



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ
ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Τίτλος πτυχιακής εργασίας:

«Βιολογικές Λαϊκές Αγορές: προοπτικές, μέλλον
και άποψη καταναλωτών»

Τσάμη Μαρία

Τριμελής Επιτροπή

Επιβλέπων Καθηγητής: Μαλινδρέτος Γεώργιος

Μέλη: Δέσποινα Σδράλη

Ρόιδω Μητούλα

ΑΘΗΝΑ 2014

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επίκουρο καθηγητή κ. Γιώργο Μαλινδρέτο, επιβλέποντα καθηγητή της πτυχιακής μου εργασίας, για την ευκαιρία που μου έδωσε να ασχοληθώ με ένα τόσο ενδιαφέρον ερευνητικό θέμα και για τη γενικότερη καθοδήγηση που μου παρείχε. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα μέλη της επιτροπής κ.κ. Δέσποινα Σδράλη και Ρόιδω Μητούλα, για τις χρήσιμες συμβουλές και επισημάνσεις τους. Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα άτομα που πήραν μέρος με προθυμία στην έρευνα, καθώς η συμμετοχή τους ήταν πολύτιμη. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου που με βοήθησε σε όλες τις φάσεις της εργασίας μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών για τις βιολογικές λαϊκές αγορές και το μέλλον τους, καθώς και για τις πιθανές προοπτικές ανάπτυξης εν όψει οικονομικής κρίσης.

Για την εκπλήρωση του σκοπού αυτού πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα σε δείγμα 128 καταναλωτών από την περιοχή της Αττικής. Σύμφωνα με τα κύρια ευρήματα της μελέτης, οι Έλληνες καταναλωτές επιλέγουν τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση αγοράς προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές είναι η προσβασιμότητα, η εμπιστοσύνη στους παραγωγούς, η ποικιλία βιολογικών προϊόντων, καθώς και η τιμή. Η έρευνα έδειξε ότι το μεγαλύτερο εμπόδιο αγοράς βιολογικών προϊόντων είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές δεν γνωρίζουν πού είναι. Επίσης, αποδείχθηκε ότι ο έλεγχος των βιολογικών προϊόντων από εγγεκριμένους φορείς αποτελεί βασικό κίνητρο για την αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Τέλος, η παρούσα έρευνα έδειξε ότι οι καταναλωτές πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης.

Λέξεις κλειδιά: βιολογικές λαϊκές αγορές, κανάλια διανομής βιολογικών προϊόντων, πώληση βιολογικών προϊόντων

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the views of consumers for organic farmers' markets and their future, and for potential growth prospects in view of the economic crisis.

To fulfill this objective quantitative research conducted on a sample of 128 consumers from the region of Attica. According to the main findings of the study, Greek consumers choose organic farmers markets. Factors influencing the decision to purchase products from organic farmers' markets is accessibility, trust producers, variety of organic products, and the price. The survey showed that the biggest obstacle market for organic products is the fact that consumers do not know where it is. Also shown that the control of biological products from Authorized operators is a key incentive for the purchase of products from organic farmers' markets. Finally, this research showed that consumers believe that there are prospects for growth of organic farmer's markets in view of the economic crisis.

Keywords: organic farmers' markets, organic products distribution channels, organic products sales

Πίνακας Περιεχομένων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	9
1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ.....	9
1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ.....	10
1.3 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΔΙΕΘΝΩΣ	15
1.4 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	18
1.5 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ	21
1.5.1 Κοινοτική Νομοθεσία.....	21
1.5.2 Εθνική Νομοθεσία.....	24
1.6 ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ.....	25
1.7 ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	26
1.7.1 Οφέλη από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων	27
1.7.2 Οφέλη της βιολογικής γεωργίας.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	32
2.1 Χονδρική πώληση βιολογικών προϊόντων σε εταιρείες διανομής	32
2.2 Χονδρική πώληση βιολογικών προϊόντων απ’ ευθείας σε καταστήματα (super markets).....	33
2.3 Χονδρική πώληση βιολογικών προϊόντων σε καταστήματα βιολογικών προϊόντων 33	
2.4 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων σε συμβατικές λαϊκές αγορές	34
2.5 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων σε βιολογικές λαϊκές αγορές.....	35
2.5.1 Νομικό πλαίσιο λειτουργίας λαϊκών βιολογικών αγορών.....	37
2.6 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων από το κτήμα	39
2.7 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων από συλλογικούς φορείς, όπως είναι οι Συνεταιρισμοί, μέσω τοπικών καταστημάτων	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	41
3.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ.....	41
3.1.1 Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά	41
3.1.2 Γνώση βιολογικών προϊόντων	42
3.1.3 Ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον και την υγεία	42
3.1.4 Τιμή – Κόστος	42
3.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	47
4.1 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ	47
4.2 ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	49
5.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ.....	49
5.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ χ^2	60
5.2.1 Μεθοδολογική προσέγγιση.....	60
5.2.2 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων.....	60
5.2.3 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και προθυμίας καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων	64
5.2.4 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και αγοράς βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές.....	65
5.2.5 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και προοπτικών ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών.....	68
5.3 ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	70
5.3.1 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την αγορά βιολογικών προϊόντων	70
5.3.2 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων.....	72
5.3.3 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές.....	75
5.3.4 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για τις προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών.....	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο : ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	82
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	85
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	86
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ	92
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ(ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΑ)	115

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιολογική γεωργία είναι ένας ταχέως αναπτυσσόμενος κλάδος στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και στον υπόλοιπο κόσμο. Τα προϊόντα βιολογικής προέλευσης προσφέρουν πολλά οφέλη που σχετίζονται με την υγεία, το περιβάλλον, την αγροτική ανάπτυξη και για αυτό τον λόγο η ζήτησή τους τα τελευταία χρόνια αυξάνεται όλο και περισσότερο, με αποτέλεσμα να αυξάνονται και οι βιολογικές λαϊκές αγορές. Η παρούσα εργασία διερευνά την άποψη των καταναλωτών σχετικά με το μέλλον των βιολογικών λαϊκών αγορών, αλλά και τις προοπτικές ανάπτυξής τους εν όψει οικονομικής κρίσης και αποτελείται από έξι κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην έννοια της βιολογικής γεωργίας, στην βιολογική γεωργία διεθνώς, αλλά και εντός Ελλάδας, στη νομοθεσία, αλλά και στους εγκεκριμένους φορείς. Επίσης, παρουσιάζονται τα βιολογικά προϊόντα, τα οφέλη από την κατανάλωσή τους, καθώς και τα οφέλη της βιολογικής γεωργίας στη διατήρηση του περιβάλλοντος, στην ποιότητα και ασφάλεια των τροφίμων και στην κοινωνική δικαιοσύνη.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στους τρόπους διάθεσης των βιολογικών προϊόντων, ενώ στο τρίτο παρουσιάζονται οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση αγοράς βιολογικών προϊόντων, τα κανάλια διανομής αυτών, αλλά και οι προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς.

Με το πέμπτο κεφάλαιο ξεκινάει το εμπειρικό μέρος της έρευνας, όπου παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την πραγματοποίηση της πρωτογενούς έρευνας. Στο έκτο κεφάλαιο απεικονίζονται και σχολιάζονται τα κύρια αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης, ενώ στο έβδομο παραθέτονται τα συμπεράσματα της μελέτης.

ΜΕΡΟΣ 1ο

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΚΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

1.1 ΕΝΝΟΙΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Με τον όρο βιολογική γεωργία νοείται ένα ολιστικό σύστημα διαχείρισης της παραγωγής, το οποίο προωθεί και επαυξάνει την υγεία του αγροοικοσυστήματος, περιλαμβανομένων της βιοποικιλότητας, των βιολογικών κύκλων και της βιολογικής δραστηριότητας του εδάφους. Δίνει έμφαση στη χρήση των πρακτικών διαχείρισης οι οποίες προτιμώνται από τη χρήση εισροών εξωτερικής προέλευσης, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι τοπικές συνθήκες απαιτούν τοπικά προσαρμοσμένα συστήματα (<http://www.fao.org>). Με άλλα λόγια στηρίζεται σε φυσικές διεργασίες, στη μη χρησιμοποίηση χημικών συνθετικών λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων και στη χρησιμοποίηση εναλλακτικών προς τη χημική μεθόδων αντιμετώπισης εχθρών, ασθενειών και ζιζανίων, καθώς και στη χρησιμοποίηση τεχνικών παραγωγής, όπως η αμειψισπορά και η ανακύκλωση φυτικών και ζωικών υπολειμμάτων που διατηρούν τη φυσική ισορροπία και τη νομιμότητα του εδάφους (<http://www.theophilos.gr>, <http://www.siga.gr>).

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει η Διεθνής Ομοσπονδία Κινημάτων Βιολογικής Γεωργίας (International Federation of Organic Agriculture Movements, IFOAM), « η βιολογική γεωργία αποτελεί έναν οικολογικά, κοινωνικά και οικονομικά μακροπρόθεσμο τρόπο άσκησης της γεωργίας».

Η βιολογική γεωργία βασίζεται κυρίως (<http://www.theophilos.gr>) :

- Στη χρησιμοποίηση κατά το δυνατόν ανανεώσιμων φυσικών πόρων σε τοπικό επίπεδο, στην αυτάρκεια του εδάφους σε οργανική ουσία και θρεπτικά στοιχεία και στη βιοποικιλότητα του οικοσυστήματος που αποτελεί και τον κύριο παράγοντα στη διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας του.
- Στη χρησιμοποίηση ιθαγενών ανθεκτικών φυτών και φυλών ζώων που έχουν προσαρμοστεί στις τοπικές συνθήκες καθώς και στην κατάλληλη επιλογή καλλιεργητικών τεχνικών και εναλλαγή καλλιεργειών, με προτίμηση στα μεικτά συστήματα γεωργίας (συνύπαρξη φυτικής και ζωικής παραγωγής στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις).

Από την άλλη, πρέπει να συμβάλει στους εξής στόχους (<http://www.fao.org>):

- στην αύξηση της βιοποικιλότητας στο σύνολο του συστήματος
- στην αύξηση της βιολογικής δραστηριότητας των εδαφών
- στη διατήρηση της γονιμότητας των εδαφών μακροπρόθεσμα

- στην ανακύκλωση των αποβλήτων φυτικής και ζωικής προέλευσης προκειμένου να αποκατασταθούν τα στοιχεία που είναι θρεπτικά για τη γη, μειώνοντας έτσι, όσο είναι δυνατόν, τη χρήση των μη ανανεώσιμων πόρων
- στην προσφυγή στους ανανεώσιμους πόρους μέσα στα τοπικά οργανωμένα γεωργικά συστήματα
- στην προώθηση της ορθής χρήσης των εδαφών, του νερού και του αέρα και τη μείωση όλων των μορφών μόλυνσης που θα μπορούσαν να προκαλέσουν οι καλλιεργητικές πρακτικές και οι πρακτικές εκτροφής
- στον χειρισμό των γεωργικών προϊόντων, με ιδιαίτερη προσοχή στις μεθόδους μεταποίησης, προκειμένου να διατηρηθεί η βιολογική ακεραιότητα και οι ουσιαστικές ποιότητες των προϊόντων σε όλα τα στάδια
- στο να μπορεί να καθοριστεί για κάθε υπάρχουσα εκμετάλλευση η περίοδος μετατροπής, η διάρκεια της οποίας εξαρτάται από ειδικούς παράγοντες του τόπου, όπως για παράδειγμα το ιστορικό της γης και οι τύποι καλλιέργειας και εκτροφής που πρόκειται να παραχθούν.

1.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Η βιολογική γεωργία, έτσι όπως είναι γνωστή σήμερα, είναι το αποτέλεσμα της ανάπτυξης και της σύνθεσης διαφόρων εναλλακτικών μεθόδων γεωργικής παραγωγής (διαφορετικές από τη «συμβατική γεωργία») που ξεκίνησαν στις αρχές του 20ου, κυρίως στην Κεντρική και Βόρεια Ευρώπη. Μεταξύ αυτών των μεθόδων, μπορεί να γίνει αναφορά στις περισσότερο σημαντικές, τη βιοδυναμική γεωργία, την οργανική γεωργία, αλλά και τη βιολογική γεωργία στην πρωτόλεια μορφή της (<http://gr.dsorganic.com>, <http://www.dionet.gr>).

Αυτά τα διάφορα κινήματα θεωρούσαν ουσιαστικό, με ορισμένες αποχρώσεις, τον δεσμό ανάμεσα στη γεωργία και τη φύση, καθώς και τον σεβασμό των φυσικών ισορροπιών και απείχαν επομένως από μια προσέγγιση της γεωργίας, που επιδίωκε τη μεγιστοποίηση στις αποδόσεις μέσω πολλαπλών παρεμβάσεων με διάφορες κατηγορίες συνθετικών προϊόντων.

Παρά την ύπαρξη και την ισχύ αυτών των ρευμάτων σκέψης, η βιολογική γεωργία έμεινε για πολύ καιρό σε εμβρυακή κατάσταση (<http://www.dionet.gr>).

Πιο αναλυτικά, το 1924 ο Rudolf Steiner με τις διαλέξεις του στη Γερμανία, θέτει τις βάσεις της Βιοδυναμικής Γεωργίας¹. Το 1940 δημοσιεύεται στην Αγγλία η «Γεωργική Διαθήκη» του Sir Albert Howard που θέτει τις βάσεις της οργανικής γεωργίας, ενώ ο Hans peter Rusch και Hans Muller αναπτύσσουν τη βιολογική γεωργία στην Ελβετία. Παράλληλα, το 1943 η Lady Eve Balfour στην Αγγλία,

¹ Η βιοδυναμική γεωργία είναι μια οικολογική γεωργία που λαμβάνει υπ' όψη της και αφανείς δυνάμεις στη φύση, όπως δυνάμεις ζωής, ψυχικές δυνάμεις και πνευματικές δυνάμεις.

δημοσιεύει το βιβλίο της «Το ζωντανό έδαφος» ενώ αργότερα το 1946, είναι από τους συνιδρυτές και η πρώτη Πρόεδρος του Οργανισμού Soil Association. Το 1947 ο J.I.Rodale στις ΗΠΑ, ιδρύει το ομώνυμο Ινστιτούτο με σκοπό την έρευνα για τη βιολογική γεωργία, εμπνευσμένος από τις μελέτες του Sir Albert Howard και της Lady Eve Balfour (<http://gr.dsorganic.com>, <http://www.physiologike.gr>).

Αν και έχουν τεθεί τα θεμέλια της βιολογικής καλλιέργειας, οι αγρότες για να μεγιστοποιήσουν τις αποδόσεις των φυτών οδηγήθηκαν στην κατάχρηση χημικών λιπασμάτων, αρδευτικού νερού, φυτοφαρμάκων και μηχανικής κατεργασίας του εδάφους, στην εγκατάλειψη της αμειψισποράς και την εξαφάνιση πολύτιμου γενετικού υλικού (Γαλανοπούλου-Σενδούκα, 1995, Γαλανοπούλου-Σενδούκα κ.ά., 2001).

Αυτή η υψηλή κατανάλωση ενέργειας, λιπασμάτων, νερού και ζιζανιοκτόνων για την αύξηση της παραγωγής απέδωσε θεαματικά αποτελέσματα, όμως από ένα σημείο και μετά, δηλαδή εκεί που η παραγωγή φτάνει στο μέγιστό της, θα αρχίσει να σημειώνει κάποια πτώση. Αυτή η πτώση μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι το έδαφος διαβρώνεται, χάνει την γονιμότητά του, μετατρέπεται σε αλατούχο ή υπερφορτίζεται με νερό. Επιπρόσθετα, οι επιφανειακές και υπόγειες τροφοδοσίες νερού μειώνονται και ρυπαίνονται από τα ζιζανιοκτόνα και αζωτούχα συστατικά που περιέχονται στα λιπάσματα, στα οποία τα έντομα έχουν αναπτύξει γενική ανοσοποίηση, με αποτέλεσμα να αυξάνονται αντί να μειώνονται. Έτσι, η παγκόσμια παραγωγή πιθανόν να μην περιοριστεί από ανεπάρκεια καρπών υψηλής παραγωγής, τα λιπάσματα, την ενέργεια, τα ζιζανιοκτόνα και το νερό, αλλά από τις επιβλαβείς συνέπειες που θα έχει για το περιβάλλον η χρήση όλων των παραπάνω σε ιδιαίτερα υψηλές ποσότητες (Miller, 1999).

Καθόλη τη διάρκεια της δεκαετίας του '50, η βασική προτεραιότητα της γεωργίας ήταν να ικανοποιεί, με μια σημαντική αύξηση της γεωργικής παραγωγής, τις άμεσες ανάγκες σε τρόφιμα και να αυξάνει τον βαθμό αυτότητας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Αντίθετα, το τέλος της δεκαετίας του '60 και κυρίως η δεκαετία του '70, αντιστοιχούν στην ανάδειξη μιας σημαντικής συνειδητοποίησης σε επίπεδο της προστασίας του περιβάλλοντος, στην οποία η βιολογική γεωργία θα μπορούσε να δώσει την κατάλληλη απάντηση (<http://www.dionet.gr>).

Αυτήν ακριβώς την περίοδο άρχισε να κυοφορείται στη συνείδηση των καταναλωτών, αλλά και των παραγωγών, μια αλλαγή στάσης απέναντι στις μεθόδους γεωργικής παραγωγής, καθώς και μια πιο διευρυμένη αντίληψη για τη σημαντικότητα του περιβάλλοντος και την ανάγκη προστασίας του (<http://www.viologika.com>).

Άρχισαν τα πρώτα βήματα βιολογικής καλλιέργειας, από ιδεολόγους καλλιεργητές που στην πραγματικότητα δεν είχαν κέρδη, αλλά ακολουθούσαν με συνέπεια το όραμά τους και χάραξαν το δρόμο για την μετέπειτα οργανωμένη καλλιέργεια και εμπορία βιολογικών προϊόντων (<http://www.viologika.com>). Η ζήτηση για τέτοια προϊόντα ενδυναμώθηκε με την εμφάνιση “γενετικά

τυποποιημένων προϊόντων” αλλά και με διάφορα “απρόβλεπτα” γεγονότα που επηρεάζουν κατά καιρούς, αρνητικά των ευρύτερο κλάδο των ειδών διατροφής σε ευρωπαϊκό ή και διεθνές επίπεδο (π.χ. διοξίνες, νόσος της σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας κλπ) (ICAP, 2001).

Νέοι σύνδεσμοι δημιουργούνται, συγκεντρώνοντας παραγωγούς, καταναλωτές και άλλα άτομα τα οποία ενδιαφέρονται για την οικολογία και για μια περισσότερο στενά συνδεδεμένη με τη φύση ζωή (<http://www.dionet.gr>).

Το 1972 ιδρύεται η IFOAM, ενώ στη διάρκεια της δεκαετίας του '80 η βιολογική γεωργία ανθίζει, εφόσον αυτός ο νέος τρόπος παραγωγής και το ενδιαφέρον των καταναλωτών γι' αυτά τα προϊόντα συνεχίζουν να αναπτύσσονται, όχι μόνο στο μεγαλύτερο μέρος των Ευρωπαϊκών χωρών αλλά και σε άλλες χώρες, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες, ο Καναδάς, η Αυστραλία και η Ιαπωνία. Στην περίπτωση αυτή, παρατηρείται μια σημαντική αύξηση του αριθμού παραγωγών και την έναρξη πρωτοβουλιών στον τομέα της μεταποίησης και εμπορίας των βιολογικών προϊόντων (<http://www.dionet.gr>).

Στις αρχές της δεκαετίας του '80, ξεκίνησε η εφαρμογή του βιολογικού τρόπου παραγωγής και στη χώρα μας, όταν κάποιοι μεμονωμένοι παραγωγοί κινήθηκαν προς την κατεύθυνση αυτή, απορρίπτοντας τη χρήση χημικών και ξεκινώντας την παραγωγή βιολογικών προϊόντων. Η ενημέρωση των παραγωγών ήταν τότε σχεδόν ανύπαρκτη και οι μόνες ισχύουσες αρχές για την βιολογική γεωργία ήταν αυτές της IFOAM, μιας και δεν υπήρχαν ούτε εθνικοί ούτε κοινοτικοί κανονισμοί. Ενδεικτικά, σημειώνεται ότι η πρώτη οργανωμένη προσπάθεια παραγωγής βιολογικών προϊόντων έγινε το 1982 στην περιοχή της Αιγιαλείας, όπου η Ένωση Αγροτικών Συνεταιρισμών Αιγιαλείας ξεκίνησε την παραγωγή βιολογικής κορινθιακής σταφίδας, ενώ στα μέσα της δεκαετίας του '80 ξεκίνησαν οι πρώτες βιοκαλλιέργειες ελιάς στην περιοχή της Μεσσηνιακής Μάνης. Στην Ελλάδα κατά τη δεκαετία του '80, οι παραγωγοί που καλλιεργούσαν βιολογικά προϊόντα επιβλέπονταν από ξένους οργανισμούς πιστοποίησης (Skal, Soil Association, Naturland), καθώς δεν υπήρχαν ακόμη ελληνικοί οργανισμοί πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων (ICAP, 2003).

Αυτό το ευνοϊκό πλαίσιο για την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας οφείλει σε μεγάλο βαθμό την προέλευσή του στην σταθερή φροντίδα των καταναλωτών να τους προσφέρονται ασφαλή προϊόντα τα οποία πρέπει να παράγονται με μεθόδους παραγωγής που σέβονται και προστατεύουν το περιβάλλον. Παράλληλα, οι επίσημες διοικητικές υπηρεσίες αναγνωρίζουν σταδιακά τη βιολογική γεωργία εντάσσοντάς την στα θέματα έρευνάς τους και αποκτώντας νομοθεσίες για τον τομέα (π.χ. στην Αυστρία, τη Γαλλία, τη Δανία). Επιπλέον αρχίζουν να χορηγούνται επιδοτήσεις, τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο, από ορισμένα κράτη μέλη, υπέρ αυτού του τύπου γεωργίας. Παρά τις προσπάθειες αυτές, η βιολογική γεωργία παραμένει, ωστόσο και στη διάρκεια αυτής της περιόδου, ελλειμματική λόγω της έλλειψης αναγνωρισιμότητας. Πράγματι βασιλεύει κάποια σύγχυση στα μάτια των καταναλωτών όσον αφορά στη σημασία της ίδιας της έννοιας της βιολογικής

γεωργίας και των περιορισμένων που η τελευταία αυτή επιβάλλει (<http://www.dionet.gr>, ICAP, 2003).

Επίσης, στα τέλη της δεκαετίας του 1980, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξετάζει το ενδεχόμενο έκδοσης οδηγίας για τον ορισμό και τον έλεγχο των βιολογικών τροφίμων και της βιολογικής γεωργίας, ενώ το 1987, η Διεθνής Ομοσπονδία Κινημάτων Βιολογικής Γεωργίας IFOAM συγκρότησε την Ευρωπαϊκή Αντιπροσωπεία με σκοπό τη διεξαγωγή συζητήσεων με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών. Παράλληλα, το 1990, στο συνέδριο της IFOAM στη Βουδαπέστη σχηματίστηκε η Ομάδα Εργασίας IFOAM EU με στόχο την ανάπτυξη μιας αντιπροσωπευτικής δομής των οργανισμών IFOAM στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ το 1991 εκδίδεται ο Κανονισμός (ΕΟΚ 2092/91) περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής, ο οποίος τίθεται σε ισχύ το 1993 και για πρώτη φορά στην Ε.Ε. η βιολογική γεωργία και τα βιολογικά τρόφιμα υπόκεινται σε νομικούς περιορισμούς τόσο όσον αφορά τον ορισμό όσο και τον έλεγχο (Williams, 2002, <http://www.physiologike.gr>). Από εκείνη τη στιγμή δεκάδες χιλιάδες γεωργικές εκμεταλλεύσεις μετατράπηκαν προς αυτό το σύστημα, ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης ευαισθητοποίησης των καταναλωτών καθώς και της ζήτησης για προϊόντα που καλλιεργούνται με βιολογικές μεθόδους (ICAP, 2003). Επίσης, από το 1991 το τοπίο αλλάζει για τη βιολογική γεωργία, αρχικά σε Ευρωπαϊκό επίπεδο και στη συνέχεια παγκόσμια. Η θεσμοθέτηση του κλάδου με την εισαγωγή κανόνων που αφορούσαν την παραγωγή, την εμπορία αλλά και το Σύστημα Ελέγχου, ενίσχυσε σημαντικά την εμπιστοσύνη των καταναλωτών, προφύλαξε τους παραγωγούς και δημιούργησε τις βάσεις για τη ραγδαία, όπως εξελίχθηκε, ανάπτυξη της Αγοράς των Βιολογικών Προϊόντων (<http://www.physiologike.gr>).

Το 1993 με την εφαρμογή του κανονισμού (ΕΟΚ) 2092/91 στη χώρα μας, εγκρίθηκαν από το Υπουργείο Γεωργίας ως Οργανισμοί Ελέγχου και Πιστοποίησης Βιολογικών Προϊόντων η ΔΗΩ και ο ΣΟΓΕ. Ακολούθησε η Φυσιολογική το 1994, ενώ το 1996 ξεκίνησε στην χώρα μας το καθεστώς οικονομικών ενισχύσεων με την εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΟΚ) 2078/92, δίνοντας περαιτέρω ώθηση στη βιολογική γεωργία στην Ελλάδα, με αύξηση των βιολογικά καλλιεργούμενων εκτάσεων και του αριθμού των βιοκαλλιεργητών (ICAP, 2003).

Το 1999, με τον Κανονισμό 1804/1999 της επιτροπής καθορίζονται οι απαιτήσεις για τη βιολογική παραγωγή κτηνοτροφικών προϊόντων και θεσπίζονται για πρώτη φορά κοινοί κανονισμοί για τη βιολογική κτηνοτροφία (<http://www.physiologike.gr>). Ακόμη, τον Ιούνιο του 1999, η επιτροπή του Codex Alimentarius (Κώδικας Τροφίμων) ενέκρινε τις κατευθυντήριες γραμμές που αφορούν την παραγωγή, τη μεταποίηση, τη σήμανση και την εμπορία των τροφίμων που προέρχονται από τη βιολογική παραγωγή. Οι οδηγίες αυτές καταρτίζουν τις αρχές της βιολογικής παραγωγής σε επίπεδο της γεωργικής εκμετάλλευσης, της προετοιμασίας, της αποθήκευσης, της μεταφοράς, της επισήμανσης και της εμπορίας των βιολογικών προϊόντων. Την ίδια χρονιά, ο FAO θέσπισε επίσης ένα πρόγραμμα εργασίας στον

τομέα της βιολογικής γεωργίας, στόχος του οποίου είναι ουσιαστικά η ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας στις αναπτυσσόμενες χώρες (<http://www.dionet.gr>).

Το 2002 στη Νυρεμβέργη της Γερμανίας λαμβάνει χώρα η ιδρυτική συνεδρίαση του Ευρωπαϊκού Τμήματος της IFOAM, μετατρέποντας την παλαιά Ομάδα Εργασίας IFOAM EU σε πλήρως αυτόνομη περιφερειακή ομάδα της IFOAM, ενώ δύο χρόνια έχουμε την δημοσίευση του «Ευρωπαϊκού Σχεδίου Δράσης για τη Βιολογική Γεωργία». Πρόκειται για σημείο σταθμό καθώς η Βιολογική Γεωργία υποστηρίχθηκε πλήρως και σε πολιτικό επίπεδο ενώ παράλληλα ξεκίνησαν δράσεις για την ανάδειξη της διατροφικής αξίας των βιολογικών προϊόντων και της κοινωνικής και περιβαλλοντικής συνεισφοράς της βιολογικής γεωργίας (Miller, 1999). Το 2005, η Επιτροπή μετά από διαβούλευση τριών εβδομάδων με τους ενδιαφερόμενους φορείς δημοσιεύει την πρότασή της για την αναθεώρηση του Κανονισμού του Συμβουλίου. Το 2006 το Συμβούλιο αποφασίζει για την “γενική προσέγγιση” του νέου κανονισμού που θα διέπει τη βιολογική παραγωγή και εγκρίνει τον κανονισμό για τις εισαγωγές. Το 2007 το Συμβούλιο εκδίδει το νέο Κανονισμό (ΕΚ) 834/2007 για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων (ο οποίος δημοσιεύεται στην επίσημη εφημερίδα της ΕΕ στις 20 Ιουλίου 2007). Η Επιτροπή ξεκινά διαβουλεύσεις με τους ενδιαφερομένους φορείς για τις τεχνικές πτυχές των κανόνων εφαρμογής με προθεσμία έξι εβδομάδων. Το 2008 εκδίδονται οι κανονισμοί:

- (ΕΚ) αριθ. 889/2008 ο οποίος αφορά τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του Καν. (ΕΚ) 834/2007 του Συμβουλίου.
- (ΕΚ) αριθ. 967/ 2008 του Συμβουλίου, για τροποποίηση του Κανονισμού 834/2007 με τον οποίο αναβάλλεται η υποχρεωτική χρήση του λογότυπου της ΕΕ.
- (ΕΚ) αριθ.1235/2008 της Επιτροπής με τον οποίο θεσπίζονται στα πλαίσια του Κανονισμού 834/2007 οι κανόνες εφαρμογής για τις εισαγωγές από τρίτες χώρες.

Το 2009 τίθενται σε ισχύ από 1 Ιανουαρίου οι Κανονισμοί (ΕΚ) 834/2007, 889/2008 Κι 1235/2008. Επίσης έχουμε αντικατάσταση του αρχικού Κανονισμού 2092/1991 με τους νέους Κανονισμούς 834/2007 και 889/2008. Επέκταση των Κανονισμών και στα προϊόντα υδατοκαλλιέργειας με τον Κανονισμό 710/2009 (προϊόντα ιχθυοκαλλιέργειας και φύκια) (<http://www.physiologike.gr>, Wright, 1997).

Το 2010 εκδίδεται ο Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 271/2010 της Επιτροπής για την τροποποίηση του κανονισμού 889/2008 όσον αφορά τον λογότυπο βιολογικής παραγωγής της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δημοσιεύεται η απόφαση της Επιτροπής 9 2010/C 262/03) για τον διορισμό των μελών της ομάδας εμπειρογνομόνων, οι οποίοι θα παρέχουν τεχνικές συμβουλές στον τομέα της βιολογικής παραγωγής και καταρτίζει εφεδρικό κατάλογο εμπειρογνομόνων (<http://www.physiologike.gr>).

