



# Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων

Ενότητα 7<sup>η</sup>: Τα Αγροτικά Προϊόντα

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



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
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



# Τα Αγροτικά Προϊόντα

Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων  
Τμήμα Γεωπονίας

# Έννοια και σύνθεση του ολικού αγροτικού προϊόντος

- Το ολικό αγροτικό προϊόν απαρτίζεται από δύο κύρια μέρη:
  1. το φυσικό και
  2. το εμπορικό προϊόν.



# Το φυσικό προϊόν

- Το πρωτογενές προϊόν, όπως αυτό έχει παραχθεί στο χωράφι (φυτικό προϊόν) ή στο στάβλο (ζωικό προϊόν) ή στο εργοστάσιο (μεταποιημένο προϊόν), **χωρίς** να έχει υποστεί καμιά απολύτως εμπορική επεξεργασία.

## Κύρια χαρακτηριστικά

- Η μορφή του
- Το μέγεθός του
- Η δομή του
- Το χρώμα του
- Η γεύση του
- Το άρωμά του
- Η σύστασή του



# Το εμπορικό προϊόν

- Το σύνολο των διαφόρων υπηρεσιών εμπορίας που συνοδεύουν το φυσικό προϊόν κατά τη διάθεσή του στους καταναλωτές.

## Κύρια χαρακτηριστικά

- Η **τυποποίησή** του, δηλαδή οι διάφορες ποιότητες στις οποίες διαχωρίζεται το προϊόν και με τις οποίες πωλείται στην αγορά.
- Η **συσκευασία** του, δηλαδή τα διάφορα υλικά, μέσα στα οποία τοποθετείται το προϊόν, προκειμένου να προωθηθεί στην αγορά.
- Η **ταυτότητά** του, δηλαδή το εμπορικό σήμα και η ετικέτα, με την οποία διακινείται στην αγορά.



# Έννοια και προέλευση των αγροτικών προϊόντων

- Αγροτικά προϊόντα είναι υλικά αγαθά που παράγονται από φυτά και ζώα με το συνδυασμό των διαφόρων συντελεστών της αγροτικής παραγωγής, δηλαδή του εδάφους, της εργασίας και του κεφαλαίου.
- Για την παραγωγή τους, άλλοτε χρησιμοποιούνται και οι τρεις συντελεστές της αγροτικής παραγωγής και άλλοτε δύο, συνήθως η εργασία και το κεφάλαιο (Εξαίρεση αποτελεί η **υδατοκαλλιέργεια**).
- Όλα τα μεταποιημένα αγροτικά προϊόντα παράγονται σχεδόν πάντοτε από τη συνδυασμένη χρήση δύο μόνο συντελεστών παραγωγής, του κεφαλαίου και της εργασίας.





# Είδη αγροτικών προϊόντων (1)

Ανάλογα με την κατάσταση στην οποία διακινούνται:

- **Πρωτογενή προϊόντα ή ακατέργαστα** όταν πωλούνται στην αγορά με την αρχική μορφή τους με την οποία έχουν παραχθεί.
- **Δευτερογενή ή μεταποιημένα προϊόντα**, όταν διακινούνται στην αγορά με τη μορφή που πήραν μετά από κάποια μεταποίηση ή βιομηχανοποίηση και η οποία είναι διαφορετική από εκείνη τη μορφή που έχει το προϊόν όταν αρχικά είχε παραχθεί.



# Είδη αγροτικών προϊόντων (2)

Ανάλογα με τη φύση των οργανισμών από τους οποίους παράγονται:

- **Φυτικά προϊόντα**, όταν παράγονται από φυτικούς οργανισμούς, δηλαδή από δένδρα, θάμνους και άλλα φυτά.
- **Ζωϊκά ή κτηνοτροφικά προϊόντα**, όταν παράγονται από ζωικούς οργανισμούς, δηλαδή από διάφορα παραγωγικά ζώα (βοοειδή, αιγοπρόβατα, πουλερικά κ.ά.).



