

## Γνωρίζοντας/ Μελετώντας την τοπογραφία: ανάγκες και ευκαιρίες στον αμπελοοινικό τομέα

### Περίληψη των κυριότερων σημείων

Οι ερευνητικές δραστηριότητες στο πλαίσιο του The Wine Lab αποσκοπούσαν στη δημιουργία του θεωρητικού και πρακτικού υπόβαθρου του έργου, στη μάθηση μέσα από το πλαίσιο αυτό, στην ενημέρωση σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις στον τομέα, καθώς και στον εντοπισμό των αντιλαμβανόμενων ευκαιριών, των περιορισμών και των αναγκών του τομέα.

Πραγματοποιήθηκαν διαβουλεύσεις με διαφορετικές ομάδες - στόχους με τη χρήση ποικίλων μέσων, και συγκεκριμένα την τεχνική Delphi για εμπειρογνώμονες, ημιδομημένες συνεντεύξεις για τους οινοποιούς, τους υπεύθυνους για τη χάραξη πολιτικής και τους βασικούς τοπικούς ερωτηθέντες, καθώς και μια ηλεκτρονική έρευνα για τους μαθητές. Όλα αυτά είχαν προηγουμένα σχεδιαστεί με βάση μια προκαταρκτική ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, η οποία αποτέλεσε επίσης το σημείο εκκίνησης για τη σύγκριση με τα συλλεχθέντα δεδομένα στους τομείς έρευνας και έχει ακολούθως εμπλουτιστεί με στοιχεία που αναλύθηκαν μέσω έρευνας σχετικά με τις τρέχουσες πρακτικές συνεργασίας πανεπιστημίων-επιχειρήσεων στον τομέα του οίνου.

Οι τομείς που διερευνήθηκαν, μέσω διαφορετικής ανάπτυξης απέναντι στους στόχους και με την εφαρμογή ποικίλων μεθόδων συλλογής, ήταν οι ακόλουθοι:

- Δυσκολίες των οινοποιείων που βρίσκονται σε μειονεκτικές περιοχές
- Δυνατότητα συνεργασίας μεταξύ πανεπιστημίων και επιχειρήσεων και δικτύωση σε τοπικό / περιφερειακό επίπεδο μεταξύ οινοποιείων και άλλων ενδιαφερομένων μερών.
- Δυνατότητες εδαφικής επέκτασης, ως δράσεις που βασίζονται στην πολιτιστική κληρονομιά και στην ταυτότητα.
- Αναντιστοιχία δεξιοτήτων και απασχολησιμότητα.

Παράλληλα, διεξήχθη μια έρευνα επικεντρωμένη στη διαμόρφωση πολιτικής καλύπτοντας όλους στους τομείς.

**Τα βασικά συμπεράσματα** μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

#### *Δυσκολίες των οινοποιείων που βρίσκονται σε μειονεκτικές περιοχές*

Σε γενικές γραμμές, τα στοιχεία επιβεβαιώνουν τις δυσκολίες των οινοποιείων που έχουν ήδη εντοπιστεί από τη βιβλιογραφία για τις μικρές επιχειρήσεις, τις γεωργικές επιχειρήσεις και ιδιαίτερα τις οικογενειακές επιχειρήσεις:

- Χαρακτηριστικά των οινοποιείων: τα οικογενειακά κτήματα παρουσιάζουν τα τυπικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις, όπως η μετάβαση στην επόμενη γενιά, η αναγνώριση της ηγεσίας, η περιορισμένη ευελιξία και ούτω καθεξής.
- Μέγεθος των επιχειρήσεων: οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν δυσκολίες αναφορικά με την πρόσβαση τους στις αγορές και με την ισχύ της θέσεως τους στις διαπραγματεύσεις, με τη διάθεση πόρων για να επενδύσουν και να λάβουν δάνεια από τις τράπεζες, με την προσέλκυση ειδικευμένων εργαζομένων, με τη διαχείριση των τμημάτων της επιχείρησης πέραν της παραγωγής (πχ. προγραμματισμός, διοίκηση, προώθηση).
- Γεωγραφική θέση της εταιρείας: η εγκατάστασή της σε μια συγκεκριμένη περιοχή μπορεί να απαιτεί αυξημένη εργασία για την καλλιέργεια σταφυλιών, υψηλότερο κόστος μεταφοράς, παράγοντες που

έχουν επιπτώσεις στην τιμή του τελικού προϊόντος, δυσκολίες στην προσέλκυση εργαζομένων, καθώς και εποχικά εργαζομένων και δύσκολη μηχανοποίηση της παραγωγής.

- Περιορισμένη παραγωγή: η περιορισμένη παραγωγή μπορεί να εμποδίσει τις εξαγωγές και την πιθανότητα προσέγγισης της παγκόσμιας αγοράς. Το μέγεθος θα μπορούσε να επηρεάσει αρνητικά την διαπραγματευτική ισχύ των επιχειρήσεων έναντι των διανομέων και των λιανεμπόρων.
- Γραφειοκρατία: θεωρείται ένα μεγάλο ζήτημα, το οποίο εκλαμβάνεται ως ανασταλτικός παράγοντας της επιχειρηματικής δημιουργικότητας, υπερβολικά χρονοβόρα, αλλά και εμπόδιο στην πρόσληψη νέων / εποχικών εργαζομένων.
- Ελλείψεις εργατικού δυναμικού: ισχύει τόσο για τους εποχικούς, όσο και για τους μόνιμους εργαζόμενους και θεωρείται ότι εξαρτάται από τις προαναφερθείσες δυσκολίες (π.χ. μειονεκτική θέση, μικρή δυνατότητα επένδυσης και έλξης προσωπικού, μέγεθος της επιχείρησης που έχει λίγες θέσεις υψηλού επιπέδου κ.λπ. ).

Ωστόσο, παράλληλα με τις δυσκολίες, έχουν επισημανθεί και τα πλεονεκτήματα των μικρών οινοποιείων, όπως:

- Χαρακτηριστικά των προϊόντων που πωλούνται: η παραγωγή κρασιών υψηλής ποιότητας συντελεί στη θετική φήμη των μικρών οινοποιείων και συμβάλλει στην ενίσχυση της εικόνας της χώρας.
- Η γεωγραφική θέση/ τοποθεσία και το σύνολο της παράδοσης και του πολιτισμού αποτελούν πλεονέκτημα για μικρά οινοποιεία, καθώς και για τοπικές ποικιλίες σταφυλιών.
- Η άσκηση φωλεακού μάρκετινγκ αποτελεί μια μεγάλη ευκαιρία, όχι μόνο για ευρύτερο βαθμό ευελιξίας όσον αφορά στα τμήματα αλλά και για την ευκαιρία χάραξης νέων φωλέων (υποτημάτων) όπου ο βαθμός ανταγωνισμού είναι χαμηλότερος

### **Συνεργασία πανεπιστημίων-επιχειρήσεων και δικτύωση**

- Σχεδόν όλοι οι ερωτηθέντες αντιλαμβάνονται ότι θα μπορούσαν να επωφεληθούν από μια στενότερη σχέση, ωστόσο, καθίσταται επίσης σαφές ότι το χάσμα μεταξύ ερευνητών και επαγγελματιών εξακολουθεί να είναι υψηλό και ο στόχος της συνεργασίας δεν είναι κοινά αποδεκτός.
- Οι σχεσιακοί οδηγοί επιβεβαιώνονται ως θεμελιώδεις για την καθιέρωση θετικών σχέσεων: η οικοδόμηση της συνεργασίας συνεπάγεται επομένως οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ των φορέων.
- Οι παραγωγοί και οι υπεύθυνοι για τη χάραξη πολιτικής δεν συμμερίζονται την ίδια άποψη σχετικά με την τοπική δικτύωση και τις δυνατότητές της: οι παραγωγοί επικεντρώνονται περισσότερο στην αμοιβαία υποστήριξη με τους συναδέλφους τους και τις επιχειρήσεις και τη χρήσιμη συνεργασία με τα πανεπιστήμια, κυρίως για εφαρμοσμένη έρευνα που αντιμετωπίζει τα τρέχοντα προβλήματα εξετάζοντας έπειτα έναν βραχυπρόθεσμο αντίκτυπο. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής βλέπουν τη δικτύωση σε επίπεδο συστήματος, ως συνδυασμένη συνεργασία στον τομέα της έρευνας, ευκαιρίες δια βίου μάθησης, προετοιμασία του μελλοντικού εργατικού δυναμικού (σπουδαστές) εξετάζοντας έπειτα έναν μακροπρόθεσμο αντίκτυπο.
- Η πρακτική άσκηση που είναι η πιο τυπική και ευκολότερη μορφή UBC, αναγνωρίζεται ευρέως ως σημαντική, αλλά και σε αυτή την περίπτωση υπάρχει διαφορετική αντίληψη από κάθε σπουδαστή της ομάδας-στόχου ως "εργαζόμενο" (παραγωγοί) ή ως «μεσολαβητή της καινοτομίας» (πανεπιστήμια) ή ως «μελλοντικό εργαζόμενο» σε προσωπικό επίπεδο (σπουδαστής) ή κοινωνικοοικονομικούς όρους (υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής), γεγονός που επηρεάζει τις προσδοκίες και τις έννοιες της εμπειρίας της πρακτικής άσκησης όλων των εμπλεκόμενων φορέων.
- Η δικτύωση απαιτεί χρόνο, γεγονός που θεωρείται εμπόδιο για την ομαλή ανάπτυξη των περιφερειακών δικτύων.

### *Ανάπτυξη της περιοχής και/μέσω της πολιτιστικής κληρονομιάς*

- Ο τουρισμός αναγνωρίζεται ευρέως ως ο πιο ελπιδοφόρος τομέας ανάπτυξης.
- Συνάφεια με την περιοχή: η εγγύτητα των οινοποιείων προς τους τελικούς καταναλωτές αναγνωρίζεται ως μέσο για τη δημιουργία ενδιαφέροντος για την περιοχή και την πολιτιστική και τουριστική προσφορά της.
- Οι παραγωγοί κρασιού δεν υπολογίζουν σε μεγάλο βαθμό τη δικτύωση ως μέσο για την ανάπτυξη της περιοχής αλλά τονίζουν την ανάγκη χρηματοοικονομικών επενδύσεων από φορείς της πολιτικής.

### *Αναντιστοιχία δεξιοτήτων και απασχολησιμότητα*

- Η αναντιστοιχία των δεξιοτήτων γίνεται αντιληπτή κυρίως από την έλλειψη σχέσης μεταξύ θεωρίας και πρακτικής.
- Η έλλειψη επιχειρησιακών, εμπορικών και χρηματοοικονομικών δεξιοτήτων, που θεωρούνται ότι είναι απαραίτητες σε όλους τους κλάδους, επισημαίνονται τόσο από τους οινοπαραγωγούς, όσο και από τους υπεύθυνους για τη χάραξη πολιτικής, ενώ οι σπουδαστές φαίνεται να μην έχουν επίγνωση της πτυχής αυτής.
- Οι δεξιότητες αναγνωρίζονται ευρέως ως κρίσιμες για την απασχολησιμότητα από όλους τους στόχους.
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας δεν θεωρείται πιθανή, ούτε από τους παραγωγούς, ούτε από τους σπουδαστές: οι δύο στόχοι επικεντρώνονται στην παρούσα κατάσταση και όχι σε μια μελλοντική ευκαιρία (π.χ. δημιουργία θέσεων εργασίας σχετιζόμενων με τον οινοτουρισμό).
- Οι σπουδαστές δεν είναι σίγουροι για τις δυνατότητές τους στην αγορά ως απόφοιτοι, γενικά αλλά και ειδικότερα στον συγκεκριμένο τομέα.

### *Πολιτικές*

- Σύμφωνα με την άποψη των οινοπαραγωγών, οι πολιτικές δεν επικεντρώνονται επαρκώς στις παρεμβάσεις για συγκεκριμένες ανάγκες (π.χ. υποστήριξη βιώσιμων πρακτικών, στήριξη εξαγωγών).
- Οι πληροφορίες σχετικά με τις πολιτικές και τα χρηματοδοτικά τους προγράμματα δεν είναι αρκετά σαφείς για τις επιχειρήσεις.
- Η διαχείριση της χρηματοδότησης θεωρείται πολύ περίπλοκη για μια μικρή επιχείρηση.

Στο πλαίσιο αυτό διατυπώνονται οι ακόλουθες **προτάσεις** για τα επόμενα στάδια του έργου The Wine Lab, αλλά κυρίως για τη συμβολή στην ανάπτυξη του τομέα:

- Η συνεργασία των επιχειρήσεων με τα πανεπιστημιακά ιδρύματα πρέπει να επιδιωχθεί στον αμπελοοινικό τομέα, αξιοποιώντας όλες τις μορφές κοινής εργασίας (κοινή έρευνα, ανάπτυξη προϊόντων, κινητικότητα ακαδημαϊκών και φοιτητών κλπ.). Ωστόσο, η μεγαλύτερη βαρύτητα πρέπει να δοθεί στην **οικοδόμηση εμπιστοσύνης** μεταξύ των φορέων και η οργάνωση κοινών δραστηριοτήτων θα πρέπει να σχεδιάζεται έτσι ώστε να συμβάλλει σε αυτό.
- Θα πρέπει επίσης να επιδιωχθεί η δικτύωση σε τοπικό επίπεδο: αυτό μπορεί να γίνει από τα πανεπιστήμια μέσω της **συμμετοχής τουριστικών και πολιτιστικών φορέων**, όπως εταιρειών, ενώσεων και άλλων ενδιαφερομένων, σε πολιτιστικά κέντρα/ κεντρικές συναντήσεις ή σε εκδηλώσεις που οργανώνονται για το σκοπό αυτό. Επίσης, η συνεργασία με ήδη υπάρχουσες εκδηλώσεις ή δίκτυα, εμπλέκοντας τους οινικούς φορείς σε αυτά μπορεί να συμβάλει στον συγκεκριμένο σκοπό.

- Ειδικότερα, τα πανεπιστήμια πρέπει να εργάζονται πιο αποτελεσματικά για την **ευαισθητοποίηση των σπουδαστών** και την ικανότητά τους να κατανοούν το τοπικό και το επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και για την ανάπτυξη των απαραίτητων δεξιοτήτων.
- Τα πανεπιστήμια και οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εμβαθύνουν τη συνεργασία για το **σχεδιασμό του προγράμματος σπουδών**: αυτό ισχύει κυρίως για μη ειδικές τεχνικές δεξιότητες, όπως για παράδειγμα επιχειρηματικές δεξιότητες και θα απαιτήσει στήριξη και από τους διαμορφωτές της εκπαιδευτικής πολιτικής.
- Η **πρακτική άσκηση** θα πρέπει να ενισχυθεί: το σχέδιο πίσω από την περίοδο πρακτικής άσκησης θα πρέπει να καθοριστεί, και οι δύο πλευρές (σπουδαστές και εταιρείες) πρέπει να συντονίσουν τις προσδοκίες τους με βάση ένα κοινό πρόγραμμα. Τα πανεπιστήμια πρέπει να είναι υπεύθυνα για τη διαδικασία βελτίωσης.
- Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής πρέπει να δημιουργήσουν περισσότερους **«χώρους και τόπους διαλόγου» με τους τοπικούς παράγοντες**: ακόμη και περιφερειακές στρατηγικές όπως η έξυπνη εξειδίκευση απαιτούν εφαρμογή σε τοπικό επίπεδο, και στη συνέχεια κοινή αντίληψη και κοινή προσπάθεια. Για το σκοπό αυτό, θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι και μη επίσημα γεγονότα (π.χ. διαβουλεύσεις), αλλά γεγονότα που αφορούν το συγκεκριμένο τομέα, μπορεί να αποτελέσουν χώρους για την ανταλλαγή, κατανόηση και συλλογή χρήσιμων δεδομένων για τον σχεδιασμό πολιτικής.
- Οι υπεύθυνοι για τη χάραξη πολιτικής και οι ενδιάμεσοι φορείς πρέπει να διαμορφώσουν πιο **αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας** σχετικά με τις πολιτικές και να καταστήσουν τους τοπικούς φορείς ενήμερους για το ρόλο τους στην ανάπτυξη της περιοχής.