

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ

ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

«Διερεύνηση της συμπεριφοράς καταναλωτή σε σχέση με την αγορά τροφίμων πιστοποιημένης ποιότητας, σε περιόδους μείωσης εισοδημάτων, οικονομικής ύφεσης και κρίσης»

ΦΟΙΤΗΤΗΣ

Νικόλαος Γ. Μπουνάκης

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Σπυρίδων Π. Γούναρης

ΛΕΥΚΩΣΙΑ

Μάιος 2013

Αφιέρωση

*Η παρούσα διατριβή αφιερώνεται στην Αφροδίτη, την Βικτωρία-Μελίνα και ιδιαίτερα στην Ειρήνη,
που ο ερχομός της κοντά μας συνέπεσε με την έναρξη της προσπάθειας των σπουδών μου
στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου.*

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή, Σπύρο Γούναρη, Καθηγητή Marketing στο Πανεπιστήμιο του Strathclyde (University of Strathclyde, Glasgow) για την καθοδήγηση και τη βοήθειά του στην εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας.

Επίσης, τους συνεργάτες μου στην εταιρία Proactive A.E. – Σύμβουλοι Επιχειρήσεων, Καλαϊτζάκη Σοφία – Τεχνολόγο Γεωπόνο MSc, Αγγογλωσσάκη Νικόλαο - Οικονομολόγο MBA και Πατσιαλή Ειρήνη - Γεωπόνο MSc, για τις χρήσιμες παρατηρήσεις και υποδείξεις τους, καθώς και για τη γενικότερη βοήθειά τους για την ολοκλήρωση της διπλωματικής εργασίας.

Επίσης τη φίλη μου Εύη Γάτου Φιλολόγο- Γλωσσολόγο M.Sc για τις χρήσιμες παρατηρήσεις και υποδείξεις της.

Τέλος, τον Ραφαήλ Σουστιέλ, για τις χρήσιμες υποδείξεις του και τη βοήθειά του στη στατιστική ανάλυση.

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας διατριβής είναι να διερευνήσει τις καταναλωτικές τάσεις σε περίοδο οικονομικής ύφεσης και κρίσης αναφορικά με τα προϊόντα διατροφής.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς αναφορικά με τα τρόφιμα πιστοποιημένης ποιότητας, είτε η πιστοποίησή τους αφορά τον τρόπο παραγωγής (προϊόντα βιολογικής γεωργίας και ολοκληρωμένης διαχείρισης) είτε τον τόπο παραγωγής (προϊόντα ΠΟΠ, ΠΓΕ).

Τα αποτελέσματα προέκυψαν από πρωτογενή ποσοτική τηλεφωνική έρευνα.

Η έρευνα διεξήχθη με δομημένο ερωτηματολόγιο και τηλεφωνική συνέντευξη.

Η επιλογή του δείγματος βασίστηκε στην πολυσταδιακή στρωματοποιημένη δειγματοληψία με quota ως προς την ηλικία των ερωτώμενων. Τα στρώματα μέσα από τα οποία επιλέχθηκε το δείγμα δημιουργήθηκαν βάσει 3 χαρακτηριστικών: Περιφέρεια, Αστικότητα, Φύλο.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι παρά την οικονομική κρίση ο κλάδος των τροφίμων διατηρεί ένα σημαντικό μερίδιο στον οικογενειακό προϋπολογισμό.

Ένα σημαντικό ποσοστό των καταναλωτών είναι διατεθειμένο να πληρώσει παραπάνω για την αγορά τροφίμων αρκεί να είναι σίγουρο ότι αυτά είναι ασφαλή, παρά τη μείωση που έχουν υποστεί τα εισοδήματά του.

Επίσης, οι καταναλωτές σε ποσοστό 70% φαίνεται ότι δεν δέχονται να διακινδυνεύσουν την ασφάλεια των τροφίμων που καταναλώνουν με αντάλλαγμα τη χαμηλή τιμή.

Η αναγνώριση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ γίνεται από όλους τους καταναλωτές από την ετικέτα των συγκεκριμένων προϊόντων. Η χρήση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ είναι διαδεδομένη μεταξύ των καταναλωτών, ενώ η πιστοποίηση ΠΟΠ -ΠΓΕ λειτουργεί ως εγγύηση για την ποιότητα των τροφίμων και για τη γεύση τους.

ABSTRACT

The aim of the dissertation is to investigate the consumer's trends for food products during a period of economic crisis or indeed any type of crisis. Emphasis is given to the investigation of the consumers' behavior concerning certified products either according to their origin (POP) or regarding the way that they were produced (certified biological products and integrated crop management).

Results were extracted from primary research through telephone interview following the structured questionnaire. The sample was based on the method of multilayer stratified sampling with quota according to the age of the respondents. The layers through which the sample was chosen were based on three characteristics, Region, extent of Urbanization and Gender.

Results showed that in spite of the economic crisis the food sector still retains an important share of the family budget. An important percentage of the consumers (**51%**) are willing to pay more for food products, in order to be sure of their quality and safety, in spite of their reduction in income. Additionally, an impressive 70% of the consumers do not even consider risking the safety of their food in return for lower prices.

The "Products of Origin" or those from "Integrated Crop Management" are recognized by their label as well as the fact that they are well known by the consumers, while the certification of these products acts as a guarantee for their quality and taste.

Πίνακας Περιεχομένων

Ευχαριστίες	3
Περίληψη	4
ABSTRACT	5
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή	12
Γενικά	12
1.1 Οικονομική κρίση και αγοραστική συμπεριφορά	13
1.2 Αντικειμενικός σκοπός της Διατριβής	13
1.3 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα	14
1.4 Μεθοδολογία	14
1.4.1 Επιλογή δείγματος	15
1.4.1.1 Πληθυσμός στόχος	15
1.4.1.2 Δείγμα	15
1.4.1.3 Μέθοδος λήψης συνέντευξης	16
1.5 Διάθρωση Διατριβής	16
Παραρτήματα	17
Κεφάλαιο 2 : Βιβλιογραφική Επισκόπηση	18
Η Συμπεριφορά του Καταναλωτή	18
Εισαγωγή	18
2.1 Γενικές Αρχές Συμπεριφοράς Καταναλωτή	18
2.1.1 Λήψη αγοραστικής απόφασης	19
2.1.2 Διαδικασία Λήψης Αγοραστικών Αποφάσεων	20
2.1.3 Τύποι Λήψης Αγοραστικής Απόφασης	22
2.2 Προσεγγίζοντας τη συμπεριφορά του καταναλωτή για τα προϊόντα Διατροφής	22
2.2.1 Πρότυπα συμπεριφοράς καταναλωτή τροφίμων	24

2.2.2 Διαδικασία Λήψης Αγοραστικής Απόφασης για την Αγορά Τροφίμων	26
2.2.1.1 Διατροφικές ανάγκες και επιλογή τροφής	26
2.2.1.2 Αναζήτηση πληροφοριών για εναλλακτικές αγοραστικές επιλογές	26
2.2.3 Κριτήρια αξιολόγησης για τις εναλλακτικές επιλογές	27
2.2.4 Πως αντιλαμβάνονται οι Ευρωπαίοι την επικινδυνότητα των τροφίμων.....	29
2.2.5 Το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή μέσα από το Ευρωβαρόμετρο	32
2.3 Οικονομική κρίση	34
2.4 Οι Καταναλωτικές Συνήθειες των καταναλωτών στην ΕΕ μετά το ξέσπασμα της Οικονομικής κρίσης	35
Η εξέλιξη της καταναλωτικής δαπάνης σε Τρόφιμα - Ποτά	35
2.5 Η εξέλιξη στις τιμές Τροφίμων και Ποτών σε ΕΕ-27	40
2.6 Πρόσφατες εξελίξεις που αφορούν την κατανάλωση τροφίμων στην ελληνική αγορά.....	42
2.7 Σύνοψη βασικών διαπιστώσεων.....	44
Κεφάλαιο 3: Ερευνητική Μεθοδολογία	46
3.1 Μεθοδολογία	46
3.1.1 Πληθυσμός Στόχος	46
3.1.2 Δείγμα.....	47
3.1.3 Επιλογή δείγματος	49
3.2 Μέθοδος λήψης συνέντευξης.....	50
3.3 Το ερωτηματολόγιο.....	50
3.4 Στατιστικοί Έλεγχοι.....	51
3.5 Ορισμοί.....	52
Κεφάλαιο 4: Ερευνητικά Αποτελέσματα	53
Εισαγωγή.....	53
4.1 Κατανάλωση τροφίμων.....	54

4.2 Επίδραση της κρίσης στην καταναλωτική συμπεριφορά	56
4.3 Πηγές προμήθειας τροφίμων.....	62
4.3.1 Σούπερ Μάρκετ	62
4.3.2 Συνοικιακά καταστήματα	64
4.3.3 Λαϊκές αγορές	65
4.4 Αλλαγές σημείου προμήθειας τροφίμων	65
4.5 Ποσότητες που αγοράζουν	66
4.6 Μάρκες προϊόντων.....	69
4.7 Κριτήρια επιλογής τροφίμων	73
4.7.1 Πριν την κρίση	73
4.7.2 Μετά την κρίση	74
4.8 Τα χαρακτηριστικά της ποιότητας	75
4.9 Ειδικές κατηγορίες τροφίμων	77
4.9.1 Συμβατική καλλιέργεια	77
4.9.2 Βιολογική γεωργία	77
4.9.3 Καλλιέργεια Ολοκληρωμένης Διαχείρισης	77
4.10 Γνώση προϊόντων με διαφορετικό τρόπο καλλιέργειας.....	78
4.11 Βιολογικά/Βιολογικής καλλιέργειας τρόφιμα	80
4.12 Προϊόντα Συμβατικής Καλλιέργειας	82
4.13 Προϊόντα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.....	84
4.14 Συμπεριφορά Καταναλωτών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων	86
4.15 Προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προϊόντα	88
4.16 Αναγνωρισιμότητα ΠΟΠ-ΠΓΕ Προϊόντων.....	89
Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα - Προτάσεις	93
5.1 Καταναλωτή συμπεριφορά και ασφάλεια τροφίμων.....	94

5.2 Η άποψη των καταναλωτών για τα ΠΟΠ-ΠΓΕ.....	95
5.3 Σύνοψη βασικών διαπιστώσεων –Προτάσεις.....	95
5.4 Απόψεις για θέματα ασφάλειας και ποιότητας	97
5.5 Προτάσεις.....	98
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	100
Ελληνική Βιβλιογραφία	100
Ξενόγλωσση βιβλιογραφία	101
Ηλεκτρονικές πηγές.....	103
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	105
Πολιτικές για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων.....	105
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	118
Βιομηχανία Τροφίμων.....	118
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ.....	131
Cross tabulation.....	155
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV (Ερωτηματολόγιο Έρευνας)	250

Πίνακας Περιεχομένων Πινάκων

Πίνακας 2.1: Στάδια Αγορά	21
Πίνακας 2.2: Τάσεις και διαφοροποιήσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών ως προς την τροφή.....	23
Διάγραμμα 2.1: Τιμή και ποιότητα ως κριτήριο στην επιλογή των τροφίμων	30
Διάγραμμα 2.2: Αξιολόγηση διατροφικών κινδύνων από τον Έλληνα καταναλωτή	33
Διάγραμμα 2.3: Καταμερισμός Καταναλωτικών Δαπανών	37
Διάγραμμα 2.4: Ποσοστιαία μεταβολή Καταναλωτικής Δαπάνης	38
Διάγραμμα 2.5: Ποσοστό Συμμετοχής Καταναλωτικής Δαπάνης σε Τρόφιμα και Μη Αλκοολούχα Ποτά	39
Διάγραμμα 2.6: Εξέλιξη Δείκτη Τιμών των Παραγωγικών τροφίμων	40
Διάγραμμα 2.7: Εξέλιξη Τιμών των Παραγωγικών τροφίμων.....	41
Πίνακας 3.2: Κατανομή δείγματος ανά αστικότητα	47
Πίνακας 3.3: Κατανομή δείγματος ανά φύλο	48
Πίνακας 3.4: Κατανομή δείγματος ανά ηλικία	48
Πίνακας 3.5: Κατανομή δείγματος ανά οικογενειακή κατάσταση	49
Διάγραμμα 4.1: Κατηγορίες προϊόντων που αγοράζουν έστω και περιστασιακά	54
Πίνακας 4.1: Αγορά ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών από τα ελληνικά νοικοκυριά.....	55
Διάγραμμα 4.2: Καταναλωτική Συμπεριφορά στην αγορά Τροφίμων Λόγω Κρίσης.....	56
Πίνακας 4.2: Κοινωνικοοικονομική τάξη	57
Πίνακας 4.3: Ηλικία	57
Διάγραμμα 4.4: Κατηγορίες προϊόντων που έχουν σταματήσει να αγοράζουν.....	60
Πίνακας 4.4: Κατηγορίες τροφίμων στις οποίες περιορίστηκε η κατανάλωση	61
Διάγραμμα 4.5: Σημεία Αγοράς Τροφίμων.....	62
Πίνακας 4.5: Λόγοι επιλογής των σούπερ μάρκετ.....	63
Πίνακας 4.6: Λόγοι επιλογής συνοικιακών καταστημάτων.....	64
Πίνακας 4.7: Λόγοι επιλογής λαϊκών αγορών	65
Πίνακας 4.8: Αλλαγές μέρους προμήθειας τροφίμων.....	66
Διάγραμμα 4.6: Ποσότητες Αγορών	67
Διάγραμμα 4.7: Διαφορές ποσοτήτων πριν και μετά την κρίση	69
Διάγραμμα 4.8: Μάρκες Προϊόντων	69
Διάγραμμα 4.9: Αγορά τροφίμων	70
Διάγραμμα 4.10: Εμπιστοσύνη προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.....	71
Διάγραμμα 4.11: Τρόφιμα με την επωνυμία του Σούπερ Μάρκετ	72
Διάγραμμα 4.12: Αγοραστική συμπεριφορά για τρόφιμα που δεν ανήκουν σε γνωστές μάρκες..	73
Διάγραμμα 4.13: Κριτήρια επιλογής τροφίμων πριν την οικονομική κρίση	74
Διάγραμμα 4.14: Κριτήρια επιλογής τροφίμων μετά την οικονομική κρίση.....	75
Διάγραμμα 4.15: Χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την αντίληψη για την ποιότητα των τροφίμων	76

Διάγραμμα 4.16: Γνώση τρόπων καλλιέργειας τροφίμων	78
Διάγραμμα 4.17: Γνώση τρόπων καλλιέργειας τροφίμων	79
Διάγραμμα 4.18: Τρόπος αναγνώρισης βιολογικών προϊόντων	80
Πίνακας 4.9: Σημαντικότητα βιολογικών προϊόντων	81
Διάγραμμα 4.19: Επίδραση της κρίσης στην αγορά ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων	82
Πίνακας 4.10: Αντίληψη καταναλωτών για τα συμβατικής καλλιέργειας τρόφιμα	83
Διάγραμμα 4.20: Επίδραση της κρίσης στην αγορά των ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ προϊόντων.....	84
Πίνακας 4.11: Αντίληψη καταναλωτών για τα Προϊόντα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.....	85
Διάγραμμα 4.21: Σημαντικότητα ύπαρξης Προϊόντων Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.....	85
Διάγραμμα 4.22: Αποτύπωση καταναλωτικής συμπεριφοράς για την ασφάλεια των τροφίμων ..	86
Διάγραμμα 4.23: Διάθεση καταναλωτών να πληρώσουν περισσότερο για ασφαλή προϊόντα.....	87
Διάγραμμα 4.24: Γνώση τροφίμων με πιστοποίηση ΠΟΠ-ΠΓΕ	88
Πίνακας 4.12: Προϊόντα ΠΟΠ – ΠΓΕ	89
Πίνακας 4.13: Γνώμη Καταναλωτών	91
Διάγραμμα 4.25: Πρόθεση αγοράς ενός τροφίμου ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ –ΠΓΕ	92

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

Γενικά

Η αμφισβήτηση του μαζικού μοντέλου αγροτικής παραγωγής έφερε στην επιφάνεια την «τοπικότητα» της παραγωγής ως απάντηση στο μαζικό εντατικοποιημένο παραγωγικό μοντέλο, το οποίο δίνει έμφαση στην ποσότητα αφήνοντας σε δεύτερη μοίρα την ποιότητα.

Μια μεγάλη μερίδα των καταναλωτών αναζητά τρόφιμα γευστικά, παραδοσιακά και ασφαλή, ενώ έχει την απαίτηση να γνωρίζει τον τόπο και τον τρόπο παραγωγής τους.

Από την άλλη μεριά, οι αγρότες παραγωγοί και οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις της υπαίθρου, είδαν μία ευκαιρία ανάπτυξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος απέναντι στον ανταγωνισμό των πολυεθνικών προϊόντων που κυριαρχούν στις διεθνείς αγορές.

Αυτές οι εξελίξεις οδήγησαν στην ανάδειξη των τροφίμων γεωγραφικής ένδειξης ΠΟΠ και ΠΓΕ, που ενώνουν την προσπάθεια για ασφαλή τρόφιμα με την κοινωνική προσδοκία, την πολιτισμική αναφορά, το ηθικό εμπόριο και την προστασία του περιβάλλοντος, γεγονός που ερμηνεύει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία τους στις ευρωπαϊκές αγορές (Fort and Rastoin, 2009).

Παράλληλα, οι μεγάλες κρίσεις ασφάλειας των τροφίμων (σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια των βοοειδών, διοξίνες στα κοτόπουλα, υψηλές συγκεντρώσεις υπολειμμάτων φυτοπροστατευτικών ουσιών σε φρούτα και λαχανικά κ.λπ.), απόρροια του μοντέλου της εντατικοποίησης κλόνισαν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στην ασφάλεια των τροφίμων.

Η βιομηχανία τροφίμων, αλλά και οι μεγάλες αλυσίδες λιανεμπορίου αναγκάστηκαν να υιοθετήσουν διαδικασίες διασφάλισης ποιότητας, ιχνηλασιμότητα, προληπτικά μέτρα ελέγχου ποιότητας και πιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας από το χωράφι έως το πιάτο του καταναλωτή.

Τα αποτελέσματα αρκετών μελετών δείχνουν υψηλή ανάμιξη και δέσμευση των καταναλωτών απέναντι στα παραδοσιακά προϊόντα, παραμένει όμως το ερώτημα ποια χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά και, επιπλέον, την αφοσίωση (behavioral loyalty) των καταναλωτών ως προς τα προϊόντα αυτά (Χρυσοχού, Giraud, Χρυσοχοϊδης, 2008).

1.1 Οικονομική κρίση και αγοραστική συμπεριφορά

Η οικονομική κρίση, στη δίνη της οποίας βρίσκεται η ελληνική οικονομία την τελευταία τετραετία, έχει, όπως είναι φυσικό, άμεση συνέπεια στο εισόδημα των ελληνικών νοικοκυριών. Εκτός από τη μείωση εισοδήματος, πολλά νοικοκυριά έχουν μείνει κυριολεκτικά χωρίς εισόδημα λόγω της ανεργίας η οποία είχε φθάσει τον Οκτώβριο του 2012, στο πρωτοφανές για τα ελληνικά δεδομένα ποσοστό του 26,8% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού, ποσοστό που αποτελεί το υψηλότερο στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΛΣΤΑΤ, 2013).

Στις αναπτυγμένες κοινωνίες ο κίνδυνος της πείνας έχει μάλλον εκλείψει, τα τρόφιμα παίζουν ένα ευρύτερο ρόλο και δεν χρησιμοποιούνται πια μόνο για την ανθρώπινη επιβίωση, παρά την οικονομική κρίση και τη μείωση των εισοδημάτων.

Ο ρόλος της διατροφής και των τροφίμων στις σύγχρονες κοινωνίες είναι σύνθετος και εμπλέκεται σε ζητήματα κοινωνικής θέσης, υγείας, απόλαυσης, κοινωνικής ένταξης και εμφάνισης.

Για τους περισσότερους ανθρώπους που ζουν σε δυτικές χώρες ο προβληματισμός φαίνεται να είναι περισσότερο ως προς το ποια τρόφιμα θα επιλέξουν παρά ως προς το πώς θα εξασφαλίσουν το φαγητό τους.

Ως γνωστόν, τα πράγματα δεν ήταν πάντοτε έτσι, και ακόμα και σήμερα ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού στον πλανήτη - κυρίως οι χώρες της Υποσαχάριας Αφρικής- υποσιτίζεται.

1.2 Αντικειμενικός σκοπός της Διατριβής

Σκοπός της μελέτης είναι να διερευνήσει τις καταναλωτικές τάσεις σε περίοδο οικονομικής ύφεσης και κρίσης, αναφορικά με τα προϊόντα διατροφής.

Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στη διερεύνηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς τροφίμων πιστοποιημένης ποιότητας, είτε η πιστοποίησή τους αφορά τον τρόπο παραγωγής (προϊόντα

βιολογικής γεωργίας και ολοκληρωμένης διαχείρισης) είτε τον τόπο παραγωγής (προϊόντα ΠΟΠ, ΠΓΕ).

Τα τελευταία χρόνια τα συνεχιζόμενα διατροφικά σκάνδαλα έχουν οδηγήσει στην αλλαγή της νομοθεσίας και του πλαισίου παραγωγής των τροφίμων.

Παράλληλα, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν θεσπιστεί σημαντικοί κανονισμοί και ρυθμίσεις που καθορίζουν πώς ορίζεται η ποιότητα στα τρόφιμα, όρος που συνδέεται άρρηκτα με την ασφάλεια και την περιβαλλοντική προστασία.

1.3 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα είναι :

- Οι καταναλωτικές τάσεις σε περίοδο οικονομικής ύφεσης και κρίσης, αναφορικά με τα προϊόντα διατροφής.
- Η αντίληψη των καταναλωτών για τις διάφορες κατηγορίες ποιοτικών τροφίμων.
- Η γνώση των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα τρόφιμα και πώς αυτή επηρεάζει την αγοραστική τους απόφαση.
- Επιπλέον, ο βαθμός στον οποίο ο τρόπος παραγωγής, τα συστήματα ποιότητας και οι πιστοποιήσεις, μπορούν να αποτελέσουν στοιχείο διαφοροποίησης και εργαλείο για τη δημιουργία στρατηγικού πλεονεκτήματος.

1.4 Μεθοδολογία

Για τη διεξαγωγή της έρευνας επιλέχτηκε η μέθοδος της τηλεφωνικής συνέντευξης με δομημένο ερωτηματολόγιο.

1.4.1 Επιλογή δείγματος

Η επιλογή του δείγματος βασίστηκε στην πολυσταδιακή στρωματοποιημένη δειγματοληψία με quota ως προς την ηλικία των ερωτώμενων. Τα στρώματα μέσα από τα οποία επιλέχθηκε το δείγμα δημιουργήθηκαν βάσει 3 χαρακτηριστικών:

- Περιφέρεια
- Αστικότητα
- Φύλο

Τέθηκαν ποσοτώσεις αναφορικά με την ηλικία του ερωτώμενου βάσει της κατανομής του πληθυσμού.

Σε δεύτερη φάση, μέσα σε κάθε συνδυασμό Περιφέρεια X Αστικότητα επιλέχθηκαν οι πόλεις, στις οποίες θα διεξάγονταν οι συνεντεύξεις.

Σε κάθε πόλη διεξήχθη ο προγραμματισμένος αριθμός συνεντεύξεων.

1.4.1.1 Πληθυσμός στόχος

Ως πληθυσμός στόχος στο παρόν έργο ορίζεται όλος ο μόνιμος πληθυσμός της Ελλάδας, που ανέρχεται στους 10.964.020 κάτοικους (Ελληνική Στατιστική Αρχή, Απογραφή 2001).

Ο πληθυσμός αυτός κατανέμεται σε 13 περιφέρειες.

1.4.1.2 Δείγμα

Το δείγμα που επιλέχθηκε αποτελούνταν από άτομα υπεύθυνα για τις αγορές του σπιτιού, μεταξύ ηλικία 25-64 χρόνων.

1.4.1.3 Μέθοδος λήψης συνέντευξης

Όλες οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν από Call Center, με το τελευταίας τεχνολογίας σύστημα C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Το σύστημα αυτό επιτρέπει την είσοδο στον υπολογιστή βάσης δεδομένων με τηλέφωνα και τη δημιουργία ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Με αυτόν τον τρόπο, αφενός τα τηλέφωνα επιλέγονται με τυχαίο τρόπο από το σύστημα και προωθούνται στους ερευνητές, αφετέρου οι ερωτήσεις εμφανίζονται στην οθόνη του υπολογιστή του ερευνητή.

Η διαδικασία συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων ελέγχεται από αλγόριθμο που δεν επιτρέπει να εισαχθούν μη αποδεκτά δεδομένα.

Η έρευνα διεξήχθη το χρονικό διάστημα από 19 έως 27 Νοεμβρίου 2012.

1.5 Διάθρωση Διατριβής

Η διατριβή είναι χωρισμένη σε έξι κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια εισαγωγή στα ζητήματα που θα ερευνηθούν στα πλαίσια της διατριβής, δηλαδή τη συμπεριφορά του καταναλωτή σε συνθήκες οικονομικής κρίσης και μείωσης εισοδημάτων αναφορικά με τα προϊόντα πιστοποιημένης ποιότητας, είτε πρόκειται για γεωγραφική πιστοποίηση (ΠΟΠ, ΠΓΕ), είτε πρόκειται για πιστοποίηση ανάλογα με τον τρόπο παραγωγής και το παραγωγικό μοντέλο που ακολουθείται (προϊόντα βιολογικής, συμβατικής ή ολοκληρωμένης διαχείρισης).

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται βιβλιογραφική επισκόπηση θεωριών της συμπεριφοράς του καταναλωτή. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στις θεωρίες για τη λήψη της αγοραστικής απόφασης, τη συμπεριφορά του καταναλωτή αναφορικά με τα προϊόντα διατροφής, τα κριτήρια αξιολόγησης για την αγορά τροφίμων και την αντίληψη του Ευρωπαίου καταναλωτή για ζητήματα ασφάλειας και ποιότητας τροφίμων. Επίσης, ακολουθεί ανάλυση του μακροοικονομικού περιβάλλοντος και

πώς αυτό διαμορφώθηκε μετά την αδυναμία της χώρας για πρόσβαση στις αγορές χρήματος, την εφαρμογή περιοριστικών μέτρων και τη μείωση των εισοδημάτων.

Στο **τρίτο, τέταρτο και πέμπτο, κεφάλαιο αντίστοιχα** γίνεται αναφορά στην ερευνητική διαδικασία, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, οι απαντήσεις και τα αποτελέσματα. Επίσης, γίνεται ανάλυση των αποτελεσμάτων προκειμένου να βγουν τα απαραίτητα συμπεράσματα και ακολουθούν προτάσεις ανάπτυξης στρατηγικών marketing, για την ανάπτυξη της αγοράς για τρόφιμα πιστοποιημένης ποιότητας σε περιόδους οικονομικής κρίσης.

Παραρτήματα

Στο **παράρτημα I** παρουσιάζονται τα ζητήματα ασφάλειας και ποιότητας των τροφίμων. Αναλύονται οι πολιτικές σε παγκόσμιο και ευρωπαϊκό επίπεδο, οι νομοθετικές ρυθμίσεις για θέματα ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων, οι πολιτικές του λιανεμπορίου για την ποιότητα, καθώς και τα συστήματα διαχείρισης και οι διαδικασίες που διασφαλίζουν την ποιότητα και την ασφάλεια. Ακόμα, γίνεται αναφορά στα συστήματα παραγωγής, όπως αυτό της Βιολογικής Γεωργίας και αναφορά στα προϊόντα με πιστοποίηση ΠΟΠ, ΠΓΕ.

Επίσης, στο **παράρτημα II** θεωρήθηκε χρήσιμο να γίνει αναφορά στη βιομηχανία τροφίμων, μέσω της οποίας τα αγροτικά προϊόντα μετασχηματίζονται σε τρόφιμα κατάλληλα προς κατανάλωση, τις επιπτώσεις που είχε η οικονομική κρίση στα μεγέθη της βιομηχανίας τροφίμων και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώθηκαν οι τιμές των τροφίμων μετά την οικονομική κρίση.

Θεωρήθηκε σκόπιμο να γίνει αναφορά στα παραπάνω θέματα, προκειμένου ο αναγνώστης, ο οποίος πιθανόν να μην δεν είναι εξοικειωμένος με το εξειδικευμένο θέμα της ασφάλειας και της ποιότητας των τροφίμων να έχει τη δυνατότητα να αποκτήσει μια ολοκληρωμένη εικόνα για το θέμα.

Στο **παράρτημα III** ακολουθούν οι πίνακες και τα στοιχεία της στατιστικής ανάλυσης και στο παράρτημα **IV** το ερωτηματολόγιο.

Κεφάλαιο 2 : Βιβλιογραφική Επισκόπηση

Η Συμπεριφορά του Καταναλωτή

Εισαγωγή

Η συμπεριφορά του καταναλωτή αποτελεί μία πολυεπίπεδη επιστήμη που ερευνά τη διαδικασία λήψης καταναλωτικών αποφάσεων.

Καταγράφηκε ως ξεχωριστός τομέας της επιστήμης του marketing στα τέλη της δεκαετίας του '50, αρχές της δεκαετίας του '60.

Ήταν η εποχή που έγινε αντιληπτό ότι η επιτυχημένη πώληση είναι αυτή που προηγείται της παραγωγής του προϊόντος.

Σκοπός αλλά και επιτυχία του marketing, είναι να προσδιορίσει το προϊόν που πρέπει να παραχθεί σύμφωνα με τις ανάγκες των καταναλωτών.

2.1 Γενικές Αρχές Συμπεριφοράς Καταναλωτή

Ο όρος συμπεριφορά καταναλωτή, χρησιμοποιείται προκειμένου να προσδιορίσει την ανθρώπινη συμπεριφορά αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών.

Από πολλούς συγγραφείς έχει γίνει προσπάθεια να δοθούν ορισμοί που να περιγράφουν τον όρο «συμπεριφορά καταναλωτή».

Σύμφωνα με τον Jacoby (Jacoby, 1976) *“η συμπεριφορά καταναλωτή αντανακλά το σύνολο των αποφάσεων των καταναλωτών σε σχέση με την απόκτηση, την κατανάλωση και την απόρριψη αγαθών, υπηρεσιών, χρόνου και ιδεών, από ανθρώπινες μονάδες λήψης αποφάσεων”*.

Άλλοι συγγραφείς, όπως ο Hawkins (Hawkins et al.2001) προσδιορίζουν τη συμπεριφορά καταναλωτή ως: *“τη μελέτη ατόμων, ομάδων, οργανισμών και διαδικασιών που χρησιμοποιούν για να επιλέξουν, να εξασφαλίσουν, να χρησιμοποιήσουν και να απορρίψουν προϊόντα, υπηρεσίες, εμπειρίες και ιδέες προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους, αλλά και τις επιπτώσεις που αυτές οι διαδικασίες έχουν στον καταναλωτή και την κοινωνία”*.

Σύμφωνα με την American Marketing Association η συμπεριφορά καταναλωτή ορίζεται ως “η δυναμική αλληλεπίδραση του συναισθήματος και της γνώσης, της συμπεριφοράς και του περιβάλλοντος μέσω της οποίας οι άνθρωποι διεξάγουν συναλλαγές στη ζωή τους” (Bennet, 1995).

2.1.1 Λήψη αγοραστικής απόφασης

Οι καταναλωτές προκειμένου να πάρουν μία απόφαση εξετάζουν σειρά από παράγοντες οι οποίοι και επηρεάζουν τις αποφάσεις τους.

Σύμφωνα με τη θεωρία της ζήτησης υπάρχουν πέντε βασικές υποθέσεις, οι οποίες εξειδικεύουν τη βασική υπόθεση της θεωρίας του καταναλωτή, δηλαδή ότι οι καταναλωτές αποσκοπούν στη μεγιστοποίηση της χρησιμότητας.

Οι υποθέσεις αυτές είναι:

- η συγκρισιμότητα
- ο μη κορεσμός
- η συνέπεια
- η κυριότητα
- και η ανεξαρτησία (Dermot Mc Aleese, 2001).

Σύμφωνα με τους Kotler and Kelle, οι αποφάσεις των καταναλωτών επηρεάζονται από τρεις παράγοντες:

- πολιτισμικούς,
- κοινωνικούς
- προσωπικούς,

επίσης, τέσσερις κύριες ψυχολογικές διεργασίες επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή:

- παρακίνηση, αντίληψη,
- μάθηση
- και μνήμη (Kotler & Keller, 2006)

Οι παραπάνω υποθέσεις είναι λογικές, δεν μπορεί όμως να ισχυριστεί κάποιος εύκολα ότι προσφέρουν μιαν απόλυτα ρεαλιστική περιγραφή του τρόπου με τον οποίο ο καταναλωτής λαμβάνει αποφάσεις.

Ο λόγος που τα άτομα δεν είναι εύκολο να λαμβάνουν τις σωστές αποφάσεις είναι γιατί δεν είναι πάντα εφικτό να κατέχουν το σύνολο των πληροφοριών που χρειάζονται προκειμένου να αποφασίσουν ορθολογικά.

Αλλά και στην περίπτωση που διαθέτουν το σύνολο των απαραίτητων πληροφοριών δεν έχουν πάντα την απαραίτητη γνώση προκειμένου να κατατάξουν τις προτιμήσεις τους με λογικό και συνεπή τρόπο.

Συχνά όταν συμβουλευόμαστε ειδικούς π.χ. στις νέες τεχνολογίες ή σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, δεν είμαστε πάντα σε θέση να αξιολογήσουμε την ποιότητα των πληροφοριών και υπηρεσιών που παίρνουμε.

Το κόστος της απόδειξης των πληροφοριών μπορεί να ωθήσει τον καταναλωτή να ακολουθήσει την εμπειρική μέθοδο ή, απλά τη γνώμη της μάζας.

Σε αυτές τις περιπτώσεις μπορούμε να οδηγηθούμε σε ένα λιγότερο φιλόδοξο ορισμό του ορθολογισμού, όπως ο «περιορισμένος ορθολογισμός», ο οποίος υποθέτει ότι ο καταναλωτής είναι σε θέση να κατατάξει τις σχετικές, εφικτές και γνωστικές επιλογές του, όχι όμως όλες τις δυνατές επιλογές του (Dermot Mc Aleese, 2001).

2.1.2 Διαδικασία Λήψης Αγοραστικών Αποφάσεων

Η διαδικασία λήψης αποφάσεων από τον καταναλωτή αποτελεί μια από τις σημαντικότερες λειτουργίες που εξετάζει η επιστήμη του marketing.

Πριν προχωρήσει ο καταναλωτής στην αγορά ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας είναι απαραίτητο να απαντήσει σε ερωτήματα όπως:

- Ποιο προϊόν να αγοράσω
- Ποια μάρκα από το συγκεκριμένο προϊόν να αγοράσω
- Από ποια μέσα να ενημερωθώ για το προϊόν
- Από πού να το αγοράσω
- Πώς να το πληρώσω

Όπως γίνεται αντιληπτό οι αποφάσεις συνδέονται με τα συστατικά στοιχεία του μείγματος marketing, προϊόν, τιμή, διανομή και προβολή (Product, Price, Place, Promotion, 4Ps).

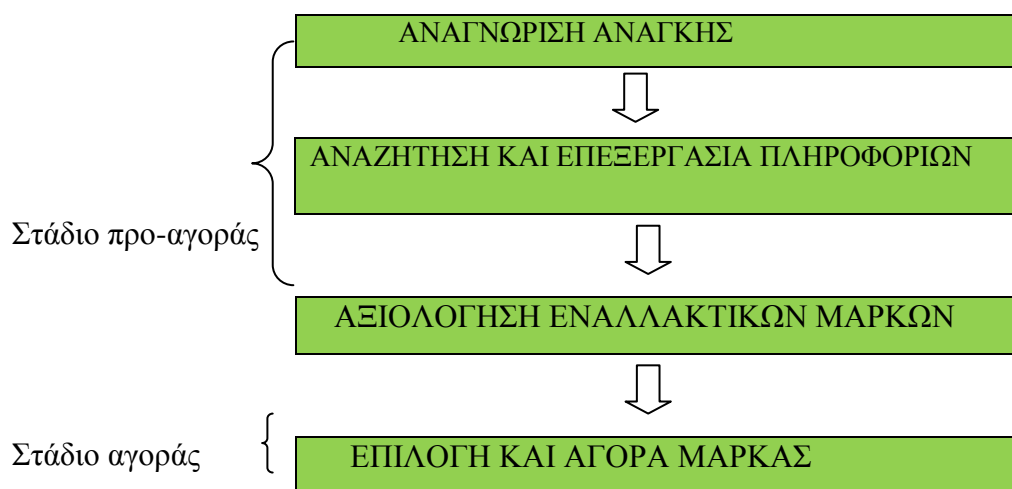
Η διαδικασία λήψης αγοραστικής απόφασης ενεργοποιείται με την αναγνώριση μιας συγκεκριμένης ανάγκης από τον καταναλωτή.

Όπως είναι γνωστό από την κλασική πλέον θεωρία του Maslow σχετικά με την ιεράρχηση των αναγκών, οι ανάγκες μετατρέπονται σε κίνητρα προς δράση και διακρίνονται σε πέντε βασικές κατηγορίες: φυσιολογικές, ασφάλειας, κοινωνικές, αυτοεκτίμησης και αυτοπραγμάτωσης.

Σύμφωνα με τον Maslow, το άτομο προσπαθεί να ικανοποιήσει πρώτα τις φυσιολογικές του ανάγκες (π.χ. πείνα, δίψα, στέγαση).

Όταν οι ανάγκες αυτές ικανοποιηθούν δεν αποτελούν πλέον κίνητρο για δράση. Κίνητρο για δράση αποτελεί η ικανοποίηση της επόμενης ομάδας αναγκών, οι οποίες με τη σειρά τους όταν ικανοποιηθούν δεν αποτελούν πλέον και αυτές κίνητρο (Maslow, 1943).

Η ανάγκη, λοιπόν, μπορεί να έρθει στην επιφάνεια ως αποτέλεσμα εσωτερικών ή εξωτερικών ερεθισμάτων, ως απόρροια της δράσης του marketing.



Πίνακας 2.1: Στάδια Αγορά

Στόχος του marketing είναι να προσδιορίσει τα ερεθίσματα εκείνα που συμβάλλουν στην αναγνώριση μιας ανάγκης από την πλευρά του καταναλωτή σε σχέση με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, ούτως ώστε να σχεδιαστούν αποτελεσματικές στρατηγικές προώθησης, οι οποίες να ενεργοποιούν την αγοραστική διαδικασία (Μπαλτάς και Παπασταθοπούλου, 2003).

2.1.3 Τύποι Λήψης Αγοραστικής Απόφασης

Η αγοραστική απόφαση, ανάλογα με τον τρόπο που λαμβάνεται και την ποσότητα πληροφοριών που απαιτούνται για την λήψη της, μπορεί να διακριθεί σε τρεις τύπους:

- **Εκτεταμένη λήψη αποφάσεων**

Ο συγκεκριμένος τύπος απόφασης λαμβάνεται όταν δεν υπάρχουν πολλές πληροφορίες σχετικές με το προϊόν, δεν υπάρχει προηγούμενη εμπειρία χρησιμοποίησης του προϊόντος και ο κίνδυνος από την κατανάλωση ή χρήση του προϊόντος είναι μεγάλος.

- **Περιορισμένη λήψη απόφασης**

Κατά την περιορισμένη λήψη αγοραστικής απόφασης, ο καταναλωτής δεν καταβάλει ιδιαίτερη προσπάθεια συλλογής πληροφοριών και αξιολόγησης εναλλακτικών μαρκών, διότι διαθέτει προηγούμενη εμπειρία από το προϊόν.

- **Αυτόματη λήψη αποφάσεων**

Η λήψη αποφάσεων από συνήθεια είναι η διαδικασία με τη μικρότερη προσπάθεια και χρόνο ενασχόλησης, συλλογή πληροφοριών και κόπο επιλογής μάρκας (Howard and Sheth, 1969).

2.2 Προσεγγίζοντας τη συμπεριφορά του καταναλωτή για τα προϊόντα Διατροφής

Ο τρόπος επιλογής τροφίμων στις αναπτυγμένες κοινωνίες διαμορφώθηκε σταδιακά και πέρασε από διάφορες φάσεις ανάλογα με τα στάδια και το βαθμό ανάπτυξης των κοινωνιών.

Σύμφωνα με τον von Al Vensleben (1997), η εξέλιξη αυτή μπορεί να διαχωριστεί σε τρεις φάσεις.

Πίνακας 2.2: Τάσεις και διαφοροποιήσεις στις προτιμήσεις των καταναλωτών ως προς την τροφή.

Ισχυρή (1^η φάση)	Μειούμενη (2^η φάση)	Μικρή (3^η φάση)
<p>Ανάγκη για: Εύρεση αρκετής τροφής. Λήψη περισσότερης τροφής.</p>	<p>Ανάγκη για: Υγιεινή διατροφή Λιγότερες θερμίδες. Περισσότερες βιταμίνες. Μεγαλύτερη ποικιλία διατροφής. Απόλαυση του φαγητού. Περισσότερη ευκολία στην αγορά και την προετοιμασία της τροφής.</p>	<p>Ανάγκη για: Ενδιαφέρον για το περιβάλλον. Περισσότερη διαφάνεια. Κατανάλωση επώνυμων προϊόντων-τροφίμων Ενδιαφέρον για τη διαδικασία αγοράς, προετοιμασίας και κατανάλωσης της τροφής. Επιστροφή σε προϊόντα παραγόμενα με φυσικό τρόπο.</p>

Πηγή: von Al Vensleben, 1997

Φάση 1: Υπάρχει έλλειμμα τροφής. Μεγάλη ζήτηση για τροφή και διατροφική ανάγκη.

Η ελαστικότητα της ζήτησης ως προς τις τιμές και το εισόδημα είναι υψηλή.

Φάση 2: Καθώς το εισόδημα αυξάνεται, ικανοποιούνται οι βασικές ψυχολογικές ανάγκες, με αποτέλεσμα να μειώνεται η ελαστικότητα της ζήτησης ως προς το εισόδημα και τις τιμές.

Για την αγοραστική απόφαση σχετικά με τα τρόφιμα αρχίζουν να παίζουν ρόλο και άλλα κίνητρα, όπως η τάση για υγιεινή διατροφή, η επιθυμία - απόλαυση της τροφής, η τάση για ποικιλία και ευκολία.

Φάση 3: Για πολλούς ανθρώπους η κατανάλωση της τροφής γίνεται μέρος μιας συμπεριφοράς αναζήτησης της περιπέτειας. Επικρατούν οι κύριες τάσεις της φάσης 2, αλλά διαφοροποιημένες ως προς μια νοσταλγία για προϊόντα και γενικότερα έναν τρόπο ζωής πιο κοντά στην φύση.

Η ελαστικότητα της ζήτησης είναι πολύ μικρή (Von Alvensleben, 1997).

2.2.1 Πρότυπα συμπεριφοράς καταναλωτή τροφίμων

Ο τρόπος επιλογής τροφίμων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά έχουν μελετηθεί από αρκετούς ερευνητές.

Ο Yudkin (1956), ταξινόμησε τους παράγοντες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την επιλογή της τροφής σε τρεις κατηγορίες:

Κατηγορία 1^η

Γεωφυσική, Οικονομία, Τεχνολογία Τροφίμων.

Κατηγορία 2^η

Κοινωνία–Θρησκεία, Κοινωνικά Έθιμα, Κοινωνική Τάξη, Ενημέρωση σε θέματα διατροφής, Διαφήμιση.

Κατηγορία 3^η

Ψυχολογία–Κληρονομικότητα, Διατροφικές Αλλεργίες, Δίαιτες, Διατροφικές Ανάγκες (Yudkin, 1956).

Εκτός όμως από την ταξινόμηση, ο Yudkin δεν έκανε καμία προσπάθεια να παρουσιάσει τον τρόπο που οι παραπάνω παράγοντες σχετίζονται μεταξύ τους.

Άλλοι ερευνητές όπως ο Pilgrim (1957) υποστήριξε ότι η αποδοχή και επιλογή της τροφής εξαρτάται από ένα συνδυασμό τριών παραγόντων, οι οποίοι υπέθεσε ότι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και επηρεάζουν την επιλογή της τροφής.

Παράγοντες όπως:

1. η ψυχολογική επίδραση της τροφής
2. η αντίληψη των αισθητικών χαρακτηριστικών
3. οι επιρροές από το περιβάλλον

Ο Pilgrim έκανε την υπόθεση της αλληλεπίδρασης, αλλά δεν ερεύνησε τις αλληλεπιδράσεις. Το πρότυπο του Pilgrim χρησίμευσε ως σημείο αναφοράς για τα πρότυπα που ακολούθησαν και που περιελάμβαναν παράγοντες οι οποίοι επιδρούν στην αποδοχή της τροφής σε συσχετισμό με την συμπεριφορά (Pilgrim, 1957).

Σε νεότερες μελέτες σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά σε σχέση με τα τρόφιμα, εντοπίστηκε ότι χαρακτηριστικά της τροφής όπως η φυσική και χημική σύσταση, προσδίδουν ιδιότητες που γίνονται αντιληπτές ως χαρακτηριστικά αισθήσεων (υφή, γεύση, εμφάνιση, οσμή). Επίσης, πολλές από τις πλευρές της χημικής σύνθεσης δεν γίνονται αντιληπτές, με συνέπεια να έχουμε τροφές που διαφέρουν σημαντικά ως προς τη χημική τους σύνθεση, αλλά τις οποίες δεν αντιλαμβανόμαστε ως διαφορετικές.

Αντιθέτως, σε πολλές περιπτώσεις τα ίδια χαρακτηριστικά που μπορούν να εντοπισθούν με τις αισθήσεις, δεν οδηγούν σε αποδοχή ή απόρριψη της τροφής.

Σε γενικές γραμμές η αποδοχή ή απόρριψη ενός χαρακτηριστικού συνδέεται με συγκεκριμένες τροφές. Το άτομο εξοικειώνεται μέσα από την επαφή του με την τροφή στα πλαίσια της οικογένειας ή μίας πολιτισμικής ομάδας.

Σε κάποιο βαθμό είναι δυνατό να διαπιστωθεί ταύτιση απόψεων ως προς την καταλληλότητα ορισμένων χαρακτηριστικών, αλλά υπάρχουν μεγάλες διαφορές μεταξύ των ατόμων ως προς την προτίμηση συγκεκριμένων τροφών ή ως προς το επίπεδο συγκεκριμένων χαρακτηριστικών σε είδη τροφών.

Συμπερασματικά, σύμφωνα με τον Shepherd, η προτίμηση του καταναλωτή δεν καθορίζεται ούτε από τις φυσικές και χημικές ιδιότητες της τροφής, ούτε από τον τρόπο που αυτές γίνονται αντιληπτές, αλλά από την προτίμηση του καταναλωτή σε συγκεκριμένους τύπους χαρακτηριστικών και σε συγκεκριμένους τύπους τροφών (Shepherd, 1989).

2.2.2 Διαδικασία Λήψης Αγοραστικής Απόφασης για την Αγορά Τροφίμων

2.2.1.1 Διατροφικές ανάγκες και επιλογή τροφής

Η επιλογής τροφής εξαρτάται από θέματα που σχετίζονται τόσο με κοινωνικό-πολιτιστικούς όσο και με περιβαλλοντικούς παράγοντες. Επίσης, οι εμπειρίες από νέα προϊόντα και η επίδραση από τη λειτουργία του marketing χρησιμεύουν υπενθυμίζοντας στον καταναλωτή τα προϊόντα, αλλά δεν δημιουργούν ανάγκες.

2.2.1.2 Αναζήτηση πληροφοριών για εναλλακτικές αγοραστικές επιλογές

Στα προϊόντα διατροφής, η σημασία των προηγούμενων εμπειριών παίζει σημαντικότερο ρόλο στην επιλογή, σε σχέση με άλλα βιομηχανικά αγαθά.

Σύμφωνα με τον Steenkamp (1996) η πιο σημαντική πηγή πληροφόρησης είναι η προηγούμενη εμπειρία του καταναλωτή με το προϊόν. Ο βαθμός αναζήτησης εξωτερικών πληροφοριών είναι αντιστρόφως ανάλογος με τις προηγούμενες εμπειρίες των αγορών.

Σύμφωνα με τον Von Alvensleben, μπορούν να αναγνωριστούν δύο τύποι πληροφοριών σχετικά με τους τρόπους αντίληψης ενός προϊόντος :

- α) η πραγματική πληροφορία
- β) η αποθηκευμένη πληροφορία

Η πραγματική πληροφορία είναι ένα περίπλοκο σχήμα ερεθισμάτων, που μπορεί να χωριστεί στις άμεσες πληροφορίες και στις πληροφορίες που σχετίζονται με το περιβάλλον του προϊόντος. Οι άμεσες πληροφορίες περιλαμβάνουν όλες τις ιδιότητες του προϊόντος –φυσικές, τεχνικές, αισθητικές - καθώς και την τιμή, τη μάρκα, την ποικιλία και την προέλευση.

Για τις πληροφορίες που σχετίζονται με το περιβάλλον, ο καταναλωτής επηρεάζεται από το περιβάλλον στο οποίο διατίθεται το προϊόν, όπως η ατμόσφαιρα του καταστήματος, ο πωλητής, η ποικιλία των προϊόντων.

Στην περίπτωση της **αποθηκευμένης πληροφορίας**, ο καταναλωτής έχει ήδη κάποια εμπειρία με το προϊόν, την οποία έχει απομνημονεύσει και η οποία είναι διαθέσιμη για επεξεργασία. Στα προϊόντα που ο καταναλωτής έχει αποθηκευμένη εικόνα, επεξεργάζεται πληροφορίες και συγκρίνει :

- Τη συνολική ποιότητα του προϊόντος με ορισμένες από τις ιδιότητες του,
- Τη συνολική εικόνα του προϊόντος με την εικόνα ενός παρόμοιου προϊόντος,
- Μία συγκεκριμένη ιδιότητα του προϊόντος με τη συνολική αξιολόγηση που έχει κάνει για το προϊόν,
- Μία συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων με μίαν άλλη.

2.2.3 Κριτήρια αξιολόγησης για τις εναλλακτικές επιλογές

Η ανίχνευση των κριτηρίων αξιολόγησης των εναλλακτικών επιλογών και αποφάσεων των καταναλωτών αποτελεί σημαντικό τμήμα τόσο της ακαδημαϊκής έρευνας της επιστήμης του marketing, όσο και των ερευνών αγοράς που διεξάγουν οι επιχειρήσεις.

Σε έρευνα για τα κριτήρια επιλογής της μαργαρίνης και του βουτύρου το 1996, ως κριτήριο αξιολόγησης προτάθηκε από τους καταναλωτές η γεύση, η μοναδικότητα, τα φυτικά συστατικά, η καταλληλότητα για διάφορες χρήσεις και το ποσοστό λίπους (Steenkamp, 1996).

Έρευνα σε επτά χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη σημασία συνόλου αξιολογικών κριτηρίων επιλογής τροφίμων, έδειξε ότι τα πέντε πιο σημαντικά κριτήρια αξιολόγησης ήταν:

1. Ποιότητα
2. Τιμή
3. Όνομα και φήμη κατασκευαστή
4. Φρεσκάδα
5. Υγιεινή και Εγγύηση (πιστοποίηση)

(Steenkamp, 1996)

Από τα παραπάνω κριτήρια, η εγγύηση ως αξιολογικό κριτήριο για την επιλογή τροφίμων παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, ιδιαίτερα σε μία περίοδο που τα διατροφικά σκάνδαλα παρουσιάζουν έξαρση.

Οι εγγυήσεις έχουν αξία για τους καταναλωτές γιατί κάνουν ευκολότερη την ερμηνεία και την επεξεργασία των πληροφοριών, αυξάνουν την πίστη του καταναλωτή στην απόφαση για αγορά, καθώς επίσης μεγαλώνουν την ικανοποίηση από τη χρήση, αφού το προϊόν αποκτά μια συναισθηματική, εκφραστική διάσταση (Fotopoulos and Krystallis, 2002).

Οι εγγυήσεις μπορούν να έχουν διαφορετικές μορφές, όπως η μάρκα του προϊόντος και οι ετικέτες ποιότητας.

Ο Van Trijp (1996) διαπίστωσε ότι τα τρόφιμα που φέρουν ετικέτα -σήμα ποιότητας- εκλαμβάνονται από τον καταναλωτή ως ποιοτικότερα και ασφαλέστερα σε σχέση με τα τρόφιμα που στερούνται ετικέτας.

Σε αντίστοιχα συμπεράσματα κατέληξαν και έρευνες για τη συμπεριφορά του Έλληνα καταναλωτή. Οι Fotopoulos and Krystallis (2001, 2003) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι έχει ιδιαίτερη αξία για τη θεώρηση ενός προϊόντος ως ποιοτικό η πιστοποίηση του ως ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προελεύσεως). Για τον Έλληνα καταναλωτή αυτό ισχύει για προϊόντα όπως το ελαιόλαδο και τα μήλα.

Οι περισσότερες μελέτες καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η χώρα και ο τόπος προέλευσης επηρεάζουν την αξιολόγηση του προϊόντος και ότι οι καταναλωτές προτιμούν προϊόντα από τη χώρα τους παρά από άλλες χώρες (Steenkamp, 1996).

Από την άλλη πλευρά, η προστιθέμενη αξία σε ένα προϊόν ονομασίας προελεύσεως όταν πρόκειται για προϊόν άλλης χώρας είναι κάπως περιορισμένη στην περίπτωση που ο καταναλωτής δεν γνωρίζει τη συγκεκριμένη χώρα.

Άλλες έρευνες δείχνουν ότι η ονομασία προέλευσης και η σύνδεση του προϊόντος με μια συγκεκριμένη περιοχή μπορεί να αποτελέσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων τροφίμων των περιοχών παραγωγής στον ανταγωνισμό τους με τις μεγάλες πολυεθνικές στην εθνική και διεθνή αγορά (Steenkamp, 1996, Fotopoulos and Krystallis, 2003).

2.2.4 Πως αντιλαμβάνονται οι Ευρωπαίοι την επικινδυνότητα των τροφίμων

Όπως είδαμε και παραπάνω η υγιεινή και η εγγύηση ασφάλειας των τροφίμων αποτελούν από τα σημαντικότερα κριτήρια για την επιλογή των τροφίμων από τον καταναλωτή.

Σχετική έρευνα που διεξήχθη στις 25 χώρες της ΕΕ με τη μεθοδολογία των προσωπικών συνεντεύξεων (“face to face” interview), η οποία χρηματοδοτήθηκε από τη Γενική Διεύθυνση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για θέματα Υγείας και Προστασίας Καταναλωτή (DG-SANCO) και πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (European Food Safety Authority-EFSA), κατέγραψε την αντίληψη των Ευρωπαίων καταναλωτών σε θέματα ασφάλειας και ποιότητας τροφίμων.

(α) «Θεώρηση» του τροφίμου»

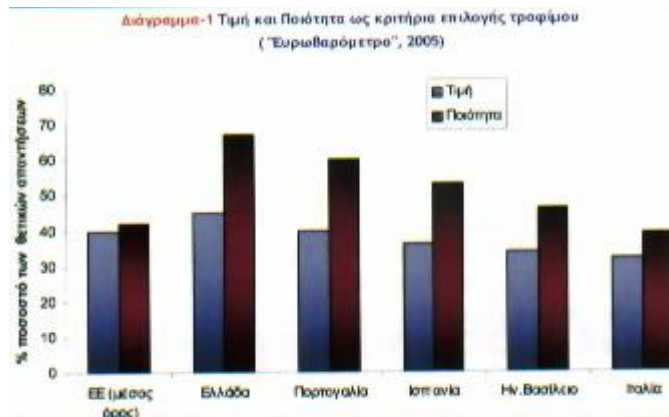
Για τους Ευρωπαίους πολίτες το τρόφιμο ως έννοια συνδέεται κατά βάση με θετικές αισθήσεις όπως η γεύση (31%) και η ευχαρίστηση (29%), ενώ επιπλέον θεωρείται ως ζωτική ανάγκη (27%). Αντιθέτως, η σύνδεση του τροφίμου με τη διατήρηση της υγείας και την εμφάνιση συγκεκριμένων ασθενειών (παχυσαρκία, ασθένειες σχετιζόμενες με την παρουσία χημικών στα προϊόντα κλπ) έπεται σε ποσοστό (~20%).

(β) «Κριτήρια για την αγορά του τροφίμου»

Περίπου 2 στους 5 Ευρωπαίους βασίζουν την αγοραστική τους επιλογή στην ποιότητα και την τιμή του τροφίμου (42 και 40% αντίστοιχα). Η διακύμανση των απαντήσεων στο σχετικό ερώτημα δίνεται στο Διάγραμμα 2.1 για διάφορες ευρωπαϊκές χώρες.

Σχεδόν το σύνολο των ερωτηθέντων θέτουν ως βασικό τους κριτήριο την εμφάνιση/φρεσκάδα του προϊόντος, ενώ παράμετροι όπως η γεύση και οι οικογενειακές προτιμήσεις έπονται με ποσοστό γύρω στο 15%.

Είναι, επίσης, αξιοσημείωτο ότι, σε αντιστοιχία με τα προηγούμενα, η βελτίωση της υγείας μέσα από τη βελτίωση των διατροφικών συνηθειών δεν αποτελεί προτεραιότητα για τους Ευρωπαίους, αφού μόλις το 10% θεωρεί μία τέτοια επιλογή ως βασικό αγοραστικό κριτήριο.



Διάγραμμα 2.1: Τιμή και ποιότητα ως κριτήριο στην επιλογή των τροφίμων

(γ) Πώς αξιολογούνται οι διατροφικοί κίνδυνοι

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις των Ευρωπαίων, όταν τους ζητήθηκε να ιεραρχηθούν συγκεκριμένοι διατροφικοί κίνδυνοι, οι οποίοι απασχόλησαν ιδιαίτερα την κοινή γνώμη κατά τα τελευταία χρόνια. Στην κορυφή της σχετικής λίστας επικινδυνότητας διακρίνουμε **(σε ποσοστά >60%) την παρουσία φυτοφαρμάκων**, κυρίως σε διάφορα είδη φρούτων και λαχανικών ή και αντιβιοτικών σε ζωικά προϊόντα.

Σημαντική είναι και η ανησυχία (55-58%) των Ευρωπαίων σχετικά με τον κίνδυνο από την παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών στα τρόφιμα (π.χ. σαλμονέλας σε κοτόπουλα) ή την παρουσία νέων ιών στη διατροφική αλυσίδα (π.χ. Avian Influenza).

Η παρουσία ΓΤΟ, η χρήση προσθέτων και συντηρητικών, καθώς και η περιοδική εμφάνιση διαφόρων ζωνόσων (π.χ. «νόσος τρελών αγελάδων») αγγίζουν σημαντικό αριθμό Ευρωπαίων (50-55%), οι οποίοι επίσης ανησυχούν, αν και συγκριτικά σε μικρότερο ποσοστό (40-45%), σχετικά με την εμφάνιση αλλεργιών που συνδέονται με την κατανάλωση τροφίμων.

Τέλος, είναι ενδιαφέρον, ότι ενώ οι καταναλωτές αξιολογούν ως σημαντικούς τους κινδύνους που σχετίζονται με «εξωγενείς παράγοντες», ουσιαστικά «αθρώνουν εαυτούς» τοποθετώντας ως

τελευταίο παράγοντα στη λίστα επικινδυνότητας τα όποια προβλήματα ενδεχομένως οφείλονται στη δική τους συμπεριφορά (μη υγιεινή μεταχείριση και συντήρηση των τροφίμων, μη προσεχτική διατροφή).

(δ) Περί ασφάλειας των τροφίμων και αποτελεσματικότητας των Εθνικών Αρχών

Η μεγάλη πλειονότητα των ερωτηθέντων (>80%) παρουσιάστηκαν ενημερωμένοι για την ύπαρξη νέων ευρωπαϊκών κανονισμών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα δικαιώματα του καταναλωτή. Σε ποσοστό 60%, οι Ευρωπαίοι συμφωνούν με την άποψη ότι το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο είναι ιδιαίτερα αυστηρό, αν και λιγότεροι από τους μισούς (46%) αισθάνονται σίγουροι ότι οι συγκεκριμένες διατάξεις τηρούνται σωστά.

Ακόμα και έτσι όμως, σχεδόν τα 2/3 εμπιστεύονται τα τρόφιμα που παράγονται εντός της ευρωπαϊκής επικράτειας, θεωρώντας τα περισσότερα ποιοτικά αλλά και ασφαλή από τα αντίστοιχα εισαγόμενα.

Ωστόσο, σκεπτικισμό ενδεχομένως να προκαλέσουν στους αρμόδιους των Ελεγκτικών Αρχών Τροφίμων (σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο) τα ακόλουθα σημαντικά πορίσματα της έρευνας:

- i.** Η κοινή γνώμη παρουσιάζεται διχασμένη στο ερώτημα αν η ασφάλεια των τροφίμων ενισχύθηκε την τελευταία δεκαετία, αφού μόλις το 38% απάντησε θετικά..
- ii.** Σχεδόν οι μισοί Ευρωπαίοι (47%) πιστεύουν ότι οι Εθνικές Αρχές, αν και γενικά ενεργούν προς την σωστή κατεύθυνση, ενδεχομένως αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην προστασία οικονομικών συμφερόντων απ'ό,τι στην προάσπιση της υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή.

Σε αντίβαρο των προηγούμενων, είναι σαφέστατα πιο ενθαρρυντικό το γεγονός ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων (55%) έχει θετική αντίληψη για την ετοιμότητα και λειτουργία των Εθνικών Αρχών Τροφίμων. Μάλιστα θεωρούν ότι αυτές είναι καλά στελεχωμένες και χρησιμοποιούν τις πιο πρόσφατες επιστημονικές εξελίξεις ως εργαλείο για την αποτελεσματική διαχείριση των διατροφικών κρίσεων (www.efet.gr).

(ε) Τρόφιμα και μέσα μαζικής ενημέρωσης

Αντικείμενο διερεύνησης αποτέλεσε επιπλέον η συσχέτιση μεταξύ του ενδιαφέροντος των πολιτών για την ασφάλεια των τροφίμων και του τρόπου με τον οποίο τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης καλύπτουν τα σχετιζόμενα θέματα. Περισσότεροι από τους μισούς απάντησαν ότι πρόσφατα πληροφορήθηκαν από τα ΜΜΕ για ζητήματα σχετικά με το κάπνισμα, την παχυσαρκία, τον αλκοολισμό και τις μεταδοτικές ασθένειες, ενώ μόνο το 13% των καλυπτόμενων θεμάτων σχετιζόνταν με τα τρόφιμα κατά το τελευταίο εξάμηνο.

Είναι ενδιαφέρον ότι περίπου το 50% των ερωτηθέντων ενδέχεται να αλλάξει διατροφικές συνήθειες μετά από τον τρόπο δημοσιογραφικής κάλυψης συγκεκριμένων διατροφικών προβλημάτων, ενώ το 40% παραμένει αδρανές ή αδιάφορο σχετικά.

2.2.5 Το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή μέσα από το Ευρωβαρόμετρο

Είναι αξιοσημείωτο ότι σε αρκετά από τα βασικά ερωτήματα του Ευρωβαρομέτρου, παρουσιάζουμε ως χώρα σημαντικές αποκλίσεις από τον κοινοτικό μέσο όρο.

Έτσι, για παράδειγμα, ο Έλληνας καταναλωτής, σε εμφανώς μεγαλύτερα ποσοστά από τον Ευρωπαϊκό (65% έναντι 42%), **θεωρεί την ποιότητα ως βασικό κριτήριο επιλογής ως προς την αγορά ενός τροφίμου**. Η τιμή του προϊόντος ως παράμετρος αν και έπεται σημαντικά, εν τούτοις παραμένει ελαφρώς αυξημένη (45% έναντι 40%).

Επιπλέον, οι Έλληνες συγκαταλέγονται μεταξύ των πιο ευαισθητοποιημένων Ευρωπαίων σχετικά με τις επιπτώσεις της παχυσαρκίας στην υγεία τους, αφού με ποσοστό 53% κατατάσσονται τέταρτοι στη σχετική λίστα των 25 κρατών. Ενδεχομένως, η ύπαρξη της ιδιαίτερα προβεβλημένης Ελληνικής Μεσογειακής Διατροφής δρα εδώ συνειρμικά και συντελεί στην -έστω θεωρητική- τάση για μια πιο προσεγμένη διατροφή.

Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον, όπως άλλωστε φαίνεται και στο Διάγραμμα 2.2, ότι ο Έλληνας καταναλωτής ανησυχεί περισσότερο από κάθε άλλο Ευρωπαϊκό σχετικά με:

(α) την παρουσία των υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων στα φυτικά προϊόντα,

(β) τις διατροφικές αλλεργίες,

(γ) τη χρήση γενετικών τροποποιημένων οργανισμών (ΓΤΟ) στα τρόφιμα.

Επιπλέον, ενώ αρκετά ψηλά στη λίστα επικινδυνότητας (4η και 5η θέση αντίστοιχα) τοποθετείται στη χώρα μας η ύπαρξη διατροφικών κινδύνων που σχετίζονται με

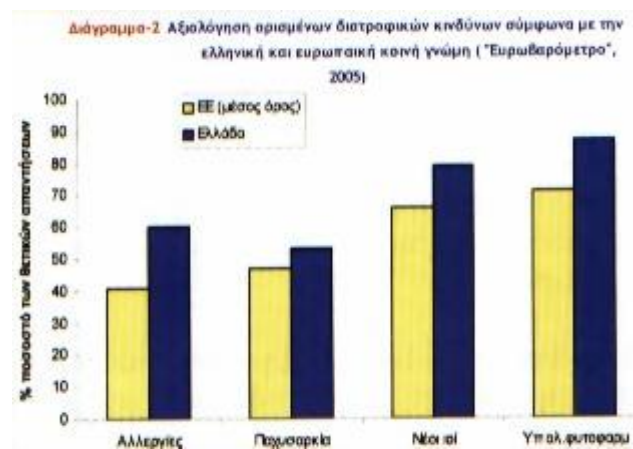
(α) την εμφάνιση νέων ιών, π.χ. τύπου Avian Influenza

(β) τη «μη ενδεδειγμένη» τήρηση των συνθηκών υγιεινής κατά την επεξεργασία και πώληση των τροφίμων (μονάδες παραγωγής, χώροι μαζικής εστίασης).

Ωστόσο, παρά την ιδιαίτερη εγρήγορση και ανησυχία μας για τις διατροφικές κρίσεις της εποχής, φαίνεται ότι περιβάλλουμε με εμπιστοσύνη τις κρατικές αρχές. Σε ποσοστό 57%, (αισθητά μεγαλύτερο του μέσου κοινοτικού όρου, ~50%), οι Έλληνες θεωρούν ότι οι αρμόδιοι ελεγκτικοί φορείς της χώρας μας:

(α) ενημερώνουν άμεσα και με διαφάνεια τους καταναλωτές για την ύπαρξη διατροφικών προβλημάτων,

(β) αντιδρούν γρήγορα και αποτελεσματικά κατά τη διαχείριση των διατροφικών κρίσεων.



Διάγραμμα 2.2: Αξιολόγηση διατροφικών κινδύνων από τον Έλληνα καταναλωτή

Την ίδια στιγμή, όμως, περισσότερο από κάθε άλλο Ευρωπαϊκό εμπιστευόμαστε την επιστημονική κοινότητα της χώρας μας, την οποία και θεωρούμε ως σημαντικό και αξιόπιστο παράγοντα για την σωστή πληροφόρηση σχετικά με την αντιμετώπιση των διατροφικών κινδύνων (www.efet.gr).

2.3 Οικονομική κρίση

Από το τέταρτο τρίμηνο του 2008, μετά την κατάρρευση της Lehman Brothers, το διεθνές εμπόριο και η παγκόσμια παραγωγή έφθασαν στα όρια της κατάρρευσης.

Από το 2009 η παγκόσμια οικονομία βρέθηκε αντιμέτωπη με την χειρότερη ύφεση της μεταπολεμικής περιόδου, που δεν άφησε αλώβητη καμία οικονομία λόγω της διεθνοποίησης όλων των οικονομιών.

Ο ρυθμός οικονομικής ανάπτυξης γίνεται αρνητικός (-1,9 %), πρώτη φορά μετά το πρώτο μισό της δεκαετίας του 1930 και την μεγάλη ύφεση, η κρίση μεταφέρεται στην πραγματική οικονομία **μέσω της απομόγχευσης του χρηματοπιστωτικού συστήματος.**

Η ελληνική οικονομία το 2008 βρέθηκε αντιμέτωπη με μια δυσάρεστη πραγματικότητα.

Η διεθνής οικονομική κρίση που είχε ξεκινήσει από τις ΗΠΑ το 2006-2007, λόγω των χρηματοδοτικών και ασφαλιστικών δομημένων ομολόγων μειωμένης εξασφάλισης, σύντομα επεκτάθηκε σε όλο τον πλανήτη δημιουργώντας κλυδωνισμούς στο παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό σύστημα σε όλες τις οικονομίες του πλανήτη.

Σε περιόδους κρίσης, όπου το εισόδημα μειώνεται ή παραμένει σταθερό, η ζήτηση αγαθών πρώτης ανάγκης, όπως πολλές κατηγορίες τροφίμων, αλλά και η ύδρευση και ο ηλεκτρισμός, διατηρείται σχετικά σταθερή, αλλά ως ποσοστό του εισοδήματος, η δαπάνη αυτή τείνει να αυξάνεται,

Έτσι, όσο χαμηλότερο είναι το κατά κεφαλήν ΑΕΠ μιας χώρας, τόσο υψηλότερο τείνει να είναι ως προς το εισόδημα το ποσοστό των δαπανών, οι οποίες κατευθύνονται σε αγαθά πρώτης ανάγκης και το αντίστροφο.

Τα προβλήματα φερεγγυότητας και η προσπάθεια του τραπεζικού συστήματος για ενίσχυση της κεφαλαιουχικής του βάσης μείωσαν την ρευστότητα της αγοράς.

Τράπεζες που στο παρελθόν δάνειζαν 50 φορές τα ίδια κεφάλαια τους, περιόρισαν αναγκαστικά τον δανεισμό σε επιχειρήσεις και νοικοκυριά κατά 50 φορές προκειμένου να καλύψουν το κεφαλαιακό τους άνοιγμα.

Οι επιχειρήσεις δέχθηκαν διπλό πλήγμα, από την μία τα νοικοκυριά μείωσαν την κατανάλωση, ενώ δεν είχαν πρόσβαση σε δανεισμό προκειμένου αφενός να αντιμετωπίσουν την έλλειψη ρευστότητας, αφετέρου να χρηματοδοτήσουν νέα επενδυτικά προγράμματα που θα τις βοηθούσαν να διαφοροποιήσουν τις δραστηριότητές τους και να απευθυνθούν σε νέες αγορές.

Η κατάσταση αυτή λειτούργησε πολλαπλασιαστικά. Το χάσμα κεφαλαίων από το νέο δανεισμό, η αδυναμία ανανέωσης παλαιών δανείων *δημιουργούν* συνθήκες *ύφεσης*, αποεπένδυση, *απώλεια θέσεων εργασίας*, μείωση κατανάλωσης, αδυναμία εξυπηρέτησης παλαιών δανείων από επιχειρήσεις και νοικοκυριά δημιουργώντας έτσι το παζλ της ύφεσης. (Χαρδούβελης, 2011).

2.4 Οι Καταναλωτικές Συνήθειες των καταναλωτών στην ΕΕ μετά το ξέσπασμα της Οικονομικής κρίσης

Η εξέλιξη της καταναλωτικής δαπάνης σε Τρόφιμα - Ποτά

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών για το έτος 2011, σχετικά με την Ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών, η κατανάλωση σε τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά ως ποσοστό των συνολικών δαπανών των ευρωπαϊκών νοικοκυριών **περιορίζεται οριακά στο 12,9% το 2010 από 13,1% το 2009**, όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Τα τρόφιμα και μη-αλκοολούχα ποτά για το 2010 κατατάσσονται και πάλι στην τρίτη κατά σειρά θέση ως προς τις προτιμήσεις των καταναλωτών μαζί με τα Μεταφορικά έξοδα, μετά τις δαπάνες

για Ύδρευση, Ηλεκτρισμό και Αέριο, κατηγορία η οποία είναι σταθερά πρώτη και το 2010, καταλαμβάνοντας το 23% των συνολικών καταναλωτικών δαπανών.

Την τελευταία δεκαετία πάντως, το ποσοστό συμμετοχής της καταναλωτικής δαπάνης στα τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά έχει ελαφρώς μειωθεί, κατά 0,77%, όταν άλλες κατηγορίες δαπανών, όπως οι δαπάνες για ηλεκτρική ενέργεια, νερό και φυσικό αέριο, αλλά και για την υγεία έχουν αυξηθεί κατακόρυφα, κατά 15,6% σε όλες τις κατηγορίες (Διάγραμμα 2.3).

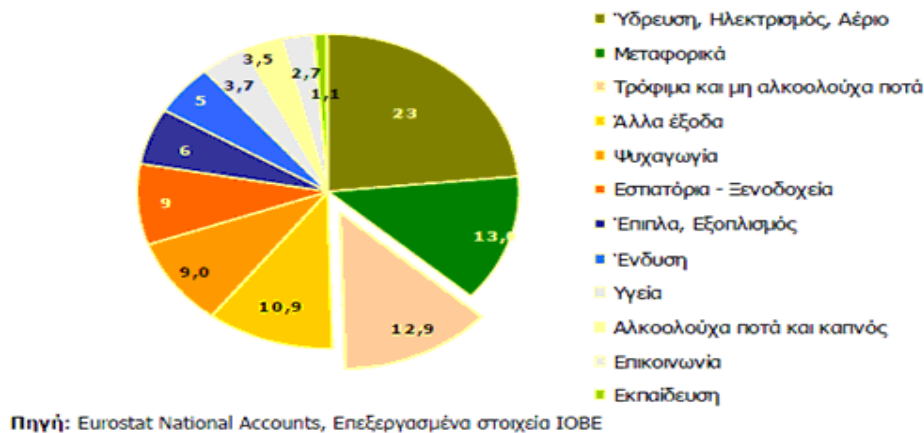
Σύμφωνα με την έκθεση, η εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης για πολλά είδη στα τρόφιμα και ποτά είναι άλλωστε σχετικά μικρή στις περισσότερες εισοδηματικές κατηγορίες, με την έννοια ότι οι καταναλωτές, ανεξάρτητα από το πόσο χαμηλό είναι το εισόδημα τους, επιλέγουν να αγοράζουν μια σχετικά σταθερή ποσότητα από αυτά τα αγαθά πρώτης ανάγκης.

Όταν το εισόδημα αυξάνεται, το μερίδιο της δαπάνης για τα αγαθά πρώτης ανάγκης ως ποσοστό του εισοδήματος τείνει να μειωθεί, καθώς το καταναλωτικό πρότυπο αλλάζει, και άλλες κατηγορίες αγαθών/υπηρεσιών απορροφούν όλο και μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτικών δαπανών.

Σε περιόδους κρίσης, όπου το εισόδημα μειώνεται ή παραμένει σταθερό, η ζήτηση αγαθών πρώτης ανάγκης, όπως πολλές κατηγορίες τροφίμων, αλλά και η ύδρευση και ο ηλεκτρισμός, διατηρείται σχετικά σταθερή, αλλά ως ποσοστό του εισοδήματος, η δαπάνη αυτή τείνει να αυξάνεται.

Έτσι, όσο υψηλότερο είναι το κατά κεφαλήν ΑΕΠ μιας χώρας, τόσο χαμηλότερο τείνει να είναι το ποσοστό των δαπανών ως προς το εισόδημα, οι οποίες καταναλώνονται σε αγαθά πρώτης ανάγκης και το αντίστροφο.

Καταμερισμός καταναλωτικών δαπανών του μέσου νοικοκυριού σε ΕΕ-27, 2010



Διάγραμμα 2.3: Καταμερισμός Καταναλωτικών Δαπανών

Σημαντικές είναι οι μεταβολές που παρατηρούνται στις καταναλωτικές δαπάνες όλων σχεδόν των κατηγοριών τη δεκαετία 2000-2010. Οι κατηγορίες αγαθών που παρουσιάζουν αρνητικό ρυθμό μεταβολής την εξεταζόμενη περίοδο, εκτός από τα Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά, τα οποία εμφανίζουν τη μικρότερη αρνητική μεταβολή, είναι οι δαπάνες για Έπιπλα και Εξοπλισμό (-13,4%), Ένδυση (-12,9%), Ψυχαγωγία (-7,2%), τα Μεταφορικά έξοδα (-5,8%), τα Αλκοολούχα ποτά και ο καπνός (-5,4%) και τα Εστιατόρια & ξενοδοχεία (-2,3%).

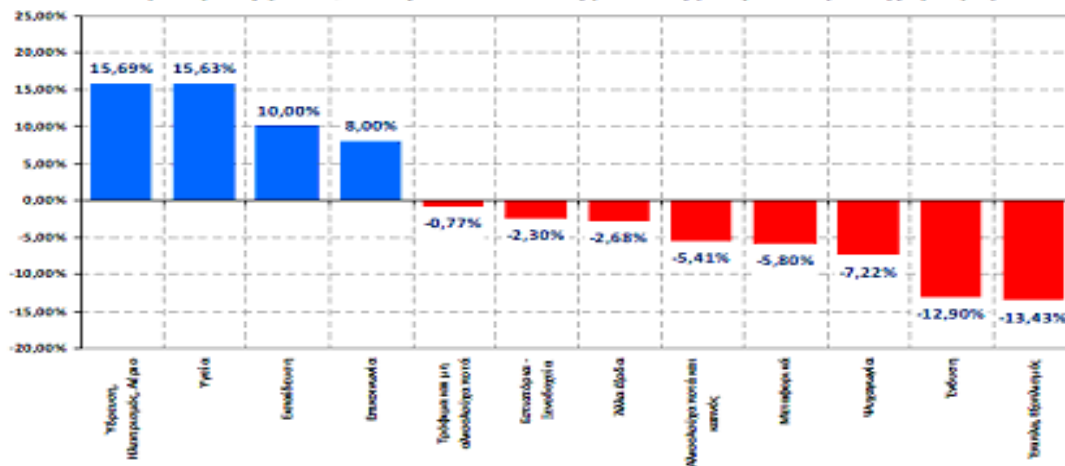
Σε επίπεδο επιμέρους χωρών-μελών της Ε.Ε.-27, παρατηρείται και το 2010 σημαντική ανομοιογένεια στις καταναλωτικές δαπάνες με κατεύθυνση τα τρόφιμα και τα μη-αλκοολούχα ποτά, η οποία βέβαια συνδέεται και με το κατά κεφαλήν εισόδημα και το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας. Σε πολλά νέα κράτη μέλη της Ε.Ε.-27, καταγράφεται ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό καταναλωτικών δαπανών στα τρόφιμα και μη-αλκοολούχα ποτά, ενώ σε πολλές χώρες το ποσοστό αυτό έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια σε βάρος άλλων καταναλωτικών δαπανών, λόγω της οικονομικής ύφεσης.

Το υψηλότερο ποσοστό δαπάνης των νοικοκυριών στην κατηγορία αυτή σημειώνεται στη Ρουμανία, έχοντας αυξηθεί ελαφρώς το 2010 σε σχέση με το 2009 (27,9% από 27,3%), ενώ

ακολουθούν η Λιθουανία (26%) και η Βουλγαρία (21%). Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνουν η Εσθονία (19,8% από 22,3%) και η Πολωνία (19,8%).

Στην Ελλάδα, το σχετικό ποσοστό το 2010 διαμορφώνεται στα ίδια σχεδόν επίπεδα με τα προηγούμενα έτη και ελαφρώς χαμηλότερα, στο **16,2%** (από 16,7% το 2009), πάνω από το μέσο ευρωπαϊκό όρο (12,9%), κατατάσσοντας τη χώρα στην ένατη θέση με βάση τις δαπάνες της σε τρόφιμα. Παρά την οικονομική ύφεση, το 2010 η αναλογία των δαπανών τροφίμων στο σύνολο των καταναλωτικών εξόδων στη χώρα δεν έχει αυξηθεί, ως αποτέλεσμα της μείωσης των πραγματικών εισοδημάτων.

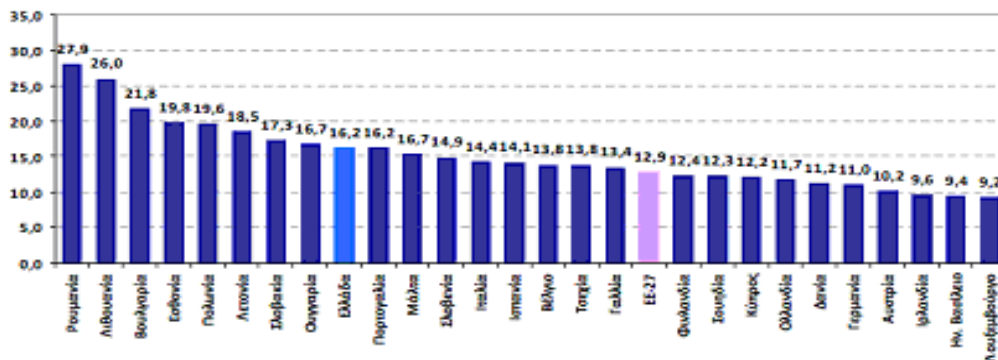
Ποσοστιαία μεταβολή (2010/2000) καταναλωτικής δαπάνης σε βασικές κατηγορίες αγαθών



Πηγή: Eurostat National Accounts, Επεξεργασμένα στοιχεία ΙΟΒΕ

Διάγραμμα 2.4: Ποσοστιαία μεταβολή Καταναλωτικής Δαπάνης

Ποσοστό συμμετοχής καταναλωτικής δαπάνης Τροφίμων και Μη αλκοολούχων ποτών στις χώρες της Ε.Ε.-27, 2010¹ (%)



Πηγή: Eurostat National Accounts, Επεξεργασμένα στοιχεία IOBE

¹ 2009 ή και παλαιότερα διαθέσιμα στοιχεία για Ρουμανία, Λιθουανία, Βουλγαρία, Λετονία και Ιρλανδία

Διάγραμμα 2.5: Ποσοστό Συμμετοχής Καταναλωτικής Δαπάνης σε Τρόφιμα και Μη Αλκοολούχα Ποτά

Στην υπόλοιπη Ευρώπη, κατά μέσο όρο στα 12 νέα κράτη-μέλη, η δαπάνη για τρόφιμα και μη-αλκοολούχα ποτά υπολογίζεται για το 2010 στο 18,6%, καταγράφοντας μικρή μείωση σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο όρο το 2009 (στο 19,7%), ενώ σε 17 ευρωπαϊκές χώρες, τα νοικοκυριά ξοδεύουν λιγότερο από το 15% του μηνιαίου προϋπολογισμού τους στα αγαθά για τρόφιμα και ποτά.

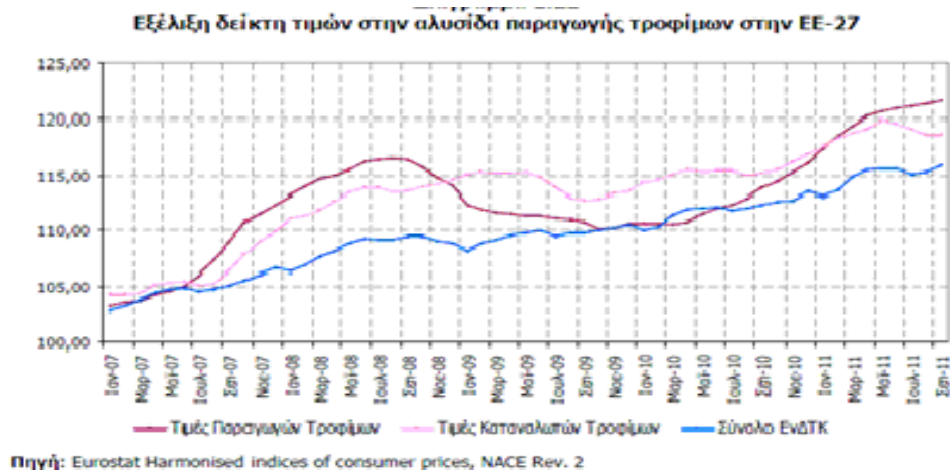
Στο Λουξεμβούργο, την Ιρλανδία και το Ην. Βασίλειο και την Αυστρία, τα νοικοκυριά δαπανούν 9-10% του εισοδήματός τους σε έξοδα τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών, ενώ πολύ χαμηλά είναι εν γένει τα σχετικά ποσοστά δαπανών στις χώρες της κεντρικής Ευρώπης και τις Σκανδιναβικές χώρες.

2.5 Η εξέλιξη στις τιμές Τροφίμων και Ποτών σε ΕΕ-27

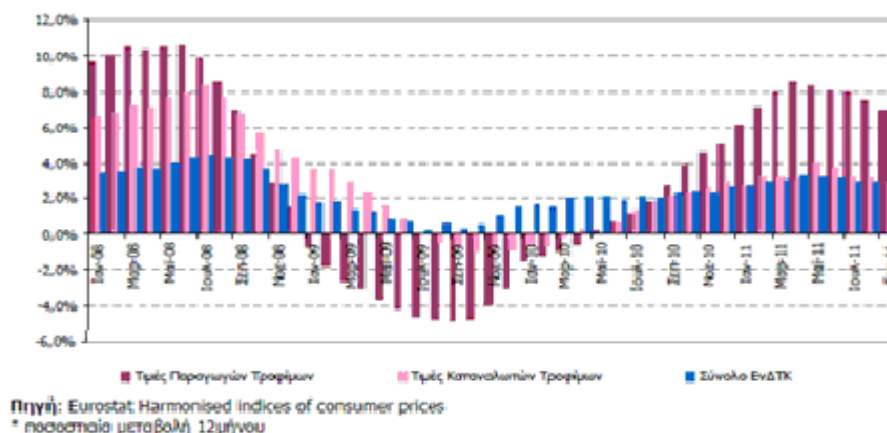
Από τις αρχές του 2009 και μετά, οι τιμές των τροφίμων άρχισαν να υποχωρούν σημαντικά, μετά την έντονη άνοδο του 2008 και με ρυθμό υψηλότερο του αντίστοιχου της μείωσης στο σύνολο των τιμών καταναλωτή. Από τις αρχές του 2010, ο ρυθμός ανόδου των τιμών των τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών ήταν σημαντικά χαμηλότερος του αντίστοιχου του γενικού επιπέδου τιμών, σημειώνοντας έως και αρνητική μεταβολή έως και τα μέσα του 2010.

Το 2011, οι μεταβολές στις τιμές παραγωγών τροφίμων διατηρήθηκαν σε υψηλά επίπεδα σε σχέση με τις τιμές τους στην αντίστοιχη περίοδο το 2010 (διάγραμμα 2.6), με τις πληθωριστικές πιέσεις να συνεχίζονται μέχρι τα τέλη του 2011.

Εν γένει, οι αυξήσεις στις τιμές των παραγωγών τροφίμων κυμάνθηκαν σε πολύ υψηλά επίπεδα το 2011, από 6,1-8,6%, υψηλότερα από τις τιμές καταναλωτών τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών.



Διάγραμμα 2.6: Εξέλιξη Δείκτη Τιμών των Παραγωγικών τροφίμων



Διάγραμμα 2.7: Εξέλιξη Τιμών τροφίμων

Σε επίπεδο χωρών, από τη σύγκριση του πληθωρισμού στα τρόφιμα και του γενικού εναρμονισμένου δείκτη τιμών καταναλωτή, προκύπτει ότι όλα τα κράτη μέλη κατέγραψαν θετικούς ρυθμούς μεταβολής στα τρόφιμα το 2011 σε σχέση με το 2010, με υψηλότερη τη μεταβολή των τιμών τροφίμων στην Εσθονία (10,6%), τη Λετονία (9,1%) και τη Λιθουανία (8,7%).

Οι υπόλοιπες χώρες καταγράφουν, επίσης, πληθωριστική τάση το 2011 κατά μέσο όρο σε σχέση με το 2010 στις τιμές των τροφίμων, ενώ στις περισσότερες από αυτές ο αντίστοιχος γενικός δείκτης τιμών σημειώνει θετική μεταβολή την ίδια περίοδο, αλλά χαμηλότερη σε σχέση με τον πληθωρισμό των τροφίμων.