# Είδη αγροτικών προϊόντων (3)

Ανάλογα με το βαθμό ανθεκτικότητας κατά τη διατήρηση ή τη διακίνησή τους:

- **Ευπαθή προϊόντα**, όταν σχετικά εύκολα και γρήγορα καταστρέφονται ολότελα ή αλλοιώνονται ποιοτικά κατά τη διατήρηση ή τη διακίνησή τους κάτω από φυσικές συνθήκες.
- **Διατηρήσιμα προϊόντα**, όταν διατηρούνται για σχετικά μεγάλο χρονικό διάστημα κάτω από φυσικές συνθήκες, χωρίς να πάθουν καμιά αισθητή ποιοτική αλλοίωση.



# Είδη αγροτικών προϊόντων (4)

Ανάλογα με το βαθμό συγγένειας που υπάρχει μεταξύ τους:

- **Ανταγωνιστικά ή υποκατάστατα προϊόντα**, όταν μπορούν να καλύψουν εξίσου σχεδόν τις ίδιες ανθρώπινες ανάγκες.
- **Συμπληρωματικά προϊόντα**, όταν χρησιμοποιούνται μαζί για τον ίδιο σκοπό.
- **Ουδέτερα προϊόντα**, όταν δεν υπάρχει καμιά σχέση μεταξύ τους. Έτσι, η αλλαγή στη ζήτηση ενός προϊόντος δεν επηρεάζει καθόλου την ζήτηση κάποιου άλλου προϊόντος.



# Είδη αγροτικών προϊόντων (5)

Ανάλογα με το βαθμό επεξεργασίας τους :

- **Πρώτες ύλες**, όταν δεν έχουν υποστεί καμιά επεξεργασία και βρίσκονται ακόμα στη φυσική τους κατάσταση.
- **Μισοεπεξεργασμένα ή ενδιάμεσα προϊόντα**, όταν έχουν υποστεί κάποια επεξεργασία και βρίσκονται σε ενδιάμεση κατάσταση μεταξύ πρώτης ύλης και τελικού προϊόντος.
- **Τελικά ή έτοιμα προϊόντα**, όταν η επεξεργασία της πρώτης ύλης προχώρησε πέραν από τα ενδιάμεσα προϊόντα και κατέληξε σε προϊόντα που με αυτήν τη μορφή τελικά θα καταναλωθούν.



# Είδη αγροτικών προϊόντων (6)

Ανάλογα με τη σπουδαιότητα που έχουν τα προϊόντα:

- **Πρωτεύοντα ή κύρια προϊόντα**, όταν παράγονται σε σχετικά μεγάλη ποσότητα και συνεπώς έχουν σχετικά μεγάλη συνολική αξία από άλλο ή άλλα προϊόντα που παράγονται ταυτόχρονα κατά την ίδια παραγωγική διαδικασία.
- **Δευτερεύοντα προϊόντα ή παραπροϊόντα** όταν παράγονται σε σχετικά μικρότερη ποσότητα και συνεπώς έχουν μικρότερη συνολική αξία από άλλα προϊόντα που παράγονται ταυτόχρονα κατά την ίδια παραγωγική διαδικασία.



# Τα φυσικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των αγροτικών προϊόντων

- Το μέγεθος
- Το χρώμα
- Η γεύση
- Το άρωμα
- Η δομή
- Η σύσταση



# Φυσιολογικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των αγροτικών προϊόντων

- Η ευπάθεια.
- Η ανταγωνιστικότητα.
- Η κορεσιμότητα.
- Η ανομοιομορφία.
- Το ογκώδες.
- Το ανώμαλο σχήμα.





# Παραγωγικά ποιοτικά χαρακτηριστικά των αγροτικών προϊόντων

- Η **εποχικότητα** της παραγωγής.
- Η **αβεβαιότητα** της παραγωγής.
- Το **αμετάθετο** της παραγωγής.
- Το **αμετάβλητο** της παραγωγής.
- Το **απροσάρμοστο** της παραγωγής.
- Το **διάσπαρτο** της παραγωγής.

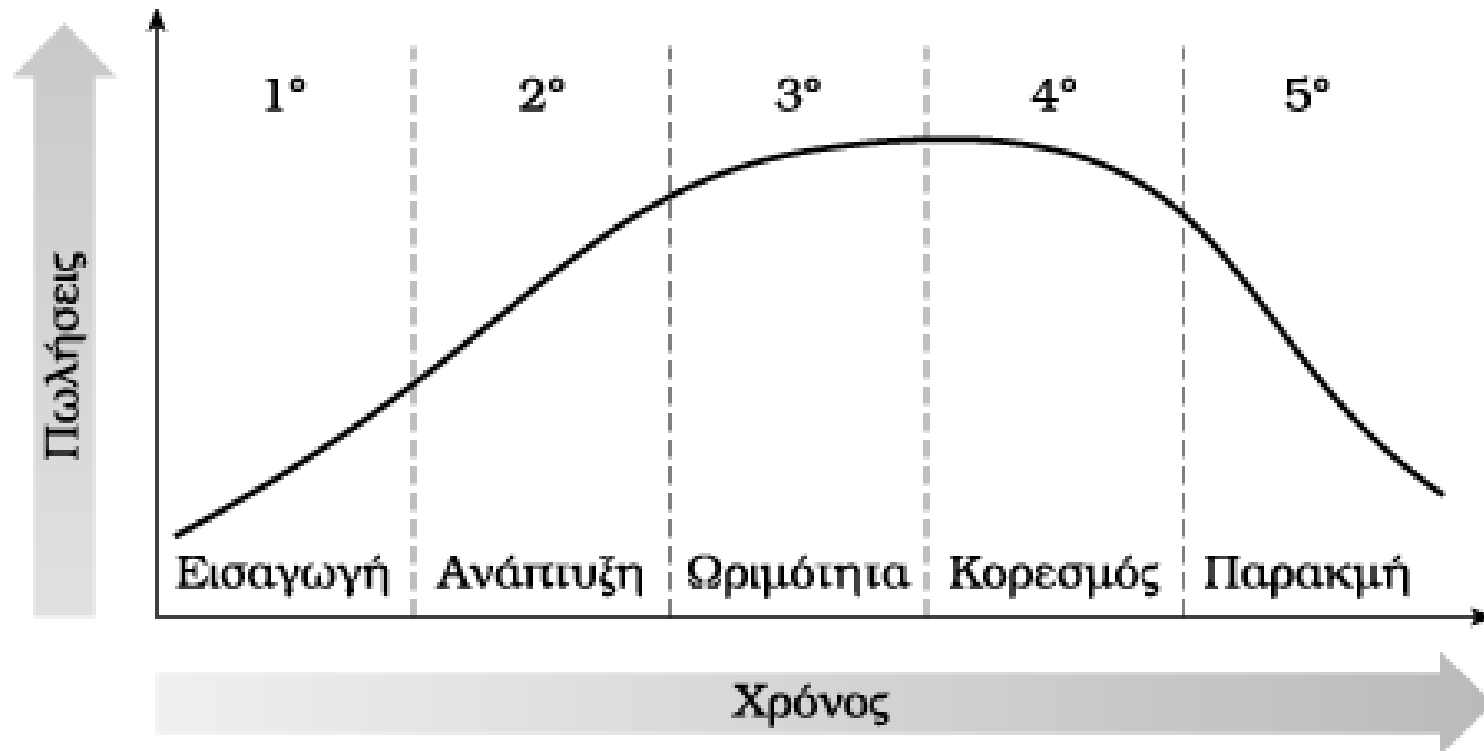


# Ο κύκλος ζωής προϊόντος (product life cycle)

- ...Η χρονική περίοδος που παρεμβάλλεται από την πρώτη εμφάνιση του προϊόντος στην αγορά ως την τελική απομάκρυνσή του από αυτήν.
- Διακρίνεται συνήθως σε **πέντε** στάδια:
  - ✓ 1<sup>ο</sup> στάδιο: **Εισαγωγή** (introduction).
  - ✓ 2<sup>ο</sup> στάδιο: **Ανάπτυξη** (growth).
  - ✓ 3<sup>ο</sup> στάδιο: **Ωρίμανση** (maturity).
  - ✓ 4<sup>ο</sup> στάδιο: **Κορεσμός** (saturation).
  - ✓ 5<sup>ο</sup> στάδιο: **Παρακμή** (decline).



# Τα στάδια του κύκλου ζωής προϊόντος



Πηγή: Καμενίδης (2010)





# Χαρακτηριστικά γνωρίσματα των σταδίων του κύκλου ζωής προϊόντος

# Στο στάδιο εισαγωγής (*introduction stage*):

- Το **ύψος των πωλήσεων** βρίσκεται σε **χαμηλό επίπεδο**, γιατί δεν το γνωρίζουν οι καταναλωτές.
- Οι πωλήσεις **αυξάνονται με αργό ρυθμό**, διότι οι καταναλωτές έχουν ήδη συνηθίσει σε ένα ορισμένο πρότυπο κατανάλωσης και δύσκολα αλλάζουν τις συνήθειές τους.
- Το **κόστος εμπορίας** είναι **υψηλό**, λόγω των μεγάλων δαπανών που γίνονται για την προβολή του προϊόντος.
- Η επιχείρηση έχει συνήθως **μικρά κέρδη, ή ακόμη και ζημιές**.



# Στο στάδιο της ανάπτυξης (*growth stage*):

- Αύξηση της ποσότητας πώλησης του προϊόντος με **γρήγορο ρυθμό**.
- Ο φορέας εμπορίας έχει εντείνει τις προσπάθειές του για την **προώθηση πωλήσεων** του προϊόντος του.
- Το **κόστος εμπορίας του προϊόντος μειώνεται**, αφού αυξάνονται οι πωλήσεις του.
- Η επιχείρηση λειτουργεί **κερδοφόρα**, αφού τα έσοδα αυξάνονται ταχύτερα από τα έξοδα.
- Ο ανταγωνισμός **αυξάνεται**.



# Στο στάδιο της ωρίμανσης (*maturity stage*):

- Οι πωλήσεις του προϊόντος έχουν φθάσει στο **μέγιστο επίπεδο** και αρχίζουν να δείχνουν κάποια κάμψη στην αύξηση.
- Ο ανταγωνισμός **εντείνεται**.
- Τα κέρδη παρουσιάζουν κάποια **κάμψη στην αύξησή τους** ή ακόμη και μείωση.
- Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση για να επιβιώσει εφαρμόζει πολιτικές:
  1. Σταθεροποίησης ή και **μείωσης τιμών**.
  2. Έναρξης **νέας διαφημιστικής εκστρατείας**.
  3. Μεγαλύτερες **εκπτώσεις στις πωλήσεις κλπ.**



# Στο στάδιο του κορεσμού (*saturation stage*):

- Οι πωλήσεις των τροφίμων παρουσιάζουν κάποια σταθερότητα ή και μικρή μείωση.
- Η διαφήμιση καθίσταται **αμυντική**, δηλαδή προσπαθεί να διατηρήσει τις πωλήσεις παρά να τις αυξήσει.
- Οι **ανταγωνιστές** επικρατούν.
- Τα κέρδη **συμπιέζονται** και μειώνονται όλο και περισσότερο.





# Στο στάδιο της παρακμής (*decline stage*) :

- Συνεχής μείωση των πωλήσεων του προϊόντος και μάλιστα με αυξανόμενο ρυθμό.
- Νέα και βελτιωμένα προϊόντα εισάγονται από άλλες επιχειρήσεις του εσωτερικού ή εξωτερικού.
- Η διαφήμιση σταματά, γιατί δεν αποδίδει άλλο.
- Η επιβίωση της επιχείρησης βασίζεται περισσότερο στον έλεγχο του κόστους εμπορίας του προϊόντος.



# Διάρκεια του κύκλου ζωής των αγροτικών προϊόντων

- Από μερικές ημέρες ως **πολλά χρόνια**, ανάλογα με το είδος, την ποιότητα, την συσκευασία του κλπ.
- Ο κύκλος ζωής των τροφίμων συνήθως διαρκεί **πολλά χρόνια**.
- Η διάρκεια του κάθε σταδίου του κύκλου ζωής προϊόντος **μπορεί να διαφέρει σημαντικά** από προϊόν σε προϊόν.



# Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

---

Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:

Εικόνα 1: <Τα στάδια του κύκλου ζωής προϊόντος> <Καμενίδης (2010)>



# Σημείωμα Αναφοράς

---

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χρίστος Καμενίδης.  
«Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Τα Αγροτικά Προϊόντα». 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

