

# Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων

Από τις επιδοτήσεις στην επιχειρηματικότητα

Ηλίας Βλάχος  
Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών  
Επ. Καθηγητής

# Διάρθρωση Παρουσίασης

---

- Εξέλιξη Επιστήμης Μάρκετινγκ
- Το Μείγμα Μάρκετινγκ
- Τι είναι Επιχειρηματικότητα
- Καλές Εφαρμογές Μάρκετινγκ Τροφίμων στην Ελλάδα

# Εξέλιξη Επιστήμης Μάρκετινγκ

---

- 1<sup>ο</sup> Στάδιο. Προσανατολισμός στις συνθήκες **Παραγωγής**
- 2<sup>ο</sup> Στάδιο. Προσανατολισμός στις **Πωλήσεις**
- 3<sup>ο</sup> Στάδιο. Προσανατολισμός στους **Καταναλωτές**
- 4<sup>ο</sup> Στάδιο. Προσανατολισμός στην **Κοινωνία**

Small text at top left: 1929

Small text at top center: LAGERED WITH JOHNSON

# Wholesome - a pure drink of natural flavors

Small text at bottom left: O... 1929

Small text at bottom right: 1929

Small text at top left: Start your Monday with the Coca-Cola Taste of the Month Plan

Small text at bottom left: People go better refreshed. The never-too-sweet taste of Coca-Cola gives that special zing... refreshes best.

Text at bottom center: things go better with Coke

Small Coca-Cola logo at bottom right.

Text at top center: You taste its quality

Text at bottom left: Quality means wholesome goodness, and Coca-Cola is just that.

Text at bottom right: Drink Coca-Cola 5¢

o 1929

o 1964

You Taste It's Quality



# Τι είναι Ποιότητα Τροφίμων

---

- Αυτό που θέλει ο καταναλωτής?
- Αυτό που θέλει ο παραγωγός?
- Η πιστοποίηση της ποιότητας?
- Ασφάλεια <> Ποιότητα <> Πιστοποίηση

# Αξία

- Αξία είναι ό,τι οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται ότι κερδίζουν από την κτήση / χρήση ενός προϊόντος / υπηρεσίας πάνω από το κόστος κτήσης / χρήσης .
- Οι αγορές γίνονται με βάση την ΑΞΙΑ

Ερώτηση  
Κρίσης!

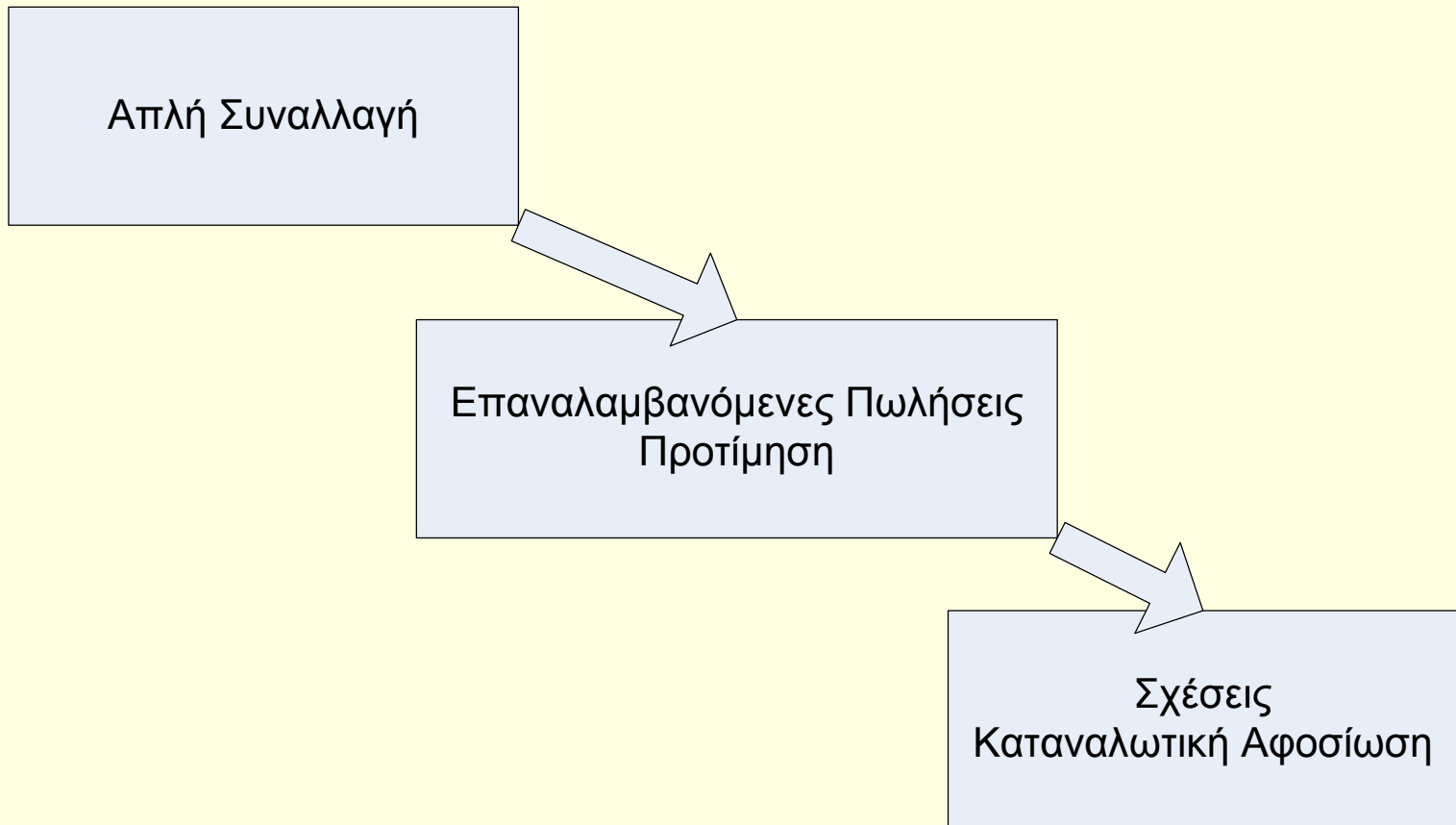
€39 φόρεμα    €139 φόρεμα    €239 φόρεμα  
Ποιο έχει την καλύτερη Αξία?

# Μάρκετινγκ Σχέσεων

---

- Η ανάπτυξη & διατήρηση υγιών συναλλαγών μέσω αμφίδρομων, συνεχών, διμερών σχέσεων με τους καταναλωτές, προμηθευτές και συνεργάτες με σκοπό την αποκόμιση αμοιβαίας αξίας.
- Οι σχέσεις δημιουργούν αξία
- Η αξία δημιουργεί κέρδος

# Μάρκετινγκ Σχέσεων





# Τι Είναι Επιχειρηματικότητα στον Πρωτογενή Τομέα?

---

- Γεωργός ή Επιχειρηματίας?
- Η εμπειρική γνώση είναι αρκετή για την άσκηση του γεωργικού επαγγέλματος?
- Ποιότητα & ασφάλεια, τεχνολογία, καινοτομία μπορούν να επιτευχθούν εμπειρικά?
- Ποιοτική Γεωργία, Βιολογική Γεωργία, Τυποποίηση, Πολυλειτουργικότητα κλπ.

# Επιχειρησιακή Αποτελεσματικότητα

---

- Απαραίτητες προϋποθέσεις για την επίτευξή της είναι
  - Γνώσεις
  - Ικανότητες και οι δεξιότητες
  - Πληροφόρηση
  - Τεχνολογία - Τεχνογνωσία

# Τι είναι επιχειρηματικότητα;

---

*Μια πολυεπίπεδη ανάλυση*

# Επιχειρηματίας

---

- Schumpeter – οικονομολόγος και πνευματικός πατέρας της μελέτης της επιχειρηματικότητας και του ρόλου της στις οικονομίες.
- Ο Schumpeter δήλωσε, «η δουλειά του επιχειρηματία είναι *δημιουργική καταστροφή*»

# 1. Επιχειρηματικότητα-γενικά

---

- Η επιχειρηματικότητα δημιουργεί και χτίζει κάτι αξιόλογο εκ του μηδενός.
- Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία της δημιουργίας ή το να δράττεσαι μια ευκαιρία και να την επιδιώκεις επίμονα, ανεξάρτητα από τους πόρους που έχεις υπό τον έλεγχό σου.
- Η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με τον προσδιορισμό, τη δημιουργία και τη διανομή αξίας (value) και ωφέλειας σε άτομα, ομάδες, οργανισμούς και στην κοινωνία.

# Επιχειρηματικότητα-γενικά

---

- Η επιχειρηματικότητα είναι μια πράξη καινοτομίας – η ικανότητα να δημιουργείς κάτι καινούριο, αξιόλογο εκεί που πριν δεν υπήρχε τίποτα.
- Η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία είναι έννοιες αδιάσπαστα συνδεδεμένες.
- Οι επιχειρηματικές νέες εταιρείες, έχοντας σωστό προσανατολισμό, είναι καινοτομικές, δημιουργούν αξία και στοχεύουν την ανάπτυξη.

# Επιχειρηματικότητα και καινοτομία

---

- Σημαντική σε ατομικό επίπεδο
  - υπόσχεση για δημιουργικές, δυναμικές, καλώς αμειβόμενες και αυτοελεγχόμενες καριέρες
- Σημαντική σε επίπεδο *εταιρείας*
  - δυναμική, ανταγωνιστική, ικανή δημιουργίας αξιών, πολύτιμη για άλλες νέες εταιρείες, αναπτυσσόμενες και παλαιότερες/ μεγαλύτερες εταιρείες
- Σημαντική σε οικονομικό/ κοινωνικό επίπεδο
  - προοδευτική, ενδογενής ανάπτυξη, παγκόσμιες διασυνδέσεις, καλύτερες συνθήκες διαβίωσης

