



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ: ΓΕΡΟΥΛΑΝΟΥ ΡΕΓΓΙΝΑ

**Μεταβολές στην κατανάλωση των τροφίμων κατά την
περίοδο 2010-2018**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΕΠΙΒΛΕΠΟΝΤΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΟΥ Κ. ΠΑΥΛΟΥ ΜΠΟΥΧΑΓΙΕΡ

ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ , ΜΑΡΤΙΟΣ 2021

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
1. Εισαγωγή.....	3
2. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	6
3.1. Μέθοδος δειγματοληψίας.....	6
3.2. Παρουσίαση του ερωτηματολογίου της έρευνας.....	6
3. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	7
3.1. ΑΡΤΟΣ.....	7
3.2. ΤΥΡΙ.....	9
3.3. ΟΣΠΡΙΑ - ΖΥΜΑΡΙΚΑ.....	11
3.4. ΓΑΛΑ.....	13
3.5. ΦΡΟΥΤΑ.....	15
3.6. Λάδι.....	17
3.7. Κρέας.....	19
3.8. Αναψυκτικά – Καφές.....	21
3.9. Κονσέρβες.....	23
4. Σύγκριση αποτελεσμάτων.....	24
5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	24
6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	26

Περίληψη

Η εργασία αυτή έχει σκοπό να μελετήσει τις μεταβολές που τυχόν έχουν υπάρξει στην κατανάλωση τροφίμων κατά την περίοδο 2010-2018 στην Κεφαλονιά και ειδικότερα στο Αργοστόλι καθώς εκεί συγκεντρώνεται ο κύριος όγκος της αγοράς. Πιο συγκεκριμένα, θα παρουσιαστούν οι αλλαγές, αν υπήρξαν, που επέφερε η οικονομική κρίση στις επιλογές προϊόντων πρώτης ανάγκης στη διατροφή των καταναλωτών. Αναλύοντας τις επιλογές θα παρουσιαστούν και οι συνέπειες της οικονομικής κρίσης στον τομέα της διατροφής.

Η εργασία είναι ερευνητική και οι πληροφορίες προέρχονται κυρίως από την ανάλυση των ερωτηματολογίων που αναλύθηκαν αφού πρώτα απαντήθηκαν από τα αρμόδια στελέχη τοπικών επιχειρήσεων και super-markets. Επίσης υπάρχουν πληροφορίες που προέρχονται από τους ίδιους τους επιχειρηματίες και πως αυτοί βλέπουν τα πράγματα καθώς επίσης και από έγκριτα άρθρα και βιβλία. Τα αποτελέσματα της εργασίας παρουσιάζονται στο κεφάλαιο των συμπερασμάτων.

1. Εισαγωγή

Η εργασία αυτή παρουσιάζει τυχόν επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην προτίμηση συγκεκριμένων τροφίμων έναντι άλλων και τους βασικούς λόγους που επηρέασαν τις προτιμήσεις αυτές την περίοδο 2010-2018 στην Κεφαλονιά.

Η εργασία είναι ερευνητική και αποτελείται από τρία κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο περιλαμβάνει την παρουσίαση του προβλήματος και την μεθοδολογία της εργασίας. Το δεύτερο, τα στατιστικά αποτελέσματα της έρευνας, γραφικές παραστάσεις, περιγραφή των γραφικών παραστάσεων και ανάλυση τους και το τρίτο τα συμπεράσματα από την έρευνα.

Οικονομική κρίση – Κατανάλωση τροφίμων

Η οικονομική κρίση έχει αλλάξει τον τρόπο ζωής μας σε πολλούς τομείς , ένας εκ των οποίων είναι και η διατροφή μας. Άτομα με χαμηλότερα εισοδήματα αναγκάζονται να καλύπτουν τις διατροφικές τους ανάγκες με προϊόντα χαμηλότερου κόστους και συχνά χαμηλότερης θρεπτικής αξίας. Αναγκάζονται δηλαδή να υιοθετήσουν φθηνότερες επιλογές οι οποίες μπορεί να είναι ανθυγιεινές και επιβλαβείς για τους ίδιους και τις οικογένειες τους.

Με μειωμένο τον οικογενειακό προϋπολογισμό για το φαγητό θα περίμενε κανείς ότι α) το βάρος των πολιτών θα μειωνόταν και β) θα έκαναν * στροφή στην ποιότητα * , όσον αφορά τις τροφικές επιλογές , αγοράζοντας τρόφιμα υψηλής θρεπτικής αξίας και θα παραγκωνίζαν το γρήγορο φαγητό και τα έτοιμα γλυκά σνακ.

Αντιθέτως, η έρευνα έχει δείξει ότι τα ποσοστά παχυσαρκίας είναι υψηλότερα σε καταστάσεις οικονομικής κρίσης, ενώ παράλληλα παρατηρείται μείωση στην κατανάλωση φρούτων, λαχανικών και θαλασσινών! Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι πολλοί είναι εκείνοι που πιστεύουν ότι η υγιεινή διατροφή είναι ακριβή και έτσι στρέφονται σε λύσεις φαινομενικά πιο φτηνές!

Τι συμβαίνει στην περίπτωση της Ελλάδας;

Τα πιο πρόσφατα ερευνητικά δεδομένα για τον ελληνικό πληθυσμό και αρκετά αντιπροσωπευτικά κατά τη γνώμη μου αφού συλλέχθηκαν τα τελευταία χρόνια που η χώρα βρίσκεται στην δυσκολότερη οικονομική φάση, λένε πώς:

1. Το 70% του ελληνικού πληθυσμού έχει αυξημένο βάρος
2. Το 50% έχει αυξημένες τιμές περιφέρειας μέσης
3. Περισσότερο η τρίτη ηλικία είναι προσηλωμένη στις αρχές της μεσογειακής διατροφής ενώ οι νέοι πολύ λιγότερο
4. Οι Έλληνες συνεχίζουν και προτιμούν το ψωμί και άλλα δημητριακά στη διατροφή τους συχνότερα όπως και το κρέας, τα γαλακτοκομικά και τα λαχανικά και σπανιότερα τα όσπρια, τα ψάρια και τα φρούτα.

Σύμφωνα με διάφορες μελέτες η οικονομική κρίση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την κακή διατροφή και την αύξηση της παχυσαρκίας. Οι Έλληνες δαπανούν όλο και λιγότερα χρήματα για την αγορά τροφίμων καταναλώνοντας όλο και λιγότερα ψάρια και λαχανικά και όλο και περισσότερα αμυλούχα και επεξεργασμένα προϊόντα. Τα τυποποιημένα φαγητά, τα διαφόρων ειδών αλλαντικά, τα αγνώστου προελεύσεως τυροκομικά και άλλα προϊόντα διατίθενται σε πολύ χαμηλότερες τιμές οπότε είναι εύλογο να προτιμούνται από τους καταναλωτές με χαμηλότερο κοινωνικο-οικονομικό υπόβαθρο. Μελέτες αποδεικνύουν ότι όσο πιο χαμηλό το εισόδημα τόσο πιο αυξημένο το σωματικό βάρος.

Μία έρευνα του ΚΕΠΚΑ κατά την περίοδο 8/7/2016-28/9/2016 σε σχέση με τις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών λόγω της οικονομικής κρίσης έδειξε ότι το 65% των Ελλήνων στράφηκαν αναγκαστικά στην Μεσογειακή διατροφή από ανάγκη. Εννέα στους δέκα καταναλωτές αγοράζουν λιγότερα προϊόντα αποφεύγοντας τις υπερβολές των προηγούμενων χρόνων. Το ψωμί, τα λαχανικά, τα φρούτα, τα όσπρια καταναλώνονται συχνότερα ενώ τα κόκκινα κρέατα και τα αναψυκτικά έχουν περιοριστεί. Επίσης έχει μειωθεί η κατανάλωση επώνυμων προϊόντων ανά άτομο ενώ έχει αυξηθεί ο αριθμός των καταναλωτών που αγοράζουν επώνυμα προϊόντα.

Σε αυτή την περίπτωση η βασική αιτία μεταβολής διατροφικών συνηθειών οφείλεται στην υγεία. Υπάρχει πολύ μεγάλη ενημέρωση από όλα τα μέσα μαζικής επικοινωνίας σχετικά με την σημασία της διατροφής για τον άνθρωπο και αυτό οδήγησε τους Έλληνες να στραφούν στην μεσογειακή διατροφή. Σε αυτή την περίπτωση η οικονομική κρίση συνέβαλλε θετικά.

Σύμφωνα με μία άλλη έρευνα του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ) που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παγκόσμιας ημέρας διατροφής (16 Οκτωβρίου), συγκεκριμένα, από το 2010 έως το 2017, συνολικά καταγράφεται μία μείωση στην αξία των αγορών κατά 21%, ενώ η εκτίμηση για τη μείωση του όγκου-ποσότητας των αγορών είναι της τάξης του 15%.

Περισσότερα όσπρια, λιγότερο κρέας

Στροφή παρατηρείται στις φθηνότερες επιλογές για πρόσληψη πρωτεϊνών, όπως στην **αγορά οσπρίων** όπου σημειώθηκε αύξηση κατά 10 % (από 15 σε 16,6 κιλά) και τα πουλερικά αύξηση κατά 9% (από 36,4 σε 39,5).

Αντίθετα σε ακριβότερες επιλογές σημειώθηκε μείωση, όπως π.χ. το μοσχάρι κατά 24% (από 47,6 κιλά σε 35,9) και το αρνί-κατσίκι κατά 25% (από 13,5 κιλά σε 10,2 κιλά).

Μεγάλες μειώσεις παρατηρούνται και στα **γαλακτοκομικά**, -14% για το γάλα και -24% για το τυρί, αλλά και για το **ελαιόλαδο** η μείωση ανέρχεται στο 18%.

Αντίστοιχα καταγράφεται μία σημαντική αύξηση στην πρόσληψη υδατανθράκων τόσο από **ζυμαρικά** όσο και από **ρύζι** κατά 14% και 8% αντίστοιχα.

Στις θετικές κατευθύνσεις προς πιο υγιεινές διατροφικές επιλογές καταγράφεται η μείωση στην πρόσληψη ζάχαρης κατά 44% και αναψυκτικών κατά 43%.

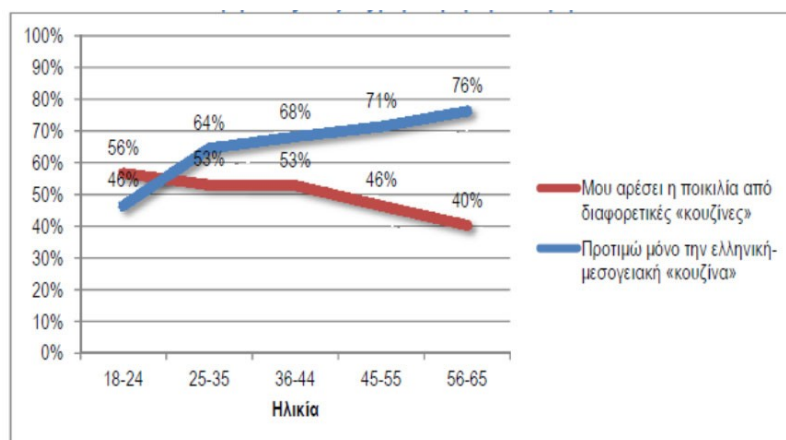
Μείωση στην κατανάλωση φρούτων και λαχανικών

Οι αλλαγές στις μέσες τιμές των τροφίμων ξεκαθαρίζουν σε ένα βαθμό το τοπίο αν κάποια αλλαγή οφείλεται σε διατροφική τάση ή αγοραστική τάση λόγω π.χ. μειωμένου εισοδήματος.

Ανησυχητικό φαινόμενο, σύμφωνα με στοιχεία της έρευνας, είναι η αιτία της μεγάλης μείωσης στη κατανάλωση φρούτων και λαχανικών (κατά 23% και 20% αντίστοιχα).

Η αιτία δεν είναι η οικονομική κρίση, αφού η μέση τιμή στα φρούτα και λαχανικά παρουσιάζει μείωση κατά 5% και 8% αντίστοιχα. Πρακτικά δηλαδή οι καταναλωτές μείωσαν τις αγορές αυτών των προϊόντων από επιλογή και όχι λόγω τιμής, είτε λόγω αλλαγών στη διατροφή.

Όλο και λιγότεροι επιλέγουν τη μεσογειακή διατροφή



Τα τελευταία στοιχεία καταγράφουν μια συνολική τάση αλλαγής της διατροφής των καταναλωτών ειδικά στις μικρότερες ηλικίες και 4 στους 10 καταναλωτές δηλώνουν ότι το 2017 άλλαξαν τη διατροφή τους.

Το ποσοστό των καταναλωτών που επιλέγουν αποκλειστικά την μεσογειακή κουζίνα μειώνεται όλο και περισσότερο καθώς μικραίνει η ηλικία και ειδικά στις ηλικίες κάτω των 35 ετών το ποσοστό που επιλέγει την ελληνική διατροφή πέφτει κάτω από το 50% με τους νέους να επιλέγουν την ποικιλία από διαφορετικές κουζίνες.

Το παράδοξο είναι ότι οι Έλληνες καταναλωτές ισχυρίζονται ότι ο κύριος λόγος επιλογής τροφών είναι η επιδίωξη μιας υγιεινής διατροφής με πλούσια διατροφική

αξία ενώ από την άλλη οι αριθμοί δείχνουν μείωση της κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών και απομάκρυνση από την λεγόμενη μεσογειακή διατροφή.

2. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Συνοψίζοντας τις παραπάνω πληροφορίες καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως η Κεφαλονιά είναι μία γεωγραφική περιοχή με ιδιόμορφη οικονομία η οποία δεν είναι σταθερή κατά την διάρκεια του ημερολογιακού έτους και είναι ιδιαίτερα ασταθής λόγω των αστάθμητων μεταβλητών που μπορούν να συμβούν κατά την διάρκεια του έτους.

Σκοπός της έρευνας είναι , η διεξαγωγή συμπερασμάτων όσον αφορά τις μεταβολές στην κατανάλωση τροφίμων κατά την περίοδο 2010-2018 , περίοδος που θεωρείται περίοδος οικονομικής κρίσης καθώς και γνώση των κριτηρίων που θέτουν οι καταναλωτές για τις επιλογές τους. Για την πραγματοποίηση της έρευνας σχεδιάστηκε ερωτηματολόγιο επί τοις εκατό μεταβολής της ποσότητας επιλεγμένων προϊόντων που αγόρασαν οι καταναλωτές κατά την διάρκεια των ετών 2010-2018 προκειμένου να συλλεχθούν πληροφορίες για τις ποσότητες προϊόντων όπως παρουσιάζονται στη συνέχεια.

2.2 Μέθοδος δειγματοληψίας

Δειγματοληψία είναι η συλλογή παρατηρήσεων από ένα δείγμα , δηλαδή ένα μέρος των ατόμων του πληθυσμού. Συγκεκριμένα , για την διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μη τυχαία δειγματοληψία η οποία πιστεύω ότι ήταν και η πιο ενδεδειγμένη μέθοδος καθόσον επιλέχθηκαν καταστήματα που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό καταναλωτών.

Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε σε super-markets , σπερπωλεία , κρεοπωλεία και γαλακτοκομεία , καταστήματα που συγκεντρώνουν την μερίδα του λέοντος του αγοραστικού κοινού της Κεφαλλονιάς και βρίσκονται κατανομημένα και στις τρεις επαρχίες της. Επισκέφθηκα τα γραφεία τους σε ημερομηνία και ώρα καθορισμένη έτσι ώστε η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων να γίνει σε ήρεμο και χαλαρό περιβάλλον και να έχουν τον χρόνο να εκφέρουν και τυχόν παρατηρήσεις ή σχόλια .

Συμπληρώθηκαν 50 ερωτηματολόγια και θα ήταν καλό να αναφερθεί ότι ενώ στην αρχή υπήρξε μία δυσκολία και απροθυμία στη συλλογή των πληροφοριών , ισχυρίστηκαν ότι δεν κρατούσαν λογιστικά στοιχεία επαρκή ούτε είχαν ταξινομημένες τις ποσότητες συνολικά σε κατηγορίες , γρήγορα όμως αποφάσισαν ότι τους ενδιέφερε να δουν αν όντως υπήρχε μείωση και αν ήταν τόσο μεγάλη όσο την υπολόγιζαν χοντρικά.

Οι μετρήσεις αφορούσαν αποκλειστικά ποσότητες προϊόντων ούτως ώστε να είναι σαφείς οι αυξομειώσεις τους.

2.2 Παρουσίαση του ερωτηματολογίου της έρευνας

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε με βάση τις ανάγκες της έρευνας είναι αυτό που παρουσιάζεται στο Παράρτημα 1.

Έχει χωριστεί σε στήλες ανάλογα με το τρόφιμο που εξετάζεται ανά έτος αρχίζοντας από το 2010 , έτος αρχή της οικονομικής κρίσης και φθάνοντας μέχρι το έτος 2018 , προσπάθεια επαναφοράς της κατανάλωσης σε κανονικά πλαίσια .

Τα τρόφιμα που επιλέχθηκαν είναι είδη που ανήκουν στην βασική διατροφή του ανθρώπου και απαραίτητα για την διατροφή του όπως γάλα , τυρί , κόκκινο κρέας , λευκό κρέας , φρούτα , λαχανικά κλπ αλλά και άλλα τρόφιμα όπως αναψυκτικά , όχι απαραίτητα στην διατροφή μας.

2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται παράθεση των στατιστικών αποτελεσμάτων της έρευνας όσον αφορά τις αυξομειώσεις των τροφίμων κατά την περίοδο 2010-2018 καθώς επίσης και των γραφημάτων που δείχνουν την αυξομείωση των ποσοτήτων ανά έτος.

2.1 ΑΡΤΟΣ

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΛΕΥΚΟΥ ΚΑΙ ΟΛΙΚΗΣ ΑΛΕΞΕΩΣ ΑΡΤΟΥ (2010-2018)



Στο παραπάνω γράφημα οι μπλε στήλες εμφανίζουν την μεταβολή της ποσότητας του λευκού άρτου και οι κόκκινες στήλες την μεταβολή της ποσότητας του άρτου ολικής άλεσης. Το 2010, απαρχή της κρίσης, παρατηρούμε μία αύξηση της κατανάλωσης του λευκού άρτου κατά 10% και του ολικής κατά 5%. Ακολουθεί το 2011 με ισόποση αύξηση 5% και στα δύο είδη άρτου. Το 2012 καθώς αρχίζει να βαθαίνει η κρίση έχουμε αύξηση 15% και αφορά το λευκό ψωμί. Έχουμε όμως αύξηση και στην κατανάλωση ολικής άλεσης κατά 5%. Το 2013 συνεχίζεται η αύξηση στο λευκό άρτο κατά 10% και στον ολικής κατά 5%. Το 2014 είναι μία ιδιαίτερη χρονιά γιατί αφ ενός μεν είναι η χρονιά με την μεγαλύτερη οικονομική κρίση αφ ετέρου τον Φεβρουάριο 2014 συνέβησαν οι ισχυροί σεισμοί που έπληξαν την Κεφαλονιά. Συνέπεια αυτών ήταν η φυγή πολλών κατοίκων από την Κεφαλονιά και προσωρινή μείωση των κατοίκων κάτι που είχε σοβαρό αντίκτυπο στην συνολική μείωση της κατανάλωσης του νησιού συνέπεια της απότομης μείωσης του πληθυσμού και της έκρηξης της οικονομικής κρίσης. Έχουμε μία μείωση της κατανάλωσης του λευκού άρτου κατά 15% και αντίστοιχη μείωση του άρτου ολικής κατά 10%. Το 2015 αρχίζει να σταθεροποιείται κάπως η κατάσταση και έχουμε μηδενική μεταβολή στην κατανάλωση λευκού άρτου και αύξηση 5% στην κατανάλωση ολικής άλεσης. Το 2016 είναι το μοναδικό έτος με μηδενική μεταβολή και για τα δύο είδη ενώ στη συνέχεια το 2017 παρουσιάζει ισόποση αύξηση και για τα δύο είδη της τάξεως του 5%. Το τελευταίο εξεταζόμενο έτος το 2018 έχουμε την

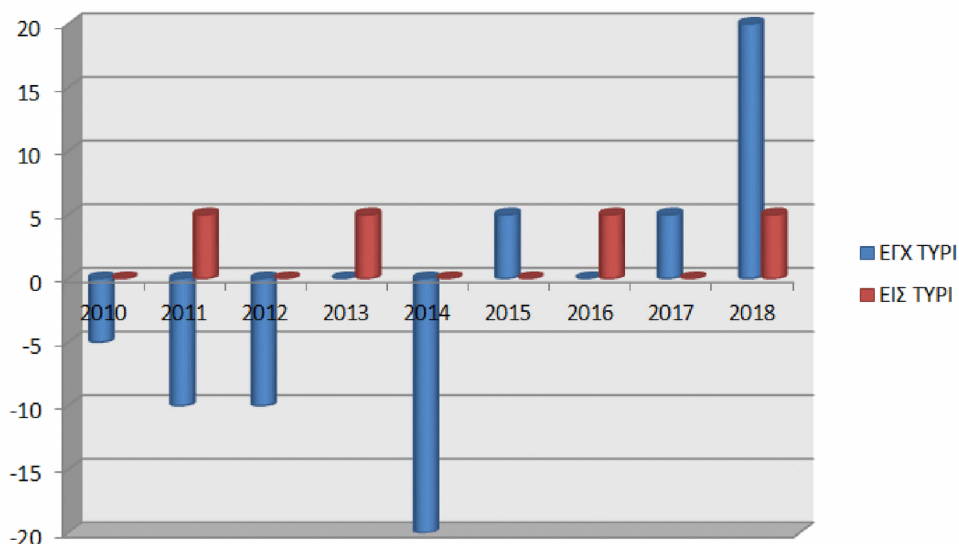
πιο μεγάλη αύξηση όλων των ετών τόσο στο λευκό άρτο 20% όσο και στον ολικής 15%.

Το 2018 ήταν το έτος με την μεγαλύτερη τουριστική αύξηση που σημειώθηκε τα τελευταία χρόνια και εύλογα οι ποσότητες που καταναλώθηκαν ήταν ιδιαίτερα αυξημένες , κάτι τελείως άσχετο με την ελληνική οικονομική κρίση.

Συνολικά σύμφωνα με την έρευνα είχαμε αύξηση στην κατανάλωση λευκού άρτου κατά 50% και ολικής 35%.

2.1 ΤΥΡΙ

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΟΥ ΤΥΡΙΟΥ (2010-2018)



Στο πιο πάνω γράφημα οι κόκκινες στήλες αναφέρονται στις ποσότητες εισαγόμενου τυριού που αγόρασαν οι καταναλωτές ανά έτος από το 2010-2018 και οι μπλε στήλες στις ποσότητες εγχώριου τυριού αντίστοιχα.

Το 2010 παρατηρούμε μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου τυριού κατά 5% και μηδενική αύξηση της ποσότητας του εισαγόμενου τυριού. Το 2011 έχουμε επίσης μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου κατά 10% και αύξηση του εισαγόμενου κατά 5%. Στη συνέχεια το 2012 συνεχίζεται η μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου τυριού κατά 10% ενώ έχουμε μηδενική αύξηση στην κατανάλωση του εισαγόμενου τυριού. Κατά το 2013 οι ποσότητες τυριού που καταναλώθηκαν ήταν κατά 5% αυξημένες για το εισαγόμενο τυρί και μηδενικής αύξησης για το εγχώριο τυρί. Συνομιλώντας με τους αρμόδιους των καταστημάτων μου επεσήμαναν την άποψη που είχαν οι καταναλωτές (και τις περισσότερες φορές συμφωνούσαν μαζί τους) ότι δηλαδή οι τιμές των εγχώριων προϊόντων σε πολλά είδη ήταν ανώτερες των εισαγόμενων. Θεωρούσαν λοιπόν ότι εξοικονομούσαν χρήματα με αυτόν τον τρόπο αλλά συγχρόνως αμφέβαλλαν για την ποιότητα των συγκεκριμένων προϊόντων που αγόραζαν. Το 2014, ένα δύσκολο έτος τόσο από άποψη οικονομική όσο και από την δραστηριότητα των σεισμών που έλαβε χώρα εκείνη την περίοδο στο νησί μας διαμόρφωσε ένα πολύ αρνητικό πλαίσιο καταγραφής στην κατανάλωση. Έτσι είχαμε μία μείωση 20% στην κατανάλωση εγχώριου τυριού και μηδενική αύξηση στην κατανάλωση του εισαγόμενου. Το 2015 βλέπουμε μία αύξηση 5% στην κατανάλωση του εγχώριου τυριού και μηδενική αύξηση του εισαγόμενου. Το 2016 έχουμε ακριβώς την αντίθετη εικόνα με το 2015. Μηδενική αύξηση του εγχώριου τυριού και 5% αύξηση του εισαγόμενου τυριού. Ακολουθεί το

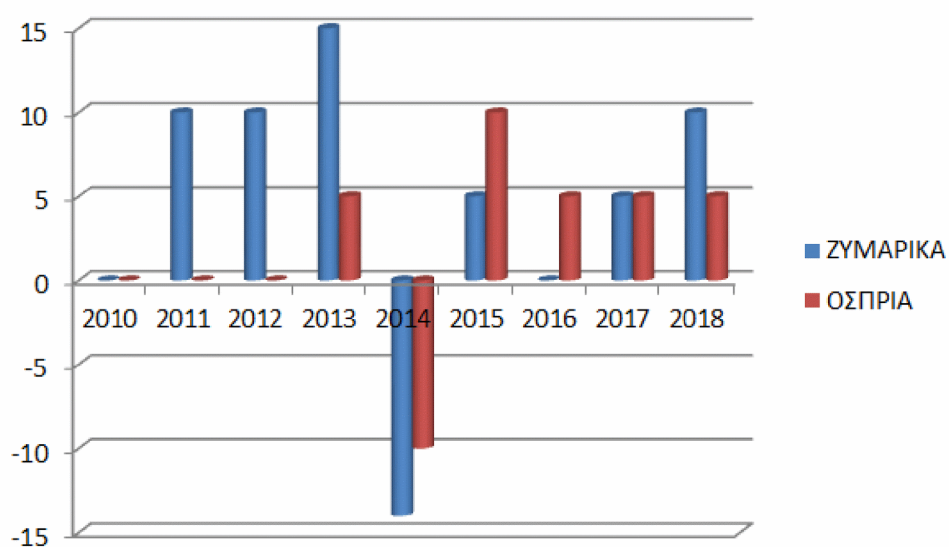
2017 που έχει την ίδια ακριβώς εικόνα του 2015 , δηλαδή αύξηση του εγχώριου τυριού κατά 5% και μηδενική αύξηση του εισαγόμενου . Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι παρά την οικονομική κρίση οι καταναλωτές αμφιταλαντεύονται στην επιλογή τους, δηλαδή , πότε σκεπτόμενοι την μείωση του εισοδήματος των προτιμούν το οικονομικότερο προϊόν και πότε σκεπτόμενοι το καλλίτερο ποιοτικά προϊόν επιλέγουν το τελευταίο έστω σε μικρότερες ποσότητες .

Το 2018 είναι ένα έτος που φαντάζει πιο αισιόδοξο στα μάτια των καταναλωτών και αυτό φαίνεται στην αύξηση της κατανάλωσης . Επιπλέον είναι και μία χρονιά με μεγάλη αύξηση του τουρισμού και σε αυτό το τελευταίο οφείλεται και η σημαντική αύξηση της κατανάλωσης κατά 20% στο εγχώριο τυρί και 5 % στο εισαγόμενο . Η τόσο μεγάλη σχετικά αύξηση της κατανάλωσης του εγχώριου τυριού σύμφωνα με τους καταστηματάρχες οφείλεται κυρίως στους ξένους που θέλουν να δοκιμάσουν παραδοσιακά προϊόντα.

Συνολικά έχουμε μείωση στην κατανάλωση εγχώριου τυριού 15% και αύξηση 20% στην κατανάλωση εισαγόμενου τυριού.

2.1 ΟΣΠΡΙΑ - ΖΥΜΑΡΙΚΑ

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΣΠΡΙΩΝ (2010-2018)



Στο πιο πάνω διάγραμμα οι μπλε στήλες αναφέρονται στην επί τοις εκατό κατανάλωση ζυμαρικών οι δε κόκκινες στήλες στην επί τοις εκατό κατανάλωση οσπρίων. Το 2010 , μπαίνοντας δηλαδή στην οικονομική κρίση παρατηρούμε μηδενική αύξηση στις ποσότητες που καταναλώθηκαν , είτε αυτές αφορούσαν τα ζυμαρικά είτε τα όσπρια. Οι καταναλωτές δεν έδειξαν κανένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον για αυτές τις τροφές στην πραγματικότητα οικονομικά μόλις άρχιζε κάτι να αλλάζει. Το 2011 παρατηρείται μία αύξηση στην κατανάλωση των ζυμαρικών κατά 10% ενώ αντίθετα δεν είχαμε καμμία αλλαγή στην κατανάλωση των οσπρίων .Η ανοδική πορεία της κατανάλωσης των ζυμαρικών συνεχίστηκε με τον ίδιο ρυθμό 10% και το 2012 ενώ η κατανάλωση των οσπρίων συνέχισε να είναι μηδενική. Μία αύξηση 15% παρατηρήθηκε στην κατανάλωση των ζυμαρικών το 2013 και τότε έχουμε για πρώτη φορά αύξηση 5% στην κατανάλωση οσπρίων . Κατά την περίοδο της κρίσης οι καταναλωτές στράφηκαν στα ζυμαρικά περισσότερο παρά στα όσπρια θεωρώντας ότι είναι μία φθηνότερη επιλογή. Το 2014 έτος βαθιάς οικονομικής κρίσης η κατανάλωση μειώθηκε και για πρώτη φορά πήρε αρνητικές τιμές τόσο στα ζυμαρικά 15% όσο και στα όσπρια 10%. Ήταν το έτος που συνέβησαν οι δύο μεγάλοι σεισμοί στην περιοχή μας και αρκετός κόσμος έφυγε προσωρινά από το

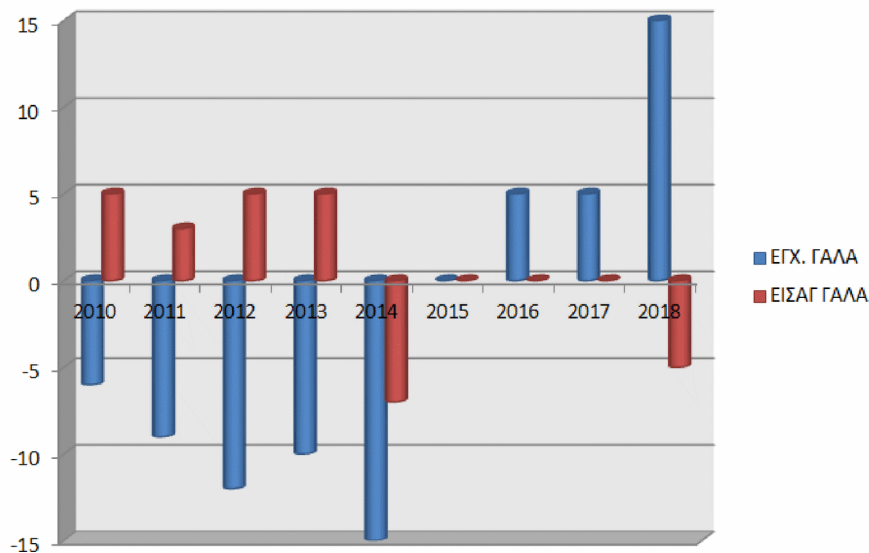
νησί μας φοβούμενος τα χειρότερα. Όπως μου εξήγησαν οι καταστηματάρχες η μεγάλη αυτή αρνητική απόκλιση οφείλεται και στις μεγάλες ποσότητες τροφίμων που εστάλησαν από άλλα μέρη της Ελλάδος ως βοήθεια στους σεισμοπαθείς συμπολίτες μας.

Το 2015 παρατηρούμε ξανά μία αύξηση 5% στα ζυμαρικά και μία διπλάσια αύξηση 10% στην κατανάλωση οσπρίων .Σημαντικό ρόλο έπαιξε εδώ η ενημέρωση για την αξία των οσπρίων στην διατροφή μας π.χ. μεγάλη διατροφική αξία , υγιεινότερη διατροφή , οφέλη για την υγεία κλπ . Αυτό συνεχίστηκε και το 2016 με μία αύξηση 5% στην κατανάλωση οσπρίων . Η κατανάλωση των ζυμαρικών την ίδια περίοδο παρέμεινε μηδενική. Το 2017 είχαμε μία μικρή αλλά ουσιαστική αύξηση του τουρισμού στην περιοχή μας και αυτό αποτυπώθηκε στην κατανάλωση με μία αύξηση 5% στα ζυμαρικά και μία αντίστοιχη 5% στα όσπρια . Το 2018 είχαμε πραγματικά μία πολύ μεγάλη αύξηση του τουρισμού και αυτό φάνηκε με μία αύξηση της κατανάλωσης των ζυμαρικών κατά 10% και των οσπρίων κατά 5%.

Συνολικά είχαμε αύξηση 40% στην κατανάλωση ζυμαρικών και 20% στην κατανάλωση οσπρίων .

2.1 Γάλα

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΟΥ ΓΑΛΑΤΟΣ (2010-2018)



Στον πιο πάνω πίνακα οι κόκκινες στήλες αναφέρονται στην επί τοις εκατό κατανάλωση εισαγόμενου γάλακτος ανά έτος οι δε μπλε στήλες στην επί τοις εκατό κατανάλωση εγχώριου γάλακτος αντίστοιχα.

Το 2010 ξεκινάει με μία κατακόρυφη πτώση της κατανάλωσης του εγχώριου γάλακτος κατά 6% και ταυτόχρονα μία αύξηση 5% στην κατανάλωση του εισαγόμενου. Είναι η εποχή που οι τιμές εγχώριου και εισαγόμενου γάλακτος αρχίζουν και διαφοροποιούνται και οι καταναλωτές αρχίζουν και στρέφονται στα φθηνότερα προϊόντα ή τουλάχιστον προσπαθούν να κάνουν έρευνα αγοράς. Το 2011 η πτώση της κατανάλωσης του εγχώριου γάλακτος συνεχίζεται και φθάνει στο 10% ενώ η κατανάλωση του εισαγόμενου αυξάνεται στο 3%. Το ίδιο συμβαίνει και το 2012, συνεχίζεται η μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου γάλακτος κατά 12% με αντίστοιχη αύξηση 5% της κατανάλωσης του εισαγόμενου γάλακτος. Οι καταναλωτές συγκρίνοντας τις τιμές των διαφορετικών προϊόντων τείνουν να προτιμούν γάλατα οικονομικότερα ασχέτου προελεύσεως και τρόπου συντήρησης.

Το γάλα είναι ένα από τα τρόφιμα που επιλέγουν αυτή την περίοδο με σχεδόν αποκλειστικό κριτήριο την τιμή και φαίνεται να συμφωνούν σε αυτό σχεδόν όλοι οι καταστηματαρχές. Το 2013 η αύξηση της κατανάλωσης του εισαγόμενου γάλακτος συνεχίζεται σε ποσοστό 5% και η μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου γάλακτος

φθάνει στο 10%. Το 2014 έχουμε και την μεγαλύτερη μείωση στην κατανάλωση του γάλακτος του εγχώριου γάλακτος 15% και του εισαγόμενου σε ποσοστό 8%.

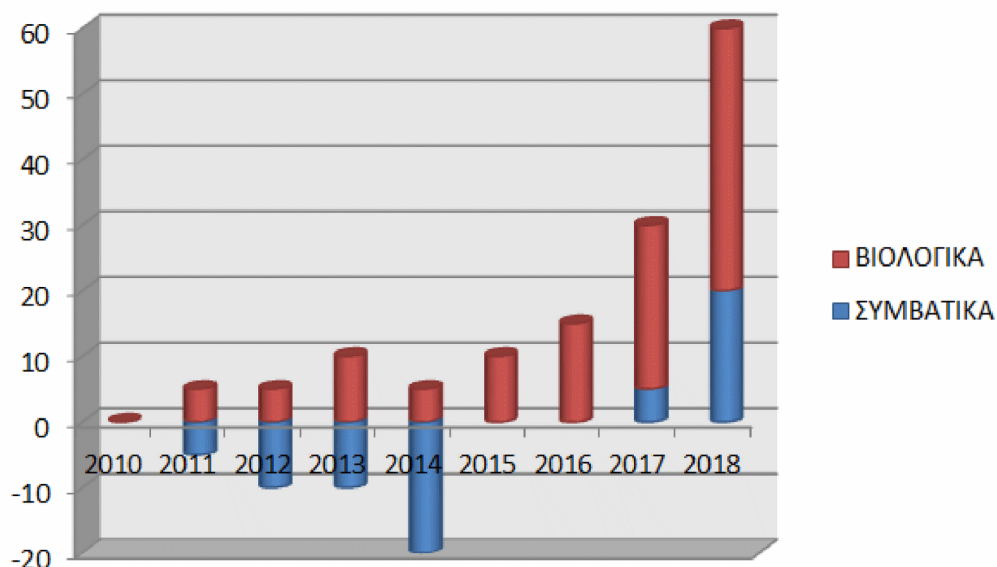
Το 2015 είναι η αρχή μιας άλλης θεώρησης στη γνώμη του καταλωτικού κοινού. Έτος έντονης κρίσης διακρίνεται από μηδενική αύξηση τόσο στην κατανάλωση του εγχώριου γάλακτος όσο και στην κατανάλωση του εισαγόμενου. Το 2016 αρχίζει να διαφαίνεται μία αλλαγή στα κριτήρια επιλογής των καταναλωτών οι οποίοι αρχίζουν να στρέφονται ξανά στο εγχώριο γάλα. Έτσι έχουμε μία αύξηση στην κατανάλωση του εγχώριου γάλακτος κατά 5% και μηδενική αύξηση στο εισαγόμενο. Το ίδιο παρατηρούμε και το έτος 2017, συνεχίζεται η αύξηση της κατανάλωσης του εγχώριου γάλακτος κατά 5% με μηδενική αύξηση για το εισαγόμενο. Σύμφωνα με τους γνώστες της αγοράς το καταναλωτικό κοινό επηρεάζεται από τους όρους των ειδικών π.χ. παστερίωση, βραχεία παστερίωση κλπ. και προσπαθεί να διακρίνει ποιο είναι ποιο και τελικά καταλήγει πιο εύκολα στο εγχώριο και αφήνει κατά μέρος την τιμή ιδιαίτερα αν δεν υπάρχει μεγάλη διαφορά.

Το 2018 όλα δείχνουν ότι η προσπάθεια που κάνει η χώρα να βγεί από την κρίση έχει θετικά αποτελέσματα. Η μεγάλη αύξηση του τουρισμού συμβάλει τα μέγιστα και αυτό αποτυπώνεται και στο πιο πάνω διάγραμμα όπου βλέπουμε η κατανάλωση του εγχώριου γάλακτος να ανέρχεται στο 15%, το υψηλότερο μέχρι τώρα ποσοστό και αντίθετα η κατανάλωση του εισαγόμενου να πέφτει στο 5%.

Συνολικά είχαμε αύξηση στην κατανάλωση εισαγόμενου γάλακτος κατά 5% και μείωση της κατανάλωσης εγχώριου γάλακτος κατά – 28%.

2.1 ΦΡΟΥΤΑ

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΒΑΤΙΚΩΝ ΦΡΟΥΤΩΝ ΚΑΙ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ (2010-2018)



Στον πιο πάνω πίνακα οι μπλε στήλες αναφέρονται στην επί τοις εκατό μεταβολή της κατανάλωσης των συμβατικών φρούτων και λαχανικών ανά έτος και οι κόκκινες στην επί τοις εκατό μεταβολή της κατανάλωσης των βιολογικών φρούτων και λαχανικών.

Το 2010 δεν παρατηρείται καμία μεταβολή στην κατανάλωση ούτε αρνητική ούτε θετική . Είναι η πρώτη χρονιά που καταλαβαίνουν οι καταναλωτές ότι κάτι αλλάζει στην οικονομία προς το χειρότερο. Το 2011 έχουμε αφ' ενός μία αύξηση στην κατανάλωση των βιολογικών φρούτων και λαχανικών που ανέρχεται στο 5% και αφ' ετέρου μία ισόποση μείωση 5% στην κατανάλωση των συμβατικών . Το 2012 συνεχίζεται η αύξηση της κατανάλωσης των βιολογικών φρούτων και λαχανικών κατά 5% και αντίστοιχα έχουμε μείωση της κατανάλωσης των συμβατικών κατά 10%. Το ίδιο συνεχίζεται και το 2013 με μία συνεχιζόμενη αύξηση στην κατανάλωση των βιολογικών τροφίμων κατά 10% και αντίστοιχη μείωση της κατανάλωσης των συμβατικών κατά 10% επίσης.

Παρατηρώντας αυτή τη συνεχή αύξηση στην κατανάλωση των βιολογικών προϊόντων εν μέσω κρίσης , καθώς τα προϊόντα αυτά είναι ακριβότερα από τα συμβατικά , αναρωτήθηκα που μπορεί να οφείλεται. Πληροφορήθηκα ότι από το 2011 άρχισε σιγά σιγά η καλλιέργεια βιολογικών φρούτων αλλά κυρίως λαχανικών και οπωροκηπευτικών οργανωμένα και πιο συστηματικά . Με όλη αυτή την συνεχή ενημέρωση που υπάρχει οι καταναλωτές άρχισαν να στρέφονται σιγά σιγά αλλά

σταθερά στην κατανάλωση βιολογικών προϊόντων και έβαλαν την τιμή σε δεύτερη μοίρα.

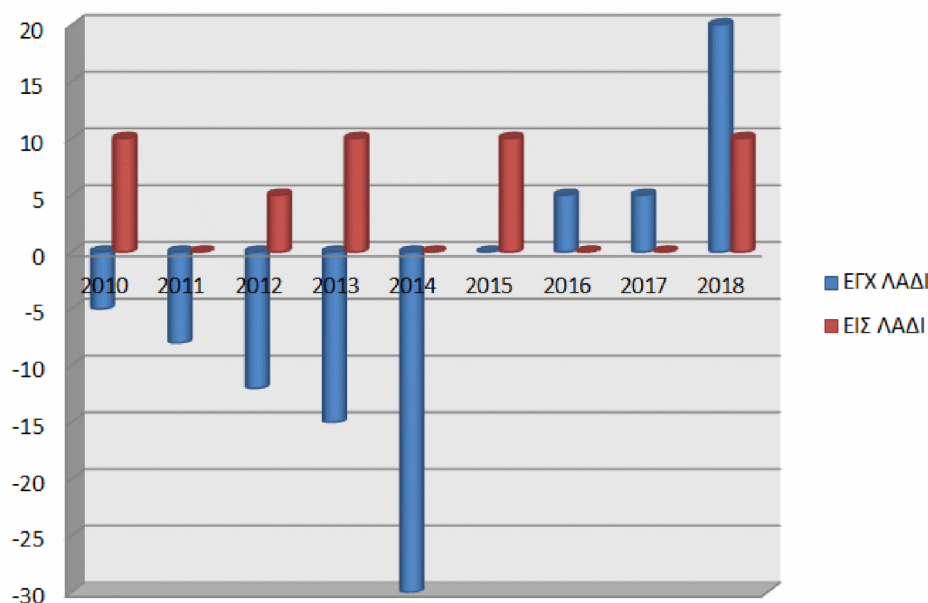
Έτσι το 2014 , το χειρότερο έτος αυτής της κρίσης συνεχίζεται η αύξηση στην κατανάλωση βιολογικών προϊόντων 5% , μικρή μεν αυξητική δε , ενώ η μείωση στην κατανάλωση των συμβατικών ανέρχεται στο 20 %. Το 2015 έχουμε μηδενική αύξηση στην κατανάλωση των συμβατικών φρούτων και λαχανικών και αύξηση 10% στην αύξηση των βιολογικών . Το ίδιο συμβαίνει και το 2016 , μηδενική αύξηση στην κατανάλωση των συμβατικών προϊόντων και αύξηση 12 % στην κατανάλωση των βιολογικών . Το 2017 , ένα λίγο καλλίτερο από οικονομικής άποψης έτος , έχουμε μία αύξηση 2% στην κατανάλωση των συμβατικών προϊόντων και 30% αύξηση στην κατανάλωση των βιολογικών .

Το 2018 είχαμε την μεγαλύτερη αύξηση τουρισμού της δεκαετίας και αυτό αποτυπώθηκε και στα αποτελέσματα της έρευνας μας . Αύξηση 19% στην κατανάλωση των συμβατικών και σχεδόν 60% αύξηση στην κατανάλωση των βιολογικών φρούτων και λαχανικών . Εδώ παρατηρούμε ότι η αύξηση της κατανάλωσης των βιολογικών φρούτων και λαχανικών κατά την περίοδο της κρίσης ήταν αυξητική παρά το γεγονός ότι ήταν η ακριβότερη επιλογή των καταναλωτών . Οι συγκεκριμένοι καταναλωτές δείχνει να είναι πιο συνειδητοποιημένοι σε ότι έχει να κάνει με την επιλογή βιολογικών προϊόντων.

Συνολικά είχαμε αύξηση της κατανάλωσης των βιολογικών φρούτων και λαχανικών κατά 133% και μείωση των συμβατικών φρούτων και λαχανικών κατά – 24%.

2.1 Λάδι

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΕΓΧΩΡΙΟΥ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΟΥ ΛΑΔΙΟΥ (2010-2018)



Στον παραπάνω πίνακα οι μπλε στήλες αναφέρονται στην επί τοις εκατό μεταβολή της κατανάλωσης εγχώριου λαδιού ετησίως και οι κόκκινες στήλες στην επί τοις εκατό μεταβολή της κατανάλωσης του εισαγόμενου λαδιού.

Το 2010 παρατηρείται μία μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου λαδιού κατά 5% ενώ αντίστοιχα έχουμε μία αύξηση του εισαγόμενου κατά 10%. Ακολουθεί το 2011 με μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου λαδιού κατά 9% ενώ η κατανάλωση του εισαγόμενου παρουσιάζει μηδενική αύξηση. Το 2012 συνεχίζεται η μείωση στην κατανάλωση του εγχώριου λαδιού κατά 13% ενώ έχουμε ξανά αύξηση στην κατανάλωση του εισαγόμενου λαδιού κατά 5%. Το ίδιο συμβαίνει και το 2013 με επίσης μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου λαδιού κατά 15% ενώ αντίθετα η αύξηση της κατανάλωσης του εισαγόμενου λαδιού φθάνει το 10%. Το 2014, χρονιά με την μεγαλύτερη οικονομική κρίση, η μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου λαδιού εκτοξεύτηκε στο 30% ενώ η κατανάλωση του εισαγόμενου λαδιού δεν παρουσίασε καμμία μεταβολή.

Το λάδι είναι ένα προϊόν που έχει μελετηθεί και αξιολογηθεί επαρκώς. Όλοι σχεδόν έχουν ακούσει για τα ακόρεστα και κορεσμένα λιπαρά οξέα, τις δυσμενείς συνέπειες που έχουν για την υγεία μας και τι πρέπει γενικώς να αποφεύγεται. Παρ' όλα αυτά κατά την διάρκεια των ετών 2010-2013 παρατηρείται στροφή του καταναλωτικού κοινού και αύξηση της κατανάλωσης αυτών των "κακών" λαδιών. Προσπαθώντας να κατανοήσουμε το γεγονός αυτό συνομίλησα με τους αρμόδιους στα καταστήματα τροφίμων και μου ανέφεραν ότι υπήρχε μεγάλη διαφορά στην

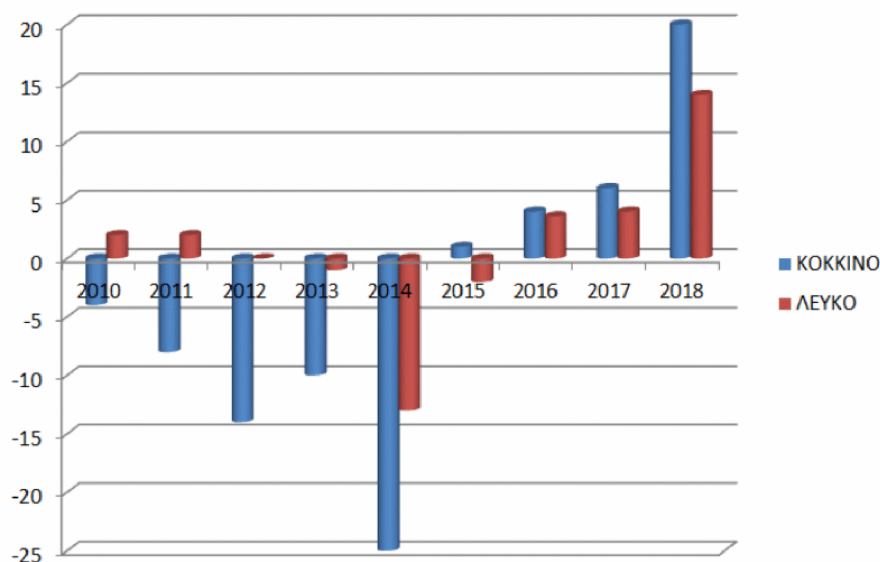
τιμή των δύο αυτών ειδών . Επίσης ένα μεγάλο μέρος του καταναλωτικού κοινού παρασυρόταν από την επωνυμία του προϊόντος και το εκλάμβανε ως « υγιεινό » , « παραδοσιακό » και το προτιμούσε χωρίς να διαβάξει την ετικέτα του προϊόντος .

Το 2015 για πρώτη φορά μετά τα έτη 2010-2014 δεν παρατηρείται καμμία αυξομείωση στην κατανάλωση του εγχώριου λαδιού ενώ αντίθετα συνεχίζεται η αύξηση της κατανάλωσης του εισαγόμενου λαδιού κατά 10%.Το 2016 μετά την μεγάλη και συνεχή μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου λαδιού παρατηρούμε για πρώτη φορά μία αύξηση του 5% στην κατανάλωση του ενώ δεν παρατηρείται καμμία αυξομείωση στην κατανάλωση του εισαγόμενου λαδιού. Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει και το 2017 , έχουμε μία αύξηση 5% στην κατανάλωση του εγχώριου και μηδενική στην κατανάλωση του εισαγόμενου . Το 2018 , ένα έτος με καλύτερη οικονομική εικόνα και μεγάλη αύξηση του τουρισμού , βλέπουμε την κατανάλωση του εγχώριου λαδιού να φθάνει στο 20% και την κατανάλωση του εισαγόμενου στο 10%.

Συνολικά είχαμε μείωση της κατανάλωσης του εγχώριου λαδιού κατά – 42% και αύξηση της κατανάλωσης του εισαγόμενου λαδιού κατά 45%.

2.1 Κρέας

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΟΚΚΙΝΟΥ ΚΑΙ ΛΕΥΚΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ (2010-2018)



Στον παραπάνω πίνακα οι μπλε στήλες αναφέρονται στην επί τοις εκατό μεταβολή της κατανάλωσης κόκκινου κρέατος ανά έτος και οι κόκκινες στήλες αντίστοιχα στην κατανάλωση λευκού κρέατος.

Το 2010 παρατηρούμε μία αύξηση 2% της κατανάλωσης του λευκού κρέατος και μία μείωση της τάξεως του 5% στην κατανάλωση του κόκκινου κρέατος. Το 2011 η μείωση της κατανάλωσης του κόκκινου κρέατος ανέρχεται στο 9% ενώ έχουμε μία μικρή αύξηση της κατανάλωσης του λευκού 2%. Το 2012 συνεχίζεται η μείωση της κατανάλωσης του κόκκινου κρέατος με 15% ενώ η κατανάλωση του λευκού κρέατος παραμένει σταθερή. Το ίδιο συμβαίνει και το 2013 με συνεχόμενη μείωση της κατανάλωσης του κόκκινου κρέατος κατά 10% ενώ η αύξηση της κατανάλωσης του λευκού κρέατος δεν υπερβαίνει το 1%.

Το 2014 όπως έχω αναφέρει ήταν το χειρότερο οικονομικό έτος κατά την διάρκεια της περιόδου 2010-2018. Το γεγονός αυτό συν τις συνέπειες που ακολούθησαν τους δύο ισχυρούς σεισμούς που συνέβησαν τον Φεβρουάριο επηρέασαν αρνητικά την κατανάλωση γενικότερα. Ειδικότερα είχαμε την μεγαλύτερη έως τώρα μείωση την κατανάλωση κόκκινου κρέατος που έφθασε το 25% και αντίστοιχη μείωση στην κατανάλωση του λευκού που έφθασε το 14%.

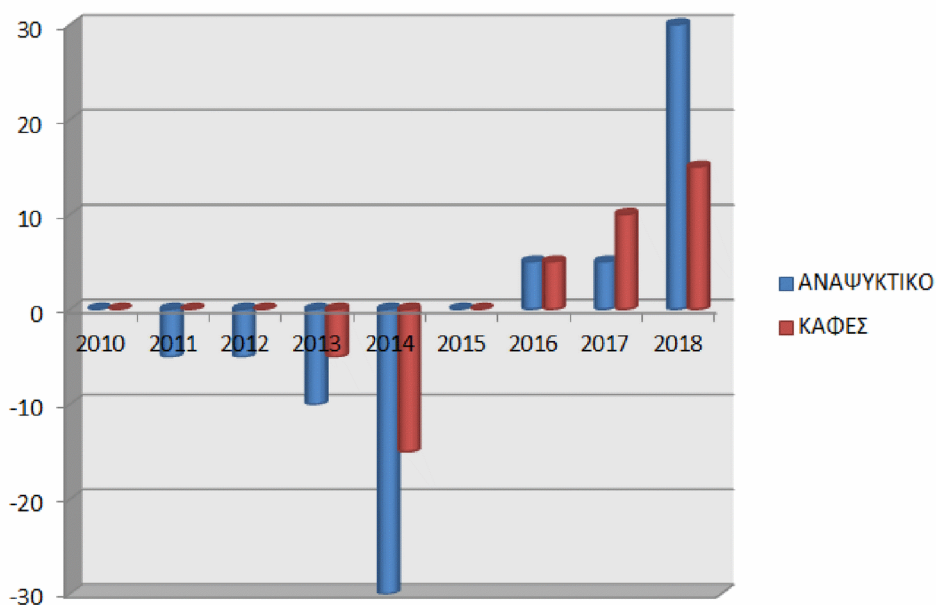
Το 2015 ακολουθεί μία πολύ μικρή αύξηση της κατανάλωσης του κόκκινου κρέατος μόλις στο 1% και παράλληλα μείωση του λευκού κατά 2%. Ακολουθεί το 2016 με αύξηση τόσο στην κατανάλωση του κόκκινου κρέατος κατά 4% και του λευκού κατά

3% . Η αύξηση συνεχίζεται και το 2017 με ποσοστό 5% για το κόκκινο κρέας και 4% για το λευκό. Το 2018 έχουμε την μεγαλύτερη αύξηση που σημειώθηκε κατά την διάρκεια αυτής της περιόδου με αύξηση 20% του κόκκινου κρέατος και συγχρόνως αύξηση του λευκού κατά 14% . Η λίγο καλλίτερη οικονομική κατάσταση που διαφαινόταν , τουλάχιστον στα μάτια του καταναλωτικού κοινού , καθώς και η μεγάλη προσέλευση τουριστών κατά το έτος αυτό δικαιολογούν τα αποτελέσματα.

Συνολικά είχαμε μείωση της κατανάλωσης του κόκκινου κρέατος κατά -34% και αύξηση του λευκού κρέατος κατά 10 % .

2.1 Αναψυκτικά – Καφές

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΑΦΕ (2010-2018)



Στον πιο πάνω πίνακα οι κόκκινες στήλες αναφέρονται στην επί τοις εκατό μεταβολή κατανάλωσης καφέ ανά έτος και οι μπλε στήλες στην επί τοις εκατό κατανάλωση αναψυκτικών αντίστοιχα.

Ο καφές είναι ένα αφέψημα με μεγάλη καταναλωτική δυναμική στην Ελλάδα. Αυτό σημαίνει με απλά λόγια ότι ακόμα και σε περίοδο κρίσης ο καταναλωτής το επιζητεί, το θεωρεί είδος πρώτης ανάγκης.

Από την άλλη και τα αναψυκτικά έχουν φανατικούς καταναλωτές που δεν μπορούν να διανοηθούν την μη κατανάλωση τους.

Το 2010 αρχή της κρίσης δεν παρατηρούμε καμμία μεταβολή τόσο στην κατανάλωση αναψυκτικών όσο και στην κατανάλωση καφέ. Το 2011 σημειώνεται μία μείωση της κατανάλωσης των αναψυκτικών κατά 5% ενώ η κατανάλωση του καφέ παραμένει σταθερή. Η ίδια πορεία τόσο στην κατανάλωση του καφέ όσο και στην κατανάλωση των αναψυκτικών παρατηρείται και το 2012. Πτωτικά κινείται η κατανάλωση για τα αναψυκτικά και το 2013 με ποσοστό 10% ενώ για πρώτη φορά από το 2010-2012 παρατηρούμε μείωση και στην κατανάλωση του καφέ κατά 5%. Το 2014, έτος με την μεγαλύτερη κρίση και σημαντικής μείωσης του πληθυσμού λόγω σεισμών για μεγάλο χρονικό διάστημα έχουμε την μεγαλύτερη μείωση 30% για τα αναψυκτικά και 16% για τον καφέ.

Ακολουθεί το 2015 με μηδενική αύξηση τόσο στην κατανάλωση του καφέ όσο και των αναψυκτικών. Αντίθετα από το 2016 παρατηρούμε για πρώτη φορά από το

2010 μία ισόποση αύξηση τόσο στην κατανάλωση του καφέ όσο και στην κατανάλωση των αναψυκτικών με ποσοστό 5%. Η ανοδική πορεία της κατανάλωσης τους συνεχίζεται και το 2017 για μεν τον καφέ με ποσοστό 10% για δε των αναψυκτικών με 5%.

Το 2018 είναι το έτος με την μεγαλύτερη αύξηση της κατανάλωσης και έτσι έχουμε μία αύξηση της τάξης του 15% για τον καφέ και μία μεγαλύτερη που φθάνει τα 30% για τα αναψυκτικά.

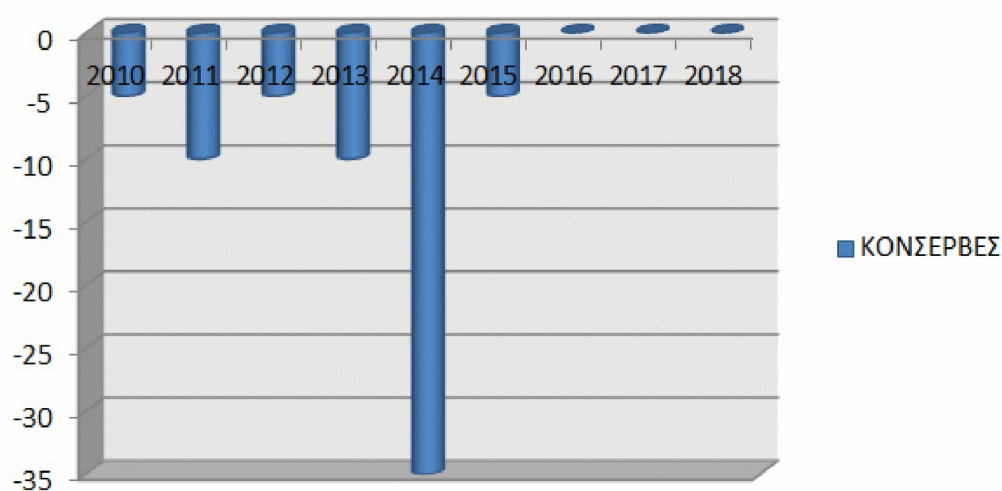
Βέβαια η αύξηση του τουρισμού συνετέλεσε σε αυτό αλλά σύμφωνα με τους παρατηρητές της αγοράς οι καταναλωτές μόλις αισθανθούν καλλίτερα οικονομικά τείνουν να επανέρχονται σε προϊόντα που είναι εθιστικά γι αυτούς και προσωρινά τα είχαν περιορίσει .

Συνολικά έχουμε αύξηση 9% στην κατανάλωση καφέ και μείωση -10% στην κατανάλωση αναψυκτικών.

2.1 Κονσέρβες

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΟΝΣΕΡΒΩΝ (2010-2018)

ΚΟΝΣΕΡΒΕΣ



Οι κονσέρβες είναι ένα ιδιαίτερο προϊόν.

Στον πιο πάνω πίνακα παρατηρείται ότι το 2010 είχαμε μία μείωση 5% της κατανάλωσης κονσερβών ενώ μια δεύτερη μείωση της τάξης του 10% ακολούθησε το 2011. Το 2012 συνεχίστηκε η μείωση της κατανάλωσης των κονσερβών με ένα ποσοστό της τάξεως του 5% όπως επίσης και το 2013 με μείωση 10%. Το 2014, ένα δύσκολο έτος η μείωση έφθασε το 35%. Ήταν η μεγαλύτερη μείωση που καταγράφηκε κατά την περίοδο 2010-2018. Η μείωση της κατανάλωσης κονσερβών συνεχίστηκε και το 2015 με 5%. Τα επόμενα χρόνια που ακολούθησαν, 2016, 2017 και 2018 η κατανάλωση κονσερβών παρέμεινε σταθερή.

Συνολικά είχαμε μείωση – 70% στην κατανάλωση κονσερβών κατά την διάρκεια των ετών 2010-2018.

4. Σύγκριση αποτελεσμάτων

Σύμφωνα με την έρευνα του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ) που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παγκόσμιας ημέρας διατροφής (16 Οκτωβρίου), συγκεκριμένα , από το 2010 έως το 2017, συνολικά καταγράφεται μία μείωση στην αξία των αγορών κατά 21%, ενώ η εκτίμηση για τη μείωση του όγκου-ποσότητας των αγορών είναι της τάξης του 15%.

