

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΤΟΥ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ	000
ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΦΟΙΤΗΤΗ – Ένας συνοπτικός πίνακας των είκοσι (20) θεμάτων που αναλύονται στο βιβλίο αυτό	000
ΣΥΝΤΜΗΣΕΙΣ	000

ΜΕΡΟΣ Α΄

MANAGEMENT ΚΑΙ MARKETING

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Η αγροτική παραγωγή ως έννοια	000
1.2 Οι αποφάσεις του παραγωγού και τα έξι στάδια της παραγωγικής διαδικασίας	000
1.3 Η έννοια της παραγωγικότητας και η «αριστοποίηση» της χρήσης των συντελεστών της παραγωγής	000
1.4 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ

2.1 Εννοιολογική Προσέγγιση	000
2.2 Η διαφοροποίηση του σύγχρονου marketing	000
2.3 Το «ολιστικό» marketing και ο πελατοκεντρικός σχεδιασμός της επιχείρησης	000
2.4 Το σχέδιο («πλάνου») του marketing	000
2.5 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

3.1 Όραμα και αποστολή της επιχείρησης	000
3.2 Τα εργαλεία του επιχειρηματικού σχεδιασμού – «πλάνου» (BusinessPlan)	000
3.3 Ανάλυση S.W.O.T.	000
3.4 Το μοντέλο των πέντε ανταγωνιστικών δυνάμεων του Porter	000
3.5 Μίγμα Μάρκετινγκ και τα 4Ps	000
3.6 Η έρευνα αγοράς	

3.7 Τα στοιχεία του επιχειρηματικού σχεδιασμού	000
3.8 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

4.1 Εννοιολογική προσέγγιση	000
4.2 Κανάλια Επικοινωνίας	000
4.3 Μίγμα Προώθησης (ή και Προβολής)	000
4.4 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο: ΜΙΑ ΝΕΟΤΕΡΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ: ΤΑ 4Cs

5.1 Εννοιολογική προσέγγιση, τα 4Cs του Lauterborn	000
5.2 Το μοντέλο των 4Ps και η κριτική που δέχτηκε	000
5.3 Η στροφή προς το μοντέλο των 4Cs	000
5.4 Τα 4Cs του Lauterborn: συνοπτική ανάλυση	000
5.4.1 Ανάγκες και επιθυμίες (προτιμήσεις) του καταναλωτή (και όχι το προϊόν)	000
5.4.2 Κόστος των καταναλωτών (και όχι η τιμή του προϊόντος)	000
5.4.3 Εύκολη αγορά (και όχι ο τόπος παραγωγής και διάθεσης)	000
5.4.4 Επικοινωνία (και όχι η προώθηση)	000
5.5 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο: ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ Η ΤΙΜΗ ΤΟΥ

6.1 Το προϊόν	000
6.2 Η προστιθέμενη αξία του προϊόντος	000
6.3 Ο κύκλος ζωής του προϊόντος	000
6.4 Συσκευασία και Σήμανση	000
6.5 Η τιμή του προϊόντος	000
6.6 Παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή	000
6.7 Υπολογισμός της τιμής αγοράς αγροτικού προϊόντος	000
6.8 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

7.1 Η διακίνηση ως έννοια και τα κανάλια αυτής	000
7.2 Οι λειτουργίες των καναλιών διακίνησης και διάθεσης προϊόντων	000
7.3 Τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου	000
7.4 Ορισμένες εναλλακτικές λύσεις	000
7.5 Διεθνείς Αγορές	000
7.6 Ανακεφαλαίωση	000

ΜΕΡΟΣ Β΄

Ο ΕΛΛΗΝΑΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΜΠΡΟΣΤΑ
ΣΤΙΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο: ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΡΟΦΙΜΩΝ. Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

8.1	Μία πρώτη προσέγγιση	000
8.2	Η ανάλυση κινδύνων τύπου «H.A.C.C.P.»	000
8.3	Ορθή Υγιεινή Πρακτική - Βασικές Αρχές Υγιεινής των Αγροτροφίμων	000
8.4	Τρόφιμα Π.Ο.Π., Π.Γ.Ε. και Παραδοσιακά Ιδιότυπα (Ε.Π.Ι.Π.)	000
8.4.1	Προϊόντα ή αγροτρόφιμα Π.Ο.Π.	000
8.4.2	Προϊόντα ή αγροτρόφιμα Π.Γ.Ε.	000
8.4.3	Εγγυημένο Παραδοσιακό Ιδιότυπο Προϊόν (Ε.Π.Ι.Π.)	000
8.4.4	Εγγραφή του Προϊόντος στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή	000
8.5	Βιολογικά αγροτικά προϊόντα-αγροτρόφιμα	000
8.5.1	Βασικές Αρχές	000
8.5.2	Κανόνες και Πρότυπα Βιολογικής Παραγωγής	000
8.5.3	Πιστοποίηση της βιολογικής παραγωγής	000
8.6	Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης	000
8.7	Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9ο: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΩΝ - ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ

9.1	Μία Πρώτη Προσέγγιση	000
9.2	Τα πλεονεκτήματα των συνεργασιών	000
9.3	Μορφές Συνεργασίας	000
9.4	Οι βασικές συνεργασίες	000
9.5	Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10ο: Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΕΡΤΡΟΦΕΣ
(Superfoods)

10.1	Μία πρώτη προσέγγιση	000
10.2	Τα αντιοξειδωτικά και ο καταναλωτής	000
10.3	Τα Superfoods ή «Υπερτροφές»	000
10.4	Ο σύγχρονος αγρότης και οι καινοτόμες καλλιέργειες των υπερτροφών	000
10.5	Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11ο: Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΩΣ ΕΝΕΡΓΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ
ΚΑΙ ΩΣ ΜΕΛΟΣ ΕΝΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΑΓΡΟΤΡΟΦΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

11.1	Αρχική προσέγγιση	000
11.2	Ο ενεργός καταναλωτής στη σημερινή πραγματικότητα	000
11.3	Το αγροτροφικό σύστημα σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης	000

11.4 Ο σύγχρονος αγρότης ως ενεργός καταναλωτής	000
11.5 Ο σύγχρονος αγρότης – παραγωγός ως μέλος του παγκόσμιου αγροδιατροφικού συστήματος	000
11.6 Ανακεφαλαίωση	000

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12ο: Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ - ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ
ΚΑΙ ΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΓΡΟΤΡΟΦΙΜΑ (Functional foods)**

12.1 Ποια είναι τα λειτουργικά τρόφιμα	000
12.2 Λειτουργικά Τρόφιμα και Καταναλωτής	000
12.3 Η αγορά των λειτουργικών τροφίμων	000
12.4 Οι αντιλήψεις των Ελλήνων καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα . .	000
12.5 Τα λειτουργικά τρόφιμα, μία ακόμα επιτυχής δραστηριότητα για τον σύγχρονο αγρότη	000
12.6 Ανακεφαλαίωση	000

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13ο: Ο ΜΙΚΡΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ
ΚΑΙ Η ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ (Pluriactivity)**

13.1 Η έννοια της πολυλειτουργικότητας	000
13.2 Ο αγροτουρισμός στο πλαίσιο της «πολυλειτουργικής γεωργίας»	000
13.3 Οι άλλες μορφές τουρισμού υπαίθρου	000
13.4 Η αγροτική οικοτεχνία, πηγή εξωγεωργικού εισοδήματος	000
13.5 Η αγροτική βιοτεχνία	000
13.6 Η παραγωγή αγροτροφίμων για ιδιοκατανάλωση	000
13.7 Ανακεφαλαίωση	000

ΜΕΡΟΣ Γ΄

**ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΘΕΜΑΤΑ
ΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΜΑΣ**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14ο: ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ
ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΣΜΟΥ**

14.1 Μία σύντομη προσέγγιση στις ειδικές μορφές γεωργίας	000
14.2 Τα χαρακτηριστικά του Συνεταιριστικού Θεσμού	000
14.3 Η διασύνδεση των χαρακτηριστικών του θεσμού με την Περιφέρεια και την Περιφερειακή Ανάπτυξη	000
14.4 Τα αίτια της κακοδαιμονίας των ελληνικών συνεταιρισμών και οι επιπτώσεις της στην Ελληνική Περιφέρεια	000
14.5 Οι Συνεταιρισμοί Νέας Γενιάς (Σ.Ν.Γ.)	000
14.6 Οι Ομάδες Παραγωγών (Ο.Π.)	000
14.7 Οι Διεπαγγελματικές Οργανώσεις (Δ.Ο.)	000

14.8 Αγροτικός Συνεργατισμός και Ειδικές Μορφές Γεωργίας	000
14.9 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15ο: ΤΕΧΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

15.1 Μία πρώτη προσέγγιση	000
15.2 Το γεωργικό έδαφος	000
15.3 Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός της μονάδας	000
15.4 Το λειτουργικό κόστος των αγροτικών προϊόντων	000
15.5 Οι αστάθμητοι παράγοντες	000
15.6 Το μέγιστο της παραγωγής και το μέγεθος της μονάδας	000
15.7 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16ο: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΣΤΗ ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ

16.1 Εννοιολογική προσέγγιση	000
16.2 Οι εδαφοκλιματικές συνθήκες ως ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα	000
16.3 Η παράδοση, η ανάδειξή της, και ιδιαίτερα η αξιοποίησή της	000
16.4 Η προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων	000
16.5 Συγκριτικά πλεονεκτήματα και σύγχρονη - έξυπνη γεωργία	000
16.6 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17ο: Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Ο ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ

17.1 Εννοιολογική προσέγγιση	000
17.2 Η ψηφιακή τεχνολογία	000
17.3 Η καινοτομία	000
17.4 Ο σύγχρονος αγρότης και ο συνδυασμός του καινοτόμου με το παραδοσιακό	000
17.5 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18ο: Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΑΓΡΟΤΗ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΤΟΥ

18.1 Μία πρώτη προσέγγιση	000
18.2 Ο σύγχρονος αγρότης και ο κοινωνικός του περίγυρος	000
18.3 Η συμβολή του σύγχρονου αγρότη στην κοινωνική και πολιτισμική ανέλιξη του τόπου του	000
18.4 Σύγχρονος αγρότης και Περιφερειακή Ανάπτυξη	000
18.5 Ο σύγχρονος αγρότης, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και οι Θεσμοί	000
18.6 Ανακεφαλαίωση	000

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 19ο: ΜΙΚΡΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΕΓΟΜΕΝΑ

19.1 Η επίτευξη των στόχων του παρόντος έργου	000
19.2 Μερικές από τις σημαντικές αλήθειες αυτού του έργου	000
19.3 Ο σύγχρονος αγρότης μπροστά στο νέο σκηνικό της χώρας	000
19.3.1 Ποιο είναι το νέο σκηνικό;	000
19.3.2 Η τουριστική «βιομηχανία» από μόνη της δεν σώζει!	000
19.3.3 Το Ταμείο Ανάκαμψης και η Έκθεση Πισσαρίδη	000
19.3.4 Ο σύγχρονος αγρότης στη μετά-κορωνοϊό εποχή	000
19.3.5 Τα ενεργειακά, η προστασία του περιβάλλοντος και ο σύγχρονος αγρότης	000
 ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	 000
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ	000