

ΑΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΘΕΜΑ: «ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΤΟΜΕΑ»



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΜΟΝΙΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ
Α.Μ: 14951
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΤΣΙΚΑΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ

Αθήνα, 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη.....	σελ.3
Εισαγωγή.....	σελ.4

Κεφάλαιο 1^ο : Ο αγροδιατροφικός τομέας

1.Σχετικά με τον αγροδιατροφικό τομέα.....	σελ.5
1.1 Αγροτικά προϊόντα.....	σελ.6
1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν τον αγροδιατροφικό τομέα.....	σελ.7
1.3 Η σημασία της επωνυμίας στα αγροδιατροφικά προϊόντα.....	σελ.8
1.4 Ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα.....	σελ.9
1.4.1Εισαγωγές – εξαγωγές.....	σελ.11
1.4.2Κλειδί ο αγροδιατροφικός τομέας για επαναφορά στην ανάπτυξη.....	σελ.13
1.5 Ο αγροδιατροφικός τομέας σε παγκόσμιο επίπεδο, σε αριθμούς.....	σελ.15
1.6 Εννέα κινήσεις που καταπολεμούν τους μεσάζοντες.....	σελ.16
1.7 Ο όμιλος Ευθυμιάδη.....	σελ.19
1.8 Ηλεκτρονική πλατφόρμα δημοπρασιών για αγροτικά προϊόντα.....	σελ.21
1.9 Νομοθετικά διατάγματα για την ασφάλεια των αγροτικών προϊόντων.....	σελ.22

Κεφάλαιο 2^ο : Logistics και εφοδιαστική αλυσίδα στον αγροδιατροφικό τομέα

2.1 Ορισμός – τι είναι το logistics.....	σελ.23
2.2 Εφοδιαστική αλυσίδα.....	σελ.23
2.3 Η εφοδιαστική αλυσίδα στον αγροδιατροφικό τομέα.....	σελ.24
2.4 Αντίστροφη εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα.....	σελ.26

Κεφάλαιο 3^ο : Καινοτομία

3.1 Ορισμός – τι είναι καινοτομία.....	σελ.28
3.2 Τα πρέπει.....	σελ.30
3.3 Τα δεν πρέπει.....	σελ.31
3.4 Η καινοτομία στα προϊόντα.....	σελ.32
3.5 Τα είδη της καινοτομίας.....	σελ.34
3.6 Η καινοτομία στην Ελλάδα.....	σελ.35
3.7 Η κατάταξη της Ελλάδας στον συνοπτικό δείκτη καινοτομίας το 2007.....	σελ.37
3.7.1Διαχρονική εξέλιξη(2003-2007).....	σελ.38

Κεφάλαιο 4^ο : Καινοτομίες στον αγροδιατροφικό τομέα

4.1 Καινοτόμα προϊόντα στον αγροδιατροφικό τομέα.....	σελ.39
4.1.1 «Χόρτο ταχείας ανάπτυξης».....	σελ.40
4.1.2 Σαλάμι «δια ελαιάς και αέρος».....	σελ.41
4.1.3 «KetsupEco».....	σελ.41
4.1.4 Στέβια αντί για ζάχαρη.....	σελ.42
4.1.5 Τρούφα.....	σελ.42
4.2 Βραβεία καινοτομίας και συσκευασίας.....	σελ.43
4.2.1 Βραβεία καινοτομίας.....	σελ.43
4.2.2 Βραβεία συσκευασίας.....	σελ.44
4.2.3 Βραβεία σε προβιοτικές ελιές και γιαούρτια.....	σελ.45

Συμπεράσματα.....	σελ.46
Βιβλιογραφική αναφορά.....	σελ.47

Περίληψη

Το θέμα που έχει επιλεγθεί προς ανάλυση στην παρούσα εργασία είναι ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα και οι καινοτομίες του.

Στην εργασία αναφέρεται η συμβολή του αγροδιατροφικού τομέα στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας μέσω των αγροτικών προϊόντων τα οποία είναι ευρέως γνωστά και καταναλώνονται από πολύ κόσμο. Αναφέρονται επίσης οι παράγοντες που επηρεάζουν τον αγροδιατροφικό τομέα, ενώ τονίζεται η σημασία της επωνυμίας των αγροτικών προϊόντων αφού μέσω της επωνυμίας γίνονται γνωστά στο ευρύ κοινό. Στη συνέχεια αναφέρεται και η ηλεκτρονική πλατφόρμα δημοπρασιών για τα αγροδιατροφικά προϊόντα.

Αναπτύσσεται επίσης η έννοια της εφοδιαστικής αλυσίδας του αγροδιατροφικού τομέα. Η εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα ξεκινά από τους αγρότες οι οποίοι χρησιμοποιούν πολλούς τρόπους για να παράγουν τα προϊόντα τους, τρόποι οι οποίοι έχουν να κάνουν με την φύτευση, την προετοιμασία του εδάφους, την διαχείριση των καλλιεργειών και των επιβλαβών οργανισμών, την ταξινόμηση, την συσκευασία, ώστε να καταλήξουν στους τελικούς καταναλωτές.

Αναπτύσσεται η έννοια της καινοτομίας γενικότερα, αλλά και στην Ελλάδα, ενώ αναφέρονται «τα πρέπει» και τα «δεν πρέπει» σχετικά με το τι έχει να κάνει κάποιος για να καταφέρει κάτι καινοτόμο και τέλος, αναφέρονται τα καινοτόμα προϊόντα που αφορούν τον αγροδιατροφικό τομέα.

Λέξεις- κλειδιά

Αγροδιατροφικός τομέας, αγροτικά προϊόντα, εφοδιαστική αλυσίδα, καινοτομία, Ελλάδα

Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο να αναπτύξει και να εξηγήσει τον αγροδιατροφικό τομέα και τις καινοτομίες του ενώ θα μας βοηθήσει να καταλάβουμε τον ρόλο που μπορεί να παίξει ο αγροδιατροφικός τομέας στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας.

Τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότεροι άνθρωποι στρέφονται στον αγροδιατροφικό τομέα είτε ως καταναλωτές, είτε ως παραγωγοί. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις δημιουργούν όλο και πιο αξιόλογα προϊόντα, τόσο σε επίπεδο παραγωγής, όσο και σε επίπεδο branding, ενώ μερικές επιχειρήσεις τα συνδυάζουν και τα δύο. Υπάρχουν βέβαια και κάποια προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν αυτές οι επιχειρήσεις τα οποία αναπτύσσονται μέσα στην εργασία.

Η καινοτομία παίζει σημαντικό ρόλο στα προϊόντα του αγροδιατροφικού τομέα αφού τα κάνει να ξεχωρίζουν σε σχέση με τα άλλα προϊόντα. Αν και κάποιες συγκρίσεις δείχνουν ότι η Ελλάδα γενικά υστερεί στις περισσότερες πτυχές καινοτομίας, έχουμε αρκετά καινοτόμα προϊόντα του αγροδιατροφικού τομέα όπως είναι το «χόρτο ταχείας ανάπτυξης» και η «KetchupEco» καθώς και άλλα προϊόντα που αναπτύσσονται στην συνέχεια της εργασίας.

Η δομή της εργασίας είναι η εξής:

- Στο πρώτο κεφάλαιο αναπτύσσεται γενικά ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα και οι παράγοντες που τον επηρεάζουν, ενώ αναφέρονται κάποια βασικά στοιχεία που τον αφορούν.
- Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στην εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα. Αναφέρεται δηλαδή στον σχεδιασμό, την παραγωγή, καθώς και την διανομή των αγροτικών προϊόντων, καθώς και στην αντίστροφη εφοδιαστική αλυσίδα δηλαδή τις επιστροφές.
- Στο τρίτο κεφάλαιο αναπτύσσεται η έννοια της καινοτομίας στην Ελλάδα και όχι μόνο.
- Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο αναφέρονται τα καινοτόμα προϊόντα του αγροδιατροφικού τομέα καθώς και κάποια βραβεία που έχουν δοθεί σχετικά.

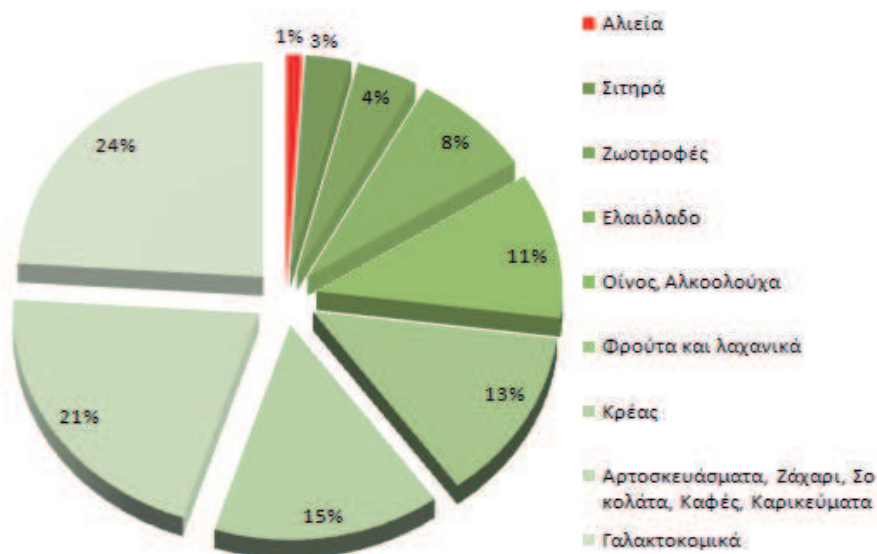
Κεφάλαιο 1^ο

Ο αγροδιατροφικός τομέας

1. Σχετικά με τον αγροδιατροφικό τομέα

Ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς κλάδους στην Ελληνική οικονομία. Απασχολεί 124.000 εργαζόμενους, δηλαδή το 2,9% των απασχολούμενων της χώρας. Το μερίδιο συμμετοχής του αγροδιατροφικού τομέα στην συνολική αξία των εξαγωγών των αγροτικών προϊόντων ανέρχεται σε 71,7% και 16,4% στην αξία των εξαγωγών για το σύνολο των προϊόντων.

Την μεγαλύτερη συμμετοχή στον αγροδιατροφικό τομέα έχουν τα γαλακτοκομικά, τα αρτοσκευάσματα και τα μπαχαρικά ενώ έπονται το κρασί και το ελαιόλαδο.



Διάγραμμα 1: Προϊόντα αγροδιατροφικού τομέα

Πηγή: www.fooditerraneanproject.com

1.1 Αγροτικά προϊόντα

Λέγοντας αγροτικά προϊόντα, εννοούμε μια μεγάλη γκάμα από προϊόντα. Τα σημαντικότερα αγροτικά προϊόντα στην Ελλάδα αφορούν στα: ψάρια, δημητριακά, φρούτα και λαχανικά, γάλα, αυγά, μπαχαρικά, κρέατα, ζάχαρη.

Τα αγροτικά προϊόντα μπορούν να ταξινομηθούν σε τρεις κατηγορίες:

- Προϊόντα φυτικής παραγωγής (φρούτα, λαχανικά)
- Προϊόντα ζωικής παραγωγής (κρέατα)
- Προϊόντα που προέρχονται από την αλιεία (ψάρια)

Τα τελευταία χρόνια στην φυτική παραγωγή παρατηρείται αυξανόμενη παρουσία βιολογικών και μεταλλαγμένων προϊόντων ενώ στην ζωική παραγωγή έχουμε την συχνή παρουσία ασθενειών που δημιουργούν ανασφάλειες στους καταναλωτές. Επίσης οι καταναλωτές νιώθουν ανασφάλεια όσον' αφορά και τα αλιευτικά προϊόντα εξαιτίας ατυχημάτων με πλοία που μεταφέρουν υλικά βλαβερά για το θαλάσσιο οικοσύστημα.

Μια άκρως ενδιαφέρουσα ομάδα προϊόντων από ερευνητικής πλευράς είναι τα φρέσκα ή νωπά λαχανικά. Η ομάδα αυτών των προϊόντων παρουσιάζει έντονο ενδιαφέρον καθώς είναι προϊόντα με μικρή διάρκεια ζωής αλλά με μεγάλη κατανάλωση. Τα φρέσκα λαχανικά έτσι όπως αναφέρονται στην παγκόσμια βιβλιογραφία είναι: πατάτα, ντομάτα, πιπεριά, αγγούρι, καρότο, λάχανο, κρεμμύδι, σπαράγγι, μαρούλι ενώ την λίστα συμπληρώνουν: αγκινάρα, άνηθο, πράσο, κολοκύθι, ρόκα, μελιτζάνα, μανιτάρι κλπ. Σημειώνεται ότι η Ελλάδα είναι μια χώρα με μεγάλη παραγωγή σε τέτοιου είδους προϊόντα και κατέχει την πέμπτη θέση (σε ποσότητες) σε παραγωγή λαχανικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

1.2 Παράγοντες που επηρεάζουν τον αγροδιατροφικό τομέα

Ένας τρόπος να παραχθούν ασφαλή αγροδιατροφικά προϊόντα είναι να ληφθούν υπόψιν οι κοινωνικοί, οικολογικοί και οικονομικοί παράγοντες που μπορούν να τα επηρεάσουν. Η αγροτική παραγωγή στις μέρες μας έρχεται αντιμέτωπη με τις εξής προκλήσεις:

- Ο πληθυσμός του πλανήτη αυξάνεται ραγδαία. Συνεπώς το θέμα της ποιοτικής τροφής τίθεται άμεσα.
- Εξάντληση των φυσικών πόρων μέσω της μόλυνσης των υδάτων και του αέρα, την καταστροφή των δασών, την μείωση των καλλιεργήσιμων εκτάσεων, την υποβάθμιση των οικοσυστημάτων.
- Μόνο το 3% του νερού χαρακτηρίζεται ως φρέσκο - πόσιμο ενώ από αυτό το 70% χρησιμοποιείται στην γεωργία.
- Η ενέργεια είναι ένας καθοριστικός παράγοντας που προσδιορίζει τις μεθόδους, το κόστος και την ανάπτυξη της αγροτικής δραστηριότητας. Έχουμε περάσει από την εποχή της φθηνής ενέργειας στην εποχή της υπερβολικής ενέργειας και αυτό συμβαίνει με σκοπό την εκμετάλλευση περιβαλλοντικά ευαίσθητων περιοχών, υπερβολική χρήση εις βάρος του περιβάλλοντος και της καλλιεργήσιμης γης και των εναλλακτικών πηγών ενέργειας.
- Οι έντονες κλιματικές αλλαγές που παρατηρούνται όλο και πιο συχνά σε διάφορες περιοχές του πλανήτη επηρεάζουν δραματικά την αγροτική παραγωγή σε επίπεδο ποιότητας και ποσότητας.

