

Η ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΑΜΕΣΗΣ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ-ΠΑΡΑΓΩΓΟΥ: ΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΒΙΟΚΑΛΛΙΕΡΓΗΤΩΝ ΣΤΟΥΣ ΝΟΜΟΥΣ ΛΑΡΙΣΑΣ, ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ ΚΑΙ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ

Ε. Σαρρή¹, Χ. Γιούργα², Α. Λούμου³, Θ. Δάντσης⁴

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η βιολογική γεωργία αποτελεί σήμερα αντικείμενο διαλόγου ανάμεσα στις συμβαλλόμενες πλευρές που εμπλέκονται στην εφαρμογή της - βιοκαλλιεργητές, καταναλωτές, έμποροι, επιστήμονες κ.λ.π.. Η σχέση του παραγωγού με την αγροβιομηχανία, η σχέση γεωργίας-περιβάλλοντος, η σχέση παραγωγού-καταναλωτή είναι μερικά από τα ζητήματα που έχουν τεθεί στο τραπέζι του διαλόγου.

Η παρούσα έρευνα διερευνά την υιοθέτηση από τους βιοκαλλιεργητές των αρχών της βιολογικής γεωργίας σχετικά με τη διακίνηση των παραγόμενων από αυτούς προϊόντων. Η μεθοδολογική προσέγγιση γίνεται με τη διερεύνηση της γνώσης, της στάσης και της συμπεριφοράς του βιοκαλλιεργητή ως προς τη διακίνηση των βιολογικών προϊόντων του. Η εμπειρική έρευνα, πραγματοποιήθηκε σε τρεις νομούς της χώρας στους νομούς Λάρισας, Μαγνησίας και Φθιώτιδας και για τις ανάγκες της χρησιμοποιήθηκε η τεχνική του δομημένου ερωτηματολογίου, που συμπληρώθηκε από 169 γεωργούς – διαχειριστές βιολογικών εκμεταλλεύσεων.

Η υιοθέτηση και εφαρμογή συγκεκριμένα της αρχής της άμεσης σύνδεσης καταναλωτή-παραγωγού αποτελεί σημαντικό παράγοντα για να μπορέσει να μεταβάλλει το γεωργικό τομέα προς μια αειφορική κατεύθυνση, λαμβάνοντας υπόψη τόσο περιβαλλοντικά όσο και κοινωνικά στοιχεία. Η υιοθέτηση και εφαρμογή της παραπάνω αρχής συναντά σημαντικά εμπόδια στην πράξη αφού η βιολογική γεωργία μέχρι σήμερα δεν φαίνεται να μεταβάλλει την σχέση της με το αγροτροφικό σύμπλεγμα. Από την έρευνα που διεξήχθη παρατηρήθηκε ότι οι βιοκαλλιεργητές δεν έχουν προσανατολιστεί προς μία συγκεκριμένη κατεύθυνση σχετικά με τη διακίνηση και τη διάθεση των βιολογικών προϊόντων. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι οι βιολογικοί καλλιεργητές και κτηνοτρόφοι δεν γνωρίζουν επαρκώς το θεωρητικό πλαίσιο που η ίδια η βιολογική γεωργία έχει θέσει και συμπεριφέρονται με βάση προσωπικά κριτήρια. Ακόμη, οι βιοκαλλιεργητές φαίνεται να προβληματίστηκαν για πρώτη φορά σε θέματα σχετικά με τον τρόπο προώθησης των βιολογικών προϊόντων και τη διακίνησή τους στην αγορά, κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Λέξεις Κλειδιά: Βιολογική Γεωργία, Αγορά βιολογικών προϊόντων, Κανάλια διακίνησης βιολογικών προϊόντων, Άμεση σχέση παραγωγού-καταναλωτή, Βιοκαλλιεργητές, Αρχές της Βιολογικής Γεωργίας, Ελλάδα

¹ Περιβαλλοντολόγος, saraki83@gmail.com

² Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Περιβάλλοντος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, hgio@aegean.gr

³ Επίκουρη Καθηγήτρια, Τμήμα Τεχνολογίας Γεωργικών Προϊόντων, ΤΕΙ Καλαμάτας, aloumou@teikal.gr

⁴ Οικονομολόγος, M.Sc. Περιβαλλοντική Πολιτική και Διαχείριση Τμήμα Περιβάλλοντος, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, dantsis@env.aegean.gr

1. Εισαγωγή

Η αύξηση στην παραγωγή και στην κατανάλωση βιολογικών τροφίμων είναι μια από τις σημαντικότερες τάσεις της αγοράς της σύγχρονης εποχής. Οι υποστηρικτές της βιολογικής γεωργίας θεωρούν ότι ο βιολογικός τρόπος παραγωγής των προϊόντων θα βοηθήσει στη διατήρηση του περιβάλλοντος, στη βελτίωση της υγείας των ανθρώπων και στη δημιουργία καλύτερων συνθηκών για τους εργαζομένους στη γεωργία (Kahn et al., 1999). Υπό αυτές τις προοπτικές, η αγορά των βιολογικών προϊόντων έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει σημαντικές αλλαγές στο αγροτροφικό σύστημα (Allen and Kovach, 2000).

