοσελίδας του OKAA να αναζητούν και να συναλλάσσονται απευθείας με ενδιαφερόμενους αγοραστές για τα προϊόντα τους χωρίς όμως ο οργανισμός να φέρει καμία ευθύνη και συμμετοχή στις συναλλαγές αυτές.

Στόχοι, βασικές αξίες και κύριες στρατηγικές OKAA.

- Αύξηση της δημιουργούμενης αξίας μέσω διεύρυνσης της αγοράς, προϊόντων, υπηρεσιών.
- Βελτίωση της διαχείρισης και μείωση διαχειριστικού κόστους και αύξηση του περιθωρίου του καθαρού κέρδους.
- Αύξηση της δημιουργούμενης αξίας μέσω εδραίωσης του κύρους του Ο.Κ.Α.Α.
- Έντιμη σχέση με τους πελάτες και εδραίωση του ρόλου της Δημόσιας Επιχείρησης

Περιγραφή των επιδόσεων της αλυσίδας αξίας για το 2020

Κύκλος εργασιών

Ο κύκλος εργασιών κατά την χρήση 2020 ανήλθε σε 14.538.700,68 ευρώ εμφανίζοντας μείωση 5,68% σε σχέση με το 2019.

Ταμειακές ροές από λειτουργικές δραστηριότητες

Οι ταμειακές ροές από λειτουργικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της χρήσης 2020 ήταν θετικές και ανήλθαν σε 2.351.809,10 ευρώ.

Καθαρή θέση

Η καθαρή θέση του ομίλου ανήλθε σε 62.722.861,07 ευρώ έναντι ποσού 63.048.955,49 ευρώ το 2019. Η μεταβολή οφείλεται στη διανομή μερίσματος ποσού 1.700.000,00 ευρώ.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Παρότι η εξάπλωση της πανδημίας έχει πλήξει την παγκόσμια και εγχώρια οικονομική δραστηριότητα όπως το χονδρικό εμπόριο των τροφίμων ο αγροδιατροφικός κόμβος αν συγκρίνουμε τα οικονομικά έτη 2019(πριν την πανδημία) και 2020 βλέπουμε ότι είχε μικρές απώλειες και έδειξε μεγάλη ανθεκτικότητα στην ύφεση και στην διαταραχή των παγκόσμιων εφοδιαστικών αλυσίδων.

3.5 To Delio Food Hub – Delicatesseria

Είναι ένα διττό γαστρονομικό project που ξεκίνησε επίσημα τη λειτουργία του στο νέο του χώρο στο Κουκάκι, στα μέσα Μαΐου του 2020. Πρόκειται για έναν κόμβο διανομής προϊόντων μικρών Ελλήνων παραγωγών που το πρωί λειτουργεί ως χονδρική για επαγγελματίες της εστίασης, ενώ τα απογεύματα μετατρέπεται σε ελληνική delicatesseria.

Τα αυθεντικά, τοπικά ελληνικά προϊόντα έρχονται να καλύψουν ανάγκες για παροχή υψηλότερης ποιότητας στους χώρους εστίασης και του τουρισμού προσφέροντας ευκαιρίες διαφοροποίησης και εμπειρίας. Τοπικότητα, ταυτότητα, μοναδικότητα, ποιότητα, είναι μόνο μερικά από τα πλεονεκτήματα αυτών των προϊόντων.

- +1.500 προϊόντα [τυριά, αλλαντικά, όσπρια, θαλασσινά, σάλτσες κ.α]
- +300 παραγωγοί
- Χώρος γευσιγνωσίας
- Άμεση εξυπηρέτηση
- Αποστολή σε Ελλάδα και εξωτερικό

Πώς λειτουργεί το Delio Food Hub;

Το Delio Food Hub αποτελεί τον κόμβο συγκέντρωσης ελληνικών προϊόντων μικρών παραγωγών από όλη την Ελλάδα απαλλάσσοντας τον αγοραστή από το άγχος της έρευνας, της μελέτης, της αναζήτησης και της συλλογής των προϊόντων από διαφορετικά σημεία.

Διαθέτει όλα εκείνα τα προϊόντα που χρειάζονται από μικρούς Έλληνες παραγωγούς. Πλέον δεν χρειάζεται οι αγοραστές να χάνουν χρόνο σε συνεχείς επικοινωνίες με παραγωγούς και μεταφορικές για να έχετε εύκολη πρόσβαση σε ποιοτικά ελληνικά προϊόντα. Η συλλογή των προϊόντων γίνεται κεντρικά, σε αποθήκη στην Αθήνα. Με

σωστό προγραμματισμό, δίνεται η δυνατότητα πρόσβασης και σε μικρές ποσότητες, μειώνοντας έτσι το κόστος και το ρίσκο της προμήθειας προϊόντων.

Σε ποιους απευθύνεται

Ξενοδοχεία / Καταλύματα / Βίλες / Ενοικιαζόμενα διαμερίσματα / Οινοποιεία / Κάβες / Wine bars / Εστιατόρια / Καφέ/ Bars / Delicatessen / Παντοπωλεία / Yachts / Private chefs / Εταιρείες / Εταιρικό δώρο

Μέσω της πλατφόρμας οι επιχειρήσεις της εστίασης, του τουρισμού, του αγροτουρισμού και των ξενοδοχείων έχουν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με ποιοτικά ελληνικά προϊόντα μικρών παραγωγών εύκολα, γρήγορα και οικονομικά.

Delio food hub για επαγγελματίες

Το Delio Food Hub είναι πλατφόρμα αξιολόγησης, συλλογής και διανομής χονδρικής, προϊόντων μικρών Ελλήνων παραγωγών σε χώρους εστίασης, τουρισμού και καταστημάτων τροφίμων. Στο Delio δεν περιορίζετε σε έναν κατάλογο αλλά βρίσκει και συλλέγει τα προϊόντα μικρών Ελλήνων παραγωγών που καλύπτουν τις ανάγκες του κάθε πελάτη.

Τα προϊόντα αυτά έρχονται να καλύψουν ανάγκες για παροχή υψηλότερης ποιότητας στους χώρους εστίασης και του τουρισμού προσφέροντας ευκαιρίες διαφοροποίησης και εμπειρίας. Τοπικότητα, ταυτότητα, μοναδικότητα, ποιότητα είναι μόνο μερικά από τα πλεονεκτήματα αυτών των προϊόντων.

Delicatesseria για foodies

Η **Delicatesseria** είναι μια λεξιπλασία, μια γαστρονομική επινόηση για έναν χώρο που δεν μπορεί να χαρακτηριστεί αλλιώς καθώς ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει έως και πλήρες δείπνο αποκλειστικά από προϊόντα μικρών Ελλήνων παραγωγών. Στην Delicatesseria δεν υπάρχει κουζίνα, δεν παρουσιάζονται μαγειρικές τεχνικές καθώς όλα τα πιάτα που προσφέρονται αποτελούνται από αυθεντικές γεύσεις όπως παράγονται ή σε συνδυασμούς που έχουν επιλέχθει προσεκτικά.

Η Delicatesseria έχει στοιχεία παντοπωλείου, wine bar, delicatessen και μεζεδοπωλείου χωρίς να είναι κάτι από αυτά. Η Delicatesseria είναι ένα ταξίδι στην Ελλάδα μέσα από τις γεύσεις της.

Το Delio Food Hub φέρνει πλέον αυτά τα προϊόντα πιο κοντά στους επαγγελματίες της εστίασης και του τουρισμού, τα καθιστά προσιτά και σας ζητά να γίνετε πρεσβευτές των ελληνικών γεύσεων με πολλαπλά οφέλη για εσάς και τις επιχειρήσεις σας καθώς:

- Αναβαθμίζεται ποιοτικά η προσφερόμενη υπηρεσία/εμπειρία
- Η υπηρεσία διαφοροποιείται από τον ανταγωνισμό
- Στηρίζονται οι Έλληνες παραγωγοί και η ελληνική οικονομία
- Μειώνονται σταδιακά τα κόστη
- Προτάσσεται η ελληνικότητα ως φιλοσοφία
- Ενδυναμώνεται η τοπική ταυτότητα

ΜΕΡΟΣ Δ΄

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV.

Η ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Αγροδιατροφικά Προϊόντα της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας

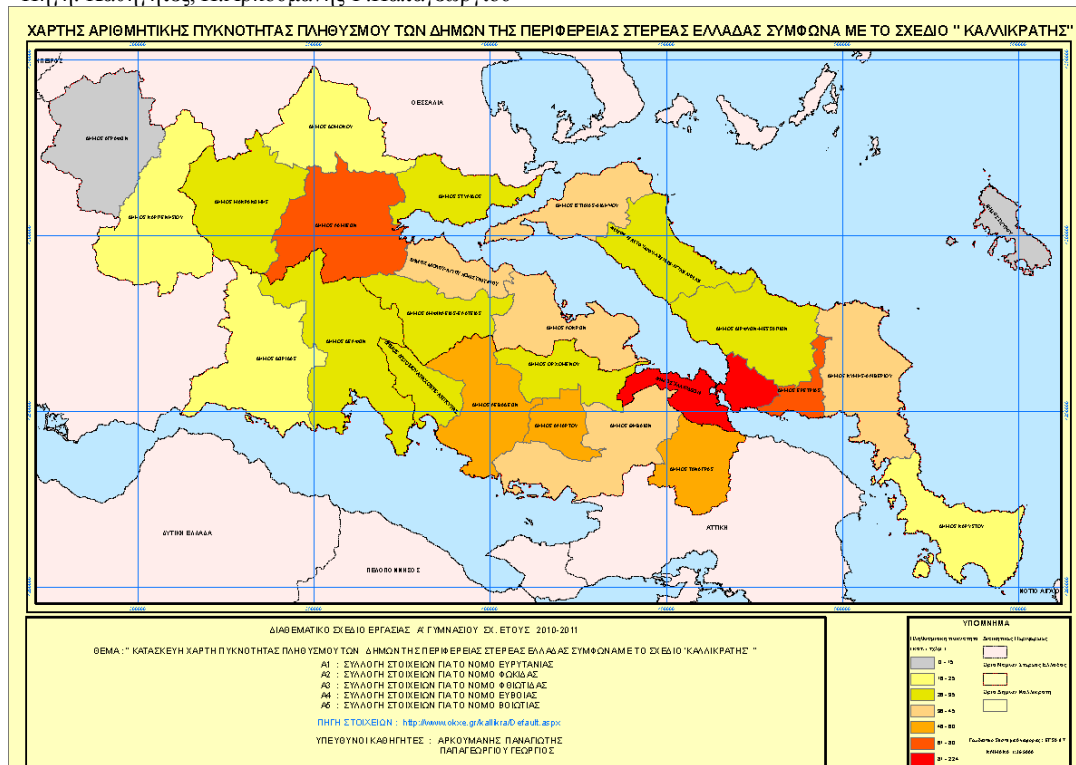


Εικόνα
Πηγή: centralgreece.gr

4.1 Εισαγωγή -Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας

Η Περιφέρεια καταλαμβάνει συνολική έκταση 15.549Km² , (ποσοστό 11,8% της συνολικής έκτασης της χώρας), με 230 χλμ. μήκος και 95 χλμ. πλάτος και διαθέτει ενδιαφέροντα και πολύμορφα γεωμορφολογικά, κοινωνικοοικονομικά και πολιτισμικά χαρακτηριστικά που διαφέρουν από Ενότητα σε Ενότητα αλλά και μέσα σε κάθε Ενότητα, δημιουργώντας ένα σύνολο με σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως, πλούσια και αξιόλογη παραγωγική βάση – αγροτική παραγωγή και βιομηχανία – ορεινούς όγκους, λατομικές περιοχές, μεγάλα δάση, πεδιάδες, εσωτερικά και παραθαλάσσια νερά, ακτές ακόμα και νησί, σημαντικό φυσικό, πολιτιστικό και ιστορικό απόθεμα και δυνατότητες υπηρεσιών ειδικά στον τουρισμό και το εμπόριο. Το μεγαλύτερο τμήμα της Περιφέρειας είναι ορεινό ή ημιορεινό (ποσοστό 47,4% και 31,8% αντίστοιχα της συνολικής έκτασης) ενώ το πεδινό είναι μόλις το 20,8% της έκτασης(INSETE,2019).

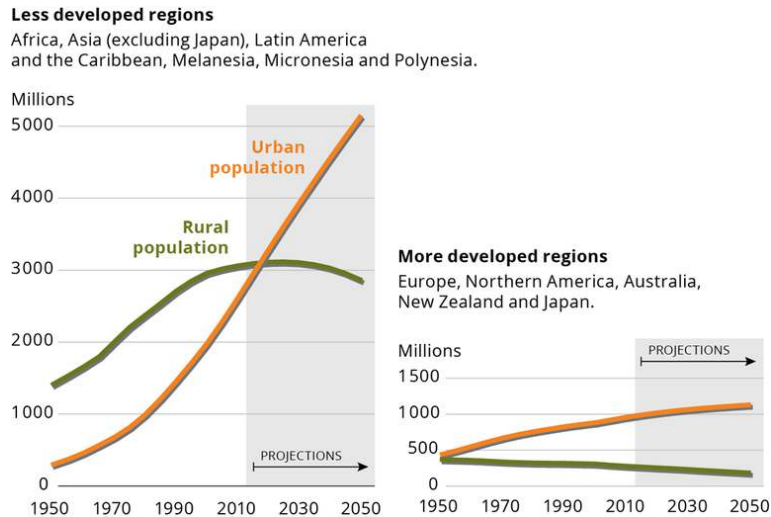
Χάρτης 2-πυκνότητα πληθυσμού Στερεάς Ελλάδας
Πηγή: Καθηγητές, Π.Αρκουμάνης-Γ.Παπαγεωργίου



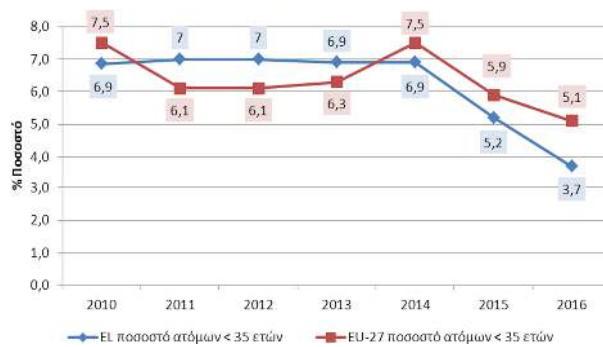
Η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας είναι η δεύτερη σε επιφάνεια περιφέρεια της Ελλάδας τοποθετημένη ουσιαστικά στο κέντρο της χώρας αποτελούμενη από τις περιφερειακές ενότητες της Φθιώτιδας, Ευβοίας και Σκύρου, Βοιωτίας, Φωκίδας και Ευρυτανίας. Η ποικιλομορφία των τοπίων της και της γης της παρέχουν την δυνατότητα ποιοτικής παραγωγής τόσο στη γεωργία όσο και στην κτηνοτροφία. Η απασχόληση στον αγροτικό τομέα αγγίζει το 21,5% των απασχολούμενων με 237 εκατ.ευρώ ακαθάριστη πρωτογενής παραγωγής και 185 εκατ.ευρώ σε άμεσες ενισχύσεις. Ωστόσο ο παραπάνω πίνακας εντοπίζει για παράδειγμα στο Ν.Ευβοίας την συσπείρωση του πληθυσμού στη Χαλκίδα(αστικό κέντρο) ενώ η Κύμη Ευβοίας όπου και θα είναι στο

επίκεντρο της μελέτης παρουσιάζει μικρή πληθυσμιακή συγκέντρωση ένα πρόβλημα παγκόσμιο στις αγροτικές περιοχές.

Γράφημα 19-Σύγκριση ανάπτυξης αγροτικού πληθυσμού με αστικό παγκόσμια
 Πηγή European Environment Agency -Last modified 21 Feb 2017



4.2 Η εξέλιξη των νέων αρχηγών(<35ετών) των Γ.Ε σε Ελλάδα και Ευρώπη.



Γράφημα 20-η εξέλιξη των νέων αρχηγών Ελλάδα-Ευρώπη
 πηγή : ΑΚΝanalysis & Γ.Π.Α 2020

Η πληθυσμιακή τάση που βλέπουμε παγκόσμια είναι η ίδια και στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με έναν από τους κυριότερους λόγους μετατόπισης του πληθυσμού η μεγάλη εκβιομηχάνιση της περιοχής ώστε να εγκαταλείπεται συνεχώς η απασχόληση με τον πρωτογενή τομέα.

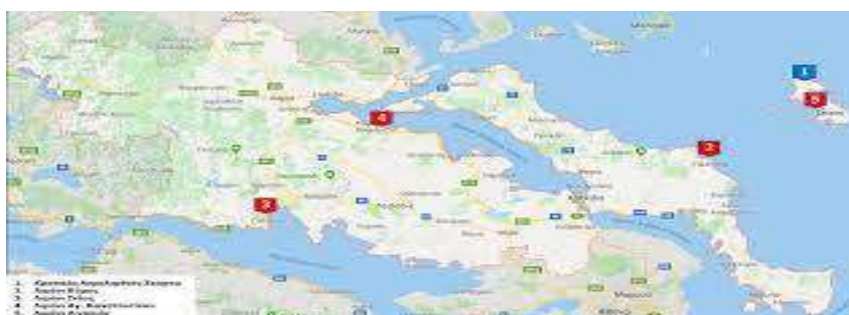
Άρα το πρώτο πρόβλημα που εντοπίζεται είναι η σταδιακή εγκατάλειψη του αγροτικού τομέα και η γήρανση του αγροτικού πληθυσμού.

Πίνακας : Δημογραφικά χαρακτηριστικά – Σύγκριση με σύνολο Ελλάδας

ΧΩΡΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ	Ηλικιακή Ομάδα						Δείκτης Γήρανσης	Δείκτης Εξάρτησης	Δείκτης Αντ/στασης
	0-14	%	15-64	%	65+	%			
Π.Ε Βοιωτίας	16.806	13,5	82.846	66,4	25,205	20,2	150,0	50,7	76,3
Π.Ε Ευβοίας	29.491	14,3	132.825	64,4	43,931	21,3	149,0	55,3	83,6
Π.Ε Ευρυτανίας	1.949	10,2	11.728	61,3	5,460	28,5	280,1	63,2	93,4
Π.Ε Φθιώτιδας	20.740	12,6	105,140	63,8	38,814	23,6	187,1	56,6	76,9
Π.Ε Φωκίδας	4.372	11,3	24.197	62,4	10,226	26,4	233,9	60,3	66,5
Σύνολο Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας	73.358	13,2	356.736	64,4	123,636	22,3	168,5	55,2	78,9
Σύνολο Χώρας	1.622.675	14,4	7.444.345	65,9	2,223,047	19,7	137,0	51,7	80,5

Ο δείκτης αντίστασης στην Εύβοια είναι μεγαλύτερος από τον δείκτη στο σύνολο της χώρας.

4.3 Μεταφορές-υποδομές Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας

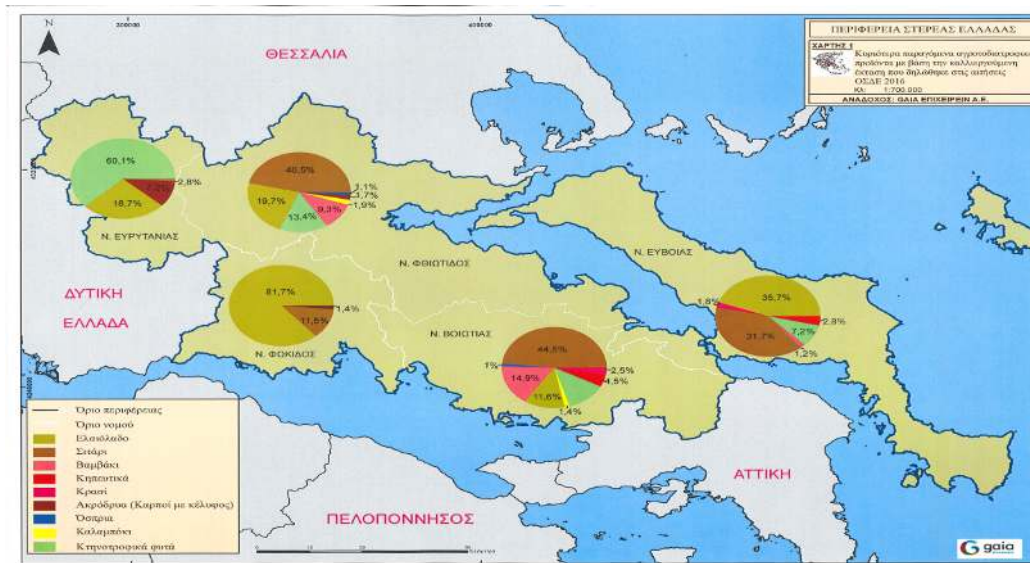


Χάρτης 3-Μεταφορές Στερεάς Ελλάδας

Πηγή : (INSETE,2019).

1. Κρατικός αερολιμένας Σκύρου
2. Λιμάνι Κύμης
3. Λιμάνι Ιτέας
4. Λιμάνι Αγ.Κωνσταντίνου
5. Λιμάνι Λιναριάς

4.4 Τα αγροδιατροφικά προϊόντα της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας



Χάρτης 4 –τα αγροδιατροφικά προϊόντα της Στερεάς Ελλάδας
Πηγή : ΓΑΙΑ συμβουλευτική 2019

Όπως βλέπουμε στον χάρτη η περιφέρεια είναι πλούσια σε ποικιλία αγροδιατροφικών προϊόντων καθώς η γή προσφέρεται για την ανάπτυξη τους.

