

# ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΧΡΙΣΤΟΥ Θ. ΚΑΜΕΝΙΔΗ

Ομ. Καθηγητή Γεωπονικής Σχολής Α.Π.Θ.

Το Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων, ένας από τους σπουδαιότερους κλάδους των Γεωπονικών Επιστημών, ασχολείται με ολόκληρη δέσμη σπουδαιότατων οικονομικών δραστηριοτήτων (τυποποίηση, συσκευασία, ταυτοποίηση, μεταποίηση, αποθήκευση, μεταφορές, έρευνα αγοράς, διαφήμιση, τιμολόγηση, πώληση κ.ά.) των αγροτικών προϊόντων που πραγματοποιούνται από τη στιγμή που τα αγροτικά προϊόντα παραλαμβάνονται από τα χέρια των παραγωγών έως τη στιγμή που παραδίδονται στα χέρια των καταναλωτών καθώς και με την καθοδήγηση της αγροτικής παραγωγής προς εκείνα τα προϊόντα που ζητά η αγορά. Βέβαια, η επιδίωξη είναι όλα αυτά να πραγματοποιούνται με το χαμηλότερο δυνατό κόστος για να μπορούν και οι παραγωγοί να απολαμβάνουν τις υψηλότερες δυνατές **γεωργικές τιμές** και οι καταναλωτές να καταβάλλουν όσο το δυνατόν χαμηλότερες **λιανικές τιμές**, οπότε έτσι βελτιώνεται η ευημερία και των δύο.

Ακριβώς αυτό είναι το κύριο περιεχόμενο και ο βασικός στόχος του βιβλίου «**Μάρκετινγκ Αγροτικών Προϊόντων**» του καθηγητή της Γεωπονικής Σχολής του ΑΠΘ κ. Χρίστου Καμενίδη, που εκδόθηκε πρόσφατα (Δεκέμβριος 2010) από τον εκδοτικό Οίκο των Αδελφών Κυριακίδη και διατίθεται από το βιβλιοπωλείο τους στην οδό Μελενίκου, αρ. 55. (Τηλ. 2310-208-540 και Fax: 2310-245-541).

Το βιβλίο αυτό είναι δομημένο σε 10 μέρη και 30 κεφάλαια, το περιεχόμενο των οποίων περιγράφεται αναλυτικά στις 601 σελίδες του.

Το 1<sup>ο</sup> μέρος «**ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**» περιλαμβάνει 3 κεφάλαια στα οποία αναλύονται η έννοια, οι λειτουργίες, οι σκοποί και το περιβάλλον του Μάρκετινγκ.

Το 2<sup>ο</sup> μέρος «**ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**» διαθέτει 3 κεφάλαια, ένα για κάθε βασικό φορέα (παραγωγοί-καταναλωτές-φορείς εμπορίας) που συμμετέχουν στο όλο κύκλωμα της εμπορίας των αγροτικών προϊόντων.

Το 3<sup>ο</sup> μέρος «**ΤΟ ΟΛΙΚΟ ΑΓΡΟΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ**» αποτελείται από 5 κεφάλαια, τα οποία πραγματεύονται αναλυτικά το φυσικό αγροτικό προϊόν και το εμπορικό αγροτικό προϊόν, που προσδιορίζεται ουσιαστικά από τις λειτουργίες της μεταποίησης, της τυποποίησης, της συσκευασίας και της ταυτότητας των αγροτικών προϊόντων.

Το 4<sup>ο</sup> μέρος «**ΤΙΜΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**», απαρτίζεται από 4 κεφάλαια τα οποία πραγματεύονται αναλυτικά τη σπουδαιότητα και το ρόλο των τιμών καθώς και τις κύριες δυνάμεις (προσφορά και ζήτηση) που συντελούν στο σχηματισμό των τιμών των αγροτικών προϊόντων.

Το 5<sup>ο</sup> μέρος «**ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**» πραγματεύεται σε 3 κεφάλαια την έννοια, τον σκοπό και τις δύο κύριες λειτουργίες (μεταφορές και αποθήκευση) της Εφοδιαστικής.

Το 6<sup>ο</sup> μέρος «**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ**» περιλαμβάνει 3 κεφάλαια στα οποία αναλύονται οι λειτουργίες της πληροφόρησης και της έρευνας αγοράς καθώς και της διαφήμισης των αγροτικών προϊόντων.

Το 7<sup>ο</sup> μέρος «**ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΤΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**» πραγματεύεται τα 2 κεφάλαια της Χρηματοδότησης και της Ανάληψης των κινδύνων εμπορίας που διευκολύνουν σημαντικά τις κύριες λειτουργίες του Μάρκετινγκ.

Το 8<sup>ο</sup> μέρος «**ΠΩΛΗΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**», που στα 3 κεφάλαια του αναλύονται η δομή, η συμπεριφορά και η λειτουργικότητα της αγοράς, το χονδρεμπόριο και το λιανεμπόριο των αγροτικών προϊόντων και τα κανάλια εμπορίας τους.

Το 9<sup>ο</sup> μέρος «**ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**», πραγματεύεται τα 2 σπουδαία κεφάλαια του κόστους και της αποδοτικότητας του μάρκετινγκ και κυρίως τους παράγοντες από τους οποίους επηρεάζονται και τις επιπτώσεις που έχουν σε παραγωγούς και καταναλωτές.

Το 10<sup>ο</sup> μέρος «**ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**» αποτελείται από 2 κεφάλαια, τη «**Στρατηγική Εμπορίας**», όπου αναλύονται οι κυριότερες πολιτικές (τμηματοποίηση αγοράς κλπ.) των φορέων εμπορίας και τη «**Συνεταιριστική Εμπορία**», η οποία αναδεικνύει την αναγκαιότητα και τις ωφέλειές της για τους παραγωγούς και τους καταναλωτές και προσδιορίζει τους μηχανισμούς λειτουργίας της και τις προϋποθέσεις επιτυχίας της.

Από τα παραπάνω καταφαίνεται ότι το βιβλίο αυτό (ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ) είναι σπουδαίο εκπαιδευτικό βοήθημα για τους φοιτητές των Γεωπονικών Σχολών των Πανεπιστημίων και των ΤΕΙ της Χώρας και πολύ χρήσιμο επιστημονικό και επαγγελματικό εργαλείο για τους Γεωπόνους, τα Συνεταιριστικά Στελέχη και άλλους ενδιαφερόμενους.