Η παραγωγή τροφής σήμερα θα πρέπει να είναι και συνδυασμός και αλληλεπίδραση τριών κυρίως παραγόντων:

Οικονομία: Το εμπόριο, το εισόδημα, το marketing και άλλα οικονομικά στοιχεία αλληλεπιδρούν με τον κοινωνικό παράγοντα και ενισχύουν την καλλιέργεια και προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων.

Κοινωνία: Η υγεία, η κουλτούρα, η κοινωνία και η παράδοση αλληλεπιδρούν με τους περιβαλλοντικούς παράγοντες ενισχύοντας την αναγνώριση της παραδοσιακής και διαφοροποιημένης χρήσης της γης.

Περιβάλλον: Παράγοντες όπως το έδαφος, το νερό, το κλίμα και η βιοποικιλότητα αλληλεπιδρούν με τους οικονομικούς παράγοντες και προσδίδουν αξία στις υπηρεσίες και τους φυσικούς πόρους.

1.3 Η σημασία της επωνυμίας στα αγροδιατροφικά προϊόντα

Ειδικά για τα προϊόντα αγροτικής παραγωγής, η δημιουργία μιας σωστά δομημένης επωνυμίας μπορεί να αποφέρει πολλαπλά οφέλη τόσο για τον παραγωγό όσο και για τον καταναλωτή. Ας δούμε γιατί:

Αρχικά εμπνέει εμπιστοσύνη. Ένα επώνυμο αγροδιατροφικό προϊόν φέρει τα στοιχεία και την ταυτότητα του παραγωγού οπότε αυτόματα ο καταναλωτής παύει να ανησυχεί για την προέλευση και την αυθεντικότητα του προϊόντος.

Επίσης ικανοποιεί τις προσδοκίες των καταναλωτών. Ειδικά σε περιόδους οικονομικής κρίσης, οι καταναλωτές είναι επιφυλακτικοί, αποζητούν σταθερή γεύση και ποιότητα. Ένα επώνυμο αγροδιατροφικό προϊόν λοιπόν, μειώνει το ρίσκο κακής επιλογής δίνοντας εγγύηση ποιότητας βασισμένης στην τυπικότητα των χαρακτηριστικών του.

Στη συνέχεια, δημιουργεί σχέσεις με τους καταναλωτές. Είναι γεγονός πως οι καταναλωτές επιλέγουν να αγοράζουν προϊόντα με βάση συνδυασμό κριτηρίων, όπως σχέση ποιότητας-τιμής, λειτουργικά οφέλη (οφέλη στην υγεία) αλλά και συναισθηματικούς παράγοντες (αναμνήσεις από την παιδική ηλικία). Τα πετυχημένα επώνυμα προϊόντα λοιπόν, χτίζουν μια ιδιαίτερη σχέση με τους καταναλωτές αφού μιλάνε και στα δύο ημισφαίρια του εγκεφάλου, στο μυαλό και την καρδιά.

Ένα επώνυμο αγροδιατροφικό προϊόν διευκολύνει διανομείς και λιανοπωλητές αφού προσελκύει περισσότερους καταναλωτές στο κατάστημα, αφενός γιατί έρχονται οι καταναλωτές που αναζητούν τα συγκεκριμένα προϊόντα και αφετέρου γιατί ενισχύουν την εικόνα ποιότητας του καταστήματος.

Τέλος, τα επώνυμα προϊόντα διεκδικούν μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους σε σχέση με τα ανώνυμα, δηλαδή μεγαλύτερη τιμή για τα ίδια χαρακτηριστικά.

1.4 Ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μεγάλη στροφή προς τα αγροδιατροφικά προϊόντα. Χαρακτηριστικά αυτής της τάσης είναι η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, η διαχείριση αγροδιατροφικών επιχειρήσεων από νέους και μορφωμένους ανθρώπους, η έμφαση στην προστιθέμενη αξία μέσω της συσκευασίας, της ποιότητας και του τρόπου καλλιέργειας.

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις δημιουργούν όλο και πιο αξιόλογα προϊόντα, τόσο σε επίπεδο παραγωγής, όσο και σε επίπεδο branding ενώ μερικές επιχειρήσεις τα συνδυάζουν και τα δύο.

Υπάρχουν και κάποια προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν αυτές οι επιχειρήσεις και είναι αρκετά ώστε να τις καταστούν λιγότερο ανταγωνιστικές ιδιαίτερα στις αγορές εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Υψηλά κόστη έρευνας αγοράς, επικοινωνίας, εκπαίδευσης, διαφοροποίησης και αναγνωσιμότητας του brand, παρακολούθησης του προϊόντος στην αγορά, υψηλή τελική τιμή λόγω μεσαζόντων και διαδικασιών που αυξάνουν το κόστος χωρίς να αυξάνουν την αξία του προϊόντος. Στον αγροδιατροφικό τομέα έχουν αναπτυχθεί πολλοί τρόποι συνεργατικής οργάνωσης, που σκοπό έχουν αντιμετωπίσουν αυτά τα προβλήματα.

Η οργάνωση των επιχειρήσεων σε ομάδες ή συστάδες δεν είναι κάτι το πρωτοποριακό ή κάτι το καινούριο. Έχουν δημιουργηθεί με σκοπό να καλύψουν τα προβλήματα των συγκεκριμένων επιχειρήσεων με διάφορους τρόπους. Η παγκοσμιοποίηση των αγροδιατροφικών προϊόντων επιβάλλει έμφαση στην πρωτοτυπία καθώς και στον συντονισμό σε παγκόσμια βάση. Στον αγροδιατροφικό κλάδο διαφορετικά σχήματα συνέργειας έχουν υλοποιηθεί με επιτυχία:

- Συνέργεια σε όλη την αλυσίδα αξίας. Δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη της περιοχής στα πλαίσια μιας παγκοσμιοποιημένης οικονομίας. Μια προσέγγιση «σκέψου παγκόσμια, δράσε τοπικά» ενισχύει την ανταγωνιστικότητα συνδυάζοντας την τοπική στρατηγική με την παγκόσμια στρατηγική η οποία συνδέει τις αγροδιατροφικές επιχειρήσεις με τις διεθνείς αγορές.

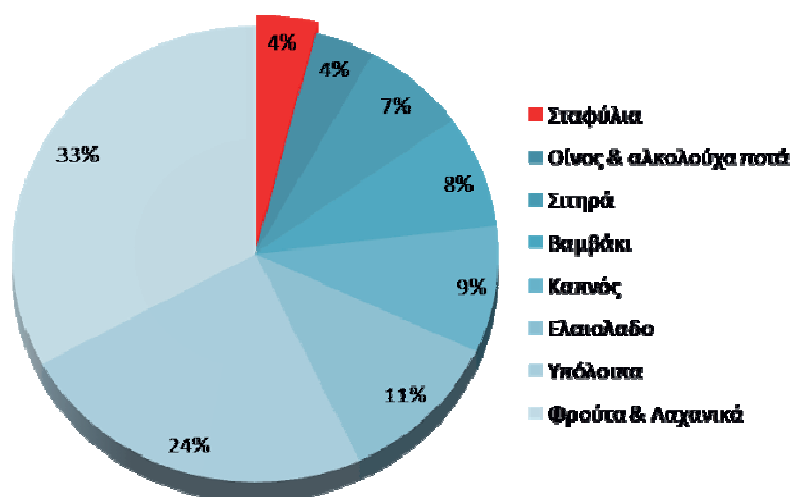
- Αγροδιατροφικά συμπλέγματα. Αφορά όλες τις συσχετιζόμενες δραστηριότητες που είναι απαραίτητες για την παραγωγή και εμπορία ενός συγκεκριμένου προϊόντος.
- Αγροβιομηχανικά πάρκα. Πρόκειται για οργανώσεις που χρησιμοποιούν κοινόχρηστο εξοπλισμό και υπηρεσίες (μεταφορές, αποθήκες, τυποποίηση) που είναι απαραίτητα για την επεξεργασία των αγροδιατροφικών προϊόντων.
- Αγρό-εξαγωγικές ζώνες. Συγκεκριμένα προϊόντα ή μια ομάδα παρόμοιων προϊόντων επιλέγονται και προωθούνται για εξαγωγή. Η παραγωγή των προϊόντων γίνεται σε συγκεκριμένη περιοχή η οποία αποτελεί την αγροεξαγωγική ζώνη.
- Εξαγωγικές κοινοπραξίες. Δημιουργούνται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό την προώθηση αγαθών και υπηρεσιών στο εξωτερικό.
- Ένα χωριό, ένα προϊόν. Αφορά την επικεντρωμένη παραγωγή ενός προϊόντος σε συγκεκριμένη περιοχή.

Σήμερα λοιπόν, οι ελληνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να δημιουργήσουν συνέργειες οι οποίες θα τις κάνουν ανταγωνιστικές στις διεθνείς αγορές.

1.4.1 Εισαγωγές - εξαγωγές

Η Ελλάδα πραγματοποιεί εισαγωγές σε αγροτικά προϊόντα τα οποία δεν παράγει σε μεγάλες ποσότητες και σε είδη κρέατος, ας δούμε όμως τι ακριβώς γίνεται με τις εξαγωγές.

Οι μεγαλύτερες εξαγωγές της Ελλάδας προσδιορίζονται σε φρούτα και λαχανικά, σε διάφορα αγροδιατροφικά προϊόντα και σε ελαιόλαδο. Ο αγροδιατροφικός κλάδος της Ελλάδας δέχεται τρομερές πιέσεις από τις ανερχόμενες δυνάμεις που εμφανίζονται σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέσα στην τελευταία δεκαετία το μερίδιο του ελληνικού αγροδιατροφικού κλάδου στην παγκόσμια αγορά έχει μειωθεί από 24% σε 20% μιας και η Ελλάδα είναι δύσκολο να ανταγωνιστεί τον ρυθμό ανάπτυξης των άλλων χωρών.



Διάγραμμα 2: Οι ελληνικές εξαγωγές

Πηγή: www.fooditerraneanproject.com

Από τις εξαγωγές που κάνει η Ελλάδα, ξεχωρίζουν επτά προϊόντα τα οποία έχουν μεγάλη ζήτηση, παρά το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον.

Σύμφωνα λοιπόν με μία έκθεση της Εθνικής Τράπεζας, είναι τρία τυποποιημένα και τρία χύμα προϊόντα τα οποία έχουν κατακτήσει τις διεθνείς αγορές κυρίως λόγω της ποιότητάς τους και των χαμηλών τιμών.

Ελιές, γιαούρτι και μέλι είναι τρία προϊόντα με ισχυρό brand name και έχουν καταφέρει να κυριαρχήσουν στις διεθνείς αγορές κατακτώντας το 24% των ελληνικών εξαγωγών. Μήλα, μανταρίνια και φράουλες έγιναν επίσης περιζήτητα

στις αγορές του εξωτερικού κατέχοντας το 12% των εξαγωγών ελληνικών τροφίμων.

Κυρίαρχη θέση στις εξαγωγές των ελληνικών προϊόντων κατέχει το ελαιόλαδο που εδραιώνεται στις αγορές του εξωτερικού με τις εξαγωγές να αυξάνονται σε ποσοστό άνω του 200% και τους Έλληνες παραγωγούς να προσπαθούν να αξιοποιήσουν την ευκαιρία αυτή και να αποσπάσουν μερίδιο αγοράς από τους κύριους ανταγωνιστές μας όσον αφορά το ελαιόλαδο, δηλαδή την Ιταλία και την Ισπανία.



Διάγραμμα 3: Ο χάρτης των ελληνικών εξαγωγών – αγροτικών προϊόντων

Πηγή: <http://www.enikos.gr>

1.4.2 Κλειδί ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα για την επαναφορά στην ανάπτυξη

Η ανασυγκρότηση της γεωργικής παραγωγής καθώς και η αξιοποίηση του δυναμικού της βιομηχανίας τροφίμων, είναι αναπόσπαστα κομμάτια του νέου ελληνικού οικονομικού μοντέλου που μπορεί να επαναφέρει την οικονομία σε αναπτυξιακή τροχιά. Αυτό σημειώνεται μεταξύ άλλων, σε μία μελέτη που είχε παρουσιάσει ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, στις 23 Μαΐου του 2012.

Οι συγγραφείς της μελέτης αυτής, έκαναν λόγο για το «κλαδικό οικοσύστημα των τροφίμων και της βιο-αγροδιατροφής» το οποίο όπως ανέφεραν, συνιστά μία από τις βασικότερες αλυσίδες αξίας της ελληνικής οικονομίας, καθώς αγγίζει και τους τρεις βασικούς τομείς της: την αγροτική παραγωγή η οποία είναι μεν ποιοτική, αλλά ίσως έχει αδυναμία σαφούς στόχευσης και προσανατολισμού, τη μεταποίηση τροφίμων - ποτών που παρά την κρίση φαίνεται να πηγαίνουν καλά ακόμα, και βεβαίως το σχετικό εμπόριο.

Ο τομέας, όπως είχε τονίσει η έρευνα, αναζητά ένα νέο, εξωστρεφή βηματισμό με έμφαση στην παραγωγή τοπικών, παραδοσιακών προϊόντων, ΠΟΠ και ΠΓΕ που αναδεικνύουν το ελληνικό branding, την ταυτότητα και προέλευση του προϊόντος καθώς και την ποιότητά του. Παράλληλα όμως με την ανάδειξη της παράδοσης, χρειάζεται η διαρκής καινοτομία, η ενσωμάτωση τεχνολογίας στο προϊόν και στη συσκευασία (πχ προϊόντα νανοτεχνολογίας, βιοτεχνολογίας, λειτουργικά τρόφιμα).

Ο τομέας των τροφίμων και της βιο-αγροδιατροφής θα πρέπει ακόμα να διαμορφώσει ένα νέο όραμα για την ελληνική παραγωγή τροφίμων (πχ μεσογειακή διατροφή) το οποίο να συνδεθεί με άλλους τομείς της ελληνικής οικονομίας (πχ τουρισμό), ενώ ταυτόχρονα απαιτείται αναδιάρθρωση δραστηριοτήτων και διαδικασιών σε όλο το μήκος της αλυσίδας αξίας.