Η Γαλλία, η Ισπανία, η Σουηδία και η Ιρλανδία είναι οι χώρες οι οποίες σημειώνουν τη χαμηλότερη άνοδο στις τιμές των τροφίμων (κάτω από 2%) ενώ στην Ελλάδα για την ίδια περίοδο, η μέση αύξηση στις τιμές των τροφίμων είναι χαμηλότερη (2,9%) σε σχέση με τη μέση μεταβολή του TK (3,2%), χαμηλότερη σε σχέση με το σύνολο της ΕΕ-27 (3,4%), υψηλότερη όμως σε σχέση με την αντίστοιχη αύξηση στις τιμές των τροφίμων της Ευρωζώνης (2,4%).

Ο δείκτης τιμών στο ψωμί και τα δημητριακά, αλλά και στα Έλαια και Λίπη παραμένει σταθερά σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα από τα μέσα του 2010 και μετά, ξεπερνώντας σημαντικά το δείκτη τιμών στο σύνολο των τροφίμων (διάγραμμα 2.7). Η διαφορά αυτή είχε αρχίσει να μειώνεται από το τελευταίο τρίμηνο του 2009 και μετά, αλλά βαίνει αυξανόμενη από το δεύτερο τρίμηνο του 2010. Το κόστος αγροτικής παραγωγής άλλωστε επηρεάζεται και από τις ανατιμήσεις στις τιμές του πετρελαίου, λόγω ανατίμησης στις τιμές εισαγωγών στα χημικά και τα λιπάσματα, καθώς και στα κόστη μεταφοράς.

2.6 Πρόσφατες εξελίξεις που αφορούν την κατανάλωση τροφίμων στην ελληνική αγορά

Μια σειρά ερευνών που έχουν δημοσιευτεί στον οικονομικό τύπο κατά τη διάρκεια του 2012, δείχνουν ότι η κατανάλωση έχει μειωθεί σε πολλούς υποκλάδους της Βιομηχανίας τροφίμων και ποτών.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με έρευνα της Boston Consulting Group για τις καταναλωτικές συνήθειες, η κατανάλωση τροφίμων στην ελληνική αγορά καταγράφει πτώση μέχρι και 5%.

Το 68% των Ελλήνων δηλώνει διατεθειμένο να μειώσει κι άλλο τις αγορές του, το 28% πως θα παραμείνει στα ίδια επίπεδα και μόλις το 4% αναφέρεται σε αύξηση δαπανών.

Σύμφωνα με άλλη κλαδική μελέτη της ICAP Group για τα γαλακτοκομικά (Αύγουστος 2012)¹, μικρές ετήσιες μειώσεις κατέγραψε η συνολική εγχώρια κατανάλωση γάλακτος (σε όγκο) την τελευταία διετία (2010/09: -1,2% και 2011/10: -2,3%), ενώ η συνολική εγχώρια κατανάλωση γιαουρτιού (σε ποσότητα) υποχώρησε κατά 2,8% το 2010, ενώ το 2011 εκτιμάται ότι η μείωση της κατανάλωσης ήταν της τάξης του 4%.

¹ Εφημερίδα 'Κέρδος' 6/8/2012,

Τέλος, σύμφωνα με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ)², κατά το α' τρίμηνο του 2012, η συνολική εγχώρια παραγωγή ποτών σημείωσε πτώση κατά 17,4%. Η πτώση της παραγωγής βαίνει επιταχυνόμενη κατά το τρέχον έτος, αφού η αντίστοιχη μείωση το α' τρίμηνο του 2011 ήταν 11,5%.

Όπως προκύπτει, κατά την εξεταζόμενη περίοδο Ιανουαρίου - Μαρτίου 2012, μειώθηκε κατά 8% η παραγωγή του υποκλάδου των μεταλλικών και αεριούχων εμφιαλωμένων νερών. Συγχρόνως, μειώθηκε η παραγωγή των αναψυκτικών και συναφών μη αλκοολούχων ποτών κατά 17,8% και η παραγωγή μπίρας κατά 20,2%.

Αντιθέτως, αυξήθηκαν η παραγωγή αποσταγμένων αλκοολούχων ποτών (ούζο, τσίπουρο, μπράντι, λικέρ) κατά 0,6% και η παραγωγή οίνων κατά 0,5%. Η εξέλιξη του όγκου της συνολικής παραγωγής του κλάδου το πρώτο τρίμηνο του 2012, ανά μήνα, σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 2011, έχει ως εξής: -9,1% τον Ιανουάριο (-3,2% τον Ιανουάριο του 2011), -17% το Φεβρουάριο (-15,8%) και -5,8% το Μάρτιο (-26,7%).

Η εξέλιξη του κύκλου εργασιών του κλάδου το 2011 ανά μήνα, σε σύγκριση με τον ίδιο μήνα του 2010, επίσης παρουσιάζει αρνητική εικόνα, παρά την άνοδο των τιμών και τη διαφοροποίηση του προϊόντικού μείγματος των πωλήσεων: -8,7% τον Ιανουάριο (+3,7% τον Ιανουάριο του 2011), -11,3% το Φεβρουάριο (-0,9%) και -5,8% το Μάρτιο (-26,7%).

Σε ό,τι αφορά ειδικότερα τα αλκοολούχα, η μεγάλη αύξηση της φορολογίας έχει επιφέρει μείωση της κατανάλωσης και την εμφάνιση μίας σειράς προβλημάτων, όπως η αύξηση της λαθρεμπορίας και της νοθείας. Τον τελευταίο ενάμιση χρόνο, ο ειδικός φόρος κατανάλωσης (ΕΦΚ) έχει αυξηθεί κατά 124%, εκτινάσσοντας την τιμή λιανικής πώλησης των αλκοολούχων ποτών, η οποία επιβαρύνεται περαιτέρω από την αύξηση του ΦΠΑ.

² Εφημερίδα 'Κέρδος' 25/5/2012.

2.7 Σύνοψη βασικών διαπιστώσεων

- Το 2011, οι μεταβολές στις τιμές παραγωγών τροφίμων διατηρήθηκαν σε υψηλά επίπεδα σε σχέση με τις τιμές τους στην αντίστοιχη περίοδο το 2010, με τις πληθωριστικές πιέσεις να συνεχίζονται μέχρι τα τέλη του 2011. Εν γένει, οι αυξήσεις στις τιμές των παραγωγών τροφίμων κυμάνθηκαν σε υψηλά επίπεδα το 2011.
- Στην Ελλάδα, η μέση αύξηση στις τιμές των τροφίμων είναι χαμηλότερη σε σχέση με τη μέση μεταβολή του ΔTK, χαμηλότερη σε σχέση με το σύνολο της ΕΕ-27, υψηλότερη όμως σε σχέση με την αντίστοιχη αύξηση στις τιμές των τροφίμων της Ευρωζώνης.
- Οι καταναλωτές, ανεξάρτητα από το πόσο χαμηλό είναι το εισόδημα τους, επιλέγουν να αγοράζουν μια σχετικά σταθερή ποσότητα από τα αγαθά πρώτης ανάγκης.
- Όταν το εισόδημα αυξάνεται, το μερίδιο της δαπάνης για τα αγαθά πρώτης ανάγκης ως ποσοστό του εισοδήματος τείνει να μειωθεί, καθώς το καταναλωτικό πρότυπο αλλάζει και άλλες κατηγορίες αγαθών/υπηρεσιών απορροφούν όλο και μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτικών δαπανών.
- Σε περιόδους κρίσης, όπου το εισόδημα μειώνεται ή παραμένει σταθερό, η ζήτηση αγαθών πρώτης ανάγκης, όπως πολλές κατηγορίες τροφίμων, αλλά και η ύδρευση και ο ηλεκτρισμός, διατηρείται σχετικά σταθερή, αλλά ως ποσοστό του εισοδήματος, η δαπάνη αυτή τείνει να αυξάνεται.
- Όσο υψηλότερο είναι το κατά κεφαλήν ΑΕΠ μιας χώρας, τόσο χαμηλότερο τείνει να είναι το ποσοστό ως προς το εισόδημα των δαπανών, οι οποίες καταναλώνονται σε αγαθά πρώτης ανάγκης και το αντίστροφο.

- Η μείωση της κατανάλωσης τροφίμων υπολογίζεται σε 5%, σύμφωνα με έρευνα της Boston Consulting Group.

Κεφάλαιο 3: Ερευνητική Μεθοδολογία

3.1 Μεθοδολογία

Για τη διεξαγωγή της έρευνας επιλέχτηκε η μέθοδος της τηλεφωνικής συνέντευξης με δομημένο ερωτηματολόγιο.

3.1.1 Πληθυσμός Στόχος

Ως πληθυσμός στόχος στο παρόν έργο ορίζεται όλος ο μόνιμος πληθυσμός της Ελλάδας, που ανέρχεται στους 10.964.020 κάτοικους (Ελληνική Στατιστική Αρχή Απογραφή 2001).

Ο πληθυσμός αυτός κατανέμεται σε 13 περιφέρειες όπως φαίνεται παρακάτω:

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	611.067
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	206.121
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	740.506
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	301.522
ΗΠΕΙΡΟΣ	353.820
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	753.888
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	212.984
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1.874.214
ΚΡΗΤΗ	601.131
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	302.686

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	638.942
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	605.329
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	3.761.810
ΣΥΝΟΛΟ	10.964.020

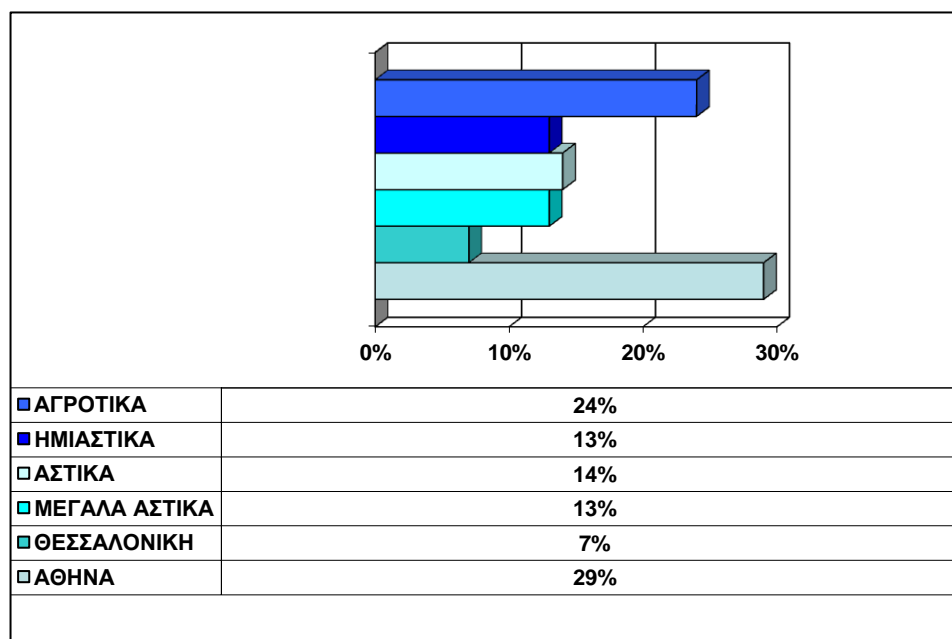
Πίνακας 3.1: Κατανομή πληθυσμού Ελλάδας

3.1.2 Δείγμα

Το δείγμα που επιλέχθηκε αποτελούνταν από άτομα υπεύθυνα για τις αγορές του σπιτιού, ηλικίας 25-64 ετών.

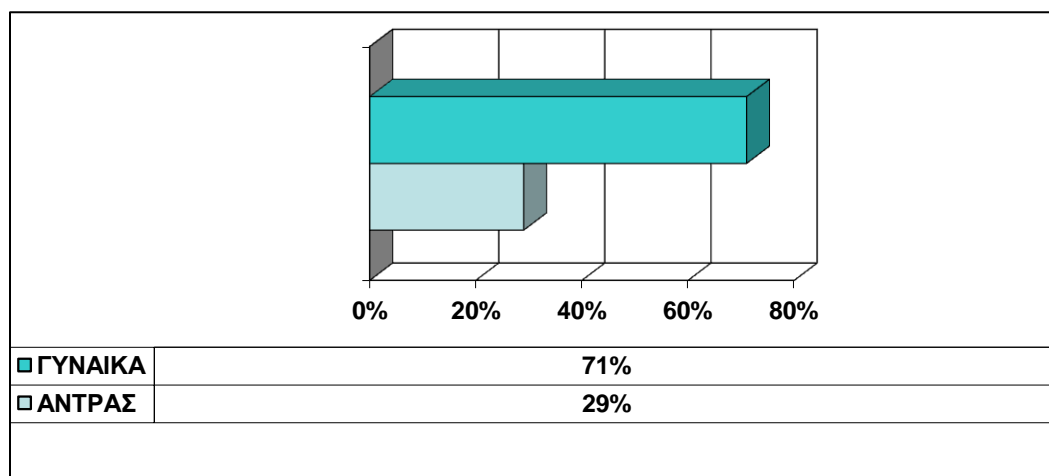
Η κατανομή του δείγματος σύμφωνα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά παρουσιάζεται παρακάτω:

Αστικότητα



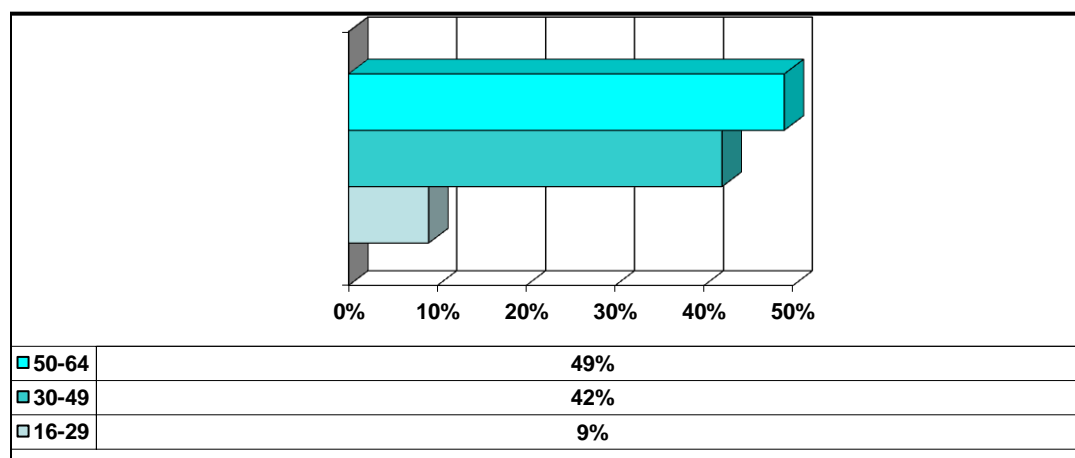
Πίνακας 3.2: Κατανομή δείγματος ανά αστικότητα

Φύλο



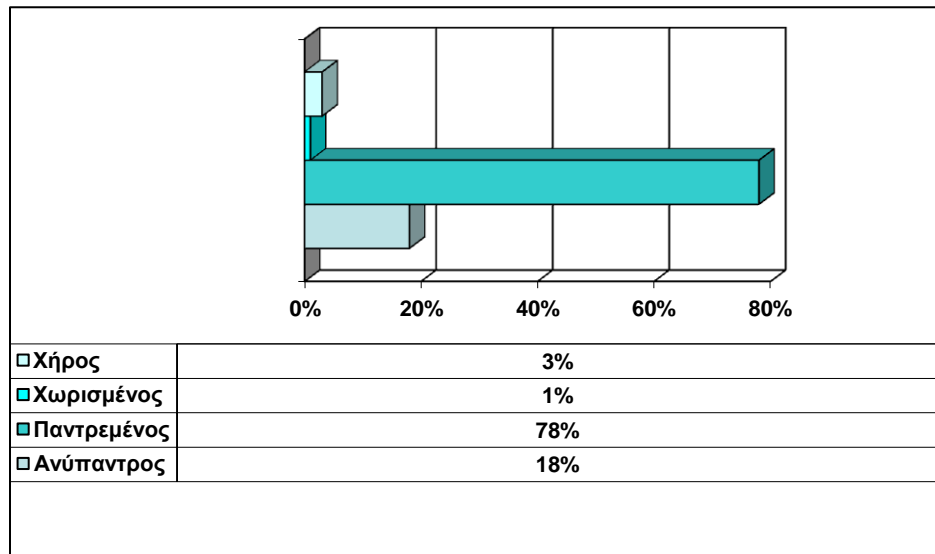
Πίνακας 3.3: Κατανομή δείγματος ανά φύλο

Ηλικία



Πίνακας 3.4: Κατανομή δείγματος ανά ηλικία

Οικογενειακή
Κατάσταση



Πίνακας 3.5: Κατανομή δείγματος ανά οικογενειακή κατάσταση

3.1.3 Επιλογή δείγματος

Η επιλογή του δείγματος βασίστηκε στην πολυσταδιακή στρωματοποιημένη δειγματοληψία με quota ως προς την ηλικία των ερωτώμενων.

Τα στρώματα μέσα από τα οποία επιλέχθηκε το δείγμα δημιουργήθηκαν βάσει 3 χαρακτηριστικών:

- Περιφέρεια
- Αστικότητα
- Φύλο

Τέθηκαν ποσοτώσεις αναφορικά με την ηλικία του ερωτώμενου βάσει της κατανομής του πληθυσμού.

Σε δεύτερη φάση, μέσα σε κάθε συνδυασμό Περιφέρεια X Αστικότητα επιλέχθηκαν οι πόλεις στις οποίες θα διεξάγονταν οι συνεντεύξεις.

Σε κάθε πόλη διεξήχθη ο προγραμματισμένος αριθμός συνεντεύξεων.

3.2 Μέθοδος λήψης συνέντευξης

Όλες οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν από το Call Center, με το τελευταίας τεχνολογίας σύστημα C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing). Το σύστημα αυτό επιτρέπει την είσοδο στον υπολογιστή βάσης δεδομένων με τηλέφωνα και τη δημιουργία ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Με αυτόν τον τρόπο, αφενός τα τηλέφωνα επιλέγονται με τυχαίο τρόπο από το σύστημα και προωθούνται στους ερευνητές, αφετέρου οι ερωτήσεις εμφανίζονται στην οθόνη του υπολογιστή του ερευνητή.

Η διαδικασία συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων ελέγχεται από αλγόριθμο που δεν επιτρέπει να εισαχθούν μη αποδεκτά δεδομένα.

3.3 Το ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από κλειστές και ανοικτές ερωτήσεις καλύπτοντας τους παρακάτω βασικούς ερευνητικούς στόχους:

- Πώς αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές την ποιότητα στα τρόφιμα.
- Ποια είναι η αντίληψη και αν υπάρχει γνώση για τη σύνδεση της παραγωγικής διαδικασίας (βιολογική παραγωγή, συμβατική παραγωγή, ολοκληρωμένη παραγωγή) με την ποιότητα των τροφίμων.
- Τι γνωρίζουν και αν επηρεάζει την αγοραστική τους συμπεριφορά ο τόπος παραγωγής των τροφίμων και η πιστοποίησή τους ως προϊόντα με τις γεωγραφικές ενδείξεις ΠΟΠ, ΠΓΕ.
- Αν η οικονομική κρίση επηρεάζει τις καταναλωτικές επιλογές και σε ποιο βαθμό.

Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV.

3.4 Στατιστικοί Έλεγχοι

Ο στατιστικός έλεγχος πραγματοποιήθηκε με το κριτήριο του Chi-Square Test σε ένα δείγμα (nonparametric tests algorithms).

Οι άνθρωποι τείνουν να καταχωρίζουν τα πράγματα σε κατηγορίες, και κάθε έρευνα χρησιμοποιεί αυτό το χαρακτηριστικό για να συλλέξει τις απόψεις των ερωτώμενων ή για να τους χωρίσει σε ομάδες. Έτσι έχουμε τη δημογραφική κατάταξη: Φύλο ηλικία, οικογενειακή κατάσταση κ.λπ.

Ή τις επιλογές που δίνονται σε ερωτήσεις όπως: " Θα ήθελα να μου πείτε ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες τροφίμων αγοράζετε για το νοικοκυριό σας έστω και περιστασιακά".

Όταν συλλέγουμε τα δεδομένα, βασικό μας μέλημα είναι η διερεύνηση της κατανομής των απαντήσεων. Αυτό συνήθως γίνεται σε αντιπαράθεση με μία θεωρητική κατανομή την οποία περιμένουμε στη συγκεκριμένη ερώτηση.

Για παράδειγμα, στην κατηγορία Φύλο αναμένουμε σύμφωνα με την απογραφή 49% άνδρες και 51% γυναίκες. Αν από την έρευνα προκύψουν διαφορετικά ποσοστά, τότε αυτό θα οφείλεται σε μεροληψία είτε θα οφείλεται στο θέμα που διερευνάται.

Τα στατιστικά τεστ Chi-square όταν εφαρμόζονται σε ένα δείγμα χρησιμοποιούνται ως έλεγχος "καλής προσαρμογής", δηλαδή ελέγχουν αν η κατανομή συχνοτήτων μίας μεταβλητής είναι σύμφωνη με μία αναμενόμενη θεωρητική κατανομή.

3.5 Ορισμοί

Παρατηρηθείσα συχνότητα: Αριθμός καταχωρήσεων που παρατηρήθηκαν σε κάθε μία από τις k κατηγορίες.

Αναμενόμενη συχνότητα: Αριθμός καταχωρήσεων που αναμένονται βάσει θεωρητικής κατανομής σε μία μεταβλητή με k κατηγορίες.

k = Αριθμός κατηγοριών

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Η Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$) του αποτελέσματος υπολογίζεται βάσει της χ^2 κατανομής με $k-1$ βαθμούς ελευθερίας.

Κεφάλαιο 4: Ερευνητικά Αποτελέσματα

Εισαγωγή

Όπως έχει ήδη αναφερθεί σκοπός της διατριβής είναι να διερευνήσει:

- Τις καταναλωτικές τάσεις σε περίοδο οικονομικής ύφεσης και κρίσης, σχετικά με τα προϊόντα διατροφής.
- Την αντίληψη των καταναλωτών για τις διάφορες κατηγορίες ποιοτικών τροφίμων.
- Τη γνώση των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα τρόφιμα και πως αυτή επηρεάζει την αγοραστική τους απόφαση.
- Επιπλέον, να διαπιστωθεί κατά πόσο ο τρόπος παραγωγής, τα συστήματα ποιότητας και οι πιστοποιήσεις, μπορούν να αποτελέσουν στοιχείο διαφοροποίησης και εργαλείο για τη δημιουργία στρατηγικού πλεονεκτήματος.

Τα τελευταία χρόνια, τα αυξανόμενα διατροφικά σκάνδαλα απόρροια της εντατικοποίησης της παραγωγικής διαδικασίας, ανάγκασαν τις κυβερνήσεις τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και διεθνές επίπεδο να θεσπίσουν αυστηρότερους κανόνες για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων.

Επίσης, οι καταναλωτές ανησυχώντας για την ποιότητα των τροφίμων που φτάνουν στο πιάτο τους πίεσαν μέσω των καταναλωτικών ενώσεων, τις αλυσίδες λιανεμπορίου και τις ανάγκασαν να υιοθετήσουν ιδιωτικά πρωτόκολλα καλλιέργειας τα οποία να εγγυώνται την ορθή γεωργική πρακτική και την ασφάλεια των τροφίμων. (www.globalgap.org/, <http://www.brcglobalstandards.com/>)

Η αμφισβήτηση του μαζικού μοντέλου έφερε στην επιφάνεια την «τοπικότητα» της παραγωγής ως απάντηση στο μαζικό εντατικοποιημένο παραγωγικό μοντέλο, το οποίο έδινε περισσότερη έμφαση στην ποσότητα αφήνοντας σε δεύτερη μοίρα την ποιότητα.

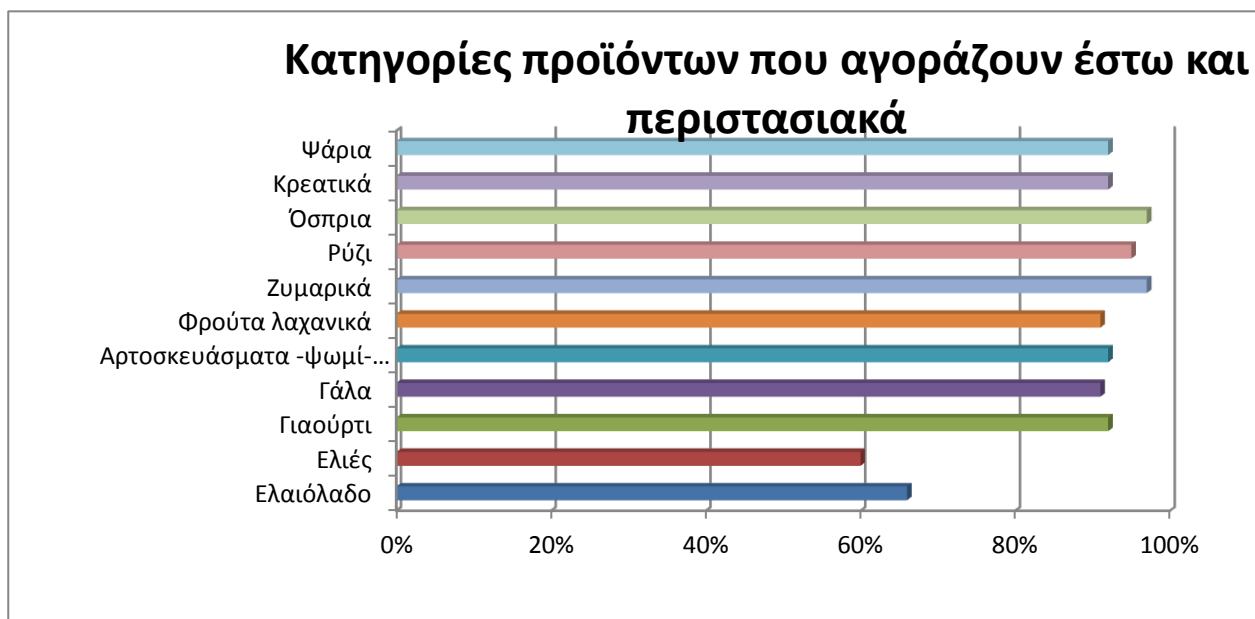
Μια μεγάλη μερίδα των καταναλωτών αναζητά τρόφιμα γευστικά, παραδοσιακά και ασφαλή, ενώ έχει απαίτηση να γνωρίζει τον τόπο και τον τρόπο παραγωγής τους.

Από την άλλη μεριά οι αγρότες παραγωγοί και οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις της υπαίθρου, είδαν μία ευκαιρία ανάπτυξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος απέναντι στον ανταγωνισμό των πολυεθνικών προϊόντων που κυριαρχούν στις διεθνείς αγορές.

Αυτές οι εξελίξεις οδήγησαν στην ανάδειξη των τροφίμων γεωγραφικής ένδειξης ΠΟΠ και ΠΓΕ, που ενώνουν την προσπάθεια για ασφαλή τρόφιμα με την κοινωνική προσδοκία, την πολιτισμική αναφορά, το ηθικό εμπόριο και την προστασία του περιβάλλοντος, γεγονός που ερμηνεύει σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία τους στις ευρωπαϊκές αγορές (Fort and Rastoin, 2009).

4.1 Κατανάλωση τροφίμων

Στο πρώτο μέρος της έρευνας έγινε προσπάθεια να διερευνηθεί η καταναλωτική συμπεριφορά πριν και μετά την κρίση, προκειμένου να διαπιστωθεί αν και σε ποιο βαθμό η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις καταναλωτικές αποφάσεις σχετικά με την επιλογή τροφίμων.



Διάγραμμα 4.1: Κατηγορίες προϊόντων που αγοράζουν έστω και περιστασιακά

Το ελληνικό νοικοκυριό προμηθεύεται μεγάλη ποικιλία τροφίμων, έστω και περιστασιακά, όπως προτάσσει η Μεσογειακή διατροφή.

Χαρακτηριστικό είναι το μικρότερο ποσοστό αυτών που προμηθεύονται ελιές και λάδι, που συμβαδίζει με τη διαδεδομένη συνήθεια της προσωπικής/ οικογενειακής παραγωγής από ένα μεγάλο ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού.

Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα το ποσοστό αυτών που προμηθεύονται ελιές και λάδι είναι σημαντικά πιο μεγάλο στον αστικό πληθυσμό από ότι στον αγροτικό πληθυσμό.

Αγορά ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών από τα ελληνικά νοικοκυριά			
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
ΒΑΣΗ	500	322	178
Ελαιόλαδο	66%	72%	56%
Ελιές	60%	64%	54%

Πίνακας 4.1: Αγορά ελαιολάδου και επιτραπέζιων ελιών από τα ελληνικά νοικοκυριά

4.2 Επίδραση της κρίσης στην καταναλωτική συμπεριφορά

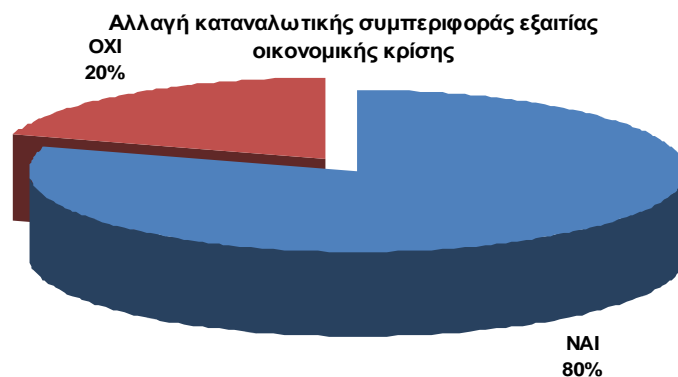
Η κρίση των τελευταίων χρόνων έχει προκαλέσει πολλές αλλαγές στην οικονομική κατάσταση των ερωτώμενων και κατ' επέκταση στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Έχει οδηγήσει τους καταναλωτές να γίνουν οικονομικά πιο υπεύθυνοι στις αγορές τους και πιο απαιτητικοί.

Το 92% του δείγματος δηλώνει ότι έχει μειωθεί το εισόδημα του τα τελευταία 3 χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης, και αυτό οδήγησε το 70% αυτών είτε να μειώσουν αναλογικά τις δαπάνες για τρόφιμα, είτε να περικόψουν από άλλες δραστηριότητες προκειμένου να αγοράσουν τρόφιμα.

Το 80% των ερωτώμενων δηλώνει ότι άλλαξε η καταναλωτική του συμπεριφορά, όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 4.2: Καταναλωτική Συμπεριφορά στην αγορά Τροφίμων Λόγω Κρίσης



Αυτό είναι σημαντικά πιο εμφανές στα κατώτερα κα μέσα κοινωνικο-οικονομικά στρώματα. Επίσης, είναι ιδιαίτερα εμφανές στους νεότερους ερωτώμενους μέχρι 49 χρόνων.

Η κοινωνικο-οικονομική τάξη προκύπτει βάσει μίας δισδιάστατης μήτρας, όπου ο ένας άξονας είναι η μόρφωση του κύριου εισοδηματία και ο δεύτερος άξονας το επάγγελμά του.

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΑΞΗ				
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΝΩΤΕΡΗ	ΜΕΣΗ	ΚΑΤΩΤΕΡΗ
ΒΑΣΗ	500	31	292	176
ΝΑΙ	80%	73%	77%	87%
ΟΧΙ	20%	27%	23%	13%

Πίνακας 4.2: Κοινωνικοοικονομική τάξη

ΗΛΙΚΙΑ				
	ΣΥΝΟΛΟ	16-29	30-49	50-64
ΒΑΣΗ	500	46	210	244
ΝΑΙ	80%	82%	83%	78%
ΟΧΙ	20%	18%	17%	22%

Πίνακας 4.3: Ηλικία

Τα παραπάνω αποτελέσματα είναι συνέπεια της εφαρμογής των οικονομικών μέτρων σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα από τη λήψη τους.

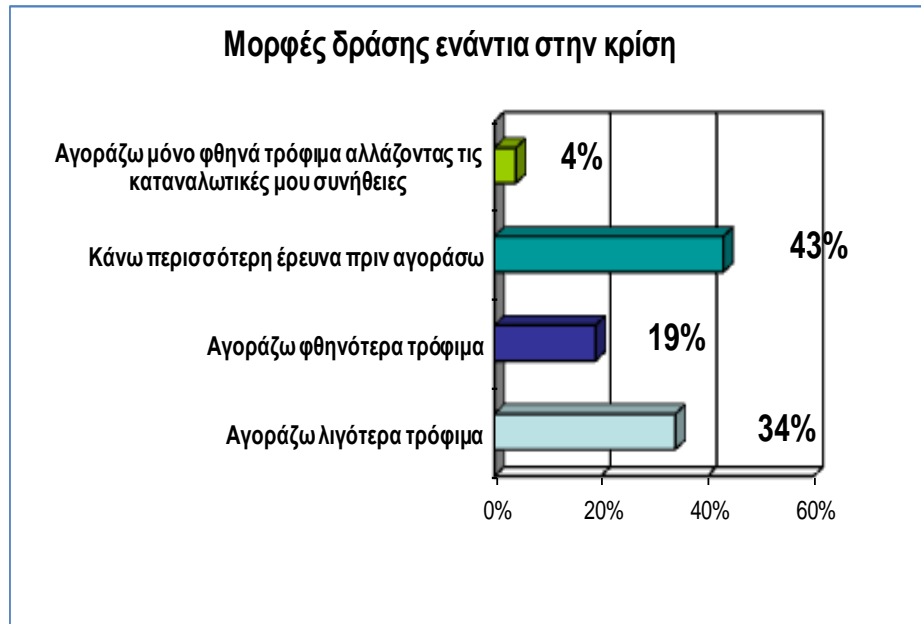
Μπορεί να θεωρηθεί ως η αρχή μίας διαδικασίας αλλαγής, η οποία θα γίνεται πιο εμφανής, καθώς η κρίση βαθαίνει και αγγίζει περισσότερους καταναλωτές.

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως ο πρώτος τρόπος αντίδρασης των καταναλωτών είναι να γίνουν πιο προσεκτικοί στις αγορές τους.

Ο δεύτερος τρόπος είναι η μείωση της κατανάλωσης τροφίμων.

Με βάση όσους έχουν αλλάξει την καταναλωτική τους συμπεριφορά υπάρχουν τρεις κατευθύνσεις αντίδρασης:

- Διενέργεια έρευνας αγοράς πριν την τελική αγορά.
- Αγορά λιγότερων τροφίμων.
- Αγορά φθηνότερων προϊόντων.



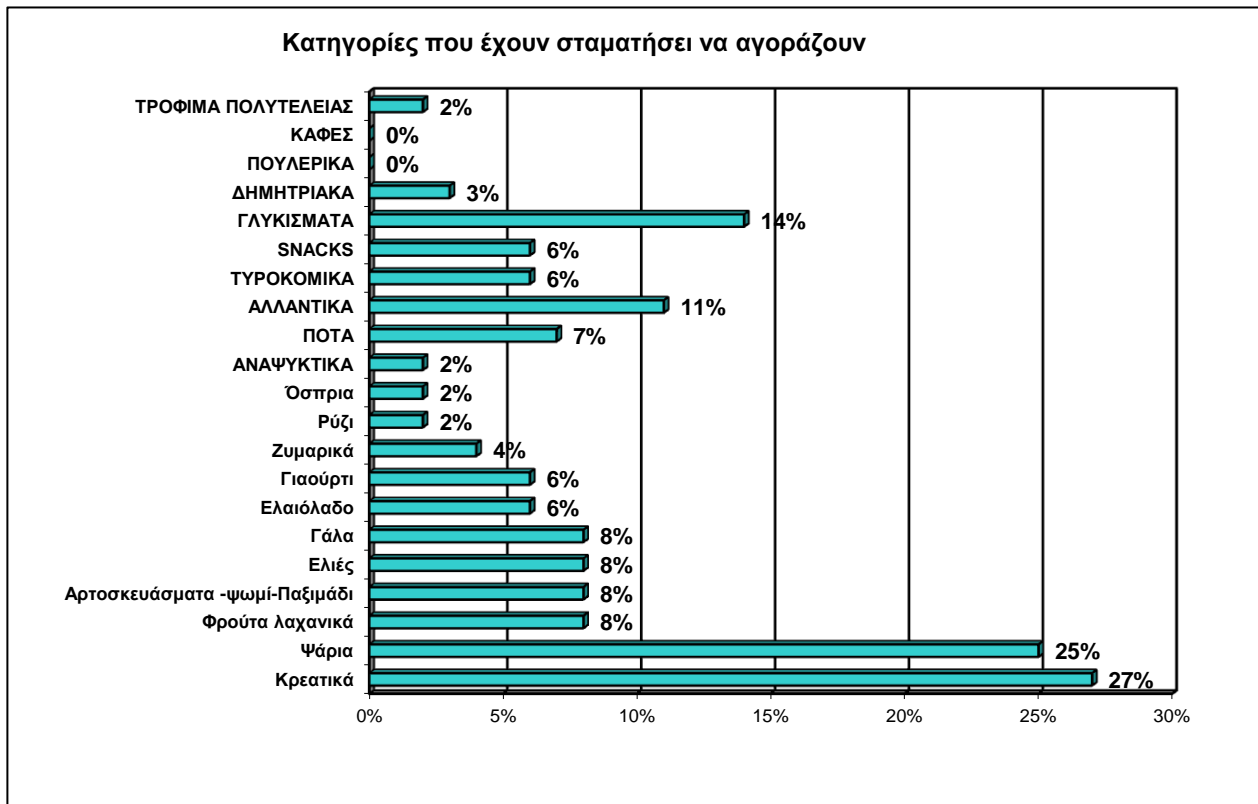
Διάγραμμα 4.3: Μορφές δράσης ενάντια στην κρίση

Χαρακτηριστικό είναι ότι οι κάτοικοι αγροτικών περιοχών δίνουν μεγαλύτερη **βαρύτητα στην έρευνα αγοράς**, ενώ οι κάτοικοι αστικών κέντρων ήδη **αγοράζουν λιγότερα τρόφιμα** ή προσπαθούν να βρύνουν **φθηνότερα τρόφιμα**.

Από όσους δηλώνουν ότι έχουν αλλάξει καταναλωτική συμπεριφορά, το 27% των ερωτώμενων δήλωσε ότι έχει σταματήσει να προμηθεύεται κάποιες κατηγορίες τροφίμων. Αυτό είναι πιο εμφανές στους κατοίκους των αγροτικών περιοχών, τους ερωτώμενους ηλικίας 30 + χρόνων. Ιδιαίτερα στα άτομα που ανήκουν στην ανώτερη κοινωνικο-οικονομική τάξη, το 46% δηλώνει ότι υπάρχουν κατηγορίες τροφίμων που αγόραζαν πριν και έχουν σταματήσει πλέον να τις αγοράζουν.

Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, πρώτες κατηγορίες που έχουν κοπεί είναι οι λεγόμενες ακριβές κατηγορίες δηλαδή κρέας και ψάρια.

Κατόπιν είναι τα γλυκίσματα και τα αλλαντικά, ενώ ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό του πληθυσμού άρχισε να διακόπτει την αγορά ειδών πρώτης ανάγκης, όπως γάλα, ψωμί, φρούτα και λαχανικά.



Διάγραμμα 4.4: Κατηγορίες προϊόντων που έχουν σταματήσει να αγοράζουν

Κάθε ερωτώμενος δήλωσε ότι διέκοψε 1-2 κατηγορίες. Σχετικά πιο πολλές κατηγορίες διέκοψαν οι κάτοικοι αγροτικών περιοχών -γεγονός που μπορεί να αποδοθεί και στην παραγωγή για ιδιοκατανάλωση-, οι ερωτώμενοι ηλικίας έως 29 χρόνων και οι ερωτώμενοι μέσης και κατώτερης τάξης.

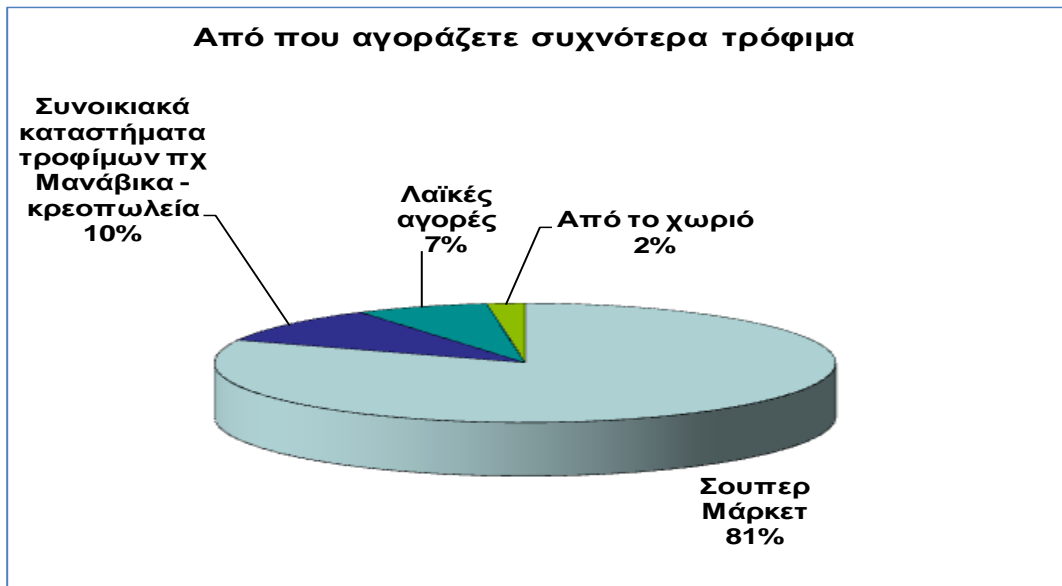


Με βάση όσους έχουν αλλάξει καταναλωτική συμπεριφορά, περίπου το 60% δήλωσε ότι έχει περιορίσει τις ποσότητες που αγοράζει από κάποιες κατηγορίες.

Οι κατηγορίες στις οποίες περιόρισαν την κατανάλωση τους, παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα 4.4:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΤΗΚΕ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ	
ΣΥΝΟΛΟ	236
Κρεατικά	66%
Ψάρια	50%
Φρούτα λαχανικά	17%
Αρτοσκευάσματα -ψωμί-Παξιμάδι	12%
Γιαούρτι	12%
Ζυμαρικά	10%
Ελιές	9%
Ελαιόλαδο	9%
Ρύζι	8%
Γάλα	8%
Όσπρια	7%
Τυροκομικά	7%

Πίνακας 4.4: Κατηγορίες τροφίμων στις οποίες περιορίστηκε η κατανάλωση



Διάγραμμα 4.5: Σημεία Αγοράς Τροφίμων

Κατά μέσο όρο, κάθε ερωτώμενος περιόρισε την κατανάλωση του σε 2 με 3 κατηγορίες τροφίμων. Περισσότερες σχετικά κατηγορίες με περιορισμό στην κατανάλωση ανέφεραν οι κάτοικοι αγροτικών περιοχών, οι ηλικίας 30+ και τα χαμηλότερα εισοδηματικά στρώματα.

4.3 Πηγές προμήθειας τροφίμων

Κύρια πηγή προμήθειας τροφίμων, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, είναι το σούπερ μάρκετ.

4.3.1 Σούπερ Μάρκετ

Τα Σούπερ Μάρκετ προτιμά περισσότερο για την αγορά τροφίμων ο αστικός πληθυσμός και τα άτομα με υψηλότερα εισοδήματα.

Τα συνοικιακά καταστήματα τα προτιμούν οι κάτοικοι αγροτικών περιοχών και όσοι ανήκουν στα μέσα έως κατώτερα εισοδήματα.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν τα Σούπερ Μάρκετ.

Οι λόγοι που προτιμούν τα Σούπερ Μάρκετ δεν έχουν επηρεαστεί από την κρίση. Στα Σ/Μ οι καταναλωτές βρίσκουν καλές τιμές, ποικιλία και ευκολία πρόσβασης.

ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ	
ΣΥΝΟΛΟ	408
ΒΡΙΣΚΩ ΚΑΛΕΣ ΤΙΜΕΣ	44%
ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	26%
ΕΙΝΑΙ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ	16%
ΒΡΙΣΚΩ ΕΥΚΟΛΑ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΥ ΘΕΛΩ	13%
ΕΧΕΙ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΣΕ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	4%

Πίνακας 4.5: Λόγοι επιλογής των σούπερ μάρκετ

4.3.2 Συνοικιακά καταστήματα

Οι λόγοι για τους οποίους επιλέγουν τα Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων π.χ. (μανάβικα, κρεοπωλεία) είναι συναισθηματικής και ιδεολογικής φύσης, καθώς και λόγοι ευκολίας.

Εμφανίζονται, κυρίως, σε ερωτώμενους των αγροτικών περιοχών, μεγαλύτερης ηλικίας μέσω των και κατώτερων εισοδημάτων.

ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΥΝΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ			
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
ΣΥΝΟΛΟ	49	20	29
ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΩ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ - ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	45%	34%	52%
ΕΙΝΑΙ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΜΟΥ	22%	22%	23%
ΒΡΙΣΚΩ ΚΑΛΕΣ ΤΙΜΕΣ	16%	16%	16%

Πίνακας 4.6: Λόγοι επιλογής συνοικιακών καταστημάτων

4.3.3 Λαϊκές αγορές

Οι λαϊκές αγορές, ως τόπος προμήθειας τροφίμων είναι πλέον συνηθής στους αστικούς πληθυσμούς. Εκεί βρίσκουν καλές τιμές και φρέσκα προϊόντα.

ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΛΑΪΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ			
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
ΣΥΝΟΛΟ	33	24	9
ΒΡΙΣΚΩ ΚΑΛΕΣ ΤΙΜΕΣ	71%	65%	89%
ΕΧΕΙ ΦΡΕΣΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	23%	32%	0%
ΑΠΟ ΣΥΝΗΘΕΙΑ	9%	8%	11%
ΕΧΕΙ ΝΤΟΠΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	7%	10%	0%

Πίνακας 4.7: Λόγοι επιλογής λαϊκών αγορών

Τα άτομα που προτιμούν να ψωνίζουν από το χωριό το κάνουν από αγάπη στα ντόπια προϊόντα.

4.4 Αλλαγές σημείου προμήθειας τροφίμων

Η κρίση ώθησε το 21% των ερωτώμενων να αλλάξει το σημείο από όπου προμηθεύονταν τα τρόφιμα. Αυτό, όμως, που συνέβη ήταν μία ανακύκλωση μεταξύ των ήδη επιλεγμένων χώρων.

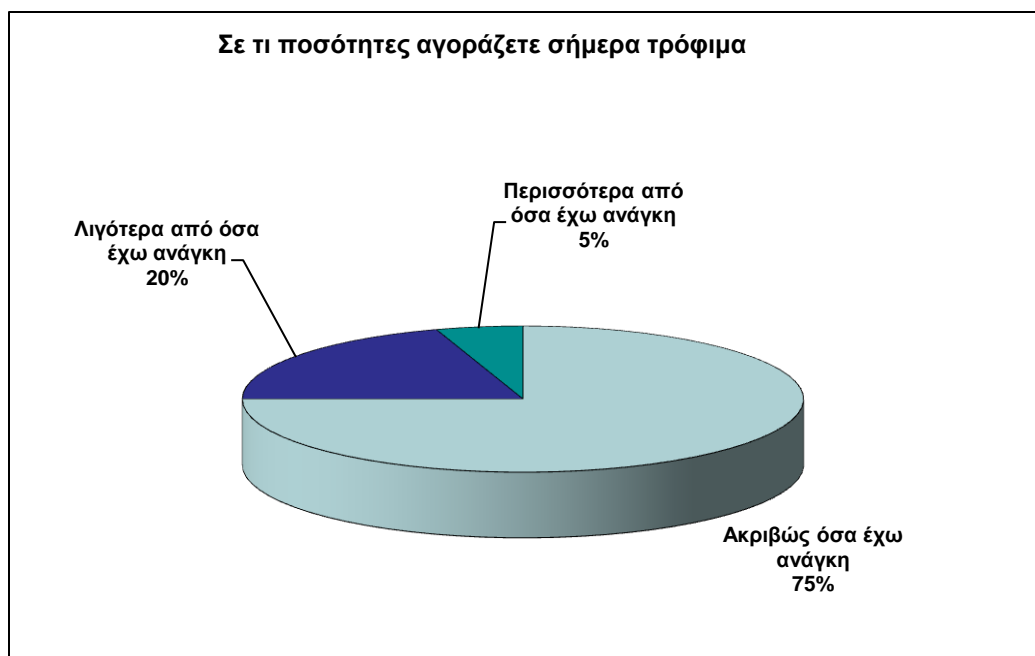
Δηλαδή, αυτοί που προμηθεύονταν από Σ/Μ εξακολουθούν να προμηθεύονται από Σ/Μ, αλλά από διαφορετικό Σ/Μ.

Επίσης, προς τα Σ/Μ στράφηκαν και όσοι προμηθεύονταν από λαϊκές ή από το χωριό.

ΑΛΛΑΓΕΣ ΜΕΡΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ					
		ΠΟΙΟ ΜΕΡΟΣ ΕΓΚΑΤΕΛΕΙΨΑΝ			
		ΣΥΝΟΛΟ	Σουπερ Μάρκετ	Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων (πχ Μανάβικα - κρεοπωλεία)	Λαϊκές αγορές
ΣΕ ΠΟΙΟ ΜΕΡΟΣ ΠΗΓΑΝ	ΣΥΝΟΛΟ	104	72	29	4
	Σουπερ Μάρκετ	76%	75%	84%	45%
	Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ Μανάβικα - κρεοπωλεία	4%	6%	0%	0%
	Λαϊκές αγορές	14%	12%	16%	55%
	Από το χωριό	4%	6%	0%	0%
	Παραγωγούς	1%	1%	0%	0%

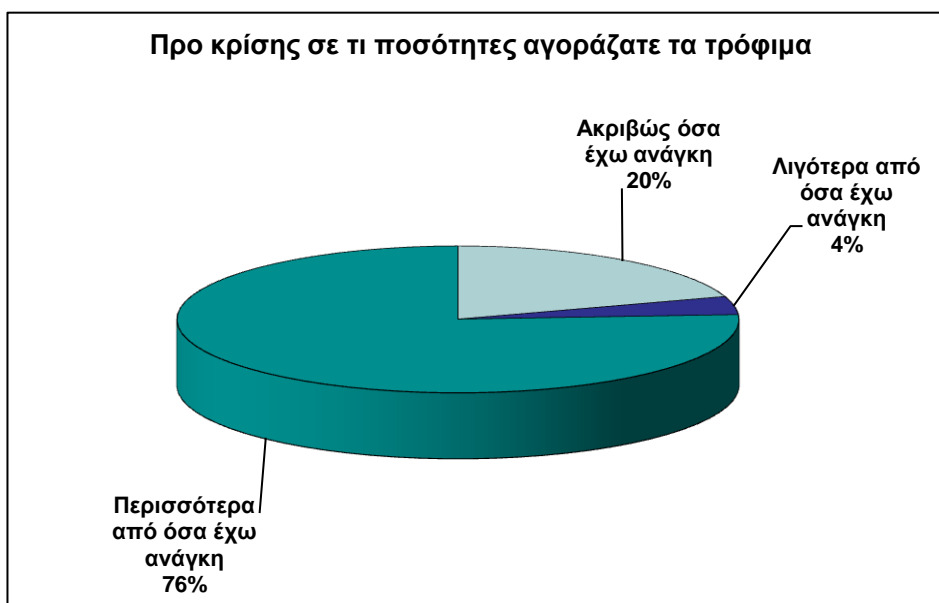
Πίνακας 4.8: Αλλαγές μέρους προμήθειας τροφίμων

4.5 Ποσότητες που αγοράζουν



Διάγραμμα 4.6: Ποσότητες Αγορών

Αυτό που θεωρείται μία λογική συνέπεια της κρίσης δηλαδή ότι ο καταναλωτής γίνεται πιο προσεκτικός στις αγορές του, είναι εμφανές από το παρακάτω διάγραμμα. Το 75% των ερωτώμενων δηλώνει ότι πλέον αγοράζει μόνο όσα τρόφιμα έχει ανάγκη, αλλά και ένα σημαντικό τμήμα των καταναλωτών (20%) δηλώνει ότι δεν μπορεί να αγοράσει τα αναγκαία για τη διατροφή του τρόφιμα.



Διάγραμμα 4.7 Ποσότητες αγοράς τροφίμων πρό κρίσης

Το 67% των ερωτώμενων άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο προμηθευόταν τρόφιμα λόγω της κρίσης. Από αυτούς που άλλαξαν, το 76% ομολογεί ότι πριν από τη κρίση έκανε σπατάλες, αγοράζοντας περισσότερα από ότι είχε ανάγκη.

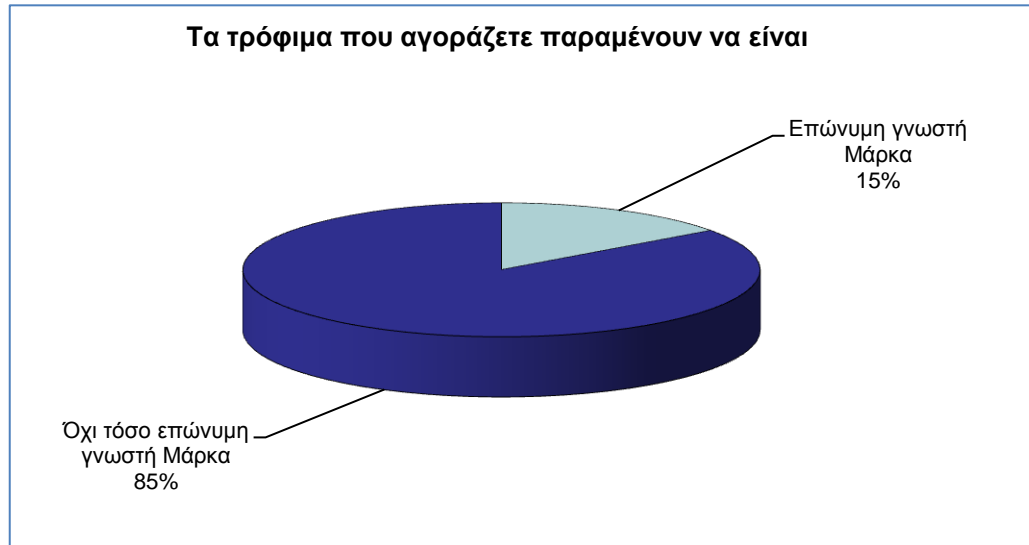
4.6 Μάρκες προϊόντων

Ήδη πριν από την κρίση η πλειονότητα των ερωτώμενων δεν αγόραζε τρόφιμα με βάση τη μάρκα τους.



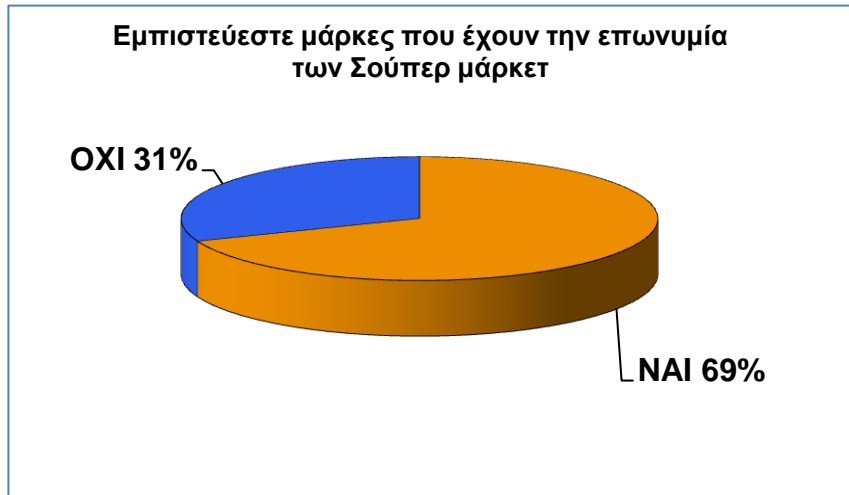
Διάγραμμα 4.8: Μάρκες Προϊόντων

Παρ όλα αυτά το 44% των ερωτώμενων δηλώνει ότι υπήρξε αλλαγή στις μάρκες που αγοράζει και αυτή η αλλαγή αφορά την ισχυροποίηση του ποσοστού των μη επώνυμων μαρκών.



Διάγραμμα 4.9: Αγορά τροφίμων

Μέσα στις μη επώνυμες μάρκες (**brand** εταιρειών παραγωγής τροφίμων) είναι οι μάρκες με **επωνυμία Σ/Μ** (ιδιωτικής ετικέτας) οι οποίες φαίνεται ότι έχουν ισχυροποιήσει την εικόνα τους σχετικά με την ποιότητα που προσφέρουν, όπως φαίνεται στο επόμενο διάγραμμα.



Διάγραμμα 4.10: Εμπιστοσύνη προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας

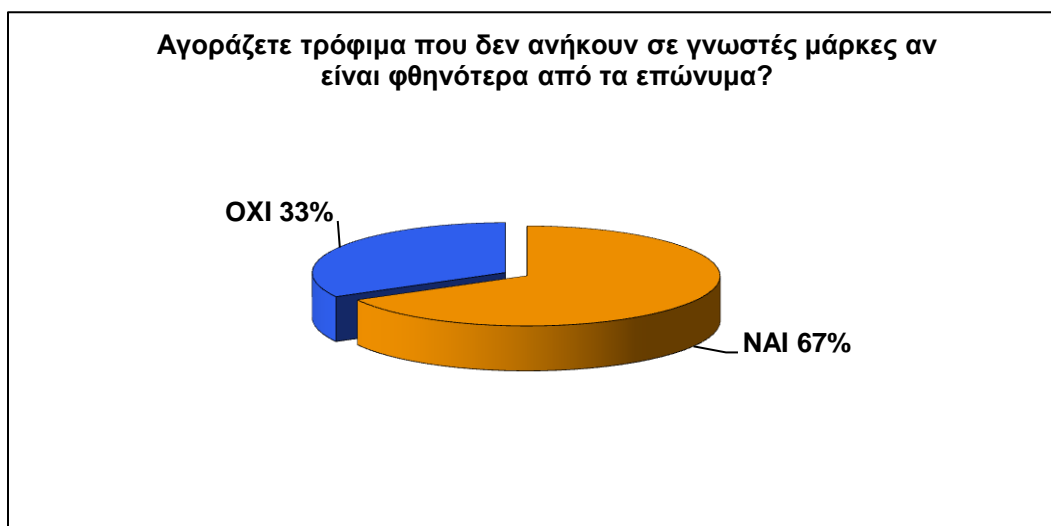
Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας αποτελούν μία επιλογή που διαρκώς προσελκύει καινούργιους καταναλωτές.



Διάγραμμα 4.11: Τρόφιμα με την επωνυμία του Σούπερ Μάρκετ

Εκτός των τροφίμων με επωνυμία Σ/Μ, οι καταναλωτές έχουν στραφεί και σε άλλα μη επώνυμα τρόφιμα, που όμως τους εξασφαλίζουν χαμηλότερη τιμή αγοράς.

Οι ερωτώμενοι αυτοί είναι ηλικίας 30- 54 χρόνων, προέρχονται κυρίως από αγροτικές περιοχές και ανήκουν στη μέση και κατώτερη κοινωνικο-οικονομική τάξη.



Διάγραμμα 4.12: Αγοραστική συμπεριφορά για τρόφιμα που δεν ανήκουν σε γνωστές μάρκες

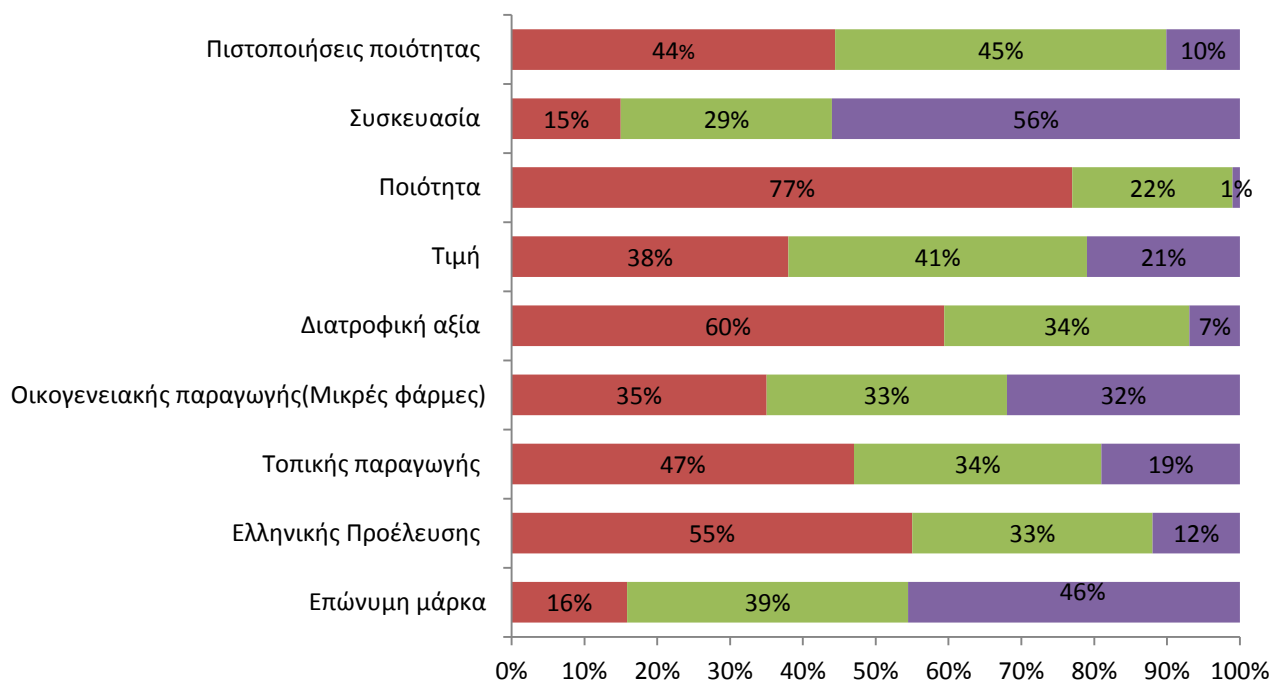
4.7 Κριτήρια επιλογής τροφίμων

4.7.1 Πριν την κρίση

Κυρίαρχο κριτήριο για την επιλογή τροφίμων πριν την κρίση ήταν η ποιότητα, έπονταν η διατροφική αξία, η σε γενικές γραμμές ελληνικότητα και η τοπική προέλευση των τροφίμων. Πριν την οικονομική κρίση οι καταναλωτές έδιναν μικρότερη σημασία στην τιμή σε σχέση με την ποιότητα. Το **38%** θεωρούσε την τιμή πολύ σημαντικό κριτήριο επιλογής σε **σχέση με 77%** που επέλεγε με βασικότερο κριτήριο την **ποιότητα**.

Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση

■ ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ■ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ■ ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ



Διάγραμμα 4.13: Κριτήρια επιλογής τροφίμων πριν την οικονομική κρίση

4.7.2 Μετά την κρίση

Για περίπου 1 στους 2 ερωτώμενους αυτά τα κριτήρια άλλαξαν μετά την κρίση. Με πιο ενδεικτικά αποτελέσματα την αύξηση της σημαντικότητας της τιμής και την περαιτέρω μείωση της σημαντικότητας της μάρκας.

Σε δεύτερο επίπεδο, μπορούμε να διακρίνουμε την αύξηση της τάσης προτίμησης ελληνικών και ειδικότερα τοπικών προϊόντων.



Διάγραμμα 4.14: Κριτήρια επιλογής τροφίμων μετά την οικονομική κρίση

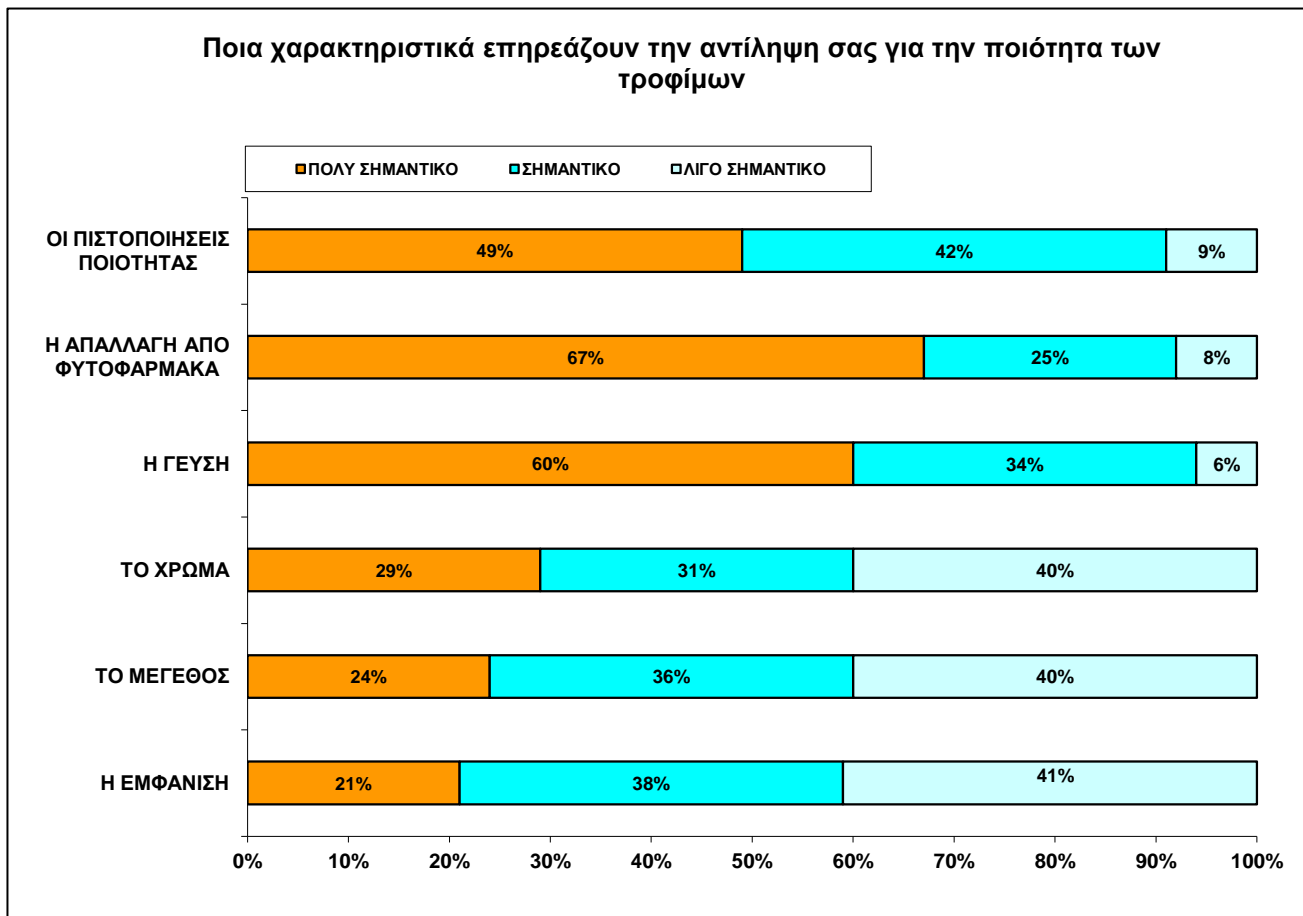
4.8 Τα χαρακτηριστικά της ποιότητας

Η ποιότητα των τροφίμων μπορεί να οριστεί ως το σύνολο εκείνων των χαρακτηριστικών που έχουν σημασία για τον καθορισμό του βαθμού της αποδεκτικότητάς τους από τον καταναλωτή.

Η αποδεκτικότητα γίνεται αντιληπτή με τις αισθήσεις.

Εν τούτοις, εκτός από τις οργανοληπτικές ιδιότητες, στην αποδεχόμενη ποιότητα ενός προϊόντος συνεισφέρει ένας αριθμός συντελεστών.

Στην προκειμένη περίπτωση υπάρχει ένας συνδυασμός τόσο οργανοληπτικών χαρακτηριστικών, όπως η γεύση που παίζει πρωτεύοντα ρόλο, όσο και μη εμφανών χαρακτηριστικών που συμβάλουν συμπληρωματικά, όπως η έλλειψη φυτοφαρμάκων, δηλαδή η ασφάλεια των τροφίμων και η ύπαρξη πιστοποιητικών ποιότητας.



Διάγραμμα 4.15: Χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την αντίληψη για την ποιότητα των τροφίμων

Από τα παραπάνω στοιχεία συνάγεται το συμπέρασμα ότι οι καταναλωτές είναι αρκετά ενημερωμένοι και ευαισθητοποιημένοι σχετικά με τα ζητήματα ασφάλειας, τα οποία συνδέουν με την απαλλαγή των τροφίμων από υπολείμματα φυτοφαρμάκων.

4.9 Ειδικές κατηγορίες τροφίμων

4.9.1 Συμβατική καλλιέργεια

Μέχρι και πριν από δέκα χρόνια η ευρύτατα ασκούμενη γεωργική πρακτική, χαρακτηριζόταν από την ανεξέλεγκτη χρήση φυτοπροστατευτικών προϊόντων. Βασικό χαρακτηριστικό της ήταν η ανυπαρξία ελέγχου των παραγόμενων προϊόντων, αλλά και η μηδαμινή γνώση των καταναλωτών για τους κινδύνους που απορρέουν από αυτή τη χρήση τους.

Σήμερα, αυτός ο τρόπος καλλιέργειας θεωρείται ξεπερασμένος και τη θέση του έχει πάρει η ολοκληρωμένη διαχείριση των καλλιεργειών, η οποία συνίσταται στην ορθολογική χρήση των εισροών στην καλλιέργεια, την προστασία του περιβάλλοντος, τον έλεγχο και την πιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας. .

4.9.2 Βιολογική γεωργία

Η βιολογική γεωργία διαφέρει από τη λεγόμενη συμβατική γεωργία, από το γεγονός ότι δεν επιτρέπεται η χρήση συνθετικών χημικών ουσιών για τη θρέψη των φυτών και την προστασία τους. Με άλλα λόγια, στη Βιολογική Γεωργία δεν χρησιμοποιούνται χημικά συνθετικά λιπάσματα και χημικά φυτοπροστατευτικά προϊόντα.

4.9.3 Καλλιέργεια Ολοκληρωμένης Διαχείρισης

Ως χρυσός μέσος όρος αναδύεται πλέον η καλλιέργεια Ολοκληρωμένης Διαχείρισης. Χρησιμοποιεί μεθόδους καλλιέργειας και άλλα μέσα που έχουν γνώμονα την ελάχιστη δυνατή χρήση χημικών ουσιών, σε επιστημονική βάση.

Είναι μέθοδος ευρέως αποδεκτή, φιλική προς το περιβάλλον.

Με την ολοκληρωμένη διαχείριση, αντιμετωπίζονται οι αδυναμίες της συμβατικής γεωργίας, όπως είναι η σπατάλη των φυσικών πόρων και η υπερβολική χρήση των λιπασμάτων, φυτοφαρμάκων και ενέργειας.

Επιπλέον, θεωρείται ότι το μέλλον της ελληνικής γεωργίας βρίσκεται στην ολοκληρωμένη διαχείριση της γεωργικής παραγωγής με τις γνωστές πλέον ποιοτικές πιστοποιήσεις.

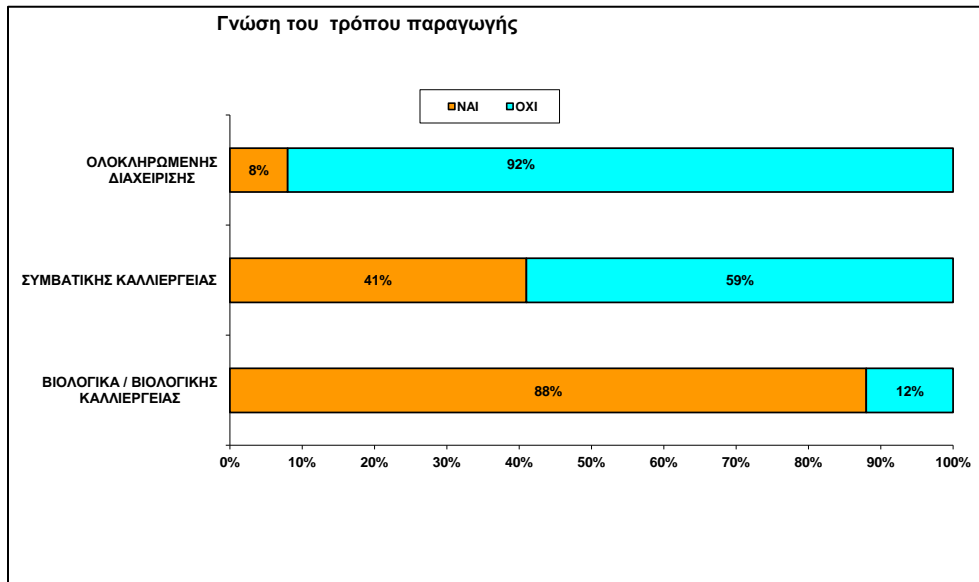
Βασικής σημασίας προϋπόθεση όμως, για την παραγωγή υψηλής ποιότητας γεωργικών προϊόντων και την προστασία του περιβάλλοντος, είναι η γνώση και η αποδοχή τους από τους καταναλωτές

4.10 Γνώση προϊόντων με διαφορετικό τρόπο καλλιέργειας

Όπως φαίνεται και παρακάτω, η γνώση του διαχωρισμού των τροφίμων βάσει του τρόπου παραγωγής τους στις τρεις κατηγορίες δεν είναι και πολύ γνωστός.



Διάγραμμα 4.16: Γνώση τρόπων καλλιέργειας τροφίμων



Διάγραμμα 4.17: Γνώση τρόπων καλλιέργειας τροφίμων

Είναι χαρακτηριστικό ότι μόνο το 6% γνωρίζει και τις τρεις κατηγορίες, το 36% γνωρίζει δύο από τις κατηγορίες, ενώ το 12% δεν γνωρίζει καμία.

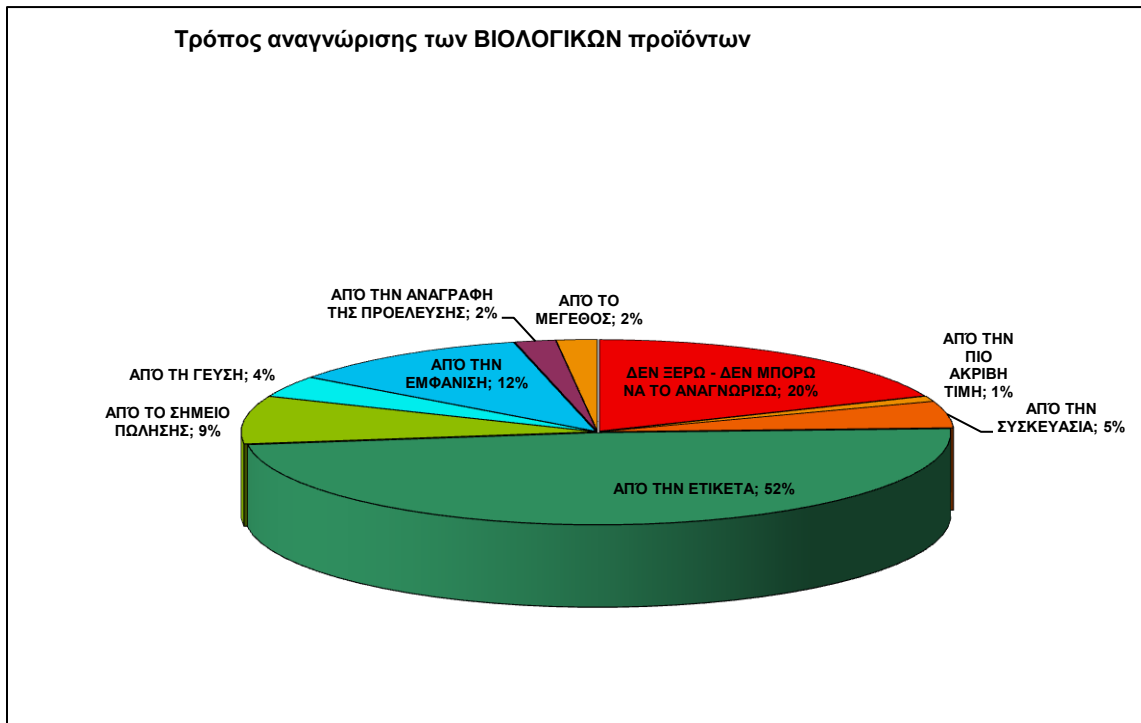
Η κατηγορία τροφίμων με το υψηλότερο ποσοστό γνώσης είναι τα βιολογικά/βιολογικής καλλιέργειας.

Από την άλλη, εξίσου χαμηλή είναι και η αναγνώριση των διαφορών μεταξύ των τριών τρόπων καλλιέργειας. Το 23% των ερωτώμενων δηλώνει ότι απλώς ξέρει τους όρους, αλλά δεν γνωρίζει τις διαφορές.

Η γνώση των τρόπων καλλιέργειας των τροφίμων είναι υψηλότερη στους κατοίκους των αστικών κέντρων, ανώτερης κοινωνικο-οικονομικής τάξης.

4.11 Βιολογικά/Βιολογικής καλλιέργειας τρόφιμα

Τα βιολογικά τρόφιμα χαρακτηρίζονται από την έλλειψη φυτοφαρμάκων / λιπασμάτων.



Διάγραμμα 4.18: Τρόπος αναγνώρισης βιολογικών προϊόντων

Παρ' ότι τα ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ προϊόντα θα πρέπει να αναγνωρίζονται από την πιστοποίηση που υποχρεωτικά έχουν, μόνο περιφραστικά αναφέρεται αυτό το μέσο αναγνώρισης. (Από την ετικέτα, από την συσκευασία, από την αναγραφή προέλευσης). Το 20% των ερωτώμενων δηλώνει ότι δεν είναι σε θέση να τα αναγνωρίσει από τα άλλα προϊόντα.

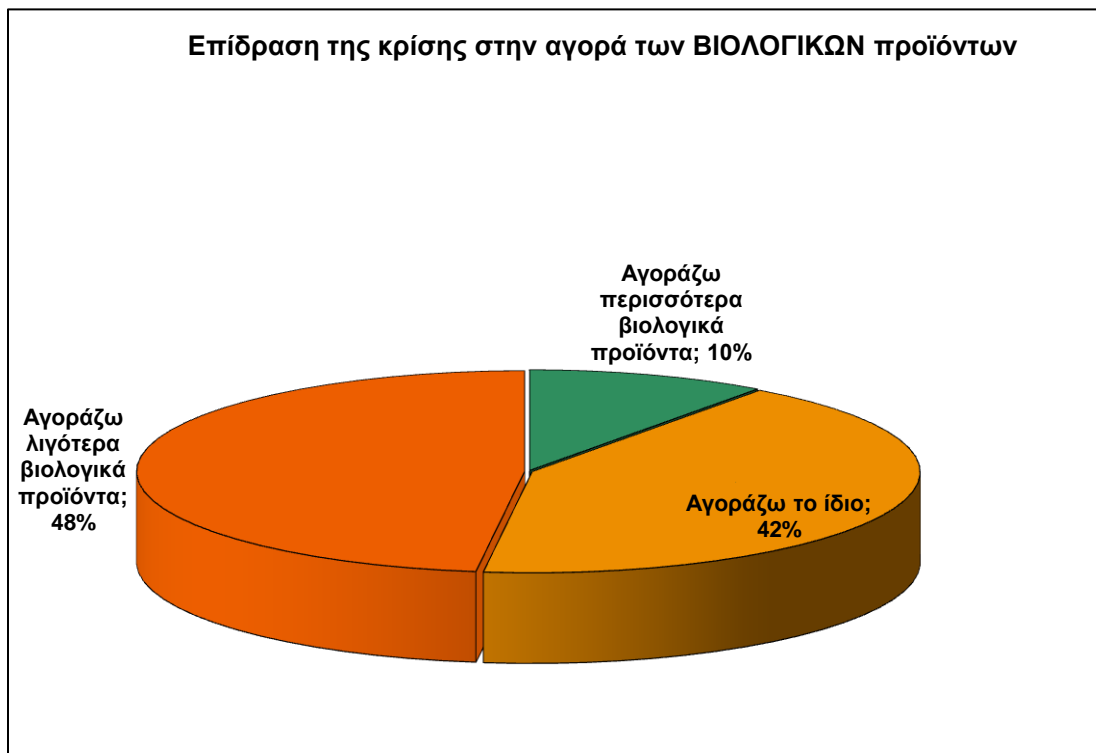
Η ύπαρξη των ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων θεωρείται σημαντική από το 73% των ερωτώμενων, ενώ 47% όσων γνωρίζουν την ύπαρξη τους αγοράζουν κατά καιρούς ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ προϊόντα.

Πόσο σημαντικό είναι για εσάς ένα τρόφιμο να είναι «ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ»						
		ΣΥΝΟΛΟ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
ΣΥΝΟΛΟ		437	162	156	74	45
Αγοράζετε ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ προϊόντα?	ΝΑΙ	47%	62%	51%	27% _b	8% _b
	ΟΧΙ	53%	38%	49%	73% _b	92% _b

Πίνακας 4.9: Σημαντικότητα βιολογικών προϊόντων

Είναι σημαντικό ότι ακόμα και εκείνοι οι οποίοι δεν θεωρούν σημαντική την ύπαρξη των ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων, προβαίνουν στην αγορά τους.

Η κρίση είχε αρνητική επίπτωση στην αγορά των ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων αφού είναι πιο ακριβά από τα αντίστοιχα προϊόντα ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ.



Διάγραμμα 4.19: Επίδραση της κρίσης στην αγορά ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων

4.12 Προϊόντα Συμβατικής Καλλιέργειας

Συμβατικής καλλιέργειας προϊόντα σημαίνει "ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΛΙΠΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΦΥΤΟΦΑΡΜΑΚΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΤΟΥΣ" για το 64% των ερωτώμενων.

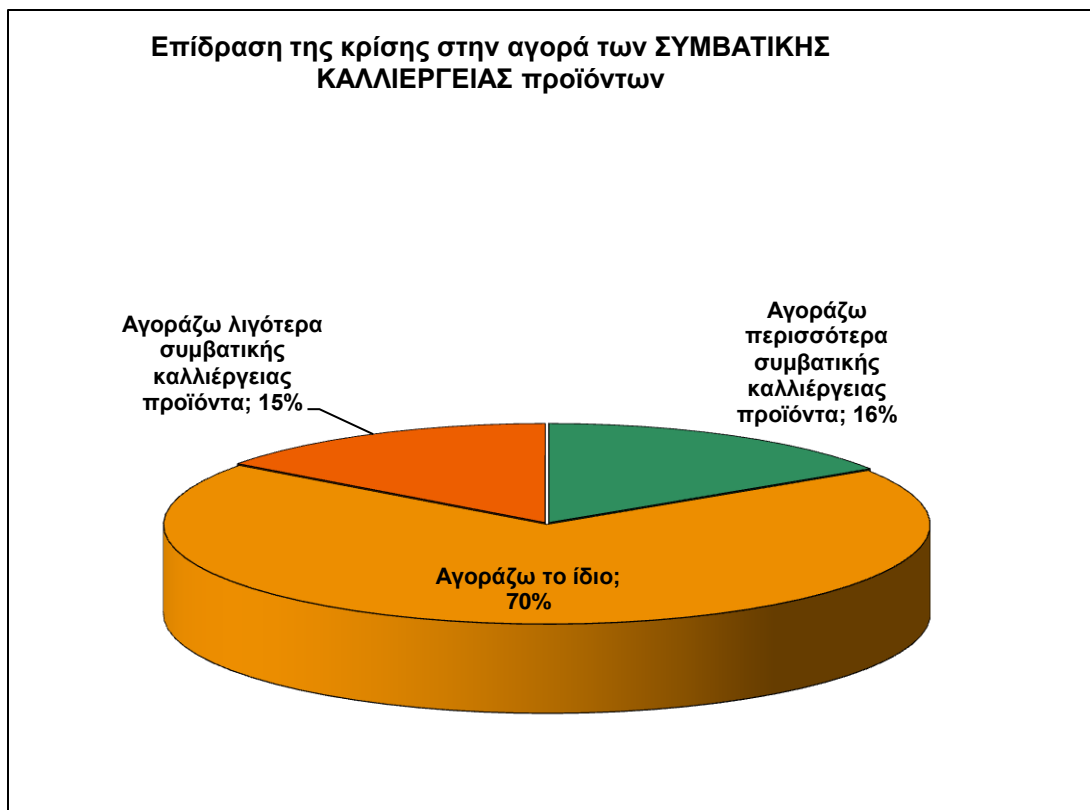
Άλλοι τρόποι με τους οποίους τα χαρακτήρισαν είναι "ΕΙΝΑΙ ΚΛΑΣΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ" ή "ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΟΙΝΑ ΤΡΟΦΙΜΑ".

Δεν υπάρχει σαφής τρόπος αναγνώρισης των ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ προϊόντων. Περισσότερο είναι η έλλειψη οποιουδήποτε χαρακτηριστικού που τα κάνει αναγνωρίσιμα. Ίσως το μόνο χαρακτηριστικό το οποίο χρησιμοποιείται από αρκετούς καταναλωτές είναι η τιμή, διότι όπως αναφέρθηκε και παραπάνω σε σχέση με τα ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ είναι πιο φθηνά.

ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΑ	
	ΣΥΝΟΛΟ
ΣΥΝΟΛΟ	204
ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΧΟΥΝ ΦΥΤΟΦΑΡΜΑΚΑ ΕΝΩ ΑΥΤΑ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ	56%
ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΠΙΟ ΦΘΗΝΑ ΑΠΟ ΑΥΤΑ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	11%
ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΩΤΕΡΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΑΥΤΑ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	13%
ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΙΝΑΙ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΥΓΙΕΙΝΑ ΑΠΟ ΑΥΤΑ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	15%
ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΕΧΟΥΝ ΧΕΙΡΟΤΕΡΗ ΓΕΥΣΗ ΑΠΟ ΑΥΤΑ ΤΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	8%
ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΚΑΜΙΑ ΔΙΑΦΟΡΑ	3%

Πίνακας 4.10: Αντίληψη καταναλωτών για τα συμβατικής καλλιέργειας τρόφιμα

Η κρίση είχε κάποια, αλλά μικρή επίδραση στην αγορά των ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ προϊόντων, αφού αυτά είναι τα προϊόντα που αγοράζουν όλοι οι καταναλωτές.



Διάγραμμα 4.20: Επίδραση της κρίσης στην αγορά των ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ προϊόντων

4.13 Προϊόντα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης

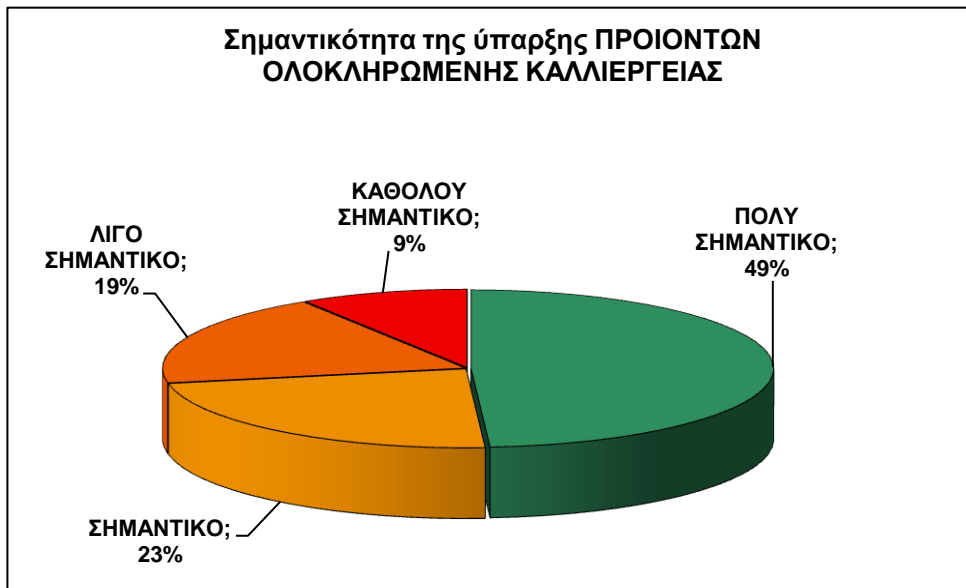
Μόνο 40 ερωτώμενοι (ποσοστό 8% του δείγματος) ήξεραν να αναφέρουν τα χαρακτηριστικά των ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ.

Το κύριο χαρακτηριστικό που αναφέρεται από τους ερωτώμενους είναι ότι "Η παραγωγή είναι ελεγχόμενη σε όλα τα στάδιά της".

ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	
	ΣΥΝΟΛΟ
	40
Η ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΝΑΙ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΗ ΣΕ ΟΛΑ ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ	48%
ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΑ ΧΗΜΙΚΑ	10%
ΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΕΝΙΑΙΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ	17%
Η ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΧΩΡΙΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΥΣ	21%
Η ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΑ	4%

Πίνακας 4.11: Αντίληψη καταναλωτών για τα Προϊόντα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης

Παρ' όλη τη μικρή γνώση των Προϊόντων Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, η ύπαρξή τους θεωρείται σημαντική.

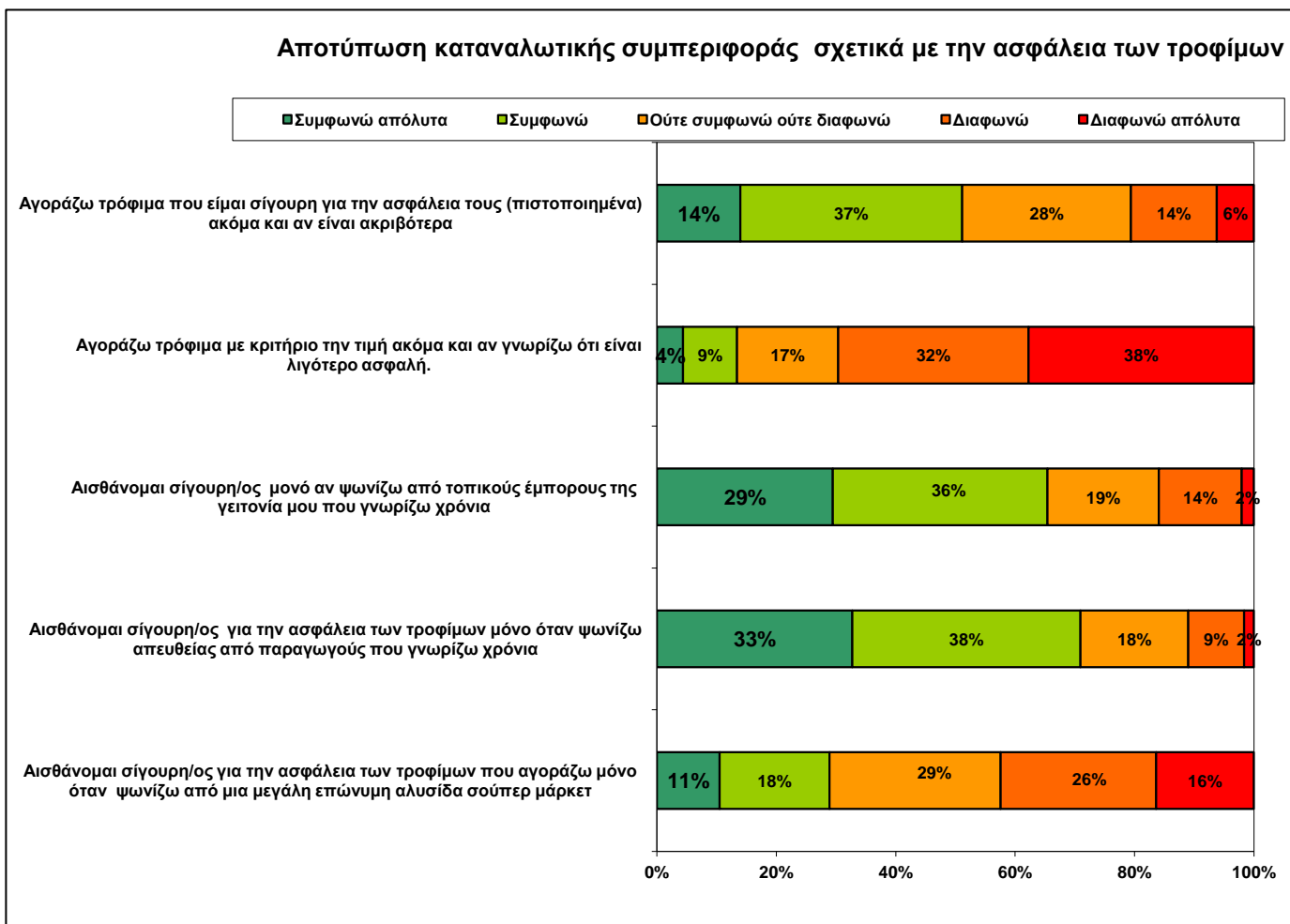


Διάγραμμα 4.21: Σημαντικότητα ύπαρξης Προϊόντων Ολοκληρωμένης Διαχείρισης

Το 62% των ερωτώμενων δηλώνει ότι αγοράζει Προϊόντα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης.

Είναι δεδομένο ότι ο τρόπος καλλιέργειας επηρεάζει την ποιότητα των προϊόντων.

4.14 Συμπεριφορά Καταναλωτών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων

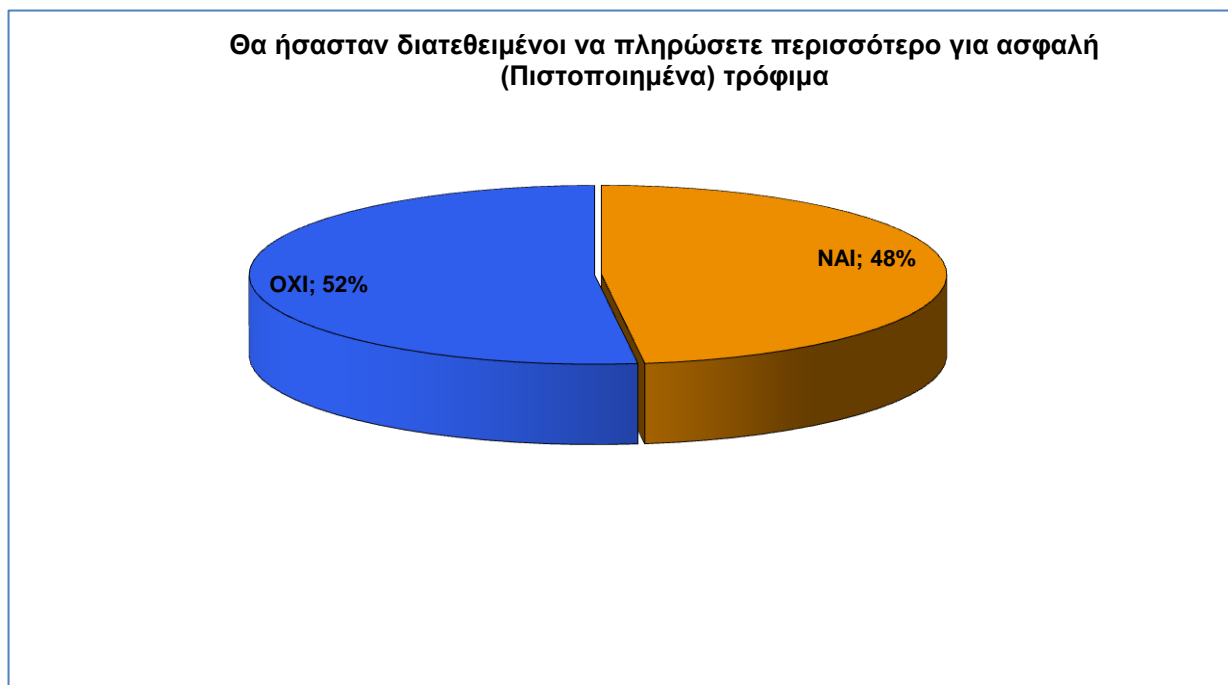


Διάγραμμα 4.22: Αποτύπωση καταναλωτικής συμπεριφοράς για την ασφάλεια των τροφίμων

Γενικότερα οι καταναλωτές προσπαθούν να προβαίνουν στην αγορά τροφίμων κατόπιν σκέψης και με σύνεση. Παρ' όλα αυτά εναποθέτουν κατά κάποιο τρόπο την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν στα χέρια άλλων, αφού δείχνουν υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης στους τοπικούς εμπόρους ή στους παραγωγούς που γνωρίζουν.

Και αυτή η γνωριμία λειτουργεί ως πιστοποίηση της ασφάλειας των προϊόντων. Ίσως για αυτό το λόγο οι μισοί περίπου καταναλωτές δεν θα ήθελαν να πληρώσουν παραπάνω για την τυπική πιστοποίηση των προϊόντων.

Παρ' όλα αυτά το ποσοστό του 48% των καταναλωτών που είναι διατεθειμένο να πληρώσει παραπάνω για πιστοποιημένα τρόφιμα είναι ένα πολύ σημαντικό ποσοστό εάν αξιολογηθεί κατάλληλα από το marketing των επιχειρήσεων τροφίμων.



Διάγραμμα 4.23: Διάθεση καταναλωτών να πληρώσουν περισσότερο για ασφαλή προϊόντα

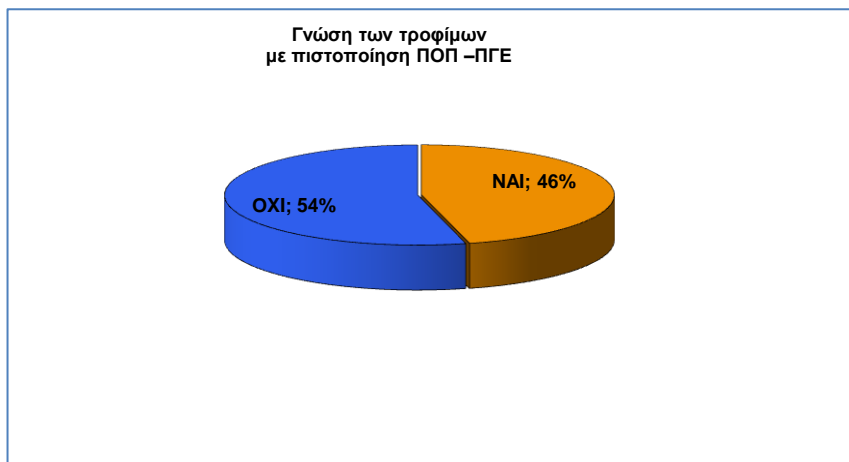
Αυτοί που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν πιο αυξημένη τιμή για την τυποποίηση των προϊόντων αναφέρουν ένα ποσοστό αύξησης της τάξης του 10%. Πιο υψηλά ποσοστά αναφέρθηκαν από τα άτομα μεσαίων και υψηλών εισοδημάτων.

4.15 Προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προϊόντα

Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ)

Περίπου οι μισοί καταναλωτές δεν γνωρίζουν τους όρους ΠΟΠ και ΠΓΕ.

Η γνώση αυτών των όρων ήταν πιο διαδεδομένη μεταξύ ατόμων ηλικίας 30 + χρόνων, καθώς και στα μεσαία και υψηλότερα εισοδήματα



Διάγραμμα 4.24: Γνώση τροφίμων με πιστοποίηση ΠΟΠ-ΠΓΕ

4.16 Αναγνωρισιμότητα ΠΟΠ-ΠΓΕ Προϊόντων

Τα πιο γνωστά ΠΟΠ-ΠΓΕ προϊόντα, σχετίζονται με τη φέτα, ενώ αναφορές έγιναν για το "ΛΑΔΙ ΚΑΛΑΜΩΝ" τη "ΓΡΑΒΙΕΡΑ ΝΑΞΟΥ" και τα "ΦΑΣΟΛΙΑ ΠΡΕΣΠΩΝ".

ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΠ - ΠΓΕ			
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
ΣΥΝΟΛΟ	229	147	82
ΦΕΤΑ ΔΩΔΩΝΗΣ	20%	19%	22%
ΦΕΤΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	16%	11%	25% _b
ΦΕΤΑ	14%	11%	18%
ΛΑΔΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ	8%	8%	8%
ΦΕΤΑ ΕΛΑΣΣΟΝΑΣ	6%	6%	5%
ΓΡΑΒΙΕΡΑ ΝΑΞΟΥ	5%	7%	1%
ΦΑΣΟΛΙΑ ΠΡΕΣΠΩΝ ΦΛΩΡΙΝΑΣ	5%	4%	6%
ΔΕΝ ΘΥΜΑΜΑΙ	25%	27%	22%

Πίνακας 4.12: Προϊόντα ΠΟΠ – ΠΓΕ

Η αναγνώριση των προϊόντων ΠΟΠ – ΠΓΕ γίνεται από όλους τους καταναλωτές από την ετικέτα των συγκεκριμένων προϊόντων.

Η χρήση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ είναι διαδεδομένη μεταξύ των καταναλωτών.

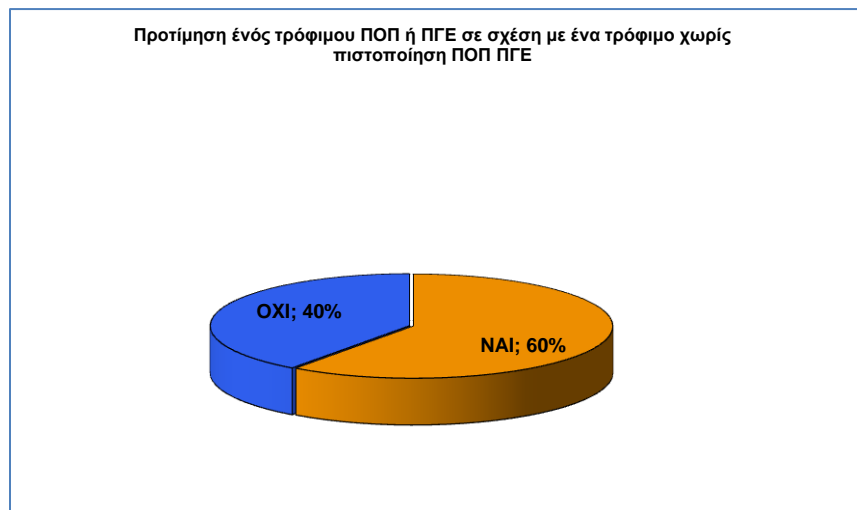
Το γεγονός ότι ένα προϊόν είναι ΠΟΠ -ΠΓΕ λειτουργεί ως εγγύηση για την ποιότητά τους και τη γεύση τους.

ΓΝΩΜΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΠΟΠ ΠΓΕ			
	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
ΣΥΝΟΛΟ	229	147	82
ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΕΛΕΓΜΕΝΟ - ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΠΡΟΙΟΝ	26%	26%	25%
ΕΙΝΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ	18%	17%	19%
ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΩ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ	15%	16%	13%
ΕΙΝΑΙ ΚΑΛΟ ΣΤΗ ΓΕΥΣΗ	13%	14%	12%
ΠΑΡΑΓΕΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΑΠΟ ΜΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΧΗ	10%	10%	9%
ΕΙΝΑΙ ΥΓΙΕΙΝΟ ΠΡΟΙΟΝ	8%	8%	8%
ΕΙΝΑΙ ΓΝΗΣΙΟ ΠΡΟΙΟΝ	8%	8%	9%
ΕΙΝΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ	7%	5%	9%
ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΕΙΣ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΤΟΝ ΠΑΡΑΓΩΓΟ	4%	5%	3%
ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΜΕΝΟ ΠΡΟΙΟΝ	4%	3%	6%

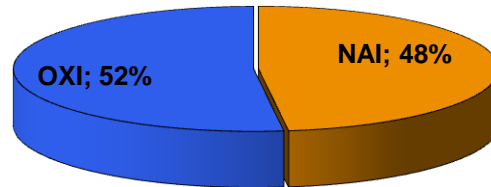
ΕΙΝΑΙ ΑΣΦΑΛΕΣ ΠΡΟΙΟΝ	3%	3%	2%
ΕΙΝΑΙ ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ	1%	1%	0%

Πίνακας 4.13: Γνώμη Καταναλωτών

Είναι σαφές ότι οι καταναλωτές δείχνουν την προτίμηση τους στα προϊόντα ΠΟΠ - ΠΓΕ σε σχέση με τα τρόφιμα χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ η ΠΓΕ, ενώ ένας στους δύο είναι διατιθέμενος να πληρώσει κατά μέσο όρο 9% παραπάνω για την αγορά αυτών των προϊόντων.



Πρόθεση αγοράς ενός τροφίμου ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ –ΠΓΕ



Διάγραμμα 4.25: Πρόθεση αγοράς ενός τροφίμου ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ –ΠΓΕ

Κεφάλαιο 5: Συμπεράσματα - Προτάσεις

Όπως ήταν αναμενόμενο η βιαιότητα με την οποία η οικονομική κρίση ενέσκηψε στην Ελλάδα ανάγκασε τα νοικοκυριά να επανασχεδιάσουν τον οικογενειακό προϋπολογισμό λαμβάνοντας υπόψη τους τα νέα δεδομένα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνάς μας:

Το 92% των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσε ότι έχει υποστεί μείωση εισοδήματος τα τελευταία τρία χρόνια.

Το 70% των ερωτηθέντων είτε μείωσε αναλογικά τις αγορές τροφίμων, είτε έκοψε από άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσει τρόφιμα.

Ένας στους δύο (1 στους 2) ερωτώμενους δήλωσε ότι άλλαξε τα κριτήρια αγοράς τροφίμων, με πιο ενδεικτικά αποτελέσματα την αύξηση της σημαντικότητας της τιμής και την περαιτέρω μείωση της σημαντικότητας της μάρκας.

Σε δεύτερο επίπεδο μπορούμε να διακρίνουμε την αύξηση της τάσης προτίμησης ελληνικών και ειδικότερα τοπικών προϊόντων.

Ενώ οι πιστοποιήσεις ποιότητας και η απαλλαγή από φυτοφάρμακα θεωρούνται από τους καταναλωτές χαρακτηριστικά τα οποία είναι απαραίτητα προκειμένου να χαρακτηρίσουν ένα τρόφιμο ποιοτικό, εντούτοις η διαδικασία παραγωγής της Ολοκληρωμένης διαχείρισης που εξασφαλίζει τις παραπάνω ιδιότητες είναι άγνωστη στους περισσότερους καταναλωτές και μόνο το 8% γνωρίζει την ύπαρξη της μεθόδου που εξασφαλίζει ασφαλή τρόφιμα. (Πίνακας 4.11).

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι οι καταναλωτές παρ'όλο που σε συντριπτικό ποσοστό προτιμούν την κατανάλωση ποιοτικών προϊόντων δεν μπορούν να τα αναγνωρίσουν στο ράφι του Σούπερ Μάρκετ και όχι βέβαια από δική τους ευθύνη.

Το 20 % των ερωτηθέντων δεν μπορούν να αναγνωρίσουν τα βιολογικά τρόφιμα.

Είναι σημαντικό ότι ακόμα και εκείνοι οι οποίοι δεν θεωρούν σημαντική την ύπαρξη των ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων, προβαίνουν στην αγορά τους.

5.1 Καταναλωτή συμπεριφορά και ασφάλεια τροφίμων

Ένα πολύ σημαντικό εύρημα έχει σχέση με την αντίληψη του καταναλωτή σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων. Ένα πολύ σημαντικό ποσοστό των καταναλωτών, το **51%**, είναι **διατεθειμένο να πληρώσει παραπάνω για την αγορά τροφίμων αρκεί να είναι σίγουρο ότι αυτά είναι ασφαλή**. Και επίσης οι καταναλωτές στο συντριπτικό ποσοστό του 70% δεν δέχονται να διακινδυνεύσουν για την ασφάλεια των τροφίμων με αντάλλαγμα τη χαμηλή τιμή.

Σημαντικό, επίσης, είναι το εύρημα που αφορά την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι καταναλωτές στα τρόφιμα που αγοράζουν από παραγωγούς τους οποίους γνωρίζουν –προσωπική εμπιστοσύνη-, εύρημα που μπορεί να αξιοποιηθεί από ομάδες παραγωγών για απευθείας επικοινωνία και εμπορική συναλλαγή με τους καταναλωτές.

Στον αντίποδα, μόνο ένα ποσοστό της τάξης του 29% εκφράζει σιγουριά για την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζει από τα Σούπερ Μάρκετ, συνεχίζει όμως να αγοράζει από τα Σουπερ Μάρκετ γιατί σε ποσοστό 44% θεωρεί ότι απολαμβάνει καλύτερες τιμές.

Γενικότερα οι καταναλωτές προσπαθούν να προβαίνουν στην αγορά τροφίμων κατόπιν σκέψης και με σύνεση. Παρ' όλα αυτά εναποθέτουν, κατά κάποιον τρόπο, την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν στα χέρια άλλων, αφού δείχνουν υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης στους τοπικούς εμπόρους ή στους παραγωγούς που γνωρίζουν.

Και αυτή η γνωριμία λειτουργεί ως πιστοποίηση της ασφάλειας των προϊόντων. Ίσως γι' αυτό το λόγο οι μισοί περίπου καταναλωτές δεν θα ήθελαν να πληρώσουν παραπάνω για την τυπική πιστοποίηση των προϊόντων.

Παρ' όλα αυτά το ποσοστό του 48% των καταναλωτών που είναι διατεθειμένο να πληρώσει παραπάνω για πιστοποιημένα τρόφιμα είναι ένα πολύ σημαντικό ποσοστό αν αξιοποιηθεί κατάλληλα από το marketing των επιχειρήσεων τροφίμων.

5.2 Η άποψη των καταναλωτών για τα ΠΟΠ-ΠΓΕ

Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προϊόντα Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ).

Περίπου οι μισοί καταναλωτές δεν γνωρίζουν τους όρους ΠΟΠ και ΠΓΕ.

Η γνώση αυτών των όρων ήταν πιο διαδεδομένη μεταξύ ατόμων ηλικίας 30 + χρόνων, καθώς και στα μεσαία και υψηλότερα εισοδήματα. Η αναγνώριση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ γίνεται από όλους τους καταναλωτές από την ετικέτα των συγκεκριμένων προϊόντων.

Η χρήση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ είναι διαδεδομένη μεταξύ των καταναλωτών. Το γεγονός ότι ένα προϊόν είναι ΠΟΠ -ΠΓΕ λειτουργεί ως εγγύηση για την ποιότητα και τη γεύση τους.

Είναι σαφές ότι οι καταναλωτές δείχνουν την προτίμηση τους στα προϊόντα ΠΟΠ - ΠΓΕ σε σχέση με τα τρόφιμα χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ η ΠΓΕ, ενώ ένας στους δύο είναι διατεθειμένος να πληρώσει κατά μέσο όρο 9% παραπάνω για την αγορά αυτών των προϊόντων.

5.3 Σύνοψη βασικών διαπιστώσεων –Προτάσεις

Όπως ήταν αναμενόμενο η βιαιότητα με την οποία η οικονομική κρίση ενέσκηψε στην ελληνική κοινωνία, ανάγκασε τα νοικοκυριά να επανασχεδιάσουν τον οικογενειακό προϋπολογισμό λαμβάνοντας υπόψη τους τα νέα δεδομένα.

Ένα μεγάλο μέρος των καταναλωτών, το 70% είτε μείωσε αναλογικά τις αγορές τροφίμων, είτε έκοψε από άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσει τρόφιμα.

Είναι φανερό ότι τα νέα δεδομένα άλλαξαν και τις στρατηγικές marketing της βιομηχανίας τροφίμων, η οποία τώρα πρέπει να επανασχεδιάσει τη στρατηγική της λαμβάνοντας υπόψη της τα νέα δεδομένα.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που προσπαθήσαμε να απαντήσουμε με την παρούσα εργασία μπορούν να αξιοποιηθούν από τη βιομηχανία τροφίμων για προσαρμογή των εμπορικών πολιτικών στο νέο ανταγωνιστικότερο περιβάλλον, αλλά και να αποτελέσουν τη βάση για περαιτέρω έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά των καταναλωτών στον κλάδο των τροφίμων.

Τα βασικά ερωτήματα που η έρευνα προσπάθησε να απαντήσει ήταν:

- Οι καταναλωτικές τάσεις σε περίοδο οικονομικής ύφεσης και κρίσης, σχετικά με τα προϊόντα διατροφής.
- Η αντίληψη των καταναλωτών για τις διάφορες κατηγορίες ποιοτικών τροφίμων.
- Η γνώση των καταναλωτών για τα πιστοποιημένα τρόφιμα και πως αυτή επηρεάζει την αγοραστική τους απόφαση.
- Επιπλέον, να διαπιστωθεί κατά πόσο ο τρόπος παραγωγής, τα συστήματα ποιότητας και οι πιστοποιήσεις, μπορούν να αποτελέσουν στοιχείο διαφοροποίησης και εργαλείο για τη δημιουργία στρατηγικού πλεονεκτήματος.

Προσπαθώντας να συνοψίσουμε τα κύρια συμπεράσματα της έρευνας καταλήγουμε στα παρακάτω.

Το 92% των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσε ότι έχει υποστεί μείωση εισοδήματος τα τελευταία τρία χρόνια.

Το 70% των ερωτηθέντων είτε μείωσε αναλογικά τις αγορές τροφίμων, είτε έκοψε από άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσει τρόφιμα.

Για περίπου 1 στους 2 ερωτώμενους δήλωσε ότι άλλαξε τα κριτήρια αγοράς τροφίμων, με πιο ενδεικτικά αποτελέσματα την αύξηση της σημαντικότητας της **τιμής** και την **περαιτέρω μείωση της σημαντικότητας της μάρκας, οι καταναλωτές εμφανίζονται περισσότερο ευαίσθητοι σε θέματα τιμής.**

Σε δεύτερο επίπεδο μπορούμε να διακρίνουμε την αύξηση της τάσης προτίμησης ελληνικών και ειδικότερα τοπικών προϊόντων.

Παρ'όλα αυτά η οικονομική κρίση (2009 και μετά) επηρέασε αρνητικά τη Βιομηχανία Τροφίμων, αλλά σε μικρότερο βαθμό σε σχέση με τους υπόλοιπους κλάδους της Μεταποίησης,

εξαιτίας της ανελαστικής ζήτησης και του περιορισμού εξάρτησης από τις τιμές των καυσίμων (πτώση -2,4% το 2011, έναντι -8,6% των άλλων κλάδων μεταποίησης).

5.4 Απόψεις για θέματα ασφάλειας και ποιότητας

Οι πιστοποιήσεις ποιότητας και η απαλλαγή από φυτοφάρμακα θεωρούνται από τους καταναλωτές χαρακτηριστικά τα οποία είναι απαραίτητα προκειμένου να χαρακτηρίσουν ένα τρόφιμο ποιοτικό, εντούτοις, η διαδικασία παραγωγής της Ολοκληρωμένης διαχείρισης που εξασφαλίζει τις παραπάνω ιδιότητες είναι άγνωστη στους περισσότερους καταναλωτές και μόνο το 8% γνωρίζει την ύπαρξη της μεθόδου που εξασφαλίζει ασφαλή τρόφιμα.

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι οι καταναλωτές παρ'όλο που σε συντριπτικό ποσοστό προκρίνουν την κατανάλωση ποιοτικών προϊόντων δεν μπορούν να τα αναγνωρίσουν στο ράφι του Σούπερ Μάρκετ και όχι βέβαια με δική τους ευθύνη.

Το 20 % των ερωτηθέντων δεν μπορούν να αναγνωρίσουν τα βιολογικά τρόφιμα.

Είναι σημαντικό ότι ακόμα και εκείνοι οι οποίοι δεν θεωρούν σημαντική την ύπαρξη των ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ προϊόντων, προβαίνουν στην αγορά τους.

Η άποψη των καταναλωτών για τα προϊόντα Προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (ΠΟΠ) και Προϊόντα Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης (ΠΓΕ)

Περίπου οι μισοί καταναλωτές δεν γνωρίζουν τους όρους ΠΟΠ και ΠΓΕ.

Η γνώση αυτών των όρων ήταν πιο διαδεδομένη μεταξύ ατόμων ηλικίας 30 + χρόνων, καθώς και στα μεσαία και υψηλότερα εισοδήματα.

Η αναγνώριση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ γίνεται απ'όλους τους καταναλωτές από την ετικέτα των συγκεκριμένων προϊόντων.

Η χρήση των προϊόντων ΠΟΠ - ΠΓΕ είναι διαδεδομένη μεταξύ των καταναλωτών.

Το γεγονός ότι ένα προϊόν είναι ΠΟΠ -ΠΓΕ λειτουργεί ως εγγύηση για την ποιότητα και τη γεύση τους.

Είναι σαφές ότι οι καταναλωτές δείχνουν την προτίμηση τους στα προϊόντα ΠΟΠ - ΠΓΕ σε σχέση με τα τρόφιμα χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ η ΠΓΕ, ενώ ένας στους δύο είναι διατεθειμένος να πληρώσει κατά μέσο όρο 9% παραπάνω για την αγορά αυτών των προϊόντων.

5.5 Προτάσεις

Από τα στοιχεία της έρευνας αλλά και από έρευνες που έχουν γίνει στο παρελθόν (έρευνα του European Food Safety Authority-EFSA), τα θέματα της ασφάλειας των τροφίμων παίζουν κυρίαρχο ρόλο στα κριτήρια επιλογής τροφίμων.

Ακόμη και σε περίοδο οικονομικής κρίσης, το 51% των καταναλωτών δηλώνουν ότι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερο προκειμένου να είναι σίγουροι ότι το προϊόν που αγοράζουν είναι ασφαλές.

Το οξύμωρο εδώ είναι ότι οι καταναλωτές σχεδόν αγνοούν τα προϊόντα της Ολοκληρωμένης διαχείρισης, προϊόντα πιστοποιημένα και ασφαλή αλλά μη αναγνωρίσιμα από τους καταναλωτές λόγω λαθεμένης επικοινωνιακής πολιτικής σήμανσης τόσο των πιστοποιητικών φορέων όσο και των δικτύων του λιανεμπορίου.

Οι καταναλωτές αναγνωρίζουν ως ασφαλή μόνο τα προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας, τα όποια όμως καλύπτουν ένα μικρό τμήμα της αγοράς (niche market).

Επίσης, σημαντική για τους καταναλωτές είναι η «**τοπικότητα**», προτιμούν τα προϊόντα των οποίων την προέλευση γνωρίζουν, στην περίπτωση δε που η προέλευση των προϊόντων είναι ελληνική τότε αυξάνεται η πιστότητα των καταναλωτών στα προϊόντα αυτά.

Συνοψίζοντας πιστεύουμε ότι έχει γίνει σαφές ότι παρά την οικονομική κρίση η βιομηχανία τροφίμων διατηρεί σε μεγάλο βαθμό τα μερίδια της σε σχέση με τους άλλους τομείς της μεταποίησης.

Επίσης, η **ασφάλεια των τροφίμων** και η **τοπικότητα** μπορούν να αποτελέσουν σημαντικά εργαλεία διαφοροποίησης και κτισίματος στρατηγικής καταναλωτικής αφοσίωσης (behavioral loyalty).

Τα παραπάνω αποτελούν μεγάλη ευκαιρία για επιχειρήσεις τροφίμων της περιφέρειας στον ανταγωνισμό τους με τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες του κλάδου, αρκεί να αποκτήσουν μια ολοκληρωμένη στρατηγική marketing και την κατάλληλη επικοινωνιακή πολιτική για τα προϊόντα τους, πολιτική που όπως φαίνεται σήμερα απουσιάζει.

Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Το θέμα που προσπαθήσαμε να προσεγγίσουμε στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι τεράστιο και με μεγάλη σημασία τόσο για την ελληνική βιομηχανία τροφίμων όσο και για την ελληνική οικονομία γενικότερα.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις τροφίμων είναι στη συντριπτική τους πλειονότητα μικρομεσαίες, και επειδή τους είναι αδύνατον να ανταγωνιστούν τις πολυεθνικές επιχειρήσεις του χώρου στον τομέα του κόστους και της τιμής, πρέπει να διαφοροποιηθούν.

Η τοπικότητα και η ασφάλεια των τροφίμων όπως κατέδειξε και η παρούσα έρευνα είναι έννοιες αλληλένδετες στο μυαλό του καταναλωτή.

Παρ' όλα αυτά ο καταναλωτής δυσκολεύεται να αναγνωρίσει και βρίσκεται σε σχετική σύγχυση σχετικά με την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων.

Είναι λοιπόν ευκαιρία σε μία περίοδο που τα διατροφικά σκάνδαλα είναι σε έξαρση για άλλη μια φορά, (ανάμιξη κρέατος αλόγου με μοσχαρίσιο, ανακοινώσεις της Greenpeace για υπολείμματα φυτοφαρμάκων σε φρούτα και λαχανικά), οι επιχειρήσεις επενδύοντας σε θέματα ποιότητας και ασφάλειας να διαφοροποιηθούν από τον ανταγωνισμό.

Τα θέματα που θα μπορούσαν να διερευνηθούν περαιτέρω είναι ποια **κριτήρια** εξετάζει ο καταναλωτής, ποιες είναι οι σημάνσεις και κάτω από ποιες προϋποθέσεις θα ήταν σίγουρος για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

1. **Ανθοπούλου Θ.** (2013), Περί εντοπιότητας και ιδιοτυπίας των τροφίμων, Εκδο. Παπαζήση, 1^η Έκδοση, Αθήνα
2. IOBE (2011), Έκθεση για την ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών, Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα
3. Κανονισμός (Ε.Κ.) 178/2002 , Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, τομ. L31/1, 1.2.2002
4. Λευκό Βιβλίο για την ασφάλεια των Τροφίμων. Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων Βρυξέλες, IP/00/20, 12/01/2000.
5. **Μπαλτάς Γ., Παπασταθοπούλου Π.** (2003), Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αρχές, Στρατηγικές, Εφαρμογές, Εκδ. Rosili, 1^η Έκδοση, Γέρακας Αττική
6. Οδηγία 93/43/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 14^{ης} Ιουνίου 1993 για την υγιεινή των τροφίμων, Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 175 της 19/07/1993 σ. 0001 - 0011
7. **Σιώμκος Ι. Γ.** (2002), Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ, Εκδ. Σταμούλη, 2^η Έκδοση, Αθήνα
8. **Φωτόπουλος Χ.**, (2000), Βιολογική Γεωργία: Κόστος, Αποδοτικότητα, Ανάλυση Αγοράς & Στρατηγικές Marketing, Εκδ. Σταμούλης, 2^η Έκδοση, Αθήνα
9. **Φωτόπουλος Χ., Κρυστάλλης Α.** (2002), Διαχρονική Εξέλιξη Συμπεριφοράς Καταναλωτή και Ποιοτικές Έρευνες Marketing, Εκδ. Σταμούλη, 1^η Έκδοση, Αθήνα
10. **Φωτόπουλος Χ., Κρυστάλλης Α.** (2003), Ο Έλληνας Καταναλωτής Βιολογικών Προϊόντων: Μία Πανελλήνια Έρευνα Marketing, Εκδ. Σταμούλης, 1^η Έκδοση, Αθήνα
11. **Χαρδούβελης Α. Γ., Calomiris W.C., Ο' Neill J., Ξαφά Μ., Σακελλάρης Π., Ράπανος, Θ.Β., Καπλάνογλου Γ., Ορφανίδης Α., Τριδήμας Τ., Mayer T,**

- Collignon S., Buiter H. W., Rahbari E., Καραμούζης Β.Ν.**, (2011), Από Την Διεθνή Κρίση στην Κρίση της Ευρωζώνης και της Ελλάδας: Τι μας επιφυλάσσει το μέλλον; , Εκδ. Α.Α. Λιβάνη, 1^η Έκδοση, Αθήνα
12. **Χρυσόχου Π., Giraud G., Χρυσοχοϊδης Γ.**, Εφαρμογή του μοντέλου του Dirichlet στα παραδοσιακά τρόφιμα. Κατά πόσο επηρεάζουν οι ετικέτες ποιότητας την αφοσίωση των καταναλωτών; 9^ο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας (2008)
13. **Aurier P. , Siriex L.** (2010), Marketing Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων: Οι Ιδιαιτερότητες του Κλάδου Στρατηγικές – Προγράμματα Δράσης, Εκδ. Προπομπός, 1^η Έκδοση, Αθήνα
14. **Dermot McAleese.**, (2005), Οικονομική για Επιχειρησιακές Σπουδές, Τυπωθήτω, Αθήνα

Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

1. **Aaker A. D., Kumar V. and Day G. S.**, Marketing Research, John Wiley & Sons Publishers, 6th Edition, 1998.
2. **Bennett P. D.** ed. (1995), Dictionary of Marketing Terms, 2nd Edition, Chicago: American Marketing Association
3. GLOBALG.A.P. FACTS + FIGURES. (2008).
4. **Fort F. and Rstoin J-L** (2009) “Marchés agroalimentaires, choix du consommateur et stratégies d’entreprises fondées sur le territoire: Le modèle européen des indications géographiques”, στο Tekelioglou Y. Ilbert H. and Tozani S. (eds), Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens. Montpellier: CIHEM/IAMM – Options Méditerranéennes, Σειρά A (89): 155-171
5. **Goodman D.** (2003) “The quality turn and alternative food practices: reflections and agenda”, *Journal of Rural Studies*, 19: 1-7

6. **Jaffee, S., Masakure, O.**, (2005). “Strategic use of private standards to enhance international competitiveness: Vegetable exports from Kenya and elsewhere” *Food Policy*, 30, pp. 316-333.
7. **Hatanaka, M., Busch, L.**, (2008). Third – Party Certification in the Global Agrifood System: An Objective or Socially Mediated Governance Mechanism?. *Journal Compilation*, 48(1), pp. 73-91.
8. **Hawkins D. I., R. J. Best and K.A. Coney** (2001), *Consumer Behaviour – Building Marketing Strategy*, 8th international edition, Irwin / McGraw-Hill, pp. 5-31
9. **Maslow, A.** *Motivation and Personality*. New York:Harper,1943
10. **Howard J. and Sheth J (1969)**, *The Theory of Buyer Behaviour*, New York: John Wiley & Sons
11. **Jacoby J.** (1976), “Consumer Psychology: An Octennium” in P. Mussen and M. Rosenzweig (eds.), *Annual Review of Psychology*, 27, pp. 331 - 358
12. **Martinez, M.G., Poole, N.**, (2004). The development of private fresh produce safety standards: implication for developing Mediterranean exporting countries. *Food Policy*, 29, pp. 229-255.
13. **Pilgrim F. J.** (1957), “The Components of Food Acceptance and their Measurement“, *American Journal of Clinical Nutrition*, 5, pp. 171-175
14. **Shepherd R.** (1989), *Factors Influencing Food Preference in: Handbook of the Psychophysiology of the Human Eating*, Shepherd R. (ed.) John Wiley and Sons Ltd. London
15. **Steenkamp J. E.** (1996) *Dynamics in Consumer Behavior with Respect to Agricultural and Food Products in: Agricultural Marketing and Consumer Behavior in a Changing World*, Wierenga B, vanTilburg, A, Grunert, K, Steenkamp J, and Webel M. (eds.) Kluwer Academic Publishers, London.
16. **Trienekens, J., Zuurbier, P.**, (2008). Quality and safety standards in the food industry, developments and challenges. *Production Economics*, 113, pp. 107-122.
17. *Navigating the New Consumer Realities, consumer sentiment 2011*, The Boston Consulting Group, June 2011
18. **Yudkin J.** (1956), “Man’s Choice Of Food”, *Lancet*, I, pp. 645 – 649

19. **Von Alvensleben R.** (1997), Consumer Behavior in: Agro-food Marketing, Padberg
D.I. Ritson C. and Albisu L.M. (eds.) CAB International, N.Y.

Ηλεκτρονικές πηγές

1. Βιομηχανία Τροφίμων:

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/index_el.htm

2. Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία:

<http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>

3. Εφημερίδα Καθημερινή

http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economyepix_1_20/12/2012_505564

4. Κοινή Γεωργική Πολιτική:

http://ec.europa.eu/agriculture/cap-overview/2012_el.pdf

5. BRC Global Standards

<http://www.brcglobalstandards.com/>

6. European Commission:

http://ec.europa.eu/index_en.htm

7. European Food and Safety Authority

http://www.efet.gr/images/efet_res/docs/EFSA/press_efsa.pdf

8. Food and Agriculture Organization of the United Nations:

http://www.fao.org/index_en.htm

9. GlobalG.A.P.

http://www.globalgap.org/uk_en/

10. Over view of the CAP Health Check and the European Economic Recovery Plan

Modification of the RDPs:

http://ec.europa.eu/agriculture/healthcheck/index_en.htm

11. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

<http://www.oecd.org/about/>

12. Agricultural Market Information System (AMIS) - Enhancing Market Transparency

<http://www.oecd.org/tad/agricultural-trade/agriculturalmarketinformationsystemamis-enhancingmarkettransparency.htm>

13. Tesco Product testing:

<http://tescofoodnews.com/product-testing/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Πολιτικές για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων.

Εισαγωγή

Ο Αγροτοδιατροφικός τομέας έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ευρωπαϊκή Οικονομία.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) είναι ο δεύτερος εξαγωγέας αγροτικών προϊόντων στον κόσμο μετά τις ΗΠΑ.

Η Ευρωπαϊκή Βιομηχανία Μεταποίησης Αγροτικών Προϊόντων είναι η μεγαλύτερη στον κόσμο και ο τρίτος εργοδότης στο χώρο της Βιομηχανίας, ενώ οι ευρωπαίοι καταναλωτές είναι οι καλύτερα ενημερωμένοι και οργανωμένοι και έχουν διαρκώς μεγαλύτερες απαιτήσεις σχετικά με την ποιότητα των τροφίμων, απαιτήσεις που οι αγρότες και οι άλλοι επαγγελματίες του χώρου δεν μπορούν να αγνοούν.

(http://ec.europa.eu/agriculture/capexplained/index_el.htm)

Διεθνές Περιβάλλον για την Ασφάλεια και την Ποιότητα των Τροφίμων

Σε παγκόσμιο επίπεδο και στα πλαίσια του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών ο οργανισμός για την παγκόσμια υγεία – World Health Organization (WHO), ο οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας – Food and Agricultural Organization (FAO) και ο οργανισμός για το παγκόσμιο εμπόριο – World Trade Organization (WTO) συμφώνησαν για τα ζητήματα της ασφάλειας των τροφίμων. Το αποτέλεσμα αυτής της συνεργασίας ήταν ο Codex Alimentarius.

Σκοπός του Codex Alimentarius είναι η προστασία της δημόσιας υγείας και η ασφάλεια των τροφίμων.

Η εφαρμογή του Codex Alimentarius έχει συμβάλει αποφασιστικά στην προστασία της υγείας των καταναλωτών σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και στην ανάπτυξη του παγκόσμιου εμπορίου τροφίμων γιατί καθιέρωσε διεθνώς κοινά αποδεκτά standards για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων.

Το Codex Alimentarius έχει γίνει αποδεκτό και εφαρμόζεται από 171 χώρες οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 98% του παγκόσμιου εμπορίου (www.fao.org).

Πολιτικές της ΕΕ για την Ασφάλεια των Τροφίμων

Η Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ), η πρώτη κοινή πολιτική της κοινότητας είχε στόχο να καλύψει την τεράστια έλλειψη τροφίμων σε μια κατεστραμμένη από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο Ευρώπη. Κατά τη δεκαετία του 1970, η κοινότητα πέτυχε το στόχο που με την ίδρυσή της είχε θέσει. Η κοινότητα όχι μόνο είχε επιτύχει να είναι αυτάρκης στα περισσότερα αγροτικά προϊόντα αλλά και να δημιουργήσει τεράστια αποθέματα, από μία εξόχως εντατική και παραγωγική γεωργία.

Η εντατικοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας σε συνδυασμό με την ολοένα και αυξανόμενη χρήση των εισροών (φυτοφαρμάκων, λιπασμάτων, ορμονών κλπ) έφεραν στην επιφάνεια μια σειρά από διατροφικές κρίσεις.

Η συνεχιζόμενη εντατικοποίηση της αγροτικής παραγωγής δημιούργησε τεράστια προβλήματα όχι μόνο στο περιβάλλον, αλλά και στο χρήστη – αγρότη, καλλιεργητή ο οποίος είναι εκτεθειμένος σε χημικές ουσίες επικίνδυνες για την υγεία του.

(http://ec.europa.eu/agriculture/healthcheck/index_en.htm)

Τα παραπάνω προβλήματα έφεραν στο φως τα όρια της Κοινοτικής και Εθνικής Νομοθεσίας, οι οποίες παρουσίαζαν κενά. Με στόχο την κάλυψη των κενών, που δημιούργησαν οι νέες συνθήκες παραγωγής, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε το 1997 την Πράσινη Βίβλο που αναφέρει τις γενικές αρχές της νομοθεσίας για τα τρόφιμα στην ΕΕ και η οποία αποτέλεσε την απαρχή ευρύτατου προβληματισμού γύρω από την ισχύουσα νομοθεσία για τα τρόφιμα.

