



**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
Στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων**

Διπλωματική Εργασία

**Η Σημασία της Εξωστρέφειας για την Ενίσχυση των Εξαγωγών Ελληνικών
Αγροτικών Προϊόντων. Η Προστιθέμενη Αξία των Ολοκληρωμένων Συνεργιών
και της Συμβολαιακής Γεωργίας**

της

Μήλιου Χριστίνας

**Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού
διπλώματος στις**

Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες

Ιανουάριος, 2021

Περίληψη

Η Συμβολαιακή γεωργία πιστεύεται σε μεγάλο βαθμό ότι έχει τη δυνατότητα να προωθήσει τα έσοδα των αγροτών σε λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες ώστε να συμμετάσχουν στην εντατική γεωργική παραγωγή. Επιπλέον, η σημασία των αγροτικών συνεταιρισμών συζητείται και ενσωματώνεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο που λαμβάνει υπόψη την επίδραση εξοικονόμησης κόστους των συναλλαγών τους και τους περιορισμούς τους όσον αφορά την περιορισμένη ικανότητα αύξησης της παραγωγής και επίτευξης επαρκούς ισχύος στην αγορά. Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να μελετήσει το ζήτημα της συμβολαιακής γεωργίας και του ελληνικού αγροτικού κλάδου γενικότερα.

Λέξεις κλειδιά: Αγροτικοί συνεταιρισμοί, συμβολαιακή γεωργία, αγροτικός κλάδος, εξαγωγές, άμεσες ξένες επενδύσεις

Abstract

Contract farming is widely believed to have the potential to boost farmers' incomes in less developed countries to participate in intensive agricultural production. In addition, the importance of agricultural cooperatives is discussed and integrated into a broader context that takes into account the cost-saving effect of their transactions and their limitations in terms of limited capacity to increase production and achieve sufficient market power. The purpose of this paper is to study the issue of contract farming and the Greek agricultural sector in general.

Keywords: Agricultural cooperatives, contract farming, agricultural sector, exports, foreign direct investment

Πίνακας περιεχομένων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1- Ο Αγροτικός τομέας στην Ελλάδα

| | |
|---|----|
| 1.1 Εισαγωγή | 7 |
| 1.2 Ο ορισμός της αγροτικής οικονομίας | 7 |
| 1.3 Τα προϊόντα αγροτικής οικονομίας στην Ελλάδα | 9 |
| 1.3.1 Προϊόντα ελιάς | 9 |
| 1.3.2 Προϊόντα αμπέλου | 9 |
| 1.3.3 Οπωροκηπευτικά: | 10 |
| 1.3.4 Φιστίκια | 10 |
| 1.3.5 Καπνός | 10 |
| 1.3.6 Ζαχαρότευτλα | 11 |
| 1.4 Η αγροτική οικονομία στην Ελλάδα | 11 |
| 1.5 Η σημαντικότητα του αγροτικού τομέα στην ανάπτυξη της χώρας | 14 |
| 1.6 Κρίση και αγροτική οικονομία | 15 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2-Διεθνοποίηση των επιχειρήσεων

| | |
|--|----|
| 2.1 Εισαγωγή | 20 |
| 2.2 Ορισμός και θεωρίες διεθνοποίησης | 20 |
| 2.3 Το μοντέλο διεθνοποίησης της Ουψάλα | 23 |
| 2.4 Η προσέγγιση δικτύου | 24 |
| 2.5 Το εκλεκτικό παράδειγμα ή το πλαίσιο OLI | 26 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3- Στρατηγική εξαγωγών και μέθοδοι εισόδου σε ξένη αγορά

| | |
|--|----|
| 3.1 Εισαγωγή | 28 |
| 3.2 Στρατηγικές εισόδου στην αγορά εξαγωγής | 28 |
| 3.3 Τρόποι εισόδου σε ξένη αγορά | 29 |
| 3.3.1 Εξαγωγές | 29 |
| 3.3.2 Στρατηγικές συμμαχίες | 31 |
| 3.3.3 Άμεσες ξένες επενδύσεις | 32 |
| 3.4 Κίνητρα για είσοδο σε ξένη αγορά | 34 |
| 3.4.1 Προληπτικά κίνητρα | 35 |
| 3.4.2 Αντιδραστικά κίνητρα | 35 |
| 3.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή εισόδου στο εξωτερικό | 36 |
| 3.6 Απόδοση της στρατηγικής εισόδου σε ξένη αγορά | 39 |
| 3.7 Καθοριστικοί παράγοντες της απόδοσης του μάρκετινγκ εξαγωγής | 40 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4- Οι εξαγωγές του ελληνικού αγροτικού τομέα και πολιτικές ανάπτυξης | |
| 4.1 Εισαγωγή | 42 |
| 4.2 Οι ελληνικές εισαγωγές και εξαγωγές | 42 |
| 4.3 Τα κορυφαία εξαγόμενα προϊόντα της Ελλάδας | 45 |
| 4.4 Αναπτυξιακά προγράμματα στον αγροτικό τομέα | 46 |
| 4.5 Κοινή Γεωργική Πολιτική και οι συνέπειές της | 49 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5- Συμβολαιακή γεωργία και αγροτικοί συνεταιρισμοί | |
| 5.1 Εισαγωγή | 53 |
| 5.2 Ορισμός της συμβολαιακής γεωργίας | 53 |

| | |
|---|-----------|
| 5.3 Τύποι συμβολαίων καλλιέργειας | 54 |
| 5.4 Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για τους αγρότες | 55 |
| 5.5 Κινητήριες δυνάμεις της συμβολαιακής καλλιέργειας | 57 |
| 5.6 Τρόποι δημιουργίας συμβολαιακής γεωργίας | 58 |
| 5.7 Η συμβολαιακή γεωργία στην Ελλάδα | 60 |
| 5.8 Η έννοια του αγροτικού συνεταιρισμού | 62 |
| 5.9 Ο ρόλος των συνεταιρισμών στην αγροτική αγορά | 65 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6-Συμπεράσματα και προτάσεις | |
| 6.1 Εισαγωγή | 68 |
| 6.2 Συμπεράσματα | 68 |
| 6.3 Προτάσεις | 70 |
| Βιβλιογραφία | 73 |

Πίνακας γραφημάτων

| | |
|--|----|
| Γράφημα 1- Εξαγωγές αγροτικών προϊόντων Ελλάδας 2017 | 43 |
| Γράφημα 2-Εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων Ελλάδας και Ηνωμένου Βασιλείου | 44 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1- Ο Αγροτικός τομέας στην Ελλάδα

1.1 Εισαγωγή

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την έννοια της αγροτικής οικονομίας καθώς και τα προϊόντα που ανήκουν ε αυτόν τον τομέα στην Ελλάδα. Επιπλέον, θα επικεντρωθούμε στη σπουδαιότητα του συγκεκριμένου τομέα για την ελληνική οικονομία παρέχοντας στοιχεία που αφορούν στην απασχόληση και στη συμβολή στο ΑΕΠ. Τέλος, θα αναφερθούμε στην κρίση και στον τρόπο με τον οποίο επηρέασε την αγροτική οικονομία στην Ελλάδα.

1.2 Ο ορισμός της αγροτικής οικονομίας

Η γεωργία είναι η πιο περιεκτική λέξη που χρησιμοποιείται για να δηλώσει όλους τους τρόπους με τους οποίους τα φυτά και τα κατοικίδια ζώα διατηρούν τον παγκόσμιο ανθρώπινο πληθυσμό παρέχοντας τρόφιμα και άλλα προϊόντα. Η αγγλική λέξη γεωργία προέρχεται από το λατινικό *ager* (χωράφι) και το *colo* (καλλιέργεια) που δηλώνει, όταν συνδυάζεται, τον αγρό ή τη γη. Αλλά η λέξη έχει καταλήξει να καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που είναι αναπόσπαστες στη γεωργία και έχουν τους δικούς τους περιγραφικούς όρους, όπως είναι η καλλιέργεια, η κηπουρική, η δενδροκομία και η φυτοκαλλιέργεια, καθώς και κάποιες μορφές διαχείρισης ζωικού κεφαλαίου, όπως η μικτή καλλιέργεια-κτηνοτροφία.

Πολλά διαφορετικά χαρακτηριστικά χρησιμοποιούνται επίσης για τον καθορισμό συγκεκριμένων μορφών γεωργίας, όπως ο τύπος του εδάφους, η συχνότητα καλλιέργειας και οι κύριες καλλιέργειες. Σύμφωνα με το Oxford English Dictionary (1971) η γεωργία σε γενικές γραμμές ορίζεται ως η επιστήμη και η τέχνη της καλλιέργειας του εδάφους, συμπεριλαμβανομένων των συμμαχικών επιδιώξεων της συγκέντρωσης στις καλλιέργειες και της εκτροφής ζώων ζώων.

Η προσέγγιση που οδηγεί από την εξέταση της καλλιέργειας μέσω της εξημέρωσης στη γεωργία, προτείνει ότι η γεωργία είναι μια μορφή χρήσης της γης και της οικονομίας που προέκυψε από το συνδυασμό της καλλιέργειας, δηλαδή των ανθρώπινων δράσεων που εστιάζουν στην προετοιμασία του εδάφους και τη φύτευση, και συγκομιδή των φυτών και της εξημέρωσης που πρόκειται για μία δέσμη

γενετικών και μορφολογικών αλλαγών που έχουν αυξήσει την ικανότητα των φυτών να προσαρμοστούν στην καλλιέργεια (Hueth και Ligon, 2001).

Η αγροτική οικονομία, είναι αυτός ο κλάδος των οικονομικών που ασχολείται με όλες τις πτυχές των προβλημάτων που σχετίζονται με τη γεωργία. Άλλοι ερευνητές (Raeburn και Jones, 1990, Karp και Perloff, 2002) ορίζουν την αγροτική οικονομία ως τη μελέτη σχέσεων που προκύπτει από τη δραστηριότητα του ανθρώπου στη γεωργία και έχει ως αποτέλεσμα την παραγωγή πλούτου για το άτομο.

Επιπλέον, η αγροτική οικονομία ασχολείται με τα προβλήματα της κατανομής της αποδοτικότητας, δηλαδή την επιλογή μεταξύ διαφόρων εναλλακτικών χρήσεων - ιδιαίτερα όταν οι πόροι είναι λιγιστοί - για την μεγιστοποίηση ορισμένων δεδομένων σκοπών. Έτσι, παρέχει αναλυτικές τεχνικές για την αξιολόγηση διαφορετικών κατανομών πόρων μεταξύ εναλλακτικών χρήσεων.

Ο συγκεκριμένος τομέας της οικονομίας αντιμετωπίζει την επιλογή γης, εργασίας και εξοπλισμού για ένα αγρόκτημα, την επιλογή των καλλιεργειών που θα καλλιεργηθούν, την επιλογή των κτηνοτροφικών επιχειρήσεων που θα συνεχιστούν και το όλο ζήτημα των αναλογιών στις οποίες όλα αυτές οι υπηρεσίες πρέπει να συνδυαστούν. Αυτά τα ερωτήματα αντιμετωπίζονται κυρίως από την άποψη του κόστους και των τιμών.

Άλλοι ερευνητές (Fuglie, 2012, Hueth και Ligon, 2001) θεωρούν ότι ο εν λόγω κλάδος ασχολούνται με τη γεωργία ως επιχείρηση και ως βιομηχανία. Η γεωργική οικονομία είναι ένας εφαρμοσμένος τομέας της επιστήμης όπου οι αρχές της επιλογής εφαρμόζονται στη χρήση κεφαλαίων, εργασίας, γης και διαχειριστικών πόρων στις γεωργικές βιομηχανίες (World Bank, 2008). Συγκεκριμένα, μπορούμε να πούμε ότι τα αγροτικά οικονομικά περιλαμβάνουν την επιλογή της γεωργίας ως επαγγέλματος, την επιλογή μεταξύ καλλιεργητή και κτηνοτροφίας μηχανημάτων και εργασίας.

Η γεωργική οικονομία ασχολείται με την κατανομή των πόρων στη γεωργική βιομηχανία, με τις εναλλακτικές λύσεις στην παραγωγή, την εμπορία ή τη δημόσια πολιτική. Οι οικονομολόγοι που ασχολούνται με τη γεωργία, μελετούν την αποτελεσματικότητα στην παραγωγή γεωργικών εκμεταλλεύσεων, τις αποδόσεις που θα προκύψουν από τη χρήση διαφόρων ποσοτήτων και συνδυασμών εισροών στη

γεωργία, και τον καθορισμό των καλύτερων εναλλακτικών παραγωγικών μεθόδων υπό δεδομένες φυσικές και οικονομικές συνθήκες.

Επιπλέον, ενδιαφέρονται για την ανάλυση των εναλλακτικών λύσεων στη δημόσια πολιτική και τις οικονομικές επιπτώσεις της εκτέλεσης ενός συγκεκριμένου προγράμματος, όπως η νομοθεσία για τη στήριξη των τιμών ή ένα πρόγραμμα διατήρησης του εδάφους. Τέλος, η συγκεκριμένη κατηγορία των οικονομολόγων χρησιμοποιεί τα εργαλεία οικονομικής ανάλυσης στη μελέτη.

Όλα τα εργαλεία ανάλυσης που χρησιμοποιούνται στην οικονομική ανάλυση της γεωργίας χρησιμοποιούνται και στα αγροτικά οικονομικά, δηλαδή τα οικονομικά της παραγωγής, της κατανάλωσης, της διανομής, του μάρκετινγκ, της χρηματοδότησης και του σχεδιασμού και της χάραξης πολιτικής όπως στην περίπτωση των γενικών οικονομικών. Γενικώς, πραγματοποιείται επίσης μελέτη σε μικρο και μακροοικονομικό επίπεδο για τον γεωργικό τομέα. Οι στατικές και δυναμικές αναλύσεις είναι επίσης σχετικές με τον γεωργικό τομέα της οικονομίας.

1.3 Τα προϊόντα αγροτικής οικονομίας στην Ελλάδα

1.3.1 Προϊόντα ελιάς

Η Ελλάδα με 276 εκατομμύρια δέντρα κατατάσσεται τρίτη στον κόσμο για τον αριθμό των ελαιόδεντρων, μετά την Ισπανία και την Ιταλία. Η καλλιέργεια της ελιάς καλύπτει 1,4 εκατομμύρια εκτάρια, δηλαδή το 10% της συνολικής καλλιεργούμενης έκτασης της Ελλάδας. Από τα συνολικά 276 εκατομμύρια δέντρα, 200 εκατομμύρια παράγουν ελαιόλαδο, ενώ τα υπόλοιπα παράγουν επιτραπέζιες ελιές. Η ετήσια παραγωγή ελαιολάδου είναι περίπου 397.000 τόνοι εκ των οποίων το 70% απορροφάται από την εγχώρια αγορά. Κύριες περιοχές που παράγουν επιτραπέζιες ελιές στην Ελλάδα είναι η Κεντρική, Βόρεια και Βορειοδυτική Ελλάδα (Luxury Greece, 2020).

1.3.2 Προϊόντα αμπέλου

Οι αμπελώνες καλύπτουν περίπου 1,337 χιλιάδες εκτάρια που μπορούν να ταξινομηθούν ως εξής: 733 χιλιάδες εκτάρια για το κρασί, 644 χιλιάδες εκτάρια για τις σταφίδες, τις σουλτανίνας και τα επιτραπέζια σταφύλια. Η μέση ετήσια παραγωγή

κρασιού ανέρχεται σε 750.000 - 800.000 χιλιάδες τόνους. Η Ελλάδα κατέχει τη 13η θέση στην παγκόσμια παραγωγή κρασιού, τρίτη στην παραγωγή σουλτανίνα και πρώτη στην παραγωγή σταφίδων (Luxury Greece, 2020).

1.3.3 Οπωροκηπευτικά:

Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου οδήγησε σε εντατικοποίηση της παραγωγής φρούτων και λαχανικών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι η συνολική παραγωγή λαχανικών το 1998 ήταν 4.745.000 τόνοι ενώ η συνολική παραγωγή λαχανικών το 2000 ήταν 4.795.000 τόνοι. Περίπου το 50% των φρούτων καλλιεργείται σε ορεινές και ημιορεινές περιοχές.

Τα λαχανικά παράγονται κυρίως στην Πελοπόννησο, την Ανατολική Μακεδονία, τη Θράκη, τη Θεσσαλία, την Εύβοια και την Κρήτη. Τα εσπεριδοειδή προέρχονται κυρίως από την Κρήτη, την Πελοπόννησο και την Ήπειρο (Luxury Greece, 2020). Η αυξανόμενη ζήτηση περιλαμβάνει επίσης προϊόντα εκτός εποχής. Κατά συνέπεια, οι Έλληνες αγρότες καλλιεργούν τώρα 5.000 εκτάρια με λαχανικά και φράουλες εκτός εποχής.

1.3.4 Φιστίκια

Η Ελλάδα είναι μία από τις 10 κορυφαίες χώρες με παγκόσμια παραγωγή φιστικιών. Το 2005 η Ελλάδα εξήγαγε περίπου 9.500 τόνους. Το νησί της Αίγινας είναι το πιο διάσημο στην Ελλάδα για την παραγωγή φιστικιών. Στην πόλη της Αίγινας, υπάρχουν δεκάδες πάγκοι και καταστήματα που πωλούν τοπικά φιστίκια σε σακούλες κάθε μεγέθους.

1.3.5 Καπνός

Η καλλιέργεια καπνού κάνει καλή χρήση εδάφους χαμηλής γονιμότητας και παρέχει απασχόληση σε περίπου 124 χιλιάδες αγροτικές οικογένειες. Υπολογίζεται ότι απαιτούνται περίπου 150 εργάσιμες ημέρες για την καλλιέργεια ενός εκταρίου καπνού. Ο ελληνικός καπνός συλλέγεται με το χέρι φύλλο από φύλλο, σε διαδοχικά στάδια.

Η καλλιέργεια καπνού βρίσκεται υπό τον κρατικό έλεγχο και ο καπνός κατατάσσεται πρώτος. Η παραγωγή εκτιμάται σε περίπου 137 χιλιάδες τόνους ετησίως. Οι κύριες

περιοχές παραγωγής είναι η Κεντρική και Δυτική Μακεδονία, ακολουθούμενη από την Ανατολική Μακεδονία, τη Θράκη, την Αιτωλοακαρνανία και τη Θεσσαλία

1.3.6 Ζαχαρότευτλα

Αυτή η καλλιέργεια παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το 1960 και η αυτάρκεια στην παραγωγή ζάχαρης επιτεύχθηκε το 2000 με 3.000 χιλιάδες τόνους. Ο όγκος της παραγωγής ζαχαρότευτλων καθορίζεται από το Υπουργείο Γεωργίας και πωλείται πλήρως στην Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης, η οποία είναι κρατική και διαθέτει εργοστάσια ζάχαρης κοντά στη Λάρισα, την Αλεξάνδρεια, τις Σέρρες, την Ξάνθη και την Ορεστιάδα (Luxury Greece, 2020).

1.4 Η αγροτική οικονομία στην Ελλάδα

Ο γεωργικός τομέας στην Ελλάδα παραμένει ένας σημαντικός τομέας οικονομικής δραστηριότητας και απασχόλησης για την Ελλάδα, με τις εξαγωγές γεωργικών προϊόντων να αντιπροσωπεύουν το ένα τρίτο των συνολικών εξαγωγών στην Ελλάδα. Η γεωργία συνεισφέρει 4,1 τοις εκατό του ΑΕΠ και χαρακτηρίζεται από μικρές εκμεταλλεύσεις και χαμηλές επενδύσεις κεφαλαίου (Export, 2019).

Η χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση της Ελλάδας είναι περίπου 5 εκατομμύρια εκτάρια, εκ των οποίων το 57% βρίσκεται στις πεδιάδες και το 43% στις ορεινές ή ημιορεινές περιοχές. Υπάρχουν περίπου 150 εκατομμύρια ελαιόδεντρα στη χώρα, είτε σε συστηματικούς οπωρώνες είτε διάσπαρτα σε ολόκληρη τη χώρα. Η χαμηλότερη γεωργική παραγωγικότητα στην Ελλάδα, σε σύγκριση με άλλα κράτη μέλη της ΕΕ, σχετίζεται με το μικρότερο μέσο μέγεθος των εκμεταλλεύσεων.

Οι οικονομίες κλίμακας που προσφέρουν οι σύγχρονες γεωργικές πρακτικές έχουν περιορισμένο αντίκτυπο στις μικρές εκτάσεις που χρησιμοποιούνται συνήθως στην Ελλάδα. Η οικονομική κρίση της Ελλάδας επηρεάζει όλους τους τομείς της οικονομίας, συμπεριλαμβανομένης της γεωργίας. Η γεωργική παραγωγή μειώθηκε σταθερά από 17% του ΑΕΠ στις αρχές της δεκαετίας του 1990 σε 4,1% το 2019 (Export, 2019).

Το γεωργικό δυναμικό της Ελλάδας παρεμποδίζεται από φτωχό έδαφος, ανεπαρκή επίπεδα βροχόπτωσης, ένα σύστημα γαιοκτησίας που χρησιμεύσει για την αύξηση

του αριθμού των μη παραγωγικών αγροτικών εκμεταλλεύσεων και τη μετανάστευση του πληθυσμού από την ύπαιθρο σε πόλεις και κωμοπόλεις. Λιγότερο από το ένα τρίτο της έκτασης είναι καλλιεργήσιμο, με το υπόλοιπο να αποτελείται από βοσκότοπους, θάμνους και δάση.

Μόνο στις πεδιάδες της Θεσσαλίας, της Μακεδονίας και της Θράκης είναι δυνατή η καλλιέργεια σε αρκετά μεγάλη κλίμακα. Εκεί καλλιεργούνται καλαμπόκι, σιτάρι, κριθάρι, ζαχαρότευτλα, ροδάκινα, ντομάτες, βαμβάκι και καπνός. Άλλες καλλιέργειες που καλλιεργούνται σε σημαντικές ποσότητες είναι οι ελιές, τα σταφύλια, τα πεπόνια, οι πατάτες και τα πορτοκάλια, τα οποία εξάγονται σε άλλες χώρες της ΕΕ.

Από το τελευταίο τέταρτο του 20ού αιώνα, η Ελλάδα εξάγει επίσης λαχανικά που καλλιεργούνται σε θερμοκήπια στη βόρεια Ευρώπη κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Το ελληνικό κρασί, συμπεριλαμβανομένης της ρετσίνας με γεύση ρητίνης, έχει παραχθεί κυρίως για εγχώρια κατανάλωση, αλλά μέχρι τη δεκαετία του 1990 η Ελλάδα παρήγαγε κρασιά υψηλής ποιότητας για την παγκόσμια αγορά.

Αν και αναποτελεσματική, η ελληνική γεωργία έχει επωφεληθεί σημαντικά από τις επιδοτήσεις της ΕΕ και υπάρχουν πολλά σημάδια αυξανόμενης ευημερίας της υπαίθρου. Γενικά, ωστόσο, η σημασία του γεωργικού τομέα για την οικονομία μειώνεται. Τα δάση, κυρίως κρατικά, καλύπτουν περίπου το ένα πέμπτο της έκτασης, αλλά είναι επιρρεπή σε μεγάλες δασικές πυρκαγιές. Τα δασικά προϊόντα δεν συμβάλλουν σημαντικά στην οικονομία (Fuglie, 2012).

Οι εκτεταμένες ακτές της Ελλάδας και πολλά νησιά υποστήριζαν πάντα την εντατική αλιευτική δραστηριότητα. Ωστόσο, η υπεραλίευση και η αδυναμία σωστής διατήρησης των αποθεμάτων ψαριών, αποτελεί ένα πρόβλημα σε ολόκληρη τη Μεσόγειο, το οποίο μείωσε τη συμβολή της αλιείας στην οικονομία. Η αγροτική ανάπτυξη στην Ελλάδα διαχειρίζεται εθνικά μέσω ενός προγράμματος αγροτικής ανάπτυξης, το οποίο χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΓΤΑΑ) και από εθνικές συνεισφορές. Το συγκεκριμένο πρόγραμμα καθορίζει προσεγγίσεις προτεραιότητας και δράσεις για την κάλυψη των αναγκών της συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής που καλύπτει (Stratakis και Πιουρούλου, 2011).

Η χρηματοδότηση της αγροτικής ανάπτυξης μέσω του ΕΓΤΑΑ αποτελεί μέρος ενός ευρύτερου πλαισίου των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων (ΕΔΕΤ), συμπεριλαμβανομένων και των Ταμείων Περιφερειακής Ανάπτυξης, Κοινωνικής, Συνοχής και Αλιείας. Η διαχείριση τους γίνεται σε εθνικό επίπεδο, από κάθε κράτος μέλος της ΕΕ, βάσει συμφωνιών εταιρικής σχέσης, στρατηγικών σχεδίων που περιγράφουν τους στόχους και τις επενδυτικές προτεραιότητες της χώρας.

Ο ελληνικός πρωτογενής τομέας διαδραματίζει ειδικό κοινωνικό και περιβαλλοντικό ρόλο στη συνολική ελληνική οικονομία και παρέχει σημαντικό ποσοστό απασχόλησης. Οι κύριοι τομείς της αγροτικής οικονομίας είναι εκείνοι του κρέατος, του γάλακτος, του μελιού, των προϊόντων πουλερικών, της καλλιέργειας λαχανικών, της βιολογικής γεωργίας κ.λπ.

Υπάρχει ισχυρή παρουσία ελληνικών επιχειρήσεων από τον τομέα των γεωργικών τροφίμων σε διεθνείς αγορές, ενώ υπάρχει ευνοϊκό κλίμα και συνθήκες εδάφους για βιολογική καλλιέργεια και κτηνοτροφική παραγωγή. Οι αγροτικές περιοχές στην Ελλάδα είναι επίσης πλούσιες σε πολιτιστική κληρονομιά και προσφέρουν ευκαιρίες για διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας. Επιπλέον, υπάρχει μια μακροχρόνια εμπειρία στην εφαρμογή στρατηγικών τοπικής ανάπτυξης.