Ενδεικτικά αναφέρονται αλλαγές σε ότι αφορά νέες καλλιέργειες, νέα μηχανήματα, εναλλακτικές μεθόδους καλλιέργειας, σχεδιασμό παραγωγής, τρόπο προώθησης, παρουσίασης, διανομής, νέες συσκευασίες, βελτίωση ασφάλειας και ποιότητας των ήδη υπαρχόντων προϊόντων κλπ. Στο πλαίσιο αυτό, χρειάζεται διαμόρφωση εθνικού πλαισίου έρευνας με βάση εθνικές προτεραιότητες και ευρωπαϊκά πρότυπα, προώθηση επενδύσεων για τη μετατροπή των ευρημάτων της γεωργικής έρευνας σε εφαρμόσιμες τεχνολογίες και νέες καλλιεργητικές πρακτικές, δημιουργία ενοτήτων αριστείας, συμμετοχή επιχειρήσεων σε στρατηγικά προγράμματα και πλατφόρμες ερευνών του εξωτερικού αλλά και στοχευμένη

επιδότηση δράσεων (πχ προβολή οικονομικών δραστηριοτήτων σε ορεινές και νησιωτικές περιοχές).

Ο ρόλος του δημόσιου φυσικά σε αυτή την προσπάθεια είναι καθοριστικός όσον αφορά στην κατεύθυνση της αναθεώρησης και του εκσυγχρονισμού του νομοθετικού πλαισίου και της εναρμόνισής του με τα ευρωπαϊκά πρότυπα, αλλά και για την αποτελεσματική λειτουργία συστήματος τακτικών ελέγχων και την άμεση διερεύνηση καταγγελιών. Στο πλαίσιο αυτό, η δημιουργία ενός ενιαίου φορέα τροφίμων για τη διαμόρφωση κοινής αγροτικής πολιτικής και το συντονισμό απαιτούμενων δράσεων για την επίτευξη οικονομίων κλίμακας και την οργανωμένη παραγωγή γεωργικών προϊόντων, την υλοποίηση στοχευμένης γεωργικής έρευνας και τελικά τη δημιουργία ενός νέου πρότυπου αγρότη - επιχειρηματία, είναι αναγκαία σήμερα περισσότερο από ποτέ.

1.5 Ο αγροδιατροφικός τομέας σε παγκόσμιο επίπεδο, σε αριθμούς

Η συνολική αξία της γεωργικής παραγωγής κάθε μέρας, σε παγκόσμιο επίπεδο, υπολογίζεται στα 7 δις ενώ το παγκόσμιο καθαρό εισόδημα από τον γεωργικό τομέα αγγίζει τα 120 δις και των παγίων του περίπου τα 2 δις.

Προβλέπεται πως ο αγροτικός τομέας θα παρουσιάσει ακόμα μεγαλύτερη ανάπτυξη σε επιχειρηματικές επενδύσεις μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια, αφού από τους πρώτους μήνες του 2014 ακόμα, οι συναλλαγές που αφορούσαν τον αγροδιατροφικό τομέα είχαν αυξηθεί αισθητά αγγίζοντας τις 121 συναλλαγές δηλαδή τα 715 εκατομμύρια, ενώ από το 2009 οι επενδύσεις στον αγροδιατροφικό τομέα είχαν αυξηθεί κατά 63% .

Η παγκόσμια ζήτηση τροφίμων αναμένεται να αυξηθεί περίπου 70% έως το 2050. Η αύξηση αυτή της παγκόσμιας ζήτησης για τρόφιμα θα συνοδεύεται από αύξηση της ζήτησης για ζωοτροφές, ίνες, βιομάζα και βιοϋλικά καθώς και για αγροδιατροφικά προϊόντα. Η αύξηση της ζήτησης των τροφίμων λοιπόν θα προκαλέσει αντίδραση στο σκέλος του εφοδιασμού από τη γεωργία της Ένωσης, που αποτελεί έναν από τους κυριότερους προμηθευτές στις παγκόσμιες αγορές γεωργικών προϊόντων καθώς αντιπροσωπεύει το 18% των εξαγωγών τροφίμων παγκοσμίως, αξίας 76 εκατομμυρίων ευρώ.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση ο αγροδιατροφικός κλάδος, συγκρινόμενος με τους τομείς της μεταποίησης, κατατάσσεται στην πρώτη θέση σε κύκλο εργασιών, απασχόληση και προστιθέμενη αξία αφού το έτος 2009 οι πωλήσεις του κλάδου ανήλθαν σε 954 δις ευρώ και η απασχόληση σε 4,2 εκατομμύρια εργαζομένους. Σημειώνεται επίσης ότι ο ευρωπαϊκός κλάδος χαρακτηρίζεται κυρίως από μικρό και μεσαίο μέγεθος επιχειρήσεων όπου κατέχουν το 99,1% του συνόλου των επιχειρήσεων.

1.6 Εννέα κινήσεις που καταπολεμούν τους μεσάζοντες

Το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ) , με μια σειρά νομοθετικών πρωτοβουλιών, με τη δημιουργία νέων θεσμών και αποτελεσματικών εργαλείων, προσπαθεί να προστατεύσει την χώρα από φαινόμενα όπως παράνομες ελληνοποιήσεις ξένων προϊόντων, την μεγάλη ψαλίδα μεταξύ τιμών παραγωγού στο χωράφι και στην τελική τιμή στα ράφια για τον καταναλωτή.

Συγκεκριμένα:

- Μητρώο Εμπόρων Αγροτικών Προϊόντων (ΜΕΑΠ) :

Με νομοθετική ρύθμιση του Ιανουαρίου του 2014 προωθήθηκε η σύνδεση του ΜΕΑΠ με το ΓΕΜΗ, ώστε να καταστεί δυνατή η παρακολούθησή του και να «καθαρίσει» η εμπορία γεωργικών προϊόντων από εμπόρους οι οποίοι δημιουργούν σοβαρά προβλήματα στους παραγωγούς και στους υγιείς εμπόρους, όταν δεν τηρούν τις διαδικασίες ορθής συναλλαγής.

- Τήρηση στοιχείων εσόδων – εξόδων:

Με την καθιέρωση της τήρησης στοιχείων προστίθεται άλλο ένα εργαλείο στην πάταξη των παράνομων ελληνοποιήσεων ξένων προϊόντων που μαστίζουν τη γεωργία, ελαττώνοντας το εισόδημα των Ελλήνων αγροτών. Δεν θα είναι πια εφικτό να κόβονται εικονικά τιμολόγια και να μπορούν με αυτό τον τρόπο οι μεσάζοντες να βαπτίζουν ελληνικά προϊόντα άλλων χωρών, δημιουργώντας αθέμιτο ανταγωνισμό.

- Συμβολαιακή γεωργία:

Στόχος της είναι να εξασφαλιστεί το αγροτικό εισόδημα και η επιχειρηματική δραστηριότητα στον αγροδιατροφικό τομέα. Στο μοντέλο αυτό της συμβολαιοποιημένης παραγωγής, όλοι οι εμπλεκόμενοι με την παραγωγική διαδικασία, δηλαδή από τον αγρότη και τον μεταποιητή έως και τον αγοραστή του τελικού προϊόντος, θα συνδέονται μεταξύ τους μέσω της συμβολαιακής γεωργίας, χωρίς τη μεσολάβηση μεσαζόντων. Το σύστημα αυτό επιτυγχάνει εγγυημένο εισόδημα για τον παραγωγό και καλύτερες τιμές για τους καταναλωτές.

- Εξυγίανση του τρόπου επιστροφής του ΦΠΑ και σύγκριση με την δήλωση ΟΣΔΕ:

Από το 2013 και για πρώτη φορά, το σύνολο των τιμολογίων των πωλήσεων αγροτικών προϊόντων που προσκομίζουν οι αγρότες στις αρμόδιες ΔΟΥ για την επιστροφή του ΦΠΑ, συγκρίνεται με τη δήλωση ΟΣΔΕ (η οποία υποβάλλεται ετησίως, είναι υποχρεωτική και αναφέρει το σύνολο των εκμεταλλεύσεων) του παραγωγού της αντίστοιχης περιόδου, ώστε να ελέγχεται η πραγματική δυνατότητα παραγωγής και πώλησης κάθε κατηγορίας προϊόντων που προσκόμιζε ο αγρότης. Όσοι παραγωγοί εμφάνιζαν πωλήσεις που διέφεραν από τον μέσο όρο μέχρι και 50% ετίθεντο σε ειδικό έλεγχο. Με τη διαδικασία αυτή εμποδίζονται οι ελληνοποιήσεις και περιορίζονται σημαντικά οι εικονικές συναλλαγές. Αξίζει να σημειωθεί επίσης ότι υπόχρεοι στην δήλωση είναι όλοι όσοι έχουν αγροτική εκμετάλλευση, για το σύνολο αυτής, ανεξάρτητα από το αν λαμβάνουν ή όχι ενισχύσεις ή αν είναι κατά κύριο επάγγελμα αγρότες ή όχι.

- Εγκεκριμένος έμπορος:

Για τη διευκόλυνση και απλοποίηση των διαδικασιών εξαγωγής αλλά κυρίως για τη δημιουργία εξαγωγέων με «brand name», καθοριστικό στοιχείο για την επιτυχία της συνολικής εξαγωγικής προσπάθειας της χώρας και τη βελτίωση των εξαγωγών και του ισοζυγίου πληρωμών, κρίθηκε ο εγκεκριμένος έμπορος εξαγωγέας. Ήδη έχουν εγκριθεί 24 από το ΥΠΑΑΤ (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων) με διασπορά σχεδόν σε όλη τη χώρα από τον Νοέμβριο του 2013. Σημειώνεται ότι ο εγκεκριμένος έμπορος πρέπει να πληροί μια σειρά από αυστηρές προδιαγραφές που έχουν να κάνουν με εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, γραμμές παραγωγής, υγιεινή, ασφάλεια και έλεγχο ποιότητας των προϊόντων του.

- Αγορές παραγωγών:

Η καθιέρωση αυτού του θεσμού που λειτούργησε πιλοτικά σε 3 - 4 περιοχές της χώρας, έχει ως στόχο την επίτευξη καλύτερων τιμών στον παραγωγό και χαμηλότερων τιμών στους καταναλωτές χωρίς μεσάζοντες και στην ανάπτυξη δεσμών ανάμεσα στους παραγωγούς και τους καταναλωτές, σε τοπικό επίπεδο. Με τον τρόπο αυτό ο γεωργός προωθεί τα προϊόντα κατευθείαν στην πόρτα του καταναλωτή.

- Πολυλειτουργικά αγροκτήματα και οικοτεχνία:

Η καθιέρωση αυτού του θεσμού στοχεύει στην ανάπτυξη των πολυλειτουργικών αγροκτημάτων, ώστε να συνδέεται στην ύπαιθρο το αγρόκτημα του παραγωγού με τον επισκέπτη - καταναλωτή. Στόχος η άμεση προμήθεια του καταναλωτή κατευθείαν από τον παραγωγό στο αγρόκτημά του, αλλά και η γνωριμία του με το χωράφι, τα ζώα, την οικογένεια, τον τρόπο ζωής και την προσπάθεια που καταβάλλει ο αγρότης. Το ίδιο ισχύει όχι μόνο για τα πρωτογενή προϊόντα, αλλά και τη μεταποίησή τους χάρις στην οικοτεχνία του αγρότη. Η φιλοσοφία του θεσμού της οικοτεχνίας είναι η ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος του παραγωγού και η επιστροφή, διάδοση και στήριξη των παραδοσιακών συνταγών και προϊόντων.

- Ομάδες παραγωγών:

Υπήρξε μεγάλη υποστήριξη στις ομάδες παραγωγών, που το 2013 έφτασαν περίπου τις 150 ομάδες, καθώς μπορούν να επιλύσουν πολλά διαρθρωτικά προβλήματα της γεωργικής παραγωγής, όπως π.χ. ο μικρός και κατακεραματισμένος κλήρος ή το υψηλό κόστος παραγωγής. Οι ομάδες παραγωγών, έχουν επενδύσει στην εμπορία και την μεταποίηση των προϊόντων τους και αρχίζουν να παίζουν σημαντικό ρόλο στην εξάπλωση της συμβολαιακής γεωργίας. Τα μέλη των ομάδων αυτών επιτυγχάνουν σημαντική μείωση του κόστους παραγωγής, προωθούν απευθείας τα ποιοτικά τους προϊόντα χωρίς τη μεσολάβηση μεσαζόντων, επιτυγχάνοντας τελικά καλύτερες τιμές προϊόντων.

- Συμπράξεις διαφορετικών φορέων:

Στο ΥΠΑΑΤ (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων) έχουν ως βασικό στόχο τη συνεννόηση όλων των φορέων, όπως παραγωγών, μεταποιητών, εμπόρων, καταναλωτών και της επιστημονικής έρευνας κάτω από μια «ομπρέλα» και γι' αυτό προωθήσανε τα «clusters» στον τομέα της γεωργίας. Πρόκειται για μια συστάδα ερευνητικών, εκπαιδευτικών, παραγωγικών και άλλων ανόμοιων φορέων, με κύριο στόχο την κατευθυνόμενη ικανοποίηση των αναγκών συγκεκριμένων ομάδων καταναλωτών. Τους ενώνει ένας κοινός στόχος: η επίλυση ενός παραγωγικού προβλήματος και η αξιοποίηση μιας δυνατότητας. Επιτυχημένο παράδειγμα cluster αποτελεί στη Θεσσαλία ο συνεταιρισμός ΘΕΣΓΑΛ.

1.7 Ο όμιλος Ευθυμιάδη

Από την ίδρυσή του, το 1935 στην Θεσσαλονίκη ως εταιρεία Κ+Α ΕΥΘΥΜΙΑΔΗ Ο.Ε, με αντικείμενο την εμπορία εισαγόμενων γεωργικών εφοδίων, εργαλείων, σπόρων και καλλωπιστικών φυτών μέχρι σήμερα έχει αναπτύξει τις δραστηριότητές του όχι μόνο σε πανελλήνια κλίμακα αλλά και σε πολλές χώρες της νοτιοανατολικής Ευρώπης και της Μέσης Ανατολής.

Στη δεκαετία του 1990-1991 ιδρύθηκαν σταδιακά νέες επιχειρήσεις και υλοποιήθηκε ένα σημαντικό επενδυτικό πρόγραμμα ανάπτυξης της οργάνωσης και των υποδομών του ομίλου απόλυτα εναρμονισμένο με τη σύγχρονη αντίληψη της ολοκληρωμένης διαχείρισης της γεωργικής παραγωγής, που επιτρέπει ταυτόχρονα να αντιμετωπιστούν οι μεγάλες προκλήσεις που επιβάλλουν η παγκοσμιοποίηση και η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

Τον Οκτώβριο του 2000 έγινε μια συνεργασία με την Ιαπωνική πολυεθνική MITSUI & CO. EUROPE PLC. Ακολούθησε ένας πλήρης διαχωρισμός των αντικειμένων των επιχειρήσεων και από τον Ιανουάριο του 2004 ιδρύθηκε νέο νομικό πρόσωπο, η REDESTOS – Eufthymiadis Argotechnology Group. Η εταιρία αυτή λειτουργεί σαν μητρική εταιρία συμμετοχών και υπηρεσιών και ανέλαβε τον κεντρικό συντονισμό των στόχων, της στρατηγικής, καθώς και της έρευνας και ανάπτυξης των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν όλες οι εταιρίες του ομίλου.

