



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ

Πτυχιακή μελέτη

Ζήτηση για φράουλες με πιστοποίηση δίκαιων συνθηκών εργασίας

Χλιαουτάκη Χριστίνα

Επιβλέπων καθηγητής : Δριχούτης Ανδρέας

ΑΘΗΝΑ, ΜΑΪΟΣ 2014

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	- 3 -
1. Εισαγωγή.....	- 4 -
2. Βιβλιογραφική Επισκόπηση.....	- 10 -
3. Έρευνα – Μεθοδολογία.....	- 13 -
4. Ανάλυση Δεδομένων.....	- 18 -
4.1 Περιγραφική Ανάλυση.....	- 18 -
4.2 Οικονομετρική Ανάλυση.....	- 25 -
5. Εξαγωγή Καμπύλης Ζήτησης.....	- 32 -
6. Συμπεράσματα.....	- 33 -
7. Αναφορές.....	- 34 -
8. Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο.....	- 37 -
9. Παράρτημα 2: Φωτογραφίες Προϊόντων.....	- 42 -

Περίληψη

Η παρούσα έρευνα είχε ως στόχο την εκμαίευση της προθυμίας πληρωμής για φράουλες πιστοποιημένες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας. Επιπλέον, στόχος ήταν να συγκριθούν δύο μέθοδοι εκμαίευσης της προθυμίας πληρωμής οι οποίες διαφέρουν στον τρόπο έκφρασης της ερώτησης προθυμίας πληρωμής ως κέρδος και ως απώλεια αντίστοιχα. Τελικός σκοπός ήταν η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής και ως συνέπεια η εξαγωγή της καμπύλης ζήτησης για φράουλες με τη συγκεκριμένη πιστοποίηση. Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν συλλέχθηκαν μέσω προσωπικών συνεντεύξεων τυχαίου δείγματος καταναλωτών σε διάφορα σουπερ μάρκετ των νοτιών προαστίων της Αθήνας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα σχετικά υψηλό επιπλέον ποσό για το εξεταζόμενο προϊόν και ότι ο τρόπος έκφρασης της ερώτησης προθυμίας πληρωμής δεν επηρέασε το ύψος του ποσού που ήταν διατεθειμένοι οι καταναλωτές να πληρώσουν επιπλέον για την απόκτηση των συγκεκριμένων φραουλών.

1. Εισαγωγή

Η ελληνική γεωργία πέρασε από πολλές διακυμάνσεις τις τελευταίες δύο δεκαετίες με αποτέλεσμα να σημειώνονται σημαντικές ελλείψεις εργατικού δυναμικού και μία γενικότερη αναδιάρθρωση των αγροτικών κοινωνιών. Το κενό αυτό στο εργατικό δυναμικό προήλθε από την απροθυμία των τοπικών πληθυσμών να ασχοληθούν με χειρωνακτικές εργασίες, τις χαμηλές οικονομικές απολαβές αλλά και από την απουσία κοινωνικής ασφάλισης στις αγροτικές εργασίες. Λύση στο συγκεκριμένο πρόβλημα της υπαίθρου δόθηκε με την είσοδο μεταναστών, οι οποίοι τροφοδότησαν τις τοπικές αγροτικές οικονομίες μέσω της απασχόλησής τους με εποχιακές εργασίες. Δεδομένης της πλεονάζουσας προσφοράς εργασίας μεταναστών, το κόστος παραγωγής των καλλιεργειών μειώθηκε και εντάθηκε η προσωρινή ανειδίκευτη εργασία. Οι αθρόες αφίξεις μεταναστών τα τελευταία χρόνια διαιωνίζουν το συγκεκριμένο μοντέλο αγροτικής παραγωγής, αφού η ένταξη των παλαιότερων μεταναστών στο κοινωνικό σύνολο, καθίσταται αρκετά δύσκολη. Το πρόβλημα της κοινωνικής ένταξης έγκειται στο γεγονός πως οι νέοι μετανάστες αντικαθιστούν τους παλαιότερους με χαμηλότερα ημερομίσθια. Οι παλαιότεροι βρίσκονται στο περιθώριο της τοπικής κοινωνίας, με μειωμένους μισθούς και μειωμένες πιθανότητες ομαλής ένταξής τους στις κοινωνίες υποδοχής. Κατά αυτόν τον τρόπο περιορίζονται τα δικαιώματά τους για υψηλότερες απολαβές και καλύτερες συνθήκες εργασίας. (Κασίμης και Παπαδόπουλος, 2012).

Τα ίδια φαινόμενα «απο-αγροτοποίησης» εμφανίζονται, στην υπόλοιπη Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) αλλά και στις Η.Π.Α λόγω των χαμηλών ημερομισθίων, της έλλειψης ντόπιου εποχικού αγροτικού δυναμικού και της ελλιπούς κοινωνικής ασφάλισης. Ειδικότερα στις Η.Π.Α. παρατηρείται εκτεταμένης μορφής μη-νόμιμη ανειδίκευτη εργασία. Σε μία έρευνα για την γεωργία και την παράνομη μετανάστευση που διεξήχθη για το FAIR (Federation for American Immigration Reform), αξιολογήθηκαν οι οικονομικές επιπτώσεις που θα επέφερε μία αντικατάσταση των μη-νόμιμων εργαζομένων (κυρίως μεταναστών) με νόμιμους εργάτες, όπου θα τους παρέχονταν ο μέσος μισθός καθώς και παροχές κοινωνικής ασφάλισης. Σύμφωνα με την εν λόγω μελέτη, εάν σταματούσε η εισροή μη-νόμιμων μεταναστών αλλά και εάν γινόταν χάραξη πολιτικής όπου θα προάσπιζε τα δικαιώματα των γεωργικών

εργατών, τότε το κόστος που θα επωμίζονταν οι αγροτικές εκμεταλλεύσεις και οι καταναλωτές θα ήταν ασήμαντο¹. Αντιθέτως οι εργαζόμενοι των γεωργικών εκμεταλλεύσεων θα απολάμβαναν υψηλότερους μισθούς και καλύτερες συνθήκες εργασίας (Ruark, 2011). Από την άλλη, προσπάθειες στις ΗΠΑ να επιτρέψουν μόνο σε νόμιμους μετανάστες την εργασία στον αγροτικό τομέα, οδήγησε σε πενιχρά αποτελέσματα. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της πολιτείας της Georgia, όπου επεβλήθη σε όλους τους καλλιεργητές της πολιτείας μέσω του προγράμματος e-Verify (πυλοτικό πρόγραμμα όπου επιτρέπει στους εργοδότες να εξακριβώνουν τη ταυτότητα των εργαζομένων, και να έχουν στην διάθεσή τους όλα τα έγγραφα των νόμιμων μεταναστών) να ταυτοποιήσουν όλους τους αλλοδαπούς εργάτες που βρίσκονταν στις αγροτικές εκμεταλλεύσεις τους. Ο αντίκτυπος της ενέργειας αυτής ήταν άμεσος. Μεγάλο μερίδιο των μη- νόμιμων μεταναστών επέλεξαν να εργαστούν σε γειτονικές πολιτείες, όπου δεν ίσχυε κάτι αντίστοιχο, λόγω του φόβου επιβολής του νόμου. Σε έρευνα, που πραγματοποίησε το University of Georgia, παρατηρήθηκαν στην πολιτεία της Georgia μία μείωση στην αγορά εργασίας της τάξης του 40% καθώς και άμεσες ζημιές ύψους 140 εκ. δολλαρίων. Πέραν των οικονομικών επιπτώσεων, υπήρξαν και πρακτικές δυσκολίες εφαρμογής του εν λόγω προγράμματος, αφού δεν ήταν εγγεγραμμένοι στο e-Verify όλοι οι καλλιεργητές και δεν υπήρξε ο προϋπολογισμός για την διενέργεια αυτού του εγχειρήματος (Bowden et al., 2012).

Οι καταναλωτές από την πλευρά τους είναι όλο και περισσότερο ανήσυχοι για ηθικά ζητήματα όπως, για παράδειγμα, την προέλευση του προϊόντος που καταναλώνουν ή τις συνθήκες παράγωγής του (Hingorani, 2012). Επιπλέον, η ζήτηση πιστοποιημένων προϊόντων διατροφής γίνεται όλο και εντονότερη και ως εκ τούτου τέτοιου είδους αγαθά (π.χ. βιολογικά τρόφιμα) καταλαμβάνουν όλο και μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Οι πιστοποιήσεις που παρέχονται, αναφέρονται σε ποιοτικά χαρακτηριστικά του προϊόντος αλλά και σε ηθικά ζητήματα που εμπλέκονται στη

¹ Στην έρευνα αυτή υπολογίζεται ότι η συνολική αύξηση του κόστους εργασίας στους τομείς των φρούτων, δημητριακών και λαχανικών θα είναι 10%, αν οι μη νόμιμοι εργάτες αντικατασταθούν από νόμιμο εργατικό δυναμικό. Παράλληλα οι συγκεκριμένοι τομείς θα επηρεαστούν περισσότερο αφού υπολογίζεται ότι το μέσο καθαρό γεωργικό εισόδημα θα μειωθεί κατά 12%, όμως η μέση εμπορική εκμετάλλευση αυτών των τομέων θα εξακολουθεί να απολαμβάνει ένα μέσο καθαρό εισόδημα υψηλότερο σε σχέση με οποιοδήποτε άλλο μέσο όρο των βασικών προϊόντων που μελετήθηκαν. Τέλος καλλιέργειες όπως π.χ το καλαμπόκι και η σόγια θα αντιμετωπίσουν μία μείωση 1-2% του καθαρού εισοδήματος των γεωργικών εκμεταλλεύσεων ως αποτέλεσμα της αύξησης των μισθών κατά μέσο όρο 6-10%.

παραγωγή του (π.χ. προϊόντα δίκαιου εμπορίου). Το δίκαιο εμπόριο (fair trade) αναφέρεται σε πιστοποιημένα προϊόντα που προέρχονται από αναπτυσσόμενες χώρες. Τα συγκεκριμένα προϊόντα φέρουν μια ετικέτα στην συσκευασία τους, που πιστοποιεί ότι για την παραγωγή τους οι εργάτες που τα παρήγαγαν, αμείφθηκαν με τον βασικό μισθό, είχαν πρόσβαση σε εκπαίδευση και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη για τους ίδιους και για τις οικογένειες τους αλλά και πρόσβαση σε φθηνή στέγαση και μετακίνηση.

Ειδικότερα τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γεωργικοί εργάτες στις αναπτυσσόμενες χώρες ταυτίζονται εν πολλοίς με τα προβλήματα του μη-νόμιμου εργατικού δυναμικού των ανεπτυγμένων χωρών. Το ερώτημα που τίθεται επομένως είναι εάν οι καταναλωτές είναι το ίδιο ευαισθητοποιημένοι ως προς την προάσπιση των δικαιωμάτων των εργατών των αγροτικών εκμεταλλεύσεων των Η.Π.Α και της Ευρώπης όσο και με την προάσπιση των δικαιωμάτων των εργατών αναπτυσσόμενων χωρών. Ο τρόπος με τον οποίο οι καταναλωτές μπορούν να προασπίσουν τα δικαιώματα των γεωργικών εργατών είναι μέσω της αγοράς πιστοποιημένων αγροτικών προϊόντων, όπου η πιστοποίηση εξασφαλίζει ότι το προϊόν έχει παραχθεί με δίκαιες συνθήκες εργασίας. Με τον όρο «δίκαιες συνθήκες εργασίας» (fair labor) εννοούμε ότι οι εργαζόμενοι κερδίζουν δίκαιες αμοιβές σε ασφαλείς και υγιείς χώρους εργασίας καθώς και ότι δικαιούνται ένα σταθερό ωράριο που δεν υπερβαίνει τις 48 ώρες εβδομαδιαία. Ακόμα απαγορεύεται οποιοδήποτε είδος διακρίσεων στον εργασιακό χώρο όπως και η παιδική εργασία (Fair Labor Association, 2012).

Η διαδικασία πιστοποίησης τοποθετεί τους εργαζόμενους, και όχι τους ιδιοκτήτες, των αγροτικών εκμεταλλεύσεων στο επίκεντρο της διαδικασίας πιστοποίησης (Hingorani, 2012). Προϊόντα τα οποία πιστοποιούνται ως προϊόντα «Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας» ικανοποιούν κάποιες βασικές αρχές όπως:

1. Οι εργαζόμενοι έχουν το δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι και το δικαίωμα των συλλογικών διαπραγματεύσεων καθώς και υπάρχει σεβασμός της ελευθερίας τους
2. Παρέχεται ένας βασικός μισθός διαβίωσης και υγιεινές συνθήκες διαβίωσης
3. Εξασφαλίζεται η προστασία της υγείας και της ασφάλειας των εργαζομένων, η πρόσβαση σε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη, η σωστή πληροφόρηση για τους κινδύνους που εγείρουν οι αγροτικές εργασίες και τέλος η χρήση

λιγότερο τοξικών διαθέσιμων μεθόδων παραγωγής του προϊόντος (Hingorani, 2012).