Ωστόσο, η συμβολή του αγροτικού τομέα στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία μειώθηκε, φθάνοντας μόνο το 5,2% το 2005 από 9,9% το 1995. Το 2014 η συμβολή στην οικονομία ήταν 4% του ΑΕΠ, ποσοστό διπλάσιο σε σύγκριση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Μεταξύ των ετών 2000 και 2014 ο αριθμός των απασχολούμενων στη γεωργία μειώθηκε κατά 29%, ενώ ο αριθμός των απασχολούμενων στο χώρο της μεταποίησης τροφίμων ποτών και καπνού αυξήθηκε κατά 8% (Tsiforos και Polymenakoy, 2015).

Οι αδυναμίες της αγροτικής οικονομίας ποικίλλουν ανάλογα με τη γεωγραφία. Οι ορεινές αγροτικές περιοχές χαρακτηρίζονται από χαμηλά εισοδήματα, μειονεκτική δημογραφική σύνθεση, χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης και έλλειψη βασικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και διαφόρων άλλων υποδομών.

Οι νησιωτικές περιοχές, παρά την πλεονεκτική γεωγραφική τους θέση, αντιμετωπίζουν προβλήματα κοινωνικών και μεταφορικών υπηρεσιών, με

αποτέλεσμα χαμηλά επίπεδα εκμετάλλευσης της ικανότητάς τους για τουρισμό και επιχειρηματικές δραστηριότητες. Συνολικά, η πιο σημαντική πρόκληση έγκειται στην αποτροπή της εγκατάλειψης του γεωργικού πληθυσμού στις δραστηριότητες και τη μετακίνηση σε αστικές περιοχές.

Όσον αφορά το περιβάλλον, η Ελλάδα έχει πολλές περιοχές υψηλής φυσικής αξίας και είναι πλούσια σε φυσική κληρονομιά και ειδική γεωμορφολογία. Ωστόσο, υπάρχει έλλειψη υδατικών πόρων, που επιδεινώνεται από συχνές περιόδους ξηρασίας, ενώ οι επαναλαμβανόμενες δασικές πυρκαγιές τους καλοκαιρινούς μήνες αποτελούν σημαντική απειλή για τη διατήρηση των δασών και της βιοποικιλότητας (Tsiforos και Polymenakoy, 2015). Η έλλειψη ολοκληρωμένων πρακτικών διαχείρισης στις δασικές περιοχές περιορίζει περαιτέρω την ικανότητα αντιμετώπισης των δασικών πυρκαγιών.

1.5 Η σημαντικότητα του αγροτικού τομέα στην ανάπτυξη της χώρας

Ο πρωτογενής τομέας εξακολουθεί να διαδραματίζει ζωτικό ρόλο για την εθνική οικονομία, κρίνοντας από το έδαφος των κυρίως αγροτικών περιοχών και το μέγεθος του πληθυσμού τους, σε σύγκριση με τις περιφέρειες. Η μείωση της απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα ανήλθε σε σχετικά μικρό ποσοστό (-2,2%) το 2014, σε σύγκριση με τη σημαντικά μεγαλύτερη πτώση στους τομείς των κατασκευών (-10,3%), της μεταποίησης (-5,7%) και του εμπορίου (-2,8%), αντιπροσωπεύοντας το 2014 τον μεγαλύτερο αριθμό απασχολούμενων (479,8 χιλιάδες) μετά το εμπόριο (17,7%), με τα ποσοστά απασχόλησης να είναι σημαντικά χαμηλότερα για την μεταποίηση (8,9%), τον τουρισμό (8,4%) και τις κατασκευές (4,3%) (Tsiforos και Polymenakoy, 2015).

Ο γεωργικός τομέας είναι επίσης βασικός προμηθευτής ορισμένων προϊόντων και υπηρεσιών που είναι ιδιαίτερα σημαντικά για τη βιομηχανία τροφίμων και ποτών, η οποία χρησιμεύει ως κινητήρια δύναμη για τη μεταποίηση, καλύπτοντας τη μεγαλύτερη αναλογία αριθμού επιχειρήσεων (21,2% το 2012), καθώς και με ένα ποσοστό απασχολούμενων ίσο με 25,2% και με ακαθάριστη προστιθέμενη αξία ίση με 25,2% μεταξύ όλων των τομέων του κλάδου (Tsiforos και Polymenakoy, 2015).

Η συμβολή της γεωργίας στο εξωτερικό εμπορικό ισοζύγιο της χώρας είναι πολύ σημαντική, παρουσιάζοντας σταθερότητα και δυναμισμό ακόμη και κατά την περίοδο

της οικονομικής ύφεσης. Σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις, την χρονική περίοδο 2008-2014, η αξία των εξαγωγών τροφίμων αυξήθηκε κατά 22,6%, με μέσο ετήσιο ρυθμό περίπου 3,5%. Σημειώνεται ότι το 2014, το ποσοστό των γεωργικών προϊόντων συμπεριλαμβανομένων των τροφίμων, ποτών, καπνού, προϊόντων ελιάς και βαμβακιού αντιπροσωπεύουν το 18,7% της συνολικής αξίας των εξαγωγών της χώρας, παρά τη σχετικά μικρή πτώση σε σχέση με το 2013 (-3,8%), αντιπροσωπεύοντας μια τιμή κοντά στα 5 δισεκατομμύρια ευρώ (Tsiforos και Polymenakoy, 2015).

Οι βασικοί αριθμοί των γεωργικών τομέων της χώρας, σε σύγκριση με εκείνους της ΕΕ-27, αποδεικνύουν ότι η χρησιμοποιούμενη γεωργική γη εκτιμάται το 2012 σε 41,5 εκατομμύρια στρέμματα δηλαδή 4,15 εκατομμύρια εκτάρια, που περιλαμβάνουν 717.000 γεωργικές εκμεταλλεύσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους δηλαδή 58 στρέμματα ή 5,8 εκτάρια, που υπολείπονται σημαντικά του μέσου μεγέθους των γεωργικών εκμεταλλεύσεων στην ΕΕ-27 με 150 στρέμματα ή 15 εκτάρια (Tsiforos και Polymenakoy, 2015).

Συνολικά, ο αγροτικός τομέας στην Ελλάδα είναι από τους μεγαλύτερους παραγωγικούς τομείς, συμμετέχοντας κατά 21% στην συνολική ελληνική οικονομία, περιλαμβάνοντας 1.300 εταιρίες και δημιουργώντας 70.000 θέσεις εργασίας. Την μεγαλύτερη συμμετοχή στον αγροτικό τομέα έχουν τα γαλακτοκομικά, τα αρτοσκευάσματα και τα μπαχαρικά ενώ έπονται το κρασί και το ελαιόλαδο (Γκέκας, 2017).

1.6 Κρίση και αγροτική οικονομία

Οι αγροτικές περιοχές διαδραματίζουν ζωτικό ρόλο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), καθώς καλύπτουν περισσότερο από το 90% της ευρωπαϊκής επικράτειας, και φιλοξενούν περίπου το ήμισυ του πληθυσμού και της οικονομικής δραστηριότητάς της. Η ποικιλομορφία είναι το κύριο χαρακτηριστικό των αγροτικών περιοχών, με τόσο παρακμή όσο και δυναμισμό. Παρά την ποικιλομορφία τους, οι αγροτικές περιοχές στην ΕΕ μοιράζονται ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά και πρότυπα εξέλιξης.

Δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ αγροτικών και αστικών περιοχών, όσον αφορά την ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού, καθώς και τα ποσοστά απασχόλησης / ανεργίας. Το εισόδημα ανά κάτοικο στις αγροτικές περιοχές είναι 25-30%

χαμηλότερο, σε συνδυασμό με μια διαφορετική κοινωνική δομή. Εξάλλου, η οικονομική σημασία της γεωργίας στις αγροτικές περιοχές μειώνεται, ενώ ο τομέας των υπηρεσιών κερδίζει συνεχώς δυναμική.

Για πολύ καιρό η διεθνής οικονομία υφίσταται ραγδαίες αλλαγές όπως η παγκοσμιοποίηση των αγορών, η βελτίωση των επικοινωνιών, το μειωμένο κόστος μεταφοράς, η αλλαγή των εμπορικών προτύπων, η συγκέντρωση ισχύος σε όλη την αλυσίδα αγροτικών τροφίμων και η διαφοροποίηση δραστηριοτήτων σε αγροτικές περιοχές. Σημαντικές ευκαιρίες καθώς και απειλές είναι το προφανές αποτέλεσμα αυτών των αλλαγών για τις αγροτικές περιοχές.

Η πρόσφατη κρίση επιτάχυνε αυτές τις αλλαγές και επιδείνωσε τα υπάρχοντα προβλήματα. Ταυτόχρονα, βρίσκεται σε εξέλιξη μια εκτεταμένη διαδικασία αναδιάρθρωσης στις αγροτικές περιοχές, που περιλαμβάνει ολόκληρη τη δομή της οικονομίας και όλες τις πτυχές της αγροτικής ζωής. Οι αγροτικές αγορές εργασίας επηρεάζονται βαθιά από αυτήν τη διαδικασία, σε όλες τις διαστάσεις, ειδικά η δομή της απασχόλησης (Copus et al., 2006).

Εν τω μεταξύ, η δομή του αγροτικού τομέα εξελίσσεται συνεχώς ως απάντηση στις εσωτερικές και εξωτερικές συνθήκες. Ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία των γεωργικών δομών είναι το εργατικό δυναμικό που χρησιμοποιείται στη γεωργία. Καθώς ο αγροτικός τομέας εντάσσεται στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες με διάφορους τρόπους, η διασταύρωση των αγροτικών αγορών εργασίας με τις πολλαπλές μορφές απασχόλησης στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις είναι πιθανώς ένα καυτό ζήτημα.

Η φτώχεια είναι ένα άλλο χαρακτηριστικό των αγροτικών περιοχών. Η αγροτική φτώχεια είναι ένα διαδεδομένο φαινόμενο, καθώς τουλάχιστον το 70% των πολύ φτωχών ανθρώπων του κόσμου βρίσκονται σε αγροτικές περιοχές και αυτό δεν είναι πιθανό να αλλάξει στο άμεσο μέλλον, παρά την εκτεταμένη αστικοποίηση και τις δημογραφικές αλλαγές σε όλες τις περιοχές (IFAD, 2011) . Ωστόσο, είναι επαρκώς τεκμηριωμένο στη βιβλιογραφία ότι η αγροτική φτώχεια είναι ποιοτικά διαφορετική από την αντίστοιχη αστική, όπως, για παράδειγμα, θεωρείται αόρατη ή άσχετη με τις αστικές ανησυχίες των περισσότερων αναλυτών και υπευθύνων χάραξης πολιτικής (Tickamyer, 2006).

Εξάλλου, οι ανισότητες στη γεωργία ξεπερνούν τις ανισότητες μεταξύ των μη γεωργικών νοικοκυριών, ενώ οι γεωργικές ανισότητες και η φτώχεια διαφέρουν δομικά από εκείνες στην υπόλοιπη κοινωνία (Pauw, 2007). Ορισμένες άλλες διαστάσεις της φτώχειας βρίσκονται σήμερα στο προσκήνιο του ερευνητικού ενδιαφέροντος, όπως η επίπτωση της φτώχειας στην εργασία στην ΕΕ. Ως αποτέλεσμα του ανανεωμένου ενδιαφέροντος για τις συνθήκες και τη δυναμική ανάπτυξης των αγροτικών περιοχών, χρησιμοποιήθηκε μια σειρά τυπολογιών για τη συλλογή εθνικών δεδομένων σε ένα πολυεθνικό πλαίσιο.

Το 2011, το πραγματικό ακαθάριστο εγχώριο προϊόν συρρικνώθηκε κατά 7,1% σε σύγκριση με το 2010, κυρίως λόγω της πολύ χαμηλής εγχώριας ζήτησης, με τη σειρά του το αποτέλεσμα της δημοσιονομικής προσαρμογής οδήγησε σε μειώσεις του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών σε μια αδύναμη αγορά εργασίας και περιοριστικές πιστωτικές συνθήκες.

Η αύξηση της παραγωγικότητας είναι πολύ κάτω από τον μέσο όρο της ευρωζώνης, η ανεργία παραμένει υψηλή και η ανταγωνιστικότητα της οικονομίας είναι αδύναμη. Όσον αφορά τον γεωργικό τομέα, η οικονομική κρίση προκάλεσε μείωση του εισοδήματος των αγροτών κατά 13,5%, αύξηση του κόστους παραγωγής, ειδικά για τη κτηνοτροφία, και απότομη μείωση της συνεισφοράς στην απασχόληση της γεωργίας, αν και το ελληνικό μερίδιο (11,7% το 2010) εξακολουθεί να είναι πολύ υψηλότερο από τον αντίστοιχο μέσο όρο της ΕΕ (4,7%) (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας, 2012).

Ωστόσο, η έξοδος από αυτήν την ασταθή οικονομική πορεία βρίσκεται στο μέτωπο, καθώς η αύξηση της ανεργίας στον κλάδο της βιομηχανίας και των υπηρεσιών φαίνεται να επηρέασε τη γεωργική απασχόληση καθώς απορροφά πολλούς ανθρώπους που επιστρέφουν στις αγροτικές περιοχές και τη γεωργία. Αξίζει να σημειωθεί ότι πριν από το τέλος Ιανουαρίου 2012, υποβλήθηκαν 3.092 αιτήσεις για τη γη και το 35% προήλθε από άνεργους, ενώ μόνο το 8% αφορούσε ενεργούς αγρότες, γεγονός που δείχνει ότι στην τρέχουσα παγκόσμια ταραχώδη περίοδο, ο ρόλος της γεωργίας επανεξετάζεται και καλείται να παίξει έναν ενισχυμένο ρόλο.

Σε αυτό το ασταθές οικονομικό περιβάλλον, οι προοπτικές για η βιωσιμότητα και η ανάπτυξη των συστημάτων κτηνοτροφίας αντικατοπτρίζουν τα μέσα με τα οποία οι

κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις είναι σε θέση να προσαρμοστούν στην αστάθεια της αγοράς και να εξελιχθούν υπό αβεβαιότητα που περιλαμβάνει κυρίως έντονες διακυμάνσεις τιμών και μελλοντικά συστήματα πολιτικής (Darnhofer et al., 2010).

Αν και η βιβλιογραφία για το επίπεδο προσαρμογής και εξέλιξης που παρουσιάζουν τα γεωργικά συστήματα υπό συνθήκες εντατικής αβεβαιότητας είναι άφθονη, οι γνώσεις για τις κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις συγκεκριμένα είναι λιγοστές. Οι μελετητές υποστηρίζουν ότι η προσαρμογή διαφέρει ανάλογα με τους διάφορους τύπους εκμεταλλεύσεων και τα περιφερειακά χαρακτηριστικά παράλληλα με τις οικονομικές, πολιτικές και θεσμικές συνθήκες (Reidsma et al., 2010).

Η προσαρμογή μπορεί να πραγματοποιηθεί με βάση τα διοικητικά, τεχνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά, που εφαρμόζονται σε διαφορετικά επίπεδα, ενώ εμπλέκονται διάφορα είδη ενδιαφερομένων. Οι Smit και Skinner (2002) διακρίνουν τέσσερις κύριες επιλογές προσαρμογής για τους κτηνοτρόφους, τις πρακτικές της κτηνοτροφίας, τις τακτικές διαχείρισης της εκμετάλλευσης, τις τεχνολογικές καινοτομίες και την υποστήριξη εκ μέρους των εθνικών πολιτικών και προγραμμάτων.

Παρ' όλα αυτά, αρκετές μελέτες και βιβλιογραφικές ανασκοπήσεις εξέτασαν (Tortia, 2011, Πιόρουλος και Valentinov, 2012) τα μέσα με τα οποία οι αγρότες ενέχουν κίνδυνο στη διαχείριση των ζώων τους στα αγροκτήματα και στη λήψη αποφάσεων. Ο τομέας της κτηνοτροφίας και ιδίως ο τομέας των αιγοπροβάτων αποτελεί βασικό παράγοντα ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία, σε μια περίοδο οικονομικής ύφεσης, σχετικά με τον αριθμό των ατόμων και των βιομηχανιών που απασχολούνται σε δραστηριότητες παραγωγής και μεταποίησης γαλακτοκομικών προϊόντων.

Η κτηνοτροφία, παρόλο που παραμένει σχετικά σταθερή τα τελευταία χρόνια, αντιμετωπίζει ορισμένα εμπόδια, τα οποία σχετίζονται κυρίως με την απότομη αύξηση του κόστους εισόδου και της στασιμότητας των τιμών των ζωικών προϊόντων στην αγορά. Η οικονομική κρίση αύξησε τον βαθμό αβεβαιότητας που ενυπάρχει στην κτηνοτροφία, όπου ο τομέας ακολουθεί πτωτική πορεία, εμφανίζοντας συνεισφορά 30% στην αξία της γεωργικής παραγωγής, όταν το ποσοστό αυτό αυξάνεται σε πάνω από 50% στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες (Γερμανία, Δανία και οι Κάτω Χώρες παρουσιάζουν περίπου το 70%).

Ωστόσο, η σημασία του τομέα των αιγοπροβάτων είναι απαραίτητη, δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι ο μεγαλύτερος Ευρωπαϊός παραγωγός πρόβειου γάλακτος (686.000 τόνοι, 24% των ευρωπαϊκών προμηθειών το 2009) και έχει το μεγαλύτερο κοπάδι αιγών (4,8 εκατομμύρια κεφάλια, 37% των Ευρωπαϊκό σύνολο το 2009), ενώ το 23% του πρόβειου γάλακτος και το 62% του αιγείου γάλακτος μεταποιούνται στο αγρόκτημα (de Rancourt et al., 2006).

Ωστόσο, ο αριθμός των ζώων και η παραγωγή φαίνεται σε ελαφρά μείωση τόσο για το κρέας όσο και για τα γαλακτοκομικά προϊόντα και υπάρχει μια τάση συγκέντρωσης σε λιγότερες και μεγαλύτερες εκμεταλλεύσεις. Επομένως, είναι σημαντικό να εξεταστεί πώς θα μπορούσαν να επιβιώσουν οι μικροκαλλιεργητές σε κάθε οικονομική ύφεση και ποια διαχείριση και ποιες στρατηγικές απαιτούνται για τη μείωση των αρνητικών συνεπειών της κρίσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2-Διεθνοποίηση των επιχειρήσεων

2.1 Εισαγωγή

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο έχει ως στόχο την μελέτη του ζητήματος της διεθνοποίησης. Αναλυτικότερα, ζητήματα που σχετίζονται με τις θεωρίες της διεθνοποίησης καθώς και τα μοντέλα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις εταιρείες για να επεκταθούν διεθνώς θα συζητηθούν εκτενώς σε αυτό το κεφάλαιο.

2.2 Ορισμός και θεωρίες διεθνοποίησης

Οι Welch και Luostarinen (1988) ορίζουν τη διεθνοποίηση ως τη διαδικασία αυξανόμενης συμμετοχής σε διεθνείς επιχειρήσεις. Ένας άλλος ορισμός που δόθηκε από τους Calof και Beamish (1995) αναφέρει ότι η διεθνοποίηση είναι η διαδικασία προσαρμογής των επιχειρήσεων σε διεθνή περιβάλλοντα. Με βάση τους λεξικούς ορισμούς μπορεί να γενικευτεί ότι η διεθνοποίηση είναι η διαδικασία σχεδιασμού, και εφαρμογής προϊόντων και υπηρεσιών, έτσι ώστε να μπορούν εύκολα να προσαρμοστούν σε συγκεκριμένες τοπικές απαιτήσεις, και πολιτισμούς.

Η σημασία του διεθνούς εμπορίου για την οικονομική ευημερία μιας χώρας έχει εξηγηθεί σε μεγάλο βαθμό στην οικονομική βιβλιογραφία από τον Smith (1776). Η κύρια ιδέα ήταν ότι οι οικονομίες πρέπει να εξάγουν αγαθά και υπηρεσίες με σκοπό τη δημιουργία εσόδων για τη χρηματοδότηση εισαγόμενων αγαθών και υπηρεσιών (McCombie και Thirlwall, 1992). Ο Smith (1776) ανέπτυξε τη θεωρία του για το διεθνές εμπόριο που υποστηρίζει το ελεύθερο εμπόριο ενάντια στις εμπορικές πολιτικές εξωτερικού εμπορίου.

Σύμφωνα με τον ίδιο, το εμπόριο συμβαίνει μεταξύ δύο χωρών εάν μία από αυτές έχει απόλυτο πλεονέκτημα στην παραγωγή ενός αγαθού και η άλλη χώρα έχει απόλυτο πλεονέκτημα στην παραγωγή ενός άλλου αγαθού. Το απόλυτο πλεονέκτημα υπήρχε όταν η χώρα μπορούσε να παράγει ένα προϊόν με μικρότερο κόστος ανά μονάδα που παράγεται από ό, τι θα μπορούσε ο εισαγωγέας της (Ingham, 2004). Εξαιτίας αυτού του λόγου, μια χώρα πρέπει να εισάγει εμπορεύματα στα οποία έχει το απόλυτο μειονέκτημα. Το επιχείρημά του μπορεί να εφαρμοστεί όχι μόνο στο διεθνές εμπόριο, αλλά και στο εσωτερικό της χώρας.

Σύμφωνα με τον Smith, το διεθνές εμπόριο προωθεί τον διεθνή καταμερισμό εργασίας, επειδή κάθε χώρα ειδικεύεται σε μια συγκεκριμένη ομάδα προϊόντων. Καθώς η εργασία γίνεται πιο διαιρεμένη και εξειδικευμένη, η παραγωγικότητα αυξάνεται δραματικά. Σε αντίθεση με τον Smith, ο Ricardo (1817) ισχυρίστηκε ότι δεν είναι απαραίτητο να έχεις ένα απόλυτο πλεονέκτημα για να κερδίσεις από το εμπόριο.

Σύμφωνα με τον Ricardo, το απόλυτο πλεονέκτημα σημαίνει μεγαλύτερη αποδοτικότητα στην παραγωγή ή χρήση λιγότερου συντελεστή εργασίας στην παραγωγή. Συγκριτικό πλεονέκτημα σημαίνει ότι η ισοτιμία της εργασίας που εμπλέκεται στα δύο αγαθά διέφερε μεταξύ δύο χωρών, έτσι ώστε κάθε χώρα να έχει τουλάχιστον ένα αγαθό όπου το σχετικό ποσό της εργασίας θα ήταν μικρότερο από αυτό της άλλης χώρας (Hunt, 2002).

Ο Michael Porter συνέβαλε επίσης στην έρευνα του διεθνούς εμπορίου με τη δημιουργία της Θεωρίας Diamond. Είχε προσπαθήσει να εξηγήσει πώς δημιουργεί και διατηρεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα η εταιρεία. Σύμφωνα με τον Porter η οργάνωση της εταιρείας αποτελείται από εννέα γενικές δραστηριότητες που δημιουργούν μια αλυσίδα αξίας, και από πολλές συνδέσεις μεταξύ τους δημιουργείται ένα ανεξάρτητο σύστημα. Το αποτέλεσμα της λειτουργίας μιας δραστηριότητας επηρεάζει τους άλλους. Η ευθύνη του διευθυντή σε αυτό το σημείο είναι η σύνδεση και ο συντονισμός αυτών των δραστηριοτήτων.

Ο Porter λέει ότι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επιτυγχάνεται με την εκτέλεση των δραστηριοτήτων με πιο αποδοτικό τρόπο από τους ανταγωνιστές, με καλύτερη αξία και συντονισμό (Porter, 1990). Σύμφωνα με τον Porter, η καινοτομία σχετίζεται όχι μόνο με το προϊόν, αλλά και με την επεξεργασία και όλες αυτές τις εννέα γενικές δραστηριότητες. Επίσης ορίζει τον ανταγωνισμό από πέντε ανταγωνιστικές δυνάμεις: την απειλή εισόδου, τη δύναμη των αγοραστών, τη δύναμη των προμηθευτών, την απειλή υποκατάστατων και των ανταγωνιστών.

Έτσι, η εταιρεία θα πρέπει να δημιουργήσει μια στρατηγική για να έχει καλή απόδοση. Ο Porter ισχυρίζεται ότι αυτά τα εργαλεία είναι η ηγεσία κόστους, η διαφοροποίηση και η εστίαση (Porter, 1990). Στον διεθνή διαγωνισμό, ο Porter θεωρεί τη διαμόρφωση και τον συντονισμό ως σημαντικούς παράγοντες. Η

διαμόρφωση αναφέρεται στα μέρη όπου υπάρχει κάθε δραστηριότητα στην αλυσίδα τιμών.

Η εφαρμογή του πίνακα διαμόρφωσης ή συντονισμού βοηθά στον εντοπισμό της γεωγραφικής θέσης και στην ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων αξίας. Σύμφωνα με τον Porter υπάρχουν τέσσερις ευρείς συνδυασμοί διαμόρφωσης και συντονισμού. Η πρώτη ονομάζεται στρατηγική βάσει εξαγωγών, όταν η διαμόρφωση είναι γεωγραφικά συγκεντρωμένη και υπάρχει χαμηλός συντονισμός δραστηριοτήτων. Σε αυτήν την περίπτωση, μια εταιρεία κερδίζει κέρδος από την εφοδιαστική και το μάρκετινγκ.

Ο δεύτερος συνδυασμός ονομάζεται στρατηγική κεντρικής χώρας. Περιλαμβάνει γεωγραφική διάδοση και λίγες συντονισμένες δραστηριότητες. Το επόμενο είναι η υψηλή ξένη επένδυση που αναφέρεται σε συντονισμό υψηλού επιπέδου με δραστηριότητες γεωγραφικής διάδοσης. Αυτή η στρατηγική θεωρείται δαπανηρή. Και η τέταρτη στρατηγική υπάρχει σε γεωγραφικά συγκεντρωμένες και καλά συντονισμένες δραστηριότητες (Porter, 1990).