Σήμερα ο όμιλος, πλέον, περιλαμβάνει δέκα επιχειρήσεις (έξι στην Ελλάδα και τέσσερις θυγατρικές στο εξωτερικό) οι οποίες ασχολούνται με την παραγωγή, την έρευνα και την ανάπτυξη καθώς και με την παροχή υπηρεσιών στην αγροτική οικονομία. Οι δραστηριότητες του ομίλου χωρίζονται σε τέσσερις διακριτούς κλάδους της αγροτικής οικονομίας:

- Γεωργικά εφόδια
- Φυτικό πολλαπλασιαστικό υλικό
- Υπηρεσίες
- Τρόφιμα

Πραγματοποιεί ετήσιο κύκλο εργασιών της τάξης των 60 εκατομμυρίων ευρώ, με περίπου 400 άτομα εξειδικευμένο προσωπικό και αποτελεί το μεγαλύτερο βιομηχανικό συγκρότημα της ευρύτερης περιοχής της Ελλάδος και των Βαλκανίων

στον τομέα των γεωργικών εφοδίων και τεχνικών υπηρεσιών υποστήριξης της αγροδιατροφικής αλυσίδας.

Με ισχυρό εμπορικό δίκτυο, υπερσύγχρονες παραγωγικές μονάδες και παροχής υπηρεσιών υψηλής τεχνολογικής στάθμης, ο όμιλος Ευθυμιάδη υλοποιεί την απαίτηση της αγοράς για την συνδυασμένη παροχή προϊόντων και υπηρεσιών που καλύπτουν την ανάγκη του αγρότη να παράγει και να πουλά τα προϊόντα του σύμφωνα με τις προδιαγραφές που απαιτούν η βιομηχανία τροφίμων, τα σουπερμάρκετ και ο τελικός καταναλωτής.

1.8 Ηλεκτρονική πλατφόρμα δημοπρασιών για αγροδιατροφικά προϊόντα

Από τον Μάρτιο του 2015 πραγματικές συναλλαγές μπορεί να υποστηρίξει η ηλεκτρονική πλατφόρμα για προϊόντα του αγροδιατροφικού τομέα www.E-auctionmarket.eu. Αρωματικά φυτά, δημητριακά, γαλακτοκομικά και οπωρολαχανικά προϊόντα διατίθενται για τους ενδιαφερόμενους ενώ υπάρχει πιθανότητα επέκτασης σε άλλες κατηγορίες τροφίμων όπως αλιευτικά προϊόντα και κρέας.

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού δημοπρατηρίου έγινε με βάση επιτυχημένα Ευρωπαϊκά μοντέλα και περιλαμβάνει: διαδικτυακή πλατφόρμα του δημοπρατηρίου σε πέντε γλώσσες, περιβάλλον φιλικό προς τον χρήστη, εύχρηστες οδηγίες προς διευκόλυνση των συναλλασσομένων σχετικά με την λειτουργία του δημοπρατηρίου, μηχανή αναζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες, ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων και των συναλλαγών, καθώς παρέχει και εκπαιδευτικά σεμινάρια.

Η e-Auction με αυτή την πλατφόρμα δημοπρασιών, ενισχύει τις ικανότητες των τοπικών παραγωγών αφού διευκολύνονται οι αγοραπωλησίες εντός και εκτός συνόρων.

Το έργο που ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο του 2015, υλοποιείται στο πλαίσιο του IPA διασυνοριακού προγράμματος «Ελλάδα – ΠΓΔΜ 2007-2013» με συνολικό προϋπολογισμό 611.787,00 ευρώ και την συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης και Εθνικών Πόρων. Επικεφαλής του έργου από την ελληνική πλευρά είναι το Ελληνο-ιταλικό Εμπορικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, ενώ συμμετέχουν: το Επιμελητήριο Κιλκίς και το Ελληνο-γερμανικό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο. Από την πλευρά της πρώην Γιουγκοσλαβικής Δημοκρατίας της Μακεδονίας επικεφαλής του έργου είναι το Foundation for Local and IT Development – Gevgelija και ο δήμος του Kavadarci.

Τέλος, σημειώνεται πως η εγγραφή στο ηλεκτρονικό δημοπρατήριο είναι δωρεάν.

1.9 Νομοθετικά διατάγματα για την ασφάλεια των αγροδιατροφικών προϊόντων.

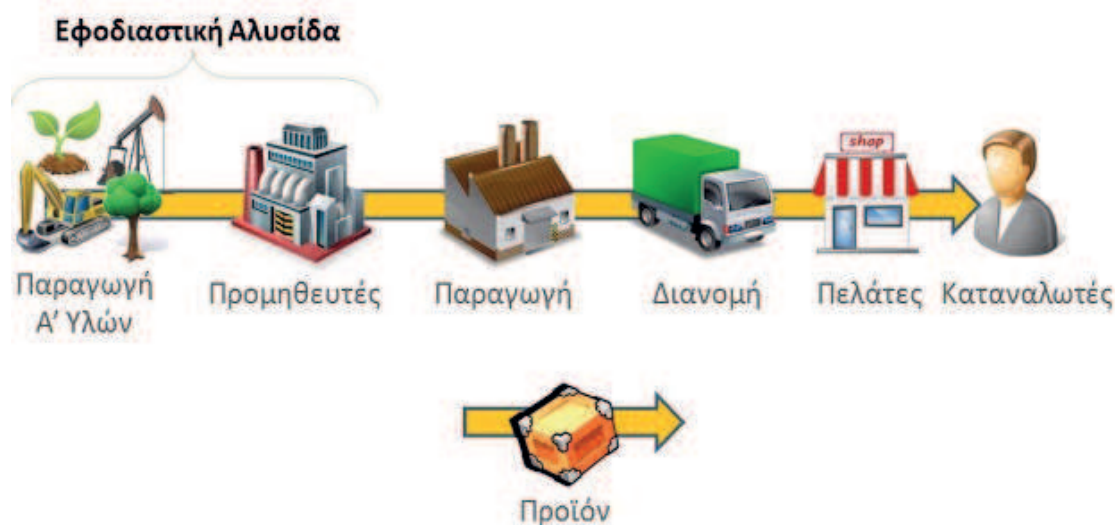
Είναι δεδομένο πως οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράζουν και να απολαμβάνουν προϊόντα που φέρουν ασφάλεια και είναι υγιεινά. Για τον λόγο αυτό βασική επιδίωξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι να προσφέρει στους καταναλωτές προϊόντα υψηλής ποιότητας, είτε αυτά προέρχονται από την εσωτερική αγορά κάθε χώρας, είτε από την εξωτερική. Σχετικά με τις μεθόδους διατήρησης και ανάπτυξης της ασφάλειας των αγροτικών προϊόντων, διενεργούνται πολλές δραστηριότητες.

Οι βασικότεροι νομοθετικοί κανόνες που διέπονται για την ασφάλεια των τροφίμων, έχουν θεσπιστεί από τα πρώτα στάδια σύστασης της ΕΕ. Πολλοί όμως κατά καιρούς, υποστήριξαν ότι στα πλαίσια της ασφάλειας των αγροτικών προϊόντων καλό θα ήταν να θεσπιστούν πιο απλοί και ολοκληρωμένοι κανονισμοί. Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με την καινούρια νομοθετική διάταξη που είναι γνωστή ως Γενική Νομοθεσία Τροφίμων:

- Διατηρείται η ιχνηλασιμότητα των τροφίμων. Δηλαδή οι εταιρείες επεξεργασίας των αγροτικών προϊόντων, άσχετα με το αν παράγουν ή μεταποιούν, κρίνεται αναγκαίο να πραγματοποιούν ανίχνευση σε κάθε τρόφιμο από την στιγμή της παραγωγής μέχρι και την κατανάλωση.
- Βελτιώνει τον τρόπο της άμεσης ενημέρωσης που εφαρμόζεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τις επίσημες υπηρεσίες των κρατών που απαρτίζουν τη Ευρωπαϊκή Ένωση, με σκοπό να δράσουν άμεσα σε ενδεχόμενες κρίσεις στα πλαίσια της ασφάλειας των αγροτικών προϊόντων.
- Συμβάλλει στη δημιουργία της Ευρωπαϊκής Αρχής ως προς την ασφάλεια τροφίμων που συσσωρεύει τις υποχρεώσεις για όλες τις διαδικασίες που γίνονταν, και την διατηρεί προσιτή στο καταναλωτικό κοινό.

Κεφάλαιο 2^ο

Logistics και εφοδιαστική αλυσίδα στον αγροδιατροφικό τομέα



2.1 Ορισμός – τι είναι το logistics

Logistics είναι η διαδικασία της στρατηγικής διαχείρισης των προμηθειών, της κίνησης και της αποθήκευσης πρώτων υλών, εξαρτημάτων και τελικών αποθεμάτων με τέτοιο τρόπο ώστε η τρέχουσα και η μελλοντική κερδοφορία να μεγιστοποιούνται με την εκπλήρωση των παραγγελιών σύμφωνα με τις αρχές της αποτελεσματικότητας του κόστους.

Η εφοδιαστική ως επιστήμη στην οποία εντάσσεται η έννοια των Logistics, περιλαμβάνει την διαχείριση και διακίνηση των προϊόντων από την παραγωγή στην κατανάλωση με το μικρότερο δυνατό κόστος.

2.2 Εφοδιαστική αλυσίδα

Η εφοδιαστική αλυσίδα περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με τον σχεδιασμό, την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών, τη διανομή και την εξυπηρέτηση πελατών που εκτελούνται από δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.

Ουσιαστικά λοιπόν, οι εφοδιαστικές αλυσίδες είναι δίκτυα που αποτελούνται από συνδεδεμένες και αλληλοεξαρτώμενες επιχειρήσεις που λειτουργούν από κοινού σε ένα κλίμα συνεργασίας για να ελέγξουν, να διευθύνουν και να βελτιώσουν τη ροή των υλικών και των πληροφοριών από τους προμηθευτές, στους τελικούς καταναλωτές.

2.3 Η εφοδιαστική αλυσίδα στον αγροδιατροφικό τομέα

Η εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα πρέπει να βασίζεται σε στρατηγικές συμμαχίες με στόχο να παραμένει επαρκής και να ανταποκρίνεται στον έντονο ανταγωνισμό. Τόσο οι πωλητές λιανικής, όσο και οι έμποροι δουλεύουν με την προοπτική ανάπτυξης ομάδας επαφών ως επαγγελματικό εφόδιο.

Η συνεχής επικοινωνία και ανατροφοδότηση μεταξύ των μελών της εφοδιαστικής αλυσίδας του αγροδιατροφικού τομέα, προωθεί την βελτίωσή του και συμβάλλει στην μείωση λαθών, διασφαλίζοντας μια σταθερή ροή πληροφορίας. Το γεγονός ότι υπάρχει αξιόπιστη πληροφορία που ρέει κατά μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας σχετικά με την συμπεριφορά του καταναλωτή, βοηθάει στη μεταβολή μιας νέας αγροτικής βιομηχανίας από έναν μονομερή κλάδο, σε έναν παραγωγικό κλάδο συμπεριλαμβανομένης ολόκληρης της εμπορικής αγροτικής αλυσίδας.

Η ύπαρξη επαφών με πολλούς παρόχους εγγυάται την ευελιξία και την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των εταιρών. Για παράδειγμα, όταν ένας εταίρος δεν είναι διαθέσιμος να δώσει την ζητούμενη υπηρεσία, κάποιος άλλος μπορεί να το κάνει την δεδομένη στιγμή βελτιστοποιώντας τη χρήση της εργασίας και των μηχανών σε όλα τα στάδια της αλυσίδας του εφοδιασμού. Η απόδοση των υπηρεσιών της εφοδιαστικής αλυσίδας του αγροδιατροφικού τομέα βασίζεται στις αρχές της ποιότητας η οποία καθορίζει τις προδιαγραφές των προϊόντων και την ακριβή τήρηση του αποθέματος.

Οι εταιρείες οι οποίες δρουν στον αγροδιατροφικό τομέα έχει διαπιστωθεί ότι οφείλουν τη μακρόχρονη επιτυχία τους στις σταθερές σχέσεις πελάτη-προμηθευτή. Οι επιτυχημένες συνεργασίες απαιτούν την ανάπτυξη ωφέλιμων προγραμμάτων και για τα δύο συνεργαζόμενα μέλη (πελάτες, προμηθευτές) τόσο για τους τυχόν κινδύνους που θα αντιμετωπίσουν, όσο και για το κοινό κέρδος. Αυτή η συμφωνία θα πρέπει να διευκρινιστεί μεταξύ των συμμετεχόντων μερών καθώς μπορεί τα πιο αδύναμα μέλη της αλυσίδας να φοβηθούν ότι τα οφέλη θα ληφθούν από τους ισχυρότερους, με αποτέλεσμα να μην είναι πρόθυμοι στο να αφιερώσουν χρόνο και προσπάθεια για την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης εφοδιαστικής αλυσίδας.

Πέρα από τη διασφάλιση μιας καλής και γόνιμης συνεργασίας μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών στην εφοδιαστική αλυσίδα, σημαντικό ρόλο για την επίτευξη ποιότητας και ασφάλειας των προϊόντων παίζουν αυτοί οι οποίοι παράγουν, επεξεργάζονται και εμπορεύονται τα προϊόντα, δηλαδή τα ίδια τα μέλη της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι ευθύνες των μελών της εφοδιαστικής αλυσίδας του

αγροδιατροφικού τομέα καλύπτουν όλο το μέρος της από την αρχική παραγωγή στην τελική κατανάλωση.

Η εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα ξεκινά από τους αγρότες – παραγωγούς οι οποίοι χρησιμοποιούν διάφορους τρόπους με σκοπό να παράγουν τα προϊόντα τους, τρόποι οι οποίοι έχουν να κάνουν με την φύτευση, την προετοιμασία του εδάφους, την διαχείριση των καλλιεργειών και των επιβλαβών οργανισμών, την ταξινόμηση αλλά και την συσκευασία.

