

**Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης**



**Χωρικός αναπτυξιακός σχεδιασμός: Η περίπτωση της κτηνοτροφίας στο
Δήμο Δεσκάτης**

**Εργασία: Συρβανίδη Ευθύμη
Επιβλέπων καθηγητής: Μαρί Νοέλ Ντυκέν**

Βόλος 2022

Δήλωση

Βεβαιώνω ότι η παρούσα εργασία είναι δική μου, δεν έχει συγγραφεί από άλλο πρόσωπο με ή χωρίς αμοιβή, δεν έχει αντιγραφεί από δημοσιευμένη ή αδημοσίευτη εργασία άλλου και δεν έχει προηγουμένως υποβληθεί για βαθμολόγηση στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ή αλλού. Βεβαιώνω ότι είμαι εν γνώσει των κανόνων περί λογοκλοπής του ΤΜΧΠΠΑ και ότι στο πλαίσιο αυτού έχουν τηρηθεί όλοι οι κανόνες κατά την ακαδημαϊκή δεοντολογία, σχετικά με αναφορές, βιβλιογραφία, κ.λ.π., τόσο από έντυπες όσο και από ηλεκτρονικές πηγές. Σε περίπτωση λογοκλοπής αποδέχομαι όλες ανεξαιρέτως τις ποινές που προβλέπουν οι εκάστοτε Κανονισμοί του ΠΘ ή και του ΤΜΧΠΠΑ.

Ημερομηνία: 13 Φεβρουαρίου 2023

Ονοματεπώνυμο: Συρβανίδης Ευθύμιος

Υπογραφή:

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ πολύ , την επιβλέπουσα καθηγήτρια Μαρί Νοέλ Ντυκέν και τα δύο μέλη της εξεταστικής επιτροπής: Γιώργο Βλότζο αναπληρωτή καθηγητή και τον Σπύρο Νιαβή επίκουρο καθηγητή, για τον χρόνο που αφιέρωσαν για την διάρθρωση της πτυχιακής μου διατριβής, καθώς και για τις εποικοδομητικές παρατηρήσεις που κάνανε πάνω σε αυτήν.

Περιεχόμενα:

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΧΑΡΤΩΝ κ.λπ.....σελ.7	σελ.7
Εισαγωγή.....σελ.8	σελ.8
1.Παραγωγικά Οικονομικά και Κοινωνικά χαρακτηριστικά του Δήμου Δεσκάτης.....σελ.11	σελ.11
1.1 Τα βασικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά της περιοχής του Ο.Τ.Α.....σελ.11	σελ.11
1.2 Τα βασικά πληθυσμιακά χαρακτηριστικά της περιοχής του Ο.Τ.Α.....σελ.12	σελ.12
1.3 Τα βασικά οικονομικά χαρακτηριστικά της περιοχής του Ο.Τ.Α.....σελ.15	σελ.15
1.3.1 Ιστορικά στοιχεία.....σελ.15	σελ.15
1.3.2 Φυσικό περιβάλλον.....σελ.16	σελ.16
1.3.3 Σύλλογοι/Σωματεία.....σελ.17	σελ.17
1.3.4 Πρωτογενής τομέας.....σελ.18	σελ.18
1.3.5 Δευτερογενής τομέας.....σελ.18	σελ.18
1.3.6 Τριτογενής τομέας.....σελ.18	σελ.18
1.3.7 Απασχόληση-Ανεργία.....σελ.19	σελ.19
1.4 Τα βασικά χωροταξικά-πολεοδομικά χαρακτηριστικά της περιοχής του Ο.Τ.Α.....σελ.19	σελ.19
1.4.1 Οικιστική οργάνωση.....σελ.19	σελ.19
1.4.2 Θεσμικό πλαίσιο και καθεστώς.....σελ.20	σελ.20
2. Παραγωγή και παραγωγικότητα.....σελ.21	σελ.21
3. Φυσικοί βοσκότοποι και βοσκοϊκανότητα.....σελ.30	σελ.30
3.1 Υφιστάμενη κατάσταση βοσκοτόπων.....σελ.30	σελ.30
3.2 Προτεινόμενες Επενδύσεις.....σελ.31	σελ.31
3.3 Συμπεράσματα-Προτάσεις.....σελ.32	σελ.32
4. Εκτίμηση των οικονομικών χαρακτηριστικών των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων.....σελ.33	σελ.33
5. Παρουσίαση της νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικήςσελ.40	σελ.40
5.1 Πριμοδοτήσεις αιγοπροβάτων.....σελ.40	σελ.40
5.1.1 Αιτήσεις και περίοδος υποχρεωτικής κατοχής.....σελ.40	σελ.40

5.1.2 Εκτάσεις επιλέξιμες για τις πριμοδοτήσεις αιγοπροβάτων.....σελ.41	σελ.41
5.1.3 Αίτηση για τη συμπληρωματική πριμοδότηση και για την πριμοδότηση για τις αίγες.....σελ.41	σελ.41
5.1.4 Γεωργοί που προβαίνουν σε εποχιακές μετακινήσεις ποιμνίων.....σελ.42	σελ.42
5.1.5Επιλεξιμότητα.....σελ.43	σελ.43
5.1.6 Απογραφή των γεωργών που διαθέτουν στο εμπόριο πρόβειο γάλα ή γαλακτοκομικά προϊόντα με βάση το πρόβειο γάλα.....σελ.43	σελ.43
5.1.7 Κοινοποιήσεις.....σελ.44	σελ.44
5.2 Όρια, αποθέματα και μεταβιβάσεις.....σελ.44	σελ.44
5.2.1 Δικαιώματα που αποκτήθηκαν δωρεάν.....σελ.44	σελ.44
5.2.2 Χρησιμοποίηση των δικαιωμάτων.....σελ.45	σελ.45
5.2.3 Μεταβίβαση δικαιωμάτων και προσωρινή εκχώρηση.....σελ.46	σελ.46
5.2.4 Τροποποίηση του ατομικού ανώτατου ορίου.....σελ.47	σελ.47
5.2.5 Γεωργοί που δεν είναι ιδιοκτήτες της έκτασης της εκμετάλλευσης τους.....σελ.47	σελ.47
5.2.6 Μεταβίβαση μέσω του εθνικού αποθέματος.....σελ.47	σελ.47
5.2.7 Υπολογισμός ατομικών ορίων.....σελ.48	σελ.48
5.3 Πρόσθετες πληρωμές.....σελ.49	σελ.49
5.3.1 Πρόσθετες ενισχύσεις.....σελ.49	σελ.49
5.4 Κοινή αγροτική πολιτική και <<Φέτα>>.....σελ.49	σελ.49
6. SWOT Analysis του πρωτογενή τομέα του δήμου Δεσκάτης.....σελ.54	σελ.54
6.1 Μεθοδολογία SWOT ANALYSIS.....σελ.54	σελ.54
6.2 Παραγωγικό σύστημα Δήμου Δεσκάτης.....σελ.56	σελ.56
6.2.1 Δυνατά Σημεία.....σελ.57	σελ.57
6.2.2 Αδύνατα Σημεία.....σελ.58	σελ.58
6.2.3 Ευκαιρίες.....σελ.60	σελ.60
6.2.4 Απειλές.....σελ.62	σελ.62
7. Παρουσίαση αναπτυξιακής στρατηγικής του τοπικού παραγωγικού συστήματος.....σελ.65	σελ.65
7.1 Θεωρητική Προσέγγιση.....σελ.65	σελ.65
7.2 Αναπτυξιακό όραμα Αγροκτήματος Δεσκάτης.....σελ.76	σελ.76
8. Επιχειρησιακό σχέδιο.....σελ.81	σελ.81

8.1 Θεωρητική προσέγγιση.....σελ.81	σελ.81
8.2 Μίγμα μάρκετινγκ παραγωγικού συστήματος Δήμου Δεσκάτης.....σελ.85	σελ.85
8.2.1 Προϊόν.....σελ.85	σελ.85
8.2.2 Τιμολογιακή πολιτική.....σελ.92	σελ.92
8.2.3 Διανομή.....σελ.93	σελ.93
8.2.4 Προώθηση.....σελ.94	σελ.94
9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....σελ.102	σελ.102

ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΠΙΝΑΚΩΝ, ΧΑΡΤΩΝ κ.λπ.

Εικόνα 1: Ο Δήμος Δεσκάτης στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας.....σελ.7	σελ.7
Πίνακας 1.1 Εξέλιξη πληθυσμού Δήμου Δεσκάτης.....σελ.8	σελ.8
Πίνακας 1.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....σελ.9	σελ.9
Πίνακας 1.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....σελ.9	σελ.9
Πίνακας 1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης/μόρφωσης συνόλου (2001).....σελ.10	σελ.10
Πίνακας 1.5 Επίπεδο εκπαίδευσης/μόρφωσης συνόλου (2011).....σελ.11	σελ.11
Πίνακας 1.6 Απασχόληση/ Ανεργία στο Δήμο Δεσκάτης.....σελ.15	σελ.15
Διάγραμμα 2.1σελ.17	σελ.17
Διάγραμμα 2.2σελ.18	σελ.18
Πίνακας 2.1 Παραδόσεις Πρόβειου και Γίδινου Γάλακτος-2014.....σελ.19	σελ.19
Πίνακας 2.2 Παραδόσεις Πρόβειου και Γίδινου Γάλακτος-2021.....σελ.19	σελ.19
Πίνακας 2.3 Τιμές παραγωγού κρέατος.....σελ.20	σελ.20
Πίνακας 2.4 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος.....σελ.22	σελ.22
Πίνακας 2.5 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος.....σελ.22	σελ.22
Πίνακας 2.6 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος.....σελ.23	σελ.23
Πίνακας 2.7 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος.....σελ.23	σελ.23
Πίνακας 2.8 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής.....σελ.24	σελ.24
Πίνακας 2.9 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής για σιτηρά.....σελ.24	σελ.24
Πίνακας 2.10 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής για ψυχανθούς.....σελ.25	σελ.25
Πίνακας 2.11 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής για δέντρα.....σελ.25	σελ.25
Πίνακας 3.1. παραγωγή βοσκήσιμης ύληςσελ.26	σελ.26
Πίνακας 4.1 Κόστος παραγωγής κύριων προϊόντων.....σελ.29	σελ.29
Πίνακας 4.2. Οικονομικά αποτελέσματα κλάδου προβάτωνσελ.30	σελ.30
Πίνακας 4.3. Οικονομικά αποτελέσματα κλάδου κριθαριού-γρασιδιού.....σελ.30	σελ.30
Πίνακας 4.4. Οικονομικά αποτελέσματα γεωργικής εκμ/σης χωρίς επιδοτήσεις.σελ.31	σελ.31
Πίνακας 4.5. Οικονομικά αποτελέσματα γεωργικής εκμ/σης με επιδοτήσεις.....σελ.32	σελ.32
ΣΧΗΜΑ 7.1: Παράγοντες που επηρεάζουν τους στόχους των σχεδίων Μάρκετινγκ.....σελ.62	σελ.62
ΣΧΗΜΑ 7.2: Μοντέλο στρατηγικής κατεύθυνσης του Ansoff.....σελ.63	σελ.63
ΣΧΗΜΑ 7.3: Μοντέλο των γενικών στρατηγικών του Porter.....σελ.66	σελ.66
ΣΧΗΜΑ 7.4: Μοντέλο ανάπτυξης και μεριδίου της αγοράς του Boston Consulting Group.....σελ.68	σελ.68

Εισαγωγή

Το θέμα που θα μας απασχολήσει, που αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις ενός ΟΤΑ που η παραγωγική του δομή κυριαρχείται από τον πρωτογενή τομέα, είναι καταρχήν η δημιουργία των πλέον ευνοϊκών προϋποθέσεων ανάπτυξης της γεωργίας και της κτηνοτροφίας, με βάση όμως τα σύγχρονα δεδομένα που διαμορφώνουν οι εφαρμοζόμενες πολιτικές και οι καταναλωτικές τάσεις. Ο Δήμος Δεσκάτης αποτελεί μια χαρακτηριστική περίπτωση ενός τέτοιου ΟΤΑ, όπου όχι μόνο το παραγωγικό του προφίλ, κυριαρχείται από την γεωργία και κτηνοτροφία μικρών ζώων. Η μεγάλη πρόκληση που σήμερα αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι είναι η ανεύρεση τρόπων ταχείας προσαρμογής του παραδοσιακού τρόπου παραγωγής και εκτροφής των ζώων στα σύγχρονα ζητούμενα ασφάλειας τροφίμων, ευζωίας των ζώων και φιλοπεριβαλλοντικής διαχείρισης των χρησιμοποιούμενων φυσικών πόρων, που τίθενται ως προαπαιτούμενα πλέον για την απρόσκοπτη διοχέτευση των παραγόμενων προϊόντων στις αγορές. Βέβαια οι παραγωγοί δυσκολεύονται να εκσυγχρονιστούν και από πλευράς μηχανημάτων και από πλευράς ιδεολογίας. Έχοντας υπόψη το πλαίσιο αυτό, η έρευνα που πραγματοποιήθηκε επιχείρησε να συνθέσει και να προτείνει ένα σχέδιο δράσης, ακολουθώντας τις βασικές αρχές σύνταξης και διάρθρωσης ενός επιχειρησιακού σχεδίου (Business Plan) με στόχο όλες οι προτεινόμενες επεμβάσεις – αλλαγές να προσαρμόσουν όσο το δυνατό καλύτερα το υφιστάμενο παραγωγικό σύστημα στις σύγχρονες απαιτήσεις των καταναλωτών. Μέσα από αυτό το σχέδιο, οι επιχειρήσεις της περιοχής θα πρέπει να είναι σε θέση να αξιολογήσει τις ανάγκες, τις επιθυμίες και τις προσδοκίες του καταναλωτή. Επιπλέον θα πρέπει να προσαρμόσει, δημιουργήσει ή τροποποιήσει τα παραγόμενα προϊόντα προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες του καταναλωτή. Θα πρέπει να μπορεί να επηρεάσει και να πείσει τους πελάτες να χρησιμοποιήσουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία. Τέλος θα πρέπει να αξιολογήσει τα αποτελέσματα του προϊόντος όπως αυτό χρησιμοποιήθηκε ή καταναλώθηκε.

Με βάση τα παραπάνω έχουμε την δημιουργία ενός αναπτυξιακού οράματος για το αγρόκτημα του Δήμου Δεσκάτης.

Τέλος με την σωστή επιλογή της στρατηγικής που θα χρησιμοποιηθεί θα έχουμε ένα μίγμα μάρκετινγκ που είναι: Το προϊόν ή υπηρεσία (product), η τιμή (price), η διανομή (place) και η προώθηση (promotion).

Introduction

The issue that will concern us, which is one of the greatest challenges of an OTA whose productive structure is dominated by the primary sector, is first of all the creation of the most favourable conditions for the development of agriculture and livestock farming, but based on the current data shaped by the policies implemented and consumer trends. The Municipality of Descati is a typical case of such an OTA, where not only its productive profile is dominated by small-scale agriculture and livestock farming. The major challenge facing the inhabitants today is to find ways of rapidly adapting the traditional way of producing and rearing livestock to the modern demands of food safety, animal welfare and the environmentally friendly management of the natural resources used, which are now a prerequisite for the uninterrupted supply of the products produced to the markets. Of course, producers are finding it difficult to modernise both in terms of machinery and ideology. Against this background, the research carried out attempted to draw up and propose a plan of action, following the basic principles of drawing up and structuring a business plan, with the aim of ensuring that all the proposed interventions - changes - adapt the existing production system as far as possible to the modern requirements of consumers. Through this plan, businesses in the area should be able to assess the needs, wants and expectations of the consumer. In addition they should adapt, create or modify the produced

products in order to meet the needs of the consumer. They should be able to influence and persuade customers to use a particular product or service. Finally, he/she should evaluate the results of the product as it was used or consumed.

Based on the above we have the creation of a development vision for the farm of the municipality of Descati.

Finally by choosing the right strategy to be used we will have a marketing mix that is: The product or service, the price, the place and the promotion

Λέξεις κλειδιά: Στρατηγικές μάρκετινγκ, Παραγωγή, κτηνοτροφία, πρώτες ύλες, προϊόν, καταναλωτής, κεφάλαιο, μεταποίηση – επωνυμοποίηση, φορείς παραγωγής, επενδύσεις.

Key words: Marketing strategies, Production, livestock, raw materials, product, consumer, capital, processing - branding, production actors, investment.

1. ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΑ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΔΕΣΚΑΤΗΣ

1.1 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ Ο.Τ.Α.

Ο Δήμος Δεσκάτης εκτείνεται στο Νότιο τμήμα του Νομού Γρεβενών σε απόσταση περίπου 60 χλμ από την πόλη των Γρεβενών, 435 χλμ από την Αθήνα και 200 χλμ από την Θεσσαλονίκη. Ο Δήμος Δεσκάτης εντάσσεται διοικητικά στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας που συστάθηκε με το Πρόγραμμα Καλλικράτης. Προέκυψε από την συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Δεσκάτης και Χασίων. Πρωτεύουσα του αποτελεί ο μεγαλύτερος οικισμός, η κωμόπολή της Δεσκάτης. Συνορεύει στα δυτικά με το Δήμο Γρεβενών, στα βόρεια με το Δήμο Κοζάνης, στα ανατολικά με τους Δήμους Σερβίων-Βελβεντού και Ελασσόνας, ενώ νότια με τον Δήμο Καλαμπάκας. Η έκταση του Δήμου ανέρχεται στα 431,64τ.χλμ και αντιπροσωπεύει το 18,8% της συνολικής έκτασης της Ενότητας, ενώ εμφανίζει πυκνότητα πληθυσμού περίπου 13,6 κατοίκων ανά τ.χλμ

Εικόνα 1: Ο Δήμος Δεσκάτης στην Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας



Χαρακτηριστικό στοιχείο της γεωγραφικής θέσης του Δήμου είναι το γεγονός ότι βρίσκεται στα όρια της Περιφερειακής Ενότητας Γρεβενών με την Περιφερειακή Ενότητα Λάρισας και σε σχετικά μικρή απόσταση από τις πρωτεύουσες των δύο Ενοτήτων (Γρεβενά και Λάρισα), ενώ η γειτνίαση του με το Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας προσδίδει στην περιοχή έντονα τουριστικό χαρακτήρα. Η πρόσβαση στην

περιοχή γίνεται οδικώς, από τον οδικό άξονα ο οποίος διατρέχει την Ενότητα και οδηγεί από τα Γρεβενά προς την περιοχή Βάλια Κάλντα.

Η μορφολογία του εδάφους του Δήμου Δεσκάτης χαρακτηρίζεται σε μεγάλο ποσοστό από ορεινές και ημιορεινές εκτάσεις ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς, γεγονός που αποτελεί αναμφισβήτητα συγκριτικό πλεονέκτημα της περιοχής, ενισχύοντας την φυσική και αισθητική ιδιαιτερότητά της.

1.2 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ Ο.Τ.Α.

Στην παρούσα ενότητα θα εξεταστούν τα πληθυσμιακά χαρακτηριστικά του Δήμου Δεσκάτης, και συγκεκριμένα η πληθυσμιακή εξέλιξη, η ηλικιακή διάρθρωση και το επίπεδο μόρφωσης των κατοίκων. Η παρουσίαση των στατιστικών δεδομένων σύμφωνα με τις απογραφές της ΕΣΥΕ πραγματοποιείται σε επίπεδο δήμου, αλλά και επιμέρους τοπικών διαμερισμάτων, έτσι ώστε να είναι δυνατή η συγκριτική παρουσίαση της διαχρονικής εξέλιξης τους και η εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων για τις παρούσες και τις μελλοντικές τάσεις του πληθυσμού

Πίνακας 1.1 Εξέλιξη πληθυσμού Δήμου Δεσκάτης

	Πληθυσμός		Μεταβολή 2001-2011
	2001	2011	
Καλλικρατικός Δήμος Δεσκάτης	(Δήμος Δεσκάτης και Δήμος Χασίων) 4931+2114=7045	5852	-16,9%

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφές πληθυσμού 2001 και 2011

Στον παραπάνω λοιπόν πίνακα παρατηρούμε μια πτωτική τάση του πληθυσμού στο Δήμο Δεσκάτης την τελευταία δεκαετία, γεγονός που θα πρέπει να αποτελέσει κινητήρια δύναμη για τις τοπικές αρχές για την δημιουργία προϋποθέσεων και ευκαιριών στο Δήμο.

Πίνακας 1.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

	2001	2011
Ποσοστό πληθυσμού του Δήμου Δεσκάτης στο Ν. Γρεβενών	21,63%	18,43%
Ποσοστό πληθυσμού του Δήμου Δεσκάτης στην Περιφέρεια	2,4%	2,1%

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφές πληθυσμού 2001 και 2011

Ο Δήμος Δεσκάτης αποτελεί περίπου το 1/5 της διοικητικής περιφέρειας των Γρεβενών γεγονός που τον καθιστά ικανό να έχει έναν ουσιαστικό και καίριας σημασίας ρόλο στην τοπική ανάπτυξη.

Πίνακας 1.3 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΓΡΕΒΕΝΩΝ (2011)	Σύνολο
Σύνολο	31.757
0-9	2.464
10-19	3.031
20-29	3.105
30-39	3.906
40-49	4.072
50-59	4.079
60-69	3.563
70+	7.537
Άρρενες	16.448
0-9	1.235
10-19	1.692
20-29	1.790
30-39	2.125
40-49	2.219
50-59	2.197
60-69	1.719
70+	3.471
Θήλειες	15.309
0-9	1.229
10-19	1.339
20-29	1.315
30-39	1.781
40-49	1.853
50-59	1.882
60-69	1.844
70+	4.066

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφές πληθυσμού 2011

Παρατηρούμε λοιπόν ότι η μεγαλύτερη ομάδα ανθρώπων που ζουν στο Ν. Γρεβενών ανήκουν στην ηλικιακή κατηγορία 70+, γεγονός που αποδεικνύει δυο μεγάλα προβλήματα της ελληνικής επικράτειας: η υπογεννητικότητα και η ολοένα αυξανόμενη τάση για τη συσσώρευση νέων ανθρώπων στα μεγάλα αστικά κέντρα προς αναζήτηση καλύτερων ευκαιριών.

Πίνακας 1.4 Επίπεδο εκπαίδευσης/μόρφωσης συνόλου (2001)

	Ελλάδα	Ν. Γρεβενών
Σύνολο	9.887.737 (100%)	34.608 (100%)
Κάτοχοι Διδακτορικού τίτλου	27.252 (0,28%)	32 (0,09%)
Κάτοχοι Μάστερ	55.186 (0,56%)	48 (0,14%)
Πτυχιούχοι Ανωτάτων Σχολών	858.150 (8,68%)	2.257 (6,52%)
Πτυχιούχοι ΤΕΙ, ΚΑΤΕ, ΚΑΤΕΕ, Ανωτέρων Σχολών και Εκκλησιαστικής Εκπ/σης	322.845 (3,27%)	813 (2,35%)
Πτυχιούχοι Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης	364.096 (3,68%)	820 (2,37%)
Απόφοιτοι Μέσης Εκπαίδευσης	2.306.236 (23,32%)	5.710 (16,50%)
Απόφοιτοι Τεχνικού Επαγγελματικού Λυκείου	216.378 (2,19%)	880 (2,54%)
Απόφοιτοι Τεχνικών Επαγγελματικών Σχολών	182.451 (1,85%)	385 (1,11%)
Απόφοιτοι 3ταξίου Γυμνασίου	1.164.270 (11,77%)	3.474 (10,04%)
Απόφοιτοι Δημοτικού	3.152.149 (31,88%)	13.002 (37,57%)
Φοιτούν στο Δημοτικό	218.193 (2,21%)	672 (1,94%)
Εγκατέλειψαν το Δημοτικό αλλά γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση	646.340 (6,54%)	4.603 (13,30%)
Δε γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση	374.191 (3,78%)	1.912 (5,52%)

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή πληθυσμού 2001

Πίνακας 1.5 Επίπεδο εκπαίδευσης/μόρφωσης συνόλου (2011)

	Ελλάδα	Ν. Γρεβενών
Σύνολο	10.816.286 (100%)	31.757 (100%)
Κάτοχοι διδακτορικού τίτλου	41.312	3.414 (10,75%)
Κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου	155.532	
Πτυχιούχοι Ανωτάτων Σχολών	1.076.933	
Πτυχιούχοι ΤΕΙ (ΚΑΤΕ, ΚΑΤΕΕ)	444.910	
Πτυχιούχοι Ανωτέρων Σχολών	90.400	975(3,07%)
Φοιτούν σε Ανωτάτη, ΤΕΙ ή Ανωτέρα Σχολή	128.197 (2,90%)	
Απόφοιτοι Γενικού Λυκείου ή εξαταξίου Γυμνασίου ή Ενιαίου Πολυκλαδικού Λυκείου	2.183.480	5.647 (17,70%)
Πτυχιούχοι Τεχνικού Επαγγελματικού Λυκείου	348.916	
Πτυχιούχοι Τεχνικών Επαγγελματικών Σχολών	253.899	
Τελείωσαν την Γ' τάξη Γυμνασίου	1.174.591	3.690 (11,61%)
Απόφοιτοι Στοιχειώδους Εκπαιδεύσεως	2.524.345	9.924 (31,24%)
Δεν τελείωσαν το Δημοτικό, αλλά γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση	448.082	6.595 (20,76%)
Δεν τελείωσαν το Δημοτικό και δε γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση	244.363	
Μη κατατασσόμενοι άτομα γεννηθέντα μετά την 1/1/2005	676.355	1.512 (4,76)

Πηγή: ΕΣΥΕ, Απογραφή πληθυσμού 2011

Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού διαπιστώνεται ότι την περίοδο 2001-2011, οι κάτοικοι του Νομού Γρεβενών παρουσιάζουν άνοδο του μορφωτικού τους επιπέδου, γεγονός που μπορεί να συμβάλλει σε ένα ποιοτικότερο μέλλον και σε περισσότερες ευκαιρίες για εργασία.

1.3 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ Ο.Τ.Α.

1.3.1 ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Η περιοχή της Δεσκάτης αποτελούσε και αποτελεί ένα σημαντικό πέρασμα για κάποιον που θέλει να μεταβεί από την περιοχή της Μακεδονίας προς τη Θεσσαλία. Η προέλευση του ονόματος έχει βλάχικες ρίζες (Ντισικάτα- Ντεσκάτη- Δεσκάτη) και αυτό γιατί οι Βλάχοι κτηνοτρόφοι είχαν αναγνωρίσει την αξία της περιοχής για την παραμονή των ζώων τους κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Κατά μια έννοια Ντισικάτα

σημαίνει «τρεις λόφοι» και περιγράφει τους τρεις λόφους, στους οποίους είναι χτισμένη η Δεσκάτη. Ευρήματα δηλώνουν την ύπαρξη ζωής στην περιοχή της Δεσκάτης ήδη από τη Νεολιθική εποχή αφού έχουν βρεθεί κάποια εργαλεία της εποχής. Περιήλθε υπό την κατοχή των Τούρκων για κάποιο μικρό χρονικό διάστημα (1393 - 1423) αλλά η περιοχή ασχολούνταν πάντα κυρίως με τη γεωργία και την κτηνοτροφία χωρίς να κατέχει υψηλά ποσά πλούτου. Ιδιαίτερα συγκινητική είναι η Ιστορία απελευθέρωσης της Δεσκάτης το 1912, όπου δύο ελληνικά τάγματα (1^ο και 4^ο) με συνταγματάρχη το Σ. Γεννάδη ανέλαβαν τη διαταγή να μετακινηθούν από την περιοχή της Φαρκαδόνας στην περιοχή της Δεσκάτης. Οι Τούρκοι όμως είχαν ήδη εγκατασταθεί στην κορυφή ενός ψηλού λόφου ώστε να μπορούν να βομβαρδίζουν εύκολα από κάτω. Τα τάγματα δείχνοντας αξιοθαύμαστη ανδρεία ανέβηκαν σχεδόν έρπην το λόφο για να αποφύγουν τα πυρά και πάλεψαν κυριολεκτικά με τις ξιφολόγχες τους Τούρκους, τρέποντας τους σε φυγή. Τμήμα του 1ου τάγματος κατέλαβε τη Δεσκάτη τα ξημερώματα της 7ης του Οκτώβρη 1912 και εγκατέστησε προφυλακές στον αυχένα του Τρέτιμου, όπου έπεσε μαχόμενος ο λοχαγός Μανουσάκης (προτομή του οποίου υπάρχει στην Κεντρική Πλατεία της Δεσκάτης).

1.3.2 ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η περιοχή της Δεσκάτης ενδείκνυται ως μια περιοχή για την ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού καθώς διαθέτει έναν μεγάλο οικολογικό πλούτο, που αξίζει κανείς να επισκεφτεί περιοχή για να τον θαυμάσει. Οι πλαγιές που υψώνονται πάνω από τη Δεσκάτη διαθέτουν μια εξαιρετική χλωρίδα, βελανιδιές, γαύρους, σφεντάμια και φράξους αλλά και πανίδα όπως λύκο, χρυσαετό, γερακίνα, φιδαιτό, ξεφτέρι και πετρίτη. Σημαντικό επίσης είναι να αναφερθεί ότι το μεγαλύτερο μέρος τους είναι επισκέψιμο με το αυτοκίνητο. Από την κορυφή μπορούμε να δούμε τον ποταμό Αλιάκμονα καθώς και το φράγμα του Ιλαρίωνα, έχοντας έτσι μια γενική εικόνα για το Δήμο Δεσκάτης. Επίσης ορειβατικό στολίδι της περιοχής είναι και το Ορειβατικό Καταφύγιο Δεσκάτης, που βρίσκεται σε υψόμετρο 1415μ. έτοιμο να φιλοξενήσει τους κουρασμένους οδοιπόρους αλλά και άλλες ομάδες ατόμων που διασκεδάζουν την επαφή με τη φύση.

1.3.3 ΣΥΛΛΟΓΟΙ / ΣΩΜΑΤΕΙΑ

Ο Δήμος Δεσκάτης ως ένας ζωντανός οργανισμός ενεργών και δραστήριων ατόμων δεν θα μπορούσε παρά να μην οργανώνεται σε μικρότερες υποομάδες, οι οποίες έχουν όλες ως κύριο στόχο και σκοπό την ανάδειξη ιδιαίτερων αρετών και αξιών.

Ένα από τα ιστορικότερα σωματεία της περιοχής που έχει αναδείξει την αξία του αθλητισμού και της ομαδικότητας είναι ο Αθλητικός Σύλλογος Νέων Παλιουριάς ή Δόξα Παλιουριάς. Ο Σύλλογος αυτός δημιουργήθηκε από τους κατοίκους του χωριού Παλιουριάς μετά τη λήξη του εμφυλίου πολέμου και κατάφερε να ενοποιήσει τους κατοίκους καθώς το χωριό είχε ερημοποιηθεί κατά τα χρόνια του πολέμου. Αξιοθαύμαστο είναι ότι παρά τις δυσκολίες της εποχής κατάφεραν να δημιουργήσουν το δικό τους γήπεδο, το οποίο υπάρχει μέχρι σήμερα αλλά και να εφοδιάσουν τους παίκτες με τις φανέλες της ομάδος. Η ομάδα συνεχίζει να αγωνίζεται δυναμικά συμμετέχοντας στα τοπικά πρωταθλήματα της περιοχής.

Ο Εμπορικός Σύλλογος Δεσκάτης ιδρύθηκε το 1950 με κύριο σκοπό τη μελέτη, την προστασία και προαγωγή των οικονομικών και επαγγελματικών συμφερόντων των μελών αυτού. Οι κύριες δράσεις του είναι η ενημέρωση των βιοτεχνών και καταστηματάρχων της περιοχής με ομιλίες και έντυπα, αλλά προσφέρει επίσης και στη γενικότερη ευημερία του τόπου συμμετέχοντας ενεργά σε κοινωνικές εκδηλώσεις.

Η αγάπη των Δεσκατιωτών για το βουνό και την ορειβασία τους ώθησε να δημιουργήσουν το 1981 το Φυσιολατρικό Ορειβατικό Χιονοδρομικό Σύλλογο Δεσκάτης. Τα μέλη του Συλλόγου έχουν υψηλό αίσθημα αγάπης για τη φύση όχι μόνο στη θεωρία αλλά και στην πράξη αφού συμμετέχουν ενεργά σε αναδασώσεις και σε ορειβατικές πορείες στην περιοχή του βουνού Καμβούνια. Η ίδια ανάγκη για επαφή με τη φύση ώθησε και μια άλλη ομάδα ατόμων να δημιουργήσουν το 1977 το Κυνηγετικό σύλλογο. Η κύρια δράση του συλλόγου είναι να ενημερώνει τα μέλη του σχετικά με τους κανονισμούς που διέπουν τη θήρα αλλά αποσκοπεί και στην δημιουργία μιας γενικότερης οικολογικής συνείδησης για τους κατοίκους της περιοχής.

Το κοινωνικό πρόσωπο των Δεσκατιωτών δεν περιορίζεται μόνο στο παρελθόν αλλά είναι ζωντανό και στο παρόν αφού το 2003 δημιουργήθηκε ο Σύλλογος Εθελοντών Αιμοδοτών Δεσκάτης έτοιμος να παρέχει αίμα στα μέλη του συλλόγου του και στους συγγενείς ά βαθμού συγγένειας όταν παραστεί αυτή η ανάγκη. Τέτοιοι σύλλογοι εκτός από την παροχή βοήθειας σε επείγουσες καταστάσεις ενισχύουν το

αίσθημα της κοινωνικής συνοχής και της αλληλεγγύης, αξίες απαραίτητες για την ευζωία του τόπου.

Ο Αγροτικός Σύλλογος Δεσκάτης ιδρύθηκε τη δεκαετία του 80 και ασχολείται με την προώθηση γνώσης και τεχνογνωσίας στα μέλη του. Επιπλέον, ενημερώνει τους αγρότες για τις αλλαγές που συμβαίνουν στην νέα Κοινή Αγροτική Πολιτική

1.3.4 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο πρωτογενής τομέας του Δήμου Δεσκάτης, θα αναλυθεί διεξοδικά σε επόμενα κεφάλαια και τμήματα της μελέτης, καθότι αποτελεί και κεντρική επιδίωξη της παρούσας επιστημονικής εργασίας, ώστε να αναπτυχθεί με βιώσιμους και σύγχρονους όρους.

1.3.5 ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο Δήμος Δεσκάτης, εκτός της σημαντικής δραστηριότητας που παρουσιάζει στον πρωτογενή τομέα παραγωγής, παρουσιάζει περιορισμένη δυναμικότητα στο δευτερογενή τομέα, γεγονός που χαρακτηρίζει τους περισσότερους ΟΤΑ ανάλογου πληθυσμιακού μεγέθους. Η χωρική οργάνωση της βιομηχανικής και βιοτεχνικής δραστηριότητας του Δήμου χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία της διάσπαρτης σημειακής χωροθέτησης και όχι από τη χωροθέτησή τους σε οργανωμένους υποδοχείς. Το γεγονός αυτό μακροχρόνια, επιφέρει ζητήματα περιβαλλοντικής επιβάρυνσης αλλά και εμπόδια για την ανάπτυξη της περιοχής.

1.3.6 ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο τριτογενής τομέας εμφανίζεται με περιορισμένη δυναμική στον Δήμο και αυτό οφείλεται κυρίως στις αναπτυξιακές ανασχέσεις που κυριάρχησαν στην περιοχή για μεγάλο χρονικό διάστημα. Η ύπαρξη αξιόλογων πολιτιστικών και φυσικών πόρων όμως, αναμένεται να ενισχύσει ακόμα περισσότερο τον εν λόγω τομέα μελλοντικά και τον τουριστικό κλάδο.

