



ΕΜΠΟΡΙΑ – ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

10ο εξάμηνο

Διδάσκουσα: Μαρία Π. Καλογερά, Οικονομολόγος, MBA, Διδάκτωρ Διοίκησης Επιχειρήσεων



EMAIL επικοινωνίας: m.kalogera@go.uop.gr
Συνθηματικό : kalogerauop*1



Μεταφορές Αγροτικών Προϊόντων

Μεταφορά προϊόντων ονομάζεται η διαμετακόμισή τους από τους τόπους παραγωγής ως τα διάφορα κέντρα επεξεργασίας και διάθεσής τους μέχρι να φτάσουν στους καταναλωτές.



Κόστος μεταφοράς αγροτικών προϊόντων

Σταθερές Δαπάνες: Τα στοιχεία που παραμένουν αμετάβλητα, ανεξάρτητα από τις ώρες λειτουργίας των μεταφορικών μέσων, τα διανυόμενα χιλιόμετρα καθώς και τις μεταφερόμενες ποσότητες των προϊόντων. Το ανά μονάδα κόστος είναι τόσο μικρότερο όσο συχνότερη είναι η χρήση των μεταφορικών μέσων, διότι έτσι μεταφέρονται μεγαλύτερες ποσότητες στις οποίες επιμερίζονται κάποιες από τις εν λόγω δαπάνες, όπως:

1. Ο **ετήσιος τόκος** των χρημάτων που έχουν δοθεί για την αγορά του μεταφορικού μέσου.
2. Η **ετήσια απόσβεση** του μέσου.
3. Τα **ασφάλιστρα** που πληρώνονται για την ασφάλεια του μέσου.
4. Ο **φόρος ιδιοκτησίας** του μέσου.
5. Η **άδεια κυκλοφορίας** του μέσου.
6. Ο **βασικός μισθός του οδηγού** (ανεξάρτητος από το δρομολόγιο, τον χρόνο εργασίας κ.λπ.) του μεταφορικού μέσου.



Κόστος μεταφοράς αγροτικών προϊόντων

Μεταβλητές Δαπάνες: Τα στοιχεία που είναι ανάλογα με τη λειτουργία των μεταφορικών μέσων. Έτσι όσο πιο πολλές ώρες δουλεύει και πιο πολλά χιλιόμετρα διανύει ένα μέσο ή όσο μεγαλύτερες ποσότητες μεταφέρονται τόσο ψηλότερες είναι οι δαπάνες αυτές, όπως:

1. Το **καύσιμο** (βενζίνη, πετρέλαιο) που χρησιμοποιεί το μεταφορικό μέσο.
2. Τα **λάδια** και το υπόλοιπα αναλώσιμα υλικά που χρησιμοποιεί το μέσο.
3. Το **ανταλλακτικά** που απαιτούνται για τη λειτουργία του μέσου.
4. Οι **επιδιορθώσεις** και η **συντήρηση** του μέσου.
5. Η **επιπλέον αμοιβή του οδηγού** (ανάλογη με το δρομολόγιο, τον χρόνο εργασίας κ.λπ.) του μεταφορικού μέσου.



Παράγοντες που επηρεάζουν το κόστος μεταφοράς

- 1. Η απόσταση μεταφοράς των προϊόντων:** Όσο μεγαλύτερη είναι η απόσταση τόσο υψηλότερο είναι το ανά μονάδα κόστος, καθώς τόσο πιο πολλά καύσιμα απαιτούνται, ο οδηγός εργάζεται περισσότερες ώρες κ.λπ.
- 2. Το είδος του μεταφορικού μέσου:** Η διαφοροποίηση στο κόστος μεταφοράς σχετίζεται άμεσα με την τιμή του χρησιμοποιούμενου καυσίμου, την ταχύτητα κίνησης του μεταφορικού μέσου και την αξία του μεταφορικού μέσου (βλ. προηγούμενες διαφάνειες για αεροπλάνο, τρένο κ.τλ.).
- 3. Το μέγεθος του μεταφορικού μέσου:** Όσο μεγαλύτερο είναι ένα μεταφορικό μέσο τόσο μικρότερο είναι το ανά μονάδα κόστος μεταφοράς ενός αγροτικού προϊόντος με δεδομένο ότι χρησιμοποιείται στην πλήρη χωρητικότητά του.