Στη συνέχεια, θέση στην εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα παίρνουν όσοι επεξεργάζονται και διαχειρίζονται τις πρώτες ύλες, οι οποίες είναι τα προϊόντα που προέρχονται από τους καλλιεργητές – αγρότες – παραγωγούς.

Τα προϊόντα αυτά περνούν από τη διαδικασία της συσκευασίας, έτσι ώστε να είναι έτοιμα προς πώληση στους καταναλωτές.

Οι καταναλωτές στη συνέχεια, που είναι και το βασικότερο στάδιο της αλυσίδας, είναι αυτοί που διαλέγουν τα προϊόντα που θέλουν, τα μεταφέρουν, τα προετοιμάζουν, τα καταναλώνουν και τέλος πετούν τα οικιακά απόβλητα.

Όλα τα παραπάνω στάδια συνδέονται με συγκεκριμένες πρακτικές οι οποίες θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τον κάθε παράγοντα και μέλος της εφοδιαστικής αλυσίδας του αγροδιατροφικού τομέα.

Στο πρώτο στάδιο της αλυσίδας, που αφορά την αγροτικής παραγωγή, πρέπει να ακολουθούνται ορθές γεωργικές πρακτικές (GAP), όπως είναι η ελεγχόμενη χρήση φυτοφαρμάκων, η ποιότητα υγιεινής των αγροτικών διαδικασιών, η ορθή μεταχείριση των ζώων, καθώς και η ελεγχόμενη χρήση ζωοτροφών. Η πώληση αυτών των αγροτικών προϊόντων (φρούτα, λαχανικά, προϊόντα κρέατος) θα πρέπει να γίνεται σύμφωνα με κάποιες ορθές πρακτικές διανομής (GDP), οι οποίες καθορίζουν που θα διανεμηθούν τα προϊόντα εντός της εφοδιαστικής αλυσίδας, σε τι ποσότητες και σε τι τιμές. Τα προϊόντα αυτά περνούν τη διαδικασία της συσκευασίας όπου συγκεκριμένες πρακτικές κατασκευής (GMP) καθορίζουν τον τρόπο συσκευασίας των προϊόντων, την επιλογή ασφαλών για την υγεία και το περιβάλλον υλικών. Επίσης κατά την διαδικασία της πώλησης ακολουθούνται κάποιες ορθές πρακτικές υγιεινής (GHP) ούτως ώστε να μην τίθεται σε κίνδυνο η υγεία των καταναλωτών.

Στο στάδιο αυτό ελέγχεται βασικά η ποιότητα των προς πώληση προϊόντων και αν κριθεί ότι η κατάστασή τους επιτρέπει να πωληθούν, φτάνουν στον καταναλωτή. Όλες αυτές οι διαδικασίες και πρακτικές βασίζονται σε ορισμένους κανόνες (HACCP) και περνούν από συνεχή αξιολόγηση.

2.4 Αντίστροφη εφοδιαστική αλυσίδα αγροδιατροφικού τομέα

Η αντίστροφη εφοδιαστική αλυσίδα ή αλλιώς διαχείριση επιστρεφόμενων, μπορεί να ορισθεί σαν «η διαχείριση των επιστροφών από τους χρήστες - καταναλωτές, πίσω στους αποστολείς - παραγωγούς».

Δύο είναι οι κύριοι λόγοι που ωθούν τις επιχειρήσεις στο να συμπεριλάβουν διαδικασίες αντίστροφης εφοδιαστικής αλυσίδας. Αφενός η ολοένα και μεγαλύτερη ανάπτυξη της τεχνολογίας που συμβάλλει στον ανασχεδιασμό των προϊόντων και τη μικρότερη διάρκεια ζωής τους με αποτέλεσμα να συλλέγονται όσα δεν μπορούν να διατεθούν στην αγορά και αφετέρου, η νομοθεσία που έχει θεσπίσει αυστηρά μέτρα για την καταπάτηση της προστασίας του περιβάλλοντος.

Σημαντικό στοιχείο της αντίστροφης εφοδιαστικής αλυσίδας και ο ουσιαστικότερος λόγος δημιουργίας της, είναι ο τομέας των επιστροφών των προϊόντων από τους τελικούς καταναλωτές, στις επιχειρήσεις. Ως επιστροφή προϊόντος νοείται η διαδικασία κατά την οποία ο πελάτης, είτε επειδή δεν είναι ευχαριστημένος από το προϊόν που παρήγγειλε, είτε γιατί ποτέ δεν έφτασε στα χέρια του, θέλει να το επιστρέψει χωρίς αυτό να σημαίνει ότι θα ακυρώσει την παραγγελία. Η επιστροφή των προϊόντων πραγματοποιείται μετά το πέρας της παραγγελίας τους και της παραλαβής από τους πελάτες- καταναλωτές, δηλαδή αφού έχει ολοκληρωθεί ένας κύκλος της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Τα συστήματα της αντίστροφης εφοδιαστικής αλυσίδας συμπεριλαμβάνουν τόσο την επιστροφή προϊόντων, όσο και την ανάκτηση και ανακύκλωση αυτών, κλειδιά τα οποία αποτελούν κέρδη για τους παραγωγούς. Η ανακύκλωση άρχισε να θεωρείται υψηλής σημασίας ζήτημα για τις εταιρείες, απ' τη στιγμή που άρχισαν να ισχύουν νόμοι σε πολλές χώρες σχετικά με αυτό, και οι οποίοι θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν από την αλυσίδα αγροτικών προϊόντων.

Οι λόγοι που προωθούνται οι πρακτικές της αντίστροφης εφοδιαστικής αλυσίδας στον τομέα των αγροτικών προϊόντων, όπως η ανακύκλωση, είναι τόσο οικονομικοί όσο και περιβαλλοντικοί. Ανάμεσα στα οικονομικά κίνητρα είναι τόσο η ανάκτηση της αξίας στο χρησιμοποιηθέν προϊόν ή το κέρδος από τα υλικά συσκευασίας. Από περιβαλλοντική άποψη, το κέρδος βρίσκεται στο ότι μειώνεται η μόλυνση του περιβάλλοντος, αλλά και στο γεγονός ότι οι πρώτες ύλες γίνονται όλο και περισσότερο δυσεύρετες. Η συσκευασία αποτελεί το κύριο απόβλητο το οποίο προέρχεται από τα φρέσκα φαγητά και λαχανικά μετά τη χρήση τους από τον τελικό χρήστη.

Η νομοθεσία περί συσκευασίας έχει δημιουργήσει τρόπους και λύσεις έτσι ώστε τα απόβλητα αυτά να μολύνουν όσο το δυνατόν λιγότερο το περιβάλλον γι αυτό και οι προμηθευτές των συσκευασμένων προϊόντων υποχρεούνται να παρέχουν κατάλληλα συστήματα για τη συλλογή αποβλήτων συσκευασίας αλλά και για την ενημέρωση των καταναλωτών.

Κεφάλαιο 3^ο

Καινοτομία



3.1 Ορισμός – τι είναι καινοτομία

Καινοτομία είναι η παραγωγή ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας), η εφαρμογή μιας νέας διαδικασίας ή μιας νέας μεθόδου μάρκετινγκ, ή μιας νέας οργανωσιακής μεθόδου στις επιχειρησιακές πρακτικές, ακόμα και η οργάνωση του εργασιακού χώρου.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα της καινοτομίας είναι ότι θα πρέπει να έχει υλοποιηθεί. Ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν θεωρείται πως έχει υλοποιηθεί όταν εισέρχεται στην αγορά, ενώ οι νέες διαδικασίες, μέθοδοι μάρκετινγκ ή οργανωσιακές μέθοδοι θεωρείται ότι υλοποιούνται όταν αρχίσουν να χρησιμοποιούνται στην επιχείρηση.

Καινοτομία λοιπόν είναι η σύνθετη διεργασία μετατροπής μιας επιστημονικής ή τεχνολογικής ιδέας σε ένα συγκεκριμένο εμπορεύσιμο προϊόν.

Χρησιμοποιώντας τα εργαλεία της τεχνολογικής και επιστημονικής έρευνας καθώς και τα εργαλεία του μηχανολογικού σχεδίου, της πειραματικής κατασκευής, της επένδυσης κεφαλαίων και των υπηρεσιών τεχνικών και επιχειρηματικών συμβούλων, η καινοτομία προσπαθεί να κατασκευάσει νέα προϊόντα σε μία όλο και πιο ανταγωνιστική αγορά.

Η ανάπτυξη της καινοτομίας προϋποθέτει σχετική συσσώρευση γνώσεων, ώριμο τεχνολογικό, οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον καθώς και μια σειρά επιχειρήσεων και επιχειρηματιών που βρίσκονται σε αναζήτηση νέων οριζόντων.

Καινοτομία δεν είναι επιστημονική έρευνα παρόλο που η επιστημονική έρευνα αποτελεί μια προεργασία για την κατάλληλη εφαρμογή της καινοτομίας. Η έρευνα ναί μεν προηγείται της καινοτομίας όμως δεν είναι πάντοτε απαραίτητη για την καινοτομία. Επίσης απ' την εργαστηριακή έρευνα και την επιστημονική ανακάλυψη μπορεί να περάσει πολύς καιρός μέχρι η νέα ιδέα να μπει στην παραγωγική διαδικασία.

Η καινοτομία επίσης δεν είναι κοινωνική πρόοδος ή τουλάχιστον δεν είναι μόνο κοινωνική πρόοδος. Ο όρος καινοτομία μπορεί να δηλώνει την διεργασία μετατροπής των καταναλωτικών και ανθρώπινων συμπεριφορών αλλά δεν σημαίνει πάντοτε και πρόοδο. Η καινοτομία όμως είναι περισσότερο ένας μηχανισμός που οδηγεί στην πρόοδο.

Η καινοτομία δεν είναι βιομηχανική πολιτική παρόλο που χρειάζεται πάντοτε μια ευνοϊκή πολιτική βιομηχανικής και τεχνολογικής ανάπτυξης πάνω στην οποία θα βασιστεί, και επίσης η καινοτομία δεν είναι μεταφορά τεχνολογίας με την στενή έννοια της μεταφοράς τεχνικών γνώσεων από τον εφευρέτη της τεχνικής σε ένα τρίτο αποδέκτη που ενδιαφέρεται να δοκιμάσει την εφαρμογή τους.

Τέλος, η καινοτομία δεν είναι μια απλή έμπνευση, αν και απαιτεί μια μεγάλη δόση δημιουργικής πρωτοβουλίας τόσο στην ανάπτυξη μιας καινοτομικής διαδικασίας, όσο και στην άμεση και οικονομική εφαρμογή της.

Καινοτομία λοιπόν, σύμφωνα με έναν ευρύτερο ορισμό, είναι η χρήση γνώσεων που έχουμε αποκτήσει και η αποτελεσματική σύζευξη αυτών των γνώσεων με τις συγκεκριμένες τεχνοοικονομικές καταστάσεις που επικρατούν σε μία αγορά για την δημιουργία και εμπορία νέων προϊόντων και υπηρεσιών και σύμφωνα με έναν ακόμα πιο περιοριστικό ορισμό, η καινοτομία αποτελεί «το λανσάρισμα ενός προϊόντος στην αγορά ή την ανάπτυξη μιας νέας παραγωγικής διαδικασίας, σε μία τουλάχιστον επιχείρηση».

3.2 Τα πρέπει

Η καινοτομία αποτελεί προϊόν της σκέψης και της αντίληψης. Πρέπει λοιπόν κανείς να βγει έξω να δει, να ρωτήσει, να ακούσει. Αυτό δεν βλάπτει όσες φορές και αν το επαναλάβει κάποιος. Οι επιτυχημένοι καινοτόμοι χρησιμοποιούν και την δεξιά και την αριστερή πλευρά του εγκεφάλου τους. Δεν κοιτάζουν μόνο αριθμούς, κοιτάζουν και τους ανθρώπους. Επεξεργάζονται αναλυτικά το πώς πρέπει να είναι μια καινοτομία για να είναι επιτυχημένη και έπειτα βγαίνουν έξω και παρατηρούν τους πελάτες, τους χρήστες για να δουν ποιες είναι οι προσδοκίες, οι αξίες και οι ανάγκες τους.

Για να είναι αποτελεσματική μια καινοτομία πρέπει να είναι απλή και συγκεκριμένη. Θα πρέπει να κάνει μόνο ένα πράγμα, διαφορετικά θα προκαλεί σύγχυση. Αν δεν είναι απλή, δεν θα δουλέψει. Όλα τα καινούρια πράγματα δημιουργούν προβλήματα. Αν είναι πολύπλοκα δεν θα μπορούν να διορθωθούν, να επισκευαστούν. Αλλά ακόμα και η καινοτομία που δημιουργεί νέες αγορές, για να είναι επιτυχημένη, θα πρέπει να εστιασμένη πάνω σε μία συγκεκριμένη ανάγκη που να την ικανοποιεί, πάνω σε ένα συγκεκριμένο τελικό αποτέλεσμα που να το παράγει.

Όταν μια καινοτομία ξεκινά θα πρέπει να είναι μικρή. Να μην χρειάζεται πολλά χρήματα και πολλούς ανθρώπους καθώς και να απευθύνεται σε μια μικρή και περιορισμένη αγορά. Διαφορετικά δεν υπάρχει χρόνος για να γίνουν οι αλλαγές και οι ρυθμίσεις που είναι πάντα απαραίτητες για να πετύχει μια καινοτομία.

Τέλος, μια επιτυχημένη καινοτομία πρέπει να στοχεύει στην πρωτοκαθεδρία. Δεν είναι απαραίτητο να στοχεύει στο να γίνει μια μεγάλη επιχείρηση. Κανείς δεν μπορεί να ξέρει άλλωστε πως θα καταλήξει μια καινοτομία, αν όμως δεν στοχεύει από την αρχή στην πρωτοκαθεδρία, είναι πιθανό να μην είναι τόσο καινοτομική ώστε να καθιερωθεί.

3.3 Τα δεν πρέπει

Δεν πρέπει κανείς να προσπαθεί να κάνει τον έξυπνο. Οι καινοτομίες πρέπει να χρησιμοποιούνται από απλούς ανθρώπους και αν πρόκειται να επιτύχουν σε κάποιον βαθμό θα πρέπει και να απευθύνονται σε απλούς ανθρώπους. Οτιδήποτε υπερβολικά έξυπνο είτε στον σχεδιασμό του, είτε στην χρήση του είναι σχεδόν βέβαιο ότι θα αποτύχει.

