

Οι ελληνικές εξαγωγές προϊόντων αγροδιατροφής ενισχύθηκαν, κατά 30%, από το 2012

2016/08/07 17:44 στην κατηγορία LOGISTICS

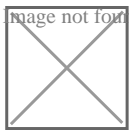
Ενισχυμένες κατά περίπου 30%, συνολικά, εμφανίζονται από το 2012 έως σήμερα οι ελληνικές εξαγωγές προϊόντων αγροδιατροφής, παρά το έντονο υφεσιακό κλίμα, γεγονός που αποδεικνύει ότι ο συγκεκριμένος κλάδος παραμένει ένας από τους σημαντικότερους και πιο δυναμικούς εξαγωγικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας, όπως επισημαίνει ο πρόεδρος του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ), δρ. Κυριάκος Λουφάκης.

Ωστόσο και παρά την αύξηση των εξαγωγών, το εμπορικό ισοζύγιο στον κλάδο διαχρονικά διαμορφώνεται ελλειμματικό, σύμφωνα με σχόλιο του κ. Λουφάκη στη μηνιαία αναφορά για τις εξαγωγές (Monthly Export Report), που εκδίδει το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών (ΙΕΕΣ) του ΣΕΒΕ.

Πού κατευθύνονται οι ελληνικές εξαγωγές αγροδιατροφικών προϊόντων και γιατί η Ασία μπορεί να αποτελέσει στόχο

Σε ό,τι αφορά τους προορισμούς, οι ενδοκοινοτικές αγορές παραδοσιακά απορροφούν περίπου το 70% των ελληνικών αγροτικών προϊόντων. Κυριότεροι προορισμοί για τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα, διεθνώς, είναι κατά σειρά η Ιταλία (μερίδιο 22%), η Γερμανία (11%), οι ΗΠΑ (5%), η Βουλγαρία (5%), το Ηνωμένο Βασίλειο (5%), η Κύπρος (4%) και η Ολλανδία (4%).

Image not found or type unknown



«Είναι γεγονός ότι λόγω της παρατεταμένης κρίσης των τελευταίων ετών, η κατανάλωση νωπών αγροτικών προϊόντων έχει μειωθεί δραστικά στις χώρες της κεντρικής και ανατολικής Ευρώπης, που αποτελούσαν σημαντικές αγορές. Για αυτόν τον λόγο, ο ΣΕΒΕ έχει επανειλημμένα επισημάνει την ανάγκη στοχευμένης προώθησης των ελληνικών αγροτικών προϊόντων σε χώρες με αυξανόμενο ρυθμό ανάπτυξης και μεγάλο πληθυσμό, όπως η Κίνα και η Ινδία, οι οποίες θα πρέπει να αποτελέσουν εναλλακτικές αγορές για τα αγροτικά μας προϊόντα», σημειώνει ο κ. Λουφάκης.

Ενδεικτικά, αναφέρει ότι οι μακρινές αγορές της Ασίας θα μπορούσαν να αποτελέσουν στόχο για εξαγωγές ακτινιδίων και σταφυλιών, καθώς πρόκειται για φρούτα υψηλής ζήτησης και θρεπτικής αξίας, που διατηρούνται για ικανό χρονικό διάστημα σε ψυγεία και μπορούν να μεταφερθούν και θαλάσσια, χωρίς αλλοίωση της ποιότητάς τους. Αντίστοιχη πολιτική ακολουθούν, ήδη, με επιτυχία άλλες κοινοτικές μεσογειακές αγορές, όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Γαλλία.

Σοβαρά δομικά προβλήματα αλλά και θετικά χαρακτηριστικά στον αγροτικό κλάδο

Ο δρ. Λουφάκης σημειώνει ότι ο αγροτικός κλάδος στην Ελλάδα αντιμετωπίζει σοβαρά δομικά προβλήματα, με κυριότερα την πολυτεμαχισμένη γη, τη γήρανση του αγροτικού πληθυσμού, το υψηλό κόστος παραγωγής, τη χαμηλή παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα, τις ευρείες περιφερειακές και τομεακές ανισότητες και τη μεγάλη πτώση στο αγροτικό εισόδημα. Ωστόσο, προσθέτει ότι υπάρχουν αξιόλογα, μοναδικά θετικά στοιχεία, που με την κατάλληλη αξιοποίηση θα μπορούσαν να συμβάλλουν, τόσο στην αντιμετώπιση των εσωτερικών προβλημάτων, όσο και στην επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας.

Image not found or type unknown



Τέτοια θετικά στοιχεία είναι οι ποικιλόμορφες εδαφοκλιματικές συνθήκες που διευκολύνουν την παραγωγή διαφοροποιημένων, ποιοτικών προϊόντων, οι αξιόλογες υποδομές της βιομηχανίας τροφίμων-ποτών, η γεωγραφική θέση της χώρας για προσέγγιση πολλών αγορών, η εξαγωγική εμπειρία σε ορισμένα προϊόντα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης και ίσως το κυριότερο, κατά τη γνώμη μου, το καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό.

«Σύμφωνα με τους ερευνητές των πανεπιστημίων Harvard και MIT, “ο πλούτος των εθνών διαμορφώνεται από γνώσεις και δεξιότητες. Αυτό σημαίνει ότι το συγκριτικό πλεονέκτημα μίας χώρας οικοδομείται αν αυξηθούν οι δεξιότητες που βρίσκονται εγκατεστημένες σε μια οικονομία”. **Και αυτό μπορεί να γίνει μέσα από την αναζήτηση ξένων επενδύσεων που θα ενισχύσουν και θα εμπλουτίσουν την υφιστάμενη παραγωγική δυναμικότητα της χώρας.**

Επιπλέον, η μεσογειακή διατροφή είναι ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, τη φήμη του οποίου πρέπει να εκμεταλλευτούμε» αναφέρει ο κ. Λουφάκης και προσθέτει ότι πρόταση του ΣΕΒΕ είναι η συντονισμένη και αποτελεσματική συνεργασία των συναρμόδιων υπουργείων και των εξαγωγικών φορέων για την ενίσχυση της εξωστρέφειας του κλάδου, με κύριο σκοπό τον ορισμό συγκεκριμένων αγορών-στόχων, τη δημιουργία εθνικού brand στον αγροδιατροφικό τομέα, τη διασφάλιση

προϋποθέσεων εισόδου στις ξένες αγορές και τον σχεδιασμό και την υλοποίηση δράσεων προώθησης.