

WP4: Συμπεριφορά Καταναλωτή

Dr Betty Chang
Camila Massri







19/7/2021



Horizon 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

Τι επηρεάζει τις αγορές των καταναλωτών σε διάφορους τύπους βραχείων αλυσίδων εφοδιασμού τροφίμων;

1. Συνεντεύξεις με εμπειρογνώμονες – Καλοκαίρι 2019 (DE, HU, NL, CH, ES, EL, EU, Ghent) 
2. Ομάδες Εστίασης Καταναλωτών (DE, HU, ES, EL) – Φθινόπωρο 2019: αστικές και αγροτικές περιοχές 
3. Διαδικτυακή έρευνα καταναλωτή (DE, HU, ES, EL) – Νοέμβριος 2020: ~500 συμμετέχοντες ανά χώρα 
4. Προηγούμενη έρευνα 

Πώς ψωνίζουν οι καταναλωτές;



Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά τροφίμων

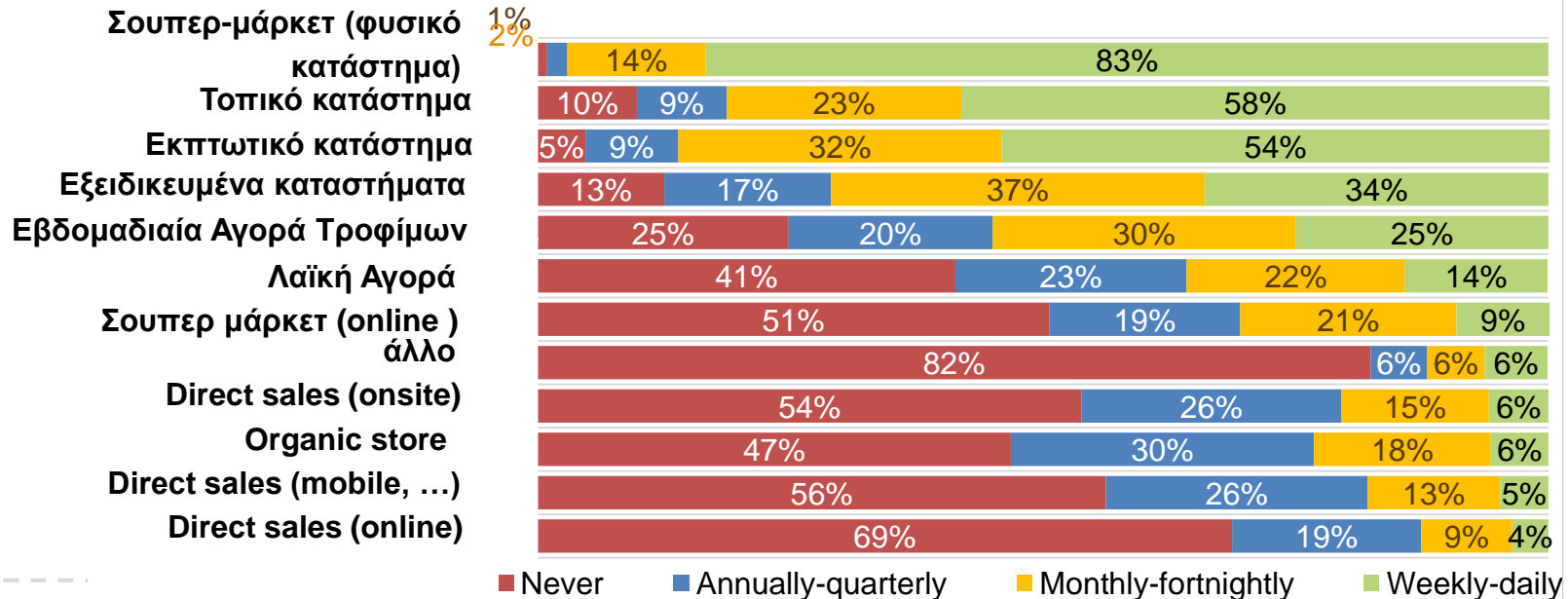
- Φρεσκάδα
- Γεύση
- Συνολική Ποιότητα
- Χαμηλές τιμές
- Ευκολία

Λιγότερο σημαντικά στην Γερμανία, πιθανόν επειδή τα τρόφιμα έχουν πιο προσιτές τιμές εκεί σε σχέση με την Ελλάδα ή την Ουγγαρία



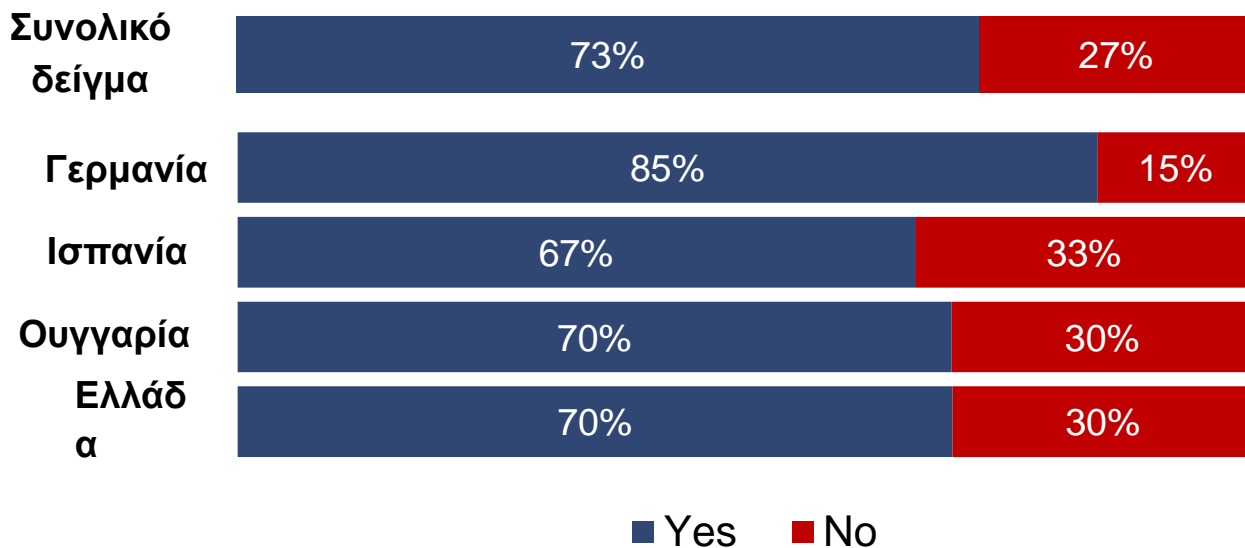
Οι περισσότεροι ψωνίζουν από σουπερμάρκετ, τοπικά καταστήματα τροφίμων και εκπρωτικά καταστήματα τροφίμων

“Παρακαλώ επέλεξε τι αντικατοπτρίζει καλύτερα τη συχνότητα των αγορών σου από κάθε είδος καταστήματος”



73% αγοράζουν από ΒΑΕΤ τουλάχιστον κάποιες φορές

“Αγοράζεις – τουλάχιστον μερικές φορές – από ΒΑΕΤ;” Οι Λαϊκές αγορές ο πιο δημοφιλής τρόπος:



EL: 27% < εβδομάδα

HU: 18% < εβδομάδα

ES: 8% < εβδομάδα

DE: 5% < εβδομάδα



Οι καταναλωτές θέλουν να αγοράζουν ποικιλία τροφίμων από ένα σημείο

Supermarket



Λαϊκή Αγορά



Απευθείας από το Αγρόκτημα



Συνεταιρισμός



Διαδίκτιο

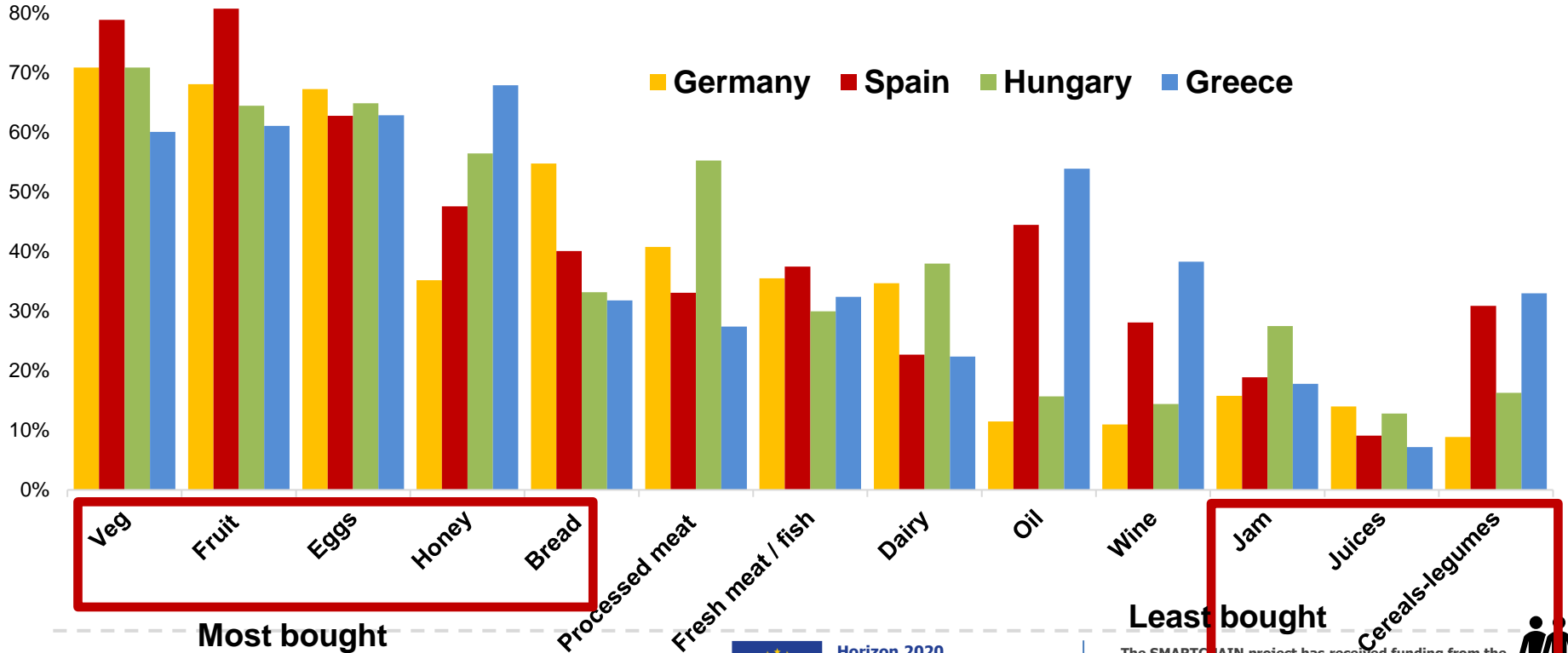


Υπηρεσίες delivery



Προτιμήσεις των καταναλωτών σχετικά με τα σημεία αγοράς τροφίμων

Τι αγοράζουν από Βραχείες Αλυσίδες;



Προθυμία πληρωμής για προϊόντα από βραχείες αλυσίδες

	10% more	20% more	30-50% more
Τρόφιμα για ειδική περίπτωση	34%	21%	11%
Βιολογικά	31%	21%	13%
Περισσότερο επεξεργασμένα τρόφιμα	29%	12%	5%
Ψωμί	38%	15%	10%
Γαλακτοκομικά	37%	18%	9%
Αυγά	37%	19%	13%
Φρούτα και Λαχανικά	37%	21%	13%
Κρέας/Ψάρι και προϊόντα τους	35%	21%	13%

% of participants

Στην Γερμανία παρουσιάζεται η μεγαλύτερη προθυμία και στην Ουγγαρία η μικρότερη, ειδικά για βιολογικά προϊόντα (73.13% vs 20%)

Προθυμία πληρωμής για αυτά τα προϊόντα 

Γενικά θετική στάση ως προς τις βραχείες αλυσίδες

Οι περισσότεροι συμφωνούν με τις προτάσεις:

“Γενικά μου αρέσει πολύ η ιδέα των ΒΑΕΤ.”

“Πιστεύω ότι οι ΒΑΕΤ είναι κάτι καλό.”

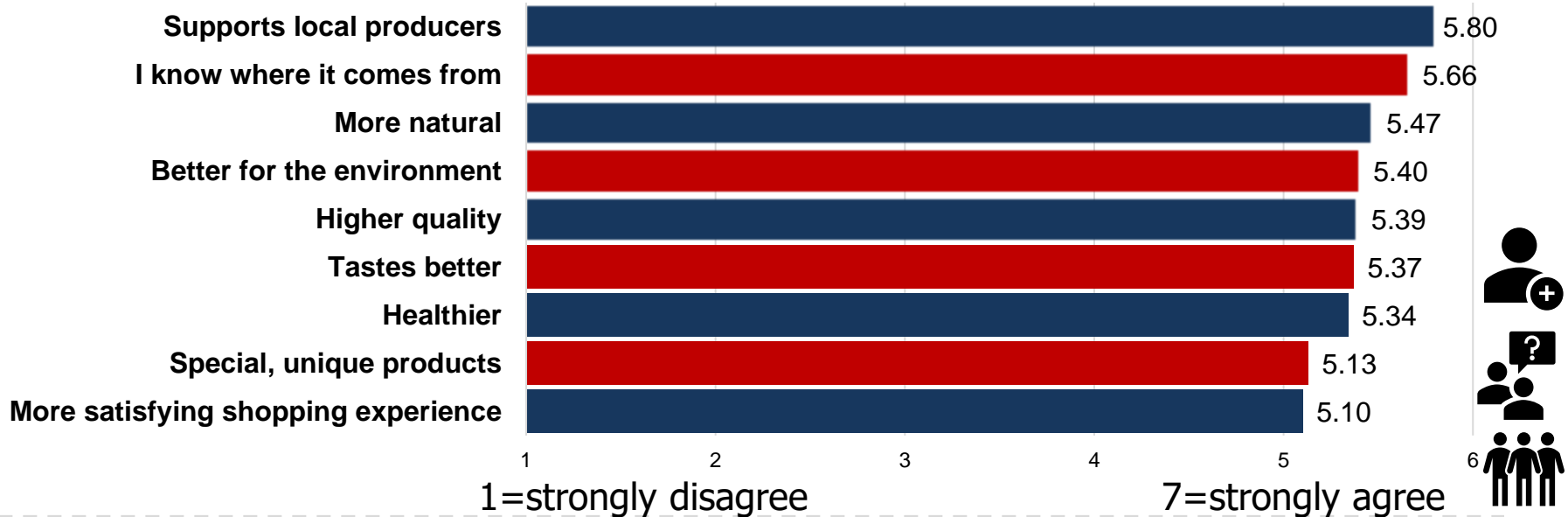
“η ύπαρξη των ΒΑΕΤ είναι σημαντική.”

Περισσότερο θετικές απόψεις στην Γερμανία, λιγότερο στην Ουγγαρία



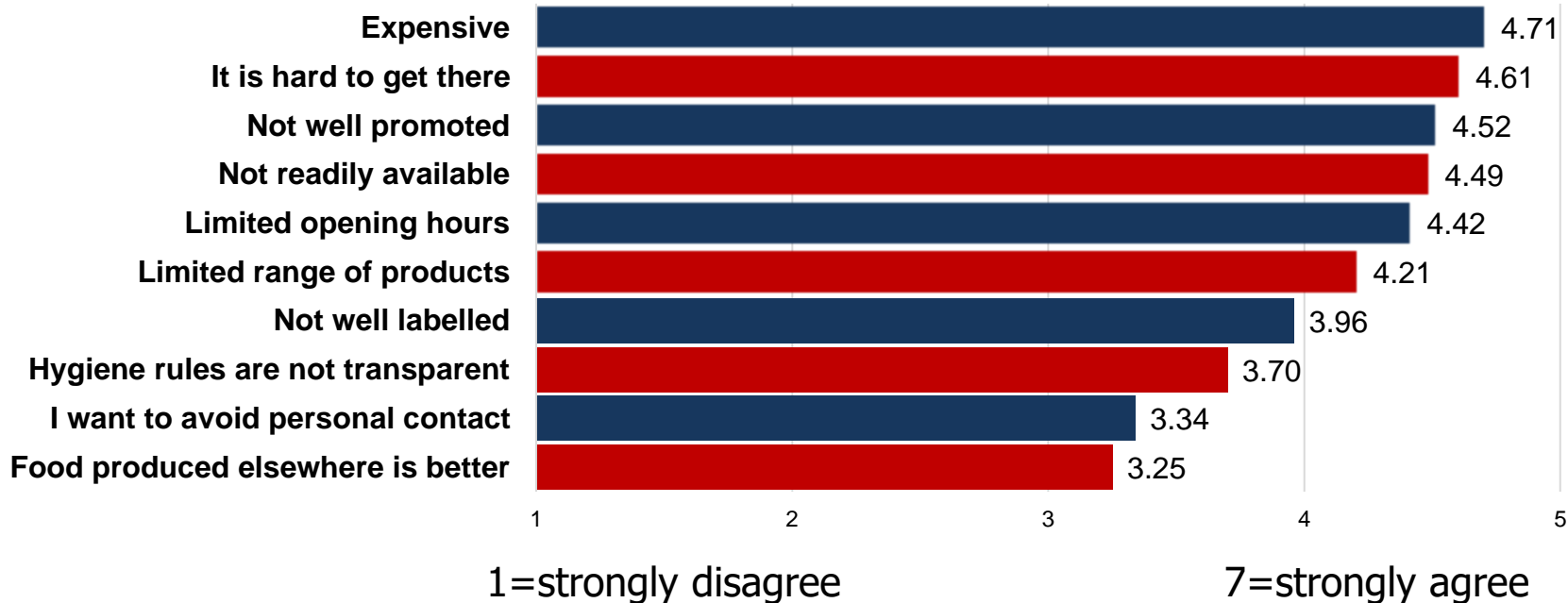
Λόγοι να αγοράσω από βραχεία αλυσίδα

“Για ποιους λόγους αγοράζεις από ΒΑΕΤ;”/ “Ποιοί θα ήταν καλοί λόγοι για να αγοράσεις από ΒΑΕΤ;”



Obstacles to buying from SFSC

“When I don’t buy from SFSC, this is because ...?”



Αντιλήψεις σχετικά με τις ΒΑΕΤ



Γεωργία μικρής κλίμακας



- Περισσότερο βιολογική
- Περισσότερο φυσική
- Λιγότερο έντασης πόρων
(γιατί πρέπει να κοστίζει περισσότερο;)
- Πιο αργή
- Χαμηλότερες αποδόσεις
(γι' αυτό κοστίζει περισσότερο)

Δείξτε στους καταναλωτές πως η διαδικασία παραγωγής συνδέεται με το κόστος



Τι επιθυμούν να γνωρίζουν οι καταναλωτές;

- Την διαδικασία παραγωγής τροφίμων: μέσω επισκέψεων στο αγρόκτημα/βίντεο που ανεβαίνουν στην ιστοσελίδα/Facebook
- Τα οφέλη των προϊόντων σας –π.χ. υγεία, περιβάλλον, υποστήριξη τοπικής οικονομίας
- Εάν πραγματοποιούνται πωλήσεις μέσω μεγάλων και βραχειών αλυσίδων, οι καταναλωτές θα ήθελαν να γνωρίζουν το ποσοστό κέρδους που αποκτήθηκε μέσω άμεσων πωλήσεων έναντι της περίπτωσης των μακρών αλυσίδων
- Για πολλούς είναι σημαντική η οικοδόμηση σχέσης με τον καταναλωτή (π.χ η online επικοινωνία)



Ποιοι καταναλωτές αγοράζουν από ΒΑΕΤ;



Αξίες & Επιρροές

Σε σύγκριση με τους μη χρήστες, όσοι αγοράζουν από ΒΑΕΤ:

- νοιάζονται περισσότερο για την **υγεία** τους (και εκείνη του νοικοκυριού τους),
- ενδιαφέρονται περισσότερο για **ηθικά** ζητήματα κατά την πραγματοποίηση αγορών
- και νοιάζονται περισσότερο για το **περιβάλλον**

Κατά την αγορά τοπικών προϊόντων, τα ακόλουθα θεωρήθηκαν σημαντικά:

- Η **επιρροή από φίλους** τους στο θέμα των τοπικών προϊόντων
- η δυνατότητα αγοράς τοπικών προϊόντων από άποψη **χρόνου, χρήματος και πρόσβασης**



Οικογένειες μεσαίου εισοδήματος με μικρά παιδιά



Οι συνταξιούχοι



Μάθε για τους πελάτες σου με τη χρήση του Google Analytics

“Νόμιζα ότι οι πελάτες μου ήταν μεγαλύτεροι σε ηλικία και με υψηλά εισοδήματα μέχρι που διαπίστωσα με τη χρήση του Google Analytics ότι ήταν νεότεροι άνδρες”

- *Ολλανδός παραγωγός βιολογικών μοσχαριών*

Η Google Analytics παρέχει δωρεάν εργαλεία για να βρεις πληροφορίες για όσους επισκέπτονται την ιστοσελίδα σου:

- Τί κάνουν, πόση ώρα μένουν, σε ποιες σελίδες περιηγούνται
- Ηλικία, Φύλο, Ενδιαφέροντα, συσκευές και τοποθεσία
- Με ποιο τρόπο ήρθαν στην ιστοσελίδα σου

COVID-19

- Μεγαλύτερη ευασιθητοποίηση για τις ΒΑΕΤ εξαιτίας του COVID-19, ιδιαίτερα στην Ισπανία
- Οι περισσότεροι συμφωνούν ότι οι ΒΑΕΤ βοηθούν τη χώρα τους να προετοιμαστεί καλύτερα για κρίσεις τύπου COVID (λιγότεροι στην Ουγγαρία, περισσότεροι συμφωνούν στην Ισπανία)
- Σχετικά θετικότερη πρόθεση αγοράς από ΒΑΕΤ εξαιτίας του COVID-19 (ιδιαίτερα στην Ισπανία)
- Μεγαλύτερη αύξηση στην πρόθεση να στηριχθούν οι τοπικοί παραγωγοί τροφίμων εξαιτίας του COVID-19 (λιγότερο στην Ουγγαρία, περισσότερο στην Ισπανία)



Περίληψη

1. Η φρεσκάδα, η γεύση, η ποιότητα, οι χαμηλές τιμές και η ευκολία εκτιμώνται
2. Τα προϊόντα ΒΑΕΤ που αγοράζονται πιο συχνά είναι λαχανικά, φρούτα, αυγά, μέλι, ψωμί
3. Οι καταναλωτές είναι πιο πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για φρούτα και λαχανικά, αυγά κρέας / ψάρι και τα προϊόντα τους
4. Οι καταναλωτές αγοράζουν από τις ΒΑΕΤ για να υποστηρίξουν τους τοπικούς παραγωγούς, για να γνωρίζουν από πού προέρχονται τα τρόφιμα, επειδή πιστεύουν ότι το φαγητό είναι πιο φυσικό, καλύτερο για το περιβάλλον και έχει υψηλότερη ποιότητα
5. Η έλλειψη ευκολίας και οι υψηλές τιμές είναι τα κύρια εμπόδια στις αγορές από τις ΒΑΕΤ
6. Η ευκολία μπορεί να αυξηθεί έχοντας ένα ευρύτερο φάσμα προϊόντων σε ένα μόνο μέρος
7. Οι χρήστες των ΒΑΕΤ ενδιαφέρονται περισσότερο για την υγεία, τα ηθικά ζητήματα και το περιβάλλον
8. Η απόφαση αγοράς τοπικών προϊόντων επηρεάζεται από τη γνώμη των φίλων και τη δυνατότητα αγοράς τους από άποψη χρόνου, χρήματος, πρόσβασης
9. Πρέπει να αιτιολογηθεί το κόστος των τροφίμων για τους καταναλωτές εξηγώντας τις διαδικασίες παραγωγής και τα οφέλη για τους καταναλωτές, το περιβάλλον και τον παραγωγό / τοπική κοινότητα

Εταίροι



Daar neem je kennis van!



UNIVERSITY
OF CRETE

 **Agroscope**



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM



Campden BRI 
food and drink innovation



in 2020
European Union Funding
for Research & Innovation

The SMARTCHAIN project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No. 773785

Ευχαριστώ

betty.chang@eufic.org