Στην ίδια έρευνα καταγράφηκε μείωση της κατανάλωσης του κόκκινου κρέατος (ακριβό είδος) κατά 24 % και αύξηση του λευκού κρέατος κατά 9%. Αντίστοιχα αποτελέσματα βρέθηκαν και στην παρούσα έρευνα με μείωση του κόκκινου κρέατος κατά 34% και αύξηση του λευκού κατά 10% . Ίδια ταύτιση αποτελεσμάτων είχαμε και στη κατανάλωση ζυμαρικών με ίδιο ποσοστό αύξησης της κατανάλωσης κατά 14% . Επίσης και στις δύο έρευνες διαπιστώθηκε μείωση στα φρούτα και λαχανικά κατά 24% και 23% αντίστοιχα παρότι η αξία αυτών των ειδών διατηρήθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα ιδιαίτερα στα φρούτα και λαχανικά εποχής.

Το ίδιο καταγράφηκε και στην περίπτωση της κατανάλωσης του τυριού με μείωση και στις δύο περιπτώσεις.

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εργασία αυτή πραγματεύτηκε την επίδραση της οικονομικής κρίσης στον τομέα της διατροφής . Συγκεκριμένα , εξέτασε κατά πόσο οι καταναλωτές στην Κεφαλονιά άλλαξαν τις διατροφικές τους συνήθειες , είτε από τον φόβο της στέρησης είτε γιατί πραγματικά αδυνατούσαν να ανταπεξέλθουν στις συνήθειες τους. Η καταναλωτική συμπεριφορά των Κεφαλλήνων , όπως ήταν αναμενόμενο άλλαξε , καθώς οι ανάγκες τους διαφοροποιήθηκαν με την πάροδο του χρόνου , επικρατεί πλέον η τάση για αγορά υποκατάστατων προϊόντων η αλλαγή όμως αυτή προήλθε κυρίως λόγω προβολής και προώθησης άλλου διατροφικού μοντέλου μάλλον παρά λόγω οικονομικής κρίσης.

Από την παρούσα έρευνα προκύπτουν περιληπτικά τα εξής συμπεράσματα:

1. Αύξηση 133% στα βιολογικά φρούτα και λαχανικά (ακριβό προϊόν) και αντίστοιχα μείωση 24% στα συμβατικά (φθηνότερο προϊόν) πράγμα που δεν δικαιολογείται από την οικονομική κρίση.
2. Μείωση κόκκινου κρέατος 34% (ακριβότερο και ανθυγιεινότερο) αύξηση λευκού κρέατος 10% (φθηνότερο και πιο υγιεινό).
3. Μείωση εγχώριου ελαιολάδου 42% (μεγαλύτερης θρεπτικής αξίας , ακριβότερο προϊόν), αύξηση εισαγόμενου ελαίου 45% (ανθυγιεινό , φθηνότερο προϊόν).
4. Αύξηση λευκού άρτου 50% και αντίστοιχη αύξηση άρτου ολικής 35% (ίδια τιμή).
5. Μείωση εγχώριου τυριού 15% (καλλίτερη ποιότητα , ακριβότερο προϊόν) , αύξηση εισαγόμενου τυριού 20% (αμφιβόλου ποιότητας , φθηνότερο προϊόν).
6. Αύξηση ζυμαρικών 40% (φθηνή , εύκολη επιλογή), αύξηση οσπρίων 20% (διαφορετική επιλογή).
7. Αύξηση στην κατανάλωση εισαγόμενου γάλακτος 5% , μείωση εγχώριου 28% (αλλαγή στην άποψη των καταναλωτών για την θρεπτική αξία του προϊόντος).

8. Αύξηση 9% στον καφέ (συνήθεια) και μείωση στα αναψυκτικά 10% (ακριβό προϊόν).
9. Μείωση στις κονσέρβες 70% (ακριβό , χαμηλής θρεπτικής αξίας). Το μοναδικό προϊόν με συνεχή μείωση της κατανάλωσης του και σταδιακά σταθεροποίηση σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

Οι χαρακτηρισμοί (φθηνό , ακριβό , υγιεινό , ανθυγιεινό κλπ.) είναι χαρακτηρισμοί που δόθηκαν από τους αρμόδιους υπαλλήλους των καταστημάτων τροφίμων που έγινε η έρευνα.

Με μειωμένο τον προϋπολογισμό για το φαγητό θα περίμενε κανείς ότι οι καταναλωτές θα έκαναν «στροφή στην ποιότητα», όσον αφορά τις τροφικές επιλογές, αγοράζοντας τρόφιμα υψηλής θρεπτικής αξίας και χαμηλότερου κόστους.

Η έρευνα όμως έδειξε ότι οι καταναλωτές ενημερώνονται και επηρεάζονται από οποιονδήποτε και οτιδήποτε κεντρίσει το ενδιαφέρον τους , αποσπασματικά , τυχαία χωρίς να αξιολογούν πρόσωπα και πράγματα και αλλάζουν άποψη πολύ εύκολα. Θεωρούν ότι τα φρούτα και τα λαχανικά είναι ακριβά όταν τα συγκεκριμένα και κυρίως όταν είναι της εποχής όχι μόνο είναι φθηνότερα , αλλά έχουν μεγαλύτερη διατροφική αξία .

Σημαντικό ρόλο φαίνεται ότι παίζουν και οι αλλαγές στην μέση τιμή την οποία πληρώνει ο καταναλωτής .

Υπάρχουν κατηγορίες που παρουσιάζουν μείωση στη μέση τιμή ανά μονάδα μέτρησης την οποία πληρώνει ο καταναλωτής , κάτι το οποίο οφείλεται τόσο στις αλλαγές στις τιμές των προϊόντων όσο και στις αγοραστικές επιλογές των καταναλωτών, όπως στροφή προς φθηνότερα προϊόντα στην ίδια κατηγορία ή αξιοποίησης των προσφορών και εκπτώσεων που παρέχουν οι αλυσίδες σουπερμάρκετ και η βιομηχανία τροφίμων.

Οι αλλαγές στις μέσες τιμές τροφίμων δείχνουν αν κάποια αλλαγή οφείλεται σε διατροφική τάση ή αγοραστική τάση λόγω π.χ. μειωμένου εισοδήματος. Έτσι καταγράφεται ότι η μείωση στις αγορές φρούτων και λαχανικών είναι περισσότερο διατροφική τάση , καθώς η μέση τιμή παρουσιάζει μείωση κατά 5% και 8% αντίστοιχα. Πρακτικά δηλαδή οι καταναλωτές μείωσαν τις αγορές αυτών των προϊόντων από επιλογή και όχι λόγω τιμής .

Συμπερασματικά ενώ υπάρχει διάχυτη η εντύπωση της μεγάλης μείωσης της κατανάλωσης κατά την διάρκεια των ετών 2010-2018 η έρευνα έδειξε ότι αυτό δεν είναι σωστό τουλάχιστον στο βαθμό που πιστεύουν οι αρμόδιοι. Βλέποντας τα αποτελέσματα της έρευνας και συζητώντας μαζί τους διαπίστωσαν και αυτοί ότι η μείωση αφορά συγκεκριμένα είδη τροφίμων τα οποία περιστασιακά χάνουν ή κερδίζουν καταναλωτές.

6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Κεμεντζεσίδης, Η. & Καραπάνος, Α. (2011). Η οικονομική κρίση και η επίδραση της στις καταναλωτικές συνήθειες. Πτυχιακή εργασία. Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα

Δημοσθενόπουλος, Χ. (2015). Πόσο επηρεάζει η οικονομική κρίση την διατροφή μας. Διαθέσιμο στο: <http://www.elodi.org/?p=2196> (Ανακτήθηκε: 04/09/2017).

Έρευνα: Η οικονομική κρίση οδηγεί σε φθινό ανθυγιεινό φαγητό και αύξηση της παχυσαρκίας (2015). Διαθέσιμο στο: <https://left.gr/news/ereyna-i-oikonomikikrisi-odigei-se-fthino-anthygieino-fagito-kai-ayxisi-tis-pahysarkias> (Ανακτήθηκε: 02/09/2017).

Έρευνα ΚΕΠΚΑ (2016): Η κρίση έστρεψε τους Έλληνες στην μεσογειακή διατροφή – 6-10 Έλληνες άλλαξαν συνήθειες. Διαθέσιμο στο: <http://www.iefimerida.gr/news/294340/i-krisi-estrepse-toys-ellines-sti-mesogeiakidiatrofi-6-stoys-10-allaxan-synitheies> (Ανακτήθηκε: 05/09/2017).

Έρευνα: Boston Consulting Group σε 21 χώρες. Πώς η κρίση αλλάζει τους Έλληνες καταναλωτές. Διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=410863> (Ανακτήθηκε: 10/09/2017).

Πώς επηρεάζει η οικονομική κρίση την διατροφή μας. Διαθέσιμο στο: <https://www.diatrofi.gr/diata/kathimerini-diatrofi/2736>