



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ, ΑΛΙΕΙΑΣ &  
ΥΔΑΤΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Καταναλωτικές προτιμήσεις ξενικών ειδών**

**Βασίλειος Μηνασίδης (Α.Μ. 12355)**

**Επιβλέπων: Γ. Κατσέλης (Καθηγητής)**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2021**

## ΜΕΛΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Γεώργιος Κατσέλης<sup>1,2</sup>, Καθηγητής Τμήματος ΖΠΑΥ, Πανεπιστήμιο Πατρών

Χαράλαμπος Γναρδέλλης<sup>2</sup>, Καθηγητής Τμήματος ΖΠΑΥ, Πανεπιστήμιο Πατρών

Ιωάννης Θεοδώρου<sup>2</sup>, Επίκουρος Καθηγητής Τμήματος ΖΠΑΥ, Πανεπιστήμιο Πατρών

---

<sup>1</sup>Επιβλέπων Καθηγητής

<sup>2</sup>Μέλη της εξεταστικής επιτροπής

**Αναφορά:** Μηνασίδης Β., 2021. *Καταναλωτικές προτιμήσεις ξενικών ειδών*. Πτυχιακή Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Ζωικής Παραγωγής, Αλιείας & Υδατοκαλλιεργειών, 36 σελ.

---

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

<b>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Κατανάλωση αλιευμάτων .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Κατανάλωση βρώσιμων ξενικών θαλάσσιων ειδών.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Σκοπός της εργασίας .....</b>	<b>6</b>
<b>2. ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ .....</b>	<b>8</b>
<b>3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>10</b>
<b>3.1. Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων .....</b>	<b>10</b>
<b>3.2. Συνήθειες κατανάλωσης ψαριών .....</b>	<b>11</b>
<b>3.3. Αντίληψη για τα ξενικά είδη .....</b>	<b>17</b>
<b>4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ .....</b>	<b>32</b>
<b>5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>36</b>
<b>Περίληψη .....</b>	<b>39</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>40</b>
<b>Παράρτημα .....</b>	<b>41</b>

# 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

---

## 1.1. Κατανάλωση αλιευμάτων

Με τον όρο «αλιεύματα» δεν εννοούμε αποκλειστικά και μόνο τα προϊόντα της «αλιείας» (π.χ. ψάρια, μαλάκια, καρκινοειδή κ.ά.), αλλά γενικότερα τα προϊόντα τα οποία προέρχονται από το υδάτινο περιβάλλον (θαλασσινό και γλυκό νερό). Τα αλιεύματα αποτελούν μια πλούσια πηγή πρωτεϊνών, βιταμινών, ιχνοστοιχείων και κυρίως ω-3 πολυακόρεστων λιπαρών οξέων και προσφέρουν οφέλη στην ψυχική και σωματική υγεία των καταναλωτών (Ruxton 2011, Abdul 2021).

Η παγκόσμια αλιευτική παραγωγή έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες χάρις την αλματώδη πρόοδο της αλιευτικής τεχνολογίας σε συνδυασμό με την αύξηση της αλιευτικής προσπάθειας (Watson et al., 2013). Η συνολική παγκόσμια αλιευτική παραγωγή αυξήθηκε από 8 εκατομμύρια τόνους ετησίως τη δεκαετία του 1900 (Sahrage & Lundbeck 1992) σε 120 εκατομμύρια τόνους ετησίως με εμφανή πτωτική τάση τα τελευταία χρόνια (Pauly & Zeller 2016). Τα στοιχεία αυτά, μπορούν να συσχετιστούν με τις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες σίτισης σε αλιευτικά προϊόντα του διευρυνόμενου παγκόσμιου πληθυσμού, σε ένα ευρύτερο πλαίσιο υπερεκμετάλλευσης ή/και εξάντλησης των φυσικών και βιολογικών πόρων του πλανήτη.

Στον ελλαδικό χώρο, από την αρχαιότητα, η αλιεία διαδραμάτιζε μια από τις σημαντικότερες δραστηριότητες των κατοίκων τόσο των παράκτιων περιοχών όσο και των περιοχών που διαβρέχονται από εσωτερικά νερά. Τα αλιεύματα αποτέλεσαν και συνεχίζουν να αποτελούν μια παραδοσιακή πηγή τροφής στη διαίτα των Ελλήνων (FAO, 2002). Ταυτόχρονα, η είσοδος μεγάλων μονάδων διάθεσης καταναλωτικών προϊόντων στην Ελληνική αγορά, διαμορφώνει και παρασύρει τις καταναλωτικές συνήθειες προς νέα καταναλωτικά πρότυπα (FAO, 2002). Έτσι, αναφορικά με τα αλιευτικά προϊόντα, παρατηρούνται νέες απαιτήσεις για νέους τρόπους διάθεσης, ειδικούς τύπους συσκευασίας, προτιμήσεις συγκεκριμένου τύπου ψαριών, κ.ά. (Παπανικολάου 1998). Στο πλαίσιο αυτό, ο καταναλωτής αποτελεί σημαντικό κρίκο μεταξύ προσφοράς και ζήτησης και η γνώση των προτιμήσεών του μπορεί να συμβάλλει καταλυτικά στη βελτίωση των όρων διάθεσης των ψαριών ελεύθερης αλιείας αλλά και στην προώθηση νέων αλιευτικών προϊόντων στην ελληνική αγορά.

## **1.2. Κατανάλωση βρώσιμων ξενικών θαλάσσιων ειδών**

Τα τελευταία χρόνια, η Μεσόγειος Θάλασσα αντιμετωπίζει το φαινόμενο της εισβολής αλλόχθονων (ξενικών) ειδών στα νερά της, καταγράφοντας έως σήμερα περίπου 1000 τέτοια θαλάσσια είδη (Zenetos 2019). Στην Ελλάδα διαβιούν περισσότερα από 210 ξενικά είδη (Zenetos et al., 2020). Ορισμένα από αυτά αποτελούν μεγάλο πρόβλημα για τα θαλάσσια οικοσυστήματα, την τοπική οικονομία αλλά και την ανθρώπινη υγεία, καθώς καταλαμβάνουν οικολογικούς θώκους (Korsu et al. 2012), εμπλέκονται στην τροφική αλυσίδα επηρεάζουν τους πληθυσμούς των αυτόχθονων ειδών, και ορισμένα είναι τοξικά για την υγεία (λαγοκέφαλος: *Lagocephalus sceleratus*) (Κατίκου και συν. 2007). Για παράδειγμα το λεοντόψαρο (*Pterois miles*), το οποίο εισήλθε για πρώτη φορά από την Ερυθρά στη Μεσόγειο Θάλασσα μέσω της Διώρυγας του Σουέζ το 1992 (Golani & Sonin, 1992), έχει αποδειχθεί ότι μπορεί να διαταράξει σημαντικά τα τοπικά θαλάσσια ενδιαιτήματα, τα οποία

εποικίζει με ταχύτατους ρυθμούς (Sanva et al., 2020). Από την άλλη, οι λαγοκέφαλοι (*Lagocephalus spp.*), που επίσης έχουν περάσει από την Ερυθρά στη Μεσόγειο θάλασσα μέσω της διώρυγας του Σουέζ, είναι τοξικά είδη ψαριών που περιέχουν στη σάρκα τους τετροδοτοξίνη. Η ουσία αυτή καθιστά το ψάρι μη βρώσιμο και εάν καταναλωθεί, προκαλεί μυϊκή παράλυση και άλλα προβλήματα στην ανθρώπινη υγεία (Cohen et al., 2009). Οι λαγοκέφαλοι προκαλούν, επίσης, σημαντικές ζημιές στα αλιευτικά εργαλεία (Naik, 1998), δυσχεραίνοντας την αλιευτική δραστηριότητα στις περιοχές όπου εγκαθίστανται.

Για την αντιμετώπιση των ξενικών ειδών, η Ευρωπαϊκή Ένωση (αλλά και τα Ηνωμένα Έθνη) έχει δημοσιεύσει μια σειρά οδηγιών, νομοθεσιών αλλά και πρωτοβουλιών προς την κατεύθυνση αυτή. Ακόμη, οι επιστήμονες έχουν προτείνει τη γαστρονομία βρώσιμων ξενικών θαλάσσιων ειδών ως ένα από τα μέτρα για την αντιμετώπιση της εξάπλωσής τους στις ελληνικές θάλασσες. Το 2019 στην Ελλάδα, αναπτύχθηκε η καμπάνια «Φά' το πριν τα φάει». Πρόκειται για μια πρωτοβουλία της περιβαλλοντικής οργάνωσης iSea και του Cyclades Preservation Fund, που με τη βοήθεια έμπειρων Chefs επιχειρεί να προωθήσει την κατανάλωση βρώσιμων θαλάσσιων ξενικών ειδών, ενώ παράλληλα στοχεύει στην ενημέρωση και ευαισθητοποίηση των πολιτών αναφορικά με τα ξενικά είδη των Ελληνικών θαλασσών.

### **1.3. Σκοπός της εργασίας**

Η εργασία αυτή θα επικεντρωθεί στην αποτύπωση των καταναλωτικών προτιμήσεων σχετικά με την ενδεχόμενη αγορά και κατανάλωση βρώσιμων ξενικών θαλάσσιων ειδών για τους κατοίκους της Ελλάδας, ενώ παράλληλα, θα επιτευχθεί και η καταγραφή των καταναλωτικών συνηθειών αναφορικά με τη γενική κατανάλωση ψαριών. Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η συλλογή και η επεξεργασία αποτελεσμάτων που θα προέλθουν μέσω ερωτηματολογίων καθώς και η εξαγωγή συμπερασμάτων όσον αφορά στη

δεκτικότητα και στις προτιμήσεις των καταναλωτών σχετικά με την πιθανή αγορά και  
κατανάλωση βρώσιμων θαλάσσιων ξενικών ειδών.

## 2. ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ

---

Για τους σκοπούς της έρευνας συντάχθηκε ειδικό ερωτηματολόγιο με τη βοήθεια του λογισμικού διαχείρισης ερευνών της Google (Google Forms). Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο ([ηλεκτρονικός σύνδεσμος](#)) προωθήθηκε στους δυνητικούς συμμετέχοντες μέσω της συνδρομής των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) και συγκεκριμένα μέσω των διαδικτυακών πλατφορμών Facebook και Instagram. Η μέθοδος του ερωτηματολογίου ήταν η καταλληλότερη μέθοδος γι' αυτή την έρευνα, καθώς επιτρέπει την κοινοποίηση και την απόκτηση των πληροφοριών σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρία τμήματα που σχετίζονται με τις καταναλωτικές συνήθειες ψαριών και τις αντιλήψεις για τα ξενικά είδη και την ενδεχόμενη αγορά τους στην Ελλάδα. Ειδικότερα, το τμήμα Α αφορούσε στα δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, επίπεδο μόρφωσης. Το τμήμα Β αφορούσε σε ερωτήσεις σχετικά με τη γενική κατανάλωση ψαριών όπως συχνότητα, ποσότητα και σημείο αγοράς. Το τμήμα Γ εστιάζει σε ερωτήσεις που σχετίζονται με την αντίληψη αλλά και, ειδικότερα, με την αγορά και κατανάλωση των βρώσιμων θαλάσσιων ξενικών ειδών στην Ελλάδα. Στο σημείο αυτό διερευνάται εάν ο καταναλωτής γνωρίζει τί είναι τα ξενικά ψάρια, εάν αυτά έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία και στο θαλάσσιο περιβάλλον, καθώς και για το εάν πιστεύουν ότι η κατανάλωση ξενικών ειδών



μπορεί να αποτελέσει κίνδυνο για την υγεία τους. Ιδιαίτερη βαρύτητα δόθηκε στην ερώτηση Γ.11 η οποία αφορούσε σε 8 παράγοντες επιλογής στην ενδεχόμενη αγορά βρώσιμων ξενικών ειδών (βλ. παράρτημα). Στην ερώτηση αυτή, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν κάθε έναν από τους 8 παράγοντες με βάση τη σημαντικότητά του, σε τρία επίπεδα (πολύ σημαντικός, σημαντικός, ασήμαντος).