# Οι μύθοι της επιχειρηματικότητας

---

1. Οι επιχειρηματίες πράττουν, δε στοχάζονται
2. Οι επιχειρηματίες γεννιούνται, δε φτιάχνονται
3. Οι επιχειρηματίες είναι πάντα εφευρετικοί
4. Οι επιχειρηματίες είναι αταίριαστοι στο περιβάλλον ακαδημαϊκά και κοινωνικά
5. Οι επιχειρηματίες πρέπει να ρυθμίζουν το “προφίλ”



# Οι μύθοι της επιχειρηματικότητας

---

6. Αυτό που χρειάζονται οι επιχειρηματίες είναι χρήματα
7. Αυτό που χρειάζονται οι επιχειρηματίες είναι τύχη
8. Η άγνοια είναι ευτυχία για τους επιχειρηματίες
9. Οι επιχειρηματίες αναζητούν επιτυχία αλλά και εμπειρία από μεγάλου βαθμού αποτυχία
10. Οι επιχειρηματίες παίρνουν υπερβολικά ρίσκα

# Τα 4 P στο Μάρκετινγκ

---

- Product - Προϊόν
- Price - Τιμολόγηση
- Place - Διανομή
- Promotion - Προώθηση

# Προϊόν

---

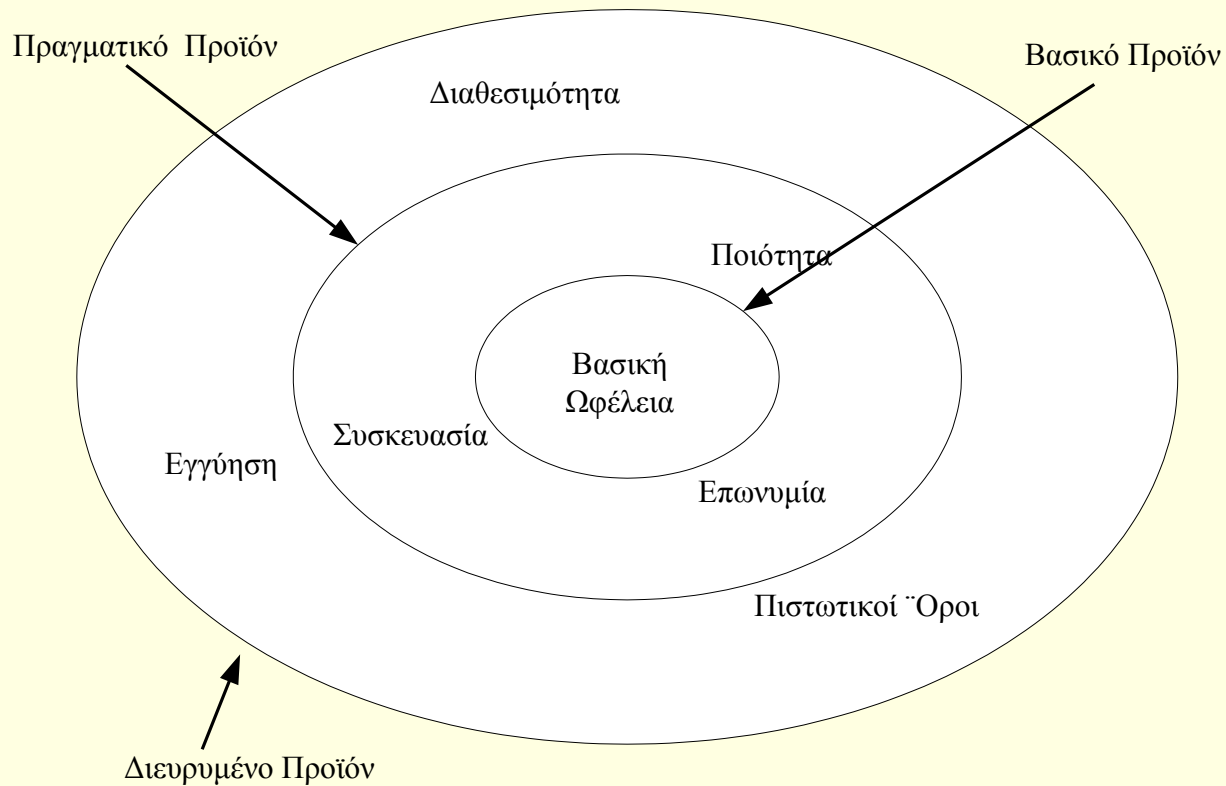
- *‘ο καταναλωτής μπορεί να έχει αυτοκίνητο  
όποιοι χρώματος επιθυμεί αρκεί να είναι  
μαύρο’*
- Ford, ιδρυτής της ομώνυμης  
αυτοκινητοβιομηχανίας και πατέρας της  
σύγχρονης μαζικής παραγωγής

# Προϊόν = Ανάγκη (Αξία)

---

- είναι λάθος μια επιχείρηση να επικεντρωθεί στο προϊόν που παράγει αντί στην ανάγκη που ικανοποιεί
- Η Coca-Cola λαθεμένα επικεντρώθηκε υπερβολικά στην κατηγορία των αναψυκτικών αντί στην ανάγκη που ικανοποιούν
- Αποτέλεσμα: η πολυεθνική εταιρία να μην αναπτυχθεί έγκαιρα σε αγορές προϊόντων όπως είναι τα αναψυκτικά με γεύση φρούτων, υγιεινά ποτά, και εμφιαλωμένο νερό

# Επίπεδα Προϊόντος



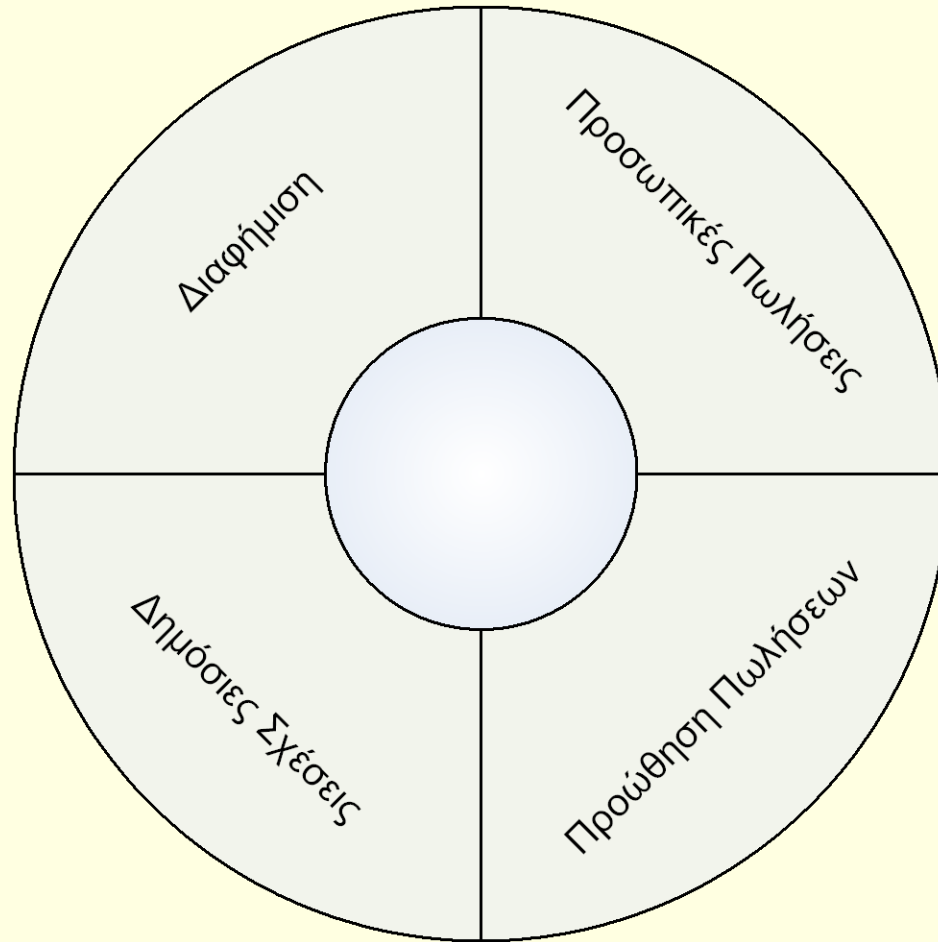
# *Επίπεδα Προϊόντος*

---

- Το **βασικό προϊόν** είναι η βασική ωφέλεια, ο κύριος λόγος για τον οποίο ο καταναλωτής προβαίνει στην αγορά του προϊόντος.
- Το **πραγματικό προϊόν** συμπεριλαμβάνει όλα τα απτά και φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, τα οποία αποτελούν και την πλειοψηφία των χαρακτηριστικών που μας έρχονται στο μυαλό όταν σκεφτόμαστε το συγκεκριμένο προϊόν.
- Το **διευρυμένο προϊόν** ενσωματώνει όλους τους υπόλοιπους παράγοντες που απαιτούνται για να ολοκληρωθεί η συνολική προσφορά που λέγεται προϊόν, δηλαδή την εξυπηρέτηση, τις υπηρεσίες μετά την πώληση κτλ.

# Μίγμα Επικοινωνίας - Προώθησης

---



# Μίγμα προώθησης

---

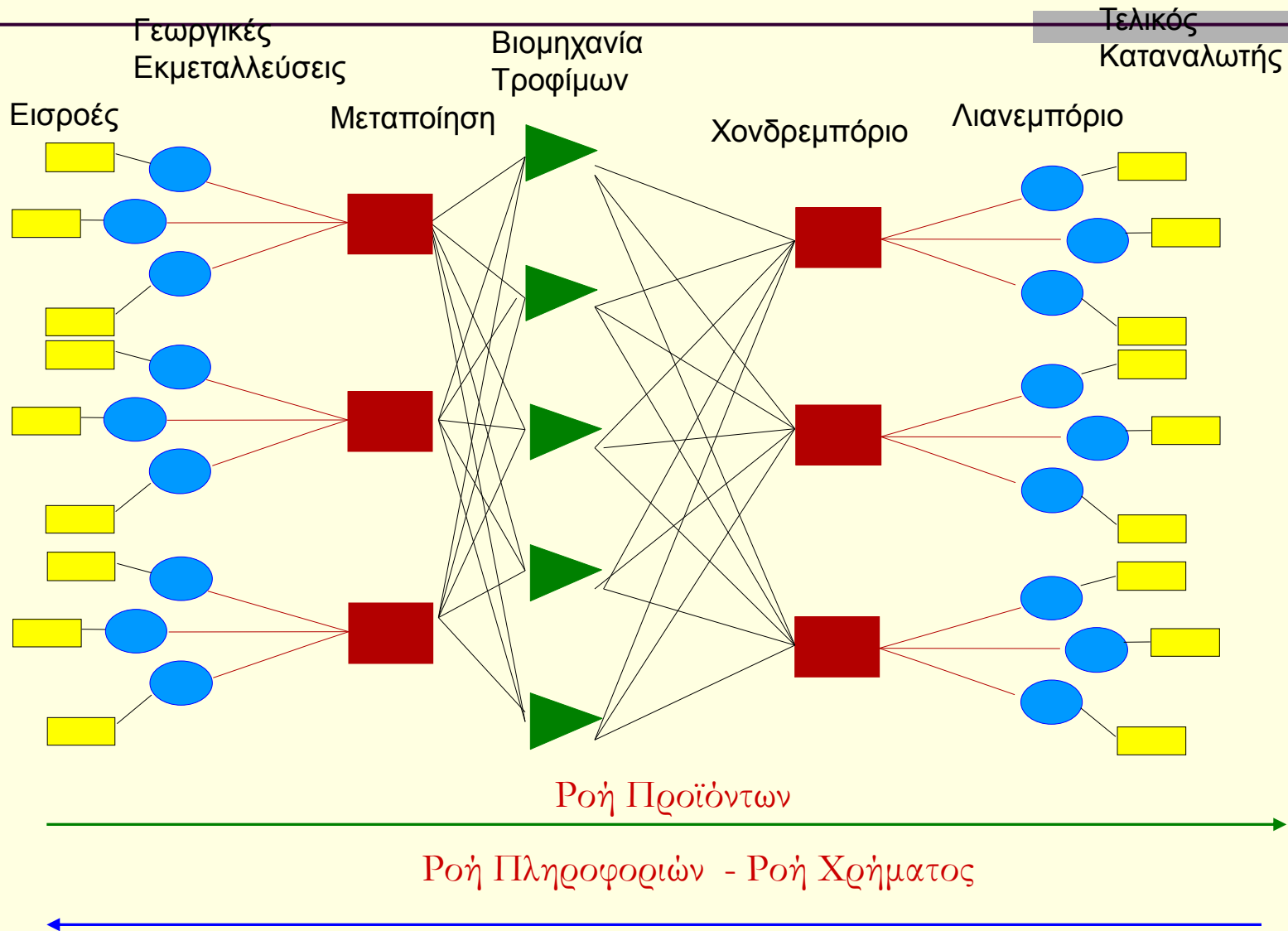
- Το μίγμα προώθησης αποτελείται τέσσερα βασικά στοιχεία διαφήμιση,
  - προσωπικές πωλήσεις
  - δημόσιες σχέσεις
  - προώθηση πωλήσεων
- Το καθένα από αυτά τα μέσα επιτρέπει στην επιχείρηση να «περάσει» ένα ορισμένο μήνυμα στην πελατεία της.
- Η χρησιμότητα του καθενός είναι διαφορετική και η αποτελεσματική χρήση του συνόλου απαιτεί τη διασαφήνιση της αναμενόμενης αποτελεσματικότητας τους.
- είναι σκόπιμο να εξεταστεί η αλληλεπίδραση τους στα μιας συγκεκριμένης πολιτικής επικοινωνίας με στόχο την επίτευξη του άριστου δυνατού αποτελέσματος.
- Η απόφαση για το μίγμα προώθησης έχει αντίκτυπο και στον επιμερισμό του προϋπολογισμού



# Σημασία Τιμολόγησης

- Έστω ότι μία επιχείρηση έχει περιθώριο κέρδους 8% . Εάν η επιχείρηση αυτή μπορούσε να αυξήσει την τιμή πώλησης κατά 1% χωρίς να επηρεαστούν καθόλου οι πωλήσεις, τι θα σήμαινε αυτό στην κερδοφορία;
  - Πωλήσεις: €X
  - Περιθώριο: €0.08X
  - Κόστος: €0.92X
  - Νέες Πωλήσεις: €1.01X
  - Κόστος: €0.92X (δεν μεταβάλλεται)
  - Νέο Περιθώριο: €0.09X
  - Αύξηση Περιθωρίου:  $100 \times (0.09 - 0.08) / 0.08X = 12.5\%$

# Εφοδιαστική Αλυσίδα Τροφίμων



# Εφοδιαστική Αλυσίδα Ποτών

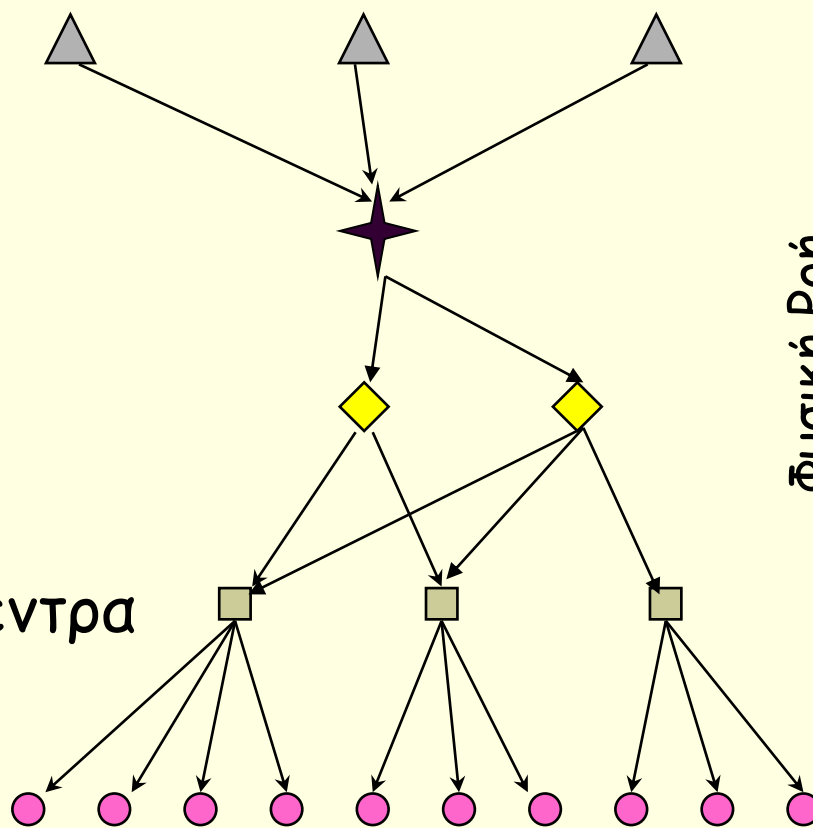
▲ Παραγωγοί

✦ Συγκέντρωση

◆ Εμφιάλωση

■ Διακομιστικά Κέντρα (κάβες)

● Καταναλωτές



Φυσική Ροή

Ροή Πληροφορίας & Χρημάτων

# Εφαρμογές Μάρκετινγκ Τροφίμων

## Π.Ο.Π. ΠΡΟΪΟΝΤΑ «ΜΑΣΤΙΧΑ»

---



# τι είναι η μαστίχα;

- Ο ρητινώδης χυμός που βγαίνει από τον κορμό και τα κλαδιά του μαστιχόδεντρου της ποικιλίας *Pistacia Lentiscus* var. *Chia*.
- Η μορφή της είναι κρυσταλλική.
- Η γεύση της αρχικά πικρή αλλά στη συνέχεια αφήνει ένα ευχάριστο άρωμα.



# που και πότε καλλιεργείται;

- Μόνο στο νότιο τμήμα της Χίου.
- 24 Μαστιχοχώρια
- Ιούνιος – Σεπτέμβριος





# οι λόγοι που καθιστούν μοναδική την καλλιέργειά της στη Νότια Χίο...

- Εξαιρετικά μεγάλη ηλιοφάνεια όλο το χρόνο
- Ελάχιστες βροχές το καλοκαίρι
- Ήπιος χειμώνας με θερμοκρασίες που δεν κατεβαίνουν κάτω από το μηδέν
- Η σύσταση του εδάφους από ασβεστολιθικά πετρώματα που δεν συγκρατούν πολλή υγρασία στην επιφάνεια.



# τι είναι Π.Ο.Π και πότε έγινε η εισαγωγή της...

Ως Π.Ο.Π χαρακτηρίζεται το προϊόν, του οποίου τα χαρακτηριστικά οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στο γεωγραφικό περιβάλλον, ενώ η παραγωγή, η μεταποίηση και η επεξεργασία του λαμβάνουν χώρα σε οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή.

Η εισαγωγή της στον Κοινοτικό κατάλογο της Ε.Ε. έγινε βάσει του υπ' αριθμ. 123/1997 Κανονισμού (L0224/24-1-97) το 1997.





# τα προϊόντα που έχουν χαρακτηριστεί ως Π.Ο.Π...

■ Φυσική Μαστίχα Χίου



■ Μαστιχέλαιο Χίου



■ Τσίκλα ΕΛΜΑ Χίου



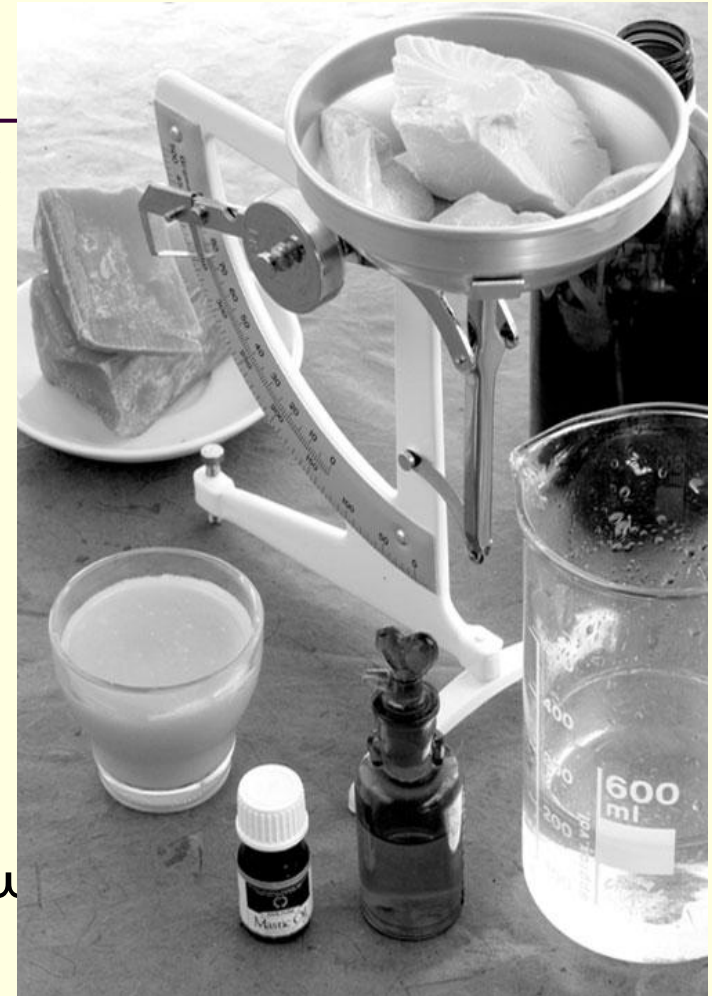
# ποιες είναι οι χρήσεις της;

- Τρόφιμα – Ποτά
- Φαρμακευτική
- Χημική
- Παραγωγή Καλλυντικών  
- Αρωμάτων



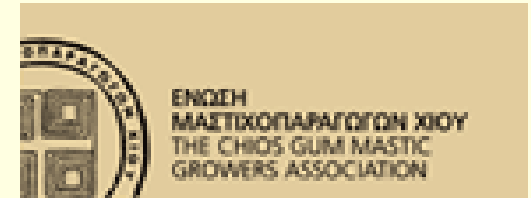
# οι μελέτες που έχουν γίνει δείχνουν ότι...

- Παρουσιάζει ευεργετική δράση κατά των παθήσεων του πεπτικού συστήματος,
- Συμβάλλει στη στοματική υγιεινή
- Παρουσιάζει σημαντική αντιμικροβιακή και αντιφλεγμονώδη δράση
- Αποτελεί φυσικό αντιοξειδωτικό
- Συμβάλλει στην επούλωση τραυμάτων και την ανάπτυξη της επιδερμίδας.



# Η Ένωση Μαστιχοπαραγωγών Χίου αλλάζει πορεία...

- Παραγωγικές επενδύσεις, Έρευνα και ανάπτυξη, Ποιότητα, Εκπαίδευση, Επικοινωνία, Υποστήριξη αγροτών, Αξιοποίηση περιουσίας και Επιχειρηματικά σχέδια (ΑΞΙΑΣ: 10.000.000 €)
- Το 2002 ιδρύεται η θυγατρική της εταιρία MEDITERRA A.E
- Πρόσφατα έγινε αύξηση μετοχικού κεφαλαίου κατά 2.116.400 €

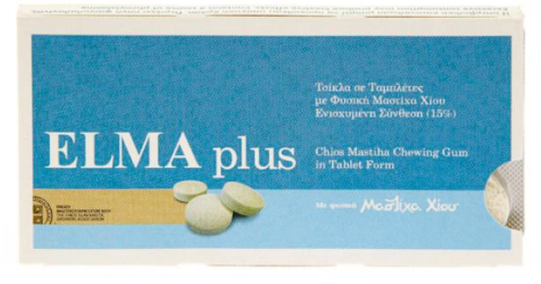


# ο ρόλος της **MEDITERRA A.E....**

- Προώθηση των προϊόντων μέσω των καταστημάτων **MASTIHASHOP**
- Την παραγωγή προϊόντων μαστίχας
- Την διανομή της μαστίχας Χίου στην Ελλάδα
- Την διανομή της τσίκλας **ELMA PLUS** στην Ελλάδα και το εξωτερικό
- Την ανάπτυξη και διανομή στα φαρμακεία της σειράς mastihashoptherapy
- Την ανάπτυξη και διανομή της σειράς προϊόντων cultura mediterranea σε καταστήματα τροφίμων

### Κατηγορίες:

- Μαστίχα Χίου
- Παρα-φαρμακευτικά
- Καλλυντικά
- Gourmet
- Βιολογικά
- Παραδοσιακά
- Τσίκλες μαστίχας
- Λαογραφικά
- Συσκευασίες δώρου
- Ποτά



# Πίνακας αντιπροσωπευτικών προϊόντων

ΠΡΟΪΟΝ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΙΜΗ €
Φυσική Μαστίχα Χίου	500 γρ.	67.90
Μαστιχέλαιο	10 γρ.	48.25
Μαστίχα Χίου σε σκόνη (διατροφικό σκεύασμα)	60 γρ.	10.20
Τσίκλες ΕΛΜΑ	Μ.β. 20 γρ.	1.00
Παραδοσιακή Χαλβαδόπιτα με μαστίχα Χίου	80 γρ.	1.50
Μαστίχα Χίου σε σκόνη (μαγειρική χρήση)	50 γρ.	7.95
Κρέμα νυκτός με μαστιχέλαιο	40 ml	21.60
Στοματικό διάλυμα με μαστιχέλαιο, μύρο και φασκόμηλο mastihashopcare	250 γρ.	9.81
Οδοντόκρεμα με μαστίχα Χίου	80 ml	5.25
Αρωματικό σαπούνι ελαιολάδου με μαστίχα Χίου mastihashoptherapy	125 γρ.	3.95
Λικέρ μαστίχας	500 ml	9.70



# Τρόποι πώλησης και δίκτυο αγορών προϊόντων...

---

- Λιανικές πωλήσεις από τα ιδιόκτητα καταστήματα
- Χονδρικές πωλήσεις στα καταστήματα δικαιόχρησης (Franchise)
- Σημείο πώλησης στο Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος
- Φαρμακεία: **προϊόντα mastihashoptherapy**
- Εξαγωγές: **Κύπρος, Τουρκία, Σ. Αραβία, Ηνωμ. Αραβ. Εμιράτα, Λίβανο, Ιράκ, Κουβέιτ, Πακιστάν, Ινδία, Συρία, Παλαιστίνη, Λιβύη, Αίγυπτος, Η.Π.Α., Γαλλία**
- Χονδρικές πωλήσεις φυσικής μαστίχας



# **mastihashop**® τα καταστήματα...

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΝΑΡΧΗΤΙΚΗ ΕΤΗΣΗ ΜΕΛΕΤΗΤΗΣ

...στην Ελλάδα

- ΧΙΟΣ
- ΑΘΗΝΑ
- ΠΕΙΡΑΙΑΣ
- ΚΗΦΙΣΙΑ
- ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
- ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
- ΛΕΥΚΑΔΑ
- ΒΟΛΟΣ
- ΝΑΥΠΛΙΟ
- ΔΙΕΘΝΕΣ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
- ΜΥΚΟΝΟΣ

...στον κόσμο

- ΛΕΥΚΩΣΙΑ
- ΝΤΟΥΜΠΑΙ
- ΠΑΡΙΣΙ
- ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ



# Πίνακας πωλήσεων προϊόντων

	2005	2006	2007	2008
Παραγωγή μαστίχας (τόνοι)	158.389,65	153.348,94	150.309,63	108.519,95
Πωλήσεις μαστίχας (τόνοι)	136.069,83	128.935,887	150.022,37	137.612,92
Εξαγωγές μαστίχας (τόνοι)	85.894,2	73.465,7	91.774,8	85.226,86
Πωλήσεις Τσίκλας (χ/β)	26.802,31	29.018,53	28.801,33	25.559,50

# Τρόποι προώθησης των προϊόντων...

- Διαφημίσεις στα ΜΜΕ

- Διαδίκτυο

<http://www.mastihashop.com>

- Οργάνωση Προγραμμάτων φιλοξενίας opinion makers, ξένων εκπροσώπων και φορέων των αγορών – στόχων.



# οι επόμενοι στόχοι....

- Τα νέα προϊόντα της εταιρείας που θα προωθηθούν στο σύνολο να φθάσουν περίπου τα **200**, ενώ στη συνέχεια θα υπάρξει διαρκής ανανέωση τους.
- Να έρθει στη ζωή και στο τραπέζι όλο και περισσότερων Ελλήνων και ξένων καταναλωτών η μαστίχα, καθώς και τα προϊόντα με βάση την μαστίχα.
- **Ίδρυση Μουσείου Μαστίχας** σε περιοχή των Μαστιχοχωρίων με σκοπό την γνωριμία με το προϊόν και τον τρόπο καλλιέργειας μεγαλύτερου αριθμού καταναλωτών.

# Συμπεράσματα

---

- Το μοντέλο γεωργικής ανάπτυξης στην Ελλάδα αλλάζει με σημαντικούς ρυθμούς.
- Από την επιδοτούμενη γεωργία, σε επιχορηγούμενη ανταγωνιστικότητα
- Καλή Εφαρμογή απλών αρχών του Μάρκετινγκ MAZI με επιχειρηματικότητα μπορεί να έχει θεαματικά αποτελέσματα όπως στην περίπτωση της Μαστίχας

- 
- Ευχαριστώ για την προσοχή σας!