Δεν πρέπει οι καινοτόμοι να αποσπώνται από τον στόχο τους, δεν πρέπει δηλαδή να προσπαθούν να κάνουν πολλά πράγματα ταυτόχρονα. Καινοτομίες που απομακρύνονται από κάποιον πυρήνα, έχουν την τάση να χάνονται. Παραμένουν ιδέες και δεν γίνονται ποτέ καινοτομίες. Η καινοτομία χρειάζεται τη συγκεντρωμένη ενέργεια μιας ενοποιημένης προσπάθειας από πίσω της και απαιτεί από τους ανθρώπους που την εφαρμόζουν να καταλαβαίνουν ο ένας τον άλλον και αυτό αποτελεί έναν κοινό πυρήνα που κινδυνεύει από διάσπαση.

Οι καινοτομίες δεν πρέπει να στοχεύουν μόνο στο μέλλον αλλά και στο παρόν. Μια καινοτομία μπορεί να έχει μακροχρόνια επίδραση, ενδέχεται όμως να μην φτάσει στην πλήρη ωριμότητα της παρά είκοσι χρόνια αργότερα όπως έγινε και με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές.

3.4 Η καινοτομία στα προϊόντα

Πολύ συχνά οι βιομηχανίες ανεπτυγμένων χωρών σχεδιάζουν και επιδιώκουν μια ποιοτική βελτίωση στην εμφάνιση των προϊόντων τους. Τέτοια σχέδια αφορούν την τυποποίηση, την συσκευασία, την εξωτερική εμφάνιση και γενικά την καλύτερη λειτουργικότητα των προϊόντων τους.

Η ιστορία της ποιοτικής βελτίωσης και της τυποποίησης των προϊόντων χρονολογείται από το κίνημα του Deutscher Werkbund (1910) για τον ποιοτικό έλεγχο των προϊόντων και το κίνημα Bauhaus (1919) που αναφέρθηκαν στην Γερμανία. Τέτοια προγράμματα που τώρα θεσπίζονται και κατοχυρώνονται από κρατικούς οργανισμούς σε όλες τις βιομηχανικά προηγμένες χώρες, αποβλέπουν στην ανάγκη μιας καλύτερης τυποποίησης, βελτίωσης της λειτουργικότητας και εμφάνισης των προϊόντων που στη συνέχεια οδηγούν σε μια διεύρυνση του μεγέθους της αγοράς.

Σε εκβιομηχανισμένες όμως οικονομίες, αυτή η ανάγκη διεύρυνσης, προέρχεται και από το φαινόμενο του «φυσικού θανάτου» των προϊόντων, όταν τα προϊόντα αρχίζουν να ολοκληρώνουν τον «κύκλο ζωής» τους. Η θεωρία για τον κύκλο ζωής του προϊόντος, εφαρμόζεται από καιρό στην μικροοικονομική και στο επιχειρηματικό μάρκετινγκ αλλά μπορεί να υποστηριχθεί εξίσου και στον τομέα της καινοτομίας. Σύμφωνα με αυτήν την θεωρία υπάρχουν πέντε στάδια στην εξέλιξη κάθε προϊόντος που παράλληλα επηρεάζουν και το επίπεδο της επιστημονικής και τεχνολογικής έρευνας που απαιτείται για την διατήρηση του προϊόντος. Αυτά τα στάδια είναι:

- Η περίοδος της προ-εμπορικοποίησης
- Η εισαγωγή του προϊόντος
- Η ανάπτυξη του προϊόντος στην αγορά
- Η ωριμότητα και
- Η παρακμή ή γήρανση του προϊόντος.

Το πιο βασικό στάδιο είναι ο σχεδιασμός νέων προϊόντων και ο έλεγχος της λειτουργικότητας τους. Εδώ υπεισέρχεται έντονα η χρήση της τεχνολογίας για την σύλληψη και τον πλήρη σχεδιασμό ενός νέου προϊόντος.

Καθημερινά γεννιούνται πολλές ιδέες για κατασκευές νέων προϊόντων. Οι ιδέες όμως αυτές χρειάζονται: λεπτομερή επεξεργασία των διαστάσεων τους, τη δέσμευση του καινοτόμου να προχωρήσει στην πλήρη ανάπτυξη τους και την προσαρμογή του προϊόντος στα δεδομένα της πραγματικής ζήτησης.

Βασικό στοιχείο επίσης στη διαδικασία σχεδιασμού νέων προϊόντων αποτελεί και το κόστος κατασκευής και ολοκλήρωσής τους.

Πρέπει σε αυτό το σημείο να τονισθεί ότι σαν προϊόντα θεωρούνται όλα τα υλικά αντικείμενα και οι υπηρεσίες που προσφέρονται σε μια αγορά για την εξυπηρέτηση μιας ζήτησης και που αποκτώνται με την καταβολή ενός αντίτιμου.

Η σύλληψη και ο σχεδιασμός νέων προϊόντων και διαδικασιών παραγωγής, έχει τώρα φτάσει σε πολύ εξειδικευμένα και αυτοματοποιημένα επίπεδα ειδικότερα με την χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

3.5 Τα είδη της καινοτομίας

Η καινοτομία μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ανάλογα με ιδιότητες ή τα χαρακτηριστικά που μπορεί να έχει, στα εξής:

- Καινοτομία προϊόντος ή καινοτομία διεργασίας.

Η διάκριση αυτή αναφέρεται στις περιοχές και στις δραστηριότητες που μπορεί να επηρεάσει μια καινοτομία. Έτσι, ενώ η καινοτομίες διεργασιών ορίζονται ως «εργαλεία», μηχανισμοί και γνώση σχετικά με την παραγωγική διαδικασία, οι καινοτομίες προϊόντος είναι προϊόντα ή υπηρεσίες που εισάγονται για το όφελος των πελατών.

- Ριζική ή σταδιακή καινοτομία.

Οι ριζικές καινοτομίες προκαλούν θεμελιώδεις αλλαγές στις δραστηριότητες ενός οργανισμού καθώς τείνουν να αλλάξουν πλήρως τις υπάρχουσες ικανότητες της επιχείρησης. Αντίθετα, οι σταδιακές καινοτομίες έχουν περισσότερο τον χαρακτήρα απλών βελτιώσεων και αντιπροσωπεύουν μικρές αλλαγές στις τρέχουσες πρακτικές ενός οργανισμού.

- Τεχνική ή διαχειριστική καινοτομία.

Η διάκριση αυτή είναι σημαντική διότι αντανακλά την γενικότερη διάκριση μεταξύ της εσωτερικής δομής της επιχείρησης και της τεχνολογίας που χρησιμοποιεί. Οι τεχνικές καινοτομίες αναφέρονται σε προϊόντα, διεργασίες και τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται προκειμένου να παραχθούν αυτά τα προϊόντα και σχετίζονται άμεσα με τις βασικές δραστηριότητες του οργανισμού. Οι διαχειριστικές καινοτομίες αναφέρονται στην οργανωσιακή δομή, στις διοικητικές διεργασίες και στους ανθρώπινους πόρους του οργανισμού και σχετίζονται έμμεσα με τον βασικό παραγωγικό κύκλο εργασιών του οργανισμού ενώ σχετίζονται άμεσα με τον τρόπο διοίκησής του.

3.6 Η καινοτομία στην Ελλάδα

Οι συγκρίσεις δείχνουν ότι η Ελλάδα γενικά υστερεί στις περισσότερες πτυχές καινοτομίας. Αυτό κάνει ιδιαίτερα δύσκολη την προσπάθεια για βελτίωση διότι πρέπει να γίνουν ταυτόχρονα αλλαγές σε πολλούς τομείς και σε πολλά επίπεδα. Στην πλειοψηφία δεικτών η Ελλάδα βρίσκεται πολύ χαμηλά από τον μέσο όρο της Ε.Ε. Ιδιαίτερα χαμηλές είναι οι επιδόσεις της Ελλάδας στην καινοτομική δυνατότητα των επιχειρήσεων, στα εμπορικά σήματα και τις πατέντες. Είναι επίσης αισθητή η υστέρηση στην ποιότητα εκπαιδευτικού συστήματος, ευκολία ίδρυσης επιχειρήσεων και υποδομές τεχνολογίας.

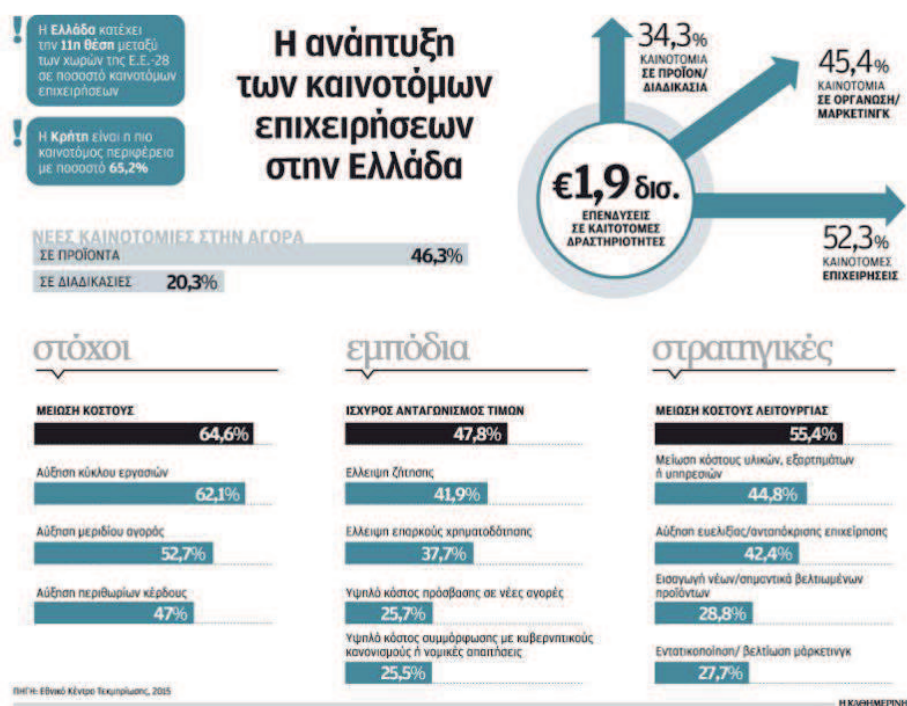
Ορισμένοι δείκτες απ' την άλλη παρέχουν ενδείξεις ότι η Ελλάδα έχει επιδόσεις πάνω από τον μέσο όρο της Ευρώπης, χωρίς όμως να είναι ηγέτιδα. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα φαίνεται να είναι σχετικά ανοιχτή σε νέες ιδέες αλλά υστερεί στο τελικό αποτέλεσμα, την εφαρμογή των ιδεών. Οι συνολικές δαπάνες των επιχειρήσεων για καινοτομία και οι επιχορηγήσεις του δημοσίου είναι υψηλές, χωρίς όμως να ωθούν την χώρα σε υψηλές κατατάξεις καινοτομίας. Η συμμετοχή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση είναι υψηλή καθώς και η διαθεσιμότητα επιστημονικού προσωπικού, αυτοαναιρείται όμως σε ένα βαθμό από την χαμηλή ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος, σύμφωνα πάντα με συγκεκριμένους δείκτες.

Εκεί που η Ελλάδα φαίνεται να έχει υψηλές επιδόσεις είναι στην προώθηση νέων προϊόντων για την επιχείρηση και αυτό εξηγεί και τις σχετικά μεγάλες δαπάνες για καινοτομία, αφού η καινοτομία ορίζεται ευρύτερα, περιλαμβάνοντας όλες τις δαπάνες του εκσυγχρονισμού και της ανάπτυξης νέων για την εταιρία προϊόντων και υπηρεσιών.

Συγκριτικά, όσον αφορά στις πολιτικές, η Ελλάδα δεν φαίνεται να υπολείπεται των άλλων χωρών ενώ σε αρκετές περιπτώσεις πολιτικών εφαρμόζει καλές ευρωπαϊκές πρακτικές. Όμως παρά την ευρύτητα πολιτικής, υπολείπονται στο τελικό αποτέλεσμα. Ενισχύεται η γενική επιχειρηματικότητα χωρίς να ενισχύεται η καινοτομική επιχειρηματικότητα, ενώ το εθνικό σχέδιο για καινοτομία, έρευνα και τεχνολογία αποτελεί μια προσπάθεια ολοκλήρωσης πολιτικών χωρίς όμως να διέπεται από μια φιλοσοφία σύνθεσης διάσπαρτων προτάσεων από πολλαπλούς φορείς.

Η συσχέτιση της κατάστασης της καινοτομίας στην Ελλάδα με τις κοινωνικές αξίες και την εθνική κουλτούρα δημιουργεί την εντύπωση ότι το υπόβαθρο αξιών

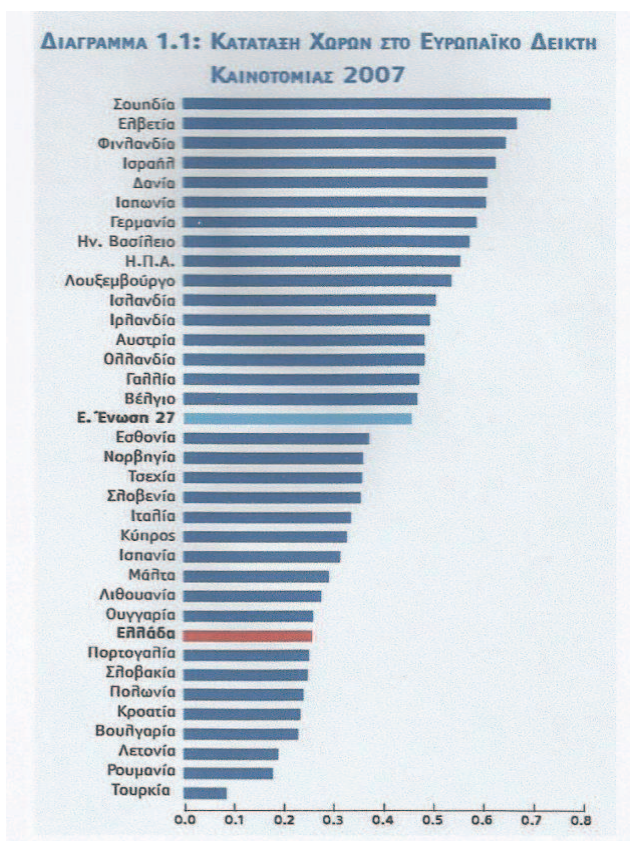
παίζει ρόλο. Δείκτες όπως η εμπιστοσύνη, η αποφυγή απόστασης εξουσίας και η συλλογικότητα επηρεάζουν την καινοτομία, μιας και προωθούν την διακίνηση ιδεών και τη λειτουργία του μοντέλου ανοιχτής καινοτομίας. Ως προς τις διαστάσεις αυτές η Ελλάδα μπορεί να δημιουργήσει πλεονέκτημα.



