



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ**

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Προθυμία πληρωμής καταναλωτών για ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας

Λάρισα Γ. Αυδίκου

Επιβλέπων Καθηγητής:

Ανδρέας Δριχούτης, Επίκουρος Καθηγητής Γ.Π.Α.

ΑΘΗΝΑ

2020



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ

Προθυμία πληρωμής καταναλωτών για ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας

“Willingness to pay for olive oil with health claim”

Λάρισα Γ. Αυδίκου

Εξεταστική επιτροπή:

Ανδρέας Δριχούτης, Επίκουρος Καθηγητής Γ.Π.Α. (επιβλέπων)

Αχιλλέας Βασιλόπουλος, Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

Γεωργία Παπουτσή, Ερευνήτρια ΙΝΑΓΡΟΚ

ΑΘΗΝΑ

2020

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της εργασίας, είναι η διερεύνηση της προθυμίας πληρωμής του ελληνικού καταναλωτικού κοινού για το εξαιρετικά παρθένο και παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο φέρει ισχυρισμό υγείας, αλλά και των πεποιθήσεων των καταναλωτών, σχετικά με ενδεχόμενους συσχετισμούς μεταξύ διατροφής και υγείας. Όσον αφορά την προθυμία πληρωμής, που είναι το κύριο ερώτημα της εργασίας, η έρευνα εστιάζει στην εκμείευση του επιπλέον ποσού που οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν, προκειμένου να αποκτήσουν ελαιόλαδο το οποίο φέρει ένδειξη στην συσκευασία του, με καρδιοπροστατευτικές και άλλες προφυλακτικές ιδιότητες.

Η ποσοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο της ενδεχόμενης αποτίμησης (contingent valuation), μέσω δομημένων ερωτηματολογίων, τα οποία περιελάμβαναν ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου και διαμοιράστηκαν ηλεκτρονικά, σε καταναλωτές της ελληνικής αγοράς. Τα δεδομένα επεξεργάστηκαν με το πρόγραμμα STATA 16.0 και για την οικονομετρική ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το οικονομετρικό μοντέλο παλινδρόμησης διαστημάτων (interval regression model).

Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι σε ποσοστό 57,7% οι ερωτηθέντες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν πάνω από 2,01€ περισσότερα προκειμένου να αποκτήσουν τον συγκεκριμένο τύπο ελαιολάδου ενώ η προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής διαμορφώθηκε στα 2,73€.

Επιστημονική περιοχή: Συμπεριφορά καταναλωτή

Λέξεις κλειδιά: προθυμία πληρωμής, ελαιόλαδο, ισχυρισμός υγείας

Willingness to pay for olive oil with health claim

Department of Agricultural Economics and Rural Development

Department of Food Science and Human Nutrition

ABSTRACT

The objective of the thesis is to research the willingness to pay for extra virgin and virgin olive oil with health claim, of the Greek market consumers, also the beliefs of consumers, regarding possible correlations between diet and health. Regarding willingness to pay, the research focuses on the extra amount of money consumers are willing to pay in order to obtain olive oil, which has on its packaging a sign indicating cardioprotective properties.

Quantitative research was carried out using the contingent valuation method, through structured questionnaires, which included closed and open questions and were distributed electronically to consumers in the Greek market. Data were processed with the program STATA 16.0 and for the econometric analysis the interval regression model was used.

The results show that at a percentage of 57.7% the respondents are willing to pay 2.01€ more in order to purchase the specific type of olive oil while the projected willingness to pay amounted to 2.73€.

Scientific area: Consumer behaviour

Keywords: willingness to pay, olive oil, health claim

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	2
Κεφάλαιο 1: Βιβλιογραφική επισκόπηση	4
1.1 Λειτουργικά τρόφιμα	4
1.2 Ισχυρισμός υγείας.....	5
1.3 Σύσταση ελαιολάδου με ισχυρισμό υγείας.....	6
1.4 Μελέτες για την προθυμία πληρωμής.....	7
Κεφάλαιο 2: Έρευνα και Μεθοδολογία	11
2.1 Συλλογή δεδομένων.....	11
2.2 Δομή ερωτηματολογίου	11
Κεφάλαιο 3: Περιγραφική και οικονομετρική ανάλυση	13
3.1 Δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά.....	13
3.2 Δεδομένα σχετικά με την κατανάλωση ελαιόλαδου.....	17
3.3 Δεδομένα σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες και πεποιθήσεις.	20
3.4 Προθυμία πληρωμής.....	24
3.4 Οικονομετρική ανάλυση.....	25
Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα	31

Βιβλιογραφία	33
Παράρτημα	35

Εικόνα 1 Κατανομή ερωτώμενων με βάση το φύλο	13
Εικόνα 2 Κατανομή των ερωτώμενων με βάση το ηλικιακό τους γκρουπ	14
Εικόνα 3 Κατανομή των ερωτώμενων με βάση την εκπαίδευση τους.....	15
Εικόνα 4 Οικονομική κατάσταση των συμμετεχόντων.....	16
Εικόνα 5 Αριθμός μελών των νοικοκυριών των συμμετεχόντων	16
Εικόνα 6 Τρόπος προμήθειας ελαιολάδου	17
Εικόνα 7 Ετήσια κατανάλωση ελαιολάδου σε λίτρα	18
Εικόνα 8 Ποιοτική κατηγορία ελαιολάδου.....	19
Εικόνα 9 Αγορά χύμα ή τυποημένου ελαιολάδου.....	19
Εικόνα 10 Μεταβλητές σχετιζόμενες με τις καταναλωτικές συνήθειες και πεποιθήσεις	20
Εικόνα 11 Μεταβλητές σχετιζόμενες με διατροφικές συνήθειες και πεποιθήσεις	23
Εικόνα 12 Προθυμία πληρωμής	25
Εικόνα 13 Μεταβλητές παλινδρόμησης.....	28

Εισαγωγή

Η καλλιέργεια του ελαιόδεντρου και η παραγωγή ελαιολάδου, αποτελεί μακράιωνη παράδοση στον ελληνικό χώρο, γεγονός που κατατάσσει την χώρα μας στις πρώτες θέσεις, όσον αφορά την παραγωγή αλλά και την ποιότητα του ελαιολάδου. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα, σύμφωνα με στοιχεία από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιάς (IOC), κατατάσσεται στην 3^η θέση σε παραγωγή ελαιολάδου με 300.000 τόνους μετά την Ιταλία και την Ισπανία, με το 1/3 της παραγωγής να εξάγεται, κυρίως σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενώ το 70% αυτής της παραγωγής αφορά εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο. Εκτός της εξαγωγικής σημασίας που έχει το ελαιόλαδο για τους Έλληνες παραγωγούς, διαχρονικά στην Ελλάδα το ελαιόλαδο αποτελεί βασικό διατροφικό στοιχείο κάθε ελληνικού νοικοκυριού, με την κατά κεφαλή κατανάλωση να είναι 16kg ανά έτος (IOC, 2020).

Παρά τις τεχνολογικές εξελίξεις και καινοτομίες, που παρατηρούνται τις τελευταίες δεκαετίες στον αγροδιατροφικό τομέα στην παγκόσμια αγορά και όλα τα οφέλη που αυτές επιφέρουν, παρατηρούμε πως όσον αφορά το ελαιόλαδο, δεν παρατηρούνται σημαντικά βήματα εκσυγχρονισμού (Roselli et al., 2018). Στον τεχνολογικό τομέα, η τελευταία μεγάλη εξέλιξη αφορά στην χρήση οριζόντιας φυγοκέντρισης σε συνδυασμό με μηχανή μάλαξης (Clodoveo et al., 2013) όσον αφορά την παραγωγή εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου, ενώ εμπορικά, οι παραγωγοί εστιάζουν σταθερά τα τελευταία χρόνια στην προώθηση του εξαιρετικά παρθένου ελαιολάδου, προκειμένου να ωφεληθούν από την προστιθέμενη αξία που προσφέρει αυτός ο τύπος και να κερδίσουν αυτό το κομμάτι της αγοράς που αναζητά υγιεινά διατροφικά προϊόντα (Cabrera, Arriaza and Rodríguez-Entrena, 2015).

Πιο ειδικά, πρόσφατα προστέθηκαν στην συζήτηση για το ελαιόλαδο, οι όροι «λειτουργικό τρόφιμο» και «ισχυρισμός υγείας» με απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που θα μπορούσαν να αποτελέσουν, χρήσιμα εργαλεία στρατηγικής διαφοροποίησης για την εμπορία του ελαιολάδου στην εγχώρια και παγκόσμια αγορά.

Στόχος της παρούσας εργασίας, είναι αποτύπωση της προθυμίας πληρωμής των καταναλωτών στην Ελλάδα, για ελαιόλαδο, που φέρει ισχυρισμό υγείας, δεδομένης της απουσίας αντίστοιχης έρευνας στην ελληνική και ξένη βιβλιογραφία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, θα γίνει η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και πιο συγκεκριμένα θα αναφερθούμε στις έννοιες «λειτουργικά τρόφιμα», «ισχυρισμός υγείας» και θα αποτυπωθούν, συνοπτικά, οι κυριότερες από τις μέχρι τώρα έρευνες που αναφέρονται στην προθυμία πληρωμής για ελαιόλαδο αλλά και για τα λειτουργικά τρόφιμα γενικότερα.

Στο τρίτο κεφάλαιο, θα αναλυθούν τα περιγραφικά και οικονομετρικά δεδομένα που προέκυψαν από την πρωτογενή έρευνα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο και τελευταίο κεφάλαιο, θα αναφερθούμε στα συμπεράσματα που προέκυψαν τόσο από την μελέτη των δευτερογενών πηγών όσο και από την πρωτογενή έρευνα.

Κεφάλαιο 1: Βιβλιογραφική επισκόπηση

1.1 Λειτουργικά τρόφιμα

Η αντίληψη ότι ένα τρόφιμο μπορεί να λειτουργήσει θεραπευτικά δεν έχει προκύψει πρόσφατα, αντίθετα βρίσκουμε πληθώρα αναφορών στις θεραπευτικές ιδιότητες των τροφών, από την αρχή της καταγραφής της πορείας του ανθρώπου στη γη. Ο πατέρας της ιατρικής Ιπποκράτης, έχει αναφέρει, «η τροφή είναι το φάρμακό σου και το φάρμακό σου η τροφή σου». Ωστόσο, με την έλευση του 20ου αιώνα, ο σημαντικός ρόλος της διατροφής στην πρόληψη των ασθενειών και στην προαγωγή της υγείας ήρθε στο προσκήνιο για άλλη μια φορά, με εκτεταμένη έρευνα, πλέον για τις θεραπευτικές ή και προληπτικές ιδιότητες των τροφίμων στην υγεία του ανθρώπου.

Όπως αναφέρει ο Hasler (2002), αρχικά, η έρευνα εστίασε στον εντοπισμό των βασικών θρεπτικών στοιχείων, ιδιαίτερα των βιταμινών, και του ρόλου τους στην πρόληψη διαφόρων ασθενειών οι οποίες σχετίζονται με διατροφική ανεπάρκεια. Σταδιακά, και με την αλλαγή στην διαθεσιμότητα των τροφίμων και την παράλληλη αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος στον Δυτικό κόσμο, από την δεκαετία του 1970 και έπειτα, η έμφαση στις ελλείψεις θρεπτικών συστατικών μετατοπίστηκε στην υπερκατανάλωση αυτών, όταν άρχισαν να αυξάνονται δραματικά, οι ασθένειες που συνδέονται με την υπερβολική κατανάλωση θρεπτικών στοιχείων τόσο ώστε να αποτελέσουν σημαντικό πρόβλημα δημόσιας υγείας. Έτσι, ξεκίνησε, μέσω εθνικών και διεθνών οργανισμών που ασχολούνται με την υγεία και την διατροφή, μια σειρά από κατευθυντήριες γραμμές για τη δημόσια υγεία, στοχεύοντας στη χάραξη δημόσιας πολιτικής αλλά και την εκπαίδευση του κοινού, δίνοντας έμφαση στη σημασία της κατανάλωσης μιας δίαιτας χαμηλής περιεκτικότητας σε κορεσμένα λιπαρά και μεγάλης περιεκτικότητας σε λαχανικά, φρούτα, δημητριακά ολικής αλέσεως και όσπρια, ώστε να μειωθεί ο κίνδυνος χρόνιων παθήσεων όπως οι καρδιοπάθειες, η οστεοπόρωση, ο διαβήτης και τα εγκεφαλικά επεισόδια.

Η έννοια λειτουργικά τρόφιμα αναπτύχθηκε για πρώτη φορά στην Ιαπωνία τη δεκαετία του 1980, όταν το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας αντιμετώπισε αυξανόμενα κόστη για την υγειονομική περίθαλψη, εγκαινιάζοντας ένα ρυθμιστικό σύστημα για την έγκριση ορισμένων τροφίμων με τεκμηριωμένα οφέλη για την υγεία με την ελπίδα βελτίωσης της υγείας του πληθυσμού. Αυτά τα τρόφιμα, τα οποία μπορούν να φέρουν ειδική σφραγίδα, αναγνωρίζονται πλέον ως Τρόφιμα για Ειδική Χρήση Υγείας (FOSHU) . Από τον Ιούλιο του 2002, περίπου 300 τρόφιμα είχαν λάβει FOSHU στην Ιαπωνία. (Hasler, 2002)

Στην διεθνή βιβλιογραφία δεν συναντάμε έναν κοινά αποδεκτό ορισμό για τα λειτουργικά τρόφιμα. Κάποιοι ορισμοί, οι οποίοι παρατίθενται στην συνέχεια, μπορούν να μας δώσουν μία βασική αντίληψη, σχετικά με τα λειτουργικά τρόφιμα, την οποία θα προσπαθήσουμε να αναπτύξουμε περαιτέρω στην παρούσα εργασία. Λειτουργικά τρόφιμα μπορεί να είναι:

«κάθε τροποποιημένο τρόφιμο ή συστατικό τροφίμων που μπορεί να προσφέρει όφελος για την υγεία πέρα από τα παραδοσιακά θρεπτικά συστατικά που περιέχει» (The Journal of Nutrition, 1994)

«τρόφιμα που, λόγω της παρουσίας φυσιολογικών δραστικών συστατικών, παρέχουν όφελος για την υγεία πέρα από τη βασική διατροφή» (Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 1999) και

«τρόφιμα που δεν έχουν υποστεί επεξεργασία είναι εμπλουτισμένα ή ενισχυμένα με θρεπτικά στοιχεία, αλλά το πιο σημαντικό είναι ότι τα τρόφιμα αυτά πρέπει να καταναλώνονται ως ... μέρος μιας ποικίλης διατροφής σε τακτική σε αποτελεσματικά επίπεδα, ώστε οι καταναλωτές να αποκομίσουν τα ενδεχόμενα οφέλη για την υγεία τους.» (Journal of the American Dietetic Association, 1999)

Σύμφωνα με τους πιο πάνω ορισμούς, μπορούμε να συμπεράνουμε, πως όλα τα τρόφιμα είναι λειτουργικά σε κάποιο βαθμό, επειδή όλα τα τρόφιμα προσφέρουν θρεπτική αξία. Ωστόσο, τα τρόφιμα εξετάζονται για πρόσθετα οφέλη, τα οποία μπορούν να μειώσουν τον κίνδυνο χρόνιας ασθένειας ή να βελτιώσουν με κάποιον τρόπο την υγεία. Σε παγκόσμιο επίπεδο, υπάρχει αυξανόμενο ενδιαφέρον για αυτή την ειδική κατηγορία τροφίμων.

1.2 Ισχυρισμός υγείας

Ο ισχυρισμός υγείας, είναι ουσιαστικά μια δήλωση, η οποία εκφράζει την σχέση μεταξύ τροφίμων και υγείας. Οι καταναλωτές, ωστόσο, πρέπει να είναι προσεκτικοί σχετικά με τους ισχυρισμούς διατροφής και υγείας που περιέχονται στην επισήμανση των τροφίμων. Προκειμένου, οι καταναλωτές να αισθάνονται ασφαλείς, έχει οριστεί ένα κανονιστικό πλαίσιο, το οποίο περιγράφει αναλυτικά, την διαδικασία έγκρισης ενός ισχυρισμού υγείας, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αρμόδιο όργανο είναι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία εγκρίνει διάφορους ισχυρισμούς για την υγεία, εφόσον βασίζονται σε επιστημονικά στοιχεία και είναι εύκολα κατανοητά από τους καταναλωτές. Η Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των

Τροφίμων (ΕΑΑΤ) είναι υπεύθυνη για την αξιολόγηση των επιστημονικών στοιχείων που υποστηρίζουν ισχυρισμούς υγείας. (Health claims - Food Safety - European Commission, 2020)

Είδη ισχυρισμών υγείας:

1. Οι αποκαλούμενες «Λειτουργικές Απαιτήσεις Υγείας», σχετικά με την ανάπτυξη και τις λειτουργίες του σώματος, στις ψυχολογικές και συμπεριφορικές λειτουργίες, στο αδυνάτισμα ή στον έλεγχο βάρους
2. Οι αποκαλούμενες «Απαιτήσεις για τη μείωση κινδύνου» για τη μείωση ενός παράγοντα κινδύνου στην ανάπτυξη μιας ασθένειας.
3. Οι αποκαλούμενες «Απαιτήσεις σχετικά με την ανάπτυξη των παιδιών» (Health claims - Food Safety - European Commission, 2020)

1.3 Σύσταση ελαιολάδου με ισχυρισμό υγείας

Το ελαιόλαδο, είναι το προϊόν που προέρχεται από τον καρπό της ελιάς, και πιο συγκεκριμένα της *Olea Europa* αποκλειστικά με μηχανικά φυσικά μέσα, σε θερμοκρασία κατώτερη από αυτή (περίπου 27C), που μπορεί να του προκαλέσει αλλοιώσεις. Το ελαιόλαδο είναι μίγμα εστέρων της γλυκερίνης με οργανικά (λιπαρά) οξέα, κυρίως ελαϊκό (ακόρεστο), στεατικό και παλμιτικό (κορεσμένα). (Κυριτσάκης, 1998)

Τα συστατικά του ελαιολάδου, αποτελούνται από στερόλες, ελευθέρα λιπαρά οξέα, κ.α. Ο ισχυρισμός υγείας όμως αφορά μόνο τις φαινόλες του ελαιολάδου και πιο συγκεκριμένα, των παραγώνων τυροσόλης και υδροξυτυροσόλης. Επίσης, όσον αφορά τις ποιοτικές κατηγορίες του ελαιολάδου, τις ιδιότητες τροφίμου με ισχυρισμό υγείας που αποδίδουμε στο ελαιόλαδο, συναντώνται, στο εξαιρετικά παρθένο και το παρθένο ελαιόλαδο.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Κανονισμό 432/2012 (L 136/25.05.2012), ένα ελαιόλαδο μπορεί να φέρει την ένδειξη «Ισχυρισμός Υγείας», εάν έχει υψηλή περιεκτικότητα σε πολυφαινόλες, συγκεκριμένα ελαιόλαδο, το οποίο περιέχει τουλάχιστον 5 mg υδροξυτυροσόλης και παραγώνων της (π.χ. σύμπλοκο ελαιοευρωπαϊνης και τυροσόλης) ανά 20 g ελαιολάδου. Για να χρησιμοποιηθεί ο ισχυρισμός αυτός, θα πρέπει να παρέχεται στον καταναλωτή η πληροφορία ότι τα ευεργετικά αποτελέσματα εξασφαλίζονται με την ημερήσια πρόσληψη 20 g ελαιολάδου. Έχει αποδειχθεί, ότι η ημερήσια κατανάλωση 20g ελαιολάδου με Ισχυρισμό Υγείας συμβάλει στην προστασία των λιπιδίων του αίματος από το οξειδωτικό

στρες. Συγκεκριμένα, έχει προστατευτικές ιδιότητες για την ανθρώπινη υγεία και όπως διαπιστώνουμε μέσα από μια πληθώρα δημοσιεύσεων (Aparicio and Harwood 2013), επιδρά θετικά στην πρόληψη καρδιακών επεισοδίων, συμβάλλει στην αντιμετώπιση των φλεγμονών (Baldioli, Servili, Perretti and Montedoro, 1996, Owen et al., 2000), ενώ πρόσφατες έρευνες έδειξαν ότι θωρακίζει ενάντια στη νόσο του Αλτσχάϊμερ. (Tuck and Hayball, 2002, Abuznait et al., 2013)

1.4 Μελέτες για την προθυμία πληρωμής

Η προθυμία πληρωμής μπορεί να οριστεί ως το μέγιστο χρηματικό ποσό που ένα άτομο είναι διατεθειμένο να πληρώσει, προκειμένου να αποκτήσει ένα προϊόν ή υπηρεσία (Lusk et al., 2004). Η παρούσα μελέτη θα επιχειρήσει να εκμαιεύσει την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών της Ελληνικής αγοράς για ελαιόλαδο το οποίο φέρει ισχυρισμό υγείας.

Στην μέχρι τώρα δημοσιευμένη βιβλιογραφία, δεν υπάρχει μελέτη η οποία να αφορά, την προθυμία πληρωμής για τον συγκεκριμένο τύπο ελαιολάδου. Στην ξένη κυρίως, βιβλιογραφία από την οποία θα αντλήσουμε πληροφορίες, βρίσκουμε κάποιες λίγες σχετικά δημοσιεύσεις, οι οποίες αφορούν την προθυμία πληρωμής για διαφορετικά χαρακτηριστικά ή τεχνικές επεξεργασίας του ελαιολάδου. Οι λέξεις-κλειδιά που αναζητούμε στην βιβλιογραφία, αφορά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών, όπως ποιότητα, οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, τιμή, συνεισφορά στην υγεία, γεωγραφικός προορισμός και δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος.

Αναζητώντας έρευνες που αφορούν το ελληνικό ελαιόλαδο ή/και το ελληνικό καταναλωτικό κοινό, παρατηρούμε ότι η συνεισφορά δεν είναι ανάλογη, με αυτή που θα αναμέναμε για ένα βασικό εξαγωγικό διατροφικό προϊόν. Οι Fotopoulos et. al., (2001), εξετάζουν την επίδραση της ετικέτας Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης και βλέπουμε να έχει πολύ θετική επίδραση στην προθυμία πληρωμής και γενικότερα η ετικέτα Π.Ο.Π., να θεωρείται πιο σημαντική από την τιμή, ως παράγοντας αγοράς του προϊόντος.

Αντίθετα, οι Egraach et al. (2017), αναφέρουν πως η ετικέτα Π.Ο.Π. δεν είναι αυτή που έχει την μεγαλύτερη θετική επίδραση στην προθυμία πληρωμής. Ειδικότερα, εξετάζουν την προθυμία πληρωμής Ιταλών καταναλωτών, για ελαιόλαδο που φέρει στην ετικέτα κάποια σήμανση σχετική με την βιωσιμότητα. Τα αποτελέσματα της έρευνας καταδεικνύουν, ότι σε σχέση με ετικέτα που φέρει Π.Ο.Π. ή το αποτύπωμα άνθρακα, την μεγαλύτερη θετική συνεισφορά, συγκριτικά, έχει η πιστοποίηση βιολογικής καλλιέργειας.

Σε έρευνα που διεξήχθη και αφορά την συμπεριφορά και την προθυμία πληρωμής καναδών καταναλωτών (Menarace, et al. 2011), παρατηρούμε ότι ανάμεσα σε ελαιόλαδο ελληνικής και ιταλικής προέλευσης, οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν ένα πολύ μεγαλύτερο ποσό για το δεύτερο σε σχέση με το πρώτο. Από την συγκεκριμένη έρευνα, θα μπορούσαμε να εξάγουμε το συμπέρασμα, ότι αν και η Ελλάδα αποτελεί την τρίτη μεγαλύτερη χώρα εξαγωγής ελαιολάδου, στο καταναλωτικό κοινό, τουλάχιστον του Καναδά, το ελληνικό ελαιόλαδο δεν είναι αναγνωρισμένο εμπορικά.

Οι Roselli et al., (2018), εξετάζουν την προθυμία πληρωμής για το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο το οποίο έχει παραχθεί με την χρήση υπερήχων. Το πιο σημαντικό στοιχείο, που αυξάνει την προθυμία των καταναλωτών να το αγοράσουν, είναι η αντίληψη ότι αυτή η νέα τεχνολογία θα μπορούσε πραγματικά να βελτιώσει την ποιότητα του προϊόντος. Θετική επίδραση, έχουν επίσης τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά ενώ η συνεισφορά στην υγεία των καταναλωτών, δεν βρέθηκε να έχει σημαντική επίδραση.

Έρευνα που έλαβε χώρα στην Ολλανδία (Kalogeras, et. al., 2009) και αφορά το βιολογικό ελαιόλαδο, παρατηρούμε σε μεγάλο ποσοστό (45%) αρνητική επίδραση της υψηλότερης τιμής στην προθυμία πληρωμής, σε σχέση με το συμβατικό ελαιόλαδο. Η συσχέτιση που αποδίδεται είναι η έλλειψη ενημέρωσης ή/και ενδιαφέροντος για τα θετικά γνωρίσματα του οργανικού ελαιολάδου, από το καταναλωτικό κοινό.

Μια μεγάλης κλίμακας έρευνα σε δείγμα 1006 ατόμων (Lombardi et al., 2020), εξετάζει την χρήση γραμμωτού κώδικα δύο διαστάσεων (QR code), στην ετικέτα συσκευασίας εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου και την επίδραση που μπορεί να έχει στην προθυμία πληρωμής. Το συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι το ιταλικό καταναλωτικό κοινό, είναι διατεθειμένο να πληρώσει υψηλότερη τιμή, προκειμένου να έχει πρόσβαση σε περισσότερες πληροφορίες, σχετικά με την γεωγραφική προέλευση, την χημική σύσταση, τις τεχνικές παραγωγής και γαστρονομικές προτάσεις.

Πριν την τελική διατύπωση στον Ευρωπαϊκό Κανονισμό 432/2012, σχετικά με ποιο ελαιόλαδο μπορεί να λάβει ετικέτα με ισχυρισμό υγείας, οι Finardi et. al. (2009), διεξήγαγαν έρευνα που αφορούσε την προθυμία πληρωμής για το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο, το οποίο συνοδεύεται από την επεξήγηση κατά την συνέντευξη, ότι μπορεί να βοηθήσει δρώντας προληπτικά σε καρδιαγγειακές παθήσεις. Όσον αφορά την προθυμία πληρωμής, αυτός ο πρώιμος ισχυρισμός υγείας, παρατηρούμε πως έχει πολύ μικρή συνεισφορά στην προθυμία πληρωμής και αυτό γιατί δεν προστίθεται κάποιο επιπλέον χαρακτηριστικό στο ελαιόλαδο, αφού το Ιταλικό καταναλωτικό κοινό, γνωρίζει την συνεισφορά του ελαιολάδου στα πλαίσια

της μεσογειακής διατροφής. Ο παράγοντας που έχει πολύ θετική συσχέτιση με την προθυμία πληρωμής είναι η εντοπιότητα του ελαιολάδου.

Καθώς, η ηλεκτρονική αναζήτηση βιβλιογραφίας για την διερεύνηση της προθυμίας πληρωμής ελαιολάδου δεν απέφερε ικανοποιητικό αριθμό μελετών, θεωρήσαμε σωστό, ώστε να είναι όσο το δυνατόν πιο ολοκληρωμένη η παρούσα εργασία, να συμπεριληφθούν μελέτες που εξετάζουν την προθυμία πληρωμής για λειτουργικά τρόφιμα.

Οι Pappalardo et. al. (2016), διεξήγαγαν έρευνα, για την προθυμία πληρωμής τροφίμων που ορίζονται ως λειτουργικά. Συγκεκριμένα, για ένα τύπο snack εμπλουτισμένο με φυτικές ίνες, διαπίστωσαν ότι υπάρχει θετική συσχέτιση, όσον αφορά την προθυμία πληρωμής, έναντι ενός αντίστοιχου συμβατικού, υποδεικνύοντας ότι οι καταναλωτές αναζητούν τρόφιμα που έχουν υγιεινά χαρακτηριστικά, τα οποία δυνητικά μπορούν να αποτρέψουν ασθένειες και να βελτιώσουν τη σωματική ευεξία. Ταυτόχρονα, όμως η έρευνα καταδεικνύει και κάποιες άλλες αγοραστικές συμπεριφορές όσον αφορά τα λειτουργικά τρόφιμα. Οι αγοραστές ενώ δείχνουν κατά ένα μεγάλο ποσοστό, ότι αναζητούν στις ετικέτες τα υγιεινά χαρακτηριστικά, δεν είναι πρόθυμοι να θυσιάσουν άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως είναι η γεύση, η λιγότερο δυνατή επεξεργασία, η ασφάλεια κ.τ.λ.

Οι Markosyan et. al. (2007), εξέτασαν την προθυμία πληρωμής Αμερικανών καταναλωτών, για μήλα εμπλουτισμένα με αντιοξειδωτικά. Η προθυμία πληρωμής που παρατηρήθηκε κατά μέσο όρο, είναι της τάξης του 6% περισσότερο σε σχέση με το συμβατικό τρόφιμο. Ενώ, και σε αυτή την μελέτη, διαπιστώθηκε ότι οι καταναλωτές γνωρίζουν και αναζητούν κατά ένα μεγάλο ποσοστό λειτουργικά τρόφιμα, δεν παρατηρήθηκε σημαντικά αυξημένη προθυμία πληρωμής για τα μήλα με αντιοξειδωτικά. Στην μελέτη, υποστηρίζεται πως ο λόγος για την μικρή αύξηση στην προθυμία πληρωμής, είναι η δυσπιστία του καταναλωτικού κοινού, να αγοράσει ένα νωπό προϊόν στο οποίο έχουν χρησιμοποιηθεί πρόσθετα.

Σε έρευνα, η οποία εξετάζει την προθυμία πληρωμής για το κόκκινο, ενισχυμένο με αντιοξειδωτικά, κρασί (Barreiro-Hurlé et. al., 2008), βρίσκουμε πως οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 55%, πιο πάνω από ότι πληρώνουν συνήθως για κρασί. Όπως αναφέρουν και οι Barreiro-Hurlé et. al., ενώ το ποσοστό φαίνεται αρκετά υψηλό, ωστόσο δεν παρουσιάζει διαφοροποίηση σε σχέση με την ποσοστιαία διαφορά που υπάρχει μεταξύ των συμβατικών γαλακτοκομικών και των λειτουργικών γαλακτοκομικών, που πωλούνται ήδη στην λιανική. Αυτό δεν σημαίνει, πως δεν υπάρχει ενδιαφέρον εμπορικά για ένα τέτοιο προϊόν αλλά πως η προώθηση θα πρέπει να στοχεύσει σε συγκεκριμένα κοινά, όπως για παράδειγμα

καταναλωτές που οι αγορές τους επηρεάζονται από χαρακτηριστικά που προσδίδονται στο κρασί, μέσω του Marketing.

Κεφάλαιο 2: Έρευνα και Μεθοδολογία

2.1 Συλλογή δεδομένων

Σκοπός της εργασίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί και νωρίτερα, είναι η εκμείευση της προθυμίας πληρωμής των καταναλωτών της ελληνικής αγοράς, για ελαιόλαδο που φέρει ισχυρισμό υγείας. Η ποσοτική έρευνα δημιουργήθηκε με δομημένο ερωτηματολόγιο, κλειστών και ανοικτών ερωτήσεων καθώς και με δηλώσει συμφωνίας ή μη με βάση την κλίμακα Likert, μέσω της online πλατφόρμας Google Forms και διαμοιράστηκε μέσω email και πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, LinkedIn)

Σχετικά με την εκμείευση της προθυμίας πληρωμής των καταναλωτών, που αποτελεί και το κύριο ερευνητικό ερώτημα, χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της ενδεχόμενης αποτίμησης (Contingent Valuation) μέσω μιας κάρτας πληρωμών.

Η έρευνα έλαβε χώρα το διάστημα από τις 8/5/2020 έως τις 23/5/2020 και η επιλογή των συμμετεχόντων έγινε τυχαία. Το σύνολο του δείγματος που προέκυψε από την έρευνα είναι $n=262$.

2.2 Δομή ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τέσσερα μέρη. Το σύνολο του ερωτηματολογίου υπάρχει σαν παράρτημα στο τέλος της εργασίας.

Στο πρώτο μέρος, υπάρχουν οκτώ γενικές ερωτήσεις οι οποίες αφορούν στην κατανάλωση ελαιολάδου και στις συνήθειες σχετικά με αυτή. Σε αυτές τις ερωτήσεις, περιλαμβάνεται και η ερώτηση «Γνωρίζετε τι είναι το ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας;» όπου μετά από αυτή την ερώτηση, ανεξαρτήτως της απάντησης, υπάρχει ο ορισμός του, όπως περιγράφεται στον Ευρωπαϊκό Κανονισμό 432/2012 καθώς είναι απαραίτητο οι ερωτώμενοι να γνωρίζουν, σε τι αφορά ο συγκεκριμένος τύπος ελαιολάδου όταν θα κληθούν να απαντήσουν στο τρίτο μέρος της εργασίας σχετικά με την προθυμία πληρωμής.

Στο δεύτερο μέρος, υπάρχουν έντεκα δηλώσεις, οι οποίες αφορούν την αγοραστική συμπεριφορά και προτίμηση, ενδεχόμενους συσχετισμούς μεταξύ διατροφής και υγείας και

τέλος δηλώσεις που αφορούν την τιμή, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει, βάση της κλίμακας Likert, κατά πόσο συμφωνεί ή διαφωνεί.

Στο τρίτο μέρος, παρουσιάζεται η υπόθεση βάσει της οποίας, ο ερωτώμενος καλείται να δηλώσει την προθυμία πληρωμής. Αρχικά, του δίνεται το παρακάτω κείμενο.

«Παρακάτω θα σας δοθεί μια υποθετική ερώτηση και θα κληθείτε να απαντήσετε για το αν είστε πρόθυμος/η να πληρώσετε κάποιο επιπλέον χρηματικό ποσό για την αγορά μιας φιάλης 1L ελαιόλαδου, που φέρει ισχυρισμό υγείας.

Όπως ανέφερα και πριν η ερώτηση είναι υποθετική και δε θα χρειαστεί να πληρώσετε στην πραγματικότητα κάποιο ποσό. Ωστόσο, έχει διαπιστωθεί πως οι καταναλωτές τείνουν να δηλώνουν πως θα κατέβαλαν πολύ μεγαλύτερα ποσά για την υποθετική αγορά από αυτά που είναι όντως διατεθειμένοι να δώσουν. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι είναι εύκολο κάποιος να υπερβάλλει όταν δεν χρειάζεται να αγοράσει στην πραγματικότητα αυτό το προϊόν. Για τη σωστή διεξαγωγή της έρευνας, θα σας παρακαλούσα να απαντήσετε το αληθινό επιπλέον ποσό το οποίο είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε έχοντας κατά νου ότι μετά την αγορά το εισόδημα που θα δώσετε δε θα είναι πλέον διαθέσιμο για κάποια άλλη αγορά.

Υποθέστε, λοιπόν, ότι είστε σε ένα κατάστημα λιανικής πώλησης και πρόκειται να αγοράσετε μια φιάλη ελαιολάδου 1L. Λαμβάνοντας υπόψη σας τον ισχυρισμό υγείας που σας ανέφερα προ ολίγου, πόσα επιπλέον χρήματα θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε για να αγοράσετε μία φιάλη 1L ελαιόλαδου που φέρει ισχυρισμό υγείας σε σύγκριση με την τιμή που πληρώνεται για ελαιόλαδο 1L που επιλέγετε συνήθως;»

Κατόπιν τους δίνετε μια κάρτας πληρωμής, βάση της οποίας θα δηλώσουν την προθυμία πληρωμής. Τα διαστήματα τιμών έχουν υπολογιστεί λαμβάνοντας υπόψη, την μέση τιμή αγοράς του εξαιρετικά παρθένου και του ελαιολάδου ανά κιλό καθώς και την μέση ετήσια ατομική κατανάλωση.

1.	0		5.	3,01-4,01
2.	0,01– 1		6.	4,01-5,00
3.	1,01-2,00		7.	5,01-6,00
4.	2,01-3,00		8.	>6,01

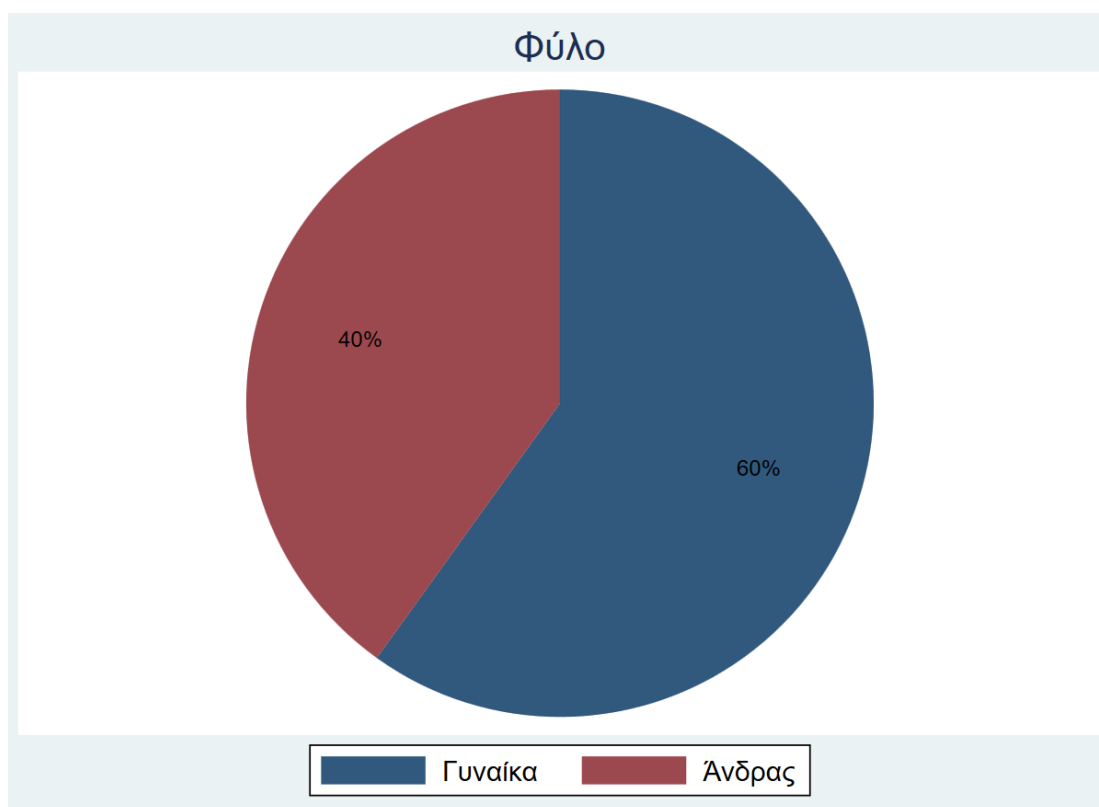
Στο τέταρτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου, υπάρχουν πέντε ερωτήσεις οι οποίες αφορούν στα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, όπως φύλο, ηλικία, αριθμός μελών του νοικοκυριού, επίπεδο εκπαίδευσης και εισόδημα.

Κεφάλαιο 3: Περιγραφική και οικονομετρική ανάλυση

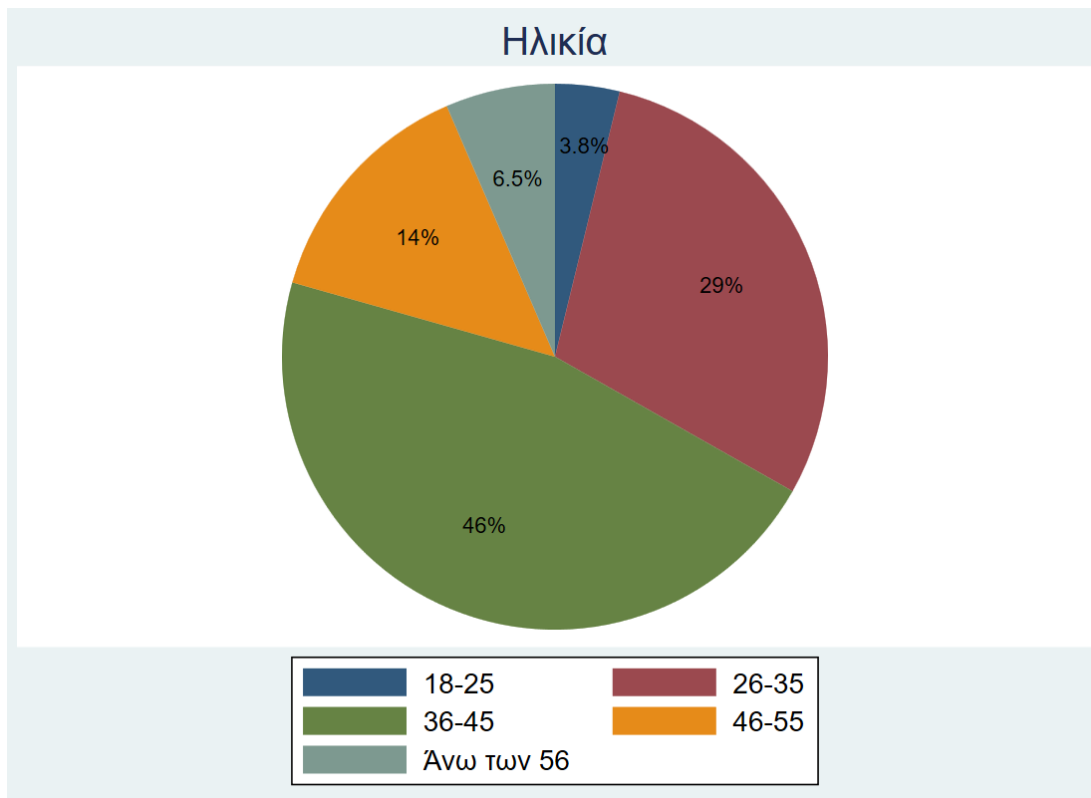
3.1 Δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά

Στην παρούσα ενότητα, παρουσιάζονται τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Η συλλογή των δεδομένων προήλθε από συνολικό δείγμα $n=262$, κατά τον μήνα Μάιο του 2020, με την χρήση του ηλεκτρονικού εργαλείου συλλογής ερωτηματολογίων google forms. Η αρχική επεξεργασία των δεδομένων, έγινε με την χρήση του προγράμματος Excel Microsoft Office Suite και η περιγραφική ανάλυση με την χρήση του προγράμματος STATA 16.0.

Το δείγμα εκπροσωπείται σε ποσοστό 60% από γυναίκες και 40% από άνδρες. Η ηλικιακή κλάση με το μεγαλύτερο ποσοστό εκπροσώπησης είναι των 36-45 ετών με ποσοστό 46%, ενώ ακολουθεί των 26-35 ετών με ποσοστό 29% και των 46-55 ετών με ποσοστό 14%. Η ηλικιακή κλάση των άνω των 65 ετών αποτελεί το 6,5% και των 18-25 ετών το 3,8%.

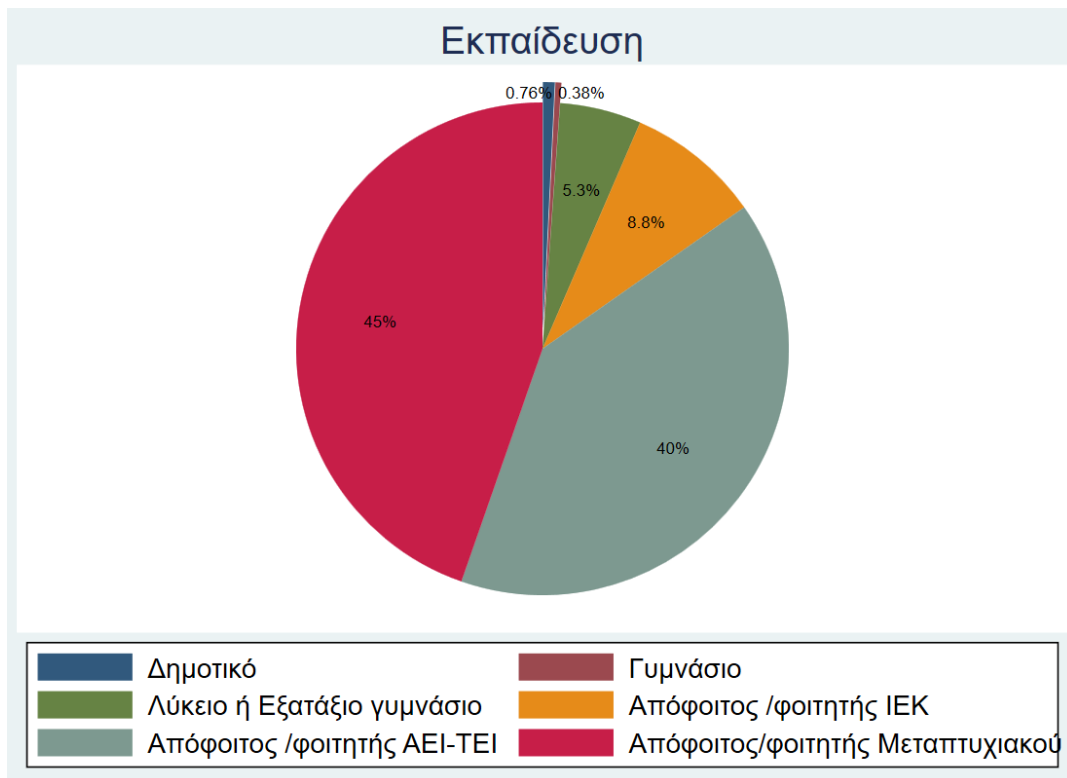


Εικόνα 1 Κατανομή ερωτώμενων με βάση το φύλο



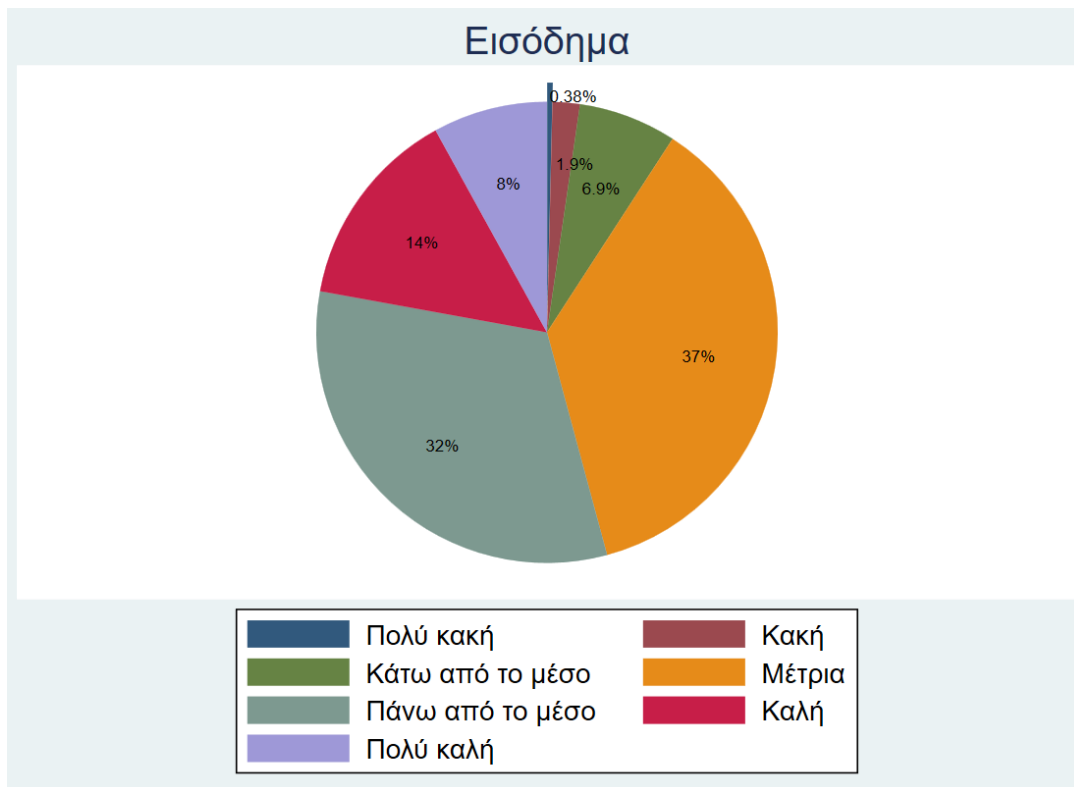
Εικόνα 2 Κατανομή των ερωτώμενων με βάση το ηλικιακό τους γκρουπ

Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων, παρατηρείται ότι το 45% είναι απόφοιτοι ή φοιτητές μεταπτυχιακού προγράμματος, το 40% είναι απόφοιτοι ή φοιτητές ΑΕΙ/ΤΕΙ, το 8,8% είναι απόφοιτοι ή φοιτητές ΙΕΚ, το 5,3% απόφοιτοι λυκείου ή εξατάξιου γυμνασίου, το 0,38% απόφοιτοι γυμνασίου και τέλος το 0,76% απόφοιτοι δημοτικού. Παρατηρούμε, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (85%) είναι απόφοιτοι ή φοιτητές της Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.



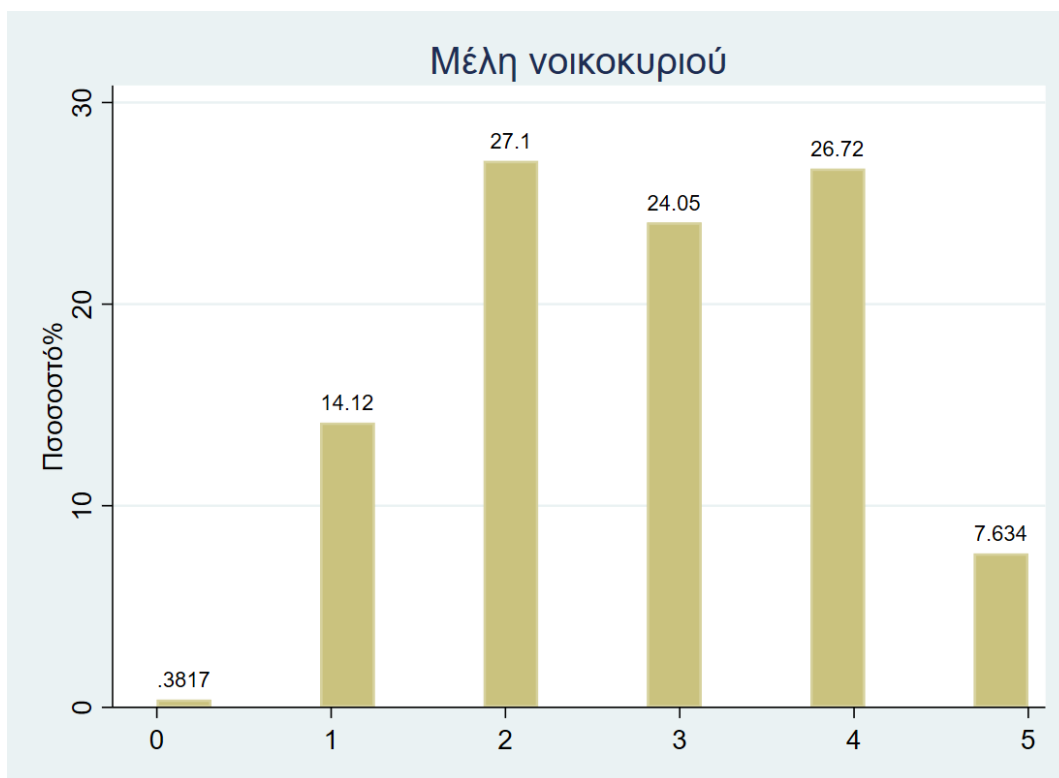
Εικόνα 3 Κατανομή των ερωτώμενων με βάση την εκπαίδευσή τους

Οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να χαρακτηρίσουν την οικονομική τους κατάσταση, με βάση τη δήλωση πως το κατά κεφαλήν ακαθάριστο διαθέσιμο εισόδημα στην Ελλάδα είναι 12.000€. Το 37% χαρακτήρισε την οικονομική του κατάσταση μέτρια, το 32% πάνω από το μέσο, το 14% καλή, το 8% πολύ καλή, το 6,9% κάτω από το μέσο, το 1,9% κακή και τέλος το 0,38% πολύ κακή. Συμπερασματικά, σε ποσοστό 54% το δείγμα χαρακτηρίζει την οικονομική του κατάσταση πάνω από το μέσο.



Εικόνα 4 Οικονομική κατάσταση των συμμετεχόντων

Ο μέσος όρος των ατόμων από τα οποία αποτελούνται τα νοικοκυριά των ερωτώμενων είναι 2,87, με τυπική απόκλιση 1,24.



Εικόνα 5 Αριθμός μελών των νοικοκυριών των συμμετεχόντων

3.2 Δεδομένα σχετικά με την κατανάλωση ελαιόλαδου

Αρχικά, ποσοστό 61% του συνόλου των ερωτώμενων δεν γνωρίζει ποιο είναι το ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας και το 90% καταναλώνει ελαιόλαδο καθημερινά.

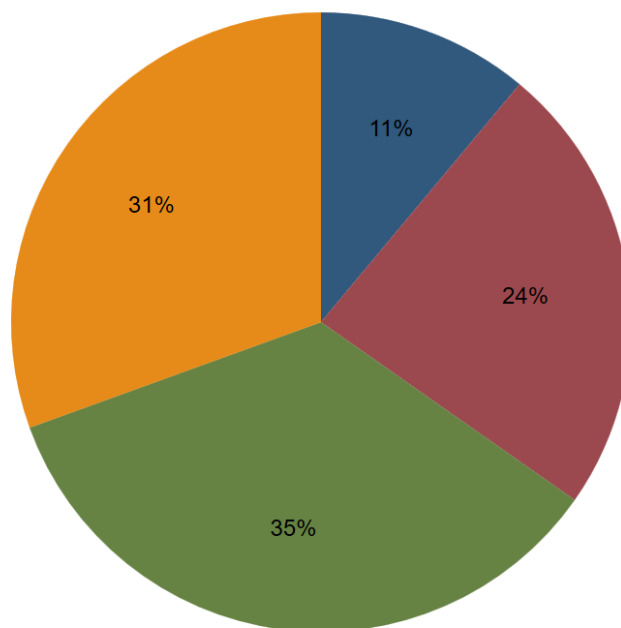
Στην ερώτηση, πως προμηθεύεστε ελαιόλαδο, το 43% των ερωτώμενων απάντησε πως το προμηθεύεται από κατάστημα λιανικής ή παραγωγό, για το 39% είναι δικής του παραγωγής ενώ για το 18% είναι και δικής του παραγωγής αλλά προμηθεύεται και από κατάστημα λιανικής.



Εικόνα 6 Τρόπος προμήθειας ελαιολάδου

Σχετικά με την ετήσια κατανάλωση ελαιολάδου σαν νοικοκυριό, οι ερωτώμενοι απάντησαν σε ποσοστό 35% ότι καταναλώνουν 21-30 λίτρα, το 31% περισσότερο από 31 λίτρα, το 24% 11-20 λίτρα και το 11% έως 10 λίτρα. Σχετικά, με το ποσό που ξοδεύουν ετησίως, το 37% ανέφερε ότι είναι ιδιοπαραγωγής και ακολουθούν σε ποσοστό 25% με ετήσια δαπάνη 101€-200€, το 21% με δαπάνη έως 100€, το 15% με ετήσια δαπάνη 201€-300€ και τέλος το 3.1% περισσότερο από 301€.

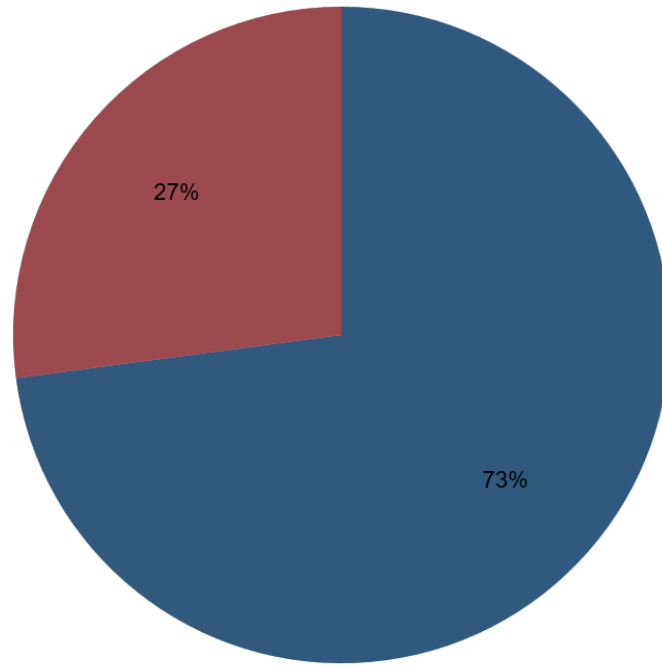
Τι ποσότητα καταναλώνετε ετησίως σαν νοικοκυριό;



Εικόνα 7 Ετήσια κατανάλωση ελαιολάδου σε λίτρα

Σχετικά με την ποιότητα του ελαιολάδου που καταναλώνουν, οι ερωτώμενοι από τις τέσσερις επιλογές (εξαιρετικά παρθένο, παρθένο, εξευγενισμό ελαιόλαδο και πυρηνέλαιο) το 73% απάντησε πως καταναλώνει εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο ενώ το 27% παρθένο ελαιόλαδο. Για τις δύο άλλες επιλογές δεν υπήρξε προτίμηση. Ενώ, για το εάν επιλέγουν χύμα ή τυποημένο ελαιόλαδο το 32% επιλέγει χύμα ελαιόλαδο, ένα ακόμα 32% επιλέγει επώνυμο ελαιόλαδο και ακολουθεί με 19% όσοι επιλέγουν ιδιωτικής ετικέτας και τέλος το 17% όσοι δεν έχουν προτίμηση.

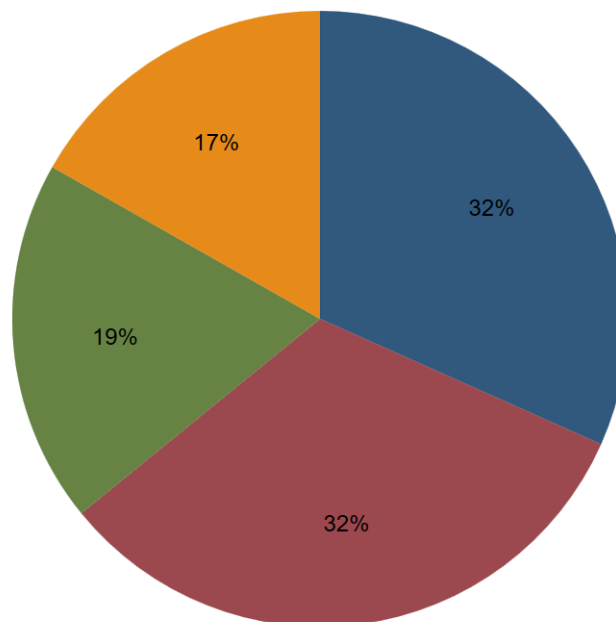
Ποια είναι η ποιοτική κατηγορία του ελαιολάδου που καταναλώνετε;



■ Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο ■ Παρθένο ελαιόλαδο

Εικόνα 8 Ποιοτική κατηγορία ελαιολάδου

Επιλέγετε για αγορά χύμα, επώνυμο ή ιδιωτικής ετικέτας;



■ Χύμα ■ Επώνυμο
■ Ιδιωτικής ετικέτας ■ Δεν έχω προτίμηση

Εικόνα 9 Αγορά χύμα ή τυποποιημένου ελαιολάδου

3.3 Δεδομένα σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες και πεποιθήσεις

Στην συνέχεια οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε μια σειρά από έντεκα προτάσεις, οι οποίες αφορούσαν την αγοραστική τους συμπεριφορά, στην συσχέτιση διατροφής και υγείας και τέλος ερωτήσεις που αφορούσαν την τιμή. Οι ερωτήσεις αυτές είχαν την μορφή της πενταβάθμιας κλίμακας Likert και οι ερωτώμενοι είχαν την δυνατότητα να συμφωνήσουν ή να διαφωνήσουν σε κάθε πρόταση, όπου το 1 δηλώνει την απόλυτη διαφωνία ενώ το 5 την απόλυτη συμφωνία.

Variable	Obs.	Mean	Std. Dev.	Min.	Max.
label	262	3,62	1,21	1	5
brand	262	3,76	1,16	1	5
supermarket	262	2,06	1,23	1	5
bio	262	2,12	1,19	1	5
producers	262	3,48	1,32	1	5
health1	262	3,81	1,01	1	5
health2	262	4,41	0,83	1	5
health3	262	4,12	0,91	1	5
health4	262	3,43	1,19	1	5
price1	262	3,26	1,19	1	5
price2	262	2,39	1,28	1	5

Εικόνα 10 Μεταβλητές σχετιζόμενες με τις καταναλωτικές συνήθειες και πεποιθήσεις

label: Οι ερωτώμενοι διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες στις ετικέτες των τροφίμων.

brand: Οι πλειοψηφία δίνει σημασία στο brand όταν αγοράζει ελαιόλαδο.

supermarket: Από το σύνολο μικρό ποσοστό του δείγματος αγοράζει ελαιόλαδο μόνο από supermarket.

bio: Επίσης, μικρό ποσοστό αγοράζει ελαιόλαδο μόνο από εξειδικευμένα καταστήματά (delicatessen, bio κα.).

producers: Αντίθετα, οι περισσότεροι προτιμούν να αγοράζουν ελαιόλαδο μόνο από παραγωγούς.

health1: Οι ερωτώμενοι σε μεγάλο ποσοστό συμφωνούν στο ότι φροντίζουν την υγεία τους μέσω της διατροφής.

health2: Σχεδόν το σύνολο των ερωτώμενων, θεωρεί ότι μπορεί να βελτιώσει την υγεία τους μέσω της διατροφής.

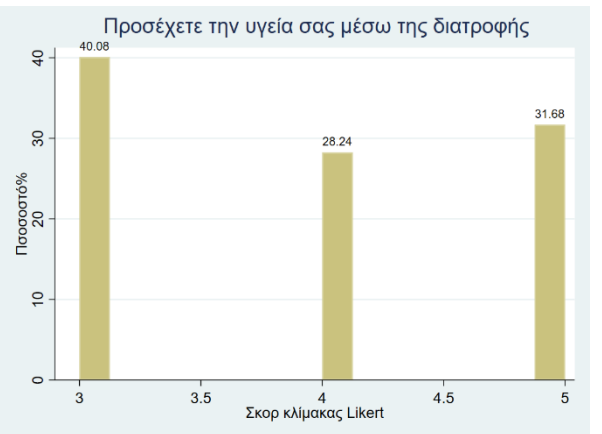
health3: Μεγάλο μέρος των ερωτώμενων θεωρεί το μπορεί να προλάβει την εκδήλωση κάποιου νοσήματος μέσω της διατροφής.

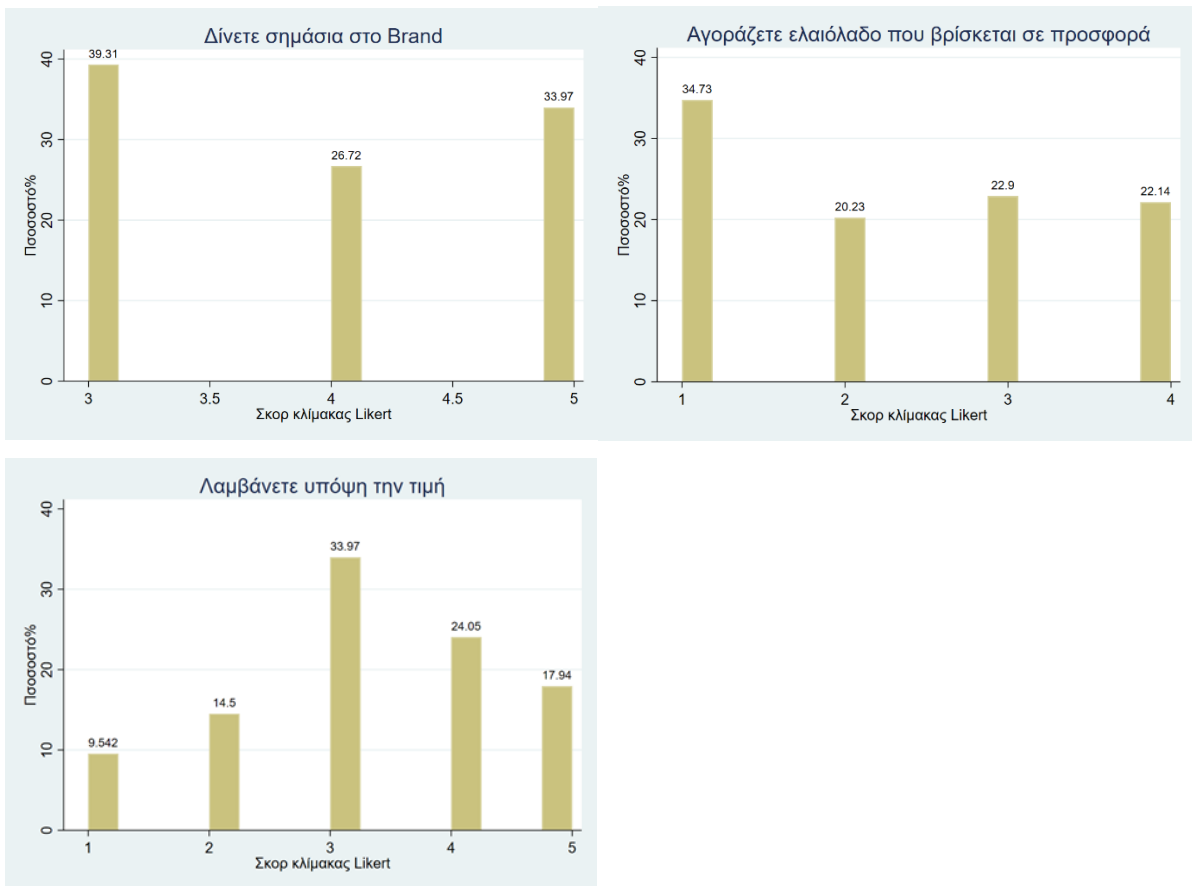
health4: Το δείγμα των ερωτώμενων, τείνει να συμφωνεί στο ότι μπορεί να θεραπευτεί κάποιο νόσημα μέσω της διατροφής.

price1: Σε μεγάλο ποσοστό οι ερωτώμενοι δίνουν σημασία στην τιμή του ελαιολάδου κατά την αγορά.

Price2: Το μεγαλύτερο ποσοστό δεν αγοράζουν το ελαιόλαδο που βρίσκεται σε προσφορά στο κατάστημα.

Η ανάλυση των μέσων τιμών των μεταβλητών που αναφέρθηκαν πιο πάνω, μας οδηγεί στο συμπέρασμα το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ενδιαφέρονται για τις διατροφικές πληροφορίες των τροφίμων που αγοράζει. Επιλέγει την αγορά ελαιολάδου από παραγωγό ενώ, αν και δίνει σημασία στην τιμή δεν θα επιλέξει ένα ελαιόλαδο μόνο επειδή βρίσκεται σε προσφορά. Υποθέτουμε, από αυτά τα δεδομένα ότι δίνει σημασία στην ποιότητα και την προέλευση του ελαιολάδου. Όσον αφορά τον συσχετισμό υγείας και διατροφής, προκύπτει έντονη συσχέτιση καθώς οι ερωτώμενοι συμφωνούν ότι φροντίζουν την υγεία τους μέσω της διατροφής, αλλά και ότι η διατροφή μπορεί να λειτουργήσει προληπτικά αλλά και θεραπευτικά σε νοσήματα.





Εικόνα 11 Μεταβλητές σχετιζόμενες με διατροφικές συνήθειες και πεποιθήσεις

3.4 Προθυμία πληρωμής

Στην παρούσα ενότητα θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα σχετικά με την προθυμία πληρωμής που εξέφρασαν οι καταναλωτές για ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας. Με την χρήση της μεθόδου της ενδεχόμενης αποτίμησης (Contingent Valuation), οι συμμετέχοντες βάσει του υποθετικού σεναρίου αγοράς του τους έχει δοθεί, καλούνται μέσω μίας κάρτας πληρωμής να επιλέξουν πιο είναι το επιπλέον ποσό που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν, προκειμένου να αποκτήσουν τον συγκεκριμένο τύπο ελαιολάδου.

Στο παρακάτω διάγραμμα αποτυπώνεται, η προθυμία πληρωμής που επέλεξαν οι ερωτώμενοι. Το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών (22%) είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν από 1,01€ έως 2,00€. Ακολουθεί το 17% με προθυμία πληρωμής από 2,01€ έως 3,00€, το 13% έχει επιλέξει το διάστημα 4,01€-5,00€ ενώ ένα ακόμα ποσοστό 13% το 0,01€-1,00€. Η προθυμία πληρωμής για το 12% είναι 3,01€-4,00€. Με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν, το διάστημα 5,01€-6,00€ με ποσοστό 8,4%, το >6,01€ με ποσοστό 7,3€ ενώ το 6,9% δεν είναι διατεθειμένο να πληρώσει κάποιο επιπλέον ποσό προκειμένου να αποκτήσει το προϊόν.

Παρατηρούμε πως αντιπροσωπεύονται όλα τα διαστήματα τιμών που δόθηκαν στην κάρτα πληρωμής. Υπάρχει αρκετή ομοιογένεια στην διασπορά των επιλεχθέντων τιμών, αφού τα διαστήματα 0,01€-1,00€, 3,01€-4,00€ και 4,01€-5,00€, έχουν παρόμοια ποσοστά εκπροσώπησης. Συνολικά το 57,7% των ερωτηθέντων είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν από 2,01€ και πάνω προκειμένου να αποκτήσουν το προϊόν.



Εικόνα 12 Προθυμία πληρωμής

3.4 Οικονομετρική ανάλυση

Τα αποτελέσματα της οικονομετρικής ανάλυσης, έχουν σαν στόχο την εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής των ερωτώμενων για το ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας. Τα δεδομένα αναλύθηκαν με το πρόγραμμα STATA 16.0 με την χρήση του οικονομετρικού μοντέλου παλινδρόμησης διαστημάτων (Interval regression model). Όλες οι μεταβλητές, εκτός αυτής που αφορά το πλήθος των μελών του νοικοκυριού, είναι κατηγορικές.

Πριν προχωρήσουμε στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων της παλινδρόμησης, θα αναφέρουμε τις μεταβλητές για τις οποίες χρειάστηκε να ενοποιήσουμε κάποιες κατηγορίες τους καθώς ο αριθμός των παρατηρήσεων κρίθηκε μικρός.

Στην ερώτηση 3 σχετικά με την συχνότητα κατανάλωσης ελαιολάδου, η κατηγορία 3 «Μία φορά την εβδομάδα» και 4 «Πιο σπάνια» ενοποιήθηκαν με την κατηγορία 2 «3-4 φορές την εβδομάδα».

Στην ερώτηση 6 σχετικά με το ποσό που ξοδεύουν ετησίως, η κατηγορία 4 «Περισσότερο από 31 λίτρα» ενοποιήθηκε με την 3 «21-30 λίτρα».

Στην ερώτηση 8 σχετικά με την ποιοτική κατηγορία του ελαιολάδου , η κατηγορία 3 «Εξευγενισμένο ελαιόλαδο» και 4 «Πυρηνέλαιο» ενοποιήθηκαν με την 2 «Παρθένο ελαιόλαδο». Οι κατηγορίες 3 και 4 δεν έφεραν καμία παρατήρηση.

Στην ερώτηση 10 και 14 σχετικά με το αν δίνουν σημασία στο Brand και αν αγοράζουν μόνο από παραγωγούς αντίστοιχα, οι κατηγορίες 1 «Διαφωνώ έντονα» και 2 «Διαφωνώ» ενοποιήθηκαν με την 3 «Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ».

Οι ερωτήσεις 11 και 13 σχετικά με το αν αγοράζουν μόνο από supermarket και εξειδικευμένα καταστήματα αντίστοιχα, η κατηγορία 5 «Συμφωνώ έντονα» ενοποιήθηκε με την κατηγορία 4 «Συμφωνώ».

Οι ερωτήσεις 15, 16, 17 και 18 σχετικά με την συσχέτιση διατροφής και υγείας, οι κατηγορίες 1 «Διαφωνώ έντονα» και 2 «Διαφωνώ» ενοποιήθηκαν με την 3 «Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ».

Στην ερώτηση 20 σχετικά με το αν αγοράζουν ελαιόλαδο που βρίσκεται σε προσφορά, η κατηγορία 5 «Συμφωνώ έντονα» ενοποιήθηκε με την 4 «Συμφωνώ».

Στην ερώτηση 23 που αφορά την ηλικία, η κατηγορία 1 «18-25» ενοποιήθηκε με την κατηγορία 2 «26-35» και η κατηγορία 5 «Άνω των 56» με την 4 «46-55».

Στην ερώτηση 24 που αφορά τα μέλη του νοικοκυριού, η κατηγορία 7 και 6 ενοποιήθηκε με την κατηγορία 5.

Στην ερώτηση 25 που αφορά την εκπαίδευση, η κατηγορία 1 «Δημοτικό» και 2 «Γυμνάσιο» ενοποιήθηκαν με την κατηγορία 3 «Λύκειο ή Εξατάξιο γυμνάσιο».

Στην ερώτηση 26 που αφορά το εισόδημα, η κατηγορία 1 «Πολύ κακή» και 2 «Κακή» ενοποιήθηκαν με την κατηγορία 3 «Κάτω από το μέσο» και η κατηγορία 7 «Πολύ καλή» με την κατηγορία 6 «Καλή».

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για την παλινδρόμηση. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%(*) και 10%(**) παρατηρούμε πως είναι η μη κατανάλωση ελαιολάδου, η μη γνώση της έννοιας ελαιολάδου με ισχυρισμό υγείας, η ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στις ετικέτες των τροφίμων, η σημασία του brand, η αγορά ελαιολάδου από εξειδικευμένα καταστήματα και παραγωγούς, η πεποίθηση ότι μπορούν να θεραπεύσουν κάποιο νόσημα μέσω της διατροφής και το φύλο.

Variables	Coef.	Std. Err	P> z
Consumption	-3,36	1,67	0,044*
Healthclaim	-0,59	0,29	0,041*
ConsumptionFreq~y	-0,26	0,47	0,581
Buy			
Buy1	0,45	0,72	0,537
Buy2	-0,20	0,76	0,789
Annualconsumption			
Annualconsumption1	0,34	0,48	0,486
Annualconsumption2	0,69	0,50	0,167
Annualconsumption3	0,43	0,55	0,436
Annualspend			
Annualspend1	-0,67	0,79	0,395
Annualspend2	-1,12	0,76	0,143
Annualspend3	-0,46	0,75	0,539
Oilquality	0,55	0,32	0,089
Oiltype			
Oiltype1	0,19	0,39	0,628
Oiltype2	0,31	0,39	0,421
Oiltype3	-0,16	0,39	0,685
Labelinfo			
Labelinfo1	-0,54	0,39	0,170
Labelinfo2	-0,90	0,43	0,039*
Labelinfo3	-1,68	0,45	0*
Brand			
Brand1	0,42	0,36	0,233
Brand2	0,76	0,36	0,033*
Supermarket			
Supermarket1	-0,01	0,38	0,984
Supermarket2	-0,71	0,44	0,110
Supermarket3	-0,57	0,49	0,243
Bio			
Bio1	0,45	0,36	0,209
Bio2	0,31	0,42	0,462
Bio3	1,21	0,44	0,006*
Producers			
Producers1	0,69	0,40	0,085**
Producers2	0,67	0,43	0,122
Producers3	0,51	0,40	0,209

Variables	Coef.	Std. Err	P> z
Health1			
Health1a	0,28	0,33	0,396
Health1b	0,39	0,39	0,312
Health2			
Health2a	-0,30	0,46	0,516
Health2b	-0,48	0,49	0,330
Health3			
Health3a	-0,46	0,42	0,281
Health3b	-0,49	0,48	0,310
Health4			
Health4a	-0,03	0,38	0,938
Health4b	0,68	0,44	0,127
Health4c	1,21	0,50	0,015*
Price1			
Price1a	-0,34	0,55	0,541
Price1b	-0,31	0,51	0,546
Price1c	-0,30	0,56	0,596
Price1d	-0,60	0,56	0,288
Price2			
Price2a	-0,44	0,37	0,230
Price2b	-0,49	0,37	0,182
Price2c	-0,44	0,42	0,290
Sex	-0,63	0,29	0,028*
Age			
Age1	0,10	0,30	0,748
Age2	-0,41	0,38	0,281
Members	-0,19	0,12	0,109
Education			
Education1	-0,30	0,68	0,660
Education2	-0,23	0,56	0,678
Education3	-0,40	0,58	0,486
Income			
Income1	0,21	0,51	0,685
Income2	0,30	0,51	0,554
Income3	0,34	0,53	0,525

Εικόνα 13 Μεταβλητές παλινδρόμησης

Στη συνέχεια θα ερμηνεύσουμε τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης για κάποιες μεταβλητές. Συγκεκριμένα:

- Όσοι δεν καταναλώνουν ελαιόλαδο, είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 3,36€ λιγότερο σε σχέση με αυτούς που καταναλώνουν.

- Όσοι δεν γνωρίζουν τι είναι ισχυρισμός υγείας για το ελαιόλαδο είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 0,59€ λιγότερο σε σχέση με όσους γνωρίζουν.
- Όσοι αγοράζουν ελαιόλαδο από καταστήματα λιανικής ή παραγωγό είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 0,45€ παραπάνω από όσους παράγουν οι ίδιοι το ελαιόλαδο που καταναλώνουν.
- Όσοι καταναλώνουν παρθένο ελαιόλαδο είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 0,55€ περισσότερο από αυτούς που καταναλώνουν εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο.
- Σχετικά με το αν είναι χύμα ή τυποιημένο, οι ερωτώμενοι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 0,19€ παραπάνω όσοι επιλέγουν επώνυμο σε σχέση με αυτούς που επιλέγουν χύμα. Ομοίως όσοι επιλέγουν ιδιωτικής ετικέτας διατίθενται να πληρώσουν 0,31€ παραπάνω ενώ όσοι δεν έχουν κάποια συγκεκριμένη προτίμηση 0,16€ λιγότερα.
- Για τους καταναλωτές που δίνουν σημασία στις διατροφικές πληροφορίες στην ετικέτα των τροφίμων, παρατηρούμε αρνητική επίδραση στην προθυμία πληρωμής σε όλες τις δηλώσει συμφωνίας.
- Αντίθετα, για τους καταναλωτές που το Brand έχει βαρύτητα υπάρχει θετική επίδραση στην προθυμία πληρωμής.
- Η αγορά ελαιολάδου από εξειδικευμένα καταστήματα ή παραγωγούς έχει θετική επίδραση στην προθυμία πληρωμής. Συγκεκριμένα όσοι συμφωνούν, στην αγορά ελαιολάδου από εξειδικευμένα καταστήματα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 1,21€ περισσότερα σε σχέση με αυτούς που διαφωνούν έντονα, ενώ όσοι αγοράζουν από παραγωγούς 0,67€.
- Για όσους προτιμούν αγορά ελαιολάδου από supermarket, για όλες τις κατηγορίες συμφωνίας η επίδραση είναι αρνητική.
- Για τις δηλώσεις συμφωνίας μεταξύ συσχετισμού διατροφής και υγείας, θετική επίδραση στην προθυμία πληρωμής έχει για όσους προσέχουν τις υγεία τους μέσω της διατροφής καθώς και για όσους θεωρούν ότι μπορούν να προλάβουν κάποιο νόσημα μέσω της διατροφής.
- Όσοι έχουν ευαισθησία στην τιμή τείνουν να έχουν μικρότερη προθυμία πληρωμής.
- Οι άνδρες είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 0,63€ λιγότερο σε σχέση με τις γυναίκες.
- Τέλος, όσο αυξάνει το εισόδημα παρατηρείται και αύξηση της προθυμίας πληρωμής. Όσοι δηλώνουν καλή εισοδηματική κατάσταση είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 0,34€ παραπάνω σε σχέση με όσους δηλώνουν κάτω από το μέσο, αντίστοιχα όσοι δηλώνουν πάνω από το μέσο 0,30€ και όσοι δηλώνουν μέτρια 0,21€.

Μετά την παλινδρόμηση υπολογίστηκε η μέση προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής, η οποία διαμορφώθηκε σε 2,73€. Επίσης, μόλις δύο ερωτηθέντες από το σύνολο δείγματος 262 ατόμων επέλεξαν την επιλογή 0€ από την κάρτα πληρωμών, γεγονός το οποίο δηλώνει αποδοχή του προϊόντος.

Πιο ειδικά, παρατίθενται στη συνέχεια μέσες τιμές προθυμίας πληρωμής, για κάποιες από τις μεταβλητές που θεωρήσαμε ότι μπορούν να δώσουν πληροφορίες για το προφίλ των καταναλωτών που θα επέλεγαν ή όχι το συγκεκριμένο προϊόν.

- Η μέση προθυμία πληρωμής για τις γυναίκες είναι 2,92€ ενώ για τους άνδρες 2,45€, αντιλαμβανόμαστε ότι δεν υπάρχει μεγάλη διακύμανση στην μεταβλητή φύλο.
- Μεγαλύτερη μέση τιμή όσον αφορά την ηλικία, παρατηρείται στην ηλικιακή ομάδα 36-45 με 2,92€.
- Επίσης, σημαντική διακύμανση δεν παρατηρείται και στην μεταβλητή εισόδημα. Σε όλες τις εισοδηματικές κατηγορίες η μέση προθυμία πληρωμής κυμαίνεται από 2,20€ έως 2,86€
- Σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσης, υπάρχει φθίνουσα πορεία στην μέση προθυμία πληρωμής όσο αυξάνεται η βαθμίδα εκπαίδευσης. Αναλυτικά, για τους αποφοίτους Λυκείου ή Εξατάξιου γυμνασίου η μέση προθυμία πληρωμής είναι 3,40€ ενώ για τους αποφοίτους/φοιτητές ΙΕΚ, ΑΕΙ-ΤΕΙ, μεταπτυχιακού ή διδακτορικού είναι 2,90€, 2,75€ και 2,60€ αντίστοιχα.
- Σχετικά με τις δηλώσεις περί συσχέτισης μεταξύ διατροφής και υγείας, προκύπτει ότι όσοι είναι θετικοί στην δήλωση ότι φροντίζουν την υγεία τους μέσω της διατροφής, η μέση προθυμία πληρωμής είναι 2,80€. Ομοίως, στην δήλωση για την βελτίωση της υγείας είναι 2,70€, ενώ για την πρόληψη και θεραπεία νοσημάτων 2,60€ και 3,00€ αντίστοιχα.
- Όσον αφορά τις μεταβλητές που δηλώνουν τον τόπο αγοράς, παρατηρείται ότι μεγαλύτερη μέση προθυμία πληρωμής παρουσιάζουν όσοι δεν αγοράζουν ελαιόλαδο από supermarket (3,10€ Διαφωνώ έντονα), όσοι αγοράζουν από εξειδικευμένα καταστήματα όπως delicatessen και βιολογικά (3,40€ Συμφωνώ έντονα) και όσοι αγοράζουν από παραγωγούς (3,10€ Συμφωνώ έντονα).

Κεφάλαιο 4: Συμπεράσματα

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση της προθυμίας πληρωμής για ελαιόλαδο που φέρει ισχυρισμό υγείας. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της ενδεχόμενης αποτίμησης σε δείγμα 262 ατόμων ενώ η επεξεργασία των δεδομένων έγινε με το πρόγραμμα STATA 16.0.

Όσον αφορά τα δημογραφικά δεδομένα του δείγματος παρατηρούμε πως σε ποσοστό 60%, το δείγμα εκπροσωπείται από γυναίκες και 40% άνδρες. Την μεγαλύτερη εκπροσώπηση για την ηλικία έχει η ομάδα 36-45 έτη (46%). Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης το ποσοστό εκπροσώπησης των ατόμων που είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι 85% γεγονός το οποίο, ενδεχομένως, να επηρεάζει τα αποτελέσματα της έρευνας καθώς δηλώνει ότι το δείγμα έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Σε ποσοστό 54% οι ερωτώμενοι δηλώνουν πως η εισοδηματική τους κατάσταση είναι πάνω από το μέσο.

Σχετικά με τις καταναλωτικές τους συνήθειες, σχετικά με το ελαιόλαδο, διαπιστώνουμε πως η κατανάλωση ελαιολάδου είναι πολύ συχνή, με το δείγμα να επιλέγει σε μεγάλο ποσοστό το εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο έναντι άλλων. Ακόμα, αρκετά συχνή είναι η ιδιοπαραγωγή του ελαιολάδου και γενικά παρατηρείται τάση αγοράς απευθείας από τον παραγωγό.

Οι ερωτηθέντες σε μεγάλο ποσοστό δείχνουν έντονα θετική επίδραση στην συσχέτιση της διατροφή με την υγεία καθώς όχι μόνο δηλώνουν ότι φροντίζουν την υγεία τους μέσω της διατροφής αλλά θεωρούν ότι μπορούν να προλάβουν ή και να θεραπεύσουν κάποιο νόσημα μέσω της διατροφής.

Τα αποτελέσματα σχετικά με την προθυμία πληρωμής, υποδηλώνουν αποδοχή του προϊόντος από το καταναλωτικό κοινό. Σε ποσοστό 57,7% του συνόλου των ερωτηθέντων είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν πάνω από 2,01€ επιπλέον προκειμένου να αποκτήσουν το προϊόν. Πιο συγκεκριμένα, η προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής διαμορφώθηκε στα 2,73€.

Από το σύνολο των ερωτηθέντων παρατηρούμε πως σε όσους ενδιαφέρονται για την υγεία τους, δίνουν σημασία στην ποιότητα του ελαιολάδου που καταναλώνουν και επιλέγουν να αγοράζουν ελαιόλαδο απευθείας από παράγωγους ή εξειδικευμένα καταστήματα όπως βιολογικών ειδών ή delicatessen, είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας.

Παρόλο που το καταναλωτικό κοινό γνωρίζει τις ιδιότητες του διαδεδομένου στην Ελλάδα ελαιολάδου και την σημασία του στο πλαίσιο της υγιεινής διατροφής και της προαγωγής της υγείας, εντούτοις είναι διατεθειμένο να πληρώσει ένα επιπλέον ποσό για το ελαιόλαδο το οποίο διασφαλίζει, μέσω ενός ορισμένου πλαισίου (EFSA), τις προστατευτικές ιδιότητές του. Αξίζει να διερευνηθεί περαιτέρω, η δυναμική του ελαιολάδου με ισχυρισμό υγείας, προκειμένου να αποτυπωθεί το ενδεχόμενο περιθώριο κέρδους που μπορεί να υπάρχει στην αγορά. Θεωρούμε επίσης ότι θα ήταν χρήσιμο, να γίνει και μια συγκριτική μελέτη μεταξύ της εγχώριας αγοράς και της αγοράς του εξωτερικού, προκειμένου να διερευνηθεί και η τάση διεθνώς καθώς δεν υπάρχει αντίστοιχη μελέτη στην διεθνή βιβλιογραφία.

Βιβλιογραφία

- Abuznait, A., Qosa, H., Busnena, B., El Sayed, K. and Kaddoumi, A., 2013. Olive-Oil-Derived Oleocanthal Enhances β -Amyloid Clearance as a Potential Neuroprotective Mechanism against Alzheimer's Disease: In Vitro and in Vivo Studies. *ACS Chemical Neuroscience*, 4(6), pp.973-982.
- Baldioli, M., Servili, M., Perretti, G. and Montedoro, G., 1996. Antioxidant activity of tocopherols and phenolic compounds of virgin olive oil. *Journal of the American Oil Chemists' Society*, 73(11), pp.1589-1593.
- Cabrera, E., Arriaza, M. and Rodríguez-Entrena, M., 2015. Is the extra virgin olive oil market facing a process of differentiation? A hedonic approach to disentangle the effect of quality attributes. *Grasas y Aceites*, 66(4), p.e105.
- Clodoveo, M., Durante, V., La Notte, D., Punzi, R. and Gambacorta, G., 2013. Ultrasound-assisted extraction of virgin olive oil to improve the process efficiency. *European Journal of Lipid Science and Technology*, 115(9), pp.1062-1069.
- Critical Reviews in Food Science and Nutrition, 1999. Safety Assessment and Potential Health Benefits of Food Components Based on Selected Scientific Criteria. 39(3), pp.203-206.
- Finardi, C., Giacomini, C., Menozzi, D., Mora, C., 2009. Consumer preferences for country-of origin and health claim labelling of extra-virgin olive-oil., *European Association of Agricultural Economists*, 113th Seminar, September 3-6, 2009, Chania, Crete, Greece
- Food Safety - European Commission. 2020. Health Claims - Food Safety - European Commission. [online] Available at: <https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/health_claims_en> [Accessed 09 February 2020].
- Fotopoulos, C. and Krystallis, A., 2001. Are Quality Labels a Real Marketing Advantage?. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 12(1), pp.1-22.
- Hasler, C., 2002. Functional Foods: Benefits, Concerns and Challenges—A Position Paper from the American Council on Science and Health. *The Journal of Nutrition*, 132(12), pp.3772-3781.
- Internationaloliveoil.org.2020. [online] Available at: <https://www.internationaloliveoil.org/wpcontent/uploads/2019/11/ENGLISH_POLICY_GR_EECE-2012_OK.pdf> [Accessed 23 March 2020].
- Journal of the American Dietetic Association, 1999. Position of the American Dietetic Association. 99(10), pp.1278-1285.
- Lombardi, A., Carfora, V., Cicia, G., Del Giudice, T., Lombardi, P. and Panico, T., 2020. Exploring Willingness To Pay For QR Code Labeled Extra-Virgin Olive Oil: An Application Of The Theory Of Planned Behavior. [online] *AgEcon Search*. Available at: <<http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.254116>> [Accessed 3 April 2020].
- Lusk, J. and Hudson, D., 2004. Willingness-to-Pay Estimates and Their Relevance to Agribusiness Decision Making. *Review of Agricultural Economics*, 26(2), pp.152-169.
- Markosyan, A., Wahl, T., McCluskey, J., 2007. Functional Foods in the Marketplace: Willingness to Pay for Apples Enriched with Antioxidants., *American Agricultural Economics Association (AAEA) 2007 Annual Meeting*, July 29-August 1, 2007

- Menapace, L., Colson, G., Grebitus, C. and Facendola, M., 2011. Consumers' preferences for geographical origin labels: evidence from the Canadian olive oil market. *European Review of Agricultural Economics*, 38(2), pp.193-212.
- Owen, R., Giacosa, A., Hull, W., Haubner, R., Spiegelhalder, B. and Bartsch, H., 2000. The antioxidant/anticancer potential of phenolic compounds isolated from olive oil. *European Journal of Cancer*, 36(10), pp.1235-1247.
- Pappalardo, G. and Lusk, J., 2016. The role of beliefs in purchasing process of functional foods. *Food Quality and Preference*, 53, pp.151-158.
- Perona J. & Botham K., 2013. Olive Oil as a Functional Food: Nutritional and Health Benefits at Aparicio-Ruiz, R. – Harwood J., 2013. *Handbook Of Olive Oil*. 2nd ed.: Springer-Verlag New York. pp.677-703.
- Roselli, L., Cicia, G., Cavallo, C., Del Giudice, T., Carlucci, D., Clodoveo, M. and De Gennaro, B., 2018. Consumers' willingness to buy innovative traditional food products: The case of extra-virgin olive oil extracted by ultrasound. *Food Research International*, 108, pp.482-490.
- Roselli, L., Cicia, G., Cavallo, C., Del Giudice, T., Carlucci, D., Clodoveo, M. and De Gennaro, B., 2018. Consumers' willingness to buy innovative traditional food products: The case of extra-virgin olive oil extracted by ultrasound. *Food Research International*, 108, pp.482-490.
- The Journal of Nutrition, 1994. Opportunities in the Nutrition and Food Sciences: Research Challenges and the Next Generation of Investigators. 124(6), pp.763-769.
- Tuck, K. and Hayball, P., 2002. Major phenolic compounds in olive oil: metabolism and health effects. *The Journal of Nutritional Biochemistry*, 13(11), pp.636-644.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το ερωτηματολόγιο διενεργείται στο πλαίσιο της εκπόνησης διπλωματικής εργασίας με τίτλο "Προθυμία πληρωμής καταναλωτών για ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας", του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Η συμμετοχή σας είναι ανώνυμη και προαιρετική, ωστόσο, η συμμετοχή σας είναι εξαιρετικά χρήσιμη.

Παρακαλώ διαβάστε με προσοχή το ερωτηματολόγιο και απαντήστε με τη μεγαλύτερη δυνατή ειλικρίνεια. Δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις. Αυτό που ζητάμε από εσάς είναι η προσωπική σας άποψη. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι απαντήσεις σας θα είναι απόλυτα εμπιστευτικές.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την βοήθειά σας.

Λάρισα Αυδίκου

* Απαιτείται

Καταναλώνετε ελαιόλαδο; *

- Ναι
- Όχι

Γνωρίζετε τι είναι το ελαιόλαδο με ισχυρισμό υγείας; *

- Ναι
- Όχι

Σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Κανονισμό 432/2012 (L 136/25.05.2012), ένα ελαιόλαδο μπορεί να φέρει την ένδειξη «Ισχυρισμός Υγείας», εάν έχει υψηλή περιεκτικότητα σε πολυφαινόλες, τουλάχιστον 250mg πολυφαινόλες ανά 1 Kg ελαιολάδου. Έχει αποδειχθεί ότι η ημερήσια κατανάλωση 20g Ελαιολάδου με Ισχυρισμό Υγείας συμβάλλει στην προστασία των λιπιδίων του αίματος από το οξειδωτικό στρες. Συγκεκριμένα, έχει προστατευτικές ιδιότητες για την ανθρώπινη υγεία, επιδρά θετικά στην πρόληψη καρδιακών επεισοδίων, συμβάλλει στην αντιμετώπιση των φλεγμονών, ενώ πρόσφατες έρευνες έδειξαν ότι θωρακίζει ενάντια στη νόσο του Αλτσχάϊμερ.

Πόσο συχνά καταναλώνετε ελαιόλαδο; *

- Κάθε μέρα
- 3-4 φορές την εβδομάδα
- Μία φορά την εβδομάδα
- Πιο σπάνια

Πως προμηθεύεστε ελαιόλαδο; *

- Δικής μου παραγωγής
- Από κατάστημα λιανικής ή παραγωγό
- Δικής μου παραγωγής και απο κατάστημα λιανικής ή παραγωγό

Τι ποσότητα καταναλώνετε ετησίως σαν νοικοκυριό; *

- Έως 10 λίτρα
- 11-20 λίτρα
- 21-30 λίτρα
- Περισσότερο από 31 λίτρα

Ποιο είναι το ποσό που ξοδεύετε ετησίως για να αγοράσετε ελαιόλαδο; *

- 0€ (Ιδιοπαραγωγή)
- Έως 100€
- 101€-200€
- 201€-300€
- Περισσότερο από 301€

Ποια είναι η ποιοτική κατηγορία του ελαιολάδου που καταναλώνετε; *

- Εξαιρετικά παρθένο ελαιόλαδο
- Παρθένο ελαιόλαδο
- Εξευγενισμένο ελαιόλαδο
- Πυρηνέλαιο

Επιλέγετε για αγορά χύμα, επώνυμο ή ιδιωτικής ετικέτας; *

- Χύμα
- Επώνυμο
- Ιδιωτικής ετικέτας
- Δεν έχω προτίμηση

Ερωτήσεις που αφορούν στην αγοραστική συμπεριφορά-προτίμηση

Παρακάτω θα βρείτε μια σειρά προτάσεων και καλείστε να δηλώσετε τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5.

1=Διαφωνώ έντονα 5=Συμφωνώ έντονα

*

	1 Διαφωνώ έντονα	2	3	4	5 Συμφωνώ έντονα
Διαβάζετε τις διατροφικές πληροφορίες που βρίσκονται στις ετικέτες των τροφίμων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δίνετε σημασία στο brand, όταν αγοράζετε ελαιόλαδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγοράζετε ελαιόλαδο μόνο από super markets	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγοράζετε ελαιόλαδο μόνο από εξειδικευμένα καταστήματα (βιολογικά καταστήματα, delicatessen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγοράζετε ελαιόλαδο μόνο από παραγωγούς	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ερωτήσεις που αφορούν στη συσχέτιση διατροφής και υγείας

Παρακάτω θα βρείτε μια σειρά προτάσεων και καλείστε να δηλώσετε τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5.

1=Διαφωνώ έντονα 5=Συμφωνώ έντονα

*

	1 Διαφωνώ έντονα	2	3	4	5 Συμφωνώ έντονα
Προσέχετε την υγεία σας, μέσω της διατροφής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μπορείτε να βελτιώσετε την υγεία σας μέσω της διατροφής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θεωρείτε ότι μπορείτε να προλάβετε κάποιο νόσημα μέσω της διατροφής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Θεωρείτε ότι μπορείτε να θεραπεύσετε κάποιο νόσημα μέσω της διατροφής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ερωτήσεις που αφορούν στην τιμή

Παρακάτω θα βρείτε μια σειρά προτάσεων και καλείστε να δηλώσετε τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας σε μια κλίμακα από το 1 έως το 5.

1=Ποτέ 5=Πολύ συχνά

*

	1 Ποτέ	2	3	4	5 Πολύ συχνά
Λαμβάνεται υπόψη την τιμή όταν αγοράζετε ελαιόλαδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγοράζετε ελαιόλαδο που βρίσκεται σε προσφορά στο κατάστημα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Προθυμία πληρωμής

Παρακάτω θα σας δοθεί μια υποθετική ερώτηση και θα κληθείτε να απαντήσετε για το αν είστε πρόθυμος/η να πληρώσετε κάποιο επιπλέον χρηματικό ποσό για την αγορά μιας φιάλης 1L ελαιόλαδου, που φέρει ισχυρισμό υγείας.

Όπως ανέφερα και πριν η ερώτηση είναι υποθετική και δε θα χρειαστεί να πληρώσετε στην πραγματικότητα κάποιο ποσό. Ωστόσο, έχει διαπιστωθεί πως οι καταναλωτές τείνουν να δηλώνουν πως θα κατέβαλαν πολύ μεγαλύτερα ποσά για την υποθετική αγορά από αυτά που είναι όντως διατεθειμένοι να δώσουν. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι είναι εύκολο κάποιος να υπερβάλλει όταν δεν χρειάζεται να αγοράσει στην πραγματικότητα αυτό το προϊόν. Για τη σωστή διεξαγωγή της έρευνας, θα σας παρακαλούσα να απαντήσετε το αληθινό επιπλέον ποσό το οποίο είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε έχοντας κατά νου ότι μετά την αγορά το εισόδημα που θα δώσετε δε θα είναι πλέον διαθέσιμο για κάποια άλλη αγορά.

Υποθέστε, λοιπόν, ότι είστε σε ένα κατάστημα λιανικής πώλησης και πρόκειται να αγοράσετε μια φιάλη ελαιολάδου 1L. Λαμβάνοντας υπόψη σας τον ισχυρισμό υγείας που σας ανέφερα προ ολίγου, πόσα επιπλέον χρήματα θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε για να αγοράσετε μία φιάλη 1L ελαιόλαδου που φέρει ισχυρισμό υγείας σε σύγκριση με την τιμή που πληρώνεται για ελαιόλαδο 1L που επιλέγετε συνήθως;

*

- 0€
- 0,01€ - 1,00€
- 1,01€ - 2,00€
- 2,01€ - 3,00€
- 3,01€ - 4,00€
- 4,01€ - 5,00€
- 5,01€ - 6,00€
- >6,01€

Δημογραφικά στοιχεία

Ποιο είναι το φύλο σας; *

- Άνδρας
- Γυναίκα

Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε; *

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- Άνω των 56

Από πόσα μέλη αποτελείται το νοικοκυριό σας μαζί με εσάς; *

Η απάντησή σας

Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας; *

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο ή Εξατάξιο γυμνάσιο
- Απόφοιτος /φοιτητής ΙΕΚ
- Απόφοιτος /φοιτητής ΑΕΙ-ΤΕΙ
- Απόφοιτος/φοιτητής Μεταπτυχιακού-Διδακτορικού

Δεδομένου ότι το κατά κεφαλήν ακαθάριστο διαθέσιμο εισόδημα στην Ελλάδα είναι 12.000€ πώς θα χαρακτηρίζατε την οικονομική σας κατάσταση; *

- Πολύ κακή
- Κακή
- Κάτω από το μέσο
- Μέτρια
- Πάνω από το μέσο
- Καλή
- Πολύ καλή