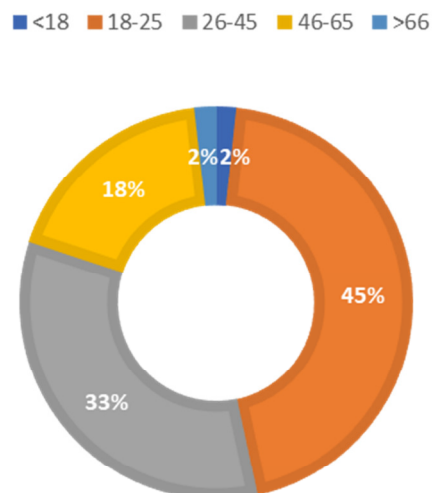
Η προώθηση του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε σε χρονικό πλαίσιο τεσσάρων μηνών (Αύγουστος – Νοέμβριος 2020). Κατά τη διαδικασία συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ζητήθηκε από το κοινό να απαντήσουν με ιδιαίτερη ειλικρίνεια και όχι αυθαίρετα υπογραμμίζοντας συγχρόνως την ανωνυμία των ερωτηματολογίων αλλά και για το γεγονός ότι οι απαντήσεις τους δεν θα αξιολογηθούν ως σωστές ή λανθασμένες.

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν αναλύθηκαν και αξιολογήθηκαν, στατιστικά, στη βάση ανεξάρτητων κατηγορικών μεταβλητών που αφορούσαν κοινωνικο-δημογραφικά κριτήρια ταξινόμησης, όπως το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση και το επίπεδο μόρφωσης. Εκτιμήθηκαν οι συχνότητες προτιμήσεων στο σύνολο του δείγματος και ανά επίπεδο των ανεξάρτητων μεταβλητών που προαναφέρθηκαν και για την παρουσίασή τους επιλέχθηκε η μέθοδος των πινάκων συνάφειας, αλλά και αυτή της διαγραμματικής παρουσίασης. Ταυτόχρονα, πραγματοποιήθηκαν στατιστικά τεστ (Likelihood-ratio  $\chi^2$ ) για να προσδιοριστεί η συσχέτιση δημογραφικών παραγόντων με τις απαντήσεις που αναφέρονται τόσο στη γενική κατανάλωση ψαριών, όσο και στη δυνητική κατανάλωση ξενικών ειδών. Όλες οι αναλύσεις έγιναν σε υπολογιστικό φύλλο Excel 2019 (Microsoft 365).

## 3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### 3.1. Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων

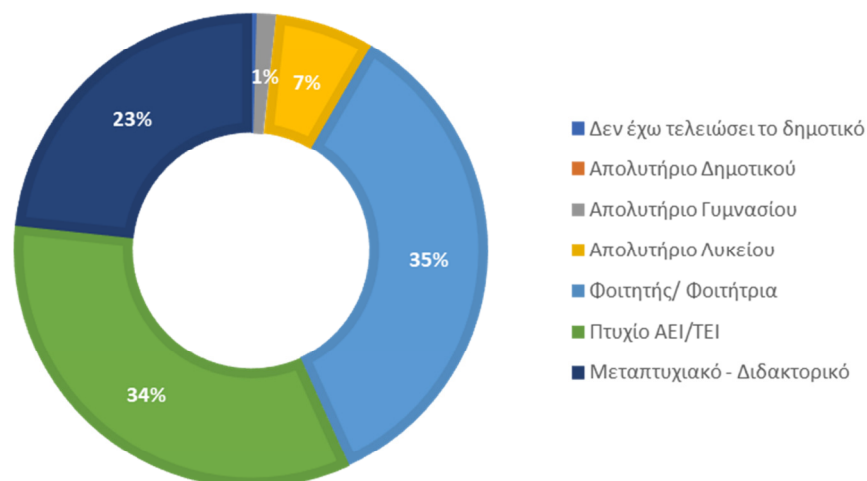
Το δείγμα της παρούσας εργασίας αποτελούνταν από 236 άτομα. Όλες οι απαντήσεις του ερωτηματολογίου συλλέχθηκαν από κατοίκους της Ελλάδας. Το 50% των συμμετεχόντων ήταν γυναίκες και το υπόλοιπο 50% άνδρες. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (45%) ήταν ηλικίας 18 – 25 ετών (εικόνα 1) και ακολουθούσε η ηλικιακή κλάση 26 – 45 ετών (33%) και 46 – 65 (18%), ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές κλάσεις



εμφανίστηκαν με αρκετά μικρότερα ποσοστά.

**Εικόνα 1.** Ποσοστιαία κατανομή της ηλικίας των συμμετεχόντων.

Περισσότεροι από το 1/3 των συμμετεχόντων (35%) ήταν φοιτητές-τριες (εικόνα 2). Ακολουθούσαν οι απόφοιτοι ΑΕΙ με ποσοστό 34%, οι κάτοχοι Μεταπτυχιακού – Διδακτορικού τίτλου σπουδών (23%) και οι απόφοιτοι λυκείου (7%). Οι υπόλοιπες εκπαιδευτικές βαθμίδες εμφανίστηκαν σε πολύ χαμηλά ποσοστά. Από το σύνολο των συμμετεχόντων, το 67% δήλωσε «Ανύπανδρος/η», το 28% «Έγγαμος/η» και το 5% «Διαζευγμένος/η».



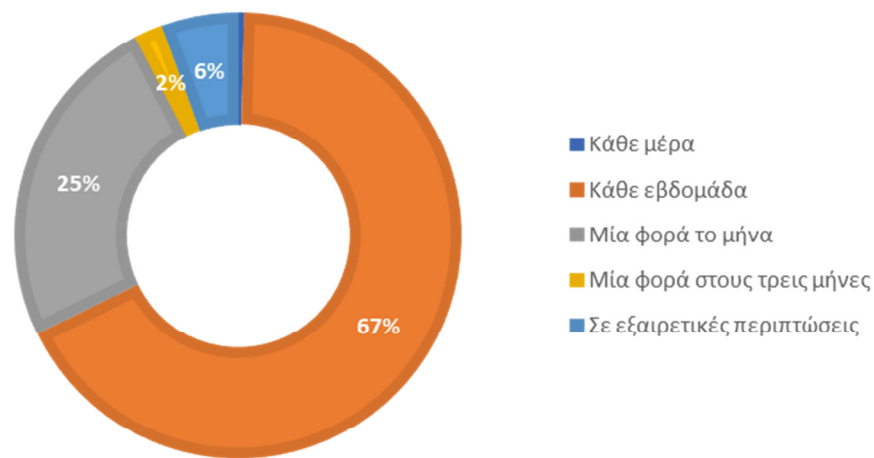
**Εικόνα 2.** Ποσοστιαία κατανομή των συμμετεχόντων με βάση το μορφωτικό επίπεδο.

### 3.2. Συνήθειες κατανάλωσης ψαριών

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (67%) σημείωσε ότι αγοράζει και καταναλώνει ψάρια κάθε εβδομάδα (Εικόνα 3, Πίνακας 1), ενώ το 25% των συμμετεχόντων ότι καταναλώνει ψάρια μία φορά το μήνα. Το 6% δήλωσε ότι καταναλώνει ψάρια σε εξαιρετικές περιπτώσεις, το 2% μία φορά στους τρεις μήνες, ενώ ένας (1) συμμετέχοντας απάντησε ότι αγοράζει και καταναλώνει ψάρια κάθε μέρα (Πίνακας 1). Ακόμα, το 41% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι σπάνια αγοράζει ο ίδιος τα ψάρια για την οικογένειά του, την ίδια στιγμή που το 33% δήλωσε ότι αγοράζει τα ψάρια για το γεύμα της οικογένειας (Εικόνα 4, Πίνακας 1). Το υπόλοιπο 26% των συμμετεχόντων αγοράζει ο ίδιος πάντοτε τα ψάρια για την οικογένειά του. Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (52%) αγοράζουν ψάρια από κάποιο παραδοσιακό ιχθυοπωλείο (Πίνακας 1). Το 22% των συμμετεχόντων αγοράζει ψάρια από το σούπερ μάρκετ και το 15% από τη λαϊκή αγορά. Οι υπόλοιπες πιθανές επιλογές σημείων πώλησης επιλέχθηκαν με αρκετά μικρότερη συχνότητα (Πίνακας 1). Αναφορικά με την ποσότητα των ψαριών που καταναλώνουν για ένα γεύμα της οικογένειάς τους, το 53% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι αγοράζει και καταναλώνει 1,5 – 2 κιλά ψάρια, το 41% ότι αγοράζει και καταναλώνει 1 κιλό ψάρια και μόλις το 6% ότι αγοράζει και καταναλώνει περισσότερα από 2,5 κιλά για ένα γεύμα. Το 53% των καταναλωτών προτιμούν να αγοράζουν καθαρισμένα τα ψάρια που θα καταναλώσουν, ενώ το 47% όχι.

Η ηλικία, η μόρφωση και η οικογενειακή κατάσταση διαφοροποιούν σημαντικά τις προτιμήσεις των καταναλωτών σε σχέση με τη συχνότητα αγοράς ( $P \leq 0,05$ ). Ειδικότερα, οι ανύπανδροι ή απόφοιτοι λυκείου ή οι ηλικίες άνω των 66 ετών καταναλώνουν σε μεγαλύτερη συχνότητα ψάρια μια φορά το μήνα (Πίνακας 2). Αντίθετα, η συχνότητα αγοράς ήταν ανεξάρτητη από το φύλο ( $P > 0,05$ ). Όσον αφορά στην ποσότητα αγοράς, αυτή ήταν ανεξάρτητη από το επίπεδο μόρφωσης, την οικογενειακή κατάσταση και το φύλο (Πίνακας 2:  $P > 0,05$ ), και η συμπεριφορά αυτή εξαρτάται σημαντικά από την ηλικία του καταναλωτή (Πίνακας 2:  $P \leq 0,05$ ). Ενδεικτικά, σημαντικά υψηλότερο ποσοστό ηλικιωμένων ατόμων (>

66%) αγοράζουν περισσότερο από 2,5 kg ψάρια για κάθε γεύμα της οικογένειας, σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό των ατόμων με ηλικία από 26 – 45 ετών (Πίνακας 2). Το σημείο πώλησης ψαριών ήταν ανεξάρτητο του φύλου, της ηλικίας, της οικογενειακής κατάστασης και του μορφωτικού επιπέδου (Πίνακας 2:  $P > 0,05$ ). Το ίδιο πρότυπο ακολουθούσε και η συμπεριφορά του καθαρισμού των ψαριών από τον καταναλωτή καθώς δεν επηρεάζεται σημαντικά από τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά (Πίνακας 2:  $P > 0,05$ ).

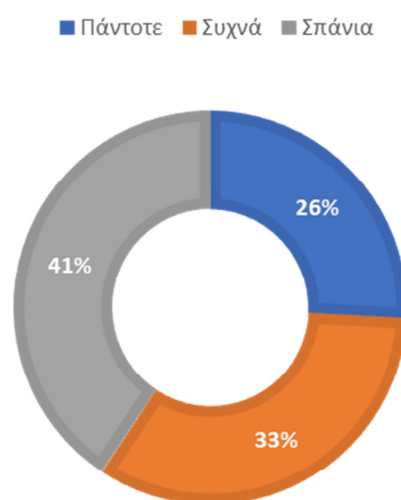


**Εικόνα 3.** Ποσοστιαία κατανομή των συμμετεχόντων με βάση τη συχνότητα αγοράς και κατανάλωσης ψαριών.

**Πίνακας 1.** Συχνότητα αγοράς, κατανάλωσης και επιλογής σημείου πώλησης ψαριών από τους συμμετέχοντες.

Συχνότητα αγοράς και κατανάλωσης ψαριών	Συχνότητα	Ποσοστό
Κάθε μέρα	1	0,0
Κάθε εβδομάδα	159	67,0
Μία φορά το μήνα	58	25,0
Μία φορά στους τρεις μήνες	5	2,0
Σε εξαιρετικές περιπτώσεις	13	6,0
<b>Αγορά ψαριών από τον ίδιο το συμμετέχοντα</b>		
Πάντοτε	61	26,0
Συχνά	79	33,0
Σπάνια	96	41,0
<b>Σημεία πώλησης ψαριών</b>		

Παραδοσιακό Ιχθυοπωλείο	123	52,0
Λαϊκή Αγορά	35	15,0
Κεντρική Αγορά Ψαριών	7	3,0
Σούπερ Μάρκετ	53	22,0
Τοπική Σκάλα	7	3,0
Πλανόδιοι Ιχθυοπωλητές	5	2,0
Άλλο	6	3,0



**Εικόνα 4.** Απάντηση στο ερώτημα «Αγοράζεται ο ίδιος τα ψάρια για την οικογένειά σας;»

Μεταβλητή	Ομάδες	Συχνότητα αγοράς						Ποσότητα αγοράς				Σημείο αγοράς								Καθαρισμός ψαριών		
		Κάθε μέρα	Κάθε εβδομάδα	Μία το μήνα	Μία στους τρεις μήνες	Σε εξαιρετικές περιπτώσεις	$\chi^2$ -test	Έως 1 kg	1,5-2 kg	2,5 kg & πάνω	$\chi^2$ -test	Παραδοσιακό Ιχθυοπωλείο	Λαϊκή Αγορά	Κεντρική Αγορά Ψαριών	Σούπερ Μάρκετ	Τοπική Σκόλα	Πλανόδιοι Ιχθυοπωλητές	Άλλο	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test
Φύλο	1	0,8	66,1	26,3	0,8	5,9	3,21	38,1	55,1	6,8	1,23	55,9	11,9	3,4	18,6	3,4	3,4	3,4	6,34	51,7	48,3	2,06
	2	0,0	68,6	22,9	3,4	5,1	NS	44,9	50,0	5,1	NS	48,3	17,8	2,5	26,3	2,5	0,8	1,7	NS	42,4	57,6	NS
Οικογεν/κή κατάσταση	1	0,0	63,5	28,3	2,5	5,7	<b>34,46</b>	40,3	52,8	6,9	6,27	50,3	14,5	1,9	24,5	3,1	2,5	3,1	7,20	47,2	52,8	0,06
	2	8,3	50,0	16,7	0,0	25,0	<b>S</b>	25,0	58,3	16,7	NS	58,3	16,7	8,3	8,3	8,3	0,0	0,0	NS	50,0	50,0	NS
	3	0,0	80,0	16,9	1,5	1,5		47,7	50,8	1,5		55,4	15,4	4,6	20,0	1,5	1,5	1,5		46,2	53,8	
Μόρφωση	1	0,0	66,7	33,3	0,0	0,0	<b>249,44</b>	33,3	66,7	0,0	13,57	66,7	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	32,08	100,0	0,0	5,00
	2	0,0	56,3	25,0	12,5	6,3	<b>S</b>	50,0	37,5	12,5	NS	37,5	6,3	6,3	37,5	6,3	6,3	0,0	NS	56,3	43,8	NS
	3	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	100,0	0,0		100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0			0,0	100,0	
	4	0,0	74,5	18,2	1,8	5,5		56,4	38,2	5,5		48,8	19,0	4,1	22,3	3,3	0,0	2,5		47,3	52,7	
	5	0,0	67,1	29,1	0,0	3,8		35,4	62,0	2,5		53,2	16,5	2,5	24,1	1,3	0,0	2,5		45,6	54,4	
	6	0,0	65,9	24,4	2,4	7,3		36,6	54,9	8,5		58,5	13,4	1,2	17,1	1,2	4,9	3,7		45,1	54,9	
Ηλικία	1	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0	<b>68,04</b>	50,0	0,0	50,0	<b>23,97</b>	50,0	25,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	21,69	75,0	25,0	5,62
	2	25,0	75,0	0,0	0,0	0,0	<b>S</b>	25,0	50,0	25,0	<b>S</b>	50,0	25,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0	NS	0,0	100,0	NS
	3	0,0	71,7	20,8	1,9	5,7		34,0	59,4	6,6		52,8	15,1	1,9	20,8	2,8	3,8	2,8		46,2	53,8	
	4	0,0	57,0	34,2	2,5	6,3		49,4	46,8	3,8		50,6	15,2	1,3	26,6	2,5	0,0	3,8		45,6	54,4	
	5	0,0	76,7	16,3	2,3	4,7		46,5	51,2	2,3		53,5	11,6	9,3	20,9	2,3	2,3	0,0		53,5	46,5	

**Πίνακας 2.** Προτιμήσεις των καταναλωτών για τα ψάρια, σε σχέση με διάφορα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά κατάταξης αυτών (%)

Σημείωση:  $\chi^2$ -test = οι τιμές αντιστοιχούν στο Likelihood-ratio  $\chi^2$ , S=Στατιστικά σημαντικό (P≤ 0,05), NS=Μη σημαντικό (P>0,05)

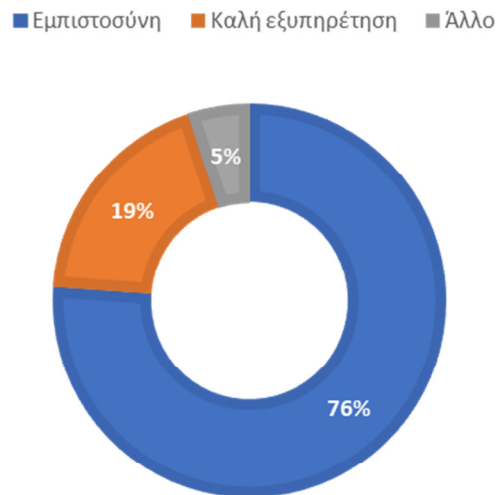
Φύλο: 1=Ανδρας, 2=Γυναίκα.

Οικογ. Κατάσταση: 1=Ανύπανδρος, 2=Διαζευγμένος, 3=Εγγαμος.

Μόρφωση: 1=Γυμνάσιο, 2=Λύκειο, 3=Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό, 4=Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό, 5=Πτυχίο ΤΕΙ/ ΑΕΙ, 6=Φοιτητής/ Φοιτήτρια.  
Ηλικία: 1=Εως 18 ετών, 2=Άνω των 66, 3=18-25, 4=26-45, 5=46-65.



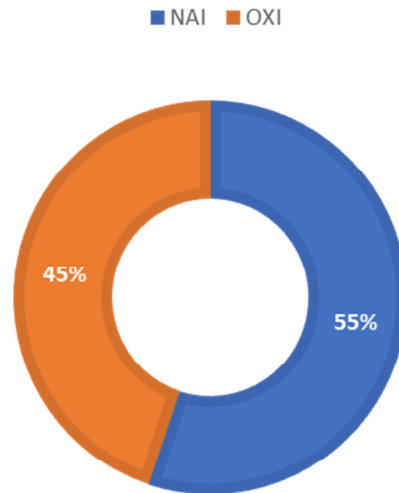
Σχεδόν τα 2/3 των συμμετεχόντων (64%) προτιμάνε να αγοράζουν τα ψάρια πάντα από τον ίδιο «ψαρά/ ιχθυοπώλη». Οι λόγοι είναι κυρίως η εμπιστοσύνη (76%) και η καλή εξυπηρέτηση (19%) (εικόνα 5). Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες (36%) δήλωσαν ότι δεν αγοράζουν τα ψάρια από τον ίδιο έμπορο κάθε φορά.



**Εικόνα 5.** Λόγοι επιλογής ψαριών πάντα από τον ίδιο «ψαρά/ ιχθυοπώλη».

### 3.3. Αντίληψη για τα ξενικά είδη

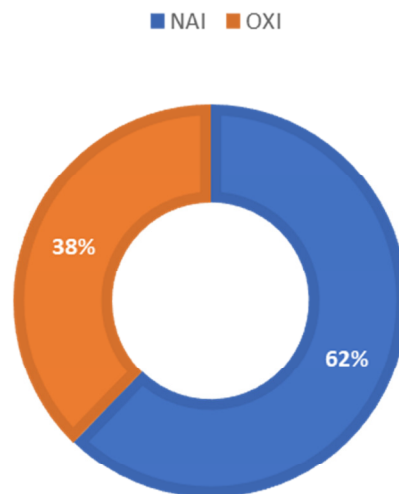
Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (68%) δήλωσε ότι γνωρίζει τι είναι τα ξενικά είδη, ενώ περισσότεροι από τους μισούς (52%) απάντησε ότι δεν γνωρίζουν ότι τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία. Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (55%) δήλωσαν ότι γνωρίζουν πως τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στο θαλάσσιο περιβάλλον (Εικόνα 6). Περισσότεροι από τα 2/3 των συμμετεχόντων πιστεύει ότι η κατανάλωση ξενικών ειδών δεν αποτελεί κίνδυνο για την υγεία τους.



**Εικόνα 6.** Απάντηση στο ερώτημα «Γνωρίζετε εάν τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στο θαλάσσιο περιβάλλον;».

Το μεγαλύτερο μέρος των συμμετεχόντων (69%) δήλωσε ότι θα δοκίμαζε ξενικά είδη εάν κάποιος τους έλεγε ότι ορισμένα από αυτά αποτελούν εκλεκτό φαγητό σε άλλες χώρες. Περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (53%) δε θα αγόραζε ξενικά σε περίπτωση που τα έβρισκε φθηνότερα από τα κλασικά είδη στο «ιχθυοπωλείο». Σχεδόν τα 2/3 των συμμετεχόντων (64%) θα αγόραζαν κάποιο ξενικό είδος στην περίπτωση που τους το πρότεινε ο ιχθυοπώλης τους.

Το 56% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα ωθούνταν να αγοράσει ή/και να καταναλώσει κάποιο ξενικό είδος εάν έβλεπε να το χρησιμοποιούν ως πρώτη ύλη σε μαγειρική εκπομπή, την ίδια στιγμή που το 44% των συμμετεχόντων δε θα προέβαινε σε αγορά ή/και κατανάλωση υπό αυτή τη συνθήκη. Το 62% των συμμετεχόντων απάντησαν θετικά στην κατανάλωση ξενικών ειδών στην περίπτωση που υπήρχε στο μενού των εστιατορίων (Εικόνα 7). Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (75%) θα καταναλώνε ξενικά είδη εάν με αυτό τον τρόπο γνώριζε ότι προστατεύει το θαλάσσιο περιβάλλον και τα αυτόχθονα είδη.



**Εικόνα 7.** Απάντηση στο ερώτημα «Εάν βλέπατε στο μενού κάποιου εστιατορίου κάποιο ξενικό είδος, θα το δοκιμάζατε;».

Στη συνέχεια της ενότητας αυτής, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να επιλέξουν μία από τις τρεις βαθμίδες σημαντικότητας (πολύ σημαντικός, σημαντικός, ασήμαντος) για κάθε έναν από τους 8 παράγοντες (μέγεθος ψαριών, φρεσκότητα, συνθήκες υγιεινής του ιχθυοπωλείου και του προσωπικού του, συσκευασία, τιμή, προέλευση ψαριών, δηλητηριώδες, γνώριμο είδος) που σχετίζονται με την ενδεχόμενη αγορά ξενικών ειδών.

Σε ότι αφορά στη «φρεσκότητα», στις «συνθήκες υγιεινής του ιχθυοπωλείου και του προσωπικού του» και το εάν το ψάρι είναι «δηλητηριώδες», η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων (89,8%, 86,9%, 86,9%, αντίστοιχα) απάντησε πως κάθε ένας από αυτούς τους παράγοντες είναι «πολύ σημαντικός» στην περίπτωση που θα αγόραζαν κάποιο ξενικό είδος (Εικόνα 8, Πίνακας 3). Οι υπόλοιπες βαθμίδες σημαντικότητας (σημαντικός, ασήμαντος) επιλέχθηκαν με πολύ μικρότερη συχνότητα για αυτούς του παράγοντες (Πίνακας 3).

Σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες (49,2%) δήλωσαν ότι ο παράγοντας «προέλευση ψαριών» είναι «πολύ σημαντικός». Επίσης, το ίδιο περίπου ποσοστό των συμμετεχόντων



(Εικόνα 8), ενώ το υπόλοιπο 50,4% των συμμετεχόντων τον θεωρεί «πολύ σημαντικό» (25,0%) ή «ασήμαντο» (25,4%) παράγοντα (Πίνακας 3).

Σε ότι αφορά στην «τιμή», το 56,4% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι είναι «σημαντικός» παράγοντας για την αγορά κάποιου ξενικού είδους, ενώ ακολούθησαν οι επιλογές «πολύ σημαντικός» (36,9%) και «ασήμαντος» (6,8%) παράγοντας (Πίνακας 3).

**Πίνακας 3.** Συχνότητα επιλογής της σημαντικότητας παραγόντων για τη δυνητική αγορά ξενικών

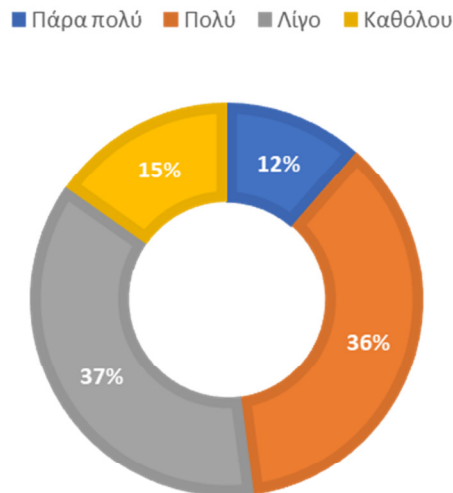
<b>Πόσο σημαντικός θεωρείται για σας κάθε ένας από τους παρακάτω παράγοντες στην περίπτωση που θα αγοράζατε ξενικά είδη;</b>			
<b>Παράγοντας</b>	<b>Πολύ σημαντικός (%)</b>	<b>Σημαντικός (%)</b>	<b>Ασήμαντος (%)</b>
Μέγεθος ψαριών	40 (16,9)	133 (56,4)	63 (26,7)
Φρεσκότητα	212 (89,8)	22 (9,3)	2 (0,8)
Συνθήκες υγιεινής Ιχθ/ου & του προσωπικού του	205 (86,9)	26 (11,0)	5 (2,1)
Συσκευασία	59 (25,0)	117 (49,6)	60 (25,4)
Τιμή	87 (36,9)	133 (56,4)	16 (6,8)
Προέλευση ψαριών	116 (49,2)	102 (43,2)	18 (7,6)
Δηλητηριώδες	205 (86,9)	22 (9,3)	9 (3,8)
Γνώριμο είδος	110 (46,6)	97 (41,1)	29 (12,3)

ειδών.

Περισσότερα από τα 2/3 των συμμετεχόντων (79%) θα ήθελε, εάν αγόραζε ξενικά είδη, να φέρουν κάποιο πιστοποιητικό ελέγχου ποιότητας ή κάποιο διακριτό σήμα ποιότητας, ενώ το 17% δήλωσε ότι δεν τους απασχολεί αυτή η σήμανση. Το υπόλοιπο 4% των συμμετεχόντων απάντησε αρνητικά για το πιστοποιητικό ελέγχου ποιότητας.

Οι μισοί από τους συμμετέχοντες (50%) θα αγόραζαν μεταποιημένα προϊόντα ξενικών ειδών από τοπικούς συνεταιρισμούς, ενώ το άλλο μισό (50%) όχι. Ακόμα, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να δηλώσουν πόσο τους επηρεάζουν τα δημοσιεύματα του τύπου ή οι ανακοινώσεις των ΜΜΕ σχετικά με την υγιεινή των ψαριών ιχθυοτροφείου. Το 37%

απάντησε ότι τους επηρεάζουν λίγο, το 36% ότι τους επηρεάζουν πολύ, το 15% ότι δεν τους επηρεάζουν καθόλου και το 12% ότι τους επηρεάζουν πάρα πολύ (εικόνα 9).



**Εικόνα 9.** Απάντηση στο ερώτημα «Πόσο σας επηρεάζουν τα δημοσιεύματα του τύπου ή οι ανακοινώσεις των ΜΜΕ σχετικά με την υγιεινή των ψαριών ιχθυοτροφείου;»

Στο τέλος του ερωτηματολογίου, ρωτήθηκε στους συμμετέχοντες εάν έχουν αντιμετωπίσει ποτέ κάποιο πρόβλημα υγείας από την κατανάλωση ψαριών. Το 95% απάντησε αρνητικά και το 5% απάντησε θετικά.

Η ανάλυση των αντιλήψεων και των προτιμήσεων των καταναλωτών για τα ξενικά είδη σε σχέση με τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά έδειξε ότι στο ερώτημα της γνώσης των ξενικών ψαριών, οι κάτοχοι μεταπτυχιακού/διδακτορικού απάντησαν θετικά σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα από ότι οι υπόλοιπες κατηγορίες μορφωτικού επιπέδου (Πίνακας 4). Παρόμοια, στο ερώτημα της γνώσης τυχόν αρνητικών επιπτώσεων στην ανθρώπινη υγεία από την κατανάλωση ξενικών, οι έγγαμοι και οι συμμετέχοντες έως των 18 ετών απάντησαν θετικά σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα, ενώ οι φοιτητές απάντησαν αρνητικά σε σημαντικά μεγαλύτερη συχνότητα (Πίνακας 4). Αναφορικά

με τη γνώση ή μη τυχόν αρνητικών συνεπειών των ξενικών ειδών στο θαλάσσιο περιβάλλον οι ερωτώμενοι άνω των 66 ετών απάντησαν θετικά σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα (Πίνακας 4). Στο ερώτημα αν «Πιστεύετε ότι η κατανάλωση ξενικών ειδών μπορεί να αποτελεί κίνδυνο για την υγεία σας;» οι άνδρες απάντησαν αρνητικά σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα (Πίνακας 4). Στα ερωτήματα «Εάν βρίσκετε στον ψαρά σας τα ξενικά είδη πιο φθηνά από τα κλασσικά είδη που καταναλώνεται, θα τα αγοράζατε;» και «Εάν σας πρότεινε ο ιχθυοπώλης σας κάποιο ξενικό είδος, θα το αγοράζατε;» και «Εάν βλέπατε στο μενού κάποιου εστιατορίου κάποιο ξενικό είδος, θα το δοκιμάζατε;» οι άνδρες συμμετέχοντες απάντησαν θετικά σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα από ότι οι γυναίκες συμμετέχοντες (Πίνακας 5).

Αναφορικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών ανάλογα με τη σημαντικότητα για κάθε έναν από τους 8 παράγοντες για την αγορά ξενικών, μέγεθος ψαριού, φρεσκότητα, συνθήκες υγιεινής ιχθυοπωλείου, συσκευασία, τιμή, προέλευση, δηλητηριώδες είδος και γνώσιμο είδος, τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά εμφάνισαν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις απαντήσεις των συμμετεχόντων μόνο για τη φρεσκότητα, τη γνώση των ξενικών ειδών ως δηλητηριώδες είδη και γενικά ως είδη. Ειδικότερα, οι έγγαμοι προσδίδουν σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα πολύ σημαντική σημασία (Πίνακας 6). Παρόμοια, οι γυναίκες καταναλωτές προσδίδουν σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα πολύ σημαντική σημασία στα ξενικά είδη ως δηλητηριώδες είδη και ταυτόχρονα τα αναγνωρίζουν ως ξενικά. Ως προς τη γνώση των ξενικών ειδών, οι έγγαμοι, επίσης, θεωρούν σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα ότι έχουν γνώση ως προς τα ξενικά είδη (Πίνακας 6). Αντίθετα, οι έως 18 ετών και οι καταναλωτές χωρίς βασική εκπαίδευση θεωρούν σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερα ποσοστά ότι ο παραπάνω παράγοντας είναι ασήμαντος (Πίνακας 6).

Οι καταναλωτές χωρίς βασική εκπαίδευση απάντησαν σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα ότι επιθυμούν πιστοποιητικό ελέγχου ποιότητας για τα ξενικά είδη των ψαριών. Οι άνδρες καταναλωτές απάντησαν σε σημαντικά μεγαλύτερη συχνότητα ότι θα αγόραζαν μεταποιημένα προϊόντα ξενικών ειδών από τοπικούς συνεταιρισμούς, ενώ αντίθετα οι καταναλωτές χωρίς βασική εκπαίδευση αυτό το στοιχείο δεν το θεωρούν βασικό σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα (Πίνακας 7). Τέλος, οι έγγαμοι καταναλωτές και οι αντίστοιχοι έως 18 ετών θεωρούν σε σημαντικά ( $P < 0,05$ ) μεγαλύτερη συχνότητα πολύ σημαντική την επίδραση των δημοσιευμάτων του τύπου ή των ανακοινώσεων των ΜΜΕ σχετικά την υγιεινή των ψαριών ιχθυοτροφείου (Πίνακας 7).



**Πίνακας 4.** Αντιλήψεις και προτιμήσεις των καταναλωτών για τα ξενικά είδη, σε σχέση με τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά (%)

Μεταβλητή	Ομάδες	Γνωρίζετε τι είναι τα ξενικά ψάρια;			Γνωρίζετε εάν τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία;			Γνωρίζετε εάν τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στο θαλάσσιο περιβάλλον;			Πιστεύετε ότι η κατανάλωση ξενικών ειδών μπορεί να αποτελεί κίνδυνο για την υγεία σας;			Εάν σας λέγανε ότι κάποια από τα ξενικά είδη αποτελούν εκλεκτό φαγητό σε άλλες χώρες, θα δοκιμάζατε;		
		Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test
Φύλο	1	71,2	28,8	1,24	49,1	50,9	0,29	61,0	39,0	3,36	31,0	69,0	<b>5,36</b>	74,6	25,4	2,88
	2	64,4	35,6	NS	45,8	54,2	NS	49,2	50,8	NS	45,8	54,2	<b>S</b>	64,4	35,6	NS
Οικογεν/κή κατάσταση	1	64,8	35,2	2,38	40,3	59,7	<b>12,43</b>	51,6	48,4	2,54	34,0	66,0	4,59	69,8	30,2	0,05
	2	66,7	33,3	NS	50,0	50,0	<b>S</b>	66,7	33,3	NS	41,7	58,3	NS	66,7	33,3	NS
	3	75,4	24,6		66,2	33,8		61,5	38,5		49,2	50,8		69,2	30,8	
Μόρφωση	1	66,7	33,3	<b>14,50</b>	66,7	33,3	<b>24,68</b>	66,7	33,3	<b>18,37</b>	33,3	66,7	4,70	100,0	0,0	2,22
	2	62,5	37,5	<b>S</b>	50,0	50,0	<b>S</b>	56,3	43,8	<b>S</b>	37,5	62,5	NS	75,0	25,0	NS
	3	100,0	0,0		100,0	0,0		100,0	0,0		0,0	100,0		100,0	0,0	
	4	87,3	12,7		70,9	29,1		76,4	23,6		45,5	54,5		69,1	30,9	
	5	65,8	34,2		49,4	50,6		54,4	45,6		43,0	57,0		69,6	30,4	
	6	57,3	42,7		29,3	70,7		40,2	59,8		30,5	69,5		67,1	32,9	
Ηλικία	1	75,0	25,0	8,78	75,0	25,0	<b>22,59</b>	75,0	25,0	<b>14,37</b>	25,0	75,0	3,67	75,0	25,0	0,31
	2	100,0	0,0	NS	100,0	0,0	<b>S</b>	100,0	0,0	<b>S</b>	25,0	75,0	NS	75,0	25,0	NS
	3	58,5	41,5		32,1	67,9		43,4	56,6		33,0	67,0		67,9	32,1	
	4	74,7	25,3		57,0	43,0		67,1	32,9		44,3	55,7		70,9	29,1	
	5	74,4	25,6		62,8	37,2		55,8	44,2		44,2	55,8		69,8	30,2	

Σημείωση:  $\chi^2$ -test=οι τιμές αντιστοιχούν στο Likelihood-ratio  $\chi^2$ , S=Στατιστικά σημαντικό (P≤ 0,05), NS=Μη σημαντικό (P>0,05)

Φύλο: 1=Ανδρας, 2=Γυναίκα. Οικογ. Κατάσταση: 1=Ανύπανδρος, 2=Διαζευγμένος, 3=Εγγαμος. Μόρφωση: 1=Γυμνάσιο, 2=Λύκειο, 3=Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό, 4=Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό, 5=Πτυχίο ΤΕΙ/ ΑΕΙ, 6=Φοιτητής/ Φοιτήτρια. Ηλικία: 1=Εως 18 ετών, 2=Ανω των 66, 3=18-25, 4=26-45, 5=46-65.

**Πίνακας 5.** Αντιλήψεις και προτιμήσεις των καταναλωτών για τα ξενικά είδη, σε σχέση με τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά (%).

Μεταβλητή	Ομάδες	Εάν βρίσκατε στον ψαρά σας τα ξενικά είδη πιο φθηνά από τα κλασσικά είδη που καταναλώνεται, θα τα αγοράζατε;			Εάν σας πρότεινε ο ιχθυοπώλης σας κάποιο ξενικό είδος, θα το αγοράζατε;			Εάν βλέπατε σε μαγειρική εκπομπή να μαγειρεύουν ξενικό είδος, θα σας παρότρυνε να αγοράσετε/καταναλώσετε ξενικό είδος από μόνη/μόνος σας;			Εάν βλέπατε στο μενού κάποιου εστιατορίου κάποιο ξενικό είδος, θα το δοκιμάζατε;			Θα καταναλώνατε ξενικά είδη, εάν σας λέγανε ότι έτσι προστατεύετε το θαλάσσιο περιβάλλον και τα αυτόχθονα είδη;		
		Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test
Φύλο	1	61,9	38,1	<b>19,64</b> <b>S</b>	73,7	26,3	<b>9,73</b> <b>S</b>	59,3	40,7	0,84 NS	68,6	31,4	<b>4,06</b> <b>S</b>	77,1	22,9	0,80 NS
	2	33,1	66,9		54,2	45,8		53,4	46,6		55,9	44,1		72,0	28,0	
Οικογεν/κή κατάσταση	1	47,8	52,2	0,17 NS	64,2	35,8	0,18 NS	56,6	43,4	0,21 NS	61,6	38,4	0,14 NS	76,1	23,9	0,77 NS
	2	41,7	58,3		58,3	41,7		50,0	50,0		66,7	33,3		66,7	33,3	
	3	47,7	52,3		64,6	35,4		56,9	43,1		63,1	36,9		72,3	27,7	
Μόρφωση	1	66,7	33,3	3,87 NS	66,7	33,3	2,44 NS	100,0	0,0	6,34 NS	66,7	33,3	5,15 NS	66,7	33,3	2,61 NS
	2	50,0	50,0		62,5	37,5		62,5	37,5		68,8	31,3		62,5	37,5	
	3	0,0	100,0		100,0	0,0		0,0	100,0		100,0	0,0		100,0	0,0	
	4	56,4	43,6		65,5	34,5		52,7	47,3		72,7	27,3		80,0	20,0	
	5	44,3	55,7		58,2	41,8		50,6	49,4		55,7	44,3		74,7	25,3	
	6	43,9	56,1		68,3	31,7		62,2	37,8		59,8	40,2		73,2	26,8	
Ηλικία	1	50,0	50,0	3,67 NS	50,0	50,0	0,99 NS	50,0	50,0	1,42 NS	50,0	50,0	0,87 NS	50,0	50,0	7,26 NS
	2	50,0	50,0		75,0	25,0		50,0	50,0		75,0	25,0		50,0	50,0	
	3	44,3	55,7		66,0	34,0		60,4	39,6		60,4	39,6		72,6	27,4	
	4	55,7	44,3		63,3	36,7		54,4	45,6		64,6	35,4		83,5	16,5	
	5	39,5	60,5		60,5	39,5		51,2	48,8		62,8	37,2		67,4	32,6	

Σημείωση:  $\chi^2$ -test = οι τιμές αντιστοιχούν στο Likelihood-ratio  $\chi^2$ , S=Στατιστικά σημαντικό (P≤ 0,05), NS=Μη σημαντικό (P>0,05) Φύλο: 1=Ανδρας, 2=Γυναίκα. Οικογ. Κατάσταση: 1=Ανύπανδρος, 2=Διαζευγμένος, 3=Εγγαμος. Μόρφωση: 1=Γυμνάσιο, 2=Λύκειο, 3=Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό, 4=Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό, 5=Πτυχίο ΤΕΙ/ ΑΕΙ, 6=Φοιτητής/ Φοιτήτρια. Ηλικία: 1=Εως 18 ετών, 2=Ανω των 66, 3=18-25, 4=26-45, 5=46-65.

**Πίνακας 6.** Προτιμήσεις των καταναλωτών ανάλογα με τη σημαντικότητα, για κάθε έναν από τους 8 παράγοντες για την αγορά ξενικών (%).

Μεταβλητή	Ομάδες	Μέγεθος ψαριών				Φρεσκότητα				Συνθήκες υγιεινής ιχθυοπωλείου				Συσκευασία			
		Ασήμαντος	Πολύ σημαντικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	Ασήμαντος	Πολύ σημαντικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	Ασήμαντος	Πολύ σημαντικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	Ασήμαντος	Πολύ σημαντικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test
Φύλο	1	28,8	16,9	54,2	0,58	0,8	88,1	11,0	0,80	1,7	83,9	14,4	2,90	28,0	22,0	50,0	1,44
	2	24,6	16,9	58,5	NS	0,8	91,5	7,6	NS	2,5	89,8	7,6	NS	22,9	28,0	49,2	NS
Οικογενειακή κατάσταση	1	25,2	16,4	58,5	4,33	0,6	95,0	4,4	<b>17,82</b>	1,3	88,7	10,1	9,09	25,2	22,6	52,2	2,23
	2	8,3	25,0	66,7	NS	0,0	66,7	33,3	<b>S</b>	0,0	66,7	33,3	NS	33,3	25,0	41,7	NS
	3	33,8	16,9	49,2		1,5	81,5	16,9		4,6	86,2	9,2		24,6	30,8	44,6	
Μόρφωση	1	33,3	0,0	66,7	8,04	0,0	66,7	33,3	4,35	0,0	66,7	33,3	8,20	0,0	66,7	33,3	10,96
	2	37,5	12,5	50,0	NS	0,0	87,5	12,5	NS	6,3	75,0	18,8	NS	37,5	6,3	56,3	NS
	3	0,0	100,0	0,0		0,0	100,0	0,0		0,0	100,0	0,0		100,0	0,0	0,0	
	4	21,8	21,8	56,4		0,0	92,7	7,3		1,8	94,5	3,6		25,5	30,9	43,6	
	5	27,8	15,2	57,0		1,3	87,3	11,4		1,3	84,8	13,9		25,3	25,3	49,4	
	6	26,8	15,9	57,3		1,2	91,5	7,3		2,4	86,6	11,0		23,2	23,2	53,7	
Ηλικία	1	75,0	0,0	25,0	10,70	0,0	100,0	0,0	5,16	0,0	100,0	0,0	3,14	0,0	0,0	100,0	7,72
	2	0,0	50,0	50,0	NS	0,0	100,0	0,0	NS	0,0	100,0	0,0	NS	25,0	50,0	25,0	NS
	3	27,4	16,0	56,6		0,9	92,5	6,6		1,9	86,8	11,3		24,5	24,5	50,9	
	4	22,8	15,2	62,0		0,0	88,6	11,4		1,3	86,1	12,7		27,8	21,5	50,6	
	5	30,2	20,9	48,8		2,3	83,7	14,0		4,7	86,0	9,3		25,6	32,6	41,9	

	Ομάδα	Τιμή	Προέλευση ψαριών	Δηλητηριώδες είδος	Γνώριμο είδος
--	-------	------	------------------	--------------------	---------------

Συνέχεια Πίνακα 6

Μεταβλητή																						
Μεταβλητή	Ομάδες	Ασίμαντας	Πιστάπειτικός	Ποσάπειτικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	Ασίμαντας	Ποσάπειτικός	Πιστάπειτικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	Ασίμαντας	Ποσάπειτικός	Πιστάπειτικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	Ασίμαντας	Ποσάπειτικός	Πιστάπειτικός	Σημαντικός	$\chi^2$ -test	
Φύλο	1	6,8	38,1	55,1	0,17	9,3	41,5	49,2	5,60	5,1	81,4	13,6	<b>6,37</b>	16,1	39,0	44,9	<b>6,57</b>					
	2	6,8	35,6	57,6	NS	5,9	56,8	37,3	NS	2,5	92,4	5,1	<b>S</b>	8,5	54,2	37,3	<b>S</b>					
Οικογενειακή κατάσταση	1	6,3	32,7	61,0	4,48	8,8	44,7	46,5	5,75	4,4	84,3	11,3	4,41	12,6	40,3	47,2	<b>11,01</b>					
	2	8,3	50,0	41,7	NS	8,3	41,7	50,0	NS	8,3	83,3	8,3	NS	25,0	50,0	25,0	<b>S</b>					
	3	7,7	44,6	47,7		4,6	61,5	33,8		1,5	93,8	4,6		9,2	61,5	29,2						
Μόρφωση	1	0,0	66,7	33,3	5,00	33,3	33,3	33,3	17,16	33,3	66,7	0,0	<b>41,96</b>	0,0	33,3	66,7	15,93					
	2	12,5	31,3	56,3	NS	12,5	18,8	68,8	NS	12,5	87,5	0,0	<b>S</b>	6,3	43,8	50,0	NS					
	3	0,0	100,0	0,0		0,0	100,0	0,0		100,0	0,0	0,0		100,0	0,0	0,0						
	4	3,6	40,0	56,4		1,8	54,5	43,6		3,6	81,8	14,5		18,2	50,9	30,9						
	5	7,6	35,4	57,0		10,1	57,0	32,9		1,3	92,4	6,3		8,9	53,2	38,0						
	6	7,3	35,4	57,3		7,3	43,9	48,8		2,4	86,6	11,0		12,2	39,0	48,8						
Ηλικία	1	25,0	0,0	75,0	8,96	25,0	0,0	75,0	9,62	50,0	50,0	0,0	<b>33,42</b>	0,0	50,0	50,0	6,89					
	2	0,0	50,0	50,0	NS	0,0	100,0	0,0	NS	25,0	75,0	0,0	<b>S</b>	25,0	75,0	0,0	NS					
	3	5,7	33,0	61,3		7,5	47,2	45,3		1,9	86,8	11,3		12,3	40,6	47,2						
	4	6,3	36,7	57,0		7,6	48,1	44,3		5,1	84,8	10,1		12,7	48,1	39,2						
	5	9,3	48,8	41,9		7,0	55,8	37,2		0,0	95,3	4,7		11,6	55,8	32,6						

Σημείωση:  $\chi^2$ -test = οι τιμές αντιστοιχούν στο Likelihood-ratio  $\chi^2$ . S=Στατιστικά σημαντικό (P≤ 0,05), NS=Μη σημαντικό (P>0,05)

Φύλο: 1=Ανδρας, 2=Γυναίκα.

Οικογ. Κατάσταση: 1=Ανύπανδρος, 2=Διαζευγμένος, 3=Εγγαμος.

Μόρφωση: 1=Γυμνάσιο, 2=Λύκειο, 3=Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό, 4=Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό, 5=Πτυχίο TEI/ AEI, 6=Φοιτητής/ Φοιτήτρια.

Ηλικία: 1=Εως 18 ετών, 2=Άνω των 66, 3=18-25, 4=26-45, 5=46-65.

		Ναι	Όχι	Δε με απασχολεί	$\chi^2$ -test	Ναι	Όχι	$\chi^2$ -test	Πέρα πολύ	Πολύ	Λίγο	Καθόλου	$\chi^2$ -test
Φύλο	1	73,7	5,1	21,2	3,75	56,8	43,2	<b>4,34</b> <b>S</b>	11,9	34,7	35,6	17,8	1,33 NS
	2	83,9	2,5	13,6	NS	43,2	56,8		11,0	38,1	38,1	12,7	
Οικογενειακή κατάσταση	1	78,0	3,8	18,2	1,05	47,2	52,8	1,60 NS	9,4	28,9	42,8	18,9	<b>21,95</b> <b>S</b>
	2	75,0	8,3	16,7	NS	58,3	41,7		0,0	58,3	25,0	16,7	
	3	81,5	3,1	15,4		55,4	44,6		18,5	50,8	24,6	6,2	
Μόρφωση	1	66,7	33,3	0,0	<b>20,99</b> <b>S</b>	33,3	66,7	<b>16,67</b> <b>S</b>	33,3	0,0	33,3	33,3	16,43 NS
	2	68,8	0,0	31,3		62,5	37,5		25,0	43,8	31,3	0,0	
	3	100,0	0,0	0,0		100,0	0,0		0,0	0,0	100,0	0,0	
	4	74,5	1,8	21,8		80,0	38,2		12,7	40,0	29,1	18,2	
	5	77,2	8,9	13,9		40,5	59,5		8,9	39,2	41,8	10,1	
	6	84,1	0,0	15,9		48,8	51,2		9,8	31,7	37,8	20,7	
Ηλικία	1	75,0	0,0	25,0	8,05 NS	50,0	50,0	7,16 NS	25,0	0,0	75,0	0,0	<b>21,05</b> <b>S</b>
	2	100,0	0,0	0,0		75,0	25,0		0,0	50,0	50,0	0,0	
	3	84,0	0,9	15,1		44,3	55,7		7,5	27,4	44,3	20,8	
	4	72,2	6,3	21,5		60,8	39,2		13,9	43,0	30,4	12,7	
	5	76,7	7,0	16,3		41,9	58,1		16,3	48,8	25,6	9,3	

**Πίνακας 7.** Προτιμήσεις των καταναλωτών για την αγορά ξενικών ειδών και επίδραση των καταναλωτών από τα ΜΜΕ για την υγιεινή των ψαριών ιχθυοτροφείου σε σχέση με τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά (%).

Σημείωση:  $\chi^2$ -test = οι τιμές αντιστοιχούν στο Likelihood-ratio  $\chi^2$ , S=Στατιστικά σημαντικό (P≤ 0,05), NS=Μη σημαντικό (P>0,05)

Φύλο: 1=Ανδρας, 2=Γυναίκα. Οικογ. Κατάσταση: 1=Ανύπανδρος, 2=Διαζευγμένος, 3=Εγγαμος.

Μόρφωση: 1=Γυμνάσιο, 2=Λύκειο, 3=Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό, 4=Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό, 5=Πτυχίο ΤΕΙ/ ΑΕΙ, 6=Φοιτητής/ Φοιτήτρια.

Ηλικία: 1=Εως 18 ετών, 2=Άνω των 66, 3=18-25, 4=26-45, 5=46-65.

## 4. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

---

Τα τελευταία χρόνια η χωρική εξάπλωση των ξενικών ειδών και η παρουσία τους σε μεγάλες ποσότητες στα αλιεύματα των επαγγελματιών αλιέων, έχει κατευθύνει την αλιευτική έρευνα σε μια προσπάθεια αλλαγής τόσο των αλιευτικών στρατηγικών των επαγγελματιών αλιέων όσο και των καταναλωτικών προτύπων των ατόμων, προκειμένου να απομειωθεί η επιβάρυνση της θαλάσσιας τροφικής αλυσίδας από αυτούς τους οργανισμούς (Kleitou et al., 2021). Η υπερπροσφορά αγαθών, ειδικότερα στον τομέα της διατροφής, ωθεί τους καταναλωτές στην αναζήτηση ολοένα και εγκυρότερων μέτρων διασφάλισης της υγιεινής και της ποιότητας των αγαθών που καταναλώνουν (Batzios et al., 2006).

Στην παρούσα εργασία έγινε μια προσπάθεια κατανόησης της στάσης των ελλήνων καταναλωτών σε ενδεχόμενη προτίμησή τους στην κατανάλωση ξενικών θαλάσσιων ειδών, τις καταναλωτικές προτιμήσεις και τις αντιλήψεις τους τόσο για τα παραδοσιακά όσο και για τα ξενικά αλιεύματα. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε, στην παρούσα εργασία, για τη διάθεση των ερωτηματολογίων, δηλαδή η προώθηση μέσω Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, εμφανίζει ορισμένα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ωστόσο, η ανέξοδη συλλογή δεδομένων είναι, σε σύγκριση με τις κλασσικές μεθόδους κοινωνικών ερευνών (προσωπικές συνεντεύξεις δια ζώσης, τηλεφωνικές συνεντεύξεις κ.ά.), ένα σημαντικό πλεονέκτημα που αναδύεται από τη χρήση Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης για αντίστοιχες έρευνες. Οι



περιορισμοί αυτοί έχουν καταγραφεί και από άλλες ερευνητικές μελέτες και αφορούν στην ηλικία και στο επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων (Curtin et al. 2000, Γιώβος 2017).

Στο πλαίσιο της έρευνας, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ήταν ηλικίας 18-45 ετών (79%) και με πανεπιστημιακή εκπαίδευση (68%), αναλογίες που έχουν καταγραφεί σε παρόμοιες τιμές και από άλλες παρεμφερείς έρευνες με τη χρήση κοινωνικών δικτύων (Curtin et al. 2000, Giovos et al. 2019). Επίσης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (67%) αγοράζουν ψάρια κάθε εβδομάδα, επιλέγοντας κυρίως το παραδοσιακό ιχθυοπωλείο (52%), το σούπερ μάρκετ (22%) και τη λαϊκή αγορά (15%) για την προμήθεια αλιευμάτων. Παρόμοια αποτελέσματα έχουν συζητηθεί και από άλλες αντίστοιχες μελέτες στην Ελλάδα (Batzios et al. 2005). Σήμερα, φαίνεται ότι πλέον περισσότεροι καταναλωτές εμπιστεύονται το σούπερ μάρκετ για να προμηθευτούν ψάρια, σε σύγκριση με παλαιότερα χρόνια (Batzios et al. 2002,2005). Ωστόσο, το ποσοστό αυτό (22%) παραμένει χαμηλότερο συγκριτικά με την παραδοσιακή συμπεριφορά των Ελλήνων να προμηθεύονται θαλασσινά από το ιχθυοπωλείο (52%) (Arvanitoyannis et al. 2004). Αναφορικά με την ποσότητα των ψαριών που αγοράζουν οι καταναλωτές, περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες (53%) αγοράζουν 1,5-2,0 kg ψάρια για το γεύμα της οικογένειας. Από τα αποτελέσματα της εργασίας, η συμπεριφορά αυτή είναι ανεξάρτητη από το φύλο και το μορφωτικό επίπεδο, ενώ σύμφωνα με τους Batzios et al. (2002,2005), η ποσότητα κατανάλωσης ψαριών επηρεάζεται σημαντικά από τα συγκεκριμένα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Σε ότι αφορά τα ξενικά είδη, οι περισσότεροι συμμετέχοντες (68%) ήταν ενημερωμένοι για την ύπαρξή τους αλλά και για τις αρνητικές επιδράσεις (55%) που επιφέρουν στο θαλάσσιο περιβάλλον. Τα αποτελέσματα αυτά θεωρούνται αναμενόμενα, εάν ληφθεί υπόψιν η θετική συνεισφορά των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης και των ΜΜΕ στη διάδοση ορθών πληροφοριών από αξιόπιστες πηγές ενημέρωσης, όπως είναι δημόσιοι και

ιδιωτικοί φορείς που ασχολούνται με τη Θαλάσσια Έρευνα (ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε., ΙΝ.ΑΛ.Ε., iSea, κ.ά.).

Από την ανάλυση των ερωτηματολογίων, επίσης, αποτυπώνεται η θετική στάση των ελλήνων στην κατανάλωση ξενικών αλιευμάτων, ενώ παράλληλα τονίζεται το υψηλό αίσθημα ευθύνης για την προστασία των θαλάσσιων ενδιαιτημάτων. Ενδεικτικά, τρεις στους τέσσερις καταναλωτές θα κατανάλωνε ξενικά είδη γνωρίζοντας ότι με αυτό τον τρόπο προστατεύει το θαλάσσιο οικοσύστημα. Η ένταξη των ξενικών αλιευμάτων στα μενού των εστιατορίων φαίνεται ότι θα ενθάρρυνε τους καταναλωτές να τα δοκιμάσουν, ενώ η προβολή αντίστοιχων μαγειρικών εκπομπών θα συνέβαλλε θετικά προς την κατεύθυνση αυτή (Kleitou et al., 2021). Σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας, έχουν ήδη πραγματοποιηθεί εκδηλώσεις για την ενημέρωση του κοινού αναφορικά με τα ξενικά είδη των Ελληνικών θαλασσών και ταυτόχρονα έχουν γίνει προσπάθειες για την εξοικείωση των καταναλωτών με τα ξενικά αλιεύματα.

Οι προτιμήσεις των καταναλωτών σηματοδοτούν την ανάγκη υιοθέτησης εξελιγμένων μορφών μάρκετινγκ στον κλάδο, με ολοκληρωμένα σχέδια προβολής προώθησης και διάθεσης των αλιευτικών προϊόντων στην αγορά. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας και τη σύγκριση των αντιλήψεων των καταναλωτών σε συνάρτηση με τα κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, τα σημαντικότερα κριτήρια για τον καταναλωτή στην ενδεχόμενη αγορά ξενικών αλιευμάτων είναι η φρεσκότητα, το εάν το ψάρι είναι δηλητηριώδες και οι συνθήκες υγιεινής του ιχθυοπωλείου και του προσωπικού του. Παρόμοια αποτελέσματα παρατηρήθηκαν και σε μια παρόμοια έρευνα για τα ψάρια της ανοιχτής θάλασσας (Batzios et al., 2005), όπου, κυρίως η φρεσκότητα (92% των συμμετεχόντων) και σε μικρότερο βαθμό οι συνθήκες υγιεινής του ιχθυοπωλείου (69,8%) και η προέλευση των ψαριών (59,8%), αποτελούσαν τα βασικά κριτήρια επιλογής ψαριών από τους καταναλωτές.

Η στάση των καταναλωτών αναφορικά με την πιστοποίηση της ποιότητας των ψαριών και άλλα θέματα ποιότητας αποτελούν σημαντικό δείκτη κατεύθυνσης και χρήσιμο εργαλείο στην προσπάθεια αντιμετώπισης των διαρθρωτικών προβλημάτων παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της αλιείας. Η πολιτική αυτή μπορεί να ωθήσει τους καταναλωτές ότι τα ξενικά είδη των ψαριών αποτελούν υγιεινή τροφή υψηλής διατροφικής αξίας και μπορούν παράλληλα να είναι ελεγχόμενα και πιστοποιημένα. Η καταλυτική επίδραση που ασκούν στους καταναλωτές τα Μ.Μ.Ε και ο τύπος, με τις κατά καιρούς ανακοινώσεις τους, μπορούν, σημαντικά, να αποτελέσουν εργαλείο ενημέρωσης του καταναλωτή για την ποιότητα των ξενικών ειδών, για τα κριτήρια ελέγχου της ποιότητας και της φρεσκότητάς τους.

Ταυτόχρονα, η έλλειψη πληροφόρησης σε θέματα που αφορούν τη γνώση επί των ξενικών ειδών, για τυχόν δηλητηριώδης ή τοξικές επιδράσεις στην ανθρώπινη υγεία, δημιουργούν συναισθήματα φόβου, καχυποψίας, και επιφυλακτικότητας στον έλληνα καταναλωτή. Παρόλα αυτά η οικονομική κρίση της τελευταίας δεκαετίας σε συνδυασμό με την πολιτική χαμηλών τιμών μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την τάση των καταναλωτών στην πλειοψηφία τους.

## 5. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

---

Abdul Hei. (2021). Mental Health Benefits of Fish Consumption. Clin Schizophr Relat Psychoses (15): DOI: 10.3371CSRP.HA.01282

Batzios Ch., Angelidis P., Moutopoulos D.K., Chrisopolitou V., Anastasiadou Ch. (2002) Consumer's attitude concerning the marine captured fish market in Greece. 1<sup>st</sup> International Congress on Aquaculture, Fisheries Technology and Environmental Management (in CD), 8-10/6/2002, Athens, Greece.

Batzios Ch., Moutopoulos D.K., Arampatzis G., Siardos G. (2005) Understanding Consumer's Attitude on Fish Quality and Marketing Aspects in the Greek Market. Agricultural Economic Review 6(1): 18-30.

COHEN NICOLE J., DEEDS JONATHAN R., WONG EUGENE S., HANNER ROBERT H., YANCY HAILE F., WHITE KEVIN D., THOMPSON TREVONNE M., WAHL ICHAEAL, PHAM TU D., GUICHARD FRANCES M., HUH IN, AUSTIN CONNIE, DIZIKES GEORGE, GERBER SUSAN I. (2009) Public Health Response to Puffer Fish (Tetrodotoxin) Poisoning from Mislabeled Product. J Food Prot 1; 72 (4): 810–817. doi: <https://doi.org/10.4315/0362-028X-72.4.810>

FAO (2002) Recent trends and possible consequences for world fisheries and aquaculture. Web site: <http://www.fao.org/docrep/003/x8002e/x8002e07.htm>

FAO (2014) The State of World Fisheries and Aquaculture: Opportunities and challenges. FAO, Rome

Giovas I., Moutopoulos D.K., Nakagun S., Vieira N., Akritopoulou E., Floriou-Servou A., Savinelli B., Papadopoulos M., Mendez L., Lobo S.C., Zaratus E., Garagouni M., Orfanidis G., Brito C. (2019) An international on line social survey of public attitudes towards cetaceans. *Aquatic Mammals*, 45(3): 327-339.

Golani D. and Sonin O., (1992) New records of the Red Sea fishes, *Pterois miles* (Scorpaenidae) and *Pteragogus pelycus* (Labridae) from the eastern Mediterranean Sea. *Japanese Journal of Ichthyology*, 39(2): 167-169.

Kai Korsu, Jani Heino, Ari Huusko, Timo Muotka. (2012) "Specific Niche Characteristics Facilitate the Invasion of an Alien Fish Invader in Boreal Streams", *International Journal of Ecology*, vol. 2012, Article ID 813016, 10 pages. <https://doi.org/10.1155/2012/813016>

Kleitou P., Crocetta F., Giakoumi S., Giovos I., Kalogirou S., Kletou D., Moutopoulos D.K., Rees S., Hall-Spencer J.M. (2021) Adaptive management of alien species in the Mediterranean Sea through fishery and conservation reforms. *Journal of Environmental Management* 280, 111690.

Naik S.D. (1998) Observations on large-scale destruction of fishing gear by the pufferfishes (family Tetraodontidae) along the south Konkan coast (west coast of India). *Indian Journal of Marine Sciences*, Vol 27, Sept. & Dec. 1998, pp. 421-425.

Pauly D., Zeller D. (2016) Catch reconstructions reveal that global marine fisheries catches are higher than reported and declining. *Nature Communications* 7: 10244

Ruxton, C.H.S. (2011), The benefits of fish consumption. *Nutrition Bulletin*, 36: 6-19. <https://doi.org/10.1111/j.1467-3010.2010.01869.x>

Savva, I, Chartosia, N, Antoniou, C, et al. (2020) They are here to stay: the biology and ecology of lionfish (*Pterois miles*) in the Mediterranean Sea. *J Fish Biol.*; 97: 148– 162.

<https://doi.org/10.1111/jfb.14340>

Watson RA, Cheung WWL, Anticamara JA, Sumaila RU, Zeller D, Pauly D (2013) Global marine yield halved as fishing intensity redoubles. *Fish and Fisheries* 14: 493-503

Zenetos A (2019) Mediterranean Sea: 30 Years of Biological Invasions (1988-2017). In: Langar H, Ouerghi A (eds), *Proceedings of the 1st Mediterranean Symposium on the Non Indigenous Species* (Antalya, Turkey, 18 January 2019). SPA/RAC, Tunis, pp 13–19

ZENETOS, A., KARACHLE, P., CORSINI-FOKA, M., GEROVASILEIOU, V., SIMBOURA, N., XENTIDIS, N., & TSIAMIS, K. (2020) Is the trend in new introductions of marine non-indigenous species a reliable criterion for assessing good environmental status? The case study of Greece. *Mediterranean Marine Science*, 21(3), 775-793. doi: <https://doi.org/10.12681/mms.25136>

Γιώβος Ι., (2017) Η προοπτική των οικο-σημάνσεων αλιείας στη Μεσόγειο. Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Βιολογίας, 32 σελ.

Κατίκου Π., Γεωργαντέλης Δ., Σινούρης Ν., Καραπαναγιωτίδης Ι., Νεοφύτου Ν., Νεοφύτου Χ. (2007). Διερεύνηση της τοξικότητας του είδους *Lagocephalus sceleratus* στον Ελλαδικό χώρο: Πρώτη αναφορά. Ά Πανελλήνια Συνάντηση για τις εισβολές ξενικών υδρόβιων ειδών στην Ανατολική Μεσόγειο, Ηράκλειο Κρήτης, 5-6 Νοεμβρίου 2007.

Παπανικολάου, Γ. (1998) Κλειδί για την αύξηση των πωλήσεων η έρευνα αγοράς. ΕΞΠΡΕΣ, Ειδική έκθεση για τις Ιχθυοκαλλιέργειες. Οκτώβριος 1998.

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών σχετικά με την κατανάλωση βρώσιμων ξενικών ειδών αλιευμάτων, ενώ αποτυπώνει και τις καταναλωτικές συνήθειες σε ότι αφορά τη γενική κατανάλωση ψαριών. Για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ειδικό ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο το οποίο συμπληρώθηκε από 236 άτομα μέσω της κοινοποίησης ηλεκτρονικού συνδέσμου στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. Το καταναλωτικό κοινό απάντησε αρχικά σε ερωτήσεις που αφορούσαν σχετικά με τις προτιμήσεις γενικά για τα ψάρια, όπως η συχνότητα αγοράς, η ποσότητα, το σημείο αγοράς κ.ά. Εν συνεχεία, απάντησε σε ερωτήσεις σχετικές με τη γνώση και την αντίληψη για τα ξενικά είδη, καθώς και σε ερωτήσεις αναφορικά με τη δεκτικότητα και τις καταναλωτικές προτιμήσεις ξενικών ειδών. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι, το 68% των ερωτηθέντων γνωρίζει για την ύπαρξη των ξενικών ειδών. Το 55% γνωρίζει ότι, τα ξενικά είδη επιφέρουν αρνητικές επιπτώσεις στο θαλάσσιο περιβάλλον και το 64% θα αγόραζε ξενικά είδη εάν τους το πρότεινε ο «ιχθυοπώλης» τους. Το 62% θα κατανάλωνε ξενικά είδη βλέποντάς τα στο μενού κάποιου εστιατορίου, ενώ το 75% θα τα έτρωγε γνωρίζοντας ότι με αυτό τον τρόπο προστατεύει το θαλάσσιο οικοσύστημα και τα αυτόχθονα είδη. Το 79% των ερωτηθέντων θα ήθελε κάποιο πιστοποιητικό ελέγχου ποιότητας για τα ξενικά αλιεύματα και το 50% θα αγόραζε μεταποιημένα προϊόντα ξενικών ειδών από τοπικούς συνεταιρισμούς. Οι προτιμήσεις ποικίλουν σε σχέση με κοινωνικο-δημογραφικά κριτήρια κατάταξης των καταναλωτών.

Λέξεις-κλειδιά: Ξενικά είδη, αγορά αλιευμάτων, προτιμήσεις καταναλωτών, κριτήρια αγοράς

This paper focuses on the preferences of Greek consumers on the consumption of edible alien species products, while also documenting consumer habits regarding the general consumption of fish. For this study, a custom-made online questionnaire was used for data collection. This online form was completed by 236 people and distributed on Social Media networks. The participants initially answered relevant questions regarding their general preferences for fish and seafood products, such as frequency of purchase, quantity purchased, favored marketplace etc. The participants were then given questions concerning their knowledge and perception on alien species (and their interaction with marine ecosystems), as well as questions on the receptivity and consumer preferences. The results showed that 68% of respondents are aware of the existence of alien species. More than half of the respondents (55%) stated that alien species are liable to cause adverse effects on the marine environment and 64% of them believed that they would buy alien species if these were suggested by a trusted vendor. A 62% of the respondents would consume alien species products if they encountered them on the menu of a restaurant, while 75% of them they would buy and consume these products if their purchase could help protect the marine environment and indigenous species. Almost four quarter of the respondents (79%) expressed a wish for the implementation of a quality control certificate on alien species products and 50% would buy processed alien species products if they were distributed by local associations. The preferences seem to vary in relation to socio-demographic criteria used for consumer classification.

Key-words: Non-indigenous species, fish market, consumer preferences, criteria of buying fish



**Ερωτηματολόγιο κατανάλωσης ξενικών ειδών**

Το ερωτηματολόγιο είναι ΑΝΩΝΥΜΟ και δεν περιέχεται κανένα στοιχείο που να οδηγεί στην ταυτοποίηση του ερωτώμενου. Οι απαντήσεις σας θα αξιοποιηθούν για την εξυπηρέτηση του σκοπού που προαναφέρθηκε.

**Πανεπιστήμιο Πατρών, 2020**

**A. Δημογραφικά**

**A1. Φύλο:**

Ανδρας [1]  Γυναίκα [2]

**A2. Ηλικία;**

< 18 [1]  18-25 [2]  26-45 [3]  46-65 [4]  > 66 [5]

**A3. Ποιο είναι το επίπεδο μόρφωσής σας;**

Δεν έχω τελειώσει το δημοτικό	[1] <input type="checkbox"/>	Φοιτητής/ φοιτήτρια	[5] <input type="checkbox"/>
Απολυτήριο Δημοτικού	[2] <input type="checkbox"/>	Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ	[6] <input type="checkbox"/>
Απολυτήριο Γυμνασίου	[3] <input type="checkbox"/>	Μεταπτυχιακό	[7] <input type="checkbox"/>
Απολυτήριο Λυκείου	[4] <input type="checkbox"/>	Διδακτορικό	[8] <input type="checkbox"/>

**A4. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;**

Ανύπανδρος/η [1]  Έγγαμος/η [2]  Διαζευγμένος [3]

**Καταναλωτικές προτιμήσεις**

**B. Γενικά για τα ψάρια**

**B1. Πόσο συχνά αγοράζετε και καταναλώνετε ψάρια στην οικογένειά σας;**

Κάθε μέρα		1
Κάθε εβδομάδα		2
Μία φορά το μήνα		3
Μία φορά στους τρεις μήνες		4
Σε εξαιρετικές περιπτώσεις		5

**B2. Αγοράζετε ο ίδιος τα ψάρια για την οικογένειά σας;**

Πάντοτε		1
Συχνά		2
Σπάνια		3

**B3. Από πού αγοράζετε συνήθως τα ψάρια για το σπίτι σας;**

Παραδοσιακό Ιχθυοπωλείο		1
Λαϊκή Αγορά		2

Κεντρική Αγορά Ψαριών		3
Σούπερ Μάρκετ		4
Τοπική Σκάλα		5
Πλανόδιοι Ιχθυοπωλητές		6
Άλλο		7

**B4. Ποιά ποσότητα ψαριών αγοράζετε και καταναλώνετε, συνήθως, για ένα γεύμα της οικογένειά σας;**

1 κιλό		1
1,5 – 2 κιλά		2
2,5 κιλά και πάνω		3

**B5. Προτιμάτε πάντα να αγοράζετε τα ψάρια από τον ίδιο «ψαρά»;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

**B6. Αν ΝΑΙ, ποιός είναι ο λόγος;**

Εμπιστοσύνη		1
Καλή εξυπηρέτηση		2
Άλλο		3

**B7. Καθαρίζετε εσείς τα ψάρια;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

### Γ. Ειδικά για τα ξενικά ψάρια

**Γ1. Γνωρίζετε τι είναι τα ξενικά ψάρια;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

**Γ2. Γνωρίζετε εάν τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

**Γ3. Γνωρίζετε εάν τα ξενικά είδη έχουν αρνητικές επιπτώσεις στο θαλάσσιο περιβάλλον;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

**Γ4. Πιστεύετε ότι η κατανάλωση ξενικών ειδών μπορεί να αποτελεί κίνδυνο για την υγεία σας;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

**Γ5. Εάν σας λέγανε ότι κάποια από τα ξενικά είδη αποτελούν εκλεκτό φαγητό σε άλλες χώρες, θα δοκιμάζατε;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

**Γ6. Εάν βρίσκατε στον ψαρά σας τα ξενικά είδη πιο φθηνά από τα κλασσικά είδη που καταναλώνεται, θα τα αγοράζατε;**

ΝΑΙ		1
-----	--	---

OXI		2
-----	--	---

**Γ7. Εάν σας πρότεινε ο ιχθυοπώλης σας κάποιο ξενικό είδος, θα το αγοράζατε;**

ΝΑΙ		1
OXI		2

**Γ8. Εάν βλέπατε σε κάποια μαγειρική εκπομπή να μαγειρεύουν ένα ξενικό είδος, θα σας παρότρυνε περισσότερο να αγοράσετε/καταναλώσετε ξενικό είδος από μόνη/μόνος σας;**

ΝΑΙ		1
OXI		2

**Γ9. Εάν βλέπατε στο μενού κάποιου εστιατορίου κάποιο ξενικό είδος, θα το δοκιμάζατε;**

ΝΑΙ		1
OXI		2

**Γ10. Θα καταναλώνατε ξενικά είδη, εάν σας λέγανε ότι έτσι προστατεύετε το θαλάσσιο περιβάλλον και τα αυτόχθονα είδη;**

ΝΑΙ		1
OXI		2

**Γ11. Πόσο σημαντικός θεωρείται για σας κάθε ένας από τους παρακάτω παράγοντες στην περίπτωση που θα αγοράζατε ξενικά είδη (Σημειώστε ένα X για κάθε παράγοντα);**

Παράγοντας	Πολύ σημαντικός	Σημαντικός	Ασήμαντος
Μέγεθος ψαριών			
Φρεσκότητα			
Συνθήκες υγιεινής ιχθυοπωλείου και του προσωπικού του			
Συσκευασία			
Τιμή			
Προέλευση ψαριών			
Δηλητηριώδες			
Γνώριμο είδος			

**Γ12. Θα θέλατε αν αγοράζεται ξενικά είδη να έχουν κάποιο πιστοποιητικό ελέγχου ποιότητας ή κάποιο διακριτικό σήμα ποιότητας;**

ΝΑΙ		1
OXI		2
ΔΕΝ ΜΕ ΑΠΑΣΧΟΛΕΙ		3

**Γ13. Θα αγοράζατε μεταποιημένα προϊόντα ξενικών ειδών από τοπικούς συνεταιρισμούς;**

ΝΑΙ		1
OXI		2

**Γ14. Πόσο σας επηρεάζουν τα δημοσιεύματα του τύπου ή οι ανακοινώσεις των ΜΜΕ σχετικά με την υγιεινή των ψαριών ιχθυοτροφείου;**

ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ		1
ΠΟΛΥ		2
ΛΙΓΟ		3

ΚΑΘΟΛΟΥ		4
---------	--	---

**Γ15. Αντιμετωπίσατε ποτέ κάποιο πρόβλημα υγείας από την κατανάλωση ψαριών;**

ΝΑΙ		1
ΟΧΙ		2

*Σας ευχαριστούμε θερμά για τη συμμετοχή σας στην έρευνα*