Πηγή : Καθημερινή, εθνικό κέντρο τεκμηρίωσης, 2015

3.7 Η κατάταξη της Ελλάδας στον συνοπτικό δείκτη καινοτομίας το 2007

Η Ελλάδα στον συγκεκριμένο δείκτη κατατάσσεται στην 27^η θέση μεταξύ των 35 χωρών προς σύγκριση. Υπολείπεται κατά 10 θέσεις περίπου του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 χωρών, ενώ σε απόλυτους όρους βαθμολογίας βρίσκεται στο 58% του μέσου ευρωπαϊκού επιπέδου και στο 1/3 περίπου της βαθμολογίας του ηγέτη της καινοτομίας, τη Σουηδία.



Πηγή: www.kokkalisfoundation.gr

3.7.1 Διαχρονική εξέλιξη (2003-2007)

Είναι ανησυχητικό το ότι διαχρονικά η κατάταξη της Ελλάδας χειροτέρευσε δύο θέσεις από το 2003 στο 2007 καταγράφοντας μείωση στην απόλυτη βαθμολογία της ενώ άλλες μικρές χώρες βελτίωσαν σημαντικά την θέση τους. Είναι ενδεικτικό ότι μικρές χώρες όπως Τσεχία, Εσθονία, Λιθουανία, Κύπρος, Σλοβενία και Πορτογαλία σημειώνουν θετικούς συντελεστές ποσοστιαίας αύξησης της βαθμολογίας τους από το 2003 στο 2007. Στις χώρες αυτές παρουσιάζεται και μια βελτίωση της σχετικής θέσης τους στη γενική κατάταξη δικαιολογώντας τις θετικές ποσοστιαίες μεταβολές βαθμολογίας (Λιθουανία 16,4% και Πορτογαλία 16,7%). Οι υπόλοιπες χώρες παραμένουν σχετικά σταθερές στις κατατάξεις τους με μικρές αναδιατάξεις κατά καιρούς. Η Σουηδία παρά το γεγονός ότι η ποσοστιαία μεταβολή της συνολικής βαθμολογίας της από το 2003 στο 2007 είναι αρνητική (-11,25%) έχει διατηρήσει την πρώτη θέση της καθ' όλη τη διάρκεια αυτών των χρόνων διότι έχει ανεβάσει την βαθμολογία σε υψηλά επίπεδα.

Οι χώρες αυτές επιλέχθηκαν ώστε η Ελλάδα να συγκριθεί με χώρες από τη Μεσογειακή λεκάνη (Πορτογαλία, Ισπανία, Ιταλία) , με χώρες που είχαν άνοδο στην απόδοση καινοτομίας (Τσεχία, Εσθονία, Κύπρος) και τέλος με σκανδιναβικές χώρες που καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις στο συνολικό δείκτη.

Διαχρονική εξέλιξη κατάταξης (2003-2007) σε επιλεγμένες χώρες

Επιλεγμένες χώρες προς σύγκριση	Θέση 2003	Θέση 2007	Μεταβολή Κατάταξης	Μεταβολή Βαθμολογίας %
Ελλάδα	25	27	-2 θέσεις	-0,7
Εσθονία	18	17	+1 θέση	6,5
Σλοβενία	21	20	+1 θέση	8,5
Τσεχία	20	19	+1 θέση	8,8
Λιθουανία	28	25	+3 θέσεις	16,4
Κύπρος	23	22	+1 θέση	10,4
Πορτογαλία	31	28	+3 θέσεις	16,7
Ιταλία	19	21	-2 θέσεις	2,5
Ισπανία	22	23	-1 θέση	-1,1
Σουηδία	1	1	+0 θέση	-11,2
Φινλανδία	2	3	-1 θέση	-7,7

Πηγή: Europe in Figures, Eurostat yearbook 2007, EU.

Πηγή: www.kokkalisfoundation.gr

Κεφάλαιο 4^ο

Καινοτομίες στον αγροδιατροφικό τομέα

4.1 Καινοτόμα προϊόντα στον αγροδιατροφικό τομέα

Καινοτόμες εφαρμογές στον αγροδιατροφικό τομέα, έχει αναπτύξει το ΤΕΙ Θεσσαλίας, είτε αυτοδύναμα με το προσωπικό του και ομάδες φοιτητών, είτε σε συνεργασία με μεγάλους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Στον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής οι καινοτομίες αφορούν στη φυτική παραγωγή και περιλαμβάνουν φυσικά ζιζανιοκτόνα, παραγωγή αιθέριων ελαίων, τεχνολογίες ασφάλειας στην γεωργία, νέες τεχνολογίες γεωργικής μηχανολογίας και αυτοματισμούς, συστήματα θερμοκηπίων για ελάχιστη κατανάλωση νερού και ενέργειας, αποδοτικές καλλιέργειες όπως καρδιάς, σύστημα υδροπονικής χορτονομής.

Στη ζωική παραγωγή έχουν επιτευχθεί νέες μέθοδοι αναπαραγωγής πρόβατων και χρήση πολυφαινολικών προσθέτων στην εκτροφή χοιριδίων, ενώ στον τομέα του περιβάλλοντος έχουν επιτευχθεί νέοι μέθοδοι διαχείρισης απορριμμάτων για παραγωγή ενέργειας και λιπάσματος, καθώς και οικολογικά και οικονομικά αποδοτικά αγροδασικά συστήματα.

Στον τομέα των τροφίμων περιλαμβάνονται ελιές εμπλουτισμένες με πολυφαινόλες, επιδόρπιο με βιολογικό ρύζι χωρίς ζάχαρη, αλλαντικά με πολυφαινόλες, κέτσαπ χωρίς ζάχαρη αλλά με στέβια, χαλβά Φαρσάλων με βελτιωμένη διατηρησιμότητα, λειτουργικό γιαούρτι με βιταμίνη D.

4.1.1 Χόρτο ταχείας ανάπτυξης

Ανάμεσα στις λοιπές καινοτομίες που επεξεργάστηκε το ΤΕΙ Λάρισας, συγκαταλέγεται και ένα σύστημα υδροπονίας για την παραγωγή χορτονομής προκειμένου να τρέφονται τα ζώα και σε περιόδους που δεν υπάρχει χορτάρι λόγω κλιματικών συνθηκών.

Πρόκειται για ένα σύστημα που δίνει την δυνατότητα να παράγουν φρέσκια, υγιεινή και θρεπτική χορτονομή, κάθε μέρα, 365 μέρες τον χρόνο, ανεξαρτήτως καιρικών συνθηκών (καλοκαίρι με καύσωνα, χειμώνα με πάγο), σε όση ποσότητα χρειάζεται ο κάθε κτηνοτρόφος για την διατροφή των ζώων του καθημερινά.

Είναι καινοτόμες μονάδες οι οποίες σε έναν μικρό και κλιματικά ελεγχόμενο χώρο, σε θερμοκρασία περίπου 20 βαθμών και υγρασία 60%, με μικρή ποσότητα νερού, παράγουν σε επτά μέρες από ένα κιλό σπόρο δημητριακών, 7 με 8 κιλά χορτονομή, απαλλαγμένη από μύκητες και παρασιτοκτόνα.

Η χορτονομή όπως επισημαίνεται, είναι ιδανική τροφή για τα ζώα γιατί περιέχει θρεπτικές ουσίες όπως πρωτεΐνες, άυλο, κάλιο, ασβέστιο, φώσφορο, μαγνήσιο, νάτριο, χαλκό, σίδηρο, μαγγάνιο, ψευδάργυρο, μολυβδαίνιο και σελήνιο.

4.1.2 Σαλάμι «δια ελαίας και αέρος»

Είναι χωρίς συντηρητικά καθώς αντικαταστάθηκαν τα νιτρικά και τα νιτρώδη, τα οποία είναι επιβλαβή για τον οργανισμό, με πολυφαινόλες ελιάς που βοηθούν στην ζύμωση, στη συντήρηση του χρώματος και του αρώματος καθώς και στη μικροβιακή σταθερότητα και τελικά οδηγούν στην παραγωγή ενός εξαιρετικού προϊόντος. Το συγκεκριμένο προϊόν μάλιστα, έχει ήδη βγει στην αγορά μέσω εταιρίας κρεατοσκευασμάτων από την Καρδίτσα και είχε εξαιρετική αποδοχή τόσο στην εγχώρια όσο και στην Ευρωπαϊκή αγορά.

4.1.3 KetsupEco

Πρόκειται για την γνωστή κέτσαπ αλλά χωρίς ζάχαρη, με στέβια και ινουλίνη καθώς και με πρεβιοτικές ιδιότητες και χωρίς συντηρητικά. Με τη χρήση στέβιας αντί ζάχαρης, η οποία είναι χαμηλής θερμιδικής αξίας, αποφεύγονται οι αρνητικές επιδράσεις της ζάχαρης, χωρίς όχι μόνο να επηρεαστεί η γλυκόξινη γεύση αλλά και να βελτιωθεί επιπλέον.

Ακόμη προστέθηκε η ινουλίνη, φυσικός πολυσακχαρίτης που παράγεται από πολλά είδη φυτών, κυρίως ρίζες και ριζώματα, η οποία είναι ένα ισχυρό πρεβιοτικό που χρησιμοποιήθηκε σε συνδυασμό με άμυλο καλαμποκιού, ώστε να επιτευχθεί η συνεκτικότητα και η ομοιομορφία της δομής του προϊόντος, αλλά και για να παρέχει τις πρεβιοτικές ιδιότητες στο προϊόν καθιστώντας το έτσι ένα βιολειτουργικό προϊόν. Επιπλέον, η ινουλίνη έχει την ιδιότητα να μην αυξάνει το επίπεδο της γλυκόζης στο αίμα και έτσι το προϊόν μπορεί άφοβα να καταναλωθεί από άτομα που δεν μπορούν να μεταβολίσουν εύκολα τη ζάχαρη. Ακόμη οι γλυκοζίτες της στεβιόλης, έχουν την ιδιότητα να είναι 400 φορές πιο γλυκές από τη ζάχαρη, με τη διαφορά όμως ότι δεν προκαλούν τερηδόνα και δεν αυξάνουν το σωματικό βάρος. Ενώ το προϊόν έχει έντονο οικολογικό χαρακτήρα μια και η κύρια πρώτη ύλη προέρχεται από πιστοποιημένες βιολογικές ντομάτες.

Το KetsupEco μπορεί να διατεθεί προς πώληση τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό, ενώ ο απώτερος σκοπός είναι να δημιουργηθεί ένα νέο ελληνικό προϊόν κέτσαπ που θα περιέχει στέβια αντί για ζάχαρη προκειμένου να επιτευχθεί χαμηλός γλυκαιμικός δείκτης.

4.1.4 Στέβια αντί για ζάχαρη

Αν και η στέβια είναι ένα αυτοφυές φυτό της Βραζιλίας και της Παραγουάης, ενώ σιγά σιγά μπαίνει στο παιχνίδι και η Κίνα, έχει διαπιστωθεί ότι στην Ελλάδα η απόδοση της καλλιέργειας σε ξηρά φύλλα φτάνει και τα 600 κιλά ανά στρέμμα.

Η στέβια χρησιμοποιείται ως γλυκαντικό, αντί για ζάχαρη εδώ και αρκετά χρόνια. Το εκχύλισμα των φύλλων της είναι περίπου 300 φορές πιο γλυκό από την ζάχαρη όμως έχει μηδενική θερμιδική αξία και γι αυτό καταναλώνεται κυρίως από ανθρώπους που πάσχουν από κάποιες ασθένειες όπως για παράδειγμα διαβήτη.

4.1.5 Τρούφα

Είναι ένα είδος μανιταριού το οποίο προϋπήρχε απ' την αρχαία Ελλάδα. Η καλλιέργειά της είναι ιδιόμορφη αφού απαιτείται η ύπαρξη κατάλληλων ειδών δέντρων όπως είναι ο δρυς, η φουντουκιά και η φλαμουριά ενώ η συλλογή της γίνεται από ειδικά εκπαιδευμένους σκύλους. Για την Ελλάδα ιδανική για καλλιέργεια θεωρείται η μαύρη τρούφα και όχι η λευκή αφού είναι ακριβότερη και πιο απαιτητική. Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της τρούφας είναι ότι δεν θέλει ιδιαίτερες γνώσεις – τεχνικές και φροντίδα καθώς επίσης και το ότι δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν λιπάσματα και φυτοφάρμακα ενώ δεν απαιτεί μηχανολογικό εξοπλισμό.

4.2 Βραβεία καινοτομίας και συσκευασίας

Το φεστιβάλ του αθηνοράματος Ελλάδα - γιορτή - γεύσεις - Άνοιξη 2014 απένειμε για πρώτη φορά βραβεία καινοτομίας και είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι έθεσαν υποψηφιότητα 85 προϊόντα.

4.2.1 Βραβεία καινοτομίας

Χρυσό βραβείο στο φεστιβάλ του αθηνοράματος Ελλάδα – γιορτή – γεύσεις – Άνοιξη 2014 είχε λάβει το ελαιόλαδο enigma, από τους ελαιώνες Σακελλαροπούλου «Αρμονία». Είναι ένα ελαιόλαδο σε συνδυασμένο με φασκόμηλο, μήλο, καρύδι, κανέλα, λεμόνι. Ένας πρωτόπορος συνδυασμός με βιολειτουργική λογική, ενώ υπάρχει μέτρο και ισορροπία στα συστατικά, και ο τρόπος παραγωγής του είναι καινοτομικός.

Αργυρό βραβείο έλαβε το λικέρ τρούφας από την Troufaser του Γιώργου Σεργιανίδη που ασχολείται χρόνια τώρα με την άγρια και καλλιεργημένη τρούφα. Το προϊόν αρωματίζεται φυσικά από καλοκαιρινή μαύρη τρούφα και αποτελεί παγκόσμια πρωτοτυπία.

Έπαινο πήραν τα αυγά ορτυκίων τουρσί, μέσα σε μείγμα από ζύδι, νερό, χυμό παντζαριού, ζάχαρη και πιπέρι, από τα Επίλεκτα Πτερωτά Θηράματα Γρεβενών, ένα ορεκτικό πραγματικά πρωτότυπο.

Έπαινο είχε πάρει επίσης και το φρέσκο πρόβειο τυρί με φυσική μαστίχα Χίου «Γσοπανίσιο με μαστίχα Χίου», που παρασκευάζει το τυροκομείο Καδαϊντζή και εμπορεύεται η εταιρία «Πάνας». Φρέσκο και αλοιφώδες, έχει λιγότερο από 15% λιπαρά και λιγότερο από 1% αλάτι, ένας πρωτότυπος και γευστικός συνδυασμός.