Υπό το πνεύμα αυτό οι περισσότερες αναπτυγμένες ευρωπαϊκές χώρες επιδιώκουν να προωθήσουν τη βιολογική γεωργία. Η βιολογική γεωργία αναγνωρίζεται ως σημαντικός παράγοντας που συνεισφέρει στη βιώσιμη γεωργική ανάπτυξη, και μπορεί πρόσθετα να βοηθήσει στη μείωση της παραγωγής πλεονάσματος από τη συμβατική γεωργία. Μια αμεσότερη πρόσθετη ανησυχία είναι ο αυξανόμενος αριθμός σκανδάλων για την ποιότητα των τροφίμων κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, λόγω των οποίων έχει βελτιωθεί η πληροφόρηση των παραγωγών και των καταναλωτών (Hamm et al. 2002).

Οι αυξανόμενες ανησυχίες για την ποιότητα των τροφίμων, και για τις επιπτώσεις που επιφέρει το παγκοσμιοποιημένο σύστημα παραγωγής τροφίμων στο περιβάλλον και στην υγεία του ανθρώπου, είναι ένας τρόπος υπενθύμισης της ανθρώπινης εξάρτησης από το φυσικό σύστημα, το οποίο παρέχει στον άνθρωπο τα είδη που καλύπτουν τις βασικές του ανάγκες. Αυτό που είναι κρίσιμο, είναι η δυνατότητα να διατηρηθεί το φυσικό σύστημα μέσα στο πέρασμα του χρόνου. Λαμβάνοντας υπόψη την κεντρική σημασία της παραγωγής τροφίμων δεν είναι περίεργο ότι οι αγορές τροφίμων, παρά τις τρέχουσες τάσεις παγκοσμιοποίησης, δείχνουν τα όρια των παγκόσμιων αγορών (Sabine and Stagl, 2001).

Το ζήτημα των «εξαγόμενων – εισαγόμενων» προϊόντων προέκυψε από τους εμπλεκόμενους στην παραγωγή τροφίμων και κυρίως από το κίνημα της βιολογικής γεωργίας. Το ζήτημα αυτό στρέφεται γύρω από τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκύπτουν από τις μεταφορές τροφίμων και κυρίως από τις μεταφορές μεγάλων αποστάσεων (Browne et al. , 2000).

Προκειμένου να οριστεί η έννοια της βιολογικής γεωργίας, φαίνεται σκόπιμο να αναφερθούμε στον ορισμό που έχει αναπτυχθεί από τον κώδικα τροφίμων. Ο κώδικας θεωρεί τη βιολογική γεωργία ως ένα σφαιρικό σύστημα γεωργικής παραγωγής (φυτικών και ζωικών προϊόντων) που ευνοεί τις πρακτικές διαχείρισης, μάλλον, παρά την προσφυγή σε παράγοντες παραγωγής εξωτερικής προέλευσης. Με την οπτική αυτή, οι καλλιεργητικές, βιολογικές και μηχανικές, μέθοδοι χρησιμοποιούνται κατά προτίμηση σε σχέση με χημικά συνθετικά προϊόντα (Φωτόπουλος και Κρυστάλλης, 2003).

Η βιολογική γεωργία όμως εξ ορισμού δεν περιορίζεται μόνο στην οικολογική διάσταση του συγκεκριμένου παραγωγικού συστήματος, αλλά ταυτόχρονα επιδιώκει την επίτευξη οικονομικής και κοινωνικής βιωσιμότητας. Η IFOAM (1998), ανάμεσα στους στόχους που έχει θέσει, αναφέρει ότι η βιολογική γεωργία «οφείλει να αναπτύξει μία ολοκληρωμένη παραγωγή, διαδικασίες και κανάλια διανομής που να είναι κοινωνικά δίκαια και οικολογικά υπεύθυνα».

Από τις βασικές αρχές της βιολογικής γεωργίας είναι η άμεση σχέση παραγωγού-καταναλωτή, η οποία τονίζεται από πλήθος ερευνητών (Starr et al, 2003; Stagl, 2002; Sabine et al, 2001).

Έτσι, η βιολογική γεωργία προωθεί τα προϊόντα της σε τοπικές αγορές, φέρνοντας σε άμεση επαφή παραγωγούς και καταναλωτές, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο μια αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ των δύο πλευρών (IFOAM, 2002). Επίσης, σύμφωνα με την η «αρχή της τοπικότητας», η παραγωγή εξειδικεύεται και ενισχύεται τοπικά με όσο γίνεται μεγαλύτερη συρρίκνωση του εμπορίου σε μεγάλες αποστάσεις (ΠΑΝ.Δ.ΟΙΚ.Ο.,2002). Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η άμεση επαφή του καταναλωτή με τον παραγωγό.

Ο παραγωγός θα πρέπει να επιλέγει συγκεκριμένα κανάλια διανομής των προϊόντων του, έτσι ώστε να έρχεται σε άμεση επαφή με τον καταναλωτή (άμεσο μάρκετινγκ) και να γνωρίζει την αγορά στην οποία απευθύνεται. Έτσι, μπορεί να παρακολουθεί τις προτιμήσεις των καταναλωτών και τις ανάγκες τους, σε ότι αφορά θέματα ποιότητας και ποικιλίας των προϊόντων, μεταβάλλοντας ανάλογα την παραγωγή του. Από την άλλη πλευρά, έχει ιδιαίτερη σημασία η επαφή του καταναλωτή με τον παραγωγό, αφού ο καταναλωτής έχει πληροφόρηση για τον τρόπο παραγωγής των προϊόντων που καταναλώνει και για τα προβλήματα που παρουσιάζονται κατά την παραγωγή τους (Stagl, 2002).

