

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΗΜΕΙΩΜΑ ΤΟΥ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ	11
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	13
Συντμήσεις (1) Ελληνικές	21
Συντμήσεις (2) Ξενικές	23
ΠΡΟΛΕΓΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ	25
1. Προλεγόμενα.	25
2. Εισαγωγικά.....	28
2.1 Ένας ιδιόρρυθμος τίτλος.....	31

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Ο ΕΞΥΠΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΞΥΠΝΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ (SMART FARMING).

1.1. Εννοιολογική προσέγγιση.....	36
1.2. Οι φρενήρεις αλλαγές.	38
1.3. Το marketing ως ηγέτης της όλης παραγωγικής διαδικασίας.....	41

ΜΕΡΟΣ Α΄ : MANAGEMENT ΚΑΙ MARKETING

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ.

2.1 Η αγροτική παραγωγή ως έννοια.	47
2.2 Οι αποφάσεις του παραγωγού και τα έξι στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.....	49
2.3 Η έννοια της παραγωγικότητας και η “αριστοποίηση” της χρήσης των συντελεστών της παραγωγής.	54
2.4 Ανακεφαλαίωση.....	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3º: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ.

3.1	Εννοιολογική Προσέγγιση.....	57
3.2	Η διαφοροποίηση του σύγχρονου marketing.....	62
3.3	Το “ολιστικό” marketing και ο πελατοκεντρικός σχεδιασμός της επιχείρησης.....	63
3.4	Το σχέδιο (“πλάνο”) του marketing.	67
3.5	Ανακεφαλαίωση.....	71

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4º: ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ.

4.1	Όραμα και αποστολή της αγροτικής επιχείρησης.....	73
4.2	Τα εργαλεία του επιχειρηματικού σχεδιασμού - “πλάνου” (Business Plan).	76
4.3	Ανάλυση S.W.O.T.....	76
4.4	Το μοντέλο των πέντε ανταγωνιστικών δυνάμεων του Porter.....	85
4.5	Μίγμα Μάρκετινγκ και τα 4Ps.	88
4.6	Η έρευνα αγοράς.....	90
4.7	Τα στοιχεία του επιχειρηματικού σχεδιασμού.	97
4.8	Ανακεφαλαίωση.....	99

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5º: ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

5.1	Εννοιολογική προσέγγιση.....	103
5.2	Κανάλια Επικοινωνίας.....	108
5.3	Μίγμα Προώθησης (ή και Προβολής).....	112
5.4	Ανακεφαλαίωση.....	114

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6º: ΜΙΑ ΝΕΟΤΕΡΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ: ΤΑ 4Cs.

6.1	Εννοιολογική προσέγγιση, τα 4Cs του Lauterborn.	117
6.2	Το μοντέλο των 4Ps και η κριτική που δέχτηκε.	118

6.3	Η στροφή προς το μοντέλο των 4Cs.	120
6.4	Τα 4Cs του Lauterborn: συνοπτική ανάλυση.	121
6.4.1	Ανάγκες και επιθυμίες (προτιμήσεις) του καταναλωτή (και όχι το προϊόν).....	121
6.4.2	Κόστος των καταναλωτών (και όχι η τιμή του προϊόντος).	122
6.4.3	Εύκολη αγορά (και όχι ο τόπος παραγωγής και διάθεσης).....	123
6.4.4	Επικοινωνία (και όχι η προώθηση).....	123
6.5	Ανακεφαλαίωση.....	125

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7ο: ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ Η ΤΙΜΗ ΤΟΥ.

7.1	Το προϊόν.....	127
7.2	Η προστιθέμενη αξία του προϊόντος.	131
7.3	Ο κύκλος ζωής του προϊόντος.	134
7.4	Συσκευασία και Σήμανση.....	136
7.5	Η τιμή του προϊόντος.....	139
7.6	Παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή.	141
7.7	Υπολογισμός της τιμής αγοράς αγροτικού προϊόντος.	146
7.8	Ανακεφαλαίωση.....	149

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8ο: ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΗ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.

8.1	Η διακίνηση ως έννοια και τα κανάλια αυτής.....	151
8.2	Οι λειτουργίες των καναλιών διακίνησης και διάθεσης προϊόντων.	156
8.3	Τα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου.	159
8.4	Ορισμένες εναλλακτικές λύσεις.	161
8.5	Διεθνείς Αγορές.	166
8.6	Ανακεφαλαίωση.....	169

ΜΕΡΟΣ Β΄ Ο ΕΞΥΠΙΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΜΠΡΟΣΤΑ ΣΤΙΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΗΜΕΡΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο: ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΑΓΡΟΤΡΟΦΙΜΩΝ. Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ.

9.1	Μία πρώτη προσέγγιση.....	173
9.2	Η ανάλυση κινδύνων τύπου “H.A.C.C.P.”.....	177
9.3	Ορθή Υγιεινή Πρακτική-Βασικές Αρχές Υγιεινής των Αγροτροφίμων.....	181
9.4	Τρόφιμα Π.Ο.Π., Π.Γ.Ε. και Παραδοσιακά Ιδιότυπα (Ε.Π.Ι.Π.).....	183
	9.4.1 Προϊόντα ή αγροτρόφιμα Π.Ο.Π.....	184
	9.4.2 Προϊόντα ή αγροτρόφιμα Π.Γ.Ε.....	185
	9.4.3 Εγγυημένο Παραδοσιακό Ιδιότυπο Προϊόν (Ε.Π.Ι.Π.).....	185
	9.4.4 Εγγραφή του Προϊόντος στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή.....	186
9.5	Βιολογικά αγροτικά προϊόντα-αγροτρόφιμα.....	187
	9.5.1 Βασικές Αρχές.....	187
	9.5.2 Κανόνες και Πρότυπα Βιολογικής Παραγωγής.....	191
	9.5.3 Πιστοποίηση της βιολογικής παραγωγής.....	193
9.6	Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.....	196
9.7	Ανακεφαλαίωση.....	198

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΩΝ ΕΞΥΠΙΝΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ.

10.1	Μία Πρώτη Προσέγγιση.....	201
10.2	Τα πλεονεκτήματα των συνεργασιών.....	202
10.3	Μορφές Συνεργασίας.....	208
10.4	Οι βασικές συνεργασίες.....	213
10.5	Ανακεφαλαίωση.....	222

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11°: ΕΞΥΠΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΚΑΙ ΥΠΕΡΤΡΟΦΕΣ (SUPERFOODS).

11.1	Μία πρώτη προσέγγιση.....	225
11.2	Τα αντιοξειδωτικά και ο καταναλωτής.....	229
11.3	Τα Super foods ή “Υπερτροφές”.....	232
11.4	Ο έξυπνος αγρότης και οι καινοτόμες καλλιέργειες των υπερτροφών.....	240
11.5	Ανακεφαλαίωση.....	244

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12°: Ο ΕΞΥΠΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΩΣ ΕΝΕΡΓΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ ΚΑΙ ΩΣ ΜΕΡΟΣ ΕΝΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΑΓΡΟΤΡΟΦΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ.

12.1	Αρχική προσέγγιση.....	247
12.2	Ο ενεργός καταναλωτής στη σημερινή πραγματικότητα.....	248
12.3	Το αγροτροφικό σύστημα σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης.....	252
12.4	Ο έξυπνος αγρότης ως ενεργός καταναλωτής.....	262
12.5	Ο έξυπνος αγρότης ως μέλος του παγκόσμιου αγροδιατροφικού συστήματος.....	264
12.6	Ανακεφαλαίωση.....	268

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13°: Ο ΕΞΥΠΝΟΣ ΑΓΡΟΤΗΣ ΚΑΙ ΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΑΓΡΟΤΡΟΦΙΜΑ (Functional foods).

