

# Τιμολόγηση βιολογικών προϊόντων

# Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

- Αντικείμενο της τιμολόγησης είναι ο καθορισμός της τιμής, στην οποία θα πουληθεί το προϊόν.
- Ένα βασικό ερώτημα αφορά τον τρόπο προσδιορισμού των τιμών, με βάση τις οποίες ανταλλάσσονται τα διάφορα αγαθά π.χ.
- Γιατί η τιμή του κρέατος είναι 4,40 € το κιλό, ενώ η τιμή της τομάτας 0,59 € το κιλό;
- Γιατί η τιμή της τομάτας είναι τον Αύγουστο πολύ χαμηλότερη από την τιμή που έχει τον Απρίλιο;
- Ποιοι παράγοντες καθορίζουν πόσο ψηλή θα είναι η τιμή κάποιου αγαθού και πότε θα αυξάνεται ή θα μειώνεται;

# Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

- **Προσφορά και ζήτηση.**

- Αν πάρουμε ως παράδειγμα τις τιμές των φρούτων, βλέπουμε ότι, όταν τα φρούτα πρωτοεμφανίζονται στην αγορά, οι τιμές είναι υψηλές, σταδιακά όμως μειώνονται και, όταν τελειώνει η περίοδος παραγωγής των φρούτων, αρχίζουν πάλι να ανεβαίνουν.
- Συγκεκριμένα, οι τιμές των κερασιών αρχίζουν από τις 5,87€, το κιλό, ενώ κατεβαίνουν στο μέσο της περιόδου μέχρι και τις 1.47 €, το κιλό.
- Αυτό συμβαίνει γιατί αρχικά η ποσότητα που είναι διαθέσιμη στην αγορά σε σχέση με τις ανάγκες κατανάλωσης είναι μικρή.
- Αργότερα, όταν η ποσότητα αυτή αυξάνεται, η τιμή μειώνεται. Η τιμή, δηλαδή, επηρεάζεται από την προσφορά και τη ζήτηση ενός αγαθού.

# Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

- **Κόστος παραγωγής.**
- Ένα άλλο πολύ βασικό στοιχείο που επηρεάζει τη διαμόρφωση της τιμής είναι το κόστος παραγωγής ενός προϊόντος.
- Για να παραχθεί ένα αγροτικό προϊόν, ο καλλιεργητής κάνει μια σειρά εξόδων, έχει, δηλαδή, παραγωγικές δαπάνες.
- Στο τέλος της καλλιεργητικής περιόδου συγκομίζει μια ποσότητα προϊόντων. Θα πρέπει με την τιμή που πουλάει ανά κιλό τα προϊόντα του να έχει έσοδα τέτοια, που να καλύπτουν τουλάχιστον τις δαπάνες του.
- Είναι πιθανό μια καλλιέργεια να έχει μεγαλύτερα έξοδα και μικρότερη παραγωγικότητα σε κιλά ανά στρέμμα από ό,τι μια άλλη. Αυτός είναι και ο λόγος που η φράουλα είναι πάντα σημαντικά ακριβότερη, και μάλιστα ως και 50 φορές, από τα καρπούζια.

# Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

- **Ανταγωνισμός - σχέση με συμβατικά προϊόντα.**
- Σημαντικός παράγοντας για τον καθορισμό της τιμής ενός προϊόντος είναι οι τιμές των ανταγωνιστών, των υπόλοιπων δηλαδή εμπόρων ή παραγωγών που πωλούν το ίδιο προϊόν.
- Ο παράγοντας αυτός έχει ιδιαίτερη εφαρμογή στον τομέα της βιολογικής γεωργίας, με την έννοια ότι ο παραγωγός θα πρέπει να λάβει υπόψη του την τιμή που έχουν τα αντίστοιχα με τα δικά του συμβατικά προϊόντα τη δεδομένη χρονική στιγμή.
- Στην τιμή αυτή μπορεί να υπολογίσει μια ποσοστιαία προσαύξηση.
- Η προσαύξηση αυτή δικαιολογείται μια και ο βιοκαλλιεργητής είναι δυνατό να έχει αυξημένο κόστος παραγωγής ή και κάποιο περιορισμό των στρεμματικών αποδόσεων των καλλιεργειών του.

# Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

## • Τα κανάλια διανομής

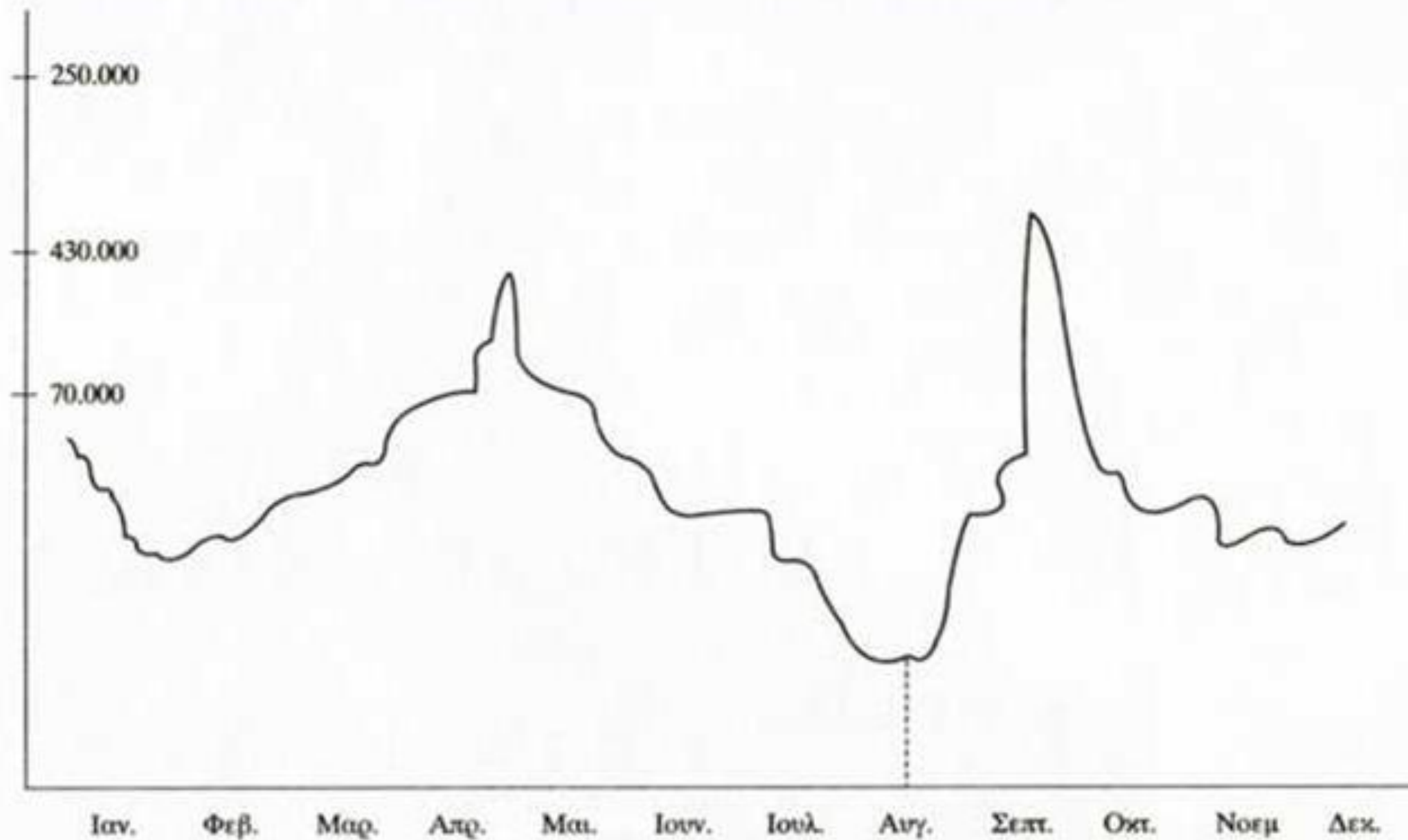
- Επειδή τα κανάλια διανομής των βιολογικών προϊόντων είναι ακόμη στα πρώτα στάδια ανάπτυξης και οι ποσότητες των προϊόντων είναι μικρές, το κόστος μεταφοράς και εμπορίας μπορεί να επιβαρύνει επίσης σημαντικά την τιμή των προϊόντων.
- Τόσο η εμπειρία από την καθημερινή πρακτική, όσο και διάφορες έρευνες αγοράς, δείχνουν ότι ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει για τα βιολογικά προϊόντα μια τιμή 20 έως 50% παραπάνω από τα συμβατικά.
- Έτσι, αν τιμή της συμβατικής τομάτας είναι 0,59 €, η τιμή της βιολογικής θα κινηθεί περίπου στις 0,88 € την ίδια περίοδο.

# Η τιμολόγηση των βιολογικών προϊόντων

## • Έξοδα μάρκετινγκ.

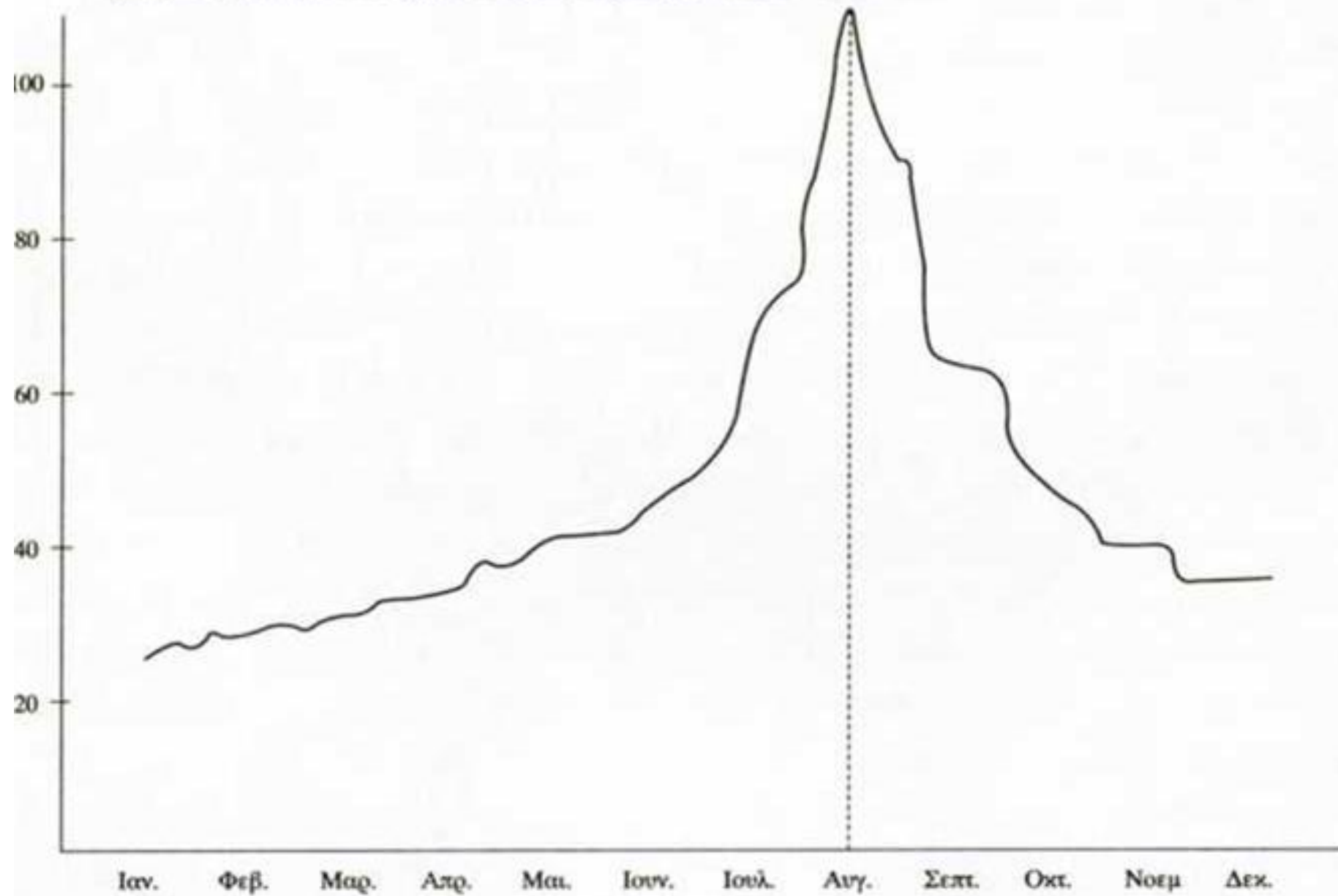
- Ο παραγωγός θα πρέπει να συνυπολογίσει στην τιμή και τυχόν έξοδα μεταφοράς, διανομής ή και προβολής των προϊόντων του (ειδικές προθήκες (σταντ), φυλλάδια, ετικέτες κτλ.)
- Ειδικότερα, σε ό,τι αφορά τους μεσάζοντες ή λιανοπωλητές, η τιμή μεταπώλησης βρίσκεται αν στο κόστος αγοράς του προϊόντος προστεθεί ένα ποσοστό μεικτού κέρδους, που ο λιανέμπορος θεωρεί αρκετό για να καλύπτει τα έξοδα και να αφήνει ένα ποσοστό κέρδους. Το περιθώριο κέρδους μπορεί να υπολογιστεί είτε βάσει του κόστους αγοράς είτε βάσει της τιμής πώλησης.
- Επίσης, κατά τη διαδικασία της τιμολόγησης, πρέπει να παίρνουμε υπόψη μας τους στόχους που κάθε φορά έχουμε, όπως π.χ. η μεγιστοποίηση του κέρδους ή η αύξηση του τζίρου (εσόδων) ή ακόμη θέματα γοήτρου του προϊόντος.

Ποσότητες λεμονιών που διακινήθηκαν ημερησίως kg (Κεντρική Λαχαναγορά Αθηνών - 1983)

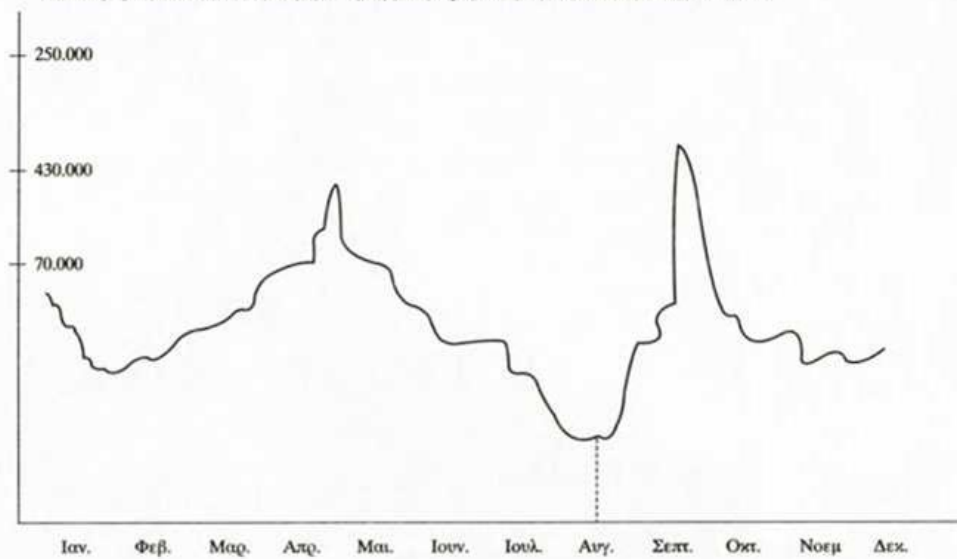




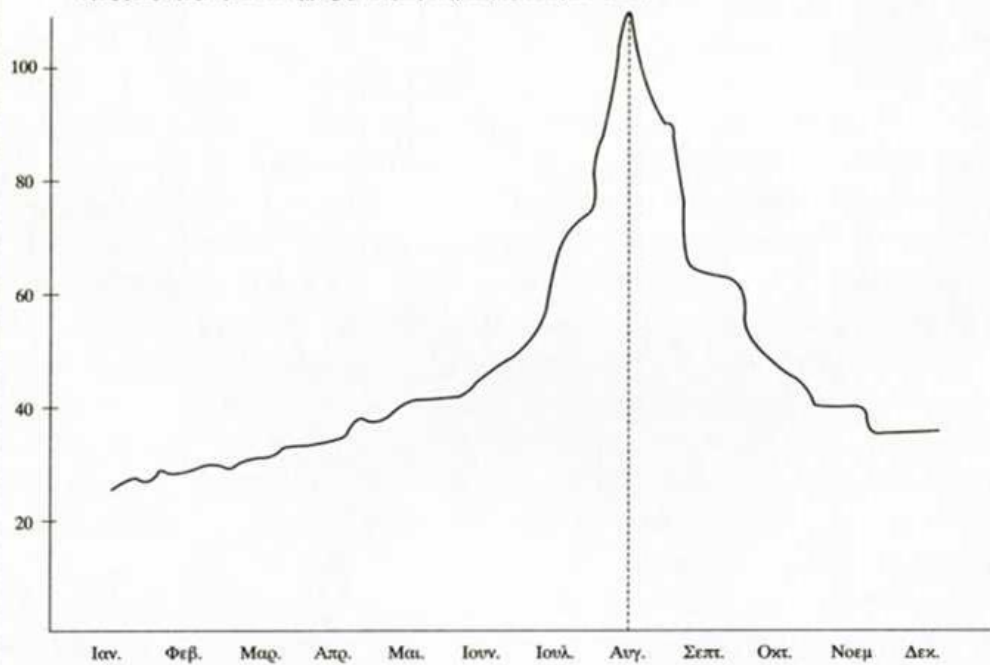
Ημερήσιες τιμές λεμονιών Δρχ./kg (Κεντρική Λαχαναγορά Αθηνών - 1983)



Ποσότητες λεμονιών που διακινήθηκαν ημερησίως kg (Κεντρική Λαχαναγορά Αθηνών - 1983)



Ημερήσιες τιμές λεμονιών Δρχ./kg (Κεντρική Λαχαναγορά Αθηνών - 1983)



- Ένας γεωργός έχει τη δυνατότητα να πουλήσει τα προϊόντα του με τους παρακάτω τρόπους:
  - Α Πώληση στο κτήμα
  - Β Πώληση σε ανοιχτές αγορές
  - Γ Ειδικά καταστήματα και καταστήματα υγιεινών τροφών
  - Δ Super Market
- Να επιλέξετε ποιος από τους παραπάνω τρόπους είναι πιο επικερδής **A** **B** **Γ** **Δ**
- Να αναφέρετε δύο λόγους γιατί είναι πιο επικερδής
- .....
- .....
- Ποιος είναι κατά τη γνώμη σας ο πιο σημαντικός παράγοντας για τον καθορισμό της τιμής ενός βιολογικού γεωργικού προϊόντος; Δικαιολογήστε την απάντησή σας.
- **A)** Προσφορά - Ζήτηση **B)** Κόστος παραγωγής **Γ)** Ανταγωνισμός με τα συμβατικά **Δ)** Μεσάζοντες
- .....
- .....

# Ερωτήσεις

- Πως επηρεάζει η προσφορά και η ζήτηση τις τιμές ενός βιολογικού γεωργικού προϊόντος; Δώστε ένα παράδειγμα.
- Να γράψετε ένα πλεονέκτημα και ένα μειονέκτημα, για το γεωργό, που παρουσιάζει η πώληση των βιολογικών προϊόντων σε μια λαϊκή αγορά.