



# Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων (310Υ)

Ενότητα 1<sup>η</sup>: Εισαγωγή

Χρίστος Καμενίδης  
Τμήμα Γεωπονίας



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΧΤΑ  
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ  
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



# Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων

# Έννοια και Περιεχόμενο του Μάρκετινγκ

- **Μάρκετινγκ (Marketing)** ---> Εμπορία.
- **Περιφραστικά:** Μεταποίηση- Διακίνηση- Διάθεση.



# Διαφορετική έννοια του Μάρκετινγκ για τους διάφορους φορείς

- Για τους **Παραγωγούς** --> Πώληση προϊόντων.
- Για τους **Καταναλωτές**--> Αγορά προϊόντων.
- Για τους **Μεταποιητές**--> Αγορά και συγκέντρωση των προϊόντων των αγροτών.
- Για τους **Εξαγωγείς**--> Εξεύρεση αγορών για διάφορα αγροτικά προϊόντα.
- Για τους **Χονδρέμπορους**--> Αγορά αγροτικών προϊόντων από τους παραγωγούς.
- Για τους **Λιανοπωλητές**: Αγορά προϊόντων από τους Χονδρέμπορους, τους Μεταποιητές, ή τους Παραγωγούς.



# Ορισμός του Μάρκετινγκ

- «...το σύνολο των οικονομικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται από τη στιγμή που τα προϊόντα **παραλαμβάνονται** από τους παραγωγούς στους τόπους παραγωγής τους μέχρι τη στιγμή που **παραδίδονται** στα χέρια των καταναλωτών, καθώς και η **καθοδήγηση της αγροτικής παραγωγής** προς τα προϊόντα εκείνα που ζητούνται στην αγορά».



# Το Μάρκετινγκ ως διαδικασία ανταλλαγής – Προϋποθέσεις

- Να υπάρχει κάποιο αντικείμενο αξίας για **ανταλλαγή**.
- Να υπάρχουν δύο ή περισσότερα **συναλλασσόμενα μέρη**.
- Οι συναλλασσόμενοι πρέπει να **επικοινωνούν** μεταξύ τους.





# Αντικείμενα μελέτης του Μάρκετινγκ

- Οι λειτουργίες εμπορίας.
- Η Συμπεριφορά Καταναλωτή.
- Η δομή αγοράς.
- Η διαμόρφωση τιμών των αγροτικών προϊόντων.
- Οι φορείς εμπορίας.
- Το κόστος εμπορίας.

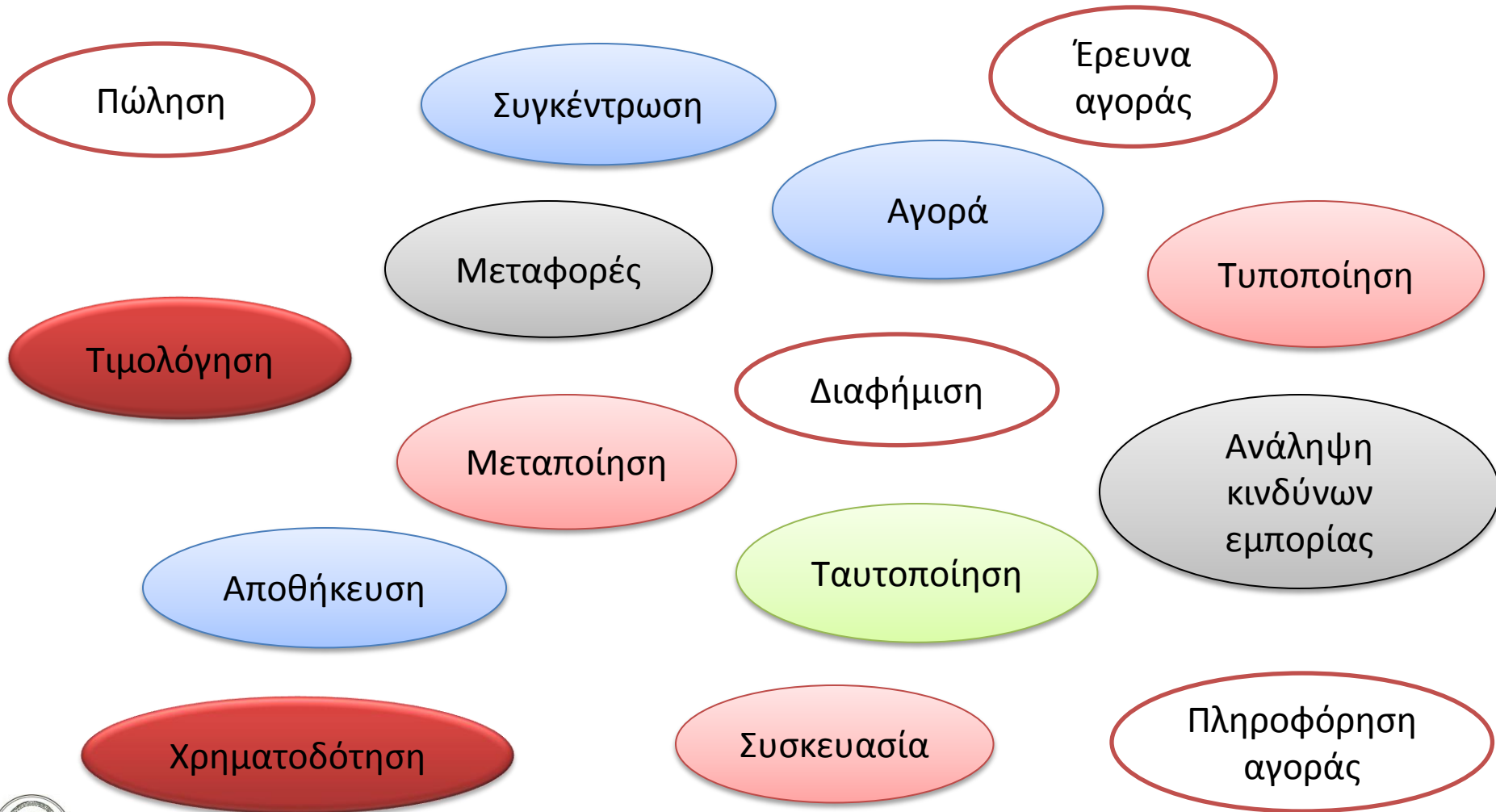


# Ορισμός λειτουργιών Μάρκετινγκ

- **Λειτουργίες Μάρκετινγκ (marketing functions) ή Υπηρεσίες Μάρκετινγκ (marketing services)**  
ονομάζονται οι διάφορες επιχειρηματικές δραστηριότητες, που πραγματοποιούνται για την προώθηση των αγροτικών προϊόντων από τους τόπους παραγωγής τους ως τα κέντρα κατανάλωσης και για τον προσανατολισμό της παραγωγής προς τις ανάγκες της αγοράς.



# Κυριότερες λειτουργίες εμπορίας των αγροτικών προϊόντων



# Ταξινόμηση των λειτουργιών Μάρκετινγκ (1)

- **Τρία κύρια στάδια** (συγκέντρωση, επεξεργασία και διανομή των αγροτικών προϊόντων).
- **Διάφορα δευτερεύοντα στάδια** (αγορά και πώληση, τιμολόγηση, πληροφόρηση και έρευνα αγοράς, διαφήμιση, ανάληψη κινδύνων εμπορίας κ.ά.).



# Ταξινόμηση των λειτουργιών Μάρκετινγκ (2)

- **Οικονομικές λειτουργίες εμπορίας** (αγορά και πώληση αγροτικών προϊόντων, χρηματοδότηση και ανάληψη κινδύνων εμπορίας κ.ά.).
- **Τεχνικές ή φυσικές λειτουργίες εμπορίας** (τυποποίηση, συσκευασία, μεταποίηση, μεταφορές κ.ά.).



# Ταξινόμηση των λειτουργιών Μάρκετινγκ (3)

1. **Προπαρασκευαστικές λειτουργίες** (Τυποποίηση, Συσκευασία, Ταυτοποίηση).
2. **Εφοδιαστικές Λειτουργίες** (Συγκέντρωση, Μεταποίηση, Αποθήκευση, Μεταφορές).
3. **Ενημερωτικές λειτουργίες** (Πληροφόρηση αγοράς, Έρευνα αγοράς, Διαφήμιση).
4. **Διευκολυντικές λειτουργίες** (Ανάληψη κινδύνων εμπορίας, Χρηματοδότηση εμπορίας).
5. **Ανταλλακτικές λειτουργίες** (Τιμολόγηση, Αγορά, Πώληση).



# Μίγμα εμπορίας (marketing mix) (1)

- Ο συνδυασμός (η μίξη) των εμπορικών μεταβλητών ή παραγόντων που χρησιμοποιεί ο φορέας εμπορίας, προκειμένου να επιτύχει τους στόχους του.
- **Εμπορικές μεταβλητές (marketing variables) ή ακριβέστερα μεταβλητές αποφάσεων εμπορίας (marketing decision variables):** οι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά τις αποφάσεις και τις δραστηριότητες του φορέα εμπορίας.



# Μίγμα εμπορίας (marketing mix) (2)





# 4 ειδών χρησιμότητες κατά την παραγωγική διαδικασία

1. Χρησιμότητα μορφής.
2. Χρησιμότητα τόπου.
3. Χρησιμότητα χρόνου.
4. Χρησιμότητα κυριότητας.



# Ταξινόμηση του Μάρκετινγκ

## Ανάλογα με το αντικείμενο μελέτης

- Γενικό Μάρκετινγκ
- Ειδικό Μάρκετινγκ.

## Ανάλογα με το πεδίο μελέτης

- Μακρο-Μάρκετινγκ
- Μικρο-Μάρκετινγκ.

## Ανάλογα με το αν οι φορείς εμπορίας συμμετέχουν ή όχι στη διακίνηση των αγροτικών προϊόντων

- Άμεσο Μάρκετινγκ
- Έμμεσο Μάρκετινγκ.



# Μέθοδοι μελέτης του Μάρκετινγκ

- 1. Κατά λειτουργίες εμπορίας:** το όλο σύστημα εμπορίας διαχωρίζεται στις διάφορες λειτουργίες ή δραστηριότητες εμπορίας, καθεμία από τις οποίες μελετάται χωριστά για το σύνολο των αγροτικών προϊόντων.
- 2. Κατά φορείς εμπορίας:** το όλο σύστημα εμπορίας μελετάται κατά φορείς (χονδρέμποροι, λιανέμποροι, κλπ.).
- 3. Κατά προϊόντα:** μελετάται για κάθε προϊόν χωριστά το όλο σύστημα εμπορίας του.



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χρίστος Καμενίδης.  
«Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Εισαγωγή». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη  
2014. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:  
<http://eclass.auth.gr/courses/OCRS202/>



# Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Μη Εμπορική Χρήση - Όχι Παράγωγα Έργα 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κ.λ.π., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>





# Τέλος ενότητας

Επεξεργασία: Μαρία Αλεμπάκη  
Θεσσαλονίκη, Εαρινό Εξάμηνο 2013-2014