Παράγοντες που επηρεάζουν το κόστος μεταφοράς

- 4. Το είδος και η μορφή του μεταφερόμενου προϊόντος:** Επιδρούν στο ποσοστό φθοράς ή ποιοτικής αλλοίωσής του, στη χρήση ή όχι πρόσθετων υλικών συσκευασίας για τη μεταφορά του, στο είδος του μεταφορικού μέσου (π.χ. ορισμένα προϊόντα απαιτούν οχήματα με ψυκτικούς μηχανισμούς).
- 5. Η κατάσταση του οδικού δικτύου:** Επιδρά στη φθορά του προϊόντος, στην ταχύτητα μεταφοράς τους και στην κατανάλωση των καυσίμων.
- 6. Το είδος και η τιμή του καυσίμου:** Η τιμή της βενζίνης είναι υψηλότερη από αυτή του πετρελαίου και του πετρελαίου από του φυσικού αερίου. Στις μεταφορές των αγροτικών προϊόντων χρησιμοποιείται συνήθως πετρέλαιο.
- 7. Οι καιρικές συνθήκες:** Διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο καθώς όταν αυτές είναι δυσμενείς το μεταφορικό μέσο κινείται πιο αργά, καίγονται περισσότερα καύσιμα, ο οδηγός αμείβεται για περισσότερες ώρες και η φθορά του οχήματος είναι μεγαλύτερη.



Συσκευασία αγροτικών προϊόντων

Ονομάζεται η τοποθέτησή του σε ειδικό υλικό για να καταστεί δυνατή, ασφαλής και αποδοτική η διακίνησή του ως τα καταναλωτικά κέντρα.

Σκοποί της Συσκευασίας

1. Η μεταφορά των προϊόντων έως τους καταναλωτές.
2. Η προστασία των προϊόντων από φυσικούς κινδύνους, περιβάλλοντος και φυτικές ασθένειες.
3. Η αποδοτική διακίνηση.
4. Η προώθηση πωλήσεων.



Διάκριση συσκευασίας αγροτικών προϊόντων

Η συσκευασία διακρίνεται ανάλογα με τον **σκοπό** της (διακίνησης ή καταναλωτική), τη δυνατότητα **επανάχρησης** (μίας χρήσης ή επανάχρησης), το **πόσες φορές συσκευάζεται ένα προϊόν** (απλή συσκευασία, πολλαπλή συσκευασία).

Χαρακτηριστικά των καλών υλικών συσκευασίας είναι:

- Χημικά ουδέτερο προς το προϊόν.
- Ανθεκτικό.
- Ελαφρύ.
- Φθηνό.
- Αποσυντιθέμενο.
- Ανακυκλώσιμο.



Πλεονεκτήματα της συσκευασίας

- Προστασία προϊόντων.
- Βελτίωση εμπορικής ποιότητας και διευκόλυνση αγοραπωλησίας.
- Παρεμπόδιση νοθείας.
- Διευκόλυνση των καταναλωτών στη χρήση.
- Μείωση κόστους φορτοεκφόρτωσης.
- Αύξηση της πωλούμενης ποσότητας.

Μειονεκτήματα της συσκευασίας

- Δυσκολία εκτίμησης της ποιότητας των συσκευασμένων προϊόντων.
- Κίνδυνος ύπαρξης χαλασμένων προϊόντων.
- Χρήση υπέρβαρου υλικού συσκευασίας.
- Επιβάρυνση της λιανικής τιμής.



Παραδείγματα υλικών συσκευασίας

Εύλινα Υλικά: Σχετικά φθηνό, δεν προκαλεί χημική αλλοίωση, δεν μολύνει περιβάλλον. Σχετικά μεγάλο βάρος και μικρή ανθεκτικότητα.

Μεταλλικά Υλικά: Αντοχή, δεν είναι πολύ ακριβά, ανακυκλώνονται. Μπορεί να έχουν επίδραση στο προϊόν αν είναι κακής ποιότητας και όταν πετούνται μολύνουν περιβάλλον.

Πλαστικά Υλικά: Μικρό βάρος, φθηνά, ανθεκτικά. Μολύνουν περιβάλλον, δεν είναι χημικά ουδέτερα σε έλαια, κρασί κ.ά.

Γυάλινα Υλικά: Χημικά ουδέτερο, ανακυκλώνεται, ανθεκτικό σε υψηλές θερμοκρασίες. Μεγάλο βάρος, σπάζει εύκολα, κοστοβόρα συντήρηση.

Χάρτινα Υλικά: Χημική ουδετερότητα, ανακυκλώνεται, μικρό βάρος. Μικρή ανθεκτικότητα, ευαίσθητο σε φωτιά, στον χρόνο και στο ψύχος.



Περιορισμός Κόστους Συσκευασίας

- Η χρήση λιγότερων εξαρτημάτων συσκευασίας.
- Ψηφιοποίηση των διαφημιστικών και ενημερωτικών φυλλαδίων της εταιρείας (πχ Qrcode).
- Μια συσκευασία υψηλής ποιότητας ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο θραύσης και μειώνει την ανάγκη για περιττά εξαρτήματα συσκευασίας.
- Επιλογή σωστού μεγέθους συσκευασίας. Πολλές επιχειρήσεις εξακολουθούν να αποστέλλουν τα προϊόντα τους σε έως και 40% μεγαλύτερες συσκευασίες από ότι χρειάζεται (Πηγή: DHL).
- Η αξιοποίηση μεγάλων παραγγελιών για μείωση του κόστους ανά μονάδα.
- Η ύπαρξη ενός προμηθευτή είναι πιο αποτελεσματική και πιο οικονομική προσέγγιση.
- Συμμόρφωση με τους κανονισμούς.



Σηματοποίηση προϊόντος (product branding)

Product Branding: Ονομάζεται ο προσδιορισμός της ταυτότητας του προϊόντος με τη χρήση ονόματος, συμβόλου ή συνδυασμού αυτών.

Εμπορικό όνομα (trade name): Είναι το πραγματικό νομικό όνομα της επιχείρησης.

Σήμα ή μάρκα (brand): Είναι λέξη, γράμμα, αριθμός ή σύμβολο, εικόνα, σχέδιο, διακριτικό χρώμα ή συνδυασμός αυτών που συντελούν στην ταυτοποίησή του.

Εμπορικό σήμα (trade mark): Είναι ένα σήμα στο οποίο έχει δοθεί νομική προστασία και χρησιμοποιείται αποκλειστικά από την επιχείρηση.



Σηματοποίηση προϊόντος (product branding)

Ετικέτα (label): Είναι το γραπτό, τυπωμένο ή σχεδιασμένο κομμάτι του υλικού συσκευασίας του προϊόντος που το ταυτοποιεί. Μπορεί να περιέχει τα εξής πληροφοριακά στοιχεία:

- Εμπορικό σήμα.
- Όνομα παραγωγού ή μεταποιητή.
- Εικόνα προϊόντος.
- Πληροφορίες που αφορούν το προϊόν όπως βάρος, ποικιλία, οδηγίες διατήρησης, συστατικά, τρόπος χρήσης, ημερομηνία λήξης, ενδεικτική λιανική τιμή.



Brand Positioning

Brand positioning αναφέρεται στη στρατηγική που χρησιμοποιεί μια επιχείρηση για να δημιουργήσει μια συγκεκριμένη **εικόνα ή ταυτότητα για το προϊόν ή την υπηρεσία της** στη συνείδηση των καταναλωτών. Πρόκειται για την τοποθέτηση του brand στη σκέψη του καταναλωτή με έναν συγκεκριμένο, μοναδικό τρόπο που το διαφοροποιεί από τους ανταγωνιστές.



Στοιχεία Δομής Ανάλυσης Συσκευασίας

1. **Περιγραφή Προϊόντος και Επωνυμίας:** πχ Όνομα Προϊόντος, Επωνυμία, Κατηγορία Προϊόντος, Στόχος Αγοράς.

2. **Στοιχεία Συσκευασίας:**

- *Σχέδιο και Γραφικά* (Χρώματα, Σχέδια και εικονογραφήσεις, Γραμματοσειρές και τυπογραφία),
- *Υλικά* (Τύποι υλικών πχ. πλαστικό, χαρτί, γυαλί κ.λπ.),
- *Περιβαλλοντική βιωσιμότητα* (ανακυκλώσιμα, βιοδιασπώμενα υλικά κ.λπ.),
- *Σχήμα και Μέγεθος,*
- *Ετικέτες και Πληροφορίες* (Συστατικά, Οδηγίες χρήσης, Πιστοποιήσεις π.χ. Βιολογικό).



Στοιχεία Δομής Ανάλυσης Συσκευασίας

- 3. Λειτουργικότητα και Χρηστικότητα:** Προστασία του Προϊόντος, Ευκολία Χρήσης, Μεταφορά και Αποθήκευση.
- 4. Επικοινωνία και Branding:** Αντανακλά την Ταυτότητα της Επωνυμίας, Προσέλκυση Προσοχής (Σχεδιασμός που ξεχωρίζει στα ράφια των καταστημάτων), Μήνυμα και Υπόσχεση.
- 5. Συναισθηματική Σύνδεση:** Τι συναισθήματα προκαλεί η συσκευασία στον καταναλωτή; Πώς συμβάλλει η συσκευασία στην αφοσίωση των καταναλωτών στο brand;
- 6. Κόστος και Οικονομική Αποδοτικότητα.**
- 7. Περιβαλλοντική Βιωσιμότητα.**



Η οικονομική της σηματοποίησης

Η ταυτοποίηση ενός προϊόντος συνδέεται με την **πιστότητα της μάρκας (brand loyalty)**, δηλαδή τη μεγάλη αφοσίωση των καταναλωτών σε μία συγκεκριμένη μάρκα. Αυτό καθιστά τη **ζήτηση του προϊόντος ανελαστική**, αφού η ζητούμενη ποσότητα αντιδρά πολύ λίγο στις αλλαγές της τιμής του.

