

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ



Πτυχιακή Εργασία

Θέμα: Ποιότητα αγροδιατροφικών προϊόντων και επιλογές καταναλωτών σε διαφορετικές αλυσίδες διακίνησης στην Καλαμάτα.



Επιμέλεια Εργασίας: Καραγιάννη Μαρία

Επίβλεψη Εργασίας: κ. Κίζος Αθανάσιος

Μέλη Επιτροπής: κ. Βαΐτης, κ. Ιωσηφίδης

Μυτιλήνη, Φεβρουάριος 2015

Περιεχόμενα

1. Εισαγωγή.....	σελ.3
2. Στόχοι.....	σελ.3
3. Ορισμοί-Έννοιες	σελ.4
• Ποιότητα.....	σελ.4
• Ιδιοτυπία.....	σελ.6
• Τοπικά προϊόντα.....	σελ.7
• Σχέση ιδιοτυπίας-τοπικών προϊόντων.....	σελ.8
• Τοπικά προϊόντα Καλαμάτας	σελ.8
4. Μελέτες καταναλωτικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα.....	σελ.10
5. Μεθοδολογία.....	σελ.11
6. Αποτελέσματα.....	σελ.12
• Περιγραφή δείγματος.....	σελ.12
7. Συμπεράσματα.....	σελ.56
8. Σύγκριση αποτελεσμάτων-μελετών.....	σελ.61
9. Παράρτημα.....	σελ.62
10. Βιβλιογραφία-Δικτυογραφία.....	σελ.65

Εισαγωγή

Το θέμα που διεξάγεται αφορά την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων, καθώς και τις επιλογές των καταναλωτών σε διαφορετικές αλυσίδες διακίνησης των προϊόντων αυτών. Οι αλυσίδες διακίνησης είναι οι εξής: το super market, το μανάβικο και η λαϊκή αγορά. Ακόμα, γίνεται συσχέτιση ανάμεσα στην ποιότητα και την τιμή των προϊόντων, καθώς επίσης εκτίμηση επιλογών των παραπάνω αλυσίδων διακίνησης όσον αφορά ορισμένες ονομαστικές μεταβλητές που αφορούν τους καταναλωτές. Η έρευνα έλαβε χώρα στην πόλη της Καλαμάτας Μεσσηνίας με τη βοήθεια ερωτηματολογίου(παράρτημα).Η δειγματοληψία περατώθηκε στα παραπάνω σημεία λιανικής πώλησης αγροδιατροφικών προϊόντων και ήταν τυχαία ως προς τη χρονική περίοδο και το εύρος των καταναλωτών.

Στόχοι

Η ερευνητική εργασία που παρουσιάζεται παρακάτω, θέτει κάποιους στόχους, οι οποίοι καλούνται να καταγράψουν:

- Πως ορίζεται η ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων σύμφωνα με την κρίση των καταναλωτών, και με ποιο τρόπο έχουν την ικανότητα να τα ξεχωρίζουν ανάμεσα από άλλα λιγότερο ποιοτικά προϊόντα κατά τη γνώμη τους.
- Τη σχέση που υπάρχει μεταξύ της ποιότητας και του κόστους των αγροδιατροφικών προϊόντων, και επιπλέον εάν οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα ώστε να αποκτήσουν πιο ποιοτικά προϊόντα.
- Αν οι καταναλωτές έχουν γνώση κάποιων σημάνσεων/πιστοποιήσεων αγροδιατροφικών προϊόντων.
- Τις καταναλωτικές συνήθειες των καταναλωτών, την καταναλωτική τους συμπεριφορά και επίσης τους λόγους για τους οποίους προτιμούν να επισκέπτονται τη συγκεκριμένη αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων.

Οι στόχοι της έρευνας καταγράφονται και υλοποιούνται σύμφωνα με την τυχαία δειγματοληψία η οποία σημειώθηκε στις τρεις αλυσίδες διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων(super market, μανάβικο, λαϊκή αγορά).

Ορισμοί-Έννοιες

Ποιότητα

Η έννοια της ποιότητας είναι πολύ σημαντική αλλά κυρίως της ποιότητας των προϊόντων που συμμετέχουν στη διατροφή μας (αγροδιατροφικά προϊόντα). Αυτή η έννοια διαφέρει ως προς τους καταναλωτές και τους παραγωγούς, γεγονός που σημαίνει ότι υπάρχουν περισσότεροι από έναν ορισμοί για την “ποιότητα”. Οι καταναλωτές συνδέουν την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων, που αγοράζουν και κατά συνέπεια καταναλώνουν, με την έννοια της “ποιότητας ζωής” και του επιπέδου διαβίωσης. Όσον αφορά τους παραγωγούς, η ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων που παράγουν, συνδέεται με το “όνομα” και τη “φήμη” τους στην αγορά.

Γενικά, ο όρος της ποιότητας των αγροδιατροφικών προϊόντων συνδέεται και συσχετίζεται τόσο με τα διάφορα χαρακτηριστικά, όσο και με ορισμένες ιδιότητες των προϊόντων αυτών, που έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν τις διαφορετικές ανάγκες των ατόμων (καταναλωτές και παραγωγοί).

Παρακάτω σημειώνονται και αναλύονται τρεις διακρίσεις του όρου “ποιότητας”, όσον αφορά φυσικά τα αγροδιατροφικά προϊόντα. Οι διακρίσεις είναι οι ακόλουθες:

- **Η πραγματική ποιότητα του προϊόντος:** Αφορά την ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούνται, την παραγωγική διαδικασία, τη συνταγή, την τεχνολογία και τη διατροφική αξία του προϊόντος.
- **Η ποιότητα που προέρχεται από διάφορα συστήματα πιστοποίησης:** Αφορά την προέλευση και την παραγωγική διαδικασία των προϊόντων, καθώς επίσης και τις σημάσεις ποιότητας των πρώτων υλών, την τυποποίηση της διαδικασίας παραγωγής και τέλος την ασφάλεια των προϊόντων.
- **Η συμβολική ποιότητα:** Αφορά την απόδοση της ποιότητας με βάση διάφορων πολιτισμικών, ιδεολογικών αλλά και συμβολικών σχέσεων που αναπτύσσονται ανάμεσα στα προϊόντα και τους καταναλωτές. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν ιστορικοί και συμβολικοί δεσμοί σχετικά με την ονομασία προέλευσης του προϊόντος, οι οποίοι προτρέπουν και ελκύουν τους καταναλωτές να επιθυμούν να αγοράσουν τα προϊόντα αυτά.

Η ποιότητα έχει επίσης δύο γενικές έννοιες:

- Το προϊόν να έχει χαρακτηριστικά τα οποία ικανοποιούν τον καταναλωτή.
- Το προϊόν να μην έχει αρνητικά χαρακτηριστικά τα οποία μειώνουν την ικανοποίηση του καταναλωτή.

<u>Το προϊόν να έχει χαρακτηριστικά τα οποία ικανοποιούν τον καταναλωτή.</u>	<u>Το προϊόν να μην έχει αρνητικά χαρακτηριστικά τα οποία μειώνουν την ικανοποίηση του καταναλωτή.</u>
<ul style="list-style-type: none">▪ Αύξηση της ικανοποίησης του καταναλωτή.▪ Αύξηση της εμπορευσιμότητας του προϊόντος.▪ Αύξηση της ανταγωνιστικότητας.▪ Αύξηση του κέρδους.▪ Διασφάλιση καλύτερης τιμής του προϊόντος. <p>➤ Η κύρια επίδραση είναι στις <u>πωλήσεις</u>.</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Αύξηση της ικανοποίησης του καταναλωτή.▪ Αύξηση των ρυθμών της παραγωγής.▪ Μείωση του ποσοστού λαθών.▪ Μείωση των προβλημάτων μετά την πώληση.▪ Μείωση των αναγκών για επανελέγχους και δοκιμές. <p>• Η κύρια επίδραση είναι στο <u>κόστος</u>.</p>

Οι καταναλωτές ανάλογα με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις που έχουν από τα αγροδιατροφικά προϊόντα που αγοράζουν και σαφώς χρησιμοποιούν, αντιλαμβάνονται την ποιότητα διαφορετικά και επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες όπως, το σχήμα, η εμφάνιση, η γεύση και άλλα χαρακτηριστικά των προϊόντων, τα οποία αναφέρονται παρακάτω πιο αναλυτικά. Όμως, σύμφωνα με τον Garvin (1998), οι διαστάσεις της ποιότητας είναι οι ακόλουθες:

- Επιδόσεις
- Χαρακτηριστικά

- Αξιοπιστία
- Συμμόρφωση
- Ανθεκτικότητα
- Αισθητική
- Συντηρητικότητα
- Φαινόμενη ποιότητα

Οι οκτώ αυτές διαστάσεις ποιότητας, είναι ανεξάρτητες και απόλυτα διακριτές η μία από την άλλη, και επίσης υπάρχει πιθανότητα και δυνατότητα να αλληλοσύνδεσης μεταξύ τους.

Κλείνοντας λοιπόν καταλήγουμε στο συμπέρασμα, ότι η “ποιότητα” είναι αποκλειστικά μια κατασκευασμένη έννοια από την κοινωνία και εξαρτάται κάθε φορά από το κοινωνικό της πλαίσιο.

Ιδιοτυπία

Η έννοια της “ιδιοτυπίας” αναφέρεται σε χαρακτηριστικά των προϊόντων, τα οποία τα διαφοροποιούν από άλλα παρόμοια προϊόντα. Τις περισσότερες φορές η κατασκευή και η πιστοποίηση της ιδιοτυπίας σχετίζεται με τη χρήση συγκεκριμένων ή παραδοσιακών πρώτων υλών, συγκεκριμένων παραγωγικών μεθόδων και επιπλέον, ορισμένες φορές συνδέονται με αναγνωρίσιμη γεωγραφική ένδειξη. Αυτό συνεπάγεται στο ότι η ιδιοτυπία σχετίζεται στενά με τη συμβολική ποιότητα, η οποία αναφέρθηκε παραπάνω.

Οι κυριότερες κατηγορίες πιστοποίησης της ιδιοτυπίας που αναγνωρίζονται επίσημα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, περιλαμβάνουν προϊόντα ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης), ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη), ΕΠΠΕ (Ειδικό Παραδοσιακό Προϊόν Εγγυημένο) και Οίνοι Ποιότητας (v.q.p.r.d.).

- Σύμφωνα με το τυχαίο δείγμα του πληθυσμού της έρευνάς μας, θα ασχοληθούμε μόνο με τα προϊόντα ΠΟΠ, ΠΓΕ καθώς και μετά βιολογικά προϊόντα, τα οποία αναφέρονται πιο αναλυτικά αμέσως μετά.

ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης): Ως ΠΟΠ ορίζεται το όνομα μιας περιοχής, το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή ενός αγροτικού ή κτηνοτροφικού προϊόντος(αγροδιατροφικά προϊόντα), που παράγεται σε αυτήν την περιοχή όπου η ποιότητα αλλά και τα χαρακτηριστικά του οφείλονται κυρίως ή και αποκλειστικά τις περισσότερες φορές στο γεωγραφικό περιβάλλον.

ΠΓΕ(Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη): Ως ΠΓΕ ορίζονται τα αγροτροφικά προϊόντα (αγροδιατροφικά), των οποίων η ποιότητα αποδίδεται στη γεωγραφική τους προέλευση. Πιο συγκεκριμένα, η διαφορά των προϊόντων ΠΟΠ από τα ΠΓΕ είναι η εξής: Για τα προϊόντα ΠΟΠ, το σύνολο της παραγωγικής διαδικασίας πρέπει να συντελείται μέσα από προκαθορισμένη γεωγραφικά περιοχή, ενώ για τα προϊόντα ΠΓΕ, αρκεί έστω κάποιο στάδιο της παραγωγικής διαδικασίας να συντελείται μέσα στην προκαθορισμένη γεωγραφικά περιοχή.

Βιολογικά: Ονομάζονται τα προϊόντα τα οποία έχουν προέλθει από βιολογική καλλιέργεια, δηλαδή από μέθοδο καλλιέργειας η οποία ελαχιστοποιεί η αποφεύγει τη χρήση συνθετικών λιπασμάτων και ζιζακτονίων, ρυθμιστών ανάπτυξης των φυτών, ορμονών και πρόσθετων ουσιών.

- Αξίζει να σημειωθεί, ότι το καθεστώς για την προστασία γεωγραφικών ενδείξεων(ΠΓΕ) και των ονομασιών προέλευσης(ΠΟΠ) των γεωργικών προϊόντων θεσπίστηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση το 1992.

Η **ποιότητα** και η **ιδιοτυπία** αποτελούν δύο από τους βασικούς παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τους καταναλωτές και συμβάλουν στη διαμόρφωση της επιλογής αλυσίδας διακίνησης (super market,μανάβικο, λαϊκή), για την αγορά των αγροδιατροφικών τους προϊόντων.

Τοπικά προϊόντα

Τοπικά χαρακτηρίζονται τα “φυσικά αγαθά” τα οποία παράγονται ή παρέχονται από διαφορετικές επιχειρήσεις υπαίθριων περιοχών και διαθέτουν μία αναγνωρισμένη κοινωνικό-οικονομική ταυτότητα. Όμως παρόλα αυτά, η έννοια του τοπικού δεν έχει μοναδική και αποδεκτή σημασία και ίσως ορισμένες φορές υπάρχουν αντικρουόμενα νοήματα. Συγκεκριμένα, η έννοια αυτή, μπορεί να αναφέρεται σε μία προσδιορισμένη γεωγραφικά περιοχή ή στα ιδιαίτερα εγγενή χαρακτηριστικά των προϊόντων της περιοχής αυτής. Ακόμα, πολύ συχνά αναφέρεται ως μία αντίθετη περίπτωση από τα παγκόσμια προϊόντα. Η άποψη αυτή θα μπορούσαμε να πούμε πως αποτελεί πρόβλημα, καθώς καταλήγει συνήθως σε μια λανθασμένη φήμη η οποία είναι η εξής: “τοπικό προϊόν = καλό και ποιοτικό” και “παγκόσμιο προϊόν = κακό και μη ποιοτικό”.

Ιδιοτυπία-Τοπικά προϊόντα

Παρακάτω γίνεται μια ταξινόμηση των τοπικών προϊόντων με βάση την έννοια της ιδιοτυπίας αλλά και την τοπικότητα των πρώτων υλών των προϊόντων αυτών. Έχουμε λοιπόν τους εξής διαχωρισμούς:

- Τοπικά ιδιότυπα προϊόντα με τοπικές πρώτες ύλες.
- Τοπικά ιδιότυπα προϊόντα χωρίς τοπικές πρώτες ύλες.
- Τοπικά μη ιδιότυπα προϊόντα με τοπικές πρώτες ύλες.
- Τοπικά μη ιδιότυπα προϊόντα χωρίς τοπικές πρώτες ύλες.

Το συμπέρασμα που προκύπτει σύμφωνα με τα παραπάνω, είναι ότι η έννοια της ιδιοτυπίας συμπληρώνει την έννοια της τοπικότητας και περιορίζει το μεγάλο εύρος της, δίνοντας τη δυνατότητα να αναπτυχθούν και άλλα συστήματα ταξινόμησης των τοπικών προϊόντων.

Τοπικά προϊόντα (αγροδιατροφικά) Καλαμάτας Μεσσηνίας

Η περιοχή της Καλαμάτας θεωρείται η πατρίδα της ελιάς με εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο αλλά και μεστές μαύρες ελιές. Το ήπιο κλίμα, η μεγάλη ηλιοφάνεια, η ύπαρξη μεγάλης ποικιλίας μελισσοκομικών φυτών, τόσο αυτοφυών όσο και καλλιεργούμενων που απαντώνται στη Μεσσηνία, αποτελούν εχέγγυα για την παραγωγή άριστης ποιότητας μελισσοκομικών προϊόντων και κυρίως μελιού με πλούσιο άρωμα και ευχάριστη γεύση. Ακόμα, τα γεωγραφικά πλεονεκτήματα του νομού Μεσσηνίας, η ύπαρξη διαθέσιμου εργατικού δυναμικού, καθώς και η βιομηχανική παράδοση συνέβαλαν στην βιομηχανική ανάπτυξη της περιοχής κατά το παρελθόν. Σήμερα ωστόσο τα πορίσματα πρόσφατων στατιστικών ερευνών δείχνουν ότι η μεταποιητική δραστηριότητα ακολουθεί φθίνουσα πορεία.

Στη συνέχεια αναφέρονται και αναλύονται συνοπτικά τα κύρια αγροδιατροφικά προϊόντα της Καλαμάτας και γενικά του νομού Μεσσηνίας:

- **Επιτραπέζιες ελιές (ΠΟΠ):** Είναι οι μικροσκοπικές πρέσβειρες της Μεσσηνίας σε ολόκληρο τον κόσμο. Η καλλιέργειά τους παίζει πρωτεύοντα ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Μεσσηνίας και έχουν αναγνωρισθεί ως βασικό είδος διατροφής στις ελληνικές και τις ξένες αγορές. Οι άριστες κλιματολογικές συνθήκες σε συνδυασμό με την άρδευση και τη συγκομιδή του καρπού με τα χέρια έχουν, ως αποτέλεσμα, την άριστη ποιότητα και την ξεχωριστή γεύση της ελιάς Καλαμάτας.



- **Έξτρα παρθένο ελαιόλαδο (ΠΟΠ):** Το μεσσηνιακό ελαιόλαδο είναι ένα φυσικό προϊόν, που παράγεται από την σύνθλιψη της ελιάς, χωρίς εκχυλίσματα και βελτιωτικά πρόσθετα. Είναι ένα δώρο της φύσης με μεγάλη βιολογική και φαρμακευτική αξία, γευστικό και εύπεπτο, που παράγεται με μεράκι και φροντίδα και συσκευάζεται από επιχειρήσεις με μεγάλη πείρα, που σέβονται την παράδοση και τον καταναλωτή.



- **Σύκα:** Τα ξερά σύκα είναι μια από τις πιο ονομαστές φυσικές γευστικές απολαύσεις, που είναι απόλυτα ταυτισμένη με την περιοχή. Εύγεστο, θρεπτικό και υγιεινό, το ξερό σύκο είναι ένας καρπός φυσικά αποξηραμένος στον ήλιο, χωρίς κανένα απολύτως χημικό πρόσθετο. Είναι μια πηγή ενέργειας για τον ανθρώπινο οργανισμό, περιζήτητη και αναντικατάστατη λόγω της υψηλής περιεκτικότητάς του σε μέταλλα όπως ασβέστιο, φώσφορο και σίδηρο αλλά και σε φυτικές ίνες.



Τέλος, εκτός από τα παραπάνω βασικά αγροδιατροφικά προϊόντα της περιοχής που διεκπεραιώθηκε η έρευνά μας, παράγονται επίσης τα και ακόλουθα εξίσου σημαντικά προϊόντα: μέλι, σταφίδα, κρασί, φασκόμηλο, βότανα και το ντόπιο παραδοσιακό παστέλι τραγανό η μαλακό.



Μελέτες καταναλωτικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα

1. Όλοι μας πρέπει να συνειδητοποιήσουμε την τεράστια επίδραση που έχουν οι διατροφικές μας συνήθειες και κατά συνέπεια η γεωργία στον πλανήτη. Πριν από μερικές δεκαετίες η χώρα μας είχε σχετική αυτάρκεια στην παραγωγή τροφίμων. Οι άνθρωποι έτρωγαν σχεδόν αποκλειστικά τρόφιμα που είχαν παραχθεί κοντά στον τόπο που ζούσαν και τα εισαγόμενα προϊόντα ήταν μια σπάνια πολυτέλεια. Σήμερα, παρ' όλο που η γεωργική και κτηνοτροφική μας παραγωγή έχει πολλαπλασιαστεί, εισάγουμε μεγάλο μέρος της τροφής μας. Κι όμως, ακόμη και με λιγότερο εντατικές μεθόδους, η Ελλάδα θα μπορούσε να έχει επάρκεια και ποικιλία στην παραγωγή τροφίμων. Τα ράφια των super market είναι γεμάτα από πλαστικές συσκευασίες τροφίμων που κραυγάζουν το πόσο φυσικά είναι. Θεωρούμε δεδομένο ότι τα τρόφιμα απλά εμφανίζονται στο ράφι, περιμένουμε ότι θα τα συναντήσουμε πάντα στο ίδιο σημείο, σε επαρκή ποσότητα, με την ίδια ποιότητα και σχεδόν την ίδια τιμή, σαν οποιαδήποτε τυποποιημένα προϊόντα. Δεν σκεφτόμαστε από ποιά χώρα προέρχονται, ούτε με ποιό τρόπο παράγονται, ούτε πώς φθάνουν ως το ράφι. Αντίστροφα, πολλοί αγρότες με απογοήτευση νιώθουν ότι οι καταναλωτές αγνοούν και αδιαφορούν για τη γη, για τους ίδιους τους αγρότες, για την τροφή σαν πηγή της ζωής. Αισθάνονται ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται μόνο για την τιμή που πληρώνουν για τα τρόφιμά τους. Έτσι και οι ίδιοι οι αγρότες υπό την πίεση της ανταγωνιστικής οικονομίας καταλήγουν να θεωρούν ότι αυτό που μετρά πάνω απ' όλα είναι το κέρδος και η παραγωγή φτηνών τροφίμων. Αντί να φροντίζουν τη γη τους, καταλήγουν να καταστρέφουν τη φυσική παραγωγικότητα του εδάφους, να υποβαθμίζουν το περιβάλλον, να εκθέτουν τους εαυτούς τους σε επικίνδυνα χημικά, να πωλούν τρόφιμα χαμηλότερης διατροφικής αξίας ή και βλαβερά για την ανθρώπινη υγεία. (ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ).

2. Το ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών), σύμφωνα με πανελλήνια έρευνα καταναλωτών super market, δείγματος 2.000 ατόμων, εξετάζει την οικονομική και κοινωνική συνεισφορά των super market. Το γενικό συμπέρασμα των αποτελεσμάτων είναι ότι οι Έλληνες καταναλωτές αξιολογούν ιδιαίτερα υψηλά τη συνεισφορά των super market εν μέσω της οικονομικής κρίσης. Επίσης, γίνεται σαφές ότι για το ευρύ ελληνικό κοινό, το super market αποτελεί ένα στήριγμα της οικονομίας και της καθημερινότητας. Ακόμα, συγκριτικά με άλλα σημεία πώλησης αγροδιατροφικών προϊόντων (μανάβικο, λαϊκή αγορά), θεωρείται με διαφορά η αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων, η οποία ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες των καταναλωτών την περίοδο της ύφεσης, με παροχή τιμών, ποιοτικών προϊόντων και αναβαθμισμένων υπηρεσιών. (ΚΕΡΔΟΣ, Φεβρουάριος 2015).

3. Στα σούπερ μάρκετ τα καλάθια και καροτσάκια πλέον δεν ξεχειλίζουν, αφού οι αγορές γίνονται με μέτρο και με κύριο γνώμονα την τιμή. Στις λαϊκές αγορές οι καταναλωτές αναζητούν το φτηνότερο, ενώ στα μανάβικα και σε άλλα καταστήματα τροφίμων, οι αγορές αφορούν μικρές ποσότητες. Ημέρες δόξας γνωρίζουν τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στις μεγάλες αλυσίδες των σούπερ μάρκετ. Τρόφιμα, όπως ζυμαρικά, όσπρια, δημητριακά, γάλα, με την επωνυμία του σούπερ μάρκετ, που κοστίζουν φτηνότερα από τα αντίστοιχα επώνυμων εταιριών, βρίσκονται όλο και πιο συχνά στα καλάθια των καταναλωτών. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας στο σύνολο των αλυσίδων σούπερ μάρκετ φτάνουν πλέον στο 19% - 20% των πωλήσεων επί του συνόλου των προϊόντων.

Ακόμη μεγαλύτερη είναι η μείωση στις λαϊκές αγορές, όπου η κίνηση αυξάνεται τις μεσημβρινές ώρες όταν οι τιμές των προϊόντων στους πάγκους πέφτουν. Τα προϊόντα “δεύτερης ποιότητας”, όπως ονομάζονται, πωλούνται πιο εύκολα. Φρούτα και λίγα λαχανικά χαμηλότερης ποιότητας που είναι πιο φτηνά έχουν μεγαλύτερη ζήτηση. Για παράδειγμα ντομάτες έχει με 50 και 70 λεπτά και 1 ευρώ. Οι πιο φτηνές φεύγουν πιο γρήγορα. (Βασίλης Πεκλάρης, Αύγουστος 2011).

4. Από το 2009, όπου χτύπησε για πρώτη φορά το καμπανάκι της οικονομικής κρίσης στη χώρα μας, οι περισσότεροι από εμάς έχουμε αλλάξει τις καταναλωτικές μας συνήθειες και στα προϊόντα της διατροφής μας. Τα προϊόντα που χρησιμοποιούνταν και καταναλώνονταν καθημερινά, έχουν μειωθεί ή έχουν αντικατασταθεί με άλλα πιο φτηνά. Την ίδια στιγμή, μία μεγάλη μερίδα πολιτών συγκεντρώνεται έξω από τις αποθήκες των σούπερ μάρκετ κάθε βράδυ για να μαζέψει τα ληγμένα ή «ταλαιπωρημένα» τρόφιμα της ημέρας, πριν πεταχτούν στις χωματερές, για ιδία κατανάλωση. Ο Έλληνας καταναλωτής προτιμά πλέον όλο και πιο υποβαθμισμένης ποιότητας προϊόντα, θέτοντας συχνά σε κίνδυνο την ίδια του την υγεία. Δεν είναι πια τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που ενδιαφέρουν τον καταναλωτή στα προϊόντα που θα αγοράσει, αλλά το πώς θα γεμίσει το καλάθι. (Ελενα Μπούλια, Οκτώβριος 2012).

Μεθοδολογία

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στις τρεις βασικές αλυσίδες διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων, οι οποίες είναι: το super market, το μανάβικο και η λαϊκή αγορά. Η έρευνα είναι δειγματοληπτική και διεξάχθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου(βλ. παράρτημα), οποίο περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων και τις πιστοποιήσεις/σημάνσεις τους, τις καταναλωτικές συνήθειες του δείγματος καθώς και ορισμένα ανώνυμα προσωπικά στοιχεία, που στόχο είχαν όσο το δυνατόν καλύτερα αποτελέσματα. Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος της έρευνας, καταλήγουμε σε κάποια αποτελέσματα και συνεπώς σε συμπεράσματα, τα οποία αναλύονται παρακάτω εικονικά αλλά και περιγραφικά. Η δειγματοληπτική έρευνα διεκπεραιώθηκε με την πολύτιμη βοήθεια 51 ερωτηματολογίων συνολικά, τα οποία μοιράστηκαν και συμπληρώθηκαν με πλήρη ειλικρίνεια σε κεντρικές αλυσίδες διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων της περιοχής. Πιο συγκεκριμένα, 17 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από καταναλωτές σε super markets, 17 από καταναλωτές σε μανάβικα και άλλα 17 από καταναλωτές λαϊκών αγορών. Το δείγμα του πληθυσμού ήταν τυχαίο, με βάση το διαθέσιμο πληθυσμό και τη χρονική στιγμή που περατώθηκε η δειγματοληψία. Η έρευνα ξεκίνησε το Δεκέμβριο του 2014 και έλαβε τέλος τον Ιανουάριο του 2015, στην πόλη της Καλαμάτας Μεσσηνίας.

- Να σημειωθεί ότι τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής μας έρευνας αναλύονται και παριστάνονται ανά αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων (super market,μανάβικο και λαϊκή αγορά) αλλά και συνολικά.

Αποτελέσματα

Περιγραφή δείγματος

Το δείγμα της έρευνάς μας είναι τυχαίο και αποτελείται από 51 ερωτηματολόγια, τα οποία συμπληρώθηκαν από 17 καταναλωτές σε κάθε μία από τις τρεις αλυσίδες διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων (super market, μανάβικο, λαϊκή αγορά). Οι 51 ερωτηθέντες είναι διαχωρισμένοι σε τρεις κατηγορίες: ανά φύλο (άνδρες και γυναίκες), ανά ηλικία σε τέσσερις ηλικιακές κλάσεις (15-25, 25-45, 45-65 και 65+) καθώς και ανά επάγγελμα (ιδιωτικοί υπάλληλοι, δημόσιοι υπάλληλοι, συνταξιούχοι, φοιτητές και άνεργοι). Στη συνέχεια αναλύεται το δείγμα μας με ποσοστά επί τις εκατό ξεχωριστά για κάθε αλυσίδα διακίνησης αλλά και συνολικά.

Super market

<u>Φύλο</u>	<u>Ποσοστό</u>
Άνδρες	41,18%
Γυναίκες	58,82%

<u>Επάγγελμα</u>	<u>Ποσοστό</u>
Ιδιωτικοί Υπάλληλοι	35,3%
Δημόσιοι Υπάλληλοι	35,3%
Φοιτητές	17,64%
Άνεργοι	11,76%

<u>Ηλικιακή Ομάδα</u>	<u>Ποσοστό</u>
15-25	29,41%
25-45	41,18%
45-65	29,41%

Παρατηρούμε ότι στο δείγμα του super market δεν υπάρχουν συνταξιούχοι και άτομα ηλικίας 65+.

Μανάβικο

<u>Φύλο</u>	<u>Ποσοστό</u>
Άνδρες	52,94%
Γυναίκες	47,06%

<u>Επάγγελμα</u>	<u>Ποσοστό</u>
Ιδιωτικοί Υπάλληλοι	17,64%
Δημόσιοι Υπάλληλοι	23,5%
Συνταξιούχοι	23,5%
Άνεργοι	35,3%

<u>Ηλικιακή Ομάδα</u>	<u>Ποσοστό</u>
15-25	17,64%
25-45	35,3%
45-65	29,42%
65+	17,64%

Παρατηρούμε ότι στο δείγμα από το μανάβικο δεν υπάρχουν φοιτητές.

Λαϊκή αγορά

<u>Φύλο</u>	<u>Ποσοστό</u>
Άνδρες	41,18%
Γυναίκες	58,82%

<u>Επάγγελμα</u>	<u>Ποσοστό</u>
Ιδιωτικοί Υπάλληλοι	41,18%
Δημόσιοι Υπάλληλοι	23,53%
Συνταξιούχοι	23,53%
Άνεργοι	11,76%

<u>Ηλικιακή Ομάδα</u>	<u>Ποσοστό</u>
25-45	58,82%
45-65	29,42%
65+	11,76%

Παρατηρούμε ότι στο δείγμα από τη λαϊκή αγορά δεν υπάρχουν φοιτητές και άτομα ηλικίας 15-25.

Σύνολο

<u>Φύλο</u>	<u>Ποσοστό</u>
Άνδρες	45,1%
Γυναίκες	54,9%

<u>Επάγγελμα</u>	<u>Ποσοστό</u>
Ιδιωτικοί Υπάλληλοι	31,37%
Δημόσιοι Υπάλληλοι	27,45%
Συνταξιούχοι	15,68%
Φοιτητές	5,89%
Άνεργοι	19,7%

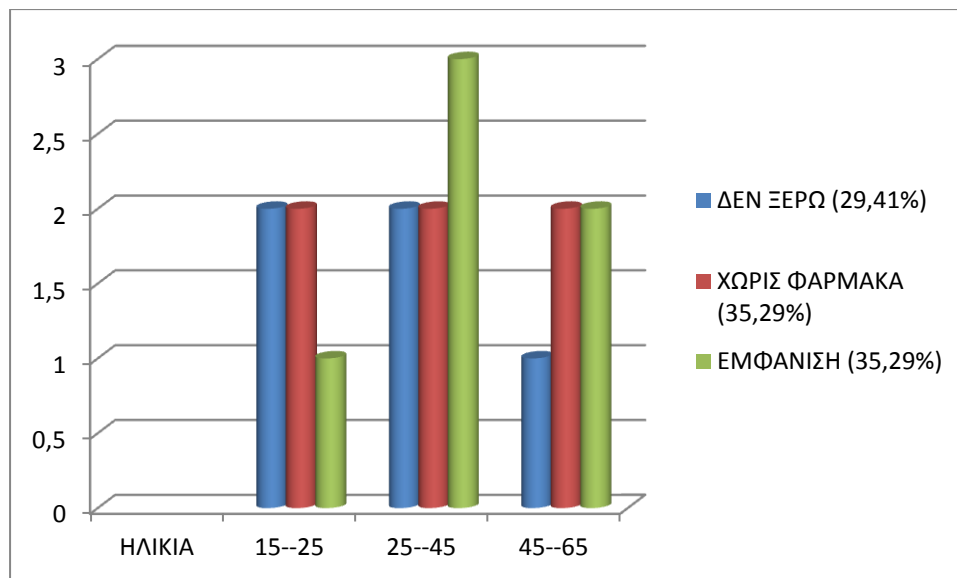
<u>Ηλικιακή Ομάδα</u>	<u>Ποσοστό</u>
15-25	15,68%
25-45	45,1%
45-65	29,42%
65+	9,8%

Παρατηρούμε ότι στο δείγμα της έρευνας δε συμμετέχουν αγρότες, μαθητές και άτομα που ασχολούνται αποκλειστικά με τα οικιακά.

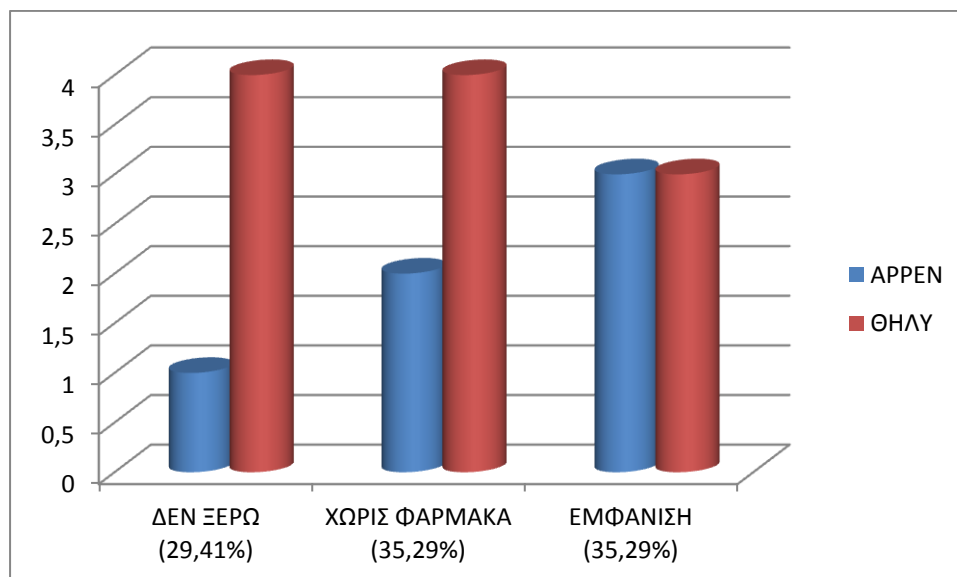
- Στη συνέχεια παριστάνονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής έρευνας ανά αλυσίδα διακίνησης αλλά και στο σύνολο του δείγματος.

1. Super market

1. Πώς ορίζετε τα ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;

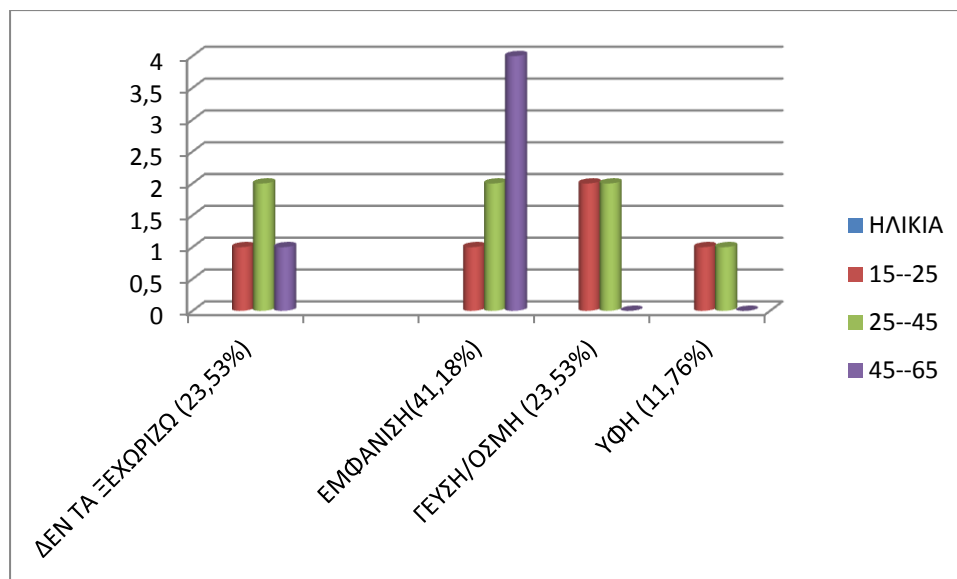


Παρατηρούμε ένα υψηλό ποσοστό στην ηλικιακή ομάδα 25-45 στην οποία οι περισσότεροι ορίζουν από την εμφάνιση ένα προϊόν ποιοτικό.

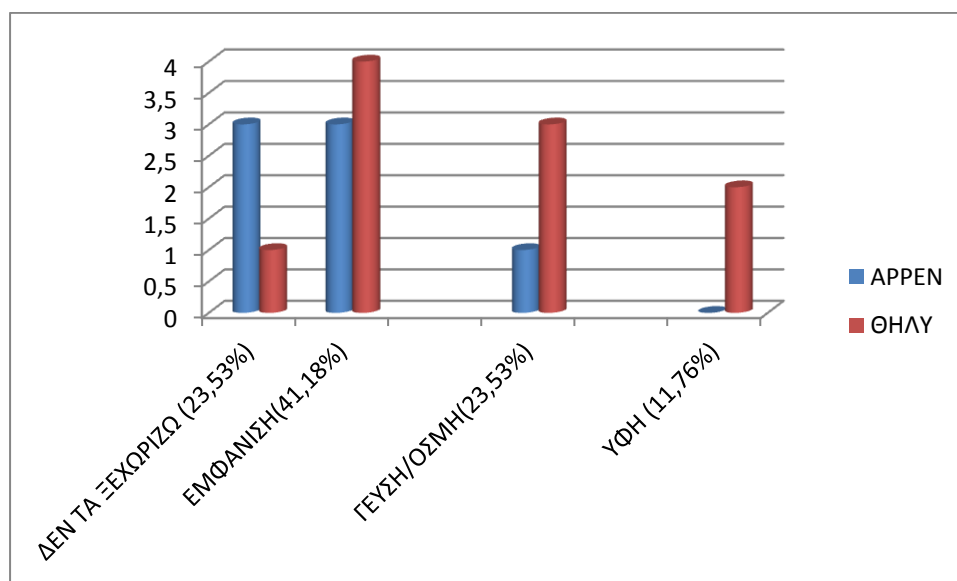


Ακόμα παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι άνδρες ορίζουν ένα προϊόν ότι είναι ποιοτικό από την εμφάνιση, ενώ οι γυναίκες παρουσιάζουν το μικρότερο ποσοστό σε αυτό το κριτήριο ορισμού ποιότητας.

2. Πώς ξεχωρίζετε τα ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;

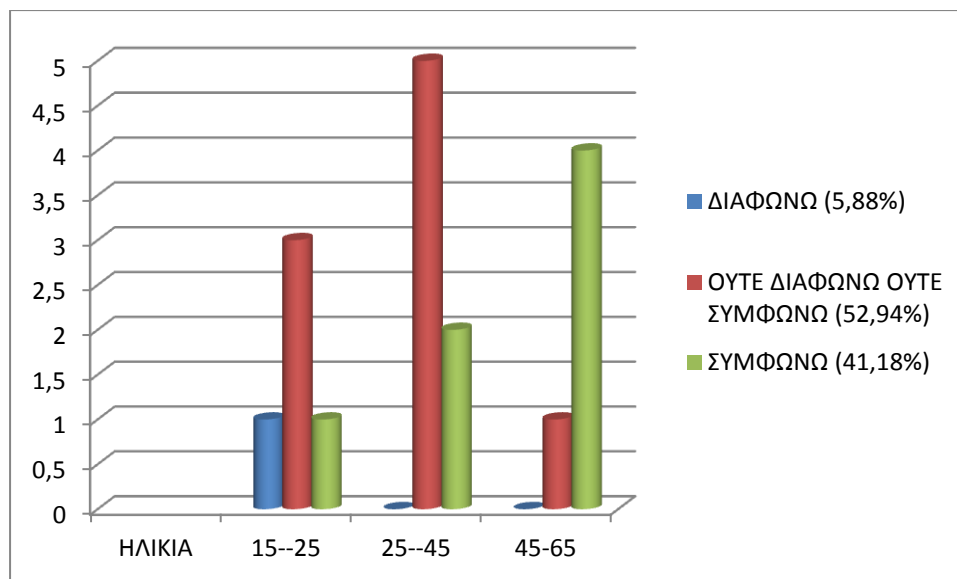


Παρατηρούμε το μεγάλο ποσοστό της ηλικιακής ομάδας 45-65 το οποίο ξεχωρίζει ένα ποιοτικό προϊόν από την εμφάνιση.

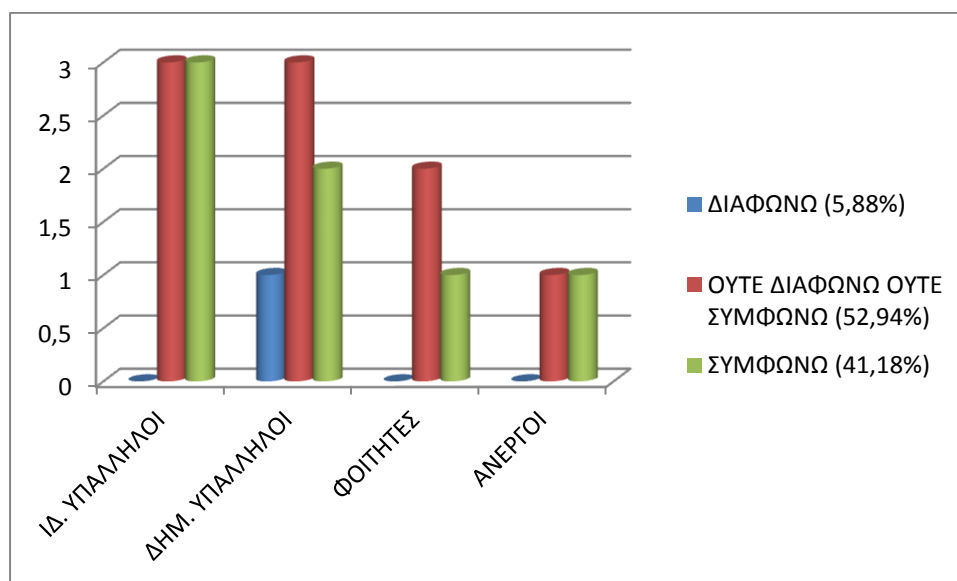


Βλέπουμε ότι οι περισσότεροι άντρες ξεχωρίζουν τα ποιοτικά προϊόντα από την εμφάνιση τους ή δεν τα ξεχωρίζουν καθόλου. Αντιθέτως οι γυναίκες τα ξεχωρίζουν από όλα τα χαρακτηριστικά τους.

3. Ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό.

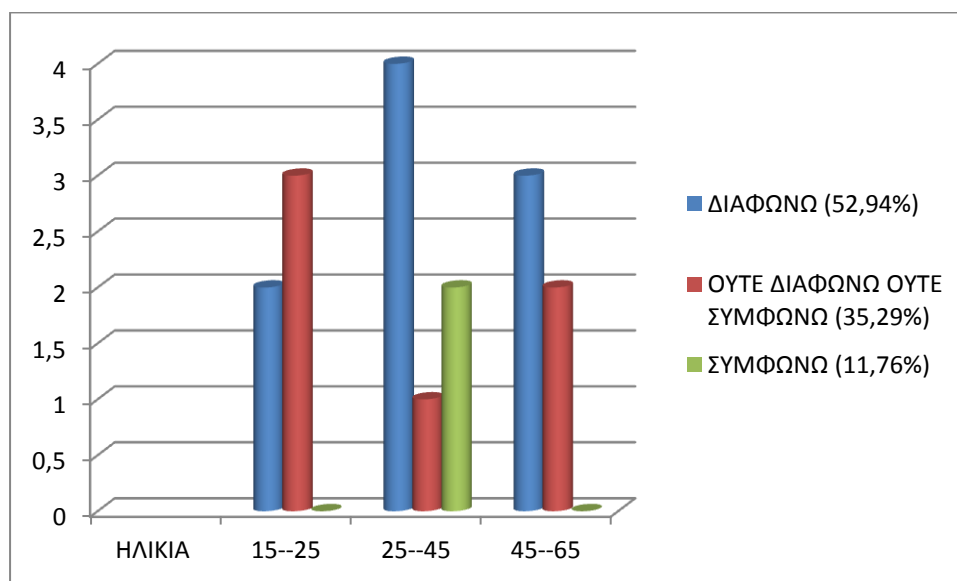


Οι νεότεροι σε ηλικία (15-45) δεν έχουν άποψη για το αν ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό, ενώ οι μεγαλύτεροι (45-65) συμφωνούν.

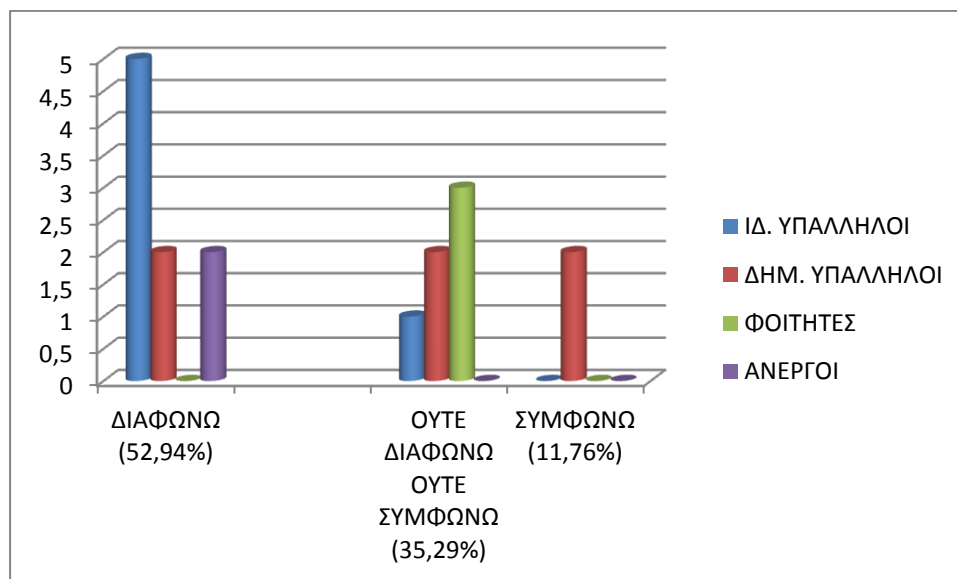


Παρατηρούμε μόνο ένα μικρό ποσοστό των δημοσίων υπαλλήλων (15-25) ότι διαφωνεί, ενώ η ουδέτερη άποψη υπερισχύει συνολικά.

4. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων.

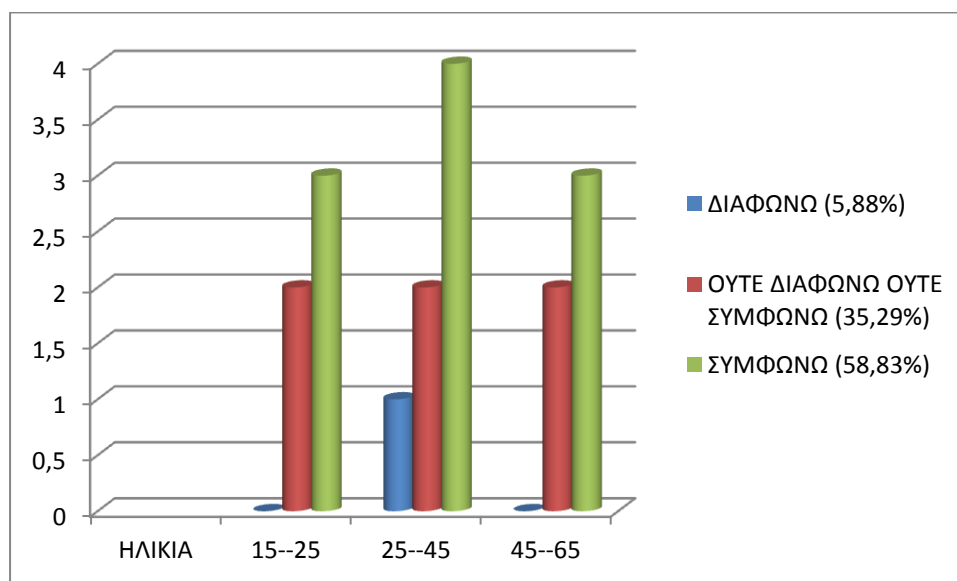


Παρατηρούμε ότι η ηλικιακή ομάδα 15-25 κυρίως έχει ουδέτερη άποψη, ενώ οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες διαφωνούν στο ότι τους ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων. Υπάρχει ακόμα ένα μικρό ποσοστό της ηλικιακής ομάδας 25-45 που συμφωνεί.

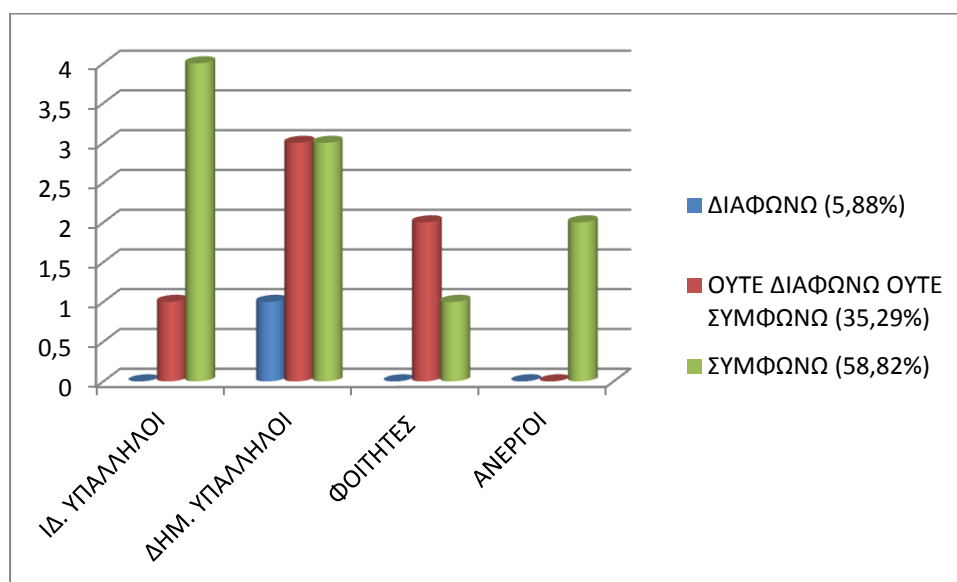


Περισσότερο φαίνεται ότι διαφωνούν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι, ενώ μόνο οι φοιτητές μένουν ουδέτεροι.

5. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων.

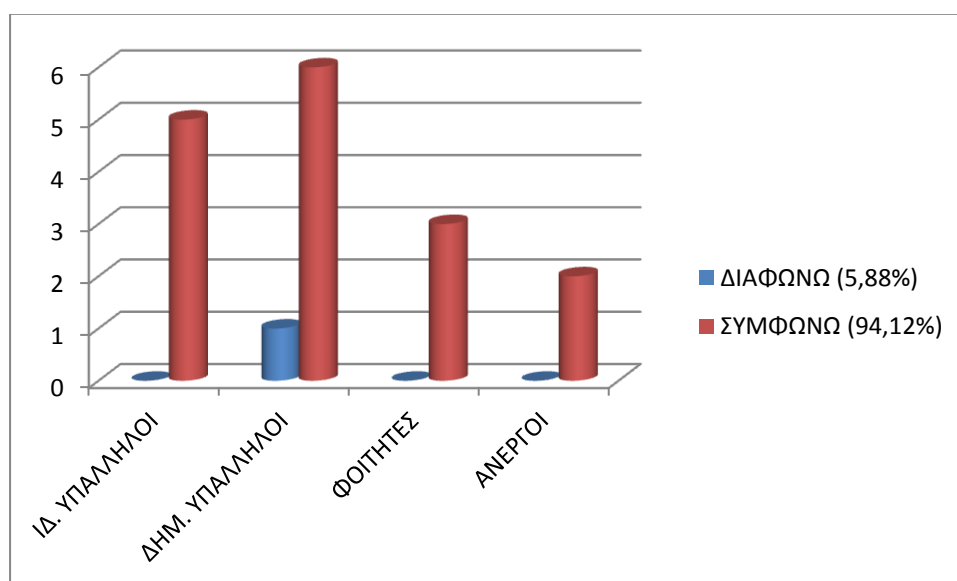
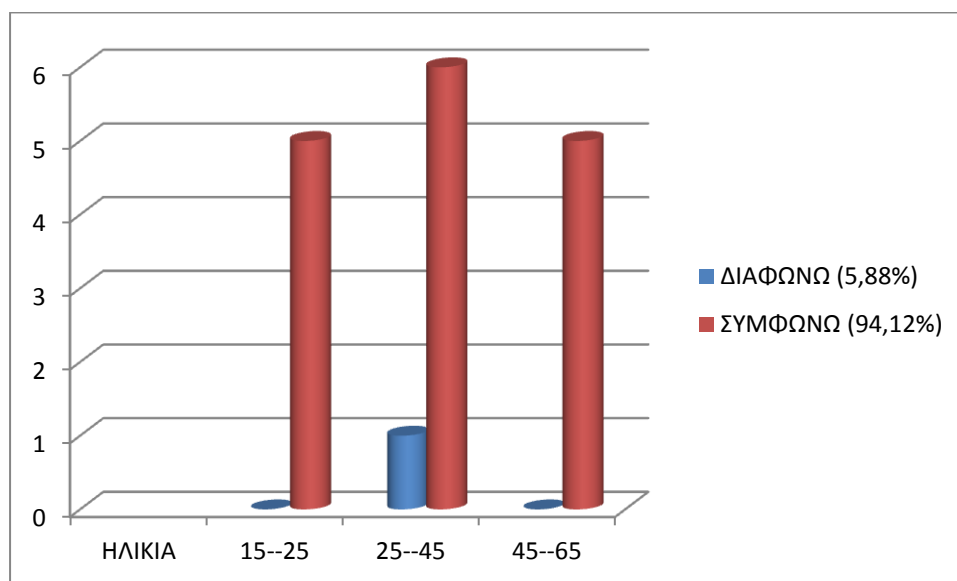


Οι περισσότεροι ανεξαρτήτως ηλικίας συμφωνούν στο ότι τους ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων, ενώ υπάρχει ένα μικρό ποσοστό το οποίο διαφωνεί (25-45).



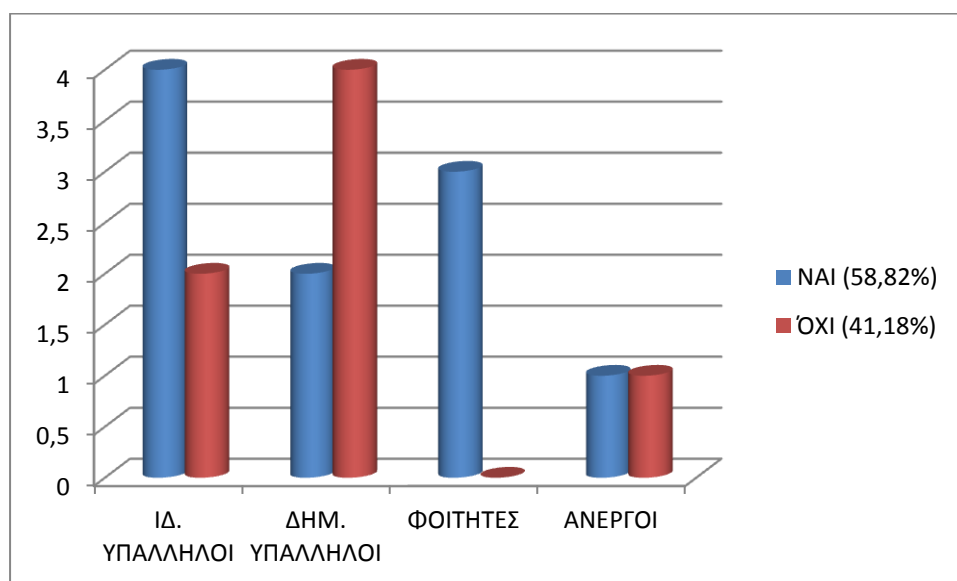
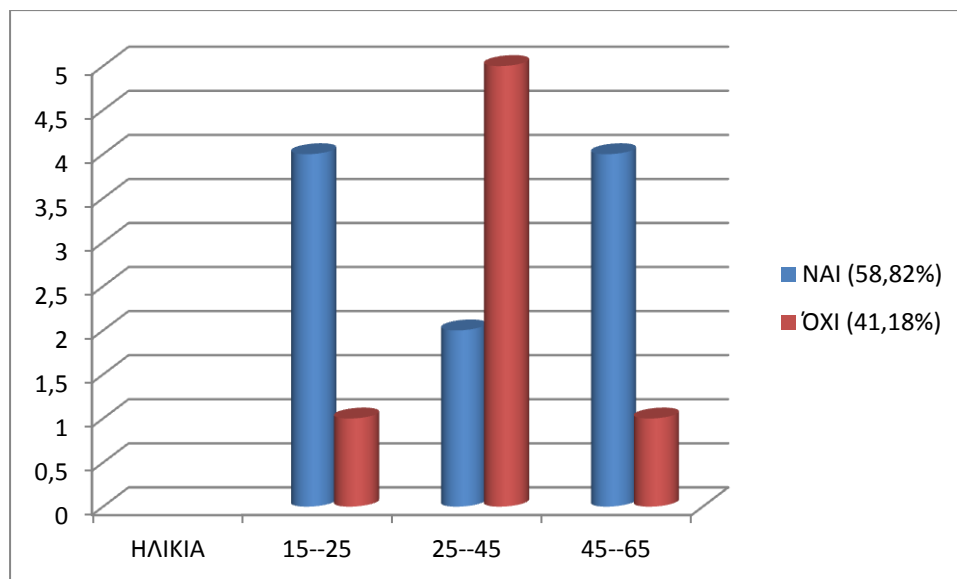
Εδώ βλέπουμε ότι εκτός από τους περισσότερους φοιτητές που ούτε διαφωνούν ούτε συμφωνούν, οι υπόλοιποι συμφωνούν.

6. Πιστεύετε ότι υπάρχει σχέση ποιότητας και τιμής αγροδιατροφικών προϊόντων.

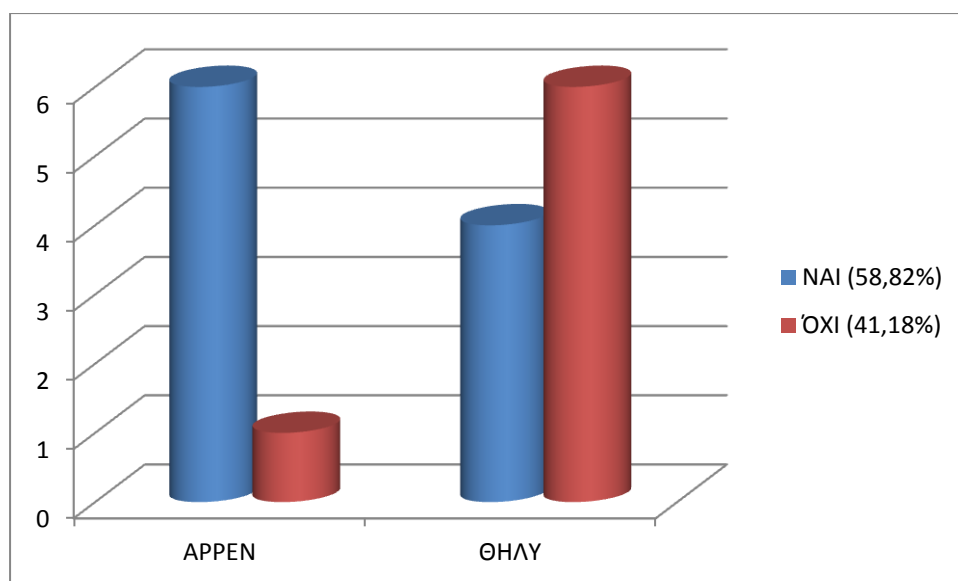


Είναι σαφές ότι σχεδόν όλοι ανεξάρτητα από ηλικία και επάγγελμα, συμφωνούν στο ότι υπάρχει σχέση ανάμεσα σε ποιότητα και τιμή αγροδιατροφικών προϊόντων.

7. Γνωρίζετε πιστοποιήσεις/σημάνσεις αγροδιατροφικών προϊόντων;

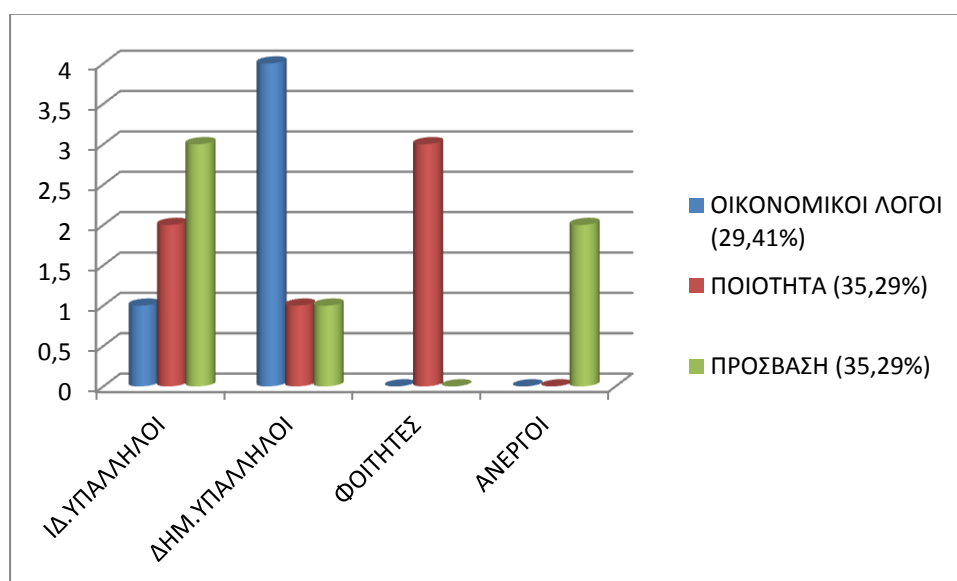
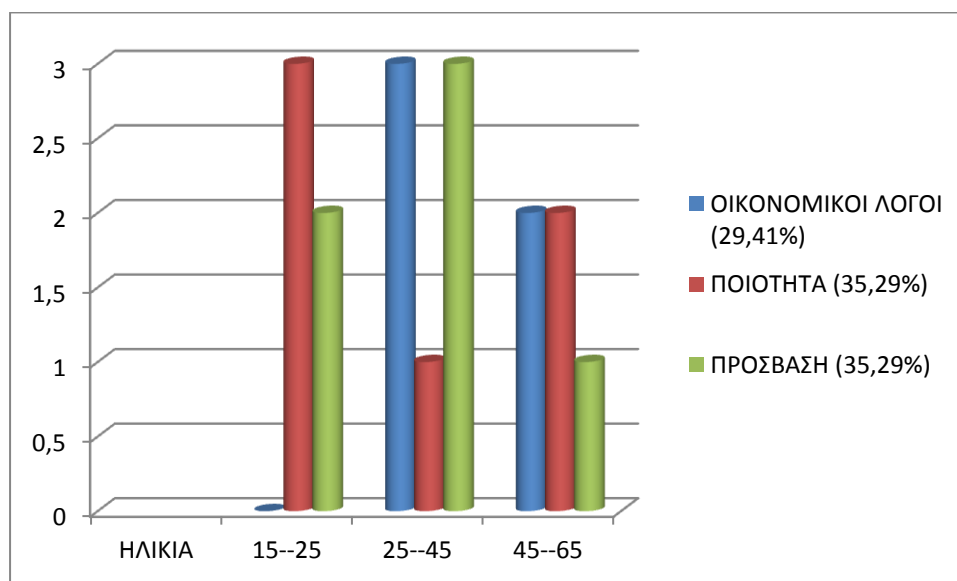


Παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο των ηλικιακών ομάδων 15-25 και 45-65 (ιδιωτικοί υπάλληλοι, άνεργοι, συνταξιούχοι) γνωρίζει πιστοποιήσεις αγροδιατροφικών προϊόντων, ενώ η ηλικιακή ομάδα 25-45 (δημόσιοι υπάλληλοι) δε γνωρίζει.



Εδώ παρατηρούμε επίσης πως οι περισσότεροι άντρες γνωρίζουν σημάνσεις σε αντίθεση με τις γυναίκες.

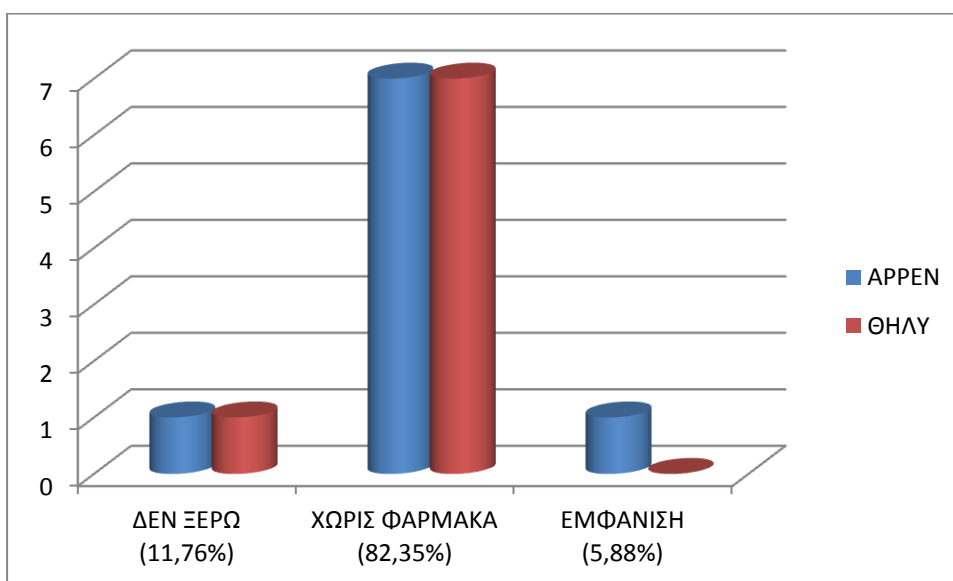
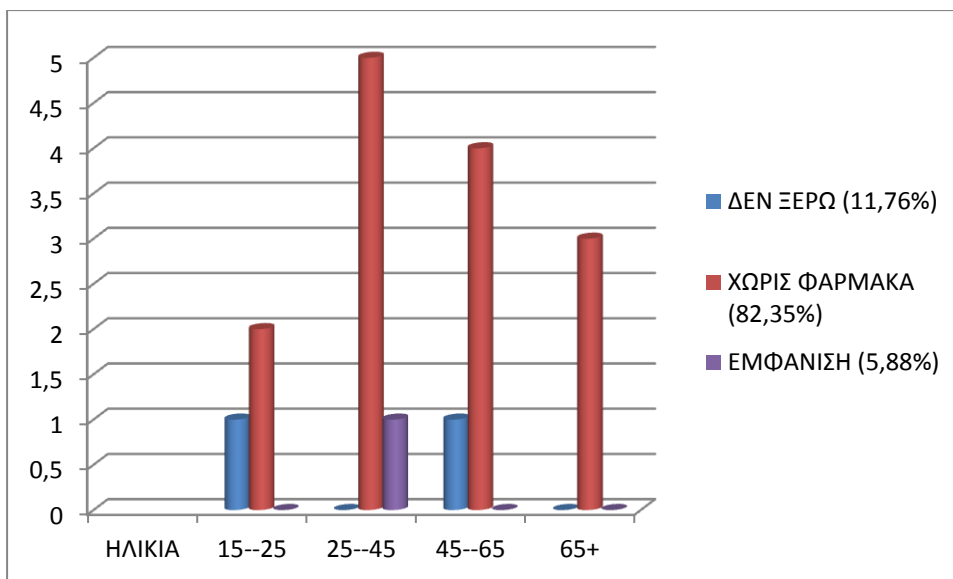
8. Με ποιο κριτήριο επιλέγετε το super market για τις αγορές των αγροδιατροφικών σας προϊόντων;



Παρατηρούμε υψηλό ποσοστό των δημοσίων υπαλλήλων (25-45) το οποίο έχει ως κριτήριο τους οικονομικούς λόγους, οι φοιτητές (15-25) εστιάζουν στην ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων, ενώ οι ιδιωτικοί υπάλληλοι και οι άνεργοι στην πρόσβαση (25-45).

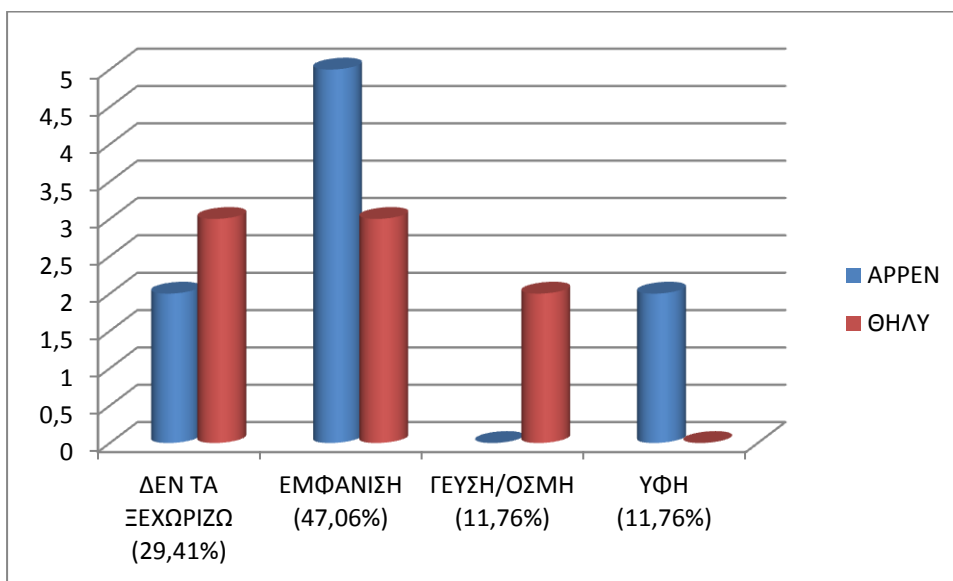
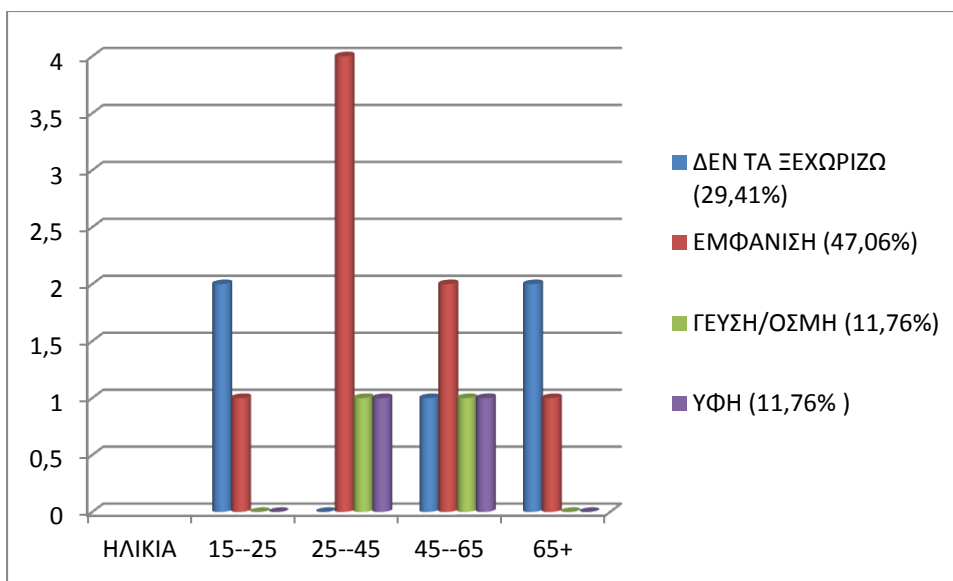
2. Μανάβικο

1. Πως ορίζετε τα ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;



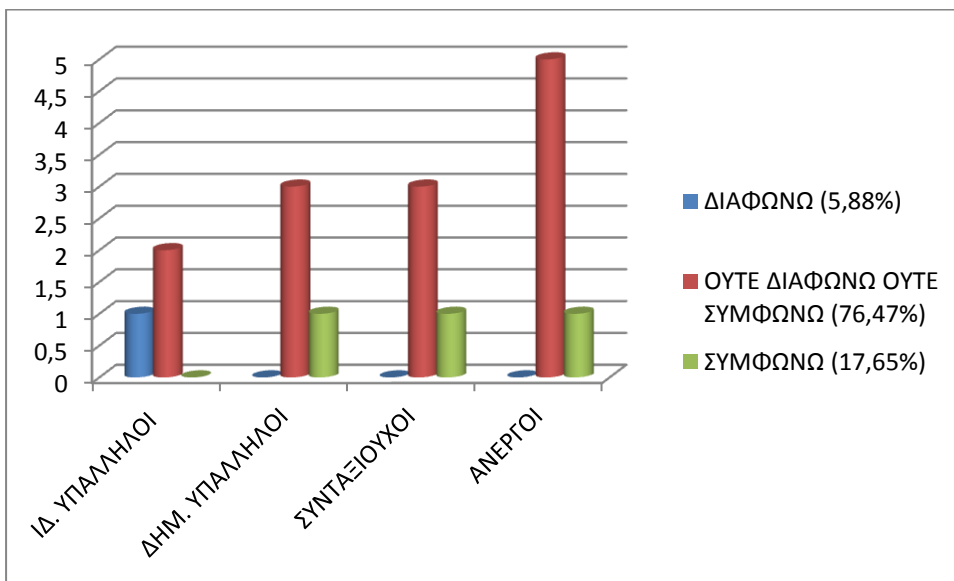
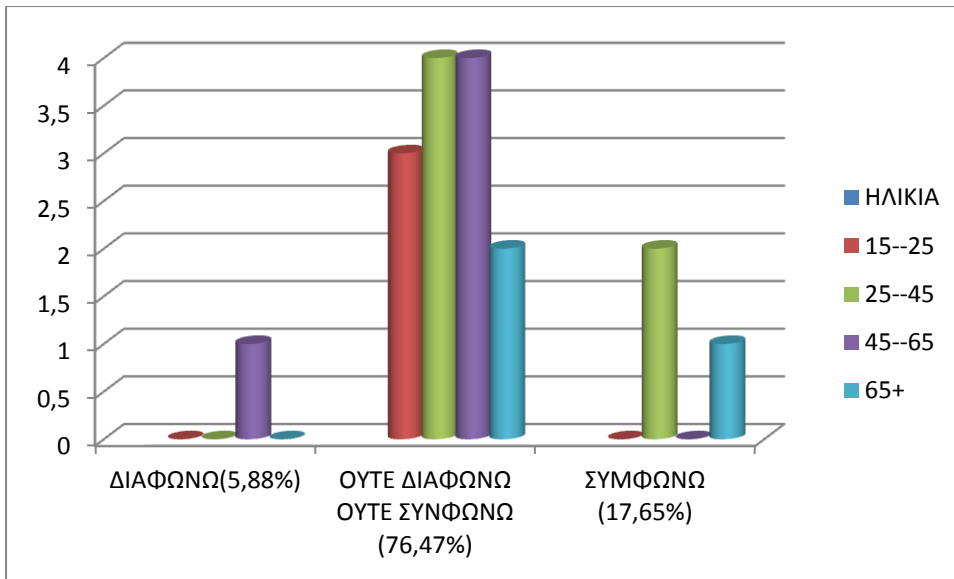
Είναι φανερό ότι όλες οι ηλικιακές ομάδες καθώς επίσης και τα δύο φύλα, ορίζουν με υψηλό ποσοστό, ποιοτικό το προϊόν που έχει αναπτυχθεί χωρίς φάρμακα.

2. Πως ξεχωρίζετε τα ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;



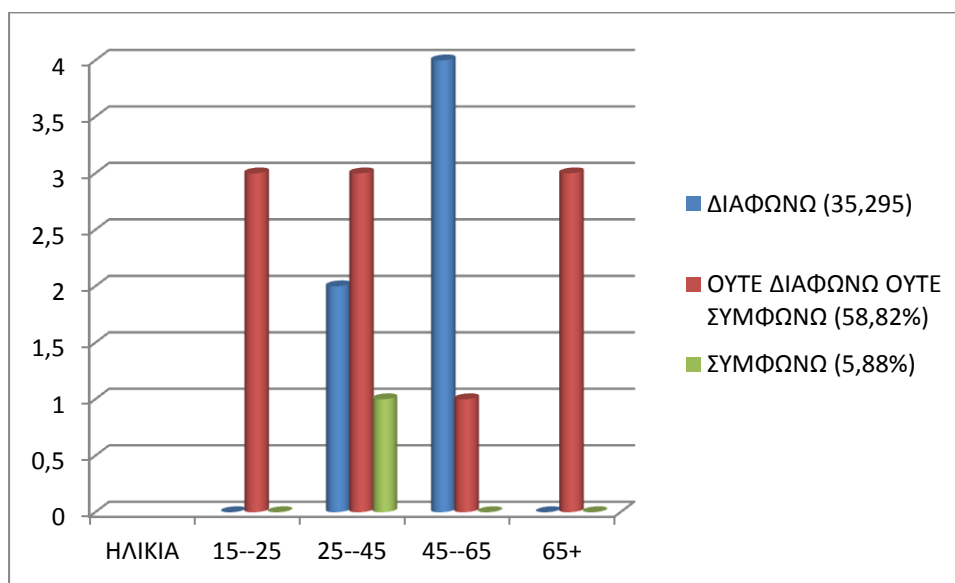
Παρατηρούμε ότι η εμφάνιση αποτελεί σημαντικό κριτήριο με το οποίο πολλοί ξεχωρίζουν τα ποιοτικά προϊόντα, κυρίως οι άνδρες και η ηλικιακή ομάδα 25-45, ενώ αρκετοί είναι αυτοί που δεν μπορούν να τα ξεχωρίσουν.

3. Ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό.

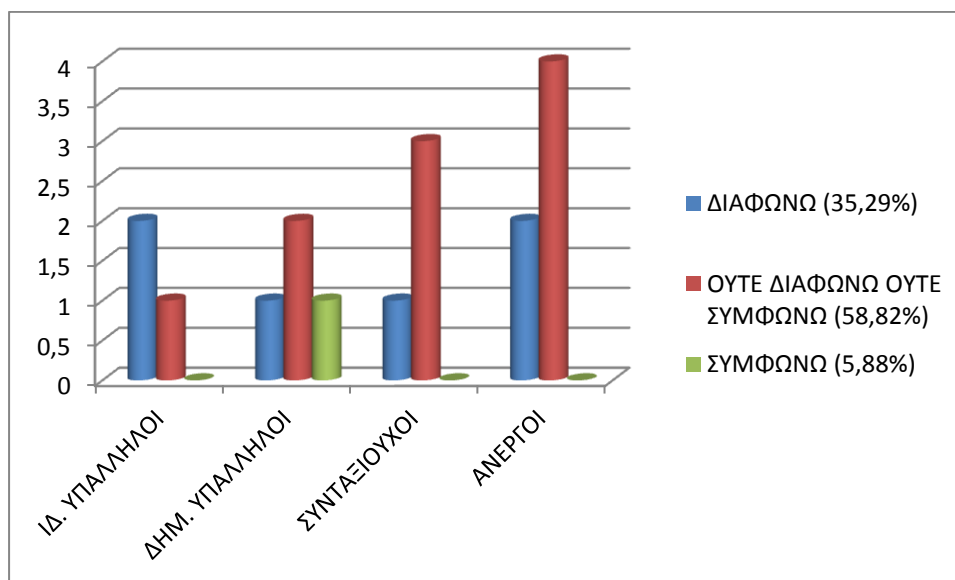


Για το αν ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό, βλέπουμε ότι οι περισσότεροι ούτε διαφωνούν ούτε συμφωνούν με υψηλό ποσοστό ανεξάρτητα από ηλικία και επάγγελμα.

4. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων.

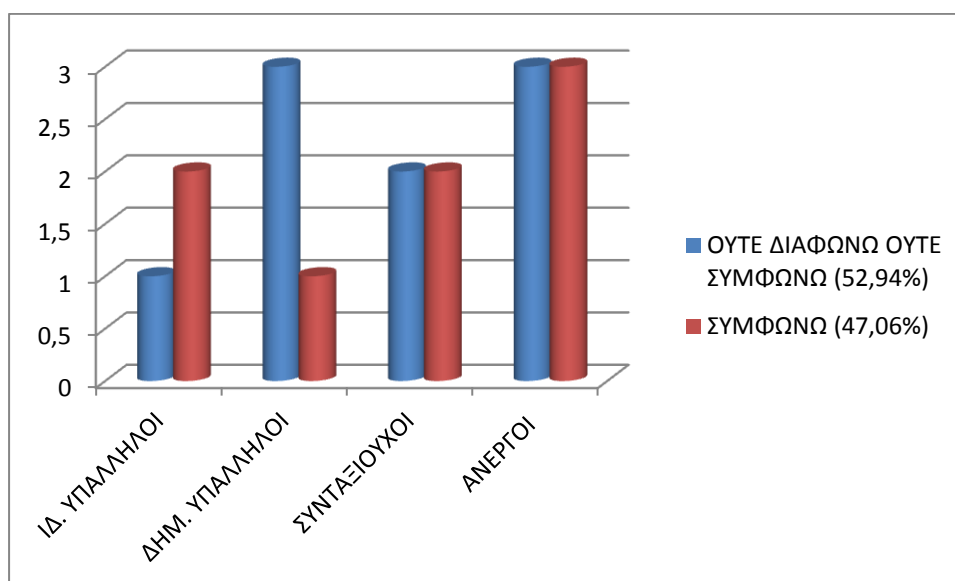
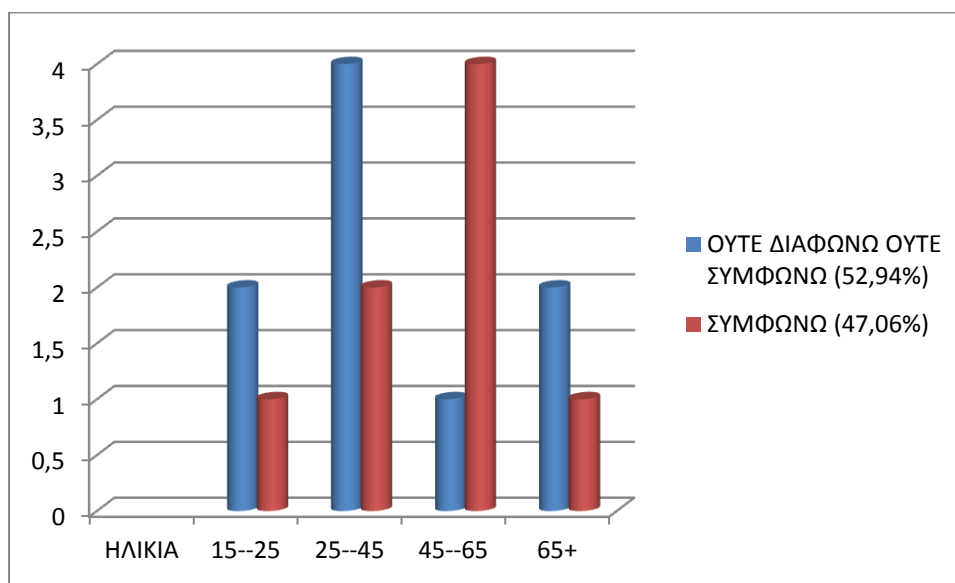


Η ηλικιακή ομάδα 45-65 διαφωνεί έντονα ενώ οι περισσότεροι από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες μένουν ουδέτεροι στο ότι τους ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων. Επίσης ένα μικρό ποσοστό της ηλικιακής ομάδας 25-45 συμφωνεί.



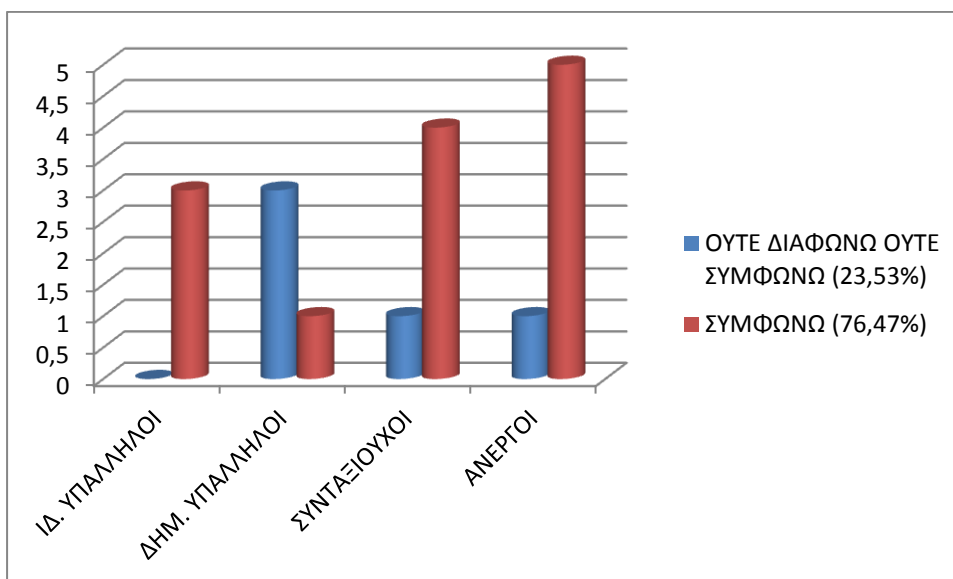
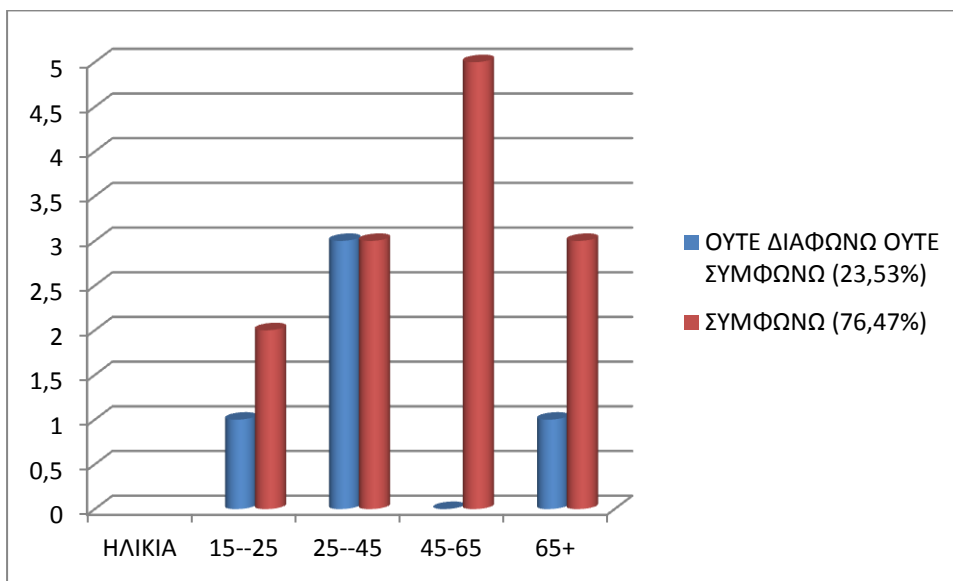
Ακόμα βλέπουμε ότι οι περισσότεροι ιδιωτικοί υπάλληλοι διαφωνούν, ενώ οι υπόλοιποι ούτε διαφωνούν ούτε συμφωνούν. Παρατηρούμε επίσης ένα μικρό ποσοστό των δημοσίων υπαλλήλων που συμφωνεί (ηλικιακή ομάδα 25-45).

5. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων.



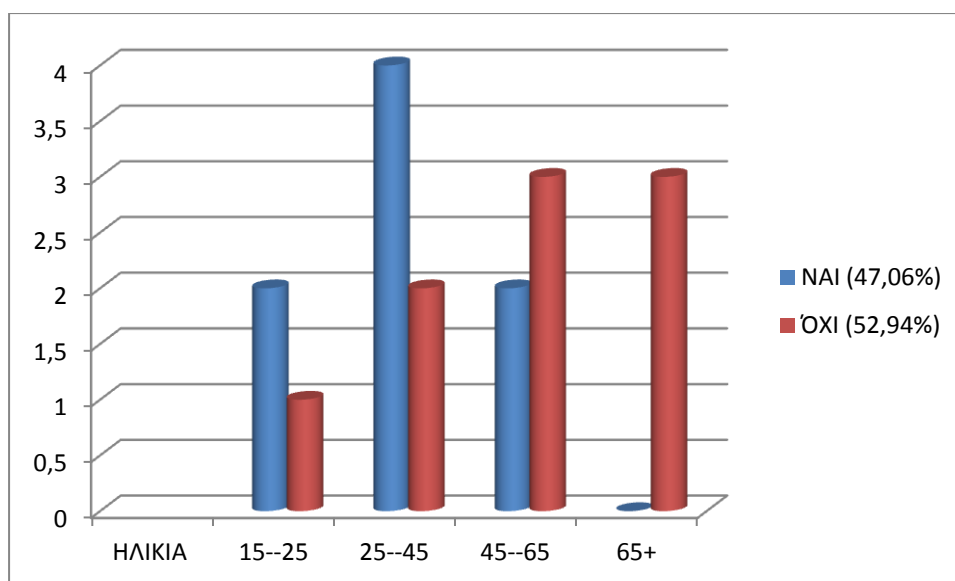
Παρατηρούμε ότι εκτός από την ηλικιακή ομάδα 45-65 και τους ιδιωτικούς υπάλληλους που συμφωνούν στο ότι τους ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων, οι περισσότεροι από τους υπόλοιπους δεν έχουν άποψη. Βλέπουμε επίσης ότι ούτε ένας διαφωνεί.

6. Πιστεύετε ότι υπάρχει σχέση ποιότητας και τιμής αγροδιατροφικών προϊόντων.

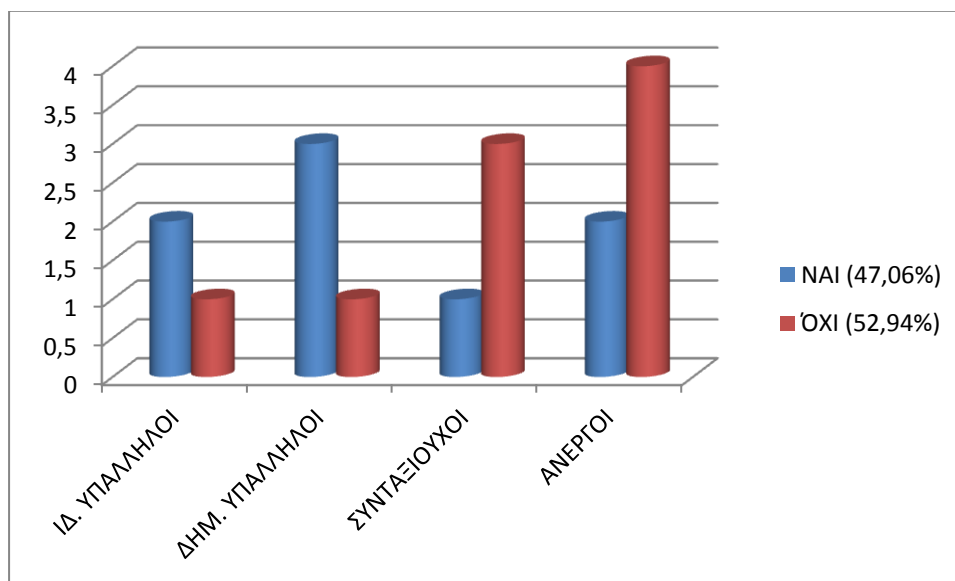


Στο ότι υπάρχει σχέση μεταξύ ποιότητας και τιμής αγροδιατροφικών προϊόντων , παρατηρούμε ότι όλες οι ηλικιακές ομάδες συμφωνούν καθώς και όλα τα επαγγέλματα με μια μικρή εξαίρεση των δημοσίων υπαλλήλων οι οποίοι δεν έχουν άποψη. Βλέπουμε επίσης ότι ούτε ένας διαφωνεί.

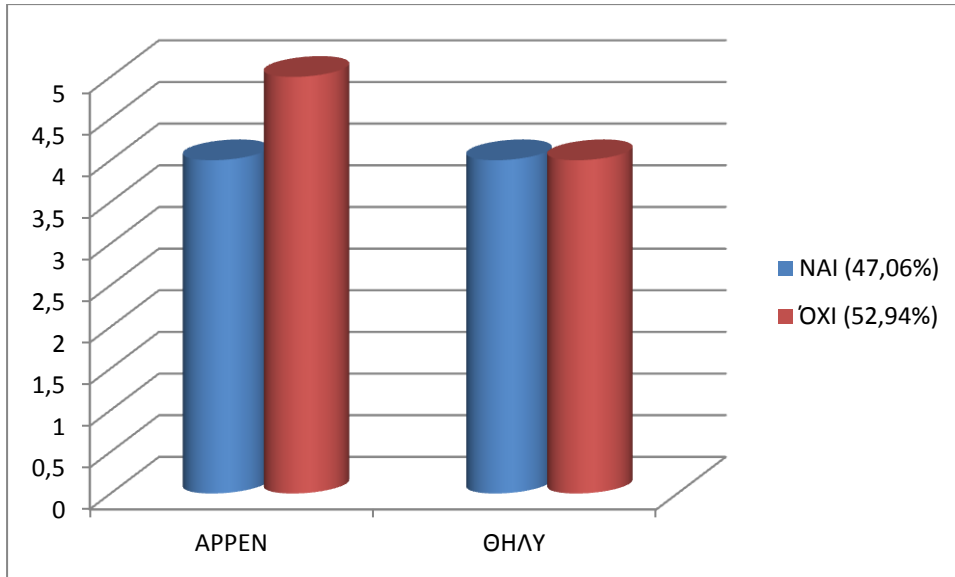
7. Γνωρίζετε πιστοποιήσεις/σημάνσεις αγροδιατροφικών προϊόντων;



Παρατηρούμε πως οι νεότεροι σε ηλικία (15-45) γνωρίζουν πιστοποιήσεις, ενώ οι μεγαλύτεροι ηλικιακά (45+) δε γνωρίζουν.

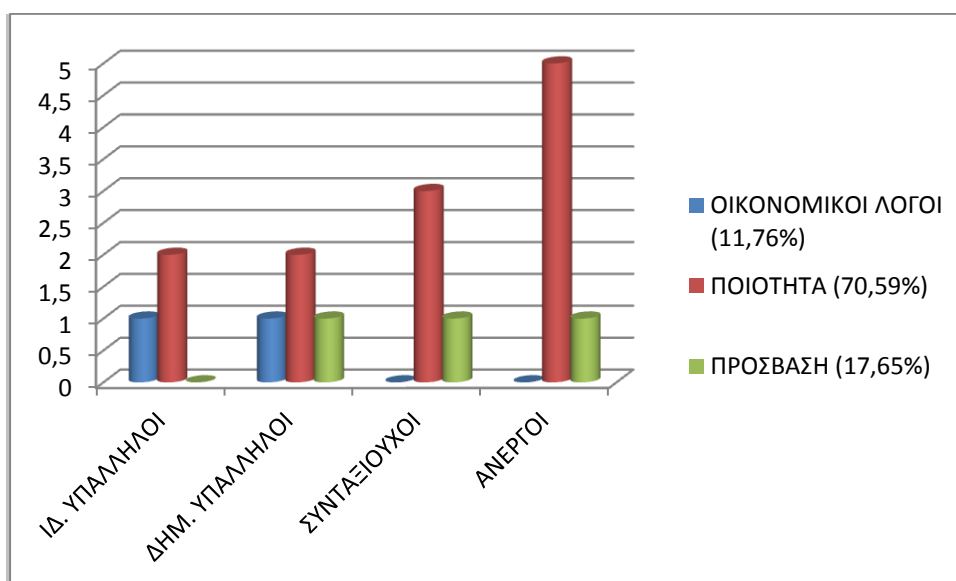
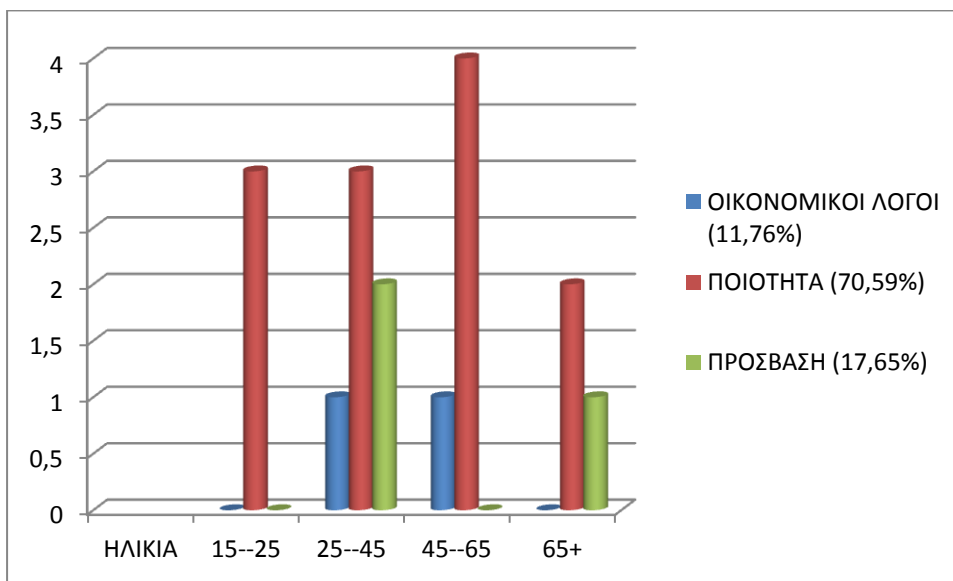


Επίσης παρατηρούμε πως οι περισσότεροι εργαζόμενοι (ιδιωτικοί και δημόσιοι υπάλληλοι) γνωρίζουν πιστοποιήσεις αγροδιατροφικών προϊόντων, ενώ οι συνταξιούχοι και οι άνεργοι δε γνωρίζουν.



Εδώ βλέπουμε με μια μικρή διαφορά ότι οι άνδρες που δε γνωρίζουν πιστοποιήσεις είναι περισσότεροι από τις γυναίκες.

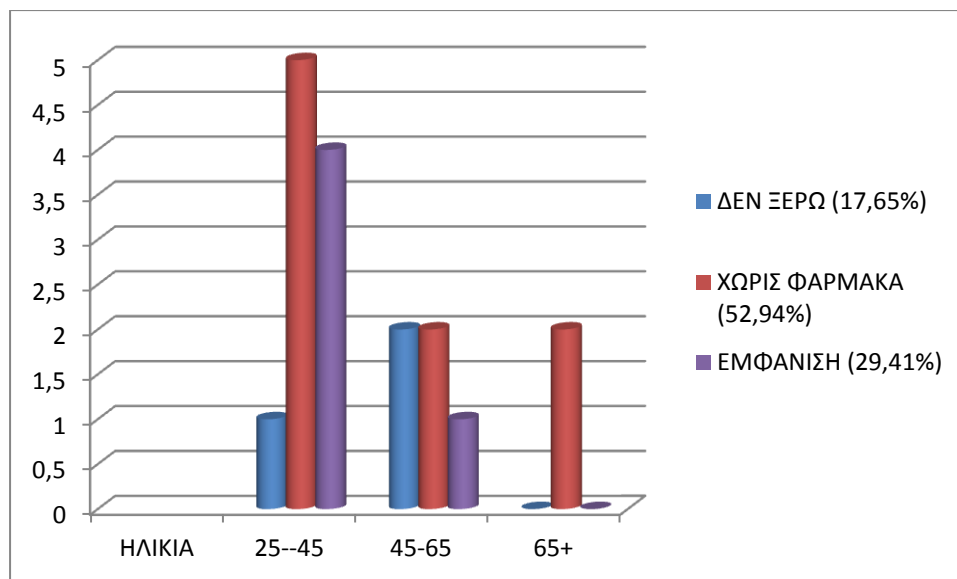
8. Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τα μανάβικα για τις αγορές των αγροδιατροφικών προϊόντων;



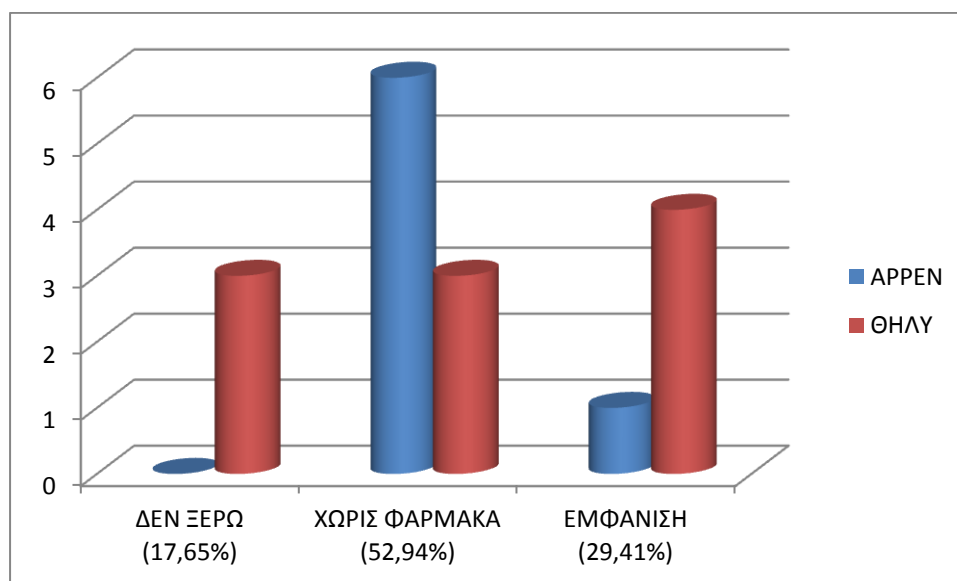
Είναι σαφές πως ανεξάρτητα από ηλικία και επάγγελμα, οι περισσότεροι καταναλωτές επιλέγουν τα μανάβικα για τις αγορές των αγροδιατροφικών προϊόντων λόγω της ποιότητας.

3. Λαϊκή αγορά

1. Πως ορίζετε τα ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;

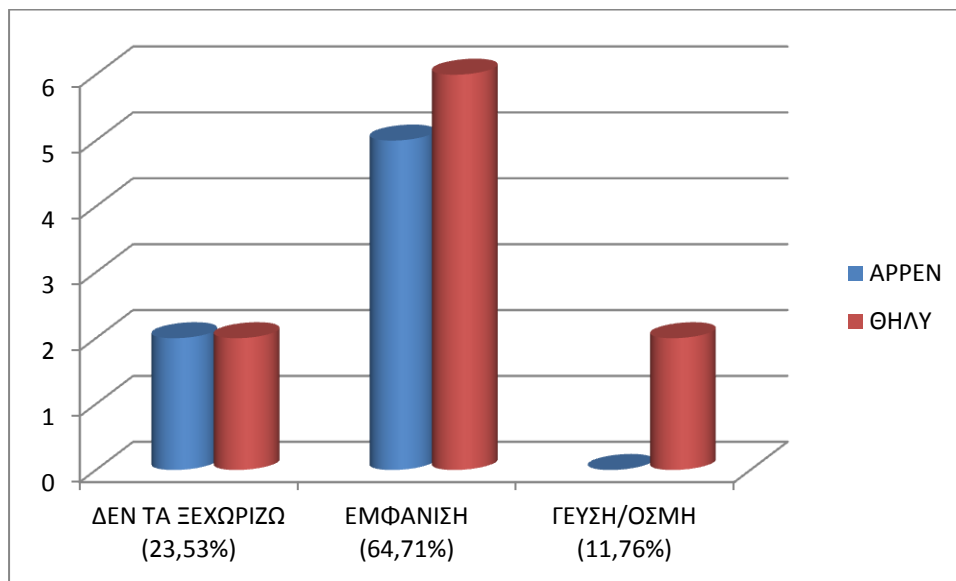
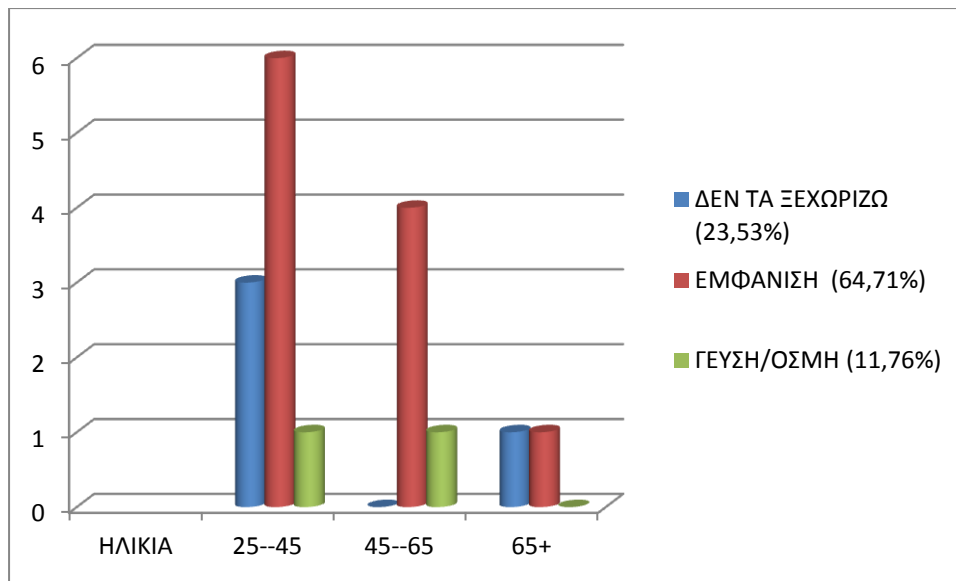


Παρατηρούμε ότι υπερισχύει και στις τρεις ηλικιακές ομάδες πως ποιοτικό ορίζεται ένα προϊόν που δεν έχει αναπτυχθεί με χρήση φαρμάκων.



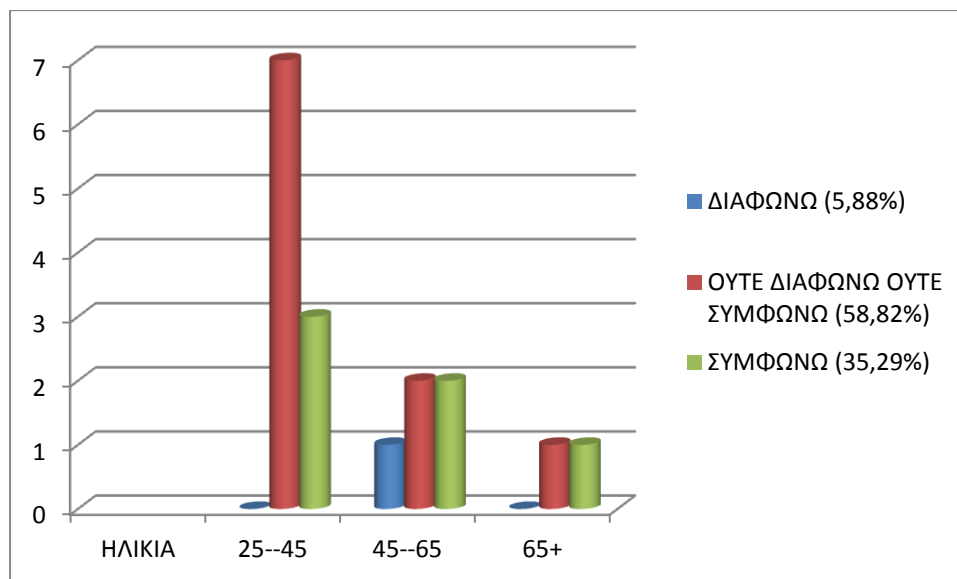
Σχεδόν όλοι οι άνδρες ορίζουν ποιοτικό ένα προϊόν το οποίο έχει αναπτυχθεί χωρίς φάρμακα, ενώ οι περισσότερες γυναίκες το ορίζουν από την εμφάνιση.

2. Πως ξεχωρίζετε τα ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;

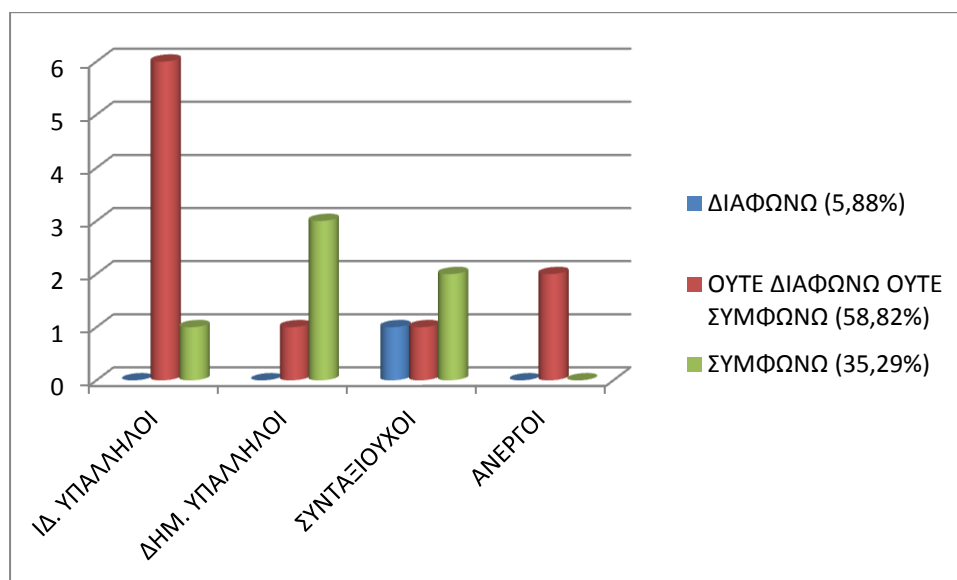


Παρατηρούμε πως οι περισσότεροι, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου, μπορούν να ξεχωρίζουν από την εμφάνιση αν ένα προϊόν είναι ποιοτικό.

3. Ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό.

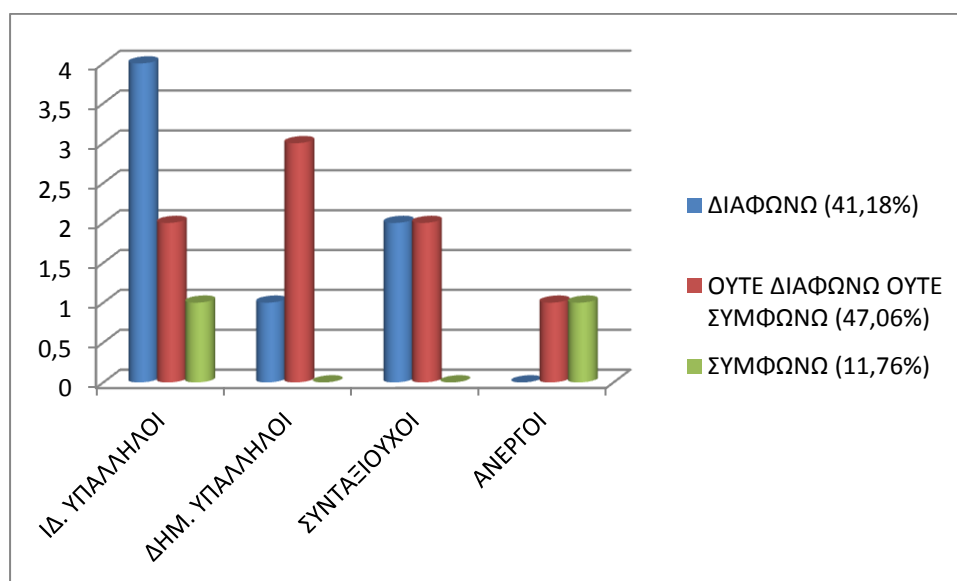
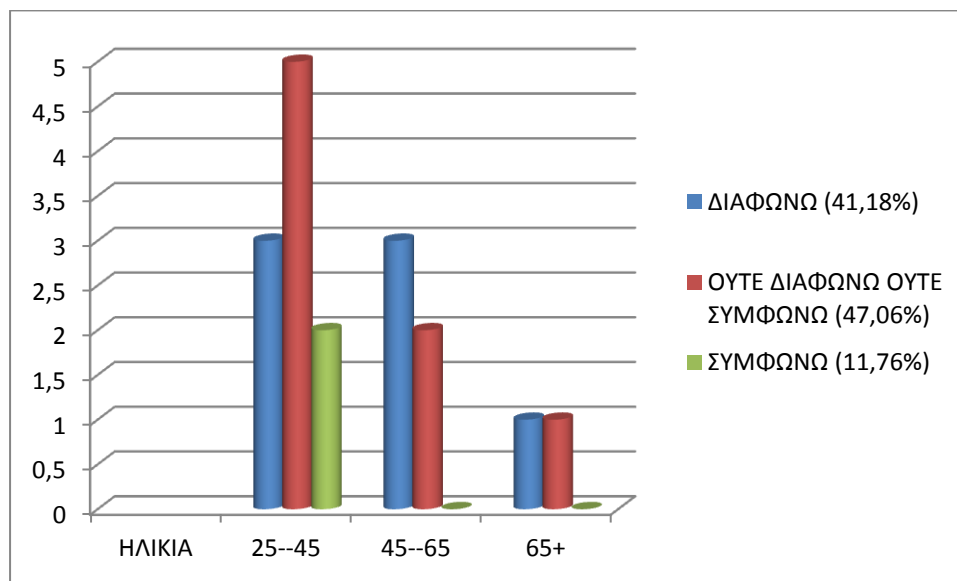


Για το αν ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό, παρατηρούμε σημαντικά μεγάλο ποσοστό στην ηλικιακή ομάδα 25-45 οι οποίοι μένουν ουδέτεροι, ενώ στην ηλικιακή ομάδα 45-65 ένα μικρό ποσοστό διαφωνεί.



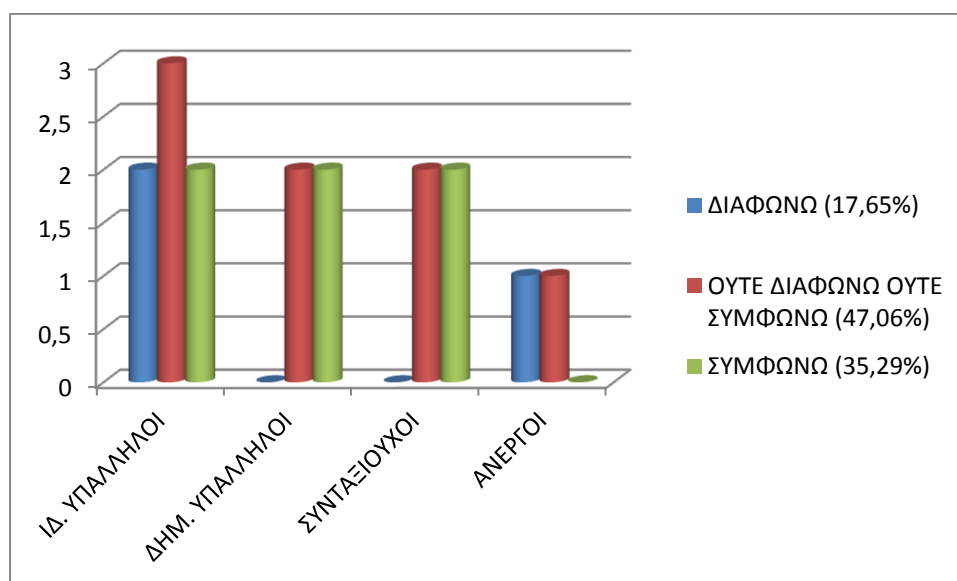
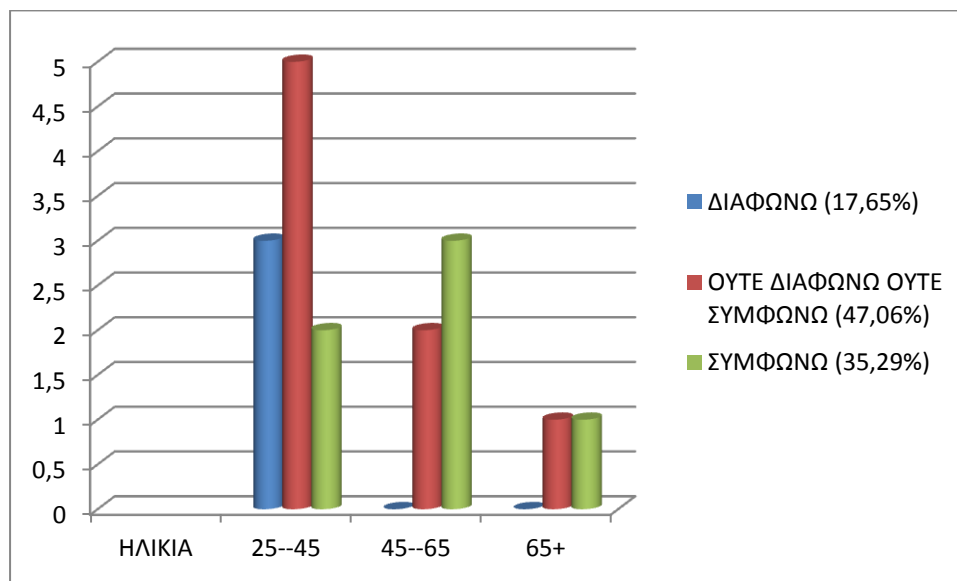
Επίσης παρατηρούμε πως σχεδόν όλοι οι ιδιωτικοί υπάλληλοι ούτε διαφωνούν ούτε συμφωνούν όπως και οι άνεργοι, ενώ οι περισσότεροι δημόσιοι υπάλληλοι και οι συνταξιούχοι συμφωνούν.

4. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων.



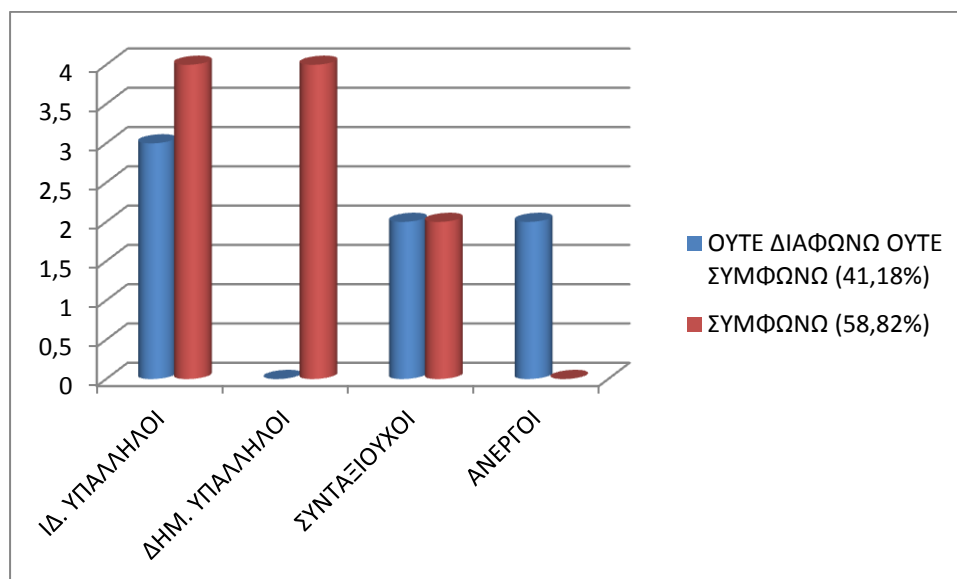
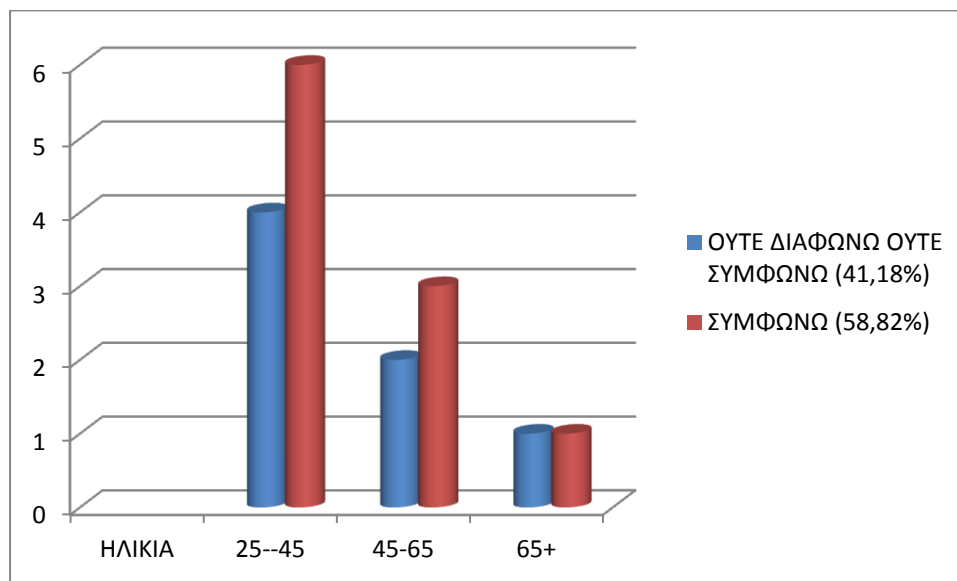
Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί στο αν τους ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων, και κυρίως οι δημόσιοι υπάλληλοι ηλικίας 25-45 και ακόμα μόνο σ' αυτήν την ηλικιακή ομάδα ένα μικρό ποσοστό συμφωνεί. Επίσης, στην ηλικιακή ομάδα 45-65, οι περισσότεροι διαφωνούν.

5. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων.



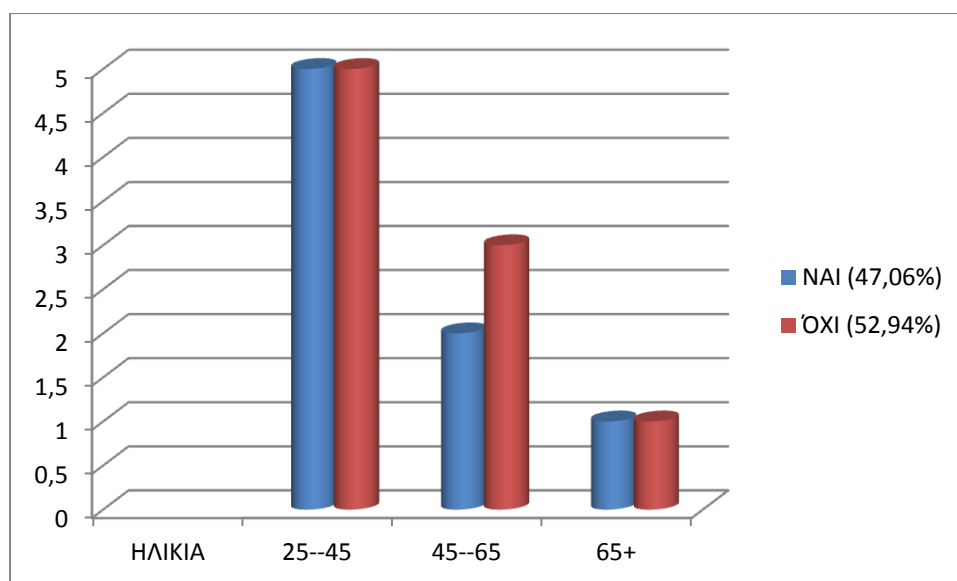
Στο αν τους ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων, οι περισσότεροι δεν έχουν άποψη με το μεγαλύτερο ποσοστό να καταγράφεται στην ηλικιακή ομάδα 25-45 και στην ομάδα των ιδιωτικών υπαλλήλων, ενώ οι περισσότεροι που συμφωνούν ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 45-65 και είναι συνταξιούχοι και δημόσιοι υπάλληλοι.

6. Πιστεύετε ότι υπάρχει σχέση ποιότητας και τιμής αγροδιατροφικών προϊόντων;

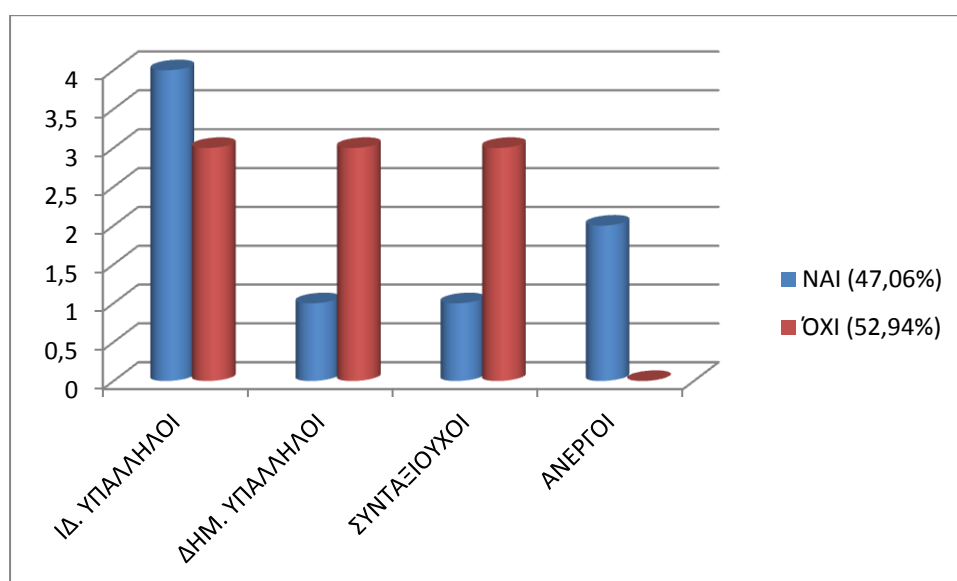


Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι καταναλωτές της λαϊκής αγοράς συμφωνούν στο ότι υπάρχει σχέση μεταξύ ποιότητας και τιμής των αγροδιατροφικών προϊόντων και δεν υπάρχει ούτε ένας που να διαφωνεί.

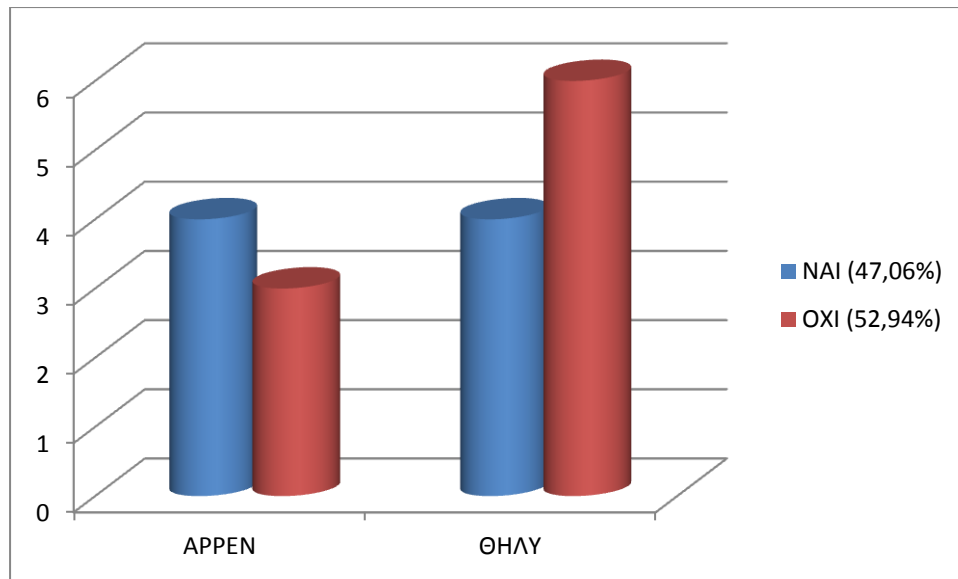
7. Γνωρίζετε πιστοποιήσεις/σημάνσεις αγροδιατροφικών προϊόντων;



Βλέπουμε πως υπάρχουν σχεδόν ίσα ποσοστά ανάμεσα στο γνωρίζουν και στο δε γνωρίζουν πιστοποιήσεις αγροδιατροφικών προϊόντων, με μικρή διαφορά στην ηλικιακή ομάδα 45-65 όπου οι περισσότεροι δε γνωρίζουν.

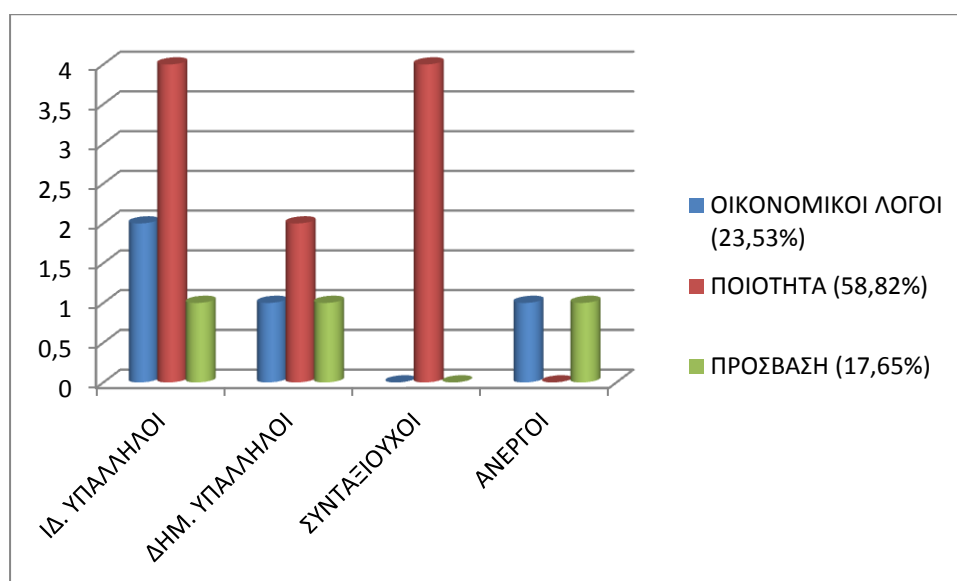
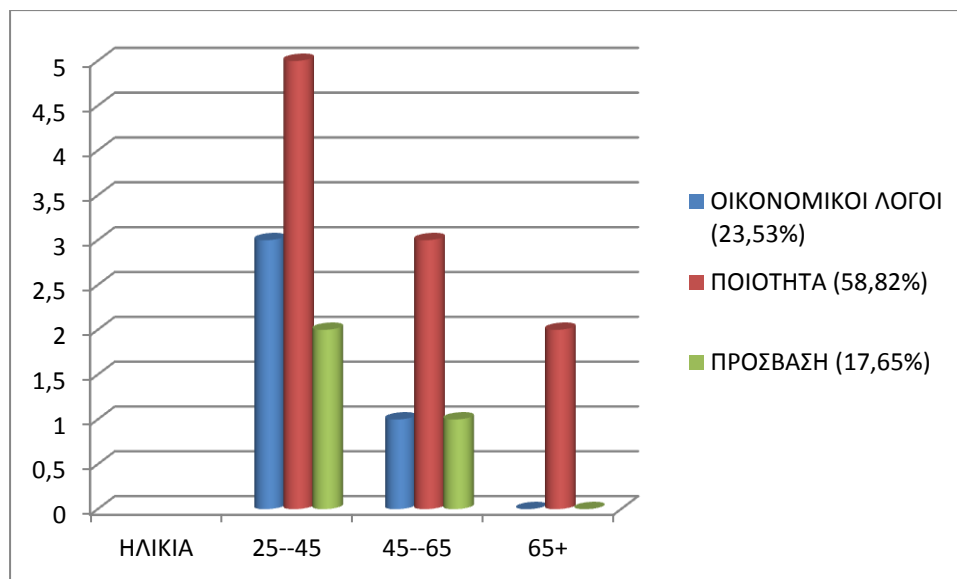


Εδώ βλέπουμε ότι οι περισσότεροι άνεργοι και ιδιωτικοί υπάλληλοι γνωρίζουν πιστοποιήσεις αγροδιατροφικών προϊόντων, ενώ οι περισσότεροι δημόσιοι υπάλληλοι και συνταξιούχοι δε γνωρίζουν.



Ανάμεσα στα δύο φύλα παρατηρούμε πως οι περισσότεροι άντρες γνωρίζουν σημάψεις αγροδιατροφικών προϊόντων, ενώ οι περισσότερες γυναίκες δε γνωρίζουν.

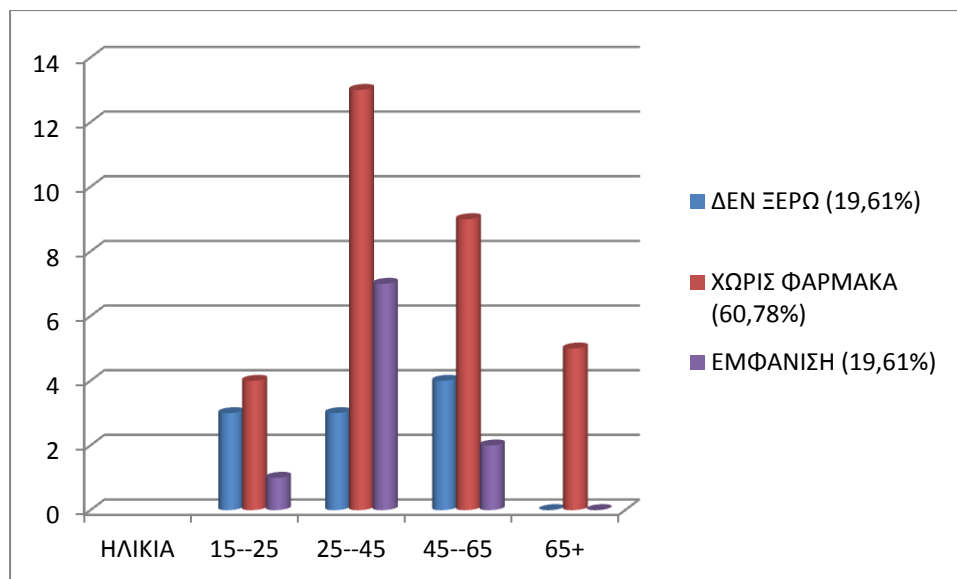
8. Με ποιο κριτήριο επιλέγετε τη λαϊκή αγορά για τις αγορές σας;



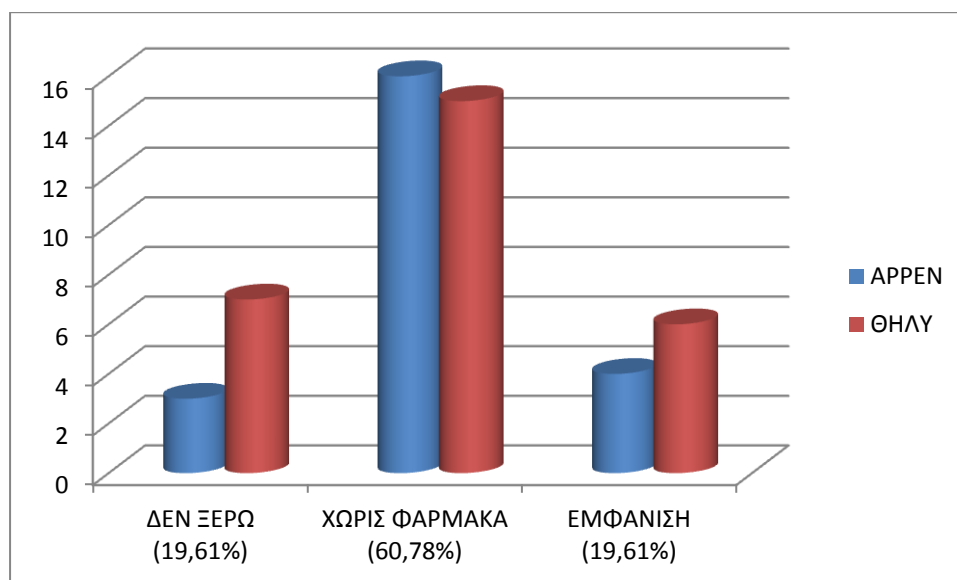
Διαπιστώνουμε ότι το κριτήριο με το οποίο οι περισσότεροι καταναλωτές επιλέγουν τη λαϊκή αγορά για τις αγορές των αγροδιατροφικών τους προϊόντων, είναι η ποιότητα.