Πίνακας 4 οικονομικής εξειδίκευσης των Περιφερειακών Ενοτήτων της Στερεάς Ελλάδας για την αγροδιατροφή(Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, 2015)

Δραστηριότητες	Βοιωτία	Εύβοια	Ευρυτανία	Φθιώτιδα	Φωκίδα
Φυτική & Ζωική Παραγωγή Αγροδιατροφική	<ul style="list-style-type: none"> • Ανεπτυγμένη γεωργία • Κτηνοτροφία • 2 προϊόντα ΠΟΠ (Φέτα Παρνασσού, Φορμαέλλα Αράχovas Παρνασσού) • Τοπικά προϊόντα (πχ Κερεμέζι) • Μελισσοκομία • Αναπτυσσόμενη Οινοποιία • Βιομ 	<ul style="list-style-type: none"> • Ανεπτυγμένη γεωργία • 2 προϊόντα ΠΟΠ (Σύκο Κύμης, Κονσερβολιά Ροβίων) • Κτηνοτροφία • Βιομηχανία τροφίμων και ποτών 	<ul style="list-style-type: none"> • Περιορισμένη γεωργία • Κτηνοτροφία • 2 προϊόντα ΠΟΠ (Κεφαλογραβιέρα, Φέτα) • Τοπικά προϊόντα και παραδοσιακά εδέσματα • Μελισσοκομία • Περιορισμένη βιομηχανία τροφίμων και ποτών 	<ul style="list-style-type: none"> • Ανεπτυγμένη γεωργία και κτηνοτροφία • 6 προϊόντα ΠΟΠ (Κονσερβολιά Στυλίδας, Κονσερβολιά Αταλάντης, Κελυφωτό Φιστίκι Φθιώτιδας, Ακτινίδιο Σπερχειού, Φέτα Δομοκού, Κατίκι Δομοκού) • Πτηνοτροφία • Οινοποιία 	<ul style="list-style-type: none"> • Γεωργία • 1 προϊόν ΠΟΠ (Κονσερβολιά Άμφισσας) • Κτηνοτροφία • Πτηνοτροφία • Οινοποιία • Βιομηχανία τροφίμων και ποτών

	ηχανία τροφίμων και ποτών			<ul style="list-style-type: none"> • Μελισσοκομία • Βιομηχανία τροφίμων και ποτών 	
Δασοκομία & Υλοτομία		<ul style="list-style-type: none"> • Μεγάλες δασικές εκτάσεις • Παραγωγή ξυλείας, ρητίνης καυσόξυλων, ελάτων διακόσμησης κλπ • Δραστηριότητες θήρας 	<ul style="list-style-type: none"> • Μεγάλες δασικές εκτάσεις • Παραγωγή ξυλείας, καυσόξυλων, ελάτων διακόσμησης κλπ • Δραστηριότητες θήρας 		<ul style="list-style-type: none"> • Δασικές εκτάσεις • Παραγωγή ξυλείας, καυσόξυλων κλπ • Δραστηριότητες θήρας
Αλιεία Υδατοκαλλιέργειες	<ul style="list-style-type: none"> • Αλιεία ανοιχτής θαλάσσης (ιχθύων και οστράκων) • Θαλάσσιες υδατοκαλλιέργειες • Υδατοκαλλιέργειες εσωτερικών υδάτων (εκτός των άλλων η ΠΕ Βοιωτίας διαθέτει 2 μονάδες πέστροφας) 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλιεία ανοιχτής θαλάσσης • Θαλάσσιες υδατοκαλλιέργειες 	<ul style="list-style-type: none"> • Υδατοκαλλιέργειες εσωτερικών υδάτων – λίμνη Κρεμαστών (εκτός των άλλων η ΠΕ Βοιωτίας διαθέτει 2 μονάδες πέστροφας) 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλιεία ανοιχτής θαλάσσης (ιχθύων και οστράκων) • Θαλάσσιες υδατοκαλλιέργειες με ισχυρή παρουσία οστρακοκαλλιέργειών (11 μονάδες) • Υδατοκαλλιέργειες εσωτερικών υδάτων (εκτός των άλλων η ΠΕ Βοιωτίας διαθέτει 1 μονάδα πέστροφας και σολομού) 	<ul style="list-style-type: none"> • Αλιεία ανοιχτής θαλάσσης • Θαλάσσιες υδατοκαλλιέργειες

Πίνακας 5 : Γεωργική γη, καλλιέργειες κατά κατηγορίες και αγρανάπαυση σε στρέμματα (Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, 2015)

Χώρα, Περιφέρεια, Περιφερειακή Ενότητα	Συνολική γεωργική γη	Σύνολο καλλιεργειών και αγρανάπαυσης	Αροτραίες καλλιέργειες	Κηπευτική γη, θερμοκήπια εμπορικοί ανθόκηποι σπορεία	Δενδρώδεις καλλιέργειες	Φυτώρια	Αμπέλια-σταφιδάμπελο	Αγρ 1-5
Π.Ε Βοιωτίας	1.075.905	1.082.560	723.406	82.506	197.295	1.588	41.426	
Π.Ε Ευβοίας	833.866	833.877	144.096	38.003	318.668	39	34.565	
Π.Ε Ευρυτανίας	56.980	58.125	34.597	1.908	11.896		529	
Π.Ε Φθιώτιδας	1.551.792	1.560.759	892.760	37.024	422.891	448	12.197	
Π.Ε Φωκίδας	148.943	148.960	36.333	1.522	83.228		2.393	
Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	3.667.486	3.684.281	1.831.192	160.963	1.033.978	2.075	91.110	
ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	36.992.721	37.324.212	19.829.132	1.047.821	10.246.950	11.493	1.226.152	

Πηγή : Ελληνική Στατιστική Αρχή – ΕΛΣΤΑΤ 2018

Πίνακας 6- Εκμεταλλεύσεις και χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση αυτών, με διάκριση σε μεικτές, αμιγώς γεωργικές και κτηνοτροφικές, κατά περιφέρεια και νομό
Απογραφή Γεωργίας
- Κτηνοτροφίας,
έτους 2009

εκτάσεις σε χιλιάδες στρέμματα

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΚΑΙ ΝΟΜΟΙ	Σύνολο		Μεικτές		Αμιγώς γεωργικές		Αμιγώς κτηνοτροφικές	
	Εκμεταλλεύσεις	Έκταση	Εκμεταλλεύσεις	Έκταση	Εκμεταλλεύσεις	Έκταση	Εκμεταλλεύσεις	Έκταση
0 0		3477	1319	1373	5748	1968	1620	
0 0 ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ	723007	9	88	0	12	3	7	1366

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ										
3	0	ΣΤΕΡΕΑΣ			1188		5618			
2	0	ΕΛΛΑΔΑΣ	69660	3336	6	1263	9	1916	1585	157
3	0						1443			
2	3	ΝΟΜΟΣ ΒΟΙΩΤΙΑΣ	16474	921	1812	217	2	695	230	9
3	0						1894			
2	4	ΝΟΜΟΣ ΕΥΒΟΙΑΣ	23828	752	4460	365	9	354	419	33
3	0	ΝΟΜΟΣ								
2	5	ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	2266	40	866	23	944	6	456	11
3	0	ΝΟΜΟΣ					1672			
2	6	ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	20518	1388	3570	558	2	796	226	34
3	0									
2	7	ΝΟΜΟΣ ΦΩΚΙΔΟΣ	6574	235	1178	100	5142	65	254	70

Ο Ν.Ευβοίας έρχεται πρώτος σε σύνολο εκμεταλλεύσεων της Περιφέρειας Στερεάς με 23.828 χιλιάδες εκμεταλλεύσεις έναντι 723.007 χιλιάδων εκμεταλλεύσεων στο σύνολο της χώρας.

Το μέσο μέγεθος μιας αγροτικής εκμετάλλευσης υπολείπεται σημαντικά από το αντίστοιχο της Ε.Ε-27(5εκτ. Έναντι 16 εκτ.).

Αυτή η διαφορά μας δείχνει ότι για να αναπτυχθεί οικονομία κλίμακας χρειάζεται η από κοινού διάθεση της αγροτικής παραγωγής ώστε οι αγρότες να πετυχαίνουν καλύτερες τιμές και για να μπορούν να εξασφαλίζουν την σταθερότητα σε αγορές χονδρικής και λιανικής.

4.5 Αναλυτική περιγραφή των αγροτικών προϊόντων σε οικονομικούς λογαριασμούς(2008 &2018)

Πίνακας 7
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ

Έτος 2008
Σε εκατομμύρια ευρώ.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	Σύνολο Ελλάδος	Κρήτη	Στερεά Ελλάδα
01	ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ (περιλαμβανομένων των σπόρων)	1.049,82	1,33	89,32
01.1	Σιτάρι και όλυρα	487,14	0,61	61,35
01.11	Μαλακό σιτάρι και όλυρα	91,66	0,14	0,77
01.12	Σκληρό σιτάρι	395,48	0,47	60,58
01.2	Σίκαλη και σμιγός	6,38	0,00	0,00
01.3	Κριθάρι	61,12	0,34	5,83
01.4	Βρώμη και μείγματα θερινών δημητριακών	19,67	0,36	1,40
01.5	Αραβόσιπος σε κόκκους	408,38	0,02	19,14
01.6	Ρύζι	67,13	0,00	1,61
01.9	Άλλα δημητριακά	0,00	0,00	0,00
02	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΦΥΤΑ	485,25	3,10	53,14

02.1	Ελαιούχοι σπόροι και καρποί (περιλαμβανομένων των σπόρων)	7,99	0,02	0,01
02.11	Σπόροι ελαιοκράμβης και αγριογογγύλης	0,00	0,00	0,00
02.12	Ηλίανθος	5,96	0,00	0,01
02.13	Σόγια	0,00	0,00	0,00
02.19	Άλλα ελαιούχα προϊόντα Πρωτεϊνούχα φυτά (περιλαμβανομένων των σπόρων)	2,03	0,02	0,00
02.2		12,63	1,95	1,35
02.3	Ακατέργαστος καπνός	85,33	0,00	1,13
02.4	Ζαχαρότευτλα	28,78	0,00	0,35
02.9	Άλλα βιομηχανικά φυτά	350,53	1,14	50,30
03	ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΑ ΦΥΤΑ	505,94	52,56	65,16
04	ΛΑΧΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΣΚΑΛΙΣΤΙΚΑ ΦΥΤΑ	1.921,90	232,18	291,22
04.1	Νωπά λαχανικά	1.766,82	219,03	276,89
04.2	Φυτά και λουλούδια ΠΑΤΑΤΕΣ (περιλαμβανομένων των σπόρων)	155,08	13,15	14,33
05		305,19	29,31	28,26
06	ΦΡΟΥΤΑ	1.845,99	126,19	62,66
06.1	Νωπά φρούτα	995,66	9,05	7,04
06.2	Εσπεριδοειδή	331,73	38,67	1,48
06.3	Τροπικά φρούτα	44,36	5,17	0,20
06.4	Σταφύλια	357,94	38,97	43,52
06.5	Ελιές	116,30	34,32	10,43
07	ΚΡΑΣΙ	27,70	4,50	3,87
08	ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ ΑΛΛΑ ΦΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	823,61	336,76	64,86
09	ΦΥΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ (1 ΕΩΣ 9)	23,50	0,90	2,25
10		6.988,89	786,85	660,74
11	ΖΩΑ	1.524,07	160,02	137,25
11.1	Βοοειδή	244,62	0,59	5,88
11.2	Χοιροειδή	283,77	20,84	42,92
11.3	Ιπποειδή	1,14	0,01	0,07
11.4	Αιγοπρόβατα	838,17	116,85	68,85
11.5	Πουλερικά	116,33	4,14	17,45
11.9	Άλλα ζώα	40,03	17,59	2,09
12	ΖΩΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1.281,45	88,30	78,87
12.1	Γάλα	1.074,42	70,76	56,70
12.2	Αυγά	109,75	5,58	8,93
12.9	Άλλα ζωικά προϊόντα ΖΩΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ (11+12)	97,28	11,97	13,24
13	ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΓΑΘΩΝ (10+13)	2.805,52	248,32	216,12
14	ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	9.794,41	1.035,17	876,86
15		433,58	48,82	40,99
16	ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ (14+15)	10.227,99	1.083,99	917,85
17	ΜΗ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΜΗ ΔΙΑΧΩΡΙΣΙΜΕΣ) ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	516,74	34,03	27,27
18		10.744,73	1.118,02	945,12

19	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (16+17) ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΝΔΙΑΜΕΣΗ ΑΝΑΛΩΣΗ	5.277,03	477,87	532,75
20	ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΗ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ (18-19)	5.467,70	640,16	412,37
21	ΑΝΑΛΩΣΗ ΠΑΓΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1.458,66	100,52	89,77
22	ΚΑΘΑΡΗ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ (20-21)	4.009,04	539,64	322,60
23	ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	904,95	95,64	81,02
24	ΛΟΙΠΟΙ ΦΟΡΟΙ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	204,75	21,70	18,37
25	ΛΟΙΠΕΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2.906,45	298,43	220,22
26	ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (22- 24+25)	6.710,74	816,38	524,44
27	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ/ΜΕΙΚΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ (22-23- 24+25)	5.805,79	720,73	443,42
28	ΠΛΗΡΩΤΕΑ ΓΑΙΟΠΡΟΣΟΔΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ ΓΗΣ	522,74	20,18	32,29
29	ΚΑΤΑΒΛΗΘΕΝΤΕΣ ΤΟΚΟΙ	159,09	17,89	10,87
30	ΕΙΣΠΡΑΧΘΕΝΤΕΣ ΤΟΚΟΙ	0,00	0,00	0,00
31	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ (27-28- 29+30)	5.123,97	682,66	400,26

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ

Ετος 2018*

Σε εκατομμύρια ευρώ Πίνακας 8

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	Σύνολο Ελλάδος	Κρήτη	Στερεά Ελλάδα
01	ΔΗΜΗΤΡΙΑΚΑ (περιλαμβανομένων των σπόρων)	668,01	1,35	57,38
01.1	Σιτάρι και όλυρα	250,49	0,23	33,42
01.11	Μαλακό σιτάρι και όλυρα	62,43	0,12	1,62
01.12	Σκληρό σιτάρι	188,06	0,11	31,80
01.2	Σίκαλη και σμιγός	3,01	0,04	0,03
01.3	Κριθάρι	58,62	0,65	7,61

01.4	Βρώμη και μείγματα θερινών δημητριακών	19,76	0,41	2,78
01.5	Αραβόσιπος σε κόκκους	274,46	0,02	11,81
01.6	Ρύζι	61,67	0,00	1,74
01.9	Άλλα δημητριακά	0,00	0,00	0,00
02	ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΦΥΤΑ	1.013,16	0,36	85,92
02.1	Ελαιούχοι σπόροι και καρποί (περιλαμβανομένων των σπόρων)	89,17	0,03	2,20
02.11	Σπόροι ελαιοκράμβης και αγριογούγγλης	0,00	0,00	0,00
02.12	Ηλίανθος	78,69	0,00	2,10
02.13	Σόγια	3,61	0,00	0,01
02.19	Άλλα ελαιούχα προϊόντα	6,87	0,03	0,10
02.2	Πρωτεϊνούχα φυτά (περιλαμβανομένων των σπόρων)	37,84	0,34	3,60
02.3	Ακατέργαστος καπνός	130,27	0,00	6,66
02.4	Ζαχαρότευτλα	4,07	0,00	0,05
02.9	Άλλα βιομηχανικά φυτά	751,81	0,00	73,41
03	ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΑ ΦΥΤΑ	621,43	41,52	66,56
04	ΛΑΧΑΝΙΚΑ ΚΑΙ ΣΚΑΛΙΣΤΙΚΑ ΦΥΤΑ	1.661,25	260,65	180,11
04.1	Νωπά λαχανικά	1.538,43	251,82	169,43
04.2	Φυτά και λουλούδια	122,83	8,83	10,69
05	ΠΑΤΑΤΕΣ (περιλαμβανομένων των σπόρων)	213,22	23,56	22,97
06	ΦΡΟΥΤΑ	2.829,40	181,64	102,85
06.1	Νωπά φρούτα	1.572,25	11,86	22,70
06.2	Εσπεριδοειδή	375,48	34,81	0,94
06.3	Τροπικά φρούτα	48,89	1,15	2,04

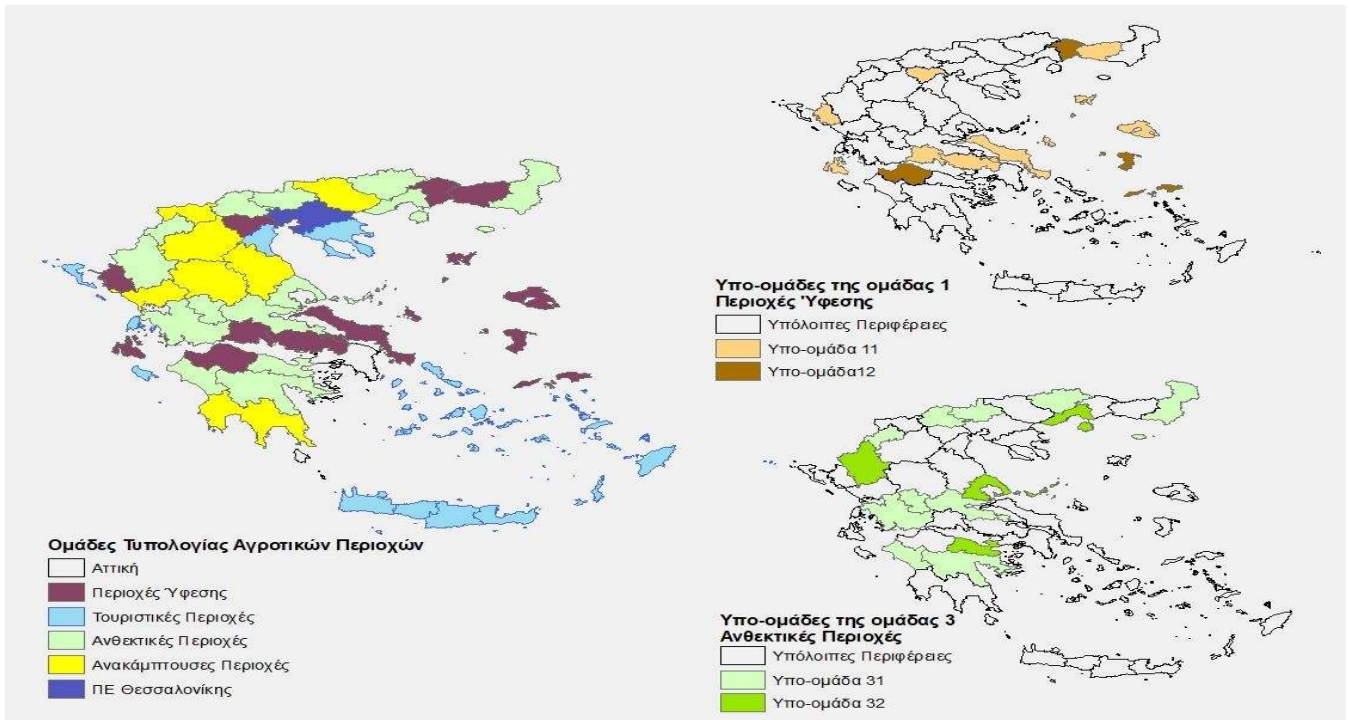
06.4	Σταφύλια	459,77	59,22	42,60
06.5	Ελιές	373,01	74,60	34,57
07	ΚΡΑΣΙ	20,97	2,62	5,22
08	ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	852,13	240,60	72,47
09	ΆΛΛΑ ΦΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	86,03	2,83	4,18
10	ΦΥΤΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ (1 ΕΩΣ 9)	7.965,61	755,13	597,66
11	ΖΩΑ	1.063,57	99,43	105,09
11.1	Βοοειδή	190,21	0,69	11,19
11.2	Χοιροειδή	177,23	15,43	16,24
11.3	Ιπποειδή	0,53	0,07	0,01
11.4	Αιγοπρόβατα	335,59	64,00	22,17
11.5	Πουλερικά	346,28	10,01	54,94
11.9	Άλλα ζώα	13,73	9,23	0,54
12	ΖΩΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	1.444,90	117,43	101,80
12.1	Γάλα	1.007,53	78,06	50,64
12.2	Αυγά	257,62	15,62	35,74
12.9	Άλλα ζωικά προϊόντα	179,75	23,75	15,43
13	ΖΩΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ (11+12)	2.508,46	216,86	206,89
14	ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΓΑΘΩΝ (10+13)	10.474,08	971,99	804,55
15	ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	265,26	25,15	19,90
16	ΓΕΩΡΓΙΚΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗ (14+15) ΜΗ ΓΕΩΡΓΙΚΕΣ ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ (ΜΗ ΔΙΑΧΩΡΙΣΙΜΕΣ)	10.739,34	997,14	824,46
17	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΚΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (16+17)	736,39	57,05	37,01
18		11.475,73	1.054,19	861,47

19	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΝΔΙΑΜΕΣΗ ΑΝΑΛΩΣΗ	5.671,90	471,92	564,26
20	ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΗ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ (18-19)	5.803,83	582,26	297,21
21	ΑΝΑΛΩΣΗ ΠΑΓΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1.178,81	95,80	83,05
22	ΚΑΘΑΡΗ ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΒΑΣΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ (20-21)	4.625,02	486,46	214,15
23	ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΕΞΑΡΤΗΜΕΝΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	702,36	65,18	53,95
24	ΛΟΙΠΟΙ ΦΟΡΟΙ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	369,86	34,34	28,39
25	ΛΟΙΠΕΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2.237,71	256,98	175,19
26	ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (22-24+25)	6.492,87	709,10	360,95
27	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ/ΜΕΙΚΤΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ (22-23-24+25)	5.790,51	643,92	307,00
28	ΠΛΗΡΩΤΕΑ ΓΑΙΟΠΡΟΣΟΔΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ ΓΗΣ	460,43	19,95	29,27
29	ΚΑΤΑΒΛΗΘΕΝΤΕΣ ΤΟΚΟΙ	182,95	2,73	16,98
30	ΕΙΣΠΡΑΧΘΕΝΤΕΣ ΤΟΚΟΙ			
31	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ (27-28-29+30)	5.147,13	621,24	260,74

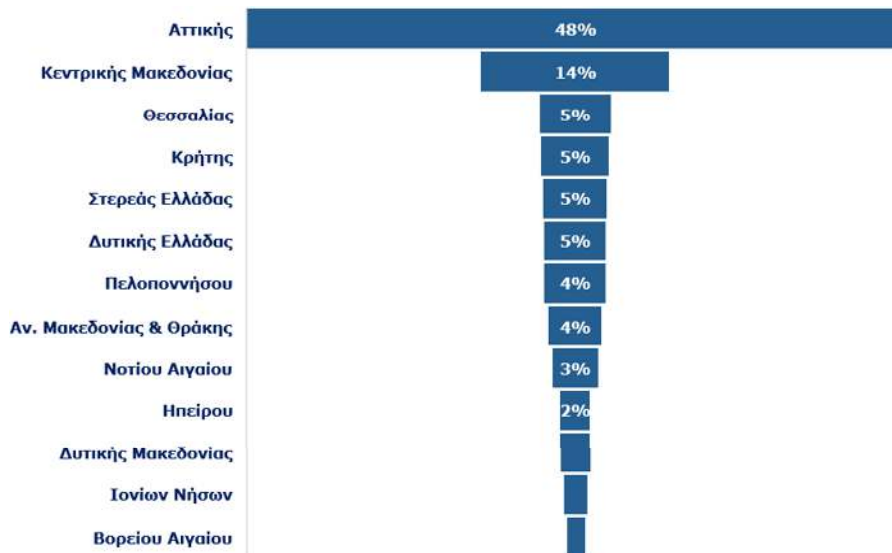
Με βάση τους πίνακες των ετών 2008 και 2018:

1. Το επιχειρηματικό εισόδημα της Στερεάς Ελλάδας για το έτος 2008 ήταν 400,26 εκ.ευρώ ενώ για το 2018 βλέπουμε δραματική μείωση σε 260,74 εκ.ευρώ. Αντίθετα η Κρήτη είχε πολύ μικρότερη μείωση του επιχειρηματικού εισοδήματος.
2. Η καθαρή προστιθέμενη αξία γεωργικής παραγωγής σε βασικές τιμές για τη Στερεά Ελλάδα ήταν για το 2008- 322,60 εκ. ευρώ ενώ για το 2018- 297,21 εκ.ευρώ.
3. Παρατηρήθηκε αύξηση της αξίας παραγωγής σε ελαιόλαδο και ελιές.
Ακολουθεί πίνακας των αγροτικών περιοχών της Ελλάδας όπου και φαίνεται ότι η Περιφέρεια Στερεάς ανήκει στις ομάδες ύφεσης αγροτικής δραστηριότητας και παραγωγής.

Χάρτης 7-Αγροτικές περιοχές Στερεάς Ελλάδας σε ύφεση



Ποσοστιαία κατανομή του ΑΕΠ της Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2016



Γράφημα 21-ποσοστιαία κατανομή ΑΕΠ Ελλάδα
Πηγή ΕΛΣΤΑΤ 2016

Αναφορικά με την ποσοστιαία κατανομή για το 2016, όπως είναι φυσιολογικό την

μεγαλύτερη συμβολή στο ΑΕΠ της χώρας έχουν οι Περιφέρειες Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας, που αποτελούν και την καρδιά της οικονομικής δραστηριότητας, συνεισφέροντας το 62% του ΑΕΠ της χώρας. Η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας αντιπροσωπεύει το 5% του συνολικού ΑΕΠ της χώρας.

Πίνακας 9-Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ανά κλάδο (Α10)* και περιφέρεια-Έτος 2016
(Προσωρινά στοιχεία. Σε τρέχουσες τιμές. Σε εκατ.€)

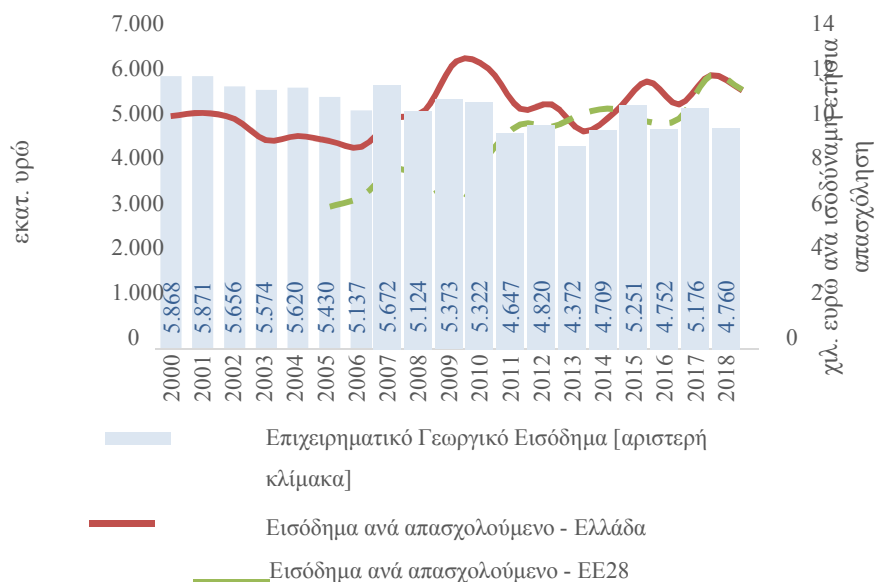
Περιφέρειες/Κλάδοι*	ΓΕΩΡΓΙΑ-ΔΑΣΟΚΟΜΕΙΑ-ΑΛΙΕΙΑ	Β, Γ, Δ, Ε	ΣΤ	ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ	Ι	Κ	Λ	Μ, Ν	Ξ, Ο, Π	Ρ, Σ, Τ, Υ
Αττική	290	8.296	1.432	16.554	3.999	4.683	15.893	5.012	14.217	2.830
Βόρειο Αιγαίο	116	158	75	502	41	67	350	69	686	79
Νότιο Αιγαίο	133	367	213	2.473	51	120	677	204	770	212
Κρήτη	526	795	262	2.599	148	234	987	298	1.398	374
Ανατολική Μακεδονία, Θράκη	478	1.070	150	1.205	101	173	725	215	1.694	214
Κεντρική Μακεδονία	1.187	3.461	539	4.915	466	703	2.909	949	5.016	1.010
Δυτική Μακεδονία	308	1.357	93	377	39	76	327	93	651	98
Ήπειρος	291	419	163	742	52	101	525	137	877	150
Θεσσαλία	952	1331	223	1.466	88	185	1.059	216	2.127	396
Ιόνια Νησιά	113	129	90	1.187	29	57	437	131	407	146
Δυτική Ελλάδα	744	914	210	1.463	174	190	1.134	198	1.626	356
Στερεά Ελλάδα	553	2552	168	1.278	76	147	859	166	1.103	241
Πελοπόννησος	623	1527	227	1.321	104	172	1.148	183	1.210	361
ΕΛΛΑΔΑ	6.313	22.376	3.844	36.082	5.366	6.908	27.032	7.871	31.783	6.469

4.7 Τα χαμηλά εισοδήματα των Ελλήνων γεωργών

Το συνολικό εισόδημα από αγροτική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα (σε τρέχουσες τιμές) διαμορφώθηκε το 2018 σε €4,8 δισεκ., κοντά στον μέσο όρο της περιόδου 2010-2018 (€4,9 δισεκ.), αλλά αρκετά χαμηλότερα από τον μέσο όρο της προηγούμενης περιόδου 2000-2009 (€5,5 δισεκ.). Το μέσο εισόδημα ανά εργαζόμενο στον αγροτικό τομέα (σε όρους ισοδύναμης ετήσιας απασχόλησης) έφτασε το 2018

τις €11,1 χιλ., όσο περίπου και στην ΕΕ28. Το μέσο αγροτικό εισόδημα στην Ελλάδα παρουσιάζει ελαφρά ανοδική τάση μετά το 2013 (με διακυμάνσεις), ωστόσο η γενικότερη εικόνα ως προς τη δυναμική που ακολούθησε, σε σύγκριση και με την ΕΕ28, δεν είναι ικανοποιητική(Ανάλυση IOBE,2018).

Εισόδημα από αγροτική επιχειρηματική δραστηριότητα, 2000-2018

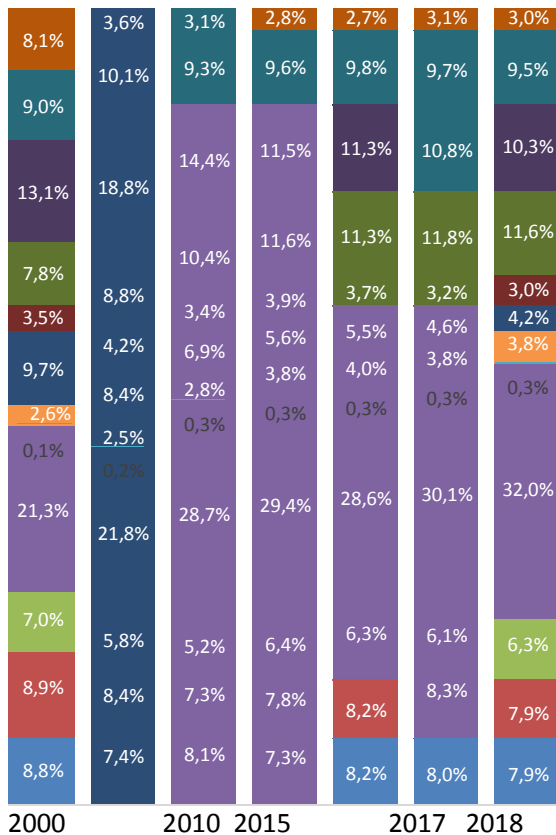


Γράφημα 22 εισόδημα από αγροτική δραστηριότητα

Πηγή: Eurostat, Economic Accounts of Agriculture 2018

4.8 Τα υψηλά κόστη της ελληνικής αγροτικής παραγωγής

Όλες οι κατηγορίες κόστους είναι ιδιαίτερης σημασίας για τους παραγωγούς, ωστόσο τα στοιχεία αυτά υποδεικνύουν ότι οι εξελίξεις στο κόστος ενέργειας και δευτερεύοντος στο κόστος εργατικών, άρδευσης, ενοικίων είναι μεγαλύτερου ενδιαφέροντος για τον αγροτικό τομέα, καθώς αυτές οι κατηγορίες καλύπτουν σχεδόν τα 2/3 του κόστους παραγωγής. Η μακροχρόνια πορεία των μεριδίων της δαπάνης για εισροές, δείχνει σημαντική αύξηση του μεριδίου της ενέργειας και των λοιπών αγαθών και υπηρεσιών, ελαφρά αύξηση στο μερίδιο της δαπάνης για συντήρηση υλικών, σχετική στασιμότητα στα ενοίκια, στη συντήρηση κτιρίων και στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και υποχώρηση σε λιπάσματα, φυτοπροστατευτικά προϊόντα, σπόρους, αγροτικές υπηρεσίες, τόκους(ΙΟΒΕ,2018).



Με πορτοκαλί τόκοι

Με πράσινο ενοίκια

Με μωβ σκούρο εργατικά

Με μωβ ανοιχτό ενέργεια και λιπαντικά

Με μπλε ανοιχτό λιπάσματα

Το κυριότερο πρόβλημα είναι το κόστος της ενέργειας στην παραγωγή

Γράφημα 23-τα υψηλά κόστη της αγροτικής παραγωγής Ελλάδα

Πηγή: Eurostat, Economic Accounts of Agriculture. Ανάλυση IOBE 2018

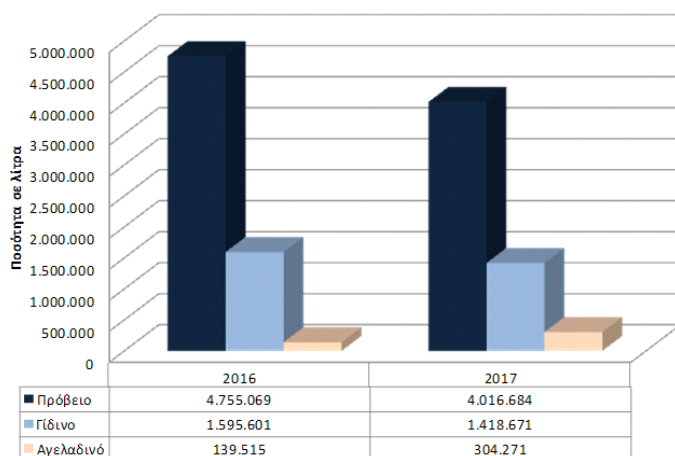
4.9 Στοιχεία για την κτηνοτροφία στη Στερεά Ελλάδα

Η κτηνοτροφία διαδραματίζει δευτερεύοντα, αλλά σημαντικό ρόλο στην περιφερειακή οικονομία. Οι κύριες μορφές άσκησης της κτηνοτροφίας είναι η εκτατική, που αφορά κυρίως ποιμενική προβατοτροφία, που είναι συγκεντρωμένη περισσότερο στις ορεινές περιοχές της Φθιώτιδας και της Εύβοιας και η εντατική – ενσταβλισμένη κτηνοτροφία, που αφορά κυρίως τα πουλερικά και τους χοίρους και λιγότερο τα βοοειδή που είναι συγκεντρωμένη στην κεντρική Εύβοια και στη Ν.Α. Βοιωτία, δηλαδή σε περιοχές που γειτνιάζουν με το μεγάλο κέντρο κατανάλωσης της Αθήνας. Σημαντική είναι και η παραγωγή προϊόντων ζωικής προέλευσης, όπου

παράγεται το 13% του συνόλου της εγχώριας παραγωγής κρέατος, το 15,6% της συνολικής παραγωγής σε μελιού.

Μεγάλο μειονέκτημα είναι η σταδιακή εγκατάλειψη της τοπικής φυλής αιγοπροβάτων στην Κύμη(Περιφέρεια Στ.Ελλάδας 2015).

Παραγωγή, πρόβειου, γίδινου και αγελαδινού γάλακτος στην περιφερειακή ενότητα Ευβοίας



Γράφημα 24-Παραγωγή πρόβειου, γίδινου και αγελαδινού γάλακτος

Πηγή : Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας 2018

4.10 Τα σημαντικότερα προβλήματα του πρωτογενή τομέα στη Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας είναι :

- η υψηλή εξάρτηση από παραδοσιακές και επιδοτούμενες καλλιέργειες
- ο μικρός και πολυτεμαχισμένος κλήρος-μικρός όγκος παραγωγής
- η γήρανση του αγροτικού πληθυσμού
- Ο βαθμός εξειδίκευσης και εκπαίδευσης των αγροτών
- η πτώση της προστιθέμενης αξίας
- τα υψηλά κόστη παραγωγής και μεταφοράς των αγροτικών προϊόντων
- η προβληματικότητα της σχέσης των οργανωμένων δικτύων εμπορίας με τους παραγωγούς
- το μικρό ποσοστό συμμετοχής στο ΑΕΠ(5%) παρότι είναι η δεύτερη μεγαλύτερη περιφέρεια της χώρας με πλούσιους φυσικούς πόρους
- η μικρή συμμετοχή των αγροτών στην αλλαγή των καλλιεργειών σε βιολογικές
- η έλλειψη ρευστότητας λόγω πανδημίας

- η έλλειψη επενδύσεων

Η εφοδιαστική αλυσίδα καθιστά αδύναμη τη θέση των μικρών παραγωγών στην περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Το μέσο μέγεθος μιας αγροτικής εκμετάλλευσης υπολείπεται σημαντικά από το αντίστοιχο της Ε.Ε-27(5εκτ. Έναντι 16 εκτ.).

4.11 Συμπερασματικά

Οι βασικές διαρθρωτικές αδυναμίες της φυτικής και ζωικής παραγωγής, όπως είναι το μικρό μέγεθος των εκμεταλλεύσεων και η συνεχής γήρανση του πληθυσμού που απασχολείται σ' αυτόν, αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα στην ορθή και αποδοτική του διαχείριση, με αποτέλεσμα το αυξημένο κόστος παραγωγής και την απώλεια ωφέλειας από τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας. Παρά τις αδυναμίες αυτές, το περιβάλλον και οι φυσικοί πόροι της Περιφέρειας, που αποτελούν συγκριτικά πλεονεκτήματα της υπαίθρου, μπορούν να δώσουν την απαραίτητη ώθηση για την βιώσιμη ανάπτυξή της.

Τα μέτρα που μπορούν να βοηθήσουν τους παραγωγούς σχετίζονται με την ανάδειξη των προϊόντων τους, τη συνεργασία για την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, τη δικτύωση και τη διαφοροποίηση τους.

4.12 Η πρόταση για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας

Από τους πιο πάνω δείκτες κρίνεται η αναγκαιότητα δημιουργίας αγροδιατροφικών κόμβων στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας προκειμένου να επιτευχθούν τα άνω μέτρα.

Προτείνεται άμεση δημιουργία ενός κόμβου σε κάθε περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας. Όπως είδαμε πρόκειται για τη δεύτερη μεγαλύτερη περιφέρεια της χώρας, με χιλιάδες μικροπαραγωγούς πολλών διαφορετικών αγροτικών προϊόντων με μεγάλες αποστάσεις μεταξύ τους από νομό σε νομό. Η δημιουργία ενός μόνο κόμβου δεν θα ήταν εφικτή να συντονίσει τόσες χιλιάδες παραγωγούς αλλά και να αναπτυχθεί σε ένα μόνο φυσικό μέρος. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία οι αγροδιατροφικοί κόμβοι πρέπει να βρίσκονται κοντά στους παραγωγούς για να ελαχιστοποιούνται τα κόστη.

Προτείνεται η δημιουργία πρώτα στην Κύμη Ευβοίας καθώς η Εύβοια έχει ισχυρό μερίδιο στο αγροτικό ΑΕΠ της περιφέρειας και για το γεγονός ότι πρέπει να ενισχυθεί η αγροτική παραγωγή του νησιού ύστερα από τις πυρκαγιές στο βόρειο τμήμα που κατέστρεψαν σημαντικό της μέρος.

Η μεγαλύτερη αγροτική δραστηριότητα και παραγωγή καταγράφεται στην περιοχή της Κύμης-Αλιβερίου γεγονός που καθιστά την 'ύπαρξη του κόμβου κοντά στην παραγωγή και τους παραγωγούς της. Λόγω της μικρής οδικής απόστασης από την Χαλκίδα και την Αθήνα μπορεί άνετα να διοχετεύσει τα αστικά κέντρα.

Η καρδιά του κόμβου θα είναι η ύπαρξη δημοπρατηρίου εντός των εγκαταστάσεων του και οι δημοπρασίες των αγροτικών προϊόντων θα γίνονται είτε με φυσική παρουσία

των αγοραστών χονδρεμπόρων και αγοραστών είτε με ηλεκτρονική απομακρυσμένη δημοπράτηση.

Η δημιουργία του δημοπρατηρίου στοχεύει

1. σε έναν υγιή εμπορικό ανταγωνισμό, και εφαρμόζοντας σύγχρονες υπηρεσίες και πρακτικές να διασφαλίζει την οργάνωση και καθετοποίηση της παραγωγής που θα δώσει προστιθέμενη αξία στα αγροτικά προϊόντα,
2. τον έλεγχο,
3. την διατήρηση της ποιότητας και την προώθηση των προϊόντων
4. Την αύξηση του αγροτικού εισοδήματος και κατέπекταση της απασχόλησης στον αγροτικό τομέα
5. Τον εφοδιασμό της αγοράς με φθηνά και ποιοτικά προϊόντα για τον καταναλωτή
6. Την διασφάλιση των τιμών για τους παραγωγούς
7. Τον περιορισμό των 3.000 εμπορικών επιχειρήσεων που ασχολούνται στη χώρα με τη διακίνηση των αγροτικών προϊόντων και κερδοσκοπούν σε βάρος του παραγωγού και του καταναλωτή με την άμεση σύνδεση παραγωγών και πελατών.

ΜΕΡΟΣ Ε΄

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V.

ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΚΟΜΒΟΥ
ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΣΥΚΩΝ Π.Ο.Π, ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΥ
ΜΕΛΙΟΥ, ΑΙΓΟΠΡΟΒΕΙΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ κ.α ΤΟΠΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΣΤΗ
ΚΥΜΗ ΕΥΒΟΙΑΣ



Εικόνα
Πηγή:kimis-aliveriou.gr

5.1 ΤΑ ‘ΤΟΡ’

ΤΟΠΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΥΜΗΣ

ΣΥΚΑ

Τα λευκά σύκα Κύμης καπνίζονται σε ατμούς θείου για να αποκτήσουν αυτό το ξεχωριστό χρώμα, γεγονός που τους δίνει μια όμορφη, υπόξινη γεύση. Ο τοπικός συνεταιρισμός ακολουθούσε πριν διαλυθεί μια εν πολλοίς χειροποίητη διαδικασία, ειδικά στο στάδιο του ελέγχου και της επιλογής. Έχουν φανατικούς οπαδούς στην Ελλάδα και γι’ αυτό το 70% καταναλώνεται στην εγχώρια αγορά και το υπόλοιπο 30% εξάγεται.

Τα σύκα Κύμης έχουν Π.Ο.Π.(Προστατευόμενη ονομασία προέλευσης).

Κάθε χρόνο παράγονται περίπου **300-400 τόνοι** σύκα .



Εικόνα 6

Πηγή: delicate.blog/

Τα περίφημα αποξηραμένα σύκα Κύμης αναγνωρισμένα ως Π.Ο.Π προϊόν παράγονται αποκλειστικά στην περιοχή Κύμης Ευβοίας από 25.000 συκόδεντρα τοπικής ποικιλίας. Πολλοί αγρότες της περιοχής θέλουν να προχωρήσουν σε νέες φυτεύσεις αλλά λόγω πανδημίας υπάρχει πρόβλημα ρευστότητας.

Η τιμή παραγωγού για το 2020 κυμάνθηκε στα **7 ευρώ** το κιλό.

Φέτος ο καύσωνας δημιούργησε μεγάλα προβλήματα στα δέντρα και αναμένεται μείωση της παραγωγής και άρα αύξηση της τιμής για τον καταναλωτή.

Ελλειμματική εκτιμάται η φετινή χρονιά του ξερού σύκου σε παγκόσμιο επίπεδο καθώς πρόβλημα αντιμετωπίζει και η παραγωγή της Τουρκίας λόγω των παρατεταμένων βροχοπτώσεων. Οι αγορές του εξωτερικού δεν θα μπορέσουν να ικανοποιηθούν στα προσυμφωνημένα λόγω της καταστροφής μεγάλου μέρους της παγκόσμιας παραγωγής από τα ακραία καιρικά φαινόμενα.

ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ

Συνολικά από τους μικροπαραγωγούς παράγεται 500 τόνοι την χρονιά αποκλειστικά στην χώρα Κύμης . Ενώ για το σύνολο του Δήμου Κύμης η περιοχή διαθέτει το 34,5% των ελαιοκομικών εκμεταλλεύσεων του Νομού Ευβοίας και το 14% των αντίστοιχων της περιφέρειας (στοιχεία πρόγραμμα leader Στερεάς Ελλάδας).

Παραγωγή ζωικών προϊόντων-ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΟΤΡΟΦΕΙΑ

Συνολικά για το Δήμο Κύμης καταγράφονται 3.408 εκμεταλλεύσεις με 158.191 κεφαλές.(στοιχεία πρόγραμμα leader Στερεάς Ελλάδας).

ΜΕΛΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ

Συνολικά παράγονται 5 χιλιάδες τόνοι μέλι ετησίως μόνο στην περιοχή του Δήμου Κύμης-αλιβερίου.



Εικόνα 7

Πηγή: melissourgion.com

άλλα μοναδικά προϊόντα όπως:

- φυσικό κερί μέλισσας
- γύρη
- καρύδια
- αμύγδαλα
- βότανα
- κηπευτικά
- ελιές
- κρασί
- νωπο γάλα
- αιγοπρόβατα
- συκόμελο
- σουτζούκια(με καρύδι ή αμύγδαλο βουτηγμένα σε μουσταλευτριά)
- αμυγδαλωτά

- μπακλαβιάς

Η παραπάνω παραγωγή κρίνεται ικανοποιητική για την autάρκεια των περιοχών. Τα προϊόντα είναι εξαιρετικής ποιότητας .

Υπάρχει όμως σοβαρός κίνδυνος για την μείωση της παραγωγής καθώς παρατηρείται μείωση του μόνιμου πληθυσμού για αστικοποίηση.

Σίγουρα πρέπει η πολιτεία να δώσει κίνητρα στους νέους για αναβάθμιση της περιφέρειας αλλά ταυτόχρονα με διαφημίσεις σε όλα τα μέσα να γνωστοποιήσει το νέο πρόγραμμα της ΚΑΠ το οποίο και παρέχει στους νέους αγρότες άμεσες ενισχύσεις στη βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία και χρηματοδοτεί τους βιολογικούς τρόπους παραγωγής.

5.2 Δυνητικές παγκόσμιες αγορές πώλησης αγροδιατροφικών προϊόντων Κόμης

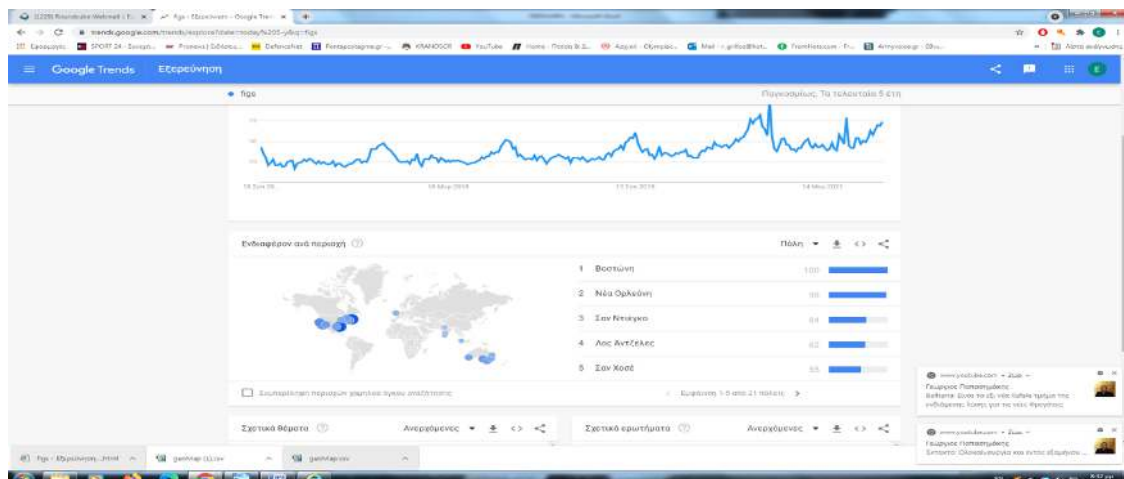
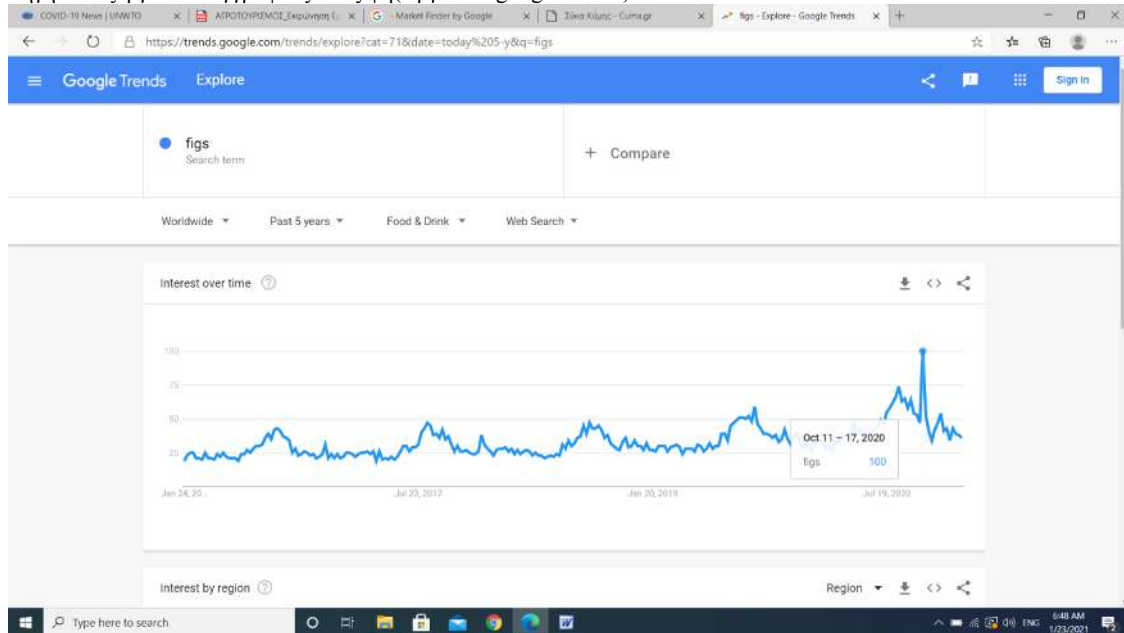
Ποιοι είναι αυτοί που ενδιαφέρονται για τα προϊόντα ?

Πού θα εξάγει ο κόμβος χονδρική;

Ενδεικτικά για **τα σύκα**.

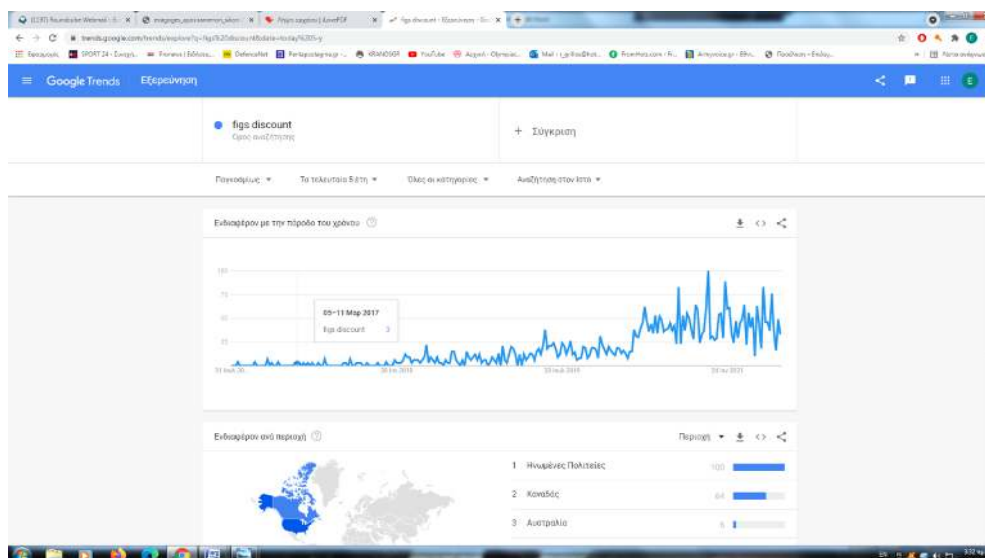
Γράφημα 25 - παγκόσμια αναζήτηση του όρου σύκα τα τελευταία 5 χρόνια

Πηγή : επεξεργασία συγγραφέας Μ.Τζιφής(εργαλείο google trends)



Στις 11 Οκτωβρίου του 2020 σημειώνεται η μεγαλύτερη τιμή ενδιαφέροντος της τελευταίας 5 ετίας.

Γράφημα 26 - παγκόσμια ζήτηση για σύκα με έκπτωση τα τελευταία 5 χρόνια
 Πηγή : επεξεργασία συγγραφέας Μ.Τζιφί(εργαλείο google trends)



Το γεγονός ότι οι καταναλωτές ψάχνουν εκπτώσεις για τα σύκα τα τελευταία 2 έτη της πανδημίας επιβάλλει την μείωση περαιτέρω στα κόστη των παραγωγών για την ανταπόδοση καλύτερης τιμής στους καταναλωτές διατηρώντας το κέρδος τους.

Πίνακας- Στοιχεία εξαγωγών σύκων, ΕΛΣΤΑΤ 2013

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΥΚΩΝ				
ΕΣΟ	ΠΟΘΟΣΗΣΑ Kg	ΑΞΙΑ €	ΜΕΗ ΣΙΜΗ ΑΞΙΑ/ΠΟΘΟΣΗΣΑ	ΠΑΡΑΣΗΡΗΕΙ
				Κύριες χώρες προορισμού κατά σειρά κατάταξης, όσον αφορά τις εξαγχείσεις ποσότητες, είναι:
2008	2.630.094	8.341.992	3,17	1. ΙΤΑΛΙΑ με 1.103tn συνολικής αξίας 4.068.000€.
				2. ΗΠΑ με 302tn συνολικής αξίας 786.000€.
				3. ΚΑΝΑΔΑ με 282tn συνολικής αξίας 804.000€.
				4. ΠΟΛΩΝΙΑ με 281tn συνολικής αξίας 633.000€.
				5. ΑΤΣΡΑΛΙΑ με 224tn συνολικής αξίας 665.000€.
				6. ΤΣΕΧΙΑ με 146tn συνολική αξία πεπύτος 340.000€.
				Η μέση τιμή προς αυτές τις χώρες κυμάνηκε από 2,25€/κιλό έως και 3,68€/κιλό, ανάλογα με την ποιότητα των σύκων.
ΕΣΟ	ΠΟΘΟΣΗΣΑ Kg	ΑΞΙΑ €	ΜΕΗ ΣΙΜΗ ΑΞΙΑ/ΠΟΘΟΣΗΣΑ	ΠΑΡΑΣΗΡΗΕΙ

				Κύριες χώρες προορισμού κατά σειρά κατάταξης, όσον αφορά τις εξαχθείσες ποσότητες, είναι:
2009	2.864.076	8.387.562	2,92	1. ΙΤΑΛΙΑ με 1.015tn συνολικής αξίας 3.286.000€. 2. ΑΤΣΡΑΛΙΑ με 612tn συνολικής αξίας 195.000€. 3. ΠΟΛΩΝΙΑ με 611tn συνολικής αξίας 263.000€. 4. ΗΠΑ με 520tn συνολικής αξίας 1.304.000€. 5. ΚΑΝΑΔΑ με 419tn συνολικής αξίας 1.199.000€. 6. ΤΣΕΧΙΑ με 402tn συνολικής αξίας 169.000€. Η μέση τιμή ππορ αστέρ τιν σώπερ κριμάνθηκε από 2,30€/κιλό έωρ και 3,20€/κιλό, ανάλογα με την ποιότητα των σύκων.
ΕΣΟ	ΠΟΘΣΗΣΑ Kg	ΑΞΙΑ €	ΜΕΣΗ ΣΙΜΗ ΑΞΙΑ/ΠΟΘΣΗΣΑ	ΠΑΡΑΣΗΡΗΕΙ
				Κύριες χώρες προορισμού κατά σειρά κατάταξης, όσον αφορά τις εξαχθείσες ποσότητες, είναι:
2010	2.613.325	6.760.945	2,58	1. ΙΤΑΛΙΑ με 586tn συνολικής αξίας 1.374.000€. 2. ΗΠΑ με 447tn συνολικής αξίας 1.257.000€. 3. ΑΤΣΡΙΑ με 386tn συνολικής αξίας 895.000€. 4. ΚΑΝΑΔΑ με 310tn συνολικής αξίας 761.000€. 5. ΑΤΣΡΙΑ με 386tn συνολικής αξίας 895.000€. 6. ΠΟΛΩΝΙΑ με 302tn συνολικής αξίας 711.000€. Η μέση τιμή ππορ αστέρ τιν σώπερ κριμάνθηκε από 2,3€/κιλό έωρ και 3,6€/κιλό, ανάλογα με την ποιότητα των σύκων.
ΕΣΟ	ΠΟΘΣΗΣΑ Kg	ΑΞΙΑ €	ΜΕΣΗ ΤΙΜΗ ΑΞΙΑ/ΠΟΘΣΗΤΗ	ΠΑΡΑΣΗΡΗΕΙ
				Κύριες χώρες προορισμού κατά σειρά κατάταξης, όσον αφορά τις εξαχθείσες ποσότητες, είναι:
2011	2.779.578	6.890.456	2,47	1. ΑΤΣΡΙΑ με 518tn συνολική αξίαρ πεπίτος 1.102.000€. 2. ΗΠΑ με 464tn συνολική αξίαρ πεπίτος 1.162.000€. 3. ΙΣΑΛΙΑ με πεπίτος 372tn συνολική αξίαρ πεπίτος 955.000€. 4. ΚΑΝΑΔΑ με πεπίτος 340tn συνολική αξίαρ πεπίτος 922.000€. 5. ΠΟΛΩΝΙΑ με πεπίτος 240tn συνολική αξίαρ πεπίτος 534.000€. 6. ΑΤΣΡΑΛΙΑ με πεπίτος 195tn συνολική αξίαρ πεπίτος 624.000€. Η μέση τιμή ππορ αστέρ τιν σώπερ κριμάνθηκε από 2,10€/κιλό έωρ και 3,10€/κιλό, ανάλογα με την ποιότητα των σύκων.
ΕΣΟ	ΠΟΘΣΗΣΑ Kg	ΑΞΙΑ €	ΜΕΣΗ ΣΙΜΗ ΑΞΙΑ/ΠΟΘΣΗΣΑ	ΠΑΡΑΣΗΡΗΕΙ
				Κύπερ σώπερ πποοπισμού κατά σεπιά κατάταξηρ, όσον αυοπά τιν εξασθείσερ ποσότητεςρ, είναι:
2012	2.924.704	7.672.799	2,62	1. ΑΤΣΡΙΑ με πεπίτος 494tn συνολική αξίαρ πεπίτος 1.041.000€. 2. ΚΑΝΑΔΑ με πεπίτος 452tn συνολική αξίαρ πεπίτος 1.302.000€. 3. ΗΠΑ με πεπίτος 395tn συνολική αξίαρ πεπίτος 1.127.000€. 4. ΙΣΑΛΙΑ με πεπίτος 324tn συνολική αξίαρ πεπίτος 857.000€. 5. ΠΟΛΩΝΙΑ με πεπίτος 297tn συνολική αξίαρ πεπίτος 618.000€. 6. ΑΤΣΡΑΛΙΑ με πεπίτος 234tn συνολική αξίαρ πεπίτος 829.000€. Η μέση τιμή ππορ αστέρ τιν σώπερ κριμάνθηκε από 2,00€/κιλό έωρ και 3,5€/κιλό, ανάλογα με την ποιότητα των σύκων.

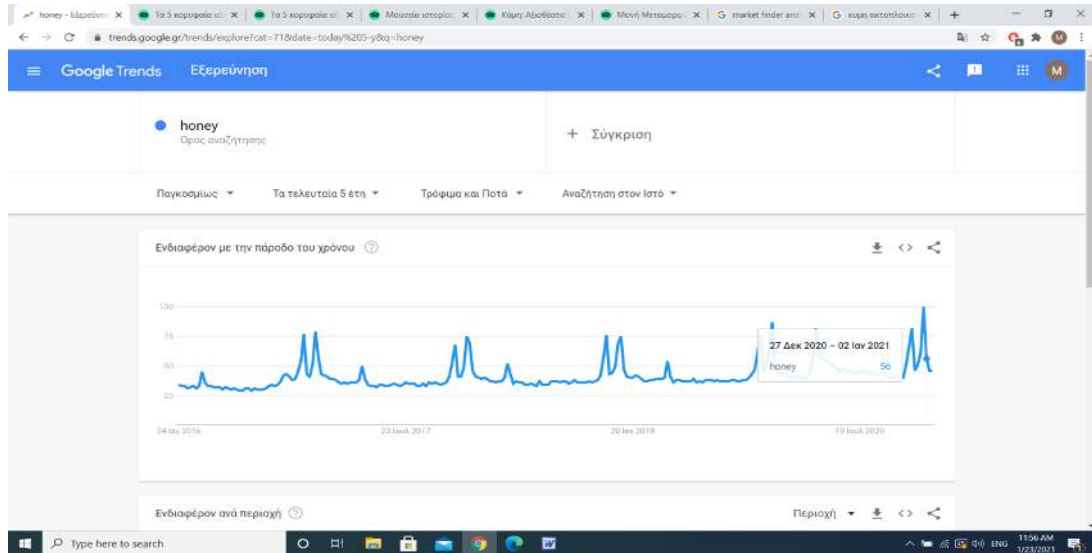
Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία

Από το Google trends βλέπουμε μια συνεχόμενη τάση αύξηση της ζήτησης για σύκα ιδίως τα τελευταία έτη που η πανδημία ξαναέβαλε στο κέντρο την πιο υγιεινή διατροφή. Επίσης βλέπουμε πόσο σημαντικό είναι οι παραγωγοί να πετύχουν υψηλή ποιότητα παραγωγής για μεγαλύτερη τιμή.

Για το μέλι

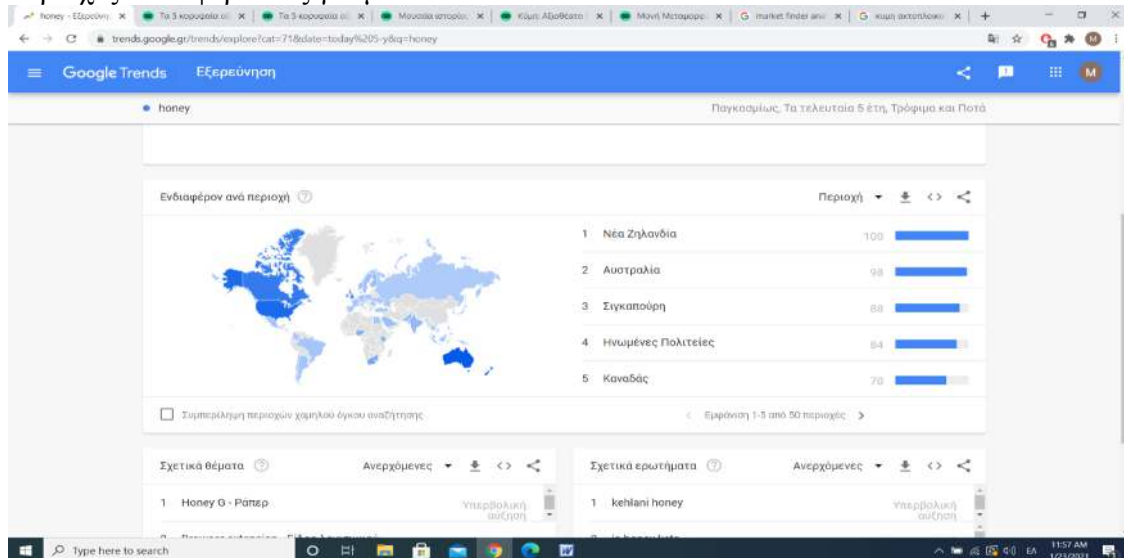
Γράφημα 27 - παγκόσμια αναζήτηση του μέλι τα τελευταία 5 χρόνια

Πηγή : επεξεργασία συγγραφέας Μ.Τζιφί(εργαλείο google trends)



Η μεγαλύτερη ζήτηση για μέλι αποτυπώνεται 13-19 Δεκεμβρίου 2020

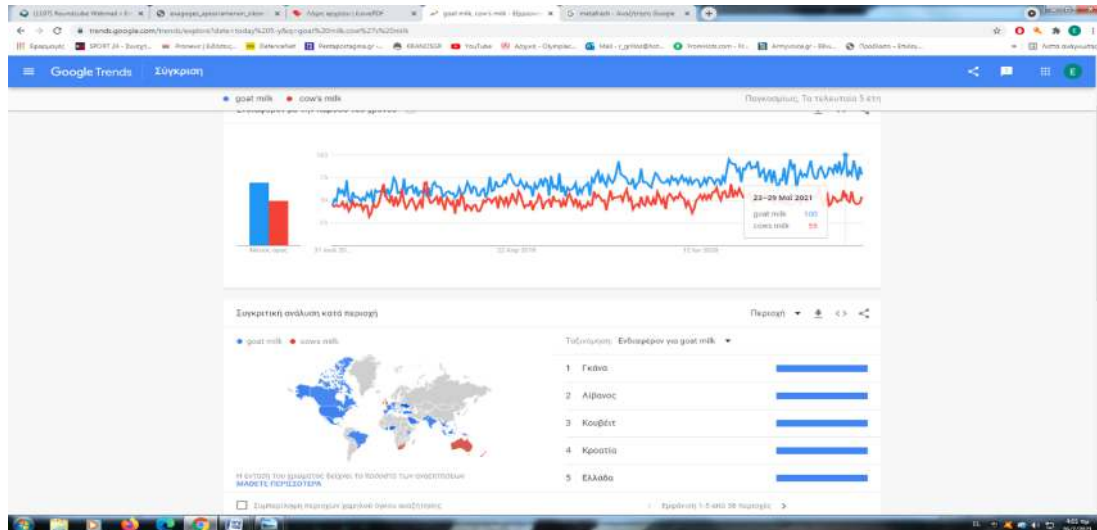
Περιοχές ενδιαφέροντος για μέλι



Οι περιοχές ενδιαφέροντος για το μέλι είναι οι ίδιες που είναι και για τα σύκα οπότε μπορούν να ευνοηθούν τα κόστη μεταφοράς.

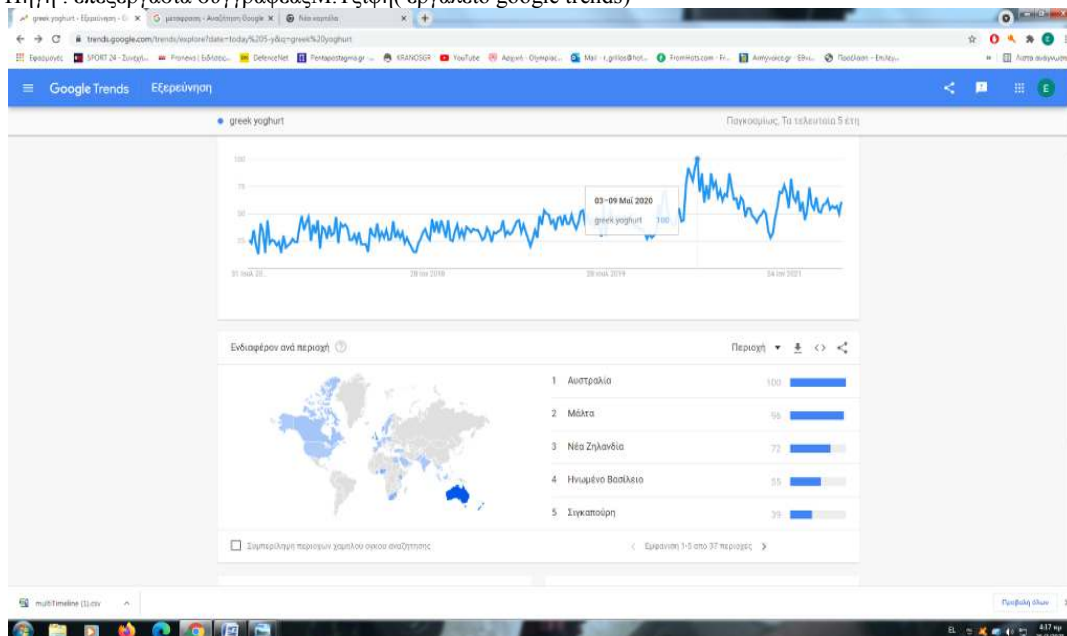
Ζήτηση αιγοπρόβειου γάλατος versus αγελαδινού

Γράφημα 27- παγκόσμια αναζήτηση του όρου αιγοπρόβειου και αγελαδινού γάλατος τα5 χρόνια
Πηγή : επεξεργασία συγγραφέαςΜ.Τζιφί(εργαλείο google trends)



Υπάρχει μεγάλη ζήτηση για αιγοπρόβειο γάλα ειδικά τους τελευταίους 12 μήνες. ΑΛΛΑ ΣΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Γράφημα 28- παγκόσμια αναζήτηση του όρο ελληνικό γιαούρτι τα5 χρόνια
Πηγή : επεξεργασία συγγραφέαςΜ.Τζιφί(εργαλείο google trends)



Η μεγαλύτερη ζήτηση εντοπίζεται το Μαΐο του 2020, με την Αυστραλία να έρχεται πρώτη.

5.3 SWOT ανάλυση της επιλογής της Κύμης ως περιοχής για τη δημιουργία αγροδιατροφικού κόμβου στο Ν.Ευβοίας

ΠΕΡΙΟΧΗ ΕΥΒΟΙΑ	ΤΟΜΕΑΣ	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΜΕΙΟΝΕΚΤΗ ΜΑΤΑ
ΔΗΜΟΣ/ΚΥΜΗ Σ-ΑΛΙΒΕΡΙΟΥ	ΑΓΡΟΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ ΓΕΩΡΓΙΑ/ΚΤΗΝΟ ΤΡΟΦΙΑ	Σημαντική παραγωγή γεωργικών μεσογειακών προϊόντων που προωθούν την υγεία όπως καρύδια,αμύγδαλα,ελαιόλαδο,αμπέλια κ.α	Μη ανεπτυγμένη βιολογική γεωργία ειδικά στο ελαιόλαδο
		Παραγωγή προϊόντων από ντόπια φυλή αιγοπροβάτων	Ο αγροτικός πληθυσμός μειώνεται
		Παραγωγή βιολογικού μελιού	Διάλυση του συνεταρισμού σύκων Κύμης που αριθμούσε περίπου 800 παραγωγούς
		ΠΟΠ προϊόντα όπως τα σύκα Κύμης	Οι χονδρέμποροι αγοράζουν σε χαμηλές τιμές
		Κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες για ανάπτυξη της γεωργίας	Το εισόδημα εξαρτάται από τις άμεσες ενισχύσεις.
		Πλούσιοι φυσικοί πόροι	Γήρανση του αγροτικού πληθυσμού
			Χαμηλό μορφωτικό επίπεδο παραγωγών
			Δεν γίνονται επενδύσεις λόγω έλλειψης χρηματοδοτικής πίστωσης
			Αύξηση του κόστους παραγωγής/απουσία προγραμματισμού της παραγωγής/απουσία Μάρκετινγκ
			Συνεχιζόμενη οικονομική ύφεση
ΠΕΡΙΟΧΗ ΕΥΒΟΙΑ	ΤΟΜΕΑΣ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
ΔΗΜΟΣ/ΚΥΜΗ Σ-ΑΛΙΒΕΡΙΟΥ			
	Ανταγωνιστικότητα α-αύξηση προστιθέμενης αξίας	Ζήτηση σε διεθνές επίπεδο για προϊόντα ΠΟΠ <ul style="list-style-type: none"> • Για την παραγωγή ξηρών σύκων <p>ξη, αρχικά 2.000 στρεμμάτων της καλλιέργειας ξιάρχη Κύμης στη βιολογική γεωργία και κυρίως του NOP- USDA και του EN2092/91.</p> <p>ον αγορών αποξηραμένων σύκων και κυρίως στην του Ατλαντικού (ΗΠΑ), όπου η παραγωγή δεν</p>	Λόγω της μείωσης του αγροτικού πληθυσμού κινδυνεύουν με εγκατάλειψη οι ΠΟΠ καλλιέργειες και η τοπική αυτάρκεια
			Ακραία καιρικά φαινόμενα απειλούν την παραγωγή σύκων

	<p>Ανταγωνιστικότητα α-αύξηση προστιθέμενης αξίας</p>	<p>ηση και εισαγωγές καλύπτονται κυρίως από την προϋπόθεση για να αντέξει στον ανταγωνισμό και στην αγορά, είναι η πιστοποίηση κατά NOP.</p> <p>ον παραγωγών στη βιολογική καλλιέργεια του ουργία από τον κόμβο σχετικών εγχειριδίων.</p>	
	<p>Ανταγωνιστικότητα α-αύξηση προστιθέμενης αξίας</p>	<p>• Αιγοπροβατοτροφία</p> <p>Η άσκηση της αιγοπροβατοτροφίας θα έχει ως μικρότερο οικονομικό στόχο την παραγωγή τυροκομικών των ειδικής ποιότητας (ΠΟΠ, ΠΓΕ, βιολογικά).</p> <p>ρόβειου και αγείου γάλακτος πρέπει να επιδιωχθεί να με βάση την αύξηση στις αποδόσεις των ζώων (όχι με θυσμού) και τη χρήση εγχώριων ζωοτροφών, ενώ η του και αγείου κρέατος πρέπει να διατηρηθεί στο ό επίπεδο.</p> <p>ς εκτροφής εγχώριων φυλών ζώων ικανοποιητικής και διατήρηση ικανοποιητικού αριθμού ζώων των φυλών με εξαφάνιση (πρόβατο Κύμης), ώστε η παραγωγή των αι ΠΠΕ να ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές.</p>	
	<p>Ανταγωνιστικότητα α-αύξηση προστιθέμενης αξίας</p>	<p>• Αμπελος</p> <p>ερμικού κλίματος των Νομών Βοιωτίας και Εύβοιας, της ης σύστασης εδαφών, υπάρχει η δυνατότητα ένταξης ε καθεστώτα V.Q.P.R.D, τοπικών οίνων ποιότητας και ας.</p> <p>6.000 στρεμμάτων αμπελώνων για παραγωγή κρασιού ας Προέλευσης Ελεγχόμενης), Ο.Π.Α.Π (Ονομασίας τέρας Ποιότητας) και αντίστοιχη προβολή τους έτσι ώστε τερο ανταγωνιστικά.</p> <p>ανημάτων σε συλλογική βάση και ενιαίες εκτάσεις με ίδιες προδιαγραφές, θα μειώνει δραματικά το κόστος</p> <p>η παραγωγών στην καλλιέργεια αμπέλου με λογότυπο και στη βιολογική γεωργία.</p> <p>δικών τεχνικών εγχειριδίων αμπελοκαλλιέργειας για την νίνου με λογότυπο ποιότητας</p>	

		<p style="text-align: center;">• Ελιά</p> <p>αύξηση στην τεχνική της καλλιέργειας ιδιαίτερα στις περιοχές στις οποίες σκοπός είναι η παραγωγή βρώσιμης ελιάς, μείωση του κόστους και προστασία των φυσικών πόρων μέσω της σύλληψη με δακτοπαγίδες τύπου McPhail , εφαρμογή οργανικών λιπάνσεων με ψυχανθή, κ.λπ).</p> <p>Ένταξη για ένταξη εκτάσεων σε Συστήματα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης(όπως πρωτόκολλο Eurepgar) και ομαδικοποίηση του παραγόμενου προϊόντος ομαδικά.</p>	
		Ζήτηση για «νέα τουριστικά προϊόντα»	Συνέχιση συσσώρευσης οικονομικής δραστηριότητας στα αστικά κέντρα
		Αυξημένη ζήτηση για βιολογικά προϊόντα μεσογειακής προέλευσης	Πολλοί αγρότες της περιοχής θέλουν να προχωρήσουν σε νέες φυτεύσεις συκώδεων αλλά υπάρχει πρόβλημα ρευστότητας
		Σύνδεση της τοπικής αγροτικής παραγωγής με τον τουρισμό	
		Ενίσχυση της διαπραγματευτικής δύναμης των παραγωγών και συσπείρωση με την ίδρυση αγροδιατροφικού κόμβου.	
		Ανάπτυξη γαστροτουρισμού και εστίασης με βάση τα τοπικά αγροτικά προϊόντα	
		Ένταξη αγροτών στο μέτρο 11 της ΚΑΠ	
μεταφορές		Λιμάνι Κύμης-113 ναυτικά μίλια από Πειραιά	
		Οδικό δίκτυο Χαλκίδα-91,5 χιλιόμετρα Οδικό δίκτυο Κάρυστο-104 χιλιόμετρα Κύμη-Φερρυν από Ερέτρια-Ωροπόδος-Αθήνα-112 χιλιόμετρα	
		Αεροδρόμιο Σκύρου	
		Έρχεται δημιουργία υδατοδρομίου	

Κεφάλαιο VI

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΚΟΜΒΟΥ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΕΥΒΟΙΑΣ



**Εγχείρημα πολλών μικρών αγροτικών εκμεταλλεύσεων με την ονομασία Κύμη-
fresh(community supported agriculture)
ΔΗΜΟΣ ΚΥΜΗΣ-ΑΛΙΒΕΡΙΟΥ ΕΥΒΟΙΑΣ**

Εικόνα

Πηγή :running a food hub,2011

6.1 Εισαγωγή

Σύμφωνα με τις νέες τάσεις όπως αποτυπώθηκαν προηγουμένως υπάρχει μεγάλη αγορά ζήτησης στο εξωτερικό και στο εσωτερικό για προϊόντα με υψηλή διατροφική αξία λόγω της πανδημίας γι' αυτό και μελετάται η δημιουργία ενός αγροδιατροφικού κόμβου στη Κύμη όπου οι μικροπαραγωγοί ποιοτικών αγροτικών προϊόντων θα αξιοποιήσουν νέες ευκαιρίες για πωλήσεις και θα μειώσουν τα κόστη τους εξασφαλίζοντας ευνοϊκότερες τιμές.

6.1 Ο αγροδιατροφικός κόμβος Κύμη fresh

Ο αγροδιατροφικός κόμβος Κύμη fresh θα λειτουργήσει στη περιοχή Μεντούλι Κύμης στις εγκαταστάσεις του παλιού συνεταιρισμού σύκων που έχει εγκαταλειφθεί από τους 800 παραγωγούς του.

Η αγορά των αγροτών θα είναι η κύρια πηγή φρέσκων βιολογικών ή οργανικών αγροτικών, κτηνοτροφικών και μελισσοτροφικών προϊόντων του Δήμου Κύμης-Αλιβερίου καθώς και των κοντινότερων αστικών κέντρων Χαλκίδας και Αθήνας και εξωτερικών αγορών όπως παρουσιάστηκαν.

Εφοδιαστική Αλυσίδα Αγροτικών Προϊόντων



Εικόνα 8
Πηγή: Μαλινδρέτος, 2016

Τα προϊόντα θα προσφέρονται προς χονδρική πώληση μέσα από τη δημιουργία ενός σύγχρονου δημοπρατηρίου.

Το δημοπρατήριο θα λειτουργεί όλο το έτος καθώς θα υπάρχει μεγάλη ποικιλία αγροτικών προϊόντων διαφορετικής εποχικότητας.

Οι μεμονωμένοι καταναλωτές θα αγοράζουν λιανική είτε μέσω μιας πλατφόρμας παραγγελιών που θα βρίσκεται αναρτημένη στην ιστοσελίδα του κόμβου ή κάθε Κυριακή στην αγορά του καταναλωτή εντός του κόμβου.

Η πρωτοβουλία της ανάπτυξης του κόμβου για συνεργεία των μικρών και μεσαίων παραγωγών του Δήμου Κύμης-Αλιβερίου θα εργαστεί στη βελτίωση της ποιότητας παραγωγής, στην ανάπτυξη της επικοινωνίας μεταξύ της κοινότητας της Κύμης και των παραγωγών και στην καθιέρωση διαδικασιών τιμολόγησης με μακροπρόθεσμες επίσημες συμφωνίες με το κόμβο ανάλογα με τον όγκο των συναλλασσόμενων αγαθών σε χονδρική και λιανική πώληση.

Με αυτό τον τρόπο οι παραγωγοί θα αυξήσουν το εισόδημα τους ενώ η τοπική κοινότητα και οι πιθανές αγορές θα ευνοηθούν από σταθερό εφοδιασμό με μεγαλύτερη γκάμα τοπικών προϊόντων, ανώτερης ποιότητας και σε καλύτερες τιμές

6.2 Υπηρεσίες προς τους αγρότες

Σκοπός ίδρυσης του κόμβου θα είναι να διαχειρίζεται, να συγκεντρώνει, να εμπορεύεται και να διανέμει τοπικά Π.Ο.Π προϊόντα, ελαιόλαδο, βιολογικό μέλι, τυριά, αιγοπρόβειο γάλα.

Συγκεντρωτικά :

- οι παραγωγοί θα υπογράφουν πολυετή συμβόλαια διάθεσης της παραγωγής τους με τον κόμβο
- τυποποίηση προϊόντων
- συσκευασία προϊόντων
- θα γίνεται ο καθορισμός των τιμών από κοινού με τους αγρότες με δυο λίστες μιας χονδρικής και μια λιανικής(δημοπρατήριο για χονδρική-πλατφόρμα παραγγελιών λιανικής)
- διαχείριση των πωλήσεων
- υπηρεσίες αποθήκευσης και επιθεώρησης
- συμβουλευτική καλών γεωργικών πρακτικών
- διαχείριση της ιστοσελίδας και της ηλεκτρονικής δημοπράτησης για εξασφάλιση και των δυο μερών με επικαιροποιημένα και ακριβή δεδομένα
- εξασφάλιση ποιοτικών προϊόντων σε υψηλότερες τιμές για τους αγρότες καθώς οι αγοραστές θα αντιμετωπίζουν τον κίνδυνο μέχρι το τέλος της δημοπράτησης που πέφτουν τα αποθέματα αλλά και οι τιμές να μην μπορούν να βρουν τις ποσότητες που θέλουν για να προμηθεύσουν τους αγοραστές τους.
- Γεωργικά εφόδια-συγκεντρώνοντας σε μια λίστα τις ανάγκες των μελών της θα πετυχαίνει χαμηλότερες τιμές απ'ότι θα πετύχαιναν μόνοι τους λόγω της αθροιστικής παραγγελλόμενης ποσότητας.
- Ομαδικές πιστοποιήσεις των παραγωγών για την επίτευξη χαμηλότερου κόστους

Ο κόμβος με την υποστήριξη της περιφέρειας για τα πρώτα δυο έτη λειτουργίας του θα πληρώνει στους αγρότες 20% κεφάλαιο κίνησης πριν από την έναρξη της σαιζόν για να βοηθήσει την ταμειακή ροή της εκμετάλλευσης λόγω των προβλημάτων που επέφερε η πανδημία .

Επιπλέον το εγχείρημα θα προσπαθεί να μεγιστοποιήσει τις δυνατότητες εμπορίας των συμμετεχόντων αγροκτημάτων και να διατηρήσει τη σύνδεση μεταξύ καταναλωτών και αγροτών μέσω του ιστοτόπου εκδηλώσεων αλλά και μέσω ψηφιακών φεστιβάλ ανάδειξης των τοπικών αγροτικών προϊόντων .

6.3 Υποχρεώσεις των αγροτών-μελών

- Οι αγρότες μέλη θα πρέπει να διαθέτουν όλη τους την παραγωγή αποκλειστικά στον κόμβο.
- Να παραδίδουν τα προϊόντα τους συνοδευόμενα με τις ανάλογες πιστοποιήσεις που εξασφαλίζουν την ποιότητα που εγγυάται ο κόμβος(βλ.swot ανάλυση).
- Να συνεργάζονται με τον κόμβο μέσα από ετήσιες συναντήσεις για την οργάνωση της επόμενης σεζόν.
- Τα προϊόντα που θα παραδίδουν να είναι βιολογικά ή να παράγονται με οργανικές διαδικασίες
- Να συμμετέχουν στην συμβουλευτική διαδικασία για ορθές γεωργικές πρακτικές και να συντονίζουν την παραγωγή και την ποιότητα των καλλιεργειών τους ανά ομάδες 7-10 ατόμων
- Εβδομαδιαία ποσότητα διαθεσιμότητας της παραγωγής του για την οργάνωση των αριθμού των δημοπρασιών
- Θα αποδίδεται το 16% από τις καθαρές αποδόσεις στον κόμβο για τα λειτουργικά του έξοδα

6.4 Υπηρεσίες στους αγοραστές

- Τυποποιημένα και συσκευασμένα προϊόντα
- Ανέπαφες συναλλαγές μέσω της ηλεκτρονικής δημοπράτησης για χονδρικό εμπόριο με παράδοση απευθείας στο χώρο τους.
- Μια μόνο παραγγελία(λιανική) σε μια μόνο παράδοση-μειώνοντας έτσι τα κόστη μεταφορών και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα
- Θα προσφέρονται κάθε απόγευμα πριν την ημέρα της δημοπράτησης στην ηλεκτρονική σελίδα του κόμβου λίστες διαθεσιμότητας προϊόντων επιτρέποντας στους αγοραστές χονδρέμπορους να επιλέξουν από μια μεγάλη ποικιλία τοπικών προϊόντων .
- Κάθε Κυριακή από τις 10 πμ έως τις 3μ.μ ο κόμβος σε ειδικά διαμορφωμένο εξωτερικό χώρο δίπλα από τις εγκαταστάσεις του θα μετατρέπεται σε λιανική αγορά για την τοπική κοινότητα με πολύ συμφέρουσες τιμές καθώς θα είναι προς διάθεση και τυχόν αδιάθετες ποσότητες προϊόντων από τις δημοπρασίες που θα πραγματοποιούνται μέσα στην εβδομάδα.
- Κάθε Κυριακή από τις 10 πμ έως τις 3μ.μ γευσιγνωσία των τοπικών προϊόντων σε ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα με τραπέζια και καθίσματα για να μπορούν οι επισκέπτες να γευτούν όλα τα προϊόντα του κόμβου με αντίτιμο 7 ευρώ εισιτηρίου.
- Ο κόμβος θα παρέχει 100% ιχνηλασιμότητα, διατηρώντας την ταυτότητα της φάρμας, τις σχέσεις και τη ευρεία γνώση όλων των προϊόντων που πωλούνται

μέσω αυτού.

Οι στόχοι του εγχειρήματος σε σχέση με τους αγοραστές:

Ο στόχος του κόμβου είναι να δημιουργήσει σταθερές και ξεκάθαρες εφοδιαστικές αλυσίδες ανάμεσα στους παραγωγούς και σε χονδρεμπόρους, λιανέμπορους, πελάτες με ανάγκες για Π.Ο.Π προϊόντα και βιολογικά τοπικά προϊόντα (με ξενοδοχεία , εστιατόρια, μεταποιητές, παντοπωλεία, επιχειρήσεις κ.λπ. καθώς και με ξένες αγορές) .

6.5 Υπηρεσίες συμβουλευτικής από αγροτικό σύμβουλο

Ο πρώτος στόχος του αγροτικού συμβούλου είναι να βοηθήσει όλους τους αγρότες που θέλουν να γίνουν μέλη του κόμβου να αλλάξουν τις καλλιέργειες τους σε βιολογικές επισημαίνοντας τους τα οφέλη και καθοδηγώντας τους να ενταχθούν στο μέτρο 11 της ΚΑΠ καθώς θα έχουν δωρεάν πιστοποίηση και οικονομική ενίσχυση μέσω της ένταξης τους.

Μεμονωμένα για κάθε κατηγορία προϊόντος σε συνεργασία με την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας όπου πραγματοποιεί μελέτες για αύξηση της προστιθέμενης αξίας των αγροτικών προϊόντων των νομών της θα πληροφορεί τους αγρότες και θα σχεδιάζουν τα επόμενα βήματα αλλαγής και ανάπτυξης των καλλιεργειών τους(βλ. SWOT ανάλυση).

Τέλος και πολύ σημαντικό θα ενθαρρύνει τις συνέργειες μεταξύ των παραγωγών για την αντιμετώπιση του κόστους όπως πχ από κοινού διαχείριση αποβλήτων για την παραγωγή ενέργειας, ομαδικές πιστοποιήσεις, ομαδικές παραγγελίες για αγροτικά εφόδια κ.α.

Μετά τις ομαδικές συζητήσεις ο σύμβουλος θα συναντηθεί με κάθε αγρότη ατομικά για να προτείνει τι θα μπορούσε να καλλιεργήσει ο αγρότης, τότε η καλλιέργεια θα φτάσει σε ωριμότητα απόδοσης και τότε η παράδοση θα είναι αναμενόμενη.

Οι αγρότες θα μοιράζονται τις προοπτικές τους για το τι θα μπορούσαν να καλλιεργήσουν και στο τέλος θα επιτευχθεί συναίνεση για την επερχόμενη καλλιεργητική περίοδο.



Εικόνα 9:η συμβουλευτική διαδικασία
Πηγή :ypaithros.gr,Αποστολοπούλου ,2021

6.6 Η παράδοση προϊόντων

Θα βασίζεται στη γνώση της κατάστασης ωριμότητας για κάθε καλλιέργεια του αγροκτήματος μέλους, στον όγκο διαθεσιμότητας για παράδοση, στην ικανότητα κάθε εκμετάλλευσης να κάνει παράδοση σε συγκεκριμένο χρόνο, στην χωρητικότητα αποθήκευσης της αποθήκης του κόμβου , στην διαθεσιμότητα φορτηγού για την μετακίνηση έξω από την αποθήκη και στις απαιτήσεις του κάθε προϊόντος.

Τα προϊόντα θα παραδίδονται στην αποβάθρα φόρτωσης και το προϊόν θα επιθεωρείται από το συνεργαζόμενο προσωπικό. Το προϊόν που περνάει τον έλεγχο θα πρέπει να καταχωρείτε σε ένα σύστημα δήλωσης παρτίδας που θα παρέχει ένα μηχανισμό παρακολούθησης για το αγρόκτημα από το οποίο προήλθε και την ημέρα που παραλήφθηκε από την αποβάθρα. Τα προϊόντα που δεν περνούν τον έλεγχο επιστρέφονται εκ νέου στον αγρότη .



Εικόνα 10

Πηγή:agrofitiki.com

Το σύστημα που θα ακολουθείτε για την μετακίνηση των προϊόντων προς τους πελάτες θα είναι (FIFO) δηλαδή ότι εισέρχεται πρώτο εξέρχεται και πρώτο.

Οι παραδόσεις θα συντονίζονται μεταξύ των ομάδων για ελαχιστοποίηση κατανάλωσης καυσίμου.

6.7 Προϊόντα προς πώληση

Για τα σύκα Κύμης Π.Ο.Π

Η τρέχουσα εγκατάσταση θα είναι ο παλιός συνεταιρισμός συκοπαραγωγών καθώς διαθέτει μεγάλους χώρους και έτοιμο λειτουργήσιμο εξοπλισμό.

Αποτελείται από συσκευαστήριο 450 τ.μ με όλους τους απαραίτητους βοηθητικούς χώρους . Στο πίσω μέρος του συσκευαστηρίου σε αίθουσα 20 τ.μ , είναι ο θερμολέβητας όπου θερμαίνεται νερό, το οποίο χρησιμοποιείται για την πλύση των ξερών σύκων μετά την απεντόμωση.Το συσκευαστήριο είναι εφοδιασμένο με όλους τους χώρους υγιεινής. Ο κυρίως χώρος χρησιμοποιείται ως συσκευαστήριο και ως χώρος αποθήκευσης του συσκευασμένου προϊόντος.

Το ξηραντήριο είναι τύπου σήραγγας με τελάρα και ανακύκλωση αέρα. Η χωρητικότητα σε νωπό προϊόν είναι περίπου 800 κιλών σύκων.

Εφόσον θα συλλέγονται από τους παραγωγούς είτε θα εισέρχονται με τη μορφή του φρέσκου σύκου στον κόμβο είτε με τη μορφή των ξερών σύκων ανάλογα με το ενδιαφέρον της αγοράς σε ποσότητα και κατόπιν θα συσκευάζονται στις εγκαταστάσεις του κόμβου.

Η μεγαλύτερη ποσότητα θα είναι αυτή των ξερών σύκων καθώς η αλλαγή αυτή στο προϊόν του δίνει πολύ μεγάλη διάρκεια ζωής και είναι εμπορεύσιμο εφόσον ξηρανθεί για όλη τη διάρκεια του έτους. Αντίθετα το φρέσκο σύκο έχει μικρή διάρκεια ζωής λίγων

ημερών και για αγορές του εξωτερικού που το ζητούν ως φρέσκο τίθεντας υπόψη τον χρόνο παράδοσης της διαδρομής ίσως χρειαστούν αερομεταφορές.



Εικόνα 11
Πηγή: evias-filoi.gr

Όλες οι παραγωγές σύκων θα είναι πιστοποιημένες ως Π.Ο.Π εξασφαλίζοντας στον πελάτη την υψηλή ποιότητα του προϊόντος (premium προϊόντα).

Συνοψίζοντας τη διαδρομή των σύκων:

1. παραλαβή
2. ξήρανση (για όσους δεν το κάνουν σε δικούς τους χώρους)
3. κλείσιμο σύκων
4. συσκευασία
5. τελική αποθήκευση
6. φόρτωση για αποστολή παραγγελίας

Όσο αφορά το βιολογικό μέλι οι μελισσοουργοί κατά την παράδοση του μελιού θα πρέπει να παραδίδουν και τα ανάλογα πιστοποιητικά ώστε να μπορεί το μέλι να συσκευαστεί και να πωληθεί ως βιολογικό.

Το ίδιο ισχύει και για το ελαιόλαδο όσο αφορά την πιστοποίηση της βιολογικής παραγωγής.

Για τα κρασιά οι παραγωγοί τους πρέπει να τα παραδίδουν πιστοποιημένα σύμφωνα και με την swot ανάλυση (πιστοποιήσεις όπως Π.Γ.Ε) να συσκευάζονται και μετά να αποθηκεύονται.

Μελλοντικά θα εξεταστεί η δημιουργία αποστακτηρίου για την από κοινού διαχείριση των οίνων.

Το αιγοπρόβειο γάλα θα εισέρχεται στον κόμβο και θα αποθηκεύεται σε έναν ειδικά διαμορφωμένο χώρο κατάλληλης ψύξης –προτεραιότητα θα δίνεται στις ποσότητες αιγοπρόβειου γάλακτος που προέρχονται από τη φυλή αιγοπροβάτων Κύμης.



Εικόνα 12

Πηγή:agroepirus.gr

Όλα τα παραπάνω προϊόντα αποτελούν την ναυαρχίδα των προϊόντων πώλησης του δημοπρατηρίου καθώς είναι αυτά και με τη μεγαλύτερη ζήτηση.

Για τις ανάγκες αυτάρκειας της κοινότητας του Δήμου Κύμης-Αλιβερίου ο κόμβος θα πουλάει και τοπικά οπωροκηπευτικά, αυγά, αμύγδαλα και καρύδια μέσω της πλατφόρμας παραγγελιών αλλά και στην αγορά του καταναλωτή κάθε Κυριακή που θα διοργανώνεται εντός του κόμβου.

Ο κόμβος θα είναι υπεύθυνος για την αποθήκευση και την διοχέτευση τους στην τοπική αγορά.

6.8 Τυποποίηση- Συσκευασία

Οι πιστοποιήσεις που προωθεί ο κόμβος(βιολογικά, ΠΟΠ, ΠΓΕκ.α) για τα προϊόντα των παραγωγών δημιουργούν υψηλή προστιθέμενη αξία σε σχέση με την ποιότητα αλλά και σταθερή ποιότητα(μείωση της μεταβλητότητας των χαρακτηριστικών) καθώς υπάρχουν κριτήρια αποδοχής μόνο α'ποιότητας ώστε να φθάνουν όσο το δυνατόν σε άριστη κατάσταση στον καταναλωτή και να ενισχύεται η αναγνώριση τους ως ποιοτικών.

Με αυτόν τον τρόπο οι παραγωγοί συνεχώς θα προσπαθούν να βελτιώσουν την παραγωγή τους ώστε να πληρούν τα κριτήρια αποδοχής και ανταγωνισμού.

Η συσκευασία των προϊόντων από τον κόμβο θα παρεμποδίζει τη νοθεία τους, την εκδοχή να έρθει αλλοιωμένο από τον παραγωγό αλλά και την αποφυγή μετάδοσης ασθενειών .

Τα σύκα θα συσκευάζονται σε χάρτινες συσκευασίες καθώς και το γάλα , το μέλι και οι οίνοι σε γυάλινες και το λάδι σε σκληρή συσκευασία.

Σε όλα τα προϊόντα θα υπάρχουν τα στοιχεία της ταυτότητας της φάρμας παραγωγής, ο τόπος καταγωγής , οι πιστοποιήσεις των προϊόντων κατά πρότυπο και όλες οι πληροφορίες σχετικά με τη χημική σύσταση , τρόπους διατήρησης και συντήρησης του προϊόντος.

Τέλος συνδυασμένο εμπορικό σήμα του Κύμη-fresh και του παραγωγού θα εξασφαλίζει την επωνυμία των προϊόντων του κόμβου.



Εικόνα 13
Πηγή:ypaithros.gr

6.9 Το δημοπρατήριο χονδρικής πώλησης

Από τις 9 π.μ-6μ.μ θα γίνεται καθημερινά η εκφόρτωση των προϊόντων στον ανάλογο χώρο αποθήκευσης ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες διαχείρισης τους ώστε να μην αλλοιώνονται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους.

Από τις 6μ.μ-7.μμ εφόσον συγκεντρωθούν οι διαθέσιμες ποσότητες από κάθε παραγωγό μέλος η διαθεσιμότητα θα αναρτιέται στην ιστοσελίδα του κόμβου.

Την επόμενη μέρα από τις 8 π.μ-9π.μ θα γίνεται η δημοπράτηση των προϊόντων(σύμφωνα με το ολλανδικό σύστημα δημοπράτησης) και με φυσική παρουσία των αγοραστών χονδρικής αλλά και απομακρυσμένη ηλεκτρονικά.

Οι δημοπρασίες ξεκινούν από νωρίς το πρωί με τις τιμές να ξεκινούν σε υψηλά επίπεδα αλλά όσο ο όγκος προσφοράς μειώνεται η τιμή πέφτει.

Βασικά, η τιμή ξεκινάει ψηλά (η υψηλότερη τιμή που αναμένεται να κοστίσει αυτό το προϊόν) και πέφτει μέχρι να πωληθεί το προϊόν. Επομένως, αυτό που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη από τον αγοραστή είναι: ποιες είναι οι ανάγκες του, η διαθεσιμότητα του προϊόντος, στην περίπτωση αυτή(σύκα, μέλι, ελαιόλαδο, οίνοι, αιγοπρόβειο γάλα) τον προϋπολογισμό του και περισσότερες πληροφορίες που θα είναι διαθέσιμες σε κάθε οθόνη. Αυτό θα λειτουργεί καλά, επειδή σημαίνει ότι τα προϊόντα θα πωλούνται σε υψηλότερη τιμή όταν η ζήτηση είναι υψηλή και σε χαμηλότερη τιμή όταν δεν υπάρχει τόσο μεγάλη ζήτηση.

Οι αγρότες θα μπορούν να προγραμματίσουν τις παραγωγές τους για κάθε σεζόν με βάση τις προβλέψεις ζήτησης και να προσπαθήσουν να βελτιστοποιήσουν την παραγωγή τους ώστε να ταιριάζει με τη ζήτηση στη δημοπρασία.

Στόχος του αγοραστή είναι να εξασφαλίσει την επιθυμητή ποσότητα σε χαμηλή τιμή αλλά αυτό εμπεριέχει τον κίνδυνο όσο περνάει η ώρα και πέφτει η τιμή να μην υπάρχει η επιθυμητή ποσότητα προς αγορά διαθέσιμη.

Από τις 9π.μ-9:30 πμ θα γίνεται διαπραγμάτευση των μεταφορών για τα δρομολόγια που θα βγαίνουν ανάλογα με τις παραγγελίες παράδοσης και ποσότητας.

Η πλατφόρμα δημοπράτησης θα έχει όλες τις κατηγορίες και τα αγροτικά προϊόντα των μελών αγροτών του κόμβου τόσο ζωικά όσο και για φυτικά και θα υπάρχει ιχνηλάτιση ώστε να ξέρει ο αγοραστής κάθε λεπτομέρεια για το προϊόν που δημοπρατείται.

6.10 Ηλεκτρονική αρχιτεκτονική ηλ.πλατφόρμας δημοπράτησης

Η δομή της πλατφόρμας

Η δομή της πλατφόρμας δημοπράτησης θα περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες:

- Ενότητα επισκεπτών
- Ενότητα εγγραφής /σύνδεσης
- Ενότητα πωλητή
- Ενότητα αγοραστή
- Ενότητα αξιολόγησης

Ενότητα επισκεπτών

Οι επισκέπτες θα μπορούν να έχουν πρόσβαση σε όλες τις ενότητες με γενικές πληροφορίες όπως όροι και προϋποθέσεις χρήσης του ιστότοπου, αριθμό των εγγεγραμμένων χρηστών, δημοπρασίες σε εξέλιξη, δημοπρασίες που έχουν τελειώσει μαζί με τα στοιχεία τους(τιμές ανά προϊόν, προσφορές που έγιναν κ.λ.π.).

Η πρόσβαση σε αυτές τις πληροφορίες επιτρέπει στους επισκέπτες να ενημερώνονται σχετικά με τα οφέλη της χρήσης του ιστότοπου και να ξυπνά το ενδιαφέρον για τα διαφημιζόμενα προϊόντα.

Η πραγματική ταυτότητα κάθε ατόμου που συμμετέχει σε ηλ.συναλλαγές πρέπει να είναι γνωστή από το διαχειριστή της ιστοσελίδας καθώς η ανωνυμία εμπεριέχει κινδύνους γιατί κάποιιοι χρήστες ενώ έχουν ολοκληρώσει τη διαδικτυακή συναλλαγή δεν προχωρούν στην πληρωμή.

Ενότητα εγγραφής/σύνδεσης

Κάθε χονδρέμπορος-αγοραστής που ενδιαφέρεται να χρησιμοποιεί το σύστημα δημοπρασίας πρέπει πρώτα να εγγραφεται και να συμπληρώνει μια φόρμα παρέχοντας το πραγματικό όνομα, ταχυδρομική διεύθυνση, στοιχεία επικοινωνίας και παροχή στοιχείων από κάποια δημόσια αρχή που να μπορεί να επιβεβαιώσει την αναφορά του.

Μετά την επικύρωση κάθε χρήστης μπορεί να έχει πρόσβαση στο λογαριασμό του μέσω της ιστοσελίδας σύνδεσης χρησιμοποιώντας το email και τον κωδικό πρόσβασης του.

Ο επιτυχώς συνδεδεμένος χονδρέμπορος μπορεί να έχει πρόσβαση στην διαδικασία της δημοπρασίας ενώ ο επιτυχώς συνδεδεμένος απλός επισκέπτης λιανικής πώλησης μπορεί να λαμβάνει την εβδομαδιαία διαθεσιμότητα προϊόντων για λιανική πώληση.

Ενότητα πωλητή

Κατά τη διαδικασία της δημοπρασίας ο κόμβος μπορεί να ανταλλάσσει πληροφορίες με τον αγοραστή μέσω ενός κουτιού μηνυμάτων.

Ο κόμβος μπορεί να ελέγχει τις προσφορές που λαμβάνονται συνεχώς. Οι όροι μιας δημοπρασίας δεν μπορούν να αλλάξουν μετά το άνοιγμα της, ούτε είναι δυνατό να ακυρωθούν οι προσφορές.

Οι αγρότες με μια αναφορά που θα συντάσσει ο κόμβος θα μπορούν να δουν για κάθε κατηγορία προϊόντος τις πωλούμενες ποσότητες, την τιμή και να τα συγκρίνει με διαθέσιμα δεδομένα σε τοπικό, εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο.

Ενότητα αγοραστή

Για να υποβάλλει προσφορά σε μια δημοπρασία, ο αγοραστής πρέπει απλώς να εισαγάγει το ποσό της προσφοράς στο κελί προσφοράς. Η προσφορά αναφέρεται πάντα στην τιμή ανά μονάδα μέτρησης και όχι στη συνολική αξία της δημοπρατούμενης ποσότητας.

Ανά πάσα στιγμή ο αγοραστής θα μπορεί να ελέγξει την κατάσταση των προσφορών του. Ο αγοραστής την ίδια ώρα που κλείνει μια παραγγελία θα πρέπει να πληρώνει ηλεκτρονικά και το αντίτιμο καταβάλλοντας το στο λογαριασμό του κόμβου ο οποίος μέσα σε δυο εβδομάδες πρέπει με τη σειρά του να αποδίδει στους αγρότες το μερίδιο τους κρατώντας τους το 16% για τα λειτουργικά έξοδα

Ενότητα αξιολόγησης

Σε αυτή την ενότητα κάθε χρήστης μπορεί να δώσει βαθμολογία στους άλλους χρήστες που του έχουν πουλήσει προϊόντα. Το σύστημα αξιολόγησης βοηθά τους διαχειριστές του κόμβου για την αναγνώριση παραπόνων και προβλημάτων στις διαδικασίες ή στα ίδια τα προϊόντα.

- Οι αγοραστές θα μπορούν να βαθμολογήσουν την ποιότητα του προϊόντος σύμφωνα με τις προσδοκίες τους
- Θα επιβεβαιώνει κατά πόσο οι περιγραφές κατά τη διάρκεια της δημοπρασίας ταιριάζουν με την ποιότητα του παραδοθέντος προϊόντος

6.11 Διαπραγμάτευση δρομολογίων χονδρικής πώλησης(Logistics best practice)

Οι μεταφορείς θα ανεβάζουν στο σύστημα τα διαθέσιμα οχήματα με όλα τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους και κατηγοριοποιώντας τα ανάλογα με την καταλληλότητα μεταφοράς για κάθε προϊόν, ο κόμβος θα δηλώνει το δρομολόγιο που επιθυμεί και την ποσότητα που θέλει να μεταφερθεί και οι μεταφορείς θα απαντούν με ακρίβεια για το κόστος της μεταφοράς και του χρόνου διαδρομής.

6.12 Πλατφόρμα παραγγελιών λιανικής

Η πλατφόρμα παραγγελιών λιανικής θα επιτρέπει στους ενδιαφερόμενους να έχουν πρόσβαση σε περισσότερες λεπτομέρειες και να μπορούν να παραγγείλουν ηλεκτρονικά. Επιβάλλεται τελική προθεσμία παραγγελίας με στόχο να συγκεντρωθούν οι παραγγελίες και να αναφερθούν οι ποσότητες στους συμμετέχοντες αγρότες. Σε όλους τους πελάτες θα δίνεται η επιλογή να πληρώσουν με κάρτα ή αντικαταβολή.

Με αγορές άνω των 60 ευρώ τα μεταφορικά σε Εύβοια, Βοιωτία και Αττική θα είναι δωρεάν.

Κατά την ένταξη εγγραφής των πελατών ως μέλη του κόμβου ή ως επισκέπτες θα αποστέλλονται ένα mail καλωσορίσματος μαζί με ένα εγχειρίδιο που περιγράφει τα οφέλη συμπεριλαμβανομένων των εβδομαδιαίων ενημερωτικών δελτίων, συμβουλές αποθήκευσης, online συνταγές και εκδηλώσεις σε φάρμες.

Ως πρωταρχική επικοινωνία με τους συνδρομητές έχει επιλεγεί το μιλ που χρησιμοποιείται καθ' όλη τη σεζόν.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των μελών στο τέλος κάθε σεζόν θα γίνεται μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση από τους συνδρομητές σε ένα φόρουμ όπου μπορούν να σχολιάσουν το οτιδήποτε. Για την προσέλκυση πελατών λιανικής προωθείται το υψηλό επίπεδο ποιότητας, ευκολίας και εξυπηρέτησης πελατών που θα διατίθεται από το κόμβο.

Οι περισσότεροι αγοραστές περιορίζονται από το χρόνο και τους πόρους και έτσι οι συναλλαγές τους περιορίζονται σε περιορισμένη τοπική αγορά. Το hub μετριάξει αυτούς τους περιορισμούς καθιστώντας ευκολότερη την αγορά υψηλής ποιότητας σε τοπικά προϊόντα **με μια μόνο παραγγελία και σε μια μόνο παράδοση.**

Επιπλέον οι καταναλωτές μπορούν να βασίζονται στο κόμβο σχετικά με την ενημέρωση των διαθέσιμων τοπικών προϊόντων ανά σεζόν καθώς και για την προέλευση των προϊόντων, δηλαδή τη φάρμα παραγωγής και των καλλιεργητικών πρακτικών της.

Η εβδομαδιαία λίστα διαθεσιμότητας προϊόντων περιστασιακά θα διαφοροποιείται ή και θα συμπληρώνεται χρησιμοποιώντας προϊόντα από άλλους αγρότες στην περιοχή.

Αυτό θα συμβαίνει μόνο εάν το προϊόν δεν είναι διαθέσιμο μέσω των αγροτών του Κύμη-fresh.

Με αυτό τον τρόπο ο κόμβος δεν θα είναι φορτωμένος με απόθεμα και την υποχρέωση άμεσης πώλησης των προϊόντων γι' αυτό και θα αγοράζει αυτό που έχει προπαραγγελθεί.

Για τις ανάγκες της κατ'οίκον παράδοσης στην τοπική κοινότητα Κύμης-Αλιβερίου θα αγοραστούν δυο μηχανάκια εκ των οποίων το ένα θα χρησιμοποιείται τον χειμώνα και τα δυο το καλοκαίρι που ο πληθυσμός ανεβαίνει λόγω των παραθεριστών. Τα άτομα που θα απασχοληθούν στην παράδοση θα είναι μερικής απασχόλησης για τις πρωινές ώρες από Δευτέρα έως Παρασκευή.

Τα προϊόντα θα διανέμονται στους καταναλωτές(εκτός δήμου Κύμης –Αλιβερίου) σε καθορισμένες ημέρες παράδοσης στα πλαίσια της λιανικής πώλησης.

Η ενοποίηση της λίστας και η μαζική αποστολή θα μειώσει σημαντικά το κόστος για τους αγρότες.

Οι παραδόσεις θα συντονίζονται για ελαχιστοποίηση κατανάλωσης καυσίμου .

Για προϊόντα που χρειάζονται ψύξη ο κόμβος θα χρησιμοποιεί τα πρώτα 2 χρόνια την ενοικίαση 2 φορτηγών ψυγείων κατάλληλων για τη μεταφορά αιγοπρόβειου γάλακτος και άλλων παραγώγων του αλλά και για τα οπωροκηπευτικά.

6.13 Προσωπικό Κύμη fresh

Στην αρχή λειτουργίας του αγροδιατροφικού κόμβου απαιτείται η στελέχωση του με το κάτωθι προσωπικό:

- Ένας γενικός διευθυντής(manager) με πλήρη απασχόληση
- Ένας επιχειρηματικός διευθυντής με πλήρη απασχόληση
- Ένας συντονιστής που θα είναι υπεύθυνος για τη συσκευασία σύκων , την παράδοση και την επίβλεψη της οργανωτικής δομής του κόμβου.
- Ένας πιστοποιημένος αγροτικός σύμβουλος για την καθοδήγηση σε θέματα βιολογικής γεωργίας, καλών γεωργικών πρακτικών και πιστοποιήσεων της παραγωγής με ανάθεση έργου.
- Ένας συντονιστής εξαγωγών και υπεύθυνος επικοινωνίας με αγορές χονδρικής στο εξωτερικό.
- Δύο υπεύθυνοι ηλεκτρονικών συστημάτων και Δημοπρασιών με πλήρη απασχόληση
- Ένας υπεύθυνος Logistics με πλήρη απασχόληση
- Ένας οικονομολόγος ο οποίος θα παρέχει κρίσιμη οικονομική και λογιστική υποστήριξη
- 2 υπάλληλοι καθαριότητας
- 2 οδηγοί φορτηγών ψυγείων για τις πωλήσεις λιανικής
- 2 υπεύθυνοι διασφάλισης ποιότητας κατά την παραλαβή

Ο ρόλος του γενικού διευθυντή είναι κρίσιμος για την επιτυχία του Κύμη fresh.

Οι κρίσιμες δεξιότητες που απαιτούνται για αυτή την θέση είναι εξασφάλιση σχέσεων εμπιστοσύνης με τους αγρότες, ισχυρές οργανωτικές ικανότητες, υπομονή, δυνατότητα επίλυσης προβλημάτων και δεξιότητες διαχείρισης επιχειρήσεων.

Αυτές οι δεξιότητες είναι απαραίτητες για κάθε οργάνωση ή ομάδα αγροτών που εργάζονται προς ένα συνεργατικό εγχείρημα.

Ο ρόλος του επιχειρηματικού διευθυντή έχει να κάνει με την ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών για την προσέλκυση και διατήρηση του αγροτικού κλάδου καθώς και επιχειρήσεων τροφίμων στο Δήμο Κύμης και επίσπευση της επέκτασης του κόμβου διεξάγοντας ανάλυση οικονομικής σκοπιμότητας ,προϋπολογισμός λειτουργίας, προμήθεια κρατικών επιχορηγήσεων και εξεύρευση άλλων πόρων.

Θα πρέπει να κατανοεί και να προβλέπει τις τάσεις που επηρεάζουν τις αγορές και να αναπτύσσει στρατηγικές για την ανάπτυξη της νέων καναλιών διανομής.

6.14 Η αγορά του κόμβου Κύμη fresh για τον καταναλωτή

Κάθε Κυριακή από τις 10 πμ έως τις 3μ.μ ο κόμβος σε ειδικά διαμορφωμένο εξωτερικό χώρο δίπλα από τις εγκαταστάσεις του θα μετατρέπεται σε λιανική αγορά για την τοπική κοινότητα με πολύ συμφέρουσες τιμές καθώς θα είναι προς διάθεση οι ποιότητες προϊόντων που χαρακτηρίζονται ως β' και τυχόν αδιάθετες ποσότητες προϊόντων από τις δημοπρασίες που θα πραγματοποιούνται μέσα στην εβδομάδα.

Εκτός από τα 5 βασικά προϊόντα που θα δημοπρατούνται(σύκα Π.Ο.Π, βιολογικό μέλι, αιγοπρόβειο γάλα ,βιολογικό ελαιόλαδο, κρασιά ΠΓΕ) και στην λιανική πώληση αλλά και στην αγορά του καταναλωτή Κύμης fresh θα διατίθενται και άλλα τοπικά προϊόντα(καρύδια, αμύγδαλα, οπωροκηπευτικά κα).

Μια φορά τον μήνα(1^ο σαββατοκύριακο) οργάνωση παρουσίασης και εκδηλώσεων σε διάφορες φάρμες της περιοχής οι οποίες θα βιντεοσκοπούνται και θα ανεβαίνουν στον ιστότοπο του Κύμη Fresh.

6.15 Άλλες λειτουργίες του αγροδιατροφικού κόμβου

- Η διοίκηση θα αξιολογεί τη φυσική φθορά του εξοπλισμού και θα γίνονται οι απαραίτητες βελτιώσεις κεφαλαίου. Καθώς η καλλιεργητική περίοδος θα ολοκληρώνεται οι αγρότες μέλη θα αξιολογούν το κέρδος και τη ζημιά των αντίστοιχων δραστηριοτήτων τους. Αφού εξεταστούν όλοι οι παράγοντες θα καθορίζονται οι καθαρές αποδόσεις από τον κόμβο .
- Διοργάνωση Σεμιναρίων σε συνεργασία με την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας για την Ευφυή Γεωργία για το πώς υποστηρίζεται όλη η παραγωγική διαδικασία με στόχο την έγκαιρη και έγκυρη λήψη αποφάσεων από τον αγρότη. Αυτό σημαίνει ότι θα επιτυγχάνεται η ακριβής και αναγκαία εφαρμογή όλων των εισροών στον αγρό. Θα μπορεί να υπάρξει σημαντική μείωση του κόστους παραγωγής, διότι θα αποφεύγονται οι άσκοπες και αλόγιστες εισροές φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων καθώς και η υπεράρδευση.

6.16 Μάρκετινγκ-digital φεστιβάλ

Ανάδειξης και προώθησης τοπικών αγροτικών προϊόντων Κύμης fresh

**ΨΗΦΙΑΚΟ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΥΜΗ-FRESH με τίτλο
« Εξερευνώντας τις γεύσεις του αγρού»**



Εικόνα 14

Πηγή:bletsas.gr

Τα φεστιβάλ και οι εκδηλώσεις είναι σίγουρα ο τομέας που πλήττεται περισσότερο από την πανδημία COVID-19, καθώς τα άτομα δεν μπορούν να συγκεντρωθούν σε ένα φυσικό μέρος, αλλά πρέπει να διατηρήσουν κοινωνική απόσταση.

Αυτό που προτείνεται για αρχή είναι να οργανωθεί το πρώτο Kymi fresh festival όπου και θα παρουσιάζονται σε πραγματικό χρόνο όλα τα τοπικά προϊόντα του κόμβου καθώς και περιηγήσεις σε αγροκτήματα και συνταγές παραδοσιακής κουζίνας .

Μέσα από αυτή την ιστοσελίδα του κόμβου οι καταναλωτές θα έχουν την δυνατότητα να παραγγείλουν μοναδικά τοπικά προϊόντα αφού μέσα από τις ζωντανές εκδηλώσεις θα έχουν παρακολουθήσει π.χ. όλη τη διαδικασία για το πώς φτιάχνονται τα αποξηραμένα σύκα καθώς και θα παρακολουθούν βιντεάκια με την διατροφική αξία των τοπικών προϊόντων .

Μέσα από την ιστοσελίδα θα διοργανωθεί ένα τριήμερο φεστιβάλ(δυο φορές τον χρόνο) και θα είναι εντελώς διαδικτυακό σε πραγματικό χρόνο παρέχοντας, ζωντανή γευσιγνωσία, απομακρυσμένη περιήγηση σε αγροκτήματα, διαδικτυακά masterclass διατροφικής αξίας, απομακρυσμένη κατανάλωση.

Κατά την διάρκεια του διαδικτυακού φεστιβάλ θα γίνεται διαγωνισμός με δωροεπιταγές προϊόντων καθώς και εκπαιδευτικών κουπονιών των προϊόντων του κόμβου.

6.17 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΦΕΣΤΙΒΑΛ

Όταν ο χρήστης θα πατάει στο λινκ ΦΕΣΤΙΒΑΛ θα εμφανίζεται μια λίστα με όλες τις εκδηλώσεις που θα λάβουν χώρα από τις 13/08/21 έως 15/08/21.

1^η εκδήλωση 13 Αυγούστου με τίτλο-Υποδοχή Φεστιβάλ Κύμης-fresh

Ωρα έναρξης 7μ.μ-9μ.μ

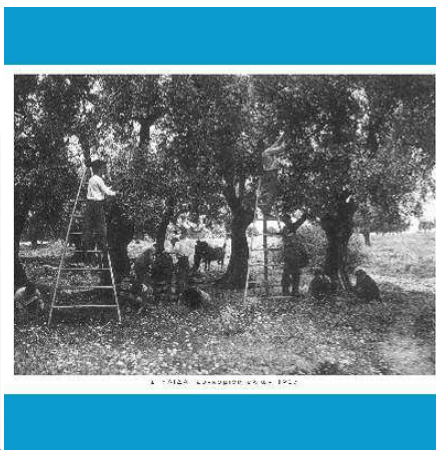
Μια βραδιά που θα προβληθούν μικρά φιλμ της προετοιμασίας όλων των εκδηλώσεων που θα γίνουν ενώ με την εγγραφή θα αποσταλεί ένα μπουκάλι κρασί σε γυάλινη συσκευασία τοπικής ποικιλίας για να απολαύσει ο απομακρυσμένος πελάτης όλη την εμπειρία της παρακολούθησης. Η τιμή του εισιτηρίου θα είναι 7 ευρώ.

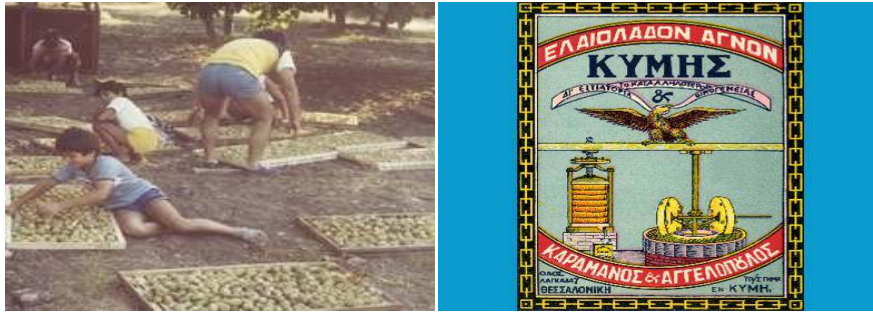


Εικόνα 15
Πηγή: avantis.gr

Στα μικροφίλμ θα παρουσιάζονται οι παραγωγοί σύκων, ελαιολάδου, κρασιού, μελιού, αιγοπρόβειου γάλακτος, κ.α. και θα αφηγούνται από μια ιστορία του τόπου που είναι συνυφασμένη με το με το πώς εξελίχθηκαν τα προϊόντα τους στην πάροδο των χρόνων από γενιά σε γενιά. Φωτογραφικό υλικό περασμένων εποχών με ανθρώπους που πρωτοξεκίνησαν αυτές τις τοπικές παραγωγές στους χώρους εργασίας και παραγωγής και αναδεικνύοντας την ιστορική συνέχεια για προϊόντα υψηλής ποιότητας. Αυτή η εκδήλωση θα αποτελεί ένα ταξίδι στο χρόνο γνωρίζοντας όχι μόνο τους παραγωγούς που παρουσιάζονται αλλά και τις μνήμες τους.

ΚΥΜΗ ΕΥΒΟΙΑΣ-ΦΩΤΟ





Εικόνες 16,17,18,19
Πηγή: amapola.gr

2^η εκδήλωση 14 Αυγούστου με θέμα-Εξερευνήστε την Κύμη σαν ντόπιος.

Ώρα έναρξης 11π.μ-15:00 μμ

Όλοι οι συμμετέχοντες θα μπορούν σε πραγματικό χρόνο μέσα από διαφορετικές διαδρομές ντόπιων παραγωγών να περιηγούνται στα πιο απίθανα αγροκτήματα σύκων, αμπελών, ελαιόδεντρων και μπροστά στο φυσικό κάλος να παρουσιάζονται από το κάθε παραγωγό οι τρόποι καλλιέργειας και η υψηλή διατροφική αξία των ντόπιων προϊόντων καθώς και κρύα πιάτα υγιεινών μικρογευμάτων από συνδυασμένα ντόπια προϊόντα.



Εικόνα 20
Πηγή: google

Από τις 13:00 μ.μ-15:00 γυναίκες των παραγωγών της Κύμης θα παρουσιάσουν στο χώρο γευσιγνωσίας του κόμβου συνταγή γλυκού σύκα με μέλι και αρώματα στο φούρνο.



Εικόνα 21
Πηγή: lovefood.gr

Η τιμή του εισιτηρίου θα είναι 8 ευρώ και με την εγγραφή του ο πελάτης θα παραλαμβάνει στο χώρο του συσκευασμένο κρύο γεύμα από προϊόντα του τόπου μαζί με την παραδοσιακή συνταγή του γλυκού στο φούρνο.

3^η εκδήλωση 15/8/21- Γιορτή Σύκου και μελιού και άλλων τοπικών αγροτικών προϊόντων από τον κόμβο . Δωρεάν Συμμετοχή

Ώρα έναρξης 11:00 π.μ-13:00 μ.μ

Ο κόμβος θα παρουσιάσει τους χώρους του ζωντανά και ο θεατής θα περιηγείται και θα ενημερώνεται για όλες τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που προσφέρονται.

θα παρουσιαστούν τα προϊόντα των τοπικών παραγωγών δίνοντας την δυνατότητα στους συμμετέχοντες να κάνουν τις αγορές τους διαδικτυακά σε ηλ.φόρμα παραγγελίας και όλα αυτά υπό τον ήχο παραδοσιακής μουσικής όπου γυναίκες με παραδοσιακές στολές της Κύμης θα χορεύουν.

Θα παρουσιάζεται ο ηλ.τιμολογημένος κατάλογος προϊόντων. Ενώ θα προσφέρεται και 200γρ. επιπλέον δώρο για το κάθε προϊόν που θα παραγγέλνουν οι συμμετέχοντες.

Απο τις 13-14 μμ ο σεφ του Κύμη Palace θα παρουσιάσει πρωινό στο χώρο γευσιγνωσίας του κόμβου φτιαγμένο από ντόπια προϊόντα με γεύσεις από αιγοπρόβειο γάλα, σύκα, βιολογικό μέλι ,αυγά και ντόπιο ελαιόλαδο.

Πρωινό με γιαούρτι ,μέλι, σύκα και καρύδια



Εικόνα 22

Πηγή:dreamstime.com

Η εκδήλωση θα κλείσει με την προβολή βίντεο όπου ομάδα παραγωγών θα προσκαλεί τον κόσμο να έρθουν από κοντά να γευτούν τα προϊόντα τους μέσα στον αγρό.



Εικόνα 23

Πηγή:eidisis.gr

Άλλοι τρόποι εύρεσης αγορών, γρήγορη προώθηση με χαμηλό κόστος

Η ιστοσελίδα του κόμβου θα κάνει εγγραφή στο google analytics ώστε σε πραγματικό χρόνο να έχει πρόσβαση στα δημογραφικά στοιχεία των πελατών, στα πιο δημοφιλή προϊόντα καθώς και εξεύρεση σε δυνητικές αγορές.

Δημιουργία καναλιού στο youtube όπου θα υπάρχει link στην ιστοσελίδα και στα άλλα μέσα δικτύωσης του κόμβου. Θα ανεβαίνουν βίντεο από τη παραγωγική διαδικασία μαζί με ιστορίες του τόπου και τοπικές συνταγές βασισμένων στα τοπικά προϊόντα όπου θα τονίζεται η αξία τους στην θωράκιση της υγείας(π.χ σύμβουλοι υγείας θα ενημερώνουν ότι τα ξερά σύκα είναι πλούσια σε βιταμίνες A,B,C και σε μέταλλα όπως ασβέστιο, φώσφορο, κάλλιο και σίδηρο καθώς και σε φυτικές ίνες που αποτοξινώνουν τον οργανισμό).

Κατά τον ίδιο τρόπο μέσα από τα youtube analytics ο κόμβος θα επεξεργάζεται τις τάσεις, τις νέες δυνητικές αγορές και την γρήγορη διαφημιστική προώθηση.

6.18 Αναμενόμενα έσοδα του Κόμη-fresh

Η βασική πηγή κερδών προβλέπεται να είναι από τις πωλήσεις χονδρικής και λιανικής των προϊόντων εφόσον θα κρατείται το 20% από τις καθαρές αποδόσεις των πωλήσεων.

Επίσης από τον χώρο γευσιγνωσίας που θα είναι ανοιχτός κάθε Κυριακή μαζί με την αγορά του καταναλωτή θα υπάρχει αντίτιμο 7 ευρώ εισιτηρίου.

Πολύ σημαντικά αναμένεται να είναι τα κέρδη και από τις πωλήσεις του αγροδιατροφικού φεστιβάλ αλλά και από την εξεύρεση χορηγών που θα επιθυμούν να διαφημιστούν μέσα από τις εκδηλώσεις του φεστιβάλ.

Έσοδα αναμένονται και από χορηγούς του εξωτερικού από την εγγραφή του κόμβου σε διεθνή πλατφόρμες προώθησης των αγροτικών τοπικών προϊόντων και από συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις με περίπτερο εκπροσώπησης.

6.19 Άλλες Συνέργειες

- Προτείνεται όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως οι αγρότες κυρίως οι κτηνοτρόφοι να στέλνουν ομαδικά τα απόβλητα για την παραγωγή ενέργειας έτσι ώστε να μειωθεί το κόστος τους και παράλληλα να έχουν άλλη μια εισροή εισοδήματος.
- Συνέργειες για συντονισμό νέων καλλιεργειών με υψηλή ζήτηση για δημιουργία οικονομία κλίμακας και ως αντιστάθμισμα σε πιθανή καταστροφή της πρώτης βασικής καλλιέργειας.
- Συνεργασίες με μεταποιητές για την παρασκευή συκόμελου, παστελιών από σύκο, σουτζούκια από αμύγδαλα, αιγοπρόβειου γιαουρτιού με στόχο την αύξηση της παραγωγής και την δημιουργία νέων προϊόντων.

6.20 Συμπεράσματα-αναμενόμενα αποτελέσματα

1. Ισορροπία προσφοράς και ζήτησης των αγροτικών προϊόντων του κόμβου

Μέσα από την καταγραφή και αξιολόγηση της αγοραστικής εμπειρίας του πελάτη ο κόμβος θα κερδίσει γνώση για τον προγραμματισμό παραγωγής της επόμενης σεζόν.

Ο προγραμματισμός της παραγωγής θα γίνεται σε συνεργασία με τους αγρότες μέλη για τη δημιουργία σχεδίων δέσμευσης προ-σaiζόν ώστε να προσδιοριστεί το επίπεδο των διαθέσιμων αναγκαίων προμηθειών καθώς και οι αναμενόμενες ημερομηνίες παράδοσης για τις προβλεπόμενες πωλήσεις χονδρικής και λιανικής.

Έτσι θα μειώνεται σημαντικά το ρίσκο του αδιάθετου της παραγωγής αφού πριν από κάθε σαιζόν ο κόμβος θα εξασφαλίζει τα κανάλια διανομής του προϊόντος και τις ποσότητες διοχέτευσης.

Τα προϊόντα δεν θα απαξιώνονται από αστοχίες υπερπροσφοράς αλλά η προσφορά θα συναντάει τη ζήτηση χωρίς τη δημιουργία πλεονάσματος ή ελλείμματος.

2 Αύξηση της ζήτησης των αγροτικών προϊόντων του κόμβου ως ποιοτικών

Οι αλλαγές των καλλιεργειών σε βιολογικές χρησιμοποιώντας ορθές γεωργικές πρακτικές καθώς και ο συντονισμός των παραγωγών για παράδοση προϊόντων α' ποιότητας (μέσα από τη διαλογή του κόμβου) δημιουργώντας σταθερή ροή ποιότητας θα εκτοξεύσουν την ήδη υπάρχουσα ζήτηση των τοπικών προϊόντων καθώς ο αγοραστής θα βλέπει τα προϊόντα του κόμβου ως συνεπή όσο αφορά την ποιότητα και την ασφάλεια.

Επιπλέον προστιθέμενη αξία θα προσδώσει η συσκευασία και η τυποποίηση των προϊόντων καθώς η ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων είναι ένα από τα μεγάλα ζητήματα της εποχής λόγω πανδημίας. Ο αγοραστής θα προτίθεται να ανταλλάξει προς μια μεγαλύτερη τιμή εξασφαλίζοντας αυτές τις ιδιότητες.

3 Μείωση των ενδιάμεσων παιχτών στην εφοδιαστική αλυσίδα των αγροτικών προϊόντων

Οι ηλεκτρονικές δημοπρασίες, οι ηλεκτρονικές παραγγελίες και τα ψηφιακά φεστιβάλ θα εξασφαλίζουν την άμεση σύνδεση αγροτών –καταναλωτών και θα αποδεσμεύσουν τους τελευταίους από την ύπαρξη ενδιάμεσων που κέρδιζαν την μερίδα του λέοντος εκμεταλλευόμενοι τόσο τους παραγωγούς αγοράζοντας σε πολύ χαμηλές τιμές που εκείνοι οριοθετούσαν και πουλώντας σε πολύ ψηλότερες τιμές στον καταναλωτή.

Οι παραγωγοί δεν θα ξεπουλούν τα προϊόντα τους σε εξευτελιστικές τιμές αλλά οι ίδιοι σε συνεργασία με τον κόμβο θα θέτουν τις τιμές πώλησης λαμβάνοντας υπόψη τις εγχώριες και τις παγκόσμιες τάσεις τιμών των αγροτικών προϊόντων που παράγουν.

4 Αξιοποίηση των μελετών της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας για τα αγροδιατροφικά προϊόντα της.

Ο αγροτικός σύμβουλος του κόμβου θα κατευθύνει τους αγρότες στην ανάπτυξη συνεχούς βελτίωσης της παραγωγής τους μέσα από τις μελέτες (βλ. swot) που διεξάγει η περιφέρεια για μια βιώσιμη αγροτική ανάπτυξη των περιφερειών της. Οι καινοτομίες και οι βελτιώσεις που θα προωθούνται θα δημιουργούν περαιτέρω ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αύξηση της προστιθέμενης αξίας η οποία με τη σειρά της θα οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης και σε εκ νέου αύξηση της παραγωγής και άρα των κερδών.

5 Επιχειρηματική σταθερότητα

Μέσα από την εξασφάλιση συμβολαίων παραγωγής με τον κόμβο για αποκλειστική διάθεση των τοπικών προϊόντων της Κύμης οι αγρότες θα αποδεσμεύονται από την

αβεβαιότητα και θα μπορούν να βελτιώνουν την παραγωγή τους κάνοντας επενδύσεις για να συναντούν τις αυξανόμενες απαιτήσεις για ποιοτικότερα προϊόντα των καταναλωτών. Οι πολλές αγορές στις οποίες θα διοχετεύει ο κόμβος τα προϊόντα (μέσω της δημοπράτησης)θα μειώνουν το ρίσκο για εξάρτηση από μεμονωμένους παίχτες που θα μπορούν να τραβήξουν την τιμή προς τα κάτω.

6 Μείωση στα λειτουργικά κόστη των παραγωγών

Η σύναψη συνεργειών μεταξύ των αγροτών του κόμβου θα εξασφαλίσει χαμηλότερες τιμές στην αγορά γεωργικών εφοδίων μέσα από μια ενιαία λίστας παραγγελίας, χαμηλότερες τιμές στα υλικά συσκευασίας κατόπιν μαζικών παραγγελιών, μειωμένα μεταφορικά κόστη μέσα από διαπραγμάτευση με τους μεταφορείς για τα δρομολόγια χονδρικής πώλησης, ομαδικές πιστοποιήσεις καλλιεργειών (ως Π.Ο.Π ,βιολογικών, Π.Γ.Ε), μείωση μεταφορικού κόστους λιανικής πώλησης (μια παραγγελία σε μια παράδοση-αθροιστικές παραδόσεις) χρησιμοποιώντας φορτηγά με leasing , μείωση της άσκοπης χρήσης φυτοφαρμάκων, λίπανσης και υπέρδευσης μέσα από ορθές γεωργικές πρακτικές με την καθοδήγηση του κόμβου. Λογικό κόστος για πρόσβαση στις υποδομές του κόμβου για αποθήκευση, ψύξη ,συσκευασία, πώληση και διανομή των προϊόντων.

Εμπιστοσύνη συναλλαγών

Αναμένεται να ενισχυθεί τόσο η εμπιστοσύνη των αγορών για σταθερή προμήθεια ποιοτικών αγροτικών προϊόντων , όσο και η εμπιστοσύνη ασφαλών οικονομικών συναλλαγών μέσα από τα διάφορα μέτρα διασφάλισης και των δυο των δημοπρασιών.

7 Αύξηση του αγροτικού πληθυσμού και του εισοδήματός του

Η διεύρυνση των αγορών μέσω του ηλ.δημοπρατηρίου , η εξασφάλιση δικαιότερων τιμών για τους παραγωγούς θα προσελκύσει και άλλους νέους σε ηλικία ενδιαφερόμενους για απασχόληση στον τοπικό αγροτικό τομέα καθώς θα μπορούν να βρουν ευκαιρίες για εργασία με επικερδές εισόδημα.

8 Αντιμετώπιση της φτώχειας στην κοινότητα

Στην αγορά του καταναλωτή που θα λειτουργεί κάθε Κυριακή εντός των εγκαταστάσεων του κόμβου εκτός από τα αγροτικά προϊόντα α'ποιότητας θα πωλούνται και τα αγροτικά προϊόντα β'ποιότητας και εφόσον τηρούν τους κανόνες υγιεινής και ασφάλειας θα διατίθενται σε αρκετά χαμηλές τιμές προς πώληση ώστε και οι φτωχότεροι κάτοικοι να έχουν πρόσβαση σε τρόφιμα εξασφαλίζοντας τον επισιτισμό τους.

9 Πρόσβαση και ζήτηση για υγιεινά τοπικά προϊόντα

Αναμένεται μέσα από τα φεστιβάλ ,το χώρο γευσιγνωσίας ,τα κοινωνικά μέσα δικτύωσης του κόμβου και της αγοράς του καταναλωτή η δημιουργία ισχυρής συνείδησης για προτίμηση στα τοπικά προϊόντα μέσα από τη βελτίωση της κατανόησης της σχέσης ανάμεσα στη διατροφή ,την υγεία και την ευεξία και των χαρακτηριστικών των αυτοχθόνων προϊόντων που μπορούν να συμβάλλουν με θετικό πρόσημο στην υγεία του πληθυσμού.

10 Μείωση περιβαλλοντικού αποτυπώματος

Σημαντικά στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος θα συμβάλλει ο συντονισμός των παραγγελιών για παράδοση καθώς θα αποστέλλονται αθροιστικά και δεν θα γίνονται πολλά μεμονωμένα δρομολόγια.

Οι ορθές γεωργικές πρακτικές και ο βιολογικός τρόπος καλλιέργειας θα συνδράμουν στη μείωση της αλόγιστης χρήσης φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων και υπέρδευσης.

Και τέλος η αποστολή των αποβλήτων για παραγωγή ενέργειας.

11 Διάδοση του εγχειρήματος ως πρότυπου για τη Στερεά Ελλάδα

Η επιτυχία του εγχειρήματος προσδοκάται ότι θα οδηγήσει αγρότες και από τις άλλες περιφέρειες της Στερεάς Ελλάδας να ακολουθήσουν αυτό το παράδειγμα συνέργειας προσδοκώντας σε αντίστοιχα οφέλη.

Σε αυτή την περίπτωση αναμένουμε τα στερεοελλαδίτικα αγροτικά προϊόντα να ξεπεράσουν τη σκόπελο της εσωστρέφειας και να γίνουν γνωστά παγκοσμίως ως προϊόντα με υψηλή προστιθέμενη αξία (σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής τους αλυσίδας).

Από κοινού κατόπιν οι περιφερειακές ενότητες μπορούν να συμμετέχουν με μεγάλη γκάμα προϊόντων σε εκθέσεις του εξωτερικού ισχυροποιώντας τη θέση τους στην παγκόσμια αγορά.

Επίλογος

Στόχος της εργασίας είναι αρχικά μια πρώτη εκτίμηση των εμφανών αλλαγών στην αγροδιατροφή σε παγκόσμιο και εγχώριο επίπεδο ώστε να γίνει κυρίως δομική αναδιάρθρωση της εφοδιαστικής αλυσίδας τροφίμων στην Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Όπως διαπιστώθηκε μέσα από τη διεθνή πρόσφατη αρθρογραφία τέσσερις αλλαγές έχουν γίνει εμφανείς στην αγροδιατροφή.

Αυτές συνίστανται σε: α. σε διαταραχές και διακοπές στις κάθετες παγκόσμιες εφοδιαστικές αλυσίδες θέτοντας σε κίνδυνο την επισιτιστική επάρκεια και ασφάλεια .

β. η εμπιστοσύνη των καταναλωτών, αβεβαιότητα που ενώ κλονίστηκε παγκοσμίως στην Ελλάδα το πρώτο τετράμηνο του 2020 οι εισαγωγές δεν υποσκέλισαν τις εξαγωγές.

γ. η μείωση στο εισόδημα των καταναλωτών που αναδεικνύει την ανάγκη για πιο οικονομικά τρόφιμα για να μην μειωθεί το οικογενειακό καλάθι.

Και δ .οι αλλαγές στις καταναλωτικές προτιμήσεις για πιο υγιή τρόφιμα με υψηλή διατροφική αξία ως μέτρο ενίσχυσης του ανθρώπινου ανοσοποιητικού συστήματος.

Η ανάγκη για ασφάλεια από τη νόσο αύξησε όλων των ειδών τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και η χρήση της τεχνολογίας φάνηκε πιο απαραίτητη από ποτέ.

Θέτοντας υπόψη τα παραπάνω ζητήματα αναδείχθηκε παγκοσμίως η τάση της ικανοποίησης της ζήτησης για αγροδιατροφικά προϊόντα δεδομένου και της ευπάθειας πολλών από αυτών μέσα από την ενίσχυση των τοπικών συστημάτων τροφίμων με τη δημιουργία οριζόντιων συνεργειών και την χρήση τεχνολογίας.

Οι οριζόντιες εφοδιαστικές αλυσίδες μέσα από τις συνέργειες κατάφεραν τόσο στην Αμερική όσο και στην Ευρώπη να μειώσουν τα κόστη των εισροών στον αγροτικό τομέα όσο και μέσα από το συντονισμό να καλύψουν τη ζήτηση των καταναλωτών στο σωστό χρόνο.

Μέσα από την κρίση της πανδημίας η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας πρέπει να εκμεταλλευτεί την ευκαιρία (όχι για ευκαιριακή ζήτηση) προωθώντας ένα ισχυρό brand

name των στερεοελλαδίτικων προϊόντων που θα ανταποκρίνονται στην ποιότητα (ΠΟΠ,ΠΓΕ) και να ενισχύσει τη χρήση σύγχρονων τεχνολογιών στον αγροτικό τομέα(πχ προγράμματα αυτοματισμού) με στόχο τη συνέπεια της ποιότητας και της ποσότητας της παραγωγής.

Με προϊόντα υψηλής ποιότητας οι Έλληνες αγρότες μπορούν να πάνε πιο εύκολα στην εξαγωγική συμβολαιακή γεωργία και με συνέργειες που οδηγούν σε οικονομίες κλίμακας.

Πάνω σε αυτή τη βάση εξετάστηκαν τα πιθανά οφέλη που θα είχε η δημιουργία ανάπτυξης ενός αγροδιατροφικού κόμβου στην Κύμη Ευβοίας ως απαρχή μιας νέας δομής στο σύστημα τροφίμων.

Μέσα από τη δημιουργία σύγχρονων ηλεκτρονικών πλατφορμών παραγγελιών και αλληλοεπίδρασης αναδείχθηκε η απρόσκοπτη σύνδεση μεταξύ των παραγωγών και των αγοραστών με την ταυτόχρονη ικανοποίηση και των δυο μερών χωρίς ενδιάμεσους παίχτες.

Αναμένεται μέσα από τις λειτουργίες του κόμβου να βελτιωθούν οι προβλέψεις ζήτησης, να μειωθεί η αβεβαιότητα των προμηθειών, και να μειωθεί το χρονικό διάστημα μεταξύ της παραλαβής από τον αγρότη και της παραλαβής από τον αγοραστή.

Δεν είναι τυχαίο ότι οι αναπτυσσόμενες χώρες όπως διαπιστώθηκε με το εργαλείο google trends (ΗΠΑ, Καναδάς, Βρετανία, Ην.Αρ.Εμιράτα κα) έχουν την μεγαλύτερη ζήτηση σε αγροδιατροφικά προϊόντα όπως σύκα ,μέλι, αιγοπρόβειο γάλα και γιαούρτι. Πρόκειται για μεγάλες αγορές και σίγουρα η εξαγωγική δραστηριότητα θα κάνει το εγχείρημα του κόμβου βιώσιμο και επικερδές με την μέθοδο της ηλεκτρονικής δημοπρασίας.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία εντοπίζουμε νέες ευκαιρίες για εξαγωγές συνδυάζοντας και προτείνοντας τρόπους για περισσότερη και πιο έξυπνη παραγωγή.

Η μελέτη αυτή αποτελεί ένα έναυσμα για περισσότερη μελέτη του θέματος καθώς θα πρέπει να μελετηθούν περαιτέρω και οι οικονομικοί πόροι για την ανάπτυξη ενός τέτοιου εγχειρήματος(απόκτηση παγίων) είτε με εξεύρεση χορηγών όπως γίνεται κυρίως στην Αμερική είτε και με την ένταξη σε ευρωπαϊκά προγράμματα ενίσχυσης τέτοιων εγχειρημάτων κυρίως ΕΣΠΑ.

Η ανάληψη δανείων είναι παρακινδυνευμένη καθώς τα επιτόκια αγγίζουν το 8% και η αδυναμία αποπληρωμής θα έθετε σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα του κόμβου.

Για την διευκόλυνση της μελέτης περαιτέρω θα πρέπει να σχεδιαστούν οικονομικοί ,κοινωνικοί και επιχειρηματικοί δείκτες μέτρησης αποτελεσμάτων και υλοποίησης των στόχων του κόμβου.



Εικόνα 24
Πηγή: lesvospen.gr

Βιβλιογραφία

A Μέρος

- Manikas,I.,Malindretos,G, Moschuris,S.(2019), ‘A community –based Agro-food Hub model for sustainable farming’*Sustainability ,Journal,2019,11,1017*
- World Food Security (2020), ‘Impacts of Covid-19 on food security and nutrition’ ,Rome,September 2020
- James Barham ,june (2017),*Running a Food Hub: Learning from Food Hub Closures,volume 4*
- Cennet Pelin Boyacı-Gündüz, Salam A. Ibrahim, Ooi Chien Wei, and Charis M. Galanakis , *Foods*,(2021),’*Transformation of the Food Sector: Security and Resilience during the COVID-19 Pandemic*’
- Ting-TingSun et al,Pacific-Basin Finance journal (2020) April,’ *How does trade policy uncertainty affect agriculture commodity prices*’
- Hong Chuan Loh, (2021)’*The covid-19 pandemic and diet change*’
- R.V.Bhavani et al,(2020) ’ *The covid 19 pandemic crisis and the relevance of a farm-system-for nutrition approach*’
- Richard S.Gray, April(2020),’*Agriculture, transportation, and the covid-19 crisis*’

R.Khasawnen, Jouly (2021),*Reuters’ China-U.S container shipping*’

- ΕΛΣΤΑΤ , ‘δείκτες τιμών εισροών και εκροών στη γεωργία – κτηνοτροφία: Ιούνιος 2021’
- ΕΛΣΤΑΤ, ‘*Η Ελληνική Οικονομία*’,*Νοέμβριος 2020*
- ΔΙΑΝΕΟΣΗΣ οργανισμός έρευνας και ανάλυσης, Κ.Καραντινίτης ,(2020),’*η ελληνική γεωργία και αγροδιατροφή μετά την Πανδημία*’, *Αύγουστος 2020*
- ΓΠΑ, ‘*Επιτελική σύνοψη ανάλυσης*’ ΠΑΕΑ, *Αθήνα 2020*
- FiBL Statistics survey (2019),’*European and global organic farming statistics*’
- Eurostat January (2021),*Organig farming statistics*
- Πρεσβεία της Ελλάδος στο Λονδίνο, γραφείο οικονομικών και εμπορικών υποθέσεων, Μάρτιος 2021,’ *Η αγορά βιολογικών τροφίμων και ποτών στο Ηνωμένο Βασίλειο*’

B Μέρος

- Liping, W. (2009), “*Study on Agricultural Products Logistics Mode in Henan Province of China*” *School of Economics and Management*, *Henan Polytechnic University, China*
- Zhang, X., Wang, C. (2011) “*Application of Analytic Network Process in Agricultural Products Logistics Performance Evaluation*” *Department of Economy and Management, Tianjin University of Finance & Economics, Tianjin, China*
- Xu, S. (2011), “*Tactics on the Development of Modern Agricultural Logistics in Central China*”. *Advanced Materials Research (Volumes 219 - 220)*
- Federico S. (2011),’*The modern agricultural frontier and logistics: the importance of the soybean and grain storage system in Brazil*’
- A.Mittal,January(2018), ‘*Logistics best practices for regional food systems. A review*’
- Thomas Airchner, *Cyberpsychology*,’ *Behavior and Social Network* ‘2020
- Manikas,I.,Malindretos,G, Moschuris,S.(2019), ‘A community –based Agro-food Hub model for sustainable farming’*Sustainability ,Journal,2019,11,1017*
- Alvarado et al, December (2020),’*Alternative agri-food networks and their role in relocation of food and creation of shared value : the case of Leuven food hub*’

- J.Barham ,July (2015),*Running a food hub : a business operations guide, volume 2*
- D.Chaffey,(2009), *E-business and e-commerce management strategy, implementation and practice*
- Μαλινδρέτος, Γ. (2015), ' *Εφοδιαστική αλυσίδα, logistics και εξυπηρέτηση πελατών*', [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα
- Χρίστος Καμενίδης Θεσσαλονίκη (2014), Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, ' *Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Μεταφορές Αγροτικών Προϊόντων* ' Έκδοση: 1.0.
- Γ.Κασσελούρης, (2016), ' *Διερεύνηση θεμάτων κέντρων αγροτικών προϊόντων* '

Γ Μέρος

- A.Marusak,(2021), ' *Resilient regional food supply chains and rethinking the way forward: key takeaways from the covid 19 pandemic* '
- G.W,Stevensen ,(2013), ' *Values based food supply chains-red tomato* '
- Οικονομικές Καταστάσεις ΟΚΑΑ ΑΕ- Χρήσης 2020,okaa.gr
- <https://www.delio.gr>
- Σημειώσεις Μαλινδρέτος Γ,(2020), ' *Το παράδειγμα δημοπρασίας ανθέων στο Aalsmeer της Ολλανδίας* '

Δ μέρος

- INSETE, Δεκέμβριος (2019), ' *Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του τουρισμού*
- ΔΚΝ analysis & Γ.Π.Α.,Νοέμβριος (2020), ' *Ανάλυση αναγκών για την προετοιμασία του Στρατηγικού Σχεδίου ΚΓΠ 2021-2027* '
- Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠ Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, Απρίλιος (2015), ' *Στρατηγική έξυπνης εξειδίκευσης για την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας* '
- ΕΛΣΤΑΤ(2018)
- ΙΟΒΕ(ίδρυμα οικονομικών και βιομηχανικών ερευνών) Μελέτη,(2020) ' *η συνεισφορά των εισροών στην αγροτική παραγωγή στην Ελλάδα* '

Ε Μέρος

- Leader-Περιοχή Ν.Εύβοιας (2014-2020), ' *Τοπική ανάπτυξη με πρωτοβουλία τοπικών κοινοτήτων* '
- Εθνική στατιστική υπηρεσία(2012),*Εξαγωγές σύκων Ευβοίας*
- Στοιχεία από Δήμο Κύμης –Αλιβερίου,(2021)
- Μελέτη της περιφέρειας της Στερεάς Ελλάδας για την ' *εφαρμογή της νέας αγροτικής πολιτικής,2017*
- Popa Cosmin and Chiran Aurel, international journal of economics and management engineering,(2013), ' *Designing a multilingual auction website for selling agricultural products* '

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ!