



## ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ

### ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

---

**Σχέδιο ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας πρωτογενούς τομέα στην ΠΑΜΘ,  
βελτίωση μεθόδων παραγωγής και ανάπτυξη καινοτόμων εργαλείων  
προώθησης και εμπορίας προϊόντων αγροτικής προέλευσης**

**Δ3.3. Υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών (π.χ. στέβιας/goji berry/αρώνιας ή άλλων  
που θα εντοπιστούν από τη Δ1.4) από παραγωγούς της Περιφέρειας Ανατολικής  
Μακεδονίας και Θράκης**

**ΦΟΡΕΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ**



**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ  
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ**

**Επιστημονικά Υπεύθυνος: Σπυρίδων Κουτρούμπας, Καθηγητής**

**Ορεστιάδα, Απρίλιος 2025**



# ΔΗΜΟΚΡΕΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ

## ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

**Σχέδιο ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας πρωτογενούς τομέα στην ΠΑΜΘ,  
βελτίωση μεθόδων παραγωγής και ανάπτυξη καινοτόμων εργαλείων  
προώθησης και εμπορίας προϊόντων αγροτικής προέλευσης**

**Π3.3. Έκθεση αποτελεσμάτων διερεύνησης δυνατοτήτων ενασχόλησης των γεωργών με  
νέες/εναλλακτικές καλλιέργειες (Δ3.3)**

**ΦΟΡΕΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ**



**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ  
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ**

**Επιστημονικά Υπεύθυνος: Σπυρίδων Κουτρούμπας, Καθηγητής**

**Φορέας Οικονομικής Διαχείρισης: ΕΛΚΕ Δ.Π.Θ.**

## ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

### ΤΙΤΛΟΣ:

“ Σχέδιο ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας πρωτογενούς τομέα στην ΠΑΜΘ, βελτίωση μεθόδων παραγωγής και ανάπτυξη καινοτόμων εργαλείων προώθησης και εμπορίας προϊόντων αγροτικής προέλευσης”

**ΧΡΟΝΙΚΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ:** 1/2/2023 – 10/1/2026

**ΕΠΙΣΤΗΜ. ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ:** Σπυρίδων Κουτρούμπας, Καθηγητής Δ.Π.Θ.

**ΦΟΡΕΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ:** ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ

**ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ:** Τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης Δ.Π.Θ.

**ΦΟΡΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ:** ΕΛΚΕ Δ.Π.Θ.

**ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ (Τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης ΔΠΘ):**

Σπυρίδων Κουτρούμπας, Καθηγητής Γεωργίας

Κωνσταντίνος Γαλανόπουλος, Καθηγητής Αγροτικής Οικονομίας

Χρήστος Χατζησαββίδης, Καθηγητής Δενδροκομίας

Χρήστος Καρελάκης, Καθηγητής Αγροτικής Πολιτικής

Χρήστος Δαμαλάς, Καθηγητής Γεωργίας

Ελένη Ζαφειρίου, Καθηγήτρια Εφαρμ. Οικον. Στατιστικής

Έλενα Ράπτου, Αναπλ. Καθηγήτρια Μάρκετινγκ Αγρ. Προϊόντων και Τροφίμων

Χρυσοβαλάντου Αντωνοπούλου, Επίκ. Καθηγήτρια Δενδροκομίας

Σιδέρης Φωτιάδης, Γεωπόνος, Ε.ΔΙ.Π.

Όλγα Βαχανελίδου, Υποψ. Διδάκτορας ΔΠΘ

**Σχέδιο ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας πρωτογενούς τομέα στην ΠΑΜΘ,  
βελτίωση μεθόδων παραγωγής και ανάπτυξη καινοτόμων εργαλείων προώθησης  
και εμπορίας προϊόντων αγροτικής προέλευσης**

**Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης  
Τμήμα Αγροτικής Ανάπτυξης, ΔΠΘ**

**Δράση 3.3. Υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών (π.χ. στέβιας/goji berry/αρώνιας ή άλλων που θα εντοπιστούν από τη Δ1.4) από παραγωγούς της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης**

**ΠΑΡΑΔΟΤΕΟ**

**Π3.3. Έκθεση αποτελεσμάτων διερεύνησης δυνατοτήτων ενασχόλησης των γεωργών με νέες/εναλλακτικές καλλιέργειες (Δ3.3)**

**Ομάδα Μελέτης**

Έλενα Ράπτου, Αν. Καθηγήτρια ΔΠΘ  
Κωνσταντίνος Γαλανόπουλος, Καθηγητής ΔΠΘ  
Ελένη Ζαφειρίου, Καθηγήτρια ΔΠΘ  
Χρήστος Καρελάκης, Καθηγητής ΔΠΘ

**Ορεστιάδα, Απρίλιος 2025**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	<b>σελ.</b>
<b>Ενότητα 1: Εισαγωγή</b>	<b>1</b>
1.1 Οι προκλήσεις του σύγχρονου αγροδιατροφικού τομέα	1
1.2 Στόχοι μελέτης – Ερευνητικό σχέδιο	2
1.3 Διάρθρωση μελέτης	3
<b>Ενότητα 2: Δημογραφικά – Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά της ΠΑΜΘ</b>	<b>5</b>
2.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά της ΠΑΜΘ	5
2.1.1 Πληθυσμός και πληθυσμιακή κατανομή	5
2.1.2 Ηλικιακή κατανομή του πληθυσμού	8
2.2 Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά της ΠΑΜΘ	9
2.2.1 Οικονομικά ενεργός πληθυσμός της ΠΑΜΘ	9
2.2.2 Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της ΠΑΜΘ	10
2.2.3 Κατά κεφαλή ΑΕΠ της ΠΑΜΘ	13
2.3 Ο αγροτικός τομέας της ΠΑΜΘ	15
2.3.1 Βασικά διαρθρωτικά στοιχεία των γεωργικών εκμεταλλεύσεων της ΠΑΜΘ	15
2.3.2 Κατανομή γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων	16
2.3.3 Βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία	18
2.3.4 Απασχόληση στον αγροτικό τομέα	19
<b>Ενότητα 3: Μεθοδολογία έρευνας</b>	<b>20</b>
3.1 Μεικτή μέθοδος έρευνας	20
3.2 Ποιοτική έρευνα	21
3.2.1 Μέθοδος δειγματοληψίας ποιοτικής έρευνας	21
3.2.2 Συλλογή δεδομένων ποιοτικής έρευνας	22
3.2.3 Ανάλυση δεδομένων ποιοτικής έρευνας	23
3.3 Ποσοτική έρευνα	23
3.3.1 Μέθοδος δειγματοληψίας ποσοτικής έρευνας	23
3.3.2 Συλλογή δεδομένων ποσοτικής έρευνας	24
3.3.3 Ανάλυση δεδομένων ποσοτικής έρευνας	25
<b>Ενότητα 4: Ποιοτική έρευνα - Αποτελέσματα</b>	<b>30</b>
4.1 Προφίλ συμμετεχόντων	30

4.2 Σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ	32
4.3 Προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών	36
4.4. Ενασχόληση με το επάγγελμα του γεωργού	43
<b>Ενότητα 5: Ποσοτική έρευνα - Αποτελέσματα</b>	<b>45</b>
5.1 Προφίλ συμμετεχόντων	45
5.2 Διατροφικές συνήθειες, καταναλωτική και αγοραστική συμπεριφορά	48
5.3 Στάσεις και απόψεις καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις και την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων	52
5.3.1 Αποτελέσματα περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης	52
5.3.2 Αποτελέσματα παραγοντικής ανάλυσης (FA)	55
5.4 Στάσεις και απόψεις καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις	59
5.4.1 Αποτελέσματα περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης	59
5.4.2 Αποτελέσματα παραγοντικής ανάλυσης (FA)	61
5.5 Τμηματοποίηση αγοράς - Αποτελέσματα ανάλυσης ομάδων (cluster analysis – CA)	64
5.6 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης αρωματικών φυτών	67
5.7 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κινόα	69
5.8 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης σμέουρων (raspberries)	71
5.9 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης μύρτιλων (blueberries)	73
5.10 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης και πληρωμής υψηλότερης τιμής – Ρόδι	76
<b>Ενότητα 6: Σύνοψη - Συμπεράσματα</b>	<b>80</b>
6.1 Σύνοψη ερευνητικού σχεδίου	80
6.2 Σύνοψη αποτελεσμάτων ποιοτικής έρευνας – Βασικά συμπεράσματα	80
6.3 Σύνοψη αποτελεσμάτων ποσοτικής έρευνας – Βασικά συμπεράσματα	83
6.4 Προτάσεις	86
<b>Βιβλιογραφία</b>	<b>90</b>
<b>Παράρτημα Α</b>	<b>93</b>
<b>Παράρτημα Β</b>	<b>94</b>

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

	σελ.
Πίνακας 2.1 Πληθυσμός ανά Περιφέρεια, 2019-2023	6
Πίνακας 2.2 Μεταβολή του πληθυσμού στην ΠΑΜΘ (2019-2023)	7
Πίνακας 2.3 Οικονομικά ενεργός πληθυσμός ανά Περιφέρεια	9
Πίνακας 2.4 ΑΕΠ Περιφερειών (σε εκατ. € τρέχουσες τιμές), 2017-2021	11
Πίνακας 2.5 ΑΕΠ της ΠΑΜΘ ανά Περιφερειακή Ενότητα (σε εκατ. €, τρέχουσες τιμές), 2017-2021	13
Πίνακας 2.6 Κατά κεφαλή ΑΕΠ Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2017-2021 (σε €)	14
Πίνακας 2.7 Κατά κεφαλήν ΑΕΠ της ΠΑΜΘ ανά ΠΕ (σε €), 2017-2021	15
Πίνακας 2.8 Αριθμός γεωργικών εκμεταλλεύσεων και χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση	16
Πίνακας 2.9 Αμιγώς γεωργικές, αμιγώς κτηνοτροφικές και μεικτές εκμεταλλεύσεις	16
Πίνακας 2.10 Κατανομή των εκμεταλλεύσεων σύμφωνα με την κατηγορία χρήσης	17
Πίνακας 2.11 Κατανομή της χρησιμοποιούμενης γεωργικής έκτασης των εκμεταλλεύσεων κατά βασικές κατηγορίες χρήσης (στρέμματα)	17
Πίνακας 2.12 Κατανομή εκμεταλλεύσεων με ζωικό κεφάλαιο	17
Πίνακας 2.13 Εκμεταλλεύσεις βιολογικής γεωργίας	18
Πίνακας 2.14 Αριθμός κτηνοτροφικών μονάδων βιολογικής κτηνοτροφίας	18
Πίνακας 2.15 Απασχόληση κατόχων - μελών οικογένειάς στη γεωργία - κτηνοτροφία	19
Πίνακας 4.1 Χαρακτηριστικά συμμετεχόντων	30
Πίνακας 5.1 Επίπεδο εκπαίδευσης συμμετεχόντων (N=420)	46
Πίνακας 5.2 Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων (N=420)	46
Πίνακας 5.3 Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων (N=420)	47
Πίνακας 5.4 Κατανάλωση αρωματικών φυτών και υπερτροφών (N=420)	49
Πίνακας 5.5 Απόψεις καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες, τις διατροφικές προτιμήσεις και τις εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων (N=420)	54
Πίνακας 5.6 Αποτελέσματα ανάλυσης παραγόντων (FA) και ανάλυσης αξιοπιστίας για τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες, τις διατροφικές προτιμήσεις και τις εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων (N=420)	57
Πίνακας 5.7 Απόψεις καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις (N=420)	60
Πίνακας 5.8 Αποτελέσματα ανάλυσης παραγόντων (FA) και ανάλυσης αξιοπιστίας για τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις (N=420)	62
Πίνακας 5.9 Σύνοψη αποτελεσμάτων ανάλυσης ομάδων (Cluster Analysis) (N=420)	65
Πίνακας 5.10 Δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά ομάδων (N=420)	66

Πίνακας 5.11 Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία συστηματικής αγοράς αρωματικών φυτών – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	68
Πίνακας 5.12 Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς αρωματικών φυτών – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	69
Πίνακας 5.13 Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία συστηματικής αγοράς κινόα – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	70
Πίνακας 5.14 Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς κινόα – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	71
Πίνακας 5.15 Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία συστηματικής αγοράς σμέουρων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	72
Πίνακας 5.16 Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς σμέουρων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	73
Πίνακας 5.17 Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία αγοράς μύρτιλων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	74
Πίνακας 5.18 Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία αγοράς μύρτιλων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)	75
Πίνακας 5.19 Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία αγοράς και την προθυμία πληρωμής ροδιού – Εκτίμηση υποδείγματος Bivariate Probit (N=420)	77
Πίνακας 5.20 Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς και την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για ρόδι – Εκτίμηση υποδείγματος Bivariate Probit (N=420)	78
Πίνακας 5.21 Οριακά αποτελέσματα των δημογραφικών/κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών και των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς και πληρωμής υψηλότερης τιμής στα ρόδια (N=420)	79

## ΛΙΣΤΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

	σελ.
Σχήμα 2.1 Κατανομή πληθυσμού ανά Περιφέρεια (έτος 2023)	6
Σχήμα 2.2 Κατανομή του πληθυσμού της ΠΑΜΘ στις ΠΕ (Περιφερειακές Ενότητες), 2023	7
Σχήμα 2.3 Ηλικιακή κατανομή του πληθυσμού (έτος 2023)	8
Σχήμα 2.4 Ποσοστιαία κατανομή του ΑΕΠ ανά Περιφέρεια (έτος 2021)	12
Σχήμα 4.1 Σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (N=15)	33
Σχήμα 4.2 Πλεονεκτήματα/δυνατότητες του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (N=15)	34
Σχήμα 4.3 Μειονεκτήματα/αδυναμίες του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (N=15)	35
Σχήμα 4.4 Προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών (N=15)	36
Σχήμα 4.5 Αιτιολόγηση της πρόθεσης δραστηριοποίησης σε εναλλακτικές καλλιέργειες (N=15)	37
Σχήμα 4.6 Επιχειρηματικό ενδιαφέρον σε εναλλακτικά είδη καλλιέργειας (N=15)	39
Σχήμα 4.7 Κίνητρα και εμπόδια υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών	40
Σχήμα 4.8 Μέτρα πολιτικής/παρεμβάσεις για ενίσχυση της ελκυστικότητας των εναλλακτικών καλλιεργειών (N=15)	42
Σχήμα 4.9 Κίνητρα ενασχόλησης με το επάγγελμα του γεωργού για τους συμμετέχοντες (N=15)	43
Σχήμα 5.1. Ηλικιακή κατανομή του δείγματος (N=420)	46
Σχήμα 5.2 Καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα συμμετεχόντων (N=420)	47
Σχήμα 5.3 Τόπος μόνιμης κατοικίας των μελών του δείγματος (N=420)	48
Σχήμα 5.4 Επιλογή προϊόντων για συστηματική αγορά/κατανάλωση (N=420)	50
Σχήμα 5.5 Κύριες κατηγορίες προϊόντων που επιλέχθηκαν προς συστηματική αγορά/κατανάλωση (N=420)	53

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΕΠ	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΠΑΜΘ	Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης
ΠΕ	Περιφερειακή Ενότητα
ΕΕ	Ευρωπαϊκή Ένωση
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
FA	Factor Analysis (Ανάλυση Παραγόντων)
CA	Cluster Analysis (Ανάλυση Ομάδων)
PCA	Principal Component Analysis
ΚΑΠ	Κοινή Αγροτική Πολιτική

# ΕΝΟΤΗΤΑ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1.1 Η ανάπτυξη του σύγχρονου αγροδιατροφικού τομέα

Η ανάπτυξη του αγροδιατροφικού τομέα θεωρείται ένα από τα πιο ισχυρά εργαλεία για την εξάλειψη της φτώχειας, την ενίσχυση της κοινωνικής ευημερίας και την κάλυψη των αναγκών σίτισης. Καθώς αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη παγκοσμίως συμβάλλει στον βιοπορισμό του 40% του παγκόσμιου πληθυσμού, ενώ μόνο ο πρωτογενής τομέας απασχολεί περίπου το ¼ του πληθυσμού (Roser, 2023). Ο αγροτικός κλάδος συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη διεθνώς, με τη συμβολή του στο παγκόσμιο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) να ανέρχεται στο 4,3%, ενώ σε ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες μπορεί να ξεπεράσει το 25% (Τράπεζα Πειραιώς, 2022). Παράλληλα, συνεισφέρει σημαντικά στην αύξηση του εισοδήματος των οικονομικά ασθενέστερων, σε σχέση με άλλους κλάδους, ενώ αποτελεί την κυριότερη πηγή εισοδήματος για το 65% των «μη εύπορων ενηλίκων» (Castaneda et al., 2016). Η αγροτική γη καταλαμβάνει το 37% της συνολικής χερσαίας έκτασης του πλανήτη, με την πλειοψηφία των αγροτικών εκτάσεων να καλλιεργούνται από μικρές (12%) και οικογενειακές (75%) γεωργικές εκμεταλλεύσεις. Σύμφωνα με τη Διεθνή Οργάνωση Τροφίμων και Γεωργίας (Food and Agriculture Organization – FAO), η παγκόσμια προστιθέμενη αξία που παράγεται από τον πρωτογενή τομέα, αυξήθηκε κατά 73% από το 2000, φθάνοντας τα \$3,5 τρισ. το 2019 (Τράπεζα Πειραιώς, 2022).

Τον τελευταίο χρόνο, τόσο ο ευρωπαϊκός όσο και ο παγκόσμιος πρωτογενής κλάδος της οικονομίας αντιμετώπισαν σημαντικές προκλήσεις, κυρίως λόγω της κλιματικής αλλαγής, προκαλώντας μετασχηματιστικές προσαρμογές για την ενίσχυση της ανθεκτικότητας και της βιωσιμότητας. Έχοντας ως έναυσμα τον ευρωπαϊκό αγροδιατροφικό τομέα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τη μελέτη «Γεωργική Προοπτική της ΕΕ 2024-2035» έδωσε ιδιαίτερη βαρύτητα στις δράσεις για τη «θωράκιση» του κλάδου εν μέσω της κλιματικής αλλαγής. Παράλληλα πρότείνει το σχεδιασμό βιώσιμων πρακτικών για τη διασφάλιση της παραγωγικότητας και της περιβαλλοντικής και κοινωνικής αειφορίας, ενώ συγχρόνως αποτύπωσε τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών.

Παρά τη δυναμική που χαρακτήρισε την έναρξη του έτους 2024, ο τομέας είχε να αντιμετωπίσει συνεχείς προκλήσεις, μεταξύ άλλων των διοικητικών βαρών από την Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ), του ασφυκτικού ανταγωνισμού από χώρες χαμηλού παραγωγικού κόστους, και των περιβαλλοντικών ανησυχιών (Ζακυνθινός, 2025). Ο αγροτικός κόσμος προβληματίστηκε έντονα για το πώς θα ανταπεξέλθει στη νέα πραγματικότητα και εστίασε στην αναγκαιότητα για μεταρρυθμίσεις πολιτικής ώστε να στηριχθούν ο θεμιτός ανταγωνισμός και οι βιώσιμες πρακτικές. Νέοι περιβαλλοντικοί κανονισμοί, όπως φόροι άνθρακα, απαγορεύσεις φυτοφαρμάκων και περιορισμοί εκπομπών αζώτου προκάλεσαν τη ισχυρή διαμαρτυρία των ευρωπαϊκών αγροτών, οι οποίοι αισθάνθηκαν ότι απειλούνταν η ευημερία και η αξιοπρεπής διαβίωσή τους. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) κλήθηκε το 2024 να μεταρρυθμίσει την ΚΑΠ, όπου 387 δισ. Ευρώ μετατοπίστηκαν από τις επιδοτήσεις στη στήριξη των αγροτών με βάση το εισόδημα, και όχι το μέγεθος της εκμετάλλευσης, στοχεύοντας στην εύρεση λύσεων στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο σύγχρονος παραγωγικός τομέας (Ζακυνθινός,

2025).

Σε ό,τι αφορά τον πρωτογενή τομέα στην Ελλάδα, πέρα από τις παγκόσμιες προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει, θα πρέπει να προσαρμοστεί και σε κάποιους ιδιαίτερους παράγοντες που επηρεάζουν καθοριστικά την παρουσία του στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον. Η γεωργική εκμετάλλευση του μέλλοντος θα χρειαστεί να αξιοποιήσει τις νέες ευκαιρίες που προσφέρει η τεχνολογική εξέλιξη, ώστε να μπορέσει ο Έλληνας παραγωγός να πάρει τις σωστές αποφάσεις στην παραγωγική διαδικασία και στη διάθεση του παραγόμενου προϊόντος. Επιπλέον οι παραγωγικές καινοτομίες, τόσο στον πρωτογενή τομέα όσο και στην αγροδιατροφική μεταποιητική βιομηχανία, θα μπορέσουν να συμβάλλουν στη μείωση του κόστους παραγωγής, στον περιορισμό του περιβαλλοντικού αποτυπώματος και στην καλύτερη εξυπηρέτηση των ολοένα αυξανόμενων καταναλωτικών αναγκών. Την τελευταία δεκαετία, η εναλλακτική καλλιέργεια έχει μία δυναμική ανάπτυξης στην πρωτογενή παραγωγή, με αρκετούς γεωργούς να εκδηλώνουν ενδιαφέρον υιοθέτησης καλλιεργειών που δεν είναι παραδοσιακές σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, αλλά επιλέγονται λόγω της πιθανής υψηλής αξίας πώλησης ή του εξειδικευμένου οφέλους για το γεωργικό σύστημα. Τους προσδιοριστικούς παράγοντες της υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών από τους γεωργούς-επιχειρηματίες του πρωτογενή τομέα, και της συστηματικής κατανάλωσης/αγοράς εναλλακτικών αγροδιατροφικών προϊόντων από τους καταναλωτές της ΠΑΜΘ καλείται να διερευνήσει η παρούσα μελέτη, όπως εξηγείται λεπτομερώς παρακάτω.

## 1.2 Στόχοι μελέτης – Ερευνητικό σχέδιο

Η παρούσα έρευνα περιλαμβάνει τον σχεδιασμό και τη διεξαγωγή ερευνητικών σχεδίων για τον εντοπισμό, την κατανόηση και τον προσδιορισμό των κινήτρων α) επιλογής αγροτικών προϊόντων νέων «εναλλακτικών» καλλιεργειών στην παραγωγική διαδικασία, και β) υιοθέτησης των νέων προϊόντων στις αγοραστικές και διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΠΑΜΘ). Για τον λόγο αυτόν πραγματοποιήθηκε ένα μεικτό σχέδιο έρευνας που περιλάμβανε δύο στάδια:

- Κατά το πρώτο στάδιο διεξήχθη ποιοτική έρευνα με τη μέθοδο των ημιδομημένων προσωπικών-σε βάθος συνεντεύξεων σε ένα δείγμα παραγωγών-επιχειρηματιών του πρωτογενούς τομέα της ΠΑΜΘ. Βασικός στόχος της ποιοτικής προσέγγισης ήταν:

α) η διερεύνηση των απόψεων των παραγωγών σε ότι αφορά τη σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ και ο προσδιορισμός των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του,

β) η διερεύνηση της προθυμίας των γεωργών της ΠΑΜΘ για την εν δυνάμει ενασχόλησή τους με νέες εναλλακτικές καλλιέργειες,

γ) ο καθορισμός των στοιχείων κινητροποίησής τους και τα πιθανά εμπόδια που θα αποθαρρύνουν την απόφαση και την τελική ανάμειξή τους στην υιοθέτηση νέων καλλιεργητικών πρακτικών,

δ) ο καθορισμός των βασικών κινήτρων των παραγωγών σε ό,τι αφορά την επαγγελματική τους εξέλιξη και τη διαχείριση της γεωργικής τους εκμετάλλευσης (στοιχεία εγωκεντρισμού vs στοιχεία αλτρουισμού),

ε) η διερεύνηση των απόψεών τους σχετικά με την εφαρμογή των μέτρων αγροτικής πολιτικής για την ενίσχυση της ελκυστικότητας των εναλλακτικών καλλιεργειών, και

στ) ο προσδιορισμός της επίδρασης των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών και καινοτόμων γεωργικών πρακτικών.

- Κατά το δεύτερο στάδιο πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα με βασικό εργαλείο συλλογής δεδομένων ένα δομημένο ερωτηματολόγιο, το οποίο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά σε καταναλωτές της ΠΑΜΘ, καταλήγοντας στη συλλογή 420 πλήρως απαντημένων και αξιόπιστων ερωτηματολογίων. Βασικός στόχος της ποσοτικής προσέγγισης ήταν:

α) η διερεύνηση της συμπεριφοράς σε ό,τι αφορά την κατανάλωση/αγορά προϊόντων «εναλλακτικών» καλλιεργειών. Η λίστα των προϊόντων αυτών προήλθε κυρίως από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων γεωργών στο πρώτο στάδιο της ποιοτικής προσέγγισης.

β) η αποκωδικοποίηση της προθυμίας των καταναλωτών της ΠΑΜΘ να στραφούν και να υιοθετήσουν στη διατροφή τους αγροδιατροφικά προϊόντα εναλλακτικών καλλιεργειών (συστηματική κατανάλωση/αγορά),

γ) η μελέτη των στάσεων και των απόψεων των καταναλωτών της ΠΑΜΘ σε ό,τι αφορά τις διατροφικές/αγοραστικές προτιμήσεις, την καινοτομία/εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων, τις τιμές των αγροδιατροφικών προϊόντων και τις αγοραστικές επιδράσεις,

δ) ο προσδιορισμός των βασικών συνιστωσών που επηρεάζουν την καταναλωτική/αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών της ΠΑΜΘ.

ε) η διερεύνηση πιθανής τμηματοποίησης των καταναλωτών της ΠΑΜΘ βάσει των συνιστωσών που επηρεάζουν την καταναλωτική/αγοραστική συμπεριφορά και των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών τους, και

στ) ο προσδιορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν τη συστηματική κατανάλωση/αγορά και την πρόθεση(προθυμία) πληρωμής υψηλότερης τιμής των προϊόντων «εναλλακτικών» καλλιεργειών (όπως η ασφάλεια των τροφίμων, η βιολογική παραγωγή, η σήμανση σε προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά, η ανταγωνιστική τιμή, κ.ά.).

### 1.3 Διάρθρωση μελέτης

Η παρούσα μελέτη αποτελείται από τα παρακάτω κεφάλαια:

Συγκεκριμένα, το πρώτο κεφάλαιο σκιαγραφεί την υφιστάμενη κατάσταση στον σύγχρονο αγροδιατροφικό τομέα και παρουσιάζει τους στόχους της έρευνας και τη διάρθρωση της μελέτης.

Το δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζει τα βασικά δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά στοιχεία της ΠΑΜΘ και των Περιφερειακών Ενοτήτων (ΠΕ) της. Συγκεκριμένα παρατίθενται στατιστικά στοιχεία σε ό,τι αφορά τον πληθυσμό, την πληθυσμιακή και την ηλικιακή κατανομή του. Επίσης παρουσιάζονται αναλυτικά στοιχεία για τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό της ΠΑΜΘ και των ΠΕ, το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), και το κατά κεφαλή ΑΕΠ. Επιπλέον δίνεται και μία λεπτομερής εικόνα του αγροδιατροφικού τομέα της ΠΑΜΘ και του ρόλου του στην εγχώρια οικονομία με την παρουσίαση βασικών διαρθρωτικών μεγεθών του αναφορικά με την απασχόληση στον κλάδο, την κατανομή των γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων, τη βιολογική καλλιέργεια και την κτηνοτροφία.

Το τρίτο κεφάλαιο περιγράφει τη μεικτή μέθοδο έρευνας που εφαρμόστηκε και την επιλογή

των ερευνητικών εργαλείων τόσο στην ποιοτική όσο και στην ποσοτική προσέγγιση. Συγκεκριμένα παρουσιάζονται λεπτομερώς η μέθοδος δειγματοληψίας, η επιλογή του δείγματος, οι μέθοδοι συλλογής δεδομένων και οι τεχνικές/μέθοδοι ανάλυσής τους στην ποιοτική και στην ποσοτική διερεύνηση.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας στο δείγμα των γεωργών-επιχειρηματιών του πρωτογενούς τομέα της ΠΑΜΘ, σύμφωνα με τη σειρά των ερωτήσεων που περιλάμβανε το μη δομημένο ερωτηματολόγιο στις προσωπικές σε-βάθος συνεντεύξεις.

Επιπλέον στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας των καταναλωτών της ΠΑΜΘ σύμφωνα με τις θεματικές ενότητες του δομημένου ερωτηματολογίου, αποσαφηνίζοντας τους προσδιοριστικούς παράγοντες των καταναλωτικών τάσεων και των αγοραστικών προτιμήσεων, της προθυμίας ένταξης στις διατροφικές συνήθειες νέων προϊόντων εναλλακτικών καλλιεργειών (συστηματική κατανάλωση/αγορά) και της πρόθεσης πληρωμής υψηλότερης τιμής για την αγορά τους.

Τέλος, στο έκτο κεφάλαιο συνοψίζονται τα κύρια αποτελέσματα της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας, και γίνονται προτάσεις για το πώς θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του αγροδιατροφικού τομέα της ΠΑΜΘ.

## ΕΝΟΤΗΤΑ 2

### ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

#### ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΠΑΜΘ

##### 2.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά της ΠΑΜΘ

###### 2.1.1 Πληθυσμός και πληθυσμιακή κατανομή

Στη συνέχεια παρατίθεται μία σύντομη επισκόπηση των βασικότερων δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών μεγεθών της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΠΑΜΘ) σε σύγκριση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της χώρας προκειμένου να αποκτήσουμε μία σαφή εικόνα της τρέχουσας κοινωνικοοικονομικής κατάστασης στην υπό μελέτη περιοχή. Σύμφωνα με τα τελευταία δημοσιευμένα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ και όπως παρουσιάζονται στην έκθεση της INSETE (2024), ο πληθυσμός της Ελλάδας την περίοδο 2019-2023 σημείωσε μείωση κατά 3% (από 10,7 εκατ. το 2019 σε 10,4 εκατ. το 2023) (Πίνακας 2.1).

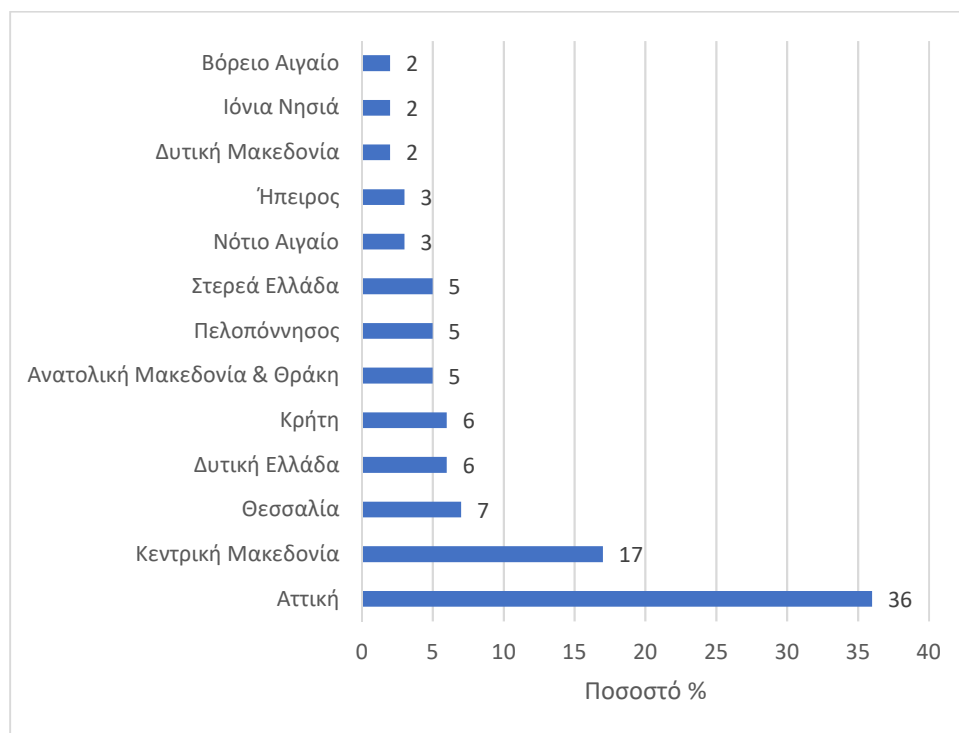
Προς την ίδια κατεύθυνση, όλες οι Περιφέρειες εμφάνισαν μείωση την περίοδο 2019-2023, με εξαίρεση την Περιφέρεια Αττικής (+1%, από 3,7 εκατ. το 2019 σε 3,8 εκατ. το 2023). Ενδεικτικά, οι υπόλοιπες Περιφέρειες: Κεντρικής Μακεδονίας (-5%, από 1,9 εκατ. το 2019 σε 1,8 εκατ. το 2023), Θεσσαλίας (-5%, από 719 χιλ. το 2019 σε 682 χιλ. το 2023), Δυτικής Ελλάδας (-2%, από 655 χιλ. το 2019 σε 643 χιλ. το 2023), Κρήτης (-2%, από 635 χιλ. το 2019 σε 623 χιλ. το 2023), Αν. Μακεδονίας & Θράκης (ΠΑΜΘ) (-7%, από 600 χιλ. το 2019 σε 560 χιλ. το 2023), Πελοποννήσου (-7%, από 574 χιλ. το 2019 σε 534 χιλ. το 2023), Στερεάς Ελλάδας (-9%, από 556 χιλ. το 2019 σε 504 χιλ. το 2023), Νοτίου Αιγαίου (-5%, από 344 χιλ. το 2019 σε 327 χιλ. το 2023), Ηπείρου (-4%, από 334 χιλ. το 2019 σε 319 χιλ. το 2023), Δυτικής Μακεδονίας (-6%, από 267 χιλ. το 2019 σε 250 χιλ. το 2023), Ιονίων Νήσων (-1%, από 204 χιλ. το 2019 σε 202 χιλ. το 2023) και Βορείου Αιγαίου (-12%, από 221 χιλ. το 2019 σε 196 χιλ. το 2023). Συγκριτικά με τις υπόλοιπες Περιφέρειες, η ΠΑΜΘ παρουσιάζει σημαντική μείωση του πληθυσμού στο διάστημα των τεσσάρων ετών, και μαζί με την Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας και την Περιφέρεια Βορείου Ελλάδος σημειώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά μεταβολής (Πίνακας 2.1).

Σε ό,τι αφορά την ποσοστιαία κατανομή του πληθυσμού στις Περιφέρειες της χώρας για το 2023, παρατηρούμε ότι το 54% του συνόλου είναι συγκεντρωμένο στις Περιφέρειες Αττικής (36%) και Κεντρικής Μακεδονίας (17%), στις οποίες ανήκουν και τα δύο μεγαλύτερα αστικά κέντρα της χώρας (Αθήνα και Θεσσαλονίκη). Η ΠΑΜΘ αντιπροσωπεύει για το 2023 περίπου το 5% του συνολικού πληθυσμού της Ελλάδας (Σχήμα 2.1).

**Πίνακας 2.1** Πληθυσμός ανά Περιφέρεια, 2019-2023

Περιφέρεια	2019	2023	Διαφορά % 2019-2023
Αττική	3.742.235	3.790.842	1%
Κεντρική Μακεδονία	1.873.777	1.782.630	-5%
Θεσσαλία	718.640	682.189	-5%
Δυτική Ελλάδα	655.189	643.188	-2%
Κρήτη	634.930	622.909	-2%
<b>Ανατολική Μακεδονία και Θράκη</b>	<b>599.723</b>	<b>599.730</b>	<b>-7%</b>
Πελοπόννησος	574.447	534.345	-7%
Στερεά Ελλάδα	555.960	504.167	-9%
Νότιο Αιγαίο	344.027	326.945	-5%
Ήπειρος	333.696	318.890	-4%
Δυτική Μακεδονία	267.008	250.453	-6%
Ιόνια Νησιά	203.869	202.185	-1%
Βόρειο Αιγαίο	221.098	195.509	-12%
<b>Ελλάδα</b>	<b>10.724.599</b>	<b>10.413.982</b>	<b>-3%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024



**Σχήμα 2.1** Κατανομή πληθυσμού ανά Περιφέρεια (έτος 2023)

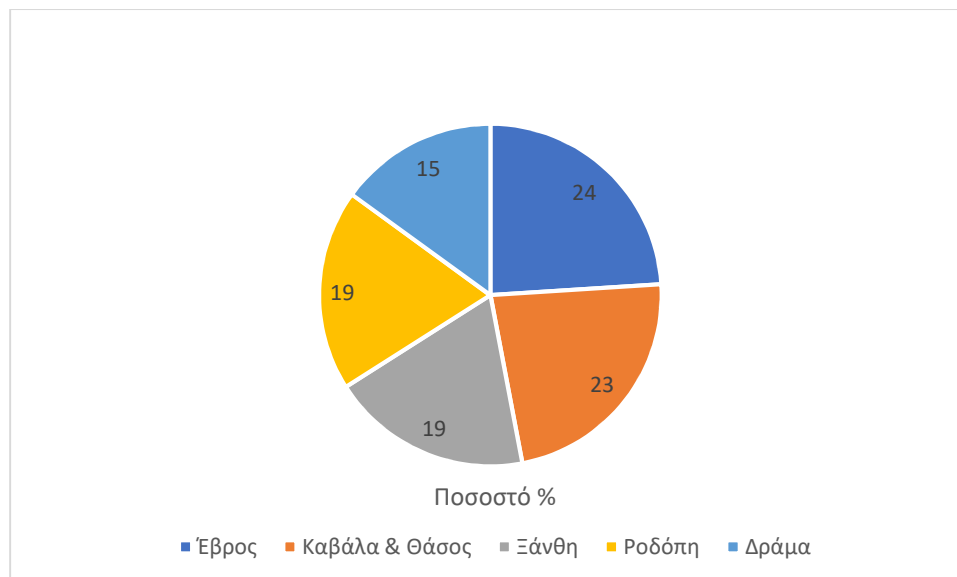
Πηγή: Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

Ο πληθυσμός της Περιφέρειας Αν. Μακεδονίας και Θράκης την περίοδο 2019-2023, σημείωσε μείωση κατά 7% (από 600 χιλ. το 2019 σε 560 χιλ. το 2023) (Πίνακας 2.2). Επιμέρους, όλες οι Ενότητες κατέγραψαν μείωση: Έβρου (-9%, από 147 χιλ. το 2019 σε 133 χιλ. το 2023), Καβάλας & Θάσου (-4%, από 133 χιλ. το 2019 σε 128 χιλ. το 2023), Ξάνθης (-4%, από 112 χιλ. το 2019 σε 108 χιλ. το 2023), Ροδόπης (-5%, από 111 χιλ. το 2019 σε 105 χιλ. το 2023) και Δράμας (-11%, από 97 χιλ. το 2019 σε 86 χιλ. το 2023) (Πίνακας 2.2). Σε ό,τι αφορά την κατανομή του πληθυσμού για το 2023, η ΠΕ Έβρου αντιπροσωπεύει το 24% του πληθυσμού της Περιφέρειας και ακολουθούν οι ΠΕ Καβάλας και Θάσου (23%), Ξάνθης και Ροδόπης (19% αντίστοιχα), και Δράμας (15%) (Σχήμα 2.2).

**Πίνακας 2.2** Μεταβολή του πληθυσμού στην ΠΑΜΘ (2019-2023)

Περιφερειακή Ενότητα	2019	2023	Διαφορά % 2019-2023
Έβρος	147.190	133.467	-9%
Καβάλα & Θάσος	133.391	127.545	-4%
Ξάνθη	111.631	107.686	-4%
Ροδόπη	110.666	104.948	-5%
Δράμα	96.845	86.084	-11%
<b>Αν. Μακεδονία κα Θράκη</b>	<b>599.723</b>	<b>559.730</b>	<b>-7%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024



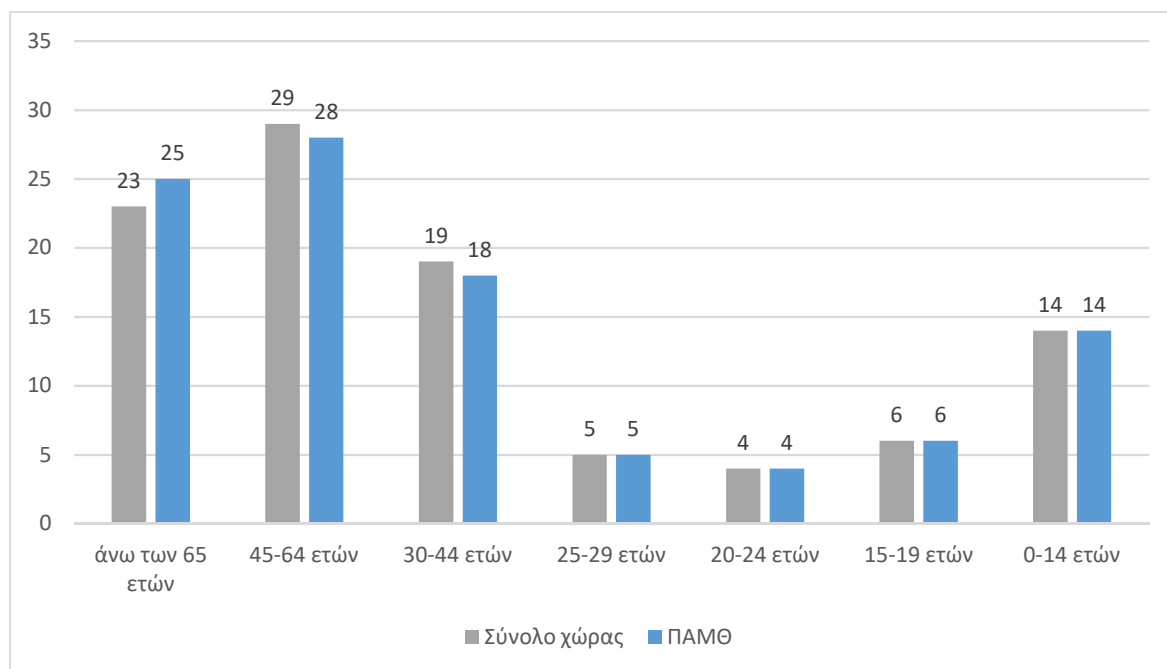
**Σχήμα 2.2** Κατανομή του πληθυσμού της ΠΑΜΘ στις ΠΕ (Περιφερειακές Ενότητες), 2023

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

### 2.1.2 Ηλικιακή κατανομή του πληθυσμού

Σύμφωνα με την έκθεση της INSETE (2024) παρατηρείται γήρανση του πληθυσμού της Ελλάδας την περίοδο 2019-2023, με αύξηση των ποσοστών στις ηλικίες άνω των 65 ετών και μείωση στις ηλικίες έως 44 ετών. Ειδικότερα, μείωση κατέγραψαν οι ηλικίες 0-14 ετών (-6%), 20-24 ετών (-6%) και 30-44 ετών (-10%), ενώ αύξηση σημείωσαν οι ηλικίες 15-19 ετών (+8%), 25-29 ετών (+1%), 45-64 ετών (+1%) και 65+ ετών (+4%). Η ΠΑΜΘ, σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας, εμφανίζει παρόμοια εικόνα, αν και διαφαίνεται μία εντονότερη αύξηση στις ηλικίες 25-29 ετών. Επιπλέον, μείωση κατέγραψαν οι ηλικίες 0-14 ετών (-6%), 20-24 ετών (-4%) και 30-44 ετών (-13%), ενώ αύξηση παρατηρήθηκε στις ηλικίες 15-19 ετών (+5%), 25-29 ετών (+16%), 45-64 ετών (+1%) και άνω των 65 ετών (+4%).

Αναφορικά με τα μερίδια των επιμέρους ηλικιακών ομάδων, το υψηλότερο ποσοστό κατέχουν οι ηλικίες 45-64 ετών (29%) και ακολουθούν οι ηλικίες 65+ ετών (23%), 30-44 ετών (19%), 0-14 ετών (14%), 15-19 ετών (6%), 25-29 ετών (5%) και 20-24 ετών (4%) στο σύνολο της χώρας. Παρόμοια εικόνα παρουσιάζεται και στην ΠΑΜΘ, όπου για το 2023, το υψηλότερο ποσοστό κατέχουν οι ηλικίες 45-64 ετών (28%) και ακολουθούν οι ηλικίες 65+ ετών (25%), 30-44 ετών (18%), 0-14 ετών (14%), 15-19 ετών (6%), 25-29 ετών (5%) και 20-24 ετών (4%) (INSETE, 2024) (Σχήμα 2.3).



Σχήμα 2.3 Ηλικιακή κατανομή του πληθυσμού (έτος 2023)

Πηγή: ΕΕΔ-ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

## 2.2 Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά της ΠΑΜΘ

### 2.2.1 Οικονομικά ενεργός πληθυσμός της ΠΑΜΘ

Οι ηλικίες άνω των 15 ετών αντιπροσωπεύουν το 86% του πληθυσμού της χώρας για τα έτη 2019 και 2023 αντίστοιχα, εκ των οποίων το 52% και για τα δύο έτη αποτελεί τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό της. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 2.3, στις επιμέρους Περιφέρειες δεν παρατηρούνται μεγάλες διαφοροποιήσεις και για τα δύο έτη, με το ποσοστό των ηλικιών άνω των 15 ετών για το 2019 να κυμαίνεται μεταξύ 83%-87%, ενώ για το 2023 μεταξύ 84%-87% (INSETE, 2024).

**Πίνακας 2.3** Οικονομικά ενεργός πληθυσμός ανά Περιφέρεια

	Έτος 2019			Έτος 2023		
	% Ηλικιών 15+	% Οικονομικά Ενεργού Πληθυσμού	% Κατανομή ενεργού πληθυσμού	% Ηλικιών 15+	% Οικονομικά Ενεργού Πληθυσμού	% Κατανομή ενεργού πληθυσμού
Αττική	86%	54%	37%	87%	54%	37%
Κεντρική Μακεδονία	86%	50%	17%	86%	52%	17%
Θεσσαλία	86%	50%	7%	87%	49%	6%
Κρήτη	84%	55%	6%	84%	55%	6%
Δυτική Ελλάδα	86%	50%	6%	86%	50%	6%
<b>Αν. Μακεδονία &amp; Θράκη</b>	<b>86%</b>	<b>51%</b>	<b>5%</b>	<b>86%</b>	<b>50%</b>	<b>5%</b>
Πελοπόννησος	86%	52%	5%	87%	53%	5%
Στερεά Ελλάδα	86%	50%	5%	87%	51%	5%
Νότιο Αιγαίο	83%	56%	3%	84%	52%	3%
Ήπειρος	87%	47%	3%	88%	49%	3%
Δυτική Μακεδονία	86%	50%	2%	87%	49%	2%
Ιόνια Νησιά	86%	52%	2%	86%	52%	2%
Βόρειο Αιγαίο	85%	55%	2%	86%	51%	2%
<b>Ελλάδα</b>	<b>86%</b>	<b>52%</b>	<b>100%</b>	<b>86%</b>	<b>52%</b>	<b>100%</b>

Πηγή: ΕΕΔ-ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

Σχετικά με τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό στις επιμέρους Περιφέρειες, παρατηρούμε την περίοδο 2019-2023 μικτή εικόνα, με τις Περιφέρειες Αττικής, Κεντρικής Μακεδονίας, Κρήτης, Δυτικής Ελλάδας, Πελοποννήσου, Στερεάς Ελλάδας, Ηπείρου και Στερεάς Ελλάδας να καταγράφουν αύξηση, ενώ αντίθετα οι Περιφέρειες Θεσσαλίας, Αν. Μακεδονίας και Θράκης (ΠΑΜΘ), Νοτίου Αιγαίου, Δυτικής Μακεδονίας και Βορείου Αιγαίου να σημειώνουν μείωση.

Ειδικότερα, το υψηλότερο ποσοστό οικονομικά ενεργού πληθυσμού το 2023 παρατηρείται στις Περιφέρειες Κρήτης (55%), Αττικής (54%) και Πελοποννήσου (53%), ενώ το χαμηλότερο ποσοστό στις Περιφέρειες Θεσσαλίας, Ηπείρου και Δυτικής Μακεδονίας με 49% αντίστοιχα. Οι Περιφέρειες Κεντρικής Μακεδονίας, Νότιου Αιγαίου και Ιονίων Νήσων καταγράφουν ποσοστό της τάξης του 52% αντίστοιχα, ενώ ελαφρώς μειωμένο ποσοστό εμφανίζουν οι Περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας και Βορείου Αιγαίου με 51% αντίστοιχα, και Δυτικής Ελλάδας και Αν. Μακεδονίας και Θράκης με 50% αντίστοιχα (Πίνακας 2.3).

Η πλειοψηφία του οικονομικά ενεργού πληθυσμού όπως είναι φυσικό εμφανίζεται και για τα δύο έτη στις μεγάλες αστικές Περιφέρειες της χώρας (54% και για τα δύο έτη), δηλαδή στις Περιφέρειες Αττικής (37% και για τα δύο έτη) και Κεντρικής Μακεδονίας (17% και για τα δύο έτη), ενώ οι υπόλοιπες Περιφέρειες σημειώνουν μικρότερα ποσοστά (χαμηλότερα του 7%). Η ΠΑΜΘ αντιπροσωπεύει το 5% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της χώρας και για τα δύο έτη, ενώ το ποσοστό του οικονομικά ενεργού πληθυσμού της ως προς το σύνολο του πληθυσμού ηλικίας άνω των 15 ετών ήταν 51% το 2019 και 50% το 2023. Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες Περιφέρειες, η ΠΑΜΘ εμφάνισε το έβδομο υψηλότερο ποσοστό οικονομικά ενεργού πληθυσμού για το 2019, ενώ για το 2023 το τέταρτο χαμηλότερο μαζί με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (Πίνακας 2.3) (INSETE, 2024).

## 2.2.2 Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της ΠΑΜΘ

Στον Πίνακα 2.4 καταγράφεται η διαμόρφωση του ΑΕΠ από το 2017 έως το 2021, καθώς και οι ποσοστιαίες διαφορές για τα χρονικά διαστήματα 2017-2019 και 2019-2021 (INSETE, 2024). Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της Ελλάδας την περίοδο 2017-2019 κατέγραψε αύξηση κατά 4% (από 176,9 δισ. Ευρώ το 2017 σε 183,3 δισ. Ευρώ το 2019). Επιμέρους, όλες οι Περιφέρειες κατέγραψαν θετική ποσοστιαία μεταβολή, με εξαίρεση την Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας (-9%, από 4,3 δισ. Ευρώ το 2017 σε 3,9 δισ. Ευρώ το 2019). Ενδεικτικά, οι υπόλοιπες Περιφέρειες: Αττικής (+4%, από 84,5 δισ. Ευρώ το 2017 σε 87,9 δισ. Ευρώ το 2019), Κεντρικής Μακεδονίας (+4%, από 24,0 δισ. Ευρώ το 2017 σε 25,0 δισ. Ευρώ το 2019), Θεσσαλίας (+5%, από 8,9 δισ. Ευρώ το 2017 σε 9,3 δισ. Ευρώ το 2019), Στερεάς Ελλάδας (+3%, από 8,3 δισ. Ευρώ το 2017 σε 8,6 δισ. Ευρώ το 2019), Κρήτης (+5%, από 8,8 δισ. Ευρώ το 2017 σε 9,3 δισ. Ευρώ το 2019), Πελοποννήσου (+2%, από 8,1 δισ. Ευρώ το 2017 σε 8,2 δισ. Ευρώ το 2019), Δυτικής Ελλάδας (+3%, από 7,8 δισ. Ευρώ το 2017 σε 8,0 δισ. Ευρώ το 2019), Αν. Μακεδονίας και Θράκης (+2%, από 6,8 δισ. Ευρώ το 2017 σε 6,9 δισ. Ευρώ το 2019), Νοτίου Αιγαίου (+7%, από 5,9 δισ. Ευρώ το 2017 σε 6,4 δισ. Ευρώ το 2019), Ηπείρου (+2%, από 3,9 δισ. Ευρώ το 2017 σε 4,0 δισ. Ευρώ το 2019), Ιονίων Νήσων (+6%, από 3,1 δισ. Ευρώ το 2017 σε 3,2 δισ. Ευρώ το 2019) και Βορείου Αιγαίου (+4%, από 2,4 δισ. Ευρώ το 2017 σε 2,5 δισ. Ευρώ το 2019).

Την περίοδο 2019-2021, το ΑΕΠ κατέγραψε μείωση κατά -1% (από 183,3 δισ. Ευρώ το 2019 σε 181,5 δισ. Ευρώ το 2021) (Πίνακας 2.4). Επιμέρους, όλες οι Περιφέρειες κατέγραψαν αρνητική ποσοστιαία μεταβολή, με εξαίρεση τις Περιφέρειες Θεσσαλίας (+1%, από 9,3 δισ. Ευρώ το 2019 σε 9,5 δισ. Ευρώ το 2021), Στερεάς Ελλάδας (+8%, από 8,6 δισ. Ευρώ το 2019 σε 9,3 δισ. Ευρώ το 2021) και Αν. Μακεδονίας και Θράκης (+3%, από 6,9 δισ. Ευρώ το 2019 σε 7,1 δισ. Ευρώ το 2021). Ενδεικτικά, οι υπόλοιπες Περιφέρειες: Αττικής (-1%, από 87,9 δισ. Ευρώ το 2019 σε 86,9 δισ. Ευρώ το 2021), Κεντρικής Μακεδονίας (-1%, από 25,0 δισ. Ευρώ το 2019 σε 24,9 δισ. Ευρώ το 2021), Κρήτης (-4%, από 9,3 δισ. Ευρώ το 2019 σε 8,9 δισ. Ευρώ το 2021), Πελοποννήσου (-1%, από 8,2 δισ. Ευρώ το 2019 σε 8,2 δισ. Ευρώ το 2021), Δυτικής

Ελλάδας (ελάχιστη μείωση, μικρότερη του 0,5% από το 2019 στο 2021), Νοτίου Αιγαίου (-9%, από 6,4 δισ. Ευρώ το 2019 σε 5,8 δισ. Ευρώ το 2021), Ηπείρου (-0,2%, από 4,0 δισ. Ευρώ το 2019 σε 4,0 δισ. Ευρώ το 2021), Δυτικής Μακεδονίας (-6%, από 3,9 δισ. Ευρώ το 2019 σε 3,7 δισ. Ευρώ το 2021), Ιονίων Νήσων (-10%, από 3,2 δισ. Ευρώ το 2019 σε 2,9 δισ. Ευρώ το 2021) και Βορείου Αιγαίου (-4%, από 2,5 δισ. Ευρώ το 2019 σε 2,4 δισ. Ευρώ το 2021) (Πίνακας 2.4). Σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή του ΑΕΠ για το 2021, όπως είναι φυσιολογικό την μεγαλύτερη συμβολή στο ΑΕΠ της χώρας έχουν οι Περιφέρειες Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας που αποτελούν και το κέντρο της οικονομικής δραστηριότητας συνεισφέροντας το 62% του ΑΕΠ (Σχήμα 2.4). Η ΠΑΜΘ αντιπροσωπεύει το 4% του ΑΕΠ της χώρας (INSETE, 2024).

**Πίνακας 2.4** ΑΕΠ Περιφερειών (σε εκατ. € τρέχουσες τιμές), 2017-2021

Περιφέρεια	2017	2018	2019	2020	2021	Διαφορά % 2017-2019	Διαφορά % 2019-2021
Αττικής	84.535	85.688	87.941	79.592	86.884	4%	-1%
Κεντρικής Μακεδονίας	24.037	24.601	25.045	22.742	24.916	4%	-1%
Θεσσαλίας	8.918	9.081	9.341	8.603	9.470	5%	1%
Στερεάς Ελλάδας	8.313	8.434	8.568	8.285	9.280	3%	8%
Κρήτης	8.824	9.013	9.251	7.854	8.879	5%	-4%
Πελοποννήσου	8.060	8.056	8.226	7.499	8.173	2%	-1%
Δυτικής Ελλάδας	7.838	7.948	8.048	7.320	8.009	3%	-0%
<b>Ανατ. Μακεδονίας και Θράκης</b>	<b>6.807</b>	<b>6.888</b>	<b>6.942</b>	<b>6.399</b>	<b>7.117</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>
Νοτίου Αιγαίου	5.920	6.134	6.356	4.938	5.761	7%	-9%
Ηπείρου	3.870	3.935	3.959	3.598	3.951	2%	-0%
Δυτικής Μακεδονίας	4.298	4.159	3.908	3.403	3.692	-9%	-6%
Ιονίων Νήσων	3.050	3.155	3.236	2.534	2.928	6%	-10%
Βορείου Αιγαίου	2.433	2.467	2.528	2.250	2.434	4%	-4%
<b>Ελλάδα</b>	<b>176.903</b>	<b>179.558</b>	<b>183.347</b>	<b>165.016</b>	<b>181.500</b>	<b>4%</b>	<b>-1%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

Σε ό,τι αφορά το ΑΕΠ της ΠΑΜΘ, την περίοδο 2017-2019 παρουσίασε αύξηση κατά +2% (από 6,8 δισ. Ευρώ το 2017 σε 6,9 δισ. Ευρώ το 2019) (INSETE, 2024). Επιμέρους, όλες οι Περιφερειακές Ενότητες σημείωσαν αύξηση, με εξαίρεση την ΠΕ Ροδόπης. Ενδεικτικά, οι μεταβολές του ΑΕΠ που καταγράφηκαν στις ΠΕ παρουσιάζονται παρακάτω (αναλυτικότερα δίνονται στον Πίνακα 2.5):

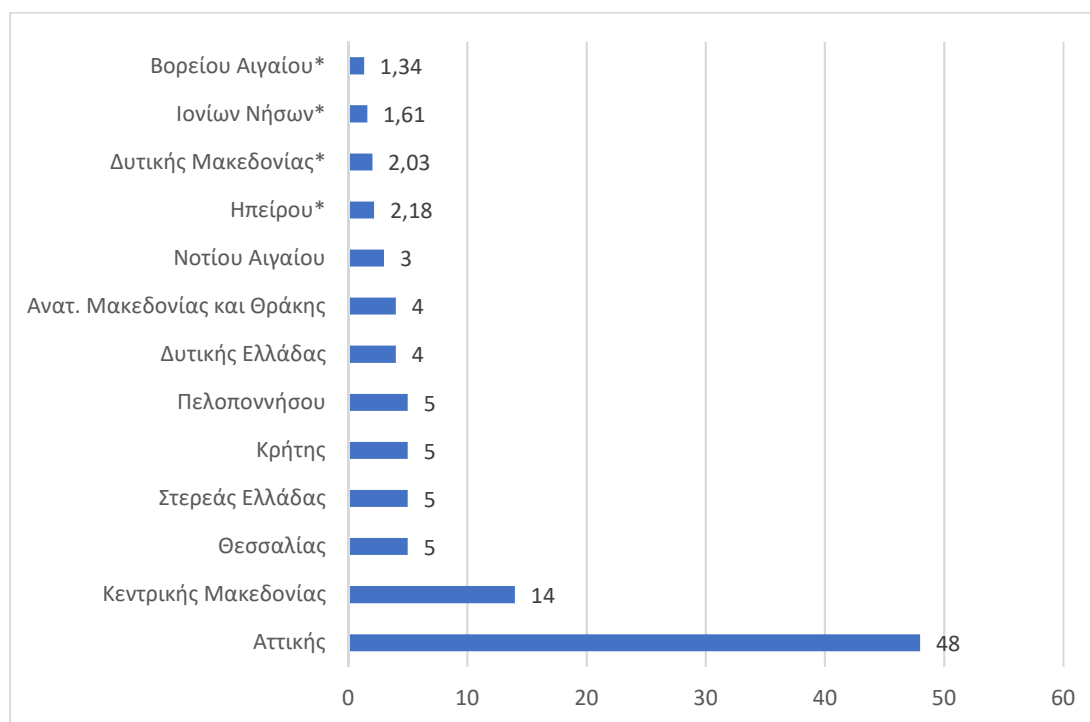
- Ροδόπης (-1%, από 1,2 δισ. Ευρώ το 2017 σε 1,2 δισ. Ευρώ το 2019),
- Έβρου (+2%, από 1,8 δισ. Ευρώ το 2017 σε 1,8 δισ. Ευρώ το 2019),
- Καβάλας/Θάσου (+2%, από 1,8 δισ. Ευρώ το 2017 σε 1,9 δισ. Ευρώ το 2019),

- Ξάνθης (+2%, από 1,1 δισ. Ευρώ το 2017 σε 1,1 δισ. Ευρώ το 2019) και
- Δράμας (+5%, από 982 εκατ. Ευρώ το 2017 σε 1,0 δισ. Ευρώ το 2019).

Την περίοδο 2019-2021, το ΑΕΠ της ΠΑΜΘ σημείωσε αύξηση κατά +3% (από 6,9 δισ. Ευρώ το 2019 σε 7,1 δισ. Ευρώ το 2021). Επιμέρους, όλες οι Περιφερειακές Ενότητες σημείωσαν αύξηση, με εξαίρεση την ΠΕ Καβάλας/Θάσου. Παρακάτω δίνονται οι μεταβολές του ΑΕΠ στις ΠΕ κατά την περίοδο 2019-2021 σύμφωνα με την τελευταία έκθεση της INSETE (αναλυτικότερα οι τιμές δίνονται στον Πίνακα 2.5):

- Καβάλας/Θάσου (-2%, από 1,9 δισ. Ευρώ το 2019 σε 1,8 δισ. Ευρώ το 2021),
- Έβρου (+2%, από 1,8 δισ. Ευρώ το 2019 σε 1,8 δισ. Ευρώ το 2021),
- Ροδόπης (+12%, από 1,2 δισ. Ευρώ το 2019 σε 1,3 δισ. Ευρώ το 2021),
- Ξάνθης (+1%, από 1,1 δισ. Ευρώ το 2019 σε 1,1 δισ. Ευρώ το 2021), και
- Δράμας (+3%, από 1,0 δισ. Ευρώ το 2019 σε 1,1 δισ. Ευρώ το 2021).

Η εξέλιξη του ΑΕΠ της ΠΑΜΘ στη χρονική περίοδο 2017- 2021 εμφανίζει παρόμοια εικόνα με αυτή του συνόλου της χώρας, αν και με πιο έντονα χαρακτηριστικά αύξησης. Συγκεκριμένα, την περίοδο 2017-2021 η ΠΑΜΘ σημείωσε αύξηση του ΑΕΠ της κατά +4,6% (από 6.807 εκατ. Ευρώ το 2017 σε 7.117 εκατ. Ευρώ το 2021) έναντι αύξησης στο σύνολο της χώρας κατά +2,6% (από 176,9 δισ. Ευρώ το 2017 σε 181,5 δισ. Ευρώ το 2021) (INSETE, 2024).



**Σχήμα 2.4** Ποσοστιαία κατανομή του ΑΕΠ ανά Περιφέρεια (έτος 2021)

\*Για τις Περιφέρειες Ηπείρου, Δυτικής Μακεδονίας, Ιονίων Νήσων και Βορείου Αιγαίου η ποσοστιαία κατανομή υπολογίστηκε κατά προσέγγιση στο δεύτερο δεκαδικό ψηφίο

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

**Πίνακας 2.5** ΑΕΠ της ΠΑΜΘ ανά Περιφερειακή Ενότητα (σε εκατ. €, τρέχουσες τιμές), 2017-2021

Περιφερειακή Ενότητα	2017	2018	2019	2020	2021	Μεταβολή % 2017-2019	Μεταβολή % 2019-2021
Έβρου	1.780	1.785	1.816	1.697	1.847	2%	2%
Καβάλας/Θάσου	1.809	1.849	1.853	1.633	1.820	2%	-2%
Ροδόπης	1.167	1.159	1.154	1.140	1.294	-1%	12%
Ξάνθης	1.069	1.089	1.087	992	1.096	2%	1%
Δράμας	982	1.007	1.032	938	1.59	5%	3%
<b>Αν. Μακεδονίας και Θράκης</b>	<b>6.807</b>	<b>6.888</b>	<b>6.942</b>	<b>6.399</b>	<b>7.117</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

### 2.2.3 Κατά κεφαλή ΑΕΠ της ΠΑΜΘ

Αρχικά παρουσιάζεται το κατά κεφαλή ΑΕΠ στο σύνολο της χώρας και στις επιμέρους Περιφέρειες, ώστε να δοθεί μία πλήρης εικόνα της οικονομικής κατάστασης της ΠΑΜΘ σε σχέση με τις υπόλοιπες περιοχές. Σύμφωνα με τα πορίσματα της τελευταίας έκθεσης της INSETE (2024), κατά τη διάρκεια της χρονικής περιόδου 2017-2019 το κατά κεφαλή ΑΕΠ της Ελλάδας σημείωσε αύξηση κατά 4% (από 16.449 Ευρώ το 2017 σε 17.101 Ευρώ το 2019). Επιμέρους, όλες οι Περιφέρειες κατέγραψαν θετική ποσοστιαία μεταβολή, με εξαίρεση τις Περιφέρειες Δυτικής Μακεδονίας (-8%, από 15.895 Ευρώ το 2017 σε 14.700 Ευρώ το 2019) και Βορείου Αιγαίου (-4%, από 11.732 Ευρώ το 2017 σε 11.222 Ευρώ το 2019). Ενδεικτικά τα στοιχεία για τις υπόλοιπες Περιφέρειες, όπου καταγράφηκε αύξηση του κατά κεφαλή ΑΕΠ, δίνονται παρακάτω (Πίνακας 2.6):

- Αττικής (+5%, από 22.453 Ευρώ το 2017 σε 23.510 Ευρώ το 2019),
- Νοτίου Αιγαίου (+5%, από 17.431 Ευρώ το 2017 σε 18.381 Ευρώ το 2019),
- Ιονίων Νήσων (+7%, από 14.877 Ευρώ το 2017 σε 15.901 Ευρώ το 2019),
- Στερεάς Ελλάδας (+3%, από 14.959 Ευρώ το 2017 σε 15.411 Ευρώ το 2019),
- Πελοποννήσου (+3%, από 13.946 Ευρώ το 2017 σε 14.348 Ευρώ το 2019),
- Κρήτης (+4%, από 13.939 Ευρώ το 2017 σε 14.552 Ευρώ το 2019),
- Κεντρικής Μακεδονίας (+4%, από 12.799 Ευρώ το 2017 σε 13.372 Ευρώ το 2019),
- Θεσσαλίας (+6%, από 12.318 Ευρώ το 2017 σε 13.030 Ευρώ το 2019),
- Δυτικής Ελλάδας (+4%, από 11.845 Ευρώ το 2017 σε € 12.322 Ευρώ το 2019),
- Ηπείρου (+3%, από 11.560 Ευρώ το 2017 σε 11.870 Ευρώ το 2019), και
- Αν. Μακεδονίας και Θράκης (+2%, από 11.308 Ευρώ το 2017 σε 11.585 Ευρώ το 2019).

Την περίοδο 2019-2021, το κατά κεφαλή ΑΕΠ της Ελλάδας σημείωσε οριακή μείωση κατά -0,3% (από 17.101 Ευρώ το 2019 σε 17.058 Ευρώ το 2021). Επιμέρους, η εικόνα είναι μικτή με τις Περιφέρειες Αττικής (-1%, από 23.510 Ευρώ το 2019 σε 23.335 Ευρώ το 2021), Νοτίου Αιγαίου (-9%, από 18.381 Ευρώ το 2019 σε 16.639 Ευρώ το 2021), Ιονίων Νήσων (-9%, από 15.901 Ευρώ το 2019 σε 14.520 Ευρώ το 2021), Δυτικής Μακεδονίας (-4%, από 14.700 Ευρώ το 2019 σε 14.141 Ευρώ το 2021), Κρήτης (-4%, από 14.552 Ευρώ το 2019 σε 13.994 Ευρώ το 2021) και Βορείου Αιγαίου (-5%, από 11.222 Ευρώ το 2019 σε 10.658 Ευρώ το 2021) να

καταγράφουν μείωση. Αντίθετα οι Περιφέρειες Στερεάς Ελλάδας (+9%, από 15.411 Ευρώ το 2019 σε 16.834 Ευρώ το 2021), Πελοποννήσου (+0,4%, από 14.348 Ευρώ το 2019 σε 14.407 Ευρώ το 2021), Κεντρικής Μακεδονίας (+1%, από 13.372 Ευρώ το 2019 σε 13.453 Ευρώ το 2021), Θεσσαλίας (+3%, από 13.030 Ευρώ το 2019 σε 13.390 Ευρώ το 2021), Δυτικής Ελλάδας (+1%, από 12.322 Ευρώ το 2019 σε € 12.429 το 2021), Ηπείρου (+1%, από 11.870 Ευρώ το 2019 σε 11.981 Ευρώ το 2021) και Αν. Μακεδονίας και Θράκης (+4%, από 11.585 Ευρώ το 2019 σε 12.006 Ευρώ το 2021) κατέγραψαν αύξηση κατά το ίδιο χρονικό διάστημα (Πίνακας 2.6).

Συγκριτικά με τις υπόλοιπες περιοχές, η ΠΑΜΘ εμφανίζει από τα χαμηλότερα κατά κεφαλή ΑΕΠ στο σύνολο της χώρας. Το γεγονός αυτό διατηρείται έως το 2019 και δε μεταβάλλεται ούτε και στα επόμενα χρόνια, αφού και το 2021 και παρά την αύξηση κατά 4%, το κατά κεφαλή ΑΕΠ παραμένει χαμηλό.

**Πίνακας 2.6** Κατά κεφαλή ΑΕΠ Ελλάδας ανά Περιφέρεια, 2017-2021 (σε €)

Περιφέρεια	2017	2018	2019	2020	2021	Μεταβολή % 2017-2019	Μεταβολή % 2019-2021
Αττικής	22.453	22.854	23.510	21.294	23.335	5%	-1%
Νότιο Αιγαίο	17.431	17.911	18.381	14.203	16.639	5%	-9%
Στερεά Ελλάδα	14.959	15.175	15.411	14.937	16.834	3%	9%
Ιόνια Νησιά	14.877	15.447	15.901	12.497	14.520	7%	-9%
Δυτική Μακεδονία	15.895	15.513	14.700	12.922	14.141	-8%	-4%
Πελοπόννησος	13.946	13.995	14.348	13.139	14.407	3%	0%
Κρήτης	13.939	14.212	14.552	12.336	13.994	4%	-4%
Κεντρική Μακεδονία	12.799	13.121	13.372	12.191	13.453	4%	1%
Θεσσαλία	12.318	12.606	13.030	12.075	13.390	6%	3%
Δυτική Ελλάδα	11.845	12.091	12.322	11.281	12.429	4%	1%
Ήπειρος	11.560	11.781	11.870	10.833	11.981	3%	1%
<b>Αν. Μακεδονίας και Θράκης</b>	<b>11.308</b>	<b>11.472</b>	<b>11.585</b>	<b>10.723</b>	<b>12.006</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>
Βόρειο Αιγαίο	11.732	11.415	11.222	9.810	10.658	-4%	-5%
<b>Ελλάδα</b>	<b>16.449</b>	<b>16.730</b>	<b>17.101</b>	<b>15.424</b>	<b>17.058</b>	<b>4%</b>	<b>-0,3%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

Σε ό,τι αφορά τις ΠΕ της ΠΑΜΘ, το κατά κεφαλή ΑΕΠ σημείωσε αύξηση κατά το διάστημα 2017-2019 με εξαίρεση την Ενότητα Ροδόπης (-0,2%, από 10.469 Ευρώ το 2017 σε € 10.447 Ευρώ το 2019) (INSETE, 2024). Αντίθετα το κατά κεφαλή ΑΕΠ στις ΠΕ Καβάλας/Θάσου (+3%, από 13.486 Ευρώ το 2017 σε € 13.910 Ευρώ το 2019), Έβρου (+2%, από 12.060 Ευρώ το 2017 σε 12.339 Ευρώ το 2019), Δράμας (+5%, από 10.149 Ευρώ το 2017 σε 10.655 Ευρώ το 2019) και Ξάνθης (+2%, από 9.542 Ευρώ το 2017 σε 9.750 Ευρώ το 2019) εμφάνισε αυξητική πορεία. Κατά την περίοδο 2019-2021, όλες οι Περιφερειακές Ενότητες σημείωσαν αύξηση, με εξαίρεση την ΠΕ Καβάλας/Θάσου (-0,4%, από 13.910 Ευρώ το 2019 σε 13.854

Ευρώ το 2021). Συγκεκριμένα το κατά κεφαλή εισόδημα στις ΠΕ Έβρου (+2%, από 12.339 Ευρώ το 2019 σε 12.645 Ευρώ το 2021), Ροδόπης (+14%, από 10.447 Ευρώ το 2019 σε 11.870 Ευρώ το 2021), Δράμας (+4%, από 10.655 Ευρώ το 2019 σε 11.050 Ευρώ το 2021) και Ξάνθης (+2%, από 9.750 Ευρώ το 2019 σε 9.924 Ευρώ το 2021) ακολούθησε ανοδική πορεία με την ποσοστιαία αύξηση να κυμαίνεται από 2% έως 14% (Πίνακας 2.7).

**Πίνακας 2.7** Κατά κεφαλήν ΑΕΠ της ΠΑΜΘ ανά ΠΕ (σε €), 2017-2021

Περιφερειακή Ενότητα	2017	2018	2019	2020	2021	Μεταβολή % 2017-2019	Μεταβολή % 2019-2021
Καβάλας/Θάσου	13.486	13.836	13.910	12.325	13.854	3%	-0%
Έβρου	12.060	12.114	12.339	11.555	12.645	2%	2%
Ροδόπης	10.469	10.449	10.447	10.380	11.870	-0%	14%
Δράμας	10.149	10.401	10.655	9.715	11.050	5%	4%
Ξάνθης	9.542	9.740	9.750	8.929	9.924	2%	2%
<b>ΠΑΜΘ</b>	<b>11.308</b>	<b>11.472</b>	<b>11.585</b>	<b>10.723</b>	<b>12.006</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ; INSETE, 2024

## 2.3 Ο αγροτικός τομέας της ΠΑΜΘ

### 2.3.1 Βασικά διαρθρωτικά στοιχεία των γεωργικών εκμεταλλεύσεων της ΠΑΜΘ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της τελευταίας Απογραφής για τη Γεωργία και την Κτηνοτροφία της ΕΛΣΤΑΤ, ο αριθμός των γεωργικών εκμεταλλεύσεων το 2020 μειώθηκε στις 36.188 από τις 53.148 που ήταν το 2009 σημειώνοντας αισθητή πτώση κατά 31,9% (Πίνακας 2.8). Παρομοίως, η χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση το 2020 ανήλθε στα 3.092.124,2 στρέμματα, σημειώνοντας μείωση κατά 10,8% σε σχέση με το 2009, ενώ το μέγεθος της μέσης γεωργικής εκμετάλλευσης κυμάνθηκε στα 87,1 στρέμματα. Σε ό,τι αφορά την κατανομή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων ανά είδος χρήσης, το 80,2% καλύπτουν οι αροτραίες καλλιέργειες, το 1,3% τα αμπέλια, το 5,5% οι δενδρώδεις καλλιέργειες και το υπόλοιπο 13% περιλαμβάνει οικογενειακούς λαχανόκηπους, μόνιμα λιβάδια και βοσκοτόπους, φυτώρια, λοιπές πολυετείς φυτείες και αγραναπαύσεις (ΕΛΣΤΑΤ, 2022).

Ως προς τον τύπο της εκμετάλλευσης, η συντριπτική πλειοψηφία αφορά τις αμιγώς γεωργικές εκμεταλλεύσεις που κυμάνθηκαν στις 30.291, ενώ ακολουθούν σε αριθμούς οι μεικτές εκμεταλλεύσεις και οι αμιγώς κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις που έφτασαν τις 4.888 και τις 1.008 αντίστοιχα. Παρόλα αυτά, από τα στοιχεία του Πίνακα 2.9 παρατηρούμε ότι και οι τρεις τύποι κατέγραψαν μείωση τη χρονική περίοδο 2009-2020 κατά 27,3%, 50,9% και 34,2% αντίστοιχα.

**Πίνακας 2.8** Αριθμός γεωργικών εκμεταλλεύσεων και χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση

Αριθμός εκμεταλλεύσεων/γεωργική έκταση	2009	2020	Μεταβολή (%)
Αριθμός εκμεταλλεύσεων	53.148	36.188	-31,9
Εκμεταλλεύσεις με χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση	51.952	35.512	-31,6
Χρησιμοποιούμενη γεωργική έκταση (στρέμματα)	3.467.535,9	3.092.124,2	-10,8
Εκμεταλλεύσεις με αρδευθείσες εκτάσεις	40.589	26.950	-33,6
Αρδευθείσες εκτάσεις (στρέμματα)	1.479.633,0	1.296.887,3	-12,4

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

**Πίνακας 2.9** Αμιγώς γεωργικές, αμιγώς κτηνοτροφικές και μεικτές εκμεταλλεύσεις

Αγροτικές εκμεταλλεύσεις	2009	2020	Μεταβολή (%)
Αμιγώς γεωργικές	41.667	30.291	-27,3
Αμιγώς κτηνοτροφικές	1.531	1.008	-34,2
Μεικτές	9.950	4.888	-50,9

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

### 2.3.2 Κατανομή γεωργικών και κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων

Ο Πίνακας 2.10 παρουσιάζει την κατανομή των γεωργικών εκμεταλλεύσεων κατά κατηγορία χρήσης. Παρατηρούμε μία αισθητή μείωση του αριθμού των εκμεταλλεύσεων στα περισσότερα είδη καλλιέργειας, με τη μεγαλύτερη πτώση να σημειώνεται στις αροτραίες καλλιέργειες (-32,4%) και τα αμπέλια και τα σταφιδάμπελα (-21,9%). Αντίθετα, σημαντική αύξηση μπορούμε να διακρίνουμε στον αριθμό των θερμοκηπιακών καλλιεργειών, οι οποίες από τις 252 το 2009 ανήλθαν στις 280 το 2020, αυξανόμενες κατά 11,1%.

Σε ό,τι αφορά τη χρήση γης, οι αροτραίες και οι δενδρώδεις καλλιέργειες καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος της γεωργικής έκτασης (2.478.192,3 και 170.524 στρέμματα αντίστοιχα για το 2020). Παρόλα αυτά στις αροτραίες καλλιέργειες σημειώθηκε μείωση έκτασης κατά 13,3%, ενώ στις δενδρώδεις καλλιέργειες η χρήση γης αυξήθηκε κατά 6,9% από το 2009 έως το 2020 (Πίνακας 2.11). Οι θερμοκηπιακές καλλιέργειες δεν κατέγραψαν αύξηση μόνο στον αριθμό τους, αλλά και στη χρήση γης κατά 2,6%.

**Πίνακας 2.10** Κατανομή των εκμεταλλεύσεων σύμφωνα με την κατηγορία χρήσης

Είδος καλλιέργειας	2009	2020	Μεταβολή (%)
Αροτραίες καλλιέργειες	41.606	28.125	-32,4
Αμπέλια και σταφιδάμπελα	4.678	3.654	-21,9
Δενδρώδεις καλλιέργειες	14.465	12.686	-12,3
Θερμοκήπια	252	280	+11,1
Λοιπές εκτάσεις	25.815	22.438	-13,1

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

**Πίνακας 2.11** Κατανομή της χρησιμοποιούμενης γεωργικής έκτασης των εκμεταλλεύσεων κατά βασικές κατηγορίες χρήσης (στρέμματα)

Γεωργική έκταση	2009	2020	Μεταβολή (%)
Αροτραίες καλλιέργειες	2.857.749,4	2.478.192,3	-13,3
Αμπέλια και σταφιδάμπελα	41.143,3	40.222,9	-2,2
Δενδρώδεις καλλιέργειες	159.531,8	170.524,0	+6,9
Θερμοκήπια	866,9	889,7	+2,6
Λοιπές εκτάσεις	408.244,5	402.295,4	-1,5

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

Ως προς τις κτηνοτροφικές εκμεταλλεύσεις, μείωση του αριθμού τους παρατηρείται σε όλους τους τύπους, και μάλιστα η ποσοστιαία πτώση από το 2009 έως το 2020 είναι πολύ μεγαλύτερη από τις ποσοστιαίες μεταβολές στον αριθμό των γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Τη μεγαλύτερη πτώση εμφανίζουν τα ορνιθοτροφεία και τα χοιροστάσια που κατέγραψαν μείωση της τάξεως του 66,6% και του 75,3% αντίστοιχα (Πίνακας 2.12).

**Πίνακας 2.12** Κατανομή εκμεταλλεύσεων με ζωικό κεφάλαιο

Εκμεταλλεύσεις	2009	2020	Μεταβολή %
Βοοειδή	3.373	1.919	-43,1
Προβατοειδή	4.220	2.537	-39,9
Αιγοειδή	2.877	1.735	-39,7
Χοίροι	1.152	284	-75,3
Πουλερικά	19.839	6.635	-66,6

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

### 2.3.3 Βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία από την Απογραφή της Γεωργίας-Κτηνοτροφίας (2022), στην ΠΑΜΘ υπήρξε μεγάλη ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας και κτηνοτροφίας κατά τη χρονική περίοδο 2009-2020. Συγκεκριμένα, ο αριθμός των εκμεταλλεύσεων βιολογικής γεωργίας σημείωσε μεγάλη άνοδο της τάξης του 66,9% και από τις 1.055 εκμεταλλεύσεις το 2009 ανήλθε στις 1.761 εκμεταλλεύσεις το 2020. Ανάλογη αύξηση κατέγραψε και η έκταση της βιολογικής καλλιέργειας που από τα 130.008 στρέμματα έφτασε τα 230.593 στρέμματα το χρονικό διάστημα 2009-2020 (+77,4%) (Πίνακας 2.13).

Ως προς τη βιολογική κτηνοτροφία, το σύνολο των βιολογικών εκμεταλλεύσεων κατέγραψε αλματώδη αύξηση κατά 230,9% στο σύνολο και έφτασε τις 225 το 2020 (Πίνακας 2.14). Αναλυτικότερα, σχεδόν όλοι οι κλάδοι της βιολογικής κτηνοτροφίας είχαν έντονη αυξητική πορεία με τον αριθμό των εκμεταλλεύσεων στα βοοειδή, τα προβατοειδή, τα αιγοειδή και τα πουλερικά να αυξάνουν κατά 1.171,4%, 275,9%, 322,2% και 150% αντίστοιχα. Εξάίρεση αποτέλεσαν τα χοιροστάσια, των οποίων ο αριθμός μειώθηκε από τις 33 μονάδες το 2009 στις 14 το 2020 (-57,6%).

**Πίνακας 2.13** Εκμεταλλεύσεις βιολογικής γεωργίας

Εκμεταλλεύσεις βιολογικής γεωργίας	2009	2020	Μεταβολή (%)
Εκμεταλλεύσεις	1.055	1.761	+66,9
Εκτάσεις (στρέμματα)	130.008,1	230.593,2	+77,4

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

**Πίνακας 2.14** Αριθμός κτηνοτροφικών μονάδων βιολογικής κτηνοτροφίας

Αριθμός κτηνοτροφικών μονάδων	2009	2020	Μεταβολή (%)
Βοοειδή	7	89	+1.171,4
Προβατοειδή	29	109	+275,9
Αιγοειδή	18	76	+322,2
Χοίροι	33	14	-57,6
Πουλερικά	2	5	+150,0

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

### 2.3.4 Απασχόληση στον αγροτικό τομέα

Διαθέσιμα στοιχεία από την ΕΛΣΤΑΤ δείχνουν μείωση στην απασχόληση των κατόχων και των μελών της οικογένειάς τους στη γεωργική/κτηνοτροφική εκμετάλλευση (δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία αποκλειστικά για την απασχόληση στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις), όπου τόσο η «αποκλειστική απασχόληση», όσο και η «κύρια με άλλη δευτερεύουσα απασχόληση», αλλά και η «δευτερεύουσα με άλλη κύρια απασχόληση» ακολουθούν φθίνουσα πορεία κατά τη χρονική περίοδο 2009-2020 (Πίνακας 2.15) (ΕΛΣΤΑΤ, 2022). Τη μεγαλύτερη μείωση κατέγραψε η «κύρια με άλλη δευτερεύουσα απασχόληση» κατά 57,9%, ακολουθούμενη από τη «δευτερεύουσα με άλλη κύρια απασχόληση» και την «αποκλειστική απασχόληση» που εμφάνισαν πτωτική τάση κατά 42% και 34,4% αντίστοιχα. Το κυρίως εργατικό δυναμικό των γεωργικών εκμεταλλεύσεων αποτελούν τα μέλη της οικογένειας, τα οποία εξασφαλίζουν και τις ανάγκες της εκμετάλλευσής τους σε εργατικά χέρια. Η συνεχής γήρανση του πληθυσμού, ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές και η μετακίνηση των νέων στα αστικά κέντρα δημιουργεί προβληματισμό για τη μελλοντική εξασφάλιση του απαραίτητου εργατικού δυναμικού για τη βιωσιμότητα των αγροτικών εκμεταλλεύσεων.

**Πίνακας 2.15** Απασχόληση κατόχων - μελών οικογένειάς στη γεωργία - κτηνοτροφία

Είδος απασχόλησης	2009	2020	Μεταβολή (%)
Αποκλειστική	74.482	48.866	-34,4
Κύρια με άλλη δευτερεύουσα	3.282	1.381	-57,9
Δευτερεύουσα με άλλη κύρια	17.082	9.910	-42,0

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2022

## ΕΝΟΤΗΤΑ 3

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### 3.1 Μεικτή μέθοδος έρευνας

Η παρούσα έρευνα περιλαμβάνει τον σχεδιασμό και τη διεξαγωγή ερευνητικών σχεδίων για τον εντοπισμό, την κατανόηση και τον προσδιορισμό των κινήτρων α) επιλογής αγροτικών προϊόντων νέων «εναλλακτικών» καλλιεργειών στην παραγωγική διαδικασία, και β) υιοθέτησης των νέων προϊόντων στις αγοραστικές και διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΠΑΜΘ). Για τον λόγο αυτό χρησιμοποιήθηκαν τα κατάλληλα ερευνητικά εργαλεία και πραγματοποιήθηκε συλλογή ατομικών δεδομένων από έμπειρους παραγωγούς-επιχειρηματίες του πρωτογενή τομέα της υπό μελέτη περιοχής και καταναλωτές από όλες τις Περιφερειακές Ενότητες (ΠΕ), τα οποία αναλύθηκαν με στόχο τη δημιουργία μίας ολοκληρωμένης εικόνας των ευκαιριών και των δυνατοτήτων που μπορούν να προσφέρουν οι «νέες» εναλλακτικές καλλιέργειες στην ανάπτυξη του αγροδιατροφικού επιχειρηματικού πλαισίου, και στην αύξηση της χρησιμότητας και της ικανοποίησης που λαμβάνει ο καταναλωτής-πελάτης από τις τελικές επιλογές/αγορές του.

Για την επίτευξη των στόχων της παρούσας έρευνας αποφασίστηκε η χρήση ενός μικτού σχεδίου συνδυασμού μεθόδων ποιοτικής και ποσοτικής διερεύνησης (Östlund et al., 2011; Hall, 2020; Strijker et al., 2020; Flick, 2022; Hendren et al., 2023; Pilcher & Cortazzi, 2024). Το μεικτό αυτό σχέδιο κρίθηκε ως το καταλληλότερο προκειμένου να συνδυαστούν τα πλεονεκτήματα των ποιοτικών ερευνητικών σχεδίων με τα πλεονεκτήματα των ποσοτικών μεθόδων και να υπάρξει η καλύτερη κατανόηση του μοντέλου απόφασης-επιλογής τόσο από την πλευρά του παραγωγού όσο και από την πλευρά του καταναλωτή. Επίσης, το προτεινόμενο σχέδιο έρευνας συνδυάζει τις αρχές του θετικισμού και του εξηγητισμού ως διαφορετικές ερευνητικές προσεγγίσεις, και προσβλέπει στον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν το μοτίβο εμπειρία/άποψη/στάση στους παραγωγούς-επιχειρηματίες και τους καταναλωτές-πελάτες της ΠΑΜΘ. Στην πρόσφατη βιβλιογραφία παρουσιάζεται πλήθος ερευνών που συνδυάζουν ποιοτικές με ποσοτικές μεθόδους, στις οποίες η σε-βάθος κατανόηση του αντικειμένου της έρευνας πραγματοποιήθηκε με ποιοτική προσέγγιση και η γενίκευση στον υπό μελέτη πληθυσμό με ποσοτικές μεθόδους. Επιπλέον αρκετά συχνά η ποιοτική έρευνα αποτελεί το αρχικό «σκαλοπάτι» της ερευνητικής διαδικασίας που θα ολοκληρωθεί με τη μετέπειτα διεξαγωγή της ποσοτικής έρευνας (ή και αντίστροφα) (Mancini et al., 2019; Saunders et al., 2019; Shaw & Mac Con Iomaire, 2019; Kernecker et al., 2020; Filimonau et al., 2022; Ghaffari et al., 2022; Rita et al., 2023; Shah et al., 2023; Siddiqui et al., 2023; Kreicbergs et al., 2024; Yadav & Yadav, 2024).

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν ξεχωριστά ο σχεδιασμός της ποιοτικής και της ποσοτικής έρευνας σε ό,τι αφορά τη μεθοδολογία δειγματοληψίας, τα εργαλεία συλλογής δεδομένων και τις μεθόδους ανάλυσης.

#### 3.2 Ποιοτική έρευνα

Το ποιοτικό σχέδιο χρησιμοποιήθηκε ως ερευνητική προσέγγιση για την εμπεριστατωμένη εξέταση των απόψεων των αγροτών της ΠΑΜΘ επάνω στις νέες καλλιεργητικές πρακτικές και τις εναλλακτικές καλλιέργειες. Παράλληλα διερευνήθηκε η προθυμία υιοθέτησης των νέων καλλιεργητικών μεθόδων, καθώς και η προθυμία αντικατάστασης μέρους των ήδη καλλιεργούμενων εκτάσεων με εναλλακτικά είδη

καλλιέργειας. Επίσης ένας από τους βασικούς στόχους του ποιοτικού σχεδίου συλλογής πρωτογενών δεδομένων ήταν και η αποκωδικοποίηση και ο καθορισμός των βασικών κινήτρων των παραγωγών σε ό,τι έχει να κάνει με την άσκηση του γεωργικού επαγγέλματος. Δηλαδή διερευνήθηκε μεταξύ άλλων η επίδραση στοιχείων εγωκεντρισμού, όπως η αύξηση του εισοδήματος, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου, το προσωπικό όφελος και το επαγγελματικό κύρος, αλλά και η επίδραση στοιχείων αλτρουισμού, όπως η παραγωγή βελτιωμένων (ποιοτικά) προϊόντων, η ασφάλεια και η υγιεινή των αγροδιατροφικών προϊόντων, η κοινωνική προσφορά και η προστασία του περιβάλλοντος. Λόγω της ετερογένειας που παρατηρείται στον αγροτικό πληθυσμό, της πρωτοτυπίας του ερευνητικού θέματος και της έλλειψης επαρκούς βιβλιογραφίας αποφασίστηκε η ποιοτική προσέγγιση των ερευνητικών στόχων, ώστε να αποτυπωθούν λεπτομερώς τα κίνητρα υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών και οι προτιμήσεις σε συγκεκριμένα νέα είδη από τα οποία οι αγρότες της ΠΑΜΘ θα μπορούσαν να αποκομίσουν σημαντικά οικονομικά οφέλη και να εκμεταλλευτούν στο μέλλον πλεονεκτήματα καινοτομίας. Επιπλέον ένας μεγάλος αριθμός πρόσφατων ερευνών αναγνωρίζει τη σημαντικότητα του ποιοτικού σχεδίου στις έρευνες συλλογής ατομικών δεδομένων στον πρωτογενή τομέα (Dagevos & Lauwere, 2020; Kernecker et al., 2020; Noy & Jabbour, 2020).

### 3.2.1 Μέθοδος δειγματοληψίας ποιοτικής έρευνας

Για την επίτευξη των στόχων του ποιοτικού σχεδίου έρευνας θεωρήθηκε σκόπιμο οι ερευνητές να απευθυνθούν για τη συλλογή των δεδομένων σε εξειδικευμένα στελέχη (experts) του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ, ώστε να υπάρξει μεγαλύτερος πλουραλισμός στις απαντήσεις. Επιπλέον μέσω της ποιοτικής διερεύνησης θα μπορούσαν να αποσαφηνιστούν οι στάσεις και οι απόψεις των αγροτών της ΠΑΜΘ ως προς την υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών, καθώς και τα κίνητρα δραστηριοποίησης τους στο γεωργικό επάγγελμα. Για να λάβουν μέρος στην έρευνα, οι συμμετέχοντες θα έπρεπε να έχουν κύρια απασχόληση στον πρωτογενή κλάδο ως αγρότες-αρχηγοί/μάνατζερ γεωργικών εκμεταλλεύσεων, να διαθέτουν εμπειρία στο επάγγελμα του γεωργού τουλάχιστον δέκα ετών και να έχουν ολοκληρώσει κύκλο σπουδών στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Παρόμοιες προϋποθέσεις έχουν θέσει και άλλες έρευνες για να διασφαλιστεί η εξειδίκευση και η εμπειρία των συμμετεχόντων (experts) (Mieg, 2008).

Η επιλογή των συμμετεχόντων της παρούσα έρευνας πραγματοποιήθηκε μέσω δειγματοληψίας κρίσεως, και συγκεκριμένα μέσω δειγματοληψίας χιονοστιβάδας (Noy, 2008). Τα δείγματα κρίσεως επιλέγονται σύμφωνα με το πώς ο ερευνητής κρίνει ότι μία συγκεκριμένη κατηγορία μονάδων δειγματοληψίας από τη φύση ή τη θέση της έχει τη δυνατότητα να ανταποκριθεί καλύτερα σε σχέση με κάποιες τυχαίες μονάδες δειγματοληψίας στις απαιτήσεις μίας έρευνας (Τηλικίδου, 2011). Επίσης, στη μέθοδο της χιονοστιβάδας πραγματοποιείται μία τυχαία επιλογή ατόμων από έναν πληθυσμό, όπου το κάθε άτομο στο δείγμα επιλέγει  $k$  άτομα του πληθυσμού (π.χ. άτομα με τα οποία συναναστρέφεται πιο συχνά, κλπ.). Στην παρούσα έρευνα, αφού έγινε καθορισμός των κριτηρίων επιλογής της δειγματοληπτικής μονάδας κατονομάστηκαν οι πρώτοι συμμετέχοντες στο δείγμα. Στη συνέχεια σε καθέναν από αυτούς ζητήθηκε να κατονομάσει  $k$  άτομα με βάση τα κριτήρια επιλογής. Η ίδια διαδικασία συνεχίστηκε μέχρι την επιλογή των μελών του δείγματος. Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα ενημερώθηκαν για το σκοπό της, και έλαβαν τη διαβεβαίωση ότι οι απαντήσεις τους ήταν εμπιστευτικές και τα προσωπικά τους στοιχεία δε θα δημοσιοποιηθούν.

Σε ό,τι αφορά τον αριθμό των συμμετεχόντων, η συντριπτική πλειοψηφία των ποιοτικών ερευνών χρησιμοποιεί δείγματα μικρότερα των 20 ατόμων (Mills et al., 2012; Han & Grudens-Schuck, 2022; Proctorn & Hopkins, 2023). Επιπλέον δύο είναι τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για να καθοριστεί εάν η επιλογή των συμμετεχόντων είναι επαρκής και κατάλληλη. Το πρώτο κριτήριο είναι ο βαθμός αντιπροσωπευτικότητας των συμμετεχόντων στο περιβάλλον της έρευνας. Επειδή η έννοια της

αντιπροσωπευτικότητας σε μία ποιοτική έρευνα δεν νοείται κατά τον ίδιο τρόπο όπως σε μία ποσοτική διερεύνηση, δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στη συμμετοχή γεωργών από όλες τις Περιφερειακές Ενότητες (ΠΕ) της ΠΑΜΘ. Το δεύτερο κριτήριο έχει να κάνει με το πότε θα επιτευχθεί κορεσμός στις πληροφορίες που δίνουν οι συμμετέχοντες. Επομένως, όταν ο ερευνητής αρχίζει να συλλέγει απαντήσεις με το ίδιο θεματικό περιεχόμενο από τους ερωτηθέντες, δεν χρειάζεται η συλλογή επιπλέον δεδομένων και το δείγμα θεωρείται επαρκές. Στην παρούσα έρευνα, το σημείο κορεσμού επιτεύχθηκε στην όγδοη σε-βάθος συνέντευξη. Για τη διεκπεραίωση των στόχων της παρούσας έρευνας επιλέγησαν 15 γεωργοί από την ΠΑΜΘ, οι οποίοι πληρούσαν τις προϋποθέσεις σχετικά με την εμπειρία στο γεωργικό επάγγελμα και το επίπεδο εκπαίδευσης, ώστε να θεωρούνται ειδικοί του κλάδου – experts.

### 3.2.2 Συλλογή δεδομένων ποιοτικής έρευνας

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο των «σε-βάθος συνεντεύξεων», οι οποίες πάντα διενεργούνται ατομικά και σε άμεση επαφή με τον αποκρινόμενο για να τον βοηθήσουν να εκφράσει ανοιχτά και με λεπτομέρειες τις απόψεις και τις στάσεις του σχετικά με μία κατάσταση, με κάποιο προϊόν ή με κάποια ιδέα (Σιώμοκος 2018; Σιώμοκος & Μαύρος, 2024). Συχνά ο αποκρινόμενος παίρνει τον έλεγχο της αδόμητης αυτής συνέντευξης, οπότε απαιτούνται ειδικευμένες ικανότητες για την ανάλυση των δεδομένων και την εξαγωγή των συμπερασμάτων.

Υπάρχουν δύο διαφορετικοί τύποι σε-βάθος συνεντεύξεων: οι μη-κατευθυντήριες συνεντεύξεις και οι ημι-συγκροτημένες συνεντεύξεις. Στις μη-κατευθυντήριες συνεντεύξεις ο ερωτώμενος έχει μέγιστη ελευθερία έκφρασης των απόψεων του εντός των ορίων των θεμάτων που ενδιαφέρουν τον ερευνητή. Η επιτυχία αυτού του τύπου συνέντευξης εξαρτάται από το βαθμό εμπιστοσύνης και συμπάθειας που θα αναπτυχθεί ανάμεσα στον ερευνητή και στον ερωτώμενο, την ικανότητα του ερευνητή να αποκομίσει ενδιαφέρουσες απαντήσεις χωρίς να επηρεάζει το περιεχόμενο των απαντήσεων του ερωτώμενου και την ικανότητα του ερευνητή να οδηγεί προσεκτικά τη συζήτηση στο θέμα όταν παρεκκλίνει χωρίς συμπεράσματα και σχόλια (Kumar et al., 2018). Στις ημι-συγκροτημένες συνεντεύξεις, ο ερευνητής προσπαθεί να καλύψει μία συγκεκριμένη λίστα θεμάτων. Ο συγχρονισμός, η ακριβής φρασεολογία και το χρονικό διάστημα συζήτησης του κάθε θέματος εξαρτώνται από την κρίση του ερευνητή. Αυτός ο τύπος συνεντεύξεων είναι περισσότερο αποτελεσματικός όταν απευθύνεται σε στελέχη επιχειρήσεων, ειδικούς επιστήμονες και ηγέτες και αφορά θέματα τεχνολογίας, ζήτησης αγοράς, νομοθεσίας και ανταγωνισμού επιχειρήσεων-αγορών (Kumar et al., 2018). Στα πλαίσια του παρόντος ερευνητικού ποιοτικού σχεδίου, κρίθηκε ως καταλληλότερος τύπος σε-βάθος συνέντευξης η ημι-συγκροτημένη συνέντευξη.

Το βασικό εργαλείο συλλογής των δεδομένων αποτέλεσε ένα μη δομημένο ερωτηματολόγιο με εννέα ερωτήσεις ανοιχτού τύπου που κάλυπτε πλήρως τα υπό μελέτη θέματα και μπορούσε να εγείρει τον εποικοδομητικό διάλογο μεταξύ ερευνητή και ερωτώμενου (το ερωτηματολόγιο δίνεται στο Παράρτημα Α). Η χρονική διάρκεια των συνεντεύξεων κυμαίνονταν από 40 έως 100 λεπτά, κατά τη διάρκεια των οποίων οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τους στόχους της έρευνας. Οι περισσότερες συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν online μέσω Google Meet ή Viber, κυρίως λόγω έλλειψης χρόνου και αυξημένου φόρτου εργασίας των συμμετεχόντων γεωργών που δυσχέραινε τον προγραμματισμό μίας δια ζώσης συνάντησης.

### 3.2.3 Ανάλυση δεδομένων ποιοτικής έρευνας

Η ανάλυση των δεδομένων της ποιοτικής έρευνας διεκπεραιώθηκε με την μέθοδο της θεματικής ανάλυσης (content analysis), η οποία συνίσταται στη συστηματική αναγνώριση, οργάνωση και κατανόηση επαναλαμβανόμενων μοτίβων νοήματος εντός ενός συνόλου δεδομένων. Με αυτό τον τρόπο, ο ερευνητής αποκτά γνωστική πρόσβαση σε συλλογικούς τρόπους νοηματοδότησης και εμπειρίας. Ο ερευνητής μπορεί να ανιχνεύσει πολυάριθμα μοτίβα νοήματος εντός των δεδομένων του. Εστιάζει, ωστόσο, σε εκείνα που είναι σχετικά με το θέμα το οποίο μελετά και, ειδικότερα, σε εκείνα που είναι κατάλληλα για την απάντηση των ερευνητικών του ερωτημάτων. Επομένως, τα ερευνητικά ερωτήματα λειτουργούν ως οδηγός κατά τη διαδικασία της θεματικής ανάλυσης (Τσιώλης, 2018).

Βασικός στόχος της θεματικής ανάλυσης είναι η αναλυτική και συστηματική καταγραφής των κωδικοποιήσεων (codings) και των θεμάτων (themes) όπως προκύπτουν από τις σε-βάθος συνεντεύξεις των συμμετεχόντων. Σύμφωνα με τον Γαλάνη (2018), στο σημείο τίθεται το ερώτημα εάν είναι λογικό και έγκυρο οι απόψεις, οι λεκτικές εκφράσεις και οι συμπεριφορές ενός ατόμου να ομαδοποιούνται με αυτές άλλων ατόμων, «εάν δηλαδή τα κοινά θέματα που προκύπτουν από τη θεματική ανάλυση είναι στην πραγματικότητα κοινά ή εάν δυστυχώς διαφέρουν και εσφαλμένα κρίθηκαν ως κοινά από τους ερευνητές». Ