

Χριστίνα Ε. Ευαγγέλου

Ανασχεδιάζοντας την Ελληνική Γουνοποιία με όρους Βιώσιμης Ανάπτυξης. Λάθη του Παρελθόντος και Προκλήσεις της μετά COVID Εποχής

Η Ελληνική γουνοποιία είναι ένας παραδοσιακός εντατικού κεφαλαίου εξαγωγικός κλάδος με δεκαετίες σημαντικής συνεισφοράς στην εθνική οικονομία. Η παραγωγική δραστηριότητα εντοπίζεται αποκλειστικά στην περιοχή της Δυτικής Μακεδονίας, όπου Καστοριά και Σιάτιστα έχουν εδραιωθεί ως το μεγαλύτερο καθετοποιημένο κέντρο παραγωγής, επεξεργασίας και διάθεσης προϊόντων γούνας σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Ο κλάδος απαριθμεί περίπου 2.000 κατεξοχήν μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με περισσότερους από 3.000 εργαζόμενους, και εξαγωγές που υπερβαίνουν τα 200 εκατ. ευρώ σε περίοδο ύφεσης.

Την τελευταία δεκαετία, το έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον, η παρατεταμένη διεθνής και εθνική οικονομική κρίση, σε συνδυασμό με την εγκαθίδρυση μιας αρνητικής στάσης απέναντι στη γούνα, έχουν αναχαιτίσει τη δυναμική του κλάδου. Διαπιστώνεται μια σταθερή πτωτική πορεία για τα ελληνικά προϊόντα, σε αντιπαράθεση με την αύξηση των πωλήσεων διεθνώς, με την Κίνα να κυριαρχεί στην αγορά.

Το 2021 αποτελεί χρονιά ορόσημο και εφαλτήριο ανασχεδιασμού του κλάδου, καθώς η COVID έχει προκαλέσει μετάλλαξη στις επιθυμίες κατανάλωσης του αγοραστικού κοινού, και στους όρους διεξαγωγής του εμπορίου με την ταχεία εδραίωση των ηλεκτρονικών μέσων.

Βασικός στόχος του ανασχεδιασμού που επιχειρείται μέσω της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γούνας είναι η βιώσιμη και ανταγωνιστική γουνοποιία που θα δημιουργεί και θα διατηρεί ποιοτικές θέσεις εργασίας και θα συμβάλλει στην κοινωνική ευημερία. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη βιώσιμη ανάπτυξη, ώστε να επιτευχθεί με ασφάλεια η προσαρμογή του κλάδου στις νέες οικονομικές, περιβαλλοντικές και κοινωνικές συνθήκες, και να αποφευχθούν τα λάθη του παρελθόντος.

Για τον αποτελεσματικό ανασχεδιασμό, αρχικά έγινε η αναδίφηση και κριτική αξιολόγηση έντυπων και ηλεκτρονικών πηγών, με έμφαση σε μελέτες και κείμενα φορέων τα οποία είχαν εκπονηθεί σχετικά με τον κλάδο της γουνοποιίας την τελευταία δεκαετία. Έπειτα, έγινε ο σχεδιασμός και η υλοποίηση πρωτογενούς έρευνας μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου και επιπρόσθετα, πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με επιχειρηματίες και εργαζομένους, ώστε να υπάρξει μια ολοκληρωμένη αποτύπωση των παραγόντων που επηρεάζουν τον κλάδο της Ελληνικής γούνας.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στον εντοπισμό και την καταγραφή των δυνατοτήτων και των αδυναμιών των επιχειρήσεων σε σχέση με τις προκλήσεις, τους κινδύνους και τις ευκαιρίες του διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Ως βασικός στόχος της έρευνας ορίστηκε η εξαγωγή προτάσεων για τη βελτίωση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων του κλάδου.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης, η γουνοποιία αποτελεί έναν ιδιαίτερα υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου κλάδο, καθώς προϋποθέτει την επένδυση μεγάλων

οικονομικών κονδυλίων για την παραγωγή, εξαιτίας των ακριβών πρώτων υλών μεταβλητού κόστους. Επιπρόσθετα, η υποχρεωτική εξωστρέφεια, απαιτεί σημαντικό κεφάλαιο κίνησης για την προβολή των προϊόντων στις διεθνείς κλαδικές εκθέσεις και την τοποθέτηση σε σημεία πώλησης σε πολυτελείς ταξιδιωτικούς προορισμούς. Απόρροια τούτου η έκθεση των επιχειρήσεων σε προϊόντα δανεισμού τα οποία πλέον δύσκολα εξυπηρετούνται, δημιουργώντας ασφυκτική οικονομική πίεση.

Ως ένα ακόμη σημείο το οποίο εντοπίζεται ως παράγοντας αποσταθεροποίησης της αγοράς της Ελληνικής γούνας, είναι η αμέλεια εγκαθίδρυσης του brand name του προϊόντος. Παρά το γεγονός ότι στη Δυτική Μακεδονία γίνεται η παραγωγή των ενδυμάτων γούνας μεγάλων οίκων μόδας της Ιταλίας και της Γαλλίας, χάρη στην ιδιαίτερη τεχνογνωσία και υψηλή ποιότητα κατασκευής, το ελληνικό προϊόν δεν είναι αναγνωρίσιμο στη διεθνή αγορά βάσει της χώρας προέλευσης.

Ταυτόχρονα, η πρωτογενής παραγωγή βρέθηκε μέχρι πολύ πρόσφατα αντιμέτωπη με μια παρατεταμένη πτώση των τιμών διάθεσης στις δημοπρασίες γουνοδερμάτων. Αποτέλεσμα, η τοποθέτηση σημαντικών κεφαλαίων τα οποία προήλθαν από τις επιχειρήσεις της μεταποίησης για την ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα στην περιοχή, να μην επιστρέφουν την αξία της επένδυσης στο χρόνο που αναμενόταν.

Στα λάθη του παρελθόντος προσμετράται επίσης η σχεδόν αποκλειστική ανάπτυξη της εμπορικής δραστηριότητας προς την αγορά της Ρωσίας, η οποία πέρα από τα τεράστια ζητήματα που αφορούν στις διεθνείς κοινωνικο-οικονομικο-πολιτικές της ισορροπίες, αποκτά αργά αλλά σταθερά τη δική της βιομηχανία γούνας.

Τέλος, σημαντικό πλήγμα στην αγορά έχουν επιφέρει τα υποκατάστατα προϊόντα, δηλαδή οι συνθετικές γούνες οι οποίες είναι πιο οικονομικές από τα αληθινά γούνινα ενδύματα, σε συνδυασμό με την αρνητική εικόνα της παραγωγής και τη δυσφήμιση από ακτιβιστές οι οποίοι στρεβλώνουν την εικόνα του προϊόντος.

Στη μετά COVID εποχή η ελληνική γουνοποιία θα πρέπει να ενστερνιστεί την απαίτηση για μηδενικού περιβαλλοντικού αποτυπώματος παραγωγή, με βάση τις αρχές της Κυκλικής Οικονομίας, η οποία θα τηρεί ευλαβικά το ευρωπαϊκό κανονιστικό πλαίσιο για την ευζωία των εκτρεφόμενων γουνοφόρων ζώων. Επίσης, θα πρέπει να εγκαθιδρύσει μια νέα φιλοσοφία επιχειρείν η οποία θα βασίζεται σε θεμελιώδεις αξίες όπως ο σεβασμός στον άνθρωπο, το περιβάλλον και την παράδοση. Απαιτείται η ολοκληρωμένη επιστημονική υποστήριξη των παραγωγικών φορέων της γούνας, στο σύνολο των δραστηριοτήτων της αλυσίδας αξίας. Τέλος, είναι απαραίτητη η εξωστρέφεια και η δικτύωση με την έννοια της ενεργού συμμετοχής στις διεθνείς εξελίξεις, ώστε να υπάρχει ισχυρή εκπροσώπηση του κλάδου στα κέντρα λήψης των αποφάσεων.