13.1	Ποια είναι τα λειτουργικά τρόφιμα.....	269
13.2	Λειτουργικά Τρόφιμα και Καταναλωτής.....	270
13.3	Η αγορά των λειτουργικών τροφίμων.....	273
13.4	Οι αντιλήψεις των Ελλήνων καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα.....	274
13.5	Τα λειτουργικά τρόφιμα, μία ακόμα επιτυχής δραστηριότητα για τον έξυπνο αγρότη.....	277
13.6	Ανακεφαλαίωση.....	281

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14^ο: Ο ΕΞΥΠΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΟΣ ΚΑΙ Η ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ (Pluriactivity).

14.1	Η έννοια της πολυλειτουργικότητας.....	284
14.2	Ο αγροτουρισμός στο πλαίσιο της “πολυλειτουργικής γεωργίας”.....	287
14.3	Οι άλλες μορφές τουρισμού υπαίθρου.....	294
14.4	Η αγροτική οικοτεχνία, πηγή εξωγεωργικού εισοδήματος.....	298
14.5	Η αγροτική βιοτεχνία.....	300
14.6	Η παραγωγή αγροτροφίμων για ιδιοκατανάλωση.....	302
14.7	Ανακεφαλαίωση.....	306

ΜΕΡΟΣ Γ΄ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΚΑΙ ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΘΕΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΞΥΠΝΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15^ο: ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΣΜΟΥ.

15.1	Μία σύντομη προσέγγιση στις ειδικές μορφές γεωργίας.....	309
15.2	Τα χαρακτηριστικά του Συνεταιριστικού Θεσμού.....	312
15.3	Η διασύνδεση των χαρακτηριστικών του θεσμού με την Περιφέρεια και την Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	314
15.4	Τα αίτια της κακοδαιμονίας των ελληνικών συνεταιρισμών και οι επιπτώσεις της στην Ελληνική Περιφέρεια.....	317
15.5	Οι Συνεταιρισμοί Νέας Γενιάς (Σ.Ν.Γ.).....	319
15.6	Οι Ομάδες Παραγωγών (Ο.Π.).....	321
15.7	Οι Διεπαγγελματικές Οργανώσεις (Δ.Ο.).....	324
15.8	Αγροτικός Συνεργατισμός και Ειδικές Μορφές Γεωργίας.....	328
15.9	Ανακεφαλαίωση.....	333

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16^ο: ΤΕΧΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ.

16.1	Μία πρώτη προσέγγιση.....	336
16.2	Το γεωργικό έδαφος.....	338

16.3	Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός της μονάδας.....	342
16.4	Το λειτουργικό κόστος των αγροτικών προϊόντων.....	345
16.5	Οι αστάθμητοι παράγοντες.....	348
16.6	Το μέγιστο της παραγωγής και το μέγεθος της μονάδας.....	353
16.7	Ανακεφαλαίωση.....	359

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17°: ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΝΗ ΓΕΩΡΓΙΑ.

17.1	Εννοιολογική προσέγγιση.....	363
17.2	Οι εδαφοκλιματικές συνθήκες ως ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα.....	366
17.3	Η παράδοση, η ανάδειξή της, και ιδιαίτερα η αξιοποίησή της.....	371
17.4	Η προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων.....	374
17.5	Συγκριτικά πλεονεκτήματα και έξυπνη γεωργία.....	378
17.6	Ανακεφαλαίωση.....	379

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 18°: Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ, Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ Ο ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ.

18.1	Εννοιολογική προσέγγιση.....	381
18.2	Η ψηφιακή τεχνολογία.....	385
18.3	Η καινοτομία.....	387
18.4	Ο έξυπνος αγρότης και ο συνδυασμός του καινοτόμου με το παραδοσιακό.....	392
18.5	Ανακεφαλαίωση.....	394

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 19°: Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΕΞΥΠΙΝΟΥ ΑΓΡΟΤΗ ΣΤΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΔΡΩΜΕΝΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΤΟΥ.

19.1	Μία πρώτη προσέγγιση.....	397
19.2	Ο έξυπνος αγρότης και ο κοινωνικός του περίγυρος.....	399

19.3	Ο έξυπνος αγρότης και η συμβολή του στην κοινωνική και πολιτισμική ανέλιξη του τόπου του.....	402
19.4	Έξυπνος αγρότης και Περιφερειακή Ανάπτυξη.	406
19.5	Ο έξυπνος αγρότης, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και οι Θεσμοί.	407
19.6	Ανακεφαλαίωση.....	409

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 20^ο: ΜΙΚΡΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΕΓΟΜΕΝΑ.

20.1	Η επίτευξη των στόχων του παρόντος έργου.	411
20.2	Μερικές από τις σημαντικές αλήθειες αυτού του έργου.....	415
20.3	Ο έξυπνος αγρότης μπροστά στο νέο σκηνικό της χώρας.	417
20.3.1	Ποιό είναι το νέο σκηνικό;	417
20.3.2	Η τουριστική “βιομηχανία” από μόνη της δεν σώζει!	419
20.3.3	Το Ταμείο Ανάκαμψης και η Έκθεση Πισσαρίδη.....	421
20.3.4	Ο έξυπνος αγρότης στην μετά κορωνοϊό εποχή.	422
20.3.5	Τα ενεργειακά, η προστασία του περιβάλλοντος και ο έξυπνος αγρότης.....	424
20.4	Αντί για Επίλογο, ένα παράδειγμα “smart farming”.	427

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	431
------------------------------	-----

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ.....	441
----------------	-----

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΧΟΡΗΓΟΙ.....	473
--------------	-----

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΕΡΓΑ ΤΟΥ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΣΤΙΣ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΓΡΗΓΟΡΗ	499
--	-----

ΣΥΝΤΜΗΣΕΙΣ (1) ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ

1. Α.Α.Ε. = Ανώνυμη Αγροτική Εταιρεία
2. Α.Ε. = Ανώνυμη Εταιρεία
3. Α.Π.Ε. = Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας
4. Α.Τ.Ε. = Αγροτική Τράπεζα (της) Ελλάδος
5. Γ.Τ.Ο. = Γενετικά Τροποποιημένοι Οργανισμοί
6. Δ.Ε. = Διεπαγγελματική Οργάνωση
7. Ε.Ε. = Ευρωπαϊκή Ένωση
8. Ε.Ε. = Ετερόρρυθμη Εταιρεία
9. Ε.Δ.Ο. = Ένωση Διεπαγγελματικών Οργανώσεων
10. Ε.Κ. = Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο
11. Ε.Κ.Ε. = Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη
12. ΕΛ.ΣΤΑΤ. = Ελληνική Στατιστική Αρχή
13. Ε.Ο.Κ. = Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα
14. Ε.Ο.Π. = Ένωση Ομάδων Παραγωγών
15. Ε.Π.Ε. = Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης
16. Ε.Π.Ι.Π. = Εγγυημένο Παραδοσιακό Ιδιότυπο Προϊόν
17. Ε.Φ.Ε.Τ. = Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων
18. Η.Π.Α. = Ηνωμένες Πολιτείες (της) Αμερικής
19. Κ.Α.Π. = Κοινή Αγροτική Πολιτική
20. Κ.Ο. = Κοινωνική Οικονομία
21. Κ.Ζ.Π. = Κύκλος Ζωής Προϊόντος
22. Ο.Γ.Π. = Ορθή Γεωργική Πρακτική
23. Ο.Ε. = Ομόρρυθμη Εταιρεία

- 24. Ο.Π. = Ομάδα Παραγωγών
- 25. Ο.Υ.Π. = Ορθή Υγιεινή Πρακτική
- 26. Π.Γ.Ε. = (Προϊόν) Προστασίας Γεωγραφικής Ένδειξης
- 27. Π.Ο.Π. = (Προϊόν) Προστασίας Ονομασίας Προέλευσης
- 28. Σ.Δ.Α.Τ. = Συστήματα Διαχείρισης (και) Ασφάλειας Τροφίμων
- 29. Σ.Ν.Γ. = Συνεταιρισμός Νέας Γενιάς
- 30. Υ.Π.Α.Α.Τ. = Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης (και) Τροφίμων