Στο διεθνές εμπόριο, η αγορά των βιολογικών τροφίμων περιλαμβάνει ένα σημαντικό αριθμό αναπτυσσόμενων χωρών που τα παράγουν, γεγονός που αντιβαίνει στην αρχή της άμεσης επαφής παραγωγού-καταναλωτή (Marian Garcia Martinez, Felipe Banˆados, 2004).

Τα τελευταία χρόνια η παραγωγή βιολογικών προϊόντων έχει διαδοθεί σε πάνω από 100 χώρες παγκοσμίως, με ένα μεγάλο μέρος αυτής της αύξησης της παραγόμενης ποσότητας να είναι προσανατολισμένο στις εξαγωγές βιολογικών προϊόντων (Barrett et al, 2002). Εκτιμάται ότι το εμπόριο βιολογικών προϊόντων μεταξύ των αναπτυγμένων και των αναπτυσσόμενων χωρών ανέρχεται στα 500 εκατομμύρια δολάρια, και αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια (Blowfield et Al, 1999 FAO, 1999a). Οι χώρες της Λατινικής Αμερικής παρουσιάζουν αξιοσημείωτη αύξηση στην παραγωγή βιολογικών προϊόντων, γεγονός, όμως, που δεν αναιρεί τις εξαγωγικές δραστηριότητες, σε βιολογικά προϊόντα, χωρών της Ασίας και της Αφρικής (Raynolds, 2000).

Η βιολογική γεωργία αναπτύσσεται με γρήγορους ρυθμούς παγκοσμίως και τα προϊόντα της έχουν καταλάβει ήδη τμήμα από την παγκόσμια αγορά. Ο ρυθμός εισαγωγής των βιολογικών προϊόντων στην αγορά αγγίζει το 20% ετησίως στον Καναδά και στις Ηνωμένες Πολίτες της Αμερικής. Έρευνα που έγινε για την αγορά των ΗΠΑ έδειξε ότι το 54% των αμερικανών καταναλωτών προτιμά να αγοράζει προϊόντα που έχουν παραχθεί βιολογικά (McMichael, 1999).

Η απόφαση αγοράς βιολογικών προϊόντων είναι μια μορφή αναζήτησης ποιοτικών και ασφαλών τροφίμων, καθώς και ένας τρόπος έκφρασης της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών σε θέματα περιβαλλοντικής προστασίας. Η ένδειξη «προϊόν βιολογικής γεωργίας» είναι πράγματι η πρώτη «οικο-ετικέτα», το πρότυπο όλων των προσπαθειών εμπορίας μιας περιβαλλοντικής αξίας (Lipson, 1998).

Τα κύρια χαρακτηριστικά της αγοράς βιολογικών προϊόντων στην Ελλάδα είναι η έλλειψη οργάνωσης της εμπορίας και διάθεσής τους, η χαμηλή ένταση στην αγορά και ο περιορισμένος αριθμός σημείων

πώλησής τους. Η δομή της αγοράς των βιολογικών προϊόντων στην Ελλάδα ακολουθεί σε κάποιο βαθμό τα πρότυπα των κρατών – μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και σε γενικές γραμμές στηρίζεται στα παραδοσιακά κανάλια διανομής και παρουσιάζει περιορισμένη οργάνωση στη δομή της (Φωτόπουλος και Κρυστάλλης, 2003).

Η διακίνηση των βιολογικών προϊόντων γίνεται (Μπεριάτος και Ψαλτόπουλος, 2003):

- με επίσκεψη των καταναλωτών στο αγρόκτημα,
- στις λαϊκές αγορές,
- σε ειδικά καταστήματα βιολογικών προϊόντων και
- σε ορισμένες μεγάλες αλυσίδες πολυκαταστημάτων.

Αντικειμενικός σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι η διερεύνηση της γνώσης των βιοκαλλιεργητών για τις αρχές της βιολογικής γεωργίας σχετικά με τον τρόπο διακίνησης των προϊόντων τους, αλλά και της στάσης και συμπεριφοράς τους ως προς την εμπορία των προϊόντων που παράγουν.

2. Επιλογή περιοχής έρευνας

Στον ελλαδικό χώρο υπάρχουν μεγάλες διαφορές στην υιοθέτηση της βιολογικής γεωργίας μεταξύ των περιφερειών και των νομών της χώρας. Μεγάλες διαφοροποιήσεις αφορούν στα είδη των καλλιεργειών των βιολογικών εκτάσεων (Βακουφάρης κ.ά., 2002).

Η γεωγραφική περιοχή της μελέτης περιλαμβάνει τρεις, κατά κύριο λόγο, αγροτικούς νομούς της Ελλάδας, με στόχο τη συμμετοχή στην έρευνα βιοκαλλιεργητών που καλλιεργούν διαφορετικά είδη έτσι ώστε να αποφευχθεί η ομοιομορφία στις απαντήσεις, που λαμβάνεται συνήθως από καλλιεργητές με το ίδιο καλλιεργούμενο είδος.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο:

- νομό Λάρισας, στον οποίο τα κύρια βιολογικά είδη που παράγονται είναι κηπευτικά και αροτραία φυτά,
- στο νομό Μαγνησίας στον οποίο γίνεται καλλιέργεια πολυετών φυτών και συγκεκριμένα ελιάς και οπωροφόρων δέντρων και
- στο νομό Φθιώτιδας στον οποίο κυριαρχεί μεν η βιοκαλλιέργεια της ελιάς, σημαντικό όμως ποσοστό των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων στο νομό Φθιώτιδας καλύπτει και η αμπελοκαλλιέργεια.