4.2.2 Τα βραβεία συσκευασίας

Τα τελευταία χρόνια στις συσκευασίες των ελληνικών αγροτικών, και όχι μόνο, προϊόντων επικρατεί ένας αέρας ανανέωσης με κύριο χαρακτηριστικό την ωραία εμφάνιση και την διαφορετικότητα. Το αθηνόραμα απένειμε για τρίτη φορά βραβεία συσκευασίας στο φεστιβάλ Ελλάδα – γιορτή - γεύσεις - Άνοιξη 2014, επιβραβεύοντας τις καλύτερες συσκευασίες, σε έναν τομέα καθοριστικό για την ελληνική και ξένη αγορά.

Στο συγκεκριμένο φεστιβάλ μάλιστα, η Εθνική Τράπεζα είχε προσφέρει χρηματικό έπαθλο 1500 € στην κάθε κατηγορία, καθώς και τα χρυσά βραβεία συσκευασίας της διοργάνωσης «Ελλάδα, γιορτή - γεύσεις» στο πλαίσιο της επιβράβευσης και της ενθάρρυνσης της ποιοτικής παραγωγής και τυποποίησης των αγροτικών προϊόντων, της εξωστρεφούς ανάπτυξης ελληνικών επιχειρήσεων και της ενθάρρυνσης της καινοτομίας στην παραγωγική διαδικασία.

Τα βραβεία είχαν απονεμηθεί στα εξής προϊόντα:

Χρυσό βραβείο (προϊόντα σε στερεά μορφή) : sea salt trikalinos, φυσικό θαλασσινό αλάτι, μια σύγχρονη αλλά ταυτόχρονα μια οικεία συσκευασία.

Χρυσό βραβείο (προϊόντα σε υγρή μορφή) : εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο Beata του κτήματος Γράμψα από τη Ζάκυνθο, που μεταφέρει μια αίσθηση «πολύτιμου» για το περιεχόμενό του.

Αργυρό βραβείο (προϊόντα σε στερεά μορφή) : σμυρναϊκός καφές Tusso, μια κομψή συσκευασία που τραβάει αμέσως την προσοχή σε ένα τόσο ευρείας κατανάλωσης προϊόν παγκοσμίως, όπως ο καφές.

Έπαινος: σειρά κρασιών Μοί, je m' en fous, οινοποιείο Γ. Καραμήτρου, με πρωτότυπη και χαρούμενη συσκευασία.



4.2.3 Βραβεία σε προβιοτικές ελιές και γιαούρτια

Τρεις ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς προβιοτικών τροφίμων (γαλακτοκομικά, αλλαντικά) καθώς και ερευνητές στον τομέα των προβιοτικών βραβεύτηκαν από τον υπουργό στα πλαίσια ημερίδας.

Η μία είναι η «Κωνσταντόπουλος ΑΕ» με έδρα την Κατερίνη, η οποία είναι η μοναδική ελληνική εταιρεία που συμμετείχε για τρία χρόνια σε ένα καινοτόμο πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την παραγωγή προβιοτικών ελιών. Οι προβιοτικές επιτραπέζιες ελιές είναι ένα λειτουργικό τρόφιμο, το οποίο συνδυάζει την παραδοσιακή ζύμωση του πράσινου ελαιοκάρπου με τη χρήση καλλιεργειών εκκίνησης οξυγαλακτικών βακτηρίων με προβιοτικό δυναμικό. Ο καινοτόμος χαρακτήρας του τροφίμου βασίζεται στην επιλογή μικροοργανισμών που προέρχονται αποκλειστικά και μόνο από ελληνικές ποικιλίες επιτραπέζιας ελιάς.

Η συστηματική κατανάλωση προβιοτικών ελιών θεωρείται ότι θα συμβάλλει στη διατήρηση της ισορροπίας της μικροχλωρίδας του εντέρου, στη μείωση των γαστρεντερικών διαταραχών και γενικότερα στην ενίσχυση του ανοσοποιητικού συστήματος.

Βραβείο έλαβε επίσης, στα πλαίσια της ημερίδας «Ελλάδα – γιορτή – γεύσεις – Άνοιξη 2014», μια οικογενειακή επιχείρηση επεξεργασίας κρέατος με την επωνυμία «Κιοσές Νικόλαος και Υιοί ΟΕ» από το Νεοχώριο Σερρών, η οποία επιδιώκει την αναβίωση παραδοσιακών προϊόντων και συνταγών της χώρας με καινοτόμες και σύγχρονες διαδικασίες παραγωγής. Σε συνεργασία με ιδιωτικά ερευνητικά κέντρα, χρησιμοποιεί διάφορα στελέχη λακτοβάκιλλων σε προϊόντα μακράς ωρίμανσης. Έτσι παρασκευάζονται «Μπούτι Ωρίμανσης Λαϊλιάς», «Σαλάμι Αέρος Σερρών», «Πανσέτα ωρίμανσης» και παστοურμάς σε μικρές ποσότητες.

Στους βραβευμένους ήταν και η ΜΕΒΓΑΛ, μια από τις μεγαλύτερες ελληνικές βιομηχανίες στον κλάδο των τροφίμων με ισχυρή παρουσία και στο εξωτερικό. Εδώ και πολλά χρόνια έχει αναπτύξει γαλακτοκομικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας με προβιοτικά βακτήρια, όπως ξινογάλακτα (ξινόγαλα, αριάνι, κεφίρ) αλλά και ορισμένα γιαούρτια πλούσια σε προβιοτικούς μικροοργανισμούς.

Συμπεράσματα

Ο πρωταρχικός στόχος αυτής της εργασίας ήταν να αναπτύξει και να εξηγήσει τον αγροδιατροφικό τομέα, τα προϊόντα του καθώς και τις καινοτομίες που τον αφορούν. Άλλος ένας στόχος της εργασίας αυτής ήταν να δείξει το πόσο σημαντικός είναι ο αγροδιατροφικός τομέας για την ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας μέσα από κάποιες κινήσεις που πρέπει να γίνουν ή που έχουν αρχίσει να γίνονται, τόσο από την μεριά των αγροτών – παραγωγών, όσο και από την μεριά των καταναλωτών.

Μέσα από την εργασία καταλαβαίνουμε λοιπόν πως ο αγροδιατροφικός τομέας είναι ένας κλάδος σημαντικός, πολλά υποσχόμενος τόσο για την παγκόσμια, όσο και για την ελληνική οικονομία . Ήδη έχει αρχίσει να γίνεται ολοένα και πιο γνωστός κυρίως μέσα από τα προϊόντα που συνεχώς δημιουργούνται και είναι πολύ διαφορετικά σε σχέση με τα κλασικά - ήδη υπάρχοντα προϊόντα, τόσο σε γεύση όσο και σε σύνθεση αλλά και όσον αφορά τις συσκευασίες.

Καταλήγουμε επίσης στο συμπέρασμα ότι για να λειτουργήσει σωστά ο αγροδιατροφικός τομέας στην χώρα μας θέλει μεγάλη προσπάθεια κυρίως όσον αφορά στις υλοποιήσεις και τις πολιτικές. Γενικά η Ελλάδα σαν χώρα είναι «ανοιχτή» σε νέες ιδέες, υστερεί όμως στο τελικό στάδιο, δηλαδή την εφαρμογή των ιδεών αν και πολύ συχνά εφαρμόζει κάποιες καλές ευρωπαϊκές πρακτικές.

Γίνεται επίσης αντιληπτό, πως ο αγροδιατροφικός τομέας βασικά αποτελεί ένα από τα κλειδιά επαναφοράς της οικονομικής ανάπτυξης, μέσω της ανασυγκρότησης της γεωργικής παραγωγής και της αξιοποίησης του δυναμικού της βιομηχανίας τροφίμων, μέσω των καινοτόμων προϊόντων και συσκευασιών, μέσω των εναλλακτικών μεθόδων καλλιέργειας.

Βιβλιογραφική αναφορά

Ελληνική βιβλιογραφία

Κωνσταντόπουλος Νίκος «Καινοτομία και πλαίσιο εφαρμογής στην Ελλάδα» ,
Αθήνα 1983

Σαρτζετάκη Καλλιόπη, πτυχιακή εργασία, «Logistics και εφοδιαστική αλυσίδα σε μια επιχείρηση», Ηράκλειο, Ιούνιος 2013, ανακτήθηκε από :

<http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2013/SartzetakiKalliopi/attached-document-1381859641-980321-4729/SartzetakiKalliopi2013.pdf>

Σουλιώτη Χριστίνα, διπλωματική εργασία, «Εφοδιαστική αλυσίδα και αντίστροφη εφοδιαστική αλυσίδα του αγροδιατροφικού τομέα» , Θεσσαλονίκη 2010, ανακτήθηκε από:

https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/13861/1/Soulioti_Msc2010.pdf

Ξένη βιβλιογραφία

Peter F. Drucker «Καινοτομία και επιχειρηματικότητα- θεωρία και εφαρμογές» ,1985, μετάφραση: Γιάννης Γαλάτης

Διαδικτυακή βιβλιογραφία

Ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα, ανακτήθηκε από:

<http://www.pacmanproject.eu/page/meeting-seminar/Greece/1/files/presentations/presentation%201.pdf>

Η συνέργεια ως στρατηγική ανάπτυξης αγροδιατροφικών επιχειρήσεων, Γιώργος Γκέκας, ανακτήθηκε από:

<http://www.epixeiro.gr/%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%AF%CE%B1-%CE%BC%CE%B9%CE%B1%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7%CF%82/%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%80%CF%84%CF%85%CE%BE%CE%B7%CF%82/26748-%CE%B7-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%B9%CE%B1-%CF%89%CF%82->

[%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CF%80%CF%84%CF%85%CE%BE%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CE%B3%CF%81%CE%BF%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD](#) , στις 27/5/2015

Η σημασία της επωνυμίας για τα αγροδιατροφικά προϊόντα, ανακτήθηκε από:
<http://www.excelixi.org/el/Knowledge-Base/Agro/I-simasia-tis-eponimias-sta-agrodiatrofika-prointa>

Παράγοντες που επηρεάζουν τον αγροδιατροφικό τομέα, ανακτήθηκε από:
<http://www.fooditerraneanproject.com/2013/12/blog-post.html>

Δέκα κινήσεις που καταπολεμούν την δράση των μεσαζόντων, Αθανάσιος Τσαυτάρης, ανακτήθηκε από:
<http://www.kathimerini.gr/756213/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/apoyh-deka-kinhseis-poy-katapolemoyh-thn-drash-twn-mesazontwn> , στις 1/3/2014

Κλειδί ο αγροδιατροφικός τομέας στην Ελλάδα για την επαναφορά στην ανάπτυξη, Τσατσάκης Γιάννης, ανακτήθηκε από:
<http://www.agronews.gr/news/oikonomia/arthro/81333/kleidi-o-agrodiatrofikos-tomeas-gia-tin-epanafora-stin-anaptuxi/> , στις 24/5/2012

Πρόγραμμα ενίσχυσης νέων ερευνητών στον αγροδιατροφικό τομέα από τον όμιλο Ευθυμιάδη, ανακτήθηκε από: <http://www.agro24.gr/agrotika/agora/epiheiriseis-metapoiisi/programma-enishysis-neon-ereyniton-ston-agrodiatrofiko-tomea> , στις 2/4/2015

Ηλεκτρονική πλατφόρμα δημοπρασιών για αγροδιατροφικά προϊόντα, ανακτήθηκε από: <http://www.capital.gr/story/2242434> , στις 28/2/2015

Τι είναι καινοτομία, ανακτήθηκε από:

<http://www.innosupport.net/index.php?id=6048&L=4>

Καινοτομία: προσδιοριστικοί παράγοντες και προβληματισμοί για το μέλλον της Ελληνικής Οικονομίας, σελ. 6-7, ανακτήθηκε από:

http://www.aueb.gr/Users/kalyvitis/kainotomia_report%5B1%5D

Η καινοτομία στην Ελλάδα, σελ. 5,6,7 – 12,13 ,ανακτήθηκε από:

[http://www.kokkalisfoundation.gr/uploads/pdf/events/lectures_events/Report_on Innovation_gr.pdf](http://www.kokkalisfoundation.gr/uploads/pdf/events/lectures_events/Report_on_Innovation_gr.pdf)

Καινοτόμες εφαρμογές σε αγροδιατροφικά προϊόντα από το ΤΕΙ Θεσσαλίας, ανακτήθηκε από: <http://www.paseges.gr/el/news/Kainotomes-efarmoges-se-agrodiatrofika-proionta-apo-to-TEI-THessalias> ,στις 20/2/2015

Βραβεία καινοτομίας και συσκευασίας, ανακτήθηκε από:

<http://www.athinorama.gr/umami/market/articles/?id=2005812> , στις 27/5/2014

Βραβεία σε τρεις ελληνικές επιχειρήσεις για προβιοτικές ελιές και γιαούρτι,

ανακτήθηκε από: <http://www.larissanet.gr/2013/03/09/vraveuontai-kainotoma-proionta/> , στις 9/3/2014

Πρωτογενής παραγωγή – τρόφιμα – αγροβιοτεχνολογία, Παναγιώτης Χατζηνικολάου, Ιούλιος 2013, ανακτήθηκε από:

http://www.gsrt.gr/Financing/Files/ProPeFiles48/%CE%A4%CE%9F%20%CE%91%CE%93%CE%A1%CE%9F%CE%92%CE%99%CE%9F%CE%94%CE%99%CE%91%CE%A4%CE%A1%CE%9F%CE%A6%CE%99%CE%9A%CE%9F%20%CE%A3%CE%A5%CE%9C%CE%A0%CE%9B%CE%95%CE%93%CE%9C%CE%91%202014-2020_%CE%95%CE%A3%CE%A0%CE%95%CE%9A_10-7-2013_%CE%91_FINAL.pdf

Ο αγροδιατροφικός τομέας σε αριθμούς, ανακτήθηκε από:

<http://www.iekopenmellon.gr/index.php/news/item/316-o-agrodiatrofikos-tomeas-se-arithmoys>

Τα επτά ελληνικά προϊόντα που σαρώνουν στις διεθνείς αγορές, ανακτήθηκε από:
<http://www.enikos.gr/economy/358964,Ta-epta-ellhnika-proionta-poy-sarwnoyn-stis-die8neis-agores.html> , στις 16/12/2015

Μοντέρνες καλλιέργειες για ανήσυχους νέους αγρότες, ανακτήθηκε από:
<http://www.tovima.gr/society/article/?aid=451276> , στις 1/4/2012