ΑΤΖΕΝΤΑ 2000

Η μεταρρύθμιση σταθμός που καθορίζει το μέλλον του Αγροτικού τομέα και την ανάπτυξη της Υπαίθρου στην ΕΕ είναι η μεταρρύθμιση της ΚΑΠ στο πλαίσιο της Ατζέντας 2000, καθώς ορίζει την **Ασφάλεια και την Ποιότητα των Τροφίμων** ως πρωταρχικό στόχο της ΕΕ μέσα στα πλαίσια της αειφόρου αγροτικής ανάπτυξης. Γίνεται σαφές ότι έχει υπάρξει μια μεγάλη στροφή από την ποσοτική στην ποιοτική γεωργία.

Στόχοι της Νέας Πολιτικής

Οι γενικοί στόχοι της νέας πολιτικής για την ασφάλεια των τροφίμων είναι οι εξής:

- Εξασφάλιση υψηλού επιπέδου της υγείας των ανθρώπων, μέσω της αύξησης των ελέγχων σε όλο το μήκος της τροφικής αλυσίδας.
- Τοποθέτηση της ποιότητας ως κυρίου μελήματος παραγωγής.

Τι εννοούμε όμως όταν λέμε ποιότητα στα τρόφιμα;

Η έννοια της ποιότητας διακρίνεται σε δύο επίπεδα:

1. Αφενός η μη διαπραγματεύσιμη ποιότητα που αφορά την ασφάλεια της διατροφής μας και τις απαιτήσεις στον τομέα της προστασίας του περιβάλλοντος των ζωικών και φυτικών ειδών.
 2. Και αφετέρου τη σχετική ή υποκειμενική ποιότητα που καθιστά ένα τρόφιμο μοναδικό ως προς τη γεύση, την εμφάνιση, το άρωμα.
- Αποκατάσταση εμπιστοσύνης των καταναλωτών.
Για την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών η ασφάλεια των τροφίμων ενισχύεται με τις πιο αυστηρές διαδικασίες παρακολούθησης και ελέγχου. Οι καταναλωτές απαιτούν και πρέπει να διαθέτουν σαφείς και ακριβείς πληροφορίες για την ποιότητα, τον τόπο και τον τρόπο παραγωγής των τροφίμων.

Στόχος της παραγωγής σύμφωνα με τις αρχές και τις διαδικασίες που προβλέπουν τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας είναι η διασφάλιση της ποιότητας και της υγιεινής των τροφίμων από το χωράφι έως το πιάτο του καταναλωτή.

Στα πλαίσια εφαρμογής όλων των παραπάνω, το 2002 άρχισε η εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΚ) 178/2002 που καθορίζει 5 βασικές αρχές που υπερισχύουν όλων των διατάξεων στον τομέα της Αγροτικής Παραγωγής και της ασφάλειας των τροφίμων.

- Επιβάλλεται ο ολοκληρωμένος χαρακτήρας της τροφικής αλυσίδας.

- Η ανάλυση του κινδύνου είναι ακρογωνιαίος λίθος της πολιτικής για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Όλες οι επιχειρήσεις τροφίμων έχουν ευθύνη για την ποιότητα των προϊόντων που εισάγουν, παρασκευάζουν, μεταποιούν ή διανέμουν.
- Η ανιχνευσιμότητα (traceability) των προϊόντων καθιερώνονται σε όλα τα στάδια της διατροφικής αλυσίδας δηλαδή οι γεωργικές επιχειρήσεις, οι αγροτικοί συνεταιρισμοί κ.λπ. πρέπει να είναι σε θέση να εντοπίζουν και να παρακολουθούν την πορεία των προϊόντων τους.
- Οι πολίτες έχουν δικαίωμα σε σαφή και ακριβή πληροφόρηση για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων.

Απαιτήσεις του Λιανεμπορίου σχετικά με την Ασφάλεια και την Ποιότητα

Παράλληλα με τους διεθνείς οργανισμούς, την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις Εθνικές Κυβερνήσεις, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής και εμπορίας τροφίμων προχώρησαν στην καθιέρωση ιδιωτικών κανόνων και προτύπων βάσει των οποίων οι παραγωγοί είναι υποχρεωμένοι να καλλιεργούν ή να εκτρέφουν ζώα, εάν επιθυμούν να διαθέσουν τα προϊόντα τους στις μεγάλες αλυσίδες του λιανεμπορίου (Super Markets) της Ευρώπης.

Συστήματα Διαχείρισης Ασφάλειας και Ποιότητας Τροφίμων

Τα περισσότερο διαδεδομένα συστήματα ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων διεθνώς, είναι το σύστημα διαχείρισης της ποιότητας της σειράς ISO (International Organization for Standardization) και το σύστημα διασφάλισης της ασφάλειας των τροφίμων HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Points).

Τα συστήματα αυτά, συμβάλουν στη διοίκηση και διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων από τη στιγμή που θα ξεκινήσει η αποθήκευση, τυποποίηση -μεταποίηση τους έως αυτά να φθάσουν στον καταναλωτή.

Πέραν όμως από τα διεθνώς καθιερωμένα συστήματα για τη διασφάλιση της ποιότητας αναπτύχθηκαν και μία σειρά από ιδιωτικά πρότυπα για τη διασφάλιση της ποιότητας και ασφάλειας των τροφίμων.

Τα ιδιωτικά πρότυπα εκτός από την κύρια αποστολή τους που είναι η διασφάλιση της ποιότητας και ασφάλειας των τροφίμων λειτουργούν και ως εργαλεία αξιολόγησης των επιχειρήσεων, που τα εφαρμόζουν από τις αλυσίδες του λιανεμπορίου, ενώ πολλές φορές λειτουργούν και ως εργαλεία αποκλεισμού προμηθευτών (market barriers).

Για το ρόλο των ιδιωτικών προτύπων στη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων, αλλά και στη διευκόλυνση του διεθνούς εμπορίου τροφίμων, υπάρχει πλούσια επιστημονική αρθρογραφία που παρουσιάζει και αναλύει τη σπουδαιότητα και τον ρόλο τους (Martinez M.G. and Pool N., 2004) (Jaffee S. and Masakure O., 2005) (Trienekens J. and Zuurbier P., 2007) (Hatanaka M. and Busch L., 2008).

Ιδιωτικά πρότυπα για την ποιότητα και ασφάλεια των τροφίμων.

BRC

Για τη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων, η Ένωση των Βρετανικών Super Markets (British Retail Consortium) εξέδωσε το 1998 το πρωτόκολλο BRC, με το οποίο είναι υποχρεωμένες να πιστοποιούνται οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να γίνουν προμηθευτές αγροτικών προϊόντων στις Βρετανικές αλυσίδες Super Market.

IFS

Επίσης η Ένωση Γερμανών Χονδρεμπόρων, εναρμονιζόμενη με τις απαιτήσεις για την ασφάλεια των τροφίμων δημιούργησε ιδιωτικό πρότυπο, το οποίο αποτελεί διαβατήριο για τις Γερμανικές αγορές, το πρότυπο αυτό είναι γνωστό ως International Food Standard (IFS).

EUREPG.A.P. – GLOBALG.A.P.

Το 1997 μια ομάδα αποτελούμενη από τα 13 μεγαλύτερα Ευρωπαϊκά Super Market δημιούργησαν το Euro- Retailers Produce Working Group (EUREP).

Το 1999 δημιούργησαν ένα πρωτόκολλο αποτελούμενο από κανόνες και ρυθμίσεις ορθής γεωργικής πρακτικής και περιβαλλοντικής διαχείρισης, το οποίο ονομάστηκε EUREPG.A.P. και τέθηκε άμεσα σε εφαρμογή.

Το EUREPG.A.P. είναι ένα σύνολο από διαδικασίες και κανόνες καλλιεργητικής τεχνικής, περιβαλλοντικής διαχείρισης, ασφάλειας τροφίμων (βάσει των αρχών του HACCP) και μέτρων προστασίας των εργαζομένων με στόχο την παραγωγή ασφαλών τροφίμων (EUREPG.A.P., 2001).

Το EUREPG.A.P. το 2008 μετονομάστηκε σε GLOBALG.A.P., εφαρμόζεται σε περισσότερες από 80 χώρες, ενώ περισσότεροι από 100 ανεξάρτητοι πιστοποιητικοί οργανισμοί παγκοσμίως έχουν διαπιστευτεί για την πιστοποίηση του προτύπου GLOBALG.A.P. (GLOBALG.A.P., 2008).

Οι ελληνικές επιχειρήσεις φρούτων και λαχανικών και οι Έλληνες παραγωγοί παρά την αρχική ολιγοπία τους προσαρμόστηκαν γρήγορα στα νέα δεδομένα με αποτέλεσμα η Ελλάδα να βρίσκεται στην τρίτη θέση ανάμεσα σε ογδόντα χώρες, όσον αφορά τον αριθμό των πιστοποιημένων παραγωγών με 7.189 παραγωγούς, με 1η την Ιταλία με 12.759 παραγωγούς, 2η την Ισπανία με 12.672 παραγωγούς, ενώ στην 4η και 5η θέση βρίσκονται η Γερμανία και η Ολλανδία με 7.189 και 5128 παραγωγούς αντίστοιχα (στοιχεία Οκτωβρίου 2007), (GLOBALG.A.P. FACTS + FIGURES, 2008).

«Tesco's Natures Choice»

Αρκετοί λιανοπωλητές δεν αρκούνται στα παραπάνω standards και έχουν προχωρήσει στην καθιέρωση επιπλέον απαιτήσεων προκειμένου να συνεργαστούν με παραγωγούς και εμπόρους τροφίμων.

Ειδικότερα μια από τις μεγαλύτερες αλυσίδες λιανεμπορίου της Μεγάλης Βρετανίας η Tesco παρ'όλο που συμμετέχει στην GLOBALG.A.P. απαιτεί τα φρούτα και λαχανικά που θα διακινηθούν μέσω των δικών της σημείων πώλησης να έχουν παραχθεί σύμφωνα με το πρωτόκολλο «Tesco's Natures Choice» (Tesco, 2004).

Παράλληλα με την εφαρμογή των προτύπων, την πιστοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας, τη μεταποίηση των προϊόντων, αρκετές αλυσίδες λιανοπωλητών επεμβαίνουν και στο επίπεδο των υπολειμμάτων των φυτοπροστατευτικών ουσιών στα φρούτα και τα λαχανικά θεσπίζοντας δικά τους Standards αυστηρότερα από τα ισχύοντα σε διάφορες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και

αφού προχωρήσουν σε αναλύσεις υπολειμμάτων ανεξάρτητες από τις αναλύσεις που έχουν προχωρήσει οι προμηθευτές τους ανακοινώνουν τα αποτελέσματα για την ενημέρωση των καταναλωτών (Marks and Spencer, 2004).

Επιπλέον οι γερμανικές αλυσίδες του λιανεμπορίου (Aldi, Kaufland, Rewe, Lidl, Metro, Edeka) εισήγαγαν από το 2007 αυστηρότερα standards για τα υπολείμματα των φυτοπροστατευτικών προϊόντων από αυτά που επιβάλλει η νομοθεσία.

Οι παραπάνω λιανεμπορικές αλυσίδες απαιτούν από τους προμηθευτές τους για τα φρούτα και λαχανικά που διακινούν:

- Τον εντοπισμό όχι περισσότερων από 5 δραστικών σε κάθε δείγμα
- Το άθροισμα των ευρημάτων των αναλύσεων να μην υπερβαίνει το 80% του αθροίσματος των MRL's και επίσης να ανιχνεύονται 5 δραστικές ουσίες.
- Να μην υπερβαίνουν τα ευρήματα των αναλύσεων το 70% του MRL's και επίσης να ανιχνεύονται 5 δραστικές.
- Η ανίχνευση των δραστικών ουσιών να μην υπερβαίνει το 33% του MRL's της δραστικής ουσίας.

Επίσης εκτός από τα MRL's λαμβάνεται υπόψη και ο δείκτης οξείας δόσης αναφοράς ARfD (Acute Reference Dosage). Είναι η εκτίμηση των υπολειμμάτων μιας δραστικής ουσίας στα τρόφιμα κατά τη διάρκεια μιας ημέρας χωρίς καμία δυσμενή επίδραση στην υγεία του καταναλωτή (Επικοινωνία με τμήματα διασφάλισης ποιότητας Super Market, 2008).

Super Market και Επιχειρήσεις Τροφίμων μέλη της GLOBALG.A.P.



Διάγραμμα 4.1:Ετικέτες Σούπερ Μάρκετ & Αλυσίδων Τροφίμων

Προϊόντα Ονομασίας Προελεύσεως και Γεωγραφικής Ένδειξης

Τι σημαίνει να είναι ένα προϊόν ΠΟΠ και ΠΓΕ

ΠΟΠ «ονομασία προέλευσης»: το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, μιας χώρας, το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή ενός γεωργικού προϊόντος ή ενός τροφίμου που κατάγεται από τη συγκεκριμένη περιοχή, τον συγκεκριμένο τόπο ή τη συγκεκριμένη χώρα, του οποίου η ποιότητα ή τα χαρακτηριστικά οφείλονται ουσιαστικά ή αποκλειστικά στο ιδιαίτερο γεωγραφικό περιβάλλον που περιλαμβάνει τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες, του οποίου η παραγωγή, η μεταποίηση και η επεξεργασία πραγματοποιούνται στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή

ΠΓΕ «γεωγραφική ένδειξη »: το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, μιας χώρας, το οποίο χρησιμοποιείται για την περιγραφή ενός γεωργικού προϊόντος ή ενός τροφίμου: που κατάγεται από την εν λόγω περιοχή, τον συγκεκριμένο τόπο ή την εν λόγω χώρα, του οποίου η συγκεκριμένη ποιότητα, η φήμη ή άλλα χαρακτηριστικά μπορούν να αποδοθούν στην εν λόγω γεωγραφική καταγωγή, του οποίου η παραγωγή ή/και η μεταποίηση ή/και η επεξεργασία πραγματοποιούνται στην οριοθετημένη γεωγραφική περιοχή.

Η αναγνώριση γεωργικών προϊόντων και τροφίμων ως ΠΟΠ και ΠΓΕ δίνουν στα προϊόντα τη δυνατότητα της διαφοροποίησης από παρόμοια προϊόντα που δεν διαθέτουν την πιστοποίηση ΠΟΠ-ΠΓΕ .

Οι παραγωγοί, ιδίως μειονεκτικών και απομακρυσμένων περιοχών έχουν τη δυνατότητα να προωθήσουν προϊόντα που παρουσιάζουν εξειδικευμένα χαρακτηριστικά, και να επιτύχουν καλύτερες τιμές στην αγορά.

Οι καταναλωτές κερδίζουν γιατί καταναλώνουν προϊόντα για τα οποία έχουν σαφείς και συνοπτικές πληροφορίες για την καταγωγή τους και αγοράζουν προϊόντα με εγγύηση ως προς την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά τους.

Είναι δυνατή η καταχώριση ή πιστοποίηση ΠΟΠ και ΠΓΕ γεωργικών προϊόντων ή τροφίμων που προορίζονται για ανθρώπινη κατανάλωση και που απαριθμούνται στο παράρτημα Ι της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και των τροφίμων που απαριθμούνται στο παράρτημα του Ι του [Καν \(ΕΚ\) 510/2006](#) του Συμβουλίου, καθώς και των γεωργικών προϊόντων που απαριθμούνται στο παράρτημα ΙΙ του Καν (ΕΚ) 510/20026 του Συμβουλίου.

Βιολογική Γεωργία

Η βιολογική καλλιέργεια στη χώρα μας ξεκίνησε το 1982 με την παραγωγή σταφίδας στην περιοχή του Αιγίου που προοριζόταν για εξαγωγή στην Ολλανδία. Το 1986 ακολούθησε βιολογική καλλιέργεια ελιάς για παραγωγή βρώσιμης ελιάς και ελαιολάδου για εξαγωγή και αργότερα καλλιέργεια εσπεριδοειδών, αμπέλου, δημητριακών, ακτινιδίου και βαμβακιού. Η παρακολούθηση και οι έλεγχοι γινόταν από αλλοδαπούς πιστοποιητικούς φορείς. Επίσημα

στατιστικά στοιχεία για την περίοδο 1982-1992 δεν υπάρχουν. Σύμφωνα με εκτιμήσεις περίπου 150 παραγωγοί καλλιεργούσαν συνολική έκταση 2000 στρεμμάτων.

Η εφαρμογή του Κανονισμού ΕΟΚ 2092/91 «περί βιολογικού τρόπου παραγωγής» όσον αφορά στις πιστοποιήσεις των βιολογικών προϊόντων (που υιοθετήθηκε από την ελληνική πολιτεία τον Αύγουστο του 1993) και του Κανονισμού 2078/92 όσον αφορά στις επιδοτήσεις (που υιοθετήθηκε από την ελληνική πολιτεία το 1996) συνετέλεσαν σε ραγδαίες εξελίξεις στη βιολογική γεωργία στη χώρα μας. Η ετήσια αύξηση των καλλιεργούμενων εκτάσεων ανήλθε σε ποσοστά μεταξύ 50 και 120% την περίοδο 1993-1998 για να πέσει σε ποσοστά μεταξύ 20-30% την περίοδο 1999-2000.

Ορισμοί

Καθώς η βιολογική γεωργία άρχισε να αναπτύσσεται και να εφαρμόζεται σε όλο και περισσότερες χώρες, αποτέλεσε επιτακτική ανάγκη ο εννοιολογικός προσδιορισμός της, ώστε να αποσαφηνιστεί τόσο για το καταναλωτικό κοινό, όσο και για τους ίδιους τους παραγωγούς. Στην προσπάθεια να συμπεριληφθούν οι διαφορετικές πτυχές, οι στόχοι και οι αρχές που υπηρετεί η βιολογική γεωργία αναπτύχθηκε ποικιλία ορισμών από διάφορους φορείς (διεθνείς οργανισμοί, μη κυβερνητικές οργανώσεις κ.λπ.).

Σύμφωνα με τον Codex Alimentarius *«Η βιολογική γεωργία είναι ένα ολιστικό σύστημα διαχείρισης και παραγωγής, το οποίο προωθεί και υποστηρίζει την υγεία του αγρο-οικοσυστήματος, συμπεριλαμβανομένης της βιοποικιλότητας, των βιολογικών κύκλων και της βιολογικής δράσης του εδάφους. Δίνει έμφαση στη χρήση ενδογενών μέσων διαχείρισης και όχι στην εισαγωγή εξωγενών, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι τοπικές συνθήκες απαιτούν συστήματα προσαρμοσμένα σε αυτές. Αυτό επιτυγχάνεται χρησιμοποιώντας αντί για συνθετικά μέσα, όπου είναι δυνατόν, γεωπονικές, βιολογικές και μηχανικές μεθόδους που ταυτόχρονα ικανοποιούν τις απαιτήσεις του οικοσυστήματος».*

[\(http://www.codexalimentarius.org/about-codex/en/\)](http://www.codexalimentarius.org/about-codex/en/)

Η Ευρωπαϊκή Ένωση με τον κανονισμό 2092/91 ορίζει τη βιολογική Γεωργία ως, *«ένα σύστημα διαχείρισης οικολογικής παραγωγής, το οποίο προωθεί και υποστηρίζει τη βιοποικιλότητα, τους βιολογικούς κύκλους και τη βιολογική δραστηριότητα του εδάφους. Είναι βασισμένο στην ελάχιστη*

χρήση εισροών και σε πρακτικές διαχείρισης που διατηρούν και υποστηρίζουν την οικολογική αρμονία. Οι βασικές οδηγίες για τη βιολογική παραγωγή βασίζονται στη χρήση υλικών και πρακτικών που υποστηρίζουν την οικολογική ισορροπία των φυσικών συστημάτων και ενσωματώνουν τα επιμέρους στοιχεία του αγροτικού συστήματος στο συνολικό οικοσύστημα».

Ενώ σύμφωνα με τον IFOAM «Η βιολογική γεωργία αποτελεί ένα σύστημα παραγωγής, το οποίο διατηρεί την υγεία του εδάφους, των οικοσυστημάτων και των ανθρώπων. Βασίζεται σε οικολογικές διαδικασίες, τη βιοποικιλότητα και τους βιολογικούς κύκλους που είναι προσαρμοσμένα στις τοπικές συνθήκες, παρά στη χρήση εισροών που έχουν δυσμενείς επιπτώσεις. Η βιολογική γεωργία συνδυάζει την παράδοση, την καινοτομία και την επιστήμη για να ωφελήσει το περιβάλλον και να διασφαλίσει τις δίκαιες συναλλαγές και μια καλή ποιότητα ζωής για όλους τους εμπλεκόμενους με αυτή».

http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/doa/index.html

Αρχές και Στόχοι

Οι αρχές και η φιλοσοφία που διέπει την βιολογική Γεωργία διαμορφώθηκαν και διατυπώθηκαν συστηματικότερα με την ίδρυση της Διεθνούς Ομοσπονδίας των κινήματων βιολογικής- IFOAM.

Οι αρχές επικεντρώνονται στην:

- Διατήρηση της γονιμότητας του εδάφους.
- Αποφυγή της ρύπανσης και μόλυνσης του περιβάλλοντος.
- Παραγωγή τροφίμων υψηλής βιολογικής αξίας.
- Μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης.
- Βελτίωση των συνθηκών ζωής και εξασφάλιση της αναγκαίας ποσότητας τροφίμων στην καθημερινή ζωή.
- Εξασφάλιση ικανοποιητικών αποδόσεων και αξιοπρεπούς εισοδήματος.
- Ανάπτυξη θετικής σχέσης με το περιβάλλον.

Με την πάροδο του χρόνου, η ανάγκη να συμπεριληφθούν επιπλέον πτυχές της βιολογικής γεωργίας οι προαναφερθείσες αρχές συμπληρώθηκαν με τις παρακάτω:

- Παραγωγή τροφίμων υψηλής θρεπτικής αξίας σε επαρκή ποσότητα.
- Αλληλεπίδραση με εποικοδομητικό και ζωτικό τρόπο με όλα τα φυσικά συστήματα.
- Ενθάρρυνση και επαύξηση της λειτουργίας των βιολογικών κύκλων στα γεωργικά συστήματα, συμπεριλαμβανομένων των μικροοργανισμών, της εδαφικής χλωρίδας και πανίδας, των φυτών και των ζώων.
- Διατήρηση και μακροπρόθεσμη αύξηση της γονιμότητας του εδάφους.
- Χρήση, όσο είναι δυνατό, ανανεώσιμων πηγών.
- Χρησιμοποίηση, όσο είναι δυνατό, υλικών και ουσιών που μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν ή να ανακυκλωθούν σε ένα αγρόκτημα ή οπουδήποτε αλλού.
- Εκτροφή των ζώων σε συνθήκες που να επιτρέπουν την ανάπτυξη των βασικών στοιχείων της έμφυτης συμπεριφοράς τους.
- Διατήρηση της γενετικής ποικιλομορφίας των γεωργικών οικοσυστημάτων, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας των φυτών και των άγριων ζώων.
- Εξασφάλιση ικανοποιητικών συνθηκών διαβίωσης, εργασίας και αμοιβής για τους παραγωγούς.

Σήμερα, η IFOAM έχει συνοψίσει όλες τις προαναφερθείσες αρχές σε τέσσερις άξονες, και συγκεκριμένα στην υγεία, την οικολογία, τη δίκαιη μεταχείριση και την μέριμνα. Παρακάτω περιγράφονται αναλυτικότερα οι άξονες αυτοί.

- **Υγεία.** Η υγεία κάθε ατόμου, αλλά και συνολικά της κοινωνίας, είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη διατήρηση της υγείας των οικοσυστημάτων. Η βιολογική γεωργία αποβλέπει όχι μόνο στη διατήρηση αλλά και στην επαύξηση της υγείας των οικοσυστημάτων και των οργανισμών και την ευημερία τους, μέσω της παραγωγής προϊόντων υψηλής διατροφικής αξίας. Στα πλαίσια αυτά, αποφεύγει τη χρήση λιπασμάτων, ζιζανιοκτόνων, φαρμάκων για τα ζώα και πρόσθετα τροφίμων που μπορεί να έχουν δυσμενείς επιπτώσεις στην υγεία.

- **Οικολογία.** Η βιολογική γεωργία πρέπει να βασίζεται σε ζωντανά οικολογικά συστήματα, να συνεργάζεται με αυτά και να συμβάλει στη διατήρησή τους. Η βιολογική παραγωγή πρέπει να βασίζεται σε οικολογικές διαδικασίες και σε μηχανισμούς ανακύκλωσης, ώστε η σίτιση και η ευημερία να επιτυγχάνονται μέσω της οικολογικής μεταχείρισης του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο πραγματοποιείται η διαδικασία παραγωγής. Η βιολογική διαχείριση των οικοσυστημάτων πρέπει να είναι προσαρμοσμένη στις τοπικές συνθήκες και να περιορίζει τη χρήση εισροών, μέσω της επαναχρησιμοποίησης τους και την ανακύκλωση. Επιπλέον, πρέπει να προασπίζει τη διατήρηση του φυσικού τοπίου, του κλίματος, της βιοποικιλότητας και των φυσικών πόρων.
- **Δίκαιη μεταχείριση.** Η βιολογική γεωργία πρέπει να διασφαλίζει τη δίκαιη μεταχείριση που αφορά στο περιβάλλον και τις ευκαιρίες διαβίωσης, παρέχοντας σε όλους όσους εμπλέκονται στον κλάδο (παραγωγούς, μεταποιητές, εμπόρους, καταναλωτές κλπ.) καλή ποιότητα ζωής, και σε όλο το κοινωνικό σύνολο επάρκεια τροφής και εξάλειψη της ανέχειας. Με αυτό το γνώμονα, η χρήση των φυσικών και περιβαλλοντικών πηγών για παραγωγή και κατανάλωση θα πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κοινωνικά και οικολογικά δίκαιη.
- **Μέριμνα.** Η βιολογική γεωργία θα πρέπει να ασκείται με τέτοιο τρόπο ώστε να διαφυλάττει την υγεία και ευημερία των μελλουσών γενεών και του περιβάλλοντος. Η πρόληψη και η υπευθυνότητα αποτελούν τους βασικούς κανόνες για την λήψη αποφάσεων που αφορούν στη διαχείριση, ανάπτυξη, και τεχνολογία για τη βιολογική γεωργία. Παράλληλα όμως, οι αποφάσεις που λαμβάνονται στα πλαίσια της βιολογικής γεωργίας θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν και τις αξίες όλων όσων επηρεάζονται από αυτές μέσα από διαφανείς και συμμετοχικές διαδικασίες.

http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/doa/index.html

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Βιομηχανία Τροφίμων

Εισαγωγή

Οι μεταβολές στις καταναλωτικές συνήθειες έχουν άμεση επίπτωση στην πορεία και την ανάπτυξη της βιομηχανίας τροφίμων.

Αλλά και η βιομηχανία τροφίμων με τις ενέργειες της, προσπαθεί να επηρεάσει και σε πολλές περιπτώσεις να διαμορφώσει τις καταναλωτικές τάσεις είτε με την προώθηση νέων τροφίμων ή ακόμα και νέων καταναλωτικών συμπεριφορών και τάσεων.

Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών είναι ένας από τους πιο σημαντικούς και δυναμικούς βιομηχανικούς τομείς της Ευρωπαϊκής οικονομίας.

Αποτελείται από περίπου 310.000 επιχειρήσεις και προσφέρει απασχόληση σε πάνω από 4 εκατ. άτομα.

Ο τομέας της βιομηχανίας τροφίμων είναι ένας από τους μεγαλύτερους και πιο σημαντικούς τομείς παραγωγής στην Ευρώπη. Είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος (μετά των μετάλλων) στη μεταποιητική βιομηχανία, με ποσοστό 14,5% στον κύκλο εργασιών του κλάδου της μεταποίησης στην ΕΕ των 27 (€ 917 δις). Η απασχόληση στον κλάδο των τροφίμων αντιπροσωπεύει περίπου το 14% του συνολικού μεταποιητικού τομέα.
(http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/index_el.htm)

Ο Ρόλος της Βιομηχανίας Τροφίμων στην Ευρωπαϊκή οικονομία.

Ο τομέας των τροφίμων με ετήσιο κύκλο εργασιών άνω των €900δισ, αποτελεί βασικό εξαγωγέα και διοχετεύει αμέτρητα τελικά προϊόντα σε εξαιρετικά ανταγωνιστικές εγχώριες και διεθνείς αγορές.

Ωστόσο, η βιομηχανία τροφίμων χαρακτηρίζεται από κατακερματισμό. Υπάρχουν λίγες ευρωπαϊκές πολυεθνικές εταιρείες που ανταγωνίζονται σε όλο τον κόσμο με μια ευρεία ποικιλία

προϊόντων, αλλά το 99% του συνόλου των επιχειρήσεων στον τομέα των τροφίμων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Το μέγεθος της ευρωπαϊκής κοινής αγοράς έχει πολλές ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους, με την αποτελεσματική χρήση των οικονομιών κλίμακας.

Η υπερβολική γραφειοκρατία, η ανεπάρκεια χρηματοδότησης, η έλλειψη ευκαιριών έρευνας και ανάπτυξης (E&A) και η δύσκολη πρόσβαση σε πρώτες ύλες είναι μερικά από τα εμπόδια που πρέπει να υπερπηδήσει η ΕΕ αν θέλει να κατακτήσει μια πιο ισχυρή θέση στις παγκόσμιες αγορές.

Η Βιομηχανία τροφίμων της ΕΕ πρέπει να δώσει έμφαση στην τόνωση της καινοτομίας και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων. Όλα τα παραπάνω θα πρέπει να πραγματοποιούνται κατά τρόπο που να σέβεται το περιβάλλον και να εγγυάται την ασφαλή πρόσβαση στις γεωργικές πρώτες ύλες.

Στα πλέον σημαντικά μέτρα που θέλει να εφαρμόσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για να αντιμετωπίσει τα παραπάνω προβλήματα περιλαμβάνονται η ανάπτυξη ενός καθεστώτος εμπορίας που θα τοποθετεί τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις σε ισότιμη θέση με τους ξένους ανταγωνιστές τους και η σύναψη προτιμησιακών συμφωνιών ώστε να δοθεί στην ευρωπαϊκή βιομηχανία τροφίμων αυξημένη πρόσβαση σε ξένες αγορές.

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/food/index_el.htm

Η ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών για το έτος 2011, σχετικά με την ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών, η βιομηχανία Τροφίμων

και Ποτών παραμένει από τους πιο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής μεταποίησης, ακόμη και κατά την περίοδο της οικονομικής ύφεσης³.

Η ελληνική βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών αποτελεί σταθερά ένα από τα σημαντικότερα τμήματα του δευτερογενούς τομέα της ελληνικής οικονομίας και έναν από τους κυριότερους κινητήριους μοχλούς της ελληνικής μεταποίησης. Ο κλάδος των τροφίμων και ποτών είναι ένας κλάδος δυναμικός, ανταγωνιστικός και εξωστρεφής, με έντονη επενδυτική και εμπορική δραστηριότητα στην Ελλάδα, τα Βαλκάνια και σε όλη την Ευρώπη, ενώ τα περιθώρια ανάπτυξης του είναι ακόμη μεγαλύτερα και μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο στην τόνωση της ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στη δύσκολη αυτή περίοδο την οποία διανύει.

Το σύνολο των επιχειρήσεων των κλάδων Τροφίμων και Ποτών αντιπροσωπεύει το 23% του συνόλου των μεταποιητικών επιχειρήσεων, ενώ και σε όρους απασχόλησης, τα Τρόφιμα και Ποτά καταλαμβάνουν μία ακόμη πρωτιά, αφού στους κλάδους εργάζεται πάνω από το 1/5 του συνόλου των απασχολουμένων της μεταποίησης.

Η αλυσίδα αξίας ειδών διατροφής

Η αλυσίδα αξίας ειδών διατροφής ξεκινάει από το χωράφι και καταλήγει στο τραπέζι του καταναλωτή. Μεγάλης σημασίας σε όλη την αλυσίδα αξίας είναι η διασφάλιση υψηλής ποιότητας ανεξαρτήτως προέλευσης.

Πάνω από 1 εκ. επιχειρήσεις / εκμεταλλεύσεις εμπλέκονται στην αλυσίδα αξίας ειδών διατροφής στην Ελλάδα, στις οποίες απασχολούνται περίπου 2,1 εκ. άτομα και από τις οποίες δημιουργείται συνολικά προστιθέμενη αξία ύψους €17,3 δισ.

³ Θωμαΐδου Φ., Βλάχου Π., Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Τμήμα Παρακολούθησης Τομέα Τροφίμων «Ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών», Ετήσια έκθεση 2011, Φεβρουάριος 2012.

Στην αγροτική παραγωγή κατανέμεται ο μεγαλύτερος αριθμός εκμεταλλεύσεων/επιχειρήσεων (83,1%) και το υψηλότερο ποσοστό απασχολουμένων (72,3%) στην αλυσίδα αξίας.

Στη μεταποίηση παρ'ότι δραστηριοποιείται μόλις το 1,6% των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων της αλυσίδας αξίας, δημιουργείται το 25,5% της προστιθέμενης αξίας.

Το εμπόριο (χονδρικό και λιανικό) συμμετέχει στη συνολική προστιθέμενη αξία της αλυσίδας κατά 31,4%, απορροφώντας το 12,5% της απασχόλησης και σε αυτό δραστηριοποιούνται το 7,1% των επιχειρήσεων του τομέα.

Τέλος, οι υπηρεσίες εστίασης, οι οποίες βρίσκονται στα τελευταία τμήματα της αλυσίδας αξίας συμμετέχουν στη δημιουργία αξίας κατά 11%.

Πορεία Βιομηχανίας Τροφίμων και Ποτών από το 2009 και μετά

Σύμφωνα με την προαναφερθείσα έκθεση του IOBE, το 2009, όταν ξεκίνησε η υφεσιακή πορεία της ελληνικής οικονομίας, ο κλάδος τροφίμων και ποτών δέχθηκε ισχυρό πλήγμα σε όρους απασχόλησης, προστιθέμενης αξίας, πωλήσεων, ακαθάριστης αξίας παραγωγής και επενδύσεων, καταγράφοντας σημαντική πτώση στα μεγέθη αυτά.

Ωστόσο, η πτώση αυτή, εκπορεύεται όχι τόσο από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (άνω των 10 ατόμων), αλλά κυρίως από τις μικρότερες επιχειρήσεις (κάτω των 10 ατόμων), οι οποίες άλλωστε αποτελούν και τη συντριπτική πλειονότητα τόσο στον κλάδο των τροφίμων (95%), όσο και στον κλάδο των ποτών (90%).

Όσον αφορά το 2011, η βιομηχανική παραγωγή στην πλειονότητα των κλάδων της οικονομίας, μειώνεται, ως αποτέλεσμα της υφεσιακής πορείας της οικονομίας και της απουσίας επενδύσεων. Στον κλάδο των Τροφίμων, η βιομηχανική παραγωγή το 2011 σε σχέση με το προηγούμενο έτος μειώνεται κατά 2,4%, ηπιότερα ωστόσο έναντι της αντίστοιχης ετήσιας μείωσης το 2010 σε σχέση με το 2009 (-4,1%).

Κατά το 2011, η συρρίκνωση του συνόλου της βιομηχανικής παραγωγής είναι σχεδόν τριπλάσια από εκείνη των τροφίμων (-8,6%). Η απόκλιση αυτή εκφράζει τις σχετικά μικρότερες απώλειες των τροφίμων λόγω της οικονομικής ύφεσης σε σχέση με άλλους βιομηχανικούς κλάδους, τόσο κατά την πρώτη περίοδο της κρίσης το 2009, όσο και κατά την συνακόλουθη ύφεση το 2010 και το 2011.

Από την άλλη πλευρά, στον κλάδο των Ποτών, η εξέλιξη της βιομηχανικής παραγωγής είναι δυσμενέστερη τόσο το 2009, όσο και το 2010 και 2011 σε σύγκριση με τα Τρόφιμα.

Στη Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών, οι επιχειρηματικές προσδοκίες το 2011 κινήθηκαν ανώτερα του 2010 κατά μέσο όρο, όμως στις πιο πρόσφατες προβλέψεις των επιχειρήσεων του κλάδου για το πρώτο τρίμηνο του 2012, από τα τελευταία στοιχεία των Ερευνών Οικονομικής Συγκυρίας του IOBE προκύπτει ότι το επιχειρηματικό κλίμα στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών είναι πτωτικό και δεν αποκλίνει σημαντικά από αυτό του συνόλου της εγχώριας βιομηχανίας.

Επιπλέον, από τα αποτελέσματα της τελευταίας έρευνας επενδύσεων προκύπτει ότι πρώτα η προσδοκώμενη ζήτηση και μετά οι τεχνολογικές εξελίξεις, τα κίνητρα για επενδύσεις και τα κέρδη των επιχειρήσεων αποτελούν τους κύριους παράγοντες το 2012 που επηρεάζουν θετικά τις επενδυτικές αποφάσεις των επιχειρήσεων, ενώ τη μεγαλύτερη αρνητική επιρροή, η οποία εντείνεται κάθε έτος, ασκεί η οικονομική πολιτική στο σύνολό της.

Σύμφωνα με πανελλήνια έρευνα της **Direction Business Reports**, η βιομηχανία τροφίμων επέδειξε ισχυρές αντοχές στην κρίση κατά το 2011, σε αντίθεση με τους περισσότερους κλάδους της μεταποίησης, λόγω βεβαίως και του γεγονότος ότι οι δαπάνες για **τρόφιμα θεωρούνται σε μεγάλο βαθμό ανελαστικές**⁴.

Σύμφωνα με την πανελλαδική έρευνα της Direction Business Reports με βάση την ανάλυση των ισολογισμών των 149 μεγαλύτερων βιομηχανικών επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων, ο

⁴ http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economyepix_1_20/12/2012_505564

συνολικός κύκλος εργασιών τους διαμορφώθηκε το 2011 σε 8,48 δισ. ευρώ, σημειώνοντας αύξηση κατά 8,15% σε σχέση με το 2010.

Πάντως, και το 2011 ο κλάδος παρέμεινε συνολικά ζημιογόνος, αν και οι ζημιές προ φόρων υποχώρησαν σημαντικά σε σχέση με το 2010, κατά 53,83%, καθώς διαμορφώθηκαν σε 116,59 εκατ. ευρώ από 252,49 εκατ. ευρώ το 2010.

Αξίζει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι από τις 149 υπό εξέταση εταιρείες οι 101 ήταν κερδοφόρες το 2011 (δηλαδή το 67,79% του δείγματος) ενώ οι υπόλοιπες 48 κατέγραψαν ζημιές.

Τα συνολικά μεικτά κέρδη μειώθηκαν κατά 2,71% το 2011 σε σχέση με το 2010 και ανήλθαν σε 1,94 δισ. ευρώ, με συνέπεια το περιθώριο μεικτού κέρδους το 2011 να φτάσει το 22,89%, υποχωρώντας κατά 10,06% σε σχέση με το 2010.

Το σύνολο ιδίων κεφαλαίων το 2011 ήταν μειωμένο κατά 4,28% σε σχέση με το 2010 και ανήλθε στα 3,081 δισ. ευρώ. Η σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια το 2011 διαμορφώθηκε στο 2,28.

Προβληματισμό, βεβαίως, για το μέλλον της βιομηχανίας τροφίμων προκαλεί το γεγονός ότι το 2011 αυξήθηκαν κατά 4,03% οι συνολικές υποχρεώσεις των εταιρειών, φτάνοντας τα 7,022 δισ. ευρώ από 6,750 δισ. ευρώ το 2010.

Τις πρώτες δέκα θέσεις από πλευράς τζίρου το 2011 καταλαμβάνουν η Ελαΐς Unilever Hellas, οι πωλήσεις της οποίας έφτασαν τα 512,195 εκατ. ευρώ, η Nestle Ελλάς με τζίρο 424,987 εκατ. ευρώ, η Σόγια Ελλάς ABEE με τζίρο 288,631 εκατ. ευρώ, η Δέλτα Τρόφιμα ABEE με τζίρο 284,164 εκατ. ευρώ, οι Μύλοι Σόγιας με 211,598 εκατ. ευρώ, η ΦΑΓΕ με 201,046 εκατ. ευρώ, η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης με 190,480 εκατ. ευρώ, η ΜΕΒΓΑΛ με 185,768 εκατ. ευρώ, η Πίνδος με 180,450 εκατ. ευρώ και τη δεκάδα συμπληρώνει η Νηρέυς Ιχθυοκαλλιέργειες με τζίρο 172,849 εκατ. ευρώ.

Οι πρώτοι τρεις κλάδοι με βάση και πάλι τον τζίρο είναι αυτοί των γαλακτοκομικών, των λιπών-ελαίων και των αρτοσκευασμάτων-αλεύρων.

Σύμφωνα με ανάλυση που παρουσιάζει η εφημερίδα 'Κέρδος', ζημιογόνες ήταν κατά το 2011, έτος μείωσης της παραγωγής του κλάδου κατά 4,5%, περισσότερες από τέσσερις στις δέκα ελληνικές βιομηχανίες τροφίμων, σύμφωνα με τα εταιρικά τους αποτελέσματα.

Οι ζημιές μάλιστα αυτών ήταν υπερδιπλάσιες από τα κέρδη των κερδοφόρων, με αποτέλεσμα ο κλάδος να παρουσιάζει αρνητικό οικονομικό αποτέλεσμα, για δεύτερο συνεχόμενο έτος. Ωστόσο, σε σχέση με το 2010 οι συνολικές ζημιές μειώθηκαν⁵.

Αυτά προκύπτουν από την επεξεργασία των ισολογισμών 411 επιχειρήσεων με πωλήσεις άνω των 3.000.000 ευρώ κάθε μία και συνολικές πωλήσεις 9,18 δισ. ευρώ, οι οποίες γνωστοποίησαν τα οικονομικά τους αποτελέσματα του προηγούμενου έτους έως τις 25 Ιουνίου 2012.

Οι επιχειρήσεις αυτές μεσαίου και μεγάλου μεγέθους με πωλήσεις άνω των 3.000.000 ευρώ, κατέγραψαν συνολική καθαρή ζημιά 213,9 εκατ. ευρώ το 2011, έναντι καθαρής ζημιάς 344,6 εκατ. ευρώ το 2010. **Βασικός λόγος για την καταγραφή υψηλών ζημιών ήταν, τόσο κατά το 2010 όσο και κατά το 2011, η απομείωση στοιχείων του ενεργητικού και οι σημαντικές ανόργανες δαπάνες, στο πλαίσιο της εξυγίανσης των επιχειρήσεων και των δαπανών που συνεπάγεται η αναπροσαρμογή τους στο νέο οικονομικό περιβάλλον.**

Οι 411 επιχειρήσεις κατέγραψαν συνολικές πωλήσεις ύψους 9,18 δισ. ευρώ, αυξημένες έναντι του 2010 κατά 5%. Ωστόσο, αν απομονωθεί η επίδραση του γεγονότος ότι ορισμένες επιχειρήσεις άλλαξαν την εταιρική δομή τους και απορρόφησαν θυγατρικές, η αύξηση περιορίζεται σε περίπου 2% και υπολείπεται της αύξησης του πληθωρισμού.

Αυτές που παρουσιάζουν επιδείνωση των καθαρών αποτελεσμάτων (217) φθάνουν το 57,8%.

Τα καθαρά κέρδη των κερδοφόρων ήταν ύψους 175,3 εκατ. ευρώ και οι ζημιές των ζημιογόνων ανήλθαν σε 389,2 εκατ. ευρώ.

⁵ Εφημερίδα 'Κέρδος' 2/7/2012

Οι κερδοφόρες ήταν 246 (59,8% του συνόλου έναντι 61,1% έναν χρόνο πριν) και οι ζημιογόνες 165 (40,2% έναντι 38,9%).

Οι εξελίξεις αυτές, σε συνδυασμό με την κατά 8,7%, σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, μείωση του όγκου παραγωγής τροφίμων στη χώρα μας το πρώτο τετράμηνο του τρέχοντος έτους, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2011, πιστοποιούν ότι ο κλάδος συνεχίζει να αντιμετωπίζει -παρά τη διεύρυνση των εξαγωγών του- σοβαρές δυσχέρειες, εξαιτίας της γενικότερης οικονομικής κρίσης και της μείωσης της εγχώριας ζήτησης.

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, το 2011 η εισαγωγική διείσδυση στην ελληνική αγορά των μεταποιημένων τροφίμων **αυξήθηκε σε 40,7%** (από 38,8% το 2010), ενώ η εξαγωγική επίδοση της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων, δηλαδή το μερίδιο της παραγωγής της που διατίθεται σε αγορές του εξωτερικού, ανήλθε σε 25,3% από 21,1% το 2010.

Η οικονομική κρίση επηρέασε σε μικρότερο βαθμό τη Βιομηχανία Τροφίμων σε σχέση με το σύνολο της Μεταποίησης

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών για το έτος 2011, σχετικά με την ελληνική βιομηχανία τροφίμων και ποτών, οι ετήσιες μεταβολές βασικών μεγεθών δραστηριότητας στα Τρόφιμα είναι στο σύνολό τους λιγότερο έντονες από τις αντίστοιχες του συνόλου της Μεταποίησης. Ο κλάδος της Βιομηχανίας Τροφίμων και Ποτών πραγματοποίησε συνολικές πωλήσεις ύψους 929 δις. ευρώ το 2009, μειωμένες κατά 6,7% στα Τρόφιμα και 4,7% στα Ποτά σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Εξωτερικό Εμπόριο της Βιομηχανίας Τροφίμων – Ποτών

Παρά το εμπορικό έλλειμμα που σημειώνει ο κλάδος, η εικόνα του εξωτερικού εμπορίου είναι καλύτερη από ό,τι συνολικά η χώρα, αναδεικνύοντας την κρισιμότητα της βιομηχανίας τροφίμων

και ποτών στη διαμόρφωση της ανταγωνιστικής θέσης της ελληνικής οικονομίας στις διεθνείς αγορές.

Το εμπορικό έλλειμμα των τροφίμων και ποτών συγκρατήθηκε και το 2010, ακολουθώντας την τάση που παρατηρήθηκε και για το σύνολο του εξωτερικού εμπορίου της χώρας. Η συρρίκνωση του εμπορικού ελλείμματος το 2010 οφείλεται στην άνοδο των εξαγωγών, ενδεχομένως ως αποτέλεσμα της ενίσχυσης της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων προκειμένου να παραμείνουν βιώσιμες, καθώς η εγχώρια ζήτηση έχει ατονήσει εξαιτίας της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος, με συνακόλουθη μείωση των εισαγωγών των τροφίμων και ποτών.

Η συμμετοχή των ειδών τροφίμων και ποτών στην εξαγωγική δραστηριότητα της χώρας παρέμεινε το 2010 σε σχετικά σταθερό επίπεδο σε σχέση με το προηγούμενο έτος, αγγίζοντας το 14,1%, ενώ η συμμετοχή των εισαγωγών των ειδών διατροφής και ποτών στο σύνολο των εγχώριων εισαγωγών συνέχισε να κινείται ανοδικά από το 2008 και ύστερα, με το μερίδιο να διαμορφωθεί σε 9,5% το 2010.

Στις μισές σχεδόν κατηγορίες προϊόντων τροφίμων και ποτών καταγράφηκε πτώση της αξίας των εισαγωγών το 2010, οι οποίες επηρέασαν και το τελικό αποτέλεσμα της εισαγόμενης αξίας των ειδών τροφίμων και ποτών.

Την υψηλότερη μείωση των εισαγωγών το 2010 παρουσίασαν τα προϊόντα αλευροποιίας, τα ποτά και τα κρέατα. Η αυξητική τάση της αξίας των εξαγωγών το 2010 προήλθε από τις μισές σχεδόν κατηγορίες προϊόντων, με την υψηλότερη άνοδο των εξαγωγών να παρατηρείται στα ζαχαρώδη παρασκευάσματα, το κακάο και τα διάφορα παρασκευάσματα διατροφής.

Παρά τη συγκράτηση των εισαγωγών και την άνοδο των εξαγωγών που διαπιστώνεται συνολικά για τα είδη τροφίμων και ποτών, όλες οι κατηγορίες προϊόντων εμφάνισαν εμπορικά ελλείμματα το 2010, με εξαίρεση τα παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων και τα λίπη.

Η ΕΕ-27 εμφανίζεται ως ο κυριότερος προμηθευτής ειδών τροφίμων και ποτών της εγχώριας αγοράς. Ανάμεσα στις δέκα προτιμότερες χώρες προέλευσης ειδών τροφίμων και ποτών η

Αργεντινή είναι η μοναδική χώρα εκτός της ΕΕ-27 και το 2010. Όπως και με τις εισαγωγές, η ΕΕ-27 αποτελεί τον επικρατέστερο προορισμό των εγχώριων ειδών τροφίμων και ποτών.

Σημειώνεται ότι η γεωγραφική κατεύθυνση των ελληνικών εξαγωγών είναι κάπως πιο διευρυμένη σε σχέση με τη γεωγραφική προέλευση των εισαγωγών. Οι ΗΠΑ και η Ελβετία είναι οι μόνες χώρες μη κράτη-μέλη της ΕΕ-27 ανάμεσα στους δέκα δημοφιλέστερους προορισμούς των ελληνικών εξαγωγών ειδών τροφίμων και ποτών το 2010.

Η Γερμανία και η Ιταλία αναδεικνύονται σημαντικοί εμπορικοί εταίροι της Ελλάδας και το 2010, καθώς δεν αποτελούν μόνο σημαντικές χώρες προέλευσης των εισαγωγών τροφίμων και ποτών, αλλά συγχρόνως είναι και από τους βασικότερους προορισμούς των εγχώριων εξαγωγών.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι καθαρός εξαγωγέας Τροφίμων και Ποτών, με θετικό εμπορικό ισοζύγιο το οποίο αυξήθηκε σημαντικά, κατά 7 δισ. ευρώ το 2010 σε σχέση με το 2009, με το εμπορικό πλεόνασμα να φθάνει τα 10 δισ. ευρώ.

Η εξέλιξη των σχετικών μεγεθών του εμπορίου μετά τη διεθνή χρηματοπιστωτική κρίση του 2009 ήταν ιδιαίτερα θετική για τον κλάδο, με αποτέλεσμα το 2010 το ευρωπαϊκό εμπορικό ισοζύγιο των Τροφίμων και Ποτών να ανέλθει στην υψηλότερη επίδοση της τελευταίας δεκαετίας.

Το εμπορικό πλεόνασμα Τροφίμων και Ποτών στην Ε.Ε.-27 είχε ανακόψει άλλωστε ήδη από το 2009 την πτωτική του πορεία μετά το 2006. Σε όρους αξίας εξαγωγικών προϊόντων του κλάδου για το 2010, τα Ποτά καλύπτουν το μεγαλύτερο μερίδιο των συνολικών εξαγωγών της Ε.Ε.-27 προς τις άλλες χώρες, σε ποσοστό που φθάνει το 28%, ενώ καταγράφουν σημαντική άνοδο της τάξης του 20,7% στις εξαγωγές τους.

Τάσεις και Προκλήσεις στη βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών

Τον Φεβρουάριο 2011 ο γενικός δείκτης των διεθνών τιμών του FAO έφτασε στην ιστορικά υψηλότερη τιμή του από το 1990. Από τον Μάρτιο 2011 ξεκίνησε η αποκλιμάκωση της αυξητικής πορείας των τιμών, η οποία συνεχίστηκε έως το τέλος του έτους. Η έντονη ανησυχία για τη μεταβλητότητα των τιμών εκφράστηκε και από το G20, με αποτέλεσμα το καλοκαίρι του 2011 να προωθηθεί από τους Υπουργούς Γεωργίας (G20) το Agricultural Market Information

System, μια συλλογική πρωτοβουλία για την καλύτερη διάχυση της πληροφόρησης στον τομέα των τροφίμων.

<http://www.oecd.org/tad/agricultural-trade/agriculturalmarketinformationsystemamism-enhancingmarkettransparency.htm>

Οι μεγάλες διακυμάνσεις των τιμών των τροφίμων, η αναμενόμενη μελλοντική αύξηση της ζήτησης για τρόφιμα, οι επιπτώσεις του ανταγωνισμού από νέες ανερχόμενες δυνάμεις στην παγκόσμια αγορά, η ταχύτερη μείωση της διαθεσιμότητας των φυσικών πόρων στη γεωργική παραγωγή, **οι αυξημένες καταναλωτικές απαιτήσεις ως προς την ασφάλεια των τροφίμων και τη ζήτηση για τρόφιμα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, ο σεβασμός στα ποιοτικά χαρακτηριστικά, είναι μερικές από τις σημαντικότερες διεθνείς προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο εγχώριος τομέας.**

Ο εγχώριος κλάδος τροφίμων και ποτών έρχεται, όμως, αντιμέτωπος και με πληθώρα ‘εσωτερικών’ προβλημάτων, τα οποία εκπορεύονται εν γένει από τη δύσκολη οικονομική συγκυρία, τις αντίξοες κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες και την τρέχουσα οικονομική ύφεση.

Οι ευκαιρίες για ανάκαμψη περιλαμβάνουν ενέργειες και δράσεις που συνδέονται με την εντονότερη εξαγωγική δραστηριοποίηση, την **αξιοποίηση των παραδοσιακών χαρακτηριστικών των ελληνικών τροφίμων, τις συνέργιες των επιχειρήσεων σε όλη την αλυσίδα αξίας των τροφίμων, την πιο οργανωμένη και αποτελεσματική προώθηση των προϊόντων, τη δημιουργία ταυτότητας του ελληνικού προϊόντος, την ενσωμάτωση της καινοτομίας, της έρευνας και της διαφοροποίησης του προϊόντος, με την ταυτόχρονη ένταξη των νέων, σύγχρονων τεχνολογιών στην παραγωγή.**

Σύνοψη βασικών διαπιστώσεων

- Η βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών συνιστά έναν από τους μεγαλύτερους μεταποιητικούς κλάδους στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε όρους κύκλου εργασιών, προστιθέμενης αξίας,

αριθμού επιχειρήσεων και απασχόλησης, σε σχέση με τους υπόλοιπους μεγάλους κλάδους της ευρωπαϊκής οικονομίας.

- Οι δείκτες κύκλου εργασιών και βιομηχανικής παραγωγής Τροφίμων και Ποτών καταγράφουν άνοδο το 2010,
- αλλά αντίθετα ο δείκτης εισροής εργατικού δυναμικού κινείται οριακώς πτωτικά, με ρυθμό συγκριτικά χαμηλότερο σε σχέση με τη μεταποίηση.
- Η βιομηχανία Τροφίμων – Ποτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση, παρ'όλο που αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες της ευρωπαϊκής μεταποίησης, συνεχίζει να υστερεί σε δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη σε σχέση με άλλες βιομηχανίες, παρ'όλο που στη σχετική κατάταξη κατά το 2010 ανήλθε σε υψηλότερη θέση σε σχέση με προηγούμενα έτη.
- Ως προς τους κλάδους των τροφίμων που παρουσιάζουν την εντονότερη καινοτομική δραστηριότητα σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τα γαλακτοκομικά προϊόντα ηγούνται της σχετικής λίστας το 2008 και το 2009, παρά τη μικρή μείωση που καταγράφουν, ενώ ακολουθούν σε κοντινή απόσταση τα κατεψυγμένα τρόφιμα.
- Ο υποκλάδος με το μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων, εργαζομένων και προστιθέμενης αξίας είναι η Αρτοποιία και τα Αλευρώδη προϊόντα, ενώ τα Προϊόντα κρέατος και τα άλλα Είδη διατροφής συνιστούν τους δύο αμέσως μεγαλύτερους υποκλάδους των τροφίμων σε όρους βασικών διαρθρωτικών μεγεθών.
- Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι καθαρός εξαγωγέας Τροφίμων και Ποτών, με θετικό εμπορικό ισοζύγιο το οποίο αυξήθηκε σημαντικά, κατά 7 δισ. ευρώ το 2010 σε σχέση με το 2009, με το εμπορικό πλεόνασμα να φθάνει τα 10 δισ. Ευρώ.
- Οι εμπορικές ροές στην εσωτερική αγορά της ΕΕ-27 συνιστούν το μεγαλύτερο τμήμα των συνολικών εμπορικών συναλλαγών των ευρωπαϊκών χωρών, καθιστώντας τη σημασία τους ιδιαίτερα σημαντική για την οικονομία των επιμέρους κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Τα τρόφιμα και μη-αλκοολούχα ποτά για το 2010 κατατάσσονται και πάλι στην τρίτη κατά σειρά θέση ως προς τις προτιμήσεις των καταναλωτών μαζί με τα Μεταφορικά έξοδα, μετά τις δαπάνες για Ύδρευση, Ηλεκτρισμό και Αέριο, κατηγορία η οποία είναι σταθερά πρώτη.

- Η κατανάλωση τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών στην Ε.Ε. αποτελεί το 12,9% των συνολικών δαπανών των νοικοκυριών, η οποία μειώνεται ελαφρώς κατά τη διάρκεια 2000-2010.
- Στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται σε 16,2% το 2010.
- Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης και της μείωσης των εισοδημάτων των ελληνικών νοικοκυριών, υπάρχει μείωση κατανάλωσης σε πολλούς υποκλάδους της Βιομηχανίας τροφίμων και ποτών (γαλακτοκομικά, ποτά, αναψυκτικά)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

Έλεγχος Στατιστικής Σημαντικότητας				
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
1	Q2.Έχει μειωθεί το εισόδημα σας τα τελευταία 3 χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
2	Q3.Σε περίπτωση που το εισόδημα σας έχει μειωθεί, η μείωση των χρημάτων που διαθέτετε για την αγορά τροφίμων είναι ανάλογη, ή έχετε περικόψει άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσετε τρόφιμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
3	Q4.Άλλαξαν οι καταναλωτικές σας συνήθειες λόγω της οικονομικής κρίσης. (τα τελευταία 3 χρόνια) occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
4	Q5.Αν Ναι Πως occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
5	Q6.Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που σταματήσατε να αγοράζετε τελείως occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη

	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
6	Q8.Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που μειώσατε τη κατανάλωση occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
7	Q10.Από που αγοράζετε συχνότερα τα τρόφιμα που μου είπατε ότι αγοράζετε occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
8	Q12.Υπήρξε κάποια αλλαγή στο μέρος από το οποίο αγοράζατε τρόφιμα πριν την κρίση occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
9	Q13.Αν ΝΑΙ πιο μέρος εγκαταλείψατε occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
10	Q14.Με ποιο το αντικαταστήσατε occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
11	Q15.Σε τι ποσότητες αγοράζετε σήμερα τρόφιμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα	,000	Απόρριψη

		δείγμα		
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
12	Q16.Υπήρξε κάποια αλλαγή στις ποσότητες τροφίμων που αγοράζατε προ κρίσης occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
13	Q17.Προ κρίσης σε τι ποσότητες αγοράζατε τα τρόφιμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
14	Q18.Τα τρόφιμα που αγοράζετε είναι συγκεκριμένης Μάρκας occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
15	Q19.Υπήρξε κάποια αλλαγή στις μάρκες των τροφίμων που προμηθευόσασταν πριν την κρίση occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,003	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
16	Q20.Τα τρόφιμα που αγοράζεται παραμένουν να είναι occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

17	Q21.Εμπιστεύεστε μάρκες που έχουν την επωνυμία των Σούπερ μάρκετ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα ,000		Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
18	Q22.Σχετικά με τα τρόφιμα με την επωνυμία του σουπερ μάρκετ τι ισχύει για εσάς occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα ,000		Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
19	Q23.Αγοράζετε τρόφιμα που δεν ανήκουν σε γνωστές μάρκες αν είναι φθηνότερα από τα επώνυμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα ,000		Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
20	Q24_1.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΠΩΝΥΜΗ ΜΑΡΚΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα ,000		Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
21	Q24_2.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα ,000		Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
22	Q24_3.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΟΠΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα ,000		Απόρριψη

	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
23	Q24_4.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,589	Αποδοχή (H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
24	Q24_5.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
25	Q24_6.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΙΜΗ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
26	Q24_7.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΟΙΟΤΗΤΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
27	Q24_8.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
28	Q24_9.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο	Chi-Square Test σε ένα	,000	Απόρριψη

	σημαντικό ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ occur with equal probabilities.	δείγμα		
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
29	Q25.Αλλαξαν τα κριτήρια σας μετά την οικονομική κρίση occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,142	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
30	Q26_1.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΠΩΝΥΜΗ ΜΑΡΚΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
31	Q26_2.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
32	Q26_3.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΟΠΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
33	Q26_4.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
34	Q26_5.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα	,000	Απόρριψη

		δείγμα		
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
35	Q26_6.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΙΜΗ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
36	Q26_7.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΟΙΟΤΗΤΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
37	Q26_8.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
38	Q26_9.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
39	Q27_1.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

40	Q27_2.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
41	Q27_3.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΤΟ ΧΡΩΜΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,004	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
42	Q27_4.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΓΕΥΣΗ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
43	Q27_5.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΑΠΑΛΛΑΓΗ ΑΠΟ ΦΥΤΟΦΑΡΜΑΚΑ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
44	Q27_6.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΟΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
45	q28 occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο	Απόφαση

			σημαντικότητας $p=0.05$)	
46	Q29.Γνωρίζετε τις διαφορές ανάμεσα στις τρεις μεθόδους καλλιέργειας occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,001	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
47	Q32.Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
48	Q33.Αγοράζετε ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ τρόφιμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,193	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
49	Q34.Άλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς σε σχέση με το παρελθόν occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
50	Q37.Αγοράζετε ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ τρόφιμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
51	Q38.Άλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς από το παρελθόν occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη

	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
52	Q40.Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ένα τρόφιμο ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,003	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
53	Q41.Αγοράζετε τρόφιμα ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,132	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
54	Q42.Πιστεύεται ότι η μέθοδος καλλιέργειας επηρεάζει την ποιότητα των τροφίμων occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
55	Q43_1.Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζω μόνο όταν ψωνίζω από μια μεγάλη επώνυμη αλυσίδα σούπερ μάρκετ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
56	Q43_2.Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων μόνο όταν ψωνίζω απευθείας από παραγωγούς που γνωρίζω χρόνια occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
57	Q43_3.Αισθάνομαι σίγουρη/ος μονό αν ψωνίζω από τοπικούς έμπορους της γειτονία μου που γνωρίζω χρόνια occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα	,000	Απόρριψη

		δείγμα		
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
58	Q43_4.Αγοράζω τρόφιμα με κριτήριο την τιμή ακόμα και αν γνωρίζω ότι είναι λιγότερο ασφαλή occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
59	Q43_5.Αγοράζω τρόφιμα που είμαι σίγουρη για την ασφάλεια τους (πιστοποιημένα) ακόμα και αν είναι ακριβότερα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
60	Q44.Θα ήσασταν διατιθέμενοι να πληρώσετε περισσότερο για ασφαλή(Πιστοποιημένα) τρόφιμα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,476	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
61	Q45.Αν ναι τι ποσοστό αύξησης occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
62	Q46.Γνωρίζετε τι είναι τα τρόφιμα με πιστοποίηση ΠΟΠ –ΠΓΕ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,033	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

63	Q49.Στην οικογένεια σας καταναλώνετε τέτοια προϊόντα occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
64	Q51.Θα προτιμούσατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ή ΠΓΕ σε σχέση με ένα τρόφιμο χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ ΠΓΕ occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,003	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
65	Q52.Θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,494	Αποδοχή της Αρχικής Υπόθεσης (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
66	Q53.Μου είπατε ότι θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό. Τι ποσοστό αύξησης θα λέγατε ότι είστε διατιθεμένοι να πληρώσετε occur with equal probabilities.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
67	Q2.Έχει μειωθεί το εισόδημα σας τα τελευταία 3 χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
68	Q3.Σε περίπτωση που το εισόδημα σας έχει μειωθεί, η μείωση των χρημάτων που διαθέτετε για την αγορά τροφίμων είναι ανάλογη, ή έχετε περικόψει άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσετε τρόφιμα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,012	Απόρριψη

	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
69	Q4.Άλλαξαν οι καταναλωτικές σας συνήθειες λόγω της οικονομικής κρίσης, (τα τελευταία 3 χρόνια)	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,012	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
70	Q5.Αν Ναι Πως	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
71	Q6.Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που σταματήσατε να αγοράζετε τελείως = (OXI) and (NAI) is random.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,006	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
72	Q8.Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που μειώσατε τη κατανάλωση	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,012	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
73	Q10.Από που αγοράζετε συχνότερα τα τρόφιμα που μου είπατε ότι αγοράζετε	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
74	Q12.Υπήρξε κάποια αλλαγή στο μέρος από το οποίο αγοράζατε τρόφιμα πριν την κρίση = (OXI) and (NAI) is random.	Chi-Square Test σε ένα	,000	Απόρριψη

		δείγμα		
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
75	Q13.Αν ΝΑΙ πιο μέρος εγκαταλείψετε	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
76	Q14.Με ποιο το αντικαταστήσατε	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
77	Q15.Σε τι ποσότητες αγοράζετε σήμερα τρόφιμα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
78	Q16.Υπήρξε κάποια αλλαγή στις ποσότητες τροφίμων που αγοράζατε προ κρίσης	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,046	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
79	Q17.Προ κρίσης σε τι ποσότητες αγοράζατε τα τρόφιμα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

80	Q18.Τα τρόφιμα που αγοράζετε είναι συγκεκριμένης Μάρκας	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,025	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
81	Q19.Υπήρξε κάποια αλλαγή στις μάρκες των τροφίμων που προμηθευόσασταν πριν την κρίση	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
82	Q20.Τα τρόφιμα που αγοράζεται παραμένουν να είναι = (Επώνυμη γνωστή Μάρκα) and (Όχι τόσο επώνυμη γνωστή Μάρκα) is random.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,005	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
83	Q21.Εμπιστεύεστε μάρκες που έχουν την επωνυμία των Σούπερ μάρκετ = (OXI) and (NAI) is random.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,021	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
84	Q22.Σχετικά με τα τρόφιμα με την επωνυμία του σουπερ μάρκετ τι ισχύει για εσάς	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
85	Q23.Αγοράζετε τρόφιμα που δεν ανήκουν σε γνωστές μάρκες αν είναι φθηνότερα από τα επώνυμα = (OXI) and (NAI) is random.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,341	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο	Απόφαση

			σημαντικότητας $p=0.05$)	
86	Q24_1.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΠΩΝΥΜΗ ΜΑΡΚΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
87	Q24_2.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
88	Q24_3.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΟΠΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
89	Q24_4.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
90	Q24_5.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
91	Q24_6.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΙΜΗ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.

	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
92	Q24_7.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΟΙΟΤΗΤΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
93	Q24_8.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
94	Q24_9.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
95	Q25.Αλλαξαν τα κριτήρια σας μετά την οικονομική κρίση	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,001	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
96	Q26_1.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΠΩΝΥΜΗ ΜΑΡΚΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
97	Q26_2.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	Chi-Square Test σε ένα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.

		δείγμα		
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
98	Q26_3.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΟΠΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
99	Q26_4.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
100	Q26_5.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
101	Q26_6.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΙΜΗ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
102	Q26_7.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΟΙΟΤΗΤΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

103	Q26_8.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
104	Q26_9.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
105	Q27_1.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
106	Q27_2.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
107	Q27_3.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΤΟ ΧΡΩΜΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
108	Q27_4.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΓΕΥΣΗ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

			σημαντικότητας $p=0.05$)	
109	Q27_5.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΑΠΑΛΛΑΓΗ ΑΠΟ ΦΥΤΟΦΑΡΜΑΚΑ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
110	Q27_6.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΟΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
111	q28	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
112	Q29.Γνωρίζετε τις διαφορές ανάμεσα στις τρεις μεθόδους καλλιέργειας	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,569	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
113	Q32.Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
114	Q33.Αγοράζετε ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ τρόφιμα = (OXI) and (NAI) is random.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,033	Απόρριψη

	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
115	Q34.Αλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς σε σχέση με το παρελθόν	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
116	Q37.Αγοράζετε ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ τρόφιμα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
117	Q38.Αλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς από το παρελθόν	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	Αρχική Υπόθεση (H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
118	Q40.Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ένα τρόφιμο ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
119	Q41.Αγοράζετε τρόφιμα ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,279	Αποδοχή (H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
120	Q42.Πιστεύεται ότι η μέθοδος καλλιέργειας επηρεάζει την ποιότητα των τροφίμων	Chi-Square Test σε ένα	,000	Απόρριψη

		δείγμα		
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
121	Q43_1.Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζω μόνο όταν ψωνίζω από μια μεγάλη επώνυμη αλυσίδα σούπερ μάρκετ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
122	Q43_2.Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων μόνο όταν ψωνίζω απευθείας από παραγωγούς που γνωρίζω χρόνια	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
123	Q43_3.Αισθάνομαι σίγουρη/ος μονό αν ψωνίζω από τοπικούς έμπορους της γειτονία μου που γνωρίζω χρόνια	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
124	Q43_4.Αγοράζω τρόφιμα με κριτήριο την τιμή ακόμα και αν γνωρίζω ότι είναι λιγότερο ασφαλή	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
125	Q43_5.Αγοράζω τρόφιμα που είμαι σίγουρη για την ασφάλεια τους (πιστοποιημένα) ακόμα και αν είναι ακριβότερα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(H κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση

126	Q44.Θα ήσασταν διατιθέμενοι να πληρώσετε περισσότερο για ασφαλή(Πιστοποιημένα) τρόφιμα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,000	Απόρριψη
	Αρχική Υπόθεση (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
127	Q45.Αν ναι τι ποσοστό αύξησης	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	.	Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
128	Q46.Γνωρίζετε τι είναι τα τρόφιμα με πιστοποίηση ΠΟΠ –ΠΓΕ = (OXI) and (NAI) is random.	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,027	Απόρριψη
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
129	Q49.Στην οικογένειά σας καταναλώνετε τέτοια προϊόντα	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,067	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
130	Q51.Θα προτιμούσατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ή ΠΓΕ σε σχέση με ένα τρόφιμο χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ ΠΓΕ	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,500	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο σημαντικότητας $p=0.05$)	Απόφαση
131	Q52.Θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό	Chi-Square Test σε ένα δείγμα	,098	Αποδοχή (Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία).
	(Η κατανομή στις κατηγορίες είναι τυχαία)	Test	Σημαντικότητα (Επίπεδο	Απόφαση

			σημαντικότητας $p=0.05$)	
132	Q53.Μου είπατε ότι θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό. Τι ποσοστό αύξησης θα λέγατε ότι είστε διατιθεμένοι/ος να πληρώσετε	Chi-Square Test σε ένα δείγμα		Ο υπολογισμός δεν ήταν δυνατός.

Ανάλυση δισδιάστατου πίνακα / πίνακα συνάφειας ($r \times c$)

Η ανάλυση ενός δισδιάστατου πίνακα/πίνακα συνάφειας είναι μια προέκταση του απλού χ^2 test που χρησιμοποιήθηκε παραπάνω. Αν και το σκεπτικό του test είναι το ίδιο, δηλαδή η σύγκριση μίας παρατηρηθείσας κατανομής καταχωρήσεων, με μία θεωρητική κατανομή, το συμπέρασμα όμως είναι διαφορετικό, αφού σε αυτό το test η απόρριψη της αρχικής υπόθεσης αποκαλύπτει συσχέτιση των μεταβλητών που συμμετέχουν στον πίνακα.

Σκεφτείτε μια κατηγορική μεταβλητή που έχει r πιθανές κατηγορίες και μία άλλη κατηγορική μεταβλητή με c πιθανές κατηγορίες. Ο πίνακας που δημιουργείται από τις δύο μεταβλητές πίνακας έχει r γραμμές και c στήλες, και δημιουργούνται $r \times c$ συνδυασμοί που καλούνται κελιά.

Η παρατηρούμενη συχνότητα καταχωρήσεων για κάθε ένα από τα κελιά συγκρίνεται με τη συχνότητα των καταχωρήσεων που θα πρέπει να αναμένεται εάν δεν υπήρχε σύνδεση μεταξύ των δύο μεταβλητών. Αυτό το είδος ανάλυσης ονομάζεται ανάλυση δισδιάστατου πίνακα/πίνακα συνάφειας και επιτυγχάνεται χρησιμοποιώντας ένα χ^2 test.

Στη συγκεκριμένη μελέτη θα γίνει προσπάθεια να διερευνηθεί η συσχέτιση μεταξύ των απαντήσεων των ερωτώμενων στις ερωτήσεις που τους τέθηκαν και της αστικότητας του τόπου διαμονής. Η αστικότητα είχε δύο κατηγορίες 1 = Αστικός πληθυσμός - οι ερωτώμενοι που κατοικούσαν σε πόλεις με πάνω από 10.000 άτομα- και 2 = αγροτικός - οι ερωτώμενοι που κατοικούσαν σε πόλεις με πληθυσμό κάτω των 10.000 κατοίκων.

Cross tabulation

Αρχική υπόθεση H0: Δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Εναλλακτική υπόθεση Ha: Υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών.

Crosstab

		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total	
		ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ		
Q2.Έχει μειωθεί το εισόδημα σας τα τελευταία 3 χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	92,5% _a	91,6% _a	92,2%
		Residual	1,1	-1,1	
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	7,5% _a	8,4% _a	7,8%
		Residual	-1,1	1,1	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,151 ^a	1	,698		
Continuity Correction ^b	,046	1	,830		
Likelihood Ratio	,150	1	,699		
Fisher's Exact Test				,729	,410
Linear-by-Linear Association	,151	1	,698		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,88.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q3. Σε περίπτωση που το εισόδημα σας έχει μειωθεί, η μείωση των χρημάτων που διαθέτετε για την αγορά τροφίμων είναι ανάλογη, ή έχετε περικόψει άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσετε τρόφιμα	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	70,8% _a	68,1% _a	69,8%
		Residual	2,9	-2,9	
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	29,2% _a	31,9% _a	30,2%
		Residual	-2,9	2,9	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,367 ^a	1	,545		
Continuity Correction ^b	,249	1	,618		
Likelihood Ratio	,365	1	,546		
Fisher's Exact Test				,596	,308
Linear-by-Linear Association	,366	1	,545		
N of Valid Cases	461				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 49,15.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q4.Αλλάξαν οι καταναλωτικές συνήθειες λόγω της οικονομικής κρίσης, (τα τελευταία 3 χρόνια)	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within	80,4% _a	80,3% _a	80,4%
		Residual		,1	-,1	
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within	19,6% _a	19,7% _a	19,6%
		Residual		-,1	,1	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,001 ^a	1	,979		
Continuity Correction ^b	0,000	1	1,000		

Likelihood Ratio	,001	1	,979		
Fisher's Exact Test				1,000	,534
Linear-by-Linear Association	,001	1	,979		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 34,89.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

					ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
					ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q5.Αν Ναι Πως	Αγοράζω λιγότερα τρόφιμα	% ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within		35,7% _a	31,7% _a	34,3%
			Residual		3,6	-3,6	
	Αγοράζω φθηνότερα τρόφιμα	% ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within		21,3% _a	14,8% _a	19,0%
			Residual		6,0	-6,0	
Κάνω περισσότερη έρευνα πριν αγοράσω	% ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within		40,3% _a	47,2% _a	42,8%	
		Residual		-6,3	6,3		
Αγοράζω μόνο φθηνά τρόφιμα αλλάζοντας τις καταναλωτικές μου συνήθειες	% ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	within		2,7% _a	6,3% _a	4,0%	
		Residual		-3,3	3,3		

Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%
-------	------------------------	--------	--------	--------

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,497 ^a	3	,090
Likelihood Ratio	6,412	3	,093
Linear-by-Linear Association	3,312	1	,069
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,68.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q6.Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που σταματήσατε να αγοράζετε τελείως	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	25,5% _a	28,9% _a	26,7%
		Residual	-3,1	3,1	
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	74,5% _a	71,1% _a	73,3%
		Residual	3,1	-3,1	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from

each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,539 ^a	1	,463		
Continuity Correction ^b	,380	1	,538		
Likelihood Ratio	,535	1	,464		
Fisher's Exact Test				,480	,268
Linear-by-Linear Association	,538	1	,463		
N of Valid Cases	401				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37,89.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q8.Υπάρχουν κάποιες ΝΑΙ κατηγορίες τροφίμων που μειώσατε τη κατανάλωση	57,8% _a	60,1% _a	58,6%
% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ Residual	-2,2	2,2	

	OXI	% within	42,2% _a	39,9% _a	41,4%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	2,2	-2,2	
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,216 ^a	1	,642		
Continuity Correction ^b	,129	1	,719		
Likelihood Ratio	,217	1	,642		
Fisher's Exact Test				,673	,360
Linear-by-Linear Association	,216	1	,642		
N of Valid Cases	401				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 59,20.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q10.Από που αγοράζετε συχνότερα τα τρόφιμα που μου είπατε ότι αγοράζετε	Σουπερ Μάρκετ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	84,5% _a	76,8% _b	81,8%
		Residual	8,8	-8,8	
	Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ Μανάβικα - κρεοπωλεία	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	6,2% _a	16,4% _b	9,8%
		Residual	-11,7	11,7	
	Λαϊκές αγορές	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	7,4% _a	5,1% _a	6,6%
		Residual	2,7	-2,7	
	Από το χωριό	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	1,9% _a	1,7% _a	1,8%
		Residual	,2	-,2	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,916 ^a	3	,003
Likelihood Ratio	13,286	3	,004
Linear-by-Linear Association	,647	1	,421
N of Valid Cases	500		

a. 1 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,19.

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q12.Υπήρξε κάποια αλλαγή στο μέρος από το οποίο αγοράζατε τρόφιμα πριν την κρίση	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	19,6% _a	23,0% _a	20,8%	
		Residual	-4,0	4,0		
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	80,4% _a	77,0% _a	79,2%	
		Residual	4,0	-4,0		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,837 ^a	1	,360		
Continuity Correction ^b	,640	1	,424		
Likelihood Ratio	,828	1	,363		
Fisher's Exact Test				,360	,211
Linear-by-Linear Association	,835	1	,361		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37,02.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q13.Αν ΝΑΙ πιο μέρος εγκαταλείψετε	Σουπερ Μάρκετ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		71,9% _a	63,4% _a	68,6%
		Residual		2,1	-2,1	
	Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ Μανάβικα - κρεοπωλεία	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		25,0% _a	31,7% _a	27,6%
		Residual		-1,7	1,7	

	Λαϊκές αγορές	% within	3,1% _a	4,9% _a	3,8%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	-,4	,4	
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,870 ^a	2	,647
Likelihood Ratio	,861	2	,650
Linear-by-Linear Association	,848	1	,357
N of Valid Cases	105		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,56.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q14.Με ποιο το Σουπερ Μάρκετ αντικαταστήσατε	% within		81,0% _a	70,7% _a	76,9%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					
	Residual		2,5	-2,5		
Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ Μανάβικα - κρεοπωλεία	% within		1,6% _a	7,3% _a	3,8%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					
	Residual		-1,4	1,4		
Λαϊκές αγορές	% within		14,3% _a	14,6% _a	14,4%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					
	Residual		-,1	,1		
Από το χωριό	% within		1,6% _a	7,3% _a	3,8%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					
	Residual		-1,4	1,4		
Παραγωγούς	% within		1,6% _a	0,0% _a	1,0%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					
	Residual		,4	-,4		
Total	% within		100,0%	100,0%	100,0%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,230 ^a	4	,264
Likelihood Ratio	5,523	4	,238
Linear-by-Linear Association	,829	1	,362
N of Valid Cases	104		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,39.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
		ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q15. Σε τι ποσότητες αγοράζετε τρόφιμα σήμερα	Ακριβώς όσα έχω ανάγκη	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ 77,6% _a	% within ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ 70,2% _a	75,0%
		Residual	-8,5	
	Λιγότερα από όσα έχω ανάγκη	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ 15,8% _a	% within ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ 27,0% _b	19,8%
		Residual	12,8	
Περισσότερα από όσα έχω ανάγκη		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ 6,5% _a	% within ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ 2,8% _a	5,2%
		Residual	-4,3	

Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%
-------	------------------------	--------	--------	--------

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,048 ^a	2	,004
Likelihood Ratio	11,087	2	,004
Linear-by-Linear Association	,498	1	,480
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,26.

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q16.Υπήρξε κάποια αλλαγή στις ποσότητες τροφίμων που αγοράζατε προ κρίσης	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	66,1% _a	67,4% _a	66,6%	
	Residual		-1,5	1,5		
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	33,9% _a	32,6% _a	33,4%	
	Residual		1,5	-1,5		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,083 ^a	1	,774		
Continuity Correction ^b	,036	1	,850		
Likelihood Ratio	,083	1	,773		
Fisher's Exact Test				,843	,426
Linear-by-Linear Association	,083	1	,774		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 59,45.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q17.Προ κρίσης σε τι ποσότητες αγοράζατε τρόφιμα			
Ακριβώς όσα έχω ανάγκη	19,2% _a	21,7% _a	20,1%
	Residual		
	-1,9	1,9	
Λιγότερα από όσα έχω ανάγκη	4,7% _a	3,3% _a	4,2%
	Residual		
	1,0	-1,0	
Περισσότερα από όσα έχω ανάγκη	76,2% _a	75,0% _a	75,7%
	Residual		
	,9	-,9	
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,584 ^a	2	,747
Likelihood Ratio	,593	2	,743
Linear-by-Linear Association	,160	1	,689
N of Valid Cases	334		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,03.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q18.Τα τρόφιμα που αγοράζετε είναι συγκεκριμένης Μάρκας	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	29,2% _a	25,3% _a	27,8%	
		Residual	4,5	-4,5		
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	70,8% _a	74,7% _a	72,2%	
		Residual	-4,5	4,5		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,874 ^a	1	,350		
Continuity Correction ^b	,690	1	,406		
Likelihood Ratio	,882	1	,348		
Fisher's Exact Test				,404	,204

Linear-by-Linear Association	,872	1	,350		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 49,48.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q19.Υπήρξε κάποια αλλαγή στις μάρκες των τροφίμων που προμηθευόσασταν πριν την κρίση	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	45,3% _a	41,0% _a	43,8%	
		Residual	5,0	-5,0		
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	54,7% _a	59,0% _a	56,2%	
		Residual	-5,0	5,0		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)

Pearson Chi-Square	,873 ^a	1	,350		
Continuity Correction ^b	,706	1	,401		
Likelihood Ratio	,875	1	,349		
Fisher's Exact Test				,397	,200
Linear-by-Linear Association	,872	1	,351		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 77,96.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
	ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q20.Τα τρόφιμα που αγοράζονται παραμένουν να είναι			
Επώνυμη Μάρκα	11,6% _a	19,4% _a	14,2%
% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
Residual	-3,8	3,8	
Όχι τόσο επώνυμη γνωστή Μάρκα	88,4% _a	80,6% _a	85,8%
% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
Residual	3,8	-3,8	
Total	100,0%	100,0%	100,0%
% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from

each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,405 ^a	1	,121		
Continuity Correction ^b	1,808	1	,179		
Likelihood Ratio	2,311	1	,128		
Fisher's Exact Test				,149	,091
Linear-by-Linear Association	2,394	1	,122		
N of Valid Cases	218				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,24.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q21.Εμπιστεύεστε μάρκες που έχουν την επωνυμία των Σούπερ μάρκετ	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	68,6% _a	70,1% _a	69,1%
		Residual	-1,6	1,6	

	OXI	% within	31,4% _a	29,9% _a	30,9%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	1,6	-1,6	
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,108 ^a	1	,742		
Continuity Correction ^b	,052	1	,820		
Likelihood Ratio	,109	1	,742		
Fisher's Exact Test				,762	,411
Linear-by-Linear Association	,108	1	,742		
N of Valid Cases	499				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 54,63.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q22.Σχετικά με τα τρόφιμα με την επωνυμία του σουπερ μάρκετ τι ισχύει για εσάς	Αγόραζα πάντα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	53,1% _a	52,0% _a	52,7%	
		Residual	1,3	-1,3		
	Δεν αγόραζα ποτέ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	24,8% _a	27,1% _a	25,7%	
		Residual	-2,6	2,6		
	Δεν αγόραζα αλλά μετά την κρίση αγοράζω	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	22,0% _a	20,9% _a	21,6%	
		Residual	1,3	-1,3		
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%		

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,327 ^a	2	,849
Likelihood Ratio	,326	2	,850
Linear-by-Linear Association	,000	1	,998
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,31.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q23.Αγοράζετε τρόφιμα που δεν ανήκουν σε γνωστές μάρκες αν είναι φθηνότερα από τα επώνυμα	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	65,8% _a	70,2% _a	67,4%	
		Residual	-5,0	5,0		
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	34,2% _a	29,8% _a	32,6%	
		Residual	5,0	-5,0		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,004 ^a	1	,316		
Continuity Correction ^b	,814	1	,367		
Likelihood Ratio	1,011	1	,315		
Fisher's Exact Test				,370	,184

Linear-by-Linear Association	1,002	1	,317		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 58,03.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_1.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό ΕΠΩΝΥΜΗ ΜΑΡΚΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	13,7% _a	19,7% _a	15,8%
		Residual	-6,9	6,9	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	39,8% _a	36,5% _a	38,6%
		Residual	3,7	-3,7	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	46,6% _a	43,8% _a	45,6%
		Residual	3,2	-3,2	
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,113 ^a	2	,211
Likelihood Ratio	3,039	2	,219
Linear-by-Linear Association	1,672	1	,196
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,12.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_2.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	50,3% _a	64,6% _b	55,4%
		Residual	-16,4	16,4	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	36,0% _a	27,0% _b	32,8%
		Residual	10,4	-10,4	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	13,7% _a	8,4% _a	11,8%
		Residual	6,0	-6,0	

Total	% within	100,0%	100,0%	100,0%
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,762 ^a	2	,008
Likelihood Ratio	9,905	2	,007
Linear-by-Linear Association	9,058	1	,003
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,00.

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_3.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	42,4% _a	55,6% _b	47,1%
		Residual	-15,2	15,2	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	35,5% _a	30,9% _a	33,9%

σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΟΠΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
	Residual	5,3	-5,3	
ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	22,1% _a	13,5% _b	19,0%
Total	Residual	9,9	-9,9	
	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,474 ^a	2	,009
Likelihood Ratio	9,636	2	,008
Linear-by-Linear Association	9,395	1	,002
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,89.

Απόρρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_4.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχήστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	30,1% _a	43,8% _b	35,0%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	-15,7	15,7		
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	33,5% _a	31,5% _a	32,8%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	2,4	-2,4		
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	36,3% _a	24,7% _b	32,2%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	13,3	-13,3		
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11,099 ^a	2	,004
Likelihood Ratio	11,116	2	,004
Linear-by-Linear Association	10,920	1	,001
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 57,32.

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_5.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	59,3% _a	61,0% _a	59,9%
		Residual	-1,9	1,9	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	33,2% _a	34,5% _a	33,7%
		Residual	-1,4	1,4	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	7,5% _a	4,5% _a	6,4%
		Residual	3,4	-3,4	

Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%
-------	------------------------	--------	--------	--------

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,640 ^a	2	,441
Likelihood Ratio	1,727	2	,422
Linear-by-Linear Association	,649	1	,420
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,35.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_6.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχήστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό ΤΙΜΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	38,3% _a	38,8% _a	38,5%
		Residual	-,5	,5	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	39,6% _a	43,3% _a	40,9%
		Residual	-4,2	4,2	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	22,1% _a	18,0% _a	20,6%
		Residual	4,7	-4,7	
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,339 ^a	2	,512
Likelihood Ratio	1,357	2	,507
Linear-by-Linear Association	,430	1	,512
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36,74.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_7.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΟΙΟΤΗΤΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	74,8% _a	80,2% _a	76,8%
		Residual		-6,1	6,1	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	23,0% _a	19,8% _a	21,8%
		Residual		3,7	-3,7	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	2,2% _a	0,0% _b	1,4%
		Residual		2,5	-2,5	
Total		% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,817 ^a	2	,090

Likelihood Ratio	7,107	2	,029
Linear-by-Linear Association	3,043	1	,081
N of Valid Cases	499		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,48.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_8.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	13,7% _a	16,4% _a	14,6%	
		Residual	-3,1	3,1		
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	27,6% _a	32,8% _a	29,5%	
		Residual	-5,9	5,9		
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	58,7% _a	50,8% _a	55,9%	
		Residual	9,0	-9,0		
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%		

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,855 ^a	2	,240
Likelihood Ratio	2,849	2	,241
Linear-by-Linear Association	2,379	1	,123
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,89.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q24_9.Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικά ως το λιγότερο σημαντικό	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	41,6% _a	48,3% _a	44,0%
		Residual	-7,7	7,7	
ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	48,8% _a	39,3% _b	45,4%
		Residual	10,8	-10,8	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	9,6% _a	12,4% _a	10,6%

Total	Residual	-3,1	3,1	
	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,223 ^a	2	,121
Likelihood Ratio	4,240	2	,120
Linear-by-Linear Association	,415	1	,520
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,87.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q25.Άλλαξαν τα κριτήρια σας μετά την οικονομική κρίση	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ Residual	52,5% _a -1,7	53,9% _a 1,7	53,0%

	OXI	% within	47,5% _a	46,1% _a	47,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	1,7	-1,7	
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,097 ^a	1	,756		
Continuity Correction ^b	,047	1	,828		
Likelihood Ratio	,097	1	,756		
Fisher's Exact Test				,779	,414
Linear-by-Linear Association	,096	1	,756		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 83,66.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_1.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΠΩΝΥΜΗ ΜΑΡΚΑ	Αύξηση σημαντικότητας	% within	1,8% _a	5,2% _a	3,0%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	-2,1	2,1		
	Παρέμεινε ίδια	% within	27,2% _a	21,9% _a	25,3%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	3,3	-3,3		
	Μείωση σημαντικότητας	% within	71,0% _a	72,9% _a	71,7%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	-1,2	1,2		
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,113 ^a	2	,211
Likelihood Ratio	3,006	2	,223
Linear-by-Linear Association	,051	1	,821
N of Valid Cases	265		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,90.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_2.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	32,9% _a	34,4% _a	33,5%
		Residual	-,9	,9	
	Παρέμεινε ίδια	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	45,3% _a	45,8% _a	45,5%
		Residual	-,3	,3	
	Μείωση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	21,8% _a	19,8% _a	21,1%
		Residual	1,2	-1,2	

Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%
-------	------------------------	--------	--------	--------

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,155 ^a	2	,925
Likelihood Ratio	,156	2	,925
Linear-by-Linear Association	,134	1	,714
N of Valid Cases	266		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 20,21.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_3.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΟΠΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	32,0% _a	30,5% _a	31,4%
		Residual	,9	-,9	
	Παρέμεινε ίδια	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	42,6% _a	45,3% _a	43,6%
		Residual	-1,6	1,6	
	Μείωση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	25,4% _a	24,2% _a	25,0%
		Residual	,8	-,8	
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,175 ^a	2	,916
Likelihood Ratio	,175	2	,916
Linear-by-Linear Association	,000	1	,984
N of Valid Cases	264		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,75.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_4.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	20,1% _a	25,0% _a	21,9%	
		Residual	-3,0	3,0		
	Παρέμεινε ίδια	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	49,7% _a	43,8% _a	47,5%	
		Residual	3,6	-3,6		
	Μείωση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	30,2% _a	31,2% _a	30,6%	
		Residual	-,7	,7		
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%		

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,146 ^a	2	,564
Likelihood Ratio	1,140	2	,566
Linear-by-Linear Association	,171	1	,679
N of Valid Cases	265		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,01.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_5.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	23,1% _a	15,6% _a	20,4%	
		Residual	4,6	-4,6		
	Παρέμεινε ίδια	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	61,5% _a	72,9% _a	65,7%	
		Residual	-7,0	7,0		
	Μείωση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	15,4% _a	11,5% _a	14,0%	
		Residual	2,4	-2,4		

Total	% within	100,0%	100,0%	100,0%
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,551 ^a	2	,169
Likelihood Ratio	3,623	2	,163
Linear-by-Linear Association	,223	1	,636
N of Valid Cases	265		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,40.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_6.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΤΙΜΗ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	88,2% _a	86,5% _a	87,5%
	Residual		1,0	-1,0	
	Παρέμεινε ίδια	% within	7,7% _a	10,4% _a	8,7%

		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	-1,7	1,7	
	Μείωση σημαντικότητας	% within	4,1% _a	3,1% _a	3,8%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	,6	-,6	
Total		% within	100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,712 ^a	2	,701
Likelihood Ratio	,704	2	,703
Linear-by-Linear Association	,014	1	,907
N of Valid Cases	265		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,62.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_7.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΟΙΟΤΗΤΑ	Αύξηση σημαντικότητας	% within	25,4% _a	24,0% _a	24,9%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	,9	-,9		
	Παρέμεινε ίδια	% within	64,5% _a	68,8% _a	66,0%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	-2,6	2,6		
Total	Μείωση σημαντικότητας	% within	10,1% _a	7,3% _a	9,1%	
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual	1,7	-1,7		
	% within	100,0%	100,0%	100,0%		
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ					

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,740 ^a	2	,691
Likelihood Ratio	,756	2	,685
Linear-by-Linear Association	,032	1	,858
N of Valid Cases	265		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,69.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_8.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	16,0% _a	17,7% _a	16,6%
		Residual	-1,1	1,1	
	Παρέμεινε ίδια	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	27,2% _a	29,2% _a	27,9%
		Residual	-1,2	1,2	
	Μείωση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	56,8% _a	53,1% _a	55,5%
		Residual	2,3	-2,3	

Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%
-------	------------------------	--------	--------	--------

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,343 ^a	2	,842
Likelihood Ratio	,343	2	,843
Linear-by-Linear Association	,314	1	,576
N of Valid Cases	265		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,94.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q26_9.Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	Αύξηση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	16,0% _a	12,5% _a	14,7%
		Residual	2,1	-2,1	
	Παρέμεινε ίδια	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	60,9% _a	67,7% _a	63,4%
		Residual	-4,1	4,1	
	Μείωση σημαντικότητας	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	23,1% _a	19,8% _a	21,9%
		Residual	2,0	-2,0	
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,246 ^a	2	,536
Likelihood Ratio	1,259	2	,533
Linear-by-Linear Association	,001	1	,980
N of Valid Cases	265		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,13.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q27_1.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψή σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		18,6% _a	24,3% _a	20,6%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	Residual	-6,5	6,5	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		35,4% _a	42,9% _a	38,1%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	Residual	-8,6	8,6	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		46,0% _a	32,8% _b	41,3%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	Residual	15,1	-15,1	
Total		% within		100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,292 ^a	2	,016
Likelihood Ratio	8,400	2	,015
Linear-by-Linear Association	7,027	1	,008
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36,54.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q27_2. Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψή σας για την ποιότητα των τροφίμων ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		23,6% _a	23,6% _a	23,6%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual		,0	,0	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		34,2% _a	39,9% _a	36,2%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual		-6,6	6,6	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		42,2% _a	36,5% _a	40,2%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
		Residual		6,6	-6,6	
Total		% within		100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,971 ^a	2	,373
Likelihood Ratio	1,970	2	,373
Linear-by-Linear Association	,611	1	,434
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 42,01.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q27_3. Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΤΟ ΧΡΩΜΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	28,6% _a	29,2% _a	28,8%
		Residual		-,7	,7	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	28,9% _a	35,4% _a	31,2%
		Residual		-7,5	7,5	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	42,5% _a	35,4% _a	40,0%
		Residual		8,2	-8,2	
Total		% within		100,0%	100,0%	100,0%

ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,041 ^a	2	,219
Likelihood Ratio	3,040	2	,219
Linear-by-Linear Association	1,029	1	,310
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51,26.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q27_4. Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψή σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΓΕΥΣΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		61,1% _a	58,4% _a	60,1%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	Residual	3,0	-3,0	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		32,4% _a	37,6% _a	34,3%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	Residual	-6,0	6,0	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within		6,5% _a	3,9% _a	5,6%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	Residual	3,0	-3,0	
Total		% within		100,0%	100,0%	100,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,440 ^a	2	,295
Likelihood Ratio	2,508	2	,285
Linear-by-Linear Association	,000	1	,997
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,99.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q27_5. Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων Η ΑΠΑΛΛΑΓΗ ΑΠΟ ΦΥΤΟΦΑΡΜΑΚΑ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	65,1% _a	71,3% _a	67,3%	
		Residual	-7,1	7,1		
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	26,2% _a	21,9% _a	24,6%	
		Residual	4,9	-4,9		
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	8,7% _a	6,7% _a	8,0%	
		Residual	2,3	-2,3		
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%		

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,065 ^a	2	,356

Likelihood Ratio	2,090	2	,352
Linear-by-Linear Association	1,923	1	,166
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,27.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q27_6.Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων ΟΙ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	49,7% _a	47,8% _a	49,0%	
		Residual	2,2	-2,2		
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	40,7% _a	44,9% _a	42,2%	
		Residual	-4,9	4,9		
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	9,6% _a	7,3% _a	8,8%	
		Residual	2,7	-2,7		
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%		

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,284 ^a	2	,526
Likelihood Ratio	1,301	2	,522
Linear-by-Linear Association	,004	1	,949
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,66.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
q28	1,00	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	8,1% _a	3,4% _b	6,4%
		Residual	5,4	-5,4	
	2,00	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	37,7% _a	31,5% _a	35,5%
		Residual	7,1	-7,1	
	3,00	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	7,8% _a	19,7% _b	12,0%

		Residual	-13,6	13,6	
	4,00	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	46,4% _a	45,5% _a	46,1%
Total		Residual	1,0	-1,0	
		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,697 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	18,437	3	,000
Linear-by-Linear Association	2,329	1	,127
N of Valid Cases	499		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,41.

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total	
		ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ		
Q29.Γνωρίζετε τις διαφορές ανάμεσα στις τρεις μεθόδους καλλιέργειας	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	73,1% _a	100,0% _a	78,1%
		Residual	-1,3	1,3	
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	26,9% _a	0,0% _a	21,9%
		Residual	1,3	-1,3	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from

each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,068 ^a	1	,150		
Continuity Correction ^b	,792	1	,373		
Likelihood Ratio	3,331	1	,068		
Fisher's Exact Test				,296	,195
Linear-by-Linear Association	2,003	1	,157		
N of Valid Cases	32				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,31.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q32.Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	33,1% _a	45,1% _b	37,0%
		Residual		-11,5	11,5	
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	38,5% _a	30,3% _a	35,8%
		Residual		7,9	-7,9	
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	17,2% _a	16,2% _a	16,9%
		Residual		1,0	-1,0	
	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΟ	% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	11,1% _a	8,5% _a	10,3%
		Residual		2,6	-2,6	
Total		% within	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,267 ^a	3	,099
Likelihood Ratio	6,226	3	,101
Linear-by-Linear	3,410	1	,065

Association			
N of Valid Cases	438		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,59.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q33.Αγοράζετε ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ τρόφιμα	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	46,6% _a	46,5% _a	46,6%
		Residual	,1	-,1	
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	53,4% _a	53,5% _a	53,4%
		Residual	-,1	,1	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,001 ^a	1	,978		
Continuity Correction ^b	0,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,001	1	,978		
Fisher's Exact Test				1,000	,530
Linear-by-Linear Association	,001	1	,978		
N of Valid Cases	438				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 66,14.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q34.Άλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς σε σχέση με το παρελθόν	Αγοράζω περισσότερα βιολογικά προϊόντα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	9,5% _a	12,3% _a	10,4%	
		Residual	-1,2	1,2		
	Αγοράζω το ίδιο	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	40,1% _a	44,6% _a	41,6%	
		Residual	-2,0	2,0		
	Αγοράζω λιγότερα βιολογικά προϊόντα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	50,4% _a	43,1% _a	48,0%	
		Residual	3,2	-3,2		
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%		

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,036 ^a	2	,596
Likelihood Ratio	1,034	2	,596
Linear-by-Linear Association	1,012	1	,314
N of Valid Cases	202		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,76.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q37.Αγοράζετε ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ τρόφιμα	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	96,5% _a	93,4% _a	95,6%
		Residual	1,3	-1,3	
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	3,5% _a	6,6% _a	4,4%
		Residual	-1,3	1,3	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,950 ^a	1	,330		
Continuity Correction ^b	,363	1	,547		
Likelihood Ratio	,888	1	,346		
Fisher's Exact Test				,456	,265

Linear-by-Linear Association	,945	1	,331		
N of Valid Cases	204				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,69.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q38.Αλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς από το παρελθόν	Αγοράζω περισσότερα συμβατικής καλλιέργειας προϊόντα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	16,7% _a	14,0% _a	15,9%
	Residual		1,1	-1,1	
	Αγοράζω το ίδιο	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	68,8% _a	71,9% _a	69,7%
	Residual		-1,2	1,2	
	Αγοράζω λιγότερα συμβατικής καλλιέργειας προϊόντα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	14,5% _a	14,0% _a	14,4%
	Residual		,2	-,2	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,237 ^a	2	,888
Likelihood Ratio	,241	2	,887
Linear-by-Linear Association	,063	1	,802
N of Valid Cases	195		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,18.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q40.Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ένα τρόφιμο ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	45,5% _a	62,5% _a	48,8%	
		Residual	-1,1	1,1		
	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	24,2% _a	12,5% _a	22,0%	
		Residual	,8	-,8		
	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	18,2% _a	25,0% _a	19,5%	
		Residual	-,4	,4		

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΟ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	12,1% _a	0,0% _a	9,8%
		Residual	,8	-,8	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,911 ^a	3	,591
Likelihood Ratio	2,703	3	,440
Linear-by-Linear Association	,702	1	,402
N of Valid Cases	41		

a. 5 cells (62,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,78.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q41.Αγοράζετε τρόφιμα ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	57,6% _a	75,0% _a	61,0%
		Residual	-1,1	1,1	
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	42,4% _a	25,0% _a	39,0%
		Residual	1,1	-1,1	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from

each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,822 ^a	1	,365		
Continuity Correction ^b	,252	1	,615		
Likelihood Ratio	,862	1	,353		
Fisher's Exact Test				,448	,314
Linear-by-Linear Association	,802	1	,371		
N of Valid Cases	41				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,12.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
		ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q42.Πιστεύεται ότι η μέθοδος καλλιέργειας επηρεάζει την ποιότητα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	93,8% _a	92,7% _a	93,4%
	Residual	1,3	-1,3	

των τροφίμων	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	6,2% _a	7,3% _a	6,6%
		Residual	-1,3	1,3	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,238 ^a	1	,626		
Continuity Correction ^b	,090	1	,765		
Likelihood Ratio	,234	1	,628		
Fisher's Exact Test				,707	,377
Linear-by-Linear Association	,237	1	,626		
N of Valid Cases	499				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,71.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q43_1.Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζω μόνο όταν ψωνίζω από μια μεγάλη επώνυμη αλυσίδα σούπερ μάρκετ	Συμφωνώ απόλυτα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	8,0% _a	14,6% _b	10,4%
		Residual	-7,5	7,5	
	Συμφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	22,6% _a	11,2% _b	18,6%
		Residual	13,0	-13,0	
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	28,2% _a	29,2% _a	28,5%
		Residual	-1,2	1,2	
	Διαφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	26,3% _a	25,8% _a	26,1%
		Residual	,5	-,5	
	Διαφωνώ απόλυτα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	14,9% _a	19,1% _a	16,4%
		Residual	-4,9	4,9	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,053 ^a	4	,007
Likelihood Ratio	14,489	4	,006
Linear-by-Linear Association	,303	1	,582
N of Valid Cases	501		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,48.

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q43_2. Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων μόνο όταν ψωνίζω απευθείας από παραγωγούς που γνωρίζω χρόνια	Συμφωνώ απόλυτα	% within	29,2% _a	39,3% _b	32,8%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	-11,6	11,6	
	Συμφωνώ	% within	39,8% _a	35,4% _a	38,2%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	5,0	-5,0	
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	% within	18,9% _a	16,3% _a	18,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	3,0	-3,0	
	Διαφωνώ	% within	9,9% _a	7,9% _a	9,2%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	2,4	-2,4	
Διαφωνώ απόλυτα	% within	2,2% _a	1,1% _a	1,8%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
	Residual	1,2	-1,2		
Total	% within	100,0%	100,0%	100,0%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,844 ^a	4	,211
Likelihood Ratio	5,836	4	,212
Linear-by-Linear Association	4,480	1	,034
N of Valid Cases	500		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,20.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q43_3. Αισθάνομαι σίγουρη/ος μόνο αν ψωνίζω από τοπικούς έμπορους της γειτονία μου που γνωρίζω χρόνια	Συμφωνώ απόλυτα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	25,4% _a	36,5% _b	29,3%
		Residual	-12,8	12,8	
	Συμφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	38,4% _a	31,5% _a	35,9%
		Residual	8,0	-8,0	
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	19,8% _a	16,9% _a	18,8%
		Residual	3,4	-3,4	
	Διαφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	13,9% _a	13,5% _a	13,8%
		Residual	,5	-,5	
	Διαφωνώ απόλυτα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	2,5% _a	1,7% _a	2,2%
		Residual	,9	-,9	
	Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,259 ^a	4	,123
Likelihood Ratio	7,169	4	,127
Linear-by-Linear Association	2,940	1	,086
N of Valid Cases	501		

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,91.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q43_4.Αγοράζω τρόφιμα με κριτήριο την τιμή ακόμα και αν γνωρίζω ότι είναι λιγότερο ασφαλή	Συμφωνώ απόλυτα	% within	2,8% _a	7,3% _b	4,4%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	-5,2	5,2	
	Συμφωνώ	% within	8,0% _a	10,7% _a	9,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	-3,1	3,1	
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	% within	17,0% _a	16,9% _a	17,0%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	,1	-,1	
	Διαφωνώ	% within	32,2% _a	31,1% _a	31,8%
		ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
		Residual	1,3	-1,3	
Διαφωνώ απόλυτα	% within	39,9% _a	33,9% _a	37,8%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				
	Residual	6,9	-6,9		
Total	% within	100,0%	100,0%	100,0%	
	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ				

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,465 ^a	4	,113
Likelihood Ratio	7,159	4	,128
Linear-by-Linear Association	5,518	1	,019
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,79.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q43_5.Αγοράζω τρόφιμα που είμαι σίγουρη για την ασφάλεια τους (πιστοποιημένα) ακόμα και αν είναι ακριβότερα	Συμφωνώ απόλυτα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	14,9% _a	12,4% _a	14,0%
		Residual	2,9	-2,9	
	Συμφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	38,2% _a	35,4% _a	37,2%
		Residual	3,2	-3,2	
	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	28,3% _a	28,1% _a	28,2%
		Residual	,2	-,2	
	Διαφωνώ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	13,4% _a	16,3% _a	14,4%
		Residual	-3,4	3,4	
	Διαφωνώ απόλυτα	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	5,3% _a	7,9% _a	6,2%
		Residual	-3,0	3,0	
	Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,698 ^a	4	,610
Likelihood Ratio	2,659	4	,616
Linear-by-Linear Association	2,492	1	,114
N of Valid Cases	500		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,04.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q44.Θα ήσασταν διατιθέμενοι να πληρώσετε περισσότερο για ασφαλή(Πιστοποιημένα) τρόφιμα	NAI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	49,4% _a	46,6% _a	48,4%	
	Residual		3,2	-3,2		
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	50,6% _a	53,4% _a	51,6%	
	Residual		-3,2	3,2		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from

each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,347 ^a	1	,556		
Continuity Correction ^b	,246	1	,620		
Likelihood Ratio	,347	1	,556		
Fisher's Exact Test				,576	,310
Linear-by-Linear Association	,346	1	,556		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 86,15.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q45.Αν ναι τι ποσοστό αύξησης	1	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	1,3% _a	0,0% _a	,8%
		Residual	,7	-,7	
	2	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	2,5% _a	3,6% _a	2,9%
		Residual	-,6	,6	
	3	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	10,1% _a	11,9% _a	10,7%
		Residual	-1,0	1,0	
	5	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	29,6% _a	27,4% _a	28,8%
		Residual	1,2	-1,2	
	7	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,6% _a	2,4% _a	1,2%
		Residual	-1,0	1,0	
	10	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	34,0% _a	28,6% _a	32,1%
		Residual	3,0	-3,0	
	12	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,6% _a	0,0% _a	,4%
		Residual	,3	-,3	
	15	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	8,8% _a	9,5% _a	9,1%
		Residual	-,4	,4	

17	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,6% _a	0,0% _a	,4%
	Residual	,3	-,3	
20	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	8,2% _a	8,3% _a	8,2%
	Residual	-,1	,1	
25	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	1,3% _a	2,4% _a	1,6%
	Residual	-,6	,6	
30	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	1,3% _a	1,2% _a	1,2%
	Residual	,0	,0	
40	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,0% _a	1,2% _a	,4%
	Residual	-,7	,7	
50	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,6% _a	3,6% _a	1,6%
	Residual	-1,6	1,6	
60	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,6% _a	0,0% _a	,4%
	Residual	,3	-,3	
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,223 ^a	14	,746
Likelihood Ratio	11,778	14	,624
Linear-by-Linear Association	1,289	1	,256
N of Valid Cases	243		

a. 20 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q46.Γνωρίζετε τι είναι τα τρόφιμα με πιστοποίηση ΠΟΠ – ΠΓΕ	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	45,7% _a	46,1% _a	45,8%
		Residual	-,5	,5	
	OXI	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	54,3% _a	53,9% _a	54,2%
		Residual	,5	-,5	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from

each other at the ,05 level.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,008 ^a	1	,929		
Continuity Correction ^b	0,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,008	1	,929		
Fisher's Exact Test				1,000	,501
Linear-by-Linear Association	,008	1	,929		
N of Valid Cases	500				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 81,52.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q49.Στην οικογένεια σας καταναλώνετε τέτοια προϊόντα	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	81,0% _a	91,5% _b	84,7%	
		Residual	-5,5	5,5		
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	19,0% _a	8,5% _b	15,3%	
		Residual	5,5	-5,5		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,491 ^a	1	,034		
Continuity Correction ^b	3,716	1	,054		
Likelihood Ratio	4,853	1	,028		
Fisher's Exact Test				,036	,024
Linear-by-Linear Association	4,472	1	,034		
N of Valid Cases	229				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,53.

b. Computed only for a 2x2 table

Απορρίπτεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

				ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
				ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q51.Θα προτιμούσατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ή ΠΓΕ σε σχέση με ένα τρόφιμο χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ ΠΓΕ	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	61,2% _a	57,3% _a	59,8%	
		Residual	2,1	-2,1		
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	38,8% _a	42,7% _a	40,2%	
		Residual	-2,1	2,1		
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%	

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,334 ^a	1	,563		
Continuity Correction ^b	,192	1	,662		
Likelihood Ratio	,333	1	,564		

Fisher's Exact Test				,577	,330
Linear-by-Linear Association	,333	1	,564		
N of Valid Cases	229				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,94.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q52.Θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό	ΝΑΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	48,0% _a	46,3% _a	47,4%
		Residual	,9	-,9	
	ΟΧΙ	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	52,0% _a	53,7% _a	52,6%
		Residual	-,9	,9	
Total		% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,056 ^a	1	,812		
Continuity Correction ^b	,010	1	,921		
Likelihood Ratio	,056	1	,812		
Fisher's Exact Test				,890	,461
Linear-by-Linear Association	,056	1	,813		
N of Valid Cases	230				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,86.

b. Computed only for a 2x2 table

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

Crosstab

			ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ		Total
			ΑΣΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ	
Q53.Μου είπατε ότι θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό. Τι ποσοστό αύξησης θα λέγατε ότι είστε διατιθεμένη/ος να πληρώσετε	1	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,0% _a	5,0% _a	1,8%
	2	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	2,8% _a	5,0% _a	3,6%
	3	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	14,1% _a	15,0% _a	14,4%
		Residual	-1,3	1,3	
		Residual	-,6	,6	

	ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ			
	Residual	-,2	,2	
5	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	29,6% _a	30,0% _a	29,7%
	Residual	-,1	,1	
10	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	38,0% _a	25,0% _a	33,3%
	Residual	3,3	-3,3	
15	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	9,9% _a	7,5% _a	9,0%
	Residual	,6	-,6	
20	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	4,2% _a	7,5% _a	5,4%
	Residual	-,8	,8	
30	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	1,4% _a	0,0% _a	,9%
	Residual	,4	-,4	
50	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	0,0% _a	5,0% _a	1,8%
	Residual	-1,3	1,3	
Total	% within ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	100,0%	100,0%	100,0%

Each subscript letter denotes a subset of ΑΣΤΙΚΟΤΗΤΑ categories whose column proportions do not differ significantly from each other at the ,05 level.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)

Pearson Chi-Square	9,987 ^a	8	,266
Likelihood Ratio	11,412	8	,179
Linear-by-Linear Association	,657	1	,418
N of Valid Cases	111		

a. 11 cells (61,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

Επικυρώνεται η αρχική υπόθεση της μη ύπαρξης συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV (Ερωτηματολόγιο Έρευνας)

Καλημέρα σας διεξάγουμε μία έρευνα σχετικά με τις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών. Τα στοιχεία που θα συλλέξουμε είναι εμπιστευτικά και θα χρησιμοποιηθούν για την εκπόνηση μεταπτυχιακής διατριβής στα πλαίσια μεταπτυχιακού προγράμματος του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Να ρωτήσουμε ποιος αγοράζει τρόφιμα για το νοικοκυριό (Άνδρας, Γυναίκα) και να διαπιστωθεί ότι μιλάμε με αυτή/ον που αγοράζει.

1. Φύλλο Ερωτώμενου

1. Άνδρας

2. Γυναίκα

2. Ηλικία

3. Θα ήθελα να μου πείτε ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες τροφίμων αγοράζετε για το νοικοκυριό σας έστω και περιστασιακά.

- Ελαιόλαδο
- Ελιές
- Γιαούρτι
- Γάλα
- Αρτοσκευάσματα (ψωμί-Παξιμάδι)

- Φρούτα λαχανικά
- Ζυμαρικά
- Ρύζι
- Όσπρια
- Κρεατικά
- Ψάρια
- Αλλά (αναφέρετε συγκεκριμένα)

4. Έχει μειωθεί το εισόδημα σας τα τελευταία 3 χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης.

1. Ναι Πήγαινε Ερ. 3
2. Όχι Πήγαινε Ερ. 4

5. Σε περίπτωση που το εισόδημα σας έχει μειωθεί, η μείωση των χρημάτων που διαθέτετε για την αγορά τροφίμων είναι ανάλογη, ή έχετε περικόψει άλλες δαπάνες προκειμένου να αγοράσετε τρόφιμα.

1. Ναι
2. Όχι

6. Άλλαξαν οι καταναλωτικές σας συνήθειες λόγω της οικονομικής κρίσης, (τα τελευταία 3 χρόνια)

1. Ναι Πήγαινε Ερ. 5
2. Όχι Πήγαινε Ερ. 8

5. Αν Ναι Πώς

- Αγοράζω λιγότερα τρόφιμα
- Αγοράζω φθηνότερα τρόφιμα
- Κάνω περισσότερη έρευνα πριν αγοράσω
- Αγοράζω μόνο φθηνά τρόφιμα αλλάζοντας τις καταναλωτικές μου συνήθειες
- Άλλο τι _____

6. Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που σταματήσατε να αγοράζετε τελείως

Ναι Πήγαινε Ερ. 7

Όχι Πήγαινε Ερ. 8

7. Αν Ναι Ποιές

- Ελαιόλαδο
- Ελιές
- Γιαούρτι
- Γάλα
- Αρτοσκευάσματα (ψωμί-Παξιμάδι)
- Φρούτα λαχανικά
- Ζυμαρικά
- Ρύζι
- Όσπρια
- Κρεατικά
- Ψάρια
- Άλλα (αναφέρετε συγκεκριμένα)

8. Υπάρχουν κάποιες κατηγορίες τροφίμων που μειώσατε τη κατανάλωση

Ναι Πήγαινε Ερ. 9

Όχι Πήγαινε Ερ. 10

9. Αν Ναι Ποιες

- Ελαιόλαδο
- Ελιές
- Γιαούρτι
- Γάλα
- Αρτοσκευάσματα (ψωμί-Παξιμάδι)
- Φρούτα λαχανικά
- Ζυμαρικά
- Ρύζι
- Όσπρια
- Κρεατικά
- Ψάρια
- Άλλα (αναφέρετε συγκεκριμένα)

10. Από πού αγοράζετε συχνότερα τα τρόφιμα που μου είπατε ότι αγοράζετε

- Σουπερ Μάρκετ
- Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ (Μανάβικα κρεοπωλεία)
- Λαϊκές αγορές
- Από το χωριό
- Άλλα σημεία –προσδιορίστε _____

11. Γιατί αγοράζετε από το σημείο αυτό (απάντηση από 10)

12. Υπήρξε κάποια αλλαγή στο μέρος από το οποίο αγοράζατε τρόφιμα πριν την κρίση

Ναι Πήγαινε Ερ. 13

Όχι Πήγαινε Ερ. 15

13. Αν ΝΑΙ πιο μέρος εγκαταλείψετε

- Σουπερ Μάρκετ
- Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ (Μανάβικα κρεοπωλεία)
- Λαϊκές αγορές
- Από το χωριό
- Άλλα σημεία –προσδιορίστε _____

14. Με ποιο το αντικαταστήσατε

- Σουπερ Μάρκετ
- Συνοικιακά καταστήματα τροφίμων πχ (Μανάβικα κρεοπωλεία)
- Λαϊκές αγορές
- Από το χωριό
- Άλλα σημεία –προσδιορίστε _____

15. Σε τι ποσότητες αγοράζετε σήμερα τρόφιμα

- Ακριβώς όσα έχω ανάγκη
- Λιγότερα από όσα έχω ανάγκη
- Περισσότερα από όσα έχω ανάγκη

16. Υπήρξε κάποια αλλαγή στις ποσότητες τροφίμων που αγοράζατε προ κρίσης
- Ναι Πήγαινε Ερ. 17
- Όχι Πήγαινε Ερ. 18
17. Προ κρίσης σε τι ποσότητες αγοράζατε τα τρόφιμα
- Ακριβώς όσα έχω ανάγκη
 - Λιγότερα από όσα έχω ανάγκη
 - Περισσότερα από όσα έχω ανάγκη
18. Τα τρόφιμα που αγοράζετε είναι συγκεκριμένης Μάρκας
- Ναι
- Όχι
19. Υπήρξε κάποια αλλαγή στις μάρκες των τροφίμων που προμηθευόσασταν πριν την κρίση
- Ναι Πήγαινε Ερ. 20
- Όχι Πήγαινε Ερ. 21
20. Τα τρόφιμα που αγοράζεται παραμένουν να είναι
- Επώνυμη γνωστή Μάρκα
 - Όχι τόσο επώνυμη γνωστή Μάρκα

21. Εμπιστεύεστε μάρκες που έχουν την επωνυμία των Σούπερ μάρκετ

Ναι

Όχι

22. Σχετικά με τα τρόφιμα με την επωνυμία του σουπερ μάρκετ τι ισχύει για εσάς

- Αγόραζα πάντα
- Δεν αγόραζα ποτέ
- Δεν αγόραζα αλλά μετά την κρίση αγοράζω

23. Αγοράζετε τρόφιμα που δεν ανήκουν σε γνωστές μάρκες αν είναι φθηνότερα από τα επώνυμα.

Ναι

Όχι

24. Με ποια κριτήρια επιλέγατε τα τρόφιμα που αγοράζατε πριν την οικονομική κρίση. Ιεραρχείστε από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό
Ιεράρχηση ανά κατηγορία Μια απάντηση ανά γραμμή

	Πολύ Σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό
Επώνυμη μάρκα	1	2	3
Ελληνικής Προέλευσης	1	2	3
Τοπικής παραγωγής	1	2	3
Οικογενειακής παραγωγής(Μικρές φάρμες)	1	2	3

Διατροφική αξία	1	2	3
Τιμή	1	2	3
Ποιότητα	1	2	3
Συσκευασία	1	2	3
Πιστοποιήσεις ποιότητας	1	2	3

25. Άλλαξαν τα κριτήρια σας μετά την οικονομική κρίση

Ναι Πήγαινε Ερ. 26

Όχι Πήγαινε Ερ. 27

26. Ιεραρχείστε τα από τα πιο σημαντικό ως το λιγότερο σημαντικό
Ιεράρχηση ανά κατηγορία Μια απάντηση ανά γραμμή

	Αύξηση Σημαντικότη τας	Παρέμεινε ίδια	Μείωση Σημαντικότητας
Επώνυμη μάρκα	1	2	3
Ελληνικής Προέλευσης	1	2	3
Τοπικής παραγωγής	1	2	3
Οικογενειακής παραγωγής(Μικρές φάρμες)	1	2	3

Διατροφική αξία	1	2	3
Τιμή	1	2	3
Ποιότητα	1	2	3
Συσκευασία	1	2	3
Πιστοποιήσεις ποιότητας	1	2	3

27. Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηριστικά επηρεάζουν την αντίληψη σας για την ποιότητα των τροφίμων

	Πολύ Σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό
Η εμφάνιση			
Το μέγεθος			
Το χρώμα			
Η γεύση			
Η απαλλαγή από φυτοφάρμακα			
Οι πιστοποιήσεις ποιότητας			

Θα σας διαβάσω κάποιες κατηγορίες τροφίμων τα οποία ανάλογα με την μέθοδο καλλιέργειας τους ή παραγωγής τους έχουν χαρακτηριστεί ως

1. ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ / ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

2. ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

3. ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

28. Ποια από αυτά γνωρίζετε

1. ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ / ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	Ναι	Όχι
2. ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ	Ναι	Όχι
3. ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ	Ναι	Όχι

Να γίνει η ερώτηση στους ερωτώμενους που απάντησαν **Ναι και** στις τρεις κατηγορίες στην ερώτηση 27

29. Γνωρίζεται τις διαφορές ανάμεσα στις τρεις μεθόδους καλλιέργειας?

Ναι

Όχι

ΤΡΟΦΙΜΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ / ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

Αν γνωρίζει τα ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ / ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ τρόφιμα

Ερ.27.1 Ναι

30. Τι σημαίνει για εσάς ότι ένα τρόφιμο είναι ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ

31. Πως αναγνωρίζετε αν ένα τρόφιμο είναι ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ

32. Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ΒΙΟΛΟΓΙΚΟ

Πολύ Σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Καθόλου Σημαντικό
----------------	-----------	----------------	-------------------

33. Αγοράζετε ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ τρόφιμα

Ναι Πήγαινε Ερ. 33

Όχι Πήγαινε Ερ. 34

34. Άλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς σε σχέση με το παρελθόν

Αγοράζω περισσότερα βιολογικά προϊόντα	1
Αγοράζω το ίδιο	2
Αγοράζω λιγότερα βιολογικά προϊόντα	3

ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

Αν γνωρίζει τα ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ τρόφιμα

Ερ.27.2 Ναι

35. Τι σημαίνει για σάς ότι ένα τρόφιμο είναι ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ

36. Ποια η διαφορά τους με τα ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ

37. Αγοράζετε ΣΥΜΒΑΤΙΚΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ τρόφιμα

Ναι Πήγαινε Ερ. 37

Όχι Πήγαινε Ερ. 38

38. Άλλαξε και πως αυτή η πρόθεση αγοράς από το παρελθόν

Αγοράζω περισσότερα συμβατικής καλλιέργειας προϊόντα	1
Αγοράζω το ίδιο	2
Αγοράζω λιγότερα συμβατικής καλλιέργειας προϊόντα	3

ΤΡΟΦΙΜΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Αν γνωρίζει τα ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ τρόφιμα

Ερ.27.3 Ναι

39. Τι σημαίνει για εσάς ότι ένα τρόφιμο είναι Ολοκληρωμένης διαχείρισης

40. Πόσο σημαντικό είναι για εσάς να είναι ένα τρόφιμο ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Πολύ Σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Καθόλου Σημαντικό
----------------	-----------	----------------	-------------------

41. Αγοράζετε τρόφιμα ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Ναι

Όχι

ΣΕ ΟΛΟΥΣ

42. Πιστεύεται ότι η μέθοδος καλλιέργειας επηρεάζει την ποιότητα των τροφίμων.

Ναι

Όχι

43. Θα ήθελα την άποψη σας σε κάποιες σκέψεις που μας έχουν πει άλλες νοικοκυρές και θα ήθελα να μου πείτε το βαθμό στο οποίο συμφωνείτε ή διαφωνείτε

	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα
Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζω μόνο όταν ψωνίζω από μια μεγάλη επώνυμη αλυσίδα σούπερ μάρκετ	1	2	3	4	5

Αισθάνομαι σίγουρη/ος για την ασφάλεια των τροφίμων μόνο όταν ψωνίζω απευθείας από παραγωγούς που γνωρίζω χρόνια	1	2	3	4	5
Αισθάνομαι σίγουρη/ος μόνο αν ψωνίζω από τοπικούς έμπορους της γειτονία μου που γνωρίζω χρόνια	1	2	3	4	5
Αγοράζω τρόφιμα με κριτήριο την τιμή ακόμα και αν γνωρίζω ότι είναι λιγότερο ασφαλή.	1	2	3	4	5
Αγοράζω τρόφιμα που είμαι σίγουρη για την ασφάλεια τους (πιστοποιημένα) ακόμα και αν είναι ακριβότερα	1	2	3	4	5

44. Θα ήσασταν διατιθέμενοι να πληρώσετε περισσότερο για ασφαλή(Πιστοποιημένα) τρόφιμα

Ναι Πήγαινε Ερ. 44

Όχι Πήγαινε Ερ. 45

45. Αν ναι τι ποσοστό αύξησης

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΟΠ –ΠΓΕ

Θα ήθελα να αναφερθούμε στα προϊόντα ονομασίας προελεύσεως(ΠΟΠ) και στα προϊόντα γεωγραφικής ένδειξης(ΠΓΕ)

46. Γνωρίζετε τι είναι τα τρόφιμα με πιστοποίηση ΠΟΠ –ΠΓΕ

Ναι Πήγαινε Ερ. 46

Όχι Πήγαινε Ερ. 47

47. Μπορείτε να μου αναφέρεται μερικά ΠΟΠ ΠΓΕ προϊόντα που γνωρίζετε

48. Πως αναγνωρίζετε τα ΠΟΠ ΠΓΕ

49. Στην οικογένεια σας καταναλώνετε τέτοια προϊόντα

Ναι

Όχι

50. Τι σημαίνει για σας ότι ένα τρόφιμο είναι ΠΟΠ ή ΠΓΕ

51. Θα προτιμούσατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ή ΠΓΕ σε σχέση με ένα τρόφιμο χωρίς πιστοποίηση ΠΟΠ ΠΓΕ

Ναι

Όχι

52. Θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό

Ναι Πήγαινε Ερ. 52

Όχι Πήγαινε ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

53. Μου είπατε ότι θα αγοράζατε ένα τρόφιμο ΠΟΠ ΠΓΕ ακόμα και αν είναι ακριβότερο από ένα συμβατικό. Τι ποσοστό αύξησης θα λέγατε ότι είστε διατιθεμένη/ος να πληρώσετε

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

Q1 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1 | Ανύπαντρος |
| 2 | Παντρεμένος |
| 3 | Χωρισμένος |
| 4 | Χήρος |
| 5 | Συζείτε με τον συντροφο σας |

Q2 Έχετε Παιδιά?

- | | |
|---|-----|
| 1 | ΝΑΙ |
| 2 | ΟΧΙ |

Q3 Πόσα άτομα συμπεριλαμβανομένου και εσάς ζουν στο νοικοκυριό σας

Q4 Θα ήθελα να μου πείτε το επίπεδο της μόρφωσής σας

- | | |
|---|--|
| 1 | Δεν πήγε σχολείο / Αγράμματος / Μέχρι 2η δημοτικού |
| 2 | 1η δημοτικού έως 3η γυμνασίου |
| 3 | 1η έως 3η Λυκείου / Επαγγ. σχολή (χωρίς απολ. λυκείου) |
| 4 | Ανώτερη μόρφωση (ΤΕΙ / ΙΕΚ / Ιδιωτικές σχολές(με απολ. Λυκ.) |

5 Ανώτατη μόρφωση (Πανεπιστήμιο /Πολυτεχνείο /Μεταπτυχιακά)

Q5 Θα ήθελα να μου πείτε το επάγγελμα σας.

- 1 Ελεύθερος επαγγελματίας
- 2 Υπάλληλος
- 3 Συνταξιούχος πρώην ελεύθερος επαγγελματίας
- 4 Συνταξιούχος πρώην υπάλληλος
- 5 Φοιτητής / Σπουδαστής
- 6 Νοικοκυρά / Εισοδηματίας
- 7 Άνεργος
- 8 Άρνηση

Q6 Τι ακριβώς κάνετε στην δουλειά σας; (Ελεύθεροι επαγγελματίες)

Αν Q5=1ή3

- 1 Αγρότες (-50 στρέμματα)
- 2 Αγρότες (+50 στρέμματα)
- 3 Ελεύθεροι επαγγελματίες (χωρίς υπαλλήλους)
- 4 Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 1-2 υπαλλήλους)
- 5 Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 3-5 υπαλλήλους)
- 6 Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 6-10 υπαλλήλους)
- 7 Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 11-49 υπαλλήλους)
- 8 Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 50+ υπαλλήλους)
- 9 Επιστημόνας / Ειδικός

Q7 Τι ακριβώς κάνετε στην δουλειά σας; (Υπάλληλοι)

Αν Q5=2ή4

- 1 Επιστήμονας / Ειδικός
- 2 Γεν. Διευθυντής (-5 υπαλλήλους) / Κατώτεροι αξιωματικοί
- 3 Γεν. Διευθυντής (6-10 υπαλλήλους) / Ανώτεροι αξιωματικοί
- 4 Γεν. Διευθυντής (11+ υπαλλήλους) / Ανώτατοι αξιωματικοί
- 5 Προϊστάμενος (-5 υπαλλήλους)
- 6 Προϊστάμενος (6+ υπαλλήλους)
- 7 Υπάλληλος γραφείου
- 8 Υπάλληλος εκτός γραφείου
- 9 Ειδικευμένος εργάτης
- 10 Ανειδίκευτος εργάτης
- 11 Άρνηση

Q8 Είστε το άτομο με το μεγαλύτερο εισόδημα στο σπίτι, ή μήπως όχι;

- 1 NAI
- 2 OXI

Q9 Και ποιο είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο που έχει συμπληρώσει το άτομο με

Το μεγαλύτερο εισόδημα στο σπίτι

- 1 Δεν πήγε σχολείο / Αγράμματος / Μέχρι 2η δημοτικού
- 2 1η δημοτικού έως 3η γυμνασίου
- 3 1η έως 3η Λυκείου / Επαγγ. σχολή (χωρίς απολ. λυκείου)
- 4 Ανώτερη μόρφωση (ΤΕΙ / ΙΕΚ / Ιδιωτικές σχολές(με απολ. Λυκ.)
- 5 Ανώτατη μόρφωση (Πανεπιστήμιο / Πολυτεχνείο / Μεταπτυχιακά)

Q10 Και με τι ασχολείται το άτομο με το μεγαλύτερο εισόδημα στο σπίτι;

- 1 Ελεύθερος επαγγελματίας
- 2 Υπάλληλος
- 3 Συνταξιούχος πρώην ελεύθερος επαγγελματίας
- 4 Συνταξιούχος πρώην υπάλληλος
- 5 Φοιτητής / Σπουδαστής
- 6 Νοικοκυρά / Εισοδηματίας
- 7 Άνεργος
- 8 Άρνηση

Q11 Και με τι ασχολείται το άτομο με το μεγαλύτερο εισόδημα στο σπίτι; ΜΙΑ

ΑΠΑΝΤΗΣΗ(Ελεύθεροι επαγγελματίες) Q10=1ή3

- | | |
|----|---|
| 1 | Αγρότες (-50 στρέμματα) |
| 2 | Αγρότες (+50 στρέμματα) |
| 3 | Ελεύθεροι επαγγελματίες (χωρίς υπαλλήλους) |
| 4 | Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 1-2 υπαλλήλους) |
| 5 | Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 3-5 υπαλλήλους) |
| 6 | Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 6-10 υπαλλήλους) |
| 7 | Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 11-49 υπαλλήλους) |
| 8 | Ελεύθεροι επαγγελματίες (με 50+ υπαλλήλους) |
| 9 | Επιστημόνας / Ειδικός |
| 10 | Άρνηση |

Q12 Και με τι ασχολείται το άτομο με το μεγαλύτερο εισόδημα στο σπίτι; (Υπάλληλοι)

Αν Q10=2ή4

- | | |
|---|--|
| 1 | Επιστήμονας / Ειδικός |
| 2 | Γεν. Διευθυντής (-5 υπαλλήλους) / Κατώτεροι αξιωματικοί |
| 3 | Γεν. Διευθυντής (6-10 υπαλλήλους) / Ανώτεροι αξιωματικοί |
| 4 | Γεν. Διευθυντής (11+ υπαλλήλους) / Ανώτατοι αξιωματικοί |
| 5 | Προϊστάμενος (-5 υπαλλήλους) |
| 6 | Προϊστάμενος (6+ υπαλλήλους) |
| 7 | Υπάλληλος γραφείου |

- 8 Υπάλληλος εκτός γραφείου
- 9 Ειδικευμένος εργάτης
- 10 Ανειδίκευτος εργάτης
- 11 Άρνηση

Η συνέντευξη ολοκληρώθηκε. Σάς ευχαριστώ πολύ για τη συνεργασία και το χρόνο σας!