Οι εταιρείες με υψηλότερη διεθνή εμπειρία τείνουν να επιλέγουν τρόπους εισαγωγής επενδύσεων, επειδή διαθέτουν αρκετές πειραματικές γνώσεις και κοινωνικά δίκτυα που βοηθούν να ακολουθήσουν πιο επικίνδυνη πορεία επέκτασης. Για εταιρείες που διαθέτουν καλές ικανότητες να αναπτύξουν διαφοροποιημένα προϊόντα, μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικό να επιλέγονται υψηλότεροι τρόποι ελέγχου με υψηλότερα επίπεδα διαφοροποίησης προϊόντων (Stopford και Wells 1972). Τα πλεονεκτήματα τοποθεσίας της εταιρείας περιλαμβάνουν το δυναμικό της αγοράς και τον επενδυτικό κίνδυνο, που χαρακτηρίζουν την ελκυστικότητα της αγοράς.

Γενικά, οι εταιρείες τείνουν να προτιμούν τρόπους επένδυσης όταν εισέρχονται σε χώρες με υψηλές δυνατότητες αγοράς. Τα πλεονεκτήματα εσωτερικοποίησης αναφέρονται σε συμβατικό κίνδυνο. Αφενός, όταν η εταιρεία επιλέγει τη λειτουργία εισόδου χαμηλού ελέγχου, μπορεί να επωφεληθεί από την κλίμακα των οικονομιών της συγκεκριμένης αγοράς, χωρίς να λαμβάνει υπόψη τα γραφειοκρατικά μειονεκτήματα.

Αλλά από την άλλη πλευρά, όταν μια εταιρεία προτιμά τη λειτουργία εισόδου χαμηλού ελέγχου, θα έχει υψηλότερο κόστος σε σύγκριση με τα περιουσιακά

στοιχεία και τις δεξιότητες που ενσωματώνονται στην εταιρεία σε περίπτωση που ο ιδιοκτήτης ή η ομάδα διαχείρισης αντιμετωπίζει δυσκολίες στην πρόβλεψη μελλοντικών γεγονότων και ενεργεί στην περίπτωση που δεν υπάρχουν καλές ευκαιρίες στη συγκεκριμένη αγορά (Hill, 2013).

Η έλλειψη ευκαιριών, το πρόβλημα του περιορισμένου ορθολογισμού και η κατάσταση της αβεβαιότητας μπορούν να κάνουν την υπογραφή και την τήρηση συμβάσεων παράλογη και ακριβότερη (Andersen και Weitz, 1986). Σε μια περίπτωση όταν δεν υπάρχουν ανταγωνιστικές επιλογές και η υπογραφή σύμβασης φαίνεται να είναι παράλογη απόφαση λόγω της έλλειψης πιθανών συνεργατών ή της παρουσίας αβεβαιότητας, θα ήταν καλύτερα να επιλέγονται τέτοιου είδους τρόποι εισόδου επειδή όλα τα περιουσιακά στοιχεία θα να είσαι εντός της εταιρείας.

2.3 Το μοντέλο διεθνοποίησης της Ουψάλα

Το μοντέλο Uppsala αναπτύχθηκε ξεκινώντας από τη μελέτη διεθνοποίησης σουηδικών εταιρειών που διεξήχθησαν από τους Johanson και Wiedersheim-Paul (1975). Οι μελετητές παρατήρησαν ότι οι εταιρείες που εδρεύουν σε μικρές εγχώριες αγορές ξεκινούν τη διαδικασία διεθνοποίησής τους ακόμη και όταν είναι μικρού μεγέθους, και σταδιακά αναπτύσσουν τις δραστηριότητές τους σε ξένες αγορές.

Έχει επισημανθεί η σχέση μεταξύ τριών σημαντικών μεταβλητών η στάση και η εμπειρία στη διεξαγωγή διεθνών δραστηριοτήτων και η πραγματική συμπεριφορά της εταιρείας. Στην πραγματικότητα, η εμπειρία της εταιρείας σε ξένες δραστηριότητες επηρεάζει την στάση της εταιρείας απέναντι στη διεθνοποίηση, η οποία επηρεάζει την πραγματική συμπεριφορά της εταιρείας.

Η θεωρία υποδηλώνει ότι οι εταιρείες τείνουν να αναπτύσσονται πρώτα στην εγχώρια αγορά τους και στη συνέχεια να επεκτείνονται σταδιακά σε ξένες αγορές. Η πορεία μιας εταιρείας που αποφασίζει να επεκταθεί διεθνώς αναπτύσσεται σε τέσσερα διαφορετικά στάδια, που ονομάζεται αλυσίδα ίδρυσης. Η μετάβαση από το ένα στάδιο στο άλλο συνεπάγεται υψηλότερο επίπεδο διεθνοποίησης και απαιτεί υψηλότερο βαθμό δέσμευσης στην αγορά, το δε τελευταίο χαρακτηριστικό αναφέρεται τόσο στο ποσό των δεσμευμένων πόρων όσο και στον βαθμό δέσμευσης, το οποίο αντιπροσωπεύεται από την ευκαιρία κόστους-επένδυσης αυτών των πόρων με έναν εναλλακτικό τρόπο (Hollensen, 2007).

Επιπλέον, από το ένα στάδιο στο άλλο αυξάνεται επίσης η εμπειρία στην αγορά και οι πληροφορίες που συσσωρεύονται από την εταιρεία. Για να περιγράψει τους παράγοντες που εμποδίζουν ή παρεμποδίζουν τη ροή πληροφοριών μεταξύ της εταιρείας και της αγοράς, το μοντέλο αναφέρεται στην έννοια της ψυχικής απόστασης η οποία περιλαμβάνει διαφορές στη γλώσσα, τον πολιτισμό, το πολιτικό σύστημα, την εκπαίδευση, τη βιομηχανική ανάπτυξη και άλλα.

Η υπόθεση βάσει αυτού του συλλογισμού είναι ότι το κύριο εμπόδιο στη διεθνοποίηση αντιπροσωπεύεται από την έλλειψη γνώσης η οποία εντείνεται από μια υψηλότερη ψυχική απόσταση και από την έλλειψη πόρων. Αυτοί οι παράγοντες μειώνουν σταδιακά τη δύναμη όσο περισσότερο η εταιρεία αποκτά γνώσεις και βαθύτερη γνώση στις ξένες αγορές. Μια συνακόλουθη αφαίρεση είναι ότι οι εταιρείες αρχίζουν να πλησιάζουν τις γειτονικές ξένες αγορές που έχουν ομοιότητες με τις επιχειρηματικές πρακτικές της εγχώριας αγοράς (Johanson και Wiedersheim-Paul, 1975).

Εξαιρέσεις από το ακόλουθο αυτής της πορείας μπορεί να συμβούν, για παράδειγμα, εάν η εισερχόμενη ξένη αγορά είναι πολύ μικρή για να δικαιολογήσει την επένδυση πόρων ή εάν η εταιρεία έχει βαθιά εμπειρία σε άλλες ξένες αγορές και, επομένως, ορισμένα στάδια μπορούν να παραλειφθούν. Επιπλέον, η ψυχική απόσταση δεν είναι ο μόνος παράγοντας που λαμβάνεται υπόψη στις διεθνείς αποφάσεις, το μέγεθος της αγοράς και οι ευκαιρίες είναι επίσης σημαντικές (Albaum, 2011).

Η υψηλή δέσμευση των πόρων που απαιτείται και η ίδρυση γραφείων υποτίθεται ότι σχετίζεται περισσότερο με την ψυχική απόσταση παρά με το μέγεθος της αγοράς. Συμπερασματικά, είναι δύσκολο να προσδιοριστεί μια συσχέτιση μεταξύ της ψυχικής απόστασης και της εγκατάστασης παραγωγής, καθώς το φαινόμενο επηρεάζεται και από άλλες δυνάμεις, δηλαδή το κόστος μεταφοράς και τους δασμολογικούς / μη δασμολογικούς φραγμούς (Johanson και Wiedersheim, 1975).

2.4 Η προσέγγιση δικτύου

Η δικτυακή προσέγγιση της διεθνοποίησης απορρέει από την περαιτέρω ανάπτυξη του μοντέλου της Ουψάλα και βασίζεται στον πυλώνα ότι οι αγορές είναι δίκτυα σχέσεων στα οποία οι επιχειρήσεις συνδέονται μεταξύ τους σε διάφορα, περίπλοκα και, σε σημαντικό βαθμό, αόρατα πρότυπα και η διεθνοποίηση συνίσταται σε μια

πολυμερή διαδικασία ανάπτυξης δικτύου, μέσω της οποίας οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ενισχύσουν τη θέση τους μέσα στο δίκτυο (Hill, 2013).

Το βασικό εύρημα αυτής της θεωρίας είναι ότι η διαδικασία διεθνοποίησης που ακολουθείται από μια εταιρεία εξαρτάται από το δίκτυο των σχέσεων που έχει. Μια εταιρεία θα τείνει να εισέλθει σε ξένες αγορές είτε όταν ένας συνεργάτης έχει ήδη αναπτύξει ισχυρή θέση, ή όταν ακόμη και αν ο συνεργάτης δεν υπάρχει εκ των προτέρων αλλά υπάρχει η δυνατότητα για την εταιρεία να δημιουργήσει τις σωστές σχέσεις και να χτίσει το δίκτυό της (Johanson και Vahlne, 2009).

Το μοντέλο επιχειρηματικού δικτύου της διαδικασίας διεθνοποίησης όπως αναδιατυπώθηκε από τους Johanson και Vahlne το 2009 αποτελείται από μεταβλητές κατάστασης και μεταβλητές αλλαγής που είναι σχετικές και για τα δύο μέρη μιας σχέσης και που επηρεάζουν το ένα το άλλο. Ο πρώτος εκκινήτης είναι μια εταιρεία που δραστηριοποιείται σε μια αγορά όπου οι παίκτες γενικά δεν έχουν σχετικές διεθνείς σχέσεις. Κατά συνέπεια, επίσης και ο βαθμός διεθνοποίησης της εταιρείας είναι χαμηλός και, κατά συνέπεια, ο βαθμός γνώσης της για τις ξένες αγορές (Hill, 2013).

Η εταιρεία μπορεί να χρησιμοποιήσει πράκτορες προκειμένου να βελτιώσει τις γνώσεις της στην αγορά και να δημιουργήσει τη βάση για υψηλότερο βαθμό δέσμευσης. Το μοναχικό διεθνές είναι μια εταιρεία της οποίας η προσπάθεια προς τη διεθνοποίηση δεν συνοδεύτηκε από την ίδια προσπάθεια από το περιβάλλον της αγοράς, το οποίο σχεδόν δεν έχει διεθνοποιηθεί. Αυτή η εταιρεία διαθέτει βαθιά γνώση για τις ξένες αγορές και διαθέτει ένα καλά αναπτυγμένο επιχειρηματικό δίκτυο που μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για τη δημιουργία νέων σχέσεων στην αγορά.

Ο όψιμος εκκινήτης είναι μια εταιρεία που δραστηριοποιείται σε ένα διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον, το οποίο χρησιμεύει ως οδηγός για να ωθήσει την εταιρεία να αυξήσει τις γνώσεις της σχετικά με τις ξένες αγορές και να δημιουργήσει το δίκτυο των σχέσεων που απαιτούνται για να παραμείνει ανταγωνιστικός στην αγορά.

Ωστόσο, η καθυστέρηση προσέγγισης μιας αγοράς στην οποία έχουν ήδη δημιουργηθεί υπάρχοντα δίκτυα μπορεί να είναι δύσκολη (Hill, 2013). Το διεθνές, μεταξύ άλλων, είναι μια περίπτωση διεθνοποίησης όπου τόσο η εταιρεία όσο και η

αγορά είναι πολύ διεθνοποιημένες. Το επίπεδο της διεθνούς γνώσης είναι υψηλό και το ανεπτυγμένο δίκτυο επιτρέπει την εύκολη προσέγγιση άλλων ξένων αγορών (Hollensen, 2007).

2.5 Το εκλεκτικό παράδειγμα ή το πλαίσιο OLI

Το πρότυπο OLI του Dunning, ή εκλεκτική θεωρία της διεθνούς παραγωγής, (Dunning, 1988) είναι μια από τις πιο σημαντικές θεωρίες στη διεθνοποίηση. Το πρότυπο OLI ενσωματώνει τρεις διαφορετικές θεωρίες καθεμία με διαφορετική εστίαση ή ερώτηση. Οι άμεσες ξένες επενδύσεις μπορούν να οριστούν ως εταιρεία από μία χώρα που πραγματοποιεί φυσική επένδυση που παράγει εμπορεύματα απευθείας σε άλλη χώρα.

Σε γενικές γραμμές, οι άμεσες ξένες επενδύσεις μπορεί να θεωρηθούν η ίδρυση μιας επιχειρηματικής οντότητας ή επιχείρησης, όπως θυγατρική ή υποκατάστημα, που εκτελεί μία από τις κύριες λειτουργίες της μητρικής εταιρείας. Οι άμεσες ξένες επενδύσεις μπορεί επίσης να θεωρηθούν ως τρόπος εισόδου που απαιτεί την υψηλότερη δέσμευση πόρων σε σύγκριση με άλλους τρόπους όπως εξαγωγή ή franchise (Hill, 2013).

Μία από τις ανησυχίες στο πλαίσιο των άμεσων ξένων επενδύσεων είναι γιατί οι επιχειρήσεις επιθυμούν να ασκήσουν τις δραστηριότητές τους σε άλλες χώρες, δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις θα επιβαρυνθούν με σημαντικό πρόσθετο κόστος λόγω της κινητοποίησης πόρων, της έλλειψης τοπικών γνώσεων και υποστηρικτικών πόρων και διάφορων κινδύνων που σχετίζονται με διεθνείς εμπορικές συναλλαγές.

Ενώ η άποψη οικονομίας κόστους συναλλαγών εξηγεί καλά το όριο των εταιρειών όσον αφορά το εάν χρησιμοποιούν ή όχι την ιεραρχία για την εσωτερίκευση ορισμένων δραστηριοτήτων συναλλαγών, η εξήγηση που δίνει για τις άμεσες ξένες επενδύσεις δεν είναι ικανοποιητική. Επομένως, ο Dunning πρόσθεσε δύο ακόμη παράγοντες εκτός από τα πλεονεκτήματα εσωτερικοποίησης με βάση το κόστος συναλλαγών, και συγκεκριμένα, τα πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας και τα πλεονεκτήματα τοποθεσίας, για να αντιμετωπιστεί το γιατί, πού και πώς οι ερωτήσεις των άμεσων ξένων επενδύσεων συνδέονται με τα πλεονεκτήματα (Czinkota, 2013).

Το πρότυπο OLI μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να εξηγήσει τις άμεσες ξένες επενδύσεις ή τη διεθνοποίηση στον κατασκευαστικό κλάδο. Για παράδειγμα, η πρόωμη παγκοσμιοποίηση των κατασκευών στις ΗΠΑ κατά τη δεκαετία του 1970, όπως παρατηρήθηκε από τους Ngowi et al. (2005), μπορεί να γίνει κατανοητή από την άποψη Ο-πλεονεκτημάτων των άμεσων ξένων επενδύσεων.

Από την άλλη πλευρά, εάν τα πλεονεκτήματα Ο και L δεν υποδηλώνουν μακροπρόθεσμα κέρδη ή την ετοιμότητα για υψηλή δέσμευση σταθερών επενδύσεων, όπως φαίνεται στις περισσότερες περιπτώσεις, οι κοινοπραξίες που ελέγχονται από μετοχές μπορεί να γίνουν μια προτιμώμενη δομή διακυβέρνησης για να ξεπεραστεί το εμπόδιο εκτέλεσης ενός συγκεκριμένου έργου. Σε αυτήν την περίπτωση, οι πολυεθνικές εταιρείες πρέπει να βασίζονται στα πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας τους, ιδίως τις δυνατότητες διαχείρισης και συντονισμού και τις γνώσεις της ξένης χώρας, για να αξιοποιήσουν πολύτιμους πόρους που ανήκουν στους συνεργάτες τους και να μειώσουν το κόστος συναλλαγής που ενσωματώνεται στη συμφωνία Dunning και Lundan (2008).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3- Στρατηγική εξαγωγών και μέθοδοι εισόδου σε ξένη αγορά

3.1 Εισαγωγή

Σκοπός του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι να μελετήσει τις στρατηγικές εισόδου μία ξένη αγορά. Τέτοιες στρατηγικές μπορεί να είναι οι εξαγωγές, οι άμεσες ξένες επενδύσεις και οι στρατηγικές συμμαχίες. Επίσης, τα κίνητρα των επιχειρήσεων για την είσοδο σε μία νέα αγορά αναλύονται σε αυτό το κεφάλαιο.

3.2 Στρατηγικές εισόδου στην αγορά εξαγωγής

Η απλούστερη μορφή στρατηγικής εισόδου μπορεί να ληφθεί ως εξαγωγή χρησιμοποιώντας μια άμεση ή έμμεση μέθοδο. Οι πιο σύνθετες μορφές μπορεί να περιλαμβάνουν πραγματικά παγκόσμιες δραστηριότητες που μπορεί να περιλαμβάνουν κοινοπραξίες ή ζώνες επεξεργασίας εξαγωγών (Albaum, 2008). Αναφέρθηκε ότι, μια στρατηγική εισόδου στην αγορά αποτελείται από μια είσοδο και ένα σχέδιο μάρκετινγκ. Ο Cunningham (1986) προσδιόρισε πέντε στρατηγικές που χρησιμοποίησαν οι εταιρείες για είσοδο στην ξένη αγορά. Αυτές είναι:

- **Στρατηγική τεχνικής καινοτομίας**

Η στρατηγική τεχνικής καινοτομίας είναι η κατάσταση στην οποία η εταιρεία διαθέτει είτε πραγματικά ανώτερα προϊόντα είτε μπορεί να πείσει τον πελάτη ότι το κάνει. Υψηλό επίπεδο τεχνικής υπηρεσίας μπορεί επίσης να συμπεριληφθεί σε αυτήν τη στρατηγική.

- **Στρατηγική προσαρμογής προϊόντων**

Προσαρμογή προϊόντος είναι η διαδικασία κατά την οποία η τροποποίηση ή οι αλλαγές γίνονται στο υπάρχον προϊόν έτσι ώστε να ταιριάζει σε διαφορετικούς τύπους πελατών ή αγορών. Αυτή η στρατηγική προσαρμογής είναι πιο κατάλληλη και απαραίτητη για τις εταιρείες που εξάγουν το προϊόν τους στη νέα ξένη αγορά. Διασφαλίζει ότι το προϊόν πληροί τις τοπικές πολιτιστικές και κανονιστικές απαιτήσεις. Η στρατηγική προσαρμογής προϊόντων βοηθά στην ελαχιστοποίηση των πόρων για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος. Οι παράγοντες που οδηγούν την υιοθέτηση προϊόντων είναι ο πολιτισμός, η ανάπτυξη της αγοράς, ο ανταγωνισμός και οι νόμοι.

- **Διαθεσιμότητα και στρατηγική ασφάλειας**

Η στρατηγική διαθεσιμότητας και ασφάλειας είναι η διαδικασία όπου η εταιρεία είναι σε θέση να ξεπεράσει τον κίνδυνο μεταφοράς με δύο τρόπους. Το πρώτο είναι παρέχοντας όλες τις υπηρεσίες όπως παράδοση, εγκατάσταση, εξυπηρέτηση και ασφάλεια, ενώ το δεύτερο είναι να πείσει τον πελάτη ότι δεν είναι σημαντικός.

- **Στρατηγική χαμηλών τιμών**

Η στρατηγική χαμηλής τιμολόγησης είναι η στρατηγική τιμολόγησης όπου μια εταιρεία προσφέρει μια σχετικά χαμηλή τιμή για να τονώσει τη ζήτηση και να κερδίσει αξία στα μερίδια αγοράς. Μια εταιρεία χρησιμοποιεί συνήθως αυτήν τη στρατηγική όπου το προϊόν έχει ελάχιστο ή καθόλου ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ή όπου μπορούν να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακας με υψηλότερους όγκους παραγωγής. Σε γενικές γραμμές, η ανάπτυξη χαμηλών τιμών ειδικά για διείσδυση στην αγορά είναι στρατηγική χαμηλών τιμών.

- **Συνολική στρατηγική προσαρμογής και συμμόρφωσης**

Μια συνολική στρατηγική προσαρμογής και συμμόρφωσης είναι η κατάσταση όπου ο ξένος παραγωγός ακολουθεί μια ολιστική προσέγγιση για να κάνει ό, τι μπορεί να χρειαστεί ο πελάτης όσον αφορά το προϊόν, το χειρισμό, την ανάπτυξη και παράδοση. Αυτή η στρατηγική χρειάζεται υψηλό βαθμό διαλειτουργικής συνεργασίας εντός της εταιρείας παροχής καθώς και ισχυρό προσανατολισμό των πελατών.

3.3 Τρόποι εισόδου σε ξένη αγορά

Οι κύριοι τρόποι εισαγωγής μπορούν να κατανέμονται σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες, καθεμία από τις οποίες απαιτεί διαφορετικό επίπεδο δέσμευσης πόρων και παρέχει διαφορετικό επίπεδο ελέγχου. Από το χαμηλότερο επίπεδο ελέγχου και δέσμευσης στο υψηλότερο, αυτές οι κατηγορίες μπορούν να αναφέρονται ως εξής: εξαγωγές, στρατηγικές συμμαχίες και άμεσες ξένες επενδύσεις (Silvestrelli, 2012).

3.3.1 Εξαγωγές

Οι πράξεις που σχετίζονται με τις εξαγωγές απαιτούν χαμηλό βαθμό δέσμευσης και συνεπάγονται χαμηλό επίπεδο κινδύνου, αλλά παρέχουν στον εξαγωγέα χαμηλό

βαθμό ελέγχου. Οι εξαγωγές μπορούν να ταξινομηθούν περαιτέρω σε έμμεσες εξαγωγές, άμεσες εξαγωγές και συνεταιριστικές εξαγωγές (Hollensen, 2007).

Στην περίπτωση των έμμεσων εξαγωγών, η εταιρεία δεν πραγματοποιεί απευθείας τις εξαγωγικές δραστηριότητες, οι οποίες ανατίθενται σε τρίτους. Οι έμμεσες εξαγωγές μπορούν να αναπτυχθούν μέσω της υποστήριξης πέντε βασικών διαμεσολαβητών, του πράκτορα αγорών εξαγωγών όπου είναι ένας πράκτορας που βρίσκεται στη χώρα καταγωγής του εξαγωγέα και ζητάει από του ξένους αγοραστές να αναζητήσουν πιθανούς πωλητές ενός συγκεκριμένου προϊόντος. Επόμενος διαμεσολαβητής είναι ο αντιπρόσωπος που πλησιάζει την εταιρεία και αναλαμβάνει την ευθύνη να εξαγάγει το προϊόν.

Επίσης, ο μεσίτης που είναι ένας πράκτορας που βρίσκεται στη χώρα καταγωγής του εξαγωγέα και έχει την απλή ευθύνη να φέρει μαζί τον εξαγωγέα και τον εισαγωγέα. Τέταρτος διαμεσολαβητής είναι η εταιρεία διαχείρισης εξαγωγών / οίκος εξαγωγής που προσλαμβάνονται από την εταιρεία του εξαγωγέα για την άσκηση της εξαγωγικής δραστηριότητας στο όνομά της.

Τέλος, η εμπορική εταιρεία, βοηθάει την εταιρεία εξαγωγής η οποία αποφασίζει να βασιστεί σε μια μεγαλύτερη εταιρεία που δραστηριοποιείται ήδη σε ξένη αγορά, η οποία θα ενεργεί ως αντιπρόσωπος ή θα αγοράσει τα προϊόντα της εταιρείας για να τα πουλήσει μέσω των εξαγωγικών της εγκαταστάσεων. Κατά την εκτέλεση άμεσων εξαγωγικών δραστηριοτήτων, η εταιρεία συμμετέχει άμεσα στη διαδικασία εξαγωγής. Στις άμεσες εξαγωγές, η εταιρεία εξαγωγής μπορεί να βασιστεί στη βοήθεια των διανομέων που ονομάζονται επίσης εισαγωγείς των αντιπροσώπων (Hill, 2013).

Οι διανομείς είναι ανεξάρτητες εταιρείες που βρίσκονται στη στοχευμένη ξένη αγορά που εισάγουν το προϊόν και στη συνέχεια το πωλούν. Παίρνουν τον τίτλο του καλού και έχουν την ελευθερία να καθορίσουν τους όρους πώλησης. Συνήθως οι διανομείς διαθέτουν την αποκλειστικότητα στην πώληση του προϊόντος σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Οι αντιπρόσωποι είναι ανεξάρτητες εταιρείες που πωλούν το αγαθό στην ξένη αγορά για λογαριασμό του εξαγωγέα, η οποία εξακολουθεί να έχει την ευθύνη να διαχειρίζεται τη συναλλαγή (Hill, 2013).

Οι συμφωνίες αντιπροσώπων μπορούν να είναι αποκλειστικές, ημι-αποκλειστικές ή μη αποκλειστικές σύμφωνα με τις προτιμήσεις των μερών. Εάν η συμφωνία είναι

αποκλειστική, ο αντιπρόσωπος διαθέτει αποκλειστικό δικαίωμα πώλησης σε ορισμένες εδάφη, εάν είναι ημι-αποκλειστική, ο αντιπρόσωπος ασχολείται με άλλα προϊόντα που δεν ανταγωνίζονται με αυτά της εταιρείας. Εάν δεν είναι αποκλειστική, οι αντιπρόσωποι ασχολούνται με διάφορα προϊόντα που ενδέχεται επίσης να ανταγωνίζονται τα προϊόντα της εταιρείας.

3.3.2 Στρατηγικές συμμαχίες

Οι εταιρείες υιοθετούν ενδιάμεσους τρόπους εισόδου όταν αποφασίζουν να μην ικανοποιήσουν την ξένη ζήτηση μέσω της εγχώριας παραγωγής και να επεκταθούν μέσω μιας εξωτερικής ανάπτυξης (Jeffs, 2009). Αυτό το είδος τρόπου εισόδου επιλέγεται συνήθως από εταιρείες που διαθέτουν ένα ορισμένο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που διαφορετικά δεν θα μπορούσε να αξιοποιηθεί λόγω της έλλειψης πόρων στην εγχώρια εταιρεία.

Οι ενδιάμεσοι τρόποι εισόδου συνεπάγονται τη μεταφορά γνώσεων και δεξιοτήτων μεταξύ των εμπλεκόμενων εταιρειών και οι πιο κοινές μορφές είναι (Hollensen, 2007):

✓ Κατασκευή συμβολαίων

Η παραγωγή ανατίθεται σε εξειδικευμένο τρίτο μέρος, ενώ η εταιρεία μπορεί να επικεντρωθεί στην ανάπτυξη βασικών δραστηριοτήτων όπως έρευνα και ανάπτυξη, ή μάρκετινγκ. Αυτό επιτρέπει στην εταιρεία να επωφεληθεί από μια σταθερή ευελιξία, παρόλο που η εταιρεία χάνει τον έλεγχο της παραγωγής, υποδηλώνοντας τον κίνδυνο ότι ο κατασκευαστής δεν πληροί τα πρότυπα παραγωγής της εταιρείας.

✓ Αδειοδότηση

Η παραγωγή ανατίθεται σε αλλοδαπό κατασκευαστή, τον λεγόμενο δικαιούχο, από την τοπική εταιρεία, που είναι ο δικαιοπάροχος. Αυτή η φόρμα είναι παρόμοια με την κατασκευή της σύμβασης, αλλά απαιτεί υψηλότερα επίπεδα δέσμευσης και ευθύνης από τον δικαιοπάροχο, το οποίο μεταβιβάζει στον κάτοχο της άδειας το δικαίωμα χρήσης συγκεκριμένου διπλώματος ευρεσιτεχνίας, τεχνογνωσίας που δεν υπόκειται σε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας, ή συμβουλές και βοήθεια μάρκετινγκ και τη χρήση ενός σήματος.

✓ **Franchising**

Είναι η κατάσταση κατά την οποία ο δικαιοπάροχος πωλεί στον δικαιοδόχο ένα συγκεκριμένο δικαίωμα, το οποίο μπορεί να διαφέρει από το απλό δικαίωμα χρήσης εμπορικής επωνυμίας έως το δικαίωμα χρήσης επιχειρηματικής ιδέας. Υπάρχουν δύο μεγάλα είδη franchising: το πρώτο αποτελείται από το franchising του προϊόντος και της εμπορικής επωνυμίας, όπου ο franchisor μεταφέρει στον δικαιοδόχο το δικαίωμα πώλησης των προϊόντων του χρησιμοποιώντας την εμπορική επωνυμία, το εμπορικό σήμα και τη σειρά προϊόντων του δικαιοπάροχου.

Η δεύτερη περίπτωση είναι το franchising διεθνούς επιχειρηματικής μορφής, που σημαίνει ότι η εταιρεία που στοχεύει να εισέλθει στην ξένη αγορά (ο δικαιοπάροχος) μεταβιβάζει σε μια οντότητα στην ξένη χώρα συγκεκριμένη επιχειρηματική μορφή. Η μορφή της επιχείρησης συντίθεται, για παράδειγμα, από εμπορικά σήματα, πνευματικά δικαιώματα, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, σχέδια, εμπορικά μυστικά, τεχνογνωσία και επιτρέπει στην οντότητα στην ξένη χώρα να ιδρύσει μια επιχείρηση και να την εκτελέσει κερδοφόρα σύμφωνα με τις οδηγίες του δικαιοπάροχου και σύμφωνα τον έλεγχο του δικαιοπάροχου (Hill, 2013).

Το franchising επιτρέπει τον συνδυασμό των πλεονεκτημάτων των δύο ειδών οντοτήτων που εμπλέκονται, δηλαδή τη δυνατότητα του δικαιοπάροχου να φτάσει σε οικονομίες κλίμακας και στις τοπικές γνώσεις του δικαιοδόχου. Οι κοινοπραξίες μπορούν να είναι δύο ειδών. Σε μια κοινοπραξία μετοχών, οι συνεργάτες δημιουργούν μια κοινή επιχείρηση με ξεχωριστή προσωπικότητα και η οποία ανήκει και ελέγχεται και από τους δύο επενδυτές (Hill, 2013). Αντίθετα, μια συμβατική κοινοπραξία είναι μια εταιρική σχέση όπου οι εταίροι μοιράζονται τον κίνδυνο και το κόστος της επένδυσης, καθώς και το μακροπρόθεσμο κέρδος, αλλά χωρίς τη δημιουργία τρίτης οντότητας.

3.3.3 Άμεσες ξένες επενδύσεις

Οι άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) είναι μία κατηγορία διασυνοριακών επενδύσεων που πραγματοποιούνται από έναν κάτοικο μιας οικονομίας που είναι ο άμεσος επενδυτής, με στόχο τη δημιουργία μόνιμου ενδιαφέροντος για μια επιχείρηση που είναι η επιχείρηση άμεσων επενδύσεων, που κατοικεί σε μια άλλη οικονομία από αυτή του άμεσου επενδυτή (ΟΟΣΑ, 2008). Η επένδυση κατηγοριοποιείται ως ΑΞΕ

όταν ο άμεσος επενδυτής κατέχει τουλάχιστον το 10% της ψήφου της επιχείρησης των άμεσων επενδύσεων (Hill, 2013).

Οι εταιρείες που μπορούν να ταξινομηθούν ως επιχειρήσεις άμεσων επενδύσεων ενδέχεται να ενταχθούν σε έναν από τους ακόλουθους ομίλους (ΟΟΣΑ, 2008):

- ✓ **Θυγατρικές εταιρείες:** είναι εταιρείες που ελέγχονται από τον άμεσο επενδυτή και κατέχουν πάνω από το 50% της ψήφου της θυγατρικής. Συνήθως οι θυγατρικές έχουν ξεχωριστό νομικό πρόσωπο από αυτό της μητρικής τους εταιρείας.
- ✓ **Συνεργάτες:** ο άμεσος επενδυτής που κατέχει μεταξύ 10% και 50% της ψήφου.
- ✓ **Οι οιονεί εταιρείες:** είναι μη εταιρίες που ανήκουν ουσιαστικά στο 100% από τους ιδιοκτήτες τους, αλλά λειτουργούν σαν να ήταν ξεχωριστή οντότητα. Οι οιονεί εταιρείες παράγουν αγαθά και υπηρεσίες σε μια οικονομία διαφορετική από τη δική τους, αλλά δεν δημιουργούν ξεχωριστές νομικές εταιρείες στη χώρα υποδοχής (ΟΟΣΑ, 2008).

Ο ορισμός συγκριτικής αξιολόγησης του ΟΟΣΑ για τις άμεσες ξένες επενδύσεις (2008) εξατομίκευσε τέσσερις βασικούς τύπους πράξεων που μπορούν να θεωρηθούν ως άμεσες ξένες επενδύσεις:

- 1) Αγορά / πώληση υφιστάμενων ιδίων κεφαλαίων υπό μορφή συγχωνεύσεων και εξαγορών
- 2) επενδύσεις στο πράσινο
- 3) επέκταση κεφαλαίου (πρόσθετες νέες επενδύσεις) και
- 4) χρηματοοικονομική αναδιάρθρωση.

Πιο συγκεκριμένα, όταν μια εταιρεία εισέρχεται σε μια ξένη αγορά μέσω της ίδρυσης μιας άλλης μονάδας, μπορεί είτε να πραγματοποιήσει μια απόκτηση μέσω της οποίας αποκτάται μια υπάρχουσα εταιρεία, είτε να καθιερώσει τις δικές της δραστηριότητες από το μηδέν. Μέσω εξαγορών, η αποκτώσα εταιρεία έχει τη δυνατότητα να εισέλθει γρήγορα και αποτελεσματικά στην αγορά, δεδομένου ότι αποκτά πρόσβαση στο ήδη

καθιερωμένο κανάλι διανομής, βάση πελατών, επωνυμίας και φήμης της εξαγοραζόμενης εταιρείας.

Ένα άλλο πλεονέκτημα για την αποκτώσα εταιρεία προκύπτει εάν οι βασικές διευθυντικές θέσεις της εξαγοραζόμενης εταιρείας παραμένουν παρούσες παρέχοντας τις γνώσεις και την εμπειρία τους σχετικά με την τοπική αγορά. Μερικές φορές, εάν η αγορά είναι κορεσμένη, οι εταιρείες που στοχεύουν να εισέλθουν σε μια συγκεκριμένη αγορά δεν έχουν άλλον τρόπο από την είσοδό τους στην αγορά.

Ωστόσο, παρά τα οφέλη αυτά, η απόκτηση μιας ξένης εταιρείας ενδέχεται να συνεπάγεται συγκρούσεις και προβλήματα συντονισμού μεταξύ του τοπικού και του αλλοδαπού της ομάδας. Για να αποφευχθούν αυτές οι δυσκολίες, οι εταιρείες θα μπορούσαν να επιλέξουν να εγκαταστήσουν τις δραστηριότητές τους μέσω μιας επένδυσης που επιτρέπει την κατασκευή πρωτοποριακών εγκαταστάσεων που μπορούν να προσαρμοστούν στις συγκεκριμένες ανάγκες της εταιρείας (Hollensen, 2007).

Οι κύριοι λόγοι για τους οποίους μια εταιρεία μπορεί να αποφασίσει να δεσμευτεί σε ΑΞΕ είναι δύο. Αρχικά η στρατηγική της μπορεί να είναι αυτή που θα εξοικονομήσει κόστος παραγωγής. Σε αυτήν την περίπτωση, η εταιρεία αναπτύσσει οριζόντιες ΑΞΕ, δηλαδή διεθνοποιεί εντοπίζοντας την παραγωγή κοντά στην αγορά στοχεύει στην εξυπηρέτηση ενώ οι δραστηριότητες και οι φάσεις παραγωγής που έχουν μετεγκατασταθεί είναι οι ίδιες που πραγματοποιεί η εταιρεία στην εγχώρια αγορά της (Kamaly, 2014).

Δεύτερον, η άλλη κατάσταση κατά την οποία μια συγκεκριμένη εταιρεία μπορεί να αποφασίσει να δεσμευτεί για ΑΞΕ αυξάνεται όταν χρειάζεται κατακερματισμός και διάδοση των διαφορετικών φάσεων παραγωγής σε περισσότερες από μία χώρες. Σε αυτήν την περίπτωση η εταιρεία επιλέγει κάθετες ΑΞΕ.

3.4 Κίνητρα για είσοδο σε ξένη αγορά

Ένας οργανισμός δεν θα κάνει το βήμα της επέκτασης εκτός εάν υπάρχουν ερεθίσματα που βρίσκονται πίσω από την απόφαση να το πράξει. Σε αυτήν την περίπτωση, η κατανόηση του λόγου που οδηγεί τις βιομηχανίες να γίνουν διεθνείς είναι ένα σημαντικό βήμα που πρέπει να ληφθεί υπόψη πότε, πού και η διαδικασία

για τον τρόπο επέκτασης ή εισόδου των οργανισμών σε νέες αγορές πέρα από τα σύνορα. Σύμφωνα με την έννοια που εισήχθη από τον Czinkota (2013) τα κίνητρα για την επέκταση σε ξένες αγορές χωρίζονται σε προληπτικά και σε αντιδραστικά.

3.4.1 Προληπτικά κίνητρα

Προληπτικό κίνητρο σημαίνει την πράξη εφαρμογής ενός νέου στρατηγικού σχεδίου σε έναν οργανισμό για την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων αγοράς ή του πλεονεκτήματος της αγοράς. Αυτή η κατηγορία εταιρειών είναι επίσης γνωστό ότι πηγαίνει στο εξωτερικό επειδή το θέλει, ενώ τα αντιδραστικά κίνητρα αντιπροσωπεύονται από οργανισμούς που μπορούν εύκολα να προσαρμοστούν στις αλλαγές και την πίεση που ασκείται γενικά από το περιβάλλον. Αυτή η κατηγορία εταιρειών επεκτείνεται διεθνώς, διότι αυτό που χρειάζεται να γίνει είναι το αντίθετο της προληπτικής (Hill, 2013).

Στην κατηγορία των προληπτικών κινήτρων, το κέρδος είναι μια από τις κύριες κινητήριες δυνάμεις που τους κάνει να σκεφτούν να πάνε στο εξωτερικό. Σε αυτήν την περίπτωση οι εταιρείες θεωρούν αυτό το βήμα εισόδου σε νέες αγορές ως μέσο για να κερδίσουν περισσότερα κέρδη ή πηγή πρόσθετου κέρδους από τις πωλήσεις (Hill, 2013).

Ένα άλλο προληπτικό ερέθισμα που είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί σύμφωνα με τον (Czinkota, 2013), είναι οι αποκλειστικές πληροφορίες για την αγορά που σημαίνει την πραγματοποίηση σταθερής έρευνας και την απόκτηση αρκετών γνώσεων σχετικά με τους πελάτες στο εξωτερικό και την κατάσταση της αγοράς αυτήν τη στιγμή. Αυτές οι γνώσεις θα μπορούσαν να αποκτηθούν από διαφορετικά είδη πηγών ή από προηγούμενες προσπάθειες εταιρειών.

3.4.2 Αντιδραστικά κίνητρα

Ένας από τους αντιδραστικούς παράγοντες που χρησιμοποιούνται συχνότερα από τις επιχειρήσεις όταν εισέρχονται σε μια νέα αγορά είναι η ανταγωνιστικότητα. Οι εταιρείες θα φοβούνται να μην χάσουν την εγχώρια αγορά από ανταγωνιστές που έχουν κερδίσει από οικονομίες κλίμακας ή πιθανώς να ανησυχούν να μην χάσουν την ξένη αγορά από ανταγωνιστές που ήδη ενδιαφέρονται για αυτές τις αγορές λόγω των ανταγωνιστικών πιέσεων.

Η κατάσταση υπερπαραγωγής είναι ένα από τα αντιδραστικά κίνητρα που κάνουν τις επιχειρήσεις να σκεφτούν να εισέλθουν σε νέες αγορές. Η ξένη αγορά είναι μια λεωφόρος που δημιουργεί ένα κατάστημα με πλεονάζοντα προϊόντα για να τα διαχειρίζονται αποτελεσματικά ή για να κάνουν χρήση του εξοπλισμού τους (Hill, 2013). Επιπλέον, τα κίνητρα που αναφέρονται παραπάνω έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό που θεωρείται ως προσωρινή λύση σε μια ξένη αγορά που μπορεί να οδηγήσει σε γρήγορη είσοδο αλλά και να αποσυρθεί γρήγορα ή να καταλήξει αμέσως σε τερματισμό.

Οι εταιρείες παρατήρησαν ότι η εγχώρια ζήτησή της έχει ανακτηθεί ή ότι δεν προετοιμάστηκαν αρκετά καλά. Σταθερές ή φθίνουσες εγχώριες πωλήσεις και κορεσμένη αγορά είναι επίσης μεταξύ των παραγόντων που κάνουν τις επιχειρήσεις να εξετάσουν το ενδεχόμενο να αναζητήσουν ευκαιρίες στο εξωτερικό ή σε ξένες αγορές.

Μια μικρή αγορά με χαμηλή δυνητική ζήτηση ή που δεν θα μπορούσε να καλύψει ορισμένες οικονομίες κλίμακας θα εξετάσει το ενδεχόμενο να πραγματοποιήσει εξαγωγές. Η κορεσμένη εγχώρια αγορά ανάλογα με τον όγκο του μεριδίου αγοράς που σχετίζεται με τις πωλήσεις έχει κάποιο είδος σχέσης προκειμένου να παρατείνει τον κύκλο ζωής του προϊόντος και της εταιρείας τους στο σύνολό της (Czinkota, 2013).

3.5 Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή εισόδου στο εξωτερικό

Το εσωτερικό περιβάλλον που επηρεάζει την επιλογή του μελλοντικού τρόπου εισόδου, όπως το εταιρικό μέγεθος, η διεθνής εμπειρία και τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, είναι εσωτερικοί παράγοντες. Ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν άμεσα την επιλογή τρόπου εισόδου είναι το μέγεθος της εταιρείας. Οι μικρές επιχειρήσεις με περιορισμένο κεφάλαιο και πόρους έχουν μεγαλύτερο κίνδυνο στη διεθνή αγορά λόγω του υψηλού ανταγωνισμού με μια μεγαλύτερη εταιρεία με τεράστιους πόρους και κεφάλαια.

Αυτό αυξάνει τις πιθανότητες αποτυχίας και αφερεγγυότητας ολόκληρης της εταιρείας. Επομένως, οι μικρές εταιρείες προτιμούν τους τρόπους εισαγωγής εξαγωγής στην αρχή και αργότερα εξετάζουν το ενδεχόμενο χρήσης ιεραρχικής λειτουργίας κατά την ανάπτυξη της εταιρείας (Czinkota, 2013). Ενώ, οι μεγάλες

επιχειρήσεις μπορούν να επενδύσουν τεράστιους πόρους, γνώσεις και κεφάλαια και να ανταγωνιστούν με άλλες ΜΜΕ και μικρές επιχειρήσεις, γεγονός που μειώνει τους κινδύνους στη διεθνή αγορά.

Η διεθνής εμπειρία δείχνει την ικανότητα των επιχειρήσεων να ενσωματωθούν στη νέα αγορά. Μια εταιρεία με υψηλή εμπειρία μπορεί εύκολα να μειώσει το κόστος και την αβεβαιότητα. Καθώς η εμπειρία αυξάνεται, η εταιρεία γίνεται όλο και μεγαλύτερη και μπορεί να διαχειρίζεται ξένες δραστηριότητες και να επιτυγχάνει υψηλότερο κέρδος στη διεθνή αγορά μειώνοντας τους κινδύνους και την αβεβαιότητα. Έτσι, αυτά τα είδη εταιρειών επιθυμούν να κάνουν άμεσες επενδύσεις παρά να χρησιμοποιούν εξαγωγές. Και λόγω της έλλειψης διεθνούς εμπειρίας, οι ΜΜΕ και άλλες μικρές επιχειρήσεις επιλέγουν πράκτορες εξαγωγών με διεθνή εμπειρία (Albaum, 2011).

Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος είναι ένας άλλος πιο σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή τρόπου εισόδου. Η μοναδικότητα και οι προσφορές του προϊόντος διαφοροποιούν την εταιρεία από το προϊόν άλλων ανταγωνιστών. Η απόδοση του προϊόντος περιγράφει την απαίτηση συντήρησης για το προϊόν. Τα προϊόντα πολυτελείας υψηλής αξίας εξάγονται άμεσα, προκειμένου να διατηρηθεί ο έλεγχος της παραγωγής και από την άλλη πλευρά, τα προϊόντα που είναι δαπανηρά για εξαγωγή χρησιμοποιούν συμφωνίες αδειοδότησης για την ελαχιστοποίηση του κόστους μεταφοράς (Hill, 2013).

Οι εξωτερικοί παράγοντες περιλαμβάνουν κοινωνικοπολιτισμική διαφορά, αγορά, παραγωγή και περιβαλλοντικούς παράγοντες όπως πολιτικούς, οικονομικούς και κοινωνικούς πολιτιστικούς παράγοντες, τόσο από τη χώρα της αγοράς στόχου όσο και από τη χώρα καταγωγής. Ο παράγοντας αυτός περιλαμβάνει τον βαθμό κινδύνου και τον ανταγωνισμό στην αγορά-στόχο, τα εμπόδια στο εμπόριο και τους διαθέσιμους μεσάζοντες. Και όλοι αυτοί οι παράγοντες δεν ελέγχονται ή επηρεάζονται από την εταιρεία.

Εάν οι κοινωνικοπολιτισμικές διαφορές μεταξύ της χώρας καταγωγής και της χώρας υποδοχής όπως η γλώσσα, ο πολιτισμός, η τεχνολογία, το επίπεδο εκπαίδευσης και το ανθρώπινο δυναμικό είναι ίδιες ή παρόμοιες τότε είναι καλύτερη ιδέα για

οποιαδήποτε επιχείρηση να επιλέξει τον τρόπο άμεσης ή έμμεσης εξαγωγής ή κοινοπραξίας (Czinkota, 2013).

Και αν η εταιρεία προτιμά να επιλέξει τον ιεραρχικό τρόπο σε τέτοια κατάσταση, τότε θα υπάρξει απώλεια χρόνου, πόρων και δεξιοτήτων δυνητικού εργατικού δυναμικού. Το μέγεθος της αγοράς και η ανάπτυξή του είναι ένας άλλος βασικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή του τρόπου εισόδου. Γενικά, σε μικρότερες χώρες το μέγεθος της αγοράς είναι επίσης μικρό, και οι πιθανές ευκαιρίες και η διαθεσιμότητα των πόρων είναι επίσης μικρότερες.

Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρεία προτιμά να εισέλθει σε αγορά όπως η εξαγωγή και η αδειοδότηση λόγω χαμηλού κινδύνου και αβεβαιότητας. Παρομοίως, η είσοδος στην ευρύτερη αγορά σε μεγάλη χώρα με ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά και υψηλούς πόρους απαιτεί τον τρόπο εισόδου από ιεραρχικούς τρόπους όπως οι θυγατρικές (Czinkota, 2013). Αυτό βοηθά στον έλεγχο της παραγωγής της εταιρείας.

Ο παράγοντας παραγωγής αναφέρεται στην ποιότητα, την ποσότητα και το κόστος των πρώτων υλών, της εργασίας, της ενέργειας και άλλων οικονομικών υποδομών στη χώρα υποδοχής. Αυτά τα πράγματα έχουν μεγάλη επιρροή στην επιλογή της απόφασης εισόδου. Εάν το κόστος παραγωγής είναι μικρότερο στη χώρα υποδοχής, ενθαρρύνει την τοπική παραγωγή και όχι την εξαγωγή.

Η διαδικασία της παγκοσμιοποίησης αντιπροσωπεύει μία από τις πιο σημαντικές τάσεις που επιταχύνουν την ταχεία ανάπτυξη των παγκόσμιων στρατηγικών. Οι εταιρείες που θέλουν να διεθνοποιηθούν πρέπει να αποφασίσουν για τον κατάλληλο τρόπο εισόδου σε ένα ξένη αγορά προκειμένου να αξιοποιήσουν καλύτερα τους πόρους τους. Ως εκ τούτου, οι εταιρείες εισέρχονται σε διεθνείς αγορές για πολλούς λόγους, όπως (Hill, 2013):

- ✓ Οι ξένες αγορές αναπτύσσονται ταχύτερα από τις εγχώριες αγορές.
- ✓ Προστατεύουν τον εαυτό τους.
- ✓ Αναζήτηση μεγαλύτερου όγκου πωλήσεων προκειμένου να επιτευχθεί χαμηλό κόστος.

3.6 Απόδοση της στρατηγικής εισόδου σε ξένη αγορά

Η επίτευξη επιτυχημένης εξαγωγικής απόδοσης βρίσκεται στο επίκεντρο της στρατηγικής διαδικασίας λήψης αποφάσεων για τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων εταιρικής και δημόσιας πολιτικής. Για τις εταιρείες, η επιτυχία των εξαγωγικών επιδόσεων δείχνει το βαθμό στον οποίο οι στόχοι της επιχείρησης, τόσο οικονομικοί όσο και μη οικονομικοί, επιτυγχάνονται σε διεθνές πλαίσιο σε μια δεδομένη χρονική στιγμή και αντικατοπτρίζει την καταλληλότητα της επιλεγμένης εξαγωγικής στρατηγικής για να ανταποκριθεί επιτυχώς στην σταθερές και περιβαλλοντικές συνθήκες (Hill, 2013).

Δεδομένου ότι η εξαγωγή είναι μια στρατηγική επιλογή για μια επιχείρηση, οι στόχοι μπορούν να διαφέρουν πολύ μεταξύ επιχειρήσεων, βιομηχανιών, εθνικών πλαισίων και χρονικών οριζόντων. Κατά συνέπεια, υπάρχει μία πληθώρα δεικτών απόδοσης εξαγωγών που χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία εξαγωγής. Για παράδειγμα, οι Katsikeas et al. (2000), στην ανάλυσή τους για 100 άρθρα σχετικά με τις εξαγωγές, εντόπισαν 42 διαφορετικούς δείκτες απόδοσης.

Λίγα χρόνια αργότερα ο Sousa (2004), στην ανάλυσή του σχετικά με τις εξαγωγικές επιδόσεις που δημοσιεύθηκαν μεταξύ 1998 και 2004, προσδιόρισε 50 διαφορετικούς δείκτες απόδοσης. Η εκτεταμένη σειρά δεικτών που χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία για τις εξαγωγικές επιδόσεις αντικατοπτρίζει τις δυσκολίες πρόσβασης στα δεδομένα των εξαγωγικών επιδόσεων, καθώς και τη συνεχιζόμενη αναζήτηση για συνεπή και ολοκληρωμένα μέτρα.

Η επιλογή του τρόπου εισόδου έχει γίνει μια κρίσιμη στρατηγική απόφαση για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν στις διεθνείς αγορές, καθώς θα έχει σημαντική επιρροή στη μελλοντική επιχειρηματική επιτυχία τους (Peinado και Barber, 2006). Οι στρατηγικές εισόδου στην αγορά επηρεάζουν την επιχειρηματική απόδοση στο πλαίσιο των μεταποιητικών βιομηχανιών (Kirca, 2005).