4. Στηρίζονται οι τοπικές και περιφερειακές κοινότητες
5. Υπάρχει η προσφορά στέγασης, μεταφορών καθώς και η πρόσβαση στη μόρφωση (Twilight Greenaway, 2008)

Από την διαδικασία πιστοποίησης όπως περιγράφεται παραπάνω προκύπτουν διάφορα οφέλη για το κοινωνικό σύνολο και για τους ίδιους τους εργαζόμενους. Αρχικά ενισχύει την παραγωγικότητα του αγροτικού δυναμικού και την ικανοποίηση του από την εργασία. Ακόμη, αυξάνεται η ζήτηση για τα παραγόμενα ηθικά προϊόντα από πλευράς των καταναλωτών και επιδεικνύει μία δέσμευση για την κοινωνική μέριμνα. Τέλος συμπληρώνει την αξία των βιολογικών και άλλων περιβαλλοντικών επισημάνσεων με την αντιμετώπιση των ηθικών και κοινωνικών ζητημάτων (Ecolabel Index, 2013).

Η ετικέτα με πιστοποίηση «Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας» χρησιμοποιείται σήμερα σε διάφορες μορφές και για διαφορετικά προϊόντα. Κάποιες από αυτές είναι:

- Η ετικέτα WIETA (Agricultural Ethical Trade Initiative) :



- Η ετικέτα food justice:



- Η ετικέτα Food Alliance Certified Producers:



- Οι ετικέτες Certified fair labor:



Τα προϊόντα με ετικέτα *fair labor* πιστοποιούνται από διάφορους οργανισμούς που ασχολούνται με τις δίκαιες συνθήκες εργασίας και το ηθικό εμπόριο. Παραδείγματα τέτοιων οργανισμών είναι τα παρακάτω:

- Fair Working Conditions IE
(<http://www.fairworkingconditions.ie/fwc-logo.htm>)
- Fair Labor Association
(<http://www.fairlabor.org/>)
- Food Alliance Certification
(<http://foodalliance.org/certification>)
- SCS Fair Trade Certification

(<http://www.scsglobalservices.com/fair-trade-certification?scscertified=1>)

2. Βιβλιογραφική Επισκόπηση

Έρευνες σχετικά με τις ετικέτες δίκαιων συνθηκών εργασίας δεν υπάρχουν στη βιβλιογραφία. Η πιο κοντινή μορφή ετικέτας είναι η ετικέτα δίκαιου εμπορίου. Οι ετικέτες δίκαιου εμπορίου πιστοποιούν ότι το αγαθό θα πωληθεί σε μία δίκαιη τιμή, ώστε περιθωριοποιημένοι παραγωγοί ή εργάτες σε χώρες του αναπτυσσόμενου κόσμου να έχουν δίκαιες χρηματικές απολαβές, δίκαιες συνθήκες εργασίας και τέλος, πρόσβαση σε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και εκπαίδευση (The World Fair Trade Organization, 2013).

Υπάρχουν πολλές έρευνες, οι οποίες εξετάζουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών για τα προϊόντα δίκαιου εμπορίου καθώς και την προθυμία πληρωμής ενός επιπλέον ποσού (premium) πάνω από την τιμή των συμβατικών προϊόντων για πιστοποιημένα αγαθά δίκαιου εμπορίου. Ένας σημαντικός αριθμός ερευνών έχει δείξει ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για την ηθική πτυχή ενός αγαθού (Hines and Ames, 2000; MacGillivray, 2000; MORI, 2000). Ωστόσο η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών δεν συνάδει με την αναφερόμενη στάση τους προς τα προϊόντα με ηθικό χαρακτήρα. Οι de Pelsmacker et al. (2005) διερεύνησαν τη σημασία της ετικέτας δίκαιου εμπορίου στην απόφαση του καταναλωτή για την αγορά καφέ. Η εν λόγω μελέτη βασίστηκε σε ένα δείγμα 808 Βέλγων καταναλωτών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το επιπλέον ποσό που είναι διατεθειμένοι οι καταναλωτές να πληρώσουν για πιστοποιημένο καφέ δίκαιου εμπορίου κυμαίνεται κατά μέσο όρο στο 10%, ενώ το 10% του δείγματος ισχυρίστηκε ότι είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ένα επιπλέον ποσό έως και 27% πάνω από την τιμή πώλησης του συμβατικού καφέ. Η συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών ήταν ηλικίας μεταξύ 31 και 44 ετών και υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Αξιοσημείωτο θεωρείται το γεγονός ότι το πραγματικό μερίδιο του καφέ με σήμα δίκαιου εμπορίου καλύπτει μόλις το 1% της βέλγικης αγοράς και το επιπλέον ποσό που πληρώνουν στην πραγματικότητα οι Βέλγοι καταναλωτές είναι μικρότερο από το μέσο ποσό που δηλώθηκε στην έρευνα.

Επιπρόσθετα η έρευνα των Shang-Ho Yan *et al.* (2012) είχε ως στόχο να διερευνήσει τους προσδιοριστικούς παράγοντες κατανάλωσης καφέ στην Κίνα και να ασχοληθεί ειδικότερα με τον καφέ δίκαιου εμπορίου. Τα αποτελέσματα της μελέτης δείχνουν ότι οι Κινέζοι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ένα επιπλέον ποσό για καφέ δίκαιου εμπορίου. Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται πως η πλειοψηφία

(89%) των ερωτηθέντων δείχνουν ενδιαφέρον στο να διαθέσουν ένα επιπλέον ποσό για καφέ δίκαιου εμπορίου που κατά μέσο όρο φτάνει το 22% της τιμής του συμβατικού καφέ. Τα αποτελέσματα αυτά έρχονται σε συμφωνία με τα ευρήματα των de Pelsmacker *et al.* (2005) για τους Βέλγους καταναλωτές. Το υψηλό ενδιαφέρον των κινέζων καταναλωτών φαίνεται ακόμα και από το γεγονός ότι ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος θα πλήρωνε ένα επιπλέον ποσό έως και 10 φορές υψηλότερο επί της τιμής του συμβατικού καφέ.

Τα ευρήματα των de Pelsmacker *et al.* (2005) και των Shang-Ho Yan *et al.* (2012) σχετίζονται μέχρι ενός σημείου και με τα αποτελέσματα της μελέτης των Basu and Hicks (2008), οι οποίοι διερεύνησαν τον τρόπο με τον οποίο επηρεάζει η ετικέτα δίκαιου εμπορίου, την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών στην αγορά καφέ στην Γερμανία και στις Η.Π.Α. Τα εμπειρικά αποτελέσματα και στις δύο χώρες, δείχνουν ότι η ζήτηση και η προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για πιστοποιημένο καφέ δίκαιου εμπορίου παρουσιάζει ένα σχήμα ανεστραμμένου U, δηλαδή η προθυμία τους να πληρώσουν ένα επιπλέον ποσό σχετίζεται θετικά με το εισόδημα, μέχρι ενός κρίσιμου σημείου. Μετά το πέρας αυτού του σημείου, η προθυμία πληρωμής μειώνεται όσο αυξάνεται το εισόδημα.

Σε παρόμοια συμπεράσματα κατέληξαν και οι Didier and Lucie (2008), όταν επιχείρησαν να μετρήσουν την αξία βιολογικών προϊόντων και αγαθών δίκαιου εμπορίου. Σε ένα δείγμα 102 καταναλωτών στην Γαλλία ελέγχθηκαν δύο συσκευασίες σοκολάτας με ετικέτες “βιολογικά και δίκαιου εμπορίου” και δύο συμβατικές συσκευασίες. Από τη συγκεκριμένη μελέτη προκύπτει, ότι οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για προϊόντα με σήμανση δίκαιου εμπορίου και βιολογικού προϊόντος καθώς και η ταυτοποίηση τριών ομάδων καταναλωτών. Η πρώτη ομάδα αντιπροσωπεύει άτομα που δεν επηρεάζονται από την ετικέτα, ενώ η τιμή αποτελεί τον καθοριστικότερο παράγοντα αγοράς ενός αγαθού. Η δεύτερη ομάδα φαίνεται να επηρεάζεται θετικά από την παρουσία των ετικετών επί της συσκευασίας των προϊόντων και τέλος στη τρίτη ομάδα η αποτίμηση της επισήμανσης “βιολογικό και δίκαιου εμπορίου” καθορίζεται από τη γεύση του αγαθού. Σε αυτές τις δύο κατηγορίες καταναλωτών οι ετικέτες έχουν θετικό αντίκτυπο, αφού η προθυμία πληρωμής είναι 20-30% πάνω από την τιμή του συμβατικού προϊόντος. Οι δύο αυτές ομάδες χαρακτηρίζονται από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με φιλό-περιβαλλοντικές ανησυχίες.

Οι παραπάνω έρευνες διεξήχθησαν σε χώρες της Βορείου Αμερικής και της Ευρώπης. Το υψηλότερο, όμως, ποσοστό διείσδυσης πιστοποιημένων προϊόντων δίκαιου εμπορίου, τόσο σε όγκο, όσο και σε αξία ανά κάτοικο, παρουσιάζεται στην Ελβετία. Ως εκ τούτου, η μελέτη της Mahe (2010) επικεντρώθηκε στην ώριμη αγορά της Ελβετίας και πραγματοποιήθηκε σε πραγματικές συνθήκες αγοράς. Στην συγκεκριμένη έρευνα ανταποκρίθηκαν συνολικά 110 αγοραστές μπανάνας, η πλειονότητα των οποίων (75%) ήταν γυναίκες, ενώ ο μέσος όρος ηλικίας του δείγματος ήταν μεταξύ 40 και 49 ετών. Από τα αποτελέσματα φαίνεται πως το 66% του δείγματος αγόρασε μπανάνες δίκαιου εμπορίου και το 15% βιολογικές μπανάνες δίκαιου εμπορίου. Αυτά τα ευρήματα έρχονται σε συμφωνία με το πραγματικό μερίδιο μπανάνας δίκαιου εμπορίου στην ελβετική αγορά, το οποίο φέρεται να είναι περίπου 50% (Palma Torres and de Sousa Santos, 2006). Τέλος, φαίνεται ότι η προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για προϊόντα fair trade, επηρεάζεται θετικά από την ετικέτα δίκαιου εμπορίου, ενώ αντιθέτως, επιδρούν αρνητικά πάνω σε αυτήν, η ηλικία των ερωτώμενων, το εισόδημα καθώς και η τιμή.

Τέλος, οι Howard and Allen (2008) αναγνωρίζοντας την επιτυχία που έχουν τα προϊόντα δίκαιου εμπορίου στην αμερικάνικη αγορά διεξήγαγαν μία έρευνα, για να διερευνήσουν την προθυμία πληρωμής για φρέσκες φράουλες εγχώριου δίκαιου εμπορίου. Στο συγκεκριμένο προϊόν υπάρχει υψηλή ένταση εργατικού δυναμικού και υψηλό ποσοστό τραυματισμών λόγω επαναλαμβανόμενης καταπόνησης των εργαζομένων. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε σε εθνικό επίπεδο στις Η.Π.Α σε ένα δείγμα 1000 ατόμων. Η μέση προθυμία πληρωμής ήταν 1,02\$ περισσότερα από την τιμή βάσης, όπου ήταν 1,5\$. Ακόμα φαίνεται ότι άτομα, τα οποία αγοράζουν βιολογικά προϊόντα ή που έχουν περιβαλλοντικές ανησυχίες, τείνουν να πληρώσουν 68% περισσότερο για αγαθά εγχώριου δίκαιου εμπορίου.

3. Έρευνα – Μεθοδολογία

Η εν λόγω έρευνα είχε διττό σκοπό. Από τη μία σκοπός ήταν η εκμαίευση της προθυμίας πληρωμής για προϊόντα πιστοποιημένα με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας. Από την άλλη, ο μεθοδολογικός σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνήσει κατά πόσο υπάρχει διαφορά στην εκμαίευση της προθυμίας πληρωμής μέσω της χρήσης των WTP^+ και WTP^- , όπου η WTP^+ είναι η διατύπωση της ερώτησης προθυμίας πληρωμής ως κέρδος, ενώ η WTP^- είναι η αντίστοιχη διατύπωση της ερώτησης προθυμίας πληρωμής ως απώλεια. Τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν, συλλέχθηκαν μέσω προσωπικών συνεντεύξεων τυχαίου δείγματος καταναλωτών σε super market των νοτίων προαστίων με την χρήση ενός δομημένου ερωτηματολογίου στο χρονικό διάστημα από 28 Φεβρουαρίου 2014 έως 2 Απριλίου 2014 σε τρεις διαφορετικές αλυσίδες super market. Συνολικά δέχτηκαν να λάβουν μέρος 160 άτομα, ενώ το ποσοστό άρνησης συμμετοχής στην έρευνα έφτασε στο 61,25%. Όσον αφορά το φύλο των ερωτηθέντων που αρνήθηκαν να συμμετέχουν, το 63% ήταν γυναίκες, ενώ το 37% ήταν άνδρες. Αν συγκρίνει κανείς αυτά τα ποσοστά με τα ποσοστά συμμετοχής ανδρών και γυναικών στην παρούσα μελέτη (57% γυναίκες και 43% άνδρες) φαίνεται ότι η μεροληψία επιλογής δεν ήταν ιδιαίτερα σημαντική. Οι πιθανολογούμενες ηλικιακές ομάδες όσων δεν συμμετείχαν, ήταν μεταξύ 35-45 ετών και 45-60 ετών.

Ως προϊόν κατάλληλο για την εκμαίευση της προθυμίας πληρωμής χρησιμοποιήθηκαν φράουλες με ετικέτα δίκαιων συνθηκών εργασίας. Ο λόγος που επιλέχθηκαν οι φράουλες είναι διότι αποτελούν ένα εποχιακό φρούτο που χαρακτηρίζεται από υψηλή ένταση εργασίας. Αυτό σημαίνει, ότι επειδή η συγκομιδή τους δεν γίνεται μηχανικά, αλλά χειρωνακτικά, και χρησιμοποιείται ως επί των πλείστων εποχιακό ανθρώπινο δυναμικό, το κόστος εργασίας είναι ιδιαίτερα υψηλό και ανέρχεται σε ένα ποσοστό της τάξεως του 45 – 55% επί του συνολικού κόστους παραγωγής (Δεμέτης, 2013). Για την εκμαίευση της προθυμίας πληρωμής WTP^+ και WTP^- χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος του μονού ορίου (single bounded).

Το ερωτηματολόγιο συντάχτηκε έτσι ώστε, πέρα από την εκμαίευση προθυμίας πληρωμής των καταναλωτών, να συλλέγονται δεδομένα σχετικά με τους παράγοντες που προσδιορίζουν τη ζήτηση για φράουλες με την συγκεκριμένη ετικέτα. Πιο συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο είναι δομημένο σε τέσσερα τμήματα. Αρχικά στο

πρώτο τμήμα, το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε δύο ερωτήσεις κλειστού τύπου, όπου ρωτούσαν τον καταναλωτή, εάν εκείνος συνήθως ψωνίζει τρόφιμα για το νοικοκυριό του και εάν γνώριζε ποια είναι η ετικέτα δίκαιων συνθηκών εργασίας. Στόχος του πρώτου τμήματος ήταν η εκμείωση της προθυμίας πληρωμής. Πριν λοιπόν από τις ερωτήσεις προθυμίας πληρωμής διαβαζόταν στους ερωτώμενους το παρακάτω κείμενο:

Η ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας μπορεί να πιστοποιηθεί από διάφορους οργανισμούς όπως ο Fair Working Conditions.ie που είναι ένας μη-κερδοσκοπικός διεθνής οργανισμός και έχει ως σκοπό την αναγνώριση και βελτίωση των συνθηκών εργασίας. Μια τέτοια ετικέτα διασφαλίζει ότι το προϊόν παράγεται σε αγροτική επιχείρηση που τηρεί αυστηρά τις διατάξεις του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (ΔΟΕ). Οι διατάξεις αυτές αφορούν τον μέγιστο αριθμό ωρών εργασίας ανά εβδομάδα, τις νόμιμες αποδοχές και τα εργατικά προνόμια με βάση τους νόμους του κράτους για τον κάθε τομέα δραστηριότητας καθώς και τις συνθήκες υγιεινής των εργαζομένων στο χώρο εργασίας. Επίσης, απαγορεύουν την παιδική εργασία και δεσμεύουν τους εργοδότες στην μη διάπραξη διακρίσεων στο χώρο εργασίας με βάση φυλετικά, εθνικά ή άλλα κριτήρια.

Αυτός ο ορισμός δινόταν, διότι μία τέτοια ετικέτα πάνω σε φρούτα ή λαχανικά δεν είναι διαθέσιμη στην αγορά και επομένως η πληροφόρηση για ένα προϊόν με την εν λόγω πιστοποίηση θεωρούνταν επιβεβλημένη ώστε οι καταναλωτές να μπορέσουν να αποτιμήσουν τις συγκεκριμένες φράουλες.

Έπειτα από την παράθεση του ορισμού, για το τι είναι η ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας, ακολούθησε η ανάγνωση του παρακάτω κειμένου:

Σε λίγο θα ερωτηθείτε εάν είστε διατεθειμένος/η να πληρώσετε ένα συγκεκριμένο ποσό για να αγοράσετε φράουλες.

Η ερώτηση αυτή θα είναι υποθετική, δηλαδή δε θα χρειαστεί πράγματι να πληρώσετε. Γενικά οι άνθρωποι δυσκολεύονται να απαντήσουν υποθετικές ερωτήσεις. Συχνά δηλώνουν ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα μεγαλύτερο ποσό από ότι είναι στην πραγματικότητα.

Ένας λόγος που συμβαίνει αυτό είναι γιατί όταν έρθει η ώρα πράγματι να πληρώσουν, τότε σκέφτονται ότι τα χρήματα αυτά δε θα μπορούν να τα διαθέσουν για κάτι άλλο. Επομένως, όταν η ερώτηση είναι υποθετική, είναι πιο εύκολο να υπερβάλλουν στην απάντηση τους.

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

Η ανάγνωση του συγκεκριμένου κειμένου έγινε, διότι στον μεγαλύτερο αριθμό ερευνών που έχουν ως θέμα την εκμείωση της προθυμίας πληρωμής, μέσω προσωπικών συνεντεύξεων, παρατηρείται ευρέως το φαινόμενο της υποθετικής μεροληψίας. Για αυτό τον λόγο χρησιμοποιήσαμε ένα τέτοιο επεξηγηματικό πρόλογο (cheap talk), όπου τονίζεται στους ερωτώμενους η τάση υπερβολής της προθυμίας πληρωμής και τους ζητείται να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί στις απαντήσεις τους (Bulte et al., 2005). Ο λόγος, επομένως, που χρησιμοποιήσαμε το κείμενο αυτό ήταν για την μείωση της υποθετικής μεροληψίας.

Στην συνέχεια διαβαζόταν το εξής κείμενο:

Θα θέλαμε να σας πληροφορήσουμε ότι τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας θα γίνουν διαθέσιμα στους παραγωγούς, εμπόρους και λιανέμπορους αγροτικών προϊόντων αλλά και στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Αυτό σημαίνει ότι η έρευνα αυτή μπορεί να επηρεάσει την απόφαση των παραγωγών, εμπόρων και λιανέμπορων για την υιοθέτηση της πιστοποίησης φραουλών με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας και την μέση τιμή της φράουλας.

Πολύ συχνά, οι συμμετέχοντες σε τέτοιες έρευνες δεν έχουν το κίνητρο να απαντήσουν με ακρίβεια σε ερωτήσεις δηλουμένων προτιμήσεων. Ανάμεσα στις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την απόκτηση όσο το δυνατόν πιο έγκυρων απαντήσεων, περιλαμβάνεται η χρήση ενός μηχανισμού εκμείωσης που αποθαρρύνει στρατηγικές απαντήσεις και τοποθετεί την έρευνα κατά τρόπο που να ενθαρρύνει τους ερωτηθέντες να πιστέψουν ότι τα αποτελέσματα της έρευνας θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ευημερία τους. Αυτός ο μηχανισμός, που χρησιμοποιήθηκε και στην

παρούσα έρευνα, είναι το λεγόμενο κείμενο συνέπειας γνωστό ως “Consequentiality script” (Vossler and Watson, 2013).

Μετά την ανάγνωση αυτών των κειμένων ακολούθησαν οι ερωτήσεις προθυμίας πληρωμής, εκφρασμένες με την μέθοδο του μονού ορίου (single bounded). Αυτές εκμαίευαν την προθυμία πληρωμής WTP^+ και WTP^- μέσω διχοτομικών ερωτήσεων, στις οποίες το άτομο, θα έπρεπε να απαντήσει με ναι ή όχι. Στα μισά ερωτηματολόγια οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν πρώτα στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής WTP^+ και έπειτα στην ερώτηση WTP^- . Αντίστροφα, στα υπόλοιπα ερωτηματολόγια προηγήθηκε η WTP^- της WTP^+ . Ο λόγος που έγινε αυτό ήταν για να εξουδετερώσουμε την σειρά των ερωτήσεων ως επεξηγηματικό παράγοντα της προθυμίας πληρωμής. Οι ερωτήσεις WTP^+ και WTP^- για φράουλες πιστοποιημένες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας ήταν οι ακόλουθες:

[WTP^+]

Σκεφτείτε τώρα ότι έχετε στην κατοχή σας ένα κεσεδάκι μισού κιλού με συμβατικές φράουλες [δείξε φωτογρ. 2].

Θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε _____ € έτσι ώστε να το ανταλλάξετε με ένα ίδιο κεσεδάκι φράουλες που είναι πιστοποιημένο με ετικέτα δίκαιων συνθηκών εργασίας [δείξε φωτογρ. 3];

Ναι *Όχι*

[WTP^-]

Σκεφτείτε τώρα ότι έχετε στην κατοχή σας ένα κεσεδάκι μισού κιλού με φράουλες που είναι πιστοποιημένο με ετικέτα δίκαιων συνθηκών εργασίας [δείξε φωτογρ. 3].

Θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε _____ € έτσι να αποφύγετε την ανταλλαγή του με ένα ίδιο κεσεδάκι φράουλες που δεν έχει πιστοποίηση; [δείξε φωτογρ. 2].

Ναι *Όχι*

Για την κατασκευή της ερώτησης προθυμίας πληρωμής παρατηρήθηκε ότι η μέση τιμή πώλησης μισού κιλού φραουλών ήταν γύρω στο 1- 1,5€. Κατά αυτόν τον τρόπο οι ερωτήσεις προθυμίας πληρωμής διαμορφώθηκαν με το σκεπτικό να έχουν ένα

εύρος τιμών που θα αντικατοπτρίζει ένα λογικό επιπλέον ποσό (premium) για φράουλες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας. Τα ποσά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν 20, 40, 60, 80 και 100 cents.

Στο τελευταίο κομμάτι του πρώτου τμήματος υπήρξαν τρεις ερωτήσεις. Η πρώτη καλούσε τον ερωτώμενο να σκεφτεί, πόσο σίγουρος ήταν για την απάντηση που έδωσε στην απάντηση της ερώτησης προθυμίας πληρωμής, από το 1 έως το 10, όπου το 1 σήμαινε «καθόλου» και το 10 «πάρα πολύ». Στη δεύτερη ερώτηση ερωτούνταν οι καταναλωτές σε μία κλίμακα Likert με τιμές από το 1 έως το 5, όπου το 1=«Καθόλου» και 5=«Πάρα πολύ», κατά πόσο πιστεύουν ότι οι απαντήσεις που έδωσαν στην έρευνα θα ληφθούν υπόψη από τους παραγωγούς, τους εμπόρους και τους λιανέμπορους. Τέλος στη τρίτη ερώτηση καλούνταν οι καταναλωτές να απαντήσουν εάν πιστεύουν ότι η παρούσα έρευνα συνεπάγεται υποχρέωση να πληρώσουν επιπλέον για φράουλες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας.

Το δεύτερο τμήμα του ερωτηματολογίου απαρτιζόταν από 16 υπο-ερωτήσεις (ερώτηση 3), οι οποίες είχαν ως στόχο να μετρήσουν το κατά πόσο οι ερωτώμενοι προσπαθούν να φανούν κοινωνικά αρεστοί στον ερευνητή (Social Desirability Scale) (Stober, 2001). Το περιεχόμενο αυτών των ερωτήσεων αφορούσε διάφορες συνηθισμένες αρνητικές συμπεριφορές, που παρατηρούνται στην καθημερινότητα των ατόμων και είχαν ως στόχο να δείξουν, ανάλογα με τις απαντήσεις του εκάστοτε ερωτώμενου, εάν προσπαθεί να φανεί κοινωνικά αρεστός. Εν συνεχεία οι καταναλωτές κλήθηκαν να αξιολογήσουν εάν και κατά πόσο πιστεύουν ότι υπερέβαλαν στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής.

Στο τρίτο τμήμα καλούνταν οι συμμετέχοντες στην έρευνα να σημειώσουν πρώτα κατά πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν με την πρόταση: «Το να αγοράζω φράουλες πιστοποιημένες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας είναι το πρέπον», έπειτα πόσο συχνά αγοράζουν φράουλες (δεδομένου ότι είναι διαθέσιμες στην αγορά) και τέλος πόσο σημαντικό θεωρούν τον ρόλο των τιμών στις αποφάσεις τους, όταν ψωνίζουν τρόφιμα.

Το τελευταίο τμήμα του ερωτηματολογίου περιελάμβανε πέντε ερωτήσεις, που αφορούσαν τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματός μας, δηλαδή την ηλικία, το φύλο, το επίπεδο σπουδών, τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου και τέλος την οικονομική τους κατάσταση.

4. Ανάλυση Δεδομένων

Μετά τη συλλογή των δεδομένων θεωρήθηκε σκόπιμο να γίνουν ορισμένες ενοποιήσεις μεταξύ κατηγοριών συγκεκριμένων ερωτήσεων, μιας και ο αριθμός των απαντήσεων που ελήφθησαν σε κάποιες κατηγορίες ήταν πολύ μικρός. Ειδικότερα:

- Οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι κατέχουν *Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό* ενοποιήθηκαν με όσους είχαν εκπαίδευση πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ, ενώ όσοι είχαν εκπαίδευση *Δημοτικό* συμπτύχτηκαν με εκείνους που είχαν εκπαίδευση *μέχρι Γυμνάσιο*.
- Οι ερωτηθέντες που δήλωσαν ότι έχουν *πολύ κακή* οικονομική κατάσταση και *κακή* οικονομική κατάσταση ενοποιήθηκαν με εκείνους με οικονομική κατάσταση *κάτω του μετρίου*.
- Σε αντίστοιχη περίπτωση με τις προηγούμενες, το ποσοστό εκείνων που δήλωσαν ότι *διαφωνούν απόλυτα*, με το να αγοράζουν φράουλες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας ήταν ιδιαίτερα χαμηλό και επομένως ενώθηκε με εκείνους που απλά *διαφωνούν*.
- Ακόμη μία ενοποίηση δημιουργήθηκε στην ερώτηση για τον ρόλο των τιμών, αφού οι συμμετέχοντες που θεωρούν το ρόλο των τιμών *καθόλου σημαντικό* ενώθηκαν με εκείνους που θεωρούν το ρόλο των τιμών *λίγο σημαντικό*.
- Τέλος οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι αγοράζουν φράουλες *πιο συχνά από 2-3 φορές την εβδομάδα* ενώθηκαν με όσους αγοράζουν *2-3 φορές την εβδομάδα*.

4.1 Περιγραφική Ανάλυση

Στη συγκεκριμένη ενότητα παρουσιάζεται το δημογραφικό προφίλ των ερωτώμενων του δείγματός μας καθώς και αναλύεται η συμπεριφορά τους, μέσω των απαντήσεων που δόθηκαν στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Η περιγραφική ανάλυση θα ξεκινήσει παρουσιάζοντας τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος μας. Πιο αναλυτικά, από την συλλογή των δεδομένων προκύπτει ότι το 56,7% του δείγματος

μας αποτελείται από γυναίκες, ενώ το ποσοστό των ανδρών ανέρχεται στο 43,3%. Σύνηθες είναι το φαινόμενο σε τέτοιου είδους έρευνες το ποσοστό των γυναικών να υπερβαίνει εκείνο των ανδρών, μιας και οι γυναίκες είναι εκείνες που συνήθως ψωνίζουν τρόφιμα για το νοικοκυριό τους. Για παράδειγμα μία έρευνα για τις ΗΠΑ εκτιμάει ότι το 75% των υπεύθυνων για τα ψώνια του νοικοκυριού είναι γυναίκες (Mediamark Research and Intelligence, 2009).

Έπειτα για να εξετάσουμε πόσο αντιπροσωπευτικό είναι το δείγμα μας, πραγματοποιήσαμε μία σύγκριση μεταξύ των νοικοκυριών του δείγματος μας, με τα αντίστοιχα νοικοκυριά των δήμων Αλίμου και Αγίου Δημητρίου, καθώς ανατρέξαμε στους πίνακες απογραφής πληθυσμού και κατοικιών του 2011. Από τα αποτελέσματα που πήραμε, καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι η απόκλιση του πραγματικού πληθυσμού με το δείγμα είναι πολύ μικρή (Πίνακας 1). Δεδομένου ότι ρωτήσαμε τους ερωτώμενους για την σύνθεση του νοικοκυριού τους, μπορούμε επίσης να συγκρίνουμε πόσο αντιπροσωπευτικό είναι το νοικοκυριό σε σχέση με την απογραφή του πληθυσμού του 2011. Η τελευταία γραμμή του Πίνακα 1 δείχνει ότι τα νοικοκυριά των ερωτώμενων είναι αντιπροσωπευτικά, ως προς το φύλλο για τις περιοχές του Αγ. Δημητρίου και Αλίμου σύμφωνα με την απογραφή του 2011.

Πίνακας 1. Σύγκριση μεταξύ φύλων πραγματικού πληθυσμού και δείγματος

	Άνδρες	Γυναίκες
Απογραφή	47,88%	52,12%
Ερωτώμενοι	43,31%	56,69%
Νοικοκυριά	47,93%	52,07%

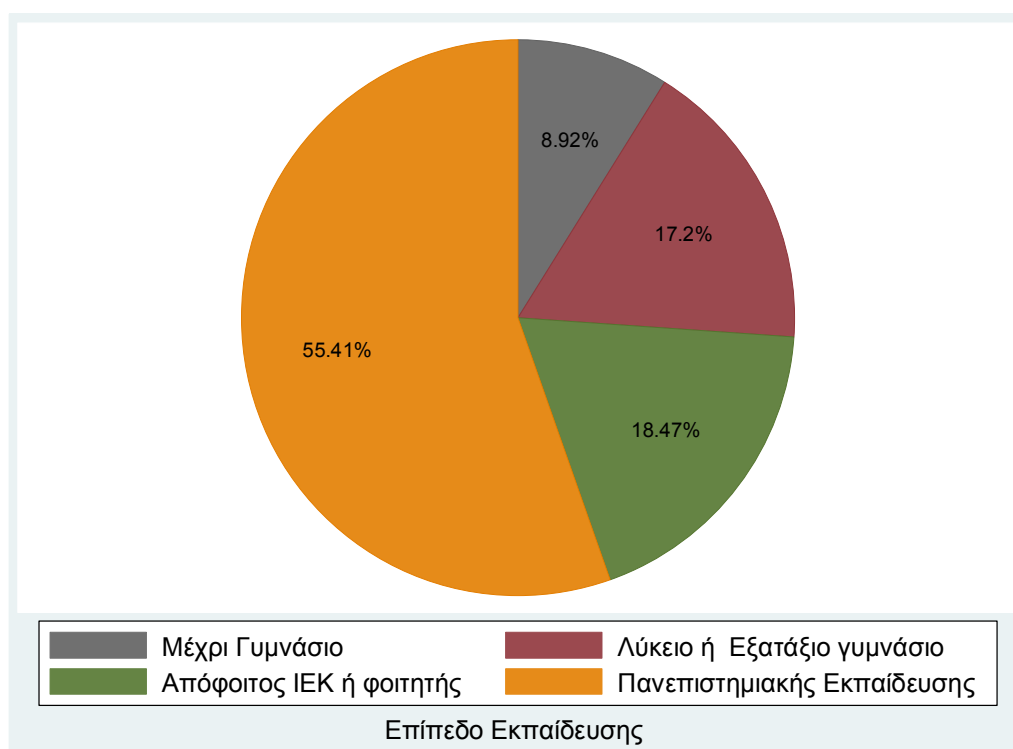
Παρόμοια με τον Πίνακα 1, ο Πίνακας 2 συγκρίνει την απογραφή πληθυσμού του 2011 με το δείγμα και τα νοικοκυριά του δείγματος ως προς την ηλικιακή τους σύνθεση. Από το σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα εκπροσωπούνταν σε μεγαλύτερο ποσοστό άτομα ηλικιών μεταξύ 40 - 49 ετών. Σημαντικό ποσοστό κατείχαν και οι ηλικιακές ομάδες μεταξύ 20 – 29 ετών καθώς και 30 - 39 ετών. Σε σύγκριση μεταξύ των ηλικιών των μελών των νοικοκυριών των ερωτώμενων και των ηλικιών του πληθυσμού των δήμων Αγίου Δημητρίου και Αλίμου (σύμφωνα με την απογραφή κατοικιών και πληθυσμού του 2011), φαίνεται ότι τα ποσοστά των

ηλικιακών ομάδων έχουν σημαντικές αποκλίσεις και ειδικότερα η ηλικιακή ομάδα άνω των 70 ετών. Οι αποκλίσεις αυτές μετριάζονται κάπως όταν συγκρίνουμε την σύνθεση των νοικοκυριών του δείγματος.

Πίνακας 2. Σύγκριση ηλικιών πραγματικού πληθυσμού και δείγματος

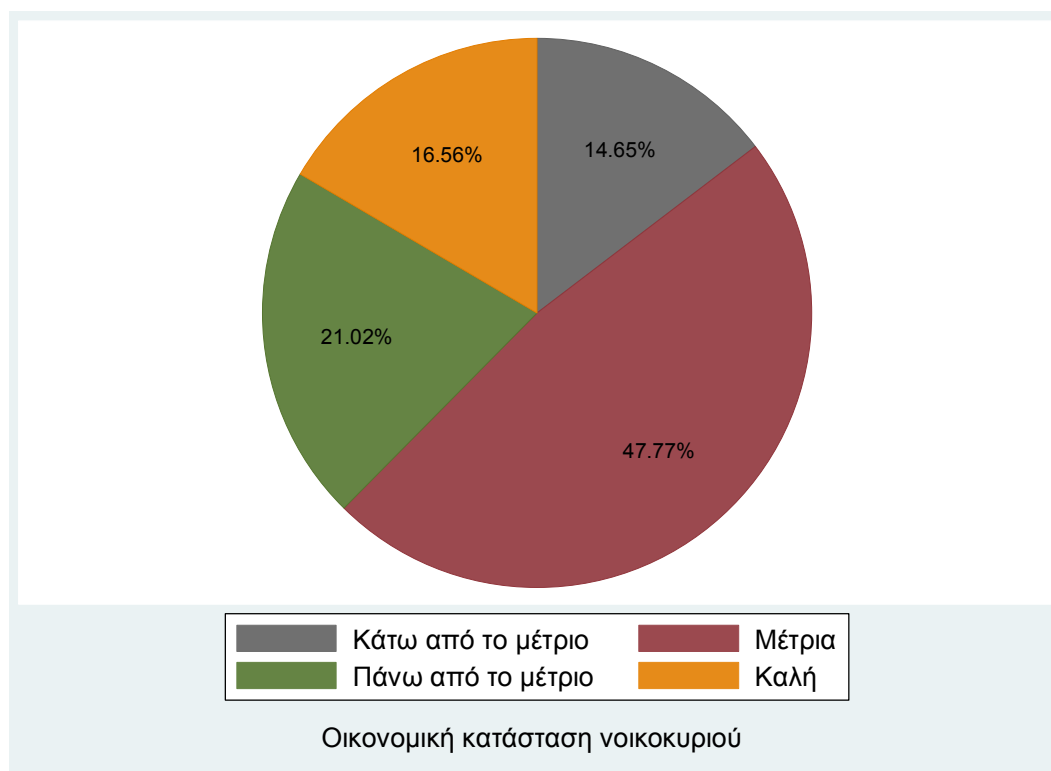
	Ηλικία 0-9	Ηλικία 10-19	Ηλικία 20-29	Ηλικία 30-39	Ηλικία 40-49	Ηλικία 50-59	Ηλικία 60-69	Ηλικία >70
Απογραφή	10,41%	9,81%	11,40%	16,44%	16,76%	13,39%	12,68%	12,14%
Ερωτώμενοι	0%	1,25%	20,62%	20,62%	25,62%	16,87%	12,50%	2,5%
Νοικοκυριά	7,26%	8,45%	20,82%	16,50%	15,72%	19,45%	9,82%	1,96%

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο του δείγματος μας, η πλειονότητα των συμμετεχόντων δήλωσαν ότι είναι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, δηλ. το 55,41% (Γράφημα 1). Ακόμη, σημαντικά ποσοστά κατείχαν οι απόφοιτοι λυκείου και οι απόφοιτοι ΙΕΚ, τα οποία ανέρχονταν γύρω στο 17,20% και 18,47 % αντίστοιχα.



Γράφημα 1. Ποσοστά του δείγματος ανά επίπεδο εκπαίδευσης

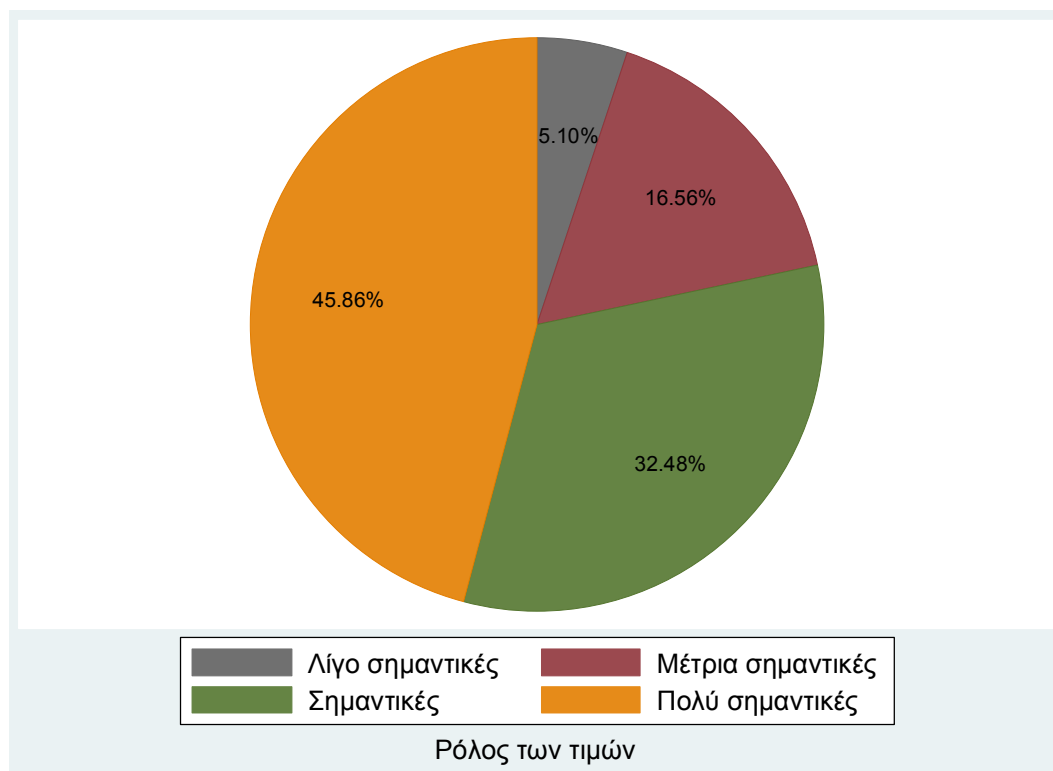
Η οικονομική κατάσταση της πλειονότητας του δείγματος μας (47,7%) μπορεί να χαρακτηριστεί ως μέτρια (Γράφημα 2). Αρκετοί ήταν επίσης εκείνοι που χαρακτήρισαν την οικονομική τους κατάσταση πάνω από τον μέσο όρο ή καλή.



Γράφημα 2. Ποσοστά του δείγματος ανά επίπεδο οικονομικής κατάστασης του νοικοκυριού

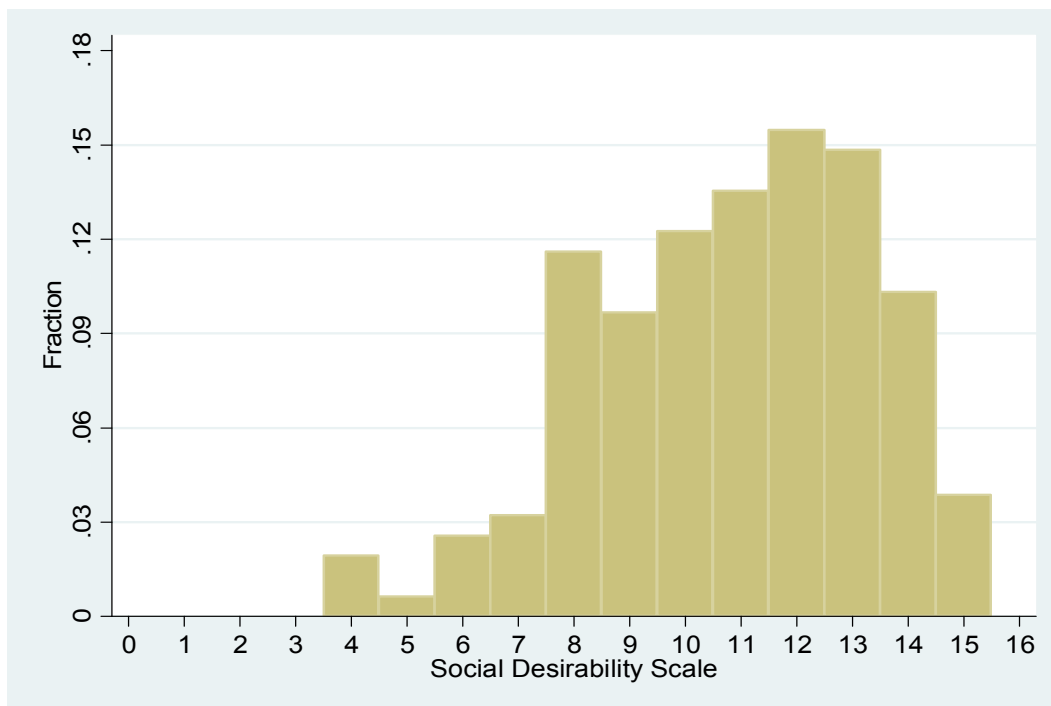
Από το σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα, το 71,88% δήλωσαν ότι είναι οι ίδιοι, εκείνοι, που συνήθως ψωνίζουν τρόφιμα για το νοικοκυριό τους. Επιπρόσθετα στην ερώτηση για το εάν θα αγόραζαν φράουλες με την συγκεκριμένη πιστοποίηση δήλωσαν ότι συμφωνούν το 48,08% και ότι συμφωνούν απόλυτα το 32,69%.

Αντιθέτως όμως, όταν ρωτήθηκαν για το κατά πόσο επηρεάζει, ο ρόλος των τιμών, τις αποφάσεις τους για αγορές τροφίμων, σχεδόν οι μισοί (45,86%) δήλωσαν ότι οι τιμές αποτελούν ένα πολύ σημαντικό και καθοριστικό παράγοντα (Γράφημα 3). Μεγάλο ήταν και το ποσοστό εκείνων που κατέταξαν ως σημαντικό τον ρόλο τους.



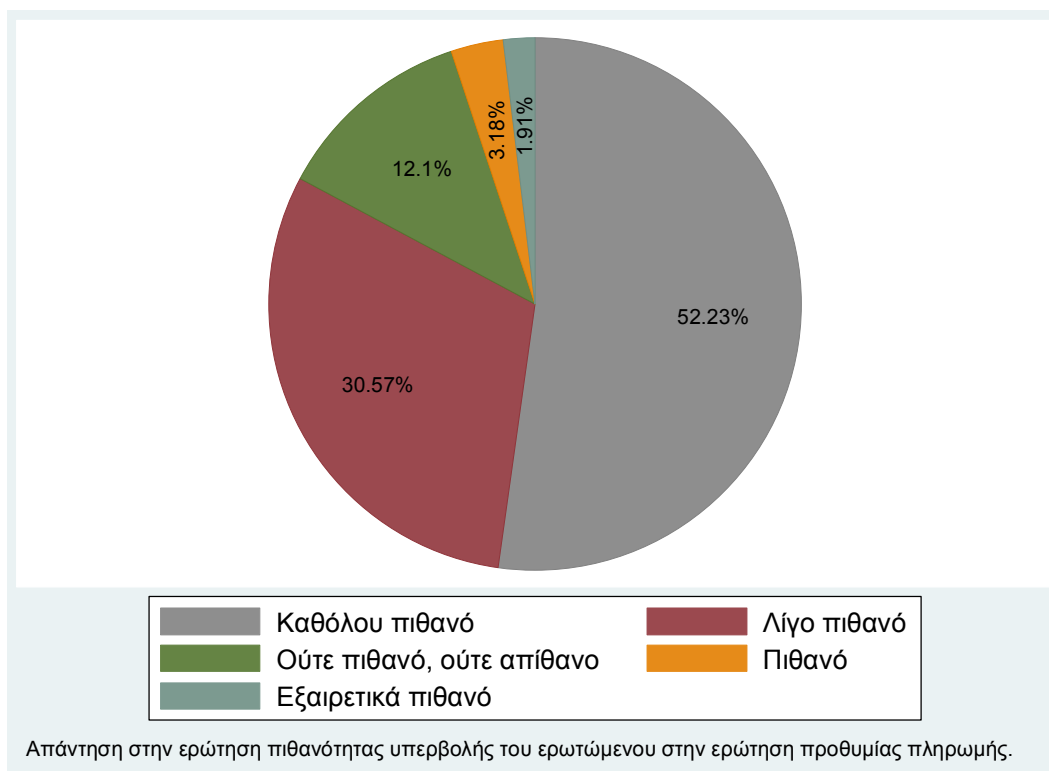
Γράφημα 3. Ποσοστά του δείγματος ανάλογα με τον ρόλο των τιμών στις αγοραστικές τους αποφάσεις

Τέλος από τις απαντήσεις των καταναλωτών φαίνεται ότι προσπαθούν να δείξουν κοινωνικά αρεστοί απέναντι στον ερευνητή, μιας και ένα μεγάλο μέρος των ερωτώμενων έχει συγκεντρώσει υψηλά σκορ στην κλίμακα SDS (Social Desirability Scale, Γράφημα 4).



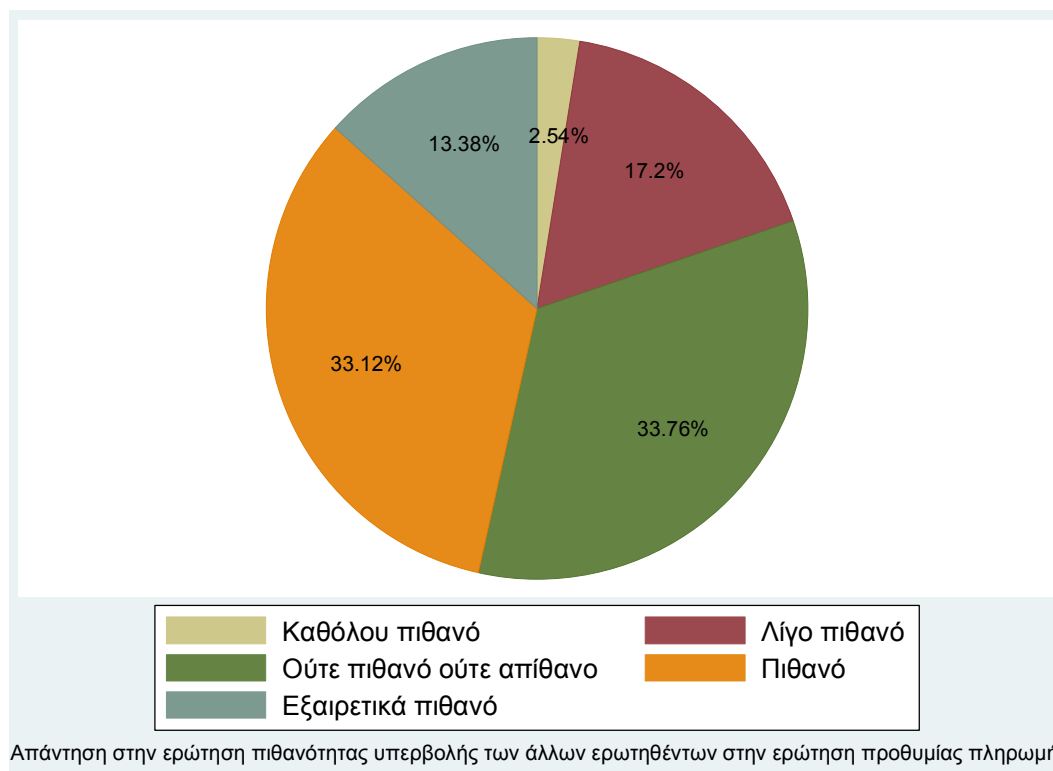
Γράφημα 4. Κατανομή της κλίμακας SDS

Κατά την Pronin (2007) οι άνθρωποι τείνουν να αναγνωρίζουν τις μεροληψίες στις ανθρώπινες αποφάσεις, εκτός εάν αυτή η μεροληψία είναι η δικιά τους. Κάτι ανάλογο φαίνεται να συμβαίνει και με τους ερωτώμενους στο δείγμα μας, αφού όταν ρωτήθηκαν για το κατά πόσο πιστεύουν ότι υπερέβαλαν στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, έδειξαν να είναι αρκετά επιεικείς με τον εαυτό τους, μιας και η πλειοψηφία (52,23%) πιστεύει ότι δεν είναι καθόλου πιθανό να υπερέβαλλαν (Γράφημα 5).



Γράφημα 5. Απάντηση στην ερώτηση πιθανότητας υπερβολής του ερωτώμενου στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής.

Αντίθετα στην ερώτηση, αν πιστεύουν ότι άλλοι ερωτώμενοι στην ίδια έρευνα υπερέβαλλαν στην προθυμία πληρωμής τους, παρουσιάστηκαν πιο αντικειμενικοί στην κρίση τους. Πιο συγκεκριμένα το 33,76% του δείγματος ισχυρίστηκε ότι είναι ούτε πιθανό, ούτε και απίθανο να υπερβάλλουν, ενώ το 32,48% χαρακτήρισε ως πιθανό τον συγκεκριμένο χαρακτηρισμό (Γράφημα 6).



Γράφημα 6. Απάντηση στην ερώτηση πιθανότητας υπερβολής των υπόλοιπων ερωτηθέντων στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής.

4.2 Οικονομετρική Ανάλυση

Στην ενότητα αυτή γίνεται μία οικονομετρική ανάλυση των δεδομένων μας, ώστε να καταλήξουμε στα τελικά μας συμπεράσματα. Απώτερος σκοπός αυτής της ενότητας λοιπόν, είναι η εκτίμηση της προθυμίας πληρωμής ως συνάρτηση διαφόρων προσδιοριστικών παραγόντων. Αυτό θα μας επιτρέψει να εξάγουμε την καμπύλης ζήτησης για φράουλες με πιστοποίηση Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας. Στο υπόδειγμα μας εκτός από την παρουσία κάποιων συνεχών μεταβλητών, όπως π.χ. η ηλικία, υπάρχουν και κάποιες ποιοτικές μεταβλητές με δύο ή περισσότερες κατηγορίες. Οι μεταβλητές με περισσότερες από δύο κατηγορίες μετατρέπονται πρώτα στις αντίστοιχες ψευδομεταβλητές προκειμένου να τις χρησιμοποιήσουμε στο οικονομετρικό μας υπόδειγμα. Οι ψευδομεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν συνοψίζονται στον Πίνακα 3.

Πίνακας 3. Παρουσίαση ψευδομεταβλητών υποδείγματος

Ψευδομεταβλητές	Περιγραφή
<i>gender</i>	Φύλο, όπου 1= άνδρας και 0= γυναίκα
<i>Educ₁</i> *	Επίπεδο εκπαίδευσης, 1=μέχρι γυμνάσιο, 0= άλλο
<i>Educ₂</i>	Επίπεδο εκπαίδευσης, 1= Απόφοιτος λυκείου ή Εξατάξιου γυμνασίου, 0= άλλο
<i>Educ₃</i>	Επίπεδο εκπαίδευσης, 1= Απόφοιτος ΙΕΚ ή φοιτητής, 0=άλλο
<i>Educ₄</i>	Επίπεδο εκπαίδευσης, 1= Πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, 0=άλλο
<i>Price₁</i> *	Πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος των τιμών στην αγορά των τροφίμων, 1=καθόλου ή λίγο σημαντικός, 0=άλλο
<i>Price₂</i>	Πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος των τιμών στην αγορά των τροφίμων, 1=μέτρια σημαντικός, 0=άλλο
<i>Price₃</i>	Πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος των τιμών στην αγορά των τροφίμων, 1=σημαντικός, 0=άλλο
<i>Price₄</i>	Πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος των τιμών στην αγορά των τροφίμων, 1=πολύ σημαντικός, 0=άλλο
<i>Income₁</i> *	Οικονομική κατάσταση πολύ κακή ή κακή ή κάτω του μετρίου= 1, 0=άλλο
<i>Income₂</i>	Μέτρια οικονομική κατάσταση=1, 0=άλλο
<i>Income₃</i>	Οικονομική κατάσταση πάνω από το μέτριο= 1, 0=άλλο
<i>Income₄</i>	Καλή οικονομική κατάσταση=1, 0=άλλο
<i>Purchfreq₁</i> *	Συχνότητα αγοράς φραουλών 1=καθόλου, 0= άλλο
<i>Purchfreq₂</i>	Μία φορά το μήνα=1, 0=άλλο
<i>Purchfreq₃</i>	Συχνότητα αγοράς 2-3 φορές το μήνα=1, 0=άλλο
<i>Purchfreq₄</i>	Αγορά φραουλών μία φορά την εβδομάδα=1, 0=άλλο
<i>Purchfreq₅</i>	Συχνότητα αγοράς τουλάχιστον 2-3 φορές την εβδομάδα=1, 0=άλλο
<i>hbiasown₁</i> *	Ποια η πιθανότητα να υπερέβαλλαν στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, 1=καθόλου πιθανό, 0=άλλο
<i>hbiasown₂</i>	Ποια η πιθανότητα να υπερέβαλλαν στην ερώτηση

	προθυμίας πληρωμής, 1=λίγο πιθανό, 0=άλλο
<i>hbiasown₃</i>	Ποια η πιθανότητα να υπερέβαλλαν στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, 1=ούτε πιθανό - ούτε απίθανο, 0=άλλο
<i>hbiasown₄</i>	Ποια η πιθανότητα να υπερέβαλλαν στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, 1= πιθανό, 0=άλλο
<i>hbiasown₅</i>	Ποια η πιθανότητα να υπερέβαλλαν στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής, 1= εξαιρετικά πιθανό, 0=άλλο
<i>type</i>	Τύπος ερώτησης προθυμίας πληρωμής, 1=WTP ⁺ , 0=WTP ⁻

* Οι μεταβλητές με αστερίσκο δεν περιελήφθησαν στο οικονομετρικό υπόδειγμα για να αποφευχθεί το πρόβλημα της τέλει συγγραμικότητας

Στο οικονομετρικό μας υπόδειγμα συμπεριλάβαμε και μια σειρά συνεχών μεταβλητών όπως οι παρακάτω:

- **SDS:** Μεταβλητή που παίρνει τιμές από 0 έως 16, ανάλογα με τις απαντήσεις του ερωτώμενου σε 16 ερωτήσεις, που περιγράφουν τυπικές συνήθειες των καταναλωτών. Όσο υψηλότερη η βαθμολογία, τόσο πιο κοινωνικά αρεστός προσπαθεί να δείξει ο καταναλωτής.
- **Certainty:** Μεταβλητή που παίρνει τιμές από 0= «καθόλου» έως 10= «πάρα πολύ», και δείχνει πόσο σίγουρος ήταν ο ερωτώμενος για την απάντηση που έδωσε στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής.
- **Age:** Η ηλικία του ερωτώμενου
- **Hsize:** Αριθμός μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου

Από την εκτίμηση ενός οικονομετρικού υποδείγματος με εξαρτημένη μεταβλητή την προθυμία πληρωμής, προσπαθήσαμε να υπολογίσουμε την προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής για φράουλες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας καθώς και να επαληθεύσουμε εάν και κατά πόσο υπήρχε διαφορά μεταξύ των ερωτήσεων WTP⁺ και WTP⁻ στην εκμαιευόμενη προθυμία πληρωμής. Έτσι η προθυμία πληρωμής WTP του κάθε ατόμου, εκφράζεται σαν συνάρτηση μιας σειράς ανεξάρτητων μεταβλητών. Δηλαδή αποτελεί συνάρτηση ενός σετ μεταβλητών για τα δημογραφικά

χαρακτηριστικά του δείγματος, μίας ακόμη γκάμας μεταβλητών που υπολογίζουν την υποθετική μεροληψία, την βεβαιότητα των ερωτώμενων ως προς τις απαντήσεις τους και την κοινωνική επιθυμητότητα του δείγματος μας. Ως εξαρτημένη μεταβλητή θέτουμε το διάστημα της δηλούμενης προθυμίας πληρωμής, όπως αυτή προκύπτει από την μέθοδο του μονού ορίου που χρησιμοποιήσαμε για την εκμαίευση της προθυμίας πληρωμής στο ερωτηματολόγιο. Για την οικονομετρική εκτίμηση χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της παλινδρόμησης διαστημάτων (Interval Regression Model) που λαμβάνει υπόψη της το γεγονός ότι τα καταγραμμένα δεδομένα είναι σε μορφή διαστημάτων.

Κατά αυτόν τον τρόπο το οικονομετρικό μας υπόδειγμα παίρνει την παρακάτω μορφή:

$$wtp = a_0 + a_1type + a_2sds + a_3age + a_4gender + a_5educ_2 + a_6educ_3 + a_7educ_4 + a_8price_2 + a_9price_3 + a_{10}price_4 + a_{11}income_2 + a_{12}income_3 + a_{13}income_4 + a_{14}purchfreq_2 + a_{15}purchfreq_3 + a_{16}purchfreq_3 + a_{17}purchfreq_4 + a_{18}purchfreq_5 + a_{19}hbiasown_2 + a_{20}hbiawown_3 + a_{21}hbiasown_4 + a_{22}hbiawown_5 + a_{23}type + a_{24}certainty + a_{25}hsize + u$$

Η εκτίμηση της παραπάνω συνάρτησης προθυμίας πληρωμής ανέδειξε κάποια ενδιαφέροντα στοιχεία σχετικά με τους παράγοντες που συνθέτουν τη ζήτηση για φράουλες με ετικέτα δίκαιων συνθηκών εργασίας και που επηρεάζουν το επιπλέον ποσό που είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο καταναλωτής σε σχέση με το συμβατικό προϊόν. Αναλυτικά τα αποτελέσματα της οικονομετρικής ανάλυσης παραθέτονται παρακάτω στον Πίνακα 4.

Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος μας παρουσιάζονται αρκετές διαφορές ως προς την επίδραση που έχουν στην προθυμία πληρωμής. Το φύλο των ερωτηθέντων (*gender*) είναι μία μεταβλητή στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha=5\%$. Οι άνδρες φαίνονται να μην είναι τόσο ευαισθητοποιημένοι για αγαθά πιστοποιημένα με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας, μίας και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 82 λεπτά λιγότερα από τις γυναίκες, για τέτοιου είδους προϊόντα. Οι άνδρες παρουσιάζονται να έχουν μέση προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής 82,6 λεπτά, σε αντίθεση με τις γυναίκες που η μέση προθυμία πληρωμής τους είναι 154,3 λεπτά. Ως προς την ηλικία φαίνεται ότι

καθώς αυξάνεται η ηλικία των ερωτώμενων κατά 1 χρόνο μειώνεται η προθυμία πληρωμής τους κατά 0,2 λεπτά. Η μεταβλητή της ηλικίας δεν είναι στατιστικά σημαντική ενώ και το μέγεθος του συντελεστή είναι αρκετά μικρό.

Η μεταβλητή *income*, που υποδηλώνει την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού, σχετίζεται αρνητικά με την προθυμία πληρωμής. Πιο συγκεκριμένα η καλή οικονομική κατάσταση σχετίζεται με χαμηλότερη προθυμία πληρωμής, αφού τα άτομα που δήλωσαν «καλή οικονομική κατάσταση» είχαν προθυμία πληρωμής χαμηλότερη κατά 55,7 λεπτά ενώ έχουν μέση προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής 94 λεπτά. Παρατηρούμε λοιπόν ότι όσο υψηλότερο είναι το εισόδημα, τόσο μικρότερη προθυμία πληρωμής έχουν, εξαιρουμένων όσων δήλωσαν ότι έχουν οικονομική κατάσταση πάνω από το μέτριο (με μέση προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής 148 λεπτά). Ο ρόλος των τιμών επηρεάζει αρνητικά την προθυμία πληρωμής. Δηλαδή, όσο πιο σημαντικές θεωρούν τις τιμές οι καταναλωτές τόσο μικρότερη προθυμία πληρωμής δήλωσαν. Αυτό είναι λογικό, αφού όσο σημαντικότερος είναι ο ρόλος των τιμών τόσο περισσότερο ευαισθητοποιημένοι θα είναι οι καταναλωτές. Ειδικότερα τα άτομα που θεωρούν ως «σημαντικό» το ρόλο των τιμών είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν 58,8 λεπτά λιγότερα.

Ένας ακόμη προσδιοριστικός παράγοντας είναι το επίπεδο εκπαίδευσης (*educ*). Τα αποτελέσματα της οικονομετρικής ανάλυσης έδειξαν ότι υπάρχει μία αρνητική συσχέτιση μεταξύ του επιπέδου εκπαίδευσης και της προθυμίας πληρωμής, αφού όσοι είναι *Πανεπιστημιακής εκπαίδευσης* είναι διατεθειμένοι να δώσουν λιγότερα επιπλέον χρήματα για φράουλες πιστοποιημένες με ΔΣΕ. Η μεταβλητή *type* έχει και αυτή μία αρνητική σχέση με την προθυμία πληρωμής μιας και ο ερωτώμενος στην μορφή WTP⁻ είναι διατεθειμένος να πληρώσει 2,6 λεπτά λιγότερα σε σχέση με την μορφή WTP⁺. Η μεταβλητή όμως δεν είναι στατιστικά σημαντική. Άρα συμπεραίνουμε ότι, τουλάχιστον για το δείγμα μας, ο τρόπος έκφρασης της ερώτησης προθυμίας πληρωμής (WTP⁺ ή WTP⁻) δεν έπαιξε κανένα ρόλο στην δηλούμενη προθυμία πληρωμής. Τέλος στα δημογραφικά χαρακτηριστικά μας ανήκει και το μέγεθος του νοικοκυριού *hsize*, που δείχνει ότι όσο αυξάνεται το μέγεθος του νοικοκυριού κατά ένα άτομο μειώνεται το επιπλέον ποσό που είναι διατεθειμένος να πληρώσει ένας καταναλωτής κατά 7,8 λεπτά.

Πέραν των δημογραφικών μεταβλητών, στο οικονομετρικό υπόδειγμα περιελήφθησαν μια σειρά ποιοτικών μεταβλητών που μετρούν τις καταναλωτικές αντιλήψεις καθώς και το πόσο κοινωνικά επιθυμητός δείχνει ο ερωτώμενος. Σε αυτή την γκάμα μεταβλητών υπεισέρχεται η συχνότητα με την οποία αγοράζουν οι καταναλωτές φράουλες, και δείχνει τη θετική συσχέτιση μεταξύ εκείνων που αγοράζουν φράουλες «2 έως 3 φορές την εβδομάδα» και της προθυμίας πληρωμής. Πράγματι οι ερωτώμενοι, οι οποίοι ανήκουν στη συγκεκριμένη κατηγορία, είναι πρόθυμοι να πληρώσουν 13,6 λεπτά επιπλέον για φράουλες με τη συγκεκριμένη πιστοποίηση. Η προθυμία πληρωμής των καταναλωτών, αναφορικά με τις μεταβλητές *hbiasown*, παίρνει μία μορφή ανεστραμμένου U, δηλαδή άτομα τα οποία δήλωσαν σαν πιθανότητα να υπερέβαλλαν στις απαντήσεις τους «λίγο πιθανό» και «εξαιρετικά πιθανό» έχουν θετικό πρόσημο (δηλαδή δηλώνουν μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής). Αντιθέτως, άτομα που βρίσκονται στις ενδιάμεσες κατηγορίες, δηλώνουν ότι θα δαπανούσαν ένα μικρότερο επιπλέον ποσό για φράουλες Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας.

Από τους συντελεστές των μεταβλητών *certainty*, προκύπτει ότι όσο πιο σίγουροι ήταν οι καταναλωτές για τις απαντήσεις τους στην ερώτηση προθυμίας πληρωμής τόσο πιο διατεθειμένοι θα ήταν να πληρώσουν ένα μεγαλύτερο επιπλέον ποσό. Η τελευταία μεταβλητή του υποδείγματος μας, η *sds*, έχει θετικό πρόσημο και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο 5%. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι μία μεταβολή στην κλίμακα κατά μία μονάδα, οδηγεί την προθυμία πληρωμής να αυξηθεί κατά 13,6 λεπτά. Με άλλα λόγια, ένα άτομο που έχει σκορ 15, έχει 68 λεπτά μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής από ένα άτομο με σκορ 10.

Πίνακας 4. Αποτελέσματα παλινδρόμησης για φράουλες με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας

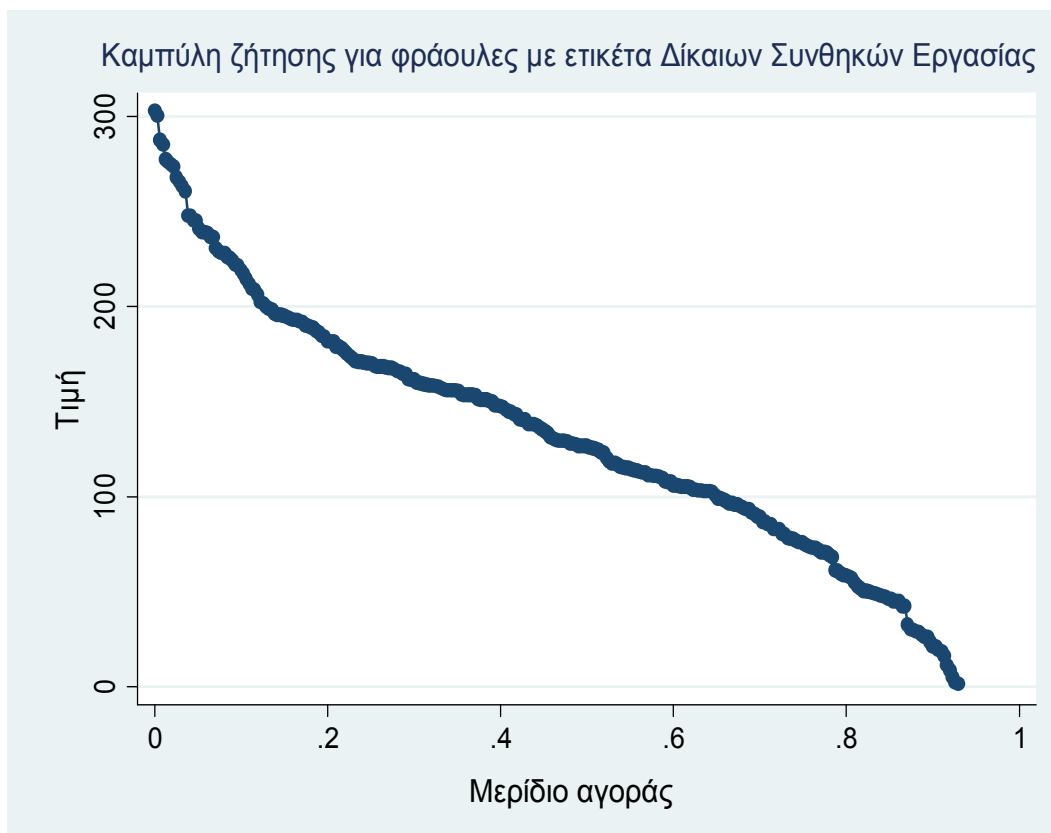
	<i>Coef</i>	<i>Std. Err</i>	<i>z</i>	<i>P>z</i>
<i>type</i>	-2.595	13.269	-0.200	0.845
<i>sds</i>	13.659	6.817	2.000	0.045
<i>age</i>	-0.289	1.047	-0.280	0.782
<i>gender</i>	-82.241	38.171	-2.150	0.031
<i>educ₂</i>	-35.060	49.498	-0.710	0.479
<i>educ₃</i>	-13.887	50.640	-0.270	0.784

<i>educ</i> ₄	-39.515	49.669	-0.800	0.426
<i>hsize</i>	-7.839	11.135	-0.700	0.481
<i>price</i> ₂	-7.434	56.486	-0.130	0.895
<i>price</i> ₃	-58.838	58.278	-1.010	0.312
<i>price</i> ₄	-29.781	54.662	-0.540	0.586
<i>income</i> ₂	-31.323	35.829	-0.870	0.382
<i>income</i> ₃	-5.599	41.664	-0.130	0.893
<i>income</i> ₄	-56.221	47.110	-1.190	0.233
<i>purchasefreq</i> ₂	-4.455	44.578	-0.100	0.920
<i>Purchasefreq</i> ₃	-39.559	48.435	-0.820	0.414
<i>Purchasefreq</i> ₄	-48.021	46.515	-1.030	0.302
<i>purchasefreq</i> ₅	13.628	59.105	0.230	0.818
<i>hbiasown</i> ₂	1.584	26.183	0.060	0.955
<i>hbiasown</i> ₃	-27.172	37.729	-0.720	0.471
<i>hbiasown</i> ₄	-75.355	74.350	-0.970	0.330
<i>hbiasown</i> ₅	5.150	64.814	0.080	0.937
<i>certainty</i>	12.726	8.528	1.490	0.136
<i>Constant</i>	62.756	131.054	0.480	0.632

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν, η προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής κυμαίνεται μεταξύ -50,2 λεπτών έως 302,9 λεπτών του ευρώ, ενώ το ύψος της μέσης προθυμίας πληρωμής ανέρχεται σε 133,9 λεπτά του ευρώ. Το αρνητικό πρόσημο της προθυμίας πληρωμής για το 6% του δείγματος μας, υποδηλώνει ότι κάποιοι καταναλωτές δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα επιπλέον ποσό για το συγκεκριμένο προϊόν και ότι θα το αγόραζαν μόνο με έκπτωση ως προς τις συμβατικές φράουλες.

5. Εξαγωγή Καμπύλης Ζήτησης

Έπειτα από την οικονομετρική ανάλυση είμαστε σε θέση να απεικονίσουμε διαγραμματικά την καμπύλη ζήτησης για ένα κεσεδάκι με φράουλες μισού κιλού, στη συσκευασία του οποίου υπάρχει ετικέτα που διασφαλίζει ότι το προϊόν παράχθηκε με δίκαιες συνθήκες εργασίας (το επιπλέον ποσό από την τιμή των συμβατικών φραουλών). Η εξαγωγή της καμπύλης ζήτησης γίνεται με την υπόθεση ότι αναφερόμαστε στην αγορά μίας μονάδας προϊόντος ανά καταναλωτή. Για να κατασκευάσουμε το διάγραμμα του γραφήματος 7 χρησιμοποιούμε την προβλεπόμενη προθυμία πληρωμής όπως προκύπτει από το εκτιμημένο μας υπόδειγμα.



Γράφημα 7. Καμπύλη ζήτησης για φράουλες μισού κιλού με ετικέτα Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας (απεικονίζεται το επιπλέον ποσό από την τιμή των συμβατικών φραουλών)

6. Συμπεράσματα

Η παρούσα έρευνα ανέδειξε πολύ ενδιαφέροντα στοιχεία για ένα ζήτημα μείζονος σημασίας, όπως είναι οι συνθήκες εργασίας των εργατών στον αγροτικό τομέα. Την πλειονότητα των εργαζομένων σε αγροτικές εκμεταλλεύσεις αποτελούν μη νόμιμοι μετανάστες, οι οποίοι δεν λαμβάνουν τις νόμιμες αποδοχές, δεν έχουν ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και δεν τους εξασφαλίζονται σωστές συνθήκες υγιεινής στον χώρο εργασίας. Αφορμόμενοι λοιπόν της υπάρχουσας κατάστασης στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις εξετάσαμε εάν η ελληνική αγορά είναι πρόθυμη να στηρίξει προϊόντα που διασφαλίζουν ότι έχουν παραχθεί με δίκαιες συνθήκες εργασίας, όπως στην προκειμένη περίπτωση είναι οι φράουλες με τη συγκεκριμένη ετικέτα.

Το καταναλωτικό κοινό ήταν ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο με αυτό το ηθικό ζήτημα μιας και έδειξε πρόθυμο να στηρίξει την αγορά φραουλών με αυτή την πιστοποίηση. Η ετικέτα φαίνεται να παρότρυνε τον καταναλωτή να αποτιμήσει περισσότερο το συγκεκριμένο προϊόν, αφού το επιπλέον ποσό που ήταν διατεθειμένος να πληρώσει, ήταν κατά μέσο όρο 133,9 λεπτά του ευρώ. Τα αποτελέσματα αυτά είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά για την ελληνική αγορά, τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για το εργατικό δυναμικό που απασχολείται σε αυτές λόγω της ισχύουσας κατάστασης στην ελληνική οικονομία. Ακόμη μέσω της υιοθέτησης της ετικέτας Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας, η οποία είναι ιδιαίτερα καινοτόμα και δεν υπάρχει στην ελληνική αγορά, από μία επιχείρηση μπορεί να επιτευχθεί μία τοποθέτηση τέτοιο που θα την κάνει να ξεχωρίζει τόσο ανάμεσα από ανταγωνιστικές εταιρίες του κλάδου όσο και στο μυαλό του καταναλωτή.

Σε ένα ακόμη μεθοδολογικό συμπέρασμα που καταλήξαμε είναι ότι η εκμαιευόμενη προθυμία πληρωμής μέσω των μεθόδων WTP⁺ και WTP⁻ δεν διέφερε σχεδόν

καθόλου. Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι ο τρόπος έκφρασης της προθυμίας πληρωμής δεν επηρέασε το επιπλέον ποσό που ήταν διατεθειμένος ο καταναλωτής να πληρώσει για πιστοποιημένες φράουλες Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας.

7. Αναφορές

Ελληνικές:

Δεμέτης, Χ. (2013). Διαθέσιμο στο:

http://news247.gr/eidiseis/koinonia/paragwgoi_fraoylas_manwladas_ta_mme_mas_sy_kofantoun_sthrizomena_se_memonwmeno_alla_katakriteo_peristatiko.2217032.html

Κασίμης, Χ. και Παπαδόπουλος (2012). Μετανάστες στην Ελλάδα, Απασχόληση και ένταξη στις τοπικές κοινωνίες. Εκδόσεις Αλεξάνδρεια.

Ξένες:

Basu, A.K. and Hicks, R.L. (2008). Label Performance and the Willingness to Pay for Fair Trade Coffee: A Cross-National Perspective. *International Journal of Consumer Studies*, 32(5): 470–478.

Bowden, C., Lamm, A., Carter, H., Irani, T., Galindo, S. (2012) Reconciling Immigration and Agricultural Labor Concerns for a Sustainable State Economy. Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida report WC132.

Bulte, E., S. Gerking, J.A. List, and A. de Zeeuw., (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

de Pelsmacker, P., Driesen, L. and Rayp, G. (2005) Do Consumers Care about Ethics? Willingness to Pay for Fair-Trade Coffee, *Journal of Consumer Affairs*, 39(2): 363-385.

Didier, T. and Lucie, S. (2008) Measuring consumer's willingness to pay for organic and fair trade products, *International Journal of Consumer Studies*, 32(5): 479-490.

Ecolabel Index, 2013 Διαθέσιμο στο: <http://www.ecolabelindex.com/ecolabel/fair-labor-practices-and-community-benefits>

Fair Labor Association, 2012 Διαθέσιμο στο: <http://www.fairlabor.org/>

Hines, C. and Ames, A. (2000) Ethical Consumerism. *A Research Study Conducted for the Co-operative Bank by MORI. London: MORI*

Hingorani, (2012). Food Justice Label: A promising model for domestic Fair Trade. Διαθέσιμο στο: <http://www.foodfirst.org/en/food+justice+label>

Howard, P.H. and Allen, P. (2008) Consumer willingness to pay for domestic "fair trade": Evidence from the United States. *Renewable Agricultural and Food Systems*, 23(3): 235-242.

MacGillivray, A. (2000) The Fair Share: The Growing Market Share of Green and Ethical Products. *London: New Economics Foundation.*

Mahe, T. (2010) Are Stated Preferences Confirmed by Purchasing Behaviours? The Case of Fair Trade-Certified Bananas in Switzerland. *Journal of Business Ethics*, 92: 301–315.

Mediamark Research and Intelligence, (2009). Despite decades of gains in the workforce, women still the predominant household shoppers. Διαθέσιμο στο: http://www.gfkmri.com/PDF/MRIPR_111209_HouseholdShoppers.pdf

MORI, (2000) European Attitudes towards Corporate Social Responsibility. *Research for CSR Europe. London: MORI.*

Palma Torres, A. and De Sousa-Santos, F. (2006) Le Commerce équitable en France: Point de situation sur les flux économiques générés en 2004, Technical report, étude commandée par le ministère des Affaires étrangères auprès du cabinet Altermia Consulting, Mars.

Pronin, E., (2007). Perception and misperception of bias in human judgment. . *Trends in Cognitive Sciences*, 11 (1), 37-43.

Ruark, E.A. (2011). Illegal Immigration and Agribusiness. Federation for American Immigration Reform. Διαθέσιμο στο: http://fair.thinkrootshq.com/docs/agribusiness_rev.pdf

Stöber, J., (2001). The Social Desirability Scale-17 (SDS-17): Convergent validity, discriminant validity, and relationship with age. *European Journal of Psychological Assessment*. 17: 222-232.

The World Fair Trade Organization, (2013). Διαθέσιμο στο: http://www.wfto.com/index.php?option=com_content&task=view&id=890&Itemid=292

Twilight Greenaway, (2008). Fair Trade at Home Διαθέσιμο στο: http://www.culinate.com/articles/features/domestic_fair_trade

Vossler, C.A., and S.B. Watson., (2013). Understanding the consequences of consequentiality: Testing the validity of stated preferences in the field. *Journal of Economic Behavior & Organization*. 86: 137– 147.

Yang, S.H., Hu, W., Mupandawana, M. and Liu, Y. (2012) Consumer Willingness to Pay for Fair Trade Coffee: A Chinese Case Study. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 44(1): 21-34.

8. Παράρτημα 1: Ερωτηματολόγιο

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS
DEPARTMENT OF AGRICULTURAL
ECONOMICS AND RURAL DEVELOPMENT

Ημ/νία: _____

Ωρα έναρξης ερωτηματολογίου: _____ :

Περιοχή: _____

1. Είστε εσείς αυτός που συνήθως ψωνίζει τρόφιμα για το νοικοκυριό σας; Ναι Όχι

2. Γνωρίζετε τι είναι η ετικέτα **Δίκαιων Συνθηκών εργασίας**; Ναι Όχι

Η ετικέτα **Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας** [δείξε φωτογρ.1] μπορεί να πιστοποιηθεί από διάφορους οργανισμούς όπως ο Fair Working Conditions.ie που είναι ένας μη-κερδοσκοπικός διεθνής οργανισμός και έχει ως σκοπό την αναγνώριση και βελτίωση των συνθηκών εργασίας. Μια τέτοια ετικέτα διασφαλίζει ότι το προϊόν παράγεται σε αγροτική επιχείρηση που τηρεί αυστηρά τις διατάξεις του Διεθνούς Οργανισμού Εργασίας (ΔΟΕ). Οι διατάξεις αυτές αφορούν τον μέγιστο αριθμό ωρών εργασίας ανά εβδομάδα, τις νόμιμες αποδοχές και τα εργατικά προνόμια με βάση τους νόμους του κράτους για τον κάθε τομέα δραστηριότητας καθώς και τις συνθήκες υγιεινής των εργαζομένων στο χώρο εργασίας. Επίσης, απαγορεύουν την παιδική εργασία και δεσμεύουν τους εργοδότες στην μη διάπραξη διακρίσεων στο χώρο εργασίας με βάση φυλετικά, εθνικά ή άλλα κριτήρια.

Σε λίγο θα ερωτηθείτε εάν είστε διατεθειμένος/η να πληρώσετε ένα συγκεκριμένο ποσό για να αγοράσετε φράουλες.

Η ερώτηση αυτή θα είναι υποθετική, δηλαδή δε θα χρειαστεί πράγματι να πληρώσετε. Γενικά οι άνθρωποι δυσκολεύονται να απαντήσουν υποθετικές ερωτήσεις. Συχνά δηλώνουν ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα μεγαλύτερο ποσό από ότι είναι στην πραγματικότητα.

Ένας λόγος που συμβαίνει αυτό είναι γιατί όταν έρθει η ώρα πράγματι να πληρώσουν, τότε σκέφτονται ότι τα χρήματα αυτά δε θα μπορούν να τα διαθέσουν για κάτι άλλο. Επομένως, όταν η ερώτηση είναι υποθετική, είναι πιο εύκολο να υπερβάλλουν στην απάντησή τους.

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

Θα θέλαμε να σας πληροφορήσουμε ότι τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας θα γίνουν διαθέσιμα στους παραγωγούς, εμπόρους και λιανέμπορους αγροτικών προϊόντων αλλά και στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Αυτό σημαίνει ότι η έρευνα αυτή μπορεί να επηρεάσει την απόφαση των παραγωγών, εμπόρων και λιανέμπορων για την υιοθέτηση της πιστοποίησης φραουλών με ετικέτα **Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας** και την μέση τιμή της φράουλας.

Σκεφτείτε τώρα ότι έχετε στην κατοχή σας ένα κεσεδάκι μισού κιλού με συμβατικές φράουλες [δείξε φωτογρ. 2].

Θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε _____€ έτσι ώστε να το ανταλλάξετε με ένα ίδιο κεσεδάκι φράουλες που είναι πιστοποιημένο με ετικέτα **δίκαιων συνθηκών εργασίας** [δείξε φωτογρ. 3];

Ναι Όχι

Σκεφτείτε τώρα ότι έχετε στην κατοχή σας ένα κεσεδάκι μισού κιλού με φράουλες που είναι πιστοποιημένο με ετικέτα **δίκαιων συνθηκών εργασίας** [δείξε φωτογρ. 3].

Θα ήσασταν διατεθειμένος/η να πληρώσετε _____€ έτσι ώστε να αποφύγετε την ανταλλαγή του με ένα ίδιο κεσεδάκι φράουλες που δεν έχει πιστοποίηση; [δείξε φωτογρ. 2].

Ναι Όχι

Με κλίμακα από το 1 έως το 10, όπου το 1 σημαίνει 1 '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

Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι οι απαντήσεις σας σε αυτή την έρευνα θα ληφθούν υπόψη από τους παραγωγούς, εμπόρους και λιανέμπορους;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5

Πιστεύετε ότι η παρούσα έρευνα συνεπάγεται υποχρέωση να πληρώσετε παραπάνω για φράουλες πιστοποιημένες με ετικέτα **Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας** εφόσον αυτές γίνουν διαθέσιμες; Ναι Όχι

3. Παρακαλώ σημειώστε εάν συμφωνείτε ή διαφωνείτε με κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις.

	Συμφωνώ	Διαφωνώ
Μερικές φορές ρυπαίνω το περιβάλλον σκορπίζοντας σκουπίδια	1	2
Παραδέχομαι πάντα ανοιχτά τα λάθη μου και είμαι έτοιμος να αντιμετωπίσω τις αρνητικές συνέπειες που αυτά συνεπάγονται	1	2
Στην κίνηση, διατηρώ πάντα την ψυχραιμία μου και είμαι ευγενικός-ή με τους γύρω μου	1	2
Δέχομαι πάντα τις απόψεις των άλλων, ακόμα και όταν δε συμφωνούν με τη δική μου	1	2
Όταν δεν έχω καλή διάθεση συνηθίζω να ξεσπάω πάνω σε άλλους	1	2
Έχει τύχει να εκμεταλλευτώ κάποιον άλλον προς δικό μου όφελος	1	2
Σε συζητήσεις ακούω πάντα με προσοχή τι λένε οι άλλοι και τους αφήνω να ολοκληρώνουν τη σκέψη τους	1	2
Ποτέ δε διστάζω να βοηθήσω κάποιον σε περίπτωση ανάγκης	1	2
Τηρώ πάντα τις υποσχέσεις μου	1	2
Έχει τύχει να μιλήσω άσχημα για κάποιον πίσω από την πλάτη του	1	2
Δε θα ζούσα ποτέ εις βάρος κάποιου άλλου	1	2
Είμαι πάντα φιλικός-ή και ευγενικός-ή με τους γύρω μου, ακόμα και όταν η διάθεση μου δεν είναι καλή	1	2
Σε μια διαφωνία, προσπαθώ να είμαι αντικειμενικός-ή και να στηρίζω όσα λέω με επιχειρήματα	1	2
Έχει τύχει τουλάχιστον μία φορά να δανειστώ ένα αντικείμενο και να μην το επιστρέψω	1	2
Ακολουθώ πάντα υγιεινή διατροφή	1	2
Μερικές φορές, ο μόνος λόγος για τον οποίο βοηθάω τους γύρω μου, είναι επειδή περιμένω κάτι σαν αντάλλαγμα από αυτούς	1	2

4. Παρακαλώ σημειώστε πόσο πιθανό θεωρείτε καθένα από τα παρακάτω ενδεχόμενα.

	Καθόλου πιθανό	Λίγο πιθανό	Ούτε πιθανό, ούτε απίθανο	Πιθανό	Εξαιρετικά πιθανό
Οι άνθρωποι τείνουν να υπερβάλλουν τις απαντήσεις τους σε υποθετικές ερωτήσεις που δεν υπάρχει πραγματική οικονομική θυσία (ανταλλαγή χρημάτων και προϊόντων). Πόσο πιθανό πιστεύετε ότι είναι αυτό να συμβεί στην παρούσα έρευνα από μέρος σας;	1	2	3	4	5
Πόσο πιθανό πιστεύετε ότι είναι να το κάνουν αυτό άλλοι καταναλωτές που θα απαντήσουν στην παρούσα έρευνα;	1	2	3	4	5

5. Με κλίμακα από το 0 έως το 10, όπου το 0 δηλώνει την αριστερή πολιτική ιδεολογία και το 10 την δεξιά, σε ποια κλίμακα θα τοποθετούσατε τον εαυτό σας ιδεολογικά;

Αριστερά										Δεξιά
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. Παρακαλώ σημειώστε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την πρόταση: Το να αγοράζω φράουλες πιστοποιημένες με ετικέτα **Δίκαιων Συνθηκών Εργασίας** είναι το πρέπον.

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

7. Πόσο συχνά αγοράζετε φράουλες (δεδομένου ότι είναι διαθέσιμες στην αγορά);

Καθόλου	Μια φορά το μήνα	2-3 φορές το μήνα	1 φορά την εβδομάδα	2-3 φορές την εβδομάδα	Πιο συχνά από 2-3 φορές την εβδομάδα
1	2	3	4	5	6

8. Πόσο σημαντικό θεωρείτε τον ρόλο των τιμών στις αποφάσεις σας όταν ψωνίζετε τρόφιμα;

Καθόλου σημαντικές	Λίγο σημαντικές	Μέτρια σημαντικές	Σημαντικές	Πολύ σημαντικές
1	2	3	4	5

9. Ποια είναι η ηλικία σας; _____

10. Ποιο είναι το φύλο σας;

Ανδρας Γυναίκα

11. Ποιο είναι το επίπεδο σπουδών σας;

Μέχρι δημοτικό	Γυμνάσιο	Λύκειο ή εξατάξιο γυμνάσιο	Απόφοιτος ΙΕΚ ή φοιτητής	Πανεπιστήμιο ή ΑΤΕΙ	Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό
1	2	3	4	5	6

12. Πόσα μέλη έχει η οικογένεια σας εκτός από εσάς; _____

Μέλος	Φύλο	Ηλικία
1 ^ο	A <input type="checkbox"/> Γ <input type="checkbox"/>	
2 ^ο	A <input type="checkbox"/> Γ <input type="checkbox"/>	
3 ^ο	A <input type="checkbox"/> Γ <input type="checkbox"/>	
4 ^ο	A <input type="checkbox"/> Γ <input type="checkbox"/>	
5 ^ο	A <input type="checkbox"/> Γ <input type="checkbox"/>	

13. Ποιο από τα παρακάτω αντιστοιχεί καλύτερα στην οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας;

Πολύ κακή	Κακή	Κάτω από το μέτριο	Μέτρια	Πάνω από το μέτριο	Καλή	Πολύ καλή
1	2	3	4	5	6	7

Ωρα συμπλήρωσης ερωτηματολογίου: _____ : _____

9. Παράρτημα 2: Φωτογραφίες Προϊόντων



Φωτογρ. 1



Φωτογρ. 2



Φωτογρ. 3