1.3 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΔΙΕΘΝΩΣ

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία του Οργανισμού Soel (Stiftung Oecology & Agriculture) και της IFOAM- FiBL για το 2010, 160 χώρες περίπου καλλιεργούν βιολογικά προϊόντα, από τις οποίες χώρες η συνολική βιολογικά καλλιεργούμενη έκταση ανέρχεται σε 37 εκ. εκτάρια (συμπεριλαμβανομένων και των μεταποιημένων περιοχών). Πιο αναλυτικά, οι περιοχές με τις μεγαλύτερες βιολογικές εκτάσεις είναι η Ωκεανία με 12,2 εκατ. εκτάρια (33%), η Ευρώπη με 10 εκ. εκτάρια (27%) και η Λατινική Αμερική με 8,4 εκατ. εκτάρια (23%). Αντίθετα, η Ασία και η Νότια Αμερική καλλιεργούν μόλις 2,8 και 2,7 εκατ. εκτάρια βιολογικής γης αντιστοίχως καλύπτοντας το 7% η καθεμιά, ενώ η Αφρική καλλιεργεί μόνο 1,1 εκατ. εκταρία που αποτελεί το 3% της συνολικής βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης.

Περίπου το 0,9% από τη γεωργική γη είναι βιολογική (για τις περιοχές που συμπεριλαμβάνονται στην έρευνα). Κατά περιοχή, το μεγαλύτερο μερίδιο κατέχουν η Ωκεανία (2,9%) και η Ευρώπη (2,1%). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 5,1% της καλλιεργήσιμης γης είναι βιολογική. Παρόλα αυτά, ορισμένες χώρες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά: τα Νησιά Φώλαντ με 35,9%, το Λίχτενσταϊν με 27,3%, καθώς και η Αυστρία με 19,7%.

Συγκριτικά με την προηγούμενη έρευνα της IFOAM - FiBL, η οποία βασίστηκε σε στοιχεία του έτους 2009, η βιολογικά καλλιεργούμενη έκταση μειώθηκε ελαφρώς κατά 50.000 εκτάρια, δηλαδή κατά 1%. Επίσης στην Ευρώπη υπήρξε σημαντική ανάπτυξη, όπου η καλλιεργήσιμη γη αυξήθηκε κατά 0,8 εκατ. εκτάρια (9 %). Αυτή η αύξηση οφείλεται κυρίως στη Γαλλία (+0,17 εκατ. εκτάρια), στην Πολωνία (+0,15 εκατ. εκτάρια) και στην Ισπανία (+0,13 εκατ. εκτάρια). Στην Ασία, ωστόσο, σημειώνεται μείωση λόγω της μείωσης της βιολογικά καλλιεργήσιμης γης στην Ινδία και την Κίνα.

Για σχεδόν το 90% των βιολογικών γεωργικών γαιών, τα στοιχεία των χρήσεων γης ήταν διαθέσιμα. Περίπου τα 2/3 ήταν χορτολιβαδικές εκτάσεις (23,7 εκατ. εκτάρια). Με συνολικά τουλάχιστον 6,1 εκατ. εκτάρια, η καλλιεργήσιμη γη αποτελεί το 17% της βιολογικά καλλιεργήσιμης γης. Σημειώνεται μία αύξηση της τάξεως του 6% σε σύγκριση με τα αντίστοιχα στοιχεία του 2009. Το μεγαλύτερο μέρος της συγκεκριμένης γης χρησιμοποιείται για την καλλιέργεια σιταριού, συμπεριλαμβανομένου του ρυζιού (2,5 εκατ. εκτάρια), ακολουθούμενη από νωπές ζωοτροφές καλλιεργήσιμης γης (2 εκατ. εκτάρια), ελαιοχούους σπόρους (0,5 εκατ. εκτάρια), πρωτεϊνούχες καλλιέργειες (0,3 εκατ. εκτάρια) και λαχανικά (0,2 εκατ. εκτάρια). Οι μόνιμες καλλιέργειες αντιπροσωπεύουν περίπου το 7% της βιολογικά καλλιεργήσιμης γης, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 2,7 εκατ. εκτάρια. Σε σύγκριση με την προηγούμενη έρευνα, υπάρχει μια αύξηση 6%. Οι πιο σημαντικές μόνιμες καλλιέργειες είναι ο καφές με 0,64 εκατ. εκτάρια (που αποτελεί το 1/5 των μόνιμων βιολογικών καλλιεργειών), ακολουθούν οι ελιές με 0,5 εκατ. εκτάρια, το κακάο με

0,29 εκατ. εκτάρια, οι ξηροί καρποί με 0,26 εκατ. εκτάρια και τα σταφύλια με 0,22 εκατ. εκτάρια.

Παρακάτω παρουσιάζεται, κατά ήπειρο, η εικόνα της γεωργίας όπου χρησιμοποιούνται οι βιολογικές μεθόδους παραγωγής (WOOA, 2012) :

- Στην Αφρική, ο βιολογικός τρόπος παραγωγής είχε μικρή απήχηση, αφού υπάρχουν λίγο περισσότερο από 1 εκατ. εκτάρια πιστοποιημένης βιολογικής γης (3% της βιολογικής γης σε παγκόσμιο επίπεδο), από τα οποία τα 0,23 εκατ. εκτάρια ανήκουν στην Ουγκάντα, τα 0,18 εκατ. εκτάρια στην Τυνησία, ενώ στην Αιθιοπία μόλις τα 0,14 εκατ. εκτάρια. Αν και το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής ήταν πολύ κοντά στα πρότυπα της βιολογικής γεωργίας, δεν υπάρχει η δυνατότητα πιστοποίησης και τα περισσότερα προϊόντα διοχετεύονται στην αγορά ως συμβατικά. Το σχετικό ενδιαφέρον για την ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας έχει να κάνει περισσότερο με το γεγονός ότι η τεχνολογία της συμβατικής γεωργίας απαιτεί οικονομικούς πόρους που δεν υπάρχουν, ενώ η βιολογική γεωργία είναι φθηνότερη και προσφέρει ευκαιρίες εξαιτίας της μεγάλης ζήτησης και των καλύτερων τιμών. Παράλληλα, διασφαλίζει τους φυσικούς πόρους, την γονιμότητα του εδάφους και την προστασία του από τη διάβρωση, η οποία αναδεικνύεται σε όλο και σημαντικότερο πρόβλημα στον αφρικανικό χώρο.
Στις περισσότερες χώρες της Αφρικής, δεν υπάρχει νομοθεσία για τα βιολογικά προϊόντα. Το Υπουργείο Γεωργίας της Νότιας Αφρικής αναμένεται να θεσπίσει σύντομα κανόνες για την παραγωγή.
- Στην Ασία, το ποσοστό των εδαφών που καλλιεργούνται βιολογικά είναι πολύ μικρό, μόλις 7% (περίπου 2,8 εκατ. εκτάρια). Οι χώρες με τις μεγαλύτερες βιολογικές εκτάσεις είναι η Κίνα με 1,4 εκατ. εκτάρια και η Ινδία με 0,8 εκατ. εκτάρια, ενώ εξίσου σημαντικές ποσότητες παράγουν η Τουρκία και το Ισραήλ, καθώς και η Κίνα, η Ινδία, η Σρι Λάνκα και η Κορέα. Αν και υπήρξε μείωση των γεωργικών εκτάσεων που καλλιεργούνται με βιολογικά προϊόντα σε σύγκριση με το 2009, οι εμπορικές δραστηριότητες δεν επηρεάστηκαν αρνητικά. Μάλιστα, η Ινδία αύξησε τις εξαγωγές της κατά 20% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι χώρες προορισμού των εξαγωγών είναι κυρίως η Ιαπωνία, οι Φιλιπίνες, η Νότια Κορέα και η Ταϊβάν. Τόσο η Ινδία, όσο και η Ιαπωνία έχουν καθιερώσει την αναγνώριση τρίτης χώρας με την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και την αναγνώριση του συστήματος διαπίστευσης από την USDA (United States Department of Agriculture). Σε γενικές γραμμές οι περισσότερες εξαγωγές είναι πιστοποιημένες από διεθνείς οργανισμούς.
- Από το τέλος του 2010, 10 εκατ. εκτάρια αγροτικής γης στην Ευρώπη εκμεταλλεύονται βιολογικά. Στην Ευρώπη, το 2,1% της καλλιεργήσιμης γης και το 5,1% του αγροτικού τομέα στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι βιολογικής προέλευσης. Με άλλα λόγια το 27% από την παγκόσμια βιολογική γη ανήκει στην Ευρώπη. Συγκριτικά με το 2009, η βιολογική γη αυξήθηκε κατά 0,8 εκατ. εκτάρια. Οι χώρες με τις μεγαλύτερες βιολογικά καλλιεργήσιμες

εκτάσεις είναι η Ισπανία με 1,5 εκατ. εκτάρια, η Ιταλία με 1,1 εκατ. εκτάρια και η Γερμανία με 0,99 εκατ. εκτάρια. Υπάρχουν έξι χώρες της Ευρώπης με περισσότερο από το 10% της βιολογικής γης, οι οποίες είναι: το Λίχτενσταϊν (27,8%), η Αυστρία (19,7%), η Σουηδία (14,1%), η Εσθονία (12,5%), η Ελβετία (11,4%) και η Τσεχία (10,5%). Οι πωλήσεις βιολογικών προϊόντων ανήλθαν σε περίπου 19,6 δις ευρώ το 2010. Η μεγαλύτερη αγορά βιολογικών προϊόντων το 2010 ήταν η Γερμανία με κύκλο εργασιών 6 δις ευρώ, η οποία ακολουθείται από την Γαλλία με 3,4 δις ευρώ και το Ηνωμένο Βασίλειο με 2 δις ευρώ.

- Η Ωκεανία περιλαμβάνει την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία καθώς και νησιωτικά κράτη, όπως τα Φίτζι, την Παπούα, τη Νέα Γουινέα, την Τόνγκα και το Βανουάτου. Η Αυστραλία διαθέτει εθνικά πρότυπα για την παραγωγή οργανικών προϊόντων από το 1992. Σήμερα, καλλιεργούνται 12,1 εκατ. εκτάρια (33% της παγκόσμιας βιολογικής γης), από τα οποία το 99% των βιολογικών εκτάσεων ανήκει στην Αυστραλία (12 εκατ. εκτάρια, από τα οποία το 97% είναι βοσκότοποι), ακολουθεί η Νέα Ζηλανδία με 124.000 εκτάρια και η Σαμόα με 9.714 εκτάρια. Τα υψηλότερα μερίδια της αγροτικής γης ανήκουν στη Σαμόα (7,9%), στη Γαλλική Πολυνησία (3,8%) και στη Νιούε. Η ανάπτυξη της βιολογικής βιομηχανίας στην Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία και στα νησιά του Ειρηνικού έχει επηρεαστεί από την ταχέως αυξανόμενη ζήτηση για αντίστοιχα βιολογικά προϊόντα στο εξωτερικό. Η εγχώρια αγορά αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Αυστραλία, της οποίας η εγχώρια αγορά αντιστοιχεί σε 947 εκατ. δολάρια. Για αυτή την άνοδο ευθύνεται η ανάπτυξη προτύπου για τα βιολογικά και βιοδυναμικά προϊόντα που εκδόθηκε και δημοσιεύθηκε από τους αντίστοιχους υπεύθυνους φορείς. Σήμερα η βιομηχανία και η AQIS (Australian Quarantine and Inspection Service) εργάζονται προς μια κατάσταση όπου ένα πρότυπο θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την εγχώρια αλλά και για την εξαγωγική αγορά.
- Στη Βόρεια Αμερική καλλιεργούνται περίπου 2,7 εκατ. εκτάρια πιστοποιημένης βιολογικής γης, από τα οποία σχεδόν τα 2 εκατ. εκτάρια ανήκουν στις ΗΠΑ, ενώ τα 0,7 εκατ. εκτάρια στον Καναδά, καταλαμβάνοντας έτσι το 0,7% της συνολικής γεωργικής γης στην περιοχή και το 7% των γεωργικών βιολογικών εκτάσεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Η αμερικάνικη βιολογική αγορά αυξήθηκε με ρυθμό 8% περίπου το 2010, για να φτάσει σχεδόν τα 29 δις δολάρια (τρόφιμα και μη-τρόφιμα). Ενώ οι συνολικές πωλήσεις τροφίμων της Αμερικής αυξήθηκαν κατά λιγότερο από το 1% το 2010, οι πωλήσεις βιολογικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά 7,7%. κατά την διάρκεια του έτους 2010 και του 2011, η βιολογική αγορά στον Καναδά συνέχισε να δείχνει σημάδια σταθερής ανάπτυξης και αυξημένης καταναλωτικής εμπιστοσύνης, μετά την εισαγωγή των υποχρεωτικών ομοσπονδιακών κανονισμών για τη βιολογική παραγωγή το 2009. Πιο συγκεκριμένα, υπολογίστηκε ότι η καναδική καταναλωτική αγορά εκτιμήθηκε σε 2,6 δις καναδικά δολάρια μέχρι το τέλος του 2010. Στο τέλος του Ιουνίου

του 2011, η Κυβέρνηση του Καναδά σύναψε ρύθμιση ισοδυναμίας σχετικά με το εμπόριο των βιολογικών προϊόντων με την ΕΕ. Είναι η δεύτερη τέτοια συμφωνία στο κόσμο. Η πρώτη οργανική διάταξη ισοδυναμίας υπεγράφη από την Καναδική Υπηρεσία Επιθεώρησης Τροφίμων και το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ τον Ιούνιο του 2009. Τον Δεκέμβρη του 2011, ένα πλαίσιο για την οργανική διάταξη ισοδυναμίας μεταξύ τω Ηνωμένων Πολιτειών και της Ευρωπαϊκής Ένωσης εγκρίθηκε.

- Στη Λατινική Αμερική, την περιοχή με τη μεγαλύτερη βιοποικιλότητα στον κόσμο, οι παραγωγοί αξιοποιώντας γνώσεις οι οποίες τους κληροδοτήθηκαν από πολύ παλιά, ακόμα και από την εποχή των Ίνκας, προχωρούν με ταχύτατους ρυθμούς στην ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας. Πιο αναλυτικά, το 2010, περισσότεροι από 270.000 παραγωγοί διαχειρίζονται 8,4 εκατ. εκτάρια γεωργικών βιολογικά εκτάσεων. Αυτό αποτελεί το 23% της βιολογικής καλλιέργειας σε παγκόσμιο επίπεδο και το 1,4% των γεωργικών εκτάσεων της Λατινικής Αμερικής. Οι κορυφαίες χώρες είναι η Αργεντινή με 4,2 εκατ. εκτάρια, η Βραζιλία με 1,8 εκατ. εκτάρια και η Ουρουγουάη με 0,9 εκατ. εκτάρια. Τα υψηλότερα μερίδια των βιολογικών γεωργικών εκτάσεων ανήκουν στα νησιά Φώκλαντ/ Μαλβίνες (35,9%), στην Δομινικανή Δημοκρατία (8,5%) και στη Γαλλική Γουιάνα (7,8%). Στη περιοχή της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής, η βιολογική παραγωγή είναι κυρίως προσανατολισμένη στις εξαγωγές. Κατά μέσο όρο, το 85% των προϊόντων που παράγονται βιολογικά εξάγεται στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ιαπωνία. Για τις χώρες με τροπικά και ορεινά οικοσυστήματα, τα κύρια βιολογικά προϊόντα για εξαγωγή είναι ο καφές, το κακάο, η μπανάνα και το κινόα. Κατά την τελευταία δεκαετία, οι πρωτοβουλίες που προέρχονται από την κοινωνία των πολιτών (οργανώσεις παραγωγών και τις ΜΚΟ) και τις τοπικές κυβερνήσεις, συνέλαβαν στην ανάπτυξη των εγχώριων αγορών, οι οποίες αυξάνονται σε μέγεθος. Η συμμετοχή των κυβερνήσεων στον τομέα της βιολογικής γεωργίας έχει επικεντρωθεί στον έλεγχο και σε ρυθμιστικά θέματα.

1.4 Η ΒΙΟΛΟΓΙΚΗ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά βιολογικά καλλιεργούμενης έκτασης (ICAP, 2003). Παρόλα αυτά, παρατηρείται αυξητική πορεία της βιολογικής γεωργίας και της κατανάλωσης βιολογικών προϊόντων τα τελευταία χρόνια, η οποία φαίνεται να ανακόπτεται το 2010, συνάρτηση της οικονομικής κρίσης, αλλά και της ολοκλήρωσης της πενταετούς επιδότησης, κατά την οποία μέρος των παραγωγών εγκαταλείπει την παραγωγική διαδικασία. Για αυτό τα στοιχεία που θα παρουσιασθούν παρακάτω αναφέρονται στην εξέλιξη της βιολογικής γεωργίας έως την 31^η Δεκεμβρίου 2010 (<http://www.agronews.gr>).

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, τα οποία προέκυψαν αθροιστικά από τα στοιχεία που ετησίως υποχρεούνται να προσκομίζουν οι Φορείς Ελέγχου και Πιστοποίησης Βιολογικών Προϊόντων, την 31^η Δεκεμβρίου 2010, η έκταση της βιολογικής γεωργίας ανερχόταν σε ποσοστό 3,7% (συμπεριλαμβανομένων των βοσκοτόπων), σε σύγκριση με την αντίστοιχη έκταση του συνόλου της χώρας (καλλιεργήσιμη 32.474.000 στρ. + 51.378.000 στρ. βοσκότοποι, στοιχεία 2008). Παράλληλα, τη βιολογική γεωργία δραστηριοποιούνταν 22.860 παραγωγικές και εμπορικές επιχειρήσεις, ενώ σε 3.098.215 στρέμματα ανέρχονταν οι βιολογικές επιφάνειες (καλλιεργήσιμες εκτάσεις, βοσκοτόπια, αγροαναπαύσεις), σε μεταβατικό και πλήρες βιολογικό στάδιο. Σε σύγκριση με το 2009, 'λείπουν' από τον κλάδο των βιολογικών, 2.424 επιχειρηματίες (-9,6%), ενώ στις βιολογικές εκτάσεις παρατηρείται μικρότερη ποσοστιαία μείωση (-5%) ή 164.307 στρέμματα (<http://www.minagric.gr>).

Αναλυτικότερα, αναφορικά με τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνταν στη βιολογική γεωργία, το 2010 οι εγγεγραμμένοι επιχειρηματίες του κλάδου ήταν 22.860, κατανομημένοι ως εξής: 21.270 παραγωγοί, 1.557 μεταποιητές, 5 εισαγωγείς, 28 άλλοι επιχειρηματίες, χονδρέμποροι, διακινητές κ.α.. Επίσης, στο 93% ανέρχονταν οι παραγωγοί, στο σύνολο των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνταν στη βιολογική γεωργία. Τέλος, το 2010, σε σύγκριση με το 2009, προκύπτει συνολικά μείωση των επιχειρηματιών κατά 9,6%:

- ❖ οι παραγωγικές επιχειρήσεις μειώνονταν κατά 10,1%,
- ❖ μικρή αύξηση παρουσίαζε ο αριθμός των μεταποιητικών επιχειρήσεων,
- ❖ οι εισαγωγικές μειώνονταν από τις 11 στις 5 ενώ,
- ❖ μεγάλη ήταν η μείωση των μεικτών επιχειρήσεων, σε ποσοστό που ξεπερνούσε το 58%.
- ❖ στις εγγεγραμμένες επιχειρήσεις δεν υπολογίστηκε το σύνολο των σημείων λιανικής πώλησης (όπως καταστήματα βιολογικών προϊόντων, σουπερμάρκετ, βιολογικές λαϊκές αγορές, μανάβικα)

Οι περιφέρειες και οι νομοί με τις περισσότερες επιχειρηματικές μονάδες (παραγωγούς, μεταποιητές, εισαγωγείς, μεικτές), σε σχέση με το σύνολο της «βιολογικής» Ελλάδας (στοιχεία έτους 2007), ήταν κατά σειρά:

- Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας με 4.464 μονάδες -4.363 παραγωγούς και 101 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 18,7%
- Περιφέρεια Πελοποννήσου με 3.834 μονάδες (3.520 παραγωγούς και 314 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 16,1%
- Περιφέρεια Θεσσαλίας με 3.365 μονάδες (3.273 παραγωγούς και 92 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 14,1%
- Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με 2.754 μονάδες (2.629 παραγωγούς και 125 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 11,6%
- Περιφέρεια Β. Αιγαίου με 2.514 μονάδες (2.429 παραγωγούς και 85 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 10,6%

- Περιφέρεια Κρήτης με 2.071 μονάδες (1.858 παραγωγούς και 213 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 8,7%
- Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας με 1.456 μονάδες (1.399 παραγωγούς και 57 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 6,1%
- Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας, Θράκης με 1.438 μονάδες (1.383 παραγωγούς και 55 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 6%
- Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με 720 μονάδες (695 παραγωγούς και 25 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 3%
- Περιφέρεια Ηπείρου με 503 μονάδες (480 παραγωγούς και 23 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 2,1%
- Περιφέρεια Αττικής με 335 μονάδες (187 παραγωγούς και 148 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 1,4%
- Περιφέρεια Ιονίων Νήσων με 291 μονάδες (271 παραγωγούς και 20 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 1,2%
- Περιφέρεια Ν. Αιγαίου με 81 μονάδες (70 παραγωγούς και 11 μεταποιητές/μεικτές) και ποσοστό 0,3%

Οι αντίστοιχοι νομοί ήταν:

- Ν. Αιτωλοακαρνανίας με 3.659 μονάδες και ποσοστό 14,8%
- Ν. Λέσβου με 2.168 μονάδες και ποσοστό 8,8%
- Ν. Λάρισας με 1512 μονάδες και ποσοστό 6,1%
- Ν. Μαγνησίας με 1315 μονάδες και ποσοστό 5,3%
- Ν. Λακωνίας με 1309 μονάδες και ποσοστό 5,3%
- Ν. Μεσσηνίας με 1104 μονάδες και ποσοστό 4,7%
- Ν. Ηρακλείου με 953 μονάδες και ποσοστό 3,9%
- Ν. Φθιώτιδας με 939 μονάδες
- Ν. Έβρου με 773 μονάδες
- Ν. Κορινθίας με 680 μονάδες
- Ν. Κιλκίς με 596 μονάδες
- Ν. Χαλκιδικής με 588 μονάδες
- Ν. Θεσσαλονίκης με 563 μονάδες

Με τις λιγότερες μονάδες, σε σχέση με το σύνολο της χώρας, ήταν κατά σειρά:

- Ν. Ευρυτανίας με 11 μονάδες
- Ν. Δωδεκανήσου με 22 μονάδες
- Ν. Κερκύρας με 34 μονάδες
- Ν. Καστοριάς με 49 μονάδες

1.5 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται οι κανονισμοί που ισχύουν στην Ελλάδα για τη βιολογική γεωργία σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο.

1.5.1 Κοινοτική Νομοθεσία

- Κανονισμός (ΕΟΚ) 2092/91 (24/06/1991) «περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής»
- Κανονισμός (ΕΟΚ) 94/1992 (14/01/1992) «περί του καθεστώτος εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»
- Κανονισμός (ΕΟΚ) 2078/1992 «περί της δημιουργίας καθεστώτος οικονομικής ενίσχυσης των βιοκαλλιεργητών μέσω στερματικών επιδοτήσεων»
- Κανονισμός (ΕΟΚ) 1257/1999 «για τη στήριξη των μεθόδων γεωργικής παραγωγής που αποσκοπούν στην προστασία του περιβάλλοντος και στη διατήρηση του αγροτικού χώρου»
- Κανονισμός (ΕΟΚ) 1804/1999 «για συμπλήρωση, για τα κτηνοτροφικά προϊόντα, του κανονισμού 2092/91 περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής»
- Κανονισμός (ΕΟΚ) 2491/2001 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΟΚ) 2092/91 του συμβουλίου για το βιολογικό τρόπο παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής»
- Κανονισμός (ΕΟΚ) 473/2002 «για την τροποποίηση των παραρτημάτων I, II και VI του κανονισμού ΕΟΚ 2092/91 του Συμβουλίου περί του βιολογικού τρόπου παραγωγής γεωργικών προϊόντων και των σχετικών ενδείξεων στα γεωργικά προϊόντα και στα είδη διατροφής, καθώς και για την θέσπιση λεπτομερών κανόνων όσον αφορά τη διαβίβαση πληροφοριών σχετικά με τη χρήση ενώσεων χαλκού»
- Κανονισμός (ΕΚ) 834/2007 «για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων και την κατάργηση του Κανονισμού (ΕΟΚ) αριθ. 2092/91»
- Κανονισμός (ΕΚ) 889/2008 «για τον καθορισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του Καν.834/2007 του Συμβουλίου για την βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων όσον αφορά το βιολογικό τρόπο παραγωγής, την επισήμανση και τον έλεγχο των προϊόντων»
- Κανονισμός (ΕΚ) 967/2008 «για τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ.834/2007 για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων»

- Κανονισμός (ΕΚ) 1235/2008 «για τον καθορισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»
- Κανονισμός (ΕΚ) 1254/2008 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 889/2008 σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων όσον αφορά τον βιολογικό τρόπο παραγωγής, την επισήμανση και τον έλεγχο των προϊόντων»
- Κανονισμός (ΕΚ) 537/2009 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ.1235/2008, όσον αφορά τον κατάλογο των τρίτων χωρών από τις οποίες πρέπει να κατάγονται ορισμένα βιολογικά παραγόμενα γεωργικά προϊόντα προκειμένου να κυκλοφορούν στο εμπόριο εντός της Κοινότητας»
- Κανονισμός (ΕΚ) 710/2009 «για την τροποποίηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 889/2008 σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων για τη βιολογική παραγωγή ζώων υδατοκαλλιέργειας και φυκιών»
- Κανονισμός (ΕΕ) 271/2010 «σχετικά με την τροποποίηση του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 889/2008 για τον καθορισμό λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τον λογότυπο βιολογικής παραγωγής της Ευρωπαϊκής Ένωσης»
- Κανονισμός (ΕΕ) 471/2010 της Επιτροπής «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1235/2008, όσο αφορά τον κατάλογο των τρίτων χωρών από τις οποίες πρέπει να προέρχονται ορισμένα γεωργικά προϊόντα βιολογικής παραγωγής προκειμένου να διατεθούν στο εμπόριο στην Κοινότητα» (31.08.2011)
- Κανονισμός (ΕΚ) 271/2010 - διορθωτικό «διορθωτικό στον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 271/2010 της Επιτροπής, της 24ης Μαρτίου 2010, σχετικά με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 889/2008 για τον καθορισμό λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τον λογότυπο βιολογικής παραγωγής της Ευρωπαϊκής Ένωσης»
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 344/2011 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 889/2008 σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων όσον αφορά τον βιολογικό τρόπο παραγωγής, την επισήμανση και τον έλεγχο των προϊόντων» (04.05.2011)
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 426/2011 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) 889/2008 σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων όσον αφορά τον βιολογικό τρόπο παραγωγής, την επισήμανση και τον έλεγχο των προϊόντων» (02.12.2011)
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 590/2011 «σχετικά με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1235/2008 για τον καθορισμό των λεπτομερών

- κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»
- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 1084/2011 «σχετικά με την τροποποίηση και τη διόρθωση του Καν (ΕΚ) αριθ.1235/2008 για τον καθορισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του καν.(ΕΚ) αριθ.834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες» (04.07.12)
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 1267/2011 «σχετικά με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1235/2008 για τον καθορισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 126/2012 «σχετικά με την τροποποίηση του καν.(ΕΚ) αριθ. 889/2008 όσον αφορά τα αποδεικτικά έγγραφα και την τροποποίηση του καν.(ΕΚ) αριθ.1235/2008 όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής» (14.02.12)
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 203/2012 της επιτροπής της 8ης Μαρτίου 2012 «για την τροποποίηση του καν. (ΕΚ) αριθ 889/2008 σχετικά με την θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ.834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά λεπτομερείς κανόνες για τους βιολογικούς οίνους» (09.07.13)
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 505/2012 «σχετικά με την τροποποίηση και τη διόρθωση του καν. (ΕΚ) αριθ.889/2008 σχετικά με τη θέσπιση των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του καν.(ΕΚ) αριθ.834/2007 του Συμβουλίου για τη βιολογική παραγωγή προϊόντων όσον αφορά τον βιολογικό τρόπο παραγωγής, την επισήμανση και τον έλεγχο των προϊόντων» (14.06.12)
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθμ. 508/2012 της Επιτροπής της 20ης Ιουνίου 2012 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 1235/2008 για τον κανονισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθμ. 751/2012 της Επιτροπής της 16ης Αυγούστου 2012 «για την διόρθωση του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 1235/2008 για τον καθορισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»
 - Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 125/2013 της Επιτροπής της 13ης Φεβρουαρίου 2013 «σχετικά με την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1235/2008 για τον καθορισμό των λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 του Συμβουλίου όσον αφορά τους όρους εισαγωγής βιολογικών προϊόντων από τρίτες χώρες»

- Εκτελεστικός Κανονισμός (ΕΕ) 392/2013/29-04-13 «σχετικά με την τροποποίηση του καν.(ΕΚ) αριθ.889/2008 όσον αφορά το σύστημα ελέγχου της βιολογικής παραγωγής» (29.05.13)
- Κανονισμός (ΕΕ) 519/2013/21-02-13 «για την τροποποίηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 889/2008 σχετικά με τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 834/2007 του Συμβουλίου για τη βιολογική παραγωγή και την επισήμανση των βιολογικών προϊόντων όσον αφορά τον βιολογικό τρόπο παραγωγής, την επισήμανση και τον έλεγχο των προϊόντων» (<http://www.minagric.gr>)

1.5.2 Εθνική Νομοθεσία

Η Ευρωπαϊκή νομοθεσία για τη βιολογική γεωργία εναρμονίζεται στην εθνική μας νομοθεσία με τις παρακάτω Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις (<http://www.minagric.gr>):

- ❖ ΚΥΑ αριθμ.245090/11-01-2006 (ΦΕΚ 157 Β). Καθορισμός συμπληρωματικών μέτρων για την εφαρμογή του Καν. 2092/91
- ❖ ΥΑ αριθμ.336650/22-12-06 (ΦΕΚ 1927 Β). Λεπτομέρειες εφαρμογής της Κοινής Υπουργικής Απόφασης (ΚΥΑ) υπ. αριθ. 245090/11-01-2006 (ΦΕΚ 157 Β)
- ❖ ΥΑ αριθμ.296851/21-06-07 (ΦΕΚ 1114 Β). Λεπτομέρειες εφαρμογής της Κοινής Υπουργικής Απόφασης (ΚΥΑ) υπ. αριθ. 245090/11-01-2006 (ΦΕΚ 157 Β)
- ❖ ΚΥΑ 295191/22-4-2009 (ΦΕΚ 756Β/24-4-2009). Καθορισμός συμπληρωματικών μέτρων για τη χρήση πολλαπλασιαστικού υλικού στη βιολογική γεωργία σε εφαρμογή των Κανονισμών (ΕΚ) 834/07 και (ΕΚ) 889/08, όπως αυτοί κάθε φορά ισχύουν
- ❖ ΥΑ αριθμ. 563/34310/22-03-2012. Τροποποίηση της Υπουργικής Απόφασης αριθμ.350888/01-12-2008 (ΦΕΚ 2520 Β) Έγκριση του φορέα με την επωνυμία <<ΝΑΟΥΜ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ-ΚΟΥΝΤΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ Ο.Ε.>>, με δ.τ. <<GMCERT>>, ως Οργανισμού Ελέγχου και Πιστοποίησης προϊόντων βιολογικής γεωργίας όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει, για επέκταση του πεδίου δραστηριότητας του Φορέα στα ζώα υδατοκαλλιέργειας και φύκια" (Β' 1129)(26.04.12)
- ❖ Εγκύκλιος αριθμ. 1973/138399/12-11-13. Εισαγωγή προϊόντων βιολογικής προέλευσης από Τρίτες Χώρες)

1.6 ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Οι παρακάτω αποτελούν τους εγκεκριμένους φορείς ελέγχου και πιστοποίησης προϊόντων βιολογικής γεωργίας που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, έτσι όπως παρουσιάζονται στην ιστοσελίδα του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (<http://www.minagric.gr>):

- 1) GR-BIO-01
ΔΗΩ : ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ & ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ, ΑΣΤΙΚΗ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ
Αριστοτέλους 38, Αθήνα
- 2) GR-BIO-02
ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΚΗ ΕΠΕ : ΕΛΕΓΧΟΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ – ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
Εθν. Αντιστάσεως 66, Αλεξάνδρεια Ημαθίας
- 3) GR-BIO-03
ΒΙΟΕΛΛΑΣ : ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΕ
Ομορφοκκλησιάς 27, Μαρούσι
- 4) GR-BIO-04
ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ Α.Ε. – Q WAYS : ΦΟΡΕΑΣ ΕΛΕΓΧΟΥ & ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ & ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΓΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ
Δημοκρατίας 8, Μελίσσια
- 5) GR-BIO-05
Α CERT Α.Ε. : ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ
Τήλου 2, Θεσσαλονίκη
- 6) GR-BIO-06
IRIS : ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ & ΣΙΑ Ε.Ε
Αιγαίου 1, Ηράκλειο Κρήτης
- 7) GR-BIO-07
ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ – GREEN CONTROL : ΕΛΕΓΧΟΣ – ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ – ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ – ΘΩΜΑΣ ΜΙΣΑΗΛΙΔΗΣ ΟΕ
10^ο χλμ. Βέροιας-Σκύδρας, Ν. Ημαθίας
- 8) GR-BIO-08
ΓΕΩΤΕΧΝΙΚΟ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ Α.Ε. : ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ
Δ.Δ. Παλαιοχωρίου, Δήμου Αλεξάνδρειας, Ημαθία
- 9) GR-BIO-10
GMCERT : ΠΑΡΙΑΝΟΣ ΠΟΛΥΔΩΡΟΣ – ΣΟΥΓΙΟΥΛΤΖΗΣ ΧΑΡΙΛΑΟΣ Ο.Ε.
25^{ης} Μαρτίου 105, Θεσσαλονίκη

10) GR-BIO-12

Q-CERT ΕΠΕ : QMSCERT ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΕΙΣ ΕΛΕΓΧΟΙ –
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣΕΙΣ ΕΠΕ

Καραμαούνα 23, Καλαμαριά Θεσσαλονίκης

11) GR-BIO-13

TUV ΕΛΛΑΣ (TUV NORD) : ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΕΩΝ
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΩΝ & ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Μεσωγείων 282, Χολαργός

12) GR-BIO-14

ΟΞΥΓΟΝΟ – ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΦΟΡΕΑΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ : ΤΣΙΑΣΙΩΤΗ
ΣΤΕΦΑΝΙΑ ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε.

Κανουτά 1, Τρίκαλα

(<http://www.minagric.gr>)

1.7 ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Με βάση τα όσα έχουν αναφερθεί, ο όρος «βιολογικά προϊόντα» αναφέρεται στα προϊόντα που έχουν παραχθεί χωρίς τη χρήση λιπασμάτων, σε έδαφος που το χώμα καλλιεργείται με προσθήκη βιολογικών υλών, που το περιεχόμενό του σε μεταλλικά στοιχεία καλλιεργείται με προσθήκη φυτικών μεταλλικών λιπασμάτων, το οποίο δεν έχει κατεργαστεί με συντηρητικά, ορμόνες, αντιβιοτικά, κλπ. Ο όρος «κλπ» δεν έχει διευκρινιστεί, αλλά προφανώς αντιπροσωπεύει το ότι το έδαφος έχει αναπτυχθεί χωρίς τη χρήση χημικών πρόσθετων (Rodale,1971, Crosby ,1974).

Κατά μέσο όρο, τα οργανικά προϊόντα είναι 25% πιο θρεπτικά σε βιταμίνες και ανόργανα συστατικά από τα προϊόντα που προέρχονται από τη βιομηχανική γεωργία. Τα βιολογικά τρόφιμα περιέχουν υψηλότερα επίπεδα των βασικών μετάλλων (όπως το ασβέστιο, το μαγνήσιο, το σίδηρο και το χρώμιο), που έχουν σοβαρή έλλειψη σε χημικά προϊόντα που καλλιεργούνται με φυτοφάρμακα και νιτρικά λιπάσματα (<http://organicconsumers.org>).

Πιο αναλυτικά, για το χαρακτηρισμό κάποιων τροφίμων ως βιολογικών, θα πρέπει να πληρούνται κάποιες προϋποθέσεις. Αρχικά, τουλάχιστον το 95% της γεωργικής προέλευσης συστατικών του προϊόντος να είναι προϊόντα ή να προέρχονται από προϊόντα βιολογικής παραγωγής. Οι σπόροι και το αγενές πολλαπλασιαστικό υλικό να προέρχονται από προηγούμενη βιολογική παραγωγή (Καν. ΕΟΚ 2092/91). Ακόμα, σύμφωνα με τον ίδιο κανονισμό, ένα προϊόν θεωρείται ότι φέρει ενδείξεις που αναφέρονται στον βιολογικό τρόπο παραγωγής όταν στη σήμανση, τη διαφήμιση ή τα εμπορικά έγγραφα, το προϊόν, τα συστατικά του ή οι πρώτες ύλες ζωοτροφών χαρακτηρίζονται από τις ενδείξεις που χρησιμοποιούνται σε κάθε κράτος μέλος και επιτρέπουν στον αγοραστή να συμπεραίνει ότι το προϊόν, τα συστατικά του ή οι πρώτες ύλες παρήχθησαν σύμφωνα με τους κανόνες παραγωγής που αναφέρονται στο

άρθρο 6. Επιπρόσθετα, το προϊόν να έχει παραχθεί χωρίς τη χρήση γενετικά τροποποιημένων οργανισμών ή/και προϊόντων που παράγονται βάση αυτών (Καν. ΕΟΚ 2092/91). Τέλος, να είναι πιστοποιημένο ως «βιολογικό» από τους αρμόδιους οργανισμούς πιστοποίησης (ICAP, 2001).

1.7.1 Οφέλη από την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων

Με την πάροδο του χρόνου, όλο και περισσότεροι καταναλωτές στρέφονται προς τα βιολογικά προϊόντα. Η τάση αυτή, που αποτελεί πλέον μόδα, ξεκίνησε λόγω των πολυάριθμων για τον οργανισμό του ανθρώπου οφελών. Ένα από αυτά, και ίσως το πιο σημαντικό, είναι ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο θρεπτικά και αποτελούν ασπίδα για την υγεία μας απέναντι σε ασθένειες όπως ο καρκίνος και οι καρδιοπάθειες. Το παραπάνω αποτελεί συμπέρασμα των πρώτων αποτελεσμάτων σχετικής ευρωπαϊκής έρευνας που έγινε στο πλαίσιο του έργου Quality Low Input Food (QLIF), του μεγαλύτερου μέχρι σήμερα ερευνητικού έργου σχετικά με τα οφέλη των βιολογικών καλλιεργειών και τροφίμων της, στην οποία συμμετείχαν 33 πανεπιστημιακά ιδρύματα απ' όλη την Ευρώπη. Όπως σημείωσε ο Κάρλο Λειφέρτ, ένας από τους επικεφαλής της μελέτης, τα βιολογικά προϊόντα περιέχουν μεγαλύτερες ποσότητες σε βιταμίνη C και σε ιχνοστοιχεία σιδήρου, χαλκού και ψευδάργυρου, καθώς και μεταβολίτες, οι οποίοι θεωρείται ότι προστατεύουν από τον καρκίνο και τις καρδιοπάθειες. Η ίδια έρευνα έδειξε επίσης ότι στα βιολογικά δημητριακά μπορεί να παρατηρηθούν μεγαλύτερες ποσότητες βιταμινών, σε σχέση με τα συμβατικά αντίστοιχα προϊόντα, καθώς και ότι τα βιολογικά φρούτα και λαχανικά περιέχουν 40% περισσότερα αντιοξειδωτικά από τα συμβατικά προϊόντα, με αποτέλεσμα να προστατεύουν τον οργανισμό από την εκδήλωση σοβαρών παθήσεων (<http://www.blue-planet.gr>, <http://www.ornis-poion.gr>).

Επιπρόσθετα, τα βιολογικά τρόφιμα περιέχουν μεγάλες συγκεντρώσεις βιταμινών, ιχνοστοιχείων, αλάτων, αιθέριων ελαίων και σακχάρων, χωρίς όμως την προσθήκη χημικών ουσιών και καταλοίπων, μιας και έχουν χαμηλότερη περιεκτικότητα σε νερό, με αποτέλεσμα τα θρεπτικά στοιχεία να βρίσκονται σε μεγαλύτερη συγκέντρωση στα εδάφιμα μέρη των φυτών. Πιο συγκεκριμένα, τα βιολογικά τρόφιμα έχουν συχνά μεγαλύτερη περιεκτικότητα από τα συμβατικά σε συγκεκριμένες βιταμίνες, όπως είναι η βιταμίνη C, αλλά και σε κάποια από τα απαραίτητα ανόργανα στοιχεία, όπως είναι το ασβέστιο, το μαγνήσιο, ο σίδηρος και το χρώμιο. Παράλληλα, τα βιολογικά γεωργικά προϊόντα είναι πλούσια σε πολύτιμες ουσίες όπως αντιοξειδωτικές ουσίες (λυκοπένιο, πολυφαινόλες, φλαβονοειδή) και προσφέρουν πρωτεΐνη υψηλότερης βιολογικής αξίας. Κατά συνέπεια, τα βιολογικά προϊόντα μπορούν να βοηθήσουν στην αύξηση των θρεπτικών συστατικών ακόμη και σε ανθρώπους που δεν καταναλώνουν πέντε μερίδες φρούτων και λαχανικών ημερησίως, όπως συνιστάται (<http://www.blue-planet.gr>, <http://www.ornis-poion.gr>).

Ακόμη, έχουν λιγότερα αντιβιοτικά (τρόφιμα ζωικής προέλευσης). Τα ζώα βιολογικής εκτροφής αναπτύσσονται σε συνθήκες που έχουν στόχο να μεγιστοποιήσουν την υγεία και την ευημερία των ζώων μέσω της διατήρησης υψηλής ποιότητας και ισορροπημένης διατροφής, καθώς και ένα περιβάλλον που ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους (<http://www.mpbalatsinos.gr>, <http://www.iatronet.gr>).

Παράλληλα, έχουν λιγότερα πρόσθετα, καθώς πολλά πρόσθετα που είναι επικίνδυνα για την υγεία δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιούνται στα βιολογικά προϊόντα, ενώ δεν περιέχουν επιβλαβείς για την υγεία και το περιβάλλον χημικές ουσίες, όπως ζιζανιοκτόνα, εντομοκτόνα, μυκητοκτόνα ή χημικά λιπάσματα. Επίσης, είναι λιγότερο επεξεργασμένα και δεν περιέχουν γενετικά τροποποιημένα συστατικά, αφού η ακτινοβόληση καθώς και άλλες διεργασίες, δεν επιτρέπονται. Παράλληλα, είναι εξαιρετικά ασφαλή, καθώς ελέγχονται στο σύνολό τους πριν φτάσουν στον καταναλωτή (<http://www.iatronet.gr>, <http://www.ornis-poion.gr>). Τέλος, τα βιολογικά προϊόντα είναι ιδιαίτερα σημαντικά για ευπαθείς πληθυσμιακές ομάδες, τόσο για τα παιδιά και τους ηλικιωμένους, αφού τους παρέχουν τα απαραίτητα στοιχεία για διαβίωση και ανάπτυξη, χωρίς να περιέχουν τοξικούς και μεταλλαξιογόνους παράγοντες, όσο και για τις γυναίκες σε εγκυμοσύνη, μιας το βρέφος και η γυναίκα βρίσκονται σε ένα κλειστό σύστημα και μέσω του πλακούντα ανταλλάσσουν όλα τα απαραίτητα για τη ζωή του εμβρύου (<http://www.mpbalatsinos.gr>).

Αξίζει να σημειωθεί πως η θρεπτική αξία των βιολογικών και συμβατικών προϊόντων σε γενικές γραμμές δεν παρουσιάζει σημαντικές διαφορές. Ο καταναλωτής μπορεί δηλαδή να καλύψει ικανοποιητικά τις ανάγκες του σε θρεπτικά συστατικά καταναλώνοντας τόσο τα προϊόντα βιολογικής γεωργίας, όσο και τα προϊόντα συμβατικής γεωργίας. Απλώς τα θρεπτικά συστατικά που παρέχει ένα προϊόν βιολογικής γεωργίας μπορεί να προσληφθούν στο ακέραιο, χωρίς την αντίστοιχη πρόσληψη χημικών καταλοίπων και ταυτόχρονα παρουσιάζουν μειωμένη συγκέντρωση νιτρικών αλάτων, συστατικά των οποίων η αυξημένη πρόσληψη έχει συσχετιστεί με την εμφάνιση καρκίνου του στομάχου. Ένα μεγάλο ποσοστό (περίπου 70%) των νιτρικών ιόντων που προσλαμβάνει ο μέσος καταναλωτής, προέρχεται από τρόφιμα όπως τα λαχανικά, ενώ σημαντική ποσότητα προέρχεται και από το νερό (<http://www.ornis-poion.gr>, <http://www.iatronet.gr>).

1.7.2 Οφέλη της βιολογικής γεωργίας

Η προτίμηση των βιολογικών προϊόντων δεν αποτελεί μόνο μια συνειδητοποιημένη καταναλωτική επιλογή, αλλά συνιστά και μια διαφορετική αντίληψη με επίκεντρο το σεβασμό προς τη φύση και την ποιότητα ζωής. Παράλληλα, μπορεί να συντελέσει στην επίλυση των προβλημάτων του αγροτικού τομέα αλλά και ολόκληρης της κοινωνίας (<http://www.fao.org>). Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα σημαντικότερα οφέλη της βιολογικής καλλιέργειας σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση της IFOAM. Πιο αναλυτικά, τα οφέλη της βιολογικής γεωργίας αφορούν στη διατήρηση του περιβάλλοντος, στην ποιότητα και ασφάλεια των τροφίμων και στην κοινωνική δικαιοσύνη.

1.7.2.1 Διατήρηση του περιβάλλοντος

Σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών-FAO, τα οφέλη της βιολογικής γεωργίας για το περιβάλλον συνοψίζονται στα παρακάτω (FAO, 2008):

1 Έδαφος

Οι πρακτικές της βιολογικής γεωργίας, όπως η αμειψισπορά και η χρήση συμβιωτικών οργανισμών, συντελούν στη διατήρηση του εδάφους. Συγκεκριμένα, ευνοούν την εδαφική χλωρίδα και πανίδα, οπότε βελτιώνεται η δομή των εδαφών και δημιουργούνται σταθερότερα συστήματα. Ως συνέπεια, αυξάνεται η ικανότητα του εδάφους να συγκρατεί θρεπτικά στοιχεία και νερό. Επιπλέον, μειώνεται ο χρόνος έκθεσης του εδάφους σε διαβρωτικές δυνάμεις, οπότε αυξάνεται η βιοποικιλότητα, περιορίζεται η απώλεια θρεπτικών στοιχείων και αυξάνεται η παραγωγικότητα των εδαφών.

2 Βιωσιμότητα

Η βιολογική γεωργία παράγει προϊόντα λαμβάνοντας υπόψη τις μεσοπρόθεσμες και τις μακροπρόθεσμες επεμβάσεις στα αγρο-οικοσυστήματα. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται οικολογική ισορροπία, διατήρηση της γονιμότητας των εδαφών και αποφυγή προβλημάτων με ζιζάνια.

3 Υδάτινοι πόροι

Σε πολλές γεωργικές περιοχές, η ρύπανση των υπόγειων υδάτων με συνθετικά λιπάσματα και φυτοφάρμακα αποτελεί σημαντικό πρόβλημα. Δεδομένου ότι η χρήση αυτών είναι απαγορευμένη στη βιολογική γεωργία, έχουν αντικατασταθεί από οργανικά λιπάσματα (όπως κομπόστ, ζωϊκή κοπριά, χλωρή λίπανση), ενισχύοντας τη δομή του εδάφους και το φιλτράρισμα του νερού. Σε ορισμένες περιοχές όπου η ρύπανση είναι ένα σημαντικό πρόβλημα, η μετατροπή σε βιολογική καλλιέργεια είναι εξαιρετικά ενθαρρυντική ως μέτρο αποκατάστασης (όπως στη Γερμανία και στη Γαλλία).

4 Βιοποικιλότητα

Η βιολογική γεωργία ευνοεί τη βιοποικιλότητα σε τρία επίπεδα :

1. Γονίδια: προτιμώνται σπόροι και ζωικά είδη με μεγαλύτερη αντοχή στις ασθένειες και το κλιματικό στρες
2. Είδη: χρησιμοποιείται ποικιλία διασταυρώσεων φυτών και ζώων για τη μεγιστοποίηση του κύκλου θρέψης και ενέργειας κατά την αγροτική παραγωγή
3. Οικοσύστημα: η διατήρηση των φυσικών περιοχών πέριξ των βιολογικών αγροκτημάτων, καθώς η απουσία αγροχημικών ευνοεί τη διαβίωση των άγριων ειδών και την αποίκηση νέων ειδών

5 Γενετικά τροποποιημένοι οργανισμοί

Η βιολογική γεωργία ενισχύει τη φυσική βιοποικιλότητα και απαγορεύει τη χρήση ΓΤΟ (Γενετικά Τροποποιημένοι Οργανισμοί), για τους οποίους γνωρίζονται τα αποτελέσματα στην υγεία και το περιβάλλον. Κατά συνέπεια, τα βιολογικά προϊόντα παρέχουν εγγυήσεις ασφαλείας όσον αφορά στους συγκεκριμένους οργανισμούς.

6 Οικολογία

Η βιολογική γεωργία ευνοεί την ανάπτυξη μέσα στα αγρο-οικοσυστήματα δράσεων ωφέλιμων για την αγροτική παραγωγή και τη διατήρηση του περιβάλλοντος, όπως είναι ο σχηματισμός και η βελτίωση των εδαφών, η ανακύκλωση υπολειμμάτων και η ενίσχυση του θρεπτικού κύκλου.

7 Αέρας

Η απαγόρευση της χρήσης αγροχημικών μειώνει τη χρήση μη ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Οι βιολογικές πρακτικές συμβάλλουν στην επιστροφή του άνθρακα στο έδαφος, στην αύξηση της παραγωγικότητας και την αποθήκευση του άνθρακα, οπότε παρατηρείται περιορισμός του φαινομένου του θερμοκηπίου και της υπερθέρμανσης του πλανήτη.

1.7.2.2 Ποιότητα και ασφάλεια τροφίμων

Από την εμφάνιση των βιολογικών προϊόντων έχει αναπτυχθεί έντονος προβληματισμός για το εάν και κατά πόσο πλεονεκτούν σε σύγκριση με τα συμβατικά όσον αφορά στη θρεπτική τους αξία. Επίσης, έχει αποδείχθηκε ότι η βιολογική παραγωγή τροφίμων προστατεύει αρχικά την υγεία των ανθρώπων καθώς δεν εκτίθενται σε χημικές ουσίες λόγω επαγγελματικής χρήσης όπως συμβαίνει με τους παραγωγούς συμβατικών προϊόντων. Επάλληλα, το κέντρο βιολογικής εκπαίδευσης και επιμόρφωσης συμπεραίνει,

ότι η διατροφή με φρέσκα βιολογικά φρούτα και λαχανικά μειώνει σημαντικά την έκθεση των ανθρώπων σε φυτοφάρμακα, μειώνοντας έτσι και την πιθανότητα εμφάνισης προβλημάτων υγείας που οφείλονται σε αυτά. Αυτό είναι σημαντικό για τα βρέφη και τα παιδιά που είναι επιρρεπή στις μολύνσεις (FAO, 2008)

1.7.2.3 Κοινωνική δικαιοσύνη

Η κοινωνική δικαιοσύνη αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι των αρχών της βιολογικής γεωργίας, όπως αυτές καθορίστηκαν από την IFOAM. Οι αρχές αυτές αποκλείουν το χαρακτηρισμό «βιολογικές» σε γεωργικές πρακτικές που παραβιάζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα. Ακόμη, η βιολογική γεωργία μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην εξάλειψη της φτώχειας, καθώς οι αγρότες μπορούν να επωφεληθούν από (FAO, 2008) :

1. Την αποφυγή επιπλέον εξόδων για την αγορά συνθετικών ζιζανιοκτόνων και λιπασμάτων
2. Την αποκόμιση επιπρόσθετου εισοδήματος από την πώληση πλεονασματικού προϊόντος και από κερδοφόρες καλλιέργειες
3. Τις υψηλότερες τιμές πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων

Ειδικά για τις αγροτικές περιοχές, η βιολογική γεωργία μπορεί να προστατέψει τους αγρότες και τα αγροτικά νοικοκυριά μέσω της στήριξης του εισοδήματος τους και της αναζωογόνησης της αγροτικής δραστηριότητας των μικρών παραγωγών. Ακόμη, μπορεί να συντελέσει στη διατήρηση της παραδοσιακής γνώσης, στην αποτροπή της αστυφιλίας, καθώς και στην ενδυνάμωση των κοινωνικών θεσμών για τη συλλογική διαχείριση των φυσικών πόρων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΘΕΣΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Τα εφοδιαστικά κανάλια των βιολογικών προϊόντων είναι οι δυνατές φυσικές διαδρομές και διαδικασίες που μπορεί να ακολουθήσει ένα προϊόν από την «πύλη» του παραγωγού έως το «πιάτο» του καταναλωτή. Από αυτά, η λιανική διανομή βιολογικών προϊόντων κυριαρχείται όλο και περισσότερο από τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων και τα super markets, ενώ ραγδαία ανάπτυξη παρουσιάζει και η αγορά βιολογικών προϊόντων μέσω ίντερνετ. Στην συνέχεια θα παρουσιασθούν αναλυτικά τα σημαντικότερα κανάλια διανομής βιολογικών προϊόντων (Αποστολόπουλος, 2009).

2.1 Χονδρική πώληση βιολογικών προϊόντων σε εταιρείες διανομής

Αποτελεί τον πιο διαδεδομένο τρόπο διακίνησης βιολογικών προϊόντων στη χώρα μας, λόγω των πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει και των εξαγωγικών δυνατοτήτων πολλών προϊόντων που διαθέτει η χώρα μας.

Τα πλεονεκτήματα της πώλησης σε εταιρείες διανομής είναι τα ακόλουθα (Klingbacher, 2009) :

1. παρέχεται η δυνατότητα προγραμματισμού της καλλιέργειας
2. δεν απαιτείται διαλογή, τυποποίηση & συσκευασία
3. γίνεται απορρόφηση όλης της παραγωγής
4. δεν απαιτούνται: αποθηκευτικοί χώροι από τον παραγωγό, μετα-συλλεκτικές διαδικασίες, μέσα και δίκτυο διανομής
5. μικρή διασπορά κινδύνου ως προς τα είδη καλλιέργειας

Ο συγκεκριμένος τρόπος διανομής παρουσιάζει όμως και αρκετά μειονεκτήματα, τα σημαντικότερα εκ των οποίων είναι:

1. η πώληση των προϊόντων γίνεται με σχετικά χαμηλές τιμές
2. μεγάλο σχετικά ποσοστό μη εμπορεύσιμου προϊόντος
3. αδυναμία ελέγχου των τελικών τιμών των προϊόντων προς τους καταναλωτές
4. αδυναμία μεταποίησης των προϊόντων
5. απώλεια ενδεχομένως της αναγνωρισιμότητας των προϊόντων όταν υπάρχει ανάμιξη προϊόντων
6. μεγάλο διάστημα αποπληρωμής

2.2 Χονδρική πώληση βιολογικών προϊόντων απ' ευθείας σε καταστήματα (super markets)

Ο συγκεκριμένος τρόπος διανομής αποτελεί έναν αυξανόμενο τρόπο διακίνησης βιολογικών προϊόντων στη χώρα μας, εξαιτίας κυρίως της καλύτερης οργάνωσης πολλών μικρών μονάδων παραγωγής (π.χ. θερμοκήπια, μικρές οικοτεχνίες μεταποίησης). Όπως προαναφέρθηκε, το μερίδιο συμμετοχής των super market στις πωλήσεις βιολογικών προϊόντων ενισχύεται, καθώς όλο και περισσότερες αλυσίδες επεκτείνονται στην εμπορία βιολογικών προϊόντων. Τα τελευταία χρόνια τα βιολογικά προϊόντα πρώτης ανάγκης δεν πωλούνται σε ξεχωριστές γωνίες μέσα στα super market, αλλά δίπλα στα αντίστοιχα συμβατικά (<http://www.trofino.com.gr>).

Τα πλεονεκτήματα της χονδρικής πώλησης βιολογικών προϊόντων απ' ευθείας σε καταστήματα είναι τα ακόλουθα (Klingbacher,2009):

1. υπάρχει η δυνατότητα διάθεσης των προϊόντων σε έναν σχετικά μεγάλο αριθμό υποψήφιων πελατών
2. ευκολία στη δυνατότητα αναγνώρισης από τον καταναλωτή και δυνατότητα επίτευξης υψηλής προστιθέμενης αξίας
3. υπάρχει η δυνατότητα επέκτασης και σε άλλα προϊόντα
4. υπάρχει δυνατότητα μερικής μεταποίησης προϊόντων
5. μικρό σχετικά «ρίσκο» με τη διασπορά των πελατών

Τα μειονεκτήματα που συνδέονται με αυτό τον τρόπο διανομής είναι:

1. απαιτείται τυποποίηση & συσκευασία
2. απαιτούνται μέσα & δίκτυο διανομής
3. επικρατεί μεγάλος ανταγωνισμός από ομοειδή προϊόντα
4. έχουμε μέσο-μεγάλο διάστημα αποπληρωμής
5. απαιτείται μεγάλη σχετικά γκάμα προϊόντων «για να μπει στην αγορά»
6. αδυναμία περαιτέρω ενημέρωσης των καταναλωτών

2.3 Χονδρική πώληση βιολογικών προϊόντων σε καταστήματα βιολογικών προϊόντων

Η αγορά βιολογικών προϊόντων στην Ελλάδα στηρίχθηκε κυρίως από τα ειδικά καταστήματα. Τα καταστήματα αυτά έχουν συνήθως μικρό μέγεθος και επιτρέπουν την προσωπική σχέση με τον πελάτη-καταναλωτή. Συχνά λειτουργούν, κατά κάποιο τρόπο και ως σημεία ευαισθητοποίησης σε θέματα βιολογικού τρόπου παραγωγής αλλά και διατροφής. Τέτοια καταστήματα υπάρχουν σήμερα αρκετά σε όλες τις περιοχές της χώρας μας και όχι μόνο στα μεγάλα αστικά κέντρα (Hellastat,2009).

Η χονδρική πώληση σε καταστήματα βιολογικών προϊόντων παρουσιάζει τα εξής πλεονεκτήματα (Klingbacher,2009) :

1. οι πωλήσεις είναι προσωπικές και γίνεται ενημέρωση στους καταναλωτές
2. υπάρχει η δυνατότητα πώλησης προϊόντων «χύμα» αν το κατάστημα ελέγχεται και πιστοποιείται
3. υπάρχει δυνατότητα βελτίωσης των προϊόντων μέσα από παρατηρήσεις των καταναλωτών
4. υπάρχει δυνατότητα ανταλλαγής απόψεων μεταξύ πωλητή και καταναλωτών
5. δίνεται η ευκολία σε βελτιώσεις και τροποποιήσεις των προϊόντων (π.χ. της συσκευασίας)

Αντίθετα, τα μειονεκτήματα είναι τα ακόλουθα:

1. απαιτείται δίκτυο διανομής
2. απαιτείται μεγάλη γκάμα προϊόντων
3. υπάρχει μεγάλο σχετικά «ρίσκο» με τη μεγάλη διασπορά πελατών
4. απαιτείται χρόνος για την προώθηση και τη διανομή των προϊόντων
5. επικρατεί μεγάλος ανταγωνισμός από ομοειδή προϊόντα
6. υπάρχει μεγάλο διάστημα αποπληρωμής

Το 2002 τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων κάλυπταν το 50% των εγχώριων λιανικών πωλήσεων σε βιολογικά προϊόντα. Ειδικότερα το 30% καλύφθηκε από τα ανεξάρτητα καταστήματα του κλάδου, το δε 20% κατέλαβαν οι αλυσίδες εξειδικευμένων καταστημάτων βιολογικών προϊόντων. Το ποσοστό που κατέλαβαν τα super market άγγιξε το 40% (ICAP,2003).

2.4 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων σε συμβατικές λαϊκές αγορές

Αποτελεί έναν παραδοσιακό τρόπο διακίνησης βιολογικών προϊόντων από το ξεκίνημα της βιολογικής γεωργίας στη χώρα μας. Τα βασικά πλεονεκτήματα του συγκεκριμένου τρόπου διανομής είναι τα εξής (Klingbacher,2009):

1. υπάρχει δυνατότητα διάθεσης ακόμη και των ποιοτικά κατώτερων προϊόντων
2. δεν απαιτείται τυποποίηση και συσκευασία
3. έχουν πώληση τοις μετρητοίς
4. επιτυγχάνονται υψηλές σχετικά τιμές ακόμα και για τα β' και γ' διαλογής προϊόντα
5. δεν απαιτείται δίκτυο διανομής
6. υπάρχει άμεση και καθημερινή επαφή με τους καταναλωτές

Αντίθετα, τα μειονεκτήματα είναι:

1. χάσιμο πολύτιμου χρόνου από την εργασία στα κτήματα

2. απαιτείται κατάλληλη υποδομή (π.χ. αποθηκευτικοί χώροι, ψυγεία)
3. οι μεγάλες αποστάσεις των περισσότερων αγροκτημάτων από τα μεγάλα αστικά κέντρα
4. ανυπαρξία κατάλληλων δομών στήριξης από τους Δήμους
5. απαιτείται κατάλληλο μεταφορικό μέσο

2.5 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων σε βιολογικές λαϊκές αγορές

Η ιστορία των αγορών βιολογικών προϊόντων ξεκίνησε στα μέσα περίπου της δεκαετίας του 90, όταν στήθηκαν οι πρώτοι υπαίθριοι πάγκοι. Το Χαλάνδρι, το Κολωνάκι, ο Κορυδαλλός και το Περιστέρι ήταν οι περιοχές που φιξιλοξένησαν πρώτες βιολογικές λαϊκές αγορές (Κεράνης και Θεοδοσίου, 2010). Στη χώρα μας, ολοένα και πληθαίνουν οι λαϊκές αγορές βιολογικών προϊόντων, ενώ προστίθενται διαρκώς πάγκοι με βιολογικά προϊόντα στις ήδη υπάρχουσες λαϊκές αγορές προϊόντων συμβατικής καλλιέργειας. Υπάρχει ένα τμήμα αγοραστών, οι οποίοι επισκέπτονται τέτοιο είδος λαϊκών αγορών με στόχο να επωφεληθούν από τις οικονομικές προσφορές (<http://www.viologika.gr>).

Οι λαϊκές αγορές βιολογικών προϊόντων προσφέρουν μεγάλη ποικιλία και επάρκεια αγαθών, ενώ οι αγοραστές στις αγορές των αγροτών τονώνουν την τοπική οικονομία (Schmid et al, 2004).

Οι αγορές αυτές έχουν τα εξής πλεονεκτήματα (<http://www.hellastat.com>):

- Την άμεση επικοινωνία παραγωγού – καταναλωτή, όπου ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τον παραγωγό και να τον πληροφορεί για τις ανάγκες του σε ό,τι αφορά θέματα ποιότητας και ποικιλίας των προϊόντων αλλά και να ενημερωθεί για τον τρόπο παραγωγής, τα προβλήματα που παρουσιάζονται στον αγρό κ.α.
- Την έλλειψη μεσαζόντων που επιτρέπει στον παραγωγό να πετύχει καλύτερες τιμές από αυτές του χονδρεμπορίου αλλά και στον καταναλωτή να προμηθευτεί τα προϊόντα σε τιμές πιο χαμηλές από αυτές των καταστημάτων λιανικής πώλησης

Το μόνο μειονέκτημα είναι ότι απαιτείται από τον παραγωγό να αφιερώσει- συχνά πολύτιμο- χρόνο για τη μεταφορά και την πώληση των προϊόντων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Αττική ιδρύθηκε το 2002 ο Σύλλογος Βιοκαλλιεργητών Αγορών Αττικής, με σκοπό την ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία Αγορών Βιοκαλλιεργητών που επιτρέπουν την απευθείας διάθεση βιολογικών προϊόντων από τους παραγωγούς στους καταναλωτές. Ο Σύλλογος δραστηριοποιείται σε είκοσι Δήμους της Αττικής και αριθμεί περισσότερα από εκατό μέλη από όλη την Ελλάδα, εξυπηρετώντας περισσότερους από δέκα χιλιάδες καταναλωτές (www.bioagores.org). Επίσης, παρατηρείται αύξηση στις αγορές των καταναλωτών από τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Πιο αναλυτικά, το

2002, οι βιολογικές λαϊκές αγορές κάλυπταν συνολικά λιγότερο από 5% των εγχώριων λιανικών πωλήσεων σε βιολογικά προϊόντα. Ειδικότερα, το 50% καλύφθηκε από τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, το δε 40% κατέλαβαν οι αλυσίδες σούπερ μάρκετ (ICAP,2002) (πίνακας 2.5).

Διάγραμμα 2.5: κανάλια διακίνησης βιολογικών προϊόντων (2002)



Πηγή: ICAP, 2002

http://dir.icap.gr/services/consulting/financial_studies/finrep_kladikes_base_gr_2438.asp#

Το 2006 επίσης σε μελέτη της ICAP, οι βιολογικές λαϊκές αγορές κάλυπταν το 5%, ενώ οι αλυσίδες super market το ίδιο έτος, εκτιμάται ότι συγκέντρωσαν συνολικά το 45% των πωλήσεων του κλάδου των βιολογικών προϊόντων και τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων κάλυπταν περίπου το 50 % των λιανικών πωλήσεων (ICAP, 2007).

Το 2011, σε έρευνα του Εργαστηρίου Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ALARM) και του Κέντρου Αειφορίας (CSE), προκύπτει ότι οι βιολογικές λαϊκές αγορές κάλυπταν το 11% των εγχώριων λιανικών πωλήσεων σε βιολογικά προϊόντα. Τα σούπερ μάρκετ εκτιμάται ότι κάλυπταν ποσοστό 45% περίπου, ενώ το ποσοστό που κατέλαβαν τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων εκτιμάται στο 26%. Το υπόλοιπο 18% καλύφθηκε από τις λαϊκές αγορές (<http://www.alarm.aueb.gr/>).

Διάγραμμα 2.6: κανάλια διακίνησης βιολογικών προϊόντων (2011)



Πηγή: ALARM-CSE, Πράσινο Μάρκετινγκ: Στάσεις, Αντιλήψεις & Συμπεριφορά των Ελλήνων Καταναλωτών-Έρευνα 2011

Τέλος, ο αριθμός των βιολογικών λαϊκών αγορών που υπάρχουν σήμερα πανελλαδικά ανέρχεται στις 42, από τις οποίες οι 24 ανήκουν στον νομό Αττικής (Παράρτημα 3) (<http://www.bioagores.org>).

2.5.1 Νομικό πλαίσιο λειτουργίας λαϊκών βιολογικών αγορών

Μέχρι το 2005, ο νόμος έδινε στην τοπική αυτοδιοίκηση την ευχέρεια παραχώρησης χώρου σε παραγωγούς για την άσκηση των υπαίθριων στάσιμων εμπορικών δραστηριοτήτων.

Τον Αύγουστο του 2005 ψηφίστηκε από τη Βουλή ο νόμος 3377/2005 στα πλαίσια του οποίου ρυθμιζόταν, μεταξύ άλλων, η λειτουργία του υπαίθριου εμπορίου και των λαϊκών αγορών. Στο νόμο αυτό γίνεται διάκριση συμβατικών λαϊκών αγορών και αγορών βιολογικών προϊόντων και παράλληλα αφαιρείται το δικαίωμα των δήμων να δημιουργούν υπαίθριες αγορές, το οποίο μεταβιβάζεται στον Οργανισμό Λαϊκών Αγορών σε Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη.

Το 2007 με το νόμο 3557/2007 ΦΕΚ Α'/14-5-2007 προβλέπεται η έκδοση Προεδρικού Διατάγματος για τον καθορισμό των κανόνων λειτουργίας των λαϊκών αγορών βιολογικών προϊόντων, νωπών και μεταποιημένων, και των προϋποθέσεων χορήγησης αδειών πωλητή στους παραγωγούς αυτών των προϊόντων. Στις 20 Αυγούστου του 2008 υπογράφεται το Προεδρικό Διάταγμα 115/ΦΕΚ Α 179-28-8-2008 «Όροι και προϋποθέσεις λειτουργίας Λαϊκών Αγορών Προϊόντων Βιολογικής Γεωργίας».

Δικαιούχοι είναι τόσο φυσικά πρόσωπα, όσο και οι Πρωτοβάθμιες Συνεταιριστικές Οργανώσεις ή οι αναγνωρισμένες ομάδες παραγωγών αυτοτελώς, οι οποίες ελέγχονται και πιστοποιούνται ως ομάδες βιοκαλλιεργητών και πωλούν τα προϊόντα για λογαριασμό τους με την επωνυμία τους, σύμφωνα με τα οριζόμενα στην κοινοτική νομοθεσία για τη βιολογική παραγωγή και επισήμανση των βιολογικών προϊόντων. Οι δικαιούχοι πρέπει να ασχολούνται προσωπικά με την καλλιέργεια γης, ιδιόκτητης ή μισθωμένης, με την προϋπόθεση ότι τουλάχιστον το 50% του ετήσιου συνολικού εισοδήματός τους προέρχεται από τη γεωργική βιολογική εκμετάλλευση. (Οι νέοι αγρότες εξαιρούνται της προϋπόθεσης αυτής για τα πρώτα έτη)

Οι άδειες χορηγούνται από τον Οργανισμό Λαϊκών Αγορών Αθηνών-Πειραιώς και τον Οργανισμό Λαϊκών Αγορών Θεσσαλονίκης για αγορές που λειτουργούν στις Περιφέρειες των Ν.Α Αθηνών-Πειραιώς και Θεσσαλονίκης και από τις οικείες Νομαρχίες για αγορές που λειτουργούν στις λοιπές Ν.Α. της χώρας.

Καθιερώνεται κάρτα λευκού χρώματος για τον πωλητή παραγωγό και κίτρινου χρώματος για τους υπαλλήλους, με τη φωτογραφία του κατόχου, το ονοματεπώνυμο και την ιδιότητά του (παραγωγός, υπάλληλος), το φορέα που εξέδωσε την άδεια, τον αριθμό και την ημερομηνία χορήγησης της άδειας και αναλυτικά για όλες τις ημέρες την εβδομάδας τις λαϊκές βιολογικές αγορές στις οποίες ασκεί δραστηριότητα. Στους πάγκους των βιολογικών λαϊκών αγορών πρέπει να υπάρχουν αναρτημένα:

1. Το πιστοποιητικό του Οργανισμού Ελέγχου και Πιστοποίησης με τον κωδικό και το όνομα του κατόχου.
2. Πινακίδα ανάλογα με τη φύση του κάθε προϊόντος με την ονομασία του προϊόντος, την ποικιλία και την ποιότητα, την προέλευση, την τιμή πώλησης ανά μονάδα μέτρησης, τις κατά περίπτωση ένδειξεις: «προϊόν βιολογικής γεωργίας ή προϊόν βιολογικής γεωργίας σε μεταβατικό στάδιο».
3. Πινακίδα με το ονοματεπώνυμο και την ιδιότητα του πωλητή (π.χ. παραγωγός, Συνεταιριστική Οργάνωση Παραγωγών κ.λ.π.), τον αριθμό μητρώου, την περιοχή παραγωγής των βιολογικών προϊόντων και αναλυτικά για όλες τις ημέρες της εβδομάδας τις λαϊκές αγορές στις οποίες ασκεί τη δραστηριότητά του.

Με το ΠΔ115/08 επιχειρείται η ρύθμιση της λειτουργίας Λαϊκών Αγορών Προϊόντων Βιολογικής Γεωργίας. Διαπιστώνονται, ωστόσο δυσλειτουργίες σε ό,τι αφορά την οργάνωση και λειτουργία και τις διαδικασίες έκδοσης των αδειών. Η Κεντρική Επιτροπή Απλούστευσης Διαδικασιών (ΚΕΑΔ) υποδεικνύει τις βασικές αρχές οργάνωσης της λειτουργίας των λαϊκών αγορών (π.χ. μεταφορά των αρμοδιοτήτων και περιορισμό του Υπουργείου Ανάπτυξης σε επιτελικές αρμοδιότητες, θεσμοθέτηση δύο συστημάτων λειτουργίας των λαϊκών αγορών α) Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων για το σύνολο της χώρας πλην των νομών Αττικής

και Θεσσαλονίκης β) Οργανισμού Λαϊκών Αγορών για τις μητροπολιτικές περιοχές της χώρας. Προτείνει επίσης την απλούστευση των διαδικασιών με την οποία συνολικά, για τις διάφορες κατηγορίες αδειών η μείωση του αριθμού των απαιτούμενων δικαιολογητικών μειώνεται από 50% έως 83%. Οι νομοθεσίες που έχουν εκπονηθεί για τη δυνατότητα των αγροτών στην απευθείας διάθεση είναι αναποτελεσματικές και υπερσυγκντρώνουν όλες τις αρμοδιότητες στο Υπουργείο Εμπορίου και στον Οργανισμό Λαϊκών Αγορών.

Εξορθολογισμένο, αποκεντρωμένο, λιτό και χαμηλού κόστους διοικητικό πλαίσιο προτείνεται από τους φορείς των βιοκαλλιεργητών (Συλλόγους Αγορών Βιοκαλλιεργητών Ελλάδας και την Ομοσπονδία Ενώσεων Βιοκαλλιεργητών Ελλάδας) (Κεράνης και Θεοδοσίου, 2010):

- Οι αγορές να τελούν υπό την αρμοδιότητα των Διευθύνσεων ή Τμημάτων Βιολογικής Γεωργίας της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.
- Η ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία των αγορών να διενεργούνται με τη συμμετοχή των συλλόγων, των βιοκαλλιεργητών, των καταναλωτών και της τοπικής αυτοδιοίκησης.
- Ο έλεγχος των αγορών να διενεργείται από τις αρμόδιες υπηρεσίες.
- Η Εποπτεία του συστήματος να ασκείται από τη Διεύθυνση Βιολογικής Γεωργίας του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ).

2.6 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων από το κτήμα

Ο τρόπος αυτός πώλησης δεν είναι ανεπτυγμένος στην Ελλάδα. Αντίθετα αποτελεί ίσως τον συνηθέστερο τρόπο διανομής βιολογικών προϊόντων στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες.

Παρόλα αυτά η ανάπτυξη της βιολογικής καλλιέργειας και του αγροτουρισμού, σε συνδυασμό με την κατάλληλη οργάνωση και υποδομή πολλών αγροκτημάτων, είναι δυνατόν να αποτελέσει ένα πολύ ενδιαφέροντα τρόπο προώθησης και πώλησης βιολογικών προϊόντων.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της λιανικής πώλησης βιολογικών προϊόντων από το κτήμα (Klingbacher, 2009).

Πλεονεκτήματα:

1. υπάρχει η δυνατότητα προσφοράς και άλλων υπηρεσιών (π.χ. οικο- και αγρο-τουρισμός)
2. η πώληση γίνεται τοις μετρητοίς
3. υπάρχει η δυνατότητα προσφοράς (μερικώς) μεταποιημένων προϊόντων
4. υπάρχει άμεση επαφή με τους καταναλωτές

Μειονεκτήματα:

1. απαιτείται η δημιουργία κατάλληλων χώρων υποδοχής
2. απαιτείται ασφαλής και ομαλή οδική σύνδεση
3. απαιτούνται εγκαταστάσεις και ψυγεία
4. απαιτούνται επιπλέον γνώσεις για την επίτευξη πωλήσεων
5. η συνήθως μεγάλη απόσταση των κτημάτων από τα αστικά κέντρα

2.7 Λιανική πώληση βιολογικών προϊόντων από συλλογικούς φορείς, όπως είναι οι Συνεταιρισμοί, μέσω τοπικών καταστημάτων

Ο συγκεκριμένος τρόπος παρουσιάζει πλεονεκτήματα που παρατηρούνται και στους 6 προαναφερόμενους τρόπους πώλησης, απαιτεί όμως πολύ καλύτερη οργάνωση όλων των επιμέρους παραμέτρων (οργάνωση παραγωγής, μεταποίησης, πωλήσεων). Επιπλέον παρουσιάζει το πλεονέκτημα ότι παρέχει άμεση επαφή με τους καταναλωτές, διαρκή ενημέρωση των καταναλωτών από τους ίδιους τους βιοκαλλιεργητές, δυνατότητα άμεσης καταγραφής των αναγκών των καταναλωτών και δυνατότητα ρύθμισης της προσφοράς ειδών σε σχέση με τη ζήτηση.

Ωστόσο, η δημιουργία τέτοιων χώρων έκθεσης και πώλησης σε σχετικά μεγάλα αστικά κέντρα αποκλείει τους κατοίκους απομακρυσμένων περιοχών (Klingbacher,2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

3.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών έχουν πραγματοποιηθεί διάφορες έρευνες οι οποίες προσπαθούν να επισημάνουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική απόφαση για βιολογικά προϊόντα. Παρακάτω παραθέτονται τα αποτελέσματα αυτών των ερευνών.

3.1.1 Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά

Αρκετές εμπειρικές μελέτες αποδεικνύουν την επιρροή όλων των κοινωνικό-δημογραφικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών στην απόφαση αγοράς βιολογικών προϊόντων. Από αυτές, μερικοί ερευνητές αναφέρουν ότι η ηλικία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο (Ghorbani and Hamraz, 2009, Marreiros et al., 2010, Roitner-Schobesberger et al., 2008). Πιο συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται η ηλικία του καταναλωτή, τόσο αυξάνεται και η προθυμία του να πληρώσει για την αγορά βιολογικών προϊόντων. Οι «βιολογικοί αγοραστές» τείνουν να είναι μεγαλύτεροι σε ηλικία, επειδή τα νοικοκυριά τους είναι πιο ευαισθητοποιημένα απέναντι στα οργανικά προϊόντα (Ghorbani and Hamraz, 2009, Roitner-Schobesberger et al., 2008). Επίσης, το μέγεθος της οικογένειας επηρεάζει θετικά την αγοραστική απόφαση για βιολογικά προϊόντα (Thompson and Kidwell, 1998, Ghorbani and Hamraz, 2009). Επιπρόσθετα, η πλειοψηφία των ερευνών έχει αναδείξει τις γυναίκες ως καλύτερες καταναλώτριες βιολογικών προϊόντων, οι οποίες αγοράζουν συχνότερα και σε μεγαλύτερες ποσότητες (Reicks et al., 1997, Thompson and Kidwell, 1998). Παράλληλα, οι περισσότερες έρευνες συμφωνούν ότι το εισόδημα αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τη συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα (Rousseau and Vranken, 2013, Roitner-Schobesberger et al., 2008). Τέλος, το μορφωτικό επίπεδο έχει προκαλέσει διφορούμενα συμπεράσματα όσον αφορά τη συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στα βιολογικά προϊόντα. Υπάρχουν έρευνες που αποδεικνύουν ότι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο επηρεάζει θετικά την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων (Rousseau and Vranken, 2013, Roitner-Schobesberger et al., 2008), ενώ άλλες έρευνες αποδεικνύουν ότι η εκπαίδευση δεν αποτελεί σημαντικό παρράγοντα (Ghorbani and Hamraz, 2009).

3.1.2 Γνώση βιολογικών προϊόντων

Η επίγνωση για τα βιολογικά προϊόντα έχει θετική επίδραση στην προθυμία για αγορά βιολογικών προϊόντων (Ghorbani and Hamraz, 2009). Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι «βιολογικοί καταναλωτές» είναι γνώστες σχετικά με τις τρέχουσες τάσεις στα βιολογικά προϊόντα και την αειφόρο ανάπτυξη. Πολλοί από αυτούς είναι « γαστρονομικοί ακτιβιστές», αντανακλώντας ισχυρές αξίες και πεποιθήσεις. Εξάλλου, είναι πιο πιθανό να συλλέγουν πληροφορίες από το Διαδίκτυο, τα βιβλία καθώς και τα βιβλία μαγειρικής σε σύγκριση με τους συμβατικούς καταναλωτές. Από την άλλη, οι συμβατικοί καταναλωτές γνωρίζουν ελάχιστα για τα βιολογικά τρόφιμα και δεν αναζητούν πληροφορίες σχετικά με θέματα διατροφής και τροφίμων (Zepeda and Deal, 2009, Briz and Ward, 2009).

3.1.3 Ευαισθητοποίηση για το περιβάλλον και την υγεία

Οι αγοραστές των βιολογικών προϊόντων αναφέρουν την προστασία του περιβάλλοντος και της υγείας, μέσω της αποφυγής φυτοφαρμάκων και ορμονών, ως λόγους για να αγορά βιολογικών προϊόντων (Zepeda and Deal, 2009), με την προσωπική υγεία να είναι πιο σημαντική από τις ανησυχίες για το περιβάλλον (Tregear et al., 1994, Wandel & Bugge, 1997). Τα κίνητρα για την υγεία και το περιβάλλον διαφέρουν υπό την έννοια ότι η ευαισθητοποίηση για την υγεία μπορεί να θεωρηθεί ως εγωιστική (οφελεί το ίδιο το άτομο ή την οικογένεια του/της), ενώ ο σεβασμός για το περιβάλλον και την καλή μεταχείριση των ζώων είναι πιο αλτρουστικά (οφελεί την κοινωνία παρά το άτομο) (Antonides and van Raaij, 1998). Σε γενικές γραμμές, μπορεί να ειπωθεί ότι όσο πιο θετική για την υγεία και το περιβάλλον στάση έχουν οι καταναλωτές, τόσο αυξάνεται η πιθανότητα να αγοράσουν βιολογικά τρόφιμα (Zepeda and Deal, 2009, Dammann and Smith, 2009).

3.1.4 Τιμή – Κόστος

Η παραγωγή κάθε προϊόντος υψηλής ποιότητας που απαιτεί ιδιαίτερη γνώση και προσωπική φροντίδα εμπεριέχει επιπλέον κόστος. Η τιμή των βιολογικών προϊόντων επηρεάζεται πέρα από αστάθμητους παράγοντες (π.χ. καιρικές συνθήκες) και από πρακτικούς λόγους. Από την μία, ο βιολογικός τρόπος καλλιέργειας δεν βοηθάει στην ποσοτική ανάπτυξη της παραγωγής, αυξάνοντας την τιμή των περιορισμένων ποσοτήτων, ενώ η εντατικοποίηση της χειρονακτικής εργασίας επίσης αυξάνει το κόστος παραγωγής. Για αυτό και η αυξημένη τιμή των βιολογικών προϊόντων είναι αναπόφευκτη

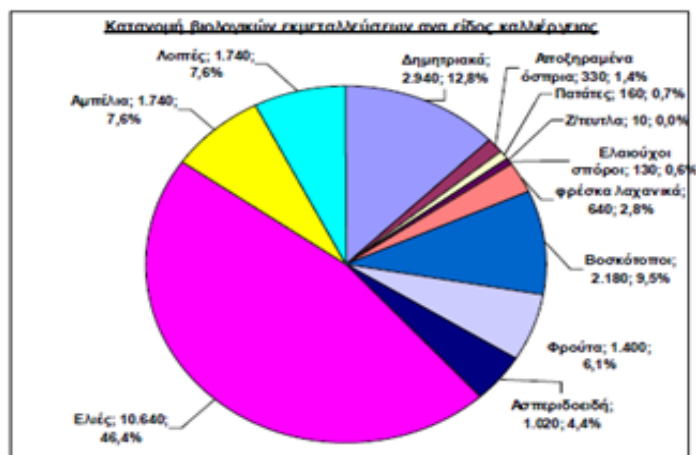
(<http://www.barbastathis.com>). Παρόλα αυτά, οι «βαριοί» καταναλωτές βιολογικών προϊόντων είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για την ποιότητα των τροφίμων. Αυτό δείχνει ότι η αυξημένη τιμή των βιολογικών προϊόντων δεν αποτελεί εμπόδιο και δεν επηρεάζει τη ζήτησή τους. Από την άλλη, υπάρχουν και οι περιστασιακοί καταναλωτές βιολογικών προϊόντων, στων οποίων τις προτιμήσεις παρουσιάζεται ετερογένεια. Μερικοί από αυτούς είναι λιγότερο ευαίσθητοι στις τιμές και προτιμούν τα βιολογικά προϊόντα, ενώ άλλοι είναι περισσότερο ευαίσθητοι στις τιμές και προτιμούν συμβατικά προϊόντα (Stolz et al., 2009). Τέλος, όσοι δεν καταναλώνουν βιολογικά προϊόντα θεωρούν ότι η αυξημένη τιμή τους αποτελεί τεράστιο εμπόδιο για την αγορά τους (Briz and Ward, 2007).

3.2 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Τα βιολογικά προϊόντα κατακτούν τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερο έδαφος σε ολόκληρο τον κόσμο και κερδίζουν την προτίμηση κάθε καταναλωτή που επιθυμεί την υγιεινή διατροφή και την προστασία του περιβάλλοντος (<http://www.hellastat.com>).

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, στο τέλος του 2011 δραστηριοποιούνταν στον κλάδο 18.415 βιοκαλλιεργητές, 1.506 μεταποιητές, 5 εισαγωγείς και 27 χονδρέμποροι-διακινητές. Όπως προκύπτει από τον πίνακα που παρατίθεται, η πλειοψηφία των εκμεταλλεύσεων (46,4% ή 10.640 εκμεταλλεύσεις), αφορά στην καλλιέργεια ελιάς. Το 21% των βιολογικών εκμεταλλεύσεων βρίσκονται στη Δυτική Ελλάδα, το 16% στη Πελοπόννησο, το 12% στο Β. Αιγαίο, το 11% στη Θεσσαλία, το 10,3% στην Κεντρική Μακεδονία, το 7,9% στην Κρήτη και ακολουθούν οι λοιπές περιοχές της Ελλάδας.

Οι προοπτικές της εγχώριας οικονομίας για την περαιτέρω ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας είναι θετικές, αφού, εκτός των ευνοϊκών κλιματολογικών και εδαφολογικών συνθηκών σε αρκετές περιοχές της χώρας και της αυξανόμενης διεθνούς ζήτησης, σημειώνεται έντονο ενδιαφέρον για επιχειρηματική δραστηριοποίηση στον κλάδο. Στα συμπεράσματα αυτά καταλήγει η σχετική έκθεση που εκπόνησε η Τράπεζα Πειραιώς.



Πηγή: Τράπεζα Πειραιώς, 2013

3.2.1 Διάγραμμα κατανομής βιολογικών εκμεταλλεύσεων ανά είδος καλλιέργειας

Ειδικότερα, την περίοδο 2009-2011 οι περισσότερες εταιρείες παραγωγής βιολογικών προϊόντων είχαν ικανοποιητικό περιθώριο μικτού κέρδους. Ωστόσο το περιθώριο λειτουργικού κέρδους ήταν μόνιμα αρνητικό. Η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων προ φόρων που ήταν χαμηλή τα 2 προηγούμενα χρόνια, έγινε αρνητική το 2011 ενώ την ίδια εξέλιξη παρουσίασε και το καθαρό περιθώριο κέρδους, ως απόρροια της συνεχιζόμενης οικονομικής κρίσης. Τα σημαντικότερα προβλήματα που περιορίζουν την ανάπτυξη είναι οι χαμηλότερες αποδόσεις σε σχέση με τη συμβατική γεωργία, η έλλειψη τεχνογνωσίας, η υψηλή εξάρτηση της παραγωγής από τις επιδοτήσεις, το μικρό μέγεθος και το περιορισμένο εύρος της εγχώριας αγοράς, καθώς και οι υψηλές τιμές που περιορίζουν τη διεύρυνσή της.

Ωστόσο, οι προοπτικές της ελληνικής αγοράς παραμένουν θετικές. Τα βιολογικά προϊόντα έχουν αυξανόμενο βαθμό ελκυστικότητας λόγω των διατροφικών σκανδάλων και της ευαισθησίας που επιδεικνύουν οι καταναλωτές σε θέματα υγείας και θα μπορούσαν να συμβάλουν στη μείωση της ανεργίας. Παράλληλα, η ανάπτυξη της διεθνούς αγοράς βιολογικών προϊόντων συνεχίζεται με υψηλούς ρυθμούς. Σύμφωνα με την ICAP, η παγκόσμια ζήτηση βιολογικών προϊόντων προέρχεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της (>90%) από τις ανεπτυγμένες χώρες της Β. Αμερικής και της Ευρώπης, με σημαντικότερες αγορές το 2011 τις ΗΠΑ με 21 δις. δολάρια, τη Γερμανία με 6,6 και τη Γαλλία με 3,8 δις. Είναι χαρακτηριστικό ότι η διείσδυση των βιολογικών στη συνολική κατανάλωση τροφίμων είναι από τις χαμηλότερες στην Ευρώπη. Το συνολικό μέγεθος της Ελληνικής αγοράς εκτιμάται σε λιγότερο από 200 εκ. ευρώ, εκ των οποίων περισσότερο από 60% αφορά εισαγόμενα βιολογικά τρόφιμα που θα μπορούσαν εύκολα να παραχθούν στη χώρα μας (<http://edujob.gr>).

Τέλος, επισημαίνεται ότι η αγορά θα αναπτυχθεί περισσότερο εφόσον εξαλειφθούν ορισμένα δομικά προβλήματα στη διανομή τους, στην αδειοδότηση των παραγωγών, στους ελέγχους παραγωγών και των μεταποιητών κ.α. (<http://www.froutonea.gr>, <http://www.hellastat.com>).

ΜΕΡΟΣ 2ο

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

Στο κεφάλαιο αυτό, θα παρουσιαστούν τόσο ο τρόπος διεξαγωγής της έρευνας και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν, αλλά και τα στάδια της, από τη θεωρητική προσέγγισή της μέχρι και την ανάλυση και την επεξεργασία των στοιχείων που προέκυψαν.

Ο βασικός στόχος της παρούσας μελέτης είναι η διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών σχετικά με τις βιολογικές λαϊκές αγορές τόσο για το μέλλον όσο και για τις προοπτικές ανάπτυξής τους στην Ελλάδα.

4.2 ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Για τη διεξαγωγή του ερευνητικού μέρους της πτυχιακής εργασίας χρησιμοποιήθηκαν ερωτηματολόγια, προκειμένου να συλλεχθούν τα απαραίτητα στοιχεία, για την απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων που τέθηκαν (αναφέρονται παρακάτω αναλυτικά).

Τα ερωτηματολόγια αυτά, απευθύνονταν σε καταναλωτές που κατοικούν στο Νομό Αττικής.

Το δείγμα αποτελούνταν από 128 άτομα τα οποία επιλέχθηκαν τυχαία αφού η προσέγγισή τους δεν έγινε με βάση το κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο.

Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν κυρίως σε διάφορες βιολογικές λαϊκές αγορές εντός του Νομού Αττικής την περίοδο Μαρτίου-Μαΐου 2014.

Η προσέγγιση των ατόμων έγινε μέσω προσωπικής επαφής. Σε γενικές γραμμές δεν αντιμετωπίστηκαν δυσκολίες, αφού οι περισσότεροι συμμετέχοντες απαντούσαν με προθυμία στο ερωτηματολόγιο, μιας και αποτελούνταν από μικρό αριθμό ερωτήσεων. Υπήρξαν όμως και περιπτώσεις, ευτυχώς ελάχιστες, που οι καταναλωτές αρνήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα. Στην περίπτωση αυτή, έδειξα απόλυτη κατανόηση και διακριτικότητα.

Επιπροσθέτως, επιλέχθηκε ο συγκεκριμένος τρόπος προσέγγισης των ατόμων, διότι έτσι ήταν πιο εύκολο να με εμπιστευθούν για τη διασφάλιση του απορρήτου και της ανωνυμίας τους, καθώς επίσης λύνονταν άμεσα οι τυχόν απορίες τους σχετικά με το ερωτηματολόγιο που τους ζητήθηκε να απαντήσουν.

Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 24 ερωτήσεις. Όλες οι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου για τη διευκόλυνση της κωδικοποίησης και της ανάλυσης στοιχείων. Σε ορισμένες περιπτώσεις δίνεται στους ερωτώμενους η δυνατότητα να επιλέξουν παραπάνω από μία απαντήσεις. Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε στα πλαίσια του θεωρητικού υπόβαθρου, που αναπτύχθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια.

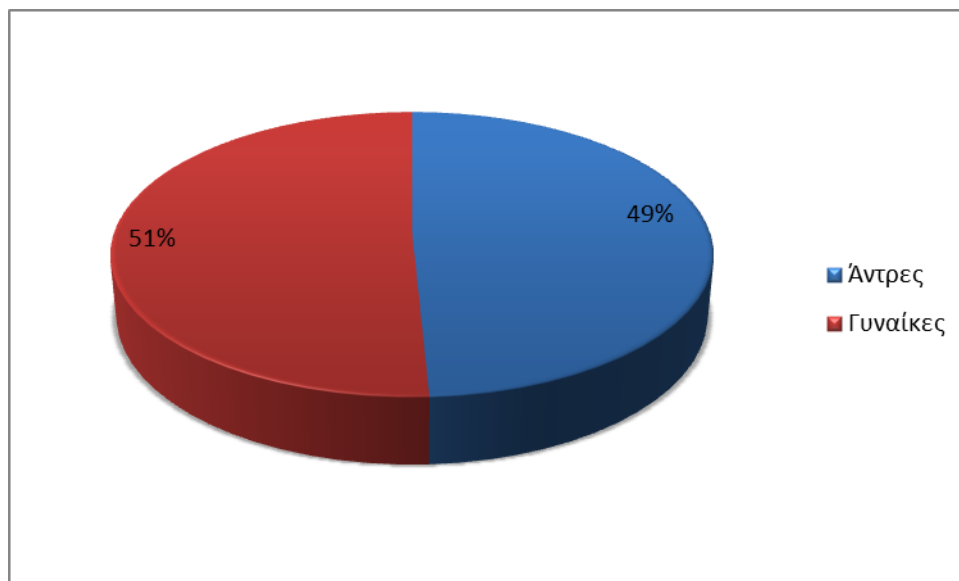
Αναφορικά με τη δομή του ερωτηματολογίου, οι ερωτήσεις είναι οργανωμένες ως εξής: οι πρώτες 9 αφορούν τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, όπως είναι το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, ο αριθμός των προστατευόμενων μελών, το επίπεδο μόρφωσης, το επάγγελμα, το εισόδημα, τα έξοδα για τρόφιμα καθώς και η περιοχή στην οποία ζουν. Τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά συμπεριλήφθηκαν με στόχο να υπάρξει μια ξεκάθαρη και ολοκληρωμένη εικόνα για τα προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων, καθώς και για την πραγματοποίηση αναλύσεων με στόχο να διαπιστωθεί αν υπάρχουν διακυμάνσεις στις απόψεις καταναλωτών με διαφορετικά κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Οι επόμενες 11 ερωτήσεις αναφέρονται στα βιολογικά προϊόντα. Πιο συγκεκριμένα, ορισμένες ερωτήσεις είναι γενικού περιεχομένου, όπως εάν γνωρίζουν τι είναι τα βιολογικά προϊόντα, από που ενημερώθηκαν για αυτά, αλλά και ειδικού, όπως ποια βιολογικά προϊόντα αγοράζουν και ποιο σημείο πώλησης επιλέγουν για την αγορά τους. Τέλος, οι τελευταίες 5 ερωτήσεις αφορούν τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Πιο αναλυτικά, οι καταναλωτές καλούνται να απαντήσουν για ποιο λόγο επιλέγουν ή όχι τις βιολογικές λαϊκές αγορές, αλλά και αν υπάρχουν κίνητρα για την αγορά βιολογικών προϊόντων από αυτές και τις προοπτικές ανάπτυξής τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

5.1 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

Από το σύνολο των 128 ερωτηθέντων, η ποσοστιαία διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι μικρή, μιας και οι γυναίκες αποτελούν το 51% και οι άντρες το 49% (βλ. Διάγραμμα 1).

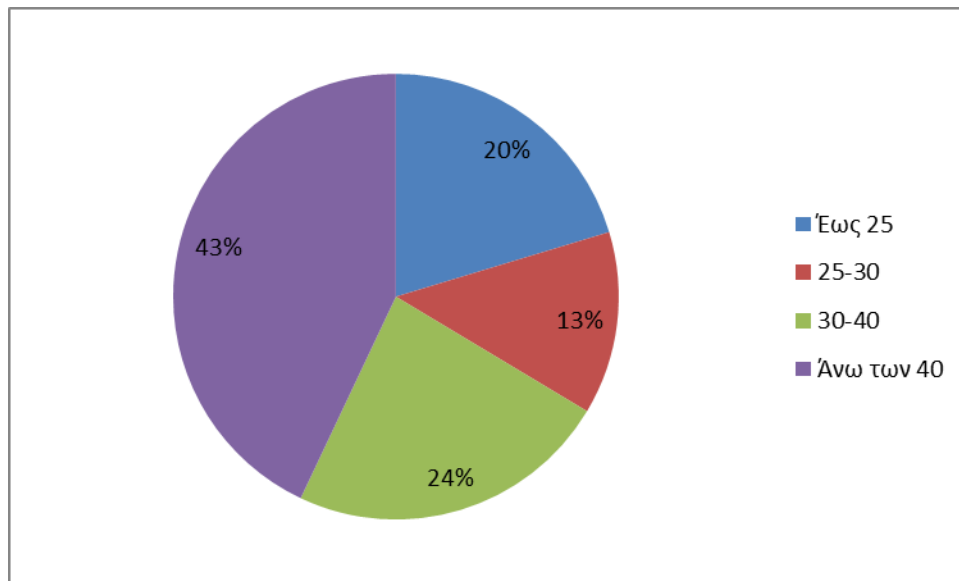


Διάγραμμα 1: Φύλο ερωτηθέντων

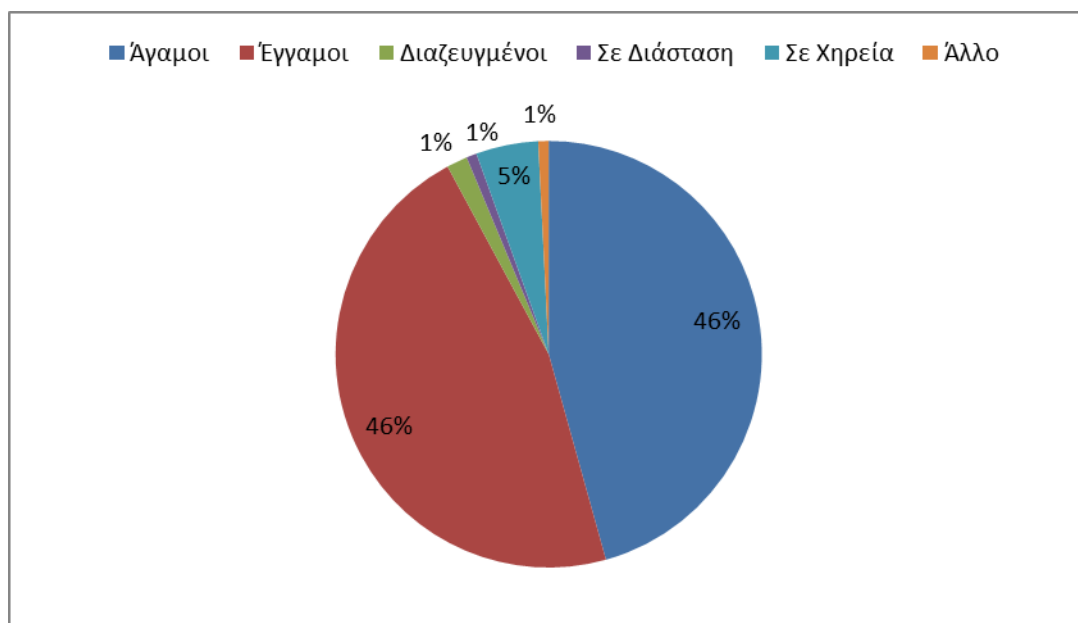
Η μέση ηλικία των ερωτηθέντων είναι 39 ετών (38,67), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων είναι άνω των 40 ετών (43%) (βλ. Διάγραμμα 2).

Αναφορικά με την οικογενειακή κατάσταση του δείγματος, οι έγγαμοι και οι άγαμοι συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό, με 46% η κάθε ομάδα (βλ. Διάγραμμα 3).

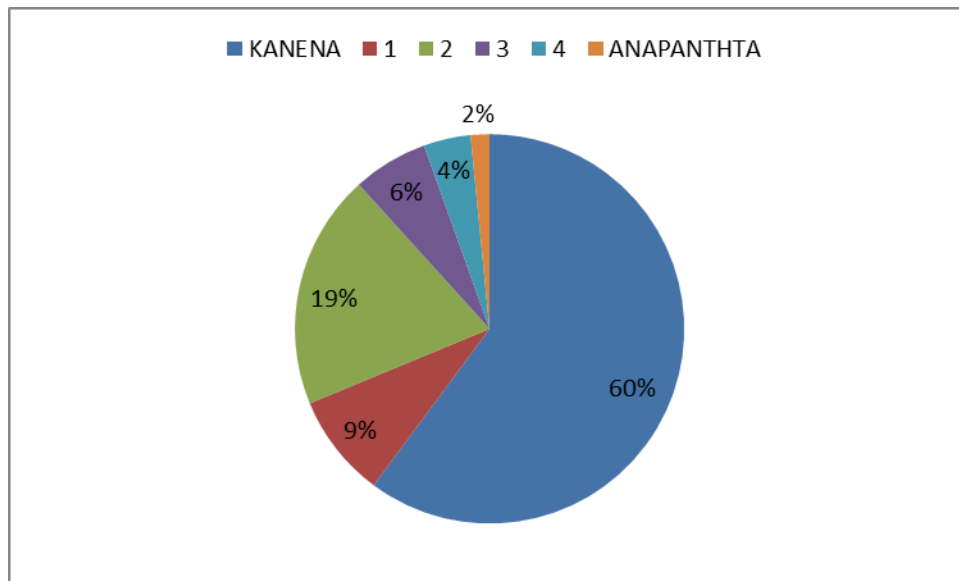
Το 60% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι δεν έχει κανένα προστατευόμενο μέλος. Το 9% έχει δώσει την απάντηση ένα μέλος, το 19% δύο μέλη, το 6% τρία μέλη και το 4% παραπάνω από 3 μέλη. Ωστόσο, ένα πολύ μικρό ποσοστό δεν απάντησε στην ερώτηση αυτή (2%) (βλ. Διάγραμμα 4).



Διάγραμμα 2: Ηλικία ερωτηθέντων

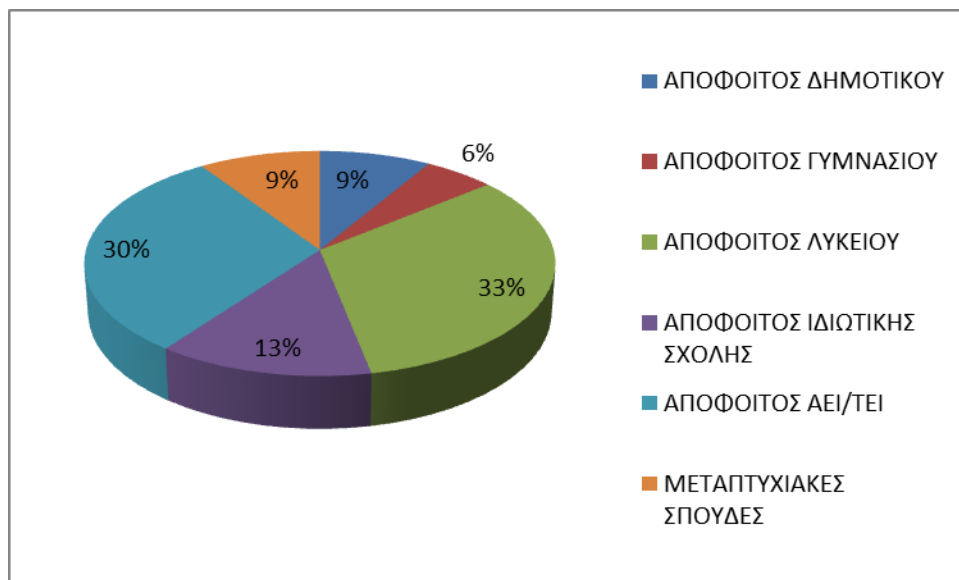


Διάγραμμα 3: Οικογενειακή κατάσταση ερωτηθέντων



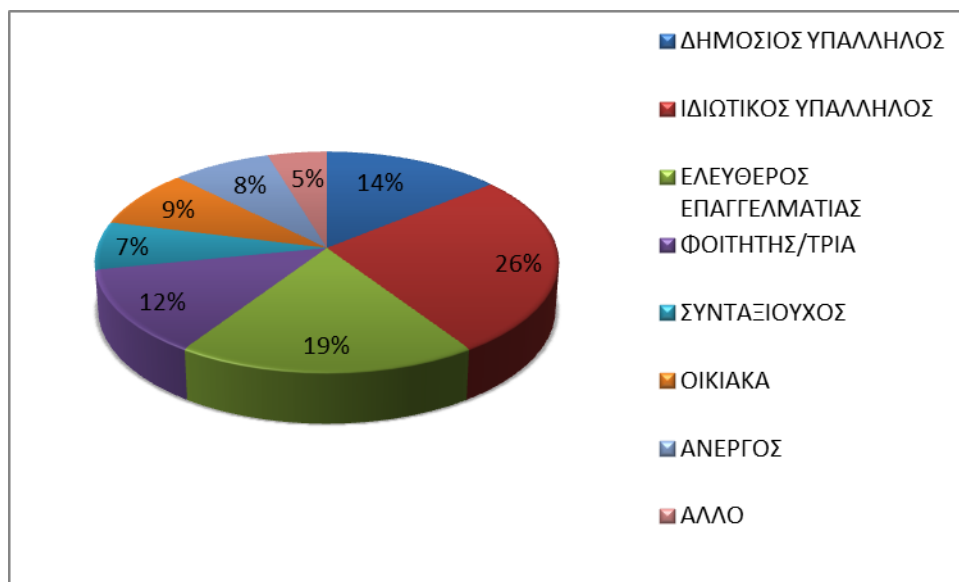
Διάγραμμα 4: Προστατευόμενα μέλη ερωτηθέντων

Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (33%) αποτελείται από άτομα που έχουν τελειώσει το Λύκειο, ενώ η διαφορά με όσους τελείωσαν κάποιο ΑΕΙ ή ΤΕΙ είναι μικρή, αφού αποτελούν το 30%. Αντίθετα, το μικρότερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι Γυμνασίου (βλ. Διάγραμμα 5).



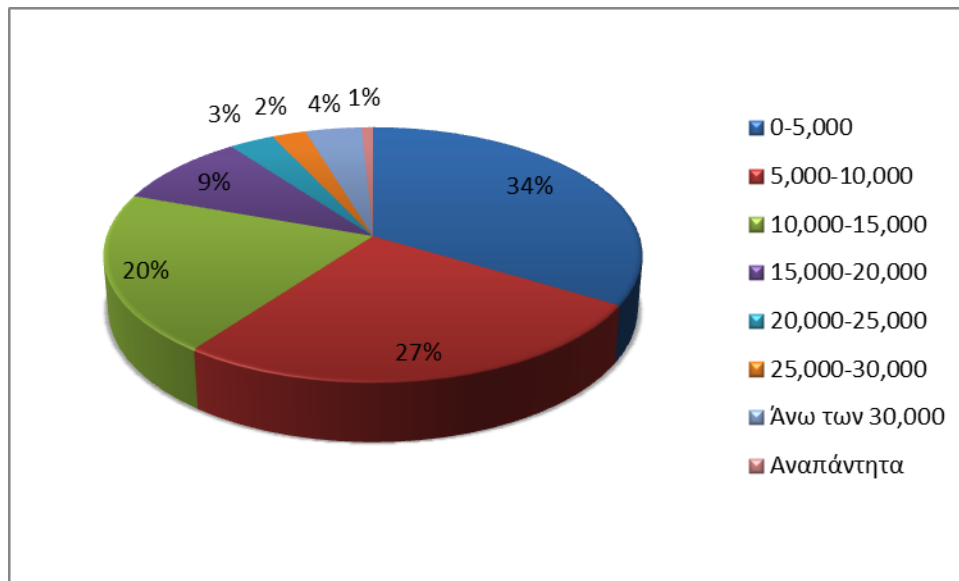
Διάγραμμα 5: Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων

Αναφορικά με το επάγγελμα των ερωτηθέντων, το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχουν όσοι εργάζονται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι (26%). Ακολουθούν οι ελεύθεροι επαγγελματίες (19%), οι δημόσιοι υπάλληλοι (14%), οι φοιτητές (12%), οι νοικοκυρές (9%), οι άνεργοι (8%) και οι συνταξιούχοι (7%), ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (5%) δηλώνει ότι το επάγγελμά του δεν ανήκει στις παραπάνω κατηγορίες (βλ. Διάγραμμα 6).



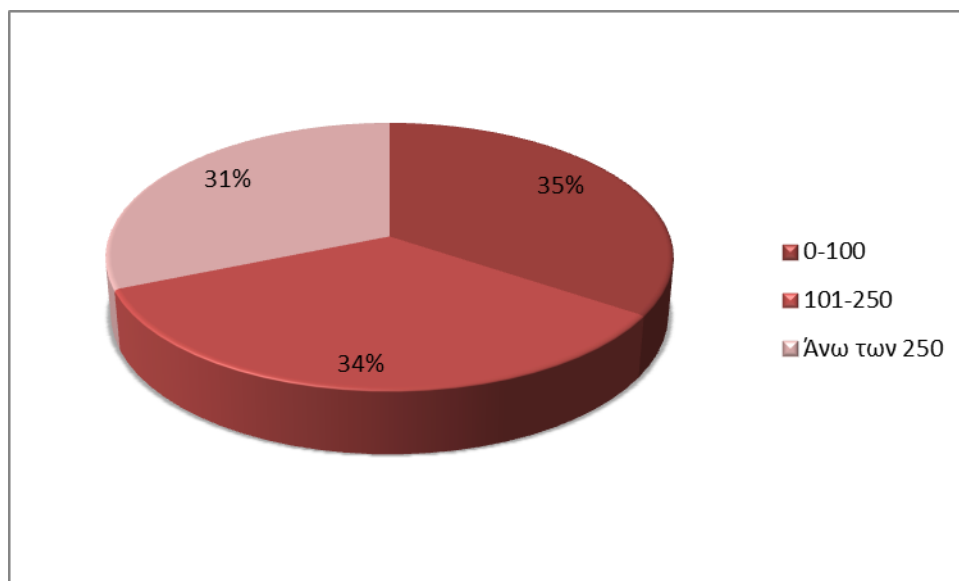
Διάγραμμα 6: Επάγγελμα ερωτηθέντων

Επάλληλα, το μεγαλύτερο ποσοστό (34%) των ερωτώμενων δήλωσε πολύ μικρό ετήσιο ατομικό εισόδημα (< 5000 ευρώ). Ακολουθούν τα άτομα με εισόδημα από 5.000 έως 10.000 ευρώ με ποσοστό 27%, 10.000 έως 15.000 ευρώ (20%), 15.000 έως 20.000 ευρώ (9%), άνω των 30.000 ευρώ (4%), 20.000 έως 25.000 (3%), ενώ μόλις το 2% δήλωσε εισόδημα από 25.000 έως 30.000 ευρώ. Βέβαια ένα πολύ μικρό ποσοστό (1%) αρνήθηκε να απαντήσει σε αυτή την ερώτηση (Διάγραμμα 7).



Διάγραμμα 7: Ατομικό ετήσιο εισόδημα

Αναφορικά με το ποσό που δαπανάται μηνιαίως στα τρόφιμα, το 35% έχει δώσει την απάντηση έως 100 ευρώ, το 34% από 101 έως 250 ευρώ και το 31% περισσότερα από 250 ευρώ (βλ. Διάγραμμα 8).



Διάγραμμα 8: Μηνιαία έξοδα σε τρόφιμα

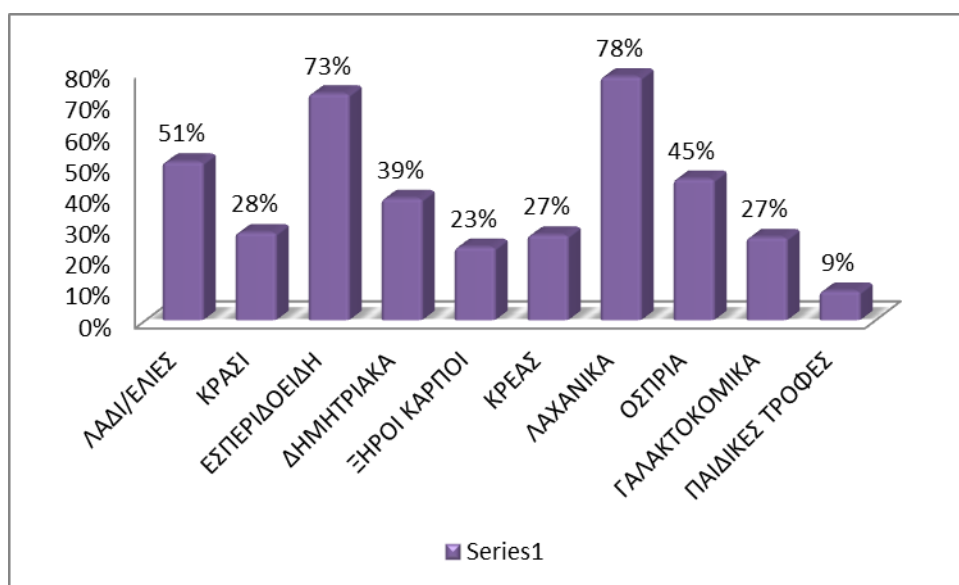
Όσον αφορά τα βιολογικά προϊόντα, το 37% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι γνωρίζει αρκετά για το τι είναι τα βιολογικά προϊόντα, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι δεν υπήρχε ούτε ένας που να μην γνωρίζει για τα βιολογικά προϊόντα. Από την άλλη, μόλις στο 44% ανέρχεται το ποσοστό των ερωτηθέντων που

γνωρίζουν αρκετά για τα οφέλη των βιολογικών προϊόντων στον ανθρώπινο οργανισμό.

Επίσης, στην ερώτηση για την πηγή ενημέρωσης, το 27% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ενημερώθηκε για τα βιολογικά προϊόντα από το Διαδίκτυο, ενώ η διαφορά από τις υπόλοιπες απαντήσεις είναι ελάχιστη.

Για τη συχνότητα των αγορών τους, το 32% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι αγοράζει βιολογικά προϊόντα μία με τρεις φορές το μήνα, το 27% μία φορά την εβδομάδα, το 19% περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα, ενώ μόλις το 5% δήλωσε ότι δεν αγοράζει βιολογικά προϊόντα. Από την άλλη, το 54% δήλωσε ότι η προσωπική τους κατανάλωση έχει αυξηθεί, είτε πολύ (26%) είτε λίγο (28%). Βέβαια μεγάλο ήταν και το ποσοστό όσων δήλωσαν ότι η κατανάλωσή τους έχει μείνει σταθερή (40%).

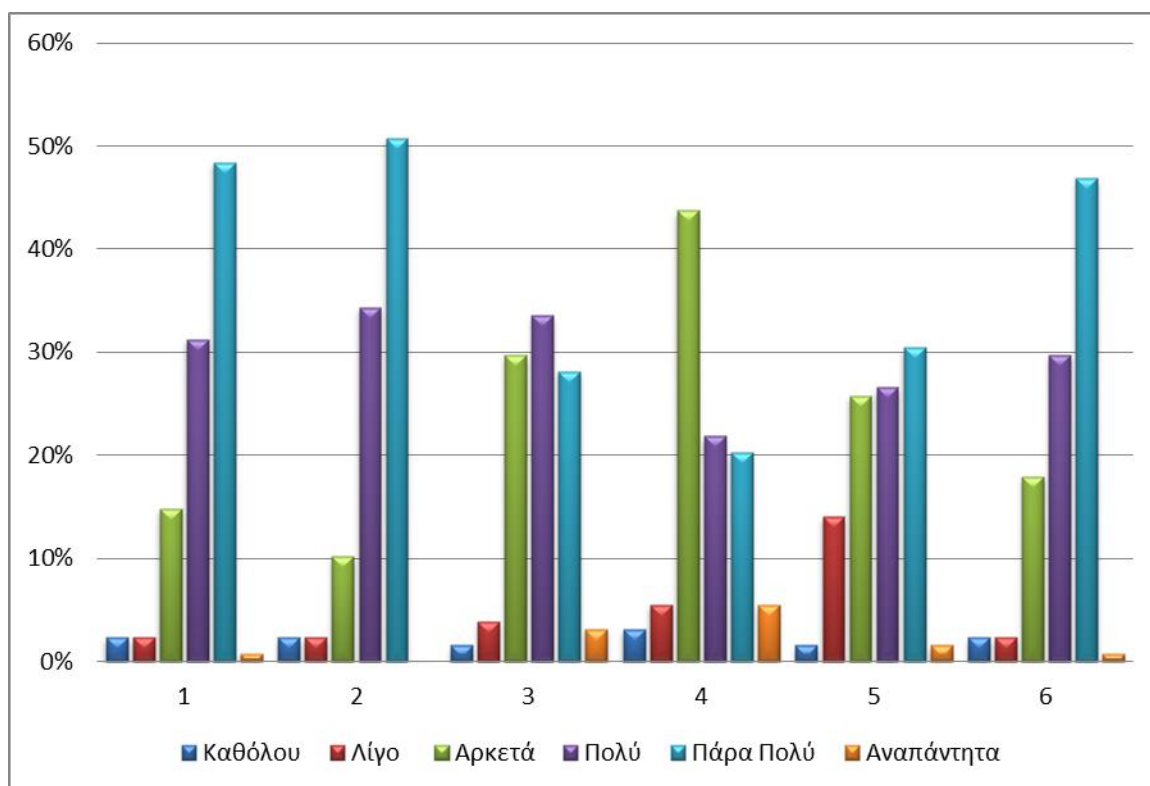
Σχετικά με τη ζήτηση των βιολογικών προϊόντων, τη μεγαλύτερη ζήτηση έχουν τα λαχανικά (78%), ενώ τη δεύτερη και τρίτη θέση κατέχουν τα εσπεριδοειδή (73%) και το λάδι/ελιές (51%) αντίστοιχα (βλ. Διάγραμμα 9).



Διάγραμμα 9: Κατηγορίες βιολογικών προϊόντων

Στο Διάγραμμα 10 παρουσιάζονται οι απόψεις των ερωτηθέντων για τα βιολογικά προϊόντα. Πιο συγκεκριμένα, το 48% δήλωσε ότι συμφωνεί πάρα πολύ με το γεγονός ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο φιλικά προς το περιβάλλον έναντι των συμβατικών, ενώ το 51% συμφωνεί πάρα πολύ ότι είναι περισσότερο υγιεινά. Επίσης, το 34% δήλωσε ότι πιστεύει πολύ ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο ασφαλή από τα συμβατικά. Από την άλλη, το 44% δηλώνει ότι συμφωνεί αρκετά με την άποψη ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο φρέσκα. Τέλος, οι καταναλωτές

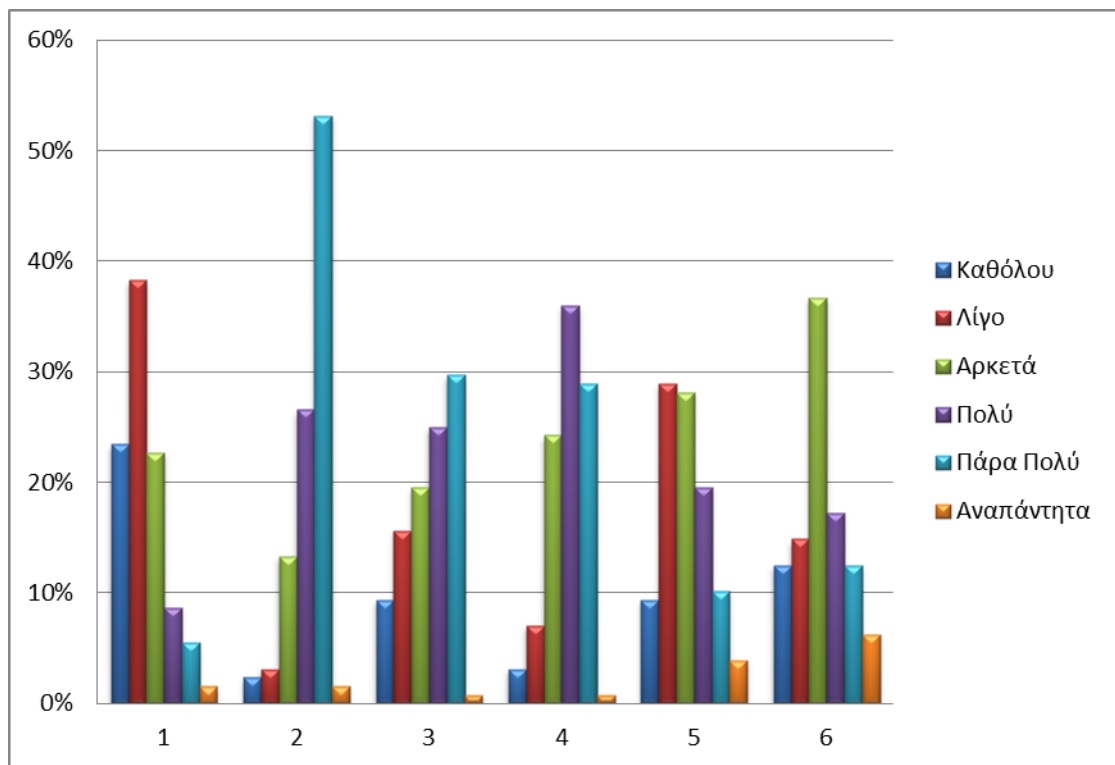
του δείγματος δήλωσαν ότι συμφωνούν πάρα πολύ με το ότι είναι πιο φρέσκα (30%) και πιο ποιοτικά (47%).



Διάγραμμα 10: Βιολογικά προϊόντα έναντι συμβατικών

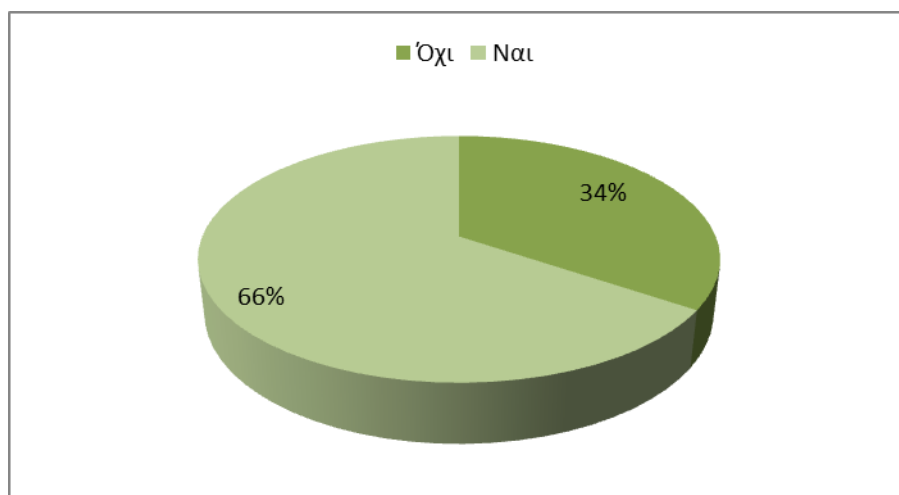
Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση αγοράς βιολογικών προϊόντων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι παράγοντες που επηρεάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την αγοραστική απόφαση είναι η ποιότητα (53%) και η τιμή (30%). Από την άλλη, η γεύση επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την απόφαση των ερωτηθέντων (36%). Αρκετά επηρεάζει και η γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των βιολογικών προϊόντων (37%).

Τέλος, η εμφάνιση των προϊόντων (38%) και η προσβασιμότητα (29%) επηρεάζουν σε μικρό βαθμό την αγοραστική απόφαση (βλ. Διάγραμμα 11).



Διάγραμμα 11: Αγοραστική απόφαση

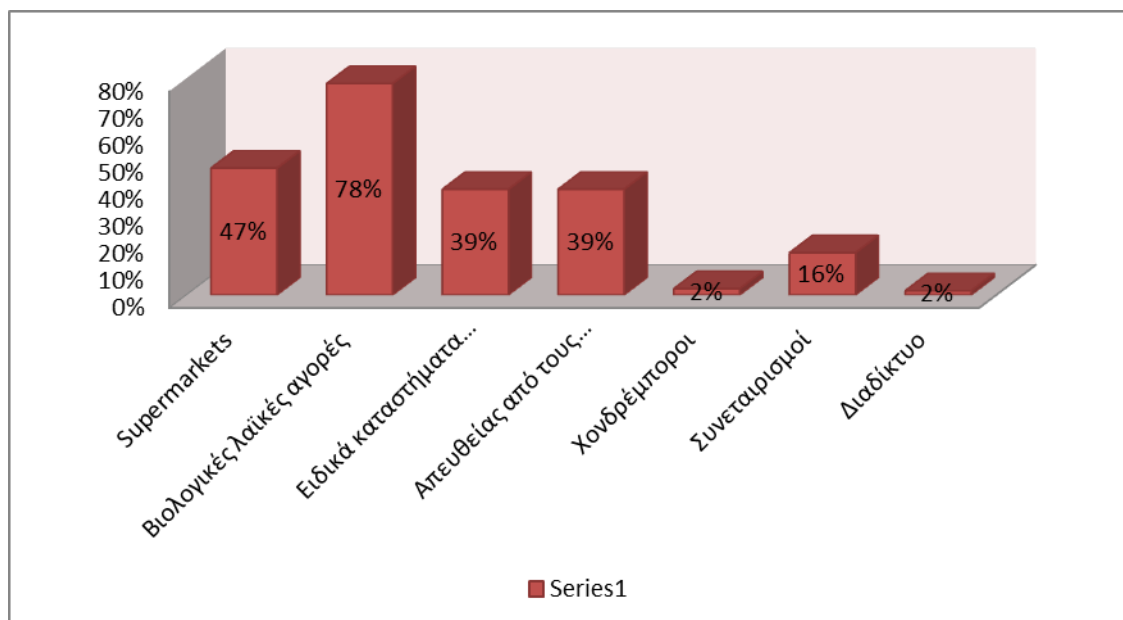
Όπως παρατηρείται από τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο διάγραμμα 12, περισσότερο από το μισό δείγμα (66%) είναι διατεθειμένο να πληρώσει επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων.



Διάγραμμα 12: Προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων

Στο Διάγραμμα 13 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τα σημεία πώλησης που επιλέγουν οι ερωτώμενοι για την αγορά βιολογικών

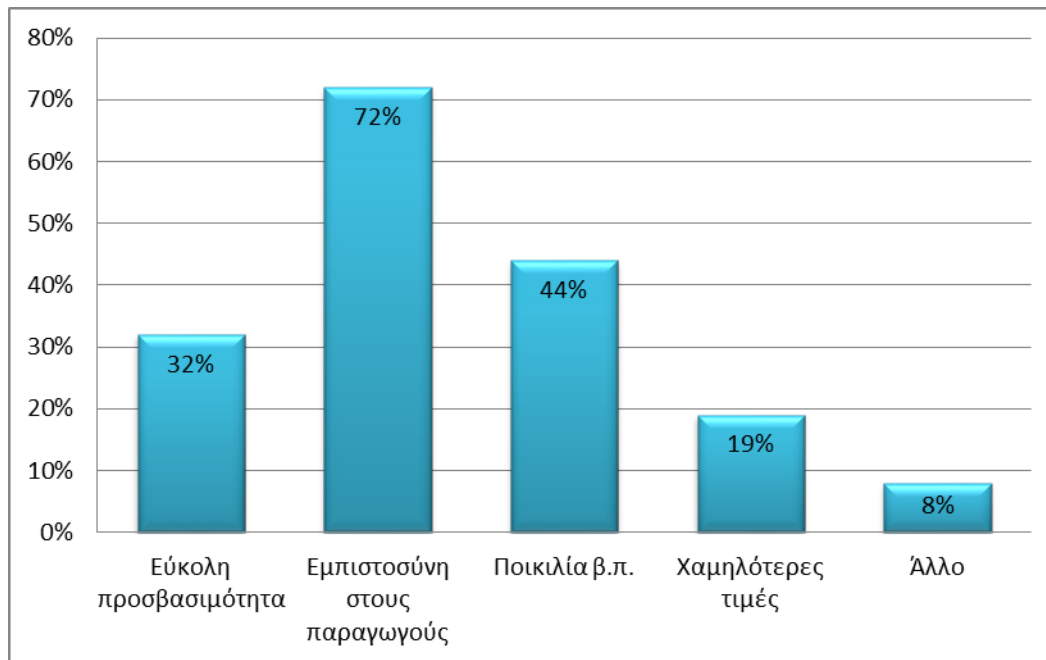
προϊόντων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν κυρίως από τις βιολογικές λαϊκές αγορές (78%), τα supermarkets (47%), τα ειδικά καταστήματα πώλησης βιολογικών προϊόντων (39%), απευθείας από τους παραγωγούς (39%), καθώς και από τους συνεταιρισμούς (16%). Μικρή προτίμηση δείχνουν οι καταναλωτές για αγορές από χονδρεμπόρους (2%) και από το Διαδίκτυο (2%) .



Διάγραμμα 13: Σημεία πώλησης βιολογικών προϊόντων

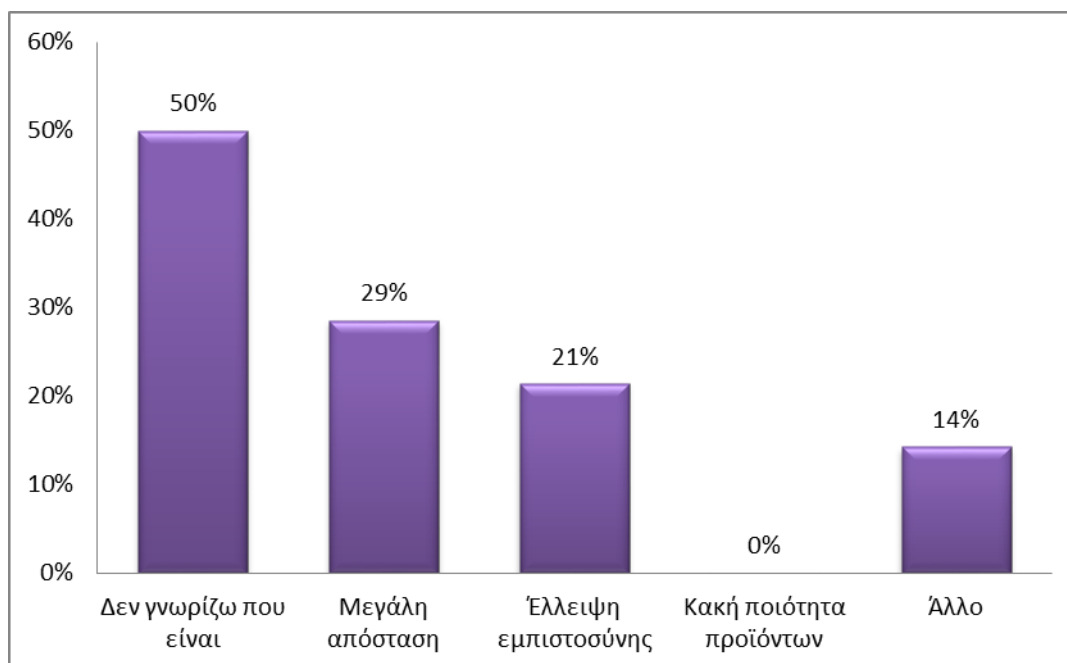
Όσον αφορά τις βιολογικές λαϊκές αγορές, ιδιαίτερα υψηλό ήταν το ποσοστό των ερωτηθέντων που γνωρίζουν την ύπαρξη των βιολογικών λαϊκών αγορών (84,4%). Βέβαια από τους 128, οι 100 επέλεγον τις βιολογικές λαϊκές αγορές για τις αγορές τους (78%).

Οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επέλεγον τις βιολογικές λαϊκές αγορές για την αγορά των προϊόντων απεικονίζονται στο παρακάτω διάγραμμα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι σημαντικότεροι λόγοι είναι η εμπιστοσύνη στους παραγωγούς (43,8%), η ποικιλία βιολογικών προϊόντων (34,4%), η εύκολη προσβασιμότητα (25%) και οι χαμηλότερες τιμές (14,8%) (βλ. Διάγραμμα 14).



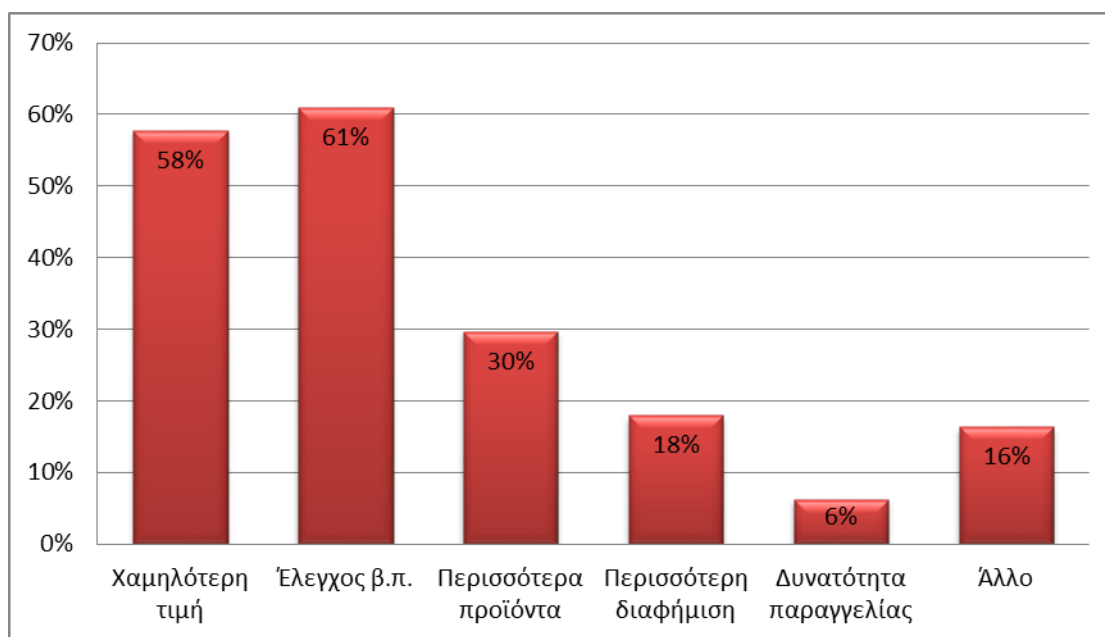
Διάγραμμα 14: Λόγοι επιλογής βιολογικών λαϊκών αγορών

Από την άλλη πλευρά, στο Διάγραμμα 15 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους λόγους για τους οποίους οι ερωτηθέντες δεν προτιμούν τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Σύμφωνα με τα στοιχεία, οι κύριοι λόγοι είναι ότι δεν γνωρίζουν πού είναι (10,9%), ότι είναι μακριά από την οικία τους (6,3%), καθώς και η έλλειψη εμπιστοσύνης ότι το προϊόν είναι βιολογικό (4,7%) (βλ. Διάγραμμα 15).



Διάγραμμα 15: Λόγοι μη επιλογής βιολογικών λαϊκών αγορών

Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με τους παράγοντες που μπορούν να παρακινήσουν την αύξηση της συχνότητας αγοράς προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Όπως παρατηρείται, τα μεγαλύτερα κίνητρα είναι ο έλεγχος των βιολογικών προϊόντων από εγκεκριμένους φορείς (62,5%), η χαμηλότερη τιμή (57,8%), τα περισσότερα προϊόντα από τον τόπο καταγωγής των ερωτηθέντων (29,7%), η περισσότερη διαφήμιση από τα Μ.Μ.Ε. (18%), αλλά και η δυνατότητα παραγγελίας και διανομής των βιολογικών προϊόντων από το σπίτι (6,3%) (βλ. Διάγραμμα 16).



Διάγραμμα 16: Κίνητρα αγοράς βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

Τέλος, το 79,7% του συνόλου του δείγματος δηλώνει ότι η οικονομική κρίση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας, μπορεί να ευνοήσει τη δημιουργία προοπτικών ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών.

5.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ χ^2

5.2.1 Μεθοδολογική προσέγγιση

Ο βαθμός εξάρτησης δύο μεταβλητών X , Y μπορεί να μετρηθεί με τη χρήση του συντελεστή συσχέτισης χ^2 . Πιο συγκεκριμένα, πραγματοποιείται έλεγχος υποθέσεων για να καθοριστεί αν υπάρχει συσχέτιση ή όχι μεταξύ των μεταβλητών. Η διατύπωση κάθε ελέγχου υποθέσεων περιλαμβάνει τη μηδενική (H_0) και την εναλλακτική (H_1) υπόθεση. Στη μηδενική υπόθεση τα χαρακτηριστικά X , Y κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό, ενώ στην εναλλακτική υπόθεση δεν κατανέμονται ανεξάρτητα στον πληθυσμό.

Η τιμή της στατιστικής χ^2 συγκρίνεται με την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής (P- value) και οδηγεί στα ακόλουθα συμπεράσματα:

- Αν $P\text{-value} > 0,10$, τότε γίνεται αποδεκτή η μηδενική υπόθεση H_0 , δηλαδή οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.
- Αν $P\text{-value} < 0,10$, τότε γίνεται αποδεκτή η εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται με επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%.
- Αν $P\text{-value} < 0,05$, τότε γίνεται αποδεκτή η εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται με επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%.
- Αν $P\text{-value} < 0,01$, τότε γίνεται αποδεκτή η εναλλακτική υπόθεση H_1 , δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται με επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

5.2.2 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων

Μέσω του προγράμματος SPSS 21,0 έγιναν συσχετίσεις των δημογραφικών χαρακτηριστικών με όλες τις υπόλοιπες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, καθώς και μεταξύ αυτών. Μόνο οι ακόλουθες παρουσιάζουν στατιστικό ενδιαφέρον.

Στον πίνακα 1 παρατηρείται από τον έλεγχο χ^2 ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών «οικογενειακή κατάσταση» και «συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων» ($\chi^2=29,679$, $df=20$, $p\text{-value}=0,075$). Συγκεκριμένα, το 15,6% των ερωτηθέντων που είναι έγγαμοι, αγοράζουν βιολογικά προϊόντα μια φορά την εβδομάδα, ενώ μόλις το 1,6% δεν αγοράζει ποτέ βιολογικά προϊόντα.

Πίνακας 1: Σχέση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και συχνότητας αγοράς βιολογικών προϊόντων

		Συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων					Σύνολο
		Ποτέ	Λιγότερο από μια φορά το μήνα	1-3 φορές το μήνα	Μια φορά την εβδομάδα	Περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα	
Οικογενειακή Κατάσταση	Άγαμος	2	13	22	12	9	58
		1,6%	10,2%	17,2%	9,4%	7%	45,4%
	Έγγαμος	2	9	15	20	14	60
		1,6%	7%	11,7%	15,6%	11%	46,9%
	Διαζευγμένος	0	0	0	2	0	2
		0%	0%	0%	1,6%	0%	1,6%
	Σε διάσταση	0	0	0	1	0	1
		0%	0%	0%	0,8%	0%	0,8%
	Σε χηρεία	2	0	3	0	1	6
		1,6%	0%	2,3%	0%	0,8%	4,7%
	Άλλο	0	0	1	0	0	1
		0%	0%	0,8%	0%	0%	0,8%
Σύνολο		6	22	41	35	24	128
		4,7%	17,2%	32%	27,3%	18,8%	100%

a. 22 cells (73,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 0,05.

Επίσης υπάρχει συσχέτιση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και συχνότητας αγοράς βιολογικών προϊόντων σύμφωνα με τα στοιχεία του ελέγχου χ^2 ($\chi^2=29,442$, $df=20$, $p_value=0,079$). Αναλυτικότερα, το 14,8% των ερωτώμενων που είναι απόφοιτοι Λυκείου, δήλωσαν ότι αγοράζουν βιολογικά προϊόντα 1-3 φορές το μήνα και μόλις το 1,6% δήλωσε ότι δεν αγοράζει ποτέ βιολογικά προϊόντα.

Πίνακας 2: Σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και συχνότητας αγοράς βιολογικών προϊόντων

		Συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων					Σύνολο
		Ποτέ	Λιγότερο από μια φορά το μήνα	1-3 φορές το μήνα	Μια φορά την εβδομάδα	Περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα	
Μορφω-	Απ.Δημο	1	4	4	1	1	11

Τιτικό επίπεδο	Τικού						
		0,8%	3,1%	3,1%	0,8%	0,8%	8,6%
	Απ.Γυμν ασίου	1	1	1	2	2	7
		0,8%	0,8%	0,8%	1,6%	1,6%	5,5%
	Απ.Λυκε ίου	2	11	19	6	4	42
		1,6%	8,6%	14,8%	4,7%	3%	32,8%
	Απ.Ι.Σ.	0	1	7	5	4	17
		0%	0,8%	5,5%	3,9%	3%	13,3%
	Απ. ΑΕΙ/ΤΕΙ	1	4	9	15	10	39
		0,8%	3,1%	7%	11,8%	7,8%	30,5%
	Μετ.Σπο υδές	1	1	1	6	3	12
		0,8%	0,8%	0,8%	4,7%	2,3%	9,4%
Σύνολο		6	22	41	35	24	128
		4,7%	17,2%	32%	27,3%	18,8%	100%

a. 21 cells (70,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 0,33.

Επίσης, υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών «επάγγελμα» και «συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων» ($\chi^2=46,233$, $df=28$, $p_value=0,016$). Αναλυτικότερα, το 10,2% των ερωτηθέντων που εργάζεται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι, δήλωσε ότι αγοράζει βιολογικά προϊόντα μία φορά την εβδομάδα ενώ κανένας ιδιωτικός υπάλληλος δεν αγόρασε ποτέ βιολογικά προϊόντα (βλ. Πίνακας 3).

Το ίδιο αποτέλεσμα παρατηρείται και για τη σχέση μεταξύ εισοδήματος και συχνότητας αγοράς βιολογικών προϊόντων ($\chi^2=11,140$, $df=4$, $p_value=0,025$). Πιο συγκεκριμένα, το 28,4% των καταναλωτών που έχουν εισόδημα έως 15.000 δήλωσαν ότι αγοράζουν βιολογικά προϊόντα 1-3 φορές το μήνα ενώ μόλις το 5,5% των ερωτώμενων, που έχουν ετήσιο ατομικό εισόδημα άνω των 15.000 ευρώ δήλωσε ότι αγοράζει βιολογικά προϊόντα περισσότερο από μία φορά την εβδομάδα (βλ. Πίνακας 4).

Πίνακας 3: Σχέση μεταξύ επαγγέλματος και συχνότητας αγοράς βιολογικών προϊόντων

	Συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων					Σύνολο
	Ποτέ	Λιγότερο από μια φορά το μήνα	1-3 φορές το μήνα	Μια φορά την εβδομάδα	Περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα	

Επάγγελμα	Δημ.υπαλ.	2	1	9	6	0	18
		1,6%	0,8%	7%	4,7%	0%	14,1%
	Ιδιωτ.υπαλ.	0	5	8	13	8	34
		0%	3,9%	6,3%	10,2%	6,3%	26,6%
	Ελ.επαγγελμ.	1	4	6	5	8	24
		0,8%	3%	4,7%	3,9%	6,3%	18,8%
	Φοιτητής	1	7	8	0	0	16
		0,8%	5,5%	6,3%	0%	0%	12,5%
	Συνταξιούχος	1	1	3	4	0	9
		0,8%	0,8%	2,3	3%	0%	7%
	Οικιακά	1	2	5	1	2	11
		0,8%	1,6%	3,9%	0,8%	1,6%	8,6%
	Άνεργος	0	2	1	4	3	10
		0%	1,6%	0,8%	3%	2,3%	7,8%
	Άλλο	0	0	1	2	3	6
		0%	0%	0,8%	1,6%	2,3%	4,7%
Σύνολο		6	22	41	35	24	128
		4,7%	17,2%	32%	27,3%	18,8%	100%

a. 32 cells (80,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 0,28.

Πίνακας 4: Σχέση μεταξύ εισοδήματος και συχνότητας αγοράς βιολογικών προϊόντων

		Συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων					Σύνολο
		Ποτέ	Λιγότερο από μια φορά το μήνα	1-3 φορές το μήνα	Μια φορά την εβδομάδα	Περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα	
Ετήσιο Ατομικό Εισόδημα	0-15.000	6	21	36	24	16	103
		4,7%	16,5%	28,4%	18,9%	12,6%	81,1%
	Άνω των 15.000	0	1	5	11	7	24
		0%	0,8%	3,9%	8,7%	5,5%	18,9%
Σύνολο		6	22	41	35	23	127
		4,7%	17,3%	32,3%	27,6%	18,1%	100%

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,13.

5.2.3 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και προθυμίας καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων

Στον πίνακα 5 παρατηρείται από τον έλεγχο χ^2 ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών «φύλο» και «προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων» ($\chi^2=3,957$, $df=1$, $p_value=0,047$). Συγκεκριμένα, από το σύνολο των καταναλωτών, το 37,5% που ήταν γυναίκες, δήλωσε ότι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για να αποκτήσουν βιολογικά προϊόντα ενώ το 21,1% που ήταν άνδρες δήλωσαν ότι δεν επιθυμούν να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων.

Πίνακας 5: Σχέση μεταξύ φύλου και προθυμίας καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων

		Προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	17	48	65
		13,3%	37,5%	50,8%
	Ανδρας	27	36	63
		21,1%	28,1%	49,2%
Σύνολο		44	84	128
		34,4%	65,6%	100%

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,66.

b. Computed only for a 2x2 table

Επιπρόσθετα σημειώνεται στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του εισοδήματος και της προθυμίας καταβολής επιπλέον χρημάτων για την απόκτηση οργανικών προϊόντων ($\chi^2=19,245$, $df=6$, $p_value=0,004$). Οι καταναλωτές που είναι πρόθυμοι να καταβάλλουν επιπλέον χρήματα για την απόκτηση βιολογικών προϊόντων και έχουν εισόδημα έως 5.000 ευρώ αποτελούν το 23,6% του συνόλου των ερωτηθέντων ενώ μόλις το 10,2% των καταναλωτών με το ίδιο εισόδημα δεν είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα.

Πίνακας 6: Σχέση μεταξύ εισοδήματος και προθυμίας καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων

		Προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Ετήσιο Ατομικό Εισόδημα	0-5.000	13	30	43
		10,2%	23,6%	33,9%
	5.000-10.000	21	13	34
		16,5%	10,2%	26,8%
	10.000-15.000	6	20	26
		4,7%	15,8%	20,5%
	15.000-20.000	2	10	12
		1,6%	7,9%	9,5%
	20.000-25.000	1	3	4
		0,8%	2,4%	3,2%
	25.000-30.000	0	3	3
		0%	2,4%	2,4%
	Άνω των 30.000	0	5	5
		0%	3,9%	3,9%
Σύνολο		43	84	127
		33,9%	66,1%	100%

- a. 7 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,02.

5.2.4 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και αγοράς βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

Ο έλεγχος χ^2 έδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και βιολογικών λαϊκών αγορών ($\chi^2=9,492$, $df=5$, $p_value=0,091$). Όπως παρατηρείται από τα στοιχεία του πίνακα 7, το 39,1% των ερωτώμενων που ανήκουν στην κατηγορία των έγγαμων επιλέγουν τις βιολογικές λαϊκές αγορές για την αγορά προϊόντων σε αντίθεση με τους άγαμους (10,2%) που δεν τις προτιμούν.

Πίνακας 7: Σχέση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και αγοράς βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

		Βιολογικές λαϊκές αγορές		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Οικογενειακή Κατάσταση	Άγαμος	13	45	58
		10,2%	35,2%	45,3%
	Έγγαμος	10	50	60
		7,8%	39,1%	46,9%
	Διαζευγμένος	1	1	2
		0,8%	0,8%	1,6%
	Σε διάσταση	0	1	1
		0%	0,8%	0,8%
	Σε χηρεία	4	2	6
		3,1%	1,6%	4,7%
	Άλλο	0	1	1
		0%	0,8%	0,8%
Σύνολο		28	100	128
		21,9%	78,1%	100%

a. 8 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 0,22.

Επίσης, σημειώνεται στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του μορφωτικού επιπέδου και των βιολογικών λαϊκών αγορών ($\chi^2=13,110$, $df=5$, $p_value=0,022$). Οι καταναλωτές που προτιμούν να αγοράζουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές και που είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ αποτελούν το 26,6% του συνόλου των καταναλωτών, σε αντίθεση με τους απόφοιτους ιδιωτικής σχολής που δεν επιλέγουν τις βιολογικές λαϊκές αγορές και αποτελούν το 0,8% του συνόλου των ερωτηθέντων.

Πίνακας 8: Σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και αγοράς βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

		Βιολογικές λαϊκές αγορές		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απ.Δημοτικού	5	6	11
		3,9%	4,7%	8,6%
	Απ.Γυμνασίου	3	4	7
		2,3%	3,1%	5,4%

	Απ.Λυκείου	13	29	42
		10,2%	22,7%	32,8%
	Απ.Ι.Σ.	15	16	17
		0,8	12,5%	13,3%
	Απ. ΑΕΙ/ΤΕΙ	5	34	39
		3,9%	26,6%	30,5%
	Μετ.Σπουδές	1	11	12
		0,8%	8,6%	9,4%
Σύνολο		28	100	128
		21,9%	78.1%	100%

- a. 4 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,53.

Τέλος, ο έλεγχος χ^2 έδειξε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του επαγγέλματος και των βιολογικών λαϊκών αγορών ($\chi^2=13,431$, $df=7$, $p_value=0,062$). Όπως παρατηρείται από τα στοιχεία του πίνακα 9, το 23,4% του συνόλου των καταναλωτών που δουλεύουν ως ιδιωτικοί υπάλληλοι αγοράζουν τα προϊόντα από τις βιολογικές λαϊκές αγορές, σε αντίθεση με το 3,1% των ιδιωτικών υπαλλήλων που δεν τις προτιμούν.

Πίνακας 9:Σχέση μεταξύ επαγγέλματος και βιολογικών λαϊκών αγορών

		Βιολογικές λαϊκές αγορές		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Επάγγελμα	Δημ.υπαλ.	6	12	18
		4,7%	9,4%	14,1%
	Ιδιωτ.υπαλ.	4	30	34
		3,1%	23,4%	26,6%
	Ελ.επαγγελμ.	5	19	24
		3,9%	14,8%	18,6%
	Φοιτητής	8	8	16
		6,3%	6,3%	12,5%
	Συνταξιούχος	2	7	9
		1,6%	5,5%	7%
	Οικιακά	2	9	11
		1,6%	7%	8,6%
	Άνεργος	1	9	10
		0,8%	7%	7,8%

	Άλλο	0	6	6
		0%	4,7%	4,7%
Σύνολο		28	100	128
		21,9%	78,1%	100%

- a. 7 cells (43,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,31.

5.2.5 Σχέση μεταξύ δημογραφικών χαρακτηριστικών και προοπτικών ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών

Στον πίνακα 10 παρατηρείται από τον έλεγχο χ^2 ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών «φύλο» και «προοπτικές ανάπτυξης βιολογικών λαϊκών αγορών» ($\chi^2=2,784$, $df=1$, $p_value=0,095$). Συγκεκριμένα, από το σύνολο των καταναλωτών, το 42,2% των ανδρών θεωρεί ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης, ενώ το 13,3% των γυναικών δηλώνουν το αντίθετο.

Πίνακας 10: Σχέση μεταξύ φύλου και προοπτικών ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών

		Προοπτικές ανάπτυξης βιολογικών λαϊκών αγορών		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	17	48	65
		13,3%	37,5%	50,8%
	Άνδρας	9	54	63
		7%	42,2%	49,2%
Σύνολο		26	102	128
		20,3%	79,7%	100%

- a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,80.
- b. Computed only for a 2x2 table

Παρομοίως στον πίνακα 11 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του ελέγχου για τον βαθμό στον οποίο υπάρχει συσχέτιση μεταξύ επαγγέλματος και προοπτικών ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών. Όπως παρατηρείται από την τιμή οι δύο

μεταβλητές είναι εξαρτημένες ($\chi^2=15,513$, $df=7$, $p_value=0,095$). Συγκεκριμένα, το 24,2% των ερωτηθέντων που εργάζονται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών, ενώ το 2,3% από αυτούς πιστεύει το αντίθετο.

Πίνακας 11: Σχέση μεταξύ επαγγέλματος και προοπτικών ανάπτυξης βιολογικών λαϊκών αγορών

		Προοπτικές ανάπτυξης βιολογικών λαϊκών αγορών		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Επάγγελμα	Δημ.υπαλ.	5	13	18
		3,9%	10,2%	14,1%
	Ιδιωτ.υπαλ.	3	31	34
		2,3%	24,2%	26,6%
	Ελ.επαγγέλμ.	3	21	24
		2,3%	16,4%	18,8%
	Φοιτητής	8	8	16
		6,3%	6,3%	12,5%
	Συνταξιούχος	3	6	9
		2,3%	4,7%	7%
	Οικιακά	2	9	11
		1,6%	7%	8,6%
	Άνεργος	2	8	10
		1,6%	6,3%	7,8%
	Άλλο	0	6	6
		0%	4,7%	4,7%
Σύνολο		26	102	128
		20,3%	79,7%	100%

- a. 8 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,22.

5.3 ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

5.3.1 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την αγορά βιολογικών προϊόντων

Σύμφωνα με προηγούμενες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν (Ghorbani and Hamraz, 2009, Marreiros et al., 2010, Roitner-Schobesberger et al., 2008, Thompson and Kidwell, 1998, Reicks et al., 1997, Rousseau and Vranken, 2013), η αγορά βιολογικών προϊόντων επηρεάζεται από το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, τον αριθμό των προστατευόμενων μελών, το εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο καθώς και τη γνώση για τα βιολογικά προϊόντα. Στην παρούσα έρευνα προστέθηκε και το επάγγελμα των ερωτηθέντων. Το σύνολο των μεταβλητών φαίνεται στο υπόδειγμα I του πίνακα 7.1.

Η γενική μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης είναι:

$$1. \text{Buybio1} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{age2} + b_4 * \text{family3} + b_5 * \text{members} + b_6 * \text{income} + b_7 * \text{ed3} + b_8 * \text{job3} + b_9 * \text{knowbio} + \varepsilon_i$$

Όπου:

- Buybio1: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν οι καταναλωτές δηλώνουν ότι αγοράζουν βιολογικά προϊόντα και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση
- gender: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος είναι γυναίκα
- age: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου
- age2: το τετράγωνο της ηλικίας του ερωτώμενου
- family3: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν είναι παντρεμένοι και την τιμή 0 όταν οι ερωτηθέντες είναι άγαμοι
- members: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει τον αριθμό των μελών της οικογένειας των καταναλωτών
- income: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει το ατομικό ετήσιο καθαρό εισόδημα
- ed3: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν οι ερωτηθέντες είναι κάτοχοι μεταπτυχιακών σπουδών και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση
- job3: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν οι καταναλωτές εργάζονται ως δημόσιοι και ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση

- knowbio: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν οι καταναλωτές γνωρίζουν για τα βιολογικά προϊόντα και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση
- ε_i: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Πίνακας 12 : Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για το εάν οι καταναλωτές αγοράζουν βιολογικά προϊόντα (n=128)

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I LOGIT
	Συντελεστής
Σταθερός όρος	3.828 (1.663)
Gender	1.188 (0.669)
Age	-0.033 (0.200)
Age2	7.796 ^{**} (4.948)
Family3	-8.054 ^{**} (4.900)
members	24.014 (0.000)
income	0.905 (0.905)
Ed3	-5.721 [*] (3.683)
Job3	-2.750 (1.525)
Knowbio	1.117 (1.537)
R2 (Nagelkerke)	0.545
-2 Log Likelihood	24.220
Σημείωση: Οι ενδείξεις ***,**και* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5%, και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις παρουσιάζουν την στατιστική wald.	

Η τελική εξίσωση παλινδρόμησης είναι:

$$2. \text{Buybio1} = 3,828 + 7,796 * \text{age2} - 8,054 * \text{family3} - 5,721 * \text{ed3}$$

Από τον πίνακα φαίνεται ότι η οικογενειακή κατάσταση είναι στατιστικά σημαντική παράμετρος σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και επιδρά αρνητικά στην αγορά βιολογικών προϊόντων, που σημαίνει ότι όσο αυξάνεται ο αριθμός των καταναλωτών που δήλωσαν ότι είναι παντρεμένοι, είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα.

Επιπρόσθετα, η ηλικία επηρεάζει θετικά την αγορά βιολογικών προϊόντων. Μάλιστα είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή, όσο αυξάνεται ηλικία των ερωτηθέντων, είναι περισσότερο πιθανό να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα.

Επίσης, το μορφωτικό επίπεδο επηρεάζει αρνητικά την αγορά βιολογικών προϊόντων. Μάλιστα είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Πιο συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται ο αριθμός των καταναλωτών που είναι κάτοχοι μεταπτυχιακών σπουδών, είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα.

Ακόμα εξετάστηκαν οι μεταβλητές: φύλο, ηλικία, ύπαρξη προστατευόμενων μελών, επάγγελμα και ετήσιο ατομικό εισόδημα, οι οποίες όμως δεν ήταν στατιστικά σημαντικές στο προαναφερθέν υπόδειγμα.

Στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 (Nagelkerke) είναι 0,545, το οποίο σημαίνει ότι η συγκεκριμένη παλινδρόμηση ερμηνεύει το 54,5% της πιθανότητας ο ερωτώμενος να αγοράσει βιολογικά προϊόντα.

Συμπεραίνεται λοιπόν ότι, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών, είναι περισσότερο πιθανό να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα. Από την άλλη, όσο αυξάνεται ο αριθμός των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι κάνουν μεταπτυχιακές σπουδές, είναι λιγότερο πιθανό να επιλέξουν τα βιολογικά προϊόντα για τις αγορές τους, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με έρευνες που έχουν γίνει στο παρελθόν, που αποδεικνύουν ότι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο επηρεάζει θετικά την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων (Rousseau and Vranken, 2013, Roitner-Schobesberger et al., 2008). Τέλος, οι έγγαμοι καταναλωτές είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα.

5.3.2 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων

Στη παρούσα έρευνα εξετάστηκαν οι παράγοντες που προσδιορίζουν την προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων. Οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προθυμία είναι: το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, ο αριθμός των προστατευόμενων μελών, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα, καθώς και το εισόδημα. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης. Στο υπόδειγμα I βρίσκονται

ολες οι μεταβλητές, ενώ στο υπόδειγμα II αφαιρέθηκαν οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η γενική μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης είναι:

$$1. \text{ Willpay} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{age}^2 + b_4 * \text{family}^3 + b_5 * \text{number} + b_6 * \text{income} + b_7 * \text{job}^4 + b_8 * \text{edu}^5 + \varepsilon_i$$

Όπου:

- Willpay: ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων
- Gender: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος είναι γυναίκα
- age: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου
- age²: το τετράγωνο της ηλικίας του ερωτώμενου
- family³: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι παντρεμένος και την τιμή 0 όταν είναι άγαμος
- number: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει τον αριθμό των προστατευόμενων μελών των καταναλωτών
- income: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει το ατομικό ετήσιο καθαρό εισόδημα
- job⁴: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνεργος και την τιμή 0 όταν δουλεύει ως ιδιωτικός και δημόσιος υπάλληλος
- edu⁵: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος ιδιωτικής σχολής, ΑΕΙ/ΤΕΙ ή κάτοχος μεταπτυχιακών σπουδών και την τιμή 0 όταν είναι απόφοιτος Δημοτικού, Γυμνασίου ή Λυκείου

Πίνακας 13: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για το εάν οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων(n=128)

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I LOGIT	Υπόδειγμα II LOGIT
	Συντελεστής	Συντελεστής
Σταθερός όρος	24,836 (0,000)	0,238 (0,855)
Gender	-0,545	-

	(0,349)	
Age	-0,028 (0,152)	-
Age2	0,174 (0,122)	-
Number	0,904 (0,332)	-
Income	1,365** (5,331)	0,333** (4,995)
Job4	0,906 (0,656)	-
Family3	-23,842 (0,000)	-
Edu5	-1,872 (1,953)	-
R2 (Nagelkerke)	0,352	0,063
-2 Log Likelihood	37,143	156,702
Σημείωση: Οι ενδείξεις ***,**και* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5%, και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις παρουσιάζουν την στατιστική wald.		

Η τελική μορφή της παλινδρόμησης είναι:

$$2. \text{ Willpay} = 0,238 + 0,333 * \text{income}$$

Από τον πίνακα 7.2 προκύπτει ότι μόνο η μεταβλητή που αφορά το εισόδημα επηρεάζει θετικά την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων. Δηλαδή, όσο αυξάνεται το ετήσιο ατομικό εισόδημα των ερωτηθέντων, είναι περισσότερο πιθανό να πληρώσουν επιπλέον χρήματα. Αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Οι μεταβλητές όπως, φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, αριθμός των παιδιών, μορφωτικό επίπεδο, καθώς και επάγγελμα, δεν ήταν στατιστικά σημαντικές στο προαναφερθέν υπόδειγμα.

Στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 (Nagelkerke) είναι 0,063, το οποίο σημαίνει ότι η συγκεκριμένη παλινδρόμηση ερμηνεύει το 6,3% της πιθανότητας οι καταναλωτές να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων.

Συμπερασματικά, όσο αυξάνεται το εισόδημα, αυξάνεται και η προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά οργανικών προϊόντων.

5.3.3 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

Στη παρούσα έρευνα εξετάστηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για την αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Στο υπόδειγμα I του πίνακα 7.2, βρίσκονται τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης για όλες τις μεταβλητές οι οποίες εξετάστηκαν, ενώ σταδιακά απαλείφονταν οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται στο υπόδειγμα II μόνο οι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η γενική μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης είναι:

$$1. \text{Biomarkt} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{family3} + b_4 * \text{edu4} + b_5 * \text{job6} + \varepsilon_i$$

Όπου:

- Biomarkt: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος επιλέγει τις βιολογικές λαϊκές αγορές για την αγορά βιολογικών προϊόντων και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση
- gender: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος είναι γυναίκα
- age: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου
- family3: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι έγγαμος και την τιμή 0 όταν είναι άγαμος
- edu4: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ ή κάτοχος μεταπτυχιακών σπουδών και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση
- job6: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος δουλεύει ως ιδιωτικός υπάλληλος και την 0 όταν εργάζεται ως δημόσιος υπάλληλος

Πίνακας 14: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τις βιολογικές λαϊκές αγορές (n=128)

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I LOGIT	Υπόδειγμα II LOGIT
	Συντελεστής	Συντελεστής
Σταθερός όρος	-1,515	-0,053

	(0,471)	(0,007)
Gender	-0,019 (0,000)	-
Age	0,064 (1,055)	-
Family3	-1,728 (1,794)	-
Edu4	1,593* (3,403)	1,326* (3,049)
Job6	1,370* (2,883)	1,326* (3,049)
R2 (Nagelkerke)	0,242	0,189
-2 Log Likelihood	42,392	44,396
Σημείωση: Οι ενδείξεις ***,**και* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5%, και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις παρουσιάζουν την στατιστική wald.		

Η τελική μορφή της παλινδρόμησης είναι η εξής:

$$2. \text{ Biomarkt} = -0,053 + 1,326 \cdot \text{edu4} + 1,326 \cdot \text{job6}$$

Όπως παρατηρείται από τον παραπάνω πίνακα, το μορφωτικό επίπεδο επηρεάζει θετικά την επιλογή των βιολογικών λαϊκών αγορών για τις αγορές των καταναλωτών και είναι στατιστικά σημαντική παράμετρος σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Έτσι, όσοι είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ ή κάτοχοι μεταπτυχιακών σπουδών, είναι περισσότερο πιθανό να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα από τις βιολογικές λαϊκές αγορές.

Παράλληλα, το επάγγελμα επιδρά θετικά στις βιολογικές λαϊκές αγορές και είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Πιο συγκεκριμένα, όσοι εργάζονται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι είναι περισσότερο πιθανόν να επιλέξουν τις βιολογικές λαϊκές αγορές για τις αγορές τους.

Μεταβλητές όπως το φύλο, η ηλικία και η οικογενειακή κατάσταση δεν ήταν στατιστικά σημαντικές στο προαναφερθέν υπόδειγμα.

Στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 (Nagelkerke) είναι 0,189, το οποίο σημαίνει ότι η συγκεκριμένη παλινδρόμηση ερμηνεύει το 18,9% της πιθανότητας οι καταναλωτές να αγοράζουν προϊόντα από τις βιολογικές λαϊκές αγορές.

Συμπερασματικά, οι κάτοχοι ανωτέρων σπουδών, καθώς και όσοι εργάζονται ως ιδιωτικοί υπάλληλοι είναι περισσότερο πιθανό να επιλέξουν τις βιολογικές λαϊκές αγορές για την αγορά οργανικών προϊόντων.

5.3.4 Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες για τις προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών

Στην παρούσα παλινδρόμηση θα εκτιμηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρέασαν τους καταναλωτές και δήλωσαν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης. Πιο αναλυτικά, οι παράγοντες που εξετάστηκαν είναι αρχικά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, η αγορά βιολογικών προϊόντων, η επιλογή των βιολογικών λαϊκών αγορών για τις αγορές τους, καθώς και η προθυμία να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για να αποκτήσουν βιολογικά προϊόντα.

Η γενική μορφή της λογιστικής παλινδρόμησης διαμορφώνεται ως εξής:

$$1. \text{ Prospects} = b_0 + b_1 * \text{gender} + b_2 * \text{age} + b_3 * \text{family3} + b_4 * \text{biomarkt} + b_5 * \text{willpay} + \varepsilon_i$$

Όπου:

- Prospects: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος πιστεύει ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης και 0 στην αντίθετη περίπτωση
- gender: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος είναι γυναίκα
- age: ποσοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου.
- family3: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι έγγαμος και την τιμή 0 όταν είναι άγαμος
- biomarkt: ψευδομεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος επιλέγει τις βιολογικές λαϊκές αγορές για την αγορά βιολογικών προϊόντων και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση
- Willpay: ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων

Πίνακας 15: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τις προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης (n=128)

Μεταβλητές	Υπόδειγμα I LOGIT	Υπόδειγμα II LOGIT	Υπόδειγμα III LOGIT
	Συντελεστής	Συντελεστής	Συντελεστής
Σταθερός όρος	-0,026 (0,001)	-0,510 (0,383)	-1.055* (3.259)
Gender	1,168** (4,617)	1,039** (3,866)	1.045** (3.933)
Age	-0,049* (3,069)	-0,015 (0,816)	-
Family3	1,292 (2,477)	-	-
Biomarkt	2,095*** (15,340)	1,999*** (15,133)	1.997*** (15.360)
Willpay	1,108** (4,160)	1,075** (4,116)	0.996* (3.745)
R2 (Nagelkerke)	0,297	0,271	0.265
-2 Log Likelihood	101,759	104,388	105.580
	Σημείωση: Οι ενδείξεις ***,**και* υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5%, και 10% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις παρουσιάζουν την στατιστική wald.		

Η τελική μορφή της παλινδρόμησης είναι:

$$2. \text{ Prospects} = -1.055 + 1.045 * \text{gender} + 1.997 * \text{biomarkt} + 0.996 * \text{willpay}$$

Το φύλο είναι στατιστικά σημαντική παράμετρος σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και επιδρά θετικά στις προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών. Αυτό σημαίνει ότι οι άντρες είναι πιο πιθανό να πιστεύουν ότι υπάρχουν ευκαιρίες ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης.

Ακόμα, η επιλογή των βιολογικών λαϊκών αγορών για τις αγορές τους επιδρά θετικά στις προοπτικές ανάπτυξης. Πιο αναλυτικά, όσοι αγοράζουν προϊόντα από τις βιολογικές λαϊκές αγορές είναι περισσότερο πιθανό να πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξής τους. Η παράμετρος αυτή αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Επιπρόσθετα, όσοι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων είναι περισσότερο πιθανό να θεωρούν ότι μπορεί να επέλθει ανάπτυξη στις βιολογικές λαϊκές αγορές. Μάλιστα είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Οι μεταβλητές, όπως η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα, το ετήσιο ατομικό εισόδημα, η ύπαρξη παιδιών, καθώς και η αγορά βιολογικών προϊόντων δεν αποτελούν στατιστικά σημαντικές παράμετροι.

Στο συγκεκριμένο υπόδειγμα, το R^2 (Nagelkerke) είναι 0,265, το οποίο σημαίνει ότι η συγκεκριμένη παλινδρόμηση ερμηνεύει το 26,5% της πιθανότητας οι καταναλωτές να πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών.

Συμπερασματικά, οι άντρες που αγοράζουν από βιολογικές λαϊκές αγορές, αλλά και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά οργανικών προϊόντων είναι περισσότερο πιθανό να πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν η διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών αναφορικά με τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Για την υλοποίηση της παρούσας έρευνας, μοιράσθηκαν ερωτηματολόγια σε 128 καταναλωτές του νομού Αττικής.

Σύμφωνα με τα κύρια ευρήματα της μελέτης, οι Έλληνες καταναλωτές αγοράζουν σε μεγάλο βαθμό από τις βιολογικές λαϊκές αγορές, ενώ τα βιολογικά προϊόντα με την μεγαλύτερη ζήτηση είναι τα λαχανικά, τα εσπεριδοειδή και το λάδι/ελιές. Παρά την οικονομική κρίση που μαστίζει τη χώρα μας, θετικό είναι το γεγονός ότι με το πέρασμα του χρόνου, για ένα μεγάλο ποσοστό καταναλωτών, παρατηρείται αύξηση στη προσωπική κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, αλλά και προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων.

Επιπρόσθετα, η έρευνα έδειξε ότι οι καταναλωτές επιλέγουν να αγοράσουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές κυρίως για την εμπιστοσύνη στους παραγωγούς, τη ποικιλία βιολογικών προϊόντων, την εύκολη προσβασιμότητα, αλλά και τις χαμηλότερες τιμές από τα υπόλοιπα σημεία πώλησης. Αντίθετα, βασικό εμπόδιο, για όσους δεν αγοράζουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές, είναι το γεγονός ότι δεν γνωρίζουν πού είναι. Επάλληλα, η έρευνα έδειξε ότι ο έλεγχος των βιολογικών προϊόντων από εγγεκριμένους φορείς, οι χαμηλότερες τιμές, αλλά και τα περισσότερα προϊόντα από τον τόπο καταγωγής τους, αποτελούν τρία από τα κυριότερα κίνητρα για την αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Ακόμη, οι καταναλωτές πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης.

Σύμφωνα με τις παλινδρομήσεις, εκτιμήθηκε ότι η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, αλλά και το μορφωτικό επίπεδο επηρεάζουν την αγορά βιολογικών προϊόντων. Πιο συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται η ηλικία, είναι πιο πιθανό να αγοράσουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές, γεγονός που συμφωνεί με παλαιότερες έρευνες (Ghorbani and Hamraz, 2009, Birgit Roitner-Schobesberger et al., 2008). Αντίθετα, όσοι είναι παντρεμένοι ή έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές, γεγονός που δεν συμφωνεί με τη θεωρία, μιας και οι Ghorbani και Hamraz σε έρευνα τους αποδείξανε ότι το μέγεθος της οικογένειας επηρεάζει θετικά την αγοραστική απόφαση για βιολογικά προϊόντα. Από την άλλη, οι Rousseau και Vranken αποδεικνύουν ότι το υψηλό μορφωτικό επίπεδο επηρεάζει θετικά την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων.

Επίσης, η έρευνα έδειξε ότι περισσότερο πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για να αγοράσουν βιολογικά προϊόντα είναι όσοι έχουν υψηλό εισόδημα. Ακόμη, σχετικά με τις βιολογικές λαϊκές αγορές, οι ιδιωτικοί υπάλληλοι, οι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ και οι κάτοχοι μεταπτυχιακών σπουδών είναι περισσότερο πιθανό να

αγοράσουν τα προϊόντα τους από εκεί. Αναφορικά με τις προοπτικές ανάπτυξης, οι άντρες είναι περισσότερο πιθανό να πιστεύουν ότι υπάρχουν δυνατότητες άνθισης των βιολογικών λαϊκών αγορών. Την ίδια άποψη έχουν και όσοι αγοράζουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές, αλλά και όσοι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν επιπλέον χρήματα για την αγορά οργανικών προϊόντων.

Ακόμη, σύμφωνα με τον έλεγχο ανεξαρτησίας μεταβλητής χ^2 προέκυψαν κάποια συμπεράσματα. Αρχικά, οι έγγαμοι, οι απόφοιτοι Λυκείου, οι ιδιωτικοί, καθώς και όσοι έχουν ετήσιο ατομικό εισόδημα έως 15.000 αγοράζουν περισσότερο βιολογικά προϊόντα. Αναφορικά με την καταβολή επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων, οι άντρες δεν είναι πρόθυμοι, ενώ μη πρόθυμοι παρουσιάζονται και όσοι έχουν ετήσιο ατομικό εισόδημα 5.000 έως 10.000. Επιπρόσθετα, οι καταναλωτές που αγοράζουν από τις βιολογικές λαϊκές αγορές είναι οι έγγαμοι, οι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, αλλά και οι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Τέλος, αποδείχθηκε ότι οι γυναίκες και οι ιδιωτικοί υπάλληλοι πιστεύουν ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης.

Τέλος, διαπιστώνεται από την έρευνα ότι οι προοπτικές ανάπτυξης των ελληνικών βιολογικών λαϊκών αγορών παρά την συνεχιζόμενη οικονομική κρίση παραμένουν θετικές, αφού υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για επιχειρηματική δραστηριοποίηση στον κλάδο, όχι μόνο από αγρότες αλλά και από κατοίκους αστικών περιοχών ευαισθητοποιημένους σε θέματα περιβάλλοντος. Αρχικά, οι καταναλωτές θα πρέπει να ενημερωθούν περισσότερο για τα οφέλη των βιολογικών προϊόντων τόσο για την υγεία τους, όσο και για την προστασία του περιβάλλοντος. Αυτό μπορεί να γίνει είτε μέσω διαφόρων εκπομπών στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο, είτε μέσω εξειδικευμένων περιοδικών, είτε μέσω διαφόρων εκδηλώσεων στις οποίες θα είναι προσκεκλημένοι εγγεκριμένοι φορείς πιστοποίησης βιολογικών προϊόντων, ιατροί, διατροφολόγοι, γεωργοί, αλλά και περιβαλλοντολόγοι, οι οποίοι θα ενημέρωσουν με στατιστικά στοιχεία τους καταναλωτές για την θετική πλευρά των βιολογικών προϊόντων. Έχοντας ενημερωθεί οι καταναλωτές για τα βιολογικά προϊόντα, θα είναι περισσότερο πρόθυμοι να πληρώσουν για την απόκτησή τους. Από την άλλη, δεν αρκεί μόνο η προθυμία των καταναλωτών για αγορά, αλλά και η δυνατότητα κάθε περιοχής να παρέχει βιολογικά προϊόντα. Αυτή η παροχή μπορεί να γίνει από τα supermarkets, τα ειδικά καταστήματα, από τις συμβατικές λαϊκές αγορές, καθώς και από τις βιολογικές λαϊκές αγορές. Ωστόσο, για να προτιμήσουν οι καταναλωτές τις βιολογικές λαϊκές αγορές έναντι των άλλων καναλιών διανομής θα πρέπει να οργανωθεί μία βιολογική λαϊκή αγορά σε κάθε περιοχή, ώστε να μπορούν οι καταναλωτές να προμηθεύονται τα προϊόντα από αυτές. Επίσης, για να επιβιώσουν, θα πρέπει οι τιμές των προϊόντων τους να είναι χαμηλότερες από τα υπόλοιπα σημεία πώλησης, ενώ αποτελεσματικό θα ήταν κάθε προϊόν να φέρει σφραγίδα πιστοποίησης ότι το παρόν προϊόν είναι βιολογικό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση

- Antonides G and W. Fred van Raaij. (1998). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Wiley, pp. 619
- Briz T. and Ward R.W. (2009). *Consumer awareness of organic products in Spain: An application of multinominal logit models*. Food policy, 34, pp. 295-304
- Crosby W. (1974). *The organic food myth*. The journal of the American medical association, 230 (2), pp. 276 – 277
- Dammann W.K. and Smith C. (2009). *Factors Affecting Low-income Women's Food Choices and the Perceived Impact of Dietary Intake and Socioeconomic Status on Their Health and Weight*. Journal of Nutrition Education and Behavior, 41, pp. 242–253
- FAO,2008
- Ghorbani M.and Hamraz S. (2009). *A Survey on Factors Affecting on Consumer's Potential Willingness to Pay for Organic Products in Iran*. Trends in Agriculture Economics, 2 , pp.10-16
- Klingbacher Elisabeth. 2009. Austria – country report
- Marreiros C., Lucas M.R., Röhrich K. (2010). *Explaining organic food choice on the basis of socio-demographics*. A study in Portugal and Germany. CEFAGE-UE Working Paper, pp. 1-18
- Rodale R. (1971). *Definition of organic food*. Nature, 285 (14), pp. 807
- Roitner-Schobesberger B., Darnhofer I., Somsook S., Vogl R. C. (2008). *Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand*. Food policy, 33, pp 112-121
- Rousseau S. and Vranken L. (2013). *Green market expansion by reducing information asymmetries: Evidence for labeled organic food products*. Food policy, 40, pp. 31-43
- Schimd O., Hamm U., Richter T. Dahlke A. (2004). *A guide to Successful Organic Marketing Initiatives*. Research Institute of Organic Agriculture, pp. 208.
- Thompson, G. and Kidwell J. (1998). *Explaining the Choice of Organic Produce: Cosmetic Defects, Prices, and Consumer Preferences*. American Journal of Agricultural Economics, 80, pp. 277-8
- Tregear A., Dent J.B.,McGregor M.J. (1994). *The Demand for Organically Grown Produce*. British Food Journal, 96, pp. 21-25
- Wandel, M. and Bugge, A. (1997). *Environmental concern in consumer evaluation of food quality*. Food Quality and Preference, 8, pp. 19-26(8)

- Williams C (2002). *Nutritional quality of organic food: Shades of grey or shades of green?*. Proceedings of the nutrition society, 61, pp. 19-24
- Wright S. (1997). *Europe goes organic*. Food Ingredients Europe, 3, pp. 39-43
- Zepeda L. and Deal D. (2009). *Organic and local food consumer behaviour:Alphabet Theory*. International Journal of Consumer Studies, pp. 1-9

Ελληνική

- Αποστολόπουλος Δ. Κ. (2009). *Τρόφιμα και Καταναλωτής: Διεπιστημονική Προσέγγιση στη Βιώσιμη Κατανάλωση Τροφίμων*. Ελληνοεκδοτική, Αθήνα
- Γαλανοπούλου-Σενδούκα Σ., Γεωργούδης Α., Καλμουρτζή Κ., Κρυστάλλης Α., Λίγδα Χ., Μηλιάδου Δ., Παναγιώτου Ε., Φωτόπουλος Χ. (2001). *Βιολογική γεωργία:Στόχοι-Προοπτικές*. Βιολογική γεωργία φυτική και ζωϊκή παραγωγή, Σταμούλης Α.Ε, Αθήνα
- Γαλανοπούλου-Σενδούκα Σ. (2001). *Εντατική, Εναλλακτική και Οικολογική γεωργία*. ΒΗΜΑ, Εφημερίδα της ένωσης γεωπόνων Ν.Λαρίσης, 17, pp 1-5
- ICAP, 2001: “βιολογικές καλλιέργειες- βιολογικά προϊόντα”, Αθήνα
- ICAP, 2002
- ICAP, 2003
- ICAP Κλαδική Μελέτη, 2007
<http://www.icap.gr/Default.aspx?id=1723&nt=146&lang=1>
- Κεράνης Γιώργος, Θεοδοσίου Ιωάννα. (2010). *Αγορές Αγροτών-Αγορές Βιοκαλλιεργητών. Η Απευθείας Διάθεση της τροφής στην Ελλάδα και τον κόσμο*. στο <http://www.bioagores.org>
- Miller T.G. (1999). *Βιώνοντας το περιβάλλον 2*. Αρχές περιβαλλοντικών επιστημών, 9η έκδοση, Ίων, Αθήνα

Διαδίκτυο

- <http://gr.dsorganic.com>
- <http://www.dionet.gr>
- <http://www.physiologike.gr>
- <http://www.agronews.gr>
- <http://www.minagric.gr>
- <http://organicconsumers.org>
- <http://www.iatronet.gr>
- www.organic-world.net
- Hellastat-Ανάλυση αγοράς 2009 www.hellastat.com/resources/:Mentor-biological.ptf.
- <http://www.hellastat.com>

- <http://edujob.gr>
- WOOA (2012). The World of Organic Agriculture 2012
<http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/yearbook/2012/fibl-ifoam-2012-summary.pdf>,
- ALARM-CSE, Πράσινο Μάρκετινγκ: Στάσεις, Αντιλήψεις & Συμπεριφορά των Ελλήνων Καταναλωτών- Έρευνα 2011, 24-5-2012.
<http://www.alarm.aueb.gr/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αριθμός ερωτηματολογίου



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

« Βιολογικές λαϊκές αγορές: προοπτικές, μέλλον και άποψη καταναλωτών»

Ερωτηματολόγιο

Στο πλαίσιο της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας διεξάγεται έρευνα με σκοπό τη μελέτη της άποψης των καταναλωτών για τις βιολογικές λαϊκές αγορές, καθώς και τις προοπτικές ανάπτυξης αυτών. Παρακαλείσθε να διαθέσετε μερικά λεπτά για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, το οποίο θα συμβάλλει καθοριστικά στην πραγμάτωση της έρευνάς μου. Να σημειωθεί ότι οι απαντήσεις είναι απόρρητες και ανώνυμες.

A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1. Φύλο

- ☐ Άνδρας
☐ Γυναίκα

2. Ηλικία:

3. Οικογενειακή Κατάσταση

- ☐ Άγαμος
☐ Έγγαμος
☐ Διαζευγμένος
☐ Σε διάσταση
☐ Σε χηρεία
☐ Άλλο:

4. Προστατευόμενα Μέλη

- ☐ Κανένα
- ☐ Ναι Αριθμός:.....

5. Μορφωτικό επίπεδο

- ☐ Απόφοιτος Δημοτικού
- ☐ Απόφοιτος Γυμνασίου
- ☐ Απόφοιτος Λυκείου
- ☐ Απόφοιτος Ιδιωτικής Σχολής
- ☐ Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ
- ☐ Μεταπτυχιακές Σπουδές

6. Επάγγελμα

- ☐ δημόσιος υπάλληλος
- ☐ ιδιωτικός υπάλληλος
- ☐ ελεύθερος επγγελματίας
- ☐ φοιτητής/τρια
- ☐ συνταξιούχος
- ☐ οικιακά
- ☐ άνεργος
- ☐ άλλο:

7. Ετήσιο ατομικό εισόδημα

- ☐ 0-5.000
- ☐ 5.000-10.000
- ☐ 10.000-15.000
- ☐ 15.000-20.000
- ☐ 20.000-25.000
- ☐ 25.000-30.000
- ☐ Άνω των 30.000

8. Μηνιαία έξοδα σε τρόφιμα (κατά άτομο)

- ☐ 0 – 100
- ☐ 101 – 250
- ☐ Άνω των 250

9. Σε τι περιοχή ζείτε;

- ☐ Αστική
- ☐ Αγροτική
- ☐ Ημιαστική

B. ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

10. Γνωρίζετε τι είναι τα βιολογικά προϊόντα;

- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγο
- ☐ Αρκετά
- ☐ Πολύ
- ☐ Πάρα πολύ

11. Γνωρίζετε ποια είναι τα οφέλη που προσφέρονται στον ανθρώπινο οργανισμό από την κατανάλωσή τους;

- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγο
- ☐ Αρκετά
- ☐ Πολύ
- ☐ Πάρα πολύ

12. Από που ενημερωθήκατε για τα βιολογικά προϊόντα;

- ☐ Από το Διαδίκτυο
- ☐ Απο τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
- ☐ Από συγγενείς και φίλους
- ☐ Από άλλη πηγή:.....(παρακαλώ αναφέρετε)

13. Πόσο συχνά αγοράζετε βιολογικά προϊόντα;

- ☐ Ποτέ
- ☐ Λιγότερο από μια φορά το μήνα
- ☐ 1-3 φορές το μήνα
- ☐ Μια φορά την εβδομάδα
- ☐ Περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα

14. Ποια/ ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες βιολογικών προϊόντων αγοράζετε συνήθως; (μπορείτε να δώσετε παραπάνω από μια απάντησεις)

- ☐ Λάδι / ελιές
- ☐ Κρασί

- ☐ Εσπεριδοειδή (π.χ. πορτοκάλια, λεμόνια, μανταρίνια κλπ)
- ☐ Δημητριακά
- ☐ Ξηροί καρποί
- ☐ Κρέας
- ☐ Λαχανικά
- ☐ Όσπρια
- ☐ Γαλακτοκομικά
- ☐ Παιδικές τροφές

15. Με το πέρασμα του χρόνου τι ισχύει όσον αφορά την προσωπική σας κατανάλωση βιολογικών προϊόντων;

- ☐ Έχει αυξηθεί πολύ
- ☐ Έχει αυξηθεί λίγο
- ☐ Δεν έχει επηρεαστεί
- ☐ Έχει μειωθεί λίγο
- ☐ Έχει μειωθεί πολύ

16. Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι τα βιολογικά προϊόντα είναι έναντι των συμβατικών:

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Φιλικά προς το περιβάλλον καθώς δεν χρησιμοποιούνται χημικές ουσίες					
Περισσότερο υγιεινά					
Πιο ασφαλή					
Πιο φρέσκα					
Πιο γευστικά					
Πιο ποιοτικά					

17. Κατά πόσο επηρεάζεται η απόφασή σας για κατανάλωση βιολογικών προϊόντων από τους παρακάτω παράγοντες;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα Πολύ
Εμφάνιση					
Ποιότητα					

Τιμή					
Γεύση					
Προσβασιμότητα					
Γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των βιολογικών προϊόντων					

18. Είστε πρόθυμοι να πληρώσετε επιπλέον χρήματα για την αγορά βιολογικών προϊόντων;

☐ Ναι

☐ Όχι

19. Ποια σημεία πώλησης επιλέγετε για την αγορά βιολογικών προϊόντων; (μπορείτε να δώσετε παραπάνω από μια απάντησεις)

☐ Supermarkets

☐ Βιολογικές λαϊκές αγορές

☐ Ειδικά καστήματα πώλησης βιολογικών προϊόντων

☐ Απευθείας από τους παραγωγούς

☐ Χονδρέμποροι

☐ Συνεταιρισμοί

☐ Διαδίκτυο

Γ.ΒΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

20. Γνωρίζετε την ύπαρξη βιολογικών λαϊκών αγορών;

☐ Όχι

☐ Ναι

21. Αν επιλέγετε τις βιολογικές λαϊκές αγορές, για ποιο λόγο το κάνετε; (Διαφορετικά συνεχίστε με την ερώτηση 20)

☐ Εύκολη προσβασιμότητα

☐ Εμπιστοσύνη στους παραγωγούς ότι τα προϊόντα είναι βιολογικά

☐ Ποικιλία βιολογικών προϊόντων

☐ Χαμηλότερες τιμές

☐ Άλλο

22. Αν ΔΕΝ επιλέγετε τις βιολογικές λαϊκές αγορές ως σημείο πώλησης, για ποιο λόγο;

☐ Δεν γνωρίζω που είναι

- ☐ Μεγάλη απόσταση από το σπίτι
- ☐ Έλλειψη εμπιστοσύνης ότι το προϊόν είναι βιολογικό
- ☐ Κακή ποιότητα λόγω έκθεσης των προϊόντων
- ☐ Άλλο

23. Ποια από τα παρακάτω θεωρείτε ότι μπορούν να αποτελέσουν κίνητρα για την αγορά βιολογικών προϊόντων από τις λαϊκές αγορές;

- ☐ Χαμηλότερη τιμή
- ☐ Έλεγχος των βιολογικών προϊόντων από εγγεκριμένους φορείς
- ☐ Περισσότερα προϊόντα από τον τόπο καταγωγής σας
- ☐ Περισσότερη διαφήμιση από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας
- ☐ Δυνατότητα παραγγελίας και διανομής των βιολογικών προϊόντων από το σπίτι
- ☐ Άλλο

24. Θεωρείτε ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών εν όψει οικονομικής κρίσης;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

Σας ευχαριστώ πολύ για τον χρόνο σας!

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Πίνακας 16: Φύλο ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Γυναίκα	65	50,8	50,8	50,8
Άνδρας	63	49,2	49,2	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 17: Οικογενειακή κατάσταση ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Άγαμος	58	45,3	45,3	45,3
Έγγαμος	60	46,9	46,9	92,2
Διαζευγμένος	2	1,6	1,6	93,8
Σε διάσταση	1	0,8	0,8	94,5
Σε χηρεία	6	4,7	4,7	99,2
Άλλο	1	0,8	0,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 18: Προστατευόμενα μέλη ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	77	60,2	60,2	60,2
Ναι	51	39,8	39,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 19: Αριθμός προστατευόμενων μελών

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	1	11	8,6	22,4	22,4
	2	25	19,5	51	73,5
	3	8	6,3	16,3	89,8
	4	5	3,9	10,2	100
	Σύνολο	49	38,3	100	
Missing	Κανένα	77	60,2		
	Αναπάντητα	2	1,6		
	Σύνολο	79	61,7		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 20: Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Απ. Δημοτικού	11	8,6	8,6	8,6
Απ. Γυμνασίου	7	5,5	5,5	14,1
Απ. Λυκείου	42	32,8	32,8	46,9
Απ.Ιδιωτ.Σχολής	17	13,3	13,3	60,2
Απ. ΑΕΙ/ΤΕΙ	39	30,5	30,5	90,6
Μεταπτ.Σπουδές	12	9,4	9,4	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 21: Επάγγελμα ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Δημ.υπάλληλος	18	14,1	14,1	14,1
Ιδιωτ.υπάλληλος	34	26,6	26,6	40,6
Ελ.επαγγελματίας	24	18,8	18,8	59,4
Φοιτητής/τρια	16	12,5	12,5	71,9
Συνταξιούχος	9	7	7	78,9
Οικιακά	11	8,6	8,6	87,5
Άνεργος	10	7,8	7,8	95,3
Άλλο	6	4,7	4,7	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 22: Ετήσιο ατομικό εισόδημα ερωτηθέντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
0-5.000	43	33,6	33,9	33,9
5.000-10.000	34	26,6	26,8	60,6
10.000-15.000	26	20,3	20,5	81,1
15.000-20.000	12	9,4	9,4	90,6
20.000-25.000	4	3,1	3,1	93,7
25.000-30.000	3	2,3	2,4	96,1
Άνω των 30.000	5	3,9	3,9	100
Σύνολο	127	99,2	100	
Missing	Αναπάντητα	1	0,8	
Σύνολο		128	100	

Πίνακας 23: Μηνιαία έξοδα σε τρόφιμα (κατά άτομο)

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
0-100	44	34,4	34,4	34,4
101-250	44	34,4	34,4	68,8
Άνω των 250	40	31,3	31,3	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 24: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: γνωρίζετε τι είναι τα βιολογικά προϊόντα;

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	0	0	0	0
Λίγο	12	9,4	9,4	9,4
Αρκετά	47	36,7	36,7	46,1
Πολύ	36	28,1	28,1	74,2
Πάρα πολύ	33	25,8	25,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 25: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: γνωρίζετε ποια είναι τα οφέλη που προσφέρονται στον ανθρώπινο οργανισμό από την κατανάλωσή τους;

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	1	0,8	0,8	0,8
Λίγο	12	9,4	9,4	10,2
Αρκετά	56	43,8	43,8	53,9
Πολύ	27	21,1	21,1	75
Πάρα πολύ	32	25	25	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 26: Ενημέρωση για τα βιολογικά προϊόντα

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Διαδίκτυο	34	26,6	26,8	26,8
	M.M.E.	30	23,4	23,6	50,4
	Συγγενείς και φίλοι	33	25,8	26	76,4
	Άλλη πηγή	30	23,4	23,6	100
	Σύνολο	127	99,2	100	
Missing	Αναπάντητα	1	0,8		
Σύνολο		128	128		

Πίνακας 27: Συχνότητα αγοράς βιολογικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Ποτέ	6	4,7	4,7	4,7
Λιγότερο από μια φορά το μήνα	22	17,2	17,2	21,9
1-3 φορές το μήνα	41	32	32	53,9
Μια φορά την εβδομάδα	35	27,3	27,3	81,3
Περισσότερο από μια φορά την εβδομάδα	24	1,8	1,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 28: Αγορά βιολογικού λαδιού/βιολογικών ελιών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	63	49,2	49,2	49,2
Ναι	65	50,8	50,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 29: Αγορά βιολογικού κρασιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	92	71,9	71,9	71,9
Ναι	36	28,1	28,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 30: Αγορά βιολογικών εσπεριδοειδών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	35	27,3	27,3	27,3
Ναι	93	72,7	72,7	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 31: Αγορά βιολογικών δημητριακών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	78	60,9	60,9	60,9
Ναι	50	39,1	39,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 32: Αγορά βιολογικών ξηρών καρπών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	98	76,6	76,6	76,6
Ναι	30	23,4	23,4	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 33: Αγορά βιολογικού κρέατος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	93	72,7	72,7	72,7
Ναι	35	27,3	27,3	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 34: Αγορά βιολογικών λαχανικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	28	21,9	21,9	21,9
Ναι	100	78,1	78,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 35: Αγορά βιολογικών οσπρίων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	70	54,7	54,7	54,7
Ναι	58	45,3	45,3	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 36: Αγορά βιολογικών γαλακτοκομικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	94	73,4	73,4	73,4
Ναι	34	26,6	26,6	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 37: Αγορά βιολογικών παιδικών τροφών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	116	90,6	90,6	90,6
Ναι	12	9,4	9,4	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 38: Αλλαγές στην κατανάλωση βιολογικών προϊόντων

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Έχει αυξηθεί πολύ	34	26,6	27	27
	Έχει αυξηθεί λίγο	36	28,1	28,6	55,6
	Δεν έχει επηρεαστεί	51	39,8	40,5	96
	Έχει μειωθεί λίγο	2	1,6	1,6	97,6
	Έχει μειωθεί πολύ	3	2,3	2,4	100
	Σύνολο	126	98,4	100	
Missing	Αναπάντητα	2	1,6		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 39: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: τα βιολογικά προϊόντα είναι φιλικά προς το περιβάλλον καθώς δεν χρησιμοποιούνται χημικές ουσίες

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	3	2,3	2,4	2,4
	Λίγο	3	2,3	2,4	4,7
	Αρκετά	19	14,8	15	19,7
	Πολύ	40	31,3	31,5	51,2
	Πάρα πολύ	62	48,4	48,8	100
	Σύνολο	127	99,2	100	
Missing	Αναπάντητα	1	0,8		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 40: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: βιολογικά προϊόντα είναι περισσότερο υγιεινά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Καθόλου	3	2,3	2,3	2,3
Λίγο	3	2,3	2,3	4,7
Αρκετά	13	10,2	10,2	14,8
Πολύ	44	34,4	34,4	49,2
Πάρα πολύ	65	50,8	50,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 41: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο ασφαλή

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	2	1,6	1,6	1,6
	Λίγο	5	3,9	4	5,6
	Αρκετά	38	29,7	30,6	36,3
	Πολύ	43	33,6	34,7	71
	Πάρα πολύ	36	28,1	29	100
	Σύνολο	124	96,9	100	
Missing	Αναπάντητα	4	3,1		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 42: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο φρέσκα

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	4	3,1	3,3	3,3
	Λίγο	7	5,5	5,8	9,1
	Αρκετά	56	43,8	46,3	55,4
	Πολύ	28	21,9	23,1	78,5
	Πάρα πολύ	26	20,3	21,5	100
	Σύνολο	121	94,5	100	
Missing	Αναπάντητα	7	5,5		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 43: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο γευστικά

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	2	1,6	1,6	1,6
	Λίγο	18	14,1	14,3	15,9
	Αρκετά	33	25,8	26,2	42,1
	Πολύ	34	26,6	27	69
	Πάρα πολύ	39	30,5	31	100
	Σύνολο	126	98,4	100	
Missing	Αναπάντητα	2	1,6		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 44: Βαθμός συμφωνίας με την πρόταση: τα βιολογικά προϊόντα είναι πιο ποιοτικά

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	3	2,3	2,4	2,4
	Λίγο	3	2,3	2,4	4,7
	Αρκετά	23	18	18,1	22,8
	Πολύ	38	29,7	29,9	52,8
	Πάρα πολύ	60	46,9	47,2	100
	Σύνολο	127	99,2	100	
Missing	Αναπάντητα	2	1,6		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 45: Αγορά βιολογικών προϊόντων με βάση την εμφάνιση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	30	23,4	23,8	23,8
	Λίγο	49	38,3	38,9	62,7
	Αρκετά	29	22,7	23	85,7
	Πολύ	11	8,6	8,7	94,4
	Πάρα πολύ	7	5,5	5,6	100
	Σύνολο	126	98,4	100	
Missing	Αναπάντητα	2	1,6		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 46: Αγορά βιολογικών προϊόντων με βάση την ποιότητα

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	3	2,3	2,4	2,4
	Λίγο	4	3,1	3,2	5,6
	Αρκετά	17	13,3	13,5	19
	Πολύ	34	26,6	27	46
	Πάρα πολύ	68	53,1	54	100
	Σύνολο	126	98,4	100	
Missing	Αναπάντητα	2	1,6		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 47: Αγορά βιολογικών προϊόντων με βάση την τιμή

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	12	9,4	9,4	9,4
	Λίγο	20	15,6	15,7	25,2
	Αρκετά	25	19,5	19,7	44,9
	Πολύ	32	25	25,2	70,1
	Πάρα πολύ	38	29,7	29,9	100
	Σύνολο	127	99,2	100	
Missing	Αναπάντητα	1	0,8		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 48: αγορά βιολογικών προϊόντων με βάση την γεύση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	4	3,1	3,1	3,1
	Λίγο	9	7	7,1	10,2
	Αρκετά	31	24,2	24,4	34,6
	Πολύ	46	35,9	36,2	70,9
	Πάρα πολύ	37	28,9	29,1	100
	Σύνολο	127	99,2	100	
Missing	Αναπάντητα	1	0,8		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 49: Αγορά βιολογικών προϊόντων με βάση την προσβασιμότητα

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	12	9,4	9,8	9,8
	Λίγο	37	28,9	30,1	39,8
	Αρκετά	36	28,1	29,3	69,1
	Πολύ	25	19,5	20,3	89,4
	Πάρα πολύ	13	10,2	10,6	100
	Σύνολο	123	96,1	100	
Missing	Αναπάντητα	5	3,9		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 50: Αγορά βιολογικών προϊόντων με βάση την γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
	Καθόλου	16	12,5	13,3	13,3
	Λίγο	19	14,8	15,8	29,2
	Αρκετά	47	36,7	39,2	68,3
	Πολύ	22	17,2	18,3	86,7
	Πάρα πολύ	16	12,5	13,3	100
	Σύνολο	120	93,8	100	
Missing	Αναπάντητα	8	6,3		
Σύνολο		128	100		

Πίνακας 51: Προθυμία καταβολής επιπλέον χρημάτων για την αγορά βιολογικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	44	34,4	34,4	34,4
Ναι	84	65,6	65,6	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 52: Αγορά βιολογικών προϊόντων από τα supermarkets

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	68	53,1	53,1	53,1
Ναι	60	46,9	46,9	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 53: Αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	28	21,9	21,9	21,9
Ναι	100	78,1	78,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 54: Αγορά βιολογικών προϊόντων από τα ειδικά καταστήματα πώλησης βιολογικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	78	60,9	60,9	60,9
Ναι	50	39,1	39,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 55: Αγορά βιολογικών προϊόντων απευθείας από τους παραγωγούς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	78	60,9	60,9	60,9
Ναι	50	39,1	39,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 56: Αγορά βιολογικών προϊόντων από τους χονδρέμπορους

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	125	97,7	97,7	97,7
Ναι	3	2,3	2,3	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 57: Αγορά βιολογικών προϊόντων από τους συνεταιρισμούς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	108	84,4	84,4	84,4
Ναι	20	15,6	15,6	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 58: Αγορά βιολογικών προϊόντων από το διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	126	98,4	98,4	98,4
Ναι	2	1,6	1,6	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 59: Αγορά από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	20	15,6	15,6	15,6
Ναι	108	84,4	84,4	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 60: Αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω εύκολης προσβασιμότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	76	70,4	70,4	70,4

Ναι	32	29,6	29,6	100
Σύνολο	108	100	100	

Πίνακας 61: Αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω εμπιστοσύνης στους παραγωγούς ότι τα προϊόντα είναι βιολογικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	36	33,3	33,3	33,3
Ναι	72	66,7	66,7	100
Σύνολο	108	100	100	

Πίνακας 62: Αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω ποικιλίας βιολογικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	64	59,3	59,3	59,3
Ναι	44	40,7	40,7	100
Σύνολο	108	100	100	

Πίνακας 63: Αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω χαμηλότερων τιμών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	89	82,4	82,4	82,4
Ναι	19	17,6	17,6	100
Σύνολο	108	100	100	

Πίνακας 64: Αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές για άλλους λόγους

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	100	92,6	92,6	92,6,
Ναι	8	7,4	7,4	100
Σύνολο	108	100	100	

Πίνακας 65:Μη αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές γιατί δεν είναι γνωστή η τοποθεσία τους

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	114	89,1	89,1	89,1
Ναι	14	10,9	10,9	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 66:Μη αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω μεγάλης απόστασης από το σπίτι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	120	93,8	93,8	93,8
Ναι	8	6,3	6,3	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 67:Μη αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω έλλειψης εμπιστοσύνης ότι το προϊόν είναι βιολογικό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	122	95,3	95,3	95,3
Ναι	6	4,7	4,7	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 68:Μη αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές λόγω κακής ποιότητας τους εξαιτίας της έκθεσης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	128	100	100	100
Ναι	0	0	0	
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 69: Μη αγορά προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές για άλλους λόγους

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	124	96,9	96,9	96,9
Ναι	4	3,1	3,1	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 70: Κίνητρο για αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές η χαμηλότερη τιμή

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	54	42,2	42,2	42,2
Ναι	74	57,8	57,8	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 71: Κίνητρο για αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές ο έλεγχος των βιολογικών προϊόντων από εγγεκριμένους φορείς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	48	37,5	37,5	37,5
Ναι	80	62,5	62,5	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 72: Κίνητρο για αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές τα περισσότερα προϊόντα από τον τόπο καταγωγής τους

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	90	70,3	70,3	70,3
Ναι	38	29,7	29,7	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 73: Κίνητρο για αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές η περισσότερη διαφήμιση από τα Μ.Μ.Ε.

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	105	82	82	82
Ναι	23	18	18	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 74: Κίνητρο για αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές η δυνατότητα παραγγελίας και διανομής των βιολογικών προϊόντων από το σπίτι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	120	93,8	93,8	93,8
Ναι	5	6,3	6,3	100
Σύνολο	128	100	100	

Πίνακας 75: Άλλο κίνητρο για αγορά βιολογικών προϊόντων από τις βιολογικές λαϊκές αγορές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	111	86,7	86,7	86,7
Ναι	17	13,3	13,3	100
Σύνολο	128	100	100	

**Πίνακας 76: Προοπτικές ανάπτυξης των βιολογικών λαϊκών αγορών
εν όψει οικονομικής κρίσης**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Ποσοστό επί του συνόλου των έγκυρων απαντήσεων	Αθροιστικό ποσοστό
Όχι	26	20,3	20,3	20,3
Ναι	102	79,7	79,7	100
Σύνολο	128	100	100	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ(ΠΑΝΕΛΛΑΔΙΚΑ)

Λαϊκές Αγορές Βιολογικών Προϊόντων (Πανελλαδικά)

Ημέρα	Νομός	Δήμος	Περιοχή/ Διεύθυνση	Ωράριο
Δευτέρα	Αττικής	Κηφισιάς	Τέρμα Χαριλάου Τρικούπη	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Δευτέρα	Αττικής	Νέας Σμύρνης	Ιωσηφόγλειο ίδρυμα (παράδρομος Λ. Συγγρού)	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Δευτέρα	Αττικής	Χαϊδαρίου	Πίσω από το Νέο Δημαρχείο	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Δευτέρα	Ηρακλείου	Ηρακλείου	Πάρκο Γεωργιάδη	12:00 - 18:00
Δευτέρα	Χαλκιδικής	Κασσάνδρας	Καλλιθέα (Θεσσαλονίκης & Κασσάνδρου)	09:00 - 14:00 (14 Ιουνίου-14 Σεπτεμβρίου)
Τρίτη	Αττικής	Κορυδαλλού	Πλατεία Ελευθερίας	15:00 - 18:00
Τρίτη	Αττικής	Νέου Ηρακλείου	Ελευθερίου Βενιζέλου	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Τρίτη	Αττικής	Ψυχικού	Παλαιό Ψυχικό, Πλατεία Αρσακείου	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Τρίτη	Θεσσαλονίκης	Θερμαϊκού	Περαία (Ανθέων & Φιλελλήνων)	Θερινό: 17:00 - 20:00 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Τρίτη	Μαγνησίας	Βόλου	Απέναντι από τη Νέα Ψαραγορά	12:00 - 17:00
Τρίτη	Πέλλας	Αριδαίας	Πίσω από το Δημαρχείο	Θερινό: 17:00 - 20:00
Τετάρτη	Αττικής	Γλυφάδας	Πλατεία Ξενοφώντος	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Τετάρτη	Αττικής	Ηλιούπολης	Μαρίνου Αντύπα	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Τετάρτη	Αττικής	Πειραιά	Πλατεία Καλαβρυτινων (πηγάδα)	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Τετάρτη	Αττικής	Χαλανδρίου	Τυμφορηστού & Ιωαννίνων	13:00 - 17:00

Ημέρα	Νομός	Δήμος	Περιοχή/ Διεύθυνση	Ωράριο
Τετάρτη	Θεσσαλονίκης	Καλαμαριάς	Κοντά στην Εκκλησία Αγίου Παντελεήμονα	08:00 - 13:00
Τετάρτη	Ηρακλείου	Ηρακλείου	Πάρκο Γεωργιάδη	12:00 - 18:00
Τετάρτη	Τρικάλων	Τρικάλων	Κοντά στον ΟΤΕ	09:00 - 14:00
Πέμπτη	Αττικής	Γέρακα	Μέσα Εθνικής Αντιστάσεως	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Πέμπτη	Αττικής	Θρακομακεδόνων	Πλατεία Αλμπανέλλα	13:30 - 17:30
Πέμπτη	Αττικής	Παλαιού Φαλήρου	Ελεύθερο Πάρκιν Σταδίου Τσε Κβο Ντο	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Πέμπτη	Αττικής	Πετρούπολης	Μπουμπουλίνας & Δωδεκανήσου	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Πέμπτη	Θεσσαλονίκης	Νεάπολης	Βενιζέλου, Δίπλα στο Δημαρχείο Νεάπολης	08:00 - 14:00

Πέμπτη	Λαρίσας	Φαρσάλων	Σκεπαστή Αγορά	11:00 - 15:00
Παρασκευή	Αττικής	Αγίας Βαρβάρας	Πεζόδρομος Κουντουριώτη & Ελευθερίου Βενιζέλου	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Παρασκευή	Αττικής	Καισαριανής	Άλσος, Πίσω από το Γηπεδο Νήαρ Ηστ	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Παρασκευή	Αττικής	Αθηναίων	Κολωνάκι, Πλατεία Δεξαμενής	09:00 - 14:00
Παρασκευή	Αττικής	Νέας Ιωνίας	Ελευθερούπολη (Φιλελλήνων)	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Παρασκευή	Αττικής	Χολαργού	Σύρου, Δίπλα στο Δημαρχείο	Θερινό: 16:30 - 19:30 Χειμερινό: 14:30 - 17:30
Παρασκευή	Θεσσαλονίκης	Ευόσμου	Νίκου Καζαντζάκη, δίπλα στον Ι.Ν. Αγ. Κυρίλλου & Μεθόδιου	08:30 - 13:30

Ημέρα	Νομός	Δήμος	Περιοχή/ Διεύθυνση	Ωράριο
Παρασκευή	Ηρακλείου	Ηρακλείου	Πάρκο Γεωργιάδη	12:00 - 18:00
Σάββατο	Αττικής	Αθηναίων	Κάτω Πατησία, Πάτμου & Καραβία	09:00 - 14:00
Σάββατο	Αττικής	Αθηναίων	Κυψέλη, Δημοτική Αγορά Κυψέλης	09:00 - 14:00
Σάββατο	Αττικής	Βούλας	Ξενοφώντος & Λυκούργου	09:00 - 14:00
Σάββατο	Αττικής	Ιλίου	Λεωφόρος Δημοκρατίας (πλησίον Carrefour)	09:00 - 14:00
Σάββατο	Θεσσαλονίκης	Καλαμαριάς	Πρώην στρατόπεδο Κόδρα	08:00 - 14:00
Κυριακή	Αττικής	Μαρκοπούλου	Πόρτο Ράφτη, Γρέγου & Μυρρινούντος	09:00 - 14:00 (14 Ιουνίου-14 Σεπτεμβρίου)

Πηγή: Αγορές Βιοκαλλιεργητών (<http://www.bioagores.org>)