



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΦΕΤΑ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΕΙ ΥΠΟΨΗ ΤΗΝ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΤΟΥ ΖΩΟΥ

ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΩΝ Α. ΝΟΥΛΑΣ

ΑΘΗΝΑ, 2020

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Α. Βασιλόπουλος, Επικ. Καθηγητής Παν. Ιωαννίνων (επιβλέπων)

Γ. Παπουτσή, Ερευνήτρια ΙΝ.ΑΓΡ.Ο.Κ. (συνεπιβλέπουσα)

Ε. Κλωνάρης, Επικ. Καθηγητής ΓΠΑ, Διευθυντής Μεταπτυχιακού Προγράμματος

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΦΕΤΑ ΠΟΥ ΛΑΜΒΑΝΕΙ ΥΠΟΨΗ ΤΗΝ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΤΟΥ ΖΩΟΥ  
DEMAND FOR FETA CHEESE MADE WITH ANIMAL WELFARE STANDARDS

ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΩΝ Α. ΝΟΥΛΑΣ

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

Α. Βασιλόπουλος, Επικ. Καθηγητής Παν. Ιωαννίνων (επιβλέπων)

Γ. Παπουτσή, Ερευνήτρια ΙΝ.ΑΓΡ.Ο.Κ. (συνεπιβλέπουσα)

Ε. Κλωνάρης, Επικ. Καθηγητής ΓΠΑ, Διευθυντής Μεταπτυχιακού Προγράμματος

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η κακή διαβίωση των ζώων στις φάρμες είναι αποτέλεσμα της προσπάθειας των επιχειρήσεων να μειώσουν τα έξοδα των μονάδων τους και να αυξήσουν το κέρδος τους. Οι στενοί χώροι, ο μόνιμος ενσταβλισμός, η τεχνητή γονιμοποίηση, η απουσία επαφής με άλλα ζώα, είναι κάποιοι από τους λόγους που χαρακτηρίζουν κακή τη διαβίωση των ζώων. Συνέπεια αυτής της κακομεταχείρισης είναι τα ζώα να φορτίζονται συναισθηματικά, να έχουν χαμηλό βιοτικό επίπεδο και εντέλει να αντιμετωπίζονται ως άψυχα όντα.

Η πιστοποίηση για την καλή διαβίωση των ζώων υπάρχει ήδη σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες και αποσκοπεί στο να μην βασανίζονται τα ζώα των παραγωγικών μονάδων ώστε να έχουν καλύτερο βιοτικό επίπεδο. Οι πιστοποιήσεις αυτές, βρίσκονται πάνω στις ετικέτες των συσκευασμένων τροφίμων, ώστε να γνωστοποιούν στους καταναλωτές ότι τα συγκεκριμένα προϊόντα έχουν παραχθεί από ζώα που ζουν σε καλές συνθήκες και σύμφωνα με συγκεκριμένες προδιαγραφές. Τα κριτήρια των πιστοποιήσεων διαφέρουν από χώρα σε χώρα, καθώς και ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες των παραγωγικών μονάδων.

Το κόστος των αλλαγών που πρέπει να γίνουν στις παραγωγικές μονάδες για την απόκτηση της πιστοποίησης καλής διαβίωσης των ζώων είναι μεγάλο, με αποτέλεσμα η τιμή του τελικού προϊόντος να αυξάνεται. Την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για την υψηλότερη τιμή αυτών των προϊόντων (κυρίως κρέας και γαλακτοκομικά) έχει μελετηθεί αρκετά στην παγκόσμια βιβλιογραφία τα τελευταία χρόνια.

Η παρούσα έρευνα εξετάζει την προθυμία πληρωμής για συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Η πιστοποίηση δεν υπάρχει ακόμα για τα ελληνικά προϊόντα κι εξετάζεται η συμπεριφορά των καταναλωτών σε μια ενδεχόμενη δημιουργία της, καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη έρευνα για το συγκεκριμένο προϊόν.

Στην έρευνα συμμετείχαν 200 καταναλωτές του νομού Αττικής και πραγματοποιήθηκε μέσω ανώνυμων ερωτηματολογίων με τη μορφή ατομικών συνεντεύξεων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 73,5% των συμμετεχόντων απάντησαν θετικά στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, με τη μέση προβλεπόμενη επιπλέον τιμή ανά συσκευασία να ανέρχεται στα 1,18€.

**Λέξεις-κλειδιά:** Φέτα, Πιστοποίηση, Καλή διαβίωση των ζώων, Προθυμία πληρωμής, Ερωτηματολόγιο.

## ABSTRACT

Poor welfare of farm animals is the result of businesses trying to minimize their costs and increase their profits. Narrow spaces, permanent enclosure, artificial insemination, lack of contact with other animals are some of the reasons that characterize poor animal welfare. As a result, these animals are emotionally charged, have a low standard of living, and eventually are treated as lifeless beings.

Animal welfare certification already exists in some European countries and aims to ensure that animals in production units are not tortured and have a better standard of living. With this certification label on food packages, consumers are informed that the specific products have been produced by animals having a good life. Animal welfare certification's criteria vary from country to country as well as they depend on the particularities of the units.

The cost of modifying the facilities in the production unit in order the latter to obtain the animal welfare certification is high and this makes the final product more expensive. Literature indicates that consumers are willing to pay a higher price for products (mainly meat and dairy) with animal welfare certification labels on their packages.

The present study examines the willingness to pay for a 400-gram package of Greek feta cheese with animal welfare label. This certification does not exist for Greek products and has not been examined for the feta cheese yet. Thus, it is interesting to investigate how consumers will react to the hypothetical introduction of such certification in the Greek market.

The survey involved 200 consumers in the Prefecture of Attica and was conducted through anonymous questionnaires in the form of individual interviews. The results showed that 73.5% of participants responded positively to the willingness to pay question, with the average expected additional price per package amounting to €1.18.

**Key words:** Feta cheese, Certification, Animal welfare, Willingness to pay, Questionnaires.

# **ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ**

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος, ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΩΝ ΝΟΥΛΑΣ δηλώνω ότι το κείμενο της μελέτης αποτελεί δικό μου, μη υποβοηθούμενο πόνημα. Υποβάλλεται σε μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ του Τμήματος Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης, του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οιοδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού.

ΠΑΝΤΕΛΕΗΜΩΝ ΝΟΥΛΑΣ

Παρασκευή 24 Απριλίου 2020

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ**

**ΠΕΡΙΛΗΨΗ**iii

**ABSTRACT**iv

**ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ**v

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**vii

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**viii

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**ix

**ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ**x

**1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ**1

**1.1. ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΕΝΙΚΑ**1

**1.2. ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**1

**1.3. ΦΕΤΑ**2

**1.3.1. Ιστορικά**2

**1.3.2. Διαδικασία Παραγωγής**2

**1.3.3. Νομοθεσία (ΠΟΠ)**3

**1.3.4. Εμπόριο – Τιμές**4

**1.4. ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ**4

**1.5. ΣΗΜΑΝΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ6**

**2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ8**

**2.1 ΠΡΟΘΥΜΙΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΓΙΑ ΚΡΕΑΣ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΖΩΩΝ8**

**2.2 ΠΡΟΘΥΜΙΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΖΩΩΝ9**

**2.3 ΓΝΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ10**

**3. ΕΡΕΥΝΑ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ12**

**3.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ12**

**3.2 ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ13**

**4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ18**

**4.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ18**

**4.2. ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ26**

**5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ37**

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ39**

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ42**

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ42**

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω πολύ την επιβλέπουσα καθηγήτρια της διπλωματικής μου εργασίας, Δρ. Γεωργία Παπουτσή για την άψογη καθοδήγηση, υπομονή και αμεσότητα που έδειξε καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους φίλους και συμφοιτητές μου στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα, Γιώργο Βαρθαλάμη και Γιώργο Μασούρα, για την υποστήριξη και την παράθεση απόψεων που μου παρείχαν κατά τη διάρκεια της έρευνάς μου.

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<i>Πίνακας 3.1 Κατανομή ερωτηματολογίων ανά τμήμα νομού Αττικής</i> .....	21
<i>Πίνακας 3.2 Σύγκριση μεταξύ φύλων συμμετεχόντων και αρνηθέντων</i> .....	22
<i>Πίνακας 4.1.1 Σύγκριση ηλικιών συμμετεχόντων</i> .....	22
<i>Πίνακας 4.2.3 Ψευδομεταβλητές υποδειγμάτων</i> .....	35
<i>Πίνακας 4.2.4 Αποτελέσματα παλινδρόμησης</i> .....	39



## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

<i>Γράφημα 4.1.1 Επίπεδο εκπαίδευσης συμμετεχόντων .....</i>	<i>27</i>
<i>Γράφημα 4.1.2 Συνολικός αριθμός μελών στο νοικοκυριό .....</i>	<i>28</i>
<i>Γράφημα 4.1.3 Ανήλικα μέλη στο νοικοκυριό .....</i>	<i>29</i>
<i>Γράφημα 4.1.4 Ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα .....</i>	<i>29</i>
<i>Γράφημα 4.1.5 Ποσοστό θετικών απαντήσεων για κάθε τιμή που εξετάστηκε .....</i>	<i>30</i>
<i>Γράφημα 4.1.6 Λόγος άρνησης προθυμίας πληρωμής .....</i>	<i>31</i>
<i>Γράφημα 4.1.7 Μέγεθος επιρροής των τιμών στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων .....</i>	<i>32</i>
<i>Γράφημα 4.1.8 Συνολική εβδομαδιαία κατανάλωση φέτας στο νοικοκυριό .....</i>	<i>32</i>
<i>Γράφημα 4.1.9 Κατανομή κοινωνικής αρεστότητας .....</i>	<i>33</i>
<i>Γράφημα 4.1.10 Κατανομή ηθικής κατανάλωσης .....</i>	<i>34</i>
<i>Γράφημα 4.11 Καμπύλη ζήτησης για φέτα με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων .....</i>	<i>43</i>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

<i>Εικόνα 1.1</i> Σημάνσεις προϊόντων που δηλώνουν σεβασμό στο περιβάλλον .....	17
<i>Εικόνα 1.2</i> Σημάνσεις που δηλώνουν επιχειρησιακή ηθική .....	17
<i>Εικόνα 1.3</i> Σημάνσεις που δηλώνουν καλή διαβίωση των ζώων .....	17

# 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1. ΓΕΩΡΓΙΑ ΓΕΝΙΚΑ

Ο πρωτογενής τομέας αποτελεί τον παραδοσιακά δυνατό τομέα της ελληνικής οικονομίας. Σε εποχές που οι βιομηχανίες επιλέγουν να επενδύσουν σε χώρες με χαμηλό και σταθερό φορολογικό συντελεστή και που όλο και πιο πολλές φεύγουν εκτός των ελληνικών συνόρων, η ελληνική γεωργία και κτηνοτροφία αποτελούν σταθερούς πυλώνες με μικρές μεταβολές.

Η γεωργία στην Ελλάδα κατέχει το 2,2% της συνολικής γεωργικής γης στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), ενώ διαθέτει το 6% των συνολικών γεωργικών επιχειρήσεων, στις οποίες απασχολούνται το 4,3% του συνόλου των εργαζόμενων εντός ΕΕ. Στην Ελλάδα παράγεται το 3% της αξίας της συνολικής παραγωγής και το 4,2% της προστιθέμενης αξίας. Ο αγροτικός πληθυσμός στην Ελλάδα ανέρχεται στο 3,5% του συνολικού αγροτικού πληθυσμού της ΕΕ (Παναγιώτου, 2010).

Στην Ελλάδα, το 2017, το 12% των εργαζόμενων (453.400/3.752.700) απασχολούνταν στον πρωτογενή τομέα. Εξ' αυτών, σχεδόν το 35% (157.100/453.400) απασχολούνταν στη Θράκη και τη Μακεδονία. Ωστόσο, παρουσιάζεται μείωση στο οικογενειακό εργατικό δυναμικό, που παραδοσιακά δέσποζε στην Ελλάδα, καθώς επίσης και στο εποχιακό εργατικό δυναμικό. Αντιθέτως, αύξηση παρουσιάζεται στους μόνιμους εργάτες (ΕΛΣΤΑΤ, 2019).

Κατά κύριο λόγο καλλιεργούνται δημητριακά, ζαχαρότευτλα, καπνός, φρούτα, όσπρια, πατάτες, φρέσκα λαχανικά, βαμβάκι, εσπεριδοειδή, ελαιώνες και αμπελώνες. Η συνολική καλλιεργούμενη γεωργική γη το 2017 ήταν περίπου 32.256.300 στρέμματα (ΕΛΣΤΑΤ, 2019).

## 1.2. ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα είναι εκ των χωρών που πολύ μεγάλο ποσοστό των αναγκών τους σε κτηνοτροφικά προϊόντα (κρέας, γαλακτοκομικά) εισάγεται, αναδεικνύοντας έτσι την αδυναμία κάλυψης της ζητούμενης ποσότητας σε κλάδο που θεωρητικά αποτελεί παραδοσιακά δυνατό σημείο της χώρας. Τα μεγέθη των ελληνικών παραγωγικών μονάδων, σε συνδυασμό με την έλλειψη επενδύσεων, την απουσία μεγάλων συνεταιριστικών δραστηριοτήτων, αλλά και του ασταθούς οικονομικοπολιτικού περιβάλλοντος, καθιστούν την εξομάλυνση της διαφοράς αυτής δύσκολη.

Στον κλάδο της κτηνοτροφίας, εκτρέφονται κατά κύριο λόγο βοοειδή, πρόβατα, αίγες (κατσίκες), χοίροι, πουλικά, ωτόκες όρνιθες (κότες), κουνέλια και μέλισσες. Το σύνολο των αιγοπροβάτων, από τα οποία και προέρχεται η φέτα, ανερχόταν στα 12.826.025 κεφάλια για το 2017, νούμερο κατά λίγο αυξημένο σε σχέση με το 2016, παρά την σταδιακή μείωση του

εκτρεφόμενου είδους την τελευταία δεκαετία. Επίσης, από τους 1.921.200 τόνους γάλακτος που παράχθηκαν στην Ελλάδα το 2017, οι 1.255.800 προέρχονται από πρόβατα και κατσίκες. Από τα κτηνοτροφικά προϊόντα ξεχωρίζουν το μαλακό τυρί (99.100 τόνοι), το σκληρό τυρί (34.000 τόνοι), το βούτυρο (1.100 τόνοι), η μυζήθρα (13.200 τόνοι), το μέλι (21.900 τόνοι) και τα αυγά (1.344.500.000 τεμάχια) (ΕΛΣΤΑΤ, 2019).

Ειδικά ο κλάδος των αιγοπροβάτων, που αποτελεί ποσοστό περίπου 20% του ελληνικού αγροτικού εισοδήματος, συναντάται κυρίως σε ορεινές και απομακρυσμένες περιοχές, ενώ παράλληλα έχει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης. Τα αιγοπρόβατα ξεχωρίζουν λόγω της δυνατότητας εκτροφής τους από τα ελληνικά εδάφη τα οποία παρέχουν άφθονη αγνή τροφή, από τις καθαρά ελληνικές φυλές που αναπαράγονται πολλά χρόνια στις ιδιομορφίες της εκάστοτε τοποθεσίας, έχοντας προσαρμοστεί και αποδίδοντας τα μέγιστα, αλλά και με την βοήθεια των χορηγούμενων ζωοτροφών.

### **1.3. ΦΕΤΑ**

#### **1.3.1. Ιστορικά**

Η φέτα είναι προϊόν με μεγάλη ιστορία. Οι πρώτες αναφορές ξεκινούν από την Ομήρου Οδύσσεια, όπου ο κύκλωπας Πολύφημος παρασκεύαζε τυριά, μεταξύ άλλων και φέτα. Οι αρχαίοι Έλληνες επίσης θεωρούσαν το γάλα ως ιερή τροφή, καθώς τρεφόταν με αυτό ο θεός Δίας και σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία, οι αρχαίοι πήραν την τέχνη παρασκευής της φέτας από τους θεούς του Ολύμπου. Το όνομα «Φέτα» προέρχεται από τα λατινικά, αφού το λευκό αυτό τυρί κοβόταν σε φέτες για να τοποθετηθεί στα βαρέλια. Αποτέλεσε προϊόν ιδιαίτερα γνωστό εντός των συνόρων της Οθωμανικής αυτοκρατορίας, ενώ η διάδοσή της παγκοσμίως ενισχύθηκε από την μεταναστευτική δραστηριότητα των Ελλήνων.

#### **1.3.2. Διαδικασία Παραγωγής**

Η φέτα είναι ένα είδος τυριού που αποτελεί χαρακτηριστικό του ελληνικού τραπεζιού. Πρόκειται για ένα φυσικό προϊόν με άρωμα, χρώμα και γεύση που ξεχωρίζουν. Παράγεται από ζώα των οποίων οι ράτσες βρίσκονται κατ' εξοχήν στην Ελλάδα και στο παρελθόν εκτρέφονταν αποκλειστικά στις ελληνικές πεδιάδες και τα βουνά.

Η διαδικασία παραγωγής της ξεκινά από τους παραγωγούς, οι οποίοι μεταφέρουν το γάλα στο τυροκομείο με ψυκτικά καζάνια. Εκεί φιλτράρεται, παστεριώνεται και ψύχεται στις πήχτρες. Απαγορεύεται η συμπύκνωση με οποιαδήποτε μη φυσική μέθοδο. Το γάλα πρέπει να είναι φρέσκο, αγνό και υγιεινό. Κατά την παστερίωση επιτρέπεται η χρήση παραδοσιακής πυτιάς (προέρχεται από τον τέταρτο στόμαχο των μηρυκαστικών ζώων και βοηθάει στην πήξη), καθώς

και η χρήση ενζύμων με ανάλογη δράση. Αφού πήξει, αποβάλλεται το τυρόγαλο και το υπόλοιπο στραγγίζεται με φυσικό τρόπο. Κατά τη διαδικασία αυτή προστίθεται χονδρό αλάτι ή άλμη και κατόπιν αυτού τοποθετείται σε βαρέλια, όπου και ωριμάζει για τουλάχιστον 2 μήνες σε ελεγχόμενες θερμοκρασίες και ποσοστά υγρασίας. Η διαδικασία αυτή προβλέπει 15 μέρες στους 18 βαθμούς κελσίου και από εκεί και πέρα μέχρι και το πέρας των 2 μηνών, θερμοκρασίες 2-4 βαθμούς κελσίου με 85% υγρασία (Ανυφαντάκης, 2004).

Το τελικό προϊόν με την προστατευόμενη ονομασία «Φέτα» (Feta cheese), έχει τα εξής ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

- Μέγιστη υγρασία 56%
- Ελάχιστη περιεκτικότητα σε λίπος 43%
- Συμπαγής υφή
- Λευκό χρώμα
- Ελαφρά όξινη γεύση και πλούσιο άρωμα
- Μηδενική χρήση συντηρητικών και αντιβιοτικών ουσιών.

### **1.3.3. Νομοθεσία (ΠΟΠ)**

Σύμφωνα με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, η Ελλάδα διαθέτει σήμανση Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) σε πολλά είδη τυριών: Ανεβατό, Γαλοτύρι, Γραβιέρα Αγράφων, Γραβιέρα Κρήτης, Γραβιέρα Νάξου, Καλαθάκι Λήμνου, Κασέρι, Κατίκι Δομοκού, Κεφαλογραβιέρα, Κοπανιστή, Λαδοτύρι Μυτιλήνης, Μανούρι, Μετσοβόνη, Μπάτζος, Ξυνομυζήθρα Κρήτης, Πηχτόγαλο Χανίων, Σαν Μιχάλη, Φέτα, Σφέλα, Φορμαέλλα Αράχωβας Παρνασσού, Ξύγαλο/Ξίγαλο Σητείας, Κρασοτύρι Κω/ Τυρί της Πρόσιας, Αρσενικό Νάξου (Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, 2020).

Η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα που έχει τα δικαιώματα παραγωγής του συγκεκριμένου λευκού τυριού με την ονομασία «Φέτα» από το 1999. Το 2005 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κατοχύρωσε την ονομασία «Φέτα» ως Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης για το ελληνικό λευκό τυρί που παράγεται αποκλειστικά στην Ελλάδα από ντόπιο αιγοπρόβειο γάλα, φέροντας συγκεκριμένα χαρακτηριστικά.

Σύμφωνα με το φύλλο της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως η ελληνική φέτα ΠΟΠ προέρχεται από ράτσες αιγοπροβάτων που εκτρέφονται στην Πελοπόννησο, τη Στερεά Ελλάδα, την Ήπειρο, τη Θεσσαλία, τη Μακεδονία, τη Θράκη και στη Λέσβο. Αποτελείται αποκλειστικά

από ντόπιο πρόβειο γάλα ή ανάμειξης αυτού με γίδινο (μέχρι 30% βάρος του συνολικού μίγματος), νωπό ή παστεριωμένο, ελάχιστης περιεκτικότητας σε λίπος (6%) και ελάχιστο pH (6,5). Η πήξη του γάλακτος πρέπει να πραγματοποιείται εντός 48 ωρών από την άμελξη ζώων όπου έχουν περάσει τουλάχιστον 10 μέρες από τον τοκετό τους και να συντηρείται σε ελεγχόμενες συνθήκες θερμοκρασίας.

Επί της συσκευασίας της «Φέτας» (Feta), αναγράφονται τα εξής ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

- «ΦΕΤΑ»
- Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ)
- Τυρί
- Επωνυμία κι Έδρα παραγωγού και συσκευαστή
- Βάρος
- Ημερομηνία παραγωγής
- Στοιχεία ελέγχου (τα 2 πρώτα γράμματα ΦΕ, η υπ' αριθμόν συσκευασίας του μέσου συσκευασίας και η ημερομηνία παραγωγής).

#### **1.3.4. Εμπόριο – Τιμές**

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της φέτας για τις ξένες αγορές αποτελεί η υψηλή περιεκτικότητά της σε πρωτεΐνη και ασβέστιο. Για το 2018 η ελληνική φέτα κατείχε μερίδιο 35% στην αγορά της Γερμανίας και 17% σε αυτήν της Αγγλίας (σε αξία περίπου 44.650.000€). Ενώ το 2017 η φέτα κατείχε το 76,8% του συνόλου των εξαγωγών των ελληνικών τυριών. Οι εξαγωγές έχουν αναπτυσσόμενη τάση, η οποία αναμένεται να συνεχιστεί. (Καθημερινή, n.d.)

Ύστερα από έρευνα σε μεγάλες αλυσίδες Super Market της Ελλάδας, η συσκευασμένη ελληνική φέτα κυμαίνεται σε τιμές από 9,08€ (προϊόν ιδιωτικής ετικέτας) μέχρι 13,53€ το κιλό τα επώνυμα προϊόντα. Η βαρελίσια φέτα ξεκινάει από 8,55€ το κιλό, ενώ υπάρχει και φέτα ειδικής κατηγορίας (βιολογική), συσκευασμένη, στα 16,14€ το κιλό.

#### **1.4. ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ**

Σύμφωνα με την Yuval Noah Harari, Ισραηλινός ιστορικός και φιλόσοφος, ο άνθρωπος είναι υπεύθυνος για την εξαφάνιση περίπου του 50% όλων των μεγάλων χερσαίων θηλαστικών του πλανήτη πολύ πριν ακόμα σημειώσει τα πρώτα στοιχεία προόδου το γένος. Στην πορεία, όταν

από κυνηγός έγινε αγρότης και δημιούργησε τις μόνιμες εγκαταστάσεις, πολλά από τα άγρια ζώα μετατράπηκαν σε οικόσιτα και υπάρχουν ακόμα και σήμερα σαν είδος, όπως η κότα και η αγελάδα. Μάλιστα, η καλή μεταχείριση των οικόσιτων ζώων μπορεί να χαρακτηριστεί και ως βελτίωση της ποιότητας ζωής τους. Ωστόσο, οι σύγχρονοι παραγωγοί δείχνουν άγνοια ως προς τα συναισθήματα και την ποιότητα ζωής των ζώων, αποσκοπώντας στη μεγιστοποίηση του κέρδους της επιχείρησής τους. Το κλείσιμο σε μικρά κλουβιά, η απομάκρυνση των παιδιών από την μάνα τους έχουν αντίκτυπο ανάλογο με αυτόν που θα είχαν αυτές οι ενέργειες σε έναν άνθρωπο. Η απομόνωση του ζώου οφείλεται σε τεχνητές μεθόδους που εξελίσσονται, οι οποίες παρέχουν στον κτηνοτρόφο αποτελέσματα ανάλογα με αυτά που θα είχε με την παραδοσιακή εκτροφή του ζώου, μειώνοντας όμως το ρίσκο τραυματισμού, ασθένειας ή απώλειας αυτού. Το γεγονός ότι το ζώο αυτό υποφέρει συναισθηματικά, δηλαδή υπόκειται κακομεταχείριση, αποτελεί δευτερεύον πρόβλημα για τον άνθρωπο που προστά στην αύξηση των κερδών του, το αγνοεί παντελώς.

Στη διεθνή γλώσσα οι μονάδες με οικόσιτα ζώα μαζικής παραγωγής που σταβλίζονται σε στενούς, εσώκλειστους χώρους χαρακτηρίζονται ως “factory farms”, καθώς είναι φάρμες οι οποίες εστιάζουν στην μέγιστη δυνατή παραγωγή με το ελάχιστο δυνατό κόστος.

Σύμφωνα με τον νόμο 4056/2012 του φύλλου εφημερίδας της Κυβερνήσεως, για την αδειοδότηση κτηνοτροφικών μονάδων στην Ελλάδα ισχύουν τα εξής:

Κατηγορίες κτηνοτροφικών μονάδων:

1. πρόχειρα καταλύματα ζώων χωρίς απαιτούμενη έκδοση οικοδομικής άδειας
2. α) κτηνοτροφικές εγκαταστάσεις με εγκεκριμένους τύπους στεγάστρων και σκελετό θερμοκηπίου  
β) κτηνοτροφικές εγκαταστάσεις μέχρι 300 τ.μ.
3. εγκαταστάσεις όπου απαιτείται η έκδοση οικοδομικής άδειας.

Για να εκδοθεί άδεια στις κτηνοτροφικές μονάδες των τριών παραπάνω κατηγοριών θα πρέπει η απόστασή τους να πληροί τα απαιτούμενα όρια από περιοχές με οικοδομική άδεια, με λύματα ή που διέρχονται Μέσα Μαζικής Μεταφοράς:

- Μέχρι 20 ζώα η απόσταση είναι 400 μέτρα
- για 21 με 40 ζώα η ελάχιστη απόσταση είναι 600 μέτρα
- Για 41 ή περισσότερα ζώα, η ελάχιστη απόσταση είναι 800 μέτρα.

Επίσης, από 21 ζώα και πάνω, η ελάχιστη απόσταση από βιομηχανικές εγκαταστάσεις υγειονομικού ενδιαφέροντος είναι 150 μέτρα.

Για όλα τα ζώα εκτροφής, θα πρέπει να τηρούνται ορισμένοι βασικοί κανόνες:

- Να γίνεται πλήρης επιθεώρηση, τουλάχιστον μία φορά την ημέρα, από εξειδικευμένο άτομο
- Άμεση φροντίδα άρρωστων ή τραυματισμένων ζώων, μέχρι και απομόνωσή του εφόσον κριθεί αναγκαίο για την προστασία του υπόλοιπου κοπαδιού
- Ελευθερία βασικών κινήσεων
- Άμεση απομάκρυνση κοπράνων, ούρων και υπολειμμάτων τροφής που μπορεί να προκαλέσουν κίνδυνο
- Μη-χορήγηση οποιασδήποτε ουσίας που δεν αποσκοπεί σε φαρμακευτικούς λόγους
- Εφόσον είναι εφικτό βάσει του είδους του ζώου, να μην ζει μόνο εντός του εκτροφείου.

Σύμφωνα με την ΕΕ τα ζώα των κτηνοτροφικών μονάδων θεωρούνται όντα με συναισθήματα. Η σύμπτυξή τους για εξοικονόμηση χώρου και αύξηση της παραγωγής οδηγεί σε μολύνσεις και τραυματισμούς, αυξάνοντας τα επίπεδα αναστάτωσης και στρες.

Θέλοντας να εξοικονομήσουν χρόνο, οι παραγωγοί κτηνοτροφικών προϊόντων και συγκεκριμένα στην περίπτωση της φέτας, εκτρέφουν συγκεκριμένες ράτσες που αποδίδουν περισσότερο, σε συνδυασμό με συμπυκνωμένες ζωοτροφές. Αυτό φυσικά έχει αρνητικές επιδράσεις στην υγεία των ζώων, καθώς δεν προλαβαίνει ο σκελετός τους να αναπτυχθεί με την ανάλογη ταχύτητα, όπως και το ανοσοποιητικό τους. Πολλών ειδών αντιβιοτικά και διογκωτικά απαγορεύονται στην ΕΕ, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών επιτρέπονται στις ΗΠΑ. (UNI FOR, 2016)

### **1.5. ΣΗΜΑΝΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

Υπάρχουν πολλές σημάνσεις που χρησιμοποιούνται παγκοσμίως με στόχο να ενημερώσουν τους καταναλωτές ότι τα συγκεκριμένα προϊόντα προέρχονται από βιομηχανίες που λειτουργούν με συγκεκριμένα πρότυπα. Στην Ελλάδα, πέραν της βιολογικής πιστοποίησης και των σημάνσεων ΠΟΠ/ΠΓΕ, η διαδικασία δημιουργίας ειδικών σημάνσεων για τα τρόφιμα βρίσκεται σε βρεφικό στάδιο. Αντιθέτως, στο εξωτερικό υπάρχουν πολλοί οργανισμοί που πιστοποιούν προϊόντα με βάση συγκεκριμένα πρότυπα. Μερικές από τις πιο γνωστές σημάνσεις έχουν να κάνουν με τη συμμόρφωση καλλιεργητικών και κτηνοτροφικών προτύπων που σέβονται το περιβάλλον, φαίνονται στην Εικόνα 1.1.





Εικόνα 1.1 Σημάνσεις προϊόντων που δηλώνουν σεβασμό στο περιβάλλον

Άλλες πάλι έχουν να κάνουν με ηθικά ζητήματα και συγκεκριμένα με σκεπτικισμό σχετικά με την επέμβαση στη φύση και τη ζωή, με τις πιο διαδεδομένες να είναι η σήμανση δίκαιου εμπορίου και η πιστοποίηση για την ευημερία του ζώου (Εικόνα 1.2).



Εικόνα 1.2 Σημάνσεις που δηλώνουν επιχειρησιακή ηθική

Από τις ετικέτες που παρουσιάστηκαν παραπάνω, η εν λόγω εργασία θα ασχοληθεί με την πιστοποίηση για την καλή διαβίωση των ζώων. Υπάρχουν διάφοροι οργανισμοί που πιστοποιούν προϊόντα τα οποία ακολουθούν συγκεκριμένες πρακτικές με απώτερο σκοπό την ευημερία του ζώου. Εκτός από τη σήμανση που παρουσιάζεται στην Εικόνα 1.2, υπάρχουν στην παγκόσμια αγορά και οι ακόλουθες τρεις (Εικόνα 1.3):



Εικόνα 1.3 Σημάνσεις που δηλώνουν καλή διαβίωση των ζώων

## **2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

Τα τελευταία χρόνια ποικίλουν οι μελέτες που ερευνούν ψυχογραφικά την ευαισθησία του καταναλωτή. Επικρατεί η πεποίθηση ότι ο καταναλωτής είναι αυτός που μπορεί να αλλάξει τα δεδομένα με τα οποία λειτουργούν οι επιχειρήσεις, κυρίως σε ηθικά ζητήματα, όπως η νόμιμη εργασία και η ευημερία των ζώων. Στη βιβλιογραφία δεν υπάρχει έρευνα που να μελετά την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για πιστοποίηση ευημερίας του ζώου σε προϊόν φέτας. Οι περισσότερες μελέτες εστιάζουν σε προϊόντα κρέατος ή σε γαλακτοκομικά προϊόντα και τα συμπεράσματα είναι ενθαρρυντικά, όχι όμως στο επιθυμητό ακόμα επίπεδο.

### **2.1 ΠΡΟΘΥΜΙΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΓΙΑ ΚΡΕΑΣ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΖΩΩΝ**

Μέσω των ερευνών που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια, φαίνεται πως οι Ευρωπαίοι πολίτες γίνονται πιο δεκτικοί στην αγορά κρεάτων με πιστοποίηση ευημερίας του ζώου.

Οι Schröder & McEachern (2004) εξέτασαν κατά πόσο οι ηθικοί λόγοι επηρεάζουν την αγορά και κατανάλωση κρέατος στην Σκωτία, μελετώντας 30 νοικοκυρές που ζουν σε πόλεις και επαρχίες και καταναλώνουν κρέας. Η μέθοδος άντλησης των δεδομένων για την εξαγωγή συμπερασμάτων πραγματοποιήθηκε με τη μορφή συνεντεύξεων, όπου εξεταζόταν η άποψη τους σχετικά με την αγορά κρεατικών όλων των ειδών, αλλά και η επίδραση των πιστοποιήσεων σχετικά με τα ζώα, στις επιλογές αγοράς τροφίμων. Τα συμπεράσματα της έρευνας έδειξαν πως οι καταναλωτές προβληματίζονται για την κακομεταχείριση των ζώων (κυρίως σε παραγωγικές μονάδες χοίρων και πουλερικών), θεωρώντας πως πρέπει να αντιμετωπίζονται καλύτερα και με σεβασμό. Ωστόσο, αυτή η ανησυχία τους δεν αποτυπώνεται αναλογικά και στην προθυμία πληρωμής τους για προϊόντα πιστοποιημένα για την καλή διαβίωση των ζώων.

Οι Makdisi & Marggraf (2011) εξέτασαν τις προτιμήσεις των καταναλωτών και την προθυμία πληρωμής τους για προϊόντα κρέατος πιστοποιημένα για την ευημερία των ζώων. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 300 Γερμανούς καταναλωτές κρέατος με τη μέθοδο της ενδεχόμενης αποτίμησης (contingent valuation) βάζοντας τους συμμετέχοντες σε συνθήκες μιας υποθετικής αγοράς. Τα συμπεράσματα έδειξαν πως η πλειοψηφία των καταναλωτών θα έδιναν τουλάχιστον 1,5€ παραπάνω ανά ένα κιλό πιστοποιημένου κρέατος παραγόμενου σε κρεατοπαραγωγική μονάδα, χωρίς όμως να είναι αρκετή αυτή η αύξηση για να προβούν στις απαραίτητες αλλαγές οι παραγωγοί.

Αντίστοιχα, οι Sans & Sanjuán-López (2015) χρησιμοποίησαν την μέθοδο της ενδεχόμενης αποτίμησης για να εξετάσουν την προθυμία πληρωμής, σε βοδινό κρέας, με πιστοποίηση ευημερίας του ζώου. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 1213 καταναλωτές σε Ισπανία και Γαλλία. Επίσης, προσπάθησαν να εξηγήσουν και να προβλέψουν τις στάσεις των καταναλωτών απέναντι στην ετικέτα δίκαιων συνθηκών εργασίας χρησιμοποιώντας το μοντέλο της προσδοκώμενης αξίας που αναπτύχθηκε σε προηγούμενες έρευνες (Nocella et al. 2010, Fishbein & Ajzen 1975). Τα συμπεράσματα της έρευνας έδειξαν ότι τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας είναι πρόθυμα να πληρώσουν περισσότερο για βοδινό κρέας με πιστοποίηση ευημερίας ζώου. Το ίδιο ισχύει και για τις γυναίκες συγκριτικά με τους άντρες του δείγματος. Όσο αυξάνεται το εισόδημα των καταναλωτών, αυξάνεται και η προθυμία πληρωμής, ενώ αντίθετη ροή ακολουθεί το επίπεδο εκπαίδευσης.

## **2.2 ΠΡΟΘΥΜΙΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ ΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΔΙΑΒΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΖΩΩΝ**

Στον κλάδο των γαλακτοκομικών προϊόντων οι καταναλωτές φαίνεται να είναι πιο ευαισθητοποιημένοι για θέματα ευημερίας του ζώου σε σχέση με τον κλάδο της κρεατοπαραγωγής. Σύμφωνα με τις μελέτες που παρατίθενται, δείχνουν πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για προϊόντα που έχουν λάβει υπόψη την ευημερία των ζώων, με την προϋπόθεση ότι πληρούν και άλλα χαρακτηριστικά όπως η γεύση.

Οι Elbakidze & Nayga Jr. (2012) εξέτασαν την προθυμία πληρωμής για γαλακτοκομικά προϊόντα που έχουν λάβει υπόψη την ευημερία του ζώου. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 215 άτομα, έχοντας ως βάση προϊόντα τυριού και παγωτού. Η άντληση δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τις δημοπρασίες τύπου Vickrey. Τα αποτελέσματα του πειράματος έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν ελάχιστα παραπάνω για πιστοποιημένα τρόφιμα για την ευημερία του ζώου σε σχέση με τα συμβατικά. Αυτή η premium τιμή δεν φάνηκε αρκετή ώστε να καλύψει το κόστος αλλαγής που απαιτείται στις μονάδες.

Αντίστοιχα, οι Napolitano et al. (2008) εξέτασαν την επίδραση της πληροφόρησης σχετικά με την ευημερία των ζώων ως προς την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για γιαούρτι. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 104 άτομα, ηλικίας 19-34 ετών, απόφοιτους λυκείου, οι οποίοι καταναλώνουν γιαούρτι τουλάχιστον μία φορά τον μήνα. Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να δηλώσουν την προθυμία πληρωμής τους ανάμεσα σε γιαούρτι πλήρες και χαμηλών λιπαρών σε 3 διαφορετικά στάδια (τυφλή δοκιμή, πληροφόρηση σχετικά με τις συνθήκες εκτροφής και διαβίωσης των ζώων χωρίς δοκιμή, πληροφόρηση σχετικά με τις συνθήκες εκτροφής και

διαβίωσης των ζώων με δοκιμή) με πειραματική δημοπρασία τύπου Vickrey. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι καταναλωτές επηρεάζονται από την πληροφόρηση σχετικά με την ευημερία των ζώων, με αποτέλεσμα να την επιζητούν, ενώ παράλληλα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω σε προϊόν γιαουρτιού, εφόσον το συγκεκριμένο προϊόν πληροί και άλλες προϋποθέσεις τους.

### **2.3 ΓΝΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΛΗ ΔΙΑΒΙΩΣΗ ΤΩΝ ΖΩΩΝ**

Ένα μείζον ζήτημα φαίνεται να είναι η γνώση, η πληροφόρηση και η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών, καθώς σύμφωνα με έρευνες παρουσιάζεται λανθασμένη ή ελλιπής όσον αφορά την ευημερία των ζώων.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή Υγείας και Προστασίας Καταναλωτή (European Commission Directorate General for Health and Consumer Protection) (2009) εξέτασε την πιστοποίηση ευημερίας ζώων και την ίδρυση κέντρου προστασίας αυτών. Για την εξαγωγή συμπερασμάτων ακολούθησε πολύπλευρη έρευνα: μελέτη ανάλογων ερευνών και δημοσιευμένων άρθρων, συνεντεύξεις με άτομα που ασχολούνται με ανάλογες πιστοποιήσεις, ομαδικές συναντήσεις και ερευνητικές συνεντεύξεις. Συλλέχθηκαν 110 ερωτηματολόγια από χώρες της Ευρώπης, αλλά και Αυστραλία και Καναδά. Τα συμπεράσματα της έρευνας δείχνουν πως η παροχή πληροφόρησης στους καταναλωτές σχετικά με τα προϊόντα που αγοράζουν και τις πρακτικές ευημερίας των ζώων, πιθανώς θα δώσει περιθώρια αύξησης των τιμών που θα ενισχύσουν την προσπάθεια αυτή. Συνεπώς, εάν υπάρξει μαζική αποδοχή αυτών των προϊόντων από τους καταναλωτές θα αυξηθούν τα μερίδια αγοράς των παραγωγών που ακολουθούν καλές πρακτικές διαβίωσης των ζώων και θα αποτελέσει κίνητρο για να δρομολογηθεί με σταθερά βήματα η αλλαγή στο περιβάλλον αρκετών κτηνοτροφικών μονάδων. Έτσι για να εισαχθεί με επιτυχία μια πιστοποίηση ευημερίας ζώου στα προϊόντα, θα πρέπει:

- να προσδίδει αξία
- να την αποδεχτούν οι καταναλωτές
- να σχεδιαστεί σωστή στρατηγική για κατοχύρωση μεγάλου μεριδίου αγοράς
- να γίνεται εύκολα κατανοητό στους καταναλωτές.

Οι Di Pasquale et al. (2016) εξέτασαν τις πληροφορίες που λαμβάνουν οι Ιταλοί καταναλωτές από τις σημάνσεις ευημερίας ζώων, αλλά και τη γνώση που έχουν σχετικά με αυτό το θέμα. Η έρευνα απέσπασε δεδομένα από 355 Ιταλούς καταναλωτές με τη μορφή συνεντεύξεων μέσω ερωτηματολογίων σύντομων απαντήσεων. Τα αποτελέσματα της έρευνας αναγνώρισαν τέσσερα διακριτά τμήματα στους καταναλωτές. Ένα τμήμα που αποτελεί και το 36% του

δείγματος αφορά τους «ευαισθητοποιημένους για θέματα των ζώων» καταναλωτές στους οποίους θα πρέπει να προσβλέπουν οποιεσδήποτε κινήσεις γίνουν για πιστοποιημένα τρόφιμα. Δυστυχώς όμως, σε όλα τα τμήματα που αναγνωρίστηκαν, παρατηρήθηκε μια διάχυτη έλλειψη γνώσης όσον αφορά τα ζητήματα της καλής διαβίωσης των ζώων και της προστασίας τους. Επίσης οι καταναλωτές δυσκολεύονται να αναγνωρίσουν την ετικέτα της σήμανσης ευημερίας ζώων.

Οι Frey & Pirscher (2018) προσπάθησαν να προσδιορίσουν διαφορετικές ηθικές διαστάσεις των Γερμανών καταναλωτών με τη χρήση επικυρωμένων κλιμάκων και να τις συσχετίσουν με την προθυμία τους να πληρώσουν για τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ζώων στην Γερμανία. Στην έρευνα συμμετείχαν 1334 άτομα, μέσω ανώνυμων ερωτηματολογίων, και τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ηθικές αξίες επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών και κατά συνέπεια τις αγοραστικές τους τάσεις. Συγκεκριμένα, υπάρχουν θετικοί συσχετισμοί μεταξύ της προθυμίας πληρωμής και της περιβαλλοντικής ανησυχίας, του αλτρουισμού και της λιγότερης απάθειας. Αρκετοί συμμετέχοντες υποστήριξαν πως η βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ζώων σε φάρμες είναι θέμα ηθικής. Επιπλέον, τα προσωπικά χαρακτηριστικά και οι αξίες των καταναλωτών επιδρούν στην προθυμία πληρωμής, με σημαντικότερο παράγοντα τις περιβαλλοντολογικές ανησυχίες των συμμετεχόντων.

### 3. ΕΡΕΥΝΑ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

#### 3.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εκμαιεύσει την προθυμία πληρωμής για συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων που φέρει ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, σε σύγκριση με ανάλογη συσκευασία, της ίδιας φέτας, αλλά χωρίς την πιστοποίηση. Για την εκμαιεύση της προθυμίας πληρωμής χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος του μονού ορίου (single bounded). Επιπροσθέτως, η έρευνα είχε ως μεθοδολογικό σκοπό την διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής και των στάσεων των καταναλωτών. Η συλλογή των δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν, πραγματοποιήθηκε μέσω προσωπικών συνεντεύξεων σε τυχαία επιλεγμένο δείγμα καταναλωτών, σε super market, εμπορικά κέντρα και καφετέριες του Νομού Αττικής (Πίνακας 3.1).

Πίνακας 3.1 Κατανομή ερωτηματολογίων ανά τμήμα νομού Αττικής

Τμήμα	Αριθμός Συνεντεύξεων
Δυτικό	42
Ανατολικό	37
Βόρειο	44
Νότιο	44
Κεντρικό	33

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση ενός δομημένου ερωτηματολογίου στο χρονικό διάστημα από 24 Οκτωβρίου 2019 έως 18 Νοεμβρίου 2019. Συνολικά δέχτηκαν να λάβουν μέρος στην έρευνα 200 καταναλωτές (99 άντρες και 101 γυναίκες), ενώ το ποσοστό άρνησης συμμετοχής ήταν 63,1% (342 άτομα), εκ των οποίων το 57,3% ήταν άντρες (196 άτομα) και το 42,7% ήταν γυναίκες (146 άτομα). Στον Πίνακα 3.2 παρουσιάζεται η σύγκριση των φύλων των συμμετεχόντων στην έρευνα και των καταναλωτών που αρνήθηκαν να συμμετάσχουν.

Πίνακας 3.2 Σύγκριση μεταξύ φύλων συμμετεχόντων και αρνηθέντων

	Άντρες	Γυναίκες
--	--------	----------

<b>Συμμετέχοντες</b>	49,5%	50,5%
<b>Αρνηθέντες</b>	57,3%	42,7%

Παρατηρούμε ότι παρόλο που το ποσοστό συμμετεχόντων δείχνει αντίστοιχη συμμετοχή μεταξύ αντρών και γυναικών, το ποσοστό των αρνηθέντων δείχνει ότι οι γυναίκες ήταν πιο πρόθυμες να συμμετάσχουν στην έρευνα απαντώντας στο ερωτηματολόγιο.

Η μέση συνολική διάρκεια της κάθε συνέντευξης ήταν 14 λεπτά, με τη μικρότερη να διαρκεί 11 λεπτά και τη μεγαλύτερη 18 λεπτά.

### 3.2 ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Το ερωτηματολόγιο ήταν δομημένο σε 3 μέρη. Στο πρώτο μέρος, περιλαμβάνονταν δύο ερωτήσεις κλειστού τύπου, όπου αρχικά γινόταν η ερώτηση στον καταναλωτή, εάν αυτός είναι το άτομο που συνήθως ψωνίζει για το νοικοκυριό του και εάν γνωρίζει την ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Στη συνέχεια, πριν την ερώτηση προθυμίας πληρωμής του καταναλωτή, διαβαζόταν στους ερωτώμενους το παρακάτω κείμενο:

*Η ετικέτα για την **Καλή Διαβίωση των Ζώων** (φωτ. 1) μπορεί να πιστοποιηθεί από διάφορους οργανισμούς, όπως ο Global Animal Partnership που είναι ένας μη-κερδοσκοπικός διεθνής οργανισμός και έχει ως σκοπό τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ζώων εκτροφής. Μια τέτοια ετικέτα διασφαλίζει ότι το προϊόν παράγεται σε κτηνοτροφική μονάδα η οποία έχει προσαρμόσει τις μεθόδους παραγωγής της με τέτοιον τρόπο, ώστε να προάγει την ευζωία των παραγωγικών ζώων. Συγκεκριμένα, εξασφαλίζει ότι τα ζώα έχουν πρόσβαση σε φρέσκο νερό και υγιεινή σίτιση, κατάλληλες συνθήκες φύλαξης και σταβλισμού, έχουν απαλλαχθεί από τον πόνο, το φόβο, τους τραυματισμούς και τις νόσους, συμβάλλοντας στην συναισθηματική ευεξία του ζώου.*

Αυτές οι πληροφορίες δίνονταν στους καταναλωτές, καθώς η ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων δεν είναι ιδιαίτερος διαδεδομένη στην Ελλάδα και δεν πιστοποιείται από κανέναν ελληνικό οργανισμό μέχρι και σήμερα, με αποτέλεσμα να είναι λογικό αρκετοί από τους συμμετέχοντες να μην τη γνωρίζουν. Παρ' όλο που η φέτα είναι από τα επικρατέστερα είδη τυριών στην ελληνική διατροφή, η συγκεκριμένη ετικέτα προσδίδει επιπλέον χαρακτηριστικά στο εν λόγω προϊόν διότι τα τελευταία χρόνια οι συνθήκες διαβίωσης των ζώων θυσιάζονται

στο βωμό του κέρδους. Συνεπώς, αυτή η πληροφόρηση κρίθηκε απαραίτητη ώστε οι καταναλωτές του δείγματος να μπορέσουν να αποτιμήσουν τη φέτα με πιστοποίηση.

Έπειτα από την ανάγνωση των πληροφοριών σχετικά με την ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, ακολούθησε η ανάγνωση του παρακάτω κειμένου:

*Σε λίγο θα ερωτηθείτε αν είστε διατεθειμένος/-η να πληρώσετε ένα συγκεκριμένο ποσό για να αγοράσετε τυποποιημένη-συσκευασμένη φέτα 1 κιλού.*

*Η ερώτηση αυτή θα είναι υποθετική, δηλαδή δε θα χρειαστεί πράγματι να πληρώσετε. Έχει παρατηρηθεί ότι οι άνθρωποι δυσκολεύονται να απαντήσουν σε υποθετικές ερωτήσεις και συχνά υπερβάλλουν στο ποσό που δηλώνουν ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.*

*Ένας λόγος που συμβαίνει αυτό είναι γιατί όταν έρθει η ώρα πράγματι να πληρώσουν, τότε σκέφτονται ότι τα χρήματα αυτά δεν θα μπορούν να τα διαθέσουν για να αγοράσουν κάτι άλλο.*

*Πριν απαντήσετε την ερώτηση προθυμίας πληρωμής, προσπαθήστε να σκεφτείτε εάν πράγματι θέλετε να πληρώσετε για τυποποιημένη-συσκευασμένη φέτα το ποσό το οποίο θα ερωτηθείτε και ότι αυτό το ποσό δεν θα είναι διαθέσιμο για αγορές άλλων αγαθών.*

Η ένταξη του συγκεκριμένου κειμένου στο ερωτηματολόγιο και η ανάγνωσή του στους καταναλωτές έγινε με σκοπό την πρόληψη του φαινομένου της υποθετικής μεροληψίας, που παρατηρείται σε τέτοιου είδους έρευνες. Ο επεξηγηματικός αυτός πρόλογος (cheap talk), χρησιμοποιείται στις έρευνες προθυμίας πληρωμής για να τονίσει στους ερωτώμενους την τάση υπερβολής σε απαντήσεις υποθετικών ερωτήσεων και τους ζητείται να είναι ιδιαίτερος προσεκτικοί στις απαντήσεις τους (Bulte et al., 2005).

Στη συνέχεια διαβαζόταν το ακόλουθο κείμενο:

*Τέλος, θα ήθελα να σας πληροφορήσω ότι τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας θα γίνουν διαθέσιμα σε παραγωγούς, εμπόρους, υπεύθυνους δημόσιους φορείς, αλλά και στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Αυτό σημαίνει ότι η έρευνα αυτή μπορεί να επηρεάσει την απόφαση των παραγωγών, εμπόρων και δημόσιων φορέων για την υιοθέτηση της ετικέτας Καλής Διαβίωσης των Ζώων στο προϊόν της φέτας, αλλά και στη μέση τιμή της συσκευασμένης φέτας.*

Σε έρευνες που εξετάζουν την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για κάποιο αγαθό, είναι σύνηθες οι συμμετέχοντες να μην έχουν κίνητρο να απαντήσουν με την απαραίτητη ακρίβεια



σε ερωτήσεις δηλουμένων προτιμήσεων. Μία τεχνική που χρησιμοποιείται για την άντληση όσο το δυνατόν πιο έγκυρων απαντήσεων, είναι το κείμενο συνέπειας (consequentiality script), παρουσιάζοντας την έρευνα με τέτοιο τρόπο που να δίνει αξία στις ειλικρινείς απαντήσεις των ερωτώμενων (Vossler and Watson, 2013).

Κατόπιν, ακολούθησε η ερώτηση προθυμίας πληρωμής, εκφρασμένη με τη μέθοδο του μονού ορίου (single bounded). Στη συγκεκριμένη ερώτηση, ο ερωτώμενος καλούταν να απαντήσει αν θα πλήρωνε το επιπλέον ποσό με ένα ναι ή ένα όχι (διχοτομική ερώτηση). Τα ερωτηματολόγια της παρούσας έρευνας, χωρίστηκαν σε 4 κατηγορίες, βάσει του επιπλέον ποσού για το οποίο γίνεται η ερώτηση προθυμίας πληρωμής (30 λεπτά, 60 λεπτά, 90 λεπτά, 1 ευρώ και 20 λεπτά):

*Σκεφτείτε τώρα, ότι έχετε τη δυνατότητα να αγοράσετε τη φέτα που προτιμάτε, η οποία όμως, θα έχει παραχθεί λαμβάνοντας υπόψη την **καλή διαβίωση των ζώων** (φωτ. 2). Εάν η μέση τιμή μιας συμβατικής τυποποιημένης-συσκευασμένης φέτας 400 γραμ. στην αγορά σήμερα, είναι 4,50€ θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε **λεπτά** επιπλέον προκειμένου να αγοράσετε τη φέτα με πιστοποίηση **Ενημερίας του Ζώου**;*

Ναι  Όχι

Για να κατασκευαστεί η ερώτηση προθυμίας πληρωμής, διαπιστώθηκε μετά από έρευνα σε φυσικά καταστήματα λιανικής, αλλά και στο διαδίκτυο, πως η μέση τιμή της συσκευασμένης φέτας 400 γραμμαρίων είναι περίπου 4,5€. Η απόφαση του μεγέθους των επιπλέον ποσών κατά την κατασκευή των ερωτηματολογίων, λήφθηκε με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποτυπώνεται ένα λογικό εύρος τιμών για τα προϊόντα με πιστοποίηση καλής διαβίωσης των ζώων έναντι των συμβατικών. Συνεπώς, τα 200 ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε 4 κατηγορίες, ώστε 50 εξ' αυτών εκμαίευαν την προθυμία πληρωμής 30 επιπλέον λεπτών για συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, 50 την προθυμία πληρωμής 60 λεπτών του ευρώ επιπλέον, 50 την προθυμία πληρωμής 90 λεπτών του ευρώ επιπλέον και 50 την προθυμία πληρωμής 1 ευρώ και 20 λεπτών επιπλέον σε σύγκριση με την ίδια συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων, χωρίς την ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Η μέγιστη επιπλέον τιμή (1,20€) αντιπροσωπεύει αύξηση 27% στη μέση συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων.

Στους συμμετέχοντες που απαντούσαν αρνητικά στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, δινόταν μία επιπλέον ερώτηση ώστε να αιτιολογήσουν την άρνησή τους μέσα από προτεινόμενες απαντήσεις. Αυτές ήταν:

- Είναι πολύ μεγάλο το επιπλέον ποσό, θα ήμουν διατεθειμένος να πληρώσω λιγότερα
- Το εισόδημά μου είναι περιορισμένο

- Δεν θεωρώ πως το ζήτημα είναι σημαντικό
- Δεν πιστεύω σε αυτές τις πιστοποιήσεις και τους οργανισμούς που τα πιστοποιούν
- Να πληρώσει το Κράτος τη διαφορά
- Άλλο (για τους συμμετέχοντες που η αιτιολόγησή τους δεν υπήρχε στις προηγούμενες απαντήσεις).

Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες καλούνταν να σκεφτούν πόσο σίγουροι ήταν για την απάντηση που έδωσαν στην ερώτηση της προθυμίας πληρωμής, από το 1 μέχρι το 10. Το 1 σήμαινε “Καθόλου”, ενώ το 10 “Πάρα Πολύ”. Κατόπιν, ζητούταν η άποψή τους σχετικά με το κατά πόσο θεωρούν πως οι απαντήσεις τους στην παρούσα έρευνα θα ληφθούν υπόψιν από τους παραγωγούς, τους εμπόρους και τους δημόσιους φορείς. Οι δυνατές απαντήσεις ήταν σε κλίμακα Likert με τιμές από το 1 μέχρι το 5, όπου το 1 σήμαινε “Καθόλου” και το 5 σήμαινε “Πάρα Πολύ”.

Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου έκλεινε με τρεις ερωτήσεις. Στην πρώτη, οι ερωτώμενοι δήλωναν το πόσο σημαντικό θεωρούν τον ρόλο των τιμών στις αποφάσεις τους όταν αγοράζουν τρόφιμα. Οι απαντήσεις ήταν, επίσης, σε κλίμακα Likert με τιμές από το 1 μέχρι το 5, όπου το 1 σήμαινε “Καθόλου” και το 5 σήμαινε “Πάρα Πολύ”. Έπειτα, καλούνταν να επιλέξουν την ποσότητα φέτας (σε κιλά) που καταναλώνουν εβδομαδιαία στο νοικοκυριό τους.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελούταν από 4 ερωτήσεις. Η πρώτη ερώτηση ζητά από τους συμμετέχοντες να απαντήσουν με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ειλικρίνεια αν συμφωνούν (Σ) ή διαφωνούν (Δ) σε 13 υπό-ερωτήματα που στόχευαν να μετρήσουν κατά πόσο οι ερωτώμενοι προσπαθούν να φανούν κοινωνικά αρεστοί στον ερευνητή (Social Desirability).. Αυτές οι 13 ερωτήσεις (Reynolds’s Form C) αποτελούν μετάφραση της σύντομης εκδοχής της διεθνώς αναγνωρισμένης κλίμακας Marlowe-Crowne του Reynolds (1982), με υψηλή αξιοπιστία της εσωτερικής της συνοχής και η χρήση της είναι διαδεδομένη στην επιστήμη του μάρκετινγκ. Βάσει των απαντήσεων που δίνονται από τους καταναλωτές, η συγκεκριμένη κλίμακα εξάγει τα επίπεδα κοινωνικής αρεστότητας του ερωτώμενου, με σκοπό να δούμε κατά πόσο επηρεάζεται η προθυμία πληρωμής από το συγκεκριμένο κριτήριο. Όσο μεγαλύτερο ήταν το σκορ ( $\geq 7$ ) τόσο περισσότερο ενδιαφέρει των ερωτώμενο να είναι αρεστός στον ερευνητή. Αντίθετα, όσο μικρότερο σκορ έχει ( $< 7$ ) τόσο λιγότερο τον ενδιαφέρει η εικόνα του προς τον ερευνητή..

Στη συνέχεια, η επόμενη ερώτηση ζητούσε από τους καταναλωτές να απαντήσουν σε 10 υπό-ερωτήματα σε κλίμακα Likert με τιμές από το 1 έως το 5, όπου 1 σήμαινε “Ποτέ” και 5 “Πάντα”. Μέσω την απαντήσεων αυτών και του σκορ που είχαν στα υπό-ερωτήματα οι συμμετέχοντες, προκύπτει μία επιπλέον πληροφορία για το προφίλ των ατόμων του δείγματος,

αυτήν τη φορά βάσει της ηθικής κατανάλωσης. Η συγκεκριμένη κλίμακα είναι μετάφραση της διεθνώς αναγνωρισμένης κλίμακας EMCΒ (Ethnically Minded Consumer Behavior) των Sudbury-Riley and Kohlbacher (2016). Σε αυτήν την κλίμακα κάθε άτομο είχε τη δυνατότητα να απαντήσει με βάση μία κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1=Σπάνια και 5=Πάντα. Όσο μεγαλύτερο ήταν το σκορ ( $\geq 26$ ) τόσο περισσότερο ευαισθητοποιημένο και ηθικά σκεπτόμενο ήταν το συγκεκριμένο άτομο. Αντιθέτως, αν το σκορ του ήταν χαμηλό ( $< 26$ ) σήμαινε ότι έκανε λιγότερο ηθικά αγοραστικές επιλογές.

Έπειτα, ακολουθούσε η ερώτηση 12, όπου οι καταναλωτές καλούνταν να απαντήσουν κατά πόσο αξιόπιστη θεωρούν την πληροφόρηση που παρέχουν οι επιχειρήσεις σχετικά με την επιχειρησιακή ηθική τους, σε κλίμακα Likert από το 1 έως το 5, όπου το 1 σήμαινε “Καθόλου” και το 5 “Πάρα Πολύ”.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου έκλεινε με την ερώτηση 13, όπου οι συμμετέχοντες καλούνταν να προσδιορίσουν τη σημασία των χαμηλών τιμών σε σχέση με ζητήματα ηθικής κατά την παραγωγική διαδικασία. Ομοίως, οι απαντήσεις δίνονταν σε κλίμακα Likert από το 1 μέχρι το 5, όπου το 1 σήμαινε “Διαφωνώ απόλυτα” και κατ’ επέκταση σήμαινε ότι ο καταναλωτής δίνει βάσει στα ζητήματα ηθικής και όχι στις χαμηλές τιμές, ενώ το 5 σήμαινε “Συμφωνώ απόλυτα”.

Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου, αποτελούταν από έξι ερωτήσεις, σχετικές με τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων. Πιο συγκεκριμένα, ζητήθηκαν από τους ερωτώμενους το φύλο τους, η ηλικία τους, η ανώτερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχουν ολοκληρώσει, ο συνολικός αριθμός μελών του νοικοκυριού τους, αν υπάρχουν σε αυτό ανήλικα μέλη, καθώς και η εισοδηματική κατηγορία που ανήκουν βάσει του ετήσιου καθαρού οικογενειακού τους εισοδήματος.

## 4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Για την περιγραφική και οικονομετρική ανάλυση του δείγματος, χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα Stata 13.1.

### 4.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Αναλύοντας τις απαντήσεις των συμμετεχόντων του ερωτηματολογίου, παρατηρείται ότι το 71% των συμμετεχόντων ήταν οι κύριοι αγοραστές τροφίμων στο νοικοκυριό τους, ενώ μόλις το 22% του δείγματος δήλωσαν πως γνωρίζουν την ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, πριν την ανάγνωση των πληροφοριών του ερωτηματολογίου.

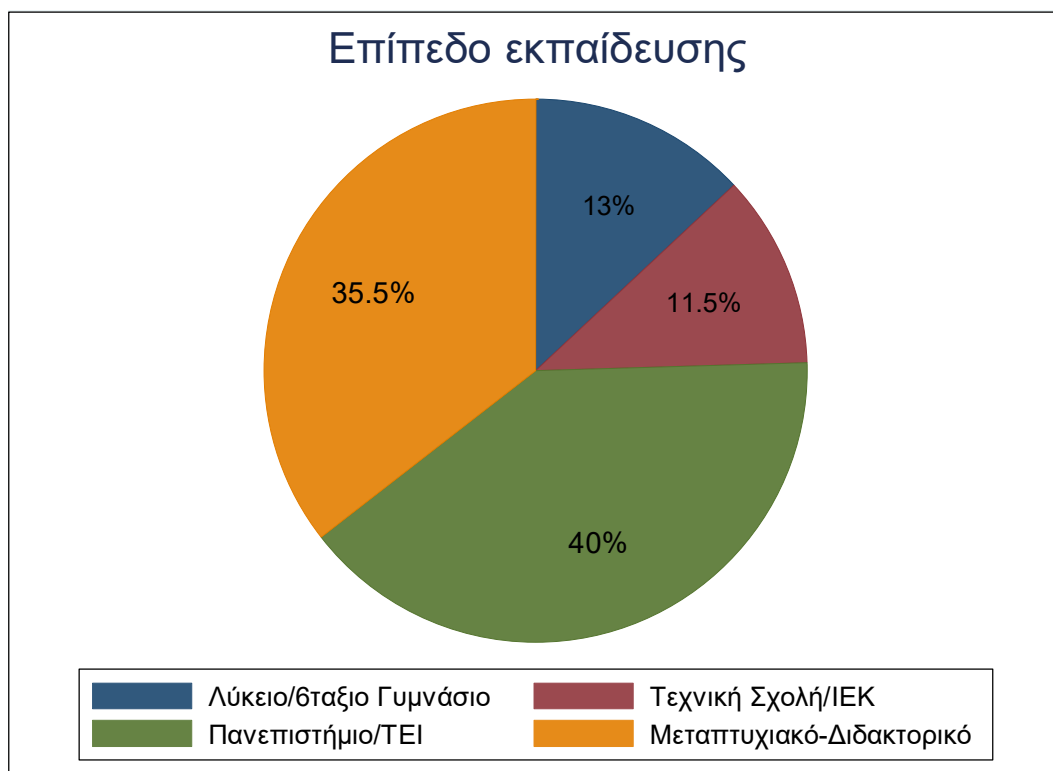
Όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος που συλλέχθηκε, στον Πίνακα 4.1.1 παρουσιάζεται η σύγκριση των ηλικιών των συμμετεχόντων στην έρευνα, ομαδοποιημένη σε 5 κατηγορίες. Στο ερωτηματολόγιο ζητούταν η ακριβής ηλικία των συμμετεχόντων, αλλά για λόγους ευκολίας στην προβολή τους, παρουσιάζονται ομαδοποιημένα. Παρατηρούμε πως περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες ήταν κάτω των 40 ετών.

Πίνακας 4.1.1 Σύγκριση ηλικιών συμμετεχόντων

	20-29	30-39	40-49	50-59	60+
Άντρες	34	26	12	11	16
Γυναίκες	23	35	17	16	10
Σύνολο	57	61	29	27	26

Σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης, στο Γράφημα 4.1.1 φαίνεται πως το 13%, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 26 άτομα, έχουν ολοκληρώσει την Υποχρεωτική Εκπαίδευση ή το Λύκειο/Εξατάξιο Γυμνάσιο. Να σημειωθεί πως η πρώτη κατηγορία, αυτή της Υποχρεωτικής Εκπαίδευσης, έχει ενταχθεί στη δεύτερη κατηγορία, Λύκειο/Εξατάξιο Γυμνάσιο για λόγους διευκόλυνσης, αφού η κατηγοριοποίηση αυτή δεν επηρεάζει την εξαγωγή συμπερασμάτων από τα δεδομένα. Το 11,5%, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 23 άτομα, έχουν ολοκληρώσει Τεχνική

Σχολή ή ΙΕΚ, ενώ το 40%, 80 άτομα, είναι κάτοχοι πτυχίου Πανεπιστημίου (ΑΕΙ) ή ΤΕΙ. Τέλος, το 35,5% του δείγματος, 71 άτομα, είναι κάτοχοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού διπλώματος.



Γράφημα 4.1.1 Επίπεδο εκπαίδευσης συμμετεχόντων

Το 67,5% των ερωτώμενων δήλωσε πως στο νοικοκυριό του ζουν 3 άτομα και πάνω (Γράφημα 4.1.2), ενώ μόλις το 30% του συνόλου δήλωσε πως υπάρχουν ανήλικα μέλη (Γράφημα 4.1.3). Αυτό πιθανότατα οφείλεται στις κοινωνικοοικονομικές τάσεις της εποχής, που οδηγούν στη συγκατοίκηση μεταξύ φίλων ή στην παραμονή στο πατρικό σπίτι.

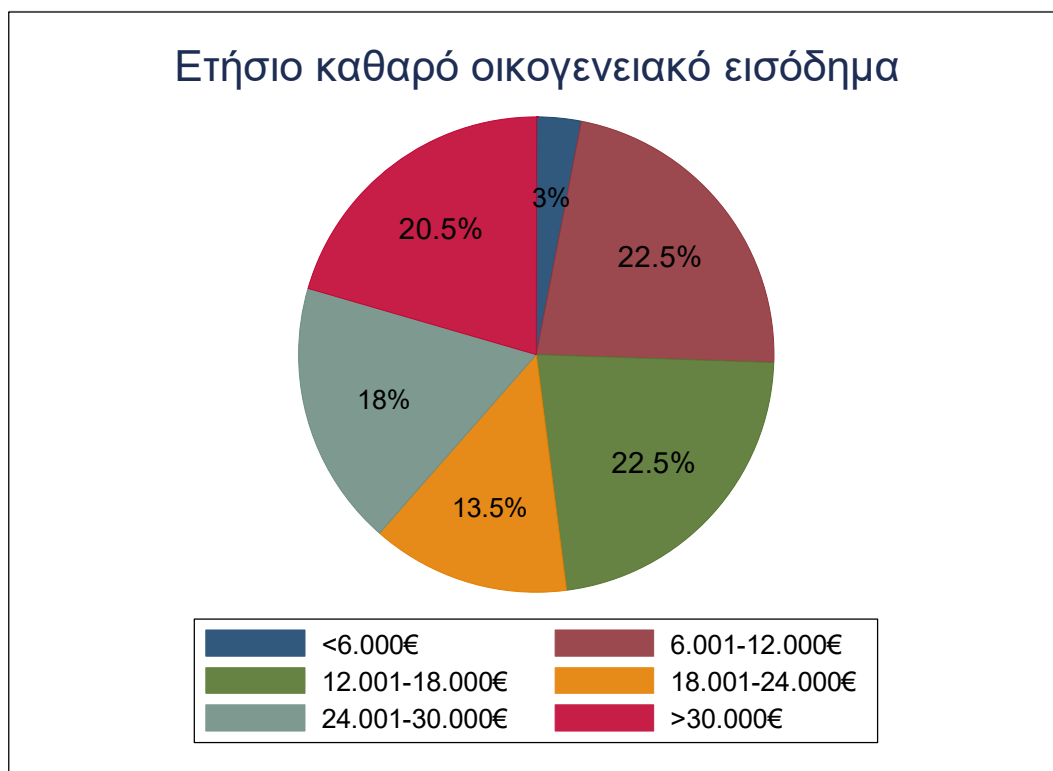


Γράφημα 4.1.2 Συνολικός αριθμός μελών στο νοικοκυριό



Γράφημα 4.1.3 Ανήλικα μέλη στο νοικοκυριό

Στο Γράφημα 4.1.4 διακρίνεται η κατανομή των συμμετεχόντων όσον αφορά το συνολικό ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα στο νοικοκυριό τους. Το 25,5% αυτών, έχουν εισόδημα μέχρι 12.000€, το 36% έχουν εισόδημα από 12.001€ μέχρι 24.000€ και το 38,5% από 24.001€ και πάνω. Συμμετείχαν άτομα όλων των εισοδηματικών κατηγοριών, με τα λιγότερα να ανήκουν στην εισοδηματική κατηγορία “<6.000€”, με ποσοστό μόλις 3% (αντιστοιχεί σε 6 άτομα).



Γράφημα 4.1.4 Ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα

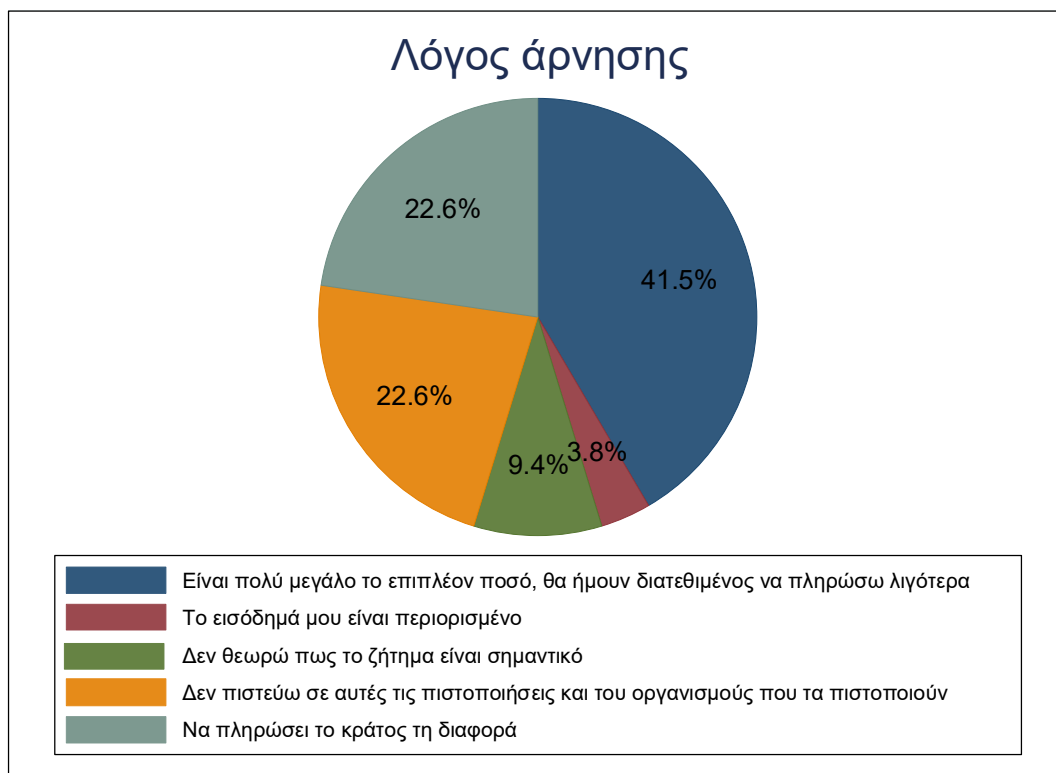
Από τους 200 συμμετέχοντες, οι 147 (73,5%) απάντησαν θετικά στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, με τα ποσοστά αποδοχής να μειώνονται όσο αυξάνεται το επιπλέον ποσό (Γράφημα 4.1.5). Ωστόσο, ακόμα και για την επιπλέον τιμή των 1,20€, που αποτελεί αύξηση 27% έναντι της συμβατικής φέτας, περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους δήλωσαν πως ήταν πρόθυμοι να το πληρώσουν (58%). Μάλιστα, οι ερωτώμενοι δήλωσαν κατά μέσο όρο 8,2/10 σίγουροι για την απάντησή τους στην προθυμία πληρωμής, τόσο αυτοί που απάντησαν θετικά όσο και αυτοί που απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής.



Γράφημα 4.1.5 Ποσοστό θετικών απαντήσεων για κάθε τιμή που εξετάστηκε

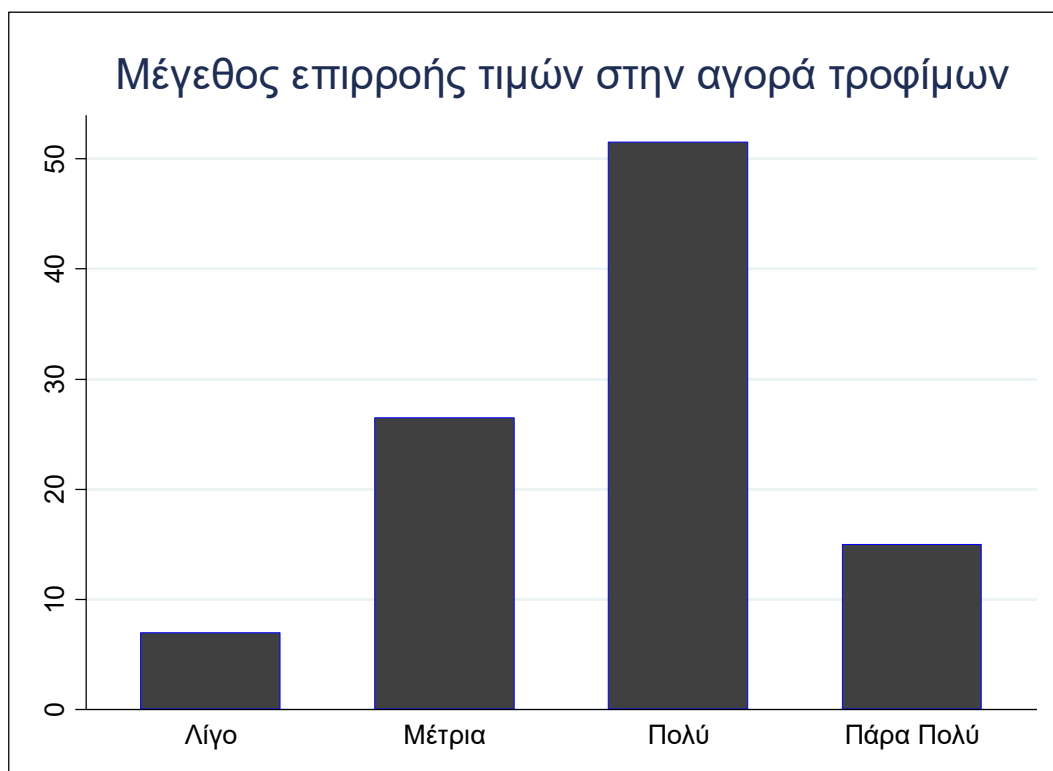
Από τους υπόλοιπους 53 συμμετέχοντες (26,5%) που απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, το 41,5% δήλωσαν πως το ποσό ήταν πολύ μεγάλο και θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν λιγότερα (Γράφημα 4.1.6). Το 22,6% δήλωσαν ότι δεν πιστεύουν σε αυτές τις πιστοποιήσεις και τους οργανισμούς που τα πιστοποιούν, ενώ ακόμα 22,6% δήλωσαν πως τη διαφορά θα έπρεπε να την πληρώσει το κράτος. Το 3,8% δήλωσαν ότι έχουν περιορισμένο εισόδημα και το 9,4% ότι δεν θεωρούν το εξεταζόμενο ζήτημα σημαντικό.



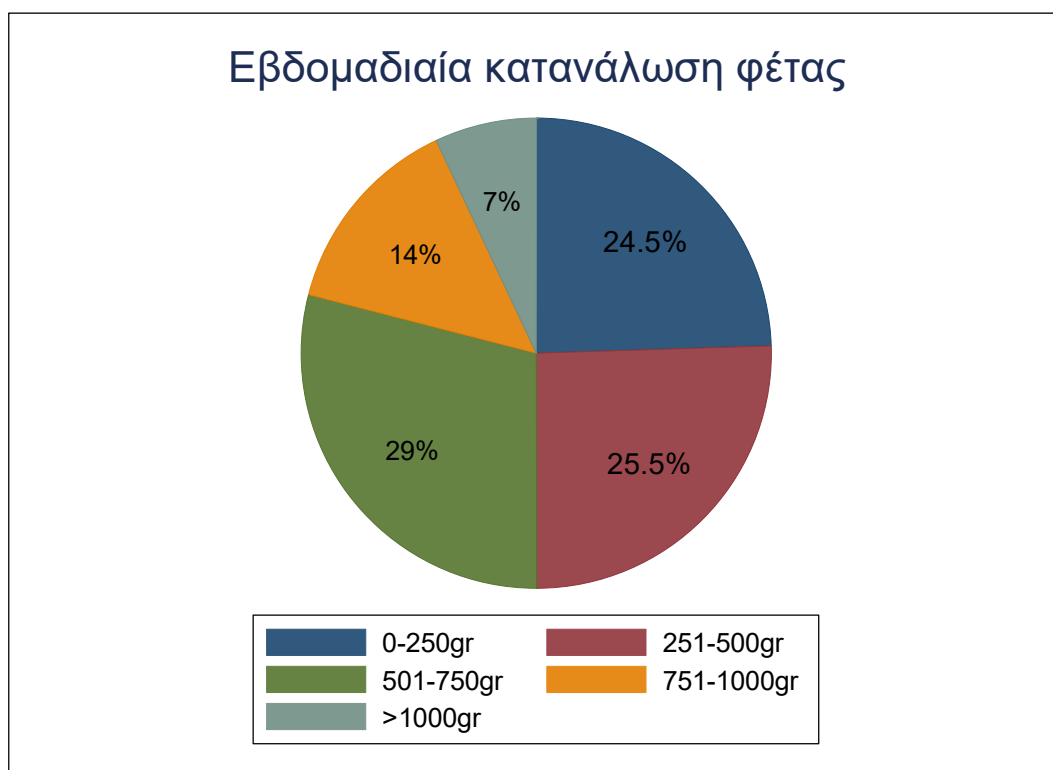


Γράφημα 4.1.6 Λόγος άρνησης προθυμίας πληρωμής

Το σύνολο του δείγματος δήλωσε πως πιστεύει κάτω του μετρίου ότι οι απαντήσεις του θα ληφθούν υπόψη από τους παραγωγούς, έμπορους και δημόσιους φορείς. Παράλληλα, θεωρούν τον ρόλο των τιμών πολύ σημαντικό στις αποφάσεις τους όταν αγοράζουν τρόφιμα (Γράφημα 4.1.7), ενώ το 79% δήλωσαν ότι καταναλώνουν συνολικά στο νοικοκυριό τους μέχρι 750 γραμμάρια φέτα εβδομαδιαίως (Γράφημα 4.1.8), κυρίως βαρελίσια ή δοχείο, ποσότητα που κρίνεται σημαντική, αφού εξετάζουμε ποσότητα 400 γραμμαρίων.

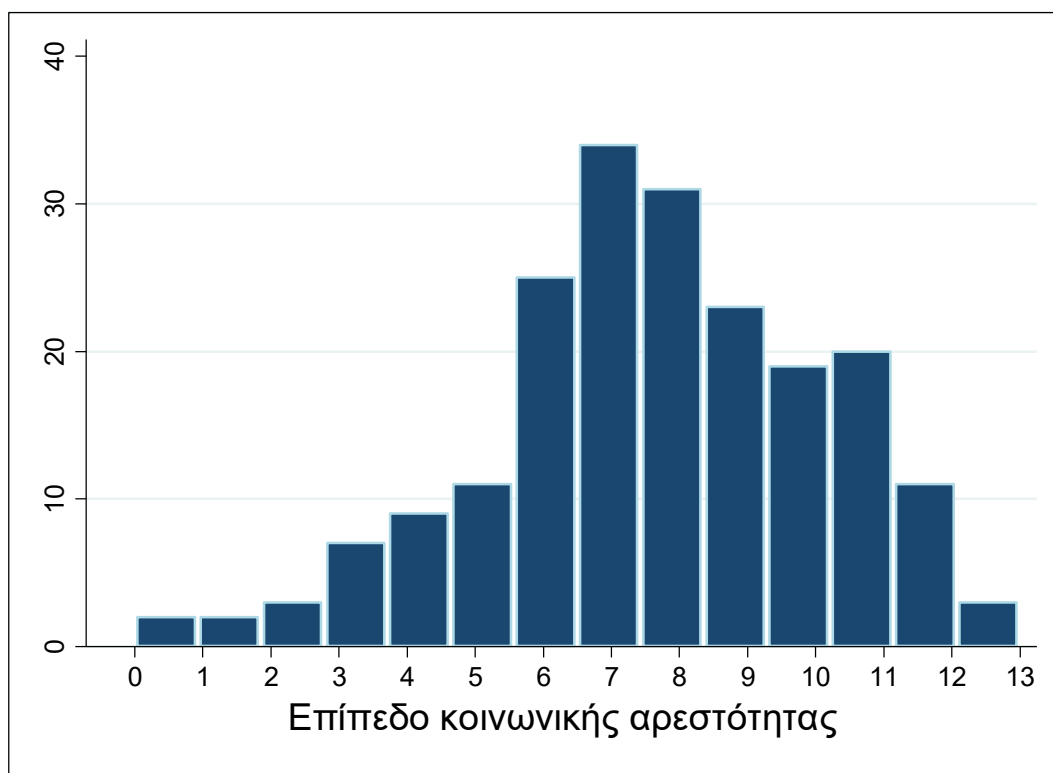


Γράφημα 4.1.7 Μέγεθος επιρροής των τιμών στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων



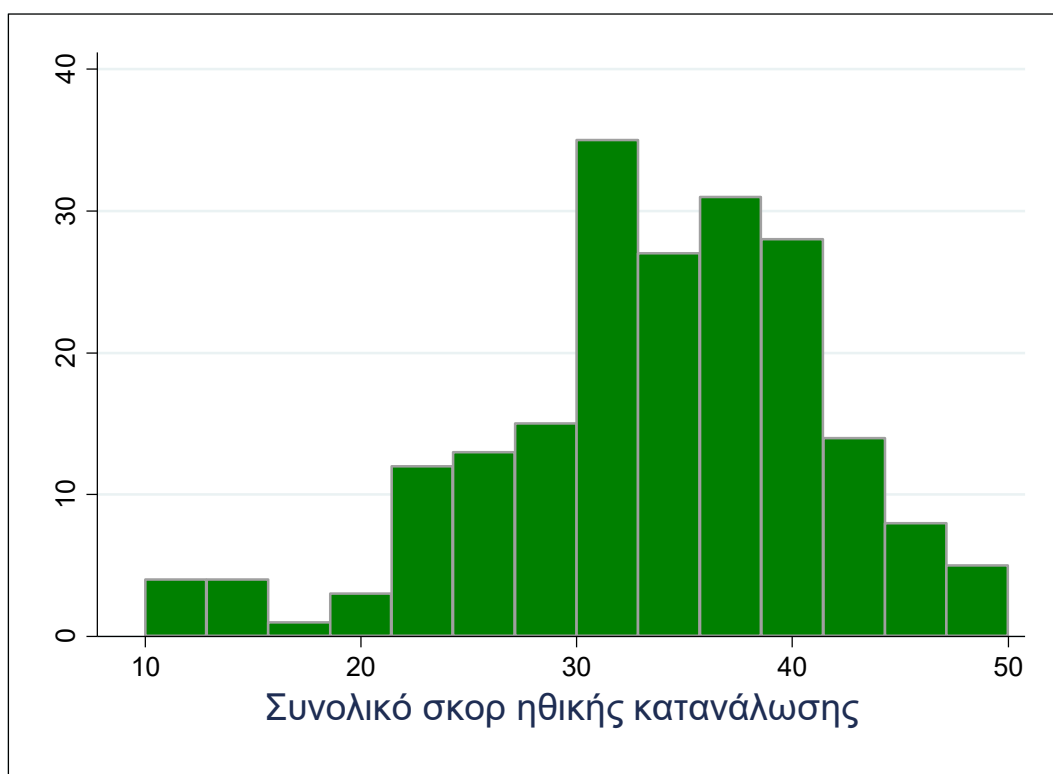
Γράφημα 4.1.8 Συνολική εβδομαδιαία κατανάλωση φέτας στο νοικοκυριό

Στις απαντήσεις των συμμετεχόντων στο ερωτηματολόγιο που εξέταζε τα επίπεδα κοινωνικής αρεστότητας, ο μέσος όρος του δείγματος ήταν 7,72 με τυπική απόκλιση 2,65. Στο Γράφημα 4.1.9 φαίνεται πως η πλειοψηφία των συμμετεχόντων σκόραραν στο τεστ από 6 έως και 11, με το 13 να είναι η ανώτερη τιμή της κλίμακας, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι είχαν μεσαίο προς υψηλό βαθμό κοινωνικής αρεστότητας απέναντι στον ερευνητή.



Γράφημα 4.1.9 Κατανομή κοινωνικής αρεστότητας του δείγματος

Όσον αφορά την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του δείγματος των 200 ατόμων, ο μέσος όρος του δείγματος ήταν 33,45 με τυπική απόκλιση 7,8. Στο Γράφημα 4.1.10 φαίνεται πως η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων ενδιαφέρεται και λαμβάνει υπόψη στις αγορές του ζητήματα ηθικής.



Γράφημα 4.1.10 Κατανομή ηθικής κατανάλωσης του δείγματος

Από τους 200 ερωτώμενους, κανένας δεν πιστεύει ότι η πληροφόρηση που παρέχουν οι επιχειρήσεις σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους είναι πάρα πολύ αξιόπιστη, ενώ ο μέσος όρος του δείγματος έδειξε πως πιστεύουν ότι ο βαθμός αξιοπιστίας της πληροφόρησης είναι αρκετά κάτω του μετρίου. Το αποτέλεσμα της ερώτησης αυτής οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις που θέλουν να προωθήσουν ετικέτες ή οποιαδήποτε άλλη δράση ένδειξης ηθικής στην παραγωγική τους διαδικασία, πρέπει να αυξήσουν τον βαθμό αξιοπιστίας τους προς το καταναλωτικό κοινό και να επενδύσουν περισσότερο στην προβολή των ηθικών πρακτικών τους.

Τέλος, οι συμμετέχοντες φάνηκε να διαφωνούν με την άποψη ότι οι χαμηλές τιμές των προϊόντων είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους. Το συγκεκριμένο συμπέρασμα καθιστά ενθαρρυντική την αποδοχή της ετικέτας καλής διαβίωσης των ζώων στη συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων, αλλά και σε άλλα προϊόντα.

## 4.2. ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Αφού μελετήθηκαν και αναλύθηκαν περιγραφικά τα δεδομένα της έρευνας, παρακάτω παρατίθεται η οικονομετρική ανάλυση των δεδομένων. Στόχος είναι η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής των καταναλωτών για συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής

διαβίωσης των ζώων ως συνάρτηση διαφόρων προσδιοριστικών παραγόντων. Για την οικονομετρική εκτίμηση χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της παλινδρόμησης διαστημάτων (Interval Regression Model).

Για την οικονομετρική ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το οικονομετρικό υπόδειγμα με τον μεγαλύτερο δείκτη πιθανοφάνειας (-82.77513), στο οποίο περιλαμβάνονται συνεχείς και ποιοτικές μεταβλητές. Για την ορθή ανάλυση των δεδομένων οι ποιοτικές μεταβλητές έπρεπε να μετατραπούν σε ποσοτικές με την χρήση ψευδομεταβλητών, όπως φαίνονται στον Πίνακα 4.2.1.

Πίνακας 4.2.3 Ψευδομεταβλητές υποδειγμάτων

<b>Ψευδομεταβλητές</b>	<b>Περιγραφή</b>
<b>gend</b>	Φύλο, όπου Άνδρας=1, αλλιώς 0
<b>buyer</b>	Κύριος αγοραστής προϊόντων στο νοικοκυριό, όπου Ναι=1, αλλιώς 0
<b>familiar</b>	Ο ερωτώμενος γνωρίζει τι είναι η ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, όπου Ναι=1, αλλιώς 0
<b>inc1</b>	Εισοδηματική κατηγορία, όπου <6.000€=1, αλλιώς 0
<b>inc2</b>	Εισοδηματική κατηγορία, όπου 6.001-12.000€=1, αλλιώς 0
<b>inc3</b>	Εισοδηματική κατηγορία, όπου 12.001-18.000€=1, αλλιώς 0
<b>inc4</b>	Εισοδηματική κατηγορία, όπου 18.001-24.000€=1, αλλιώς 0

<b>inc5</b>	Εισοδηματική κατηγορία, όπου 24.001-30.000€=1, αλλιώς 0
<b>inc6</b>	Εισοδηματική κατηγορία, όπου >30.000€=1, αλλιώς 0
<b>educ1</b>	Επίπεδο εκπαίδευσης, όπου Λύκειο/Εξατάξιο Γυμνάσιο=1, αλλιώς 0
<b>educ2</b>	Επίπεδο εκπαίδευσης, όπου Τεχνική Σχολή/ΙΕΚ=1, αλλιώς 0
<b>educ3</b>	Επίπεδο εκπαίδευσης, όπου Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ=1, αλλιώς 0
<b>educ4</b>	Επίπεδο εκπαίδευσης, όπου Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό=1, αλλιώς 0
<b>superArea1</b>	Τομέας Αθηνών από τον οποίο ψωνίζει ο ερωτώμενος, όπου Δυτικός=1, αλλιώς 0
<b>superaArea2</b>	Τομέας Αθηνών από τον οποίο ψωνίζει ο ερωτώμενος, όπου Ανατολικός=1, αλλιώς 0
<b>superArea3</b>	Τομέας Αθηνών από τον οποίο ψωνίζει ο ερωτώμενος, όπου Βόρειος=1, αλλιώς 0
<b>superArea4</b>	Τομέας Αθηνών από τον οποίο ψωνίζει ο ερωτώμενος, όπου Νότιος=1, αλλιώς 0

<b>superArea5</b>	Τομέας Αθηνών από τον οποίο ψωνίζει ο ερωτώμενος, Κεντρικός=1, αλλιώς 0
<b>frequency1</b>	Ποσότητα φέτας που καταναλώνεται εβδομαδιαία εντός του νοικοκυριού, όπου <0,25 κιλά=1, αλλιώς 0
<b>frequency2</b>	Ποσότητα φέτας που καταναλώνεται εβδομαδιαία εντός του νοικοκυριού, όπου 0,25-0,5 κιλά=1, αλλιώς 0
<b>frequency3</b>	Ποσότητα φέτας που καταναλώνεται εβδομαδιαία εντός του νοικοκυριού, όπου 0,51-0,75 κιλά=1, αλλιώς 0
<b>frequency4</b>	Ποσότητα φέτας που καταναλώνεται εβδομαδιαία εντός του νοικοκυριού, όπου 0,751-1 κιλό=1, αλλιώς 0
<b>frequency5</b>	Ποσότητα φέτας που καταναλώνεται εβδομαδιαία εντός του νοικοκυριού, όπου >1,01 κιλά=1, αλλιώς 0
<b>pricesig2</b>	Βαθμός σημαντικότητας του ρόλου των τιμών στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων, όπου Λίγο=1, αλλιώς 0
<b>pricesig3</b>	Βαθμός σημαντικότητας του ρόλου των τιμών στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων, όπου Μέτρια=1, αλλιώς 0
<b>pricesig4</b>	Βαθμός σημαντικότητας του ρόλου των τιμών στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων, όπου Πολύ=1, αλλιώς 0

<b>pricesig5</b>	Βαθμός σημαντικότητας του ρόλου των τιμών στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων, όπου Πάρα πολύ=1, αλλιώς 0
<b>lowprice1</b>	Βαθμός ταύτισης με την άποψη “Οι χαμηλές τιμές στα προϊόντα είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους”, όπου Διαφωνώ απόλυτα=1, αλλιώς 0
<b>lowprice2</b>	Βαθμός ταύτισης με την άποψη “Οι χαμηλές τιμές στα προϊόντα είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους”, όπου Διαφωνώ=1, αλλιώς 0
<b>lowprice3</b>	Βαθμός ταύτισης με την άποψη “Οι χαμηλές τιμές στα προϊόντα είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους”, όπου Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ=1, αλλιώς 0
<b>lowprice4</b>	Βαθμός ταύτισης με την άποψη “Οι χαμηλές τιμές στα προϊόντα είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους”, όπου Συμφωνώ=1, αλλιώς 0
<b>lowprice5</b>	Βαθμός ταύτισης με την άποψη “Οι χαμηλές τιμές στα προϊόντα είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους”, όπου Συμφωνώ απόλυτα=1, αλλιώς 0

Επίσης, χρησιμοποιήθηκαν και συνεχείς μεταβλητές:

- age: Ηλικία του ερωτώμενου
- hsize: Ο συνολικός αριθμός των μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου



- **confident**: Ο βαθμός σιγουριάς του ερωτώμενου για την απάντησή του στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, με τιμές από 1 έως 10
- **em**: Ο βαθμός ηθικής κατανάλωσης του ερωτώμενου, με τιμές από 10 έως 50
- **sd**: Ο βαθμός κοινωνικής αρεστότητας του ερωτώμενου, με τιμές από 0 έως 13.

Μέσω του οικονομετρικού υποδείγματος με εξαρτημένη μεταβλητή την προθυμία πληρωμής, υπολογίστηκε η προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής για φέτα με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Η προθυμία πληρωμής κάθε ατόμου, εκφράζεται σαν συνάρτηση μιας σειράς ανεξάρτητων μεταβλητών. Ως εξαρτημένη μεταβλητή θέτουμε το διάστημα της προθυμίας πληρωμής, όπως αυτή προκύπτει με τη μέθοδο του μονού ορίου. Συγκεκριμένα, δημιουργήθηκαν δύο μεταβλητές οι οποίες περιλάμβαναν η μία την υψηλότερη προθυμία πληρωμής (*wtpu*) και η άλλη την χαμηλότερη (*wtpl*).

Το οικονομετρικό υπόδειγμα που χρησιμοποιήθηκε, έχει την ακόλουθη μορφή:

$$wtp = a0 + a1age + a2gend + a3hize + a4confident + a5inc2 + a6inc3 + a7inc4 + a8inc5 + a9inc6 + a10superArea2 + a11superArea3 + a12superArea4 + a13superArea5 + a14educ2 + a15educ3 + a16educ4 + a17frequency2 + a18frequency3 + a19frequency4 + a20frequency5 + a21pricesig2 + a22pricesig3 + a23pricesig4 + a24lowprice2 + a25lowprice3 + a26lowprice4 + a27lowprice5 + a28em + a29sd + a30familiar + a31buyer + u$$

Στον Πίνακα 4.2.2 παρουσιάζονται οι συντελεστές, αφού πραγματοποιήσαμε παλινδρόμηση διαστημάτων, ενώ παράλληλα διακρίνονται και αυτοί που είναι στατιστικά σημαντικοί (με επίπεδο σημαντικότητας 5% και 10%). Η συνάρτηση πιθανοφάνειας του υποδείγματος είναι - 82.77513, ενώ επίσης οι περισσότερες στατιστικά σημαντικές μεταβλητές είναι σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=10\%$ .

Πίνακας 4.2.4 Αποτελέσματα παλινδρόμησης

Μεταβλητές	Coef.	Std. Error
<b>age</b>	-0,874**	0,517
<b>gend</b>	-32,592*	12,014
<b>hsize</b>	8,67**	4,704

<b>confident</b>	-1,722	3,661
<b>inc2</b>	-53,074	39,277
<b>inc3</b>	-61,365	38,814
<b>inc4</b>	-79,885*	40,036
<b>inc5</b>	-57,957	40,535
<b>inc6</b>	-54,427	39,174
<b>superArea2</b>	-22,232	18,403
<b>superArea3</b>	-32,231**	17,64
<b>superArea4</b>	-3,785	16,805
<b>superArea5</b>	-7,026	19,875
<b>educ2</b>	-6,872	25,679
<b>educ3</b>	-12,779	21,086
<b>educ4</b>	-2,357	21,939
<b>frequency2</b>	-12,346	15,128
<b>frequency3</b>	6,544	16,404
<b>frequency4</b>	41,916**	22,629
<b>frequency5</b>	9,014	27,089
<b>pricesig2</b>	6,626	24,026

<b>pricesig3</b>	-6,983	23,047
<b>pricesig4</b>	-11,054	27,394
<b>lowprice2</b>	21,545	15,665
<b>lowprice3</b>	15,334	18,19
<b>lowprice4</b>	38,462**	22,918
<b>lowprice5</b>	253,684	15632,24
<b>em</b>	2,791*	0,871
<b>sd</b>	-0,203	2,054
<b>familiar</b>	-4,853	13,152
<b>buyer</b>	-3,298	12,216
<b>cons</b>	120,832	69,058

\* ο συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=5\%$

\*\* ο συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός σε επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=10\%$

Η ανάλυση των συντελεστών σύμφωνα με τα δεδομένα που συλλέχθηκαν από τα 200 ερωτηματολόγια, θα ξεκινήσει από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Για κάθε 1 χρόνο που αυξάνεται η ηλικία (age), μειώνεται η προθυμία πληρωμής κατά 0,9 λεπτά, με επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=10\%$ .

Οι άντρες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν 32,6 λεπτά λιγότερα από τις γυναίκες για φέτα με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Ο συντελεστής φύλο (gend) είναι στατιστικά σημαντικός με επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=5\%$ .

Για κάθε 1 μέλος που αυξάνεται το μέγεθος του νοικοκυριού (hsize), αυξάνεται η προθυμία πληρωμής κατά 8,7 λεπτά. Ο συντελεστής αυτός είναι στατιστικά σημαντικός με επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=10\%$ .

Όσο αυξάνεται ο βαθμός σιγουριάς με την οποία αποδέχονται την προθυμία πληρωμής οι καταναλωτές (confident), μειώνεται η προθυμία πληρωμής κατά 1,7 λεπτά. Ο συντελεστής δεν είναι στατιστικά σημαντικός.

Όσο αυξάνεται η εισοδηματική κατηγορία του νοικοκυριού (inc), μειώνεται αισθητά και η προθυμία πληρωμής. Μάλιστα, για την εισοδηματική κατηγορία 18.001-24.000€, που είναι στατιστικά σημαντική με επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=5\%$ , μειώνεται η προθυμία πληρωμής κατά 79,9 λεπτά. Θα περίμενε κανείς το εισόδημα να είναι ανάλογο με την προθυμία πληρωμής, αλλά αποδεικνύεται το αντίθετο για τα δεδομένα της παρούσας έρευνας.

Οι καταναλωτές του Βόρειου τομέα Αθηνών (superArea) είναι πρόθυμοι να πληρώσουν 32,2 λεπτά λιγότερο συγκριτικά με τους υπόλοιπους, με επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Όσο αυξάνεται το επίπεδο εκπαίδευσης (educ), μειώνεται η προθυμία πληρωμής. Ωστόσο, ο συντελεστής δεν είναι στατιστικά σημαντικός.

Αυτοί που καταναλώνουν εβδομαδιαία 0,751-1 κιλό φέτα στο νοικοκυριό τους, είναι πρόθυμοι να πληρώσουν 41,9 λεπτά περισσότερα συγκριτικά με τους υπόλοιπους, με επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=10\%$ .

Όσο αυξάνεται η επίδραση των τιμών στις καταναλωτικές αποφάσεις (pricesig), μειώνεται η προθυμία πληρωμής γι' αυτούς που είναι Πολύ και Πάρα Πολύ σίγουροι. Ο συντελεστής δεν είναι στατιστικά σημαντικός.

Όσο περισσότερο συμφωνούν με την άποψη ότι οι χαμηλές τιμές είναι πιο σημαντικές από ζητήματα ηθικής στα τρόφιμα (lowprice), αυξάνεται η προθυμία πληρωμής, παρά το γεγονός ότι θα ανέμενε κανείς αυτά τα δύο να είναι αντιστρόφως ανάλογα μεταξύ τους. Μάλιστα, για αυτούς που συμφωνούν Πολύ με την άποψη αυτή, αυξάνεται η προθυμία πληρωμής κατά 38,5 λεπτά με επίπεδο σημαντικότητας  $\alpha=10\%$ .

Ολοκληρώνοντας, έχουμε τους συντελεστές που μας οδηγούν στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με το προφίλ των καταναλωτών σε σχέση με το εάν ακολουθούν ηθικά κριτήρια στις καταναλωτικές τους επιλογές και σε σχέση με το εάν τους ενδιαφέρει να είναι κοινωνικά αρεστοί. Τα αποτελέσματα δείχνουν, ότι η αύξηση κατά 1 μονάδα στην κλίμακα της ηθικής κατανάλωσης (em), οδηγεί σε αύξηση της προθυμίας πληρωμής κατά 2,8 λεπτά. Ο συντελεστής είναι στατιστικά σημαντικός με επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αντιθέτως, για κάθε 1 μονάδα

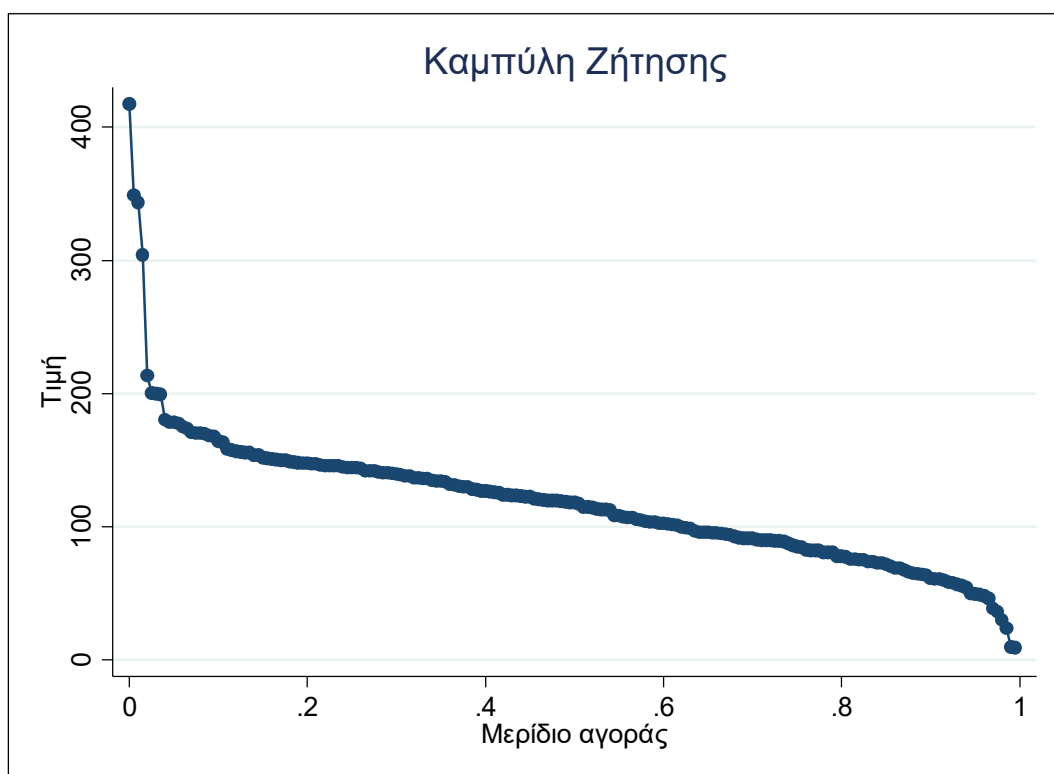
που αυξάνεται το σκορ στην κλίμακα της κοινωνικής αρεστότητας (sd), μειώνεται η προθυμία πληρωμής κατά 0,2 λεπτά. Ο συντελεστής δεν είναι στατιστικά σημαντικός.

Το άτομο που γνωρίζει την ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, είναι πρόθυμο να πληρώσει 4,9 λεπτά λιγότερα. Ο συντελεστής δεν είναι στατιστικά σημαντικός.

Το άτομο που κατά βάση είναι ο κύριος αγοραστής τροφίμων στο νοικοκυριό του, είναι πρόθυμο να πληρώσει 3,3 λεπτά λιγότερα. Ο συντελεστής δεν είναι στατιστικά σημαντικός.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της οικονομετρικής ανάλυσης, η προβλεπόμενη μέση προθυμία πληρωμής για μία συσκευασία φέτας 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, είναι 118 λεπτά (1,18€) (Τυπική απόκλιση = 51,5).

Στο Γράφημα 4.2.1 απεικονίζεται η καμπύλη ζήτησης για συσκευασία φέτας 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Η καμπύλη προκύπτει με την παραδοχή ότι αναφερόμαστε στην αγορά μίας συσκευασίας ανά καταναλωτή. Για την κατασκευή του διαγράμματος χρησιμοποιείται η προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής, όπως προκύπτει από το εκτιμημένο υπόδειγμα.



Γράφημα 4.11 Καμπύλη ζήτησης για φέτα με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων

Κάποια επιπλέον αποτελέσματα που εξάγονται εξετάζοντας μεταβλητές του ερωτηματολογίου με βάση τη μέση προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής, είναι τα εξής:

- Το 69% του δείγματος που θα πλήρωνε ίση και άνω της μέσης προβλεπόμενης προθυμίας πληρωμής (ΜΠΠΠ = 1,18€) αποτελείται από γυναίκες και το 31% από άνδρες. Αντιθέτως, το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που πληρώνουν τιμή μικρότερη των 1,18€ είναι άνδρες. Συνεπώς, οι γυναίκες φαίνεται να είναι πρόθυμες να πληρώσουν μεγαλύτερο επιπλέον ποσό από τους άντρες.
- Αρκετά υψηλότερη είναι η ποσότητα της εβδομαδιαίας κατανάλωση φέτας αυτών που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ίση και άνω της ΜΠΠΠ, σε σχέση με αυτούς που δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω. Συγκεκριμένα, το 64% του δείγματος που θα πληρώσει τιμή ίση και παραπάνω από 1,18€ καταναλώνει πάνω από 500 γραμμάρια φέτα εβδομαδιαίως.
- Το 44% των ατόμων που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν τιμή ίση και άνω των 1,18€ έχουν οικογενειακό καθαρό εισόδημα, άνω των 24.000 ευρώ, αρκετά άνω του μετρίου. Το αντίστοιχο ποσοστό για αυτούς που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν λιγότερα από 1,18€ είναι μόλις 33%.

## 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα έρευνα είχε ως στόχο να εξετάσει την συμπεριφορά των καταναλωτών εντός του νομού Αττικής, για συσκευασμένη φέτα 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων. Η διαβίωση των ζώων στις φάρμες είναι πολύ κακή, αφού λόγω της μαζικής παραγωγής και της προσπάθειας μεγιστοποίησης του κέρδους, μειώνεται ο χώρος των ζώων με κίνδυνο ραγδαίας μετάδοσης ιών και νοσημάτων, περιορίζεται ο χρόνος έκθεσής τους στον ήλιο κι εκτός των στάβλων, και η μεταφορά των θρεπτικών συστατικών δεν γίνεται με φυσικές μεθόδους. Η παγκόσμια κινητοποίηση που έχει παρατηρηθεί για το εν λόγω ζήτημα μέσω πιστοποιήσεων στα τρόφιμα, μέχρι σήμερα, δεν έχει εισαχθεί στα δεδομένα της ελληνικής αγοράς. Παρατηρείται όμως, πως και στην Ελλάδα, όπως και στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες οι καταναλωτές δεν έχουν επαρκή γνώση του ζητήματος. Κατά συνέπεια, η έρευνα αυτή εξετάζει εάν η ελληνική αγορά είναι πρόθυμη να στηρίξει την ενδεχόμενη δημιουργία ελληνικής ετικέτας για την καλή διαβίωση των ζώων, συγκεκριμένα στο προϊόν της φέτας.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες ήταν αρκετά ευαισθητοποιημένοι ως προς την πιστοποίηση για την καλή διαβίωση των ζώων. Το συνολικό ποσοστό αρνήσεων ήταν 26,5%, το οποίο θεωρείται μικρό, αν αναλογιστούμε και την γνώση που είχαν οι καταναλωτές σχετικά με το θέμα της έρευνας πριν τη διαδικασία του ερωτηματολογίου (το 78% των συμμετεχόντων δήλωσε πως δεν γνώριζε την ετικέτα πριν τους δοθεί η πληροφορία). Επίσης, η ανάλυση των δεδομένων έδειξε ότι η προβλεπόμενη μέση προθυμία πληρωμής για μία συσκευασία φέτας 400 γραμμαρίων με ετικέτα για την καλή διαβίωση των ζώων είναι 1,18€, ποσό που αντιστοιχεί σε αύξηση της τιμής της συσκευασίας κατά 26,7% με την οποία οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να επιβαρυνθούν (η μέση τιμή της συσκευασμένης φέτας 400 γραμμαρίων είναι 4,5€). Η προθυμία πληρωμής υπολογίστηκε μεταξύ 0,54€ (αύξηση 12% στην τιμή της συσκευασίας) και 4,35€ (αύξηση 96,7% στην τιμή της συσκευασίας). Το εύρος είναι αρκετά μεγάλο και δείχνει ότι η προστιθέμενη αξία που προσδίδει η εν λόγω πιστοποίηση στο προϊόν της φέτας ποικίλει αρκετά ανάμεσα στους καταναλωτές. Τέλος, στο δείγμα των καταναλωτών που εξετάστηκαν φαίνεται ότι οι ερωτώμενοι που στις καθημερινές καταναλωτικές τους αποφάσεις δρουν λαμβάνοντας υπόψη θέματα επιχειρησιακής ηθικής και προστασίας του περιβάλλοντος, αποτελούν αγορά στόχο για προϊόντα πιστοποιημένα για την καλή διαβίωση των ζώων. Όπως ήταν αναμενόμενο, όσο περισσότερο ένας καταναλωτής λαμβάνει υπόψη στις αγορές του ηθικά ζητήματα, τόσο πιο πρόθυμος είναι να πληρώσει επιπλέον τιμή για φέτα με πιστοποίηση καλής διαβίωσης των ζώων έναντι ενός συμβατικού προϊόντος φέτας. Η κοινωνική αρεστότητα δεν φάνηκε να έχει σημαντική επίδραση στη συγκεκριμένη έρευνα.

Ολοκληρώνοντας, θα πρέπει να τονιστεί ότι οι καταναλωτές του συγκεκριμένου δείγματος είναι θετικοί στην αγορά συσκευασμένης φέτας 400 γραμμαρίων με ετικέτα καλής διαβίωσης των ζώων, πληρώνοντας επιπλέον ποσό σε σχέση με τις ήδη υπάρχουσες συσκευασίες που υπάρχουν στην αγορά. Το δείγμα όμως αυτό αποτελεί ένα μικρό ποσοστό του πληθυσμού της Ελλάδος και δεν μπορεί να είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου των καταναλωτών της χώρας. Επιπροσθέτως, η συγκεκριμένη μελέτη μπορεί να αποτελέσει βάση για νέα έρευνα σε σχέση με άλλα διατροφικά προϊόντα ζωικής προέλευσης. Τέλος, θα ήταν ενδιαφέρον να αποτιμηθεί το επιπλέον κόστος που φέρουν οι αλλαγές σε μια παραγωγική μονάδα για να συμβαδίσει με τις πρακτικές καλής διαβίωσης των ζώων και το συγκεκριμένο ποσό να συγκριθεί με την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για την εν λόγω πιστοποίηση.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική:

Αυγουλάς, Χ. 2013. Ελληνική Κτηνοτροφία: σημερινή κατάσταση & προοπτικές ανάπτυξης. *Πεμπτούσια* [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.pemptousia.gr/2013/07/elliniki-ktinotrofia-prooptikes-ana/> [ανάκτηση 02/09/2019]

Ανυφαντάκης Ε.Μ., 2004. *Τυροκομία, Χημεία - Φυσικοχημεία – Μικροβιολογία*. Αθήνα. Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης.

Ελληνική Στατιστική Αρχή. 2019. *Ετήσια Γεωργική Έρευνα*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.statistics.gr/el/statistics/agr> [ανάκτηση 31/08/2019]

Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. 2002. *ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ (ΕΚ) αριθ. 1829/2002 ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ της 14ης Οκτωβρίου 2002 για την τροποποίηση του παραρτήματος του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1107/96 της Επιτροπής όσον αφορά την ονομασία «φέτα»*. [online]. Διαθέσιμο στο: <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/2012-02-02-07-52-07/ellinikaproionta/1270-tiria> [ανάκτηση 03/09/2019].

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ. 1994. *Υπουργικές Αποφάσεις & Εγκρίσεις αριθ. 313025*. [online]. Διαθέσιμο στο: [http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/POP-PGE/fek8\\_1994.pdf](http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/POP-PGE/fek8_1994.pdf) [ανάκτηση 03/09/2019]

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ. 2012. *ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘ. 4056 Ρυθμίσεις για την κτηνοτροφία και τις κτηνοτροφικές εγκαταστάσεις και άλλες διατάξεις*. [online]. Διαθέσιμο στο: [http://www.hfsf.gr/files/legal/07.L4056\\_am6.pdf](http://www.hfsf.gr/files/legal/07.L4056_am6.pdf) [ανάκτηση 03/09/2019]

Ζερφυρίδης, Γ. 2001. *Τεχνολογία Προϊόντων Γάλακτος - Ζυμούμενα προϊόντα, Παγωτό, Κρέμα – Βούτυρο*. Θεσσαλονίκη. Εκδόσεις Γιαχούδη.

Καθημερινή. 2019 *Εκτινάχθηκαν οι εξαγωγές των ελληνικών τυριών στο Ηνωμένο Βασίλειο*. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.kathimerini.gr/1030209/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/ektinax8hkan-oi-e3agwges-twn-ellhnikwn-tyriwn-sto-hnwmeno-vasileio> [ανάκτηση 31/08/2019]

Καμιναρίδης, Σ. & Μοάτσου, Γκ. 2009. *Γαλακτοκομία*. Αθήνα. Εκδόσεις Έμβρυο.

Παναγιώτου, Ε. 2010. *Οικονομική παραγωγής γεωργικών προϊόντων*. Θεσσαλονίκη. Εκδόσεις Γράφημα.

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. 2020. *ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗΣ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ (ΠΟΠ) & ΠΡΟΣΤΑΤΕΥΟΜΕΝΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΕΝΔΕΙΞΗΣ (ΠΓΕ) στα πλαίσια του Καν. (ΕΟΚ) αριθ. 510/06 του Συμβουλίου.* [online]. Διαθέσιμο στο: [http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/POP-PGE/Official\\_Journal\\_L277\\_2002.pdf](http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/POP-PGE/Official_Journal_L277_2002.pdf) [ανάκτηση 23/02/2020].

Ξένη:

Bulte, E., Gerking, S., List, J. A. & de Zeeuw, A. 2005. The effect of varying the causes of environmental problems on stated WTP values: evidence from a field study. *Journal of Environmental Economics and Management* 49: 330-342.

Di Pasquale, J. Nannoni, E. Del Duca, I. Adinolfi, F. Capitanio, F. Sardi, L. Vitali, M. & Martelli, G. 2014. What Foods are Identified as Animal Friendly by Italian Consumers? *Italian Journal of Animal Science* 13: 782-789

Elbakidze, L. Nayga, R. M. 2011. The effects of information on willingness to pay for animal welfare in dairy production: Application of nonhypothetical valuation mechanisms. *Journal of Dairy Science*. 95(3): 1099-1107

European Commission. *Animal welfare*. [online]. Διαθέσιμο στο: [https://ec.europa.eu/food/animals/welfare\\_en](https://ec.europa.eu/food/animals/welfare_en) [ανάκτηση 02/09/2019]

FAWC. 2011. *MUTILATIONS AND ENVIRONMENTAL ENRICHMENT IN PIGLETS AND GROWING PIGS*. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20121007104223/http://www.fawc.org.uk/pdf/news110321.pdf> [ανάκτηση 02/09/2019]

FDA. 2009. *SUMMARY REPORT On Antimicrobials Sold or Distributed for Use in Food-Producing Animals*. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.fda.gov/media/79581/download> [ανάκτηση 02/09/2019]

Food Chain Evaluation Consortium, Civic Consulting, Agra CEAS Consulting, Van Dijk Management Consultants, Arcadia International. 2009. Feasibility study on animal welfare labelling and establishing a Community Reference Centre for Animal Protection and Welfare Part 1: Animal Welfare Labelling. *European Commission Directorate General for Health and Consumer Protection*.

Frey, P. Pirscher, F. 2017. Willingness to pay and moral stance: The case of farm animal welfare in Germany. *PLOS ONE*.

- Harari, Y.N. 2015. Industrial farming is one of the worst crimes in history. *The Guardian*. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.theguardian.com/books/2015/sep/25/industrial-farming-one-worst-crimes-history-ethical-question> [ανάκτηση 31/08/2019]
- Makdisi, F. & Marggraf, R. 2011. CONSUMER WILLINGNESS-TO-PAY FOR FARM ANIMAL WELFARE IN GERMANY - THE CASE OF BROILER. *GEWISOLA* 28(30)
- Napolitano, F. Pacelli, C. Girolami, A. & Brahier, A. 2007. Effect of Information About Animal Welfare on Consumer Willingness to Pay for Yogurt. *American Dairy Science Association* 91(3): 910-917
- Reynolds, W. M. (1982) Development of reliable and valid short forms of the Marlowe-Crowne social desirability scale. *Journal of Clinical Psychology*, 38(1): 119-125.
- Sans, P. & Sanjuán-López, A. I. 2015. Beef animal welfare, attitudes and Willingness to Pay: A regional comparison across the Pyrenees. *Spanish Journal of Agricultural Research* 13(3)
- Schröder, M. J.A. & McEarchen, M.G. 2004. Consumer value conflicts surrounding ethical food purchase decisions: a focus on animal welfare. *International Journal of Consumer Studies* 28: 168-177
- Sudbury-Riley, L. and Kohlbacher, F. (2016) Ethically minded consumer behavior : scale review, development, and validation. *Journal of Business Research*, 69(8): 2697-2710
- Varnam, A. & Sutherland, J. 2009. *Γάλα & Προϊόντα Γάλακτος Τεχνολογία – Χημεία & Μικροβιολογία*. Αθήνα. Εκδόσεις ίων.
- Vosler, C. A. & Watson, S.B. 2013. Understanding the consequences of consequentiality: Testing the validity of stated preferences in the field. *Journal of Economic Behavior & Organization* 86: 137-147.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



### ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ

Ημ/νία: \_\_\_\_\_

Ωρα έναρξης ερωτηματολογίου: \_\_\_\_\_

Περιοχή: \_\_\_\_\_

#### A.

1. Είστε εσείς αυτός που συνήθως ψωνίζει τρόφιμα στο νοικοκυριό σας;  Ναι  Όχι
2. Γνωρίζετε τι είναι η ετικέτα για την **Καλή Διαβίωση των Ζώων**;  Ναι  Όχι

Η ετικέτα για την **Καλή Διαβίωση των Ζώων** (φωτ. 1) μπορεί να πιστοποιηθεί από διάφορους οργανισμούς, όπως ο Global Animal Partnership που είναι ένας μη-κερδοσκοπικός διεθνής οργανισμός και έχει ως σκοπό τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης των ζώων εκτροφής. Μια τέτοια ετικέτα διασφαλίζει ότι το προϊόν παράγεται σε κτηνοτροφική μονάδα η οποία έχει προσαρμόσει τις μεθόδους παραγωγής της με τέτοιον τρόπο, ώστε να προάγει την ευζωία των παραγωγικών ζώων. Συγκεκριμένα, εξασφαλίζει ότι τα ζώα έχουν πρόσβαση σε φρέσκο νερό και υγιεινή σίτιση, κατάλληλες συνθήκες φύλαξης και σταβλισμού, έχουν απαλλαχθεί από τον πόνο, το φόβο, τους τραυματισμούς και τις νόσους, συμβάλλοντας στην συναισθηματική ευεξία του ζώου.

Σε λίγο θα ερωτηθείτε αν είστε διατεθειμένος/-η να πληρώσετε ένα συγκεκριμένο ποσό για να αγοράσετε τυποποιημένη-συσκευασμένη φέτα 1κιλού.

Η ερώτηση αυτή θα είναι υποθετική, δηλαδή δε θα χρειαστεί πράγματι να πληρώσετε. Έχει παρατηρηθεί ότι οι άνθρωποι δυσκολεύονται να απαντήσουν σε υποθετικές ερωτήσεις και συχνά υπερβάλλουν στο ποσό που δηλώνουν ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.

Ένας λόγος που συμβαίνει αυτό είναι γιατί όταν έρθει η ώρα πράγματι να πληρώσουν, τότε σκέφτονται ότι τα χρήματα αυτά δεν θα μπορούν να τα διαθέσουν για να αγοράσουν κάτι άλλο.

Πριν απαντήσετε την ερώτηση προθυμίας πληρωμής, προσπαθήστε να σκεφτείτε εάν πράγματι θέλετε να πληρώσετε για τυποποιημένη-συσκευασμένη φέτα το ποσό το οποίο θα ερωτηθείτε και ότι αυτό το ποσό δεν θα είναι διαθέσιμο για αγορές άλλων αγαθών.

Τέλος, θα ήθελα να σας πληροφορήσω ότι τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας θα γίνουν διαθέσιμα σε παραγωγούς, εμπόρους, υπεύθυνους δημόσιους φορείς, αλλά και στο ευρύ

καταναλωτικό κοινό. Αυτό σημαίνει ότι η έρευνα αυτή μπορεί να επηρεάσει την απόφαση των παραγωγών, εμπόρων και δημόσιων φορέων για την υιοθέτηση της ετικέτας Καλής Διαβίωσης των Ζώων στο προϊόν της φέτας, αλλά και στη μέση τιμή της συσκευασμένης φέτας.

3. Σκεφτείτε τώρα, ότι έχετε τη δυνατότητα να αγοράσετε τη φέτα που προτιμάτε, η οποία όμως, θα έχει παραχθεί λαμβάνοντας υπόψη την καλή διαβίωση των ζώων (φωτ. 2). Εάν η μέση τιμή μιας συμβατικής τυποποιημένης-συσκευασμένης φέτας 400 γραμ. στην αγορά σήμερα, είναι 4,50€ θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε (30/60/90/120) λεπτά επιπλέον προκειμένου να αγοράσετε τη φέτα με πιστοποίηση Ευημερίας του Ζώου;

Ναι  Όχι

4. Εάν όχι, σημειώστε γιατί δεν είστε διατεθειμένος/-η να πληρώσετε την επιπλέον τιμή:

- Είναι πολύ μεγάλο το επιπλέον ποσό, θα ήμουν διατεθειμένος να πληρώσω λιγότερα
- Το εισόδημα μου είναι περιορισμένο
- Δεν θεωρώ πως το ζήτημα είναι σημαντικό
- Δεν πιστεύω σε αυτές τις πιστοποιήσεις και τους οργανισμούς που τα πιστοποιούν
- Να πληρώσει το Κράτος τη διαφορά
- Άλλο .....

5. Με κλίμακα από το 1 έως το 10, όπου το 1 σημαίνει ‘καθόλου’ και το 10 ‘πάρα πολύ’, πόσο σίγουρος/-η είστε για την απάντηση που δώσατε στην προηγούμενη ερώτηση;

Καθόλου										Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

6. Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι οι απαντήσεις σας σε αυτήν την έρευνα θα ληφθούν υπόψη από τους παραγωγούς, έμπορους και δημόσιους φορείς;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5

7. Πόσο σημαντικό θεωρείτε τον ρόλο των τιμών στις αποφάσεις σας όταν αγοράζετε τρόφιμα;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5

8. Περίπου, πόση ποσότητα φέτας (σε kg) καταναλώνετε εβδομαδιαίως συνολικά στο νοικοκυριό σας;

0-0,25 kg	0,251-0,5 kg	0,501-0,75 kg	0,751-1 kg	1,01-1,5 kg	1,501-2 kg	>2 kg
1	2	3	4	5	6	7

9. Συνήθως αγοράζετε τυρί φέτα:

Χύμα (Βαρελίσια, δοχείο)           Συσκευασμένη           Άλλο, προσδιορίστε \_\_\_\_\_

**B.**

10. Οι ακόλουθες ερωτήσεις δεν είναι τεστ, επομένως δεν υπάρχουν σωστές ή λανθασμένες απαντήσεις. Παρακαλούμε να απαντήσετε στις ερωτήσεις με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ειλικρίνεια εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την κάθε πρόταση.

**Σ                                  Δ**  
**Συμφωνώ                          Διαφωνώ**

1.Μερικές φορές χρειάζεται να με ενθαρρύνουν για συνεχίσω τη δουλειά μου.	Σ	Δ
2.Μερικές φορές νιώθω πικρία, όταν δεν περνάει το δικό μου.	Σ	Δ
3.Έχει τύχει να παρατήσω κάτι που έκανα, επειδή υποτίμησα τις ικανότητες μου.	Σ	Δ
4.Έχει τύχει να επαναστατήσω ενάντια σε ανθρώπους με εξουσία, ακόμα και αν ήξερα ότι είχαν δίκιο.	Σ	Δ
5.Ανεξαρτήτως με ποιον μιλάω, είμαι πάντα καλός/ή ακροατής/τρια.	Σ	Δ
6.Υπήρξαν περιπτώσεις στις οποίες εκμεταλλεύτηκα κάποιον.	Σ	Δ
7.Είμαι πάντα πρόθυμος-η να παραδεχτώ τα λάθη μου.	Σ	Δ
8.Μερικές φορές προσπαθώ να εκδικηθώ, αντί να συγχωρέσω ή να ξεχάσω.	Σ	Δ
9.Είμαι πάντα ευγενικός/ή, ακόμη και απέναντι σε ανθρώπους που είναι δυσάρεστοι.	Σ	Δ
10. Ποτέ δεν έχω ενοχληθεί όταν άνθρωποι εκφράζουν ιδέες πολύ διαφορετικές από τις δικές μου.	Σ	Δ
11. Έχει τύχει να ζηλέψω την καλή τύχη των άλλων	Σ	Δ
12. Μερικές φορές, εκνευρίζομαι με ανθρώπους που μου ζητάνε χάρες.	Σ	Δ
13. Ποτέ δεν έχω πει εσκεμμένα κάτι που να βλάπτει τα συναισθήματα κάποιου.	Σ	Δ

11. Χρησιμοποιώντας την παρακάτω κλίμακα, παρακαλούμε να υποδείξετε το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας σας στο χώρο που βρίσκεται δίπλα σε κάθε δήλωση.

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>Ποτέ</b>	<b>Σπάνια</b>	<b>Μερικές φορές</b>	<b>Συχνά</b>	<b>Πάντα</b>
1. Όταν υπάρχει η δυνατότητα επιλογής, πάντα επιλέγω το προϊόν που προκαλεί μικρότερη περιβαλλοντική ζημιά.	1	2	3	4	5
2. Έχω αλλάξει την χρήση κάποιων προϊόντων για περιβαλλοντικούς λόγους.	1	2	3	4	5
3. Εάν αντιληφθώ ότι κάποια προϊόντα πιθανόν να προκαλούν περισσότερες αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, δεν τα αγοράζω.	1	2	3	4	5

4. Δεν αγοράζω οικιακά προϊόντα που βλάπτουν το περιβάλλον. 1 2 3 4 5
5. Όποτε είναι δυνατόν, αγοράζω προϊόντα συσκευασμένα σε επαναχρησιμοποιούμενα ή ανακυκλώσιμα δοχεία. 1 2 3 4 5
6. Καταβάλλω κάθε δυνατή προσπάθεια προκειμένου να αγοράσω προϊόντα από χαρτί (όπως, χαρτί υγιείας, χαρτομάντιλα, εκτυπωτικό χαρτί) από ανακυκλώσιμο χαρτί. 1 2 3 4 5
7. Δεν θα αγοράσω ένα προϊόν εφόσον αντιληφθώ ότι η εταιρεία που το πουλάει είναι κοινωνικά ανεύθυνη. 1 2 3 4 5
8. Δεν αγοράζω προϊόντα από εταιρείες που γνωρίζω ότι χρησιμοποιούν παιδική εργασία ή άλλες κακές συνθήκες εργασίας. 1 2 3 4 5
9. Έχω πληρώσει παραπάνω για προϊόντα φιλικά προς το περιβάλλον ενώ είχα φθηνότερη εναλλακτική. 1 2 3 4 5
10. Έχω πληρώσει παραπάνω για προϊόντα που ακολουθούν πρότυπα κοινωνικής υπευθυνότητας, ενώ είχα φθηνότερη εναλλακτική. 1 2 3 4 5

12. Πόσο αξιόπιστη πιστεύετε ότι είναι η πληροφόρηση που παρέχουν οι επιχειρήσεις σχετικά με την επιχειρησιακή ηθική τους;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5

13. Κατά πόσο συμφωνείτε με την άποψη: «Οι χαμηλές τιμές στα προϊόντα είναι πιο σημαντικές σε σχέση με ζητήματα ηθικής για τη διαδικασία παραγωγής τους»

Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
1	2	3	4	5

## Γ.

14. Φύλο:  Άντρας  Γυναίκα

15. Ποια είναι η ηλικία σας; \_\_\_\_\_ ετών

16. Ποια είναι η ανώτερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει;

- Υποχρεωτική εκπαίδευση
- Λύκειο/6ταξιο Γυμνάσιο
- Τεχνική Σχολή/IEK
- Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό

17. Πόσα μέλη έχει η οικογένειά σας μαζί με εσάς; \_\_\_\_\_

18. Υπάρχουν ανήλικα παιδιά στο νοικοκυριό;  ΝΑΙ  ΟΧΙ

19. Ποιο είναι το ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα σας;

Αυτό δηλαδή που απομένει μετά την πληρωμή φόρων και εισφορών και είναι διαθέσιμο για αγορές αγαθών και υπηρεσιών στο νοικοκυριό σας

< 6.000€

6.001€ - 12.000€

12.001€ - 18.000€

18.001€ - 24.000€

24.001€ - 30.000€

>30.000€



Φωτογραφία 1



Φωτογραφία 2