Στον Δήμο λειτουργούν καταστήματα λιανικού εμπορίου, αλλά και μία σειρά άλλων υπηρεσιών όπως για παράδειγμα μεταφορικών και οικονομικών υπηρεσιών, υπηρεσιών εκπαίδευσης κτλ.

Από την άλλη, η μικρή απόσταση του Δήμου με τους γειτονικούς της ΟΤΑ, επιτρέπει στους κατοίκους να καλύπτουν τις επιπλέον ανάγκες που εμφανίζονται και δεν καλύπτονται στην περιοχή.

1.3.7 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ - ΑΝΕΡΓΙΑ

Από τον παρακάτω πίνακα που παρουσιάζει το ποσοστό ανεργίας και το ποσοστό μεταβολής της απασχόλησης σε κάποιους βασικούς τομείς κατά την τελευταία απογραφή σε επίπεδο Δήμου.

Πίνακας 1.6 Απασχόληση/ Ανεργία στο Δήμο Δεσκάτης

Περιγραφή τόπου μόνιμης διαμονής/ φύλο	Οικονομικά ενεργοί						Οικονομικά μη ενεργοί			
	Σύνολο	Σύνολο	Απασχο λούμεν οι	Άνεργοι			Σύνο λο	Μαθητές- σπουδασ τές	Συνταξιούχοι	Λοιποί
				Σύνολο	Πρώην απασχολούμενοι	"Νέοι"				
Δήμος Δεσκάτης	5.852	1.975	1.533	442	226	216	3.877	746	2.154	977
Άρρενες	2.922	1.341	1.026	315	173	142	1.581	372	1.011	198
Θήλεις	2.930	634	507	127	53	74	2.296	374	1.143	779

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2011

1.4 ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΑ – ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ Ο.Τ.Α.

Αναφορικά με τα βασικά χωροταξικά στοιχεία του Δήμου, χαρακτηριστική είναι η ποικιλομορφία χωρικών καταστάσεων που παρατηρούνται στην περιοχή καθώς, όπως αναφέραμε και παραπάνω, εδώ συναντούμε ημιορεινές αλλά και ορεινές εκτάσεις. Σε αυτό το σημείο είναι χαρακτηριστικό να αναφερθεί ότι οι οικισμοί του Δήμου αναπτύσσονται σε μικρή απόσταση από τον οδικό άξονα που τις συνδέει με την πόλη των Γρεβενών.

1.4.1 ΟΙΚΙΣΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Σε γενικές γραμμές η οικιστική ανάπτυξη του Δήμου εκτείνεται στο σύνολο της Επικράτειάς του. Η περιοχή διαθέτει ως κύριο άξονα προσπέλασης το τμήμα των οδών Γρεβενά – Καλαμπάκα και Γρεβενά – Λάρισα που διέρχονται από τα διοικητικά όρια του. Με την συγκεκριμένη οδό η περιοχή μελέτης συνδέεται με τα Γρεβενά που αποτελεί το κύριο αστικό κέντρο εξάρτησης για τους κατοίκους της περιοχής, καθώς

και με τη Λάρισα. Γενικά ο Δήμος διαθέτει καλή οδική σύνδεση και με τους γειτονικούς ΟΤΑ γεγονός που συμβάλλει στην αρκετά καλή εξυπηρέτηση των κατοίκων της όσον αφορά την πρόσβασή τους στις υποδομές, την περίθαλψη, την εκπαίδευση, την πρόνοια, τον αθλητισμό και τον πολιτισμό που διαθέτει η ευρύτερη περιοχή.

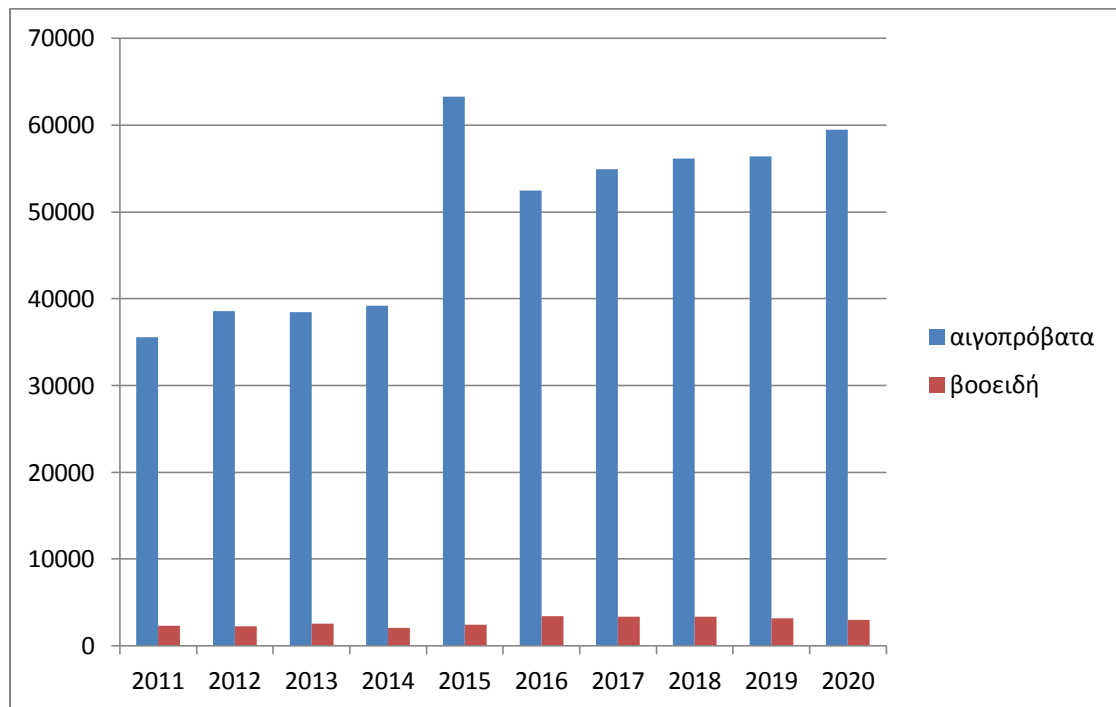
1.4.2 ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ ΚΑΘΕΣΤΩΣ

Η περιοχή του Δήμου Δεσκάτης δεν διέπεται από ιδιαίτερο πολεοδομικό καθεστώς, καθότι δεν διαθέτει ΣΧΟΟΑΠ και η οργάνωση των χρήσεων γης, γίνεται μέσω της εφαρμογής της κείμενης νομοθεσίας περί εκτός σχεδίου δόμησης και με βάση τις οδηγίες του ΠΠΧΣΑΑ Δυτικής Μακεδονίας. Πρόταση του παρόντος σχεδίου – μελέτης, είναι παράλληλα με τα φιλο-περιβαλλοντικά μέτρα ορθής χρήσης της γεωργικής και κτηνοτροφικής γης, που θα ληφθούν, επιτακτική κρίνεται η ανάγκη να δρομολογηθεί είτε σε επίπεδο Δήμου, είτε από κοινού με τους λοιπούς όμορους ΟΤΑ, να συνταχθεί Γενικό Πολεοδομικό Σχέδιο, ώστε να καθοριστούν γενικές και ειδικές ρυθμίσεις που θα αφορούν συνολικά την οργάνωση του χώρου και να χωροθετηθούν ορθά χρήσεις και ζώνες, με απώτερο σκοπό της προστασία του τοπικού φυσικού πλούτου, αλλά και την αποφυγή συγκρούσεων χρήσης γης.

2. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ

Οι κτηνοτρόφοι του Δήμου Δεσκάτης είναι κυρίως εκτροφείς μικρών ζώων, προβάτων και αιγών, υπάρχουν και ορισμένες εκμεταλλεύσεις που εκτρέφουν βοοειδή ενώ η χοιροτροφία περιορίζεται στις ανάγκες της οικιακής κατανάλωσης. Σύμφωνα με τα στοιχεία που αντλήθηκαν από τον ΟΠΕΚΕΠΕ (www.opেকেpe.gr) παρουσιάζεται το η εξέλιξη του πληθυσμού των κυριότερων κατηγοριών παραγωγικών ζώων την τελευταία δεκαετία για τον Δήμο Δεσκάτης.

Διάγραμμα 2.1

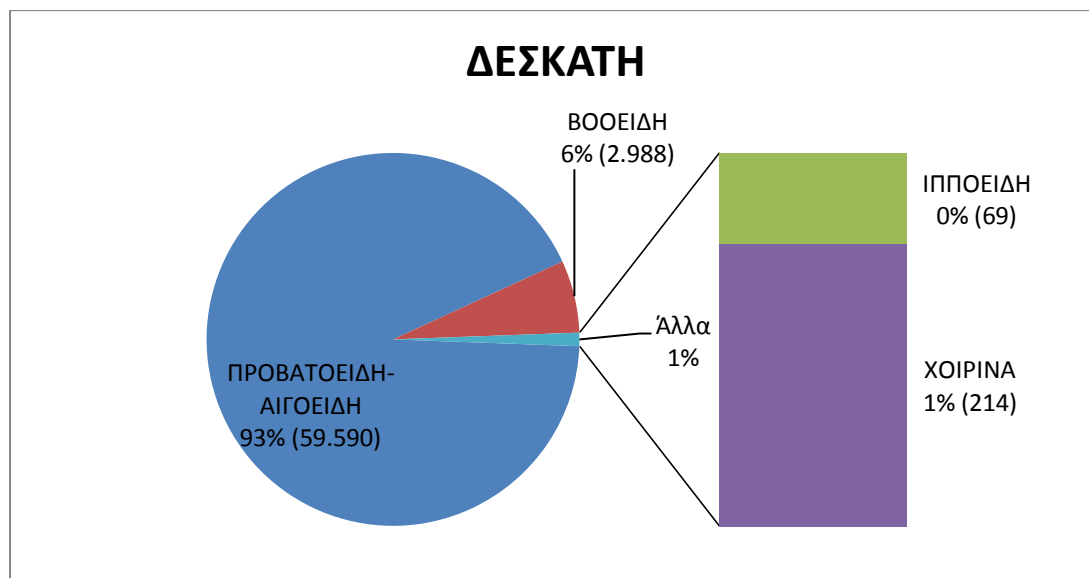


Πηγη: www.opেকেpe.gr

Το κυριότερο συμπέρασμα που προκύπτει είναι σταδιακή αύξηση του αριθμού των αιγοπροβάτων σε αντίθεση με τα βοοειδή που μένουν σταθερά.

Ειδικότερα, για το 2020 για τον Δήμο Δεσκάτης παρουσιάζεται το παρακάτω διάγραμμα:

Διάγραμμα 2.2



Πηγή: www.opekepe.gr

Ο αριθμός το αιγοπροβάτων καταλαμβάνει το 93% του ζωικού κεφαλαίου της Δεσκάτης, με τα Βοοειδή να αποτελούν το 6% του συνολικού ζωικού κεφαλαίου της περιοχής. Λαμβάνοντας υπόψη την παραπάνω διάρθρωση, σε συνδυασμό με τα αντικρουόμενα συχνά συμφέροντα που προκύπτουν, όσον αφορά στη χρήση των διαθέσιμων βοσκοτόπων, θα ήταν σκόπιμη και ωφέλιμη η κατάρτιση μια καθολικής στρατηγικής που θα ακολουθηθεί από όλα τα μέλη με δύο κύριους στόχους: την μείωση του λειτουργικού κόστους αυτών των επιχειρήσεων και την αύξηση της παραγωγής τόσο σε ποσοτικό αλλά κυρίως σε ποιοτικό επίπεδο.

Η γενικότερη εικόνα για τη συνολική παραγωγή γάλακτος του Ν. Γρεβενών για τα έτη 2014-2021 συγκριτικά πάντα με την κατάσταση που επικρατεί και στην υπόλοιπη Ελλάδα συνοψίζεται στους ακόλουθους πίνακες:

Πίνακας 2.1 Παραδόσεις Πρόβειου και Γίδινου Γάλακτος-2014

	Ποσότητα γάλακτος	Πρόβειου	Μέση τιμή	Ποσότητα γάλακτος	Γίδινου	Μέση τιμή
Σύνολο	519.910.296		0,9523	123.337.103		0,57
N.Γρεβενών	5.349.912		0,9849	2.719.985		0,5749
	(1,03% Παραγωγής)	Συν.		(2,2% Συν.Παραγωγής)		

Πηγή: www.elgo.gr

Πίνακας 2.2 Παραδόσεις Πρόβειου και Γίδινου Γάλακτος-2021

	Ποσότητα γάλακτος	Πρόβειου	Μέση τιμή	Ποσότητα γάλακτος	Γίδινου	Μέση τιμή
Σύνολο	712.537.660		0,9853	164.232.036		0,56
N.Γρεβενών	8.435.914		1,0518	3.612.471		0,6175
	(1,18% Συν.Παραγωγής)			(2,2% Παραγωγής)	Συν.	

Πηγή: www.elgo.gr

Το πιο σημαντικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η κατάσταση στο Ν. Γρεβενών και επομένως και στο Δήμο, παραμένει σταθερή τόσο από άποψη παραγόμενης ποσότητας όσο και από τη μέση τιμή πώλησης του γάλακτος. Με βάση ωστόσο πληροφορίες που προέκυψαν από κατ' ιδίαν συναντήσεις με παραγωγούς μετά την έναρξη του Ρωσοουκρανικού πολέμου, οι τιμές του γάλακτος έχουν αυξηθεί σημαντικά και κυμαίνονται στα επίπεδα των 1,40€/Kgr για το πρόβειο και 0,80€/kgr για το αίγιο αντίστοιχα. Επιπλέον, στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται οι τιμές/κιλό κρέατος όπως αυτές καταγράφηκαν για κάθε μήνα των ετών 2021, 2020 και 2019. Παρατηρούμε ότι και στα 3 τελευταία έτη οι μεταβολές που συμβαίνουν είναι σχεδόν αμελητέες.

Πίνακας 2.3 Τιμές παραγωγού κρέατος

		Βόειο	Γίδινο	Πρόβειο
2021	Ιανουάριος	4,26	4,50	4,90
	Φεβρουάριος	4,34	4,50	5,05
	Μάρτιος	4,31	4,50	5,04
	Απρίλιος	3,89	5,00	5,26
	Μάιος	3,77	5,00	6,03
	Ιούνιος	3,77	5,00	5,86
	Ιούλιος	3,93	5,00	6,03
	Αύγουστος	4,04	5,00	6,45
	Σεπτέμβριος	4,04	5,00	6,32
	Οκτώβριος	3,98	5,00	6,20
	Νοέμβριος	3,91	5,00	6,33
	Δεκέμβριος	4,03	5,00	6,36
		M.O	4,03	5,29
2020	Ιανουάριος	4,05	4,50	5,02
	Φεβρουάριος	4,10	4,00	4,41
	Μάρτιος	4,08	4,00	4,29
	Απρίλιος	4,08	4,00	4,39
	Μάιος	4,16	4,00	4,56
	Ιούνιος	4,18	4,00	4,64
	Ιούλιος	4,18	4,50	4,75
	Αύγουστος	4,18	4,50	4,92
	Σεπτέμβριος	4,34	5,00	5,38
	Οκτώβριος	4,32	5,00	5,66
	Νοέμβριος	4,22	5,00	5,30
	Δεκέμβριος	4,25	4,50	4,94
		M.O	4,18	4,41
2019	Ιανουάριος	3,82	4,00	4,60
	Φεβρουάριος	4,21	4,00	4,36
	Μάρτιος	4,24	4,00	4,24
	Απρίλιος	3,99	4,00	4,34
	Μάιος	4,15	4,00	4,55
	Ιούνιος	3,78	3,50	3,85
	Ιούλιος	3,74	4,50	4,72
	Αύγουστος	3,74	4,50	4,70
	Σεπτέμβριος	3,74	4,50	5,08
	Οκτώβριος	3,74	5,00	5,19
	Νοέμβριος	3,74	5,00	5,22
	Δεκέμβριος	4,05	5,00	5,34
		M.O	3,91	4,33

Πηγή: Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός <<Δήμητρα>>

Όπως αναφέρθηκε ήδη, σημαντικό ρόλο παίζει και η ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος. Μια σχετικά καινούργια παράμετρος, για τα ελληνικά δεδομένα, που λαμβάνεται υπόψη πλέον για τον ποιοτικό έλεγχο του γάλακτος, είναι και ο αριθμός του μικροβιακού φορτίου πριν την παστερίωση. Είναι γνωστό, ότι προκειμένου ένας κτηνοτρόφος να εισπράξει την επιδότηση *ποιοτικού παρακρατήματος*, πρέπει το μέσο μικροβιακό φορτίο, εκφρασμένο σε ΟΜΧ, να μην ξεπερνά το 1.000.000. Η προϋπόθεση αυτή δεν είναι τυχαία και δεν έχει σαν στόχο να αποτελέσει τυπικό έναυσμα για τη μη χορήγηση αυτής της επιδότησης, αλλά συνδέεται άμεσα με αυτή καθαυτή την ποιότητα του γάλακτος που παραδίδεται προς μεταποίηση. Γάλατα που παραδίδονται με τέτοια επίπεδα μικροβίων, πληρούν όλες τις προϋποθέσεις για γρήγορη υποβάθμιση των ποιοτικών και θρεπτικών τους χαρακτηριστικών, που αποτελεί και τον ουσιαστικό λόγο επιβολής παρακολούθησης του συγκεκριμένου δείκτη. Υψηλός αριθμός μικροβίων μπορεί να σημαίνει χαμηλού επιπέδου συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας των ζώων, διατήρηση του γάλακτος για μεγάλο χρονικό διάστημα σε υψηλές θερμοκρασίες, ή όχι ικανοποιητικός καθαρισμός των σκευών που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της άρμεξης. Είναι προφανές, ότι το θέμα είναι σοβαρό και πρέπει να ληφθεί ιδιαίτερη μέριμνα για να μειωθεί στο χαμηλότερο δυνατό επίπεδο ο αριθμός μικροβίων, συντελώντας με αυτό τον τρόπο στη σημαντική βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων που παράγονται από αυτό και στην επίσης σημαντική αύξηση της ασφάλειας κατανάλωσης των προϊόντων αυτών. Γάλατα που παραδίδονται με τέτοια επίπεδα μικροβίων, πληρούν όλες τις προϋποθέσεις για γρήγορη υποβάθμιση των ποιοτικών και θρεπτικών τους χαρακτηριστικών, που αποτελεί και τον ουσιαστικό λόγο επιβολής παρακολούθησης του συγκεκριμένου δείκτη. Υψηλός αριθμός μικροβίων μπορεί να σημαίνει χαμηλού επιπέδου συνθήκες υγιεινής και καθαριότητας των ζώων, διατήρηση του γάλακτος για μεγάλο χρονικό διάστημα σε υψηλές θερμοκρασίες, ή όχι ικανοποιητικός καθαρισμός των σκευών που χρησιμοποιούνται κατά τη διάρκεια της άρμεξης. Είναι προφανές, ότι το θέμα είναι σοβαρό και πρέπει να ληφθεί ιδιαίτερη μέριμνα για να μειωθεί στο χαμηλότερο δυνατό επίπεδο ο αριθμός μικροβίων, συντελώντας με αυτό τον τρόπο στη σημαντική βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων που παράγονται από αυτό και στην επίσης σημαντική αύξηση της ασφάλειας κατανάλωσης των προϊόντων αυτών.

Εξετάζοντας λοιπόν την υφιστάμενη κατάσταση στο Νομό Γρεβενών συγκριτικά με την υπόλοιπη όσο αναφορά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του γάλακτος

και το μικροβιακό φορτίο, παρουσιάζουμε τα παρακάτω οργανοληπτικά χαρακτηριστικά

Χημική και Μικροβιολογική ανάλυση σε επίπεδο χώρας για τα έτη 2013 και 2021:

Πίνακας 2.4 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος

Για το 2013:

	Λίπος g/100g	Πρωτεΐνες g/100g	Λακτόζη g/100g	Σ.Υ.Α.Λ g/100g	Σημ. πήξεως °C
Αγελαδινό	3,93	3,30	4,78	8,8	-0,526
Γίδινο	4,67	3,69	4,48	9,03	-0,550
Πρόβειο	6,57	5,62	4,77	11,11	-0,563

Πηγή: Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός <<Δήμητρα>>

Πίνακας 2.5 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος

Για το 2021:

	Λίπος g/100g	Πρωτεΐνες g/100g	Λακτόζη g/100g	Σ.Υ.Α.Λ g/100g	Σημ. πήξεως °C
Αγελαδινό	3,9938	3,3100	4,7600	8,8553	-0,5253
Γίδινο	4,8192	3,6753	4,4776	9,2676	-0,5492
Πρόβειο	6,7392	5,5776	4,7053	11,0392	-0,5638

Πηγή: Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός <<Δήμητρα>>

Χημική και Μικροβιολογική ανάλυση για το Ν. Γρεβενών για τα έτη 2013 και 2021:

Πίνακας 2.6 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος

Για το 2013:

	Λίπος g/100 g	Πρωτεΐν ες g/100g	Λακτόζ η g/100 g	Σ.Υ.Α. Λ g/100 g	Σημ. πήξε ως °C	Ο.Μ.Χ (CFU/ml)*10 00	Α.Σ.Κ (SCC/ml)*10 00
Αγελαδι νό	3,92	3,33	4,73	8,85	- 0,524	39,5	255,5
Γίδινο	4,50	3,63	4,42	8,90	- 0,548	298,7	-
Πρόβειο	6,51	5,56	4,71	11,03	- 0,562	322,9	-

Πηγή: Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός <<Δήμητρα>>

Πίνακας 2.7 Ποιοτικά χαρακτηριστικά γάλακτος

Για το 2021 :

	Λίπος g/100 g	Πρωτεΐν ες g/100g	Λακτόζ η g/100 g	Σ.Υ.Α. Λ g/100 g	Σημ. πήξε ως °C	Ο.Μ.Χ (CFU/ml)*10 00	Α.Σ.Κ (SCC/ml)*10 00
Αγελαδι νό	4,042 5	3,2875	4,8808	8,8241	- 0,526 6	29,86	286,75
Γίδινο	4,819 1	3,7250	4,4616	9,3000	- 0,550 8	455,05	-
Πρόβειο	6,710 0	5,6466	4,7191	11,118 3	- 0,562 5	442,30	-

Πηγή: Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός <<Δήμητρα>>

Όπως είναι λοιπόν εμφανές τα ποιοτικά χαρακτηριστικά καθώς και το μικροβιακό φορτίο του γάλακτος του Ν. Γρεβενών κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα με αυτά της υπόλοιπης ελληνικής επικράτειας. Γίνεται λοιπόν σαφές ότι το γάλα και ειδικότερα αυτό που προέρχεται από την αιγοπροβατοτροφία του Ν. Γρεβενών είναι πλήρως ανταγωνιστικό σε σύγκριση με τα υπόλοιπα., γεγονός που αναδεικνύει την αναγκαιότητα για τη δημιουργία κατάλληλων προϋποθέσεων που θα ενισχύσουν ακόμα περισσότερο την ανταγωνιστικότητα του.

Σε ότι αφορά τις καλλιέργειες που υπάρχουν στο Δήμο Δεσκάτης:

Πίνακας 2.8 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής

Είδος	Έκταση σε στρέμματα
Σιτηρά:	1.957,96
Ψυχανθή:	7.506,05
Δέντρα	302,19

Πηγή: www.opekep.gr

Οι παρακάτω πίνακες μας παρέχουν μια σειρά πιο εξειδικευμένων πληροφοριών τόσο για τη χρήση γης όσο και τις στρεμματικές αποδόσεις αυτών, ώστε να γνωρίζουμε την αγροτική παραγωγή του Δήμου και να διερευνήσουμε αν όντως μπορεί να υποστηριχτεί ένα το εγχείρημα της ίδρυσης ενός κτηνοτροφικού πάρκου στην περιοχή.

Ειδικότερα έχουμε για τα επιμέρους:

Πίνακας 2.9 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής για σιτηρά

α) Σιτηρά : (ha)	1.957,96
ΡΑΒΟΣΙΤΟΣ ΕΝΣΙΡΩΣΗΣ	30,94
ΛΟΙΠΑ ΣΙΤΗΤΑ	1774,88
ΣΚΗΡΟΣ ΣΙΤΟΣ	89,2
ΑΡΑΒΟΣΙΤΟΣ	62,94

Πηγή: www.opekep.gr

Πίνακας 2.10 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής για ψυχανθούς

β) ΨΥΧΑΝΘΗ (ha)	7.506,05
ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΑ ΦΥΤΑ ΓΙΑ ΖΩΟΤΡΟΦΕΣ	7.506,05

Πηγή: www.opeeep.gr

Πίνακας 2.11 Διαρθρώσεις φυτικής παραγωγής για δέντρα

γ) ΔΕΝΤΡΑ (ha)	302,19
ΛΟΙΠΕΣ ΔΕΝΔΡΩΣΕΙΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΕΣ	274,81
ΜΗΛΟΕΙΔΗ	20,44
ΠΥΡΗΝΟΚΑΡΠΑ	6,94

Πηγή: www.opeeep.gr

3. ΦΥΣΙΚΟΙ ΒΟΣΚΟΤΟΠΟΙ ΚΑΙ ΒΟΣΚΟΪΚΑΝΟΤΗΤΑ

3.1 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΟΣΚΟΤΟΠΩΝ

Στα μέσα της 10ετίας του 1980 και συγκεκριμένα το έτος 1986, ο Δασολόγος Μιχάλης Σκάκας της Δ/νσης Δασών Γρεβενών συνέταξε "Μελέτη βελτίωσης και διαχείρισης βοσκοτόπων"

Η κατάσταση των βοσκοτόπων του Δήμου Δεσκάτης δεν είναι ικανοποιητική. Αντίθετα, η υποβάθμιση είναι μεγάλη εξαιτίας της μακροχρόνιας αλόγιστης χρήσης, ιδιαίτερα της υπερβόσκησης. Δυο είναι τα κύρια χαρακτηριστικά της υποβάθμισης: πρώτον, η εκτεταμένη παρουσία γυμνού εδάφους, ιδιαίτερα σε κεκλιμένες περιοχές, το οποίο οδηγεί σε διάβρωση, και, δεύτερο, η παρουσία πυκνής φτέρης σε επίπεδα και βαθιά εδάφη, η οποία είναι ανεπιθύμητη για τα ζώα. Αμφότερα αυτά τα χαρακτηριστικά έχουν ως αποτέλεσμα τη μειωμένη παραγωγή βοσκήσιμης ύλης και κατά συνέπεια τη μείωση της βοσκοϊκανότητας.

Ύστερα από σχετικές μετρήσεις που έκανε στην περιοχή, ο κ. Σκάκας υπολόγισε την παραγωγή βοσκήσιμης ύλης ως εξής:

Πίνακας: 3.1. παραγωγή βοσκήσιμης ύλης

Ποολίβαδα	65 χλγ./στρέμμα
Δασολίβαδα	45 χλγ./στρέμμα
Βοσκόμενα δάση	30 χλγ./στρέμμα

Από την επίσκεψη που πραγματοποιήθηκε στην περιοχή μελέτης διαπιστώθηκε ότι η σημερινή κατάσταση των βοσκοτόπων δεν βελτιώθηκε σε σχέση με το παρελθόν, πράγμα που σημαίνει ότι οι σημερινές μετρήσεις της παραγωγικότητας των βοσκοτόπων δεν πρέπει να απέχουν πολύ από τις παραπάνω που έγιναν πριν από μια 20ετία περίπου, ίσως μάλιστα να είναι και χειρότερες.

Από την άλλη μεριά, οι βοσκότοποι του Δήμου είναι πολύ πλούσιοι σε χλωρίδα. Το γεγονός αυτό αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για την κτηνοτροφία της περιοχής, επειδή η χλωρίδα αυτή – σε μεγάλο βαθμό αρωματική – μπορεί να συμβάλει στην παραγωγή υψηλής ποιότητας ζωικών προϊόντων.

3.2. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Για να επέλθει ισορροπία μεταξύ βοσκοϊκανότητας και βοσκοφόρτωσης και να σταματήσει η υποβάθμιση, πρέπει να μειωθεί το σημερινό ζωικό κεφάλαιο. Με τέτοια ισορροπία είναι απαραίτητη για την τουριστική αξιοποίηση της περιοχής και κατά τους θερινούς μήνες, κατά τους οποίους η υποβάθμιση προκαλεί αρνητική εντύπωση σ' ένα κοινό που αρχίζει να έχει όλο και περισσότερες ευαισθησίες με το περιβάλλον. Από την άλλη μεριά, η περιβαλλοντική αναβάθμιση των βοσκοτόπων από τη μείωση του ζωικού κεφαλαίου στα επίπεδα της βοσκοϊκανότητας θα βελτιώσει και τη χλωρίδα προς όφελος της κτηνοτροφίας και της παραγωγής προϊόντων ποιότητας, τα οποία πρέπει να αποτελέσουν βασικό στόχο της όλης αναπτυξιακής προσπάθειας για την κτηνοτροφία. Οι βοσκότοποι της περιοχής δεν προσφέρονται για αίγες. Σε παρόμοια πρόταση είχε καταλήξει και η μελέτη της Δ/νσης Δασών το 1986.

Για να επέλθει μια τάξη στη χρήση και διαχείριση των βοσκοτόπων του Δήμου, θα πρέπει η συνολική τους έκταση να χωριστεί σε λιβαδικές μονάδες μέσα στις οποίες θα εκτρέφονται οικονομικά βιώσιμες κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις. Στη νέα μελέτη βοσκοτόπων που πρέπει να γίνει για την περιοχή θα πρέπει αυτές οι μονάδες να επανεξεταστούν με τα σημερινά δεδομένα και ανάλογα να διατηρηθούν ή να αλλάξουν. Σε κάθε μονάδα θα πρέπει να ενταχθούν μία ή περισσότερες από τις υπάρχουσες κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις και να οργανωθούν έτσι ώστε να μειωθεί το κόστος άμελης και φύλαξης.

Για να αυξηθεί η βοσκοϊκανότητα των βοσκοτόπων του Δήμου θα πρέπει να γίνουν οι απαραίτητες βελτιώσεις της βλάστησης. Οι βελτιώσεις αυτές περιλαμβάνουν λίπανση, σπορά με επιθυμητά λιβαδικά φυτά και έλεγχο της φτέρης. Με κατάλληλη λίπανση, η οποία περιλαμβάνει την εφαρμογή αζωτο-φωσφορικού λιπάσματος, μπορεί να αυξηθεί η παραγωγή βοσκήσιμης ύλης 2-3 φορές. Είναι μια μέθοδος που έχει γρήγορα και εντυπωσιακά αποτελέσματα. Θα πρέπει όμως να εφαρμοστεί εκεί που οι βοσκότοποι διαθέτουν επαρκή φυσική βλάστηση. Όπου δεν υπάρχει επαρκής αυτοφυής βλάστηση (γυμνές και διαβρωμένες εκτάσεις) θα πρέπει να γίνει εγκατάσταση νέας με σπορά κατάλληλου μίγματος επιθυμητών λιβαδικών φυτών. Στις επικλινείς μάλιστα θέσεις, θα πρέπει η σπορά να συνδυαστεί και με φυτεία ξυλωδών φυτών, κατά προτίμηση ψευδακακίας, σε γραμμές κατά μήκος των χωροσταθμικών καμπύλων, προκειμένου να αποτραπεί η διάβρωση και να εγκατασταθεί καλύτερα το μίγμα των ποωδών φυτών που θα σπαρθεί ενδιάμεσα (μεταξύ των γραμμών). Τέλος, βελτίωση μπορεί να γίνει και σε περιοχές που έχουν καλυφθεί από πυκνή φτέρη ύστερα από χρήση μηχανικών μέσων (π.χ. όργωμα) ή και

χημικών (π.χ. ζιζανιοκτόνα). Προϋπόθεση για την εφαρμογή των παραπάνω μεθόδων είναι ο έλεγχος της βόσκησης. Θα πρέπει δηλαδή στις βελτιωμένες εκτάσεις να γίνει κάποια (περιορισμένη) αναστολή της βόσκησης, ιδιαίτερα στις σπαρμένες, μέχρι τα νέα φυτά να εγκατασταθούν και να ριζώσουν. Μια τέτοια ρύθμιση μπορεί να επιτευχθεί μόνον όταν τα κοπάδια σταματήσουν να βόσκουν κοινόχρηστα και η όλη διαχείριση οργανωθεί σε λιβαδικές μονάδες, όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο.

Οι βοσκότοποι του Δήμου διαθέτουν αρκετά έργα υποδομής. Θα χρειαστούν όμως και άλλα προκειμένου να γίνει ορθολογικότερη οργάνωση της διαχείρισης των βοσκοτόπων. Η νέα μελέτη θα πρέπει να επανεκτιμήσει τα δεδομένα και ανάλογα να προτείνει τα απαραίτητα έργα.

Με τις παραπάνω προτεινόμενες επενδύσεις θα βελτιωθεί σημαντικά η παραγωγικότητα των βοσκοτόπων και θα μειωθεί το κόστος παραγωγής των προϊόντων. Συγκεκριμένα, με τη βελτίωση της βλάστησης θα αυξηθεί η βοσκοϊκανότητα των βοσκοτόπων τουλάχιστο κατά 40%, πράγμα που σημαίνει ότι από το σημερινό (χαμηλό) επίπεδο εκτροφής αιγοπροβάτων θα αυξηθεί δραστικά. Από την άλλη μεριά, οι επενδύσεις στα έργα υποδομής θα βελτιώσουν τις συνθήκες εργασίας και παραγωγής των προϊόντων, πράγμα που θα επηρεάσει σωρευτικά την ποιότητα ζωής και το εισόδημα των κτηνοτρόφων.

3.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΣΤΑΣΕΙΣ

Από τα παραπάνω προκύπτει, ότι δεν είναι δυνατόν να αξιοποιηθούν οι βοσκότοποι ορθολογικά, αν δεν υπάρξει μια ισορροπία μεταξύ βοσκοφόρτωσης και βοσκοϊκανότητας. Ο σημερινός αριθμός ζώων είναι πολύ υψηλός για το δυναμικό των βοσκοτόπων του Δήμου. Η μείωση του αριθμού των ζώων όμως δεν είναι εύκολη ενέργεια, είναι όμως σήμερα περισσότερο εφικτή μέσα από τη νέα ΚΑΠ που εφαρμόζεται.

Για να βρεθούν οι κατάλληλες λύσεις στο πρόβλημα αυτό και να οργανωθεί η αξιοποίηση των βοσκοτόπων σε ορθολογική βάση είναι ανάγκη να συνταχθεί ειδική λιβαδοκτηνοτροφική μελέτη, η οποία θα λάβει υπόψη τα σύγχρονα φυσικά και κοινωνικοοικονομικά δεδομένα της περιοχής καθώς και τους στόχους της Δημοτικής Αρχής.

4.ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΩΝ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΩΝ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΝ

Ένα πολύ σημαντικό μέρος της έρευνας αφορά την εξέταση των οικονομικών χαρακτηριστικών των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων σε επίπεδο Ελληνικού μέσου όρου, όπως αυτός προκύπτει από τα στατιστικά δεδομένα. Για να είναι δυνατή μια τέτοια εκτίμηση πραγματοποιήθηκαν σε επιτόπιες επισκέψεις μια σειρά συνεντεύξεων με τους κτηνοτρόφους που σκοπό είχαν την ενημέρωση της μελετητικής ομάδας για τα περιουσιακά τους στοιχεία, για το σύνολο των παραγωγικών δαπανών, καθώς και για τα πάσης φύσεως έσοδα που επιτυγχάνουν. Όπως ήταν αναμενόμενο, παρουσιάστηκαν πολλά ομοειδή χαρακτηριστικά μεταξύ των εκμεταλλεύσεων και για αυτό το λόγο επιλέχθηκε να εξεταστεί μια εκμετάλλευση που να συμπεριλαμβάνει τα περισσότερα κοινά στοιχεία που διαπιστώθηκαν.