Η επιλογή των σωστών στρατηγικών εισόδου είναι ένα από τα βασικά σημεία του διεθνούς μάρκετινγκ. Αυτές οι στρατηγικές επηρεάζουν την απόδοση και τη διάρκεια της μέσω του καθορισμού της μεθόδου και της κατανομής των βασικών πόρων (Ekeledo και Sivakumar, 1998). Η απόδοση του τρόπου εισόδου ορίζεται σε όρους αποδοτικότητας ή κερδοφορίας.

Τα μη κερδοσκοπικά κίνητρα, όπως η ανάπτυξη πόρων και γνώσεων ή οι στρατηγικές κινήσεις ενάντια στους ανταγωνιστές, υποτίθεται ότι αντικατοπτρίζονται μακροπρόθεσμα στο κέρδος. Η αποδοτικότητα εξαρτάται από το κόστος και τα έσοδα (Wilkinson και Nguyen, 2003). Επιπλέον, ορισμένες από τις έρευνες δείχνουν ότι οι στρατηγικές εισόδου επηρεάζουν την απόδοση των εξαγωγών καθορίζοντας το επίπεδο ελέγχου, το επίπεδο κινδύνου και το μερίδιο της εταιρείας σε ξένες αγορές και καταλήγουν στην επιτυχία ή την αποτυχία της εταιρείας (Karkkainen, 2005, Shi et al., 2002).

Η μελέτη των McDougall και Oniatt (1996) σε ένα δείγμα 62 νέων κατασκευαστικών εταιρειών στις ΗΠΑ αποκάλυψε ότι οι επιχειρήσεις που είχαν αυξήσει τις διεθνείς πωλήσεις, σε σύγκριση με εκείνες που δεν είχαν, εμφάνισαν ανώτερη απόδοση τόσο από πλευράς σχετικού μεριδίου αγοράς όσο και απόδοσης επένδυσης (ROI). Ωστόσο, η μελέτη τους διεξήχθη μόνο σε περίοδο 2 ετών και επικεντρώθηκε αποκλειστικά σε ένα σχετικά μικρό δείγμα κατασκευαστικών εταιρειών.

3.7 Καθοριστικοί παράγοντες της απόδοσης του μάρκετινγκ εξαγωγής

Σε γενικές γραμμές, οι καθοριστικοί παράγοντες της απόδοσης των εξαγωγών θεωρούνται εσωτερικές επιδράσεις για συγκεκριμένες επιχειρήσεις και εξωτερικές, περιβαλλοντικές επιδράσεις (Katsikeas et al., 2000, Sousa et al., 2008). Το εσωτερικό / εξωτερικό χάσμα αντιστοιχεί στις δύο θεωρητικές προσεγγίσεις που υποστηρίζει το μεγαλύτερο μέρος της εμπειρικής έρευνας της εξαγωγικής απόδοσης.

Οι υποστηρικτές της βασισμένης στην προβολή πόρων υποδηλώνουν ότι η εκμετάλλευση ιδιοσυγκρασιακών, ακίνητων στρατηγικών πόρων που ανήκουν ή ελέγχονται από μια εταιρεία είναι η πηγή της ανώτερης απόδοσης (Penrose, 1959, Wernerfelt, 1984). Η σημασία των εξωτερικών καθοριστικών παραγόντων υποστηρίζεται από τη θεωρία έκτακτης ανάγκης, που βασίζεται στο πλαίσιο δομής-συμπεριφοράς-απόδοσης της βιομηχανικής οργάνωσης (Cavusgil και Zou, 1994).

Αυτή η θεωρία υποστηρίζει ότι μια επιχείρηση πρέπει να προσαρμοστεί στις εξωτερικές περιβαλλοντικές πιέσεις για να επιβιώσει και να ευημερήσει. Η ανώτερη εξαγωγική απόδοση είναι αποτέλεσμα της επιτυχούς στρατηγικής απόκρισης μιας εταιρείας στους εξωτερικούς παράγοντες (Robertson και Chetty, 2000). Οι

εξωτερικές επιρροές ορίζονται ως ειδικές για το περιβάλλον και ως εκ τούτου είναι διαχειριστικά ανεξέλεγκτες.

Οι εξωτερικοί καθοριστικοί παράγοντες ταξινομούνται γενικά ως συγκεκριμένοι για τη βιομηχανία και για την αγορά. Οι βιομηχανικοί συγκεκριμένοι παράγοντες αναφέρονται στην τεχνολογική ένταση του κλάδου και στο επίπεδο αστάθειας. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τις εξαγωγικές επιδόσεις στις εγχώριες αγορές διαφέρουν από εκείνους στις ξένες αγορές. Η ευθύνη του αλλοδαπού αυξάνει το κόστος επιχειρηματικής δραστηριότητας στο εξωτερικό λόγω νομικών, οικονομικών και πολιτιστικών διαφορών.

Οι νομικοί και πολιτικοί παράγοντες και η πολιτιστική ομοιότητα είναι παράγοντες που αναφέρονται περισσότερο ως εξωτερικοί καθοριστικοί παράγοντες της εξαγωγικής απόδοσης. Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα χαρακτηριστικά της εγχώριας αγοράς ως δυνητικοί καθοριστικοί παράγοντες της εξαγωγικής απόδοσης, εντοπίζουν δύο βασικούς δύο καθοριστικούς παράγοντες την εξαγωγική βοήθεια και την εχθρότητα στο περιβάλλον τα οποία μπορούν να επηρεάσουν την απόδοση της εξαγωγής σε μία άλλη χώρα (Hill, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4- Οι εξαγωγές του ελληνικού αγροτικού τομέα και πολιτικές ανάπτυξης

4.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε τις εισαγωγές και τις εξαγωγές που έχουν γίνει στην Ελλάδα στον αγροτικό τομέα. Επιπλέον, οι κορυφαίες εξαγωγές παρουσιάζονται στο κεφάλαιο αυτό. Επίσης, θα αναφερθούμε στα αναπτυξιακά προγράμματα και στην κοινή γεωργική πολιτική που εφαρμόζεται σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

4.2 Οι ελληνικές εισαγωγές και εξαγωγές

Η Ελλάδα εισάγει σημαντικά περισσότερα τρόφιμα και ποτά από ό, τι εξάγει. Τα προϊόντα με καλές δυνατότητες πώλησης περιλαμβάνουν τυρί, κρέας, αλκοολούχα ποτά, βιολογικά τρόφιμα, γαλακτοκομικά προϊόντα, μερικά εξωτικά φρούτα, φρούτα εκτός εποχής και συστατικά για τους τομείς της εγχώριας επεξεργασίας τροφίμων και των ζαχαροπλαστικών / παγωτού.

Η Ελλάδα πραγματοποιεί τις μεγαλύτερες εισαγωγές σε διάφορα διατροφικά προϊόντα, κυρίως εκείνα που δεν παράγει σε επαρκή ποσότητα και σε είδη κρέατος. 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 νέες ανερχόμενες δυνάμεις που εμφανίζονται στο παγκόσμιο στερέωμα (Γκέκας, 2017).

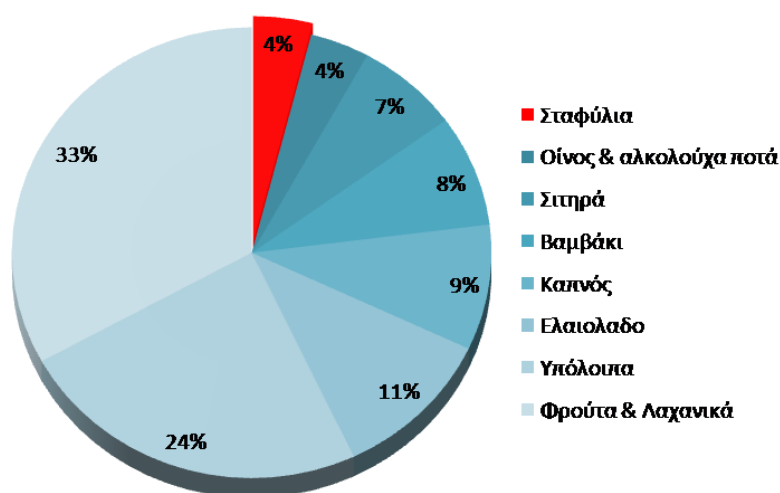
Οι κορυφαίοι προμηθευτές γεωργικών προϊόντων διατροφής στην ελληνική αγορά είναι οι Κάτω Χώρες (1,1 δισεκατομμύρια δολάρια), η Γερμανία (943 εκατομμύρια δολάρια), η Ιταλία (751 εκατομμύρια δολάρια), η Βουλγαρία (688 εκατομμύρια δολάρια) και η Γαλλία (643 εκατομμύρια δολάρια). Οι κορυφαίες αγορές για τα προϊόντα της Ελλάδας είναι η Ιταλία (1,3 δισ. Δολάρια), η Γερμανία (926 εκατ. Δολάρια), το Ηνωμένο Βασίλειο (447 εκατ. \$), Οι Ηνωμένες Πολιτείες (409 εκατ. \$) και η Βουλγαρία (346 εκατ. \$) (Export, 2019).

Οι κορυφαίες εισαγωγές γεωργικών προϊόντων διατροφής στην Ελλάδα περιλαμβάνουν τυρί (430 εκατομμύρια δολάρια), βόειο κρέας (281 εκατομμύρια δολάρια), χοιρινό (259 εκατομμύρια δολάρια) και παρασκευάσματα διατροφής (198

εκατομμύρια δολάρια), ενώ το ελαιόλαδο (636 εκατομμύρια δολάρια), το τυρί (521 εκατομμύρια δολάρια) και οι ελιές (514 εκατομμύρια) κυριαρχούν στις γεωργικές εξαγωγές της Ελλάδας, ακολουθούμενες από βαμβάκι (397 εκατομμύρια δολάρια), τσιπούρα (292 εκατομμύρια δολάρια) και κονσερβοποιημένα ροδάκινα (264 εκατομμύρια δολάρια).

Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι την τελευταία δεκαετία το μερίδιο του ελληνικού αγροτικού κλάδου στην παγκόσμια αγορά έχει μειωθεί από 24% σε 20%. Δεδομένου ότι η Ελλάδα δεν μπορεί να ανταγωνιστεί σε χαμηλό κόστος, θα πρέπει να εισάγει καινοτομίες στον αγροτικό κλάδο ώστε να μπορεί να είναι ανταγωνιστική.

Γράφημα 1- Εξαγωγές αγροτικών προϊόντων Ελλάδας 2017



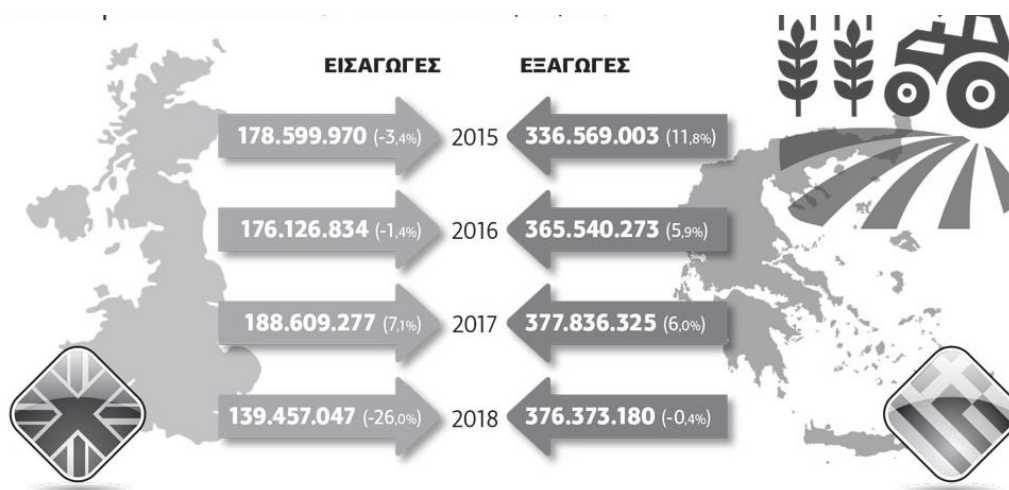
Πηγή-Γκέκας, 2017

Το 2018, οι εξαγωγές γεωργικών προϊόντων διατροφής των ΗΠΑ στην Ελλάδα εκτιμήθηκαν σε περίπου 103 εκατομμύρια δολάρια, ενώ οι εισαγωγές από την Ελλάδα έφτασαν τα 451,9 εκατομμύρια δολάρια. Οι ξηροί καρποί (32 εκατομμύρια δολάρια), η σόγια (18,7 εκατομμύρια δολάρια), τα δασικά προϊόντα (7,1 εκατομμύρια δολάρια), τα αποσταγμένα αλκοολούχα ποτά (5,7 εκατομμύρια δολάρια) και τα προϊόντα θαλασσινών (4,8 δολάρια), ήταν οι κορυφαίες εξαγωγές των ΗΠΑ προς την Ελλάδα σε αξία, ενώ τα μεταποιημένα φρούτα και λαχανικά (224 εκατομμύρια δολάρια), προϊόντα θαλασσινών (51,9 εκατομμύρια δολάρια), φυτικά έλαια (50,6 εκατομμύρια δολάρια) και τυρί (31,6 εκατομμύρια δολάρια), ήταν οι κορυφαίες εισαγωγές των ΗΠΑ από την Ελλάδα (Export, 2019).

Δεδομένου ότι το Ηνωμένο Βασίλειο από το 2021 αποχωρεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση, το Ινστιτούτο Ένα εκπόνησε μελέτη για τις επιπτώσεις του Brexit στον αγροτικό τομέα στην Ελλάδα. Διαπιστώθηκε ότι προϊόντα όπως το κρέας, τα γαλακτοκομικά και το κρασί, θα έχουν να ανταγωνιστούν με εκείνα των ΗΠΑ και της Βρετανικής Πολιτείας που πιθανόν θα λάβουν προνομιακή δασμολόγηση (Κωνσταντόπουλος, 2020).

Ιδιαίτερα για την Ελλάδα το επιμέρους εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων και τροφίμων με το Ηνωμένο Βασίλειο είναι πλεονασματικό και μάλιστα με αυξητική τάση, στα 237 εκατ. ευρώ το 2018, καθώς αποτελεί τον έβδομο σε μέγεθος εταίρο της Ελλάδας στις εξαγωγές. Το Ηνωμένο Βασίλειο εισάγει ελληνικά προϊόντα άνω του 1 δισ. ευρώ με το 34% εξ αυτών να είναι αγροδιατροφικά, με πρωταγωνιστές τα φρούτα, τα λαχανικά, νωπά και μεταποιημένα, και τα παρασκευάσματά τους, καθώς και τα γαλακτοκομικά προϊόντα όπως είναι τα τυριά και το γιαούρτι (Κωνσταντόπουλος, 2020).

Γράφημα 2-Εμπορικό ισοζύγιο αγροτικών προϊόντων Ελλάδας και Ηνωμένου Βασιλείου



Πηγή-Κωνσταντόπουλος, 2020

Κρίσιμο κομμάτι για την Ελλάδα αποτελεί η διαχείριση των Γεωγραφικών Ενδείξεων για τα προϊόντα ονομασίας προέλευσης - ΠΟΠ και γεωγραφικής ένδειξης - ΠΓΕ, καθώς ως τρίτη χώρα τα προϊόντα Γεωγραφικών Ενδείξεων δεν θα προστατεύονται, με παραγωγούς άλλων χωρών να προσπαθούν πιθανότατα να επωφεληθούν και να λάβουν διμερή αναγνώριση των δικών τους παρόμοιων προϊόντων. Έτσι πρέπει να

υπάρξει πρόβλεψη να παραμείνει η αναγνώριση στα ΠΟΠ προϊόντα (Κωνσταντόπουλος, 2020).

4.3 Τα κορυφαία εξαγόμενα προϊόντα της Ελλάδας

Οι ακόλουθες ομάδες προϊόντων εξαγωγής αντιπροσωπεύουν την υψηλότερη αξία δολαρίου στις ελληνικές παγκόσμιες αποστολές κατά τη διάρκεια του 2019. Επίσης, εμφανίζεται το ποσοστό μεριδίου που αντιπροσωπεύει κάθε κατηγορία εξαγωγής όσον αφορά τις συνολικές εξαγωγές από την Ελλάδα (Export, 2019).

- 1) Ορυκτά καύσιμα συμπεριλαμβανομένου του πετρελαίου: 11,9 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ (31,5% των συνολικών εξαγωγών)
- 2) Φαρμακευτικά προϊόντα: 2,2 δισεκατομμύρια δολάρια (5,7%)
- 3) Μηχανήματα συμπεριλαμβανομένων υπολογιστών: 2 δισεκατομμύρια δολάρια (5,2%)
- 4) Αλουμίνιο: 1,9 δισεκατομμύρια δολάρια (5,1%)
- 5) Πλαστικά, πλαστικά είδη: 1,3 δισεκατομμύρια δολάρια (3,5%)
- 6) Ηλεκτρικά μηχανήματα, εξοπλισμός: 1,3 δισεκατομμύρια δολάρια (3,4%)
- 7) Παρασκευάσματα λαχανικών / φρούτων / ξηρών καρπών: 1,2 δισεκατομμύρια δολάρια (3,2%)
- 8) Φρούτα, ξηροί καρποί: 1,1 δισεκατομμύρια δολάρια (2,9%)
- 9) Γαλακτοκομικά, αυγά, μέλι: 785,6 εκατομμύρια δολάρια (2,1%)
- 10) Ψάρια: 763,1 εκατομμύρια δολάρια (2%)

Οι 10 κορυφαίες εξαγωγές της Ελλάδας αντιπροσώπευαν το 64,7% της συνολικής αξίας των παγκόσμιων αποστολών της. Παρά τις θεσμικές προκλήσεις και τη συνεχιζόμενη οικονομική ύφεση, τομείς ευκαιρίας παραμένουν στην ελληνική αγορά για τις εταιρείες των ΗΠΑ. Η Ελλάδα είναι μια δυνητική αγορά θαλασσινών. Οι εξαγωγές θαλασσινών των ΗΠΑ προς την Ελλάδα το 2018 αυξήθηκαν 4,8% και

αναμένεται να αυξηθούν περαιτέρω το 2019, ευνοούμενες από τις ρεκόρ των τουριστικών αφίξεων (Export, 2019).

Οι εξαγωγές σφυγμών στις ΗΠΑ κυρίως φακές ανέκαμψαν το 2019, μετά από μείωση 41% το 2018 και η αγορά σφυγμού αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται τα επόμενα πέντε χρόνια λόγω της αυξημένης ζήτησης για φθηνές και πιο υγιεινές επιλογές γεύματος.

4.4 Αναπτυξιακά προγράμματα στον αγροτικό τομέα

Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων συνεργάζεται με αγρότες και άλλους ενδιαφερόμενους με σκοπό την προώθηση της αειφόρου γεωργίας, της ασφάλειας των τροφίμων, της βιωσιμότητας του τομέα και της ευημερίας των αγροτικών περιοχών στην Ελλάδα. Το συνεχώς μεταβαλλόμενο διεθνές περιβάλλον επηρεάζει τη χάραξη πολιτικής και τη στρατηγική για τη γεωργία και την αγροτική ανάπτυξη, λαμβάνοντας υπόψη την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων και την αναδιάρθρωση της υπαίθρου.

Αυτές οι κινητήριες δυνάμεις, θέτουν το πλαίσιο εντός του οποίου το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων δημιουργεί πολιτικές και επιδιώκει συστηματικά να κάνει την καλύτερη δυνατή χρήση όλων των διαθέσιμων οικονομικών εργαλείων (Apostolopoulos et al., 2020). Αυτές οι πολιτικές, βασισμένες στον οικονομικό ρεαλισμό, την κοινωνική ευαισθησία και την προοπτική του μέλλοντος, διαμορφώνουν μια νέα δυναμική, η οποία θα ελαχιστοποιήσει τις εγγενείς και διαρθρωτικές αδυναμίες της ελληνικής γεωργίας και θα οδηγήσει σε αύξηση του γεωργικού εισοδήματος.

Η οικονομική κρίση των τελευταίων ετών σε συνδυασμό με τα υψηλά ποσοστά ανεργίας, έδειξε τη σημασία του πρωτογενούς τομέα και διαπίστωσε ότι η γεωργία είναι μια βιώσιμη επαγγελματική επιλογή, όχι μόνο για τους νέους στις αγροτικές περιοχές, αλλά και για εκείνους που ζουν σε αστικά κέντρα. Η μετεγκατάσταση σε αγροτικές περιοχές αυξάνεται σταθερά και πολλοί άλλοι το θεωρούν ως επιλογή ζωής.

Η νέα μεταρρύθμιση της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής μπορεί να ευνοήσει όλους τους έλληνες παραγωγούς. Το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης, με εγγύηση

περίπου 4 δισεκατομμυρίων ευρώ έως το 2020, είχε ως στόχο να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής γεωργίας, διευκολύνοντας την είσοδο νέων γεωργών, προωθώντας τη διάδοση της έρευνας και της καινοτομίας και δημιουργώντας νέες ευνοϊκές συνθήκες για τον έλληνα παραγωγό.

Τα προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) για τη στήριξη του βιώσιμου αγροτικού τουρισμού και των δραστηριοτήτων έχουν θετικό αντίκτυπο στις αγροτικές οικονομίες. Αναγνωρίστηκε ευρέως ότι προγράμματα όπως το LEADER αποτελούν εμβληματικές πρωτοβουλίες για την αειφόρο αγροτική-τοπική ανάπτυξη της ΕΕ και τον αειφόρο αγροτικό τουρισμό, καθώς οι επιχειρηματικές ιδέες και οι προσπάθειες στον αγροτικό τουρισμό είναι ανεξέλεγκτες (Apostolopoulos et al., 2020).

Τα προγράμματα αγροτικής ανάπτυξης της ΕΕ μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον τομέα του αγροτικού τουρισμού. Σε αυτό το βαθμό, τα αναπτυξιακά προγράμματα της ΕΕ προσέφεραν την ευκαιρία για την επέκταση του αγροτικού τουρισμού και τα έσοδα των κατοίκων της υπαίθρου αυξήθηκαν καθώς η γεωργική παραγωγή άρχισε να μειώνεται.

Η διατήρηση αγροτικών περιοχών με εναλλακτικούς τρόπους είναι ζωτικής σημασίας για τις αγροτικές περιοχές της ΕΕ και τη γεωργική παραγωγή της ΕΕ. Κατά συνέπεια, ο αγροτικός τουρισμός έγινε δημοφιλής ως εναλλακτική μορφή τουριστικής δραστηριότητας σε μειονεκτικές περιοχές και εισήγαγε οικονομική δραστηριότητα πέρα από τη γεωργία. Η ΕΕ μέσω αυτών των αναπτυξιακών προγραμμάτων και χρηματοδοτικών πρωτοβουλιών έχει ως στόχο την αντιστροφή των οικονομικών συνεπειών στην εγκατάλειψη της γης και τη μείωση της γεωργικής παραγωγής σε ορισμένες χώρες.

Πράγματι, σύμφωνα με τους Saxena et al. (2007), η ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών κινείται εκτός της παραδοσιακής έννοιας της γεωργίας και ο ολοκληρωμένος αγροτικός τουρισμός έχει σημαντικό ρόλο στην πολυλειτουργικότητα των αγροτικών περιοχών. Στην πραγματικότητα, τα χρηματοδοτικά μέσα της ΕΕ μπορούν να υποστηρίξουν μικρά αγροτικά χωριά και απομακρυσμένες περιοχές για να διατηρήσουν και να προωθήσουν τις παραδοσιακές

τους πτυχές που συνδέονται με το αγροτικό τοπίο, την πολιτιστική κληρονομιά και την ιστορία.

Ωστόσο, πρέπει να αναγνωριστεί ότι ο αντίκτυπος των πρωτοβουλιών αγροτικού τουρισμού ποικίλλει ανάλογα με τα ειδικά χαρακτηριστικά της περιοχής και τα αναπτυξιακά προγράμματα της ΕΕ εξαρτώνται σχετικά με την έμφαση που δίνεται στην προσαρμογή από τις αγροτικές περιοχές που στοχεύουν (Fotiadis et al., 2019). Όπως αποδεικνύεται με αναφορά υπάρχει μια απόσταση μεταξύ του αντίκτυπου που παρουσιάζεται και του πρακτικού αντίκτυπου στην πραγματική αγροτική ζωή.

Μελέτες αποκαλύπτουν ότι οι αγροτικές περιοχές με έντονα χαρακτηριστικά ωφελούνται περισσότερο σε σύγκριση με τις λιγότερο ευνοημένες και μειονεκτικές περιοχές και οι διαφορές μεταξύ των αγροτικών περιοχών διευρύνονται. Υπό το πρίσμα αυτό, η αποτελεσματικότητα αυτών των χρηματοδοτικών πρωτοβουλιών και προγραμμάτων παραμένει αμφιλεγόμενη και εξαρτάται σε κάποιο βαθμό από την προσέγγιση αξιολόγησης και εκτίμησης επιπτώσεων (Fotiadis et al., 2019). Η εκτίμηση των επιπτώσεων του αγροτικού τουρισμού είναι περίπλοκη λόγω της έλλειψης δεδομένων και πληροφοριών και, κατά συνέπεια, ο αντίκτυπος της χρηματοδοτικής στήριξης δεν είναι πάντοτε σαφής.

Ωστόσο, η εφαρμογή και ο αντίκτυπος των προγραμμάτων αγροτικής ανάπτυξης της ΕΕ εξαρτώνται από εξωτερικούς και απρόβλεπτους παράγοντες που δημιουργούν μια περίπλοκη κατάσταση. Καθώς οι αγροτικές περιοχές αποτελούν μέρος του ευρύτερου οικονομικού περιβάλλοντος, ο αγροτικός τουρισμός επηρεάζεται από το οικονομικό κλίμα και τις οικονομικές κρίσεις.

Κατά συνέπεια, ο αντίκτυπος των αναπτυξιακών προγραμμάτων της ΕΕ ποικίλλει ανάλογα με το συνολικό οικονομικό κλίμα. Επιπλέον, το μέγεθος της υπαίθρου και οι τουριστικές επιχειρήσεις ως δικαιούχοι επηρεάζουν τον αντίκτυπο της χρηματοδότησης της ΕΕ. Έτσι, η εξέταση οικονομικών και επιχειρηματικών μεταβλητών που συνδέονται με αγροτικές περιοχές μπορεί να μεγιστοποιήσει το δυναμικό των προγραμμάτων της ΕΕ που στοχεύουν στον αγροτικό τουρισμό και να σχεδιάσουν έναν αποτελεσματικό συνδυασμό πολιτικής.

Μια άλλη πτυχή που συνδέεται με τις πρωτοβουλίες χρηματοδότησης της ΕΕ και τον αγροτικό τουρισμό είναι ο ρόλος της τοπικής διακυβέρνησης και των τοπικών

φορέων. Οι περιφερειακές κυβερνήσεις δεν διευκολύνουν πάντοτε τα αναπτυξιακά προγράμματα της ΕΕ στον αγροτικό τουρισμό και οι περιφερειακές τους διαδικασίες δημιουργούν δυσκολίες στην εφαρμογή (Sgroi et al., 2018). Πράγματι, οι τοπικοί υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής που είναι υπεύθυνοι για τον σχεδιασμό δράσεων για αναπτυξιακά προγράμματα της ΕΕ έχουν τις δικές τους ατζέντες, οι οποίες ενδέχεται να τεθούν υπό αμφισβήτηση από ορισμένες ομάδες ενδιαφέροντος.

Ο τουρισμός υπόκειται σε κριτική μεταξύ προγραμματισμού και πραγματικών δράσεων και οι τοπικοί φορείς διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση επιτυχημένων πρωτοβουλιών υψηλού αντίκτυπου για τις αγροτικές περιοχές. Επιπλέον, οι τοπικοί υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι περιφερειακές αρχές σε ορισμένες περιπτώσεις κρατών της ΕΕ προσπαθούν να παρέμβουν σε τοπικές εταιρικές σχέσεις που εκτελούν τα αναπτυξιακά προγράμματα.

Πράγματι, οι επιχειρηματικές δραστηριότητες στις αγροτικές περιοχές δεν μπορούν εύκολα να επωφεληθούν από τα προγράμματα της ΕΕ λόγω διοικητικών εμποδίων, επισημαίνοντας τον κρίσιμο ρόλο του περιφερειακού ή ακόμη και εθνικού μοντέλου διακυβέρνησης και χρηματοδότησης της ΕΕ από αγροτικές περιοχές.

4.5 Κοινή Γεωργική Πολιτική και οι συνέπειές της

Η ΕΕ είναι σημαντικός εταίρος στο διεθνές εμπόριο γεωργικών προϊόντων, που είναι και κορυφαίος εξαγωγέας και κορυφαίος εισαγωγέας τα τελευταία χρόνια. Κατά συνέπεια, οποιαδήποτε αλλαγή στην κοινή γεωργική πολιτική μπορεί να έχει σημαντική επίδραση όχι μόνο στις εγχώριες αγορές αλλά και στις διεθνείς αγορές γεωργικών προϊόντων διατροφής.

Ωστόσο, την ίδια στιγμή η Κοινή Γεωργική Πολιτική (ΚΓΠ) έχει επί μακρόν επικριθεί για τις αρνητικές επιπτώσεις της στην επισιτιστική ασφάλεια στις αναπτυσσόμενες χώρες (Koning και Pinstруп-Andersen, 2007). Συγκεκριμένα, οι επιστροφές κατά την εξαγωγή στην ΕΕ μπορούν να οδηγήσουν σε σημαντικές στρεβλώσεις του ανταγωνισμού, μειώνοντας τις τιμές των γεωργικών προϊόντων (Elbehri και Sarris, 2009). Οι επιπτώσεις της πτώσης των τιμών των τροφίμων εξαρτώνται από το εάν η χώρα είναι καθαρός εξαγωγέας ή καθαρός εισαγωγέας συγκεκριμένου προϊόντος

Κατά συνέπεια, οι μεταβολές των τιμών μπορεί να έχουν αποκλίνουσες επιπτώσεις στα αγροτικά και αστικά νοικοκυριά. Έτσι, ενώ οι χαμηλές παγκόσμιες τιμές τροφίμων τείνουν να ωφελούν τους αστικούς καταναλωτές, θα μπορούσαν επίσης να βλάψουν τα νοικοκυριά της υπαίθρου (Hertel et al., 2007, Caracciolo et al., 2014) και για το λόγο αυτό η ΚΓΠ έχει κατηγορηθεί ότι αποθαρρύνει τις επενδύσεις στη γεωργία των αναπτυσσόμενων χωρών.

Η ΚΓΠ έχει μεταρρυθμιστεί ουσιαστικά τα τελευταία χρόνια, εν μέρει για να μειώσει τον αντίκτυπο της στις παγκόσμιες αγορές. Σε σύγκριση με τον προκάτοχό της, η ΚΓΠ 2014-2020 είναι πιθανό να έχει ελάχιστες επιπτώσεις στις παγκόσμιες αγορές και επομένως στις αναπτυσσόμενες χώρες. Η δέσμευση της ΕΕ επηρέασε τον σχεδιασμό των τελευταίων μεταρρυθμίσεων της ΚΓΠ. Η επισιτιστική ασφάλεια είναι μία από τις κύριες παγκόσμιες προκλήσεις και ως εκ τούτου βασικός στόχος της ΚΓΠ, καθιστώντας το έναν από τους πέντε τομείς προτεραιότητας.

Οι προηγούμενες μεταρρυθμίσεις της ΚΓΠ βελτίωσαν σημαντικά τη συνοχή των πολιτικών και η ΚΓΠ 2014-2020 παρέχει περαιτέρω ενοποίηση σε αυτό το θέμα. Για παράδειγμα, από τον Ιανουάριο του 2014 οι επιστροφές κατά την εξαγωγή παραμένουν ως εξαιρετικό μέτρο μόνο σε περίπτωση σοβαρής κρίσης της αγοράς. Δεδομένου ότι η ΕΕ έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της ατζέντας του 2030 για την αειφόρο ανάπτυξη και παραμένει δεσμευμένη να συμβάλει στην επίτευξη των στόχων.

Η κατάργηση των επιδοτήσεων εξαγωγών από την ΕΕ και η μείωση των μέτρων στρέβλωσης της αγοράς οδήγησαν σε μεγαλύτερο προσανατολισμό της αγοράς, αν και με μικτές επιπτώσεις (Fotiadis et al., 2019). Οι υψηλότερες τιμές των εμπορευμάτων στις διεθνείς αγορές αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα των καθαρών παραγωγών στις αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ ταυτόχρονα αυξάνουν την ευπάθεια των καθαρών καταναλωτών, τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα.

Ενώ τα μέτρα στρέβλωσης του εμπορίου αντιμετωπίζονται, η στήριξη της ΚΓΠ παραμένει υψηλή και ο αντίκτυπός της στις γεωργικές αγορές είναι λιγότερο άμεσος και, ως εκ τούτου, είναι πιο δύσκολο να εκτιμηθεί. Το μεγαλύτερο άνοιγμα στις αγορές γεωργικών προϊόντων διατροφής της ΕΕ ωφελεί τις χώρες εξαγωγής.

Η μεγαλύτερη διαφάνεια μπορεί να σημαίνει ότι χάνουν μέρος του πλεονεκτήματος που είχαν για την πρόσβαση στις ευρωπαϊκές αγορές σε σύγκριση με άλλες χώρες μεσαίου εισοδήματος, που θα αποκομίσουν πλέον περισσότερα οφέλη. Η έμφαση στις εμπορικές διαπραγματεύσεις μετακινήθηκε από πολυμερείς σε διμερείς συμφωνίες, με επιπτώσεις στις αναπτυσσόμενες χώρες (Sgroi et al., 2018).

Καθώς η ΕΕ είναι μεγάλος εισαγωγέας και εξαγωγέας γεωργικών προϊόντων, οι αλλαγές στην ΚΓΠ επηρεάζουν τόσο το επίπεδο όσο και την αστάθεια των παγκόσμιων τιμών. Η άνοδος των τιμών το 2007–08 και τα επόμενα χρόνια έδειξαν μια αλλαγή τάσης μετά από μια μακρά περίοδο πτώσης των τιμών των τροφίμων. Κατά την περίοδο 2004-2010, το μέσο επίπεδο των παγκόσμιων γεωργικών τιμών αυξήθηκε κατά 50% από το αντίστοιχο επίπεδο το 1986-2003. Συγκριτικά, οι τιμές της ενέργειας αυξήθηκαν κατά 220% και οι τιμές των λιπασμάτων κατά 150%, ενώ ταυτόχρονα εμφανίζουν τον υψηλότερο βαθμό μεταβλητότητας των τελευταίων τριών δεκαετιών (EC, 2011).

Ενώ πιο πρόσφατα οι τιμές μειώθηκαν ξανά, εξακολουθούν να είναι πάνω από τα προηγούμενα επίπεδα. Επιπλέον, οι πρόσφατες προβλέψεις της αγοράς υποδηλώνουν ότι οι τιμές των τροφίμων θα παραμείνουν για λίγο καιρό σε κάπως υψηλότερα επίπεδα από αυτά που παρατηρήθηκαν στις αρχές της δεκαετίας του 2000 (ΟΟΣΑ-FAO, 2017). Εκτός από τη γεωργική στήριξη της ΕΕ, άλλοι παράγοντες θα επηρεάσουν τις τάσεις των τιμών. Την επόμενη δεκαετία οι τιμές αναμένεται να παραμείνουν σε χαμηλότερα επίπεδα από ό, τι πριν.

Οι συνέπειες για τις αναπτυσσόμενες χώρες θα εξαρτηθούν από τα ειδικά εμπορικά προφίλ τους και τις δομές της αγοράς, οι οποίες με τη σειρά τους θα καθορίσουν τους μηχανισμούς μετάδοσης των τιμών από τις διεθνείς στις εθνικές αγορές. Ενώ οι υψηλότερες τιμές την τελευταία δεκαετία έχουν ενθαρρύνει τις γεωργικές επενδύσεις σε πολλές χώρες, απομένει να φανεί εάν η μείωση των τιμών θα έχει αρνητικές επιπτώσεις στις επενδύσεις.

Η προσέγγιση του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών για την επισιτιστική ασφάλεια βασίζεται σε τέσσερις πυλώνες: διαθεσιμότητα, πρόσβαση, χρήση και σταθερότητα τροφίμων. Σύμφωνα με την τελευταία έκθεση για την κατάσταση της επισιτιστικής ασφάλειας (FAO et al., 2017), παρά τη σημαντική

αύξηση του πληθυσμού, το μερίδιο των υποσιτισμένων ανθρώπων στον κόσμο μειώθηκε από 14,7% το 2000 σε 10,6% το 2015.

Ωστόσο, η μείωση έχει επιβραδυνθεί τα τελευταία χρόνια και, το πιο ανησυχητικό, το παγκόσμιο μερίδιο των υποσιτισμών αυξήθηκε σε 11% το 2016, υποδηλώνοντας πιθανή αντιστροφή της πτωτικής τάσης των τελευταίων δεκαετιών. Σε απόλυτους όρους, ο αριθμός των ατόμων με χρόνια υποσιτισμένα άτομα στον κόσμο άρχισε να αυξάνεται το 2014, ξεκινώντας από 775 εκατομμύρια ανθρώπους σε 815 εκατομμύρια το 2016 (Apostolopoulos et al., 2020).

Οι συγκρούσεις επηρεάζουν σοβαρά την επισιτιστική ασφάλεια και αποτελούν έναν από τους κύριους παράγοντες της πρόσφατης αύξησης της επισιτιστικής ανασφάλειας. Η ΚΓΠ διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη γεωργία της ΕΕ και, ως εκ τούτου, είναι απαραίτητη η συνοχή της με τους παγκόσμιους στόχους επισιτιστικής ασφάλειας και τα αναπτυξιακά θέματα.

Η ΚΓΠ δημιούργησε στρεβλώσεις στα επίπεδα τιμών των τροφίμων και στην αστάθεια των τιμών, η οποία επηρέασε αρνητικά την επισιτιστική ασφάλεια στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ωστόσο, μερικές από αυτές τις μελέτες απομονώνουν τα αποτελέσματα της ΚΓΠ από αυτά άλλων εξωτερικών παραγόντων. Μετά από διαδοχικές μεταρρυθμίσεις, η τρέχουσα ΚΓΠ διαφέρει πολύ από την αρχική πολιτική (Fotiadis et al., 2019).

Έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος για τη μείωση του αντίκτυπου της στην επισιτιστική ασφάλεια για τρίτες χώρες (EC, 2015b). Η υποστήριξη παρέχεται κυρίως μέσω μη στρεβλωτικών μέσων. Μία πρόσφατη μελέτη αναλύει τις επιπτώσεις της ΚΓΠ στην Ουγκάντα, καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι περαιτέρω μειώσεις στη γεωργική στήριξη της ΕΕ θα έχουν θετικό αν και οριακό αντίκτυπο (Boysen et al., 2016).

Οι επιπτώσεις στην επισιτιστική ασφάλεια προέρχονται όχι μόνο από τις μεταβολές των τιμών αλλά και από την πρόσβαση στην αγορά. Δεδομένου ότι το διεθνές εμπόριο είναι απαραίτητο για την αειφόρο ανάπτυξη, η ΕΕ έχει δώσει προνομιακή πρόσβαση στα προϊόντα των αναπτυσσόμενων χωρών στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5- Συμβολαιακή γεωργία και αγροτικοί συνεταιρισμοί

5.1 Εισαγωγή

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα δώσουμε τον ορισμό της συμβολαιακής γεωργίας ενώ θα ασχοληθούμε με τους που υπάρχουν και με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που μπορεί να προκύψουν. Επίσης, θα μελετήσουμε τους αγροτικούς συνεταιρισμούς στην Ελλάδα και τον ρόλο τους στην αγροτική οικονομία.

5.2 Ορισμός της συμβολαιακής γεωργίας

Ως τρόπος οργάνωσης της γεωργικής παραγωγής, η συμβολαιακή γεωργία υφίσταται εδώ και δεκαετίες και τα τελευταία χρόνια η χρήση της φαίνεται να επεκτείνεται αρκετά γρήγορα, συμπεριλαμβανομένης της μεγάλης Αφρικής. Μερικές φορές η συμβολαιακή γεωργία αναφέρεται σε περιπτώσεις όπου ο αγοραστής καθορίζει την απαιτούμενη ποιότητα και την προσφερόμενη τιμή και ο αγρότης δεσμεύεται να παραδώσει σε μελλοντική ημερομηνία.

Συνήθως, ωστόσο, η συμβολαιακή γεωργία συνεπάγεται κάτι περισσότερο από έναν αγρότη που έχει μόνο συμβόλαιο για την προμήθεια ενός αγοραστή. Το σημαντικό χαρακτηριστικό είναι ότι ο αγοραστής έχει κάποια άποψη για το πώς, πότε και πού παράγεται και συλλέγεται ένα προϊόν (Bellmare, 2015).

Για παράδειγμα, ένας αγρότης που καλλιεργεί πιστοποιημένους σπόρους σε συμφωνημένη τιμή, χρησιμοποιώντας τον βασικό σπόρο που παρέχεται από μια εταιρεία σπόρων, χρησιμοποιώντας εισροές που είτε παρέχονται είτε συνίστανται από την εταιρεία και ακολουθώντας όλες τις συνιστώμενες πρακτικές παραγωγής κάνει συμβατική καλλιέργεια.

Αυτό οδηγεί σε έναν απλό ορισμό, σύμφωνα με τον οποίο η συμβατική καλλιέργεια είναι η γεωργική παραγωγή που πραγματοποιείται βάσει μιας συμφωνίας μεταξύ αγροτών και αγοραστή, η οποία θέτει όρους στην παραγωγή και εμπορία του εμπορεύματος (Mariyono, 2019).

5.3 Τύποι συμβολαίων καλλιέργειας

Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους οι εταιρείες συνεργάζονται με τους αγρότες. Η απλούστερη προσέγγιση είναι όταν η εταιρεία προμηθεύει όλες τις εισροές στους αγρότες, συμπεριλαμβανομένων, μερικές φορές, υπηρεσιών προετοιμασίας γης, και στη συνέχεια αφαιρεί το κόστος αυτών των εισροών και υπηρεσιών από την τελική τιμή που καταβάλλεται στον αγρότη μετά τη συγκομιδή και την παράδοση.

Μερικές φορές, ωστόσο, η εταιρεία δεν θέλει να εμπλακεί στον φυσικό χειρισμό των εισροών ή στην πραγματοποίηση της προετοιμασίας γης. Για παράδειγμα, μπορεί να μην έχει το προσωπικό να κάνει αυτή τη δουλειά. Τότε η εταιρεία θα εξακολουθεί να παρέχει παράταση, αλλά θα πρέπει να σημειωθεί ότι άλλες υπηρεσίες παρέχονται από ιδιωτικές εταιρείες που πληρώνονται από την εταιρεία μετά την παράδοσή τους.

Σε άλλες περιπτώσεις, η εταιρεία ενδέχεται να μην έχει αρκετά μετρητά για να πληρώσει τις εισροές και επίσης να περιμένει αρκετούς μήνες μέχρι να πάρει το προϊόν από τον αγρότη και στη συνέχεια να το πουλήσει σε άλλους αγοραστές, είτε στην ίδια μορφή είτε σε επεξεργασία (Mariyono, 2019). Σε αυτήν την περίπτωση η εταιρεία πρέπει να δανειστεί χρήματα από μια τράπεζα.

Οι έμποροι εισροών παρέχουν τις εισροές στους αγρότες, η τράπεζα πληρώνει τους εμπόρους και η εταιρεία εξοφλεί το δάνειο της από την τράπεζα, συχνά όχι μέχρι να μπορέσει να πουλήσει τα προϊόντα που παράγει από αυτά που παραδίδει ο αγρότης (Bellmare, 2015). Η εταιρεία μπορεί ακόμη και να χρειαστεί να δανειστεί χρήματα από μια τράπεζα για να πληρώσει τους αγρότες της, αν και εταιρείες με τόσο περιορισμένους πόρους μπορεί να είναι επικίνδυνες για τους αγρότες και, καλύτερα να αποφεύγονται.

Ο Hamilton (2008), δίνει περισσότερα εστιακά σημεία / συστατικά της συμβολαιακής γεωργίας που δεν περιλαμβάνονται στους παραπάνω ορισμούς:

- ✓ Ότι η ρύθμιση είναι για έναν καθορισμένο όρο, για παράδειγμα, εποχιακή.
- ✓ Ότι η σύμβαση υπογράφεται ή συνάπτεται πριν από την έναρξη της παραγωγής

- ✓ Ότι η σύμβαση απαιτεί την παραγωγή μιας καλλιέργειας (ή της εκτροφή ζώων) σε γη που ανήκει ή ελέγχεται από τον παραγωγό.
- ✓ Ότι ο παραγωγός γενικά δεν έχει νομικό τίτλο.
- ✓ Ότι στη νομική γλώσσα, ο παραγωγός είναι συχνά ανεξάρτητος αντισυμβαλλόμενος και όχι υπάλληλος ή συνεργάτης της εταιρείας ή στην κοινοπραξία. Αυτά τα στοιχεία πρέπει να περιλαμβάνονται ως μέρος των ορισμών.

Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι οι συμβατικές ρυθμίσεις είναι ετερογενείς και ποικίλλουν ανάλογα με πολλές διαστάσεις. Η αυξανόμενη ποικιλομορφία στους συμβαλλόμενους οργανισμούς, ο τύπος των συμβάσεων, οι καλλιέργειες, ο τύπος των αγροτών και η κοινωνικοοικονομική ατμόσφαιρα μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση των συμβατικών υπηρεσιών.

Ο Hamilton (2008) υπογραμμίζει επίσης ότι είναι μόνο εφικτό να τονιστεί μια συγκεκριμένη κατάσταση από την γενική ίδρυση της συμβολαιακής γεωργίας. Από την άποψη αυτή, κάθε προσπάθεια ανάλυσης της φύσης της συμβολαιακής γεωργίας πρέπει να λαμβάνει υπόψη αυτήν την ετερογένεια.

5.4 Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για τους αγρότες

Η συμβατική γεωργία πρέπει να παρέχει στους αγρότες μια αξιόπιστη διέξοδο για την παραγωγή τους, σε μια προκαθορισμένη τιμή. Η εναλλακτική λύση είναι να αναπτυχθεί ή να εκτραφεί ένα προϊόν και στη συνέχεια να ελπίζει ότι κάποιος θα το αγοράσει. Με την ανάπτυξη των ποσοτικών προδιαγραφών της εταιρείας, οι αγρότες ελαχιστοποίησαν τον περιττό χρόνο και τους πόρους που δαπανώνται για την παραγωγή κάτι που δεν μπορούν να πουλήσουν ή πρέπει να πουλήσουν σε τιμή προσφοράς.

Για να λειτουργήσει η συμβολαιακή γεωργία πρέπει να είναι «win-win» τόσο για τις εταιρείες όσο και για τους αγρότες. Σε ότι αφορά τα πλεονεκτήματα που μπορεί να προκύψουν για του αγρότες, θα λέγαμε ότι αρχικά είναι ευκολότερο για αυτούς να αποκτήσουν παραγωγικότητα βελτιώνοντας τις εισροές (Mariyono, 2019). Σε πολλές

αγροτικές περιοχές δεν υπάρχουν εταιρείες που προμηθεύουν σπόρους, λιπάσματα, χημικά προϊόντα κ.λπ. ή, εάν υπάρχουν, συχνά έχουν λίγα αποθέματα.

Η ζωή γίνεται ευκολότερη για τους αγρότες όταν οι εταιρείες αναλαμβάνουν την ευθύνη για την οργάνωση της προσφοράς εισροών. Δεύτερον, μπορεί επίσης να είναι πολύ δύσκολο για τους αγρότες να λάβουν πίστωση για τις γεωργικές τους δραστηριότητες. Το γεγονός ότι οι εταιρείες είναι διατεθειμένες να παρέχουν εισροές χωρίς πληρωμή έως ότου παραδοθεί η συγκομιδή αφαιρεί την ανάγκη πίστωσης των αγροτών.

Μερικές φορές οι εταιρείες είναι επίσης προετοιμασμένες να προωθήσουν τις εισροές για οικογενειακές καλλιέργειες τροφίμων. Η συμβολαιακή γεωργία μπορεί να προσφέρει στους αγρότες συμβουλές επέκτασης που διαφορετικά δεν θα ήταν διαθέσιμες, αν και σε μερικές περιπτώσεις η υποστήριξη επέκτασης που προσφέρουν οι εταιρείες αποδεικνύεται επίσης αναποτελεσματική. Οι αγρότες μπορεί επίσης να έχουν πρόσβαση στην προετοιμασία γης ή σε υπηρεσίες οι οποίες, πάλι, συχνά δεν είναι διαθέσιμες στους αγρότες χωρίς σύμβαση.

Υπάρχει προφανώς ο κίνδυνος για τους αγρότες ότι οι εταιρείες ενδέχεται να μην τηρήσουν τις συμβάσεις τους. Αυτό θα μπορούσε να συμβεί εάν η εταιρεία διαπιστώσει ότι η επιχείρηση δεν είναι αρκετά κερδοφόρα ή εάν χάσει την αγορά για το προϊόντα που πωλεί (Vorkey, 2008). Προϊόντα όπως οι δενδροκομικές καλλιέργειες, για τα οποία υπάρχει σχεδόν πάντα μια αγορά, είναι λιγότερο επικίνδυνα από τα φρούτα και τα λαχανικά, όπου η προμήθεια ευρωπαϊκών σούπερ μάρκετ είναι αρκετά υψηλή.

Επομένως, είναι σημαντικό οι αγρότες και οι οργανώσεις τους να κάνουν κάποια έρευνα σχετικά με την εταιρεία που προσφέρει τη σύμβαση. Όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο κινδύνου, τόσο περισσότερο πρέπει να είναι καθησυχασμένοι οι αγρότες για την αξιοπιστία της εταιρείας. Πρέπει επίσης να διασφαλίσουν ότι η νομική προστασία για τους αγρότες είναι ενσωματωμένη στη σύμβαση.

Άλλα πιθανά μειονεκτήματα περιλαμβάνουν το γεγονός ότι οι αγρότες που συνδέονται με μια σύμβαση δεν μπορούν να επωφεληθούν από τις υψηλές τιμές στην ελεύθερη αγορά. Το αντιστάθμισμα, φυσικά, είναι ότι σε μερικά χρόνια οι τιμές της ανοικτής αγοράς μπορεί να είναι πολύ χαμηλότερες από τις συμβατικές τιμές, και

στην περίπτωση αυτή ωφελούνται οι αγρότες (Mariyono, 2019). Ωστόσο, οι εταιρείες αναγνωρίζουν ότι οι αγρότες θα μπου στον πειρασμό να αγνοήσουν τις συμβάσεις τους όταν οι τιμές της τοπικής αγοράς είναι υψηλότερες από αυτές που έχουν συμφωνηθεί με την εταιρεία και υπάρχουν διαφορετικές τιμές και μηχανισμοί που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε συμβάσεις.

