



InSusAgri

ERASMUS | InSusAgri
Ιούνιος 2023

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΚΑΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ



Co-funded by
the European Union

*The material of the project reflects only the author's views.
The European Commission's support for the production of this
publication does not constitute an endorsement of the contents
which reflects the views only of the authors, and the Commission
or the Hellenic National Agency cannot be held responsible for
any use which may be made of the information contained therein.*

Περιεχόμενα



ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ	4
--	----------



Βασικά στοιχεία της επιχειρηματικότητας στη γεωργία	12
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	18



Καθορίζοντας το επιθυμητό μέλλον. Πού θέλουμε να πάμε;	22
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	28



Καθορίζοντας το επιθυμητό μέλλον. Πώς προχωράμε;	34
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	38



Ο ρόλος των Συνεταιρισμών και των ομάδων στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας	48
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	52

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΚΑΙ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ
ΗΓΕΣΙΑΣ



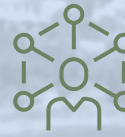
Σκοπός του εκπαιδευτικού οδηγού είναι
 η ενδυνάμωση των κτηνοτρόφων
 στο νησί της Λέρου και η υποστήριξή τους
 στην ανάληψη βιώσιμων επιχειρηματικών
 πρωτοβουλιών στα πλαίσια του InSusAgri

Η επιχειρηματικότητα μεταξύ των αγροτών, και ειδικότερα των κτηνοτρόφων, θεωρείται ένα από τα βασικά μέσα για την βελτίωση των συνθηκών διαβίωσής τους μέσω της προώθησης βιώσιμων πρακτικών για την εκτροφή αιγοπροβάτων. Η επιχειρηματικότητα είναι ιδιαίτερα σημαντική για μειονεκτικές και νησιωτικές πε-

ριοχές, όπως αυτή της Λέρου, καθώς μπορεί να συμβάλει στην μείωση της φτώχειας μέσω της ανάδειξης δυνατοτήτων, της δημιουργίας προϊόντων υψηλής αξίας και της βελτίωσης των δεξιοτήτων των εκτροφένων αιγοπροβάτων ώστε να προσαρμόζονται στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.



**Σκοπός
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ**



**01
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**



**02
ΟΡΑΜΑ-ΣΤΟΧΟΙ**



**03
ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ**



**04
ΣΥΝΕΤΕΡΙΣΜΟΙ**



ΛΕΡΟΣ

Σκοπός του εκπαιδευτικού οδηγού είναι η ενδυνάμωση των κτηνοτρόφων στο νησί της Λέρου και η υποστήριξή τους στην ανάληψη βιώσιμων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στα πλαίσια του InSusAgri, μιας δράσης μικρής κλίμακας του Προγράμματος Erasmus Plus. Ο οδηγός βασίζεται στην ταυτοποίηση των αναγκών όπως προέκυψε από τις επαφές της ομάδας έργου με τους εκτροφείς του νησιού αλλά και τις ανάγκες και τον προσανατολισμό του Κοινωνικού Συνεταιρισμού του τομέα ψυχικής υγείας Δωδεκανήσου ο οποίος είναι και ο συντονιστής του έργου. Ο οδηγός χωρίζεται σε 4 ενότητες.

Στην πρώτη ενότητα θα μιλήσουμε για την έννοια της επιχειρηματικότητας στην γεωργία και τι περιλαμβάνει και θα εξερευνήσουμε τις αντιλήψεις και τα στερεότυπα που ίσως υπάρχουν σχετικά με την επιχειρηματικότητα, μεταξύ των εκπαιδευομένων.

Στην δεύτερη ενότητα θα διερευνήσουμε το όραμα και τους στόχους των εκπαιδευόμενων για ένα καλύτερο μέλλον σε ότι αφορά την διαδικασία εκτροφής αιγοπροβάτων και θα συν-δη-

μιουργήσουμε μαζί τους ένα πολύ απλό επιχειρηματικό σχέδιο με το οποίο θα μπορέσουν να μετασχηματίσουν την εκτροφή τους σε μια βιώσιμη επιχείρηση.

Στην τρίτη ενότητα θα μιλήσουμε για τις συγκεκριμένες δεξιότητες που πρέπει να έχουν προκειμένου να διαχειριστούν μια επιχειρηματικά βιώσιμη εκτροφή αιγοπροβάτων και θα τους βοηθήσουμε στην διαδικασία αυτο-αξιολόγησης των δεξιοτήτων τους και των εκπαιδευτικών αναγκών τους. Επίσης θα αναγνωρίσουμε τις ευκαιρίες αλλά και τις προκλήσεις που συνδέονται με την βιώσιμη διαχείριση μιας κτηνοτροφικής επιχείρησης και θα τους βοηθήσουμε να κατανοήσουν την σχέση μεταξύ των δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας και των προκλήσεων αλλά και ευκαιριών.

Τέλος στην τέταρτη ενότητα θα συζητήσουμε για τον ρόλο των συνεταιρισμών και των σχημάτων συλλογικής επιχειρηματικότητας στην επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων, καθώς και την αξία της συνεταιριστικής ηγεσίας και τα χαρακτηριστικά του ηγέτη.





Η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα βασίζεται στις αρχές της προσέγγισης της εκπαίδευσης ενηλίκων: αυτο-οδηγούμενη και αυτόνομη

στόχευση, συνάφεια, σεβασμός στη θέση και τη γνώση του εκπαιδευόμενου, ανταλλαγή εμπειριών και γνώσεων.

Συγκεκριμένα, οι μέθοδοι διευκόλυνσης που θα εφαρμοστούν περιλαμβάνουν:

- **Ατομική και ομαδική ανταλλαγή εμπειριών**
- **Ομαδική συζήτηση και διάδραση μεταξύ των μελών της ομάδας**
- **Συμμετοχική μάθηση – Αυτό συνεπάγεται τη συμμετοχή των συμμετεχόντων σε πρακτικές δραστηριότητες**

Τα υλικά που θα χρειαστεί ο εκπαιδευτής κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης είναι: χαρτί flip chart ή μεγάλα φύλλα χαρτιού, μαρκαδόροι σε διάφο-

ρα χρώματα, κόλλες A4, τετράδια σημειώσεων στυλό / μολύβια, κόλλα, αυτοκόλλητα χαρτάκια post-it, ψαλίδι.

Πριν ξεκινήσουμε να συζητάμε για το θέμα της κάθε ενότητας, είναι απαραίτητο να προηγηθούν:

- A) Η γνωριμία του εκπαιδευτή με τους εκπαιδευόμενους.
- B) Η παρουσίαση από τον εκπαιδευτή του σκοπού της εκπαίδευσης καθώς και των εκπαιδευτικών μεθόδων που θα χρησιμοποιήσει (αναφορά στην βιωματική εκπαίδευση) και η συλλογή των προσδοκιών των εκπαιδευομένων
- Γ) 1-2 βιωματικές ασκήσεις με σκοπό να νιώσουν άνετα οι εκπαιδευόμενοι και να γνωριστούν μεταξύ τους.

A. Γνωριμία και παρουσίαση του εκπαιδευτή

Ο εκπαιδευτής καλωσορίζει τους συμμετέχοντες και παρουσιάζει τον εαυτό του (5')

B. Σκοπός της εκπαίδευσης και προσδοκίες συμμετεχόντων (10')

- Ο εκπαιδευτής ζητά από τους συμμετέχοντες να του πουν τι περιμένουν από την συγκεκριμένη εκπαίδευση.
- Σημειώνει ό,τι ακούγεται σε ένα flip chart, ομαδοποιώντας παρόμοιες ιδέες και απόψεις.
- Όταν τελειώσουν όλοι να μιλάνε, ο εκπαιδευτής παρουσιάζει όσα ακούστηκαν και ενημερώνει για τον σκοπό της εκπαίδευσης, το περιεχόμενο, τις μεθόδους και τι να περιμένουν οι εκπαιδευόμενοι. Γίνεται έτσι και μια σύγκριση μεταξύ των προσδοκιών των εκπαιδευόμενων και των παρεχόμενης γνώσης και καταγράφονται από τον εκπαιδευτή πιθανές αποκλίσεις.

Γ_1. Βιωματική δραστηριότητα για να «να σπάσει ο πάγος» (5')

Ο εκπαιδευτής κάνει μια σειρά από ερωτήσεις και περιμένει από τους εκπαιδευόμενους να απαντήσουν. Δεν χρειάζεται να ακουστούν όλοι, αλλά ο εκπαιδευτής ενθαρρύνει όλους να μιλήσουν έστω από μια φορά.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

1. Αν σας έδιναν ένα εκατομμύριο δολάρια που έπρεπε να ξοδέψετε σε μια εβδομάδα, τι θα αγοράζατε;
2. Ποιο ήταν το αγαπημένο σας παιδικό παιχνίδι;
3. Αν μπορούσατε να ταξιδέψετε οπουδήποτε, πού θα πηγαίνατε;

Γ_2. Βιωματική δραστηριότητα για γνωριμία εκπαιδευόμενων μεταξύ τους

Αυτή η δραστηριότητα μπορεί να παραληφθεί αν οι εκπαιδευόμενοι γνωρίζονται ήδη. Σε αυτή την περίπτωση, προσθέτουμε στην θέση της, μια άσκηση για δέσιμο ομάδας.

ΑΣΚΗΣΗ ΓΝΩΡΙΜΙΑΣ (10΄)

Οι εκπαιδευόμενοι χωρίζονται σε δυάδες. Ο καθένας παρουσιάζει τον άλλο, λέγοντας αυτά που ξέρει για αυτόν και μετά αυτά που πιστεύει ότι είναι αλήθεια για αυτόν. Ο άλλος ακούει και μετά σχολιάζει και κάνει το ίδιο μέχρι να μιλήσουν όλοι. Στο τέλος καλούμε τους εκπαιδευόμενους να επιστρέψουν στην ολομέλεια και τα ζευγάρια μοιράζονται τις εντυπώσεις τους.

ΑΣΚΗΣΗ ΓΙΑ ΔΕΣΙΜΟ ΟΜΑΔΑΣ (10΄)

«Δένομαι-Λύνομαι». Σηκωνόμαστε όλοι όρθιοι και στεκόμαστε σε κύκλο ο ένας κοντά στον άλλο. Σταυρώνουμε τα χέρια μας και πιάνουμε τα χέρια των διπλανών που βρίσκονται δεξιά και αριστερά μας. Τώρα είμαστε εντελώς μπερδεμένοι. Προσπαθούμε να ξεμπερδευτούμε χωρίς να αφήσουμε τα χέρια μας.

ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΓΝΩΡΙΜΙΑΣ

ΚΑΙ ΠΡΙΝ ΠΕΡΑΣΟΥΜΕ

ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ,

ΚΑΝΟΥΜΕ ΕΝΑ 5ΛΕΠΤΟ ΔΙΑΛΕΙΜΜΑ



01

**ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΣΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ**



Σε αυτή την ενότητα εισάγονται
οι βασικές αρχές
της επιχειρηματικότητας στην γεωργία.

Συζητώντας για τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων που χρειάζεται κάποιος για να ασκήσει αυτή τη δραστηριότητα, οι συμμετέχοντες καλούνται

να επανεξετάσουν τις δικές τους δεξιότητες και ικανότητες και να εκτιμήσουν κατά πόσο ασκούν την αγροτική δραστηριότητα με επιχειρηματικό τρόπο.

ΣΤΟΧΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Στο τέλος αυτής της ενότητας,

οι εκπαιδευόμενοι θα μπορούν να:

1. Ορίσουν την επιχειρηματικότητα στην γεωργία

Ομαδική Άσκηση: χωρίζουμε την ομάδα σε δυάδες ή τριάδες ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων. Ζητάμε να συζητήσουν για 10 λεπτά τα ακόλουθα:

A. Τι σημαίνει για εσάς η έννοια Επιχειρηματικότητα στην Γεωργία

B. Τι σκέφτεστε όταν ακούτε την έννοια αγρότης-επιχειρηματίας; Ποιο συναίσθημα σας προκαλεί η έννοια;

Γ. Τι σημαίνει η έννοια της αγροτικής επιχείρησης; Θεωρείτε ότι είναι κατάλληλος όρος για να περιγράψει την δουλειά του Έλληνα αγρότη;

Στη συνέχεια καλούμε τους συμμετέχοντες να επιστρέψουν στην ολομέλεια και η κάθε ομάδα να μοιραστεί αυτά που συζητήθηκαν.

Ο εκπαιδευτής σημειώνει όσα ακούγονται σε flip chart.

2. Αναγνωρίζουν τις δεξιότητες και ιδιαίτερες ικανότητες που πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας

Ο εκπαιδευτής διαβάζει το ακόλουθο κείμενο:

ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΗ ΖΑΚΥΝΘΟΥ

Στον Άγιο Λέοντα Ζακύνθου ο Παναγιώτης Μπάστας τρίτη γενιά τυροκόμος, παράγει ένα παραγνωρισμένο, αλλά μοναδικό τυρί, το ζακυνθινό λαδοτύρι. Ο Παναγιώτης Μπάστας είναι πολύ υπερήφανος που συνεχίζει την οικογενειακή παράδοση αφού ο πατέρας του και ο παππούς του ήταν έμπειροι κτηνοτρόφοι και τυροκόμοι.

Δεν χάνει σε κάθε ευκαιρία να δείχνει και μια αναμνηστική φωτογραφία όπου συνυπάρχουν ο παππούς του, ο πατέρας του, ο ίδιος και τα 2 αγοράκια του ο Αντώνης και ο Άγγελος, 4 γενιές τυροκόμοι.

Ο ίδιος όμως έκανε το μεγάλο βήμα και το 2008 έστησε τη γαλακτοκομική Ζακύνθου, το πιο ολο-



κληρωμένο σύγχρονο και καθετοποιημένου τυροκομείου της Ζακύνθου, στην έκταση του πατρικού σπιτιού, στο κέντρο ενός πλούσιου πευκώνα.

Μαζί με τη γυναίκα του Ρούλα, η οποία ήρθε για μια ημερήσια επίσκεψη από την Πελοπόννησο και έμεινε στο νησί χάρη στον Παναγιώτη, δουλεύουν σκληρά ιδιαίτερα τις εποχές της παραγωγής (από το Πάσχα και έπειτα) από την παραλαβή του γάλακτος μέχρι την τυροκόμηση, την παρακολούθηση της ωρίμανσης, την τυποποίηση και τη διάθεση του τυριού.

Τα τυριά που παράγει το τυροκομείο του Μπάστα είναι κατά 40% λαδοτύρι, 30% λαδο-γραβιέρα, 20% γραβιέρα ακόμα 10% πρέντζα και λίγες ποσότητες λευκό τυρί άλμης (φέτα). Από αυτά το 60% καταναλώνεται στη Ζάκυνθο από ξενοδοχεία, καταστήματα εστίασης και σούπερ μάρκετ, και το υπόλοιπο 40% στην Αθήνα, σε επίλεκτα καταστήματα τροφίμων όπως ο Αλεξανδρής, ο Αραπιάν, ο Μιράν, ο Καρατζάς.

Ναυαρχίδα του τυροκομείου είναι το λαδοτύρι, το «ντόπιο» όπως το λένε οι Ζακυνθinoί, που αποτελείται από 80% γάλα πρόβειο και 20% γίδινο. Πολύ ενδιαφέρον τυρί και ιδιαίτερο είναι η πρέντζα ένα γίδινο φρέσκο κρεμώδες τυρί που μοιάζει με το γαλοτύρι και σερβίρεται κυρίως ως ορεκτικό.

Την άνοιξη στην κορύφωση της παραγωγής το τυ-

ροκομείο επεξεργάζεται ένα τόνο γάλα την ημέρα ποσότητα που παράγει περίπου 200 kg τυρί.

Το λαδοτύρι, στην αρχή διαμορφώνεται σε σχήμα ορθογώνιο παραλληλόγραμμο και κατόπιν ωριμάζει σε ζακυνθινό ελαιόλαδο για 5 μήνες και όσο παραμένει στο λάδι σκουραίνει, αποκτά τρυπούλες και η γεύση του αρχίζει να δυναμώνει και γίνεται όλο και πιο πιπεράτη. «όσο μένει στο λάδι η γεύση του τόσο γίνεται πιο πικάντικη και πολύ μερακλήδες το βαστούν για πάνω από χρόνο όπου όταν γίνεται ένας μεζές μπαρούτι», μας λέει ο Παναγιώτης.

Το τυροκομείο του Μπάστα λίγο έξω από το χωριό Άγιος Λέων μέσα σε ένα κατάφυτο ελαιώνα, τα τελευταία χρόνια έγινε επισκέψιμο και αξίζει κανείς να το επισκεφθεί γιατί αφενός στεγάζεται σε ένα πανέμορφο κτίσμα μέσα στη φύση, αλλά κυρίως για να γνωρίσει τη φιλοξενία της κυρίας Γιώτας της μητέρας του Παναγιώτη μιας ευγενούς και φιλικότατης κυρίας που κάνει την περιήγηση και τις δοκιμαστικές γευσιγνωσίες.

Το καλοκαίρι το τυροκομείο έχει πάντα επισκέπτες που το έμαθαν από τα αποθεωτικά σχόλια στα σόσιαλ μίντια. Αυτά όλα δεν τα καταλαβαίνει και πολύ καλά η κυρία Γιώτα απλώς γνωρίζει να απλώνει καθημερινά την αγκαλιά της και να υποδέχεται με ανοιχτή καρδιά τους επισκέπτες της.

Μετά την ανάγνωση του κειμένου, ο εκπαιδευτής ζητά από τους εκπαιδευόμενους να αναγνωρίσουν τα στοιχεία που συντέλεσαν στην επιτυχία της αγροτικής επιχείρησης που παρουσιάστηκε.

Ο εκπαιδευτής σημειώνει όσα ακούγονται στο flip chart και συντονίζει την συζήτηση.

Στο τέλος ζητάει από τους εκπαιδευόμενους να αναφέρουν τις ικανότητες/χαρακτηριστικά γνώρισμα που πρέπει να διαθέτει ένας παραγωγός-επιχειρηματίας και τα σημειώνει στο flip chart.

Μετά από αυτό προτρέπει τους εκπαιδευόμενους να αναλογιστούν ποια από αυτά τα χαρακτηριστικά έχουν οι ίδιοι και ποια νομίζουν ότι τους λείπουν και πρέπει να αποκτήσουν.

ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΙΛΗΣΑΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ
ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ
ΚΑΙ ΜΑΘΑΜΕ ΝΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΖΟΥΜΕ
ΤΙΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ-ΑΓΡΟΤΗ

ΣΤΗ ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΙΛΑΜΕ
ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥΣ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥΣ ΜΑΣ ΣΤΟΧΟΥΣ

01

ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΓΕΩΡΓΙΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΓΕΩΡΓΙΑ

Η επιχειρηματικότητα είναι η κινητήρια δύναμη της μικρο-καλλιέργειας σε ένα όλο και πιο δυναμικό και πολύπλοκο περιβάλλον.

Σχετίζεται με:

- Τη διαδικασία εντοπισμού ευκαιριών στην αγορά, διευθέτησης των πόρων που απαιτούνται για την επιδίωξη αυτών των ευκαιριών και επένδυση των πόρων για την εκμετάλλευση των ευκαιριών για μακροπρόθεσμα κέρδη.
- Τη διαδικασία εντοπισμού βιώσιμων επιχειρηματικών ευκαιριών σε αγροτικές δραστη-

ριότητες και κινητοποίησης πόρων για τη μετατροπή των ευκαιριών σε μια επιτυχημένη αγροτική επιχείρηση μέσω της δημιουργικότητας, της καινοτομίας και της ανάληψης επιχειρηματικού ρίσκου.

Με τον όρο επιχειρηματικότητα εννοούμε την προσπάθεια παραγωγής κέρδους μέσα από την υλοποίηση μιας ιδέας, που στόχο έχει να προσφέρει στην αγορά ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία. Σε κάθε περίπτωση όμως εμπεριέχει το ρίσκο και την αβεβαιότητα, καθώς δεν προσφέρει εγγυήσεις.

ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Επιχειρηματίας είναι εκείνος που υλοποιεί μια ιδέα και ξεκινά να παράγει ένα προϊόν που απευθύνεται στους καταναλωτές. Είναι δια-

τεθειμένος να παρει υπολογισμένα ρίσκα και αναλαμβάνει την ευθύνη, τόσο για τα κέρδη όσο και για τις ζημίες που θα προκύψουν.

Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η γεωργική βιομηχανία γίνεται ολοένα και πιο σημαντική για τις οικονομίες παγκοσμίως. Λόγω της κλιματικής αλλαγής, καθώς και των διεθνών κρίσεων που επηρεάζουν τις τιμές των αγροτικών προϊόντων, υπάρχει ανάγκη για επιχειρηματικότητα στον αγροτικό τομέα, καθώς αποτελεί τον βασικότερο παράγοντα για την επιβίωση των μικρών γεωργών σε μια διαρκώς μεταβαλλόμενη και ολοένα αναπτυσσόμενη παγκόσμια οικονομία.

Οι ανεξάρτητοι και τοπικοί αγρότες κινδυνεύουν πλέον να εξαλειφθούν, καθώς ο κλάδος γίνεται ολοένα και πιο ανταγωνιστικός. Το μέλλον είναι αμφίβολο για τους μικροκαλλιεργητές, εκτός αν αρχίσουν να δρουν και να σκέφτονται περισσότερο επιχειρηματικά και συλλογικά.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ-ΑΓΡΟΤΗΣ

- Είναι κάποιος που παράγει καλλιέργειες/ υπηρεσίες ή εκτρέφει ζώα για την αγορά και πάντα αναζητά ευκαιρίες για να βελτιώσει και να επεκτείνει τη γεωργική του επιχείρηση.
- Είναι κάθε αγρότης που δημιουργεί και αναπτύσσει μια επιχειρηματική ιδέα και αναλαμβάνει τον κίνδυνο να ιδρύσει μια επιχείρηση

για να παράγει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία που ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών.

- Είναι ένας αγρότης που διαχειρίζεται καινοτόμα το αγρόκτημα ή το ζωικό του κεφάλαιο με τις ηγετικές και διαχειριστικές του ικανότητες με σκοπό να προσφέρει νέα προϊόντα και υπηρεσίες και να επεκτείνει την επιχείρησή του.

ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Παθιασμένος

Δημιουργικός και καινοτόμος

Ευπροσάρμοστος

Με Αυτοπεποίθηση

Λύτης προβλημάτων

Ριψοκίνδυνος

Ηγέτης

Ικανός για ανάληψη πρωτοβουλίας

Φιλόδοξος με θέληση να επιτυγχάνει στόχους.

Συγκεκριμένα, ένας επιχειρηματίας πρέπει να διαθέτει χαρακτηριστικά από τις παρακάτω τρεις κατηγορίες:

Προσωπικές Δεξιότητες

- καινοτομία
- πρωτοβουλία
- ανάληψη κινδύνου
- δυνατότητα διαχείρισης του άγνωστου με ευκολία
- αποδοχή προκλήσεων
- ανάληψη ευθύνης
- αναζήτηση ευκαιριών στην αλλαγή

Επιπλέον, ο επιχειρηματίας διαθέτει: Συναισθηματική ευφυΐα, δεξιότητες στην δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης, όραμα για το μέλλον και για τον τρόπο ζωής που του ταιριάζει, ικανότητα αξιολόγησης ιδεών, ικανότητα και διάθεση για μάθηση, στρατηγική διαίσθηση.

Διαπροσωπικές Δεξιότητες

- Αποτελεσματική αλληλεπίδραση με τους άλλους
- Αποτελεσματική επικοινωνία
- διαπραγμάτευση
- επιρροή
- ανάδειξη ηγεσίας

Δεξιότητες Διαδικασίας

- Δυνατότητα σχεδιασμού και οργάνωσης
- Δυνατότητα ανάλυσης, σύνθεσης και αξιολόγησης
- Δυνατότητα εκτέλεσης σχεδίου

Παρόλο που η επιτυχής επιχειρηματική δημιουργία απαιτεί επίσης διευθυντικές ικανότητες, φαίνεται ότι η επιχειρηματικότητα είναι κάτι παραπάνω. Η διαφορά βρίσκεται στην αντίληψη της ευκαιρίας, στην ανάπτυξη μιας ιδέας καθώς και στην προσέλκυση κεφαλαίων και γενικότερα πόρων, συμπεριλαμβανομένων και των σωστών συνεργατών.

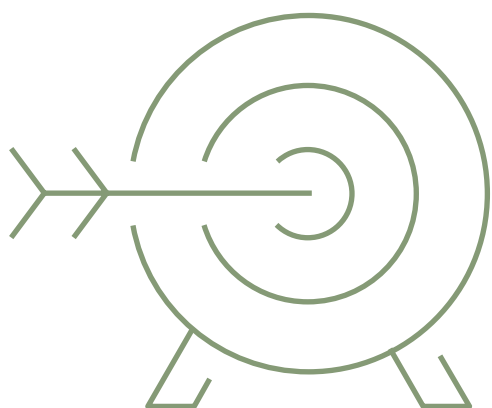
ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΑΓΡΟΤΗ

ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ	<p>Πρέπει να είναι πρόθυμος να κάνει ανεξάρτητα το πρώτο βήμα και να αδράξει την πρώτη ευκαιρία όποτε αυτή παρουσιαστεί.</p> <p>Πρέπει να κατανοεί το τι πρέπει να κάνει και να είναι σε θέση να ορίσει και το δικό του όραμα και στόχους.</p>
ΠΑΘΟΣ	<p>Η κινητήρια δύναμη πρέπει να είναι η αγάπη για το εγχείρημα που θα βοηθήσει στο να παραμείνει εστιασμένος στον στόχο.</p>
ΦΙΛΟΔΟΞΙΑ	<p>Πρέπει να έχει ισχυρή επιθυμία και θέληση να πραγματοποιήσει το όραμά του και να πετύχει στόχους.</p> <p>Να είναι επίμονος και μην τα παρατάει εύκολα.</p> <p>Να κατανοήσει τις επιχειρηματικές προκλήσεις, και να σχεδιάσει στρατηγικές ώστε να παραμείνει ανταγωνιστικός.</p>
ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ	<p>Επινοεί καινούργιους τρόπους για να λύνει παλιά προβλήματα.</p> <p>Κατανοεί τις προσκλήσεις και αντιδρά με σχεδιασμό για την επίλυσή τους.</p>
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΥΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	<p>Βλέπει την «μεγάλη εικόνα» και μπορεί να δει ευκαιρίες και προκλήσεις που παρουσιάζονται στο μέλλον.</p> <p>Σκέφτεται διαρκώς νέους τρόπους να βελτιώνει την δραστηριότητά του.</p>
ΑΝΑΛΗΨΗ ΡΙΣΚΟΥ ΚΑΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΩΝ	<p>Υπολογίζει τα κόστη και τα οφέλη που μπορεί να προκύψουν και διαχειρίζεται τον κίνδυνο.</p>
ΕΥΕΛΙΞΙΑ	<p>Προσαρμόζεται σε νέες συνθήκες και υιοθετεί νέες στρατηγικές.</p>
ΑΥΤΟΠΕΠΟΙΘΗΣΗ	<p>Πιστεύει στις δυνατότητες και ικανότητές του.</p> <p>Διατηρεί τον έλεγχο της κατάστασης σε δύσκολες καταστάσεις.</p>
ΗΓΕΤΙΚΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ	<p>Αναλαμβάνει ηγετική πρωτοβουλία.</p> <p>Αναλαμβάνει ρόλο συντονιστή σε ομαδικές προσπάθειες.</p> <p>Παρακινεί άλλους να συμμετέχουν στην προσπάθειά του.</p>

02

ΚΑΘΟΡΙΖΟΝΤΑΣ
ΤΟ ΕΠΙΘΥΜΗΤΟ
ΜΕΛΛΟΝ

ΠΟΥ ΘΕΛΟΥΜΕ
ΝΑ ΠΑΜΕ;



Ξεκινάμε την εκπαίδευση

με μια βιωματική άσκηση ενεργοποίησης.

Αν έχει μεσολαβήσει χρόνος μεταξύ της ενότητας 1 και 2, η συγκεκριμένη άσκηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για δέσιμο ομάδας.



ΑΣΚΗΣΗ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗΣ- «ΠΕΡΠΑΤΗΜΑΤΑ» (5΄)

Σηκωνόμαστε όλοι όρθιοι και αρχίζουμε να περπατάμε ελεύθερα στο χώρο.

Τώρα, περπατάμε σαν ηλικιωμένοι.

Τώρα περπατάμε σαν να μας σέρνει ένα σκυλί.

Τώρα περπατάμε σαν να βουλιάζουμε στη λάσπη ή το χιόνι.

Τώρα περπατάμε σαν να κουβαλάμε κάτι βαρύ.

Τώρα περπατάμε σαν να είμαστε ξυπόλυτοι σε καυτή άμμο.

Τώρα περπατάμε πάλι με τον δικό μας τρόπο.

Τώρα διαλέγουμε το ζευγάρι μας και επαναλαμβάνουμε τους τρόπους αλλά αυτή τη φορά ανά δύο.

ΣΤΟΧΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Στο τέλος αυτής της ενότητας,

οι εκπαιδευόμενοι θα μπορούν να:

1. Αναγνωρίσουν την επιχειρηματική διάσταση της δικής τους αγροτικής δραστηριότητας.

ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Ο εκπαιδευτής χωρίζει τους εκπαιδευόμενους σε ομάδες των 3-4 ατόμων (ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων). Ο εκπαιδευτής μοιράζει το άρθρο «Επιχειρηματική διάσταση αγροτικής δραστηριότητας» (σελ. 28) και η κάθε ομάδα το συζητά. Ας σκεφτούμε, πόσο εύκολη είναι η στροφή στον αγροτική επιχειρηματικότητα τόσο για τους Έλληνες αγρότες όσο για τους ανέργους. Στο τέλος ο εκπαιδευτής μπορεί να κάνει και μια επικαιροποίηση των στοιχείων του άρθρου και να γίνει συζήτηση και επ' αυτής.

2. Να διατυπώσουν το όραμά τους για το μέλλον.

Ο εκπαιδευτής εξηγεί τι είναι το «όραμα» για την επιχείρηση

ΑΤΟΜΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Καθένας από τους συμμετέχοντες γράφει το όραμά για μια πραγματική ή φανταστική αγροτική επιχείρηση σε ένα φύλλο χαρτί (αν ο εκπαιδευόμενος είναι παραγωγός φτιάχνει το όραμα για την αγροτική του επιχείρηση, αν είναι άνεργος για μια επιχείρηση που θα ήθελε να κάνει κ.ο.κ). Στην συνέχεια ο καθένας παρουσιάζει το όραμά του στην ολομέλεια.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΙΑΤΥΠΩΣΕΩΝ:

«Ο Συνεταιρισμός αποσκοπεί στην ισότιμη συνεργασία και την αμοιβαία βοήθεια των συνεταιίρων του, στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των μελών του μέσα σε μία κοινή επιχείρηση».

«Όραμά μας η επένδυση στην αειφόρο ανάπτυξη και βιωσιμότητα της ελληνικής αγροτικής οικονομίας».

«Να προσφέρουμε στον καταναλωτή άριστης ποιότητας προϊόντα, ακολουθώντας πιστά τη δέσμευσή μας για την ορθή διαβίωση των ζώων και την προστασία του περιβάλλοντος».

3. Να θέσουν εφικτούς στόχους για να πετύχουν το επιθυμητό μέλλον.

Ο εκπαιδευτής διατυπώνει την έννοια του στόχου

ΑΤΟΜΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Ο εκπαιδευτής ζητάει από τους εκπαιδευόμενους να φανταστούν ότι βρίσκονται στο μέλλον, σε 5 χρόνια από σήμερα. Περιπατώντας στον δρόμο συναντούν ένα παλιό τους γνώριμο που έχουν να δουν τουλάχιστον 5 χρόνια. Ο παλιός γνωστός ρωτάει να μάθει νέα τους. Ζητάμε από τους εκπαιδευόμενους να φανταστούν την ζωή τους όπως θα ήθελαν να είναι εκείνη τη στιγμή και να αρχίσουν να περιγράφουν στον γνωστό τους αυτή την πενταετία με λεπτομέρειες σχετικά με τα όσα έχουν επιτύχει.



02

ΚΑΘΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ ΕΠΙΘΥΜΗΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΠΟΥ ΘΕΛΟΥΜΕ ΝΑ ΠΑΜΕ;

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Επιχειρηματική διάσταση αγροτικής δραστηριότητας

Ι. Παπαδημητρίου από την Καθημερινή 'Ελληνες αγρότες με μπίζνες πλαν. Αλήθειες και ψέματα γύρω από την αγροτική επιχειρηματικότητα, δυσκολίες και δυνατότητες. (11.11.2013). Διαθέσιμο: <http://www.kathimerini.gr/59267/article/oikonomia/epixeirhseis/agrotes-me-mpiznes-planbr>

Η αγροτική επιχειρηματικότητα, ένας όρος που στην Ελλάδα έγινε της «μόδας» τα τελευταία τρία χρόνια, από τη μία κυφορεί τις ελπίδες και τις προσπάθειες για αναγέννηση του πρωτογενούς τομέα, από την άλλη περιβάλλεται από δεκάδες μύθους, συντηρούμενους εν μέρει από τα ΜΜΕ, που κυρίως σχετίζονται με τις φουσκωμένες στρεμματικές αποδόσεις διάφορων καλλιεργειών και με τις θαυματοουργές εξαγωγές.

Από απολυμένους, που αποφάσισαν να επιστρέψουν στο χωριό για να αξιοποιήσουν τα παρατη-

μένα οικογενειακά χωράφια, μέχρι επαγγελματίες «εξαφανισμένων» κλάδων, π.χ. εργολάβους, η ελληνική γη, με τις ελλιπείς υποδομές και τα σημαντικά περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιούργησαν οι κακές γεωργικές πρακτικές, υποδέχεται απότομα ένα κύμα ανθρώπων που αναζητούν την τύχη τους στη γεωργία και τη μεταποίηση αγροτικών προϊόντων.

Υπάρχει περίπτωση, μέσα από αυτήν τη στροφή στον αγρό, να προκύψουν αγροτικοί επιχειρηματίες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που μελλοντικά θα αποτελέσουν τη ραχοκοκαλιά

της εθνικής οικονομίας, ή όλος αυτός ο ενθουσιασμός θα καταλήξει σε μία ακόμη «φούσκα»; Σύμφωνα με τα στοιχεία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης, την περίοδο 2007-2013, 8.155 άτομα, έως 40 ετών, εντάχθηκαν στο πρόγραμμα νέων αγροτών. Το ενθαρρυντικό είναι πως αυτή η καινούργια αγροτική τάξη, που φαίνεται σταδιακά να διαμορφώνεται, έχει σαφώς διαφορετικά ποιοτικά χαρακτηριστικά από τις προηγούμενες γενιές. Όπως προκύπτει από έρευνα της Αμερικανικής Γεωργικής Σχολής

για το 2012, σε δείγμα 1.058 ατόμων στο νομό Θεσσαλονίκης, οι νέοι αγρότες είναι κατά μέσον όρο 12 χρόνια νεότεροι, κατέχουν πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, χειρίζονται το Διαδίκτυο, αναγνωρίζουν την αξία της ποιότητας στην παραγωγή πρώτης ύλης και, το βασικότερο, προσεγγίζουν τη γεωργία επιχειρηματικά. Βέβαια, η αγροτική επιχειρηματικότητα σίγουρα δεν ταιριάζει σε όλους. Εκτός από το ότι κρύβει πολλές παγίδες, καθώς η φύση είναι απρόβλεπτη, προϋποθέτει και την εκ βάθρων αλλαγή της αστικής νοοτροπίας.

«ΓΕΩΡΓΙΑ ΔΕΝ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕ ΤΗΛΕΧΕΙΡΙΣΤΗΡΙΟ»

Το Κέντρο Αγροδιατροφικής Επιχειρηματικότητας της ΑΓΣ, το οποίο ξεκίνησε πέρυσι με στόχο να αναδείξει επιχειρηματικές ιδέες ατόμων που επιθυμούν να σταδιοδρομήσουν στην αγροτική παραγωγή-μεταποίηση, περιλαμβάνει σεμινάρια κατάρτισης οικονομικού σχεδίου, αξιολόγησης της αποδοτικότητάς του και βασικών αρχών ίδρυσης μιας μικρομεσαίας αγροδιατροφικής επιχείρησης. Όμως, το πρώτο μάθημα δεν έχει καμία σχέση με όλα αυτά. «Η μετάβαση στον αγρό απαιτεί μεγάλες θυσίες, τις οποίες οι συμμετέχοντες συνήθως αγνοούν. Πρέπει να προσαρμοστούν στα ωράρια της φύσης και να ξεχάσουν τον αστικό τρόπο ζωής. Γεωργία δεν γίνεται με τηλεχειριστήριο», ξεκαθαρίζει ο Βαγγέλης Βέργος, διευθυντής του

κέντρου. Το δεύτερο πράγμα που διδάσκονται είναι να προσανατολιστούν στον αγροδιατροφικό τομέα και όχι να περιοριστούν στην αγροτική παραγωγή. «Και την πιο ποιοτική πρώτη ύλη να παράγεις, αν δεν βρεις τρόπους να τη μεταποιήσεις, το κέρδος σου θα έχει μικρό "ταβάνι". Γι' αυτό, παροτρύνουμε τους σπουδαστές να επεξεργάζονται ιδέες που σχετίζονται με την αγροδιατροφή, η οποία αναμφισβήτητα είναι το μέλλον της γεωργίας. Από τον αγρό στο πιάτο, εκεί βρίσκεται πλέον το "κλειδί" της επιτυχίας, και ας είναι οι ποσότητες περιορισμένες. Δεν αργεί ο καιρός που οι αγρότες θα παράγουν συγκεκριμένα τρόφιμα για ειδικές ομάδες πληθυσμών, όπως για παράδειγμα το αλεύρι χωρίς γλουτένη», καταλήγει.

ΟΙ ΑΠΕΛΠΙΣΜΕΝΟΙ ΚΑΙ ΤΑ ΓΚΟΤΖΙ ΜΠΕΡΙ

Κάτι άλλο που πρέπει να έχουν υπόψη όσοι θέλουν να γίνουν επιχειρηματίες του αγρού, είναι να καταστρώνουν βιώσιμα οικονομικά πλάνα, τα οποία θα βασίζονται σε ενδελεχή έρευνα για την καλλιέργεια με την οποία θα ασχοληθούν. «Τα άτομα που έρχονται σ' εμάς είναι συνήθως απελπισμένα και βιάζονται να βγουν από το αδιέξοδό τους. Τις προάλλες, με επισκέφτηκε ένας οδηγός ντελίβερι που ήθελε να φτιάξει κρασί χωρίς να έχει καμία ιδέα από αμπέλια. Προφανώς τον απέτρεψα», μου λέει ο κ. Νίκος Χαραλάμπους, υπεύθυνος ενημέρωσης νέων αγροτών στη Γενική Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας Θεσσαλονίκης. Γνωρίζοντας ότι αξιολογεί τους φακέλους που υποβάλλονται για ένταξη στα προγράμματα ενίσχυσης, τον ρωτάμε πόσο επηρεάζονται οι άνθρωποι από τα ΜΜΕ. «Οι περισσότεροι ακούν για τις επιδοτήσεις νέων αγροτών και νομίζουν πως μοιράζουμε χρήματα. Άλλοι έρχονται με φουσκωμένα μυαλά από τις απίθανες αποδόσεις που διάβασαν στο Διαδίκτυο και πιστεύουν ότι θα πλουτίσουν αν σπείρουν γκότζι μπερί ή ιπποφάες. Τους συνιστούμε προσοχή και εγκράτεια. Εμάς μας ενδιαφέρει να δημιουργούμε επιτυχημένες θέσεις εργασίας, όχι ευκαιριακές απασχολή-

σεις». Απαραίτητη προϋπόθεση για την ένταξη στο πρόγραμμα των νέων αγροτών (επιδότηση έως 17.500 ευρώ), πέραν των ηλικιακών και γεωγραφικών περιορισμών, είναι η σύνταξη ενός βιώσιμου σχεδίου με ορίζοντα δεκαετίας (κοστίζει κατά μέσον όρο 1.000 ευρώ και το συντάσσει ιδιώτης γεωπόνος). Το εγχείρημα δεν είναι απλό, αν υπολογίσει κανείς ότι το διάστημα 2010-2013 εξακόσιοι δικαιούχοι δεν μπόρεσαν να ανταποκριθούν και απεντάχθηκαν.

Πάντως, ακόμη και για όσους δεν αποζητούν την κρατική ενίσχυση, το στοίχημα της διάρκειας πρέπει να κερδηθεί. «Το οικονομικό σχέδιο δεν σου εξασφαλίζει την επιτυχία. Μπορεί να ξοδέψεις 1.500 ευρώ απλώς για να διαπιστώσεις ότι το κόστος παραγωγής είναι πολύ πάνω από τα αναμενόμενα έσοδα. Κέρδος είναι και αυτό, σε γλιτώνει από το στραπάτσο», σημειώνει ο Φίλιππος Παπαδόπουλος, οικονομολόγος και διευθυντής στο Κολέγιο «Περρωτής». «Δεν θα πρότεινα σε κανέναν να ξεκινήσει κάτι αν δεν υπάρχει ένας σταθερός μισθός στην οικογένεια. Μικρομεσαίος επιχειρηματίας, που στέκεται μόνο στο πόδι της επιχειρηματικότητας, δεν συγκεντρώνει πολλές πιθανότητες επιβίωσης. Τι θα κάνει στην πρώτη στραβή;»

OLEUS / ΠΑΡΑΓΩΓΗ – ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗ ΕΛΑΙΟΛΑΔΟΥ / ΣΤΟ ΤΕΛΕΥΤΑΙΟ ΣΤΑΔΙΟ ΜΙΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Οι αδελφοί Λεωνίδας και Γιάννης Μουχλιάρης, 27 και 24 χρόνων αντίστοιχα, με καταγωγή από τα Γιαννιτσά, επέλεξαν το 2010 να επενδύσουν το πατρικό κεφάλαιο, ύψους 150.000 ευρώ,

στην παραγωγή βιολογικού ελαιολάδου. Αγόρασαν 70 στρέμματα στους πρόποδες του Πάικου, φύτεψαν 2.000 ελιές και φέτος έβαλαν μπρος να στήσουν ένα μικρό τυποποιητήριο.

Ο προϋπολογισμός του αγγίζει τις 500.000 ευρώ, ενώ το 40% της επένδυσης επιδοτείται από τον αναπτυξιακό νόμο. Επειδή η περιοχή τους δεν φημίζεται στο εξωτερικό για το λάδι της-και μέχρι να αποκτήσουν πλήρη παραγωγή από τις δικές τους ρίζες που θα διαθέτουν στην τοπική αγορά-, επέλεξαν έναν ελαιοπαραγωγό στη διάσημη για το λάδι της Μεσσηνία, «έκλεισαν» μια ποσότητα το χρόνο, απέκτησαν επαφές στις ΗΠΑ και ανέθεσαν στον Δημήτρη Ανδρέου και τη New Communication τη δημιουργία του brand. Το λάδι «Oleus» από την ερχόμενη άνοιξη θα διατίθεται στην Αμερική. Αν και η επωνυμία δεν σημαίνει τίποτα, είναι

σύντομη, εύηχη και ευανάγνωστη και παραπέμπει σε κάτι μεσογειακό. Η λιτή μαύρη ετικέτα στο μπουκάλι προσδίδει εκλεπτυσμένο χαρακτήρα. Τα δύο αδέλφια έχουν υπολογίσει ότι με τα χρήματα των εξαγωγών θα έχουν τη δυνατότητα να χρηματοδοτούν τις ελιές τους και να κάνουν απόσβεση στο κεφάλαιο που επένδυσαν. «Κινούμαστε σε δύο κατευθύνσεις για να μοιράσουμε το επιχειρηματικό ρίσκο. Σχεδιάσαμε διαφορετικές στρατηγικές για τα προϊόντα μας, τις οποίες ακολουθούμε κατά γράμμα. Μόνο έτσι θα μπορέσουμε σε δύο-τρία χρόνια να ζούμε από τις ελιές», αναφέρει ο Λεωνίδας.

BIOTERRA / ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΑΥΓΑ – ΒΙΟΠΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΠΑΤΡΙΚΟ ΚΤΗΜΑ ΜΕΧΡΙ ΤΗ ΣΥΝΤΑΞΗ

Το 2010, η 53χρονη Κυριακή Καραγκιολίδου, αδυνατώντας να αντεπεξέλθει στην υψηλή φορολογία, αποφασίζει να κλείσει το κατάστημα παιδικών ρούχων στον Αγιο Αθανάσιο Θεσσαλονίκης και να βιοποριστεί από το πατρικό αγρόκτημα, συνολικής έκτασης 5,5 στρεμμάτων. Αφού παρακολούθησε σεμινάρια αρωματικών φυτών και πτηνοτροφίας στο Κολλέγιο «Περρωτής» (28 ώρες/260 ευρώ ανά κύκλο), οργάνωσε μεθοδικά την αυγοπαραγωγή της. «Επέλεξα να ασχοληθώ με τα χωριάτικα αυγά ελευθέρας βοσκής, διότι πίστευα ότι η βιολο-

γική αγορά βρισκόταν σε κάμψη. Ο μέσος Έλληνας πλέον δεν μπορεί να δώσει μισό ευρώ για ένα αυγό», υποστηρίζει η ίδια. Τρία χρόνια μετά, αισθάνεται δικαιωμένη. Παράγει ημερησίως περίπου 200 χωριάτικα αυγά με την επωνυμία «Bio Terra», τα οποία διαθέτει σε γνωστή αλυσίδα φούρνων της Θεσσαλονίκης. Όσα περισσεύουν τα εμπορεύεται στη λιανική, μαζί με τα λαχανικά του μπαξέ της και τις πίτες που φτιάχνει. Μπορεί να μην πλούτισε, όμως εξασφάλισε έναν ρεαλιστικό τρόπο επιβίωσης για τα χρόνια μέχρι να φτάσει σε ηλικία σύνταξης.

ΠΩΣ ΣΤΕΛΝΕΙΣ ΛΑΔΙ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ;

Οι περισσότεροι παραγωγοί ονειρεύονται ότι θα ταξιδέψουν τα προϊόντα τους σε όλο τον κόσμο, αγνοώντας ουσιώδη προαπαιτούμενα.

«Κατ' αρχάς, για να συνεργαστείς με εθνική αλυσίδα σούπερ μάρκετ στη Γερμανία, όπως η Lidl και η Aldi, πρέπει να έχεις μεγάλη πα-

ραγωγή (η ελάχιστη ποσότητα για έναν οινοποιό αγγίζει τα 200.000 μπουκάλια ετησίως)», εξηγεί ο Γερμανός Ραλφ Ούρμπαν, ιδιοκτήτης της Wine and nature, μιας εταιρείας στο Αμβούργο που συνεργάζεται με Έλληνες οινοπαραγωγούς. «Δεύτερον, τα περιθώρια κέρδους, αν δεν έχεις βιομηχανική παραγωγή, είναι εξαιρετικά συμπιεσμένα. Η ακριβότερη φιάλη στα μαζικά υπερμάρκετ δεν ξεπερνάει τα 4,5 ευρώ. Γι' αυτό, εγώ θα συνιστούσα καταστήματα που ενδιαφέρονται περισσότερο για τη γαστρονομία, όπως είναι η Metro ή μικρότερα ντελικατέσεν· εκεί οι τιμές είναι ανάλογες της ποιότητας των προϊόντων». Επίσης απαιτείται μια σημαντική επένδυση στα κανάλια διανομής και στην προώθηση του προϊόντος. «Για να σε συμπεριλάβει η Metro στη λίστα της, ζητάει 5.000 ευρώ ως εγγύηση. Αν το προϊόν σου δεν "τραβήξει" το πρώτο εξάμηνο, το βγάζει από το ράφι και δεν σου επιστρέφει τα χρήματα. Επιπλέον, κάθε χρόνο επιβαρύνεσαι το λιγότερο με 15.000 ευρώ για προωθητικές κινήσεις. Όσο περισσότερα ξοδέψεις στην προβολή, τόσο καλύτερα για σένα. Αλλιώς το μπουκάλι σου θα συνωστίζεται στο τελευταίο ράφι και

δεν θα του δίνει σημασία κανείς», σημειώνει ο Ραλφ. Συν τοις άλλοις, στα έξοδα πρέπει ακόμη να υπολογιστούν η αμοιβή της μεταφορικής εταιρείας και το υψηλό ποσοστό του εισαγωγέα (μ.ό. 30% επί του τζίρου), τον οποίο είναι δύσκολο να αποφύγεις – τουλάχιστον στην αρχή. Μια εξαιρετική πρώτη ύλη δεν συνεπάγεται ότι θα ανοίξουν διάπλατα οι αγορές του εξωτερικού. «Το πιο βασικό είναι να πραγματοποιήσεις έρευνα αγοράς και κατόπιν να εξασφαλίσεις τη διανομή. Αν δεν έχεις μελετήσει σε βάθος τις καταναλωτικές συνήθειες του κοινού που σκοπεύεις να προσεγγίσεις, δεν θα μπορέσεις να δημιουργήσεις το χαρακτήρα του προϊόντος σου», εξηγεί ο Δημήτρης Ανδρέου, ιδιοκτήτης της εταιρείας επικοινωνίας New Communication στη Θεσσαλονίκη, η οποία εξειδικεύεται στο σχεδιασμό και στην προώθηση αγροτικών προϊόντων. «Κέντρο σου πρέπει να είναι ο πελάτης, όχι εσύ. Είναι απίθανο να αγοράσει ο ξένος το προϊόν σου, ακόμη και αν είναι έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, αν δεν μπορεί να προφέρει την επωνυμία του, που είναι το οκτασύλλαβο επώνυμο του παραγωγού».

ΤΙ (ΘΑ) ΚΑΝΕΙ ΤΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ

Το... στοιχειωμένο Ταμείο Αγροτικής Επιχειρηματικότητας, που στο παρελθόν είχε εξαγγελθεί από πολλούς υπουργούς και ακόμα δεν έχει δημιουργηθεί, αναμένεται να λειτουργήσει εντός Νοεμβρίου. Σκοπός του είναι η παροχή

χαμηλότοκων δανείων σε αγρότες που επενδύουν σε σχέδια βελτίωσης, σε όσους ασχολούνται με τη μεταποίηση και σε ιδιώτες που επενδύουν στον αγροτικό τομέα.

«Κύρια πολιτική μας είναι να ενισχύσουμε στην

πράξη τον τομέα της έρευνας και της καινοτομίας με δράσεις και προγράμματα», σημειώνει ο υπουργός κ. Αθ. Τσαυτάρης. «Το επόμενο διάστημα ξεκινάμε νέα δράση εκπαίδευσης των υποψήφιων αγροτών, ύψους 20 εκατ. ευρώ, για την εκπαίδευση και την επιμόρφωσή τους σε νέα είδη και ποικιλίες ή φυλές ζώων, για καλύτερη αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρει η βιοποικιλότητα της χώρας μας, σε

συνδυασμό με τη μόρφωση, την κατάρτιση και τις νέες τεχνολογίες». Επιπλέον, προκειμένου να μειωθεί η «διαρροή» στο εξωτερικό αξιόλογου επιστημονικού προσωπικού, το υπουργείο θα προχωρήσει στην πρόσληψη 100 ερευνητών -60 έως το τέλος του 2013 και άλλων 40 το 2014 στον ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ-, που θα απασχοληθούν στους τομείς της εφαρμοσμένης έρευνας και καινοτομίας στον αγροδιατροφικό τομέα.

Ορισμός επιχειρηματικού οράματος

«Το όραμα μιας επιχείρησης είναι αυτό που αιτιολογεί το λόγο ύπαρξης μιας επιχείρησης. Το όραμα αναφέρεται στον προσανατολισμό της επιχείρησης προς το μέλλον και ενσωματώνει τις προσδοκίες, τις ελπίδες και τις φιλοδοξίες του επιχειρηματία για την πορεία της επιχείρησης. Το όραμα εκφράζεται με το πώς θα ήθελε ο επιχειρηματίας να δει την επιχείρησή του μετά από πολλά χρόνια. Κάθε επιχείρηση πρέπει να έχει το δικό της όραμα. Κάθε επιχείρηση πρέπει να πορεύεται με βάση το όραμά της. Χωρίς όραμα, η επιχείρηση μοιάζει με 'πλοίο χωρίς πυξίδα'».

Ορισμός επιχειρηματικού στόχου

Τι είναι στόχος: Ένα μετρήσιμο τελικό αποτέλεσμα που πρέπει να επιτευχθεί μέσα σε μια δεδομένη χρονική περίοδο

03

ΚΑΘΟΡΙΖΟΝΤΑΣ
ΤΟ ΕΠΙΘΥΜΗΤΟ
ΜΕΛΛΟΝ

ΠΩΣ ΠΡΟΧΩΡΑΜΕ;



Αφού θέσουμε τους στόχους μας,
μαθαίνουμε τα εργαλεία που θα μας βοηθήσουν
να προχωρήσουμε στην υλοποίηση τους

ΣΤΟΧΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Στο τέλος αυτής της ενότητας,

οι εκπαιδευόμενοι θα μπορούν να:

1. Να μάθουν τι περιλαμβάνει ένα Επιχειρηματικό Σχέδιο και να αναγνωρίσουν την σημασία του για την δική τους επιχείρηση

Γίνεται από τον εκπαιδευτή η παρουσίαση της βασικής Δομής ενός Επιχειρηματικού σχεδίου (όραμα και σκοπός, προσδιορισμός αγοράς, περιγραφή προϊόντων και υπηρεσιών, οργάνωση και διαχείριση, σχέδιο πωλήσεων και μάρκετινγκ, οικονομική διαχείριση), και αναλύονται τα επιμέρους πεδία.

2. Να ενημερωθούν για πραγματικές επιχειρηματικές ιδέες και να εμπνευστούν από αυτές.

Παρουσιάζονται από τον εκπαιδευτή παραδείγματα πραγματικών επιχειρηματικών ιδεών στον αγροτικό τομέα, και γίνεται συζήτηση επ'αυτών.

3. Να Συν-δημιουργήσουν ένα Σχέδιο Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas)

Ο εκπαιδευτής παρουσιάζει τα εννέα δομικά στοιχεία ενός Σχεδίου Επιχειρηματικού Μοντέλου-ΣΕΜ, και αναλύει τα επιμέρους πεδία. Επίσης, παρουσιάζεται αναλυτικά ένα παράδειγμα σχεδίου από μια πραγματική επιχείρηση.



ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Ο εκπαιδευτής ζητά από τους εκπαιδευόμενους να συνεργαστούν για να δημιουργήσουν το ΣΕΜ μιας επιχειρηματικής ιδέας από τον αγροτικό τομέα. Η ιδέα μπορεί να μην είναι πραγματική αλλά πρέπει να βασίζεται στην καινοτομία και την εξωστρέφεια. Ο εκπαιδευτής ζητά από καθέναν από τους συμμετέχοντες να πουν την πρώτη λέξη που τους έρχεται στο μυαλό όταν ακούνε την επιχειρηματική ιδέα. Στη συνέχεια, συζητάνε παρατηρώντας τις λέξεις που γράφτηκαν οι οποίες στην αρχή πιθανόν να φαίνονται ασύνδετες και άσχετες μεταξύ τους. Μέσα όμως από τη συζήτηση αναδύονται συσχετισμοί και οι λέξεις αποκτούν νόημα για τους συμμετέχοντες. Στη συνέχεια, ο εκπαιδευτής βοηθά τους εκπαιδευόμενους να συμπληρώσουν τα πεδία του ΣΕΜ. Στο τέλος, γίνεται μια συζήτηση σχετικά με την χρησιμότητα του σχεδίου και τα στοιχεία που χρειάζεται να συλλεχθούν για να συμπληρωθεί σωστά.

03

ΚΑΘΟΡΙΖΟΝΤΑΣ
ΤΟ ΕΠΙΘΥΜΗΤΟ ΜΕΛΛΟΝ
ΠΩΣ ΠΡΟΧΩΡΑΜΕ;

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο

Η μορφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου, μπορεί να διαφέρει ανάλογα με το είδος και τον σκοπό της επιχείρησης. Ωστόσο περιλαμβάνει υποχρεωτικά τα ακόλουθα:

1. Περίληψη
2. Αναλυτική περιγραφή της επιχείρησης
3. Αναλυτική περιγραφή της αγοράς και των ανταγωνιστών
4. Περίληψη της στρατηγικής που θα ακολουθηθεί και
5. Χρηματοοικονομική ανάλυση.

Περιεχόμενα ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

Ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σχέδιο περιλαμβάνει συνήθως τα εξής:

A. ΠΕΡΙΛΗΨΗ (Executive Summary)

B. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

- B1. Εισαγωγή
- B2. Ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος
- B2α. Ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος με βάση την ανάλυση PEST
- B2β. Ανάλυση του μικροπεριβάλλοντος με βάση την ανάλυση των 5 δυνάμεων του Porter
- B3. Ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος
- B4. Τα ευρήματα της ανάλυσης του πλαισίου SWOT
- B5. Οι θεμελιώδεις ικανότητες της επιχείρησης
- B6. Η αλυσίδα αξίας

Γ. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

- Γ1. Εισαγωγή
- Γ2. Όραμα και αποστολή
- Γ3. Εταιρική στρατηγική
- Γ4. Στρατηγική για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος
- Γ5. Οικονομικοί και στρατηγικοί στόχοι

Δ. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

- Δ1. Εισαγωγή
- Δ2. Δομές των αγορών και τα χαρακτηριστικά των κατηγοριών του ανταγωνισμού
- Δ3. Συστήματα μάρκετινγκ: Λειτουργίες, φορείς, επιχειρήσεις και κανάλια μάρκετινγκ
- Δ4. Δομή του εμπορίου (στην συγκεκριμένη κατηγορία αγροτικών προϊόντων) και οι επιπτώσεις.
- Δ5. Αξιολόγηση των συστημάτων μάρκετινγκ

Δ5α. Βαθμός τεχνικής και οικονομικής αποδοτικότητας και τα περιθώρια μάρκετινγκ (αξιολόγηση της οικονομικής αποδοτικότητας ή της αποδοτικότητας της τιμής)

Δ5β. Ανάλυση τιμής

Δ5γ. Υπηρεσίες

Δ5δ. Δομή και ανάλυση της απόδοσης (performance)

Δ5ε. Πληροφορίες αγοράς

Δ6. Βαθμός κρατικού παρεμβατισμού στις αγορές

Δ7. Στόχοι μάρκετινγκ

Δ8. Στρατηγική τμηματοποίησης και τοποθέτησης

Δ9. Αγορά(ές)-στόχος(οι)

Δ10. Στρατηγική μάρκετινγκ

Δ10α. Αποφάσεις για το προϊόν –

Μίγμα προϊόντος – Αποφάσεις για τη διοίκηση γραμμής(ων) προϊόντος(ων)

Δ10β. Πολιτική, στρατηγική και τακτικές τιμολόγησης

Δ10γ. Πολιτική και στρατηγική διανομής

Δ10δ. Πολιτική, στρατηγική και τακτικές επικοινωνίας και προβολής

Ε. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ (ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΖΗΤΗΣΗ)

E1. Εισαγωγή

E2. Περιγραφή των συστημάτων παραγωγής:

Πίνακες Εισροών-Εκροών

E2α. Διαχείριση εισροών

- Πρώτες ύλες

- Ανθρώπινο δυναμικό και εκπαίδευση

- Πάγιος εξοπλισμός

- Εγκαταστάσεις

- E3. Εισόδημα νοικοκυριού, κατανάλωση και δαπάνες διαβίωσης
- E3a. Υπολογισμός της Συνολικής Κατανάλωσης, του Ακαθάριστου Εισοδήματος και των Ταμειακών Εισόδων
- E4. Ανταπόκριση σε πολιτικές και στα α σήματα της αγοράς
- E4a. Ανταπόκριση της παραγωγής
- E4β. Ανταπόκριση στην κατανάλωση και στη ζήτηση της αγοράς
- E4γ. Ανταπόκριση στην προσφορά
- E5. Προσεγγίσεις για την πρόβλεψη της παραγωγής και της κατανάλωσης
- E5a. Ανάλυση των προηγούμενων τάσεων
- E5β. Ανάλυση της γραμμικής τάσης για τα επόμενα έτη

Z. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

- Z1. Εισαγωγή
- Z2. Κριτήριο(α) τμηματοποίησης αρμοδιοτήτων - οργανόγραμμα
- Z3. Διαχείριση ανθρώπινων πόρων
- Z3a. Προγραμματισμός ανθρώπινου δυναμικού – πρόβλεψη αναγκών
- Z3β. Στελέχωση
- Z3γ. Εκπαίδευση
- Z3δ. Μέθοδοι αξιολόγησης της απόδοσης
- Z3ε. Πολιτική μισθών και ημερομισθίων

H. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

- H1. Εισαγωγή
- H2. Ανάλυση κινδύνου με βάση την ανάλυση 5Ms
- H3. Αξιολόγηση και διαχείριση του κινδύνου
- H4. Παρακολούθηση του κινδύνου - έλεγχος

Θ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Θ1. Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης
- Θ2. Ισολογισμός
- Θ3. Κατάσταση ταμειακών ροών
- Θ4. Ανάλυση αριθμοδεικτών για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης
- Θ5. Χρηματοοικονομικός προγραμματισμός
- Θ5a. Μείωση κόστους
- Θ5β. Διαχείριση κεφαλαίου κίνησης
- Θ5γ. Απόδοση κεφαλαίων
- Θ6. Χρηματοοικονομική αξιολόγηση
- Θ6a. Προβλέψεις πωλήσεων
- Θ6β. Προβλέψεις αποτελεσμάτων (εκτιμήσεις κόστους πωληθέντων και πάγιων εξόδων)
- Θ6γ. Πρόβλεψη ισολογισμού
- Θ6δ. Πρόβλεψη ταμειακών ροών
- Θ7. Χρηματοοικονομική απόφαση
- Θ7a. Επιλογή πηγών χρηματοδότησης

I. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

- I1. Εισαγωγή
- I2. Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης της επένδυσης
- I3. Μέθοδος προϋπολογισμού
- I4. Έλεγχος προϋπολογισμού

Παραδείγματα Επιχειρηματικών Ιδεών και Επιχειρηματικών Σχεδίων στον Αγροτικό Τομέα

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

01

ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΣΑΛΙΓΚΟΤΡΟΦΙΑ

Η εκτροφή σαλιγκαριών με τις πιο σύγχρονες μεθόδους παραγωγής με στόχο την Ευρωπαϊκή αγορά και την σταδιακή ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς. Αυτή η επιχειρηματική ιδέα, υπό την προϋπόθεση σωστής χρήσης σύγχρονων τεχνικών αποτελεσματικής διαχείρισης του κύκλου παραγωγής, που θα διασφαλίσει υψηλές αποδόσεις, εγγυάται θετικά οικονομικά αποτελέσματα, λόγω της εξασφαλισμένης διάθεσης (με βάση συμβόλαιο) του συνόλου της παραγωγής σε ικανοποιητικές τιμές Έρευνες δείχνουν ότι η παγκόσμια παραγωγή σαλιγκαριών καλύπτει μόνον το 10% της παγκόσμιας ζήτησης και ότι οι τιμές στον παραγωγό διατηρούν μια σταθερή ανοδική τάση 3%-4% ετησίως. Η επένδυση επιδοτείται για νέους αγρότες μέχρι και 40%, ενώ για μη αγρότες μπορεί να υπαχθεί σε πρόγραμμα εκσυγχρονισμού.

02

ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΛΙΣΣΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Η δημιουργία μιας οικογενειακής επιχείρησης παραγωγής, συσκευασίας και προώθησης μελισσοκομικών προϊόντων, η οποία θα εφαρμόσει σύγχρονες, καινοτόμες τεχνικές άμεσου μάρκετινγκ και επικοινωνίας, προκειμένου να μεγιστοποιήσει τα οικονομικά της αποτελέσματα από τις πωλήσεις φυσικών προϊόντων που παράγονται από ιδανικό εργατικό προσωπικό με μηδενικό εργατικό κόστος. Γνωρίζοντας πως υπάρχει πληθώρα μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων που παράγουν ποιοτικό επώνυμο ή ανώνυμο μέλι σε κάθε περιοχή της Ελλάδας, πιστεύουμε πως το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα θα προέλθει από την δημιουργική εφαρμογή σύγχρονων τεχνικών πελατοκεντρικού μάρκετινγκ, και κυρίως ο καινοτόμος τρόπος που θα προσεγγίσουμε τους δυνητικούς πελάτες, προσφέροντας τους νέες λύσεις και προτάσεις.

03

**ΕΚΤΡΟΦΗ
ΚΑΠΟΝΙΩΝ
(ΕΥΝΟΥΧΙΣΜΕΝΟΣ
ΚΟΚΟΡΑΣ)**

Η παραγωγή ενός καινοτόμου προϊόντος πουλερικών με αυξημένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, που θα μπορούσε να κερδίσει σημαντικό μερίδιο αγοράς και να προσεγγίσει καταναλωτές με υψηλές απαιτήσεις. Το σχέδιο παραγωγής θα βασιστεί σε: δίαιτες αργής ανάπτυξης (χαμηλότερο κόστος σίτισης), 6μηνη περίοδος εκτροφής, προσαρμογή σε συστήματα ελεύθερης βοσκής ή/και βιολογικής γεωργίας, υψηλή τιμή λιανικής, και παραγωγή εξειδικευμένου προϊόντος.

04

**ΠΑΡΑΓΩΓΗ
ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑΣ
ΕΛΙΑΣ
ΜΕ ΠΡΟΒΙΟΤΙΚΑ**

Οι προβιοτικές επιτραπέζιες ελιές είναι μια λειτουργική τροφή υψηλής προστιθέμενης αξίας που συνδυάζει την παραδοσιακή ζύμωση πράσινων ελιών με τη χρήση αρχικών καλλιεργειών βακτηρίων γαλακτικού οξέος με προβιοτικό δυναμικό. Ο πρωτοποριακός χαρακτήρας αυτού του φαγητού βασίζεται στην επιλογή ζυμομηκύτων που έχουν απομονωθεί από ελληνικές ποικιλίες επιτραπέζιας ελιάς. Η χρήση αυτών των μικροοργανισμών στην επεξεργασία της επιτραπέζιας ελιάς προσφέρει διπλό όφελος καθώς βοηθά στην επίτευξη μιας βελτιωμένης διαδικασίας ζύμωσης με σταθερά και υψηλής ποιότητας τελικά προϊόντα και ταυτόχρονα χορηγεί προβιοτικά βακτήρια στον ανθρώπινο οργανισμό. Η χρήση αυτών των βακτηρίων θα μπορούσε να επεκταθεί και σε άλλα τρόφιμα που έχουν υποστεί ζύμωση.

Σχέδιο Επιχειρηματικού Μοντέλου

Η δημιουργία ενός επιχειρηματικού μοντέλου αποτελεί μια διεργασία που θα μπορούσε να γίνει σε ατομικό ή ομαδικό επίπεδο. Θεωρητικά, υπάρχουν πολυάριθμες επιλογές, καθώς τα επιχειρηματικά μοντέλα βασίζονται στις επιθυμίες και τα προσωπικά οράματα όσων επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Ένα διαδεδομένο και χρήσιμο εργαλείο για την ανάπτυξη του επιχειρηματικού μοντέλου είναι το «Σχέδιο Επιχειρηματικό Μοντέλου-ΣΕΜ».

Δύο είναι οι βασικές πηγές πληροφοριών που χρειαζόμαστε για τη δημιουργία ενός επιχειρηματικού μοντέλου για μια επιχείρηση του αγροδιατροφικού τομέα: 1. Μια προκαταρκτική ανάλυση που θα περιλαμβάνει στοιχεία όπως ο όγκος και η εποχικότητα της δραστηριότητας, στοιχεία τιμών και αγοράς και 2. Μια ανάλυση των πόρων και δυνατοτήτων του νησιού που σχετίζονται άμεσα με την συγκεκριμένη δραστηριότητα. Με τη βοήθεια των πληροφοριών αυτών μπορούμε να συμπληρώσουμε τα πεδία του Σχεδίου.

Το Σχέδιο Επιχειρηματικού Μοντέλου (ΣΕΜ) περιλαμβάνει 9 πεδία:

Μεγάλη σημασία έχει και η σειρά με την οποία συμπληρώνονται τα πεδία που βρίσκονται στο ΣΕΜ. Η προτεινόμενη σειρά συμπλήρωσης των πεδίων είναι η πιο κάτω:

01

ΑΞΙΑ/ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ

Τι αξία παρέχουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;

Ποιο πρόβλημα κάθε πελατειακής ομάδας βοηθάμε να λυθεί;

Τι δέσμες προϊόντων και/η υπηρεσιών προσφέρουμε σε κάθε πελατειακή ομάδα;

Ποιες ανάγκες κάθε πελατειακής ομάδας ικανοποιούμε;

Ποιο είναι το «ελάχιστο βιώσιμο» προϊόν;

02

ΠΕΛΑΤΕΣ

Για ποιες πελατειακές ομάδες δημιουργούμε αξία;
Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί μας πελάτες;
Πως διαφοροποιούνται δημογραφικά και ψυχογραφικά;

03

ΔΙΚΤΥΑ

Μέσω ποιων καναλιών επιθυμούν οι πελάτες μας να τους προσεγγίσουμε;
Πως τους προσεγγίζουν άλλες εταιρείες;
Ποια κανάλια είναι πιο αποδοτικά; Με τι κόστος;
Πως συνδέονται με τις συνήθειες των πελατών;

04

ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Πως διαχειριζόμαστε την προσέγγιση, απόκτηση εξυπηρέτηση αύξηση και πιστότητα των πελατών;
Πως διασυνδέονται με τα λοιπά στοιχεία του business model;

05

ΕΣΟΔΑ

Για ποια παρεχόμενη αξία οι πελάτες δέχονται να πληρώσουν;
Τι αγοράζουν και τι/πως πληρώνουν σήμερα;
Πως θα προτιμούσαν να πληρώσουν;
Πως τα επιμέρους έσοδα συμβάλλουν στα συνολικά έσοδα ανά ροή εσόδου;

06

ΚΥΡΙΟΙ ΠΟΡΟΙ

Ποιους κύριους πόρους/μέσα απαιτούν;
Η προτεινόμενη αξία;
Τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής;
Οι πελατειακές σχέσεις;
Οι ροές εσόδων;

07

ΚΥΡΙΟΙ
ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

- Ποιοι είναι οι κύριοι συνεργάτες μας;
- Ποιοι είναι οι κύριοι προμηθευτές μας;
- Ποια σημαντικά μέσα αποκτάμε από συνεργάτες μας;
- Ποιες κύριες δραστηριότητες εκτελούν συνεργάτες μας;

08

ΚΥΡΙΕΣ
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

- Ποιες καθοριστικές εσωτερικές εταιρικές διεργασίες απαιτούν;
- Η προτεινόμενη αξία;
- Τα κανάλια επικοινωνίας και διανομής;
- Οι ροές εσόδων;

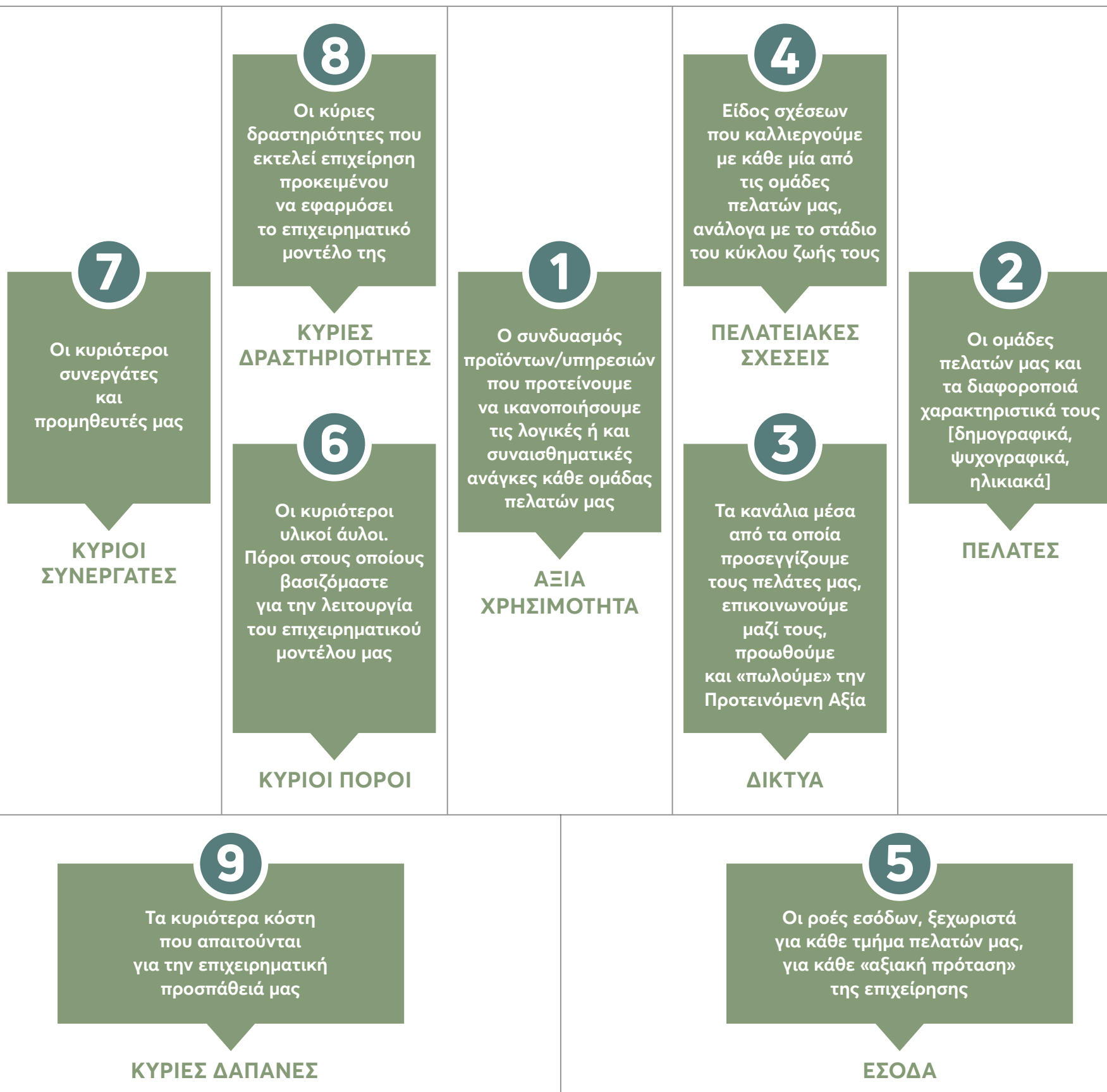
09

ΚΥΡΙΕΣ
ΔΑΠΑΝΕΣ

- Ποια είναι τα πλέον σημαντικά κόστη του business model μας;
- Ποια από τα απαιτούμενα μέσα είναι τα πλέον δαπανηρά;
- Ποιες από τις απαιτούμενες εσωτερικές διεργασίες είναι οι πλέον δαπανηρές;

Αφού οριστικοποιηθεί το Σχέδιο Επιχειρηματικού Μοντέλου, ακολουθεί η φάση ποσοτικοποίησης και υλοποίησής του. Αυτή είναι μια διαδικασία κατά την οποία συλλέγονται στοιχεία και διερευνάται η εγκυρότητα των παραδοχών και των υποθέσεων που έγιναν για τη σύνθεση του Σχεδίου. Μετά, συντάσσονται όπου απαιτούνται επιμέρους Επιχειρηματικά Σχέδια (business plans) βασισμένα στο Σχέδιο Επιχειρηματικού Μοντέλου και ξεκινά η υλοποίηση της επιχειρηματικής προσπάθειας. Σε αυτή την φάση είναι σημαντικό να ανατρέχουμε, να επικαιροποιούμε, να διορθώνουμε και να ανασκευάζουμε το Επιχειρηματικό Μοντέλο.

ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ



Παράδειγμα ΣΕΜ

Αξιοποίηση των αποβλήτων και παραπροϊόντων της ελιάς

ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Ελαιοπαραγωγοί

Ακαδημαϊκός τομέας

ΚΥΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Επεξεργασία υγρών αποβλήτων και παραπροϊόντων

Συλλογή και μεταφορά αποβλήτων και παραπροϊόντων

Έρευνα και ανάπτυξη

ΠΡΟΤΑΣΗ ΑΞΙΑΣ

Βιοκαύσιμο

Λίπασμα

Πυρηνέλαιο

ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Ανάπτυξη σχέσεων με τοπικούς παραγωγούς για την προμήθεια προϊόντων

Ακαδημαϊκοί και βιομηχανικοί πελάτες για την παροχή λύσεων έρευνας

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΕΛΑΤΩΝ

Επιχείρηση προς πελάτη

Επιχείρηση προς επιχείρηση

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΙ ΠΟΡΟΙ

Κλαδιά και φύλλα ελιάς

Υγρά απόβλητα Ελαιοπυρήνα

ΚΑΝΑΛΙΑ

Βιομηχανίες Λιανικοί/χονδρικοί πωλητές Ηλεκτρονικό κατάστημα

Ιστοσελίδες Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

ΔΟΜΗ ΚΟΣΤΟΥΣ

Εξοικονόμηση κόστους

Προμήθεια πρώτων υλών

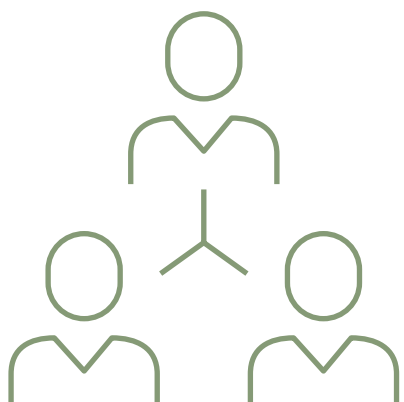
Επένδυση σε τεχνολογίες

ΡΟΕΣ ΕΣΟΔΩΝ

Υψηλότερες τιμές σε σχέση με τα απλά λιπάσματα

04

Ο ΡΟΛΟΣ
ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ
ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ
ΤΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ



Σε αυτή την ενότητα ο εκπαιδευτής
απευθύνεται στα μέλη του Συνεταιρισμού
συμπεριλαμβανομένων και ευάλωτων ατόμων.

Για τον λόγο αυτό κρίνεται σκόπιμο να ξεκινήσει η ενότητα
με βιωματικές ασκήσεις εμπύχωσης ομάδας και ενεργοποίησης.

ΣΤΟΧΟΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Στο τέλος αυτής της ενότητας,
οι εκπαιδευόμενοι θα μπορούν να:

1. Να αναγνωρίζουν τις διαφορές ενός συνεταιρισμού από μια κεφαλαιουχική εταιρεία

ΑΤΟΜΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Αφού γίνει η παρουσίαση των διαφορών συνεταιρισμών και κεφαλαιουχικών εταιρειών από τον εκπαιδευτή και αναλυθούν οι αιτίες που δημιουργούν την ανάγκη δημιουργίας ενός συνεταιρισμού, ζητείται από τους εκπαιδευόμενους να αξιολογήσουν ποια από τις παραπάνω αιτίες θεωρούν σημαντικότερες και πιο σχετικές στην δική τους περίπτωση.

2. Έχουν κατανοήσει τις βασικές οργάνωσης και διαχείρισης ενός συνεταιρισμού

ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Αφού γίνει παρουσίαση των βασικών αρχών οργάνωσης και διαχείρισης ενός συνεταιρισμού, οι εκπαιδευόμενοι συζητούν σχετικά με το ποιο κατά τη γνώμη τους είναι το στοιχείο της οργάνωσης και διοίκησης που δυσκολεύει περισσότερο τους σημερινούς συνεταιρισμούς.



3. Έχουν κατανοήσει πώς να εφαρμόζουν στην πράξη για τον συνεταιρισμό τους τις 7 Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές (εθελοντική και ανοιχτή συμμετοχή, δημοκρατικός έλεγχος από τα μέλη, χρηματοδότηση από τα μέλη, αυτονομία και ανεξαρτησία, παροχή εκπαίδευσης και πληροφόρησης στα μέλη, συνεργασία μεταξύ συνεταιρισμών, ενδιαφέρον για την Κοινότητα)

ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ

Γίνεται συζήτηση για την αξία των διεθνών συνεταιριστικών αρχών σήμερα, καθώς και για το ποια/ποιες από αυτές θεωρούν οι εκπαιδευόμενοι σημαντικότερη/ες.

04

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Ορισμός του Συνεταιρισμού

Ο συνεταιρισμός μπορεί να και έχει οριστεί με πολλούς εναλλακτικούς τρόπους. Για παράδειγμα:

1. ΣΥΛΛΟΓΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ο συνεταιρισμός είναι μια μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας όπου άτομα ή επιχειρήσεις συνεργάζονται για τη δημιουργία μιας οικονομικής οντότητας, με σκοπό την κοινή επωφελή συνεργασία και την ανταγωνιστικότητα στην αγορά.

2. ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Ο συνεταιρισμός αναφέρεται στη δημιουργία ενός οργανισμού ή επιχείρησης από ένα ομάδα ατόμων ή οντοτήτων που συνεργάζονται για την επίτευξη κοινών στόχων και την μοιρασιά των οφελών με βάση την αρχή της αλληλεγγύης.

3. ΕΝΙΑΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΟΝΤΟΤΗΤΑ

Ο συνεταιρισμός αναφέρεται στην δημιουργία μιας ενιαίας οικονομικής οντότητας από τα μέλη του, όπου η εξουσία και τα κέρδη διανέμονται δίκαια και ισότιμα.

4. ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ

Ο συνεταιρισμός μπορεί να περιγραφεί ως ένα οργανωμένο κοινωνικό δίκτυο, όπου οι συνεταίροι συνεργάζονται για να επιτύχουν οικονομικούς, κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς στόχους.

5. ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο συνεταιρισμός αντιπροσωπεύει μια μορφή

οικονομικής οργάνωσης που έχει ως στόχο την αντιμετώπιση των ανισοτήτων και την προώθηση της δικαιοσύνης στην οικονομία.

6. ΚΟΙΝΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΤΟΧΟΣ

Ο συνεταιρισμός προωθεί τη συνεργασία μεταξύ ατόμων ή επιχειρήσεων που έχουν έναν κοινό επιχειρηματικό στόχο, επιτρέποντας την κοινή εκμετάλλευση των πόρων και των δυνατοτήτων.

7. ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Ο συνεταιρισμός βασίζεται στη συνεργατική προσέγγιση όπου οι συνεταίροι συνεργάζονται από κοινού για την επίτευξη κοινών στόχων, αντί να ανταγωνίζονται μεταξύ τους.

Ωστόσο, όλοι οι παραπάνω ορισμοί αναφέρονται σε μια οργάνωση/επιχείρηση, η οποία ανήκει στους χρήστες των υπηρεσιών που παρέχει, ελέγχεται/διοικείται από αυτούς και αποδίδει τα οφέλη που δημιουργεί σε αυτούς τους ίδιους χρήστες. Πρόκειται για μια επιχείρηση με κολοσσιαίες διαφορές από τα άλλα είδη επιχειρήσεων και οργανισμών. Ιδιαίτερα σημαντικές είναι οι διαφορές μεταξύ συνεταιρισμού και κεφαλαιουχικής εταιρείας.

Διαφορές μεταξύ Συνεταιρισμού και Κεφαλαιουχικής Εταιρείας

Οι συνεταιρισμοί και οι κεφαλαιουχικές εταιρείες είναι δύο διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων με διαφορετικούς σκοπούς και δομές. Στον παρακάτω οδηγό, θα εξετάσουμε τις κύριες διαφορές μεταξύ αυτών των δύο επιχειρηματικών μοντέλων και θα παραθέσουμε παραδείγματα για καλύτερη κατανόηση.

1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ

Ο συνεταιρισμός είναι μια επιχείρηση που δημιουργείται από μια ομάδα ανθρώπων με κοινά συμφέροντα. Ο βασικός του σκοπός είναι η ικανοποίηση των αναγκών και των συμφερόντων των μελών του, ενώ τα κέρδη κατανέμονται συνήθως σύμφωνα με την προσφορά και τη συμμετοχή των μελών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας συνεταιρισμός μπορεί να είναι μια αγροτική συνεταιριστική τράπεζα, όπου οι γεωργοί συνεργάζονται για να έχουν πρόσβαση σε φθηνά δάνεια και άλλες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Τα κέρδη που προκύπτουν από τη λειτουργία της τράπεζας κατανέμονται στα μέλη της, με βάση τον όγκο των συναλλαγών τους με την τράπεζα.

Αντίθετα, μια κεφαλαιουχική εταιρεία μπορεί να είναι μια δημόσια εταιρεία που εκδίδει μετοχές στο χρηματιστήριο. Οι επενδυτές αγοράζουν μετοχές με την ελπίδα ότι η αξία τους θα αυξηθεί, και τα κέρδη της εταιρείας διανέμονται στους μετόχους με τη μορφή μερισμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Η κεφαλαιουχική εταιρεία είναι μια επιχείρηση που δημιουργείται με στόχο τη μεγιστοποίηση των κερδών των μετόχων της. Οι μετόχοι επενδύουν κεφάλαιο στην εταιρεία με την ελπίδα να προσγειώσουν κέρδη από την αύξηση της αξίας των μετοχών τους.

2. ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ

Οι συνεταιρισμοί συνήθως λειτουργούν με τη συμμετοχική συμμετοχή των μελών στη λήψη αποφάσεων και τη διαχείριση της επιχείρησης. Κάθε μέλος έχει έναν ψήφο, ανεξαρτήτως του μεγέθους της συνεισφοράς του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Ο έλεγχος της κεφαλαιουχικής εταιρείας βρίσκεται συνήθως στα χέρια των μετόχων με βάση τον αριθμό των μετοχών που κατέχουν. Οι μετόχοι με τις περισσότερες μετοχές έχουν μεγαλύτερη επιρροή στις αποφάσεις της εταιρείας.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Σε μια συνεταιριστική αγοραστική εταιρεία, κάθε γεωργός μέλος έχει ίση εξουσία στο να αποφασίσει ποια προϊόντα θα αγοραστούν για τον συνεταιρισμό. Ο αριθμός των μελών δεν επηρεάζει την επιρροή του καθενός.

Αντίθετα, σε μια κεφαλαιουχική εταιρεία, οι μεγαλύτεροι μέτοχοι με τις περισσότερες μετοχές έχουν περισσότερη επιρροή στις αποφάσεις της εταιρείας. Για παράδειγμα, μια εταιρεία με μεγάλο μετοχικό κεφάλαιο μπορεί να έχει μια ηγετική ομάδα μετόχων που λαμβάνει σημαντικές αποφάσεις για την εταιρεία.

3. ΚΑΤΟΧΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ**

Οι μελλοντικοί συνεταίριοι συνήθως συνεισφέρουν ένα σταθερό ποσό ως εγγυητική κατάθεση για να γίνουν μέλη του συνεταιρισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

Οι κεφαλαιουχικές εταιρείες εκδίδουν μετοχές προς πώληση στους επενδυτές, και αυτοί επενδύουν το κεφάλαιό τους για την απόκτηση των μετοχών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας συνεταιρισμός αγροτών μπορεί να απαιτεί από κάθε νέο μέλος να καταβάλει μια εγγυητική κατάθεση ύψους 1.000 ευρώ για να γίνει μέλος και να απολαμβάνει τα οφέλη του συνεταιρισμού.

Σε μια κεφαλαιουχική εταιρεία, οι επενδυτές αγοράζουν μετοχές στην ανοιχτή αγορά, χρηματοδοτώντας έτσι την εταιρεία και γίνοντας μέτοχοι με βάση τον αριθμό των μετοχών που αποκτούν.

Συνοψίζοντας, οι συνεταιρισμοί και οι κεφαλαιουχικές εταιρείες είναι διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων με διαφορετικούς σκοπούς, δομές και τρόπους λειτουργίας. Η επιλογή μεταξύ αυτών των μοντέλων εξαρτάται από τους στόχους και τις ανάγκες των ιδρυτών και των μελών της επιχείρησης.

Οργάνωση και Διαχείριση Συνεταιρισμού

Βασικές Αρχές και Πρακτικές

Οι συνεταιρισμοί αποτελούν ένα μοναδικό μοντέλο επιχειρηματικότητας που βασίζεται στη συνεργασία και την αλληλεγγύη των μελών τους. Η επιτυχία ενός συνεταιρισμού εξαρτάται από την αποτελεσματική οργάνωση και διαχείριση των πόρων και των δραστηριοτήτων του. Παρακάτω, θα εξετάσουμε τις βασικές αρχές οργάνωσης και διαχείρισης ενός συνεταιρισμού.

1. ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΑΞΙΩΝ

Η πρώτη και πιο σημαντική αρχή είναι η κοινοποίηση των στόχων και των αξιών του συνεταιρισμού σε όλα τα μέλη. Οι συνεταιρισμοί συχνά έχουν κοινωνικούς, οικονομικούς ή περιβαλλοντικούς στόχους που πρέπει να τηρούνται.

2. ΑΥΤΟΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Στους συνεταιρισμούς, τα μέλη συμμετέχουν ενεργά στη λήψη αποφάσεων και στη διαχείριση των δραστηριοτήτων. Κάθε μέλος έχει δικαίωμα ψήφου και συμμετέχει στη διαμόρφωση της επιχειρησιακής στρατηγικής.

3. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Η αρχή της δημοκρατίας είναι θεμελιώδης στους

συνεταιρισμούς. Οι αποφάσεις λαμβάνονται με δημοκρατικές διαδικασίες, όπου κάθε μέλος έχει ίση επιρροή.

4. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΚΑΙ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗ

Οι συνεταιρισμοί βασίζονται στην αρχή της αλληλεγγύης και της συνεργασίας μεταξύ των μελών τους. Η αλληλεγγύη εκφράζεται συχνά μέσω της αναδιανομής των κερδών σε βάρος των αναγκών των μελών.

5. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ

Η διατήρηση οικονομικής σταθερότητας είναι κρίσιμη. Ο συνεταιρισμός πρέπει να διαχειρίζεται τους οικονομικούς πόρους του με προσοχή και αποτελεσματικότητα για να εκπληρώσει τους στόχους του.

6. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

Η εκπαίδευση και η συνεχής ενημέρωση των μελών είναι απαραίτητες για να διατηρηθεί η καλή λειτουργία του συνεταιρισμού. Οι μέλη πρέπει να γνωρίζουν τα δικαιώματά τους και τις υποχρεώσεις τους.

7. ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ

Οι συνεταιρισμοί συχνά έχουν κοινωνική ευθύνη προς την τοπική κοινότητα και το περι-

βάλλον. Πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο των δραστηριοτήτων τους.

8. ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΝΟΙΚΤΟΤΗΤΑ

Η διαφάνεια και η ανοικτότητα στη λήψη αποφάσεων και τη διαχείριση των πόρων είναι σημαντικές για την εμπιστοσύνη των μελών και την αποτελεσματική λειτουργία του συνεταιρισμού.

Συνοψίζοντας, η οργάνωση και η διαχείριση ενός συνεταιρισμού απαιτούν την εφαρμογή συγκεκριμένων αρχών και πρακτικών που βασίζονται στη συνεργασία, τη δημοκρατία και τη διαφάνεια. Με την τήρηση αυτών των αρχών, οι συνεταιρισμοί μπορούν να επιτύχουν τους κοινωνικούς και οικονομικούς τους στόχους και να προσφέρουν οφέλη στα μέλη τους και στις τοπικές κοινότητες.

Εφαρμογή των 7 Διεθνών Συνεταιριστικών Αρχών στην Πράξη

Οδηγίες για Επιτυχημένους Συνεταιρισμούς

Οι 7 Διεθνείς Συνεταιριστικές Αρχές είναι ένα σημαντικό πλαίσιο που καθορίζει τις βασικές αρχές και αξίες που πρέπει να καθοδηγούν τη λειτουργία των συνεταιρισμών σε όλο τον κόσμο. Αυτές οι αρχές αποτελούν τη βάση για την επιτυχημένη λειτουργία ενός συνεταιρισμού και την επίτευξη των στόχων του. Σε αυτό το κείμενο, θα εξετάσουμε κάθε αρχή και πώς μπορεί να εφαρμοστεί στην πράξη για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου συνεταιρισμού. Επιπλέον θα εξετάσουμε παραδείγματα από την εφαρμογή των αρχών αυτών καθώς και πιθανά προβλήματα και λύσεις.

1. ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΑΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Για να εφαρμοστεί αυτή η αρχή, ο συνεταιρισμός πρέπει να διασφαλίσει ότι η διαχείριση των οικονομικών πόρων είναι διαφανής και υπόκειται σε ελέγχους. Ένας καλός τρόπος για αυτό είναι η καθιέρωση εσωτερικού ελέγχου και η δημοσίευση ετήσιων οικονομικών αναφορών για τα μέλη.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας αγροτικός συνεταιρισμός που παράγει γαλακτοκομικά προϊόντα παρουσιάζει ετήσια οικονομικά στοιχεία σε όλα τα μέλη του, επιτρέποντάς τους να ελέγχουν τη διαχείριση των πόρων.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Μεγάλοι συνεταιρισμοί μπορεί να αντιμετωπίζουν δυσκολίες στη διατήρηση της διαφάνειας λόγω του μεγάλου όγκου των δεδομένων.

ΛΥΣΗ

Ο αυτοματοποιημένος υπολογισμός και η χρήση λογισμικών διαχείρισης μπορούν να διευκολύνουν τη διαχείριση και την παρουσίαση των οικονομικών δεδομένων.

2. ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΛΗ

Για να εφαρμοστεί αυτή η αρχή, ο συνεταιρισμός πρέπει να διασφαλίσει ότι τα μέλη έχουν την ευκαιρία να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων και στην εκλογή της διοίκησης. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω τακτικών γενικών συνελεύσεων και εκλογών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας κοινωνικός συνεταιρισμός που παρέχει υπηρεσίες φροντίδας υγείας επιτρέπει στα μέλη του να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων μέσω των γενικών συνελεύσεων.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Ορισμένα μέλη μπορεί να μην επιθυμούν ή να μην έχουν τον χρόνο να συμμετέχουν στις συνελεύσεις.

ΛΥΣΗ

Η δημιουργία διαδικτυακών πλατφορμών για την ψηφοφορία ή η οργάνωση μικρών ομάδων εργασίας για συγκεκριμένα θέματα μπορούν να βοηθήσουν στην ενεργό συμμετοχή.

3. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Η αρχή αυτή προσκαλεί τα μέλη να συμμετέχουν ενεργά στη λειτουργία του συνεταιρισμού. Μια καλή πρακτική είναι να δημιουργηθούν επιτροπές ή ομάδες εργασίας για την ανάλυση και την υλοποίηση έργων ή προγραμμάτων που αφορούν τα μέλη.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας συνεταιρισμός καλλιεργητών φρούτων διοργανώνει εκπαιδευτικά σεμινάρια για τα μέλη του για να μάθουν νέες τεχνικές καλλιέργειας.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Ορισμένα μέλη μπορεί να μην είναι ενθουσιασμένα ή να μην έχουν τον χρόνο να συμμετάσχουν σε τέτοια εκπαιδευτικά προγράμματα.

ΛΥΣΗ

Η ανάπτυξη διαδικτυακών εκπαιδευτικών πόρων ή η οργάνωση εκδηλώσεων σε διαφορετικές ώρες και τοποθεσίες μπορεί να βοηθήσει στην ευκολότερη πρόσβαση των μελών.

4. ΑΥΤΟΒΟΗΘΕΙΑ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Η αυτοβοήθεια ενθαρρύνει τα μέλη να βοηθούν ο ένας τον άλλον σε διάφορα θέματα, όπως η εκπαίδευση, η ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων, ή η εξάλειψη των αδυναμιών του συνεταιρισμού.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας συνεταιρισμός αγροτών ανταλλάσσει γνώσεις και εμπειρίες για την αντιμετώπιση ασθενειών των φυτών χωρίς την ανάγκη για εξωτερικούς εμπειρογνώμονες.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Οι αγρότες μπορεί να αντιμετωπίσουν προβλήματα στην εξειδίκευση σε εξειδικευμένα θέματα όπως η αγροτική χημεία.

ΛΥΣΗ

Η πρόσβαση σε εξειδικευμένους συμβούλους ή η συνεργασία με επιστήμονες μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που υπερβαίνουν τις δυνατότητες τους.

5. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

Η εκπαίδευση των μελών είναι κρίσιμη για την επιτυχία του συνεταιρισμού. Ο συνεταιρισμός μπορεί να οργανώνει εκπαιδευτικά προγράμματα, σεμινάρια και εκδηλώσεις για την ενίσχυση των γνώσεων των μελών.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας συνεταιρισμός καλλιεργητών βιολογικών προϊόντων προσφέρει σεμινάρια για την εκπαίδευση των μελών του σχετικά με τις οργανικές πρακτικές και την πιστοποίηση.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Οι καλλιεργητές μπορεί να μην έχουν πρόσβαση σε εξειδικευμένους εκπαιδευτές ή να αντιμετωπίζουν προβλήματα στην προσαρμογή των νέων πρακτικών.

ΛΥΣΗ

Η δημιουργία τοπικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων με την υποστήριξη ειδικών συνεργατών μπορεί να βοηθήσει στην αποκόμιση οφελών από την εκπαίδευση.

6. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΑΛΛΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ

Η αρχή αυτή ενθαρρύνει τον συνεταιρισμό να συνεργάζεται με άλλους συνεταιρισμούς για την επίτευξη κοινών στόχων. Αυτή η συνεργασία μπορεί να περιλαμβάνει την αγορά πρώτων υλών, την κοινή διάθεση προϊόντων ή υπηρεσιών, ή ακόμα και τη διαμόρφωση πολιτικής.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Διάφοροι αλιευτικοί συνεταιρισμοί συνεργάζονται για την κοινή αγορά και διανομή των αλιευτικών προϊόντων.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Οι διάφοροι συνεταιρισμοί μπορεί να αντιμετωπίσουν δυσκολίες στον συντονισμό των δραστηριοτήτων τους.

ΛΥΣΗ

Η δημιουργία μιας κεντρικής επικοινωνίας ή του κοινού συνεταιριστικού οργανισμού μπορεί να βοηθήσει στον αποτελεσματικό συντονισμό.

7. ΔΡΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ

Ο συνεταιρισμός δεν είναι μόνο ένας τρόπος επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά και ένα εργαλείο για την κοινωνική αλλαγή. Οι συνεταιρισμοί μπορούν να εμπλακούν σε προγράμματα κοινωνικής υποστήριξης και προγράμματα βιώσιμης ανάπτυξης.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ

Ένας συνεταιρισμός παραγωγής ανανεώσιμης ενέργειας διαθέτει ένα ποσοστό των κερδών του για την υποστήριξη κοινοτικών προγραμμάτων για την προστασία του περιβάλλοντος.

ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Οι πόροι για κοινωνικές πρωτοβουλίες μπορεί να είναι περιορισμένοι.

ΛΥΣΗ

Η δημιουργία εταιρικών σχέσεων με οργανισμούς ή την αξιοποίηση επιδοτήσεων για κοινωνικά προγράμματα μπορεί να επιτρέψει στον συνεταιρισμό να επιτύχει τους στόχους της κοινωνικής αλλαγής.

Η εφαρμογή αυτών των επτά Διεθνών Συνεταιριστικών Αρχών δεν είναι πάντοτε απλή και απαιτεί αφοσίωση, συνεργασία και διαρκή προσπάθεια από τα μέλη ενός συνεταιρισμού. Με τη σωστή εφαρμογή, ένας συνεταιρισμός μπορεί να επιτύχει τους στόχους του και να δημιουργήσει βιώσιμη και αξιοκρατική επιχειρηματική δραστηριότητα που εξυπηρετήσει τα μέλη του αλλά και το σύνολο της κοινότητάς του.





Το Έργο



InSusAgri

συγχρηματοδοτείται
από το Πρόγραμμα Erasmus+
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ
ΤΟΜΕΑ ΨΥΧΙΚΗΣ ΥΓΕΙΑΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI NAPOLI
FEDERICO II