Οι κατάλογοι των βιοκαλλιεργητών καταρτίστηκαν μετά από προσωπική επαφή με τους αρμόδιους φορείς της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λάρισας, Μαγνησίας και Φθιώτιδας κατά έτος 2005.

3. Μεθοδολογική προσέγγιση

Η μεθοδολογική προσέγγιση του θέματος γίνεται με τη διερεύνηση της γνώσης των αρχών της βιολογικής γεωργίας από τους βιοκαλλιεργητές, και συγκεκριμένα της αρχής της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-

καταναλωτή, που αφορά στην εμπορία των βιολογικών προϊόντων, αλλά και της στάσης και συμπεριφοράς τους ως προς την αρχή αυτή για τη διάθεση των προϊόντων που παράγουν.

Ο συνολικός αριθμός των βιοκαλλιεργητών στην περιοχή της έρευνας ήταν 244 και σε αυτούς δεν συμπεριλαμβάνονται οι βιοκαλλιεργητές της νησιωτικής περιοχής του Ν. Μαγνησίας και αυτοί που καλλιεργούσαν αποκλειστικά βιολογική ελιά στο Ν. Φθιώτιδας, αφού έτσι και αλλιώς η πλειονότητα των βιοκαλλιεργητών στη Μαγνησία και στη Φθιώτιδα καλλιεργούν και βιολογική ελιά. Από την επιτόπια έρευνα προσδιορίστηκαν 181 ενεργοί βιοκαλλιεργητές και στην έρευνα συμμετείχαν οι 169 από αυτούς.

Η ανάλυση των δεδομένων της έρευνας έγινε με το στατιστικό έλεγχο X^2 , προκειμένου να διερευνηθεί η σχέση μεταξύ της γνώσης της αρχής της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή με το εκπαιδευτικό επίπεδο και το μέγεθος της βιοκαλλιεργούμενης έκτασης ανά εκμετάλλευση. Η εκτίμηση της στάσης των βιοκαλλιεργητών σχετικά με τη αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή κατά τη διακίνηση-διάθεση των βιολογικών προϊόντων πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της κλίμακας Likert. Οι ερωτώμενοι προσανατολίζονται θετικά ή αρνητικά ως προς αυτήν, μέσω προτάσεων που υποδεικνύουν τη στάση τους σε διάφορους τρόπους διακίνησης των βιολογικών προϊόντων. Οι δυνατές απαντήσεις ήταν πέντε: συμφωνώ απολύτως, συμφωνώ, δεν έχω άποψη, διαφωνώ, διαφωνώ απολύτως, με βαθμολογία 1 το συμφωνώ απολύτως και 5 το διαφωνώ απολύτως. για τις οποίες υπολογίστηκε ο μέσος όρος και η τυπική απόκλιση. Αν ο μέσος όρος ήταν μεγαλύτερος του 3 τότε οι βιοκαλλιεργητές προσανατολίζονται αρνητικά ως προς την άποψη που μελετάται, ενώ αν είναι μικρότερος του 3 προσανατολίζονται θετικά (Bard and Barry, 2000).

Η στατιστική επεξεργασία των δεδομένων έγινε με το στατιστικό πακέτο S.P.S.S. (Statistical Package for Social Sciences).

4. Αποτελέσματα της έρευνας

Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώνεται ότι η μέση βιολογικά καλλιεργούμενη έκταση στην περιοχή έρευνας είναι 70,9 στρέμματα, σχεδόν διπλάσια από τη συμβατικά μέση καλλιεργούμενη έκταση σε επίπεδο χώρας. Ως προς το εκπαιδευτικό επίπεδο των βιοκαλλιεργητών διαπιστώνεται ότι το 42,0% του συνόλου έχει παρακολουθήσει τη μέση εκπαίδευση, το 39,6% την ανώτατη και 18,4% τη βασική εκπαίδευση. Δηλαδή το επίπεδο εκπαίδευσής τους είναι υψηλότερο (ή πολύ υψηλότερο) από το αντίστοιχο των αρχηγών των γεωργικών εκμεταλλεύσεων της χώρας, που μόλις το 0,65% έχει λάβει ανώτατη ή ανώτερη εκπαίδευση, το 13,42% έχει παρακολουθήσει τη μέση εκπαίδευση, τη βασική εκπαίδευση το 62% ενώ το 23,88% είναι αναλφάβητοι (Πηγή Ε.Σ.Υ.Ε. Αποτελέσματα απογραφής 1991).

Προκειμένου να διερευνηθεί η γνώση της αρχής της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή⁵ και να εκτιμηθεί η στάση των βιοκαλλιεργητών ως προς τη διακίνηση-διάθεση των βιολογικών προϊόντων τέθηκαν

⁵ Η ερώτηση διατυπώθηκε ως εξής, 'σύμφωνα με τις αρχές της βιολογικής γεωργίας που θα έπρεπε να πωλούνται τα βιολογικά προϊόντα;' και τέθηκε έμμεσα ώστε να μειωθεί η περίπτωση επηρεασμού της απάντησης του ερωτώμενου, η οποία θα λαμβανόταν αν η ερώτηση ήταν άμεση.