5.5 Κινητήριες δυνάμεις της συμβολαιακής καλλιέργειας

Οι κινητήριες δυνάμεις του ανανεωμένου ενδιαφέροντος για την συμβολαιακή γεωργία είναι τόσο οικονομικές όσο και πολιτικές, και οι δύο σχετίζονται με την κατάσταση του σημερινού παγκόσμιου συστήματος τροφίμων και τις αντίθετες τάσεις της παγκοσμιοποίησης και τοπικότητας. Η εμφάνιση της συμβολαιακής γεωργίας μπορεί να συνδεθεί με ένα νέο βιοτικό επίπεδο των καταναλωτών σε πλούσιες χώρες που δίνουν όλο και μεγαλύτερη προσοχή στη διατροφή και την υγεία.

Η αλυσίδα αξίας απαιτεί επενδύσεις σε τεχνολογίες, έρευνα και επέκταση στα οποία οι αγρότες συχνά δεν έχουν πρόσβαση. Οι υποστηρικτές της συμβολαιακής γεωργίας υποστηρίζουν ότι ο ιδιωτικός τομέας, αντί για ένα κράτος με αδυναμία ικανότητας, μπορεί να παρέχει στους αγρότες στις αναπτυσσόμενες χώρες πρόσβαση στις τεχνολογίες και τις εισροές που απαιτούνται για την ολοκλήρωση των αγορών (Bowling et al., 2009). Ένα κίνητρο σχετίζεται με τις καπιταλιστικές επιταγές της αύξησης της αποτελεσματικότητας και της ελαχιστοποίησης του κόστους συναλλαγής και των κινδύνων σε μια όλο και πιο ασταθή και ανταγωνιστική παγκόσμια αγορά.

Η συμβολαιακή γεωργία μπορεί να μειώσει το κόστος συναλλαγής, καθώς η οικογενειακή εργασία εσωτερικεύει το μεγαλύτερο μέρος του κόστους εργασίας, όπως οι μισθοί, το κόστος εποπτείας και κοινωνικής ασφάλισης και οι κίνδυνοι που σχετίζονται με την παραγωγή. Ο τελικός μοχλός ενός ανανεωμένου ενδιαφέροντος για την συμβολαιακή γεωργία σχετίζεται με τις πρόσφατες αλλαγές στην πολιτική ανάπτυξης του λόγου.

Στην πραγματικότητα, φαίνεται ότι η συμβολαιακή γεωργία έχει αποκτήσει νέα ώθηση εν μέρει εξαιτίας της επιθυμίας της να ενοποιήσει το ενδιαφέρον των αγροτικών επιχειρήσεων με έναν επαγγελματικό αναπτυξιακό λόγο. Από αυτή την άποψη, ο Oya (2012) δήλωσε προκλητικά ότι η προκατάληψη υπέρ του

μικρομεσαίων αγροτών ενδέχεται να μην αποτελεί κάτι περισσότερο από μια άσκηση δημοσίων σχέσεων για αναζήτηση εννοικίου της αγροτικής επιχείρησης.

Οι αγρότες και οι εταιρείες έχουν διαφορετικά κίνητρα και προθυμία να συμμετάσχουν στη συμβολαιακή γεωργία βάσει των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων που αντιμετωπίζουν. Σε πρόσφατες συζητήσεις πολιτικής, η εμπορευματοποίηση της γεωργίας θεωρείται βασικό συστατικό για την αντιμετώπιση της ανάπτυξης και της μείωσης της φτώχειας σε πολλές χώρες. Επιπλέον, λένε ότι η παραγωγή διαβίωσης για οικιακή χρήση επιλέγεται από μικρούς αγρότες γιατί είναι υποκειμενικά η καλύτερη εναλλακτική λύση, λαμβάνοντας υπόψη όλους τους περιορισμούς.

5.6 Τρόποι δημιουργίας συμβολαιακής γεωργίας

Η συμβολαιακή γεωργία φαίνεται να έχει τα καλύτερα αποτελέσματα για τους αγρότες που βρίσκονται καλύτερα στο διαπραγματευτικό φόρουμ λόγω της διαπραγματευτικής τους δύναμης σχετικά με τους συμβατικούς όρους. Ο Baumann (2000) αποδεικνύει ότι οι συμβάσεις τείνουν να είναι πιο ευνοϊκές για τους μικροκαλλιεργητές, όταν ο επεξεργαστής εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον παραγωγό για μια συνεχή ροή πρώτων υλών επειδή αυξάνει τη διαπραγματευτική ισχύ του αγρότη.

Ωστόσο, οι Armah et al. (2010) υποστηρίζουν ότι η εξάρτηση από μια συγκεκριμένη καλλιέργεια και τη ροή εναλλακτικών αγορών για προϊόντα μειώνει την ικανότητα του καλλιεργητή να κερδίσει από τη συμφωνία της συμβολαιακής γεωργίας μειώνοντας τη διαπραγματευτική ισχύ και αυξάνοντας έτσι τις δυνατότητες εκμετάλλευσης από τις επιχειρήσεις.

Οι συγγραφείς (Ajjan, 2011, Mariyono, 2019) τονίζουν τη σημασία της πρόσβασης σε πληροφορίες, εναλλακτικών ευκαιριών παραγωγής, υλοποίησης μέσω τοπικών μεσαζόντων και αγροτικών οργανώσεων και τη συμβολή των γεωργών στο σχεδιασμό ως βασικοί μηχανισμοί που αυξάνουν τη διαπραγματευτική δύναμη των γεωργών και συμβάλλουν σε ευνοϊκά αποτελέσματα των αγροτών.

Άλλοι συγγραφείς, για παράδειγμα, ο Ajjan (2011) διαπίστωσε ότι η παροχή μόνους υπό όρους στους αγρότες ήταν επίσης ένας άλλος τρόπος για να ελαχιστοποιηθεί η

πιθανότητα παραβίασης της σύμβασης από τους μικροκαλλιεργητές. Η έλλειψη συμβατικής εκτέλεσης, αποκαλύφθηκε ότι παρεμποδίζει τις ιδιωτικές επενδύσεις και την οικονομική ανάπτυξη. Οι κυβερνήσεις και άλλοι ενδιαφερόμενοι φορείς στον γεωργικό τομέα θα πρέπει να συνεργαστούν όπως τονίζεται παρακάτω:

1. Δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης

- ✓ Επίδειξη καλλιέργειας
- ✓ Αξιολόγηση του μοντέλου οικονομικών αγροτών
- ✓ Προσδιορισμός ποικιλιών και υβριδίων
- ✓ Δοκιμές και σύντομη λίστα

2. Τεχνολογία

- ✓ Πρόγραμμα εκπαίδευσης αγροτών
- ✓ Δοκιμές πεδίου
- ✓ Συγχρονισμός πολλαπλών τοποθεσιών και περικοπών
- ✓ Επιλογή και εκπαίδευση
- ✓ Οργάνωση αγροτών

3. Εμπορευματοποίηση

- ✓ Συγκομιδή και μεταφορά
- ✓ Παρακολούθηση καλλιεργειών
- ✓ Επεξεργασία και συσκευασία
- ✓ Σύστημα πληρωμών αγροτών
- ✓ Προετοιμασία και φύτευση γης

Η βασική προϋπόθεση για επενδύσεις σε συμβολαιακή γεωργία θα πρέπει να περιλαμβάνει τη δυνατότητα της συμφωνίας να αποφέρει κέρδη. Μετά τον εντοπισμό μιας πιθανώς κερδοφόρας αγοράς, η χορηγός εταιρεία μπορεί να εξετάσει το ενδεχόμενο να εκτιμήσει εάν οι συμβεβλημένοι αγρότες σε μια συγκεκριμένη περιοχή μπορούν να προμηθεύσουν κερδοφόρα την αγορά. Η διαδικασία συνεπάγεται την

αξιολόγηση του φυσικού και κοινωνικού περιβάλλοντος της τοποθεσίας στόχου και της πιθανής υποστήριξης που μπορεί να παράσχει η ενδιαφερόμενη κυβέρνηση.

5.7 Η συμβολαιακή γεωργία στην Ελλάδα

Η συμβολαιακή γεωργία αποτελεί μια από τις σημαντικότερες τάσεις της σύγχρονης αγροτικής παραγωγής σε παγκόσμιο επίπεδο. Προέκυψε από την ανάγκη των παραγωγών να διασφαλίζουν ένα εγγυημένο εισόδημα και την επιθυμία των αγροτικών βιομηχανιών να έχουν εγγυημένη πρόσβαση σε προϊόντα διασφαλισμένης ποιότητας και ποσότητας. Δεν είναι τυχαίο, εξάλλου, ότι πολλές επιχειρήσεις σε παγκόσμιο επίπεδο στρέφονται σε αυτό το μοντέλο, με τις εκτιμήσεις να αναφέρουν ότι στις ανεπτυγμένες χώρες η συμβολαιακή γεωργία αντιπροσωπεύει ποσοστό που ξεπερνά το 15% της συνολικής παραγωγής (Ναυτεμπορική, 2018).

Οι προκλήσεις του εγχώριου αγροδιατροφικού τομέα αφορούν μια σειρά από δομικά προβλήματα όπως οι μικρές εκμεταλλεύσεις, η γήρανση του αγροτικού πληθυσμού, η έλλειψη ισχυρών παραγωγικών αγροτικών συνεταιρισμών, το χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης καινοτομίας και η αδυναμία συμμόρφωσης σε αρκετές περιπτώσεις με τις επιταγές της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής. Η εικόνα επιβαρύνεται από τις νέες συνθήκες που απορρέουν από την παρατεταμένη ύφεση και την προσπάθεια και επιβάλλει αλλαγή στον τρόπο οργάνωσης της παραγωγής, προκειμένου να στραφεί σε προϊόντα υψηλής ποιότητας, ανταγωνιστικότητας και καινοτομίας που θα σταθούν αντάξια στις διεθνείς αγορές και τις απαιτήσεις ενημερωμένων καταναλωτών.

Η πρακτική της συμβολαιακής γεωργίας μπορεί να αναπτυχθεί σε όλα τα είδη γεωργικών προϊόντων. Δεν υπάρχει κανένας περιορισμός στους τύπους γεωργικών προϊόντων που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο σύμβασης. Υπάρχουν πολυάριθμα παραδείγματα επιτυχημένων συμβάσεων καλλιέργειας για τους περισσότερους τύπους καλλιεργειών και ζώων. Υπάρχουν επίσης παραδείγματα για τη δασοκομία, την υδατοκαλλιέργεια και τα προϊόντα από φυτικές ίνες, καθώς και τον καπνό. Ενώ η εφαρμογή είναι αρκετά γενική, υπάρχουν ενδείξεις ότι τα πιο επιτυχημένα συστήματα συνδέονται με γεωργικά προϊόντα που είναι υψηλής αξίας ή παράγονται για μεταποίηση ή / και εξαγωγές.

Πολλές επιχειρήσεις στην Ελλάδα εφαρμόζουν συμβολαιακή γεωργία. Η πρώτη εταιρεία που σύναψε συμβόλαια συνεργασίας με έλληνες παραγωγούς είναι η Tasty

Foods-PepsiCo για τα πατατάκια. Συγκεκριμένα πριν από 25 περίπου χρόνια η εταιρεία προχώρησε στη σύναψη συμβολαίων συνεργασίας με Έλληνες παραγωγούς πατάτας. Η συνεργασία αυτή συνεχίζεται μέχρι και σήμερα και αφορά 10.000 τόνους πατάτας.

Μία ακόμη εταιρεία που χρησιμοποιεί την συμβολαιακή γεωργία είναι η Barilla η οποία το 2002 σύναψε συμφωνία με τους Έλληνες παραγωγούς για κοινή πορεία στον χώρο της πρωτογενούς παραγωγής. Η εταιρεία προσέφερε την τεχνογνωσία της και οι παραγωγοί τις εκτάσεις τους για την καλλιέργεια ποικιλιών σιταριού υψηλής προστιθέμενης αξίας. Τα συμβόλαια που έχει υπογράψει υφίστανται μέχρι σήμερα και φτάνουν τους 60.000 τόνους τον χρόνο.

Επίσης, η Unilever έχει συνάψει πλάνο προγραμμάτων συμβολαιακής και αειφόρου καλλιέργειας με Έλληνες ελαιοπαραγωγούς. Η εταιρεία σύναψε τα πρώτα της προγράμματα συμβολαιακής καλλιέργειας το 2011 με 100 παραγωγούς ντομάτας στην περιοχή της Ηλείας, από την οποία προμηθεύεται περίπου 50.000 τόνους εργοστασιακής ντομάτας για τα προϊόντα Pummato.

Επιπλέον, η εταιρεία Phillip Morris ανακοίνωσε το 2013 ότι θα απορροφούσε το 50 της ελληνικής αγοράς καπνού μέχρι και το 2018. Η συμφωνία της εταιρείας πραγματοποιήθηκε με την περιοχή της Ανατολικής Μακεδονίας και συγκεκριμένα με παραγωγούς που παρέχουν την ποικιλία μπασμά που θεωρείται από τις καλύτερες.

Τέλος, το πρόγραμμα της συμβολαιακής γεωργίας και κτηνοτροφίας που υλοποιεί η Τράπεζα Πειραιώς, συνιστά μια σύγχρονη πρωτοβουλία στο πλαίσιο της ευρύτερης στρατηγικής της Τράπεζας για τη στήριξη και τον εκσυγχρονισμό του αγροτικού τομέα ο οποίος μπορεί να αποτελέσει ισχυρό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. Το πρόγραμμα καλύπτει όλη την παραγωγική, εφοδιαστική και μεταποιητική αλυσίδα του αγροτικού προϊόντος υποστηρίζοντας συντεταγμένα την επωφελή συνεργασία παραγωγών και επιχειρήσεων εμπορίας, μεταποίησης και διάθεσης της αγροτικής παραγωγής. Η Τράπεζα Πειραιώς λειτουργεί ως συντονιστής και χρηματοδότης.

- Στηρίζει την παραγωγική προσπάθεια, εξασφαλίζοντας στους Έλληνες παραγωγούς την αναγκαία ρευστότητα, ώστε, όχι μόνο να συνεχίσουν να παράγουν, αλλά μέσα από καλύτερο προγραμματισμό των απαιτούμενων

εισροών τους, να επιτύχουν καλύτερες τιμές, βελτίωση των όρων παραγωγής και τελικά καλύτερη ποιότητα στο παραγόμενο προϊόν.

- Εξασφαλίζει στις επιχειρήσεις την απαιτούμενη πρώτη ύλη, ούτως ώστε να προγραμματίσουν τις πληρωμές τους και γενικότερα τις ταμειακές τους υποχρεώσεις, αλλά και να είναι συνεπείς σε συμφωνίες και ρήτρες για την παράδοση των προϊόντων στις οποίες έχουν προχωρήσει.
- Δημιουργεί, σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών και αγορών, μια συναλλακτική κίνηση σε ότι αφορά την αλυσίδα των αγροτικών εισροών (αγροτικά εφόδια, μηχανήματα - μικροεργαλεία, ζωικό κεφάλαιο - ενέργεια), η οποία θα δώσει σημαντική ανάσα ρευστότητας, λόγω του άμεσου της πληρωμής όλων των συντελεστών που είναι απαραίτητοι για την παραγωγή των προϊόντων.

5.8 Η έννοια του αγροτικού συνεταιρισμού

Οι συνεταιρισμοί στην Ελλάδα εμφανίστηκαν ως έκφραση της επιθυμίας της κυβέρνησης να δημιουργήσει νέα μέσα για τη διευκόλυνση της εφαρμογής των γεωργικών πολιτικών. Στο τέλος του 1914, η επιθυμία αυτή εκφράστηκε στο προτεινόμενο νομοσχέδιο που υπέβαλε ο Γενικός Γραμματέας του Υπουργείου Οικονομικών, Α. Μυλωνάς, και οι συνάδελφοί του. Αυτή η πρωτοβουλία ήταν μέρος του γενικότερου πνεύματος του αστικού εκσυγχρονισμού, δηλαδή ενός ευρύτερου πλαισίου βασικής παρέμβασης και αλλαγής που κυριάρχησε στην ελληνική κοινωνία (Valentinov και Plioroulos, 2013).

Αυτή η σύλληψη σηματοδότησε μια νέα κατεύθυνση για τους Έλληνες αγρότες, η οποία τόνισε τις ανεπάρκειες στις παραδοσιακές γεωργικές πολιτικές και την ανάγκη να δοθεί πίστωση στην πλειονότητα του αγροτικού πληθυσμού με τέτοιο τρόπο ώστε να διασφαλιστούν τα συμφέροντα των τραπεζών (UN, 2009). Η θέσπιση του νόμου 602/1914 κάλυψε αυτό το κενό και τελικά επιβλήθηκε στους ελληνικούς συνεταιρισμούς, αποτελώντας χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός εξωτερικά επιβεβλημένου θεσμού στη γεωργική οικονομία.

Ο πρώτος σύγχρονος ελληνικός γεωργικός συνεταιρισμός ιδρύθηκε στις αρχές του 1900, αλλά η υιοθέτηση αυτού του οργανωτικού μοντέλου επιταχύνθηκε μόνο μετά το 1915 όταν τέθηκε σε ισχύ ο πρώτος συνεταιριστικός νόμος (Ν. 602/1915). Εκείνη την εποχή, η κυβέρνηση θεωρούσε τους συνεταιρισμούς ως εργαλείο πολιτικής

χρήσιμο για την αντιμετώπιση ακραίων αποτυχιών της αγοράς που προκλήθηκαν από την ασύμμετρη διανομή πληροφοριών και τη διαπραγματευτική δύναμη προς όφελος των χονδρεμπόρων γεωργικών προϊόντων (Πιορούλος, 2000).

Οι ίδιοι οι αγρότες είδαν τους συνεταιρισμούς ως το μόνο μέσο για να ξεπεραστούν οι εξαιρετικά επιβλαβείς συνέπειες των αποτυχιών στην αγορά. Κατά τα επόμενα χρόνια, περισσότεροι από 3.000 τοπικοί γεωργικοί συνεταιρισμοί πολλαπλών χρήσεων παρείχαν στους αγρότες-μέλη τους πίστωση σε ευνοϊκές τιμές, πρόσβαση σε υψηλής ποιότητας εισροές και κανάλια μάρκετινγκ σε λογικές τιμές. Το 1917, αυτοί οι τοπικοί συνεταιρισμοί άρχισαν να οργανώνουν δομές δεύτερης βαθμίδας, ομοσπονδίες στις οποίες επενδύθηκαν μονάδες επεξεργασίας για όλα τα μεγάλα ελληνικά γεωργικά προϊόντα (Fotiadis et al., 2019).

Ωστόσο, η άμεση κυβερνητική παρέμβαση, κυρίως μέσω πολυάριθμων τροποποιήσεων του συνεταιριστικού νόμου, ξεκίνησε τη δεκαετία του 1930 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Η έκταση και η ένταση αυτής της παρέμβασης μεγιστοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια των δικτατορικών καθεστώτων του 1936–40 και του 1967–74, αλλά και στη δεκαετία του 1980. Αξίζει να σημειωθεί ότι, από το 1915 έως το 1970, εγκρίθηκαν 946 τροποποιήσεις του Ν. 602/1915: δηλαδή περίπου δύο τροποποιήσεις ανά μήνα (Πιορούλος και Hendrikse, 2009).

Ως αποτέλεσμα, πολύ λίγοι συνεταιρισμοί συνέχισαν να επικεντρώνονται στην επίτευξη των στόχων που είχαν παράσχει το αρχικό τους ιδρυτικό κίνητρο. Τη δεκαετία του 1980 και του 90, το νομικό πλαίσιο τροποποιήθηκε αρκετές φορές. Οι πολιτικές αντιπαραθέσεις μεταξύ μελών του διοικητικού συμβουλίου που εκπροσωπήθηκαν και υποστηρίχθηκαν από διαφορετικά πολιτικά κόμματα έγιναν ο κανόνας.

Σαν αποτέλεσμα, οι γεωργικοί συνεταιρισμοί μετατόπισαν την εστίασή τους από την επιδίωξη επιχειρηματικών στόχων σε αποτελεσματικούς μηχανισμούς εκλογικής εκστρατείας για πολιτικά κόμματα. Δύο πολιτικές επιλογές προκάλεσαν αυτήν την καταστροφική εξέλιξη. Πρώτον, τα πολιτικά κόμματα επέλεξαν τους γεωργικούς συνεταιρισμούς ως πεδίο μάχης για πολιτικές αντιπαραθέσεις λόγω του γεγονότος ότι τα μέλη των αγροτών αντιπροσώπευαν ένα σημαντικό ποσοστό της ψήφου στις

εθνικές εκλογές (πάνω από 20%) και σχεδόν όλοι οι αγρότες ήταν μέλη ενός τουλάχιστον συνεταιρισμού (Πιορούλος και Valentinov, 2012).

Δεύτερον, πολλοί συνεταιριστικοί ηγέτες χρησιμοποίησαν αυτήν την εξέλιξη ως δικαιολογία για την επιδίωξη των ατομικών τους στόχων - χρηματικών - ακόμη και αν οι ενέργειές τους έβλαψαν τους συνεταιρισμούς. Η παρατηρούμενη αύξηση των μελών μετά το 1982 μπορεί να αποδοθεί στην πεποίθηση των αγροτών ότι θα μπορούσαν να αποκομίσουν σημαντικά οφέλη αποκτώντας άμεση πρόσβαση σε ένα από τα δύο πιο ισχυρά πολιτικά κόμματα.

Ο πειραματισμός με διαφορετικά νομικά πλαίσια και η εκτεταμένη κυβερνητική παρέμβαση στην εσωτερική οργάνωση και στις επιχειρηματικές αποφάσεις των αγροτικών συνεταιρισμών οδήγησαν αυτές τις οργανώσεις σε τεράστια προβλήματα κατά τη δεκαετία του 1980 και του '90. Τεράστια χρέη καθώς και τα συσσωρευμένα μερίδια αγοράς των συνεταιρισμών τόσο στις αγορές προϊόντων όσο και στις εισροές μειώθηκαν σε πρωτοφανή επίπεδα (Πιορούλος και Valentinov, 2012).

Ακόμη χειρότερα, η κυρίαρχη οργανωτική κουλτούρα στους γεωργικούς συνεταιρισμούς έγινε ανεκτική στην εσωτερική διαφωνία. Η επιτακτική ανάγκη για τους Έλληνες αγρότες να αντιμετωπίσουν ορισμένα οικονομικά προβλήματα που δημιουργήθηκαν από ένα όλο και περισσότερο παγκόσμιο, ανταγωνιστικό περιβάλλον στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και την επικείμενη κατάργηση των άμεσων επιδοτήσεων από την ΕΕ ανάγκασε την κυβέρνηση να επανεξετάσει το ρόλο της έναντι των αγροτικών συνεταιρισμών.

Ως αποτέλεσμα, τον Φεβρουάριο του 2000 θέσπισε το νόμο 2810, ο οποίος χαρακτηρίζεται από απλότητα, γενικότητα και εξάλειψη της κυβερνητικής παρέμβασης. Ωστόσο, μετά το 2000, η κυβέρνηση συνέχισε να παρεμβαίνει στις υποθέσεις των συνεταιρισμών (Ana-Mragi, 2006). Την ίδια περίοδο, η μείωση των παγκόσμιων τιμών των εμπορευμάτων, σε συνδυασμό με τις δραματικές αυξήσεις στις τιμές εισροών, ξετυλίγει την αδυναμία των περισσότερων συνεταιρισμών να προστατεύσουν το εισόδημα των αγροτών-μελών τους (Πιορούλος, 2002).

5.9 Ο ρόλος των συνεταιρισμών στην αγροτική αγορά

Είναι προφανές ότι η συνάρτηση μείωσης κόστους συναλλαγών των αγροτικών συνεταιρισμών, όπως τονίζεται από τη βιβλιογραφία (Hodgson, 2004).θεσμικών οικονομικών, έχει μικρή σχέση με την περιγραφόμενη ελληνική ιστορία. Η κατανόηση των αγροτικών συνεταιρισμών είναι μια ανάλυση των πραγματικών κινήτρων των πραγματικών φορέων τους, ακολουθούμενη από την ενσωμάτωση των αποτελεσμάτων αυτής της ανάλυσης σε ένα πιο συνολικό θεωρητικό πλαίσιο.

Αναμφισβήτητα, ένα τέτοιο πλαίσιο μπορεί να βρεθεί στη διεπιστημονική βιβλιογραφία για τον τρίτο τομέα, μια θεσμική δομή που περιλαμβάνει συνεταιρισμούς, ΜΚΟ, κοινωνικές επιχειρήσεις και άλλους ιδιωτικούς οργανισμούς που υπόκεινται σε κέρδη και σε κοινωνικούς στόχους (Evers και Laville, 2004). Αυτή η βιβλιογραφία διακρίνει τη σημαντική διάκριση μεταξύ δύο τύπων οικονομικών εξηγήσεων των οργανισμών τρίτων τομέων.

Οι εξηγήσεις από πλευράς ζήτησης που αντιμετωπίζουν τα προβλήματα που επιλύονται από αυτούς τους οργανισμούς και οι εξηγήσεις από την πλευρά της προσφοράς που αποκαλύπτουν τους μηχανισμούς με τους οποίους αυτοί οι οργανισμοί πραγματικά δημιουργούνται. Παρόμοια με τη νέα βιβλιογραφία θεσμικών οικονομικών για τους γεωργικούς συνεταιρισμούς, οι εξηγήσεις από πλευράς ζήτησης από οργανισμούς τρίτου τομέα περιλαμβάνουν τη διόρθωση της αποτυχίας της αγοράς και την εξοικονόμηση κόστους συναλλαγής (Steinberg, 2006).

Ταυτόχρονα, και σε αντίθεση με τη γεωργική συνεταιριστική υποτροφία, οι οργανισμοί συχνά αναγνωρίζεται ότι δημιουργούνται για λόγους που δεν σχετίζονται απαραίτητα με τις αιτιολογήσεις τους από πλευράς ζήτησης, δημιουργώντας έτσι αμφιβολίες σχετικά με την πραγματική επεξηγηματική αξία αυτών των αιτιολογήσεων. Όπως είναι εμφανές στους ελληνικούς γεωργικούς συνεταιρισμούς, η διάκριση μεταξύ εξηγήσεων από πλευράς ζήτησης και προσφοράς παίρνει μια ακόμη πιο δραματική στροφή.

Ενώ το χειρότερο σενάριο για τη βιβλιογραφία του τρίτου τομέα είναι ο πλήρης διαχωρισμός μεταξύ αυτών των εξηγήσεων, η περίπτωση του ελληνικού αγροτικού συνεταιρισμού υποδηλώνει ότι οι εξηγήσεις από την προσφορά ενδέχεται να υπονομεύσουν άμεσα αυτές που σχετίζονται με τη ζήτηση (Fotiadis et al., 2019).

Πράγματι, στην ελληνική περίπτωση, ένα σημαντικό μέρος της εξήγησης από την πλευρά της προσφοράς είναι ο ευκαιριασμός των ηγετών που περιορίζει την ικανότητα των συνεταιρισμών να εκπληρώνουν τις αποστολές τους από πλευράς ζήτησης.

Έτσι, η ελληνική υπόθεση δείχνει ότι η πραγματική ισχύς των εξηγήσεων από πλευράς ζήτησης, για συνεταιρισμούς και οργανισμούς τρίτων τομέων γενικότερα, είναι αναγκαστικά σε σχέση με την καθορισμένη εξήγηση από την πλευρά της προσφοράς. Η βιβλιογραφία για τους γεωργικούς συνεταιρισμούς έχει δώσει μεγαλύτερη προσοχή στις εξηγήσεις της από πλευράς ζήτησης παρά στις εξηγήσεις από την πλευρά της προσφοράς. Η ελληνική περίπτωση δείχνει ότι η σχέση μεταξύ αυτών των εξηγήσεων πρέπει να είναι πιο ισορροπημένη.

Αρκετές πρακτικές επιπτώσεις μπορούν επίσης να αντληθούν από την παραπάνω ανάλυση. Πρώτον, οι γεωργικοί συνεταιρισμοί των οποίων η λογική από πλευράς ζήτησης και προσφοράς αποσυνδέονται δεν προσθέτουν αξία στα μέλη τους και δεν αντιμετωπίζουν τις αποτυχίες της αγοράς που προκαλούνται από θεωρητικούς από τη ζήτηση. Η συνάφεια μεταξύ λογικών από πλευράς ζήτησης και προσφοράς μπορεί να βελτιωθεί επιτρέποντας στα συνεργατικά μέλη να παρακολουθούν τη συμπεριφορά των ηγετών τους.

Αυτό, με τη σειρά του, απαιτεί προσεκτικά σχεδιασμένους συνεταιρισμούς που καθιστούν δύσκολη για μια μειονότητα μελών να εκτρέψουν τον συνεταιρισμό τους από την επιδίωξη των στόχων της από πλευράς ζήτησης. Επιπλέον, είναι ζωτικής σημασίας να εκπαιδεύσουμε τα μέλη σχετικά με την αντίθεση μεταξύ λογικών από πλευράς ζήτησης και προσφοράς για τους συνεταιρισμούς τους.

Δεύτερον, ο αριθμός των συνεταιρισμών και ο αριθμός των αγροτών δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως πληρεξούσιο για την πραγματική εκπροσώπηση των αγροτών από τους συνεταιριστικούς ηγέτες. Η ελληνική υπόθεση δείχνει ότι και οι δύο αυτοί δείκτες διατρέχουν τον κίνδυνο κατάχρησης από ευκαιριακούς συνεταιρισμούς στις σχέσεις τους με κυβερνητικούς αξιωματούχους και πολιτικούς.

Τρίτον, η υποστήριξη της δημόσιας πολιτικής για τους γεωργικούς συνεταιρισμούς πρέπει να αιτιολογείται ως προς την πραγματική συμβολή τους στην αντιμετώπιση των αδυναμιών της αγοράς (EC, 2017). Τέλος, οι φορείς ανάπτυξης και οι υπεύθυνοι

χάραξης πολιτικής που θεωρούν τους συνεταιρισμούς ως εργαλεία για την επίτευξη των στόχων της αγροτικής και γεωργικής ανάπτυξης θα πρέπει να γνωρίζουν τα πραγματικά κίνητρα των πραγματικών φορέων.

Το χάσμα μεταξύ της ζήτησης και της παροχής υπηρεσιών μπορεί να αξιοποιηθεί με ευκαιριακό τρόπο από άτομα που χρησιμοποιούν τον συνεταιρισμό για να επιδιώκουν τους δικούς τους στόχους εις βάρος του συνεταιρισμού. Η επιλογή δυνητικών ηγετικών συνεργατών μπορεί να αποδειχθεί ένα από τα πιο δύσκολα καθήκοντα των ειδικών ανάπτυξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6-Συμπεράσματα και προτάσεις

6.1 Εισαγωγή

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τα συμπεράσματα στα οποία καταλήγουμε από την μελέτη μας. Τα συμπεράσματα αφορούν την συμβολιακή γεωργία, τους αγροτικούς συνεταιρισμούς στην Ελλάδα και την αγροτικό κλάδο γενικότερα. Επίσης, θα παρουσιάσουμε και ορισμένες προτάσεις που θα μπορούσαν να ληφθούν υπόψη.

6.2 Συμπεράσματα

Η ίδια η γεωργία δεν είναι ο πιο ακμάζων οικονομικός τομέας στην Ελλάδα λόγω των περιβαλλοντικών συνθηκών, ωστόσο, η Ελλάδα εξακολουθεί να είναι σημαντικός παραγωγός βαμβακιού και καπνού και η χώρα είναι ευρέως γνωστή για τις ελιές της. Η γεωργία στην Ελλάδα χαρακτηριζόταν πάντα από μικρές εκμεταλλεύσεις και από χαμηλές επενδύσεις κεφαλαίου. Τώρα, οι εταιρείες ενσωματώνουν την τεχνολογία στο ταξίδι της γεωργίας και της κατανάλωσης, από το να επιτρέπουν στους ανθρώπους να διαβάζουν για τα συστατικά στα τρόφιμά τους μέχρι να βοηθούν τους αγρότες να παρακολουθούν την κατάσταση των καλλιεργειών τους.

Η Ελλάδα βρίσκεται κοντά σε πολλές χώρες με διαφορετικά πλεονεκτήματα όσον αφορά τη γεωργική παραγωγή. Επομένως, υπάρχουν πολλά προϊόντα που εισάγονται και εξάγονται στην Ελλάδα. Οι κύριοι προμηθευτές γεωργικών προϊόντων διατροφής στην ελληνική αγορά είναι η Γαλλία, οι Κάτω Χώρες, η Γερμανία, η Ιταλία και η Βουλγαρία. Το τυρί, το χοιρινό, το βόειο κρέας και τα έτοιμα τρόφιμα κυριαρχούν στις εισαγωγές στην Ελλάδα.

Σε ότι αφορά τις εξαγωγές της Ελλάδας, διαπιστώσαμε ότι τα γεωργικά προϊόντα αντιπροσωπεύουν το ένα τρίτο των ελληνικών εξαγωγών και οι κύριες χώρες για τα προϊόντα της Ελλάδας είναι η Γερμανία, η Βουλγαρία, το Ηνωμένο Βασίλειο και οι Ηνωμένες Πολιτείες. Τα κύρια προϊόντα που εξάγονται από την Ελλάδα είναι τυρί, ελαιόλαδο, ελιές, βαμβάκι, τσιπούρα και κονσερβοποιημένα ροδάκινα.

Στη συνέχεια της εργασίας μας προχωρήσαμε στο ζήτημα των αγροτικών συνεταιρισμών στην Ελλάδα όπου και παρατηρήσαμε ότι η Ελλάδα υιοθέτησε ένα

σύστημα αγροτικών συνεταιρισμών ήδη από το 1915 για τον εξορθολογισμό των γεωργικών προσπαθειών. Αυτοί οι συνεταιρισμοί είναι τώρα συνενωμένοι και έχουν υποστηριχθεί από κάθε κυβέρνηση που έρχεται στην εξουσία (Πιορούλος, 2002). Κάτω από τις σοσιαλιστικές κυβερνήσεις της δεκαετίας του 1980, οι συνεταιρισμοί ενισχύθηκαν σημαντικά και έλαβαν μεγάλο ποσοστό γεωργικών δανείων.

Ένα άλλο ζήτημα που εξετάσαμε είναι αυτό της συμβολαιακής καλλιέργειας η οποία διαπιστώθηκε ότι αυξάνει το γεωργικό εισόδημα ανοίγοντας ευκαιρίες και χρησιμοποιώντας πόρους με αποτελεσματικό τρόπο. Ο προσανατολισμός των αγροτών και των επιχειρήσεων σε αυτή τη μορφή συνεργασίας ενισχύει την ποιότητα των προϊόντων και την εξωστρέφεια, ενισχύοντας τις εθνικές εξαγωγές.

Ωστόσο, δημιουργεί πολλά προβλήματα για τους συμβασιούχους αγρότες και για την τοπική οικονομία (FAO, 2017). Είναι πιθανό οι αγρότες να μπορούν να κλειδωθούν σε μια κατάσταση αυξανόμενου χρέους επειδή δεν μπορούν να αποχωρήσουν εύκολα από τη σύμβαση μετά την είσοδό τους ακόμη και αν τα αναμενόμενα οφέλη δεν υλοποιηθούν λόγω της χαμηλής τιμής ή της απόρριψης της καλλιέργειας ή της αποτυχίας της καλλιέργειας.

Συνήθως, μία εταιρεία προμηθεύει εισροές στους καλλιεργητές εκ των προτέρων και τα λαμβάνει με την αφαίρεση από το εισόδημα των καλλιεργειών. Αυτό ωθεί τους αγρότες να συνεχίσουν να συνάπτουν συμβόλαιο με την εταιρεία κάθε χρόνο ώστε να εξοφλήσουν αυτά τα δάνεια. Η ανάπτυξη αυτών των φαινομένων δημιουργεί συχνά πρόβλημα για τους αγρότες που έχουν περιορισμένη επιχειρηματική εμπειρία.

Για την πρόσβαση σε αδιάλειπτη προμήθεια πρώτων υλών, η εταιρεία παρέχει βασικές εισροές καθώς και καλύτερη τεχνολογία. Ωστόσο, μερικές φορές η εταιρεία παρέχει κακούς και συχνά δαπανηρούς σπόρους, λιπάσματα και φυτοφάρμακα και κακές υπηρεσίες επέκτασης. Αυτά τα προβλήματα πρέπει να μελετηθούν εκτενώς από τους ειδικούς και να επιλυθούν.

Η σύμβαση έχει επίσης ορισμένες επιβλαβείς κοινωνικές συνέπειες. Δημιουργεί ένταση μεταξύ των συμβασιούχων και των μη συμβασιούχων γεωργών καθώς και μεταξύ των συμβαλλομένων μελών της οικογένειας. Γενικά οι εταιρείες δεν προτιμούν να συνεργάζονται με μικρούς αγρότες. Επιπλέον, ένα ζήτημα στο οποίο δίνεται καθόλου ή ελάχιστη προσοχή είναι αυτό που συμβαίνει σε εκείνους τους

αγρότες που δεν έχουν συμβόλαια. Για να ρυθμίσει τις δραστηριότητες της εταιρείας, το κράτος μπορεί να ακολουθήσει ορισμένα μέτρα, τα οποία θα κάνουν την εργασία των συμβάσεων να λειτουργήσει προς όφελος των αγροτών.

6.3 Προτάσεις

Στο αρχικό στάδιο όλων των ρυθμίσεων της συμβολαιακής γεωργίας, είναι απαραίτητο τόσο οι εργολάβοι όσο και οι αγρότες να έχουν σαφή κατανόηση της έννοιας και των ρόλων που παίζουν σε μια συμφωνία. Τα άκαμπτα συμβόλαια είναι αβάσιμα, όταν οι αγρότες δεν κατανοούν πλήρως τις έννοιες, τα πρότυπα ποιότητας ή την απώλεια λόγω καθυστερημένης ή πρόωρης παράδοσης.

Μια πρόταση πολιτικής που έχει γίνει συχνά στη βιβλιογραφία είναι για συνδυασμένες διαπραγματεύσεις μέσω αγροτικών συνεταιρισμών. Οι οργανώσεις των παραγωγών αυξάνουν τη διαπραγματευτική δύναμη των πωλητών συμβολαίων στη διαπραγμάτευση των όρων της σύμβασης, η οποία στην ουσία είναι ένα παιχνίδι διαπραγμάτευσης με απροσδιόριστο αποτέλεσμα και τέτοιες οργανώσεις ενεργούν ως αντισταθμιστική δύναμη για τον μονοψωνιστή.

Οι συνεταιρισμοί θα μπορούσαν να είναι μια λύση για την άνιση κατάκτηση της προστιθέμενης αξίας από τους μονοψωνικούς αγοραστές, καθώς τα συνεταιριστικά κέρδη θα πήγαιναν τελικά στα μέλη του. Η ένωση ενός παραγωγού που μπορεί να μονοπωλήσει την προσφορά προϊόντων θα μπορούσε ενδεχομένως να αποσπάσει κέρδη από εταιρείες (Mariyono, 2019). Οι συμβάσεις καλλιέργειας διαδραματίζουν δύο κρίσιμους ρόλους για την εταιρεία, τη διασφάλιση ποιότητας και τη διαχείριση κινδύνων.

Οι συμβάσεις πρέπει να προσδιορίζουν τόσο τον κίνδυνο όσο και τις ευθύνες μεταξύ των καλλιεργητών και των εταιρειών, ενσωματώνοντας τις κυρώσεις για παραβίαση της σύμβασης και στις δύο πλευρές. Επιπλέον, τα συστήματα καλλιεργητών συχνά αποτυγχάνουν όταν η παραγωγικότητα είναι υπερεκτιμημένη και οι τιμές είναι χαμηλότερες από τις αναμενόμενες τιμές συγκομιδής. Οι εταιρείες απορροφούν περισσότερο κίνδυνο και το κόστος της αθέτησης της σύμβασης επειδή είναι συχνά απίθανο να ακολουθήσουν καλλιεργητές που παραβιάζουν τις συμβάσεις τους.

Οι εταιρείες θα μπορούσαν να ελαχιστοποιήσουν την πιθανότητα παραβίασης των συμβάσεων από τους αγρότες παρέχοντας μπόνους υπό όρους. Εάν οι αγρότες παρέδιδαν τα προϊόντα τους εγκαίρως, η εταιρεία θα μπορούσε να προσφέρει εισροές επενδύσεων ή εγγυήσεις δανείου. Επιπλέον, για να διασφαλιστεί ότι οι γεωργοί χρησιμοποιούν υπό όρους εισροές στην παραγωγή που σχετίζονται με τις εταιρείες, οι εταιρείες έχουν επίσης δεσμεύσει μπόνους ή / και κυρώσεις με τις απαιτήσεις ποιότητας και όγκου.

Η τριβή των αγροτών και η παραβίαση της σύμβασης είναι αποτέλεσμα ελλιπών πληροφοριών σχετικά με τους όρους της σύμβασης. Έτσι λοιπόν η διασφάλιση ότι όλα τα μέρη γνωρίζουν τους κινδύνους και τις επιφυλάξεις που εμπλέκονται το σύστημα της συμβολαιακής γεωργίας μπορεί να μετριάσει ορισμένα από τα προβλήματα.

Επιπλέον, η επιτυχής διάδοση και λήψη των γεωργικών τεχνολογιών απαιτεί διεξοδικές δοκιμές. Τα συστήματα συμβολαίων εκτροφής μπορούν να έχουν αρνητικές συνέπειες για τους μη συμμετέχοντες αγρότες, κατευθύνοντας δημόσιους / κρατικούς πόρους σε έναν μικρό αριθμό αγροτών. Ωστόσο, διαπιστώθηκε ότι τα συστήματα αυτά έχουν επίσης την πιθανότητα να μειώσουν τον κοινωνικό διαχωρισμό.

Η συμβολαιακή γεωργία μπορεί να λειτουργήσει ως ισοπεδωτικό μειώνοντας τους κινδύνους, δημιουργώντας πρόσβαση σε εισροές, αγορές και τεχνολογία και μπορεί επίσης να ευνοήσει τους σχετικά πλούσιους αγρότες που επιλέγονται στο σύστημα. Επιπλέον, ενώ η συμβολαιακή γεωργία συχνά περιλαμβάνει τους αγρότες, τα στοιχεία δείχνουν ότι απαιτείται γενικά ένας τίτλος για τη γη, αποκλείοντας έτσι τους φτωχότερους αγρότες και τους μισθωτούς.

Εκτός από την ασφαλή ιδιοκτησία γης, οι συμβάσεις ορίζουν συχνά το ελάχιστο μέγεθος γης, την κατάσταση της υγείας, την ικανότητα παροχής ή πρόσληψης εργασίας και μερικές φορές ακόμη και την κατάσταση εκπαίδευσης, μειώνοντας περαιτέρω το υποσύνολο των αγροτών που μπορούν να συμμετάσχουν.

Σίγουρα, όταν οι συμβαλλόμενοι αγρότες δεσμεύονται να προμηθεύουν υψηλότερες ποσότητες γεωργικού προϊόντος σε έναν αγοραστή, η οικογενειακή εργασία συνήθως δεν είναι αρκετή και εξαρτώνται περισσότερο από τους τοπικά μισθωμένους

εργαζόμενους. Έτσι, παρέχουν εργασία σε όσους δεν πληρούν τα κριτήρια για την συμμετοχή στη συμβολιακή γεωργία. Όταν οι εργοστασιακές εγκαταστάσεις εγκαθίστανται τοπικά από τις εταιρείες μεταποίησης, η αυξημένη παραγωγή απαιτεί προφανώς εργασία για τη δραστηριότητα επεξεργασίας και συνεπώς οδηγεί στη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης.

Βιβλιογραφία

- Ξένη

Albaum, G. (2011). *International marketing and export management* (7th ed.). Harlow, New York: Financial Times Prentice Hall.

Apostolopoulos, N.; Ratten, V.; Stavroyiannis, S.; Makris, I.; Apostolopoulos, S.; Liargovas, P. (2020). Rural health enterprises in the EU context: A systematic literature review and research agenda. *J. Enterprising Communities*, 14, 563–582

Bellmare MF., (2015). Contract Farming: What’s It For Smallholder Farmers in Developing Countries? *Choices* 3rd Quarter 2015 – 30(3). Agricultural and Applied Economics Association 2015.

Bowling S, Gibbon P, Jones S. (2009). The Economics of Smallholder Organic Contract Farming in Tropical Africa. *World Dev*, 37(6):1094-104.

Cavusgil, S. T., Knight, G. A. (2004). Innovation, organizational capabilities and the bornglobal firm, *Journal of International Business Studies*, 35: 124-141.

Copus, A., Hall C., Barnes, A., Dalton, Gr., Cook, P., Weingarten, P., Baum, S., Stange, H., Lindner, Ch., Hill, A., Eiden, G., McQuaid, R., Grieg, M. and M. Johansson (2006). Study on Employment in Rural Areas (SERA), A Study commissioned by EC-DG for Agriculture and Rural Development. [Online]. http://ec.europa.eu/agriculture/publi/reports/ruralemployment/sera_report.pdf. Accessed 05 November 2020

Czinkota, M. R. (2013). *International marketing* (10th edition, International edition.). SouthWestern: Cengage Learning.

Darnhofer I, Bellon S, Dedieu B, and Milestad R (2010). Adaptiveness to enhance the sustainability of farming systems. a review. *Agron Sustain Dev* 30:67–81.

Dunning, J. H. (2001) “The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production: Past, Present and Future”, *International Journal of the Economics of Business*, 8 (2): 173-190.

- De Rancourt M, Fois N, Lavin MP, Tchakerian E, and Vallerand F (2006). Mediterranean sheep and goats production: an uncertain future. *Small Ruminant Res* 62:167–179.
- European Union, (2010). *Agriculture in the European Union: statistical and economic information 2009*. Directorate-General for Agriculture and Rural Development.
- European Commission (2017). *Policy Coherence for Development: 2015 EU Report*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2015(b). doi:10.2841/34622. https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/pcdreport-2015_en.pdf (last accessed: 03/11/2017).
- Fotiadis, A.; Nuryyev, G.; Achyldurdyeva, J.; Spyridou, A. (2019). The impact of EU sponsorship, size, and geographic characteristics on rural tourism development. *Sustainability*, 11, 2375.
- Fuglie, K. (2012). Productivity growth and technology capital in the global agricultural economy. In Keith O. Fuglie, Sun Ling Wang and V. Eldon Ball, eds., *Productivity growth in agriculture: an international perspective*. Oxfordshire, UK, CAB International.
- Hellenic Republic, (2009). *Rural Development Programme of Greece 2007-13 (6th edition)*. Athens, Greece: Hellenic Ministry of Rural Development and Food (in Greek).
- Hill, C. W. (2013). *International business: Competing in the global marketplace (8th ed.)*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Hueth, B. and E. Ligon. (2001). Agricultural Markets as Relative Performance Evaluation. *American Journal of Agricultural Economics* 83:318-328.
- IFAD [International Fund for Agricultural Development] (2011). *Rural Poverty Report 2011*. [Online]. <http://www.ifad.org/rpr2011>. Accessed 05 November 2020.
- Iliopoulos, C., Hendrikse, G.W.J. (2009). Influence Costs in Agribusiness Cooperatives: Evidence from Case Studies. *International Studies of Management & Organization* 39 (4), 60-80. <http://dx.doi.org/10.2753/IMO0020-8825390404>.

Iliopoulos, C., Valentinov, V. (2012). Opportunism in Greek agricultural cooperatives. *Outlook on Agriculture* 41(1), 15-19.

<http://dx.doi.org/10.5367/oa.2012.0071>.

Iliopoulos, C. (2002). Preparing Greek agricultural cooperatives for the 21st century: a new institutional economics approach (in Greek), *Syneteristikoi Provlmatismoi*, Vol 1, pp 197–214.

Kamaly, A. (2014). Does FDI crowd in or out domestic investment? New evidence from emerging economies. *Modern Economy*, 5(04), 391.

Karp, L. and J. Perloff. (2002). A Synthesis of Agricultural Trade Economics.” In B.L. Gardner and G.C. Rausser (eds.), *Handbook of Agricultural Economics*, Vol. 2B. Amsterdam: Elsevier.

Louloudis, L. and Maraveyas, N. (2000). Farmers, the State and Political Power in Greece (1981-1996). 7th Scientific Congress of Institution S. Karagiorgas, *Structures and Relations of Power in Current Greece*, pp. 733-748.

Mariyono J. (2019). Stepping up from Subsistence to Commercial Intensive Farming to Enhance Welfare of Farmers Households in Indonesia. *Asia Pac Policy Stud*, 6(2): 246-65.

National Statistical Service of Greece (2012). Agriculture and livestock census. [Online]. <http://www.statistics.gr>. Accessed 05 November 2020.

Pauw, K.W. (2007). Agriculture and poverty: Farming for food or farming for money? *Agrekon*, 46(2), pp. 195-217.

Reidsma P, Ewert F, Lansink AO, Leemans R (2010). Adaptation to climate change and climate variability in European agriculture: the importance of farm level responses. *Eur J Agron* 32:91–102.

Saxena, G.; Clark, G.; Oliver, T.; Ilbery, B., (2007). Conceptualizing integrated rural tourism. *Tour. Geogr.* 9, 347–370.

- Sgroi, F.; Donia, E.; Mineo, A.M. (2018). Agritourism and local development: A methodology for assessing the role of public contributions in the creation of competitive advantage. *Land Use Policy*, 77, 676–682.
- Smit B, Skinner M (2002). Adaptation options in agriculture to climate change: a typology. *Mitig Adapt Strat Glob Change* 7:85–114.
- Stratakis, P., and Iliopoulou, P. (2011). Aspects of rural development in Greece: Indicators, policies and new opportunities. ERSA conference papers ersa11p1538, European Regional Science Association.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4): 448–469.
- Tickamyer, A. (2006). Rural poverty, in *Handbook of Rural Studies*, P. Cloke, T. Marsden and P. Mooney (Eds.), 411-426, Sage Publications.
- Tortia, E. C. (2011). The firm as a common. The case of accumulation and use of common resources in mutual benefit organizations. University of Trento, Discussion Paper of the Department of Economics, no. 12/2012. URL: <http://www.unitn.it/files/download/15312/1211torti>
- Tsiforos, I., and Polymenakou, E. (2015). Developments in the Rural Economy of Greece. *Gaia Epicheirein*.
- UN (2009). Cooperatives in social development. Report of the Secretary-General, no. A/64/132.
- Valentinov, V., Iliopoulos, C. (2013). Economic Theories of Nonprofits and Agricultural Cooperatives Compared: New Perspectives for Nonprofit Scholars. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 42(1), 109-126. <http://dx.doi.org/10.1177/0899764012436399>.
- Vorkey B, Lundy M, MacGregor J. (2008). Business Models that are: Inclusive of Small Farmers. FAO and UNIDO as background to the Global Agro-Industries Forum. New Delhi.

World Bank (2008b). World Development Report: Agriculture for Development, The World Bank Group.

World Bank (2008a). The Growth Report: Strategies for Sustained Growth and Inclusive Development, Commission on Growth and Development, The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.

- **Ιστοσελίδες**

Γκέκας, Γ. (2017). Τα χαρακτηριστικά του αγροτικού τομέα σήμερα, Επιχειρώ, (Online) [Τα χαρακτηριστικά του αγροτικού τομέα σήμερα \(epixeiro.gr\)](http://www.epixeiro.gr), Assessed on 25/11/2020

Export (2019). Greece - Agricultural Sector, (Online) <https://www.export.gov/apex/article2?id=Greece-Agricultural-Sector>, Assessed on 15/11/2020