4. Σύνολο

1. Πως ορίζετε τα ποιοτικά αγροτικά προϊόντα;

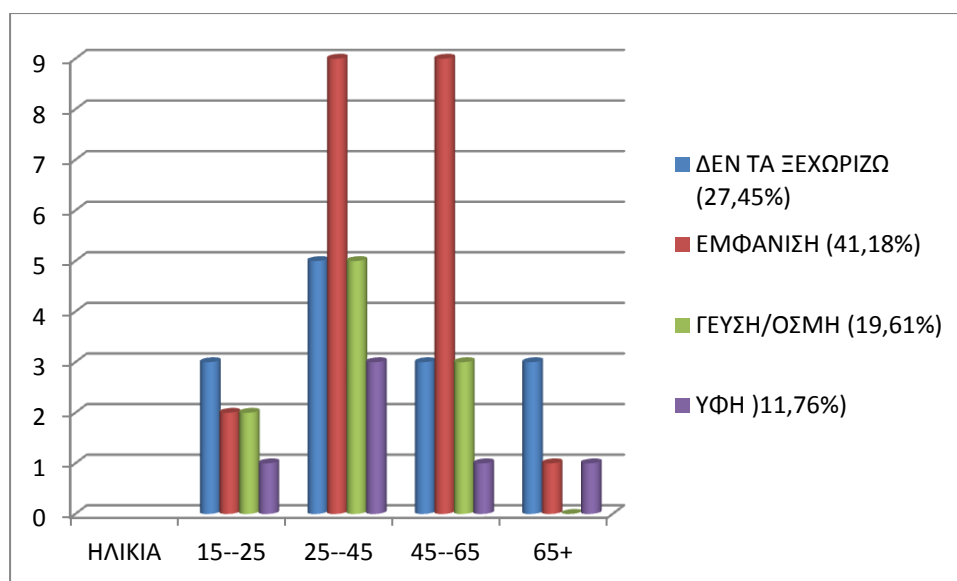


Παρατηρούμε ότι είναι σημαντικά υψηλό το ποσοστό του δείγματος το οποίο ανεξαρτήτως ηλικίας ορίζει ποιοτικό ένα προϊόν που δεν έχει καλλιεργηθεί με χρήση φαρμάκων. Κυρίως οι ηλικιωμένοι πιστεύουν κάθετα μόνο αυτό.

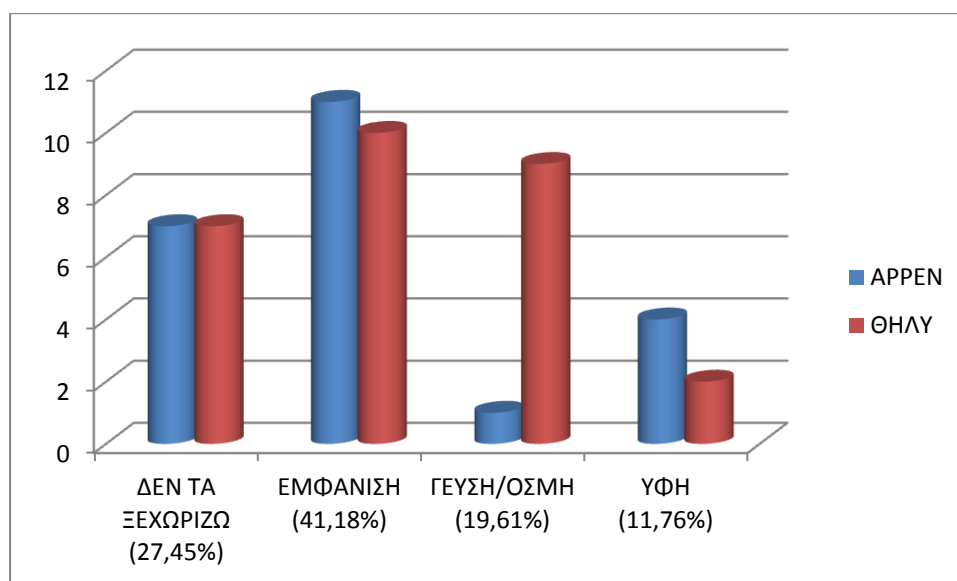


Το ίδιο παρατηρούμε και όσον αφορά τα δύο φύλα. Το μεγαλύτερο ποσοστό ανδρών και γυναικών θεωρεί ότι ένα προϊόν είναι ποιοτικό όταν έχει αναπτυχθεί χωρίς φάρμακα.

2. Πως ξεχωρίζετε τα ποιοτικά αγροτικά προϊόντα;

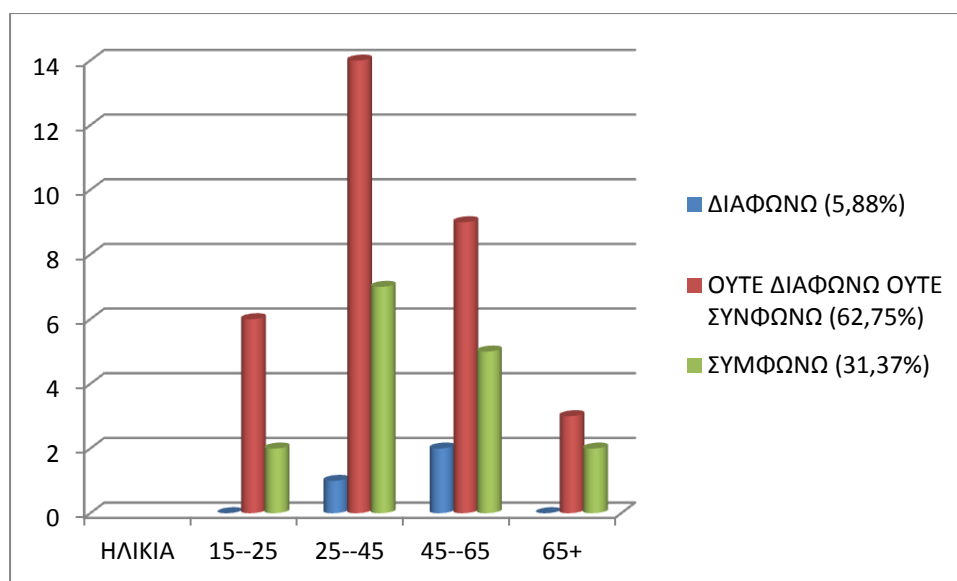


Παρατηρούμε τα υψηλά ποσοστά των μέσων ηλικιών οι οποίοι ξεχωρίζουν τα ποιοτικά προϊόντα από την εμφάνισή τους, ενώ οι νεότεροι και οι ηλικιωμένοι δεν μπορούν να τα ξεχωρίσουν.

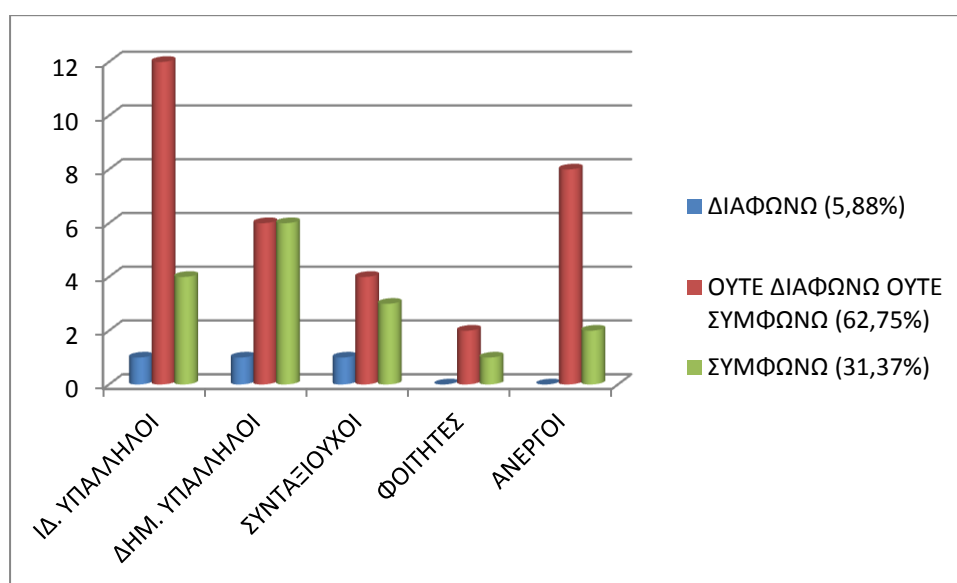


Εδώ παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι άντρες ξεχωρίζουν τα ποιοτικά προϊόντα από την εμφάνιση, ενώ οι γυναίκες εστιάζουν επίσης σε γεύση και οσμή.

3. Ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό.

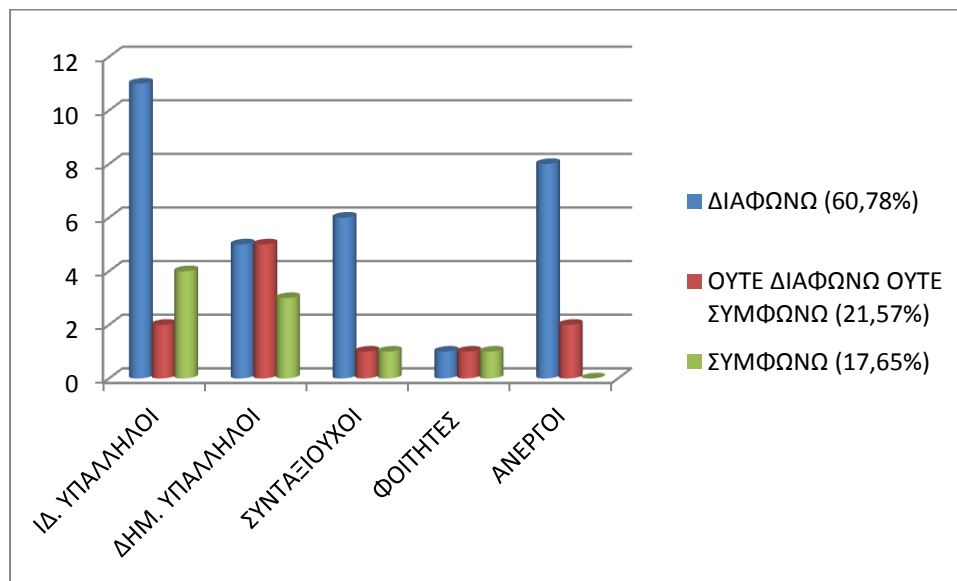
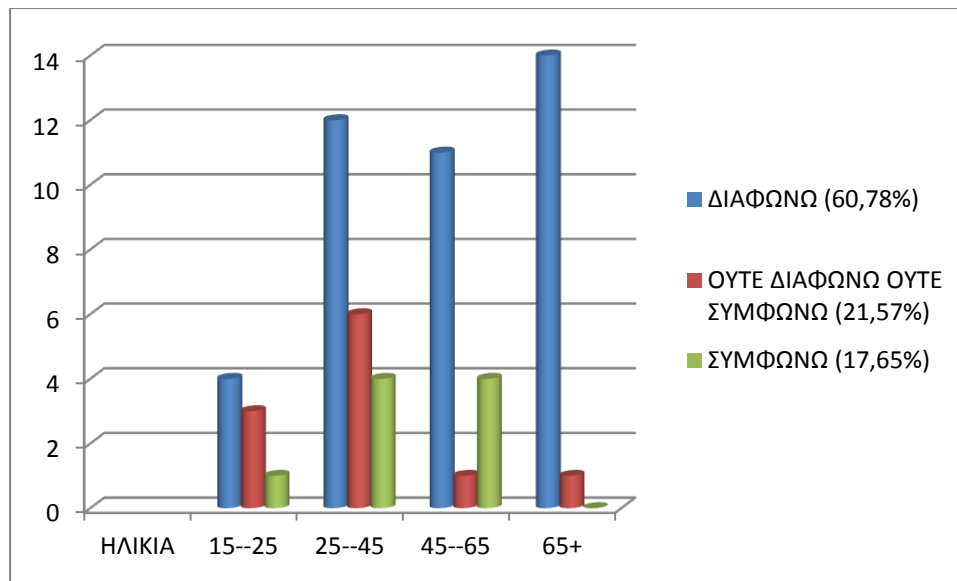


Οι περισσότεροι ανεξάρτητα από την ηλικιακή ομάδα που ανήκουν δεν έχουν άποψη για το αν ένα αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό, ενώ πολύ μικρό είναι το ποσοστό που διαφωνεί (25-65).



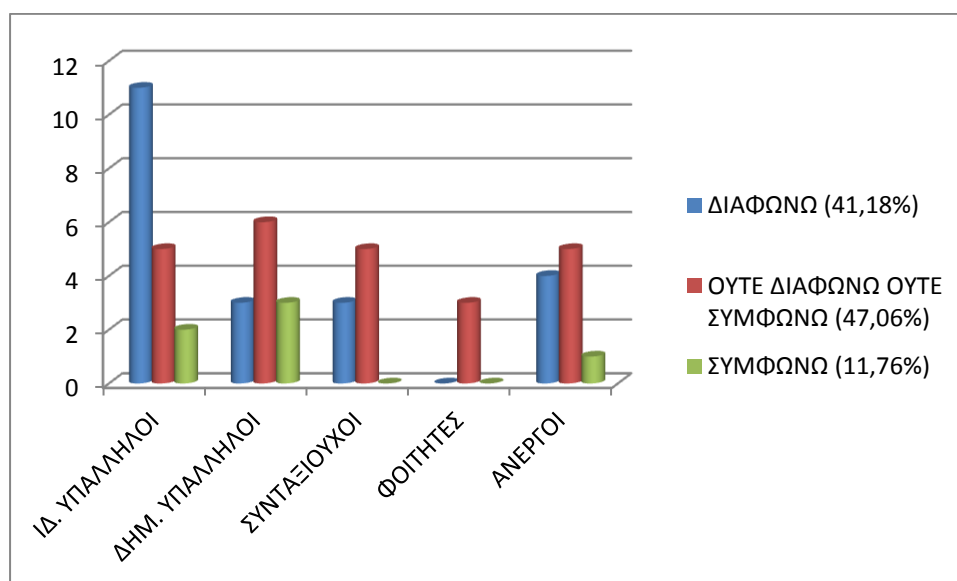
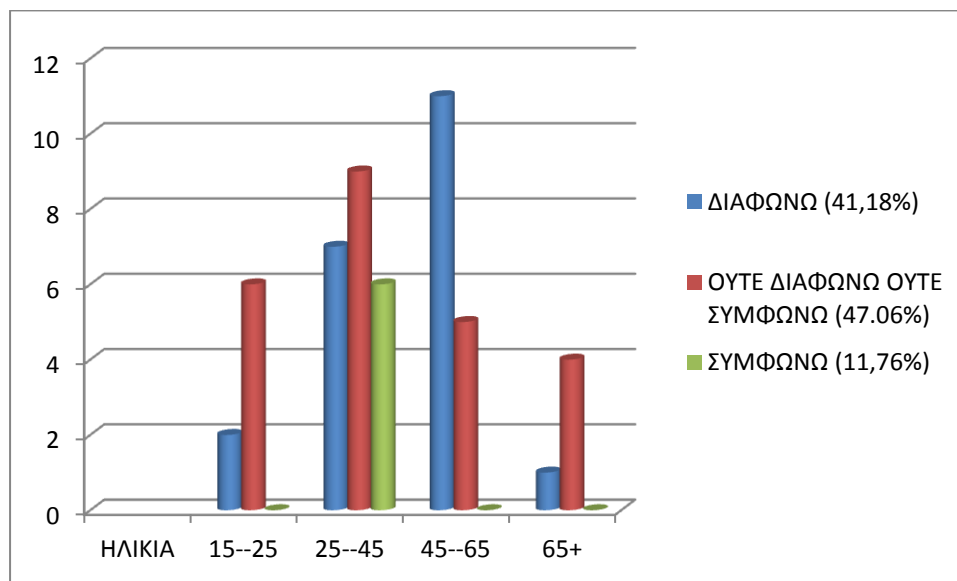
Εδώ βλέπουμε επίσης ότι οι περισσότεροι ούτε διαφωνούν ούτε συμφωνούν ανεξαρτήτως επαγγέλματος.

4. Προτιμάτε τυποποιημένα προϊόντα επειδή έχουν περάσει από ελέγχους.



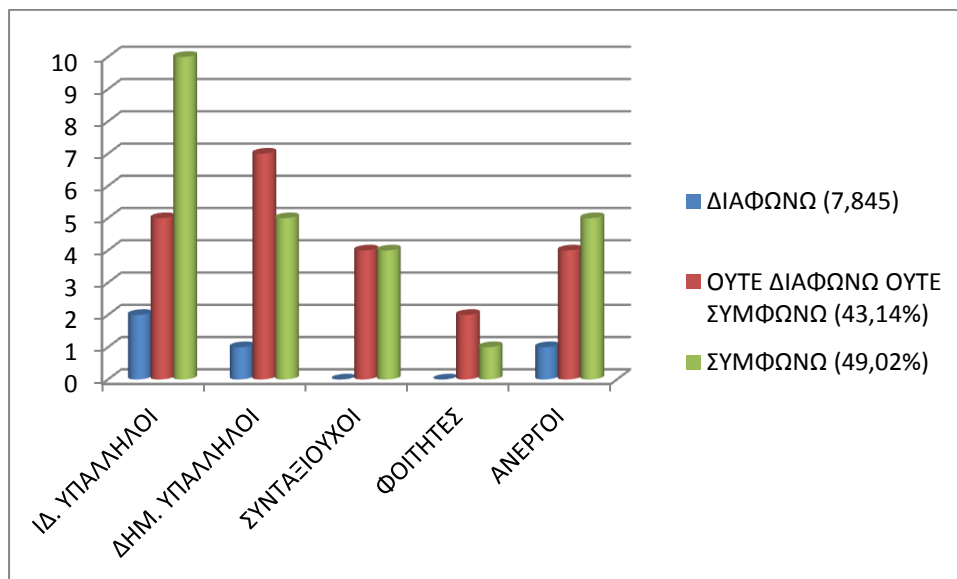
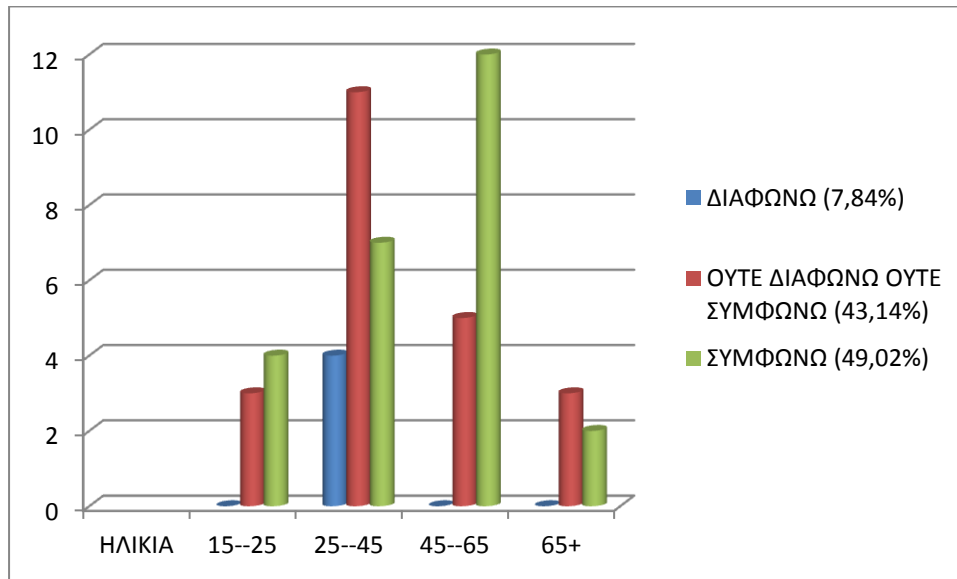
Είναι φανερό ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, από όλες τις ηλικιακές κλάσεις και επαγγέλματα όπου ανήκουν, διαφωνούν στο ότι τα τυποποιημένα προϊόντα είναι πιο ποιοτικά λόγω ελέγχων. Ένα μικρό ποσοστό συμφωνεί οι οποίοι είναι ιδιωτικοί και δημόσιοι υπάλληλοι ηλικίας 25-65.

5. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα αγροδιατροφικών προϊόντων.



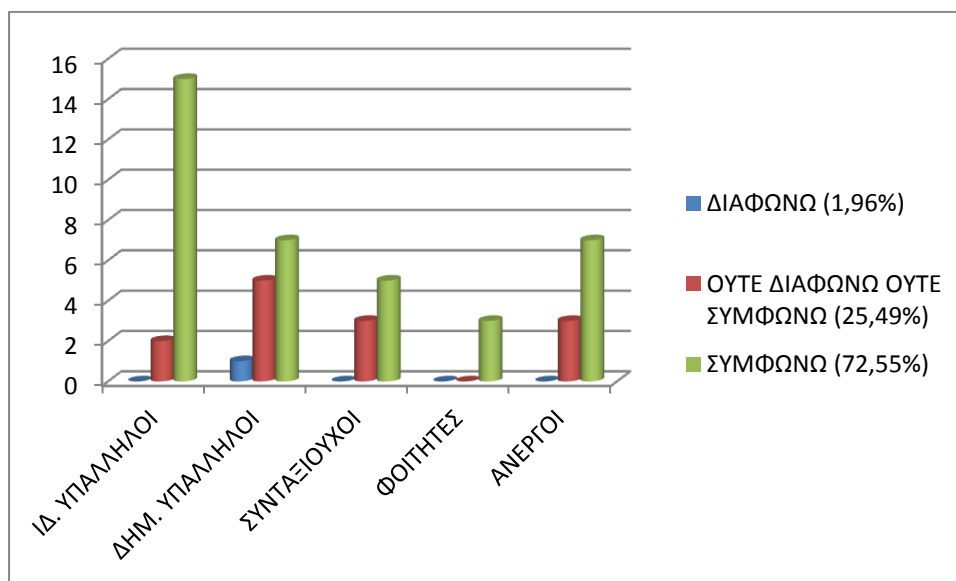
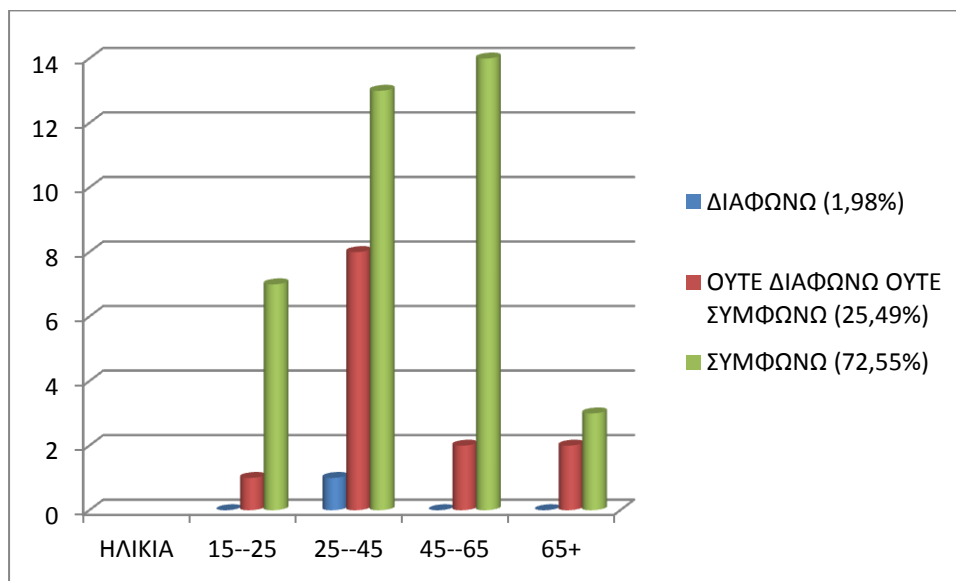
Παρατηρούμε ότι εκτός από τους ιδιωτικούς υπαλλήλους (45-65) οι οποίοι διαφωνούν, οι το μεγαλύτερο ποσοστό των υπολοίπων ηλικιακών ομάδων και επαγγελμάτων έχει ουδέτερη άποψη στο ότι τους ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων.

6. Σας ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή αγροδιατροφικών προϊόντων.



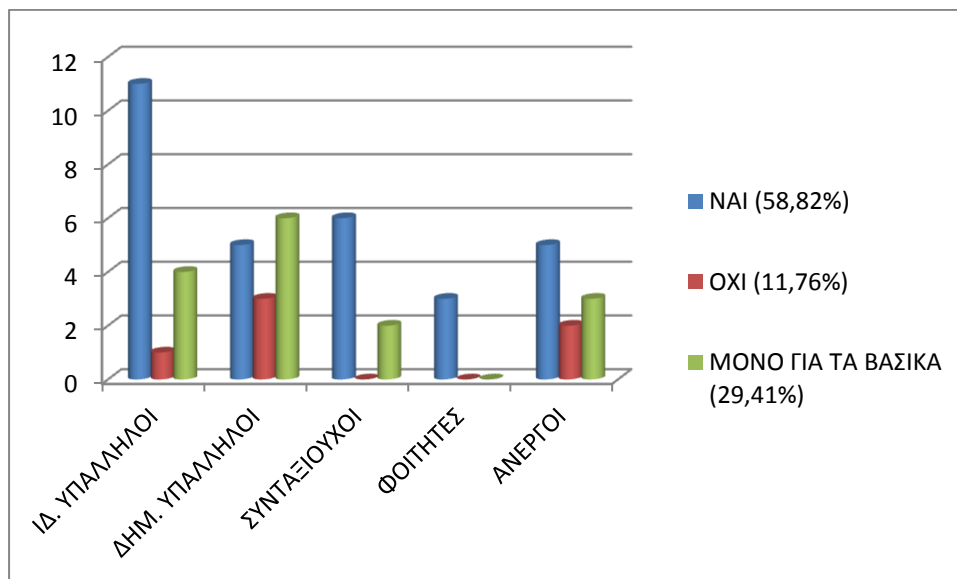
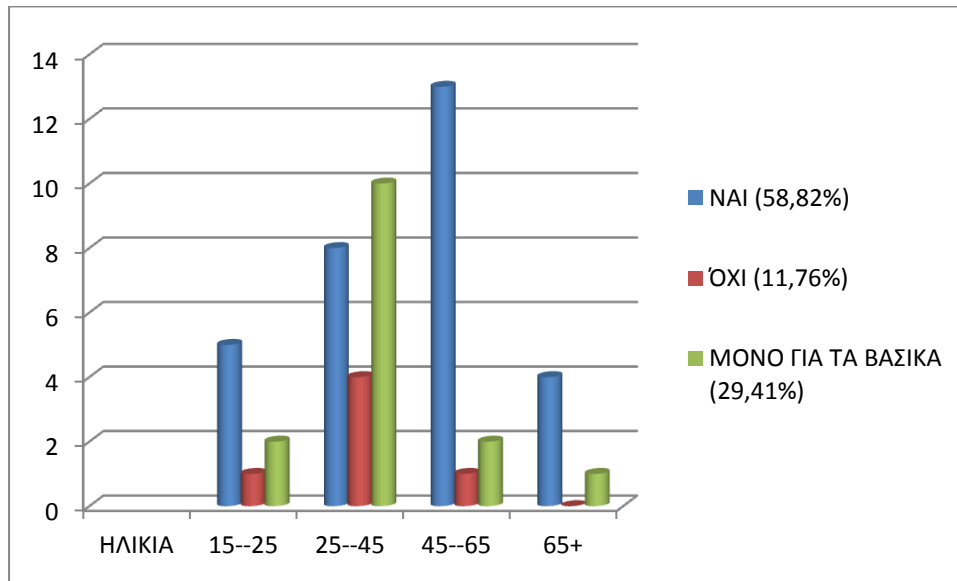
Εδώ παρατηρούμε ότι η διαφορά ανάμεσα σε αυτούς που συμφωνούν και σε αυτούς που έχουν ουδέτερη άποψη είναι μικρή. Οι περισσότεροι που συμφωνούν είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και άνεργοι (45-65 και 15-25 αντίστοιχα).

7. Πιστεύετε ότι υπάρχει σχέση ποιότητας και τιμής αγροδιατροφικών προϊόντων.



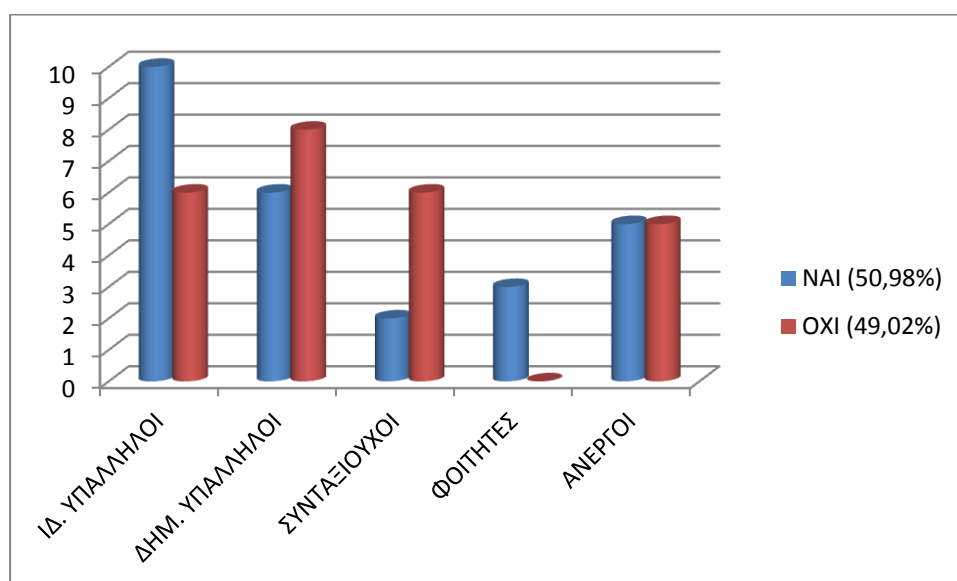
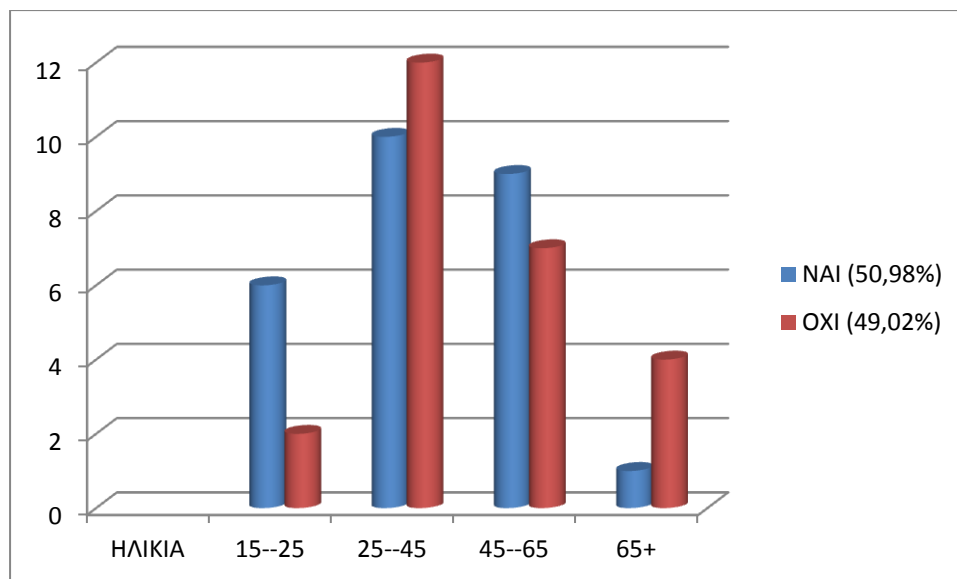
Είναι σαφές ότι το μεγαλύτερο ποσοστό από όλες τις ομάδες των ερωτηθέντων συμφωνούν με μεγάλη διαφορά πως υπάρχει σχέση μεταξύ ποιότητας και τιμής των αγροδιατροφικών προϊόντων.

8. Είστε διατεθειμένοι να ξοδέψετε περισσότερα χρήματα για ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα;

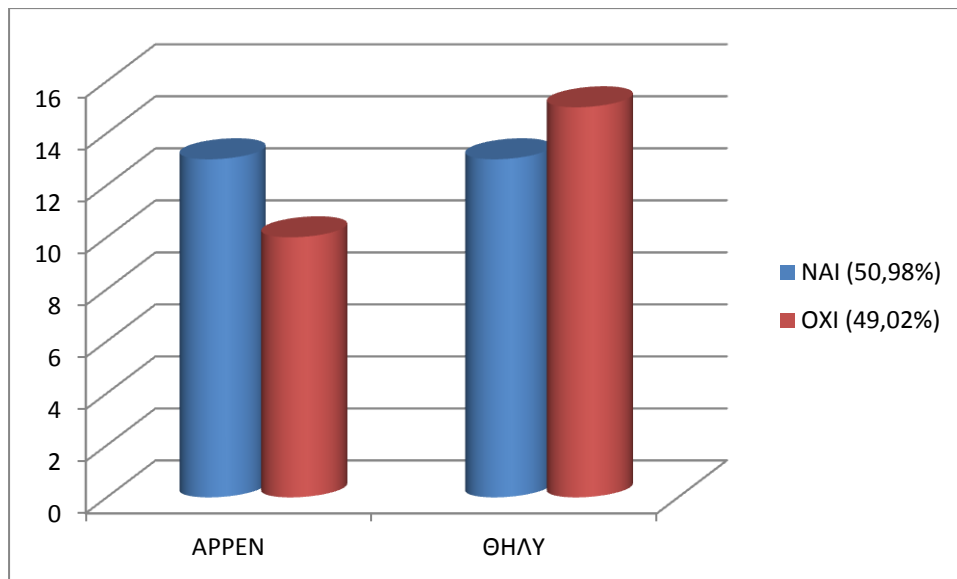


Παρατηρούμε ότι εκτός από την ηλικιακή κλάση 25-45(δημόσιοι υπάλληλοι) που οι περισσότεροι είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα μόνο για τα βασικά προϊόντα, οι υπόλοιποι συμφωνούν και είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα για όλα τα αγροδιατροφικά τους προϊόντα.

9. Γνωρίζετε πιστοποιήσεις/σημάνσεις αγροδιατροφικών προϊόντων;

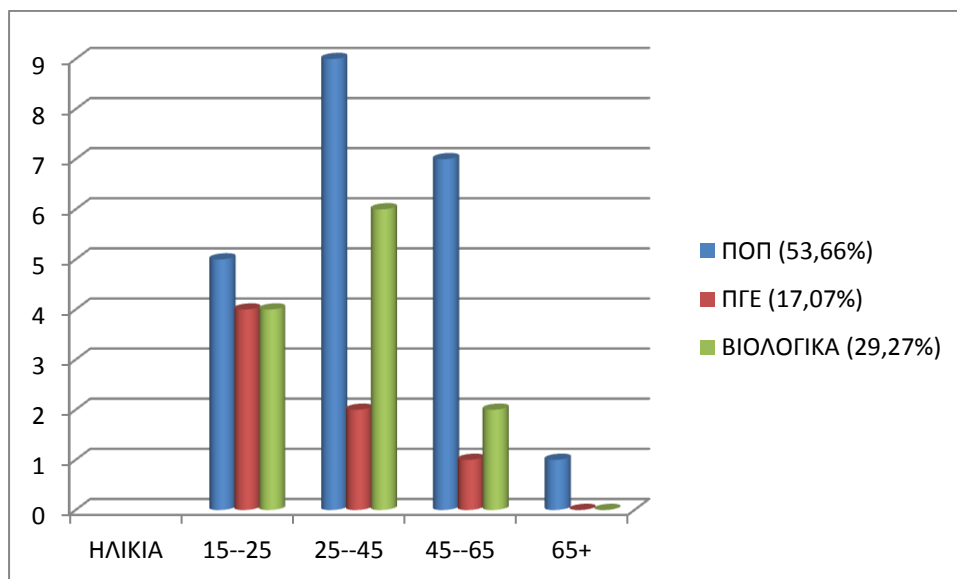


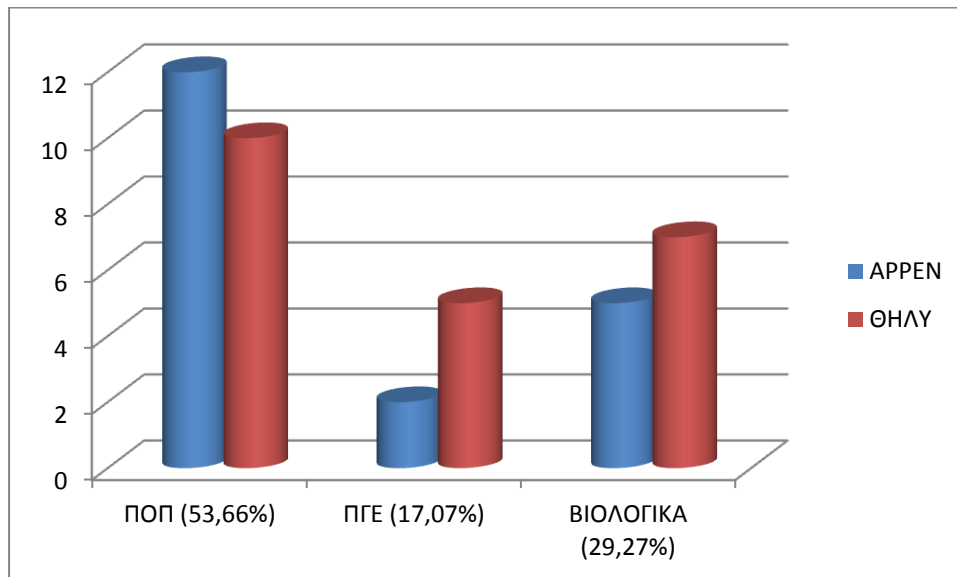
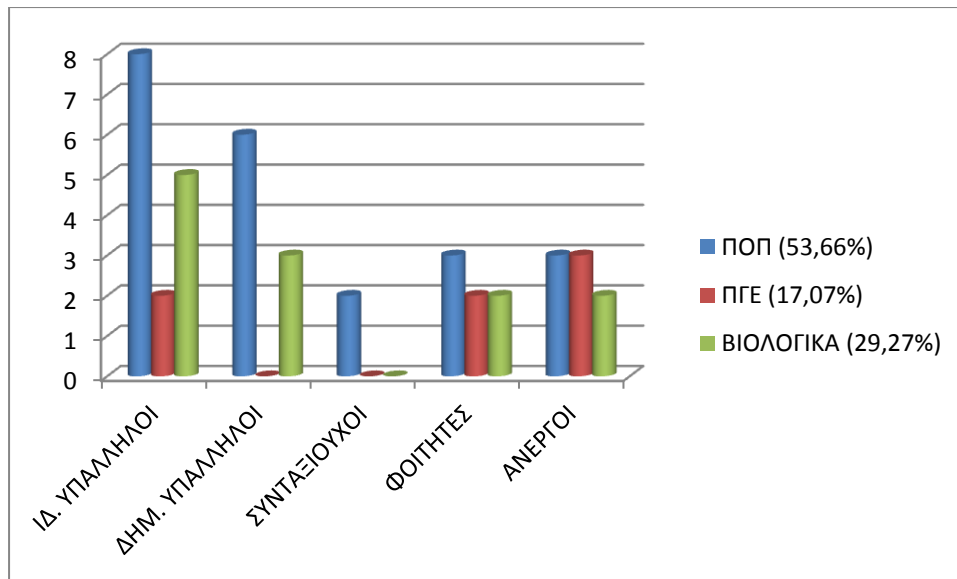
Παρατηρούμε ελάχιστη διαφορά ανάμεσα σε αυτούς που γνωρίζουν πιστοποιήσεις αγροδιατροφικών προϊόντων και σε αυτούς που δε γνωρίζουν. Οι περισσότεροι νέοι (κυρίως φοιτητές) γνωρίζουν, αντιθέτως με τους μεγαλύτερους σε ηλικία (συνταξιούχοι).



Επίσης παρατηρούμε ότι οι περισσότερες γυναίκες δε γνωρίζουν κάποιες πιστοποιήσεις.

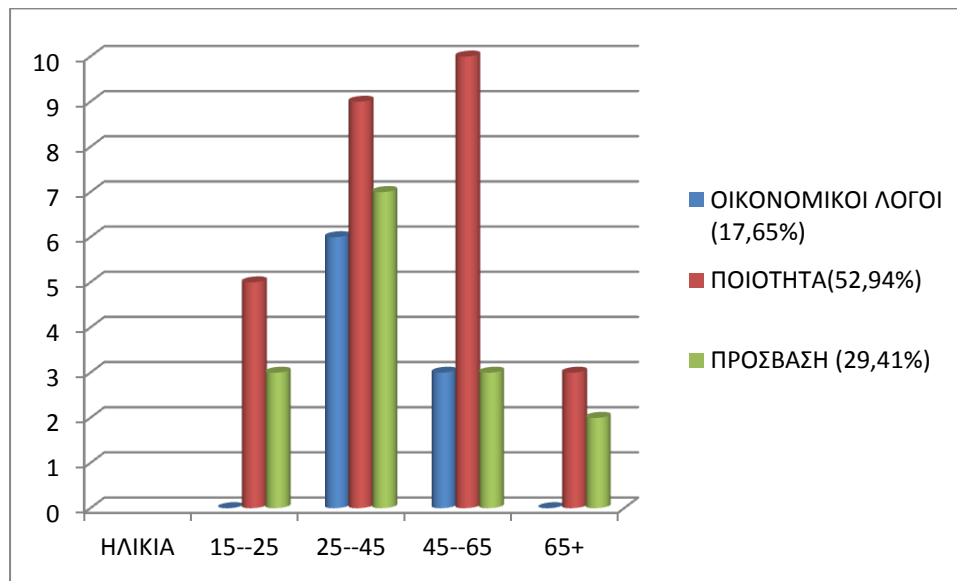
10. Ποιες πιστοποιήσεις/σημάνσεις γνωρίζετε;



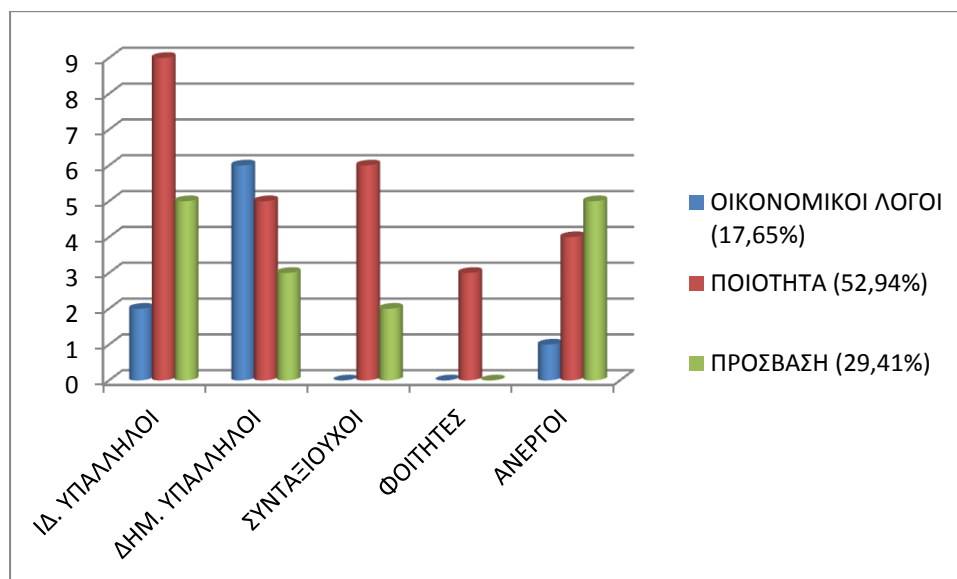


Φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι περισσότεροι και με σημαντικό ποσοστό (ανεξάρτητα από ηλικία, επάγγελμα και φύλο) γνωρίζουν την πιστοποίηση ΠΟΠ. Ακόμα παρατηρούμε ότι οι ηλικιωμένοι (65+) γνωρίζουν μόνο την παραπάνω πιστοποίηση αγροδιατροφικών προϊόντων.

11. Με ποιο κριτήριο επιλέγετε μια συγκεκριμένη αλυσίδα διακίνησης για τις αγορές των αγροδιατροφικών προϊόντων;

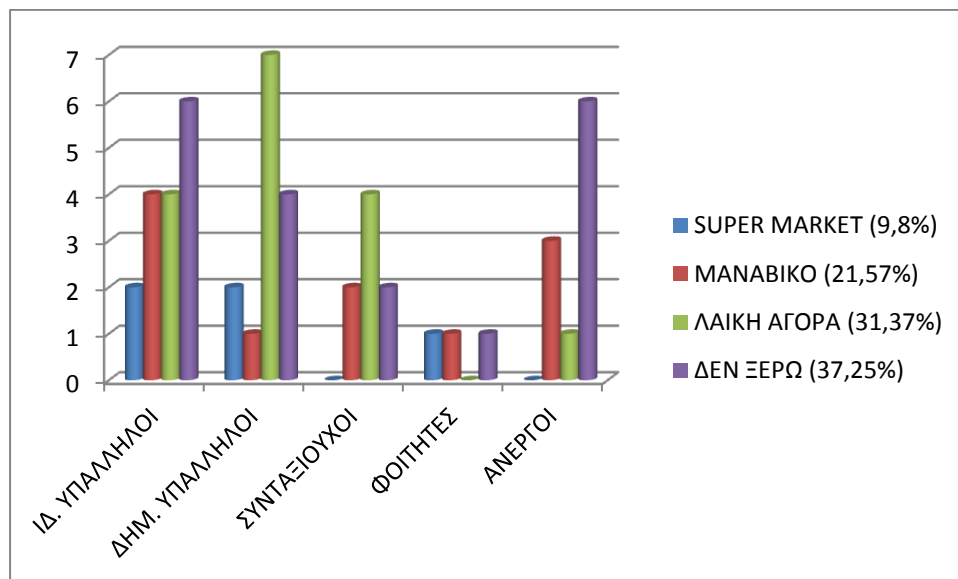
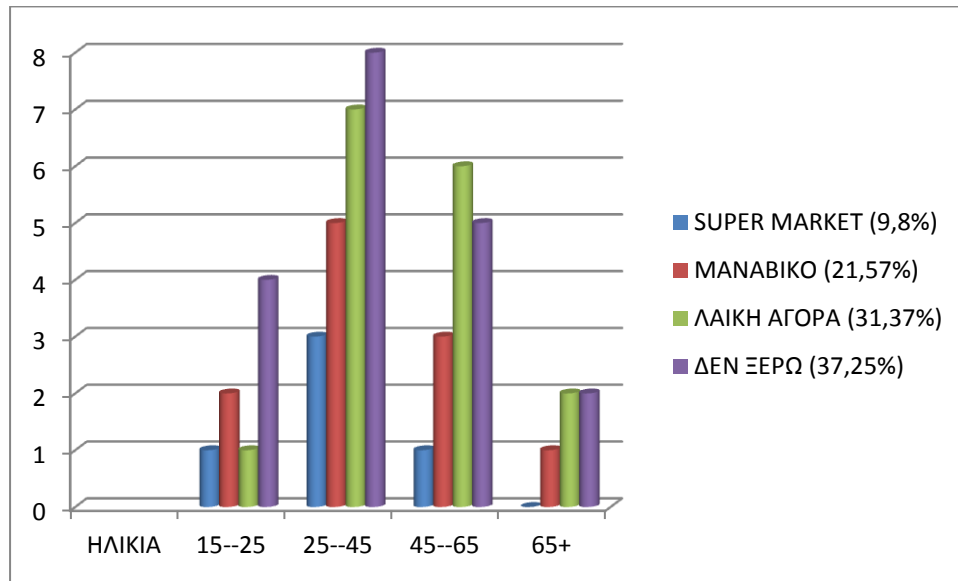


Το μεγαλύτερο ποσοστό όλων των ηλικιακών κλάσεων έχουν κριτήριο την ποιότητα των αγροδιατροφικών προϊόντων για την επιλογή αλυσίδας διακίνησής τους.



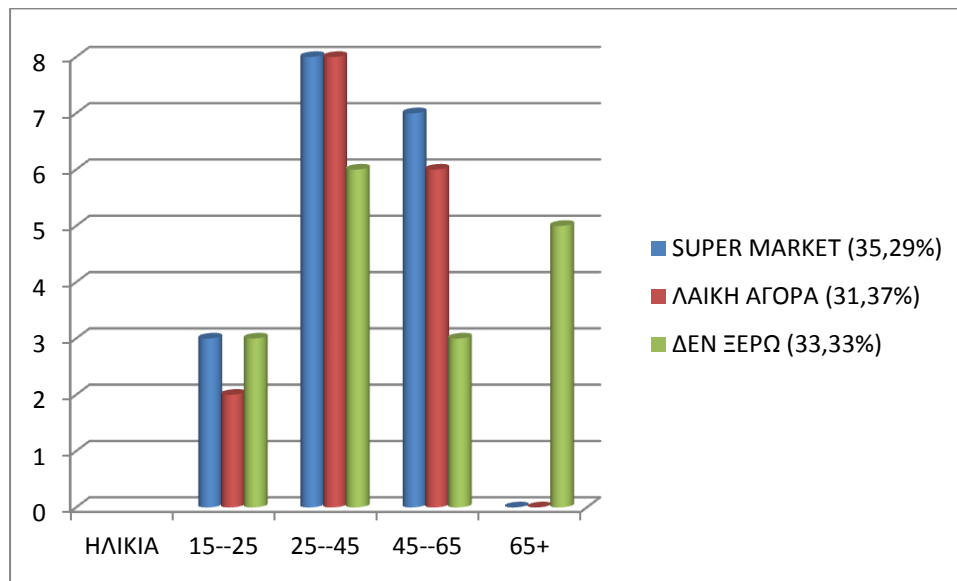
Εδώ διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι δημόσιοι υπάλληλοι διαφωνούν με το σύνολο και έχουν σαν κριτήριο τους οικονομικούς λόγους καθώς επίσης οι άνεργοι έχουν κριτήριο την πρόσβαση στην αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων.

12. Σε ποια αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων πιστεύετε ότι θα βρείτε πιο ποιοτικά προϊόντα;

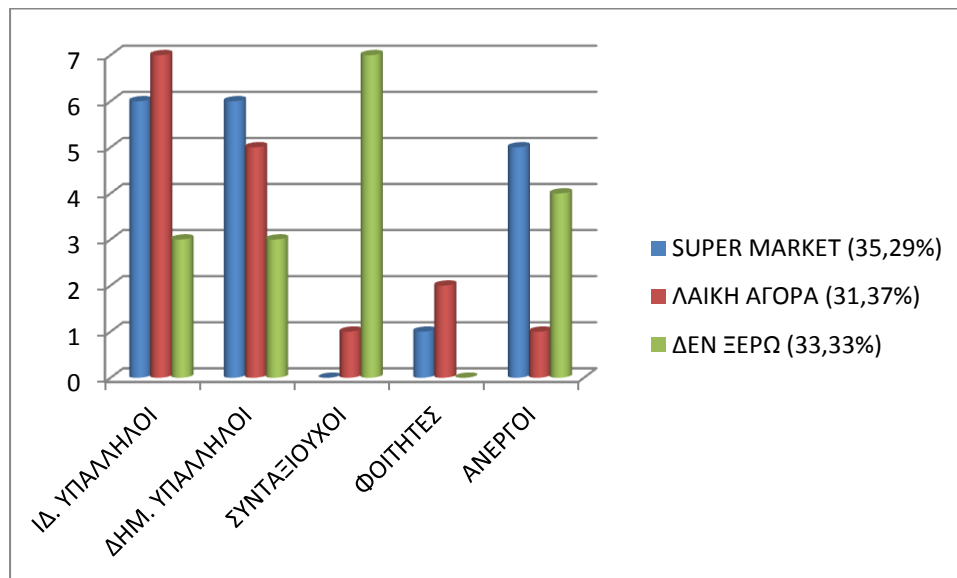


Παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι δεν ξέρουν σε ποιο σημείο πώλησης θα βρουν πιο ποιοτικά προϊόντα, εκτός από την ηλικιακή ομάδα 45-65 (δημόσιοι υπάλληλοι και συνταξιούχοι) που υποστηρίζουν ότι στη λαϊκή αγορά υπάρχουν πιο ποιοτικά προϊόντα.

13. Σε ποια αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων πιστεύετε ότι θα βρείτε πιο φθηνά προϊόντα;

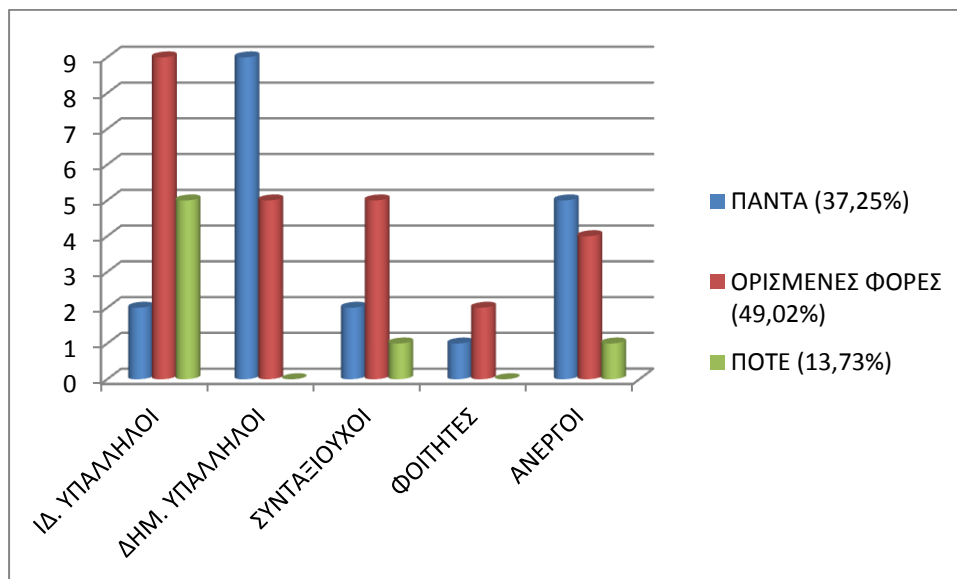
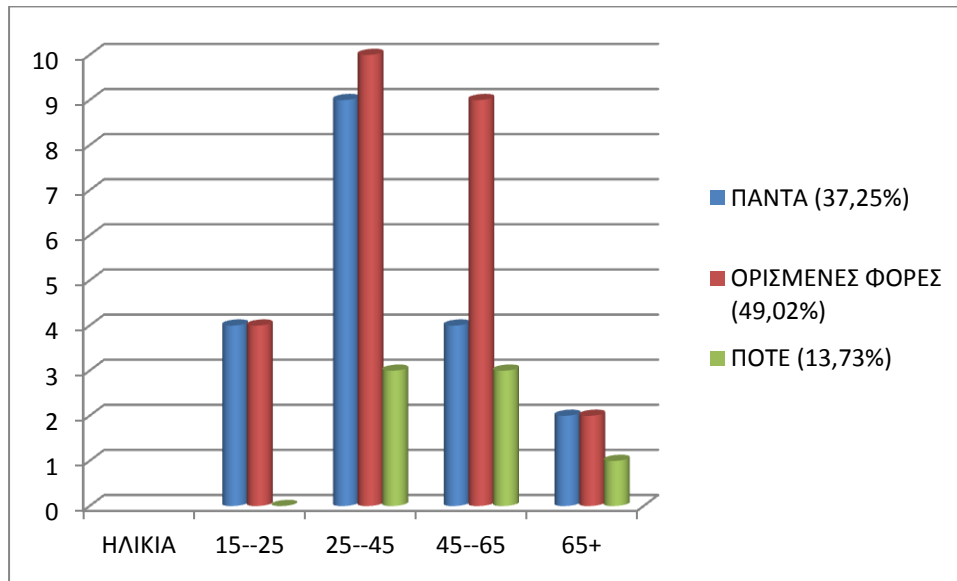


Εδώ βλέπουμε ότι εκτός από όλους τους ηλικιωμένους οι οποίοι δεν ξέρουν, οι περισσότεροι από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες πιστεύουν ότι τα πιο φθηνά αγροδιατροφικά προϊόντα υπάρχουν στα super markets.



Εδώ παρατηρούμε ότι υπάρχουν αρκετές απόψεις. Οι περισσότεροι ιδιωτικοί υπάλληλοι και φοιτητές ψηφίζουν τη λαϊκή αγορά, οι δημόσιοι υπάλληλοι και οι άνεργοι το super market, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των συνταξιούχων δεν ξέρει.

14. Εκτός από την ποιότητα και την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων, εξαρτάται και η πρόσβαση στην αλυσίδα διακίνησης της επιλογής σας;



Παρατηρούμε ότι σε όλες οι ηλικιακές ομάδες η πρόσβαση στην αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων παίζει ρόλο ορισμένες φορές, όπως συμβαίνει με τους ιδιωτικούς υπαλλήλους, τους συνταξιούχους και τους φοιτητές. Από την άλλη πλευρά για δημόσιους υπαλλήλους και τους ανέργους η πρόσβαση παίζει πάντα ρόλο.

Συμπεράσματα

1. Super market

Από το δείγμα των καταναλωτών στο super market, παρατηρούμε ότι υποστηρίζεται η γνώμη πως ένα αγροδιατροφικό προϊόν θεωρείται καλής ποιότητας όταν καλλιεργείται και αναπαράγεται κάτω από φυσιολογικές συνθήκες, δηλαδή δίχως φυτοφάρμακα, λίπασμα ή άλλες ουσίες. Αυτό οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι περισσότεροι καταναλωτές της αλυσίδας αυτής αγοράζουν προϊόντα τα οποία είναι της εποχής (εκτός θερμοκηπίου επίσης). Ακόμα σημαντικό ρόλο στον ορισμό και κυρίως στο ξεχώρισμα ενός ποιοτικού αγροδιατροφικού προϊόντος, παίζει η εμφάνιση (συνήθως το χρώμα και το μέγεθος). Οι καταναλωτές διαλέγουν τα προϊόντα με το ιδανικό χρώμα και μέγεθος, κατά τη γνώμη τους, με τη σιγουριά ότι αυτά έχουν καλύτερη ποιότητα από τα υπόλοιπα. Επιπλέον, οι ηλικιωμένοι του δείγματος, από τους οποίους οι περισσότεροι είναι συνταξιούχοι, πιστεύουν ότι ένα τοπικό αγροτικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό από ένα εισαγόμενο (εντός ή εκτός Ελλάδας), σε αντίθεση με τα πιο νεαρά άτομα τα οποία φαίνεται ότι δε λαμβάνουν υπόψη τους την προέλευση του προϊόντος αλλά αρκούνται σε άλλα χαρακτηριστικά, για παράδειγμα στην ποιότητα ή στην τιμή. Όσον αφορά την ποιότητα και την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων, οι καταναλωτές του super market δείχνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα και έπειτα για την τιμή των προϊόντων αυτών, καθώς επίσης λαμβάνουν υπόψη τους πως η ποιότητα και η τιμή σχετίζονται σχεδόν πάντα μεταξύ τους. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι τα πιο ακριβά προϊόντα έχουν καλύτερη ποιότητα από τα φθηνότερα, σύμφωνα με την πλειοψηφία των καταναλωτών. Στη συνέχεια, όσον αφορά τις πιστοποιήσεις των αγροδιατροφικών προϊόντων, οι περισσότεροι καταναλωτές του δείγματος είναι ενήμεροι και γνωρίζουν μία ή περισσότερες πιστοποιήσεις. Αυτό ίσως συμβαίνει επειδή το δείγμα μας στο super market αποτελείται σχετικά από άτομα μικρής ηλικίας (έως 65 ετών) και σίγουρα ενημερώνονται περισσότερο. Ακόμα, σύμφωνα με το ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για την ποιότητα περισσότερο από την τιμή, παρατηρούμε ότι η πρώτη αποτελεί κριτήριο για την επιλογή του super market για τις αγορές των αγροδιατροφικών προϊόντων. Εκτός όμως από την ποιότητα, η πρόσβαση αποτελεί επίσης ακόμα ένα κριτήριο. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως οι συγκεκριμένοι καταναλωτές ενδιαφέρονται σε σημαντικό βαθμό για την καλή ποιότητα των προϊόντων που αγοράζουν, αλλά υπάρχει και ένα σχετικά υψηλό ποσοστό που προσπαθεί να συνδυάσει ποιότητα και πρόσβαση στην αλυσίδα διακίνησης και κυρίως οι άνεργοι για οικονομικούς λόγους προφανώς αλλά και ορισμένοι εργαζόμενοι λόγω συνεχιζόμενου ωραρίου της αλυσίδας αυτής.

2.μανάβικο

Από το δείγμα των καταναλωτών στο μανάβικο, παρατηρούμε ότι ένα συντριπτικά μεγάλο ποσοστό, ανεξαρτήτως φύλου και ηλικίας, υποστηρίζει πως ποιοτικό είναι ένα προϊόν το οποίο δεν έχει αναπτυχθεί με χρήση φαρμάκων, δηλαδή ένα εποχιακό αγροδιατροφικό το οποίο αναπτύσσεται φυσιολογικά. Από τον ορισμό του ποιοτικού προϊόντος προχωράμε στο πως οι καταναλωτές μπορούν να ξεχωρίσουν ένα ποιοτικό αγροτικό προϊόν, από τα μη ποιοτικά ή λιγότερο ποιοτικά. Η απάντηση και πάλι είναι από την εμφάνισή τους (χρώμα και μέγεθος), όπως υποστηρίζουν και οι καταναλωτές του super market. Όσον αφορά την τοπικότητα σε σχέση με την ποιότητα, το μεγαλύτερο ποσοστό έχει ουδέτερη άποψη για το αν ένα τοπικό αγροτικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό. Από αυτό, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι έχει τύχει να αγοράσουν τοπικά προϊόντα που είναι ποιοτικά αλλά και εισαγόμενα που εξίσου ποιοτικά ή και το αντίθετο. Όσον αφορά την τιμή και την ποιότητα, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί στο αν τους ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα και αντιστρόφως η ποιότητα από την τιμή. Παρόλα αυτά πιστεύουν ότι υπάρχει σχέση ανάμεσά τους. Το συμπέρασμα λοιπόν είναι, πως οι αγορές ποιοτικών προϊόντων (υψηλότερης τιμής) κρίνεται ανάλογα με την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι καταναλωτές ανά χρονικές περιόδους. Επιπλέον, όσον αφορά τις πιστοποιήσεις ή σημάνσεις αγροδιατροφικών προϊόντων, οι περισσότεροι καταναλωτές που ψωνίζουν από το μανάβικο δε γνωρίζουν κάποια από αυτές. Παρατηρούμε όμως ότι αυτοί που γνωρίζουν είναι εργαζόμενοι και σε ηλικία από 15 έως 45 ετών (ο ενεργός πληθυσμός). Τέλος, όσον αφορά το κριτήριο με το οποίο οι καταναλωτές επιλέγουν το μανάβικο, η ποιότητα είναι πρώτη με διαφορά. Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, συμπεραίνουμε ότι οι καταναλωτές στο μανάβικο βρίσκουν ποιοτικά αγροδιατροφικά προϊόντα σε προσιτές τιμές.

3. Λαϊκή Αγορά

Όπως στις δύο προηγούμενες αλυσίδες διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων (super market και μανάβικο), έτσι και οι καταναλωτές της λαϊκής αγοράς, πιστεύουν ότι ποιοτικό ορίζεται ένα προϊόν το οποίο είναι καλλιεργημένο φυσιολογικά και χωρίς τη βοήθεια φαρμάκων. Επίσης συμφωνούν πως το χρώμα και το μέγεθος ενός προϊόντος καθορίζουν το είδος της ποιότητάς του καθώς οι περισσότεροι δηλώνουν ότι μπορούν να ξεχωρίσουν τα ποιοτικά προϊόντα από την εμφάνισή τους. Συνεχίζοντας, όσον αφορά το αν ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό από ένα εισαγόμενο, οι περισσότεροι καταναλωτές από τη λαϊκή αγορά συμφωνούν με τους καταναλωτές του μανάβικου αλλά και με τους μικρότερους σε ηλικία καταναλωτές από το super market, και δηλώνουν ουδέτερη άποψη. Έτσι καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το είδος της ποιότητας δεν εξαρτάται και δε σχετίζεται με την τοπικότητα των αγροτικών προϊόντων. Όσον αφορά την τιμή και την ποιότητα και για ποιο από τα δύο ενδιαφέρονται περισσότερο οι καταναλωτές, το αποτέλεσμα είναι το ίδιο και στις δύο περιπτώσεις. Συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος απάντησε ότι ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί στο αν τους ενδιαφέρει περισσότερο κάποιο από τα δύο στοιχεία των αγροδιατροφικών προϊόντων. Δεν παύουν όμως να πιστεύουν στη σχέση ανάμεσα σε ποιότητα και τιμή. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι όπως και στο μανάβικο έτσι και εδώ, οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να αγοράσουν ποιοτικά προϊόντα σε πολύ καλές τιμές. Στην περίπτωση της λαϊκής αγοράς αυτό συμβαίνει λόγω ανταγωνιστικότητας των παραγωγών. Ακόμα, όσον αφορά τις πιστοποιήσεις των αγροδιατροφικών προϊόντων, χωρίς να υπάρχει σημαντική διαφορά ανάμεσα στους γνώστες και στους μη γνώστες, υπερισχύουν αυτοί οι οποίοι δε γνωρίζουν και κυρίως είναι γυναίκες, οι οποίες προφανώς εστιάζουν στην ποιότητα των προϊόντων με τα οποία θα τραφεί το νοικοκυριό τους. Επιπλέον, χωρίς να μας κάνει εντύπωση, και οι καταναλωτές της λαϊκής αγοράς επιλέγουν αυτήν την αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων με κριτήριο την ποιότητα των προϊόντων αυτών, συνδυάζοντάς την ορισμένες φορές με καλή τιμή.

Γενικά συμπεράσματα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής μας έρευνας και από τις τρεις αλυσίδες διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων (super market, μανάβικο, λαϊκή αγορά), αφού τα μελετήσαμε, καταλήγουμε σε κάποια γενικά συμπεράσματα του συνόλου του δείγματος. Οι καταναλωτές του δείγματος υποστηρίζουν ότι ποιοτικά και σαφώς πιο υγιή, είναι αυτά τα προϊόντα που δεν έχουν υποστεί καμία επίδραση φυτοφαρμάκων και άλλων ουσιών, ώστε να αναπτυχθούν ταχύτερα, αλλά ορίζουν ποιοτικά τα προϊόντα τα οποία καλλιεργούνται στην εποχή τους φυσιολογικά. Επιπλέον, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι καταναλωτές του δείγματος, είναι ικανοί να ξεχωρίσουν αν ένα προϊόν είναι ποιοτικό μόνο από την εμφάνισή του, που συνεπάγεται ότι έχουν πείρα και κυρίως αυτά τα άτομα είναι ηλικίας από 25 έως 65. Τα άτομα δηλαδή τα οποία βρίσκονται πολύ συχνότερα στην αγορά, σε αντίθεση με τα άτομα μικρής ηλικίας αλλά και με ηλικιωμένους οι οποίοι δεν έχουν αυτήν την ικανότητα. Ακόμα, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος όπως και στις τρεις αλυσίδες ξεχωριστά, ούτε διαφωνεί αλλά ούτε συμφωνεί με το αν ένα τοπικό αγροτικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό. Δηλαδή, συμπεραίνουμε σύμφωνα με το δείγμα ότι η προέλευση και η τοπικότητα είναι ανεξάρτητες μεταβλητές από την ποιότητα και ίσως και από την τιμή των προϊόντων. Επίσης στην ερώτηση αν οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν τυποποιημένα προϊόντα (συνήθως από τα super market) επειδή έχουν περάσει από ελέγχους, διαφωνούν κάθετα ανεξάρτητα από ηλικία και επάγγελμα. Πιστεύουν δηλαδή ότι στη λαϊκή αγορά και στο μανάβικο θα βρουν πιο ποιοτικά προϊόντα ή και στο super market αρκεί να μην είναι τυποποιημένα αλλά “ελεύθερα”. Όσον αφορά την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων και αν τους ενδιαφέρει περισσότερο από την ποιότητά τους, το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου του δείγματος φαίνεται ότι διαφωνεί ούτε συμφωνεί, ενώ στο αν τους ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή οι περισσότεροι συμφωνούν. Παρόλα αυτά, ένα σημαντικό υψηλό ποσοστό υποστηρίζει ότι τις περισσότερες φορές υπάρχει σχέση μεταξύ ποιότητας και τιμής. Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι αρχικά οι καταναλωτές δίνουν προσοχή στην ποιότητα ενώ η τιμή παίζει δευτερεύοντα ρόλο τις περισσότερες φορές στην επιλογή των προϊόντων που καταναλώνουν. Γι’ αυτό άλλωστε το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των καταναλωτών της έρευνας, δηλώνει ότι είναι διατεθειμένο να ξοδέψει περισσότερα χρήματα έτσι ώστε να αγοράσει προϊόντα καλύτερης ποιότητας. Υπάρχει όμως και ένα σεβαστό ποσοστό, περίπου το 1/3 του δείγματος, το οποίο δηλώνει ότι έχει τη διάθεση να ξοδέψει περισσότερα χρήματα μόνο για τα βασικά προϊόντα της διατροφής τους, όπως το λάδι, το γάλα και άλλα. Στη συνέχεια, δυσάρεστο είναι το αποτέλεσμα στην ερώτηση αν γνωρίζουν οι καταναλωτές πιστοποιήσεις αγροδιατροφικών προϊόντων. Το ποσοστό που απάντησε να είναι σχεδόν ίσο με το ποσοστό που απάντησε όχι, με τους πρώτους να είναι ελάχιστα περισσότεροι. Το γεγονός αυτό μας αφήνει μια έκπληξη επειδή σαφώς περιμέναμε στην εποχή της τεχνολογίας και της ενημέρωσης που ζούμε, αν όχι όλοι, τουλάχιστον ένα μεγάλο ποσοστό να γνωρίζει πιστοποιήσεις. Επίσης αυτοί που γνωρίζουν πιστοποιήσεις, ρωτήθηκαν επιπλέον ποια ή ποιες πιστοποιήσεις γνωρίζουν. Το μεγαλύτερο ποσοστό (53,4% περίπου), παρατηρούμε ότι γνωρίζει την

πιστοποίηση ΠΟΠ, στη συνέχεια τα βιολογικά προϊόντα και τέλος την πιστοποίηση ΠΓΕ. Αυτό το αποτέλεσμα ήταν αναμενόμενο από τους καταναλωτές στην περιοχή της Καλαμάτας, διότι το φημισμένο παρθένο ελαιόλαδο που παράγεται στην Καλαμάτα έχει την πιστοποίηση ΠΟΠ. Όσον αφορά το κριτήριο με το οποίο οι καταναλωτές επισκέπτονται την αλυσίδα διακίνησης της επιλογής τους, διαπιστώνουμε ότι πρωταγωνιστικό ρόλο παίζει η ποιότητα αγροδιατροφικών προϊόντων και στις τρεις αλυσίδες ξεχωριστά. Ακόμα, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δηλώνει ότι δεν ξέρει σε ποια αλυσίδα διακίνησης υπάρχουν πιο ποιοτικά προϊόντα, αλλά όμως από αυτούς που ξέρουν, οι περισσότεροι πιστεύουν ότι η λαϊκή αγορά προσφέρει τα πιο ποιοτικά προϊόντα, ακολουθεί το μανάβικο και τέλος το super market. Αντίθετα, το σημείο στο οποίο πιστεύουν ότι υπάρχουν πιο φθηνά προϊόντα, οι περισσότεροι ισχυρίζονται ότι είναι το super market και ύστερα η λαϊκή αγορά. Το μανάβικο δεν αναφέρεται καθόλου. Υπάρχουν όμως και αρκετοί που δεν έχουν ιδέα για το που θα βρουν πιο φθηνά αγροτικά προϊόντα. Έτσι καταλήγουμε για μια ακόμη φορά στο συμπέρασμα ότι πολλοί καταναλωτές του δείγματος ενδιαφέρονται περισσότερο για την ποιότητα από την τιμή. Τέλος, οι περισσότεροι καταναλωτές δήλωσαν ότι εκτός από την ποιότητα και την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων, ορισμένες φορές εξαρτάται και η πρόσβαση που έχουν στην αλυσίδα της επιλογής τους, δηλαδή το σημείο που βρίσκεται η κάθε αλυσίδα αλλά και το ωράριο λειτουργίας επίσης. Ποτέ όμως δεν ξεχνούν την ποιότητα των προϊόντων, η οποία αποτελεί το σημαντικότερο κριτήριο της σωστής διατροφής όλων μας.

Σύγκριση αποτελεσμάτων-μελετών

Διαπιστώνουμε, πως τα αποτελέσματα της έρευνας σε κάποια σημεία συμφωνούν και σε άλλα διαφωνούν με τις μελέτες ,των τεσσάρων τελευταίων ετών περίπου, ως προς την καταναλωτική συμπεριφορά όσον αφορά τα αγροδιατροφικά προϊόντα. Στην 1^η και στην 4^η μελέτη, παρατηρούμε ότι οι καταναλωτές ενδιαφέρονται αποκλειστικά για την τιμή των προϊόντων, ενώ η έρευνα απέδειξε το αντίθετο. Επίσης, στη 2^η μελέτη υποστηρίζεται από τους καταναλωτές ότι το super market, είναι ιδανικό σημείο πώλησης αγροδιατροφικών προϊόντων επειδή συνδυάζει τιμή και ποιότητα, ενώ σύμφωνα με την έρευνα η τιμή σχετίζεται με την ποιότητα, δηλαδή όσο πιο ακριβό είναι ένα προϊόν, τόσο πιο ποιοτικό είναι. Ορισμένες φορές όμως, η λαϊκή αγορά κυρίως αλλά και το μανάβικο, καταφέρνουν να συνδυάζουν τα παραπάνω λόγω ανταγωνιστικότητας, η οποία δεν παρατηρείται στο super market. Όμως, η ίδια μελέτη αλλά και η 3^η ,συμφωνούν με την έρευνα ότι το super market αποτελεί την αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων η οποία παρέχει στους καταναλωτές τα φθηνότερα προϊόντα. Παρατηρούμε επίσης, ότι η έρευνά μας καταλήγει σε δύο ακόμα ίδια συμπεράσματα με την 1^η και 3^η μελέτη αντίστοιχα. Πρώτον, ότι οι περισσότεροι καταναλωτές δεν ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα και δεύτερον, αναζητούν στη λαϊκή αγορά ποιοτικά προϊόντα σε όσο το δυνατόν χαμηλότερη τιμή, λόγω του ανταγωνισμού των παραγωγών, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω.

Συμπεραίνουμε λοιπόν, ότι η καταναλωτική συμπεριφορά διαφέρει άλλοτε σημαντικά και άλλοτε όχι, καθώς επίσης ορισμένες φορές παρουσιάζει ομοιότητες. Στις διάφορες μελέτες και έρευνες παρατηρείται αυτή η ‘‘αστάθεια’’ απόψεων, διότι το συνήθως το δείγμα κάθε φορά είναι τυχαίο και όπως είναι λογικό σπάνια ένα τυχαίο δείγμα είναι αντιπροσωπευτικό σε μεγάλο βαθμό.

- Να σημειωθεί, ότι οι τέσσερις παραπάνω μελέτες καθώς και η τυχαία δειγματοληπτική έρευνα στην πόλη της Καλαμάτας, διεκπεραιώθηκαν σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Γεγονός, που σαφώς επηρεάζει τις καταναλωτικές συνήθειες του κοινού.

Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ-ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ- ΤΜΗΜΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και αφορά την έρευνα ως προς την **ποιότητα αγροδιατροφικών προϊόντων** καθώς και τις **επιλογές των καταναλωτών σε διαφορετικές αλυσίδες διακίνησης** (λαϊκή, μανάβικο, super market), στην περιοχή της Καλαμάτας.

- ✓ Η βοήθειά σας κρίνεται πολύτιμη καθώς θα συμβάλλει στη διεκπεραίωση πτυχιακής άσκησης.

A. ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ

1. Πώς θα ορίζατε την «ποιότητα» ενός αγροτικού προϊόντος;

.....
.....

2. Πώς ξεχωρίζετε τα ποιοτικά προϊόντα;

.....
.....

3. Συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα σύμφωνα με την κρίση σας:

	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ
Ένα τοπικό αγροδιατροφικό προϊόν είναι πιο ποιοτικό.			
Προτιμάτε τυποποιημένα αγροδιατροφικά προϊόντα επειδή έχουν περάσει από ελέγχους.			
Με ενδιαφέρει περισσότερο η τιμή από την ποιότητα των αγροδιατροφικών			

προϊόντων.			
Με ενδιαφέρει περισσότερο η ποιότητα από την τιμή των αγροδιατροφικών προϊόντων.			
Πιστεύετε ότι υπάρχει σχέση μεταξύ ποιότητας και τιμής αγροδιατροφικών προϊόντων.			

4. Είστε διατεθειμένος/η να ξοδέψετε περισσότερα χρήματα έτσι ώστε να αγοράσετε ποιοτικά προϊόντα;

.....

5. Γνωρίζετε κάποιες σημάνσεις/πιστοποιήσεις αγροτικών προϊόντων;

.....

Αν ναι, ποιές είναι αυτές;

.....

B. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

1. Ποια αλυσίδα διακίνησης αγροδιατροφικών προϊόντων προτιμάτε;

.....

2. Γιατί προτιμάτε να ψωνίζετε συχνότερα από τη συγκεκριμένη αλυσίδα διακίνησης αγροτικών προϊόντων;

.....

3. Που πιστεύετε ότι θα βρείτε πιο ποιοτικά προϊόντα;

.....
.....

4. Που πιστεύετε ότι θα βρείτε πιο φθηνά προϊόντα;

.....
.....

5. Εκτός από την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων, εξαρτάται και η προσβασιμότητα που έχετε στις παραπάνω αλυσίδες διακίνησης;

Πάντα		Συχνά		Συνήθως		Ορισμένες φορές		Ποτέ	
-------	--	-------	--	---------	--	-----------------	--	------	--

Γ. ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

α) Φύλο:

β) Ηλικία:

γ) Επάγγελμα:

Εάν επιθυμείτε να αναφέρετε κάτι που κατά τη γνώμη σας έχει παραλειφθεί στο ερωτηματολόγιο, παρακαλώ καταγράψτε το εδώ.

.....
.....
.....

Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας και τη βοήθειά σας!!!

Βιβλιογραφία

- Κίζος Αθανάσιος , (2006), Σημειώσεις του μαθήματος: Ανάπτυξη της Υπαίθρου και Πολιτικές.

Δικτυογραφία

- Βικιπαίδεια
- Kalamata IN
- Kalamata CVB
- Άρθρο Έλενας Μπούλια, Οκτώβριος 2012 (in 2 life)
- Άρθρο Βασίλη Πεκλάρη, Αύγουστος 2011 (agelioforos)
- <http://www.kerdos.gr/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/78515-%CE%B9>
- http://www.oikologos.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=117&Itemid=189