Τα χαρακτηριστικά μιας τέτοιας εκμετάλλευσης είναι τα εξής: 190 προβατίνες γαλακτοπαραγωγής, 10 κριάρια και 50 αμνάδες αντικατάστασης. Ο μέσος όρος γαλακτοπαραγωγής σε επίπεδο έτους ανά προβατίνα είναι 125 λίτρα, τα αρνιά γάλακτος που πωλούνται είναι 176, βάρους 12 κιλών το καθένα, καθώς και 40 προβατίνες, 20 κιλά η καθεμία. Οι πάγιες εγκαταστάσεις αποτελούνται από ένα ποιμνιοστάσιο 380 m² και από μια αποθήκη 100 m². Για την κάλυψη των αναγκών σε ξένη ανθρώπινη εργασία και σε αυτή την περίπτωση απασχολείται ένας βοσκός σε ετήσια βάση.

Πίνακας 4.1 Κόστος παραγωγής κύριων προϊόντων

Επιμερισμός δαπανών στα κύρια προϊόντα	<i>(Συν. Παραγ. δαπ.- υποπροϊόν(αξία κρέατος προβατινών)*ποσοστό επιμερ. στις συν. παραγωγικές δαπάνες)/Συν. παραγωγή)</i>	M.O. Ελλάδα
Κόστος γάλακτος(€/κιλό)		1,2
Κόστος 1 κιλού ζώντος βάρους αρνιών(€/κιλό)		6,5

Πίνακας 4.2. Οικονομικά αποτελέσματα κλάδου προβάτων

Οικονομικό αποτέλεσμα	Τύπος υπολογισμού	Ποσό
Ακαθάριστη πρόσοδος	<i>[Συν. Αξία Πωλήσεων+Συν. Επιδότησεις]</i>	38.141
Καθαρό κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Παραγ. Δαπανών]</i>	-3.858
Ακαθάριστο κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Μετ.Δαπάνες Παραγ.]</i>	17.924
Γεωργικό Οικογενειακό Εισόδημα	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Εμφαν.Δαπάνες Παραγ.]</i>	8.829
Καθαρή πρόσοδοξη πρόσοδος κεφαλαίου	<i>[Καθ. Κέρδος+Τόκοι+Ενοίκια]</i>	7.828
Αποδοτικότητα κεφαλαίου(%)	<i>[Καθ. Πρόσοδος/Μ.Ε.Κ.]</i>	6.95%
Πρόσοδος καθαρής περιουσίας	<i>[Καθ. Πρόσοδος-(Τόκοι ξένου κεφ.+Ενοικ. Ξένης γής)]</i>	7.828
Αποδοτικότητα κεφαλαίου ιδίου	<i>[Προσοδ. Καθ. Περ./Μ.Ε.Κ. ιδίου κεφ]</i>	6,95%

Πίνακας 4.3. Οικονομικά αποτελέσματα κλάδου κριθαριού-γρasiδιού

Οικονομικό αποτέλεσμα	Τύπος υπολογισμού	Ποσό
Ακαθάριστη πρόσοδος	<i>[Συν. Αξία Πωλήσεων+Συν. Επιδότησεις]</i>	0
Καθαρό κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Παραγ. Δαπανών]</i>	-2.949
Ακαθάριστο κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Μετ.Δαπάνες Παραγ.]</i>	-2.065
Γεωργικό Οικογενειακό Εισόδημα	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Εμφαν.Δαπάνες Παραγ.]</i>	-2.010
Καθαρή πρόσοδοξη πρόσοδος κεφαλαίου	<i>[Καθ. Κέρδος+Τόκοι+Ενοίκια]</i>	-2.094
Αποδοτικότητα κεφαλαίου(%)	<i>[Καθ. Πρόσοδος/Μ.Ε.Κ.]</i>	0,00%
Πρόσοδος καθαρής περιουσίας	<i>[Καθ. Πρόσοδος-(Τόκοι ξένου κεφ.+Ενοικ. Ξένης γής)]</i>	-2094
Αποδοτικότητα κεφαλαίου ιδίου	<i>[Πρόσοδ. Καθ. Περ./Μ.Ε.Κ. ιδίου κεφ]</i>	0,00%

Πίνακας 4.4. Οικονομικά αποτελέσματα γεωργικής εκμ/σης χωρίς επιδοτήσεις

Οικονομικό αποτέλεσμα	Τύπος υπολογισμού	Ποσό
Ακαθάριστη πρόσοδος	<i>[Συν. Αξία Πωλήσεων Τελικών προϊόντων+Συν. Επιδοτήσεις]</i>	38.141
Καθαρό κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Παραγ. Δαπανών]</i>	-6.807
Ακαθάριστο κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Μετ.Δαπάνες Παραγ.]</i>	15.860
Γεωργικό Οικογενειακό Εισόδημα (Γ.Ο.Ε.)	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Εμφαν.Δαπάνες Παραγ.]</i>	6.820
Καθαρή πρόσοδοξη πρόσοδος κεφαλαίου	<i>[Καθ. Κέρδος+Τόκοι+Ενοίκια]</i>	1.876
Αποδοτικότητα κεφαλαίου(%)	<i>[Καθ. Προσοδος/Μ.Ε.Κ.]</i>	1,43%
Πρόσοδος καθαρής περιουσίας	<i>[Καθ. Προσοδος-(Τόκοι ξένου κεφ.+Ενοικ. Ξένης γής)]</i>	1876
Αποδοτικότητα ιδίου κεφαλαίου	<i>[Προσοδ. Καθ. Περ./Μ.Ε.Κ. ιδίου κεφ]</i>	1,09%
Μονάδες Ανθρώπινης Εργασίας (Μ.Α.Ε.) οικογένειας	<i>[Ωρες οικογενειακής εργασίας./2.240]</i>	0.7
Γεωργικό Οικογενειακό Εισόδημα / Μ.Α.Ε. οικογένειας	<i>[Γ.Ο.Ε. / Μ.Α.Ε. οικογένειας]</i>	9.430
(%)Επιδοτήσεις /Γ.Ο.Ε.	<i>[('Αμεσες ενισχύσεις/Γ.Ο.Ε.)*100]</i>	43%

Πίνακας 4.5. Οικονομικά αποτελέσματα γεωργικής εκμ/σης με επιδοτήσεις

Οικονομικό αποτέλεσμα	Τύπος υπολογισμού	Ποσό
Ακαθάριστη πρόσοδος	<i>[Συν. Αξία Πωλήσεων Τελικών προϊόντων+Συν. Επιδότησεις]</i>	53.511
Καθαρό κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Παραγ. Δαπανών]</i>	8.563
Ακαθάριστο κέρδος	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Μετ.Δαπάνες Παραγ.]</i>	31.230
Γεωργικό Οικογενειακό Εισόδημα (Γ.Ο.Ε.)	<i>[Ακαθ. Προς.-Συν. Εμφαν.Δαπάνες Παραγ.]</i>	22.190
Καθαρή πρόσοδος ή πρόσοδος κεφαλαίου	<i>[Καθ. Κέρδος+Τόκοι+Ενοίκια]</i>	17.246
Αποδοτικότητα κεφαλαίου(%)	<i>[Καθ. Πρόσοδος/Μ.Ε.Κ.]</i>	13,12%
Πρόσοδος καθαρής περιουσίας	<i>[Καθ. Πρόσοδος-(Τόκοι ξένου κεφ.+Ενοικ. Ξένης γής)]</i>	17246
Αποδοτικότητα ιδίου κεφαλαίου	<i>[Προσοδ. Καθ. Περ./Μ.Ε.Κ. ιδίου κεφ]</i>	13,12%
Μονάδες Ανθρώπινης Εργασίας (Μ.Α.Ε.) οικογένειας	<i>[Ωρες οικογενειακής εργασίας./2.240)]</i>	0,7
Γεωργικό Οικογενειακό Εισόδημα / Μ.Α.Ε. οικογένειας	<i>[Γ.Ο.Ε. / Μ.Α.Ε. οικογένειας]</i>	30.682
(%)Επιδότησεις /Γ.Ο.Ε.	<i>[(Άμεσες ενισχύσεις/Γ.Ο.Ε.)*100]</i>	69%

Από τους παραπάνω πίνακες είναι προφανές ότι η κατάσταση κάθε άλλο παρά ικανοποιητική δεν μπορεί να χαρακτηριστεί. Τα κυριότερα προβλήματα εντοπίζονται στην εξαιρετικά χαμηλή παραγωγικότητα των ζώων (125 Kgr/ζώο) που έχει σαν

άμεσο αποτέλεσμα την εκτίναξη του κόστους παραγωγής σε επίπεδα που είναι πρακτικά αδύνατο να καλύψει η αγορά. Μια πιο προσεκτική εξέταση των στοιχείων αποδεικνύει ότι οι ποσότητες που χορηγούνται ως διατροφή είναι ικανοποιητικές και το μίγμα των χορηγούμενων ζωοτροφών καλύπτει τις απαιτήσεις των ζώων σε νομευτικές μονάδες. Από την άλλη πλευρά αυτή η ικανοποιητική κάλυψη των διατροφικών αναγκών των ζώων δεν μετατρέπεται σε ικανοποιητική γαλακτοπαραγωγή, γεγονός που επιβάλλει περαιτέρω διερεύνηση για τα ακριβή αίτια εμφάνισης τέτοιων αποδόσεων των ζώων. Πολύ σημαντικό στοιχείο αποτελεί επίσης το αρνητικό αποτέλεσμα όσον αφορά το Ο.Γ.Ε/Μ.Α.Ε. χωρίς να υπολογίζονται οι επιδοτήσεις, αλλά και η εξαιρετικά αυξημένη εξάρτηση του επιτυγχανόμενου τελικού εισοδήματος από τις επιδοτήσεις που τελικά λαμβάνουν οι εκμεταλλεύσεις. Η κατάσταση αυτή δημιουργεί εύλογα σοβαρό προβληματισμό για το μέλλον των εκμεταλλεύσεων, εξαιτίας του πολύ χαμηλού επιπέδου ανταγωνιστικότητας που εμφανίζουν. Ο προβληματισμός έχει ήδη ενταθεί εξαιτίας των αλλαγών που δρομολογήθηκαν από το 2015 και μετά, κύρια όσον αφορά τον πρώτο Πυλώνα της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής που ουσιαστικά διαχειρίζεται τις επιδοτήσεις αυτές.

Αναμφισβήτητα υπάρχουν πραγματικές αιτίες που έχουν οδηγήσει τους κτηνοτρόφους σε αυτό τον τρόπο διαχείρισης των ποιμνίων τους. Δεν θα πρέπει να διαφεύγει από το μυαλό κανενός ότι για σχεδόν 25 χρόνια οι κτηνοτρόφοι λάμβαναν επιδοτήσεις απόλυτα συνδεδεμένες με το μέγεθος του ποιμνίου τους, χωρίς παράλληλα να λαμβάνεται υπόψη κανένα άλλο κριτήριο που να αφορά τα παραγωγικά χαρακτηριστικά της εκμετάλλευσης. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου οι κτηνοτρόφοι, βάσει ιστορικής περιόδου, εξασφάλισαν συγκεκριμένο αριθμό επιδοτούμενων ζώων που ήταν περισσότερο γνωστά ως *επιλέξιμα*. Το καθεστώς αυτό απομάκρυνε σταδιακά τους κτηνοτρόφους από την αγορά, αφού πρώτο τους μέλημα δεν ήταν η βελτίωση της παραγωγικότητας και γενικότερα της κερδοφορίας των εκμεταλλεύσεων, αλλά η διατήρηση των ποιμνίων σε τέτοια μεγέθη, ώστε να εξασφαλίζεται η λήψη των επιδοτήσεων. Η επικέντρωση της προσοχής των κτηνοτρόφων στη σταθεροποίηση των ποσοτικών χαρακτηριστικών των εκμεταλλεύσεων οδήγησε σταδιακά στην επιδείνωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών, τόσο του ποιμνίου, όσο και των λοιπών στοιχείων των εκμεταλλεύσεων, όπως κτηριακά και λοιπός μηχανολογικός εξοπλισμός.

Είναι λοιπόν προφανές, ότι στη σημερινή κατάσταση όπου η χορήγηση επιδοτήσεων δεν μπορεί να αποτελεί πλέον παράγοντα πλουτισμού, αλλά παράμετρο σταθεροποίησης ενός ελάχιστου εισοδήματος, νέες προτεραιότητες είναι αναγκαίο να

προταθούν, προκειμένου η βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων των εκμεταλλεύσεων να προκύπτει μέσα από την καλύτερη προσέγγιση των απαιτήσεων της αγοράς. Άλλωστε, πολλές από τις προτάσεις της νέας ΚΑΠ στοχεύουν προς αυτή την κατεύθυνση, εγκαταλείποντας οριστικά πρακτικές του παρελθόντος που δεν λάμβαναν υπόψη τις δυνάμεις και τις απαιτήσεις της αγοράς, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο εμπορικές στρεβλώσεις και δίνοντας λανθασμένα μηνύματα στους κτηνοτρόφους όσον αφορά τον τρόπο άσκησης του επαγγέλματός τους. Με τον τρόπο αυτό ο κάθε κτηνοτρόφος μπορεί ελεύθερα πλέον και χωρίς κανένα φόβο για ενδεχόμενη απώλεια κοινοτικών ενισχύσεων να διατηρήσει εκείνο τον αριθμό ζώων που είναι πραγματικά παραγωγικά, να τα βελτιώσει γενετικά και να αυξήσει με αυτό τον τρόπο την παραγωγικότητα της εκμετάλλευσης. Η νέα αυτή ρύθμιση, παρόλο ότι δίνει λύση σε ένα χρόνιο και σημαντικό πρόβλημα που αντιμετώπιζε πολύ μεγάλη μερίδα του αγροτικού κόσμου, δεν έχει γίνει κατανοητό από τους παραγωγούς και εκτροφείς, με αποτέλεσμα πολλοί από αυτούς να παραμένουν προσκολλημένοι σε πρακτικές που σήμερα θεωρούνται ξεπερασμένες πια. Η πλήρης αποσύνδεση της χορήγησης των κοινοτικών ενισχύσεων από την παραγωγή για σειρά προϊόντων που παράγονται και επιδοτούνται στη χώρα, αποτέλεσε στρατηγική επιλογή και από την πλευρά των αγροτών και από την πλευρά του ΥΠΑΑΤ, διευκολύνοντας θεσμικά σε μεγάλο βαθμό την οποιαδήποτε απόπειρα αναδιάρθρωσης επιχειρηθεί. Παρόλα αυτά αποτελεί πεποίθηση, στους εκτροφείς ζώων της χώρας, η τεχνική της μετατροπής των επιλέξιμων ζώων σε χρησιμοποιούμενο βοσκότοπο και η λήψη των επιδοτήσεων με βάση τον βοσκότοπο αυτό, δεν έχει γίνει πλήρως κατανοητή, διατηρώντας παράλληλα οι τελευταίοι αρκετές επιφυλάξεις για το μέλλον, όσον αφορά ενδεχόμενη απώλεια ενισχύσεων εξαιτίας της μείωσης των εκτρεφόμενων ζώων. Είναι όμως επίσης δεδομένο ότι δεν μπορεί να προκύψει σημαντική βελτίωση των οικονομικών μεγεθών των εκμεταλλεύσεων χωρίς την εγκατάλειψη της πρακτικής της διατήρησης εντός του ποιμνίου ζώων που δεν παράγουν γάλα, μόνο για τη λήψη των κοινοτικών ενισχύσεων. Η πρακτική αυτή αποτελούσε χρόνια στρέβλωση που μείωσε δραματικά την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής κτηνοτροφίας και πρέπει να εγκαταλειφθεί οριστικά, ειδικά τώρα όπου με τη νέα ΚΑΠ δεν προκύπτει καμιά εισοδηματική απώλεια για τους κτηνοτρόφους.

5. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΚΟΙΝΗΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται το σύνολο της σχετικής νομοθεσίας. Τα κείμενα αυτά αποτελούν απαραίτητο εργαλείο για τον αναπτυξιακό σχεδιασμό του κλάδου και για αυτό το λόγο πρέπει να ληφθούν πολύ σοβαρά υπόψη στα επόμενα κεφάλαια της μελέτης.

5.1 ΠΡΙΜΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΩΝ

5.1.1 ΑΙΤΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗΣ ΚΑΤΟΧΗΣ

Εκτός από τις απαιτήσεις που προβλέπονται στο πλαίσιο του ολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης και ελέγχου, σύμφωνα με τον τίτλο ΙΙ, κεφάλαιο 4, του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 («το ολοκληρωμένο σύστημα»), οι γεωργοί οφείλουν να αναφέρουν στις αιτήσεις τους για τη χορήγηση των πριμοδοτήσεων και των πρόσθετων πριμοδοτήσεων, εάν διαθέτουν στο εμπόριο πρόβειο γάλα ή γαλακτοκομικά προϊόντα με βάση το πρόβειο γάλα, κατά τη διάρκεια του έτους εμπορίας για το οποίο έχει ζητηθεί η πριμοδότηση.

Οι αιτήσεις πριμοδότησης υπέρ των γεωργών που διατηρούν στην εκμετάλλευσή τους προβατίνες ή/και αίγες, υποβάλλονται στην αρμόδια αρχή κατά τη διάρκεια της ενιαίας χρονικής περιόδου που καθορίζεται από το ενδιαφερόμενο κράτος μέλος, η οποία δεν αρχίζει πριν από την 1η Νοεμβρίου και λήγει το αργότερο στις 30 Απριλίου, αντιστοίχως, πριν και μετά από την έναρξη του έτους εμπορίας για το οποίο έχουν υποβληθεί οι αιτήσεις.

Εντούτοις, το Ηνωμένο Βασίλειο μπορεί να καθορίσει, για τη Βόρεια Ιρλανδία, διαφορετική περίοδο από εκείνη που ορίζεται για τη Μεγάλη Βρετανία.

Η περίοδος που αναφέρεται στο άρθρο 115 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 κατά τη διάρκεια της οποίας ο παραγωγός αναλαμβάνει την υποχρέωση να έχει στην κατοχή του τον αριθμό των προβατίνων ή/και των αιγών για τις οποίες έχει ζητηθεί η πριμοδότηση («περίοδος υποχρεωτικής κατοχής»), είναι μια περίοδος 100 ημερών που αρχίζει την πρώτη ημέρα μετά τη λήξη της τελευταίας ημέρας της περιόδου υποβολής των αιτήσεων που αναφέρονται στην παράγραφο 2.

5.1.2 ΕΚΤΑΣΕΙΣ ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΙΜΟΔΟΤΗΣΕΙΣ ΑΙΓΟΠΡΟΒΑΤΩΝ

Τα κριτήρια που αναφέρονται στο άρθρο 113 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 πληρούνται στις περιοχές που αναφέρονται στο παράρτημα Χ.

Εντούτοις, τα κράτη μέλη υποχρεούνται να ελέγχουν τακτικά κατά πόσο τα εν λόγω κριτήρια εξακολουθούν να πληρούνται σε όλες τις περιοχές που απαριθμούνται στο παράρτημα Χ, οι οποίες βρίσκονται εντός των αντίστοιχων εδαφών τους. Συνεπεία της εν λόγω αξιολόγησης, τα κράτη μέλη κοινοποιούν στην Επιτροπή οποιαδήποτε σχετική ανάγκη τροποποίησης του παραρτήματος Χ πριν από τις 31 Ιουλίου του έτους που προηγείται του έτους για το οποίο προβλέπεται να εφαρμοστεί η σχετική τροποποίηση. Στην κοινοποίηση πρέπει ιδίως να αναφέρονται οι ζώνες ή τα τμήματα των ζωνών που απαριθμούνται στο παράρτημα Χ, που δεν πληρούν πλέον τα κριτήρια που αναφέρονται στο άρθρο 113 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003, καθώς και τις τυχόν ζώνες οι οποίες πληρούν τα εν λόγω κριτήρια αλλά οι οποίες δεν αναφέρονται στο παράρτημα Χ. Γι' αυτές τις τυχόν νέες ζώνες, τα κράτη μέλη υποχρεούνται να διαβιβάσουν στην Επιτροπή αναλυτική αιτιολόγηση της πρότασής τους.

5.1.3 ΑΙΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΗ ΠΡΙΜΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΙΜΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΙΓΕΣ

Για να λάβει τη συμπληρωματική πριμοδότηση ή την πριμοδότηση για τις αίγες, ένας γεωργός ο οποίος χρησιμοποιεί το 50 % τουλάχιστον αλλά όχι το 100 % της έκτασής του για τη γεωργία η οποία βρίσκεται σε περιοχές οι οποίες προβλέπονται από το άρθρο 114 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 στις περιοχές που απαριθμούνται στο παράρτημα Χ του παρόντος κανονισμού πρέπει να υποβάλει δήλωση ή δηλώσεις που να υποδεικνύουν την τοποθεσία που βρίσκεται η έκτασή του σύμφωνα με τις παραγράφους 2 και 3 του παρόντος άρθρου.

Ο γεωργός ο οποίος υποχρεούται να υποβάλει ετησίως δήλωση της συνολικής χρησιμοποιούμενης γεωργικής έκτασης της εκμεταλλεύσεώς του, με την ευκαιρία της υποβολής της αίτησης της ενίσχυσης, όπως προβλέπεται στο άρθρο 22 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003, οφείλει να προσδιορίζει στη δήλωσή του αυτή τα αγροτεμάχια εκείνα τα οποία χρησιμοποιούνται για γεωργικούς σκοπούς και τα οποία βρίσκονται στις περιοχές που αναφέρονται στο άρθρο 114 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 ή στις περιοχές που απαριθμούνται στο παράρτημα Χ του παρόντος κανονισμού, κατά περίπτωση.

Ο γεωργός ο οποίος δεν υποχρεούται να υποβάλει την δήλωση που αναφέρεται στο στοιχείο α), οφείλει να υποβάλλει ετησίως ειδική δήλωση χρησιμοποιώντας, κατά περίπτωση, το σύστημα αναγνώρισης αγροτεμαχίων, το οποίο προβλέπεται στο πλαίσιο του ολοκληρωμένου συστήματος.

Σ' αυτή την ειδική δήλωση πρέπει να προσδιορίζεται η τοποθεσία όλων των εκτάσεων τις οποίες κατέχει, μισθώνει ή χρησιμοποιεί στο πλαίσιο οποιωνδήποτε ρυθμίσεων, προσδιορίζοντας την έκτασή τους και υποδεικνύοντας αναλυτικά τα αγροτεμάχια εκείνα τα οποία χρησιμοποιούνται για γεωργικούς σκοπούς, τα οποία βρίσκονται στις περιοχές που αναφέρονται στο άρθρο 114 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 ή στις περιοχές που απαριθμούνται στο παράρτημα Χ του παρόντος κανονισμού, κατά περίπτωση. Τα κράτη μέλη δύνανται να προβλέψουν την ενσωμάτωση της ειδικής δήλωσης στην αίτηση για τη χορήγηση της πριμοδότησης για προβατίνες ή/και για αίγες. Τα κράτη μέλη δύνανται επίσης να απαιτούν να υποβάλλεται η ειδική δήλωση με το έντυπο «αίτησης ενιαίας ενίσχυσης».

Η αρμόδια εθνική αρχή μπορεί να ζητήσει την προσκόμιση τίτλου ιδιοκτησίας, μισθωτηρίου συμβολαίου ή γραπτού διακανονισμού μεταξύ γεωργών και, ενδεχομένως, την προσκόμιση βεβαίωσης από την τοπική ή περιφερειακή αρχή, η οποία έχει διαθέσει στον συγκεκριμένο γεωργό εκτάσεις που χρησιμοποιούνται για γεωργικούς σκοπούς. Στη βεβαίωση αυτή πρέπει να αναφέρονται η επιφάνεια των εκτάσεων που παραχωρήθηκαν στον παραγωγό και τα αγροτεμάχια που βρίσκονται στις περιοχές που προβλέπονται από το άρθρο 114 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/ 2003 ή στις περιοχές που περιλαμβάνονται στο παράρτημα Χ, κατά περίπτωση.

5.1.4 ΓΕΩΡΓΟΙ ΠΟΥ ΠΡΟΒΑΙΝΟΥΝ ΣΕ ΕΠΟΧΙΑΚΕΣ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΟΙΜΝΙΩΝ

Οι αιτήσεις πριμοδότησης που υποβάλλονται από τους γεωργούς των οποίων η καταχωρημένη έδρα της εκμετάλλευσης βρίσκεται σε μία από τις γεωγραφικές περιοχές που αναφέρονται στο άρθρο 114 παράγραφος 2 στοιχείο β) του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 και οι οποίοι επιθυμούν να υπαχθούν στους ευεργετικούς όρους για να λάβουν συμπληρωματική πριμοδότηση, πρέπει να αναφέρουν:

α) τον τόπο ή τους τόπους όπου θα πραγματοποιηθεί η εποχιακή μετακίνηση των ζώων κατά την τρέχουσα περίοδο εμπορίας·

β) την περίοδο των τουλάχιστον 90 ημερών που αναφέρεται στο άρθρο 114 παράγραφος 2 στοιχείο α) του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 και η οποία καθορίζεται για το τρέχον έτος εμπορίας.

Με εξαίρεση τις περιπτώσεις ανωτέρας βίας ή περιπτώσεις που οφείλονται στις επιπτώσεις δεόντως αιτιολογημένων φυσικών συνθηκών για την αγέλη, οι αιτήσεις πριμοδότησης που υποβάλλονται από τους γεωργούς, όπως αναφέρεται στην παράγραφο 1, πρέπει να συνοδεύονται από έγγραφα που πιστοποιούν ότι η εποχιακή μετακίνηση των ζώων πραγματοποιήθηκε κατά τις δύο προηγούμενες περιόδους εμπορίας και, ειδικότερα, από βεβαίωση της τοπικής ή περιφερειακής αρχής του τόπου όπου πραγματοποιήθηκε η εποχιακή μετακίνηση των ζώων, ότι η εν λόγω μετακίνηση πραγματοποιήθηκε επί 90 τουλάχιστον συνεχείς ημέρες.

Όταν πραγματοποιούν διοικητικούς ελέγχους σχετικά με τις αιτήσεις τα κράτη μέλη θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι ο τόπος της εποχιακής μετακίνησης που προσδιορίζεται στην αίτηση πριμοδότησης βρίσκεται πράγματι εντός κάποιας από τις περιοχές που προβλέπονται από το άρθρο 114 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003.

5.1.5. ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΤΗΤΑ

Οι πριμοδοτήσεις καταβάλλονται στον παραγωγό ανάλογα με τον αριθμό των προβατίνων ή/και των αιγών, που διατηρεί στην κατοχή του καθόλη τη διάρκεια της περιόδου υποχρεωτικής κατοχής των ζώων, που αναφέρεται στο άρθρο 70 παράγραφος 3.

Τα ζώα τα οποία πληρούν τους όρους, που προβλέπονται στους ορισμούς που αναφέρονται στο άρθρο 112 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003, κατά την τελευταία ημέρα της περιόδου υποχρεωτικής κατοχής των ζώων λογίζεται ότι συγκαταλέγονται στα επιλέξιμα ζώα.

5.1.6 ΑΠΟΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΓΕΩΡΓΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΠΡΟΒΕΙΟ ΓΑΛΑ Η ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΠΡΟΒΕΙΟ ΓΑΛΑ

Τα κράτη μέλη πραγματοποιούν κάθε χρόνο, το αργότερο την 30η ημέρα της περιόδου υποχρεωτικής κατοχής, απογραφή των γεωργών που διαθέτουν στο εμπόριο πρόβειο γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα με βάση το πρόβειο γάλα, με βάση τις δηλώσεις των γεωργών που αναφέρονται στο άρθρο 70 παράγραφος 1.

Επιπλέον, τα κράτη μέλη λαμβάνουν υπόψη, για την κατάρτιση της απογραφής αυτής, τα αποτελέσματα των ελέγχων που έχουν γίνει και οποιαδήποτε άλλη πηγή

πληροφόρησης διαθέτει η αρμόδια αρχή, και ιδίως τα στοιχεία που παρέχονται από τους μεταποιητές ή τους διανομείς, όσον αφορά την εμπορία του πρόβειου γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων με βάση το πρόβειο γάλα, από τους γεωργούς.

5.1.7. ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

Τα κράτη μέλη κοινοποιούν στην Επιτροπή:

α) μέχρι τις 31 Ιουλίου κάθε έτους, το αργότερο, τα στοιχεία που αφορούν τις αιτήσεις πριμοδότησης που υποβλήθηκαν για το τρέχον έτος εμπορίας, χρησιμοποιώντας το τυποποιημένο υπόδειγμα που παρατίθεται στο παράρτημα XI·

β) μέχρι τις 31 Ιουλίου κάθε έτους, το αργότερο, τον αριθμό και το ποσό των πριμοδοτήσεων που καταβλήθηκαν το προηγούμενο έτος, έπειτα από εφαρμογή των μειώσεων της ενίσχυσης που προβλέπονται στο άρθρο 120 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003, κατά περίπτωση, με χρήση του τυποποιημένου υποδείγματος που παρατίθεται στο παράρτημα XII του παρόντος κανονισμού-

γ) έως τις 31 Οκτωβρίου κάθε έτους, το αργότερο, οποιεσδήποτε αλλαγές έγιναν στον κατάλογο των γεωγραφικών περιοχών στις οποίες γίνονται εποχιακές μετακινήσεις ποιμνίων, όπως αναφέρεται στο άρθρο 114 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1 782/2003 και στο άρθρο 73 του παρόντος κανονισμού.

Τα απαιτούμενα στοιχεία βάσει του πρώτου εδαφίου, τίθενται, κατόπιν σχετικού αιτήματος, στη διάθεση των εθνικών φορέων που είναι αρμόδιοι για την εκπόνηση των επισήμων στατιστικών στον τομέα του πρόβειου και αιγείου κρέατος.

Στις περιπτώσεις που υπάρχουν αλλαγές όσον αφορά τα κοινοποιηθέντα στοιχεία, ειδικά συνεπεία ελέγχων ή διορθώσεων ή βελτιώσεων των προηγούμενων στοιχείων, τα νέα ενημερωμένα στοιχεία πρέπει να κοινοποιηθούν στην Επιτροπή εντός μηνός από την επέλευση των αλλαγών.

5.2 ΟΡΙΑ, ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΕΙΣ

5.2.1 ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΠΟΚΤΗΘΗΚΑΝ ΔΩΡΕΑΝ

Ένας γεωργός που έχει αποκτήσει δωρεάν δικαιώματα πριμοδότησης από το εθνικό απόθεμα δεν επιτρέπεται να μεταβιβάσει ή και να εκχωρήσει προσωρινά τα δικαιώματά του κατά τη διάρκεια των τριών επομένων ημερολογιακών ετών, από την ημερομηνία απόκτησης των εν λόγω δικαιωμάτων του, με εξαίρεση τις δεόντως αιτιολογημένες περιπτώσεις.

5.2.2 ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ

Ένας γεωργός που κατέχει δικαιώματα μπορεί είτε να τα χρησιμοποιήσει ο ίδιος ή και να τα εκχωρήσει προσωρινά σε άλλο γεωργό.

Όταν ένας γεωργός δεν χρησιμοποιεί τουλάχιστον το ελάχιστο ποσοστό των δικαιωμάτων του, που καθορίζεται σύμφωνα με την παράγραφο 4, κατά τη διάρκεια κάθε έτους, το μη χρησιμοποιηθέν μέρος μεταβιβάζεται στο εθνικό απόθεμα, με εξαίρεση:

- α) την περίπτωση των γεωργών που κατέχουν το πολύ 20 δικαιώματα για πριμοδοτήσεις, και δεν έχουν κάνει χρήση του ελάχιστου ποσοστού αυτών των δικαιωμάτων κατά τη διάρκεια δύο διαδοχικών ημερολογιακών ετών, μόνον το μη χρησιμοποιηθέν ποσοστό κατά τη διάρκεια του τελευταίου ημερολογιακού έτους μεταφέρεται στο εθνικό απόθεμα
- β) την περίπτωση γεωργού που συμμετέχει σε πρόγραμμα εκτατικοποίησης αναγνωρισμένο από την Επιτροπή
- γ) την περίπτωση γεωργού που συμμετέχει σε πρόγραμμα πρόωρης συνταξιοδότησης που έχει αναγνωριστεί από την Επιτροπή το οποίο δεν επιβάλλει την μεταβίβαση ή και την προσωρινή εκχώρηση των δικαιωμάτων
- δ) όλες τις δεόντως αιτιολογημένες έκτακτες περιπτώσεις.

Η προσωρινή εκχώρηση αφορά μόνο ολόκληρα έτη, και τουλάχιστον τον ελάχιστο αριθμό ζώνων που προβλέπεται στο άρθρο 79 παράγραφος 1. Στο τέλος κάθε περιόδου προσωρινής εκχώρησης, η οποία δεν μπορεί να υπερβαίνει τα τρία συνεχόμενα έτη, ένας γεωργός ανακτά, εκτός από την περίπτωση μεταβίβασης δικαιωμάτων, το σύνολο των δικαιωμάτων του για τον ίδιο τουλάχιστον για δύο συνεχόμενα έτη. Εφόσον ο γεωργός δπ' αξιοποιεί ο ίδιος τουλάχιστον το ελάχιστο ποσοστό των δικαιωμάτων του, που έχει καθορισθεί σύμφωνα με την παράγραφο 4 κατά τη διάρκεια καθενός από τα δύο έτη, το κράτος μέλος, εκτός από έκτακτες περιπτώσεις δεόντως αιτιολογημένες, αποσύρει και επιστρέφει κάθε έτος στο εθνικό απόθεμα το τμήμα των δικαιωμάτων που δεν χρησιμοποιήθηκε από τον γεωργό.

Εντούτοις, σε περιπτώσεις γεωργών που συμμετέχουν σε αναγνωρισμένα από την Επιτροπή προγράμματα πρόωρης συνταξιοδότησης, τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέψουν παράταση της συνολικής διάρκειας της προσωρινής εκχώρησης σε συνάρτηση με τα προγράμματα αυτό.

Οι παραγωγοί που έχουν αναλάβει την υποχρέωση να συμμετάσχουν σε πρόγραμμα εκτατικοποίησης, σύμφωνα με το μέτρο που αναφέρεται στο άρθρο 2 παράγραφος 1 στοιχείο γ του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2078/92 του Συμβουλίου, ή σε πρόγραμμα

εκτατικοποίησης, σύμφωνα με τα άρθρα 22 και 23 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1257/1999, δεν επιτρέπεται να εκχωρήσουν προσωρινά ή/και να μεταβιβάσουν τα δικαιώματά τους, κατά την περίοδο της εν λόγω συμμετοχής τους. Εντούτοις, η απαγόρευση αυτή δεν εφαρμόζεται στην περίπτωση κατά την οποία το πρόγραμμα επιτρέπει τη μεταβίβαση ή και την προσωρινή εκχώρηση των δικαιωμάτων στους γεωργούς για τη συμμετοχή των οποίων σε μέτρα άλλα εκτός από εκείνα που προβλέπονται στο παρόν εδάφιο απαιτείται η απόκτηση των δικαιωμάτων.

Το ελάχιστο ποσοστό χρησιμοποίησης δικαιωμάτων πριμοδότησης έχει καθορισθεί σε 70%. Εντούτοις, τα κράτη μέλη μπορούν να αυξήσουν το ποσοστό αυτό μέχρι το 100%. Τα κράτη μέλη ενημερώνουν προηγουμένως την Επιτροπή για το ποσοστό το οποίο προτίθενται να χρησιμοποιήσουν.

5.2.3 ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΕΚΧΩΡΗΣΗ

Τα κράτη μέλη μπορούν να καθορίσουν, συναρτήσει των διαρθρώσεων παραγωγής, τον ελάχιστο αριθμό δικαιωμάτων για πριμοδότηση για τα οποία μπορεί να γίνει μερική μεταβίβαση, χωρίς την μεταβίβαση εκμετάλλευσης. Ο ελάχιστος αυτός αριθμός δεν μπορεί να υπερβεί τα δέκα δικαιώματα για πριμοδότηση.

Η μεταφορά δικαιωμάτων πριμοδότησης καθώς και η προσωρινή εκχώρηση των δικαιωμάτων αυτών, ισχύουν μόνο μετά την κοινοποίησή τους στις αρμόδιες αρχές του κράτους μέλους, από τον γεωργό που μεταβιβάζει ή/και εκχωρεί τα δικαιώματα και από τον γεωργό που αποδέχεται τα δικαιώματα.

Η εν λόγω κοινοποίηση πραγματοποιείται εντός προθεσμίας που καθορίζεται από το κράτος μέλος και λήγει το αργότερο κατά την ημερομηνία κατά την οποία λήγει στο εν λόγω κράτος μέλος η περίοδος υποβολής της αίτησης για τη χορήγηση πριμοδότησης, με εξαίρεση τις περιπτώσεις στις οποίες η μεταβίβαση πραγματοποιείται λόγω κληρονομιάς. Στην περίπτωση αυτή, ο γεωργός στον οποίο χορηγούνται τα δικαιώματα πρέπει να είναι σε θέση να προσκομίσει τα κατάλληλα νόμιμα έγγραφα που αποδεικνύουν ότι αυτός ή αυτή είναι ο δικαιούχος του εκλιπόντος γεωργού.

Στην περίπτωση μεταβίβασης δικαιωμάτων χωρίς μεταβίβαση της εκμετάλλευσης, ο αριθμός δικαιωμάτων που μεταβιβάζεται χωρίς αντιστάθμισμα στο εθνικό απόθεμα, δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να είναι κατώτερος από τη μονάδα.

5.2.4 ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΑΤΟΜΙΚΟΥ ΑΝΩΤΑΤΟΥ ΟΡΙΟΥ

Στην περίπτωση μεταβίβασης ή προσωρινής εκχώρησης των δικαιωμάτων πριμοδότησης, τα κράτη μέλη προσδιορίζουν το νέο ατομικό όριο και κοινοποιούν τον αριθμό των δικαιωμάτων πριμοδότησης στους ενδιαφερόμενους γεωργούς το αργότερο εντός εξήντα ημερών από την τελευταία ημέρα της περιόδου κατά την οποία ο γεωργός υπέβαλε την αίτηση πριμοδότησης.

Το πρώτο εδάφιο δεν εφαρμόζεται στην περίπτωση που η μεταβίβαση πραγματοποιείται λόγω κληρονομιάς, σύμφωνα με τους όρους που αναφέρονται στο άρθρο 79 παράγραφος 2.

5.2.5 ΓΕΩΡΓΟΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΙΔΙΟΚΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΕΚΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥΣ

Οι γεωργοί οι οποίοι εκμεταλλεύονται μόνον εκτάσεις κρατικής ή συλλογικής ιδιοκτησίας και οι οποίοι αποφασίζουν να παύσουν να χρησιμοποιούν τις εν λόγω εκτάσεις για βοσκή και να μεταβιβάσουν όλα τα δικαιώματά τους σε άλλο γεωργό, εξομοιώνονται με γεωργούς που πωλούν ή μεταβιβάζουν τις εκμεταλλεύσεις τους. Σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, ο γεωργός αυτός εξομοιώνεται με γεωργό που μεταβιβάζει μόνο τα δικαιώματά του για πριμοδότηση.

5.2.6 ΜΕΤΑΒΙΒΑΣΗ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΑΠΟΘΕΜΑΤΟΣ

Όταν ένα κράτος μέλος προβλέπει ότι η μεταβίβαση δικαιωμάτων χωρίς μεταβίβαση της εκμετάλλευσης θα πραγματοποιείται μέσω του εθνικού αποθέματος, εφαρμόζει εθνικές διατάξεις ανάλογες με εκείνες που προβλέπονται στο παρόν κεφάλαιο. Επιπλέον, στις περιπτώσεις αυτές:

- α) τα κράτη μέλη μπορούν να προβλέπουν την προσωρινή εκχώρηση μέσω του εθνικού αποθέματος·
- β) σε περίπτωση μεταβίβασης δικαιωμάτων πριμοδότησης ή προσωρινής εκχώρησης, σύμφωνα με το σημείο α), η μεταβίβαση στο απόθεμα αρχίζει να ισχύει μόνο μετά από κοινοποίηση των αρμοδίων αρχών του κράτους μέλους στον γεωργό που μεταβιβάζει ή/και εκχωρεί τα δικαιώματα, και η μεταβίβαση από το απόθεμα σε άλλο γεωργό αρχίζει να ισχύει μόνο μετά από κοινοποίηση των εν λόγω αρχών στο συγκεκριμένο γεωργό.

Επιπλέον, οι διατάξεις αυτές πρέπει να διασφαλίζουν ότι το τμήμα των δικαιωμάτων που δεν καλύπτεται από το δεύτερο εδάφιο του άρθρου 117 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/ 2003, πρέπει να αντισταθμίζεται από την καταβολή, από

το κράτος μέλος, ποσού αντίστοιχου με εκείνο που θα προέκυπτε από άμεση μεταφορά μεταξύ γεωργών, λαμβανομένης ιδίως υπόψη της εξέλιξης της παραγωγής στο συγκεκριμένο κράτος μέλος. Το ποσό της καταβολής αυτής ισούται με το ποσό που επιβαρύνει τον γεωργό που λαμβάνει ισοδύναμα δικαιώματα από το εθνικό απόθεμα.

5.2.7 ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΟΡΙΩΝ

Μόνο ακέραιοι αριθμοί θα χρησιμοποιούνται για τους αρχικούς υπολογισμούς και για τις μεταγενέστερες διορθώσεις των ατομικών ορίων όσον αφορά τα δικαιώματα πριμοδότησης.

Προς το σκοπό αυτό, σε περιπτώσεις που το τελικό αποτέλεσμα των αριθμητικών υπολογισμών δεν είναι ακέραιος αριθμός, θα γίνεται στρογγυλοποίηση προς τον πλησιέστερο ακέραιο αριθμό. Εντούτοις, όταν το αποτέλεσμα των υπολογισμών βρίσκεται στη μέση δύο ακέραιων αριθμών τότε η στρογγυλοποίηση θα γίνεται προς το μεγαλύτερο ακέραιο αριθμό.

Κοινοποιήσεις

Τα κράτη μέλη κοινοποιούν στην Επιτροπή, το αργότερο μέχρι την 1η Μαρτίου 2005, το μέρος των μεταβιβαζόμενων

δικαιωμάτων πριμοδότησης, το οποίο πρόκειται να εκχωρηθεί στο εθνικό απόθεμα, σύμφωνα με το άρθρο 117 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 και, κατά περίπτωση, τα μέτρα που έχουν ληφθεί βάσει του άρθρου 117 παράγραφος 3 του εν λόγω κανονισμού και κοινοποιούν επίσης, πριν από την 1η Ιανουαρίου κάθε έτους, τις ενδεχόμενες τροποποιήσεις.

Τα κράτη μέλη κοινοποιούν στην Επιτροπή, το αργότερο μέχρι την 30ή Απριλίου κάθε έτους, χρησιμοποιώντας τον πίνακα των παραρτημάτων XIII και XIV:

- α) τον αριθμό των δικαιωμάτων πριμοδότησης που έχουν επιστραφεί στο εθνικό απόθεμα χωρίς αντισταθμιστική πληρωμή, μετά από μεταβίβαση δικαιωμάτων χωρίς μεταβίβαση της εκμετάλλευσης, κατά το προηγούμενο έτος
- β) τον αριθμό των μη χρησιμοποιηθέντων δικαιωμάτων πριμοδότησης, όπως αναφέρεται στο άρθρο 118 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003, τα οποία μεταβιβάστηκαν στο εθνικό απόθεμα κατά το προηγούμενο έτος·
- γ) τον αριθμό των δικαιωμάτων που παραχωρήθηκαν, σύμφωνα με το άρθρο 118 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/ 2003, κατά το προηγούμενο έτος·
- δ) τον αριθμό των δικαιωμάτων πριμοδότησης, που παραχωρήθηκαν από το εθνικό απόθεμα σε παραγωγούς μειονεκτικών περιοχών, κατά το προηγούμενο έτος·

ε) τις ημερομηνίες τις σχετικές με τις περιόδους και τις προθεσμίες για τις μεταβιβάσεις δικαιωμάτων και για τις αιτήσεις για τη χορήγηση πριμοδότησης.

5.3 ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

5.3.1 ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ

Τα κράτη μέλη τα οποία εφαρμόζουν το άρθρο 71 του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1782/2003 του Συμβουλίου πρέπει να χορηγούν στην Επιτροπή πληροφορίες σχετικά με τις εθνικές τους ρυθμίσεις όσον αφορά τις πρόσθετες ενισχύσεις που προβλέπονται βάσει του άρθρου 119 του εν λόγω κανονισμού. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να περιλαμβάνουν τα ακόλουθα στοιχεία:

α) όσον αφορά τις ενισχύσεις κατά κεφαλή:

i) ενδεικτικά ποσά κατά κεφαλή ανάλογα με τις κατηγορίες των ζώων και τις ρυθμίσεις χορήγησης,

ii) ενδεικτική πρόβλεψη όσον αφορά το σύνολο των δαπανών και τον αριθμό των ζώων,

iii) ειδικές απαιτήσεις σχετικά με το δείκτη πυκνότητας,

iv) άλλες πληροφορίες σχετικά με τους κανόνες εφαρμογής·

β) όσον αφορά τις ενισχύσεις με βάση τις εκτάσεις, κατά περίπτωση:

i) υπολογισμός των βασικών περιφερειακών εκτάσεων,

ii) ενδεικτικά ποσά ανά εκτάριο,

iii) ενδεικτική πρόβλεψη των συνολικών δαπανών και του αριθμού των σχετικών εκταρίων,

iv) άλλες πληροφορίες σχετικά με τους κανόνες εφαρμογής

γ) πληροφορίες σχετικά με άλλα καθεστώτα τα οποία έχουν θεσπιστεί για την χορήγηση πρόσθετων ενισχύσεων.

Τα κράτη μέλη κοινοποιούν στην Επιτροπή κάθε τροποποίηση των εθνικών ρυθμίσεών τους εντός μηνός από την πραγματοποίηση αυτών των τροποποιήσεων.

5.4 ΚΟΙΝΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ «ΦΕΤΑ»

Το τυρί «Φέτα» είναι ένα πολύ σημαντικό προϊόν για τη χώρα, παράγεται από μίγμα πρόβειου και Αίγειου γάλακτος και αποτελούσε στόχο της χώρας να καθιερωθεί το

όνομα σαν Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) μέσα από την εφαρμογή του Κ2081/92 και του Κ1107/96. Η προσπάθεια της χώρας ξεκίνησε στις 21-1-1994 με την κατάθεση αίτησης στην Κοινότητα με την οποία ζητούσε η χώρα να κατοχυρωθεί το όνομα «Φέτα» σαν προϊόν ΠΟΠ της Ελλάδας. Στις 15-11-1994 η Επιστημονική Επιτροπή που συγκροτήθηκε αποφάνθηκε ότι η ονομασία «Φέτα» πληροί τις προϋποθέσεις καταχώρισης και βάσει του ίδιου Κανονισμού προβλεπόταν πενταετής μεταβατική περίοδος για τη χρήση της ονομασίας σαν ΠΟΠ. Στις 20-1-1996 η Επιτροπή ζήτησε από την Επιτροπή Προστατευόμενων Ονομασιών Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προστατευόμενων Γεωγραφικών Ενδείξεων (ΠΓΕ) να γνωμοδοτήσει μεταξύ άλλων και για την ονομασία «Φέτα». Με τρεις ψήφους διαφορά υπήρξε θετική γνωμοδότηση και στις 21-6-1996 τέθηκε σε ισχύ ο Κ1107/96. Στις 30-8-1996, 9-9-1996 και στις 12-9-1996 η Δανία (C-289/96), η Γερμανία (C-293/96) και η Γαλλία (C-299/96) αντίστοιχα κατέθεσαν προσφυγές με τις οποίες ζητούσαν να κριθεί άκυρος ο Κ1107/96 ως προς την ονομασία «Φέτα» ως ΠΟΠ. Η επιχειρηματολογία που αναπτύχθηκε στηριζόταν πάνω στην εφαρμογή του Κ2081/92 και πιο συγκεκριμένα στο Άρθρο 2 §2 όπου αναφερόταν ότι μια ονομασία ΠΟΠ δεν μπορούσε να εφαρμοστεί στο σύνολο της επικράτειας, όπως γινόταν στην Ελλάδα και στο Άρθρο 3 στο Άρθρο 17 του ίδιου Κανονισμού, όπου προβλεπόταν ότι «κοινές» ονομασίες δεν μπορούν να προστατευτούν ως ΠΟΠ και ότι η ονομασία «Φέτα» ήταν κοινή. Το δικαστήριο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων έκρινε ότι «...η Επιτροπή δεν είχε λάβει δεόντως υπόψη της όλους τους παράγοντες που απαιτεί ο Κ2081/92». Έτσι στις 16-3-1999 αποφάσισε τη μερική ακύρωση του Κ1107/96. Στις 15-10-1999 η Επιτροπή ξεκίνησε τη διαδικασία συλλογής πληροφοριών για την ονομασία «Φέτα». Στις 24-3-2001 αποφάνθηκε ότι η ονομασία «Φέτα» είναι μη κοινή με το σκεπτικό ότι «...μια ονομασία προέλευσης ή μια γεωγραφική ένδειξη μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει καταστεί κοινή ονομασία ενός τύπου προϊόντος μόνο εάν, στη σχετική χώρα, ένα σημαντικό μέρος του ενδιαφερομένου κοινού δεν θεωρεί πλέον ότι η ένδειξη συνεχίζει να αποτελεί γεωγραφική ένδειξη(...) όσον αφορά τη χώρα, στην οποία η μεταποίηση πρέπει να έχει πραγματοποιηθεί, πρέπει να ληφθεί υπόψη ολόκληρη η κατάσταση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, δεδομένου του κοινοτικού πεδίου εφαρμογής του Κανονισμού και του γεγονότος ότι η Ευρωπαϊκή Κοινότητα αποτελεί ενιαία αγορά.» (C314/2002, Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων §23 σελ. 10). Κάτι τέτοιο δεν αποδείχθηκε από την έρευνα που είχε διεξαχθεί. Παρόλα αυτά η Επιτροπή κανονιστικών Υποθέσεων στις 16-5-2002 και παρά το γεγονός ότι η ψηφοφορία που είχε διεξαχθεί ήταν θετική για τη χώρα με 47 ψήφους υπέρ, 23

ψήφους κατά και 17 αποχές, δεν γνωμοδότησε. Τελικά αυτό που ισχύει σήμερα είναι ο Κ1829/2002 από τις 14-10-2002 που κατοχυρώνει την ονομασία «Φέτα» να είναι ΠΟΠ για την Ελλάδα. Εκείνο που αποτελεί αντικείμενο ιδιαίτερης προσοχής και μελέτης είναι το σκεπτικό έκδοσης του Κανονισμού. Τα σημεία που τελικά συνηγόρησαν υπέρ της κατοχύρωσης της ονομασίας «Φέτα» σαν ΠΟΠ στη χώρα ήταν η ύπαρξη νομικού πλαισίου που καθόριζε τον τρόπο παραγωγής του προϊόντος από το 1935 και την οριοθέτηση της παραγωγικής ζώνης από το 1988. Η ζώνη αυτή είναι όλη η ηπειρωτική Ελλάδα και ο νομός Λέσβου. Οι χώρες που κύρια θίχτηκαν από αυτή την εξέλιξη ήταν η Δανία, η Γαλλία και η Γερμανία. Η Δανία παράγει τυρί με το όνομα «Φέτα» από το 1930 με σκοπό όμως την εξαγωγή του, με πρώτη ύλη αγελαδινό γάλα. Οι παραγόμενες ποσότητες της Δανίας γνώρισαν από τότε μέχρι σήμερα μεγάλες αυξομειώσεις, όπου το 1967 ήταν 133 τόνοι, το 1971 1.000 τόνοι, ενώ μετά την έναρξη χορήγησης εξαγωγικών επιδοτήσεων έφτασε το 1989 τους 110.932 τόνους. Από τότε μέχρι το 1998 υπήρξε σταδιακή μείωση λόγω μικρότερης ζήτησης και περικοπής των εξαγωγικών επιδοτήσεων, με την παραγωγή να ανέρχεται σε 27.640 τόνους. Η Γαλλία ξεκίνησε την παραγωγή φέτας το 1931 και το 1998 η παραγωγή της ήταν 19.964 τόνοι. Σαν πρώτη ύλη χρησιμοποιείται κύρια πρόβειο γάλα και σε μικρότερο βαθμό αγελαδινό. Η Γερμανία παράγει φέτα από το 1972 με 72 τόνους. Το 1998 η παραγωγή ήταν 39.201 τόνοι με πρώτη ύλη το αγελαδινό γάλα και έχοντας για το προϊόν κυρία εξαγωγικό προσανατολισμό με τη χρήση εξαγωγικών επιδοτήσεων. Απέναντι σε όλα αυτά η Ελλάδα εμφανίζεται να παράγει το προϊόν από την αρχαιότητα έως σήμερα και με μια παραγωγή στους 115.000 τόνους. Όσον αφορά την κατανάλωση στην Ελλάδα πραγματοποιείται το 73% της κοινοτικής κατανάλωσης ενώ όλες οι άλλες χώρες μέλη έχουν μονοψήφια ποσοστά. Η παραγωγή του τυριού φέτα που παράγεται στην Ελλάδα αποτελεί το 60% της κοινοτικής παραγωγής και το 90% της κοινοτικής παραγωγής με βάση το πρόβειο και αίγιο γάλα. Η φέτα που παράγεται από αγελαδινό γάλα αποτελεί το 34% της κοινοτικής παραγωγής, ποσότητα που κυρίως εξάγεται. Στοιχείο επιχειρηματολογίας αποτέλεσε και το γεγονός ότι στην ίδια έρευνα αντικείμενο επεξεργασίας αποτέλεσαν λεξικά, εγκυκλοπαίδειες και ειδικευμένου χαρακτήρα συγγράμματα όπου δεν βρέθηκε καταχωρημένη πουθενά αλλού εκτός της Ελλάδας η ονομασία «Φέτα» σαν προϊόν. Στα ξένα συγγράμματα όταν γίνεται αναφορά στο προϊόν σχολιάζεται σαν ελληνικό με πρώτη ύλη μίγμα πρόβειου και αίγιου γάλακτος, ενώ σε Δανικά συγγράμματα διευκρινίζεται ότι το προϊόν που παράγεται εκεί χρησιμοποιεί σαν πρώτη ύλη το αγελαδινό γάλα. Η Επιτροπή αποδέχτηκε ότι η χρήση της ονομασίας «Φέτα» όταν

χρησιμοποιείται και από άλλες χώρες δημιουργεί σύγχυση στον καταναλωτή και για τη χώρα προέλευσης αλλά και για το γάλα που χρησιμοποιείται σαν πρώτη ύλη. Τέλος η Επιτροπή δέχθηκε το προϊόν σαν παραδοσιακό για τη χώρα, γιατί «...Η εκτατική βόσκηση και η διαχείριση, οι οποίες αποτελούν τους ακρογωνιαίους λίθους της εκτροφής προβατίνων και αιγών που χρησιμοποιούνται για την προμήθεια της πρώτης ύλης του τυριού «Φέτα», αποτελούν καρπό μιας πατρογονικής παράδοσης που επιτρέπει την προσαρμογή στις κλιματικές μεταβολές και στις συνέπειές της στη διαθέσιμη βλάστηση. Το γεγονός αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη αυτοχθόνων φυλών αιγοπροβάτων μικρού μεγέθους, πολύ λιποδίαιτων και ανθεκτικών, που μπορούν να επιζήσουν σε ένα ελάχιστο γενναιόδωρο από ποσοτικής απόψεως περιβάλλον το οποίο, ωστόσο, είναι ποιοτικά προικισμένο με μια άκρως διαφοροποιημένη ειδική χλωρίδα που χαρίζει στο τελικό προϊόν ιδιαίτερο άρωμα γεύση» (Κ1829/2002, §36, L277/14 Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων). Μέσα από αυτή την αναλυτική παρουσίαση γίνεται εύκολα αντιληπτή η τεράστια σημασία του προϊόντος για τη χώρα, αλλά και το τεράστιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προκύπτει μέσα από τη δυνατότητα που έχουν οι Έλληνες παραγωγοί να παράγουν και να διαθέτουν αποκλειστικά το προϊόν σε παγκόσμια κλίμακα.

Για τη φέτα είναι ζήτημα πρώτης προτεραιότητας η ορθή διαχείριση των βοσκοτόπων, όπως έχει προταθεί στην ενότητα του αιγοπρόβειου κρέατος. Ο Κ1829/2002 στο σκεπτικό χορήγησης της ονομασίας «Φέτα» σαν ΠΟΠ στην Ελλάδα είναι σαφής όσον αφορά στην εκτατικότητα, όπως έχει ήδη αναλυθεί. Η χώρα πρέπει να είναι σε θέση να αποδεικνύει ανά πάσα στιγμή την εκτατικότητα στην αιγοπροβατοτροφία, μεριμνώντας όμως παράλληλα για τη βελτίωση της παραγόμενης φυτομάζας από τους βοσκότοπους και γενικότερα για την αειφορική διαχείρισή τους. Ακόμα όμως και σε περιπτώσεις εντατικότερης μορφής εκμετάλλευσης είναι αναγκαία η μερική χρήση λειμώνων, έτσι ώστε να μην μπορεί να αναπτυχθεί επιχειρηματολογία που να ισχυρίζεται ότι η μορφή εκτροφής έχει ξεφύγει πλήρως από τα παραδοσιακά δεδομένα. Όσο καλά όμως και αν οργανωθεί η παραγωγική διαδικασία, εκείνο που θα δώσει πραγματική ώθηση στο χώρο η αύξηση του μεριδίου αγοράς. Κάτι τέτοιο μπορεί να γίνει εφικτό μόνο με την αύξηση των εξαγωγών. Η ιστορία των ανταγωνιστών κρατών μελών της ΕΕ αποδεικνύει ότι η αφορμή για την εμπλοκή τους στην παραγωγή λευκού τυριού που το ονόμασαν και αυτοί «Φέτα» ήταν η ζήτηση δεν υπήρχε από μετανάστες στις χώρες αυτές ή σε άλλα κράτη, ζήτηση που στη δεύτερη περίπτωση καλύπτονταν με εξαγωγές. Η αγορά αυτή συνεχίζει να υπάρχει

και σήμερα βάσει του Κ1829/2002 μόνο η Ελλάδα μπορεί να παράγει και να διακινεί φέτα. Όπως γίνεται κατανοητό η πρόκληση είναι μεγάλη και η ικανοποίηση του στόχου που θέλει τη χώρα παγκόσμιο παραγωγό και διακινητή φέτας, πρέπει να φέρει πιο κοντά και μέσα σε ένα πνεύμα σύμπνοιας και στενής συνεργασίας όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. Το πλαίσιο λειτουργίας τέτοιου συστήματος μπορεί να εξυπηρετηθεί μέσα από το θεσμό της διεπαγγελματικής οργάνωσης, όπως αυτός έχει περιγραφεί σε προηγούμενες ενότητες. Επιμέρους στόχοι πρέπει να είναι η διεξαγωγή έρευνας αγοράς σε παγκόσμιο επίπεδο για να εντοπιστούν ποιες αγορές θα αποτελέσουν τις περιοχές διείσδυσης, η παραγωγή του προϊόντος με τις προδιαγραφές που οι αγορές στόχοι επιθυμούν και η θέσπιση εργαλείων πολιτικής που θα επιτρέπουν την εύκολη πρόσβαση του προϊόντος της αγοράς. Το πιο σύνηθες εργαλείο για τέτοιες περιπτώσεις είναι η θέσπιση TRQ με χώρες εκτός ΕΕ μέσα από τον ΠΟΕ, που θα επιτρέψει την προώθηση ποσοτήτων τυριού φέτα με μειωμένο δεσμό. Στις εντός ΕΕ χώρες πρέπει να εφαρμοστεί μια οργανωμένη στρατηγική προώθησης, χρησιμοποιώντας όλα τα διαθέσιμα μέσα και έχοντας σαν πυρήνα του μηνύματος την άρρηκτη σχέση μεταξύ του προϊόντος, της ιστορίας της Ελλάδας και της μεσογειακής διαίτας. Η σταδιακή αύξηση της ζήτησης θα αποτελεί το καλύτερο κίνητρο για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου με εισόδημα όμως που θα προέρχεται από την αγορά.

6. SWOT ANALΥΣΗ ΔΗΜΟΥ ΔΕΣΚΑΤΗΣ

6.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ SWOT ANALYSIS

Η χρήση της ανάλυσης SWOT συνεχίζει να διαπερνά την ακαδημαϊκή βιβλιογραφία που έχει αξιολογηθεί από ομοτίμους. Η έρευνα υποστηρίζει την ανάλυση SWOT ως εργαλείο για σκοπούς σχεδιασμού. Την τελευταία δεκαετία, η έρευνα SWOT επικεντρώθηκε στην ανάλυση των οργανισμών για προτεινόμενες στρατηγικές δράσεις. Ως μεθοδολογία στρατηγικής τοποθέτησης, η ανάλυση SWOT έχει επεκταθεί πέρα από τις εταιρείες σε χώρες και βιομηχανίες και χρησιμοποιείται σχεδόν σε κάθε δημοσιευμένη επιχειρηματική περίπτωση που τοποθετείται για ανάλυση φοιτητών επιχειρήσεων. Η πρόσθετη χρήση του SWOT είναι ως εργαλείο διδασκαλίας από συμβούλους, εκπαιδευτές και εκπαιδευτικούς. Αυτή η εργασία παρέχει μια περίληψη των ερευνητικών μελετών και προτείνει μονοπάτια για μελλοντική έρευνα.

Πριν κάνουμε Swot analysis, θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι η Swot από μόνη της, δεν οδηγεί σε στρατηγική. Είναι ταυτόχρονα και εργαλείο ανάλυσης και ανάπτυξης. Εδώ θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι τα εργαλεία είναι τόσο καλά όσο ο χειριστής τους. Πρέπει ακόμα να κάνουμε τη δουλειά, να ερμηνεύσουμε την ανάλυση και να πάρουμε τι αποφάσεις.

Όταν χρησιμοποιείται σωστά, η swot είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για να βοηθήσει στη σκέψη μας. Ωστόσο, είναι επικίνδυνα εύκολο να αναλάβουμε μια ανάλυση swot που δεν οδηγεί σε στρατηγική. Συχνά η αποτυχία οφείλεται σε δύο αιτίες: συχνά λόγω έλλειψης κατανόησης του τι είναι στρατηγική και λανθασμένης χρήσης swot.

Η SWOT ανάλυση είναι μια δοκιμασμένη μεθοδολογία που έχει σαν στόχο την ανάδειξη των δυνατών και αδύνατων σημείων της περιοχής μελέτης, καθώς και των ευκαιριών και των απειλών που είναι δυνατό και πιθανό να εμφανιστούν στο προσεχές μέλλον. Η εξέταση των δυνατών και αδύνατων σημείων ονομάζεται εσωτερική ανάλυση και η εξέταση των ευκαιριών και των απειλών ονομάζεται εξωτερική ανάλυση.

Ο προσδιορισμός των δυνατών και των αδύνατων σημείων είναι σχετικά εύκολος αν και θα πρέπει να γίνεται λαμβάνοντας υπόψη την οπτική γωνία και τις ανάγκες του καταναλωτή. Συχνά όμως δεν είναι εύκολη η πλήρης *ανάλυση* όλων των δυνατών και των αδύνατων σημείων παρόλο που κατά κανόνα αποτελούν αναγνωρίσιμα στοιχεία

σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Κατά την αξιολόγηση των δυνατών και των αδύνατων σημείων καλό είναι να προσδιορίζεται και ο βαθμός της *σημαντικότητας* τους για το αντικείμενο μελέτης.

Ο στόχος της εσωτερικής ανάλυσης δεν επικεντρώνεται μόνο στην απάλειψη των αδυναμιών μιας επιχείρησης και την καταγραφή των δυνατών της σημείων. Ο εντοπισμός της ύπαρξης τους και μόνο δεν εξυπηρετεί κανένα αντικειμενικό σκοπό εάν δεν έχει σαν στόχο την αξιοποίηση τους. Η αξιοποίηση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί με την έντονη προβολή τους στην αγορά γεωργικών προϊόντων. Ακόμα σημαντικότερη όμως είναι η χρησιμοποίηση τους για την αντιμετώπιση των εξωτερικών απειλών και την αξιοποίηση των ευκαιριών που παρουσιάζονται στην αγορά που διατίθενται τα προϊόντα που παράγονται στην υπό εξέταση περιοχή.

Η εξωτερική ανάλυση στοχεύει στην εξέταση του εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης. Οι ευκαιρίες και οι απειλές προέρχονται από αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος και κατά συνέπεια δεν είναι πάντοτε εύκολος ο έγκαιρος προσδιορισμός τους. Ως ευκαιρία του μάρκετινγκ ορίζεται ένας χώρος ή μια ανάγκη την οποία μια επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί με κερδοφόρο τρόπο. Απειλή θεωρείται μια πρόκληση του εξωτερικού περιβάλλοντος η οποία προκύπτει από δυσάρεστες εξελίξεις ή δυσοίωνες τάσεις και μπορεί να οδηγήσει σε σημαντική πτώση των πωλήσεων ή της κερδοφορίας εάν δεν ληφθούν αμυντικές δραστηριότητες μάρκετινγκ.

Οι ευκαιρίες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ανάλογα με την ελκυστικότητα που παρουσιάζουν και να αξιολογηθούν με βάση την πιθανότητα επιτυχίας που εμφανίζουν. Στην πράξη, οι ευκαιρίες αποτελούν τομείς στους οποίους μια επιχείρηση μπορεί να αναπτύξει εάν το επιδιώξει *ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα*.

Η ελκυστικότητα μιας ευκαιρίας μετριέται με το μέγεθος του οφέλους που μπορεί να αποκομίσει από την αξιοποίηση της μια επιχείρηση. Το όφελος μπορεί να είναι άμεσα οικονομικό (για παράδειγμα αύξηση του ποσοστού κέρδους ή της ρευστότητας) ή έμμεσα οικονομικό όπως η αύξηση του όγκου των πωλήσεων ή η διεύρυνση του μεριδίου της αγοράς. Η πιθανότητα επιτυχίας μπορεί να επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες εντός κι εκτός μιας επιχείρησης. Κυρίως όμως επηρεάζεται από τον βαθμό κατά τον οποίο τα δυνατά σημεία της και τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα ανταποκρίνονται στις αναγκαίες απαιτήσεις για την αξιοποίηση της ευκαιρίας.

Οι απειλές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ανάλογα με την πιθανότητα που έχουν για να υλοποιηθούν και να αξιολογηθούν με βάση την σημαντικότητα που

εμφανίζουν. Στην πράξη, οι απειλές αποτελούν προκλήσεις τις οποίες μια επιχείρηση πρέπει να διαγνώσει ώστε ακολούθως να μπορέσει να αντιμετωπίσει με κατάλληλες δραστηριότητες του μάρκετινγκ.

Οι ευκαιρίες και οι απειλές συνήθως προκύπτουν από αλλαγές:

α) στο γενικότερο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον όπως για παράδειγμα την εθνική και την παγκόσμια οικονομία, την νομοθεσία, την τεχνολογία και τις κοινωνικές και πολιτιστικές εξελίξεις,

β) στην αγορά όπως για παράδειγμα το μέγεθος της, τις τάσεις για ανάπτυξη, την αξία της, τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, τις τιμές, τα κανάλια διανομής και τους μεσάζοντες την επικοινωνία και,

γ) στον ανταγωνισμό όπως για παράδειγμα την δομή του, το μέγεθος του συνολικά αλλά και την δύναμη μεμονωμένων ανταγωνιστών, την τάση για ενσωμάτωση, την ανάπτυξη συγκριτικών πλεονεκτημάτων και τις δραστηριότητες μάρκετινγκ.

Σε μία ανάλυση είναι δελεαστικό να ξεκινήσουμε μια ανάλυση στο επάνω αριστερό πλαίσιο, τα δυνατά σημεία. Εάν το κάνουμε αυτό, είναι πιθανό να καταλήξουμε με έναν πολύ μεγάλο κατάλογο δυνατών συγχαρητηρίων που δεν έχουν καμία σχέση με τις ευκαιρίες ή τις απειλές. Είναι πολύ πιο σημαντικό να αναζητήσουμε πρώτα τους εξωτερικούς παράγοντες και μετά να αναζητήσουμε τους εσωτερικούς παράγοντες που βοηθούν ή εμποδίζουν

Στο swot η ανάλυση γίνεται με την εφαρμογή της τεχνικής της αντιστοίχισης και της μετατροπής. Η αντιστοίχιση συνδέει τους εξωτερικούς παράγοντες Ευκαιρίες και Απειλές με τα εσωτερικά Δυνατά και Αδυναμίες

Η μετατροπή είναι η αλλαγή ενός επιβλαβούς παράγοντα σε βοηθητικό παράγοντα. Οι δύο επιλογές μετατροπής είναι:

- 1) Ο παράγοντας Απειλή να μετατραπεί σε πλεονέκτημα μετατρέποντας την απειλή σε ευκαιρία
- 2) Ο παράγοντας αδυναμίας να μετατραπεί σε δύναμη

6.2 ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΗΜΟΥ ΔΕΣΚΑΤΗΣ

Όσον αφορά στην γεωργία και κτηνοτροφία του Δήμου Δεσκάτης, η εφαρμογή της παραπάνω μεθοδολογίας αναδεικνύει τα παρακάτω στοιχεία:

6.2.1 ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Μακρά παράδοση στην εκτροφή ζώων

Η ταύτιση της οικονομικής και πολιτιστικής εξέλιξης της ζωής των κατοίκων του Δήμου με την κτηνοτροφία είναι κάτι παραπάνω από προφανές. Ακόμα και σήμερα που δίνεται πιο εύκολα η δυνατότητα στις νεότερες γενιές να αλλάξουν επαγγελματικό προσανατολισμό, η διατήρηση ποιμνίων είναι σημαντική, παρά τις σημαντικές δυσκολίες που σήμερα αντιμετωπίζει ο κλάδος. Αυτός ο σταθερός προσανατολισμός του τοπικού παραγωγικού συστήματος προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση μπορεί να ξεκίνησε από λόγους ανάγκης (μη ύπαρξη εναλλακτικών πηγών δημιουργίας εισοδήματος και ύπαρξη θετικών στοιχείων ανάπτυξης εκτροφών ζώων, όπως πλούσια αυτοφυής βλάστηση και δημιουργία ικανοποιητικού εισοδήματος), αλλά συνέβαλε και στην απόκτηση σημαντικής τεχνογνωσίας στην εκτροφή ζώων που μεταλαμπαδεύεται από γενιά σε γενιά. Η τεχνογνωσία αυτή είναι πολύ χρήσιμη για τους νεοεισερχόμενους στο χώρο, γιατί τους βοηθά να αποφεύγουν σημαντικά λάθη και παραλείψεις που έχουν άμεσο αντίκτυπο στη διαμόρφωση των οικονομικών μεγεθών των εκμεταλλεύσεών τους. Πέρα όμως από αυτό, είναι εξίσου σημαντική και καθοριστική στη διαμόρφωση μιας πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς που δύσκολα συναντάται πλέον στις σύγχρονες κοινωνίες. Αυτό το πολιτιστικό απόθεμα αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο στη διαδικασία απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και ουσιαστικής διαφοροποίησης των παραγόμενων προϊόντων που διατίθενται στην αγορά.

- Ύπαρξη ιδιόκτητης κοινοτικής βοσκήσιμης έκτασης.

Όπως έχει ήδη παρουσιαστεί, Ο Δήμος Δεσκάτης έχει στην διαχείρισή του βοσκότοπο. Το στοιχείο αυτό στη σύγχρονη Ελληνική πραγματικότητα είναι πολύ σημαντικό, γιατί δίνει τη δυνατότητα, τόσο στον Δήμο, όσο και στους κτηνοτρόφους να προχωρήσουν στις αναγκαίες επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό του κλάδου, μη έχοντας να αντιμετωπίσουν τον σκόπελο που αντιμετωπίζουν σωρεία επενδύσεων στην Ελλάδα και που είναι η χωροθέτησή τους σε μη αμφισβητήσιμη γη. Πέρα όμως από τη διαδικασία χωροθέτησης, είναι γνωστό ότι αποτελεί προϋπόθεση για τους κτηνοτρόφους για τη λήψη των επιδοτήσεών τους (αποσυνδεδεμένη ενίσχυση και εξισωτική αποζημίωση) η ύπαρξη των ανάλογων βοσκήσιμων εκτάσεων. Το ξεκάθαρο ιδιοκτησιακό καθεστώς των συγκεκριμένων εκτάσεων, αλλά και η επίσης ξεκάθαρη χρήση τους ως βοσκότοποι, διευκολύνουν πάρα πολύ τη διαδικασία λήψης των επιδοτήσεων αυτών.

- Γειτνίαση με χιονοδρομικό κέντρο

Μία ακόμη σημαντική διαφοροποίηση του Δήμου, σε σύγκριση με άλλους ΟΤΑ, είναι η ύπαρξη ενός από τα σημαντικότερα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας, της Βασιλίτσας. Η ραγδαία ανάπτυξη του τα τελευταία χρόνια, καθώς και η πρόσφατη θεαματική βελτίωση της προσβασιμότητάς του εξαιτίας της ολοκλήρωσης των έργων στην Εγνατία οδό, έχει ένα διπλό θετικό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία. Το πρώτο σχετίζεται άμεσα με την κτηνοτροφία μέσα από τη βελτίωση της αναγνωρισιμότητας των τοπικών προϊόντων. Οι επισκέπτες του κέντρου, κατά τη διάρκεια παραμονής, έχουν την ευκαιρία και τη δυνατότητα να τα δοκιμάσουν στο χώρο παραγωγής τους και στη συνέχεια να τα αναζητήσουν επίμονα στον τόπο μόνιμης διαμονής τους. Σειρά ερευνών και μελετών έχει αποδείξει ότι υπάρχει στενή συσχέτιση μεταξύ τουρισμού και προώθησης προϊόντων που παράγονται μόνο στις συγκεκριμένες περιοχές και αυτό το δεδομένο πρέπει να γίνει αντικείμενο εκμετάλλευσης και στην περίπτωση του Δήμου Δεσκάτης.

- Σημαντικός αριθμός ζωικού κεφαλαίου

Σημαντική προϋπόθεση για την επίτευξη οποιουδήποτε αναπτυξιακού στόχου αποτελεί η ύπαρξη επαρκούς πρώτης ύλης. Η παράμετρος αυτή ικανοποιείται σε πολύ μεγάλο βαθμό στον Δήμο μέσα από την σταθερή ύπαρξη σημαντικού αριθμού αιγοπροβάτων και βοοειδών που παράγουν τις αναγκαίες ποσότητες γάλακτος και κρέατος. Βέβαια, πάντα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης και είναι επιβεβλημένος ο στόχος της συνεχούς αύξησης και της παραγωγής και της παραγωγικότητας των ζώων, αλλά θα αποτελούσε σημαντικό και δύσκολα αναστρέψιμο αρνητικό στοιχείο η ραγδαία μείωση του ζωικού κεφαλαίου στην περιοχή.

6.2.2 ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ

- Υψηλό κόστος παραγωγής και χαμηλή παραγωγικότητα

Από την εξέταση σειράς στοιχείων που σχετίζονται με τον τρόπο λειτουργίας των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων και των οικονομικών αποτελεσμάτων που αυτές εμφανίζουν, δεν προκύπτουν ικανοποιητικά συμπεράσματα. Οι κυριότερες αιτίες για αυτό είναι ο συνδυασμός του υψηλού κόστους παραγωγής και της χαμηλής παραγωγικότητας. Μελετώντας διεξοδικά όλες τις παραμέτρους που διαμορφώνουν τελικά τα δύο στοιχεία, είναι φανερό ότι σε πολλές από αυτές υπάρχει δυνατότητα παρέμβασης, που μπορεί να αλλάξει δραστικά το σημερινό σκηνικό. Αποτελεί επίσης

δεδομένο ότι σε πολλές περιπτώσεις η σημερινή κατάσταση δρα ανασταλτικά στη λήψη αποφάσεων πραγματοποίησης επενδύσεων εξαιτίας του ότι υπάρχει η πεποίθηση ότι η κατάσταση είναι μη αναστρέψιμη. Σε επόμενο κεφάλαιο όμως θα παρουσιαστεί συγκεκριμένο σχέδιο δράσης που θα προτείνει σειρά παρεμβάσεων, ικανών να ανατρέψουν το σημερινό κλίμα.

- Μη ύπαρξη συλλογικών σχημάτων που να επιτρέπουν από κοινού δράσεις των κτηνοτρόφων

Ο κλάδος της γεωργίας και κτηνοτροφίας γενικότερα, , δεν αποτελεί εξαίρεση στο γενικό κανόνα που θέλει τους Έλληνες παραγωγούς να μην επιθυμούν να οργανώσουν και να οργανωθούν πίσω από συλλογικά σχήματα. Με τη στάση τους αυτή παραμένουν μόνοι απέναντι στο σκληρό ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο οποίο καλούνται να δραστηριοποιηθούν.

- Χαμηλό ποσοστό επιμόρφωσης

Ένα πολύ χρήσιμο, αλλά και συνάμα δυσάρεστο στοιχείο, που προέκυψε από τις συνεντεύξεις που είχε η μελετητική ομάδα με τους αγρότες της περιοχής, ήταν η σχεδόν παντελής έλλειψη ενημέρωσης και παρακολούθησης επιμορφωτικών σεμιναρίων. Η χρόνια αποχή τους από την εξέλιξη της επιστήμης και των νέων τεχνολογιών που εφαρμόζονται πλέον σε επίπεδο καθημερινής πρακτικής, τους στερεί τη δυνατότητα να εκσυγχρονίσουν την παραγωγική τους διαδικασία, να διορθώσουν λανθασμένες πρακτικές, να βελτιώσουν τις συνθήκες εργασίας τους και πάνω από όλα να βελτιώσουν την παραγωγικότητα των εκμεταλλεύσεών τους. Η αποχή από πάσης μορφής ενημέρωση και επιμόρφωση ευθύνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό, για τα σοβαρά προβλήματα που σήμερα αντιμετωπίζει ο κλάδος.

- Εμφάνιση δυσκολιών στη διαδικασία διαδοχής

Τόσο από τη μελέτη και επεξεργασία των δημογραφικών δεδομένων του Δήμου, όσο και από τις επιτόπιες έρευνες και συνεντεύξεις, προέκυψε ένα συμπέρασμα που συναντάται σε πολλές περιπτώσεις πανελλαδικά και που αφορά στη δυστοκία εξεύρεσης νέων να διαδεχθούν τους παλαιότερους γεωργούς και κτηνοτρόφους. Παρόλο ότι υπάρχουν προγράμματα που πριμοδοτούν την είσοδο νέων στο επάγγελμα, με χαρακτηριστικότερο αυτό των *Νεοεισερχομένων Αγροτών*, συνήθως δεν υπάρχει ιδιαίτερη ζήτηση από νέους να εκμεταλλευθούν τα προνόμια που δίνονται. Η στάση τους αυτή αποτελεί το αποτέλεσμα μιας σειράς αιτίων, με τα σημαντικότερα να είναι οι δύσκολες συνθήκες εργασίας που σήμερα επικρατούν, τα

μη ικανοποιητικά οικονομικά αποτελέσματα, αλλά και ο πολύ βραδύς ρυθμός εφαρμογής του προγράμματος, ειδικά για τους νεοεισερχόμενους κτηνοτρόφους, που αποθαρρύνει αρκετούς νέους να εμπλακούν με την εφαρμογή ενός τέτοιου προγράμματος. Ο μικρός αριθμός νέων κτηνοτρόφων αποτελεί ισχυρό ανασταλτικό παράγοντα για την εφαρμογή ενός σχεδιασμού, που θα περιλαμβάνει σειρά επενδύσεων και για αυτό το λόγο αποτελεί πρώτης προτεραιότητας ζητούμενο η ανατροπή αυτής της τάσης.

- Μη επωνυμοποίηση του προϊόντος και έλλειψη ίδιων μέσων μεταποίησης

Τέλος, ένα ακόμη σύνηθες χαρακτηριστικό της ελληνικής γεωργίας και κτηνοτροφίας, η μη επωνυμοποίηση του παραγόμενου προϊόντος, συναντάται και στο Δήμο Δεσκάτης. Το γεγονός αυτό δεν επιτρέπει την ουσιαστική διαφοροποίηση ούτε της πρώτης ύλης και επομένως ούτε και των τελικών προϊόντων, όπως τυρί, γιαούρτι κα. Η κατάσταση αυτή έχει άμεσο αντίκτυπο στην κερδοφορία των εκμεταλλεύσεων, εξαιτίας του ότι βασικό στοιχείο επιλογής των αγοραστών των παραγόμενων προϊόντων είναι η τιμή πώλησής τους. Η τάση αυτή, σε συνδυασμό με τα παραπάνω αρνητικά χαρακτηριστικά, όπως υψηλό κόστος παραγωγής και χαμηλή παραγωγικότητα, ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για τη χαμηλή ακαθάριστη πρόσοδο που επιτυγχάνεται. Βασικό στοιχείο επίσης που εμποδίζει την επωνυμοποίηση και επομένως τη διαφοροποίηση των παραγόμενων προϊόντων, είναι η έλλειψη ίδιων μεταποιητικών υποδομών. Έτσι, ο τυροκόμος – έμπορος που αγοράζει το γάλα καρπώνεται το σύνολο της προστιθέμενης αξίας, αφήνοντας στους κτηνοτρόφους σαν μόνη πηγή εσόδων την αμοιβή από την πώληση της πρώτης ύλης, δηλαδή του γάλακτος και του κρέατος.

6.2.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

- Κατοχύρωση του ονόματος *Φέτα* ως Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ)

Είναι γνωστό ότι η Ελλάδα, μετά από ένα μακρύ και επίπονο δικαστικό αγώνα στο Ευρωπαϊκό δικαστήριο, κατόρθωσε τελικά να κατοχυρώσει το όνομα *Φέτα* ως Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ), όπως προβλέπουν οι Κανονισμοί 2081/92 και Κ1829/02 της ΕΕ. Η εξέλιξη αυτή αποτελεί σταθμό για το ίδιο το προϊόν, αλλά και για τον αιγοπροβατοτροφικό κλάδο, καθώς τίθεται ένα τέλος σε ένα καθεστώς αθέμιτου ανταγωνισμού μεταξύ εκτροφέων ζώων της Ελλάδας και χωρών της βόρειας Ευρώπης. Κυριότερο στοιχείο που καθιστούσε αυτό τον ανταγωνισμό αθέμιτο, ήταν

το γεγονός ότι, κύρια οι Δανοί, οι Γερμανοί και μερίδα των Γάλλων τυροκόμων προωθούσαν λευκό τυρί με την ονομασία *Φέτα* στην αγορά, χρησιμοποιώντας όμως σαν πρώτη ύλη αγελαδινό γάλα και όχι αιγοπρόβειο που παραδοσιακά χρησιμοποιείται. Είναι προφανές ότι, επειδή υπάρχει σημαντικότερη διαφορά στο κόστος αγοράς μεταξύ τους και επειδή δεν είναι εύκολο για τους καταναλωτές να διαχωρίσουν ποιο τυρί παράγεται από αγελαδινό και ποιο από αιγοπρόβειο γάλα, η διαφορά στην τελική τιμή πώλησης του προϊόντος παίζει σημαντικότερο ρόλο στη διαμόρφωση των τελικών μεριδίων αγοράς. Ακόμα όμως και στην περίπτωση των Γάλλων τυροκόμων που χρησιμοποιούν αιγοπρόβειο γάλα για την παραγωγή λευκού τυριού με την ονομασία *Φέτα*, αυτό παράγεται από μη ελληνικές φυλές προβάτων και αιγών σε ένα μικροπεριβάλλον, που έχει σημαντικές διαφορές, σε σχέση με το τυπικό περιβάλλον των μεσογειακών βοσκοτόπων. Αυτή η επιχειρηματολογία έγινε αποδεκτή από το Ευρωπαϊκό δικαστήριο και σύμφωνα με τον παραπάνω Κανονισμό δημιουργείται ένα προνομιακό περιβάλλον διάθεσης του προϊόντος στην ευρωπαϊκή αγορά. Το ίδιο ισχύει βέβαια και για τη *Φέτα* που παράγεται από τους κτηνοτρόφους του Δήμου Δεσκάτης, κάτι που πρέπει να ληφθεί υπόψη στον σχεδιασμό της αναπτυξιακής στρατηγικής του κλάδου.

- Αύξηση επισκεπτών στην περιοχή

Το γεγονός ότι πολύ κοντά στα διοικητικά όρια του Δήμου βρίσκεται το χιονοδρομικό κέντρο της Βασιλίτσας έχει αυξήσει τον αριθμό των επισκεπτών στην περιοχή. Η νέα αυτή αναπτυξιακή διάσταση θα παρουσιάσει περαιτέρω ενδυνάμωση μετά την ολοκλήρωση της Ε65 που αναμένεται να μειώσουν θεαματικά τις χρονοαποστάσεις της περιοχής από τα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας. Έχει αποδειχθεί ότι σε παρόμοιες περιπτώσεις η αυξημένη παρουσία τουριστών σε μια περιοχή, δίνει τη δυνατότητα στα τοπικά παραγωγικά συστήματα να κάνουν περισσότερο γνωστά τα προϊόντα που παράγουν, στους επισκέπτες να τα δοκιμάσουν και εφόσον τους ικανοποιούν να τα αναζητήσουν στους τόπους μόνιμης κατοικίας τους. Η προοπτική αυτή πρέπει να αξιοποιηθεί στο μέγιστο βαθμό, προκειμένου να βγουν από την εμπορική τους απομόνωση και την ανωνυμία τους τα τοπικά προϊόντα της περιοχής.

- Ύπαρξη χρηματοδοτικών σχημάτων που ενισχύουν τις απαραίτητες επενδύσεις

Πολλά από τα παραπάνω προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γεωργοί και κτηνοτρόφοι του Δήμου Δεσκάτης μπορούν να επιλυθούν με την πραγματοποίηση μιας σειράς επενδύσεων. Σήμερα, με τη χρήση αναπτυξιακών προγραμμάτων, όπως

του αναπτυξιακού νόμου, του τομειακού προγράμματος του ΥΠΑΑΤ, του ΠΕΠ Δυτικής Μακεδονίας, της Κοινοτικής πρωτοβουλίας LEADER και άλλων χρηματοδοτικών σχημάτων μπορούν οι δράσεις αυτές να επιδοτηθούν. Με τον τρόπο αυτό μειώνεται σημαντικά η οικονομική επιβάρυνση των επενδυτών, διευκολύνοντάς τους να τις πραγματοποιήσουν.

- Δυνατότητες σύνδεσης τουρισμού και γεωργίας – κτηνοτροφίας

Η αύξηση των επισκεπτών στην ευρύτερη περιοχή δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις όχι μόνο για αύξηση της κατανάλωσης των τοπικά παραγόμενων προϊόντων, αλλά και για μια ευρύτερη σύνδεση του τουρισμού της περιοχής με το τοπικό παραγωγικό σύστημα. Η ύπαρξη ενός τόσο πλούσιου και σπάνιου ταυτόχρονα πολιτισμικού αποθέματος μπορεί να δημιουργήσει βιώσιμες δράσεις εναλλακτικού και συμμετοχικού τουρισμού, ικανές να διαφοροποιήσουν το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν, μειώνοντας την ένταση ανταγωνισμού μεταξύ ομοειδών τουριστικών πακέτων ορεινού τουρισμού. Αυτή η διάσταση της ισχυρής διασύνδεσης του πρωτογενή με τον τριτογενή τομέα της περιοχής είναι σε θέση να παρουσιάσουν ένα μοναδικό προϊόν, κάτι που θα ληφθεί σοβαρά υπόψη στο συνολικό αναπτυξιακό σχεδιασμό.

6.2.4 ΑΠΕΙΛΕΣ

- Στρέβλωση αγοράς

Αποτελεί κοινή διαπίστωση ότι ο χώρος των τροφίμων γενικά και επομένως και ο χώρος του κρέατος και των γαλακτοκομικών προϊόντων χαρακτηρίζεται από ισχυρές στρεβλώσεις, όσον αφορά τους φορείς εμπορίας που εμπλέκονται. Είναι χαρακτηριστικό το μεγάλο άνοιγμα της ψαλίδας τιμών παραγωγού και καταναλωτή, καθώς και η ασθενική διαπραγματευτική δύναμη των παραγωγών, σε σχέση με τους εμπόρους. Το περιβάλλον αυτό δεν επιτρέπει στους παραγωγούς να βελτιώσουν την κερδοφορία των εκμεταλλεύσεών τους μέσα από τη λειτουργία της αγοράς, με αποτέλεσμα να απαξιώνεται ο κλάδος, να μην υπάρχει διάθεση για πραγματοποίηση επενδύσεων και να μειώνεται σταδιακά τόσο η παραγωγή αγροτικών προϊόντων, όσο και ο αριθμός των ενεργών αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Παρόλο ότι το πρόβλημα είναι γενικό, έχοντας αρνητικές επιπτώσεις στο σύνολο του ελληνικού πρωτογενή τομέα, είναι απαραίτητο να υπάρξει πρόνοια, έτσι ώστε να αυξηθεί η διαπραγματευτική δύναμη των γεωργών και κτηνοτρόφων και να παρακαμφθούν

φορείς εμπορίας που έχουν σαν στόχο την καθήλωση των τιμών παραγωγού σε επίπεδα μη ικανοποιητικά.

- Ευμετάβλητοι όροι δανεισμού

Η πρόσφατη οικονομική κρίση που οδήγησε πολλές οικονομίες σε ύφεση, δημιούργησε νέα δεδομένα στη διάθεση των τραπεζικών προϊόντων στους επενδυτές. Οι ευμετάβλητοι όροι δανεισμού, που επηρεάζονται άμεσα από τη γενικότερη οικονομική συγκυρία, είναι σε θέση να αλλάξουν δραματικά τις απαιτούμενες χρηματοροές εκ μέρους της αγροτικής εκμετάλλευσης. Για το λόγο αυτό απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή εκ μέρους των επενδυτών για την επιλογή του πλέον κατάλληλου σχήματος δανεισμού, έτσι ώστε να επηρεάζεται όσο το δυνατό λιγότερο από τέτοιου είδους αναταράξεις.

- Μεγάλη καθυστέρηση έγκρισης επενδυτικών σχεδίων

Το μεγάλο χρονικό διάστημα που μεσολαβεί μεταξύ της κατάθεσης και της έγκρισης επενδυτικών σχεδίων, σε συνδυασμό με την απίστευτα μεγάλη γραφειοκρατία που συνοδεύει τη διαδικασία αυτή, δρουν αποτρεπτικά στη λήψη της τελικής απόφασης από πλευράς παραγωγών να ενταχθούν σε τέτοιου είδους προγράμματα. Από την προηγούμενη προγραμματική περίοδο έχει τεθεί σαν αίτημα από το σύνολο των παραγωγών η απλούστευση των διαδικασιών και η επίσπευσή τους, ώστε να μην υπάρχουν αδικαιολόγητες καθυστερήσεις που δημιουργούν με τη σειρά τους σοβαρότατα προβλήματα στη μετέπειτα υλοποίηση του επενδυτικού σχεδίου.

- Δυσκολίες που σχετίζονται με την ενεργοποίηση δικαιωμάτων και με την απόκτηση των αναγκαίων βοσκήσιμων εκτάσεων

Είναι γνωστό ότι για να ενεργοποιηθούν τα δικαιώματα που αντιστοιχούν σε κάθε κτηνοτρόφο, είναι αναγκαία η εξασφάλιση των απαραίτητων βοσκήσιμων εκτάσεων. Το πρόβλημα που έχει προκύψει με το προσπατούμενο αυτό είναι και τυπικό, αλλά και ουσιαστικό. Το τυπικό μέρος αφορά σε πολλές περιπτώσεις στην εξασφάλιση των αναγκαίων για κάθε εκμετάλλευση εκτάσεων, που δεν είναι εύκολα εφικτό κάθε φορά και το ουσιαστικό αφορά στην ποιότητα και στην παραγωγικότητα των βοσκοτόπων. Από την εξέταση του βοσκότοπου προέκυψαν στοιχεία που αποδεικνύουν ότι υπάρχει σοβαρή υποβάθμιση και πρέπει άμεσα να βελτιωθεί. Η περαιτέρω διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης δημιουργεί οικονομικά και περιβαλλοντικά προβλήματα στους κτηνοτρόφους, μη επιτρέποντας την εφαρμογή ενός αειφορικού αναπτυξιακού σχεδίου. Για τους λόγους αυτούς θα ληφθεί μέριμνα ώστε να αλλάξει ριζικά η

σημερινή κατάσταση και να τεθεί ένα τέλος σε μια πρακτική που πλέον δεν εξυπηρετεί κανένα.

7. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΤΟΠΙΚΟΥ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

7.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Με τα χρόνια, έχουν αναπτυχθεί πολλοί ορισμοί της «στρατηγικής» και η προσεκτική εξέταση τέτοιων ορισμών τείνει να συγκλίνει στο ότι η στρατηγική αφορά τη λήψη σημαντικών αποφάσεων που επηρεάζουν τη μακροπρόθεσμη κατεύθυνση της επιχείρησης. Οι σημαντικές επιχειρηματικές αποφάσεις είναι από τη φύση τους στρατηγικές και τείνουν να επικεντρώνονται σε:

A) Ορισμός της επιχείρησης.

Ένα στρατηγικό θεμελιώδες στοιχείο είναι ο καθορισμός της επιχείρησης. Οι οργανισμοί πρέπει να προβλέπουν και να προσαρμόζονται στην αλλαγή διατηρώντας επαφή με το εξωτερικό ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Οι ηγέτες επιχειρήσεων πρέπει να καθορίσουν το εύρος των δραστηριοτήτων του οργανισμού και τις αγορές στις οποίες ο οργανισμός θα διαγωνιστεί. Επιπλέον θα πρέπει να καθορίσουν τα όρια της δραστηριότητας, διασφαλίζοντας ότι η διοίκηση θα αντιμετωπίσει τις προκλήσεις της αλλαγής.

B) Βασικές ικανότητες.

Ο οργανισμός πρέπει να είναι ανταγωνιστικός τώρα και στο μέλλον. Ως εκ τούτου, οι στρατηγικές αποφάσεις πρέπει να καθορίσουν τη βάση της βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Θα πρέπει να γνωρίζουμε τι είναι οι δεξιότητες και οι πόροι που απαιτούνται για να ευημερήσουμε στις καθορισμένες αγορές μας και πώς μπορούμε να τα χρησιμοποιήσουμε με το βέλτιστο πλεονέκτημα. Η διαδικασία έχει συχνά σημαντικές επιπτώσεις στους πόρους, τόσο από την άποψη των επενδύσεων και όσο και του εξορθολογισμού.

Γ) Μια ολοκληρωμένη προσέγγιση.

Η στρατηγική έχει ευρεία επίδραση και επομένως επηρεάζει όλους τους λειτουργικούς τομείς εντός του οργανισμού. Η Αποτελεσματική στρατηγική είναι σε θέση να συντονίζει τις διάφορες λειτουργίες/δραστηριότητες εντός του οργανισμού για την επίτευξη κοινών στόχων. Οι διευθυντές των επιχειρήσεων θα πρέπει να έχουν μια «ολόκληρη οργάνωση» της εταιρείας. Καλύτερα να στοχεύει στους πόρους, να εξαλείφει τα απόβλητα και να δημιουργεί συνέργεια. Η συνέργεια εμφανίζεται όταν το συνδυασμένο αποτέλεσμα λειτουργιών/δραστηριοτήτων είναι μεγαλύτερο από την ατομική τους συνεισφορά. Είναι ζωτικής σημασίας οι ηγέτες αυτή η επιχείρηση να

ορθώνουν ένα κοινό όραμα και αίσθηση σκοπού, προκειμένου να πετύχει μια ολοκληρωμένη προσέγγιση.

Δ) Συνέπεια προσέγγισης.

Η στρατηγική πρέπει να παρέχει συνοχή προσέγγισης και να προσφέρει εστίαση στον οργανισμό. Οι τακτικές δραστηριότητες μπορεί να αλλάζουν και να προσαρμόζονται άμεσα ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς, αλλά η στρατηγική κατεύθυνση πρέπει να παραμείνει σταθερή. Επιπλέον, η στρατηγική διοίκηση μπορεί να παρέχει κοινά εργαλεία και αναλυτικές τεχνικές, που επιτρέπει την αξιολόγηση και τον έλεγχο πολύπλοκων θεμάτων, καταστάσεων και λειτουργικών περιοχών.

Η στρατηγική κατεύθυνση εκφράζεται από τους στόχους ενός σχεδίου μάρκετινγκ. Οι στόχοι αυτοί πηγάζουν από τους εταιρικούς στόχους του παραγωγικού συστήματος και αποσκοπούν στην αξιοποίηση των ευκαιριών και την αντιμετώπιση των απειλών του εξωτερικού περιβάλλοντος μέσω της χρησιμοποίησης των δυνατών της σημείων. Κατά συνέπεια, οι στόχοι μάρκετινγκ μιας επιχείρησης θεσπίζονται μετά την ολοκλήρωση της στρατηγικής ανάλυσης και πρέπει να είναι συμβατοί με τις δυνατότητες και τις αδυναμίες της επιχείρησης. Ακόμα, οι στόχοι μάρκετινγκ επηρεάζονται από μια σειρά παραγόντων, όπως:

- α)** την φύση και την κατάσταση των επαγγελματικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης ή οργανισμού,
- β)** την οργάνωση και την εσωτερική του κουλτούρα,
- γ)** εξωγενείς προς την επιχείρηση παράγοντες όπως η νομοθεσία και οι κοινωνικές αξίες και,
- δ)** την δράση μεμονωμένων ανθρώπων ή ομάδων (σχήμα 7.1)

Οι στόχοι μάρκετινγκ αποτελούν επιλεγμένες ποσοτικές και ποιοτικές δεσμεύσεις μιας επιχείρησης οι οποίες διατυπώνονται σαν πρότυπα επιδόσεων για συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα ή σαν επιθυμητές καταστάσεις στις οποίες πρέπει να βρεθεί η επιχείρηση μέχρι κάποια δεδομένη χρονική στιγμή.

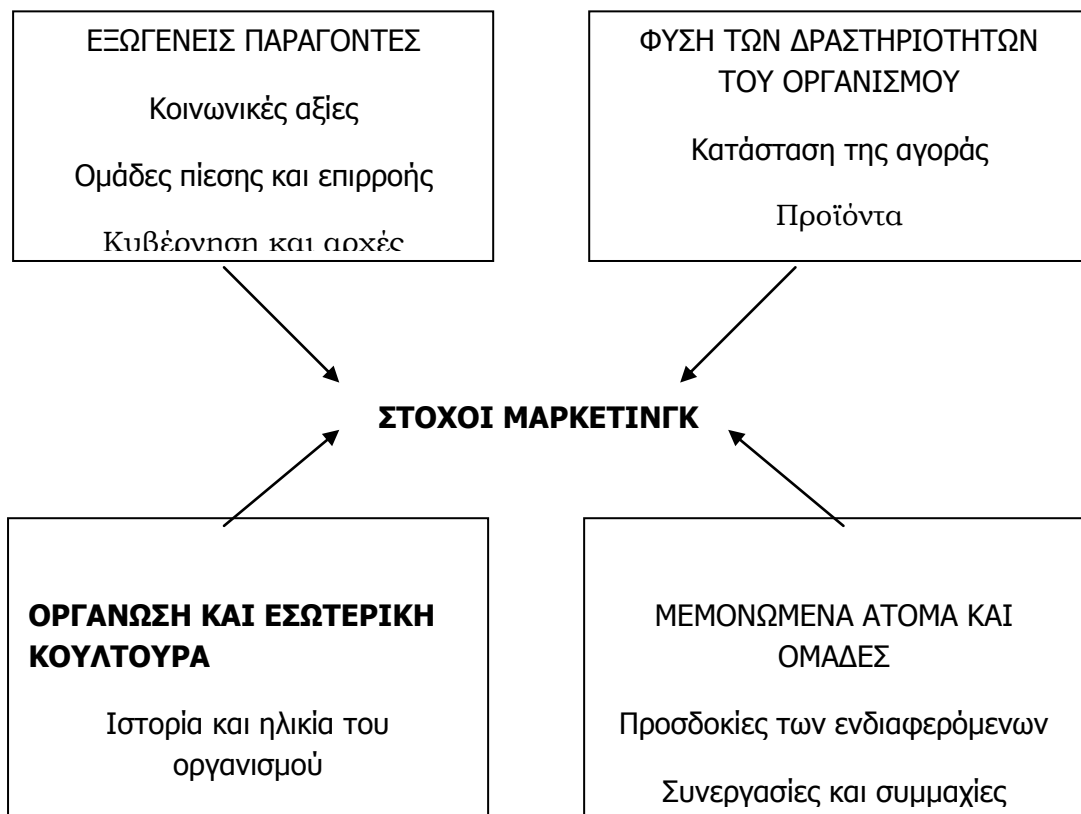
Σύμφωνα με τον Middleton (1997) οι στόχοι μάρκετινγκ μπορούν να ιεραρχηθούν σαν:

1. στρατηγικοί,
2. τακτικοί ή επιχειρησιακοί στόχοι μάρκετινγκ και,
3. στόχοι που σχετίζονται με το μίγμα μάρκετινγκ και εξειδικευμένα σχέδια δράσης.

Αν και δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη τεχνική με την οποία θεσπίζονται οι στόχοι μάρκετινγκ μιας επιχείρησης, η ποιότητα τους εξαρτάται από ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να ενσωματώνουν. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι τέσσερα:

- Η *ιεράρχηση*, δηλαδή, να προηγούνται οι σημαντικότεροι των λιγότερο σημαντικών.
- Ο σαφής *ποσοτικός* και *χρονικός* τους προσδιορισμός ώστε να αποφεύγονται οι αοριστίες. Για παράδειγμα, ο στόχος «να αυξηθεί το μερίδιο της αγοράς» είναι ασαφής και δεν προσδιορίζει τίποτε το συγκεκριμένο. Θα μπορούσε σωστότερα να εκφραστεί «να αυξηθεί το μερίδιο της αγοράς κατά 8% μέσα στους επόμενους 15 μήνες».
- Η *ρεαλιστικότητα*. Οι στόχοι δεν πρέπει να αντικατοπτρίζουν τους ευσεβείς πόθους ενός οργανισμού ή κάποιων ανθρώπων. Αντίθετα, πρέπει να ανταποκρίνονται στις πραγματικές δυνατότητες του οργανισμού και των ανθρώπινων πόρων που διαθέτει, ώστε να είναι πρακτικά υλοποιήσιμοι.
- Η μεταξύ τους *συμβατότητα* ώστε να μην αλληλοεξουδετερώνονται. Για παράδειγμα, είναι απίθανη η ταυτόχρονη μεγιστοποίηση του ποσοστού κέρδους με την μεγιστοποίηση του μεριδίου της αγοράς.

ΣΧΗΜΑ 7.1: Παράγοντες που επηρεάζουν τους στόχους των σχεδίων μάρκετινγκ



ΠΗΓΗ: Johnson, G. and Scholes, K. (1988), Exploring Corporate Strategy, London: Prentice-Hall, 2nd edition, σελ. 114.

Οι στόχοι μάρκετινγκ, κατά κανόνα, σχετίζονται με τρεις κύριες θεματικές ενότητες που μπορεί να ενδιαφέρουν μια επιχείρηση:

1. Την διόγκωση του μεγέθους της συνολικής αγοράς.
2. Την αύξηση του μεριδίου της αγοράς που κατέχει.
3. Την βελτίωση της κερδοφορίας.

Κατά συνέπεια, οι εναλλακτικοί στόχοι που μπορούν να τεθούν, θα αποσκοπούν:

- α) στην διατήρηση του υπάρχοντος μεριδίου,
- β) στην μεγιστοποίηση της ρευστότητας,
- γ) στην διατήρηση του υπάρχοντος επιπέδου κερδοφορίας,
- δ) στην αύξηση των εσόδων,
- ε) στην αρχική τοποθέτηση ενός νέου προϊόντος στην αγορά.

Μια τεχνική που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον προσδιορισμό εναλλακτικών στρατηγικών στόχων μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων παρουσιάζεται στο σχήμα 7.2. Η τεχνική αυτή βασίζεται στο μοντέλο στρατηγικής κατεύθυνσης του Ansoff (1984). Κατά το μοντέλο αυτό, οι εναλλακτικοί στρατηγικοί στόχοι μάρκετινγκ προσδιορίζονται σύμφωνα με δύο παραμέτρους:

- το προϊόν (ή τα προϊόντα) που προσφέρεται
- το τμήμα της αγοράς προς το οποίο προσφέρεται το προϊόν.

Από τον συνδυασμό των παραπάνω παραμέτρων προκύπτουν τέσσερις ομάδες εναλλακτικών γενικών στόχων μάρκετινγκ:

1. Η πώληση των υπάρχοντων προϊόντων μιας επιχείρησης στους υπάρχοντες πελάτες της αγοράς της (διείσδυση αγοράς).
2. Η πώληση των υπάρχοντων προϊόντων μιας επιχείρησης σε νέες αγορές (επέκταση αγοράς).
3. Η ανάπτυξη νέων προϊόντων από την επιχείρηση για τους υπάρχοντες πελάτες της αγοράς της (ανάπτυξη προϊόντων).
4. Η ανάπτυξη νέων προϊόντων από την επιχείρηση για νέες αγορές (διαφοροποίηση).

Το μοντέλο στρατηγικής κατεύθυνσης του Ansoff προσφέρει ένα χρήσιμο και εύκολα κατανοητό πλαίσιο, μέσω του οποίου μπορούν να αναπτυχθούν εναλλακτικοί στόχοι μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων.

ΣΧΗΜΑ 7.2: Μοντέλο στρατηγικής κατεύθυνσης του Ansoff.

		προϊόν		
		υπάρχον	νέο	
αγορά	Υπάρχουσα	1 (διείσδυση αγοράς)	3 (ανάπτυξη προϊόντων)	Στο κουτί 1 παρουσιάζεται η διείσδυση του υπάρχοντος προϊόντος στην υπάρχουσα αγορά. Αντίθετα, το κουτί 4 εκφράζει την εισαγωγή νέων προϊόντων σε νέες αγορές (διαφοροποίηση). Η ανάπτυξη νέων προϊόντων για την υπάρχουσα αγορά παρουσιάζεται στο κουτί 3 ενώ το κουτί 2 περιλαμβάνει την διείσδυση σε νέες αγορές μέσω των υπάρχοντων προϊόντων.
	νέα	2 (επέκταση αγοράς)	4 (διαφοροποίηση)	

ΠΗΓΗ: Προσαρμοσμένο από το: Ansoff, H. I. (1984) *Implementing Strategic Management*, Prentice-Hall.

Η υλοποίηση στην πράξη των στόχων μάρκετινγκ απαιτεί την ανάπτυξη οργανωμένων δραστηριοτήτων μάρκετινγκ. Οι δραστηριότητες αυτές αποτελούν τις *στρατηγικές μάρκετινγκ* και αποσκοπούν στην σύνδεση των θεωρητικών στόχων με την πραγματικότητα της αγοράς. Δηλαδή, οι στρατηγικές μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων παρέχουν το μέσο για την υλοποίηση της στρατηγικής κατεύθυνσης που εκφράζουν οι στόχοι μάρκετινγκ. Κατά συνέπεια, οι στρατηγικές μάρκετινγκ αποτελούν την σημαντικότερη επιχειρησιακή προσπάθεια ενός οργανισμού ή επιχείρησης.

Η στρατηγική μάρκετινγκ αντικατοπτρίζει την άποψη ενός οργανισμού σχετικά με τον βέλτιστο και κερδοφόρο τρόπο που πρέπει να χρησιμοποιηθούν οι διαθέσιμοι ανθρώπινοι, οικονομικοί και υλικοί πόροι της στο περιβάλλον που δραστηριοποιείται ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι μάρκετινγκ που επέλεξε.

Οι στρατηγικές μάρκετινγκ αγροτικών προϊόντων διακρίνονται σε *υψηλές ή γενικές* και σε *ειδικές*. Οι υψηλές στρατηγικές εκφράζουν την γενική στρατηγική κατεύθυνση μιας επιχείρησης, είναι ιδιαίτερα περιεκτικές και αποτελούν το πλαίσιο ανάπτυξης των ειδικών στρατηγικών. Οι ειδικές στρατηγικές πηγάζουν από τις γενικές και αποτελούν τα μέσα για την επίτευξη των γενικών στρατηγικών. Κατά συνέπεια, οι ειδικές στρατηγικές δεν εκφράζουν άμεσα την στρατηγική κατεύθυνση μιας επιχείρησης, αλλά αποσκοπούν στην υλοποίηση της.

Οι γνωστότερες από τις υψηλές στρατηγικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από οποιοδήποτε οργανισμό, είναι οι τρεις γενικές εναλλακτικές στρατηγικές που διατύπωσε ο Michael Porter (1980 & 1985):

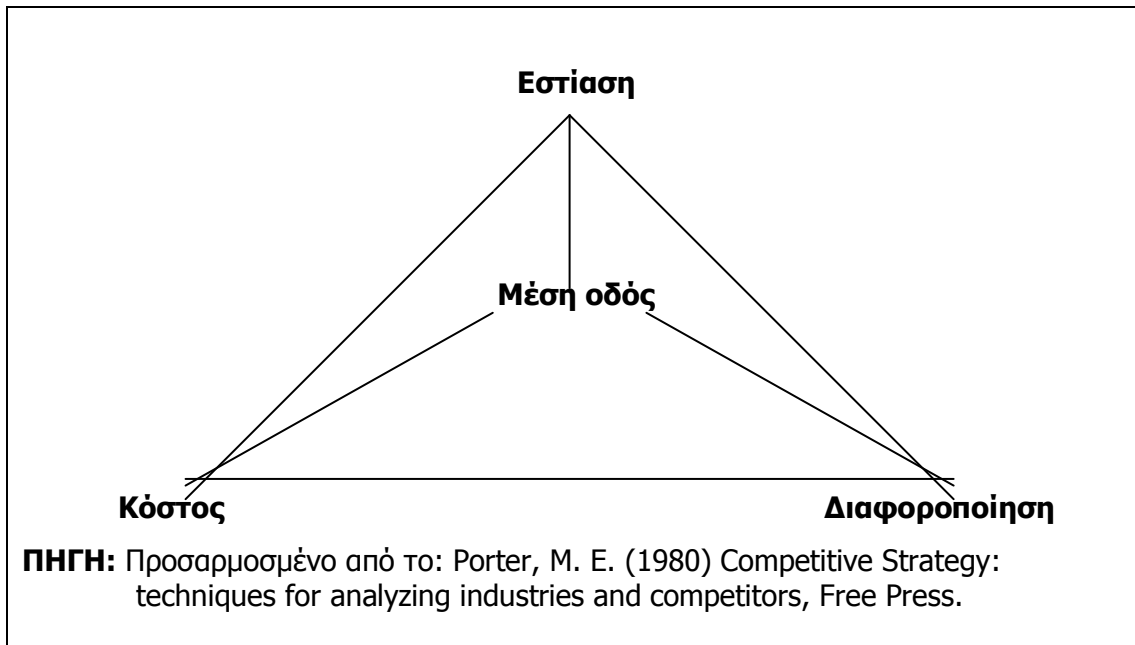
- Η στρατηγική του *κόστους* ή αλλιώς η δημιουργία ηγετικής θέσης στην αγορά για ένα οργανισμό λόγω της επίτευξης ιδιαίτερα χαμηλού *κόστους παραγωγής*. Η στρατηγική αυτή απαιτεί την διαρκή προσπάθεια για την μείωση του κόστους και την ανάπτυξη οικονομιών κλίμακας. Το αποτέλεσμα της στρατηγικής του κόστους για μια επιχείρηση είναι η δυνατότητα προσφοράς των προϊόντων της σε τιμές χαμηλότερες του ανταγωνισμού ή η διατήρηση υψηλότερου περιθωρίου καθαρού κέρδους.
- Η *διαφοροποίηση* των χαρακτηριστικών των προϊόντων σε σχέση με τα προϊόντα του ανταγωνισμού. Σύμφωνα με την στρατηγική αυτή, μια επιχείρηση θα πρέπει να επιτύχει ώστε τα προϊόντα της να θεωρούνται από την αγορά ως μοναδικά αναφορικά με κάποιο (ή κάποια) χαρακτηριστικά που των προϊόντων που οι καταναλωτές θεωρούν σαν ιδιαίτερα σημαντικά. Για παράδειγμα, τέτοια χαρακτηριστικά μπορεί να έχουν σχέση με την ποιότητα, την τεχνολογία ή την

σχέση κόστους – απόδοσης των προϊόντων. Το αποτέλεσμα της στρατηγικής της διαφοροποίησης για μια επιχείρηση είναι η δυνατότητα δημιουργίας ισχυρών εμπορικών επωνυμιών (branding) και ιδιαίτερα θετικής εικόνας (image), ώστε να επιτευχθεί υψηλός βαθμός πιστότητας και προτίμησης των προϊόντων από την μεριά των καταναλωτών.

- Η *εστίαση* σε μικρά τμήματα της αγοράς. Σύμφωνα με την στρατηγική αυτή, μια επιχείρηση μπορεί να επικεντρώσει τις δραστηριότητες της στην ικανοποίηση των αναγκών μιας (ή περισσότερων) μικρής ομοιογενούς ομάδας καταναλωτών. Στην συνέχεια, θα πρέπει επιλέξει να εφαρμόσει προς την ομάδα αυτή είτε την στρατηγική του κόστους, είτε την στρατηγική της διαφοροποίησης. Το αποτέλεσμα της στρατηγικής της εστίασης για μια επιχείρηση είναι η δυνατότητα περιχαράκωσης ενός ή περισσότερων μικρών τμημάτων της αγοράς και η δημιουργία ενός ιδιότυπου μονοπωλίου σε μικρογραφία.

Οι παραπάνω στρατηγικές παρουσιάζονται παραστατικά στο σχήμα 7.3 και μπορούν να αξιοποιηθούν με επιτυχία από οποιαδήποτε επιχείρηση. Όποια επιχείρηση δεν ακολουθήσει κάποια από τις παραπάνω στρατηγικές αλλά βρεθεί στην *μέση οδό* σπανίως θα επιτύχει να είναι κερδοφόρα (Reich, 1997) διότι:

1. Οι επιχειρήσεις που έχουν χαμηλότερο κόστος παραγωγής θα της αποσπάσουν την πελατεία στις αγορές όπου η ζήτηση είναι ελαστική.
2. Οι επιχειρήσεις που εστιάζουν το ενδιαφέρον τους σε μικρά τμήματα των καταναλωτών ή που διαφοροποιούν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων τους σε σχέση με τα προϊόντα του ανταγωνισμού θα της αποσπάσουν την πελατεία στις αγορές όπου το περιθώριο του κέρδους είναι υψηλό.

ΣΧΗΜΑ 7.3: Μοντέλο των γενικών στρατηγικών του Porter

Στην πράξη, οι ειδικές στρατηγικές σχετίζονται άμεσα με τα τέσσερα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ μιας επιχείρησης: το προϊόν, την τιμή, την διανομή και την προώθηση. Ορισμένες από τις σημαντικότερες εναλλακτικές ειδικές στρατηγικές που μπορεί να επιλέξει ένας οργανισμός είναι οι παρακάτω:

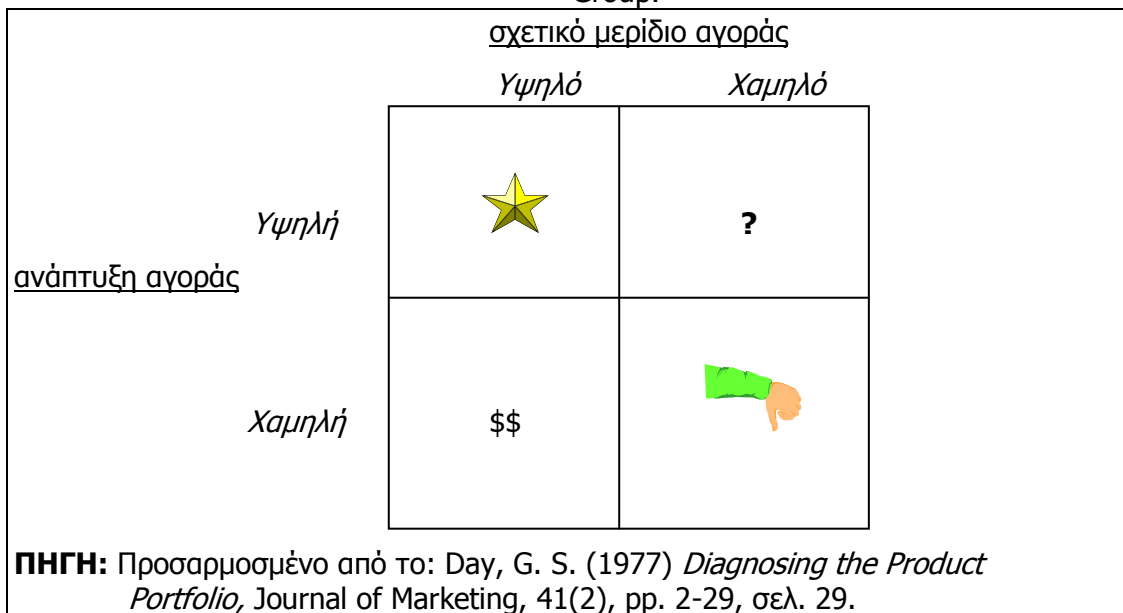
- Σχετικά με το προϊόν (ή υπηρεσία):
 - α) Αύξηση της γκάμας (portfolio) των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει.
 - β) Αλλαγή ή βελτίωση της απόδοσης, ποιότητας και χαρακτηριστικών του.
 - γ) Τυποποίηση της σχεδίασης όλων των προϊόντων.
 - δ) Αλλαγή (ολική ή μερική) της γκάμας των προϊόντων.
- ε) Αλλαγές ή βελτίωση της εικόνας και της εμπορικής επωνυμίας του προϊόντος.
- Σχετικά με την τιμή:
 - α) Αλλαγή τρόπου τιμολόγησης.
 - β) Αλλαγή τρόπων πληρωμής από τους καταναλωτές.
 - γ) Αύξηση διείσδυσης στην αγορά μέσω αλλαγών της τιμής.
 - δ) Αλλαγές της τιμής με στόχο την αύξηση της ρευστότητας ή εναλλακτικά, της κερδοφορίας.

- Σχετικά με την προώθηση:
 - α) Αλλαγές στο μίγμα προώθησης, δηλαδή στις τακτικές που χρησιμοποιούνται για διαφήμιση, προώθηση των πωλήσεων, προσωπικές πωλήσεις, δημόσιες σχέσεις, δημοσιότητα, άμεση ταχυδρομική επαφή και merchandising.
- Σχετικά με την διανομή:
 - α) Αλλαγές στα υπάρχοντα κανάλια διανομής.
 - β) Βελτίωση ή τροποποίηση των υπηρεσιών που σχετίζονται με την διανομή.
 - γ) Ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής.
 - δ) Κάθετη ενσωμάτωση με εξωτερικούς διανομείς του προϊόντος.

Ο προσδιορισμός των προσφορότερων ειδικών στρατηγικών για μια επιχείρηση αποτελεί απόρροια των ευρημάτων της στρατηγικής ανάλυσης αλλά και των γενικών στρατηγικών που προεπιλέχθηκαν. Όμως, ο σχεδιασμός των ειδικών στρατηγικών σχετίζεται άμεσα με μετρήσιμους δείκτες επιχειρηματικής απόδοσης όπως η κερδοφορία, το μερίδιο της αγοράς και την φύση του ανταγωνισμού της βιομηχανίας και κατά συνέπεια, η διαδικασία της επιλογής των ειδικών στρατηγικών πρέπει να χαρακτηρίζεται από στοιχεία αντικειμενικότητας. Σύμφωνα με τον Middleton (1997) οι ειδικές στρατηγικές μάρκετινγκ που μπορεί να επιλέξει μια επιχείρηση, μπορούν να σχετίζονται με:

- Την μεταβολή του ποσοστού της αγοράς που κατέχει η επιχείρηση.
- Την συνολική αύξηση της δυναμικής αγοράς.
- Την δημιουργία ρευστότητας.
- Την απόδοση των κεφαλαίων που έχουν επενδυθεί.
- Τον Κύκλο Ζωής του Προϊόντος.
- Την αποδυνάμωση του ανταγωνισμού.

Μια χρήσιμη τεχνική ανάπτυξης αντικειμενικών εναλλακτικών στρατηγικών προσφέρεται από μοντέλο ανάπτυξης και μεριδίου της αγοράς του Boston Consulting Group (BCG). Το μοντέλο BCG παρουσιάζεται στο σχήμα 7.4.

ΣΧΗΜΑ 7.4.: Μοντέλο ανάπτυξης και μεριδίου της αγοράς του Boston Consulting Group.

Σύμφωνα με το μοντέλο BCG υπάρχουν τέσσερα διαφορετικά είδη προϊόντων (ή στρατηγικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων) τα οποία χαρακτηρίζονται από τον συνδυασμό δύο παραμέτρων: την ανάπτυξη της συνολικής αγοράς για ένα συγκεκριμένο προϊόν και το μερίδιο της αγοράς του προϊόντος αυτού που κατέχει μια επιχείρηση. Κατά συνέπεια, ανάλογα με το είδος του προϊόντος μπορούν να χρησιμοποιηθούν διαφορετικές ειδικές στρατηγικές. Τα τέσσερα εναλλακτικά είδη προϊόντων που μπορεί να εντοπίσει στην γκάμα των προϊόντων της μια επιχείρηση είναι τα παρακάτω:

1. Το *αστέρι*, δηλαδή το προϊόν (ή στρατηγική επιχειρηματική δραστηριότητα) του οποίου η αγορά παρουσιάζει υψηλό βαθμό ανάπτυξης και συγχρόνως η επιχείρηση κατέχει υψηλό μερίδιο της αγοράς του. Για τα αστέρια ενδείκνυται η στρατηγική της διατήρησης του υπάρχοντος μεριδίου της αγοράς και της προσπάθειας για περαιτέρω αύξηση του συνολικού μεγέθους της.
2. Το *δολάριο* συμβολίζει το προϊόν (ή στρατηγική επιχειρηματική δραστηριότητα) του οποίου η αγορά παρουσιάζει χαμηλό βαθμό ανάπτυξης και συγχρόνως η επιχείρηση κατέχει υψηλό μερίδιο της αγοράς του. Το προϊόν αυτό αποφέρει στην επιχείρηση υψηλή ρευστότητα και κέρδη. Για τέτοια προϊόντα ενδείκνυται στρατηγικές που στοχεύουν στην διατήρηση του υπάρχοντος μεριδίου της αγοράς και παράλληλα στην μεγιστοποίηση του περιθωρίου του κέρδους.

3. Το *αποτυχημένο*, δηλαδή το προϊόν (ή στρατηγική επιχειρηματική δραστηριότητα) του οποίου η αγορά παρουσιάζει χαμηλό βαθμό ανάπτυξης και συγχρόνως η επιχείρηση κατέχει χαμηλό μερίδιο της αγοράς του. Για τέτοια προϊόντα ενδείκνυνται στρατηγικές που στοχεύουν στην μεγιστοποίηση του περιθωρίου του κέρδους που αποφέρουν αν και συχνά, η καλύτερη αντιμετώπιση των αποτυχημένων προϊόντων είναι η απόσυρση τους από την αγορά.
4. Το *ερωτηματικό*, δηλαδή το προϊόν (ή στρατηγική επιχειρηματική δραστηριότητα) του οποίου η αγορά παρουσιάζει υψηλό βαθμό ανάπτυξης και συγχρόνως η επιχείρηση κατέχει χαμηλό μερίδιο της αγοράς του. Για τέτοια προϊόντα ενδείκνυνται στρατηγικές που στοχεύουν στο να τα βοηθήσουν να γίνουν στο μέλλον αστέρια, δηλαδή στρατηγικές που αποσκοπούν στην αύξηση του μεριδίου της αγοράς. Σε ορισμένες όμως περιπτώσεις, ανάλογα με τα αποτελέσματα της στρατηγικής ανάλυσης, μπορεί να είναι περισσότερο συμφέρουσα η απόσυρση τους από την αγορά πριν αυτά εξελιχθούν σε αποτυχημένα.

Η αξιολόγηση των εναλλακτικών στρατηγικών που έχει στην διάθεσή της μια επιχείρηση είναι μια αντικειμενική διαδικασία στην οποία χρησιμοποιούνται δύο ειδών κριτήρια: οικονομικά και μη οικονομικά. Κατά την διαδικασία αυτή, τα προσδοκώμενα αποτελέσματα της κάθε μιας εναλλακτικής στρατηγικής που εντοπίστηκε, είναι δυνατόν να αντιστοιχισθούν με τα επιθυμητά για την επιχείρηση οφέλη που εκφράζουν κάποια από τα παραπάνω κριτήρια.

Τα οικονομικά κριτήρια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αξιολόγηση των στρατηγικών είναι:

- Η βελτίωση της ρευστότητας.
- Η αύξηση της εισροής μετρητών.
- Η αύξηση των εσόδων.
- Η διόγκωση του περιθωρίου του κέρδους.
- Η αύξηση της κερδοφορίας.
- Η μείωση του κόστους παραγωγής.
- Η βελτίωση της τιμής της μετοχής (για επιχειρήσεις εισηγμένες στο χρηματιστήριο).
- Η αύξηση της κεφαλαιοποίησης.

Τα μη οικονομικά κριτήρια που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αξιολόγηση των στρατηγικών είναι:

- Η αύξηση του όγκου των πωλήσεων.
- Η μεγιστοποίηση του μεριδίου της αγοράς.

- Η ανάπτυξη του μεγέθους της επιχείρησης.
- Η δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.
- Η βελτίωση της θέσης στον ανταγωνισμό.
- Η αξιοποίηση συγκριτικών πλεονεκτημάτων.
- Η έκθεση σε επιχειρηματικό ρίσκο.
- Η εμπιστοσύνη σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες.
- Η ικανοποίηση των καταναλωτών.

Παρόλη την αδιαμφισβήτητη αξία των παραπάνω κριτηρίων αξιολόγησης, η τελική επιλογή της προσφορότερης στρατηγικής για μια επιχείρηση είναι αποτέλεσμα των αντικειμενικών αναγκών της και των στόχων μάρκετινγκ που έχει θεσπίσει. Ακόμα, η επιλογή της στρατηγικής συχνά εξαρτάται και από παράγοντες που σχετίζονται με το ευρύτερο πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον μιας επιχείρησης.

7.2 ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΟΡΑΜΑ ΑΓΡΟΚΤΗΜΑΤΟΣ ΔΕΣΚΑΤΗΣ

Έχοντας λοιπόν λάβει υπόψη όλα τα στοιχεία που αναδείχθηκαν μέσα από την καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης, από την εφαρμογή της SWOT analysis και σύμφωνα με την παραπάνω θεωρητική προσέγγιση, είναι αναγκαία και επιβεβλημένη η διατύπωση ενός αναπτυξιακού οράματος, τόσο για αυτό καθαυτό το παραγωγικό σύστημα του Δήμου, όσο και για τη συνολική αναπτυξιακή προοπτική της περιοχής. Το όραμα αυτό μπορεί να παρουσιαστεί ως εξής:

«Το τοπικό παραγωγικό σύστημα του Δήμου Δεσκάτης, αντιλαμβανόμενο τα νέα οικονομικά, περιβαλλοντικά και πολιτιστικά δεδομένα, θα προχωρήσει σε εκείνες τις δράσεις που θα ενισχύσουν την παραγωγικότητα των γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων, την ευζωία των ζώων, τα γενετικά χαρακτηριστικά τους, την παραγωγικότητα και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του χρησιμοποιούμενου βοσκότοπου, την προβολή του πολιτιστικού αποθέματος, καθώς και την άμεση σύνδεσή του με την αλματώδη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής»

Επιχειρώντας την εφαρμογή υψηλών στρατηγικών του Porter, είναι προφανές ότι η διάρθρωση και ο τρόπος λειτουργίας των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων δεν επιτρέπει την υιοθέτηση της στρατηγικής του χαμηλού κόστους. Ο σημαντικότεροι λόγοι για αυτό, όπως έχουν ήδη παρουσιαστεί στην ενότητα της εκτίμησης του επιπέδου οικονομικής βιωσιμότητας των εκμεταλλεύσεων, είναι το σχετικά μικρό ποσοστό ιδιοπαραγόμενων ζωοτροφών, και η μερική απουσία σύγχρονων σταβλικών

εγκαταστάσεων. Από την άλλη πλευρά, η μέχρι σήμερα συνέχιση της εφαρμογής πρακτικών που σπάνια συναντώνται πλέον στην ελληνική ύπαιθρο, μπορούν να προσδώσουν μια έντονη αίσθηση διαφοροποίησης στον τρόπο εκτροφής, με άμεσες θετικές επιπτώσεις στο ζωικό κεφάλαιο και στο περιβάλλον. Ένα ακόμη στοιχείο που συνηγορεί υπέρ της παραπάνω επιλογής είναι η σχετικά μικρή ποσότητα πρώτης ύλης που παράγεται μέχρι σήμερα, μη επιτρέποντας το εγχείρημα αύξησης των μεριδίων αγοράς, ή την διείσδυση σε νέες αγορές. Έχει ήδη αποδειχθεί, ότι η παραγόμενη ποσότητα γάλακτος και επομένως τυριού φέτας, επαρκεί να καλύψει τις ετήσιες ανάγκες μόλις λίγων χιλιάδων Ελλήνων καταναλωτών, μη επιτρέποντας την άμεση εφαρμογή δράσεων που θα ήταν συμβατές με τη στρατηγική της δραστηρικής μείωσης του κόστους παραγωγής. Τέλος, δεν κρίνεται ως επιθυμητή η υιοθέτηση της στρατηγικής της εστίασης, γιατί τόσο στην παρούσα φάση, όσο και στο άμεσο μέλλον δεν είναι εφικτή η προσάρτηση στο προϊόν χαρακτηριστικών που θα το καθιστούσαν ικανό να ικανοποιήσει ειδικές καταναλωτικές ανάγκες, βασιζόμενες σε ιδιαίτερες τεχνικές μεταποίησης, ή ειδικές γεύσεις.

Η επιλογή της στρατηγικής της διαφοροποίησης δεν μπορεί να θεωρηθεί πανάκεια που θα επιλύσει το σύνολο των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο κλάδος στο διηνεκές. Έχει παρατηρηθεί ότι όλες οι στρατηγικές επιλογές που γίνονται από επιχειρήσεις ή γενικότερους οικονομικούς κλάδους, αντιμετωπίζουν σε ένα εύλογο χρονικό διάστημα την απειλή της μίμησης από τους ανταγωνιστές. Στη διεθνή βιβλιογραφία το φαινόμενο αυτό ονομάζεται *Benchmarking*. Τέτοια φαινόμενα δεν είναι απαραίτητα μη επιθυμητά, με τη λογική ότι όταν παρουσιάζεται η εφαρμογή μιας καλής ιδέας ή μιας καλής επιχειρηματικής προσέγγισης, είναι θεμιτό να αποτελεί αντικείμενο μίμησης, τηρώντας όμως τη δεοντολογία που σε καμία περίπτωση δεν δέχεται την υποκλοπή. Αυτό όμως που για τους καταναλωτές είναι καλό να συμβαίνει, δεν είναι απαραίτητα καλό και για την ίδια την επιχείρηση, που βλέπει με αυτό τον τρόπο να εξασθενεί σε κάποιο χρονικό διάστημα το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που της προσδίδει η διαφοροποίηση των προϊόντων της. Για αυτό το λόγο λοιπόν είναι απαραίτητο τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που του προσδίδουν τη διαφορετικότητα, να μην είναι επίπλαστα, ούτε εύκολα μιμούμενα, έτσι ώστε αυτή η περίοδος ισχύος της διαφορετικότητας να είναι η μεγαλύτερη δυνατή. Βέβαια, ο σημερινός τρόπος λειτουργίας των καταναλωτών, επιχειρήσεων και των οικονομιών γενικότερα, επιβάλλει μια πολύ πιο προσεκτική προσέγγιση τέτοιου είδους ζητημάτων, γιατί οι τρόποι πληροφόρησης των καταναλωτών είναι πιο γρήγοροι και αποτελεσματικοί, η απόκτηση τεχνογνωσίας πιο εύκολα εφικτή και το άνοιγμα των

οικονομιών έχει μειώσει αισθητά το επίπεδο προστατευτισμού τους. Η εφαρμογή αυτής της θεωρητικής προσέγγισης στους γεωργούς και κτηνοτρόφους του Δήμου Δεσκάτης και στα προϊόντα που παράγουν δεν αποτελεί μια απλή διαδικασία, γιατί μέχρι σήμερα δεν υπάρχει κάποια προεργασία, κάποια δομημένη πεποίθηση στους καταναλωτές ότι στα προϊόντα αυτά υπάρχουν ήδη ενσωματωμένα χαρακτηριστικά που τα διαφοροποιούν. Ο βαθμός δυσκολίας μάλιστα αυξάνεται περισσότερο, γιατί σήμερα αναζητούνται λύσεις ουσιαστικά για την πρώτη ύλη, που και σε δεύτερο χρόνο για τα τελικά προϊόντα που είναι το τυρί, άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα, το κρέας και προϊόντα φυτικής προέλευσης. Ξεκινώντας ουσιαστικά από μηδενική βάση, είναι επιτακτική η ανάγκη να βρεθούν εκείνα τα χαρακτηριστικά που είναι ικανά να διατηρήσουν για μεγάλο χρονικό διάστημα τη διαφορετικότητα των προϊόντων στην πεποίθηση του καταναλωτή και θα ενισχύσουν με αυτό τον τρόπο την ανταγωνιστικότητά του. Επειδή, όπως θα αναλυθεί και στη συνέχεια, στόχος στην παρούσα φάση αποτελεί η εσωτερική αγορά, θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη, ότι προϊόντα όπως ειδικά η Φέτα και λιγότερο το κρέας από αρνάκι ή κατσίκι γάλακτος, αποτελούν στοιχεία που βρίσκονται σε σχεδόν καθημερινή βάση στο ελληνικό τραπέζι. Στόχος της στρατηγικής θα πρέπει να είναι ο διαχωρισμός, στην πεποίθηση των καταναλωτών, αυτών των προϊόντων από άλλα ομοειδή και όχι από άλλα υποκατάστατα όπως θα ίσχυε αν στόχος ήταν αγορές του εξωτερικού. Στην υπό εξέταση περίπτωση το εγχείρημα είναι πιο δύσκολο, όπως είναι προφανές και για αυτό το λόγο απαιτείται ένα πρωτοποριακό μίγμα χαρακτηριστικών που υπάρχουν στους γεωργούς και κτηνοτρόφους και δεν έχουν χρησιμοποιηθεί μέχρι σήμερα για την συγκρότηση μιας παρόμοιας στρατηγικής.

Προκειμένου αυτή η επιλογή να θεωρηθεί πετυχημένη, είναι αναγκαία μια τέτοια παρουσίαση που θα πείσει τον καταναλωτή για την ύπαρξη πραγματικών και όχι επίπλαστων διαφορών, ανάμεσα στα γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγονται στην περιοχή, με κυρίαρχη βέβαια την Φέτα και σε άλλα ομοειδή προϊόντα και στα φυτικά προϊόντα. Οι πυλώνες που μπορεί να βασιστεί αυτή η διαφορετικότητα μπορεί να είναι οι παρακάτω:

- Επίτευξη διασφαλισμένης ποιότητας από την διαδικασία παραγωγής της πρώτης ύλης, μέχρι το τελικό προϊόν στο ράφι
- Θέσπιση αυστηρού πρωτοκόλλου ιχνηλασιμότητας όσον αφορά τις εκτρεφόμενες φυλές ζώων, τις χρησιμοποιούμενες ζωοτροφές, του γάλακτος που μεταποιείται και των ποικιλιών που καλλιεργούνται

- Αυστηρή τήρηση κανόνων περιβαλλοντικής προστασίας με κύριο μέλημα την ποιοτική αναβάθμιση του βοσκότοπου, με παράλληλη διατήρηση στα επιθυμητά επίπεδα της βοσκοϊκανότητάς του.
- Ανάδειξη του πλούσιου και σπάνιου πλέον πολιτιστικού αποθέματος, με το οποίο είναι άμεσα συνδεδεμένο το τοπικό παραγωγικό σύστημα, που έχει σαν κύρια χαρακτηριστικά τη νομαδικότητα.

Λαμβάνοντας υπόψη τους τέσσερις πυλώνες, προκύπτει η αναγκαιότητα υλοποίησης σοβαρών αλλαγών στην υφιστάμενη αντίληψη των γεωργών και κτηνοτρόφων, που αφορά στον τρόπο διαχείρισης των εκμεταλλεύσεών τους για τη βελτίωση των οικονομικών τους αποτελεσμάτων, τη σύσταση και λειτουργία νέων εταιρικών σχημάτων, αλλά και την πραγματοποίηση μιας σειράς επενδύσεων που θα διασφαλίσουν πολλές από τις προϋποθέσεις που οι παραπάνω πυλώνες θέτουν. Η μεθοδολογία που θα ακολουθηθεί ουσιαστικά ταυτίζεται με τη δημιουργία ενός τακτικού μίγματος μάρκετινγκ (marketing mix), προκειμένου να υπάρξουν σαφείς προτάσεις και για τα τέσσερα συστατικά στοιχεία του, που είναι το προϊόν, η τιμή, η διανομή και η προώθηση. Πιο συγκεκριμένα, τα ζητήματα που χρήζουν απαντήσεων είναι τα εξής:

- Ποιες ενέργειες είναι αναγκαίες προκειμένου να μην τίθεται υπό αμφισβήτηση η ποιότητα και η ασφάλεια των προϊόντων
- Ποιας μορφής εταιρική σχέση μεταξύ των γεωργών και των κτηνοτρόφων είναι η πιο κατάλληλη, έτσι ώστε να μπορέσουν να επιλυθούν προβλήματα που προκύπτουν εξαιτίας της μη ύπαρξης ενός τέτοιου σχήματος μέχρι σήμερα
- Πιο είναι το καταλληλότερο σύστημα διαχείρισης του βοσκότοπου
- Ποιες είναι οι αναγκαίες επενδύσεις, σε ατομική ή εταιρική βάση, που θα οδηγήσουν τις κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις και τις εκμεταλλεύσεις φυτικής παραγωγής σε βελτίωση των οικονομικών τους αποτελεσμάτων
- Ποια θα είναι η τιμολογιακή πολιτική που θα πρέπει να ακολουθηθεί στο μέλλον για τα πρωτογενή και τα δευτερογενή προϊόντα που θα παράγονται
- Ποιες περιοχές θα είναι υποψήφιες για να αποτελέσουν σημεία πώλησης των προϊόντων
- Ποιο μοντέλο προώθησης πρέπει να υιοθετηθεί, έτσι ώστε να αναδειχθεί αποτελεσματικά η ταύτιση του προϊόντος με την παράδοση της περιοχής, αλλά και με την ασφάλεια, που αποτελεί ζητούμενο πλέον από τους καταναλωτές στα μεγάλα αστικά κέντρα

Στη συνέχεια θα γίνει αναλυτική παρουσίαση των επιμέρους δράσεων, μέσω των οποίων θα υλοποιηθεί η στρατηγική που έχει επιλεγεί, προκειμένου να αναδειχθεί με λεπτομέρεια το επιχειρησιακό σκέλος του αναπτυξιακού σχεδίου.

8. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

8.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Η ανάπτυξη του επιχειρησιακού σχεδίου ουσιαστικά είναι η σύνταξη ενός τακτικού μίγματος μάρκετινγκ που βασίζεται στην χρησιμοποίηση των τεσσάρων εργαλείων του μίγματος του μάρκετινγκ, έτσι ώστε να υλοποιηθούν οι στρατηγικές που έχουν επιλεγεί από την επιχείρηση. Όμως, η λήψη αποφάσεων σχετικά με ζητήματα που αφορούν το προϊόν, την διανομή του, την προώθησή του και την τιμολόγησή του, προαπαιτούν την κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών και την τμηματοποίηση της αγοράς σε ομοιογενείς ομάδες. Ανάλογα με την στρατηγική κατεύθυνση που έχει επιλέξει η επιχείρηση, θα πρέπει να επικεντρώσει τις δραστηριότητές της στην ικανοποίηση συγκεκριμένων τμημάτων της αγοράς.

Μια επιχείρηση που έχει αποδεχθεί τη φιλοσοφία του μάρκετινγκ πρέπει να μπορεί να αναγνωρίσει ότι τους υπαρκτούς και τους εν δυνάμει καταναλωτές της. Κατά συνέπεια, θα πρέπει να είναι σε θέση να:

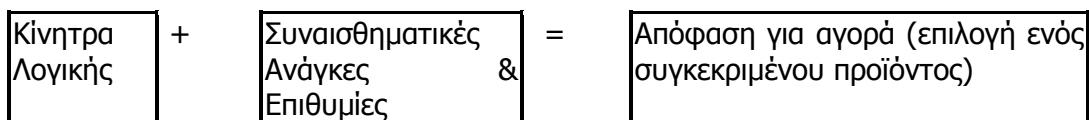
- α) αξιολογήσει τις ανάγκες, επιθυμίες και προσδοκίες του καταναλωτή,
- β) προσαρμόσει, δημιουργήσει ή τροποποιήσει τα παραγόμενα προϊόντα προκειμένου να καλύψει τις ανάγκες του καταναλωτή,
- γ) επηρεάσει και να πείσει τους πελάτες να χρησιμοποιήσουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία,
- δ) αξιολογήσει τα αποτελέσματα του προϊόντος όπως αυτό χρησιμοποιήθηκε ή καταναλώθηκε.

Οι καταναλωτές επηρεάζονται από παράγοντες οικονομικούς, πολιτιστικούς, κοινωνιολογικούς και ψυχολογικούς. Ακόμη, το γεγονός ότι ο άνθρωπος διαθέτει μνήμη σημαίνει ότι μπορεί να συσχετίσει προηγούμενες εμπειρίες που θα τον οδηγήσουν σε μελλοντικές ενέργειες. Εντούτοις, τα άτομα επηρεάζονται σε διαφορετικό βαθμό και συμπεριφέρονται διαφορετικά ανάλογα με τις συνθήκες στις οποίες βρίσκονται σε μια συγκεκριμένη στιγμή. Το να προβλεφθεί συνεπώς η συμπεριφορά του καταναλωτή είναι πάντα μια πολύ σοβαρή και ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση. Επιπλέον, οι καταναλωτές επιλέγουν προϊόντα για πολλούς και διάφορους λόγους, είτε με βάση τη λογική είτε το συναίσθημα. Με βάση τη λογική, οι αποφάσεις τους για μια αγορά μπορούν να βασισθούν σε παράγοντες όπως:

- Το κόστος. Για παράδειγμα, ένας καταναλωτής μπορεί να επιλέξει το φθηνότερο προϊόν.

- Την αξιοπιστία Ένας πελάτης μπορεί να προτιμά πάντα τον ίδιο προμηθευτή λόγω κάποιας θετικής εμπειρίας που είχε στο παρελθόν.
- Την εξυπηρέτηση. Για παράδειγμα, ένας πελάτης επιλέγει μια συγκεκριμένη εταιρεία με κριτήριο τον τρόπο που γίνεται η παρουσίαση των προϊόντων και η διαδικασία πώλησης.
- Το σέρβις. Ένας πελάτης επιλέγει μια εταιρεία διότι το σέρβις τον ικανοποιεί πλήρως.

Ακόμα, οι αποφάσεις για την αγορά ενός προϊόντος βασίζονται και στα συναισθήματα των καταναλωτών. Τα συναισθήματα σχετίζονται με ανάγκες και κίνητρα όπως η ευχαρίστηση, η χαλάρωση, το κύρος, κ.λ.π. Για παράδειγμα, ένας πελάτης μπορεί να επέλεξε τη συγκεκριμένη επιχείρηση επειδή πιστεύει ότι οι υπόλοιποι πελάτες της μοιάζουν μαζί του ως προς την κοινωνικοοικονομική τάξη, της ηλικία κ.λ.π., ενώ άλλος το επιλέγει επειδή θεωρεί την διαμονή στην εν λόγω επιχείρηση ως ένα σύμβολο κύρους ή κοινωνικού στάτους και θα μπορεί να καμαρώνει γι' αυτό στους φίλους του. Γενικά, όπως παρουσιάζεται και στο παρακάτω σχήμα, έχει διαπιστωθεί ότι υπάρχει μια αλληλοκάλυψη μεταξύ λογικών και συναισθηματικών κινήτρων όταν οι καταναλωτές αγοράζουν κάποιο προϊόν. Έχουν δηλαδή μια ποικιλία λόγων για την επιλογή του.



Η τμηματοποίηση της αγοράς είναι ο εντοπισμός ομοιογενών και διακριτών ομάδων, καταναλωτών που αντιπροσωπεύουν ένα επαρκές δυναμικό για να δικαιολογηθεί η παραγωγή ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που να προορίζεται και να είναι αποκλειστικά προσαρμοσμένο γι' αυτούς. Οριακά, κάθε άτομο αντιπροσωπεύει μια ξεχωριστή ανάγκη. Η προσφορά "στα μέτρα" του κάθε ατόμου δεν είναι στην πράξη εφικτή. Κατά συνέπεια, πρέπει να επιδιώκεται ο εντοπισμός μιας ομάδας αγοραστών των οποίων οι ανάγκες μπορούν να ικανοποιηθούν κατά ομοιόμορφο τρόπο από ένα συγκεκριμένο προϊόν: αυτή είναι η αρχή της τμηματοποίησης της αγοράς.

Υπάρχουν διάφορα κριτήρια (ή παράμετροι ή μεταβλητές) που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την τμηματοποίηση της αγοράς. Είναι προφανές ότι ένα κριτήριο δεν αποτελεί από μόνο του ένα τμήμα αγοράς. Τα κυριότερα κριτήρια τμηματοποίησης είναι τα ακόλουθα :

Δημογραφικά κριτήρια:

- Ηλικία : 25 - 35 / 36 - 50 / 51 - 60 / 61 +
- Φύλο, οικογενειακή κατάσταση, εθνικότητα
- Επάγγελμα : ελεύθερος επαγγελματίας, ανώτερο στέλεχος...κ.λ.π.
- Τάξη αγοραστικής δύναμης, επίπεδο ζωής, κοινωνική θέση :
 - α) πλούσιοι : υψηλό επίπεδο ζωής
 - β) οικονομικά άνετοι : εισοδήματα ανώτερα του μέσου
 - γ) μεσαία τάξη : υπάλληλοι, εργάτες κ.λ.π.
 - δ) οικονομικά αδύναμοι

Ψυχογραφικά και κοινωνικό-πολιτιστικά κριτήρια:

- Πολιτιστικό επίπεδο
- Κοινωνική ζωή, ιδιαίτερα ενδιαφέροντα, κίνητρα
- Προσωπικότητα, lifestyle (τρόπος ζωής)
- Στάση απέναντι στις τιμές

Γεωγραφικά κριτήρια:

- χώρα,
- περιοχές,
- πόλη, γειτονιά,
- γειτονικές πόλεις,
- περιοχή όπου βρίσκεται η επιχείρηση.

Κριτήρια καταναλωτικής συμπεριφοράς:

- Λόγος παραμονής
- Ιδιαίτερα ενδιαφέροντα κατά τη διάρκεια της παραμονής
- Συχνότητα διαμονών ανά έτος
- Διάρκεια παραμονής
- Εποχή της παραμονής
- Μέσο μεταφοράς
- Μεμονωμένος ή συνοδευόμενος πελάτης

Για να είναι επιτυχημένη η τμηματοποίηση της αγοράς θα πρέπει να πληρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

1. Το τμήμα της αγοράς πρέπει να μπορεί ν' αναλυθεί (να διαθέτουμε επαρκείς πληροφορίες για να κατορθώσουμε να το αξιοποιήσουμε).
2. Το τμήμα πρέπει να έχει πρακτικά μετρήσιμο μέγεθος.
3. Το τμήμα πρέπει να είναι προσπελάσιμο (πρέπει να έχουμε την δυνατότητα πρόσβασης σε αυτό).

4. Το τμήμα οφείλει να είναι σημαντικό, και να είναι αρκετά μεγάλο ώστε να μπορεί να προκύψει μια κερδοφόρα αξιοποίηση του.

Σε τακτικό επίπεδο, στο μάρκετινγκ ακολουθείται η τέχνη της επιλογής και του συνδυασμού ορισμένων δυνάμεων και πόρων προκειμένου να επιτευχθούν κάποιοι προκαθορισμένοι στόχοι. Οι δυνάμεις και τα εργαλεία αυτά αποτελούν τα συστατικά στοιχεία που απαρτίζουν αυτό το οποίο ονομάζεται *μίγμα μάρκετινγκ* ή *marketing mix*. Πιο συγκεκριμένα, τα συστατικά του μίγματος μάρκετινγκ (ή τα "τέσσερα P") τα οποία παρουσιάστηκαν από τον Jerome McCarthy το 1978 και αναπτύχθηκαν σε βάθος από τον Phillip Kotler αργότερα χωρίζουν το μίγμα μάρκετινγκ σε τέσσερα συστατικά τα οποία συνοψίζονται στα παρακάτω:

- Το προϊόν ή υπηρεσία (product).
- Η τιμή (price).
- Η διανομή (place).
- Η προώθηση (promotion).

Το μίγμα του μάρκετινγκ μπορεί να παρουσιαστεί σαν μια συνεχόμενη και επαναλαμβανόμενη διαδικασία με ορατό σημείο έναρξης και προκαθορισμένα βήματα. Έτσι, τα "τέσσερα P" μπορούν να αναλυθούν περισσότερο στα παρακάτω είκοσι συστατικά τα οποία αποτελούν κατά κάποιο τρόπο τα "άπαντα" του μάρκετινγκ:

1. Έρευνα και ανάπτυξη προϊόντος με στόχο την σύλληψη, καινοτομία, εφεύρεση ή τροποποίησή του.
2. Ανάπτυξη του κύκλου ζωής του προϊόντος (PLC - product life cycle).
3. Έρευνα αγοράς και έρευνα μάρκετινγκ.
4. Εμπορική ονομασία του προϊόντος (brand name).
5. Εικόνα προϊόντος (image).
6. Τμηματοποίηση αγοράς και στόχευση σε επιλεγμένες ομάδες καταναλωτών.
7. Καθορισμός τιμής του προϊόντος.
8. Ανάπτυξη μίγματος προϊόντος.
9. Συσκευασία.
10. Διανομή.
11. Δυναμικό πωλήσεων.
12. Εκπαίδευση της αγοράς.
13. Ανάπτυξη εταιρικών δημοσίων σχέσεων.
14. Δημιουργία και διατήρηση βιομηχανικών και παραγωγικών σχέσεων.
15. Δοκιμαστικό μάρκετινγκ (test marketing).
16. Διαφημιστικές δραστηριότητες.

17. Έρευνα και αξιολόγηση διαφήμισης.
 18. Προώθηση των πωλήσεων.
 19. Υπηρεσίες και υποστήριξη προς τους καταναλωτές μετά την αγορά του προϊόντος (after sales service).
 20. Διατήρηση και ενίσχυση του ενδιαφέροντος και της πιστότητας των πελατών.
- Τα παραπάνω συστατικά συνιστούν μεταβλητές απόφασης και, αν και μεταξύ τους είναι διακριτά, είναι ταυτοχρόνως και αλληλοεξαρτώμενα καθώς το ένα επηρεάζει το άλλο. Κατά συνέπεια, το τακτικό μίγμα του μάρκετινγκ είναι ο συνδυασμός όλων των φάσεων ή συστατικών στοιχείων που απαιτούνται για τον σχεδιασμό και την εκτέλεση της όλης λειτουργίας του μάρκετινγκ. Για να είναι αποτελεσματικό, το μίγμα μάρκετινγκ προϋποθέτει την ενσωμάτωση κάθε πληροφορίας που σχετίζεται με τις δυνάμεις εκείνες της αγοράς (όπως οι διαθέσεις και η συμπεριφορά των καταναλωτών, ο ανταγωνισμός κ.λ.π.) προς εκείνες που αφορούν τις δυνατές ενέργειες μάρκετινγκ (δηλαδή τις δραστηριότητες που σχετίζονται με το προϊόν, την τιμή, την προώθηση και την διανομή). Έτσι, η αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης σε μια δεδομένη αγορά (ή ένα τμήμα της) εναπόκειται *στην επιλογή, την δοσολογία και στον ρόλο* που θα παίξει το κάθε ένα από τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ.

8.2 ΜΙΓΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΗΜΟΥ ΔΕΣΚΑΤΗΣ

8.2.1 ΠΡΟΪΟΝ

- Εκσυγχρονισμός σταβλικών εγκαταστάσεων

Τα τελευταία χρόνια, πολύ σημαντικό ρόλο στη διαδικασία επιλογής τροφίμων από τους καταναλωτές παίζει η παράμετρος της πιστοποιημένης ποιότητας και ασφάλειας των τροφίμων. Οποιοσδήποτε σχεδιασμός και να προταθεί, αν στο μεταξύ δεν έχει εξασφαλιστεί αυτή η προϋπόθεση, θα αποτελεί τον αδύναμο κρίκο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τους ανταγωνιστές, κάθε στιγμή που αυτοί θα κρίνουν ότι απειλούνται. Σήμερα, παρόλο που υπάρχει πιστοποίηση για τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την μεταποίηση και την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων, δεν υπάρχει ανάλογη διαδικασία πιστοποίησης για την παραγωγή της πρώτης ύλης, δηλαδή του αιγοπρόβειου γάλακτος. Για να είναι δυνατή με τη σειρά της αυτή η πιστοποίηση της πρώτης ύλης, πρέπει άμεσα να λειτουργήσουν σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία τα υφιστάμενα ποιμνιοστάσια. Αυτό πρακτικά σημαίνει άμεση έκδοση άδειας ίδρυσης και άδειας λειτουργίας. Η μέχρι σήμερα προβολή του θέματος,

εστιάζει την αναγκαιότητα απόκτησης των δύο αδειών στο γεγονός ότι αποτελεί επίσης προϋπόθεση για τη λήψη της αποσυνδεδεμένης ενίσχυσης.

Πέρα όμως από το τυπικό μέρος της διαδικασίας, υπάρχει και το ουσιαστικό. Η επιβολή σημαντικών βελτιώσεων στις κτηριακές εγκαταστάσεις, σε συνδυασμό με την τήρηση ενός σύγχρονου διαχειριστικού σχεδίου των αποβλήτων της εκμετάλλευσης συντελεί στη σημαντική βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ζώων, στη δημιουργία συνθηκών που περιορίζουν την εμφάνιση και εξάπλωση ζωνόσων και τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας των ατόμων που εργάζονται σε αυτή. Σαν απόρροια όλων αυτών είναι δυνατή η αύξηση της παραγωγικότητας των ζώων, η μείωση της θνησιμότητάς τους, η αύξηση των γεννήσεων, παράγοντες που επηρεάζουν τελικά με θετικό τρόπο τα επιτυγχανόμενα οικονομικά αποτελέσματα.

Το κόστος της δράσης δεν είναι εύκολο να εκτιμηθεί γενικά, γιατί σε κάθε κτηνοτροφική εκμετάλλευση ποικίλει το είδος των εργασιών που απαιτούνται στο ποιμνιοστάσιο. Το κόστος αμοιβής του μελετητή που θα συντάξει τον απαραίτητο φάκελο κυμαίνεται από 800€ έως 1.500€. Ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωση της δράσης είναι έξι έως δώδεκα μήνες. Η κάλυψη της δαπάνης γίνεται από ίδιους πόρους.

- Ηλεκτροδότηση και υδροδότηση κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων

Η εξασφάλιση νόμιμων κτηριακών εγκαταστάσεων σε μια κτηνοτροφική εκμετάλλευση δεν αρκεί για την λειτουργία της με βάση τα σύγχρονα δεδομένα που μπορούν να βελτιώσουν τα οικονομικά αποτελέσματά της. Αποτελεί πρώτης προτεραιότητας ζήτημα η σύνδεση των εγκαταστάσεων αυτών με δίκτυο διανομής ηλεκτρικής ενέργειας και η συνεχής παροχή πόσιμου νερού. Για τους περισσότερους κτηνοτρόφους του Δήμου Δεσκάτης τίποτε από τα δύο δεν είναι δεδομένο. Η απόκτηση ηλεκτρικού ρεύματος και νερού δεν είναι μια απλή, ούτε μια αμελητέα, από πλευράς κόστους, υπόθεση, απαιτώντας σοβαρό σχεδιασμό και προγραμματισμό για την υλοποίηση ενός τέτοιου σχεδίου.

Όσον αφορά στο Δήμο Δεσκάτης, η κατάσταση θεωρείται πιο εύκολα αντιμετωπίσιμη, εξαιτίας της μεγαλύτερης επάρκειας επιφανειακού νερού και των μειωμένων απαιτήσεων λειτουργίας εξοπλισμού άλμεξης κατά την θερινή περίοδο. Η εξασφάλιση δικτύου διανομής ηλεκτρικού ρεύματος μπορεί να γίνει με επέκταση του δικτύου της ΔΕΗ, ή με τη χρήση γεννητριών, σαν τελευταία εναλλακτική.

- Απόκτηση εξοπλισμού

Μια σύγχρονη κτηνοτροφική εκμετάλλευση απαιτεί την απόκτηση ενός πακέτου ηλεκτρομηχανολογικού εξοπλισμού που θεωρείται απαραίτητος πλέον για την εύρυθμη, αποδοτική και ασφαλή λειτουργία της. Το σημαντικότερο στοιχείο αυτού του πακέτου είναι το αλμεκτήριο με όλο το συνοδευτικό εξοπλισμό, που διατηρεί τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του γάλακτος μέχρι αυτό να οδηγηθεί στη μεταποίηση. Πέρα όμως από αυτό υπάρχουν και άλλα μηχανήματα που εκμηχανίζουν και άλλες εργασίες που απαιτούνται, όπως η σίτιση με την απόκτηση σιλό, χαρμανιέρας ή και ταινίας ταΐσματος, μηχανής απογαλακτισμού για την σίτιση των μικρών αρνιών μετά τη λήξη της περιόδου του θηλασμού, του καθαρισμού με την απόκτηση μικρού φορτωτή (Bobcat) επειδή οι κτηνοτρόφοι της Δεσκάτης δεν διαθέτουν ελκυστήρες στους οποίους θα μπορούσε να προσαρμοστεί φορτωτής, του αερισμού και της θέρμανσης με την τοποθέτηση ανεμιστήρων ή αερόθερμων και ότι άλλο κρίνεται αναγκαίο κατά περίπτωση. Οι επενδύσεις αυτές συντελούν στη θεαματική αύξηση της παραγωγικότητας των ζώων, στη σημαντική επίσης βελτίωση των συνθηκών διαβίωσής τους και στη ριζική ανατροπή των συνθηκών εργασίας των κτηνοτρόφων και των σταβλιτών.

Το κόστος απόκτησης του εξοπλισμού συνήθως δεν ξεπερνά τις 100.000€ και είναι επιλέξιμο στο σύνολό του από το πρόγραμμα του ΥΠΑΑΤ. Σημαντικό ακόμη είναι και το γεγονός ότι στη νέα προγραμματική περίοδο είναι επιλέξιμες δαπάνες που αφορούν επενδύσεις σε εξοπλισμό Η/Υ και λογισμικό (Hardware – Software) που δίνει τη δυνατότητα καλύτερης οργάνωσης και παρακολούθησης της εκμετάλλευσης, καθώς και κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων σε περιπτώσεις που κάτι τέτοιο είναι επιθυμητό. Το μέγιστο όριο επενδυτικών προτάσεων φυσικών προσώπων είναι 250.000€ και των νομικών προσώπων και συνεργαζόμενων εκμεταλλεύσεων 500.000€, με ποσοστό επιδότησης 40% - 50%.

- Βελτίωση ζωικού κεφαλαίου

Σε πολλές ενότητες της έρευνας που έχουν ήδη αναπτυχθεί καταδεικνύεται η επιτακτική ανάγκη ριζικής αναδιάρθρωσης των ποιμνίων του Δήμου Δεσκάτης, τόσο των προβάτων, όσο και των αιγών. Έχοντας ως ισχυρότερη απόδειξη τις πολύ χαμηλές επιτυγχανόμενες παραγωγικότητες σε γάλα, δεν μπορεί να αποτελεί στόχο η βελτίωση των επιδόσεων αυτών, χωρίς παράλληλα να δρομολογούνται οι απαραίτητες ενέργειες που θα βελτιώνουν τα γενετικά χαρακτηριστικά των εκτρεφόμενων ζώων. Μέχρι και πρόσφατα αποτελούσε επιλέξιμη δαπάνη στα σχέδια

βελτίωσης η αγορά γενετικά βελτιωμένων ζώων, επιδοτώντας με αυτό τον τρόπο μια μεγάλη δαπάνη για μια κτηνοτροφική εκμετάλλευση, όπως η αντικατάσταση του αβελτίωτου ζωικού κεφαλαίου με βελτιωμένο. Στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο (2014-2022) η ενέργεια αυτή δεν είναι πλέον επιλέξιμη και ο κτηνοτρόφος καλείται να βελτιώσει γενετικά το ποίμνιό του με αποκλειστικά δικές του δαπάνες. Η εξέλιξη αυτή σίγουρα δεν εξυπηρετεί τα συμφέροντα των Ελλήνων κτηνοτρόφων γενικότερα και αποτελεί σημαντική τροχοπέδη σε μια επιβεβλημένη προσπάθεια δραστικής βελτίωσης των εκτρεφόμενων ζώων. Ως μοναδική εναλλακτική μέχρι αυτή τη στιγμή για το θέμα αυτό, χωρίς σημαντική οικονομική επιβάρυνση, εμφανίζεται η αγορά γενετικά βελτιωμένων κριαριών, που θα διασταυρώνονται με τα καλύτερα, από πλευράς αποδόσεων, θηλυκά με στόχο τη σταδιακή βελτίωση του συνόλου των ζώων. Η εναλλακτική αυτή βέβαια μπορεί να εμφανίζεται ως πιο οικονομική, υστερεί όμως σε χρόνο υλοποίησης, δεδομένου ότι μια πλήρης ανανέωση ενός κοπαδιού διαρκεί συνήθως τρία με τέσσερα χρόνια και δεν είναι δυνατή η πλήρης μετάβαση με διαδικασία ενός βήματος με αυτό τον τρόπο από την εκτροφή αβελτίωτων ζώων σε εκτροφή βελτιωμένων. Με δεδομένο ότι το κόστος αγοράς ενός βελτιωμένου αρσενικού κυμαίνεται από 200 – 250€, η συνολική δαπάνη για μια εκμετάλλευση με 200 ζώα είναι περίπου 2000 – 2500€, ποσό που μπορεί εύκολα να καλυφθεί από ίδιους πόρους. Αν από την άλλη πλευρά επιλεγεί η πλήρης αντικατάσταση του ζωικού κεφαλαίου με βελτιωμένα ζώα τότε το συνολικό κόστος για μια εκμετάλλευση που εκτρέφει 200 προβατίνες γαλακτοπαραγωγής είναι 24.000€ περίπου, ένα κόστος που δύσκολα μπορεί να αντιμετωπιστεί από τους κτηνοτρόφους της περιοχής. Βέβαια, ένα τέτοιο εγχείρημα δεν θα μπορεί να στεφθεί με επιτυχία, αν ταυτόχρονα δεν ξεκινήσει και η υλοποίηση όλων εκείνων των έργων που θα βελτιώσουν τις κτηριακές εγκαταστάσεις και θα συμπεριλάβουν στην καθημερινή πρακτική τη χρήση σύγχρονου εξοπλισμού, με κύριο στοιχείο το αλμεκτήριο, έτσι ώστε τα βελτιωμένα ζώα να μπορούν να διαβιούν σε ικανοποιητικές συνθήκες, που δεν μπορούν να συγκριθούν με την υφιστάμενη κατάσταση.

- Σύσταση και λειτουργία εταιρικού σχήματος

Αποτελεί κοινή διαπίστωση ότι ο υψηλότετος βαθμός ανεξαρτησίας κινήσεων των γεωργών και κτηνοτρόφων, όσον αφορά τον τρόπο διαχείρισης των εκμεταλλεύσεών τους, δεν συνάδει με τα σύγχρονα δεδομένα λειτουργίας των αγορών. Μετά τη σταδιακή απελευθέρωσή τους και τη μείωση του προστατευτισμού αυτό το μοντέλο διοίκησης έχει αποδειχθεί ανεπαρκές και είναι επιβεβλημένη μια αλλαγή νοοτροπίας

προς την κατεύθυνση της συλλογικότητας. Τα κυριότερα μειονεκτήματα της υφιστάμενης κατάστασης σχετίζονται με την μηδενική ουσιαστικά διαπραγματευτική ικανότητα των κτηνοτρόφων τόσο όσον αφορά στην αγορά των εισροών, όσο και όσον αφορά το στάδιο της πώλησης των παραγόμενων προϊόντων. Η γεωργία και η κτηνοτροφία γενικότερα πάσχουν από μια ασυμμετρία, όπου από τη μια μεριά υπάρχει ένα πολυπώλιο αγροτικών προϊόντων, που είναι οι παραγωγοί και ένα ολιγοψώνιο από την άλλη πλευρά που είναι οι έμποροι που αγοράζουν τα προϊόντα αυτά. Όσον αφορά τις εισροές, πάλι παρατηρείται ασυμμετρία με τους πωλητές να σχηματίζουν ολιγοπώλιο και τους αγοραστές πολυψώνιο. Είναι προφανές ότι και στις δύο περιπτώσεις η διαπραγματευτική ικανότητα των γεωργών και κτηνοτρόφων είναι χαμηλή, έως ανύπαρκτη, ενώ και οι διακινητές εισροών και οι αγοραστές των προϊόντων να είναι σε θέση, εφόσον το θελήσουν, να διαμορφώσουν μονομερώς τους κανόνες με τους οποίους θα πραγματοποιηθούν οι εμπορικές συναλλαγές. Η πρόσφατη υπόθεση που είδε το φως της επικαιρότητας σχετικά με την ύπαρξη εναρμονισμένων εμπορικών πρακτικών (cartel) στην αγορά του αγελαδινού γάλακτος, κατέδειξε πόσο εύκολο είναι στην Ελλάδα να δημιουργηθεί και να λειτουργήσει κάτι τέτοιο, καταδικάζοντας τους παραγωγούς σε καθήλωση των εσόδων τους και σε απουσία εναλλακτικών. Ειδικά για τα προϊόντα ζωικής παραγωγής, επειδή δεν υπάρχει η δυνατότητα αποθήκευσής τους και διαπραγμάτευση στο διάστημα αυτό για την επιλογή του αγοραστή και τη διαμόρφωση της τελικής τιμής πώλησης, επιβάλλεται τουλάχιστο η εκ των προτέρων διαπραγμάτευση, τόσο του όγκου του προϊόντος που θα πωληθεί σε τυροκόμο και η αναζήτηση συμφωνίας για τον τρόπο διαμόρφωσης της τελικής τιμής. Σήμερα, όπως είναι γνωστό, κάτι τέτοιο δεν εφαρμόζεται, με τους παραγωγούς απλά να περιμένουν στο τέλος της περιόδου τη διαμόρφωση της τελικής τιμής πώλησης του πρόβειου και κατσικίσιου γάλακτος και με τους τυροκόμους να μην έχουν σαφή εικόνα από την αρχή της περιόδου για τις ποσότητες γάλακτος που θα αγοράσουν από κάθε κτηνοτρόφο. Όσο για τις εισροές, το σημαντικότερο θέμα είναι η διαδικασία αγοράς ζωοτροφών, όπου απουσιάζει και εδώ κάθε έννοια προγραμματισμού και ύπαρξης συμβολαϊκών σχέσεων μεταξύ παραγωγών ζωοτροφών και κτηνοτρόφων. Αποτέλεσμα αυτής της χρόνιας πρακτικής είναι η σημαντική διακύμανση των τιμών πώλησής τους σε μηνιαία ή ετήσια βάση, που σε μακροχρόνιο επίπεδο, δεν ωφελεί κανένα από τα δύο μέρη. Τα ζητήματα αυτά, που έχουν άμεσο αρνητικό αντίκτυπο στην τελική διαμόρφωση του κόστους παραγωγής και για να επιλυθούν απαιτείται πρώτα βαθιά κατανόηση της φύσης και της σημασίας του προβλήματος και στη

συνέχεια ριζική αλλαγή της υφιστάμενης νοοτροπίας και αντιμετώπισης των θεμάτων αυτών.

Ο χώρος της γεωργίας και της κτηνοτροφίας γενικότερα αντιμετωπίζει στην Ελλάδα ένα θεσμικό κενό, τη μη ύπαρξη βιώσιμων σχημάτων Ομάδων Παραγωγών και Κτηνοτρόφων, συλλογικών οργάνων. Προκειμένου λοιπόν να βρεθεί ένας τρόπος σύστασης και λειτουργίας συλλογικού σχήματος, μπορούν να γίνουν τα παρακάτω:

- Εφαρμογή του κανονιστικού πλαισίου σύστασης και λειτουργίας ομάδων παραγωγών. Οι θετικές επιπτώσεις σχετίζονται με την ύπαρξη σημαντικών χρηματοδοτικών εργαλείων που στηρίζουν τις ομάδες παραγωγών στα πρώτα τους στάδια από πλευράς πιστώσεων της ΕΕ που δίνονται μέσα από συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα του ΥΠΑΑΤ, παράγοντας που επίσης πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στη διαδικασία λήψης της τελικής απόφασης.
- Σύσταση και λειτουργία συνεταιρισμού. Στην περίπτωση αυτή προτείνεται η σύσταση και λειτουργία ενός τυπικού συνεταιρισμού, σύμφωνα με το ισχύον ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο, προκειμένου το νομικό πρόσωπο πλέον να προβαίνει σε συλλογικές διαπραγματεύσεις και ενέργειες για τα θέματα αγοράς εισροών και πώλησης των παραγόμενων προϊόντων. Η πρόταση αυτή παρόλο ότι δίνει άμεση λύση στο πρόβλημα, δεν διασφαλίζει στη συνέχεια την αναλογικότητα στην αντιπροσώπευση των μελών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, εξαιτίας του νομικού πλαισίου σύστασης τέτοιου είδους νομικών προσώπων και γενικότερα επιχειρείται με αυτό τον τρόπο να δοθεί διέξοδος στη σημερινή κατάσταση με ένα εργαλείο που δεν δικαίωσε, πλην ελάχιστων εξαιρέσεων, τις προσδοκίες που δημιουργεί.
- Σύσταση Ανώνυμης Εταιρείας. Η πρόταση αυτή έρχεται να καλύψει το κενό που υπάρχει με ένα τρόπο απόλυτα συμμορφωμένο με τη σύγχρονη λειτουργία των αγορών. Είναι γνωστό ότι σε μια ΑΕ υπάρχει σαφής και δίκαιη κατανομή δικαιωμάτων και υποχρεώσεων των μετόχων και είναι δυνατή η χρηματοδότησή της για την πραγματοποίηση επενδύσεων από τις ίδιες πηγές που μπορούν δυναμικά να χρηματοδοτήσουν και τις ομάδες παραγωγών, όπως ο αναπτυξιακός νόμος και τα επενδυτικά προγράμματα το ΥΠΑΑΤ.

Είναι σαφές, ότι την τελική απόφαση για το ποια εναλλακτική θα επιλεγεί θα την πάρουν οι γεωργοί και κτηνοτρόφοι του Δήμου Δεσκάτης, αφού οι ίδιοι πρώτα σταθμίσουν τα υπέρ και τα κατά της κάθε πρότασης. Σε κάθε περίπτωση όμως η ανάληψη σοβαρής δράσης σε αυτό το θέμα θεωρείται επιβεβλημένη, καθώς τα προβλήματα που αναφέρθηκαν ήδη δημιουργούν σοβαρό πρόβλημα

ανταγωνιστικότητας και σίγουρα δεν μπορούν να επιλυθούν με τη διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης.

- Μεταποίηση – επωνυμοποίηση προϊόντων

Έχει ήδη αναφερθεί ότι σήμερα μοναδική πηγή εσόδων από την αγορά για τις γεωργικές και κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις του Δήμου Δεσκάτης αποτελεί η πώληση του παραγόμενου γάλακτος και κρέατος, καθώς και τα προϊόντα φυτικής προέλευσης. Από τις συναντήσεις που έγιναν με τους κτηνοτρόφους και τους παραγωγούς διαπιστώθηκε η έντονη επιθυμία τους να προχωρήσουν σε επενδύσεις προκειμένου να μεταποιοούν μόνοι τους το προϊόν και να διαθέτουν στην αγορά προϊόντα έτοιμα προς χρήση από τον καταναλωτή. Η προοπτική αυτή σίγουρα κινείται προς τη σωστή κατεύθυνση και είναι δυνατό να αλλάξει τα σημερινά δεδομένα, δημιουργώντας νέες πηγές εσόδων, καθώς και νέες θέσεις εργασίας. Τα κέρδη για την τοπική κοινωνία και το τοπικό παραγωγικό σύστημα είναι προφανή, καθώς με αυτό τον τρόπο το προϊόν γίνεται επώνυμο και η προστιθέμενη αξία που αυτό ενσωματώνει, επιστρέφει στους παραγωγούς με τη μορφή επιπρόσθετου εισοδήματος. Στη σημερινή κατάσταση όμως έχουν διαμορφωθεί κάποια, σχετικά νέα, δεδομένα που πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη, πριν ληφθεί η οριστική απόφαση για την υλοποίηση ενός τέτοιου σχεδίου.

Πρώτη προϋπόθεση για τη σημαντική μείωση του επιχειρηματικού ρίσκου που συνεπάγεται μια τέτοια ενέργεια είναι η σύσταση και λειτουργία του εταιρικού σχήματος για το οποίο έχει ήδη γίνει αναφορά. Όσο δεν υπάρχει εταιρική σχέση μεταξύ των γεωργών και των κτηνοτρόφων, δεν είναι δυνατή ούτε καν η σκέψη για τέτοιου είδους κινήσεις, γιατί δεν υπάρχει άλλος ικανός φορέας να φέρει σε πέρας το εγχείρημα αυτό. Η παράμετρος αυτή θα πρέπει να επηρεάσει ανάλογα αποφάσεις που σχετίζονται με το αντικείμενο της σύστασης εταιρικού σχήματος των κτηνοτρόφων.

Δεύτερη προϋπόθεση είναι η ενδεδειγμένη μελέτη των κατευθυντήριων γραμμών που θέτουν ως προς την επιλεξιμότητα τέτοιου είδους επενδύσεων το αντίστοιχο πρόγραμμα του ΥΠΑΑΤ.

Το νομικό πρόσωπο των κτηνοτρόφων θα μπορούσε να ξεκινήσει μια διαπραγμάτευση με όποιες επιχειρήσεις παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων εκδηλώσουν ενδιαφέρον για τη σύναψη συνεργασίας μεταξύ των δύο μερών. Αντικείμενο αυτής της συνεργασίας θα είναι η διάθεση της μονάδας για την παραγωγή τυριού, ή και άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων, με την επωνυμία του φορέα των κτηνοτρόφων, καταβάλλοντας το ανάλογο τίμημα για αυτή την παροχή.

Η καταβολή αυτή μπορεί να γίνει είτε σε χρήμα, είτε με τη μορφή εκχώρησης μετοχών του φορέα των κτηνοτρόφων, το ύψος των οποίων θα προκύψει μετά από την εκπόνηση των αναγκαίων μελετών και περαιτέρω διαπραγμάτευση, εφόσον βέβαια κάτι τέτοιο είναι επιθυμητό και από τα δύο μέρη. Η προσέγγιση αυτή, παρόλο που δεν έχει εφαρμοστεί σε ευρεία κλίμακα ακόμη, έχει δοκιμαστεί με επιτυχία από μεγάλες αλυσίδες Super Markets, που διαθέτουν γαλακτοκομικά προϊόντα με τη φήμη του καταστήματος, τα οποία έχουν παραχθεί από μονάδες μεταποίησης που λειτουργούν ως υπεργολάβοι τους. Με τον τρόπο αυτό είναι δυνατή η επίτευξη στόχων που ικανοποιούν και τα δύο συμβαλλόμενα μέρη (win-win situation). Για τους κτηνοτρόφους οι ωφέλειες που προκύπτουν είναι ότι μπορούν να εξασφαλίσουν προϊόν έτοιμο προς διάθεση στην αγορά με τη δική τους επωνυμία, χωρίς να είναι αναγκασμένοι να προχωρήσουν σε επενδύσεις που επιβαρύνουν το συνολικό κόστος λειτουργίας του σχήματος και να αποφύγουν να λειτουργήσουν επιχείρηση για την οποία δεν υπάρχει πρότερη εμπειρία, παραμένοντας στο χώρο παραγωγής της πρώτης ύλης που γνωρίζουν πολύ καλύτερα. Με τον τρόπο αυτό μειώνεται σημαντικά το επιχειρηματικό ρίσκο με αντίστοιχη μείωση των πιθανοτήτων διάπραξης λαθών, λόγω απειρίας, που θα είχαν σημαντικά αρνητικό αντίκτυπο στην πορεία του εταιρικού σχήματος. Για τον ή τους συνεργαζόμενους τυροκόμους το κέρδος θα ήταν η εξασφάλιση μακροχρόνιας συνεργασίας με ένα σύνολο κτηνοτρόφων που θα εξασφαλίζει συγκεκριμένο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης, επιτρέποντας τον σχεδιασμό περαιτέρω επιχειρηματικών κινήσεων με σαφώς μικρότερο ρίσκο, σε ένα χώρο όπου επίσης η αποκτημένη τεχνογνωσία παίζει πρωταρχικό ρόλο στην επίτευξη των στόχων που η κάθε επιχείρηση θέτει. Το κριτήριο που θα παίξει καθοριστικό ρόλο στη λήψη της τελικής απόφασης είναι η σύγκριση ανάμεσα στις οικονομικές απαιτήσεις τυροκόμων για την μεταποίηση του γάλακτος των κτηνοτρόφων και του κόστους παραγωγής που θα προκύψει από την επένδυση που δυνητικά θα μπορούσαν να υλοποιήσουν οι ίδιοι για την επίτευξη του ίδιου αποτελέσματος.

8.2.2 ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η επιλογή της τιμολογιακής πολιτικής που θα εφαρμοστεί από την πλευρά του συλλογικού οργάνου των κτηνοτρόφων είναι πολύ σημαντική, γιατί σε καμία περίπτωση η τελική τιμή πώλησης των προϊόντων δεν θα πρέπει να αποτελεί αντικίνητρο για τους υποψήφιους αγοραστές. Αυτό πρακτικά σημαίνει, ότι ακόμα και στην πρώτη περίοδο διάθεσης, δεν μπορούν εύκολα να ισχύσουν τιμές πολύ υψηλότερες από αυτές των ανταγωνιστών, ακόμα και αν το κόστος παραγωγής της

πρώτης ύλης είναι τόσο υψηλό όσο έχει καταγραφεί. Τιμή πώλησης στα ίδια επίπεδα με τους ανταγωνιστές, θα δώσει την ευκαιρία στους καταναλωτές να γνωρίσουν το προϊόν και εφόσον τους ικανοποιεί να συνεχίσουν να το αγοράζουν, χτίζοντας σταδιακά μια σχέση εμπιστοσύνης και καταναλωτικής πίστης με τους παραγωγούς. Έχει παρατηρηθεί σε πολλές περιπτώσεις ότι σημαντική διαφοροποίηση στην τιμή πώλησης τέτοιου είδους προϊόντων, που στην ελληνική πραγματικότητα συμπεριλαμβάνονται στις ανελαστικές δαπάνες των νοικοκυριών, δρουν αποτρεπτικά για μεγάλες μάζες πληθυσμού, μη επιτρέποντας στο προϊόν να γίνει ευρέως γνωστό. Η πρόταση αυτή είναι σε θέση να βελτιώσει από την πρώτη φάση εφαρμογής της τα οικονομικά αποτελέσματα των κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων, γιατί από τη στιγμή που θα είναι σε θέση το συλλογικό όργανο να διαθέτει μεταποιημένο προϊόν στην αγορά, θα είναι σε θέση να διανέμει και μέρος των κερδών αυτής της νέας δραστηριότητας στους κτηνοτρόφους, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο μια νέα πηγή εσόδων. Η πολιτική αυτή θα διευκολύνει αρκετά και την επίτευξη συμφωνιών με τις ξενοδοχειακές μονάδες και τα κέντρα εστίασης της περιοχής, για αποκλειστική διάθεση γαλακτοκομικών προϊόντων που παράγονται στην περιοχή, ενισχύοντας σημαντικά με αυτό τον τρόπο την πραγματική διαφοροποίηση του συνολικού παρεχόμενου προϊόντος στους επισκέπτες.

8.2.3 ΔΙΑΝΟΜΗ

Με βάση τους υπολογισμούς που έχουν γίνει η αναμενόμενη ποσότητα τελικού προϊόντος στην υφιστάμενη κατάσταση ανέρχεται σε 100.000 κιλά. Με την παραδοχή ότι το σύνολο του παραγόμενου αιγοπρόβειου γάλακτος που μεταποιείται, διατίθεται στην αγορά σαν τυρί Φέτα, μπορεί να καλύψει καταναλωτικές ανάγκες περίπου 10.000 κατοίκων της χώρας. Το μέγεθος αυτό δεν επιτρέπει την υλοποίηση σχεδιασμού που θα περιλαμβάνει απόπειρα απόκτησης μεριδίων αγοράς μέσα από συνεργασίες με μεγάλες αλυσίδες super markets και πολύ περισσότερο δεν είναι δυνατό να υποστηρίξει σκέψεις που σχετίζονται με διάθεση του προϊόντος σε χώρες του εξωτερικού. Για αυτούς τους λόγους κρίνεται σκόπιμο να αποτελέσει πρώτης προτεραιότητας θέμα η διάθεση των προϊόντων στους χώρους εστίασης και διαμονής γενικότερα στην ευρύτερη περιοχή. Η συγκεκριμένη πρόταση εξυπηρετεί ουσιαστικά δύο βασικές ανάγκες. Η πρώτη είναι η εξασφάλιση όσο το δυνατό χαμηλότερου επιπέδου ανταγωνισμού για το προϊόν, ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια εμφάνισής του στην αγορά και η δεύτερη είναι η ενίσχυση με αυτό τον τρόπο την πολιτιστικής και πολιτισμικής ταυτότητας της περιοχής, αναπόσπαστο στοιχείο της οποίας είναι η

εκτροφή ζώων και η παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Η κατανάλωση προϊόντων που παράγονται στην ίδια περιοχή αποτελεί ισχυρότατο στοιχείο διαφοροποίησης, σε σύγκριση με την επικρατούσα κατάσταση στη χώρα. Η διαφοροποίηση αυτή ενισχύεται ακόμη περισσότερο, με το υπάρχον ισχυρά αποδεικτικά στοιχεία που να πιστοποιούν ότι η παραγωγή αυτή γίνεται τηρώντας όλες τις σύγχρονες προδιαγραφές ασφάλειας τροφίμων και με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον.

Η λειτουργία ενός καταστήματος, στο οποίο θα πωλούνται εδώδιμα και άλλα προϊόντα, που έχουν όμως σαν σημείο αναφοράς την περιοχή, θα ενίσχυε ακόμη περισσότερο την κατανάλωση στον ίδιο χώρο, διατηρώντας με αυτό τον τρόπο τον ανταγωνισμό σε χαμηλά επίπεδα για μεγαλύτερες ποσότητες προϊόντος. Είναι προφανές, ότι όταν υπάρξει η δυνατότητα για παραγωγή και διάθεση και άλλων γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως κασέρι, γιαούρτι, μυζήθρα, βούτυρο κα, καθώς και προϊόντα που δεν σχετίζονται με την κτηνοτροφία, όπως μέλι, αρωματικά φυτά, ή είδη λαϊκής τέχνης, η εξυπηρέτηση των επισκεπτών θα είναι πληρέστερη, ο κύκλος εργασιών πολύ μεγαλύτερος, είναι δυνατό να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας για τους νέους της περιοχής και δίνεται με αυτό τον τρόπο η ευκαιρία και στα υπόλοιπα χωριά της περιοχής να εμπλακούν σε αυτή τη διαδικασία, διαφοροποιώντας με αυτό τον τρόπο τη διάρθρωση των οικονομιών τους. Για το υπόλοιπο προϊόν είναι δυνατή η σύναψη συμφωνίας με καταστήματα *Delicatessen* που θα εκδηλώσουν ενδιαφέρον να αγοράσουν τις ποσότητες αυτές, σε τιμές που θα κρίνονται ικανοποιητικές και από τα δύο μέρη. Η προοπτική αυτή είναι σε θέση να καλύψει τις μελλοντικές ανάγκες διάθεσης του προϊόντος που θα προκύψουν από την αύξηση της παραγωγής, λόγω της πραγματοποίησης των επενδύσεων που έχουν ήδη προταθεί. Ο εμπλουτισμός δε των διατιθέμενων προϊόντων με νέα, θα ενισχύσει τη διαπραγματευτική ικανότητα του φορέα, επιτυγχάνοντας με αυτό τον τρόπο περαιτέρω βελτίωση των οικονομικών μεγεθών.

8.2.4 ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Η πρόταση για σύσταση ενός μίγματος προώθησης των προϊόντων του Δήμου Δεσκάτης πρέπει να λάβει υπόψη όλα τα στοιχεία που έχουν ήδη αναφερθεί και που αποτελούν τα υπόλοιπα στοιχεία του τακτικού μίγματος μάρκετινγκ. Είναι γνωστό ότι το κυριότερο στοιχείο του μίγματος προώθησης είναι η διαφήμιση. Επειδή όμως, βραχυπρόθεσμα τουλάχιστο, δεν υπάρχουν οι αναγκαίες ποσότητες για μεγάλο εύρους προβολή των προϊόντων, θα χρησιμοποιηθούν τεχνικές που καλύπτουν τις

ανάγκες προβολής παρόμοιων περιπτώσεων, σε συνδυασμό με καινοτόμες δράσεις που θα αξιοποιούν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του παραγωγικού συστήματος, με κυριότερο αυτό του ισχυρού πολιτιστικού αποθέματος.

Πρώτο μέλημα του συλλογικού σχήματος, σε συνεργασία με τον Δήμο και τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στους χώρους εστίασης, πρέπει να είναι η σύσταση ενός τοπικού συμφώνου ποιότητας μεταξύ των παραπάνω μερών. Τέτοιου είδους σύμφωνα συνήθως περιγράφουν τρόπους συνεργασίας μεταξύ φορέων παραγωγής και διάθεσης προϊόντων, υλικών και άυλων, με στόχο τη συνολική διαφοροποίηση του παρεχόμενου προϊόντος σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Είναι γνωστό και έχει παρουσιαστεί ήδη σε προηγούμενες ενότητες, ότι η περιοχή και το παραγωγικό της σύστημα αντιμετωπίζει συγκεκριμένες αναπτυξιακές δυσκολίες, που έχουν άμεση επίπτωση κύρια στο κόστος παραγωγής των προϊόντων. Αν λοιπόν στη συγκεκριμένη περίπτωση οι επιχειρηματίες των χώρων εστίασης επιλέγουν τα προϊόντα που θα χρησιμοποιήσουν στις επιχειρήσεις τους με ισχυρότερο κριτήριο αυτό της τιμής των προϊόντων αυτών, είναι σίγουρο ότι τα τοπικά προϊόντα δεν μπορούν να αποτελούν πρώτης προτεραιότητας επιλογή. Έχει διαπιστωθεί, ότι σε παρόμοιες περιπτώσεις, τέτοιου είδους επιλογές μακροχρόνια έχουν υποβαθμίσει σταδιακά το παρεχόμενο προϊόν και έχουν οδηγήσει το σύνολο του παραγωγικού συστήματος σε συνεχείς εκπτώσεις, όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών και σε συνολική απαξίωση της περιοχής, αφού προοδευτικά μοναδικό κριτήριο επιχειρηματιών και επισκεπτών είναι η ασκούμενη τιμολογιακή πολιτική. Η συγκεκριμένη περιοχή, εξαιτίας του ανάγλυφου και των γενικότερων υφιστάμενων υποδομών, δεν προσφέρεται για την ανάπτυξη μαζικού τουρισμού και από τις συνεντεύξεις των κατοίκων προέκυψε ότι κάτι τέτοιο δεν αποτελεί επιλογή τους. Αντίθετα, αυτό που προβάλλεται ως στόχος είναι η αειφορική ανάπτυξη του τουρισμού και της κτηνοτροφίας, καθώς και η όσο το δυνατό ισχυρότερη διασύνδεσή τους.

Η αμοιβαία δέσμευση των επιχειρηματιών ότι στα εστιατόρια και στα ξενοδοχεία της περιοχής θα διατίθενται, τουλάχιστο σε πρώτη φάση, προϊόντα που παράγονται στην περιοχή, αλλά και του συλλογικού σχήματος ότι θα τηρούνται οι προδιαγραφές που τους τίθενται, είναι σε θέση να λειτουργήσει θετικά και για τις δύο πλευρές. Το οφέλη για τους χώρους εστίασης θα είναι η απόκτηση δυνατότητας παροχής προς τους επισκέπτες αγαθών και υπηρεσιών που είναι άμεσα συνδεδεμένες με την περιοχή, κάτι που αποτελεί ζητούμενο πλέον από τους επισκέπτες τέτοιων περιοχών, που προέρχονται κατά κύριο λόγο από μεγάλα αστικά κέντρα. Η κατανάλωση αγαθών

στον τόπο παραγωγής τους αποτελεί ένα διαχρονικό ζητούμενο από τους επισκέπτες μιας περιοχής και όταν αυτό γίνεται συγκροτημένα, διατηρεί την παροχή υπηρεσιών σε υψηλά επίπεδα, διαφοροποιεί ουσιαστικά την περιοχή, σε σύγκριση με άλλες περιοχές με ομοειδή χαρακτηριστικά όπου δεν υπάρχει όμως αυτή η διασύνδεση, αυξάνει το βαθμό εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρηματιών και επισκεπτών και αυξάνει επίσης την πίστη των επισκεπτών, που εκφράζεται με συχνότερη επισκεψιμότητα. Ακόμα όμως και όταν όλη αυτή η επιχειρηματολογία δεν είναι ικανή σε κάποιες περιπτώσεις να πείσει τους επιχειρηματίες να συμμετάσχουν σε ένα τέτοιο σχήμα συνεργασίας, επιμένοντας στη χρήση προϊόντων που δεν έχουν καμία σχέση με την περιοχή, κάτι τέτοιο είναι δυνατό να επιβληθεί από την πλευρά του Δήμου. Επισκέπτες περιοχών ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, όπως αυτή του Δήμου Δεσκάτης, δεν πραγματοποιούν τέτοιου είδους αποδράσεις από τα μεγάλα αστικά κέντρα μόνο για να πραγματοποιήσουν γεύματα εκτός σπιτιού. Κύρια προτεραιότητά τους είναι η παρουσία τους για ένα χρονικό διάστημα σε ένα φυσικό χώρο με χαρακτηριστικά που λείπουν έντονα από την καθημερινότητά τους και που έχουν την ανάγκη να ζήσουν μέσα σε αυτά, έστω και για μικρό χρονικό διάστημα. Αυτό το φυσικό τοπίο δεν ανήκει σε κανένα επιχειρηματία που αποφασίζει να επενδύσει στην περιοχή, είτε σε μια ξενοδοχειακή μονάδα, είτε σε ένα εστιατόριο, αλλά ανήκει στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο, που ζει και δραστηριοποιείται παραγωγικά και οικονομικά εκεί. Η συμμετοχή λοιπόν των επιχειρηματιών σε ένα τέτοιο σχήμα αποτελεί υποχρέωσή τους και όχι δυνητικό τους δικαίωμα, γιατί χρησιμοποιούν, ίσως περισσότερο από όλους, αυτό το φυσικό κάλλος για να λειτουργήσουν επιτυχώς την επιχείρησή τους. Η απορρόφηση προϊόντων που παράγονται στην περιοχή, είναι ίσως η πιο ισχυρή απόδειξη πραγματικής συνεργασίας των δύο μερών, που όχι μόνο δεν αποκλείει κανέναν από την αναπτυξιακή διαδικασία, αλλά τους εμπλέκει ενεργά, μέσα από το χώρο που το κάθε μέρος έχει αποκτήσει με το πέρασμα του χρόνου σημαντική εμπειρία και μπορεί μέσα από αυτή την εξειδίκευση να βελτιώσει τα οικονομικά μεγέθη του. Για το λόγο αυτό η συμβολή του Δήμου είναι σημαντική, γιατί ως συμβαλλόμενη του τοπικού συμφώνου ποιότητας, είναι σε θέση να επιβάλλει τέτοιου είδους όρους κατά τη διαδικασία έκδοσης άδειας λειτουργίας των επιχειρήσεων αυτών.

Παρόλο ότι οι παραγωγοί φαίνονται να είναι οι άμεσα ωφελούμενοι από τη σύσταση μιας τέτοιας συμφωνίας, θα πρέπει να γίνει σαφές ότι από το σύμφωνο αυτό δεν προκύπτουν μόνο οφέλη, αλλά και πολύ σημαντικές και δεσμευτικές προς αυτούς υποχρεώσεις. Η πρώτη υποχρέωση σχετίζεται με τις ποσότητες που θα είναι

υποχρεωμένοι να παραδίδουν, καθώς και η τήρηση συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος παράδοσης των ποσοτήτων αυτών. Αντικείμενο της συμφωνίας θα είναι ακόμη το είδος της τυποποίησης και της συσκευασίας των προϊόντων. Είναι προφανές ότι για να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις αυτές είναι αναγκαία η κατασκευή σειράς υποδομών μεταποίησης και αποθήκευσης, ή η συνεργασία του συλλογικού σχήματος με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο αυτό. Η δεύτερη υποχρέωση σχετίζεται με την ποιότητα και την ασφάλεια των προϊόντων. Η ικανοποίηση των απαιτήσεων αυτών σχετίζεται άμεσα με την υλοποίηση όλων αυτών των ενεργειών που ήδη έχουν παρουσιαστεί στην ενότητα του προϊόντος του τακτικού μίγματος μάρκετινγκ. Επισημαίνεται για μία ακόμη φορά, ότι αποτελεί πρώτης προτεραιότητας ζήτημα η ολοκληρωμένη πιστοποίηση των προϊόντων από το χωράφι ή το ποιμνιοστάσιο στο πιάτο του καταναλωτή (field to fork certification), προκειμένου να μην μπορεί να αμφισβητηθεί η ποιότητα και η ασφάλεια των προϊόντων αυτών. Η τρίτη υποχρέωση σχετίζεται με την εφαρμοζόμενη τιμολογιακή πολιτική. Οι τιμές πώλησης των προϊόντων θα πρέπει να είναι συμβατές και συγκρίσιμες με τις τιμές που διαμορφώνονται στην ελεύθερη αγορά, έτσι ώστε να μην μπορούν να αποτελούν αντικίνητρο για την επίτευξη μιας τέτοιου είδους συμφωνίας. Άλλωστε, το κύριο όφελος που μπορεί να προκύψει για τους γεωργούς και κτηνοτρόφους μέσα από τη συμφωνία αυτή, δεν πρέπει να επικεντρώνεται στη δημιουργία εμπορικών στρεβλώσεων που πολλές φορές δημιουργούν συμβολιακές σχέσεις που παρακάμπτον τον ανταγωνισμό, αλλά η μακροχρόνια διάθεση σημαντικού μέρους των προϊόντων τους στο χώρο παραγωγής τους, από καταναλωτές, που εφόσον ικανοποιηθούν, θα τα αναζητήσουν και στο χώρο μόνιμης κατοικίας τους. Είναι προφανές ότι το εγχείρημα αυτό δεν εύκολο, απαιτεί ευρεία συναίνεση και κατανόηση από όλα τα μέρη της αναγκαιότητας ύπαρξης και τήρησης μιας τέτοιας συμφωνίας και προϋποθέτει την αλλαγή του τρόπου λειτουργίας εκμεταλλεύσεων και επιχειρήσεων, προκειμένου το τελικό παραδοτέο στον καταναλωτή να τον ικανοποιεί περισσότερο σε σχέση με την υφιστάμενη κατάσταση. Όπως έχει ήδη επισημανθεί, ένα ακόμη στοιχείο που ενισχύει την επιτυχή υλοποίηση της στρατηγικής της διαφοροποίησης, είναι το πλούσιο και ιδιαίτερο πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής. Η ιδιαιτερότητα αυτή συνίσταται στη μακρά αρμονική συμβίωση ή εκμετάλλευση του εκτρεφόμενου ζωικού πληθυσμού και του οικοσυστήματος από τους ανθρώπους της περιοχής και της παραγωγής προϊόντων με τρόπο που το προστατεύει και δεν το υποβαθμίζει. Αυτή λοιπόν η συμπληρωματική σχέση ανθρώπων, ζωικού κεφαλαίου και περιβάλλοντος μπορεί να

γίνει αντικείμενο ήπιας εκμετάλλευσης μέσα από προγράμματα αγροτουρισμού και συμμετοχικού τουρισμού, έτσι ώστε οι επισκέπτες να εμπλουτίζουν τις εμπειρίες τους μέσα από τη συμμετοχή τους στην παραγωγική διαδικασία, η οποία μπορεί να είναι σε διάφορα επίπεδα, ανάλογα με τις δυνατότητες ή τις επιθυμίες των επισκεπτών. Έτσι, μπορούν να οργανωθούν προγράμματα καθαρά ενημερωτικού χαρακτήρα, όπου με τη χρήση σύγχρονων εποπτικών μέσων να παρουσιάζεται ο παραδοσιακός τρόπος εκτροφής των ζώων, να αναδεικνύεται η συμπληρωματικότητα των ανθρώπινων επεμβάσεων στο περιβάλλον με στόχο τη διατήρησή του σε υψηλά επίπεδα, καθώς και η υψηλή θρεπτική αξία των παραγόμενων προϊόντων στην περιοχή. Άλλη ομάδα προγραμμάτων μπορεί να δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να παρακολουθούν τα διάφορα στάδια εκτροφής των ζώων, καθώς και τη παραδοσιακή και σύγχρονη διαδικασία μεταποίησης του γάλακτος σε ανάλογες εγκαταστάσεις. Τέλος, μπορεί να υπάρχει ακόμα ένας κύκλος προγραμμάτων που θα δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να συμμετέχουν ενεργά στην εκτέλεση των διαφόρων εργασιών κατά τη διάρκεια παραμονής τους στην περιοχή, προκειμένου, εφόσον το επιθυμούν, να αποκτούν μοναδικές για αυτούς εμπειρίες πραγματοποίησης εργασιών εντελώς ξένων, αλλά και πρωτόγνωρων, με τη δικιά τους καθημερινότητα. Τέτοιου είδους προγράμματα έχουν στεφθεί με επιτυχία σε χώρες του εξωτερικού όπως Ιταλία, Αυστρία, Ολλανδία κα, ενώ στην Ελλάδα εφαρμόζονται ήδη με ικανοποιητικά αποτελέσματα στην Κρήτη. Τα οφέλη που προκύπτουν είναι πολύ σημαντικά για την τοπική κοινωνία και οικονομία, γιατί επιμηκύνεται με αυτό τον τρόπο ο χρόνος παραμονής των επισκεπτών στην περιοχή και πέραν του Σαββατοκύριακου, που είναι συνήθως οι μέρες με αυξημένη επισκεψιμότητα, προκύπτουν νέες και καινοτόμες ενασχολήσεις των επισκεπτών, που διαφοροποιούν ουσιαστικά το συνολικό παρεχόμενο προϊόν, σε σύγκριση με άλλους ορεινούς προορισμούς και το κυριότερο είναι ότι αυτές οι δράσεις είναι δυνατό να πραγματοποιηθούν τους καλοκαιρινούς μήνες. Η παράμετρος αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική, γιατί δημιουργούνται σοβαρές προϋποθέσεις για την ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας σε μια περίοδο όπου πρώτη προτεραιότητα αποτελούν παράκτιοι προορισμοί και όχι ορεινοί, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την τοπική οικονομία. Χρηματοδοτικά προγράμματα που μπορούν να υποστηρίξουν επενδυτές που ενδιαφέρονται για πραγματοποίηση επενδύσεων στο χώρο, υπάρχουν στο ΠΑΑ του ΥΠΑΑΤ, που στόχο έχουν τη διαφοροποίηση των τοπικών οικονομιών μέσα από την ανάπτυξη του τουρισμού και την άμβλυση των ανισοτήτων μεταξύ αστικού και ύπαιθρου χώρου. Όσον αφορά τους χειμερινούς μήνες, η αύξηση των ημερών

παραμονής των επισκεπτών στην περιοχή θα πρέπει να οργανωθεί περισσότερο, έχοντας σαν σημείο αναφοράς το χιονοδρομικό κέντρο, αναπτύσσοντας δράσεις που σχετίζονται με το άθλημα του σκι, σε συνδυασμό με την κατανάλωση τοπικών προϊόντων από τους επισκέπτες. Σε κάθε περίπτωση όμως, επιβάλλεται ο σχεδιασμός και η εφαρμογή προγραμμάτων που θα απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, που εμφανίζουν αυξημένο ενδιαφέρον για το άθλημα και τις παράπλευρες δραστηριότητες αναψυχής που προκύπτουν από αυτό.

Μια ακόμη καινοτόμα ενέργεια που μπορεί να δώσει νέα ώθηση στην ανάπτυξη στοχευμένων τουριστικών υπηρεσιών είναι η δημιουργία παιδικής θεματικής κατασκήνωσης. Η λειτουργία μιας τέτοιας κατασκήνωσης στην περιοχή θα μπορούσε να *μιήσει* κατά κάποιο τρόπο τα παιδιά που θα την επισκέπτονταν, στον παραδοσιακό τρόπο συνύπαρξης ανθρώπων και ζώων στο οικοσύστημα, καθώς και στις τεχνικές μεταποίησης και παραγωγής παραδοσιακών για την Ελλάδα προϊόντων που χάνονται στα βάθη της ιστορίας της χώρας. Κατά τη διάρκεια παραμονής τους θα μπορούν να έρχονται σε επαφή με τα εκτρεφόμενα ζώα, να παρακολουθούν ή και να συμμετέχουν στην εκτέλεση των απαραίτητων εργασιών και να αποκτούν εμπειρίες ενεργού συμμετοχής σε ένα τρόπο ζωής που διαφέρει εντελώς από την καθημερινότητά τους στα μεγάλα αστικά κέντρα. Το μεγαλύτερο όφελος όμως θα είναι η ευκαιρία να αποκτήσουν σωστές διατροφικές αρχές, βασισμένες σε μια διεθνώς αποδεκτή δίαιτα, όπως η μεσογειακή. Το γεγονός ότι τα παιδιά θα βρίσκονται κοντά στον τόπο και στον τρόπο παραγωγής προϊόντων που αποτελούν βασικά στοιχεία του ελληνικού παραδοσιακού διαιτολογίου, μπορεί να δράσει καταλυτικά στην υιοθέτησή του, βελτιώνοντας τον τρόπο διατροφής τους, ο οποίος κατά κοινή ομολογία έχει απομακρυνθεί από το πρότυπο αυτό. Πέρα όμως από την παροχή τέτοιου είδους εκπαιδευτικών υπηρεσιών, το ίδιο το μέρος προσφέρεται για τη διεξαγωγή σειράς αθλοπαιδιών κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, ενισχύοντας την επισκεψιμότητα στην περιοχή σε μια περίοδο που δεν θεωρείται υψηλής ζήτησης για τα ελληνικά δεδομένα. Τέτοιες δράσεις μπορεί να είναι ορεινή πεζοπορία ή ποδηλασία, η διοργάνωση τοπικών τουρνουά ομαδικών αθλημάτων όπως ποδοσφαίρου, μπάσκετ, βόλει, ή άλλων αθλημάτων που κατά καιρούς θα ζητούνται από τους επισκέπτες. Η λειτουργία μιας θεματικής κατασκήνωσης δεν αναμένεται να έχει άμεσα θεαματικά θετικά αποτελέσματα για την οικονομία της περιοχής, βάζει όμως γερές βάσεις για τη δημιουργία υποψήφιων καταναλωτών των τοπικών προϊόντων και επισκεπτών κατά τη διάρκεια και του χειμώνα και του καλοκαιριού στη περιοχή. Αυτό είναι και το σημαντικό κέρδος που θα προκύψει μακροπρόθεσμα, όπου

αντίστοιχα προβλέπεται αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των χειμερινών προορισμών της χώρας άλλα και των γειτονικών βαλκανικών χωρών που διαθέτουν αξιοσημείωτες υποδομές και παράδοση στην παροχή τουριστικών υπηρεσιών. Η άμεση συσχέτιση της αειφορικής διαχείρισης του τοπικού οικοσυστήματος με την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, ανάλογα με την κάθε εποχή του χρόνου, είναι ικανό μίγμα για να διαφοροποιήσει το τελικό παραδοτέο προς τους επισκέπτες και να δημιουργήσει μια βιώσιμη και διαρκώς αυξανόμενη και ανανεώσιμη ομάδα ανθρώπων, που θα επισκέπτονται επανειλημμένα την περιοχή για να απολαύσουν αυτό το διαφοροποιημένο παρεχόμενο προϊόν. Το σύνολο των δράσεων αυτών πέρα από το γεγονός ότι δεν μπορούν να επιβαρύνουν ή να υποβαθμίσουν το τοπικό οικοσύστημα, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την ανάδειξη περιβαλλοντικά ευαίσθητων πολιτών που θα μπορούν να έχουν πλήρη αίσθηση της πραγματικής αξίας της προστασίας του περιβάλλοντος και των οικοσυστημάτων, γινόμενοι με αυτό τον τρόπο περισσότερο συνειδητοποιημένοι και ενεργοί πολίτες ως προς τα ζητήματα αυτά.

Οι ίδιοι στόχοι της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και της διαφοροποίησης του τελικού προϊόντος της περιοχής μπορούν να επιτευχθούν μέσα από τη διοργάνωση κύκλων περιβαλλοντικής εκπαίδευσης που θα απευθύνονται σε μαθητές. Με επιτόπου επισκέψεις και ολιγοήμερη παραμονή θα είναι δυνατή η παρουσίαση σε αυτούς του ήπιου μοντέλου διαχείρισης του τοπικού οικοσυστήματος και το πως είναι δυνατή η υιοθέτηση της σύγχρονης τεχνολογίας να περιφρουρεί με ακόμα περισσότερο αποτελεσματικό τρόπο την υψηλή ποιότητά του. Οι δράσεις αυτές μπορούν να αυξήσουν την επισκεψιμότητα της περιοχής σε ημέρες εκτός Σαββατοκύριακου, που χαρακτηρίζονται ως περίοδοι χαμηλής ζήτησης, μπορούν να την κάνουν περισσότερο γνωστή και να προβάλλουν έτσι και τα παραγόμενα σε αυτή προϊόντα χωρίς επιπρόσθετα κόστη διαφήμισης. Επικουρική χρηματοδότηση για την πραγματοποίηση των δράσεων αυτών μπορεί να εξασφαλιστεί από συναφή προγράμματα του Υπουργείου Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων (ΥΠΕΠΘ), καθώς και από προγράμματα περιβαλλοντικής εκπαίδευσης του ΥΠΑΑΤ και της οικείας Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας.

Τέλος, βασικό εργαλείο για την ανάδειξη αυτής της πολύτιμης πολιτιστικής κληρονομιάς της περιοχής θα είναι η κατασκευή ενός σύγχρονου λαογραφικού μουσείου που θα παρουσιάζει, υιοθετώντας τις νέες τεχνολογίες, την μακρά ιστορία και παράδοση της περιοχής στην κτηνοτροφία, αλλά και το βασικό ρόλο που έπαιξαν και συνεχίζουν να παίζουν οι κάτοικοι της περιοχής στη διαφύλαξη και διατήρηση του

τοπικού οικοσυστήματος. Μέσα στους χώρους του μουσείου μπορεί επίσης να φιλοξενηθεί και να παρουσιαστεί το πλούσιο αρχαιακό υλικό που υπάρχει, που αποδεικνύει την διαρκή σχέση της τοπικής κοινωνίας με την κτηνοτροφία, τη μεταποίηση των προϊόντων που προκύπτουν από αυτή και τη συμπληρωματική σχέση που διατηρούν με το δάσος και τις βοσκήσιμες εκτάσεις. Πέρα από τη δημιουργία ενός εκθεσιακού χώρου παραδοσιακών εργαλείων που χρησιμοποιούνταν για την εκτροφή των ζώων και τη μεταποίηση του γάλακτος, είναι δυνατή και επιθυμητή η κατασκευή ενός επιδεικτικού τυροκομείου, όπου οι επισκέπτες θα μπορούν να παρακολουθούν τη διαδικασία παραγωγής τυριού και άλλων παραδοσιακών γαλακτοκομικών προϊόντων σε ένα χώρο όπου η παράδοση θα συνεργάζεται με τη σύγχρονη τεχνολογία για την παραγωγή υγιεινών και ασφαλών προϊόντων. Ο χώρος αυτός θα είναι επιδεικτικού χαρακτήρα και δεν θα μεταποιεί τον κύριο όγκο παραγόμενου γάλακτος από τα κοπάδια. Η επένδυση αυτή ολοκληρώνεται με τη λειτουργία ενός πρατηρίου διάθεσης γαλακτοκομικών και άλλων παραγόμενων προϊόντων της περιοχής, καθώς και αναμνηστικών που είναι δυνατό να κατασκευάζονται και να διατίθενται για το σκοπό αυτό, όλα άμεσα συσχετισμένα με την κτηνοτροφική παράδοση της περιοχής. Όλο αυτό το συγκρότημα μπορεί να χρηματοδοτηθεί από το ΠΑΑ του ΥΠΑΑΤ με φορέα υλοποίησης μια σύμπραξη του συλλογικού οργάνου και του Δήμου Δεσκάτης.

9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ακολουθούν οι βιβλιογραφικές αναφορές (πηγές) της Εργασίας.

Ηλεκτρονικό βιβλίο:

- 1) Johnson G. and Scholes K. (1988), Exploring Corporate Strategy, London: Prentice-Hall, 2nd edition
- 2) Ansoff H. I. (1984), Implementing Strategic Management, Prentice-Hall
- 3) Porter M. E. (1980) Competitive Strategy: techniques for analysing industries and competitors, Free Press.
- 4) Day G. S. (1977) Diagnosing the Product Portfolio, Journal of Marketing
- 5) Ashford R., Drummond G. and Ensor J. (2001), Strategic Marketing, Planning and Control, second edition
- 6) Sarsby A. (2016), Swot Analysis
- 7) Marilyn M. Helms and Judy Nixon (2010), Journal of Strategy and Management
- 8) Philip K. and Armstrong G. (2010), Principles of Marketing

Ηλεκτρονικές πηγές:

- 9) www.statistics.gr
- 10) www.el.wikipedia.org/wiki/Δεσκάτη
- 11) www.pde.gov.gr/ppxsaa
- 12) www.opekepe.gr
- 13) www.elgo.gr
- 14) www.dasarxeio.com
- 15) www.minagric.gr
- 16) www.eur-lex.europa.eu

Κανονισμοί:

- 17) Άρθρο 2, παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΟΚ) αριθμό 2078/92
- 18) Άρθρο 22 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1257/1999
- 19) Άρθρο 23 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1257/1999
- 20) Άρθρο 22, παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 21) Άρθρο 70, παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 22) Άρθρο 71 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 23) Άρθρο 79, παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 24) Άρθρο 113, παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 25) Άρθρο 112 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 26) Άρθρο 114, παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 27) Άρθρο 114, παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 28) Άρθρο 115, παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 29) Άρθρο 117 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 30) Άρθρο 117 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 31) Άρθρο 118 παράγραφος 2 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 32) Άρθρο 118 παράγραφος 3 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 33) Άρθρο 119 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003
- 34) Άρθρο 120 του κανονισμού (ΕΚ) αριθμό 1782/2003

