



# Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων

Ενότητα 11<sup>η</sup>: Ταυτοποίηση Αγροτικών Προϊόντων

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.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΧΤΑ  
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ  
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



# Ταυτοποίηση Αγροτικών Προϊόντων

Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων  
Τμήμα Γεωπονίας

# Έννοια της ταυτοποίησης

- Ταυτοποίηση προϊόντος (product identification) ή σηματοποίηση προϊόντος (product branding) ονομάζεται ο προσδιορισμός της ταυτότητάς του, με τη χρήση ονόματος, συμβόλου ή συνδυασμού αυτών.
- Ο προσδιορισμός της ταυτότητας των αγροτικών προϊόντων του φορέα παραγωγής ή εμπορίας τους γίνεται κυρίως:
  1. με το εμπορικό **όνομα**,
  2. με το εμπορικό **σήμα**, ή
  3. με τον **συνδυασμό** και των δύο.



# Εμπορικό Όνομα

- Εμπορικό όνομα (trade name) μιας επιχείρησης είναι το πραγματικό νομικό όνομα της επιχείρησης.
- Μπορεί να χρησιμεύει για την αναγνώριση των προϊόντων της επιχείρησης στην αγορά, αλλά δεν προσδιορίζει κανένα συγκεκριμένο προϊόν της.



# Σήμα ή μάρκα (brand)

- Σήμα ή μάρκα ενός προϊόντος είναι:
  1. Λέξη, γράμμα, αριθμός ή
  2. Σύμβολο, εικόνα, σχέδιο, διακριτικό χρώμα ή
  3. Συνδυασμός των δυο, που χρησιμοποιείται για την ταυτοποίηση των προϊόντων μιας επιχείρησης.

Η **μάρκα (brand)** αποτελεί την ατομική ταυτότητα κάθε προϊόντος μιας επιχείρησης που έχει συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά και ενδιαφέρουν τους καταναλωτές.



# Το σήμα μιας επιχείρησης αποτελείται συνήθως από δυο μέρη

## Όνομα σήματος (brand name)

- το προφερόμενο τμήμα του σήματος
- το τμήμα εκείνο της μάρκας της που αποτελείται από λέξεις ή γράμματα ή αριθμούς.

## Σύμβολο σήματος (brand symbol)

- το εικονογραφημένο τμήμα του σήματός της
- αποτελείται από σύμβολο ή εικόνα ή σχέδιο ή διακριτικό χρώμα.





# Εμπορικό Σήμα (trademark)

- Είναι ένα σήμα ή μέρος αυτού στο οποίο έχει δοθεί νομική προστασία και το οποίο χρησιμοποιείται αποκλειστικά από τον φορέα εμπορίας.
- Αποκτάται από το αρμόδιο κρατικό όργανο, μετά από αίτηση της επιχείρησης.
- Χαρακτηρίζεται και ως «**σήμα κατατεθέν**».



# Ετικέτα ή επιγραφή (label)

- Το γραπτό, τυπωμένο ή σχεδιασμένο κομμάτι του υλικού συσκευασίας του προϊόντος, που έχει ως σκοπό την ταυτοποίηση των προϊόντων της επιχείρησης και την παροχή στους καταναλωτές χρήσιμων πληροφοριών για το προϊόν.
- Μπορεί να είναι μόνιμο τμήμα του πρωτογενούς υλικού συσκευασίας του προϊόντος,
- Μπορεί να εμφανίζεται με την μορφή ετικέτας.



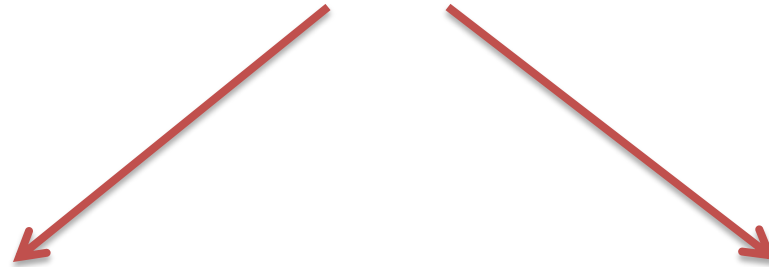
# Μια καλή ετικέτα πρέπει να περιέχει τα εξής πληροφοριακά στοιχεία:

1. Το εμπορικό σήμα της επιχείρησης.
2. Το όνομα του παραγωγού ή μεταποιητή ή φορέα εμπορίας.
3. Την εικόνα του προϊόντος.
4. Πληροφορίες που αφορούν το προϊόν (περιεχόμενο, ποικιλία, ποιότητα, συστατικά, οδηγίες διατήρησης, τρόπους χρήσης, ημερομηνία λήξης, τιμή).





# Είδη εμπορικών σημάτων



**Επώνυμα  
προϊόντα**

**Ανώνυμα  
προϊόντα**

# Επώνυμα προϊόντα (branded products)

- «...Τα προϊόντα εκείνα που διακινούνται στην αγορά ταυτοποιημένα με εμπορικά σήματα».
- Μπορούν να διακριθούν σε διάφορες κατηγορίες, ανάλογα με τα **κριτήρια** που χρησιμοποιούνται για το σκοπό αυτό.



# Διάκριση των επώνυμων προϊόντων (1)

**Ανάλογα με τον αριθμό των προϊόντων που πωλούνται με το ίδιο εμπορικό σήμα**

- Οικογενειακά εμπορικά σήματα (family brands).
- Ατομικά εμπορικά σήματα (individual brands).
- Συνδυασμένα εμπορικά σήματα (combination brands).

**Ανάλογα με το είδος του φορέα, του οποίου το εμπορικό σήμα χρησιμοποιείται στα προϊόντα**

- Εμπορικά σήματα παραγωγών (producer brands).
- Εμπορικά σήματα μεταποιητών (manufacturer brands).
- Εμπορικά σήματα εμπόρων (marketer brands).
- Εμπορικά σήματα εισαγωγέων (importer brands).



# Διάκριση των επώνυμων προϊόντων (2)

Ανάλογα με την ακτίνα δράσης ή την περιοχής ισχύος των εμπορικών σημάτων

- **Τοπικά εμπορικά σήματα, (local brands)**, όταν ισχύουν σε έναν περιορισμένο τόπο.
- **Περιφερειακά εμπορικά σήματα, (regional brands)**, όταν χρησιμοποιούνται σε μια περιφέρεια.
- **Εθνικά εμπορικά σήματα, (national brands)**, όταν κυκλοφορούν σε ολόκληρη τη χώρα.
- **Διεθνή εμπορικά σήματα, (international brands)**, όταν με το ίδιο εμπορικό σήμα διακινούνται σε άλλες χώρες του κόσμου, όπου εξάγονται.



# Ανώνυμα προϊόντα (Generic products)

- «...ονομάζονται τα προϊόντα εκείνα, τα οποία διακινούνται στην αγορά χωρίς ταυτότητα, δηλαδή χωρίς το όνομα των παραγωγών ή φορέων εμπορίας τους».
- Στην Αμερικάνικη βιβλιογραφία χρησιμοποιείται πιο πολύ ο όρος «**Generic brands**» (ανώνυμες μάρκες) --> εμπορικά σήματα εκείνων των προϊόντων που δεν αναγράφουν την ταυτότητα των φορέων παραγωγής ή εμπορίας τους.
- Η ετικέτα αυτών των προϊόντων ή εμπορικών σημάτων δεν έχει ούτε το όνομα ούτε το σύμβολο των παραγωγών ή εμπόρων τους.
- Είναι πολύ φθηνότερα από τα αντίστοιχα επώνυμα προϊόντα.



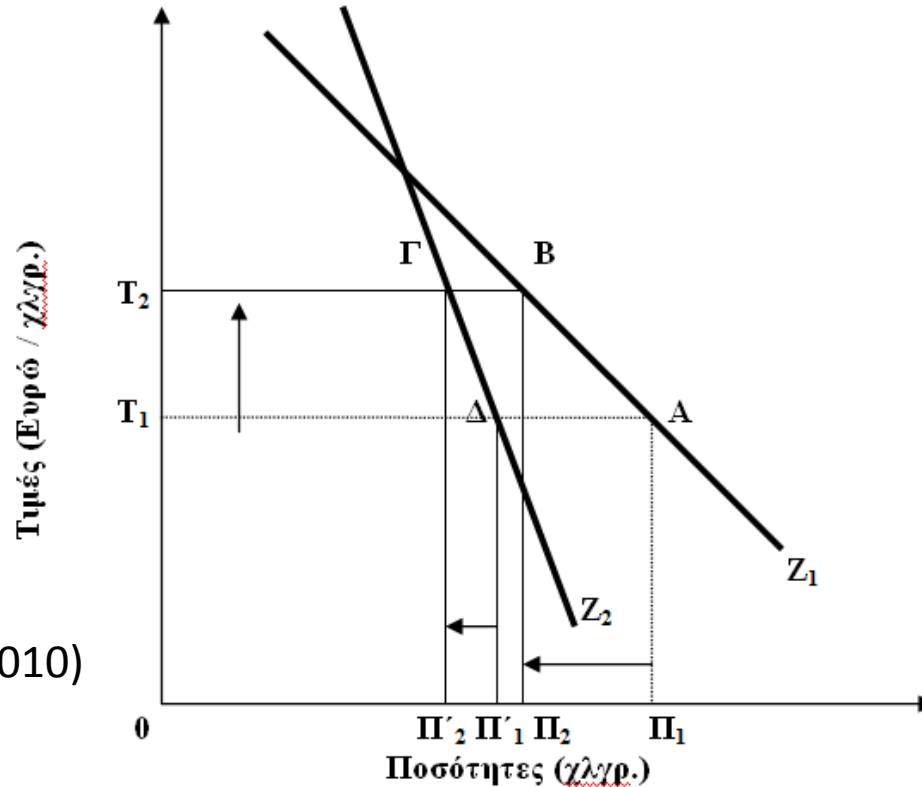


# Οικονομική της ταυτοποίησης (1)

- Συμβολή της στην **μείωση της ελαστικότητας Ζήτησης** του προϊόντος, που επιτρέπει την αύξηση της συνολικής προσόδου της επιχείρησης.
- Η μεγάλη αφοσίωση των καταναλωτών σε μια συγκεκριμένη μάρκα προϊόντος ονομάζεται **πιστότητα μάρκας (brand loyalty)**.
- Αυτή **καθιστά τη Ζήτηση του προϊόντος ανελαστική**, αφού η ζητούμενη ποσότητά του αντιδρά πολύ λίγο στις αλλαγές της τιμής του.



# Οικονομική της ταυτοποίησης (2)



Πηγή: Καμενίδης (2010)

Μετατροπή της Ζήτησης ενός προϊόντος σε ανελαστικότερη, λόγω ταυτοποίησής του, και αύξηση της προσόδου του φορέα μεταποίησης ή εμπορίας, που το διακινεί.



# Πλεονεκτήματα της ταυτοποίησης των αγροτικών προϊόντων (1)

Για τους Παραγωγούς και τους Φορείς μεταποίησης και εμπορίας

- Διαφοροποιεί τα προϊόντα μιας επιχείρησης από τα προϊόντα ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.
- Παρέχει ανεξαρτησία κατά την τιμολόγηση των προϊόντων..
- Διευκολύνει τη διαφήμιση των προϊόντων.
- Επιτυχαίνει μεγαλύτερη σταθερότητα τιμών.
- Αυξάνει τις πιθανότητες επιτυχίας ενός νέου προϊόντος στην αγορά.
- Προστατεύει τη φήμη και το γόητρο των επιχειρήσεων.
- Αυξάνει την ποσότητα πώλησης των προϊόντων.

Αποφέρει υψηλότερο συνολικό κέρδος στις επιχειρήσεις



# Πλεονεκτήματα της ταυτοποίησης των αγροτικών προϊόντων (2)

## Για τους Καταναλωτές

- Διευκολύνει την αγορά προϊόντων.
- Προστατεύει τους καταναλωτές.
- Χρησιμεύει ως «οδηγός αγορών» των καταναλωτών.
- Δημιουργεί ψυχική ικανοποίηση στους καταναλωτές.



# Πλεονεκτήματα της ταυτοποίησης των αγροτικών προϊόντων (3)

## Για το Κράτος

- Συντελεί στη βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων.
- Συντελεί στην επινόηση και εφαρμογή νέων τεχνολογιών και μεθόδων παραγωγής.
- Συντελεί στην προστασία των καταναλωτών.



# Χαρακτηριστικά ενός καλού εμπορικού σήματος

- Να είναι σύντομο και απλό.
- Να αναγνωρίζεται εύκολα.
- Να προφέρεται εύκολα σε όλες τις γλώσσες.
- Να είναι μνημονεύσιμο.
- Να είναι υποδηλωτικό των ωφελειών του προϊόντος.
- Να ανταποκρίνεται επιτυχημένα στην «εικόνα» (image) της επιχείρησης.
- Να είναι προσαρμόσιμο.
- Να είναι πάντοτε επίκαιρο.
- Να είναι νόμιμα διαθέσιμο προς χρήση.
- Να είναι πειστικό στους καταναλωτές.



# Λόγοι διάθεσης των αγρ. προϊόντων με το εμπορικό σήμα των παραγωγών

- **Συνδέουν** τους Καταναλωτές με τους Παραγωγούς.
- Δεν διατρέχουν τον **κίνδυνο εύκολης υποκατάστασης** των προϊόντων τους από ομοειδή προϊόντα άλλων παραγωγών.
- Ευνοούν την **αύξηση** της παραγωγής.



# Προϋποθέσεις για τη διάθεση των αγρ. προϊόντων με το εμπορικό σήμα των παραγωγών

- **Το προϊόν να παράγεται σε μεγάλη ποσότητα:** με το ίδιο εμπορικό σήμα θα διατίθεται ολόκληρη ή έστω η μεγαλύτερη ποσότητα παραγωγής ενός αγροτικού προϊόντος --> υπάρχει ένας «κεντρικός φορέας» ή έστω λίγοι και μεγάλοι φορείς διάθεσης του προϊόντος αυτού.
- **Το προϊόν να είναι πολύ καλής ποιότητας:** οικονομικά κίνητρα για τον φορέα εμπορίας να επιδιώξει να επιτύχει την υιοθέτηση από τους καταναλωτές του εμπορικού σήματος των παραγωγών.





# Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων

- Το Έργο αυτό κάνει χρήση των ακόλουθων έργων:
- Εικόνα 1: <Μετατροπή της Ζήτησης ενός προϊόντος σε ανελαστικότερη, λόγω ταυτοποίησής του, και αύξηση της προσόδου του φορέα μεταποίησης ή εμπορίας, που το διακινεί><Καμενίδης (2010)>



# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χρίστος Καμενίδης.  
«Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων. Ταυτοποίηση Αγροτικών Προϊόντων».  
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