διάφορα ερωτήματα. Από την ανάλυση των δεδομένων φαίνεται ότι το 59,8% των βιοκαλλιεργητών θεωρεί ότι τα βιολογικά προϊόντα θα έπρεπε να πωλούνται όπου υπάρχει αγορά, ακόμη και μέσω πολυκαταστημάτων, το 26% των ερωτηθέντων απάντησε πως τα βιολογικά θα έπρεπε να πωλούνται απευθείας στον καταναλωτή είτε μέσω ειδικών λαϊκών αγορών είτε μέσω επίσκεψης στο αγρόκτημα που τα προϊόντα παράγονται. Τέλος το 14,2% δήλωσε ότι δεν γνωρίζει που θα έπρεπε να πωλούνται τα βιολογικά προϊόντα. Από τις απαντήσεις υποδεικνύεται ότι μεταξύ των βιοκαλλιεργητών η πλειονότητα έχει άγνοια της αρχής της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή και είναι προσκολλημένη στον κυρίαρχο τρόπο διακίνησης των γεωργικών προϊόντων. Όμως αν και σημαντικότερο ποσοστό των βιοκαλλιεργητών δεν έχει πληροφορηθεί ή/και δεν έχει προβληματιστεί ως την αρχή της άμεσης σύνδεσης, παρόλα αυτά ένας στους τέσσερις ερωτώμενους γνωρίζει την αρχή αυτή.

Προκειμένου να διερευνηθεί αν υπάρχουν χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν τους βιοκαλλιεργητές ως προς τη γνώση της αρχής της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή ελέγχθηκε το επίπεδο εκπαίδευσης τους και το μέγεθος της βιοκαλλιεργούμενης έκτασης των εκμεταλλεύσεων τους. Ο στατιστικός έλεγχος (χ^2) τόσο ως προς το εκπαιδευτικό επίπεδο όσο και ως προς το μέγεθος της βιοκαλλιεργούμενης έκτασης των εκμεταλλεύσεων δεν έδειξε διαφορές. Επομένως, η γνώση της αρχής της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή, για τη διακίνηση-διάθεση των βιολογικών προϊόντων, είναι παρόμοια μεταξύ των ερωτηθέντων βιοκαλλιεργητών, ανεξάρτητα από το εκπαιδευτικό τους επίπεδο, αλλά και το μέγεθος της βιοκαλλιέργειας που διαχειρίζονται.

Η στάση των βιοκαλλιεργητών αξιολογήθηκε με την κλίμακα Likert στη βάση ερωτημάτων-προτάσεων που συνδέονται με την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού καταναλωτή (Πιν 1).

Ως προς την πρόταση **“τα βιολογικά προϊόντα θα πρέπει να πωλούνται όπου υπάρχει αγορά”**, ο μέσος όρος είναι 2,04, επομένως οι βιοκαλλιεργητές συμφωνούν με τη συγκεκριμένη πρόταση, η οποία όμως έρχεται σε αντίθεση με την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή.

Η απάντηση στην πρόταση **“Ο βιοκαλλιεργητής πρέπει να πουλάει τα προϊόντα του απευθείας στους καταναλωτές”** με μέσο όρο 2,38 υποδεικνύει ότι οι βιοκαλλιεργητές συμφωνούν και με αυτήν που έρχεται σε συμφωνία με την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή.

Προκειμένου να εκτιμηθεί η συνέπεια των προηγούμενων απαντήσεων ως προς τη σχέση παραγωγού καταναλωτή, χρησιμοποιήθηκαν τρεις επιπλέον προτάσεις (Πιν. 1).

Από αυτές διαπιστώθηκε ότι οι βιοκαλλιεργητές συμμερίζονται την άποψη πως η ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας πρέπει να στηριχθεί **στις εξαγωγές βιολογικών προϊόντων** (μέσος όρος 2,22) και στην **πώληση τους από πολυκαταστήματα** (μέσος όρος 2,42), ενώ παράλληλα συμφωνούν και με την άποψη ότι **οι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων πρέπει να απευθύνονται κυρίως στην τοπική αγορά** (μέσος όρος 2,69).

Από τις απαντήσεις διαπιστώνεται μία αντίφαση στη στάση των βιοκαλλιεργητών για τον τρόπο διάθεσης των βιολογικών προϊόντων, αφού οι ερωτηθέντες συμφωνούν με όλες τις προτάσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν είτε αυτές είναι θετικές είτε αρνητικές ως προς την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή. Η σύγχυση στην οποία φαίνεται να βρίσκονται οι βιοκαλλιεργητές ενδεχόμενα οφείλεται αφ' ενός στην κυρίαρχη τάση της αγοράς ως προς την εμπορία γενικά των γεωργικών προϊόντων και αφ' ετέρου στην

ελλιπή ενημέρωσή τους στο θεωρητικό πλαίσιο της βιολογικής γεωργίας, στο οποίο και φαίνεται ότι προβληματίστηκαν για πρώτη φορά ιδιαίτερα στα θέματα που σχετίζονται με τη διακίνηση-διάθεση των βιολογικών προϊόντων.

Πίνακας 1: Μέσος όρος και τυπική απόκλιση για τις στάσεις των βιοκαλλιεργητών ως προς την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή

Πρόταση	Μέσος όρος*	Τυπική Απόκλιση*
Τα βιολογικά προϊόντα θα πρέπει να πωλούνται όπου υπάρχει αγορά.	2,04	0,93
Ο βιοκαλλιεργητής πρέπει να πουλάει τα προϊόντα του απευθείας στους καταναλωτές.	2,38	1,21
Οι εξαγωγές βιολογικών προϊόντων επιβάλλονται για την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας.	2,22	0,94
Η πώληση βιολογικών προϊόντων μέσα από τα πολυκαταστήματα επιβάλλεται για την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας.	2,42	1,10
Οι παραγωγοί βιολογικών προϊόντων πρέπει κυρίως να απευθύνονται στην τοπική αγορά.	2,69	1,18

*Αποτελέσματα με βάση την κλίμακα Likert

Σε ότι αφορά στη συμπεριφορά των βιοκαλλιεργητών ως προς τον τρόπο διακίνησης-διάθεσης των προϊόντων τους, η έρευνα έδειξε ότι το 36,1% των ερωτώμενων προωθούν μόνοι τους τα προϊόντα που παράγουν στην αγορά και έρχονται σε άμεση επαφή με τους καταναλωτές. Το 36,7% των βιοκαλλιεργητών προωθούν τα προϊόντα τους στην αγορά μέσω χονδρεμπόρων με προορισμό την Ελλάδα ή το εξωτερικό. Το 7,7% των βιοκαλλιεργητών διαθέτουν τα προϊόντα τους μέσω ομάδας παραγωγών στην οποία και ανήκουν και το 19,5% διαθέτει τα προϊόντα του με μεικτό τρόπο (χονδρεμπόριο - άμεση πώληση). Και στην περίπτωση αυτή ο στατιστικός έλεγχος χ^2 έδειξε ότι οι τρόποι με τους οποίους εμπορεύονται τα προϊόντα τους οι βιοκαλλιεργητές είναι παρόμοιοι, δηλαδή άσχετοι από το εκπαιδευτικό τους επίπεδο ή το μέγεθος της βιοκαλλιεργούμενης από αυτούς έκτασης. Είναι προφανές ότι ένας στους τρεις βιοκαλλιεργητές προωθεί τα βιολογικά του προϊόντα άμεσα και αν σε αυτούς προστεθούν και όσοι τα διακινούν με μεικτό τρόπο τότε ένας στους δύο εφαρμόζει την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή, έστω και αν δεν την γνωρίζει έστω και αν δεν έχει ξεκάθαρη στάση για τους τρόπους εμπορίας των βιολογικών προϊόντων.

Ακόμη διερευνήθηκε η συμμετοχή των βιοκαλλιεργητών σε άλλες διαδικασίες που σχετίζονται με την εμπορία των προϊόντων τους, όπως η τυποποίηση ή/και η συσκευασία. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψε ότι το 21,9% των βιοκαλλιεργητών τυποποιεί ή/και συσκευάζει τα βιολογικά προϊόντα που παράγει, ενώ η πλειονότητα διαθέτει την παραγωγή της απ' ευθείας στην αγορά χωρίς καμία άλλη προεργασία ή επεξεργασία. Επομένως η συμμετοχή των βιοκαλλιεργητών σε άλλες εμπορικές διαδικασίες, πλην της

αγοραπωλησίας των προϊόντων τους, είναι πολύ περιορισμένη, ένας στους πέντε, και έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια της προστιθέμενης αξίας που θα προέκυπτε από αυτές.

5. Συμπεράσματα - Συζήτηση

Από τα αποτελέσματα της έρευνας υποδεικνύεται ότι οι βιοκαλλιεργητές έχουν περιορισμένη γνώση για την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή, που θα πρέπει να διέπει την εμπορία των βιολογικών προϊόντων, αφού η βιολογική γεωργία δεν περιορίζεται στο στενό πλαίσιο του τρόπου παραγωγής των γεωργικών προϊόντων αλλά επεκτείνεται στην ανάπτυξη της εμπορίας, με διαδικασίες και κανάλια διανομής που να διασφαλίζουν κοινωνική δικαιοσύνη και οικολογική υπευθυνότητα. Τόσο στη γνώση της αρχής της άμεσης σύνδεσης όσο και στη στάση και συμπεριφορά τους στη διακίνηση-διάθεση των προϊόντων τους οι βιοκαλλιεργητές της περιοχής έρευνας δεν διαφοροποιούνται ανάλογα με το εκπαιδευτικό τους επίπεδο ή τη βιολογική έκταση που διαχειρίζονται. Από αυτούς σχετικά περιορισμένος αριθμός γνωρίζει την αρχή του άμεσου marketing, δηλαδή την άμεση σχέση παραγωγού-καταναλωτή, που συνδιαμορφώνει το θεωρητικό πλαίσιο της βιολογικής γεωργίας. Το ίδιο παρατηρείται και ως προς τη στάση τους για τον τρόπο διακίνησης-διάθεσης των βιολογικών τους προϊόντων, όπου θεωρούν παραδεκτούς όλους τους τρόπους διακίνησης των προϊόντων τους προκειμένου να ενισχυθεί η βιοκαλλιέργεια και να διατίθενται απρόσκοπτα τα προϊόντα της. Η στάση αυτή δικαιολογείται αφού αφενός η πλειονότητα των βιοκαλλιεργητών δεν γνωρίζει την αρχή της άμεσης σύνδεσης παραγωγού-καταναλωτή και αφετέρου το κυρίαρχο πρότυπο εμπορίας, ο έμμεσος τρόπος, είναι βαθειά εδραιωμένο στη συνείδηση των γεωργών.

Στην παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε ότι οι βιοκαλλιεργητές έχουν προσανατολιστεί προς την κατεύθυνση της άμεσης διακίνησης και διάθεσης των βιολογικών προϊόντων έστω και αν φάνηκε να προβληματίστηκαν για πρώτη φορά σε αυτό το θέμα. Δηλαδή στο επίπεδο της δράσης οι βιοκαλλιεργητές φαίνεται να εφαρμόζουν την αρχή του άμεσου marketing, αφού σε μεγάλο ποσοστό διακινούν την παραγωγή τους άμεσα. Αξίζει ακόμη να αναφερθεί ότι ένας στους πέντε βιοκαλλιεργητές κατά την εμπορία των προϊόντων του επεκτείνεται και στην τυποποίηση και συσκευασία.

Το γεγονός ότι, οι βιοκαλλιεργητές αν και δεν γνωρίζουν την αρχή της άμεσης διάθεσης και έχουν αμφιταλαντευόμενη στάση στο θέμα αυτό, στην πράξη όμως δρουν σε ικανοποιητικό βαθμό σύμφωνα με αυτήν, υποδεικνύει ότι ο συγκεκριμένος τρόπος διάθεσης αποτελεί αποσπασματικό τμήμα της βιολογικής γεωργίας, που αποδίδεται στα μεγαλύτερα οικονομικά οφέλη, τα οποία αυτοί διασφαλίζουν, και όχι στη συνειδητοποίησή τους ότι συμμετέχουν σε ένα εναλλακτικό παραγωγικό σύστημα. Η άποψη αυτή, ενισχύεται εν μέρει από τον τρόπο διάθεσης από τους βιοκαλλιεργητές των προϊόντων τους που είναι παρόμοιος και δεν συνδέεται με το εκπαιδευτικό τους επίπεδο ή/και την βιολογική έκταση που διαχειρίζονται. Είναι φανερό ότι ακόμη και στο επίπεδο της δράσης η τάση που παρατηρείται στους βιοκαλλιεργητές διαμορφώνεται με την ενσωμάτωσή της εμπορίας των βιολογικών προϊόντων στο κυρίαρχο σύστημα, σύμφωνα με τα υφιστάμενα μέτρα που η αγροτική πολιτική προωθεί για την εμπορία γενικά των γεωργικών προϊόντων.

Η υιοθέτηση και εφαρμογή της αρχής της άμεσης σύνδεσης καταναλωτή-παραγωγού συναντά σημαντικά εμπόδια στην πράξη, αφού η βιολογική γεωργία μέχρι σήμερα δεν φαίνεται να μεταβάλλει την σχέση της με το αγροτροφικό σύμπλεγμα ως προς τη διακίνηση των προϊόντων της. Όμως, η υιοθέτηση και εφαρμογή της αρχής αυτής αποτελεί σημαντικό παράγοντα που πρέπει να στηρίζεται στις τρεις βασικές συνιστώσες της αειφορίας, περιβάλλον, κοινωνία, οικονομία για να μπορέσει να μεταβάλλει το γεωργικό τομέα προς μια αειφορική κατεύθυνση. Διαφορετικά τα βιολογικά προϊόντα θα αποτελέσουν απλά ένα διαφοροποιημένο γεωργικό προϊόν μεταξύ των άλλων (ΠΟΠ, ΠΓΕ, ΕΠΠΕ) και δεν θα έχει επιτευχθεί ο στόχος για ένα σφαιρικό σύστημα γεωργικής παραγωγής.

Είναι φανερό ότι η επίτευξη της αειφορίας με τη βοήθεια της βιολογικής γεωργίας θα πρέπει να στηριχθεί στην ενημέρωση των παραγωγών και των καταναλωτών βιολογικών προϊόντων. Στόχος της θα είναι η ανάπτυξη δεσμών επικοινωνίας και εμπιστοσύνης μεταξύ τους και η ανάπτυξη συνείδησης για την παραγωγή και κατανάλωση τοπικών προϊόντων, που παράγονται από ίδιους πόρους και δεν επιβαρύνουν το περιβάλλον με την κατανάλωση ενέργειας, τόσο για την μεταφορά τους όσο και για την εκτός εποχής παραγωγή τους.

Οι φορείς ενημέρωσης και των δύο εμπλεκόμενων μερών οφείλουν κατά την ενημέρωσή τους να έχουν απεμπλακεί από το καθαρά οικονομικό πρότυπο παραγωγής. Τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα οφείλουν να εκπαιδεύσουν επιστήμονες που θα διαδώσουν στους παραγωγούς εκτός από τις κατάλληλες πρακτικές παραγωγής των βιολογικών προϊόντων και τις αξίες και αρχές της βιολογικής γεωργίας που εγγυάται την περιβαλλοντική προστασία, την κοινωνική δικαιοσύνη και την οικονομική σταθερότητα. Παράλληλα θα πρέπει να οι καταναλωτές να ενημερώνονται για τον τρόπο παραγωγής και εμπορίας των γεωργικών προϊόντων που καταναλώνουν, ώστε συνειδητά να επιλέγουν, όντας γνώστες των επιπτώσεων της επιλογής τους στο περιβάλλον, την υγεία, την κοινωνία και την οικονομία.

6. Βιβλιογραφία

Ξένη Βιβλιογραφία

- Allen, P. and Kovach, M. (2000) *“The capitalist composition of organic: The potential of markets in fulfilling the promise of organic agriculture”*, Agriculture and Human Values 17, pp. 221–232, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands.
- Bard S. and Barry P. (2000). *“Developing a scale for assessing risk attitudes of agricultural decision makers”*, International Food and Agribusiness Management Review 3, pp. 9–25
- Barrett H.R., Browne A.W., Harris P.J.C, Cadoret K. (2002) *“Organic certification and the UK market: organic imports from developing countries”* Food Policy 27, pp. 301–318, 22/5/2005 (www.elsevier.com/locate/foodpol)
- Blowfield, M., A. Malins, B. Maynard, and V. Nelson (1999), *“Ethical trade and sustainable rural livelihoods.”* Chatham: Natural Resources Institute.

- Browne, A.W Harris, P.J.C. Hofny, A.H. -Collins , N. Pasiecznik , R.R. Wallace (2000), “*Organic production and ethical trade: definition, practice and links*”, Food Policy 25, pp. 69–89, 7/9/2005 (www.elsevier.com/locate/foodpol)
- FAO (1999a), “Organic agriculture.” COAG/99/9 Rome: FAO
- Hamm, U. Gronefeld, F. Harlpin, D (2002) “*Analysis of the European market for organic food*” , Summary taken from the book ‘Analysis of the European market for organic food’, ORGANIC MARKETING INITIATIVES AND RURAL DEVELOPMENT: VOLUME ONE published by: School of Management and Business, University of Wales Aberystwyth, Wales, United Kingdom
- IFOAM, International Federation of Organic Agriculture Movements (2002). “*IFOAM Norms for organic production and processing 2002: General principles, recommendations and standards.*” , 15/10/2005 (<http://www.ifoam.org>)
- Kahn, G., C. Weakley, and S. Harper (1999). A response from Small Planet Foods to “*Keeping it ‘organic’: Making sense out of the processing of organic food.*” 7/9/2005 (<http://www.ccof.org/articles/html>)
- Lipson, M. (1998) “ *The first “Eco-Label”: Lessons from the Organic Experience*” Eco Labeling for California Winegrapes: a Working Conference Proceedings, February 4, Sacramento, 22/5/2005 <http://www.sarep.ucdavis.edu>
- Martinez Marian Garcia, Ban˜ados Felipe (2004) “*Impact of EU organic product certification legislation on Chile organic exports*”, Food Policy 29, pp. 1–14, 22/5/2005 (www.elsevier.com/locate/foodpol)
- McMichael, Ph. (1999) “*The power of food*” , Agriculture and Human Values 17, pp. 21–33, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands
- Raynolds, Laura T. (2000) “*Re-embedding global agriculture: The international organic and fair trade movements*”, Agriculture and Human Values 17, pp. 297–309, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands
- Sabine U. O’Hara, Sigrid Stagl (2001) “*Global Food Markets and Their Local Alternatives: A Socio-Ecological Economic Perspective*” Population and Environment: A Journal of Interdisciplinary Studies Volume 22, Number 6, pp. 533-554, Human Sciences Press, Inc
- Stagl Sigrid, (2002) “*Local Organic food Markets: Potentials and Limitations for Contributing to Sustainable Development*” Empirica 29, pp. 145–162, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands
- Starr, A. Card, A. Benepe, C. Auld, G. Lamm, D. Smith, K. and Wilken, K., (2003) “*Sustaining local agriculture: Barriers and opportunities to direct marketing between farms and restaurants in Colorado*” Agriculture and Human Values 20, pp. 301–321, Kluwer Academic Publishers, Printed in the Netherlands

- Βακουφάρης, Χ., Κίζος, Α. και Σπιλάνης, Ι. (2002). *“Η χωρική διαφοροποίηση της ανάπτυξης της βιολογικής γεωργίας στην Ελλάδα.”* Στο *Η κοινωνία της υπαίθρου σε ένα μεταβαλλόμενο αγροτικό χώρο – Άρθρο που παρουσιάστηκε στο 7^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας*, 21-23 Νοεμβρίου, 2002, Αθήνα, Διατέθηκε από τον συγγραφέα
- Ε.Σ.Υ.Ε. Αποτελέσματα απογραφής Γεωργίας-Κτηνοτροφίας της 17^{ης} Μαρτίου 1991 Διαθέσιμο στο <http://www.statistics.gr>
- Μπεριάτος, Η. και Ψαλτόπουλος, Δ. (2003) *«Περιβάλλον και Ανάπτυξη της Υπαίθρου : Οικονομικές, Γεωγραφικές και Περιβαλλοντικές Πτυχές»*, Εκδόσεις Θεμέλιο, Αθήνα
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Λάρισας, *«Γενικά Χαρακτηριστικά Νομού Λάρισας»* διαθέσιμο στην ιστοσελίδα, 15/10/2005 (www.larissa.gr/nominfo.doc)
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Μαγνησίας, *«Στρατηγικό σχέδιο Ανάπτυξης Μαγνησίας»*, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας-Πολυτεχνική Σχολή, Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης, Φεβρουάριος 2005
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Φθιώτιδας, *«Γενικά Χαρακτηριστικά Νομού Φθιώτιδας»* λήφθηκαν σε έντυπη μορφή μέσω προσωπικής επαφής με αρμόδιο υπάλληλο της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Φθιώτιδας
- ΠΑΝ.Δ.ΟΙΚ.Ο., (2002) *«Θέσεις του Πανελληνίου Δικτύου Οικολογικών Οργανώσεων για τη βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία και την ανάπτυξη της υπαίθρου»*, 14^ο Συνέδριο ΠΑΝ.Δ.ΟΙΚ.Ο., Λάρισα Νοέμβριος 2002, 5/11/2005 (<http://pandoiko.gr>)
- Φωτόπουλος, Χ. Κρυστάλλης, Α. (2003) *«Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων. Μια Πανελλήνια Έρευνα Marketing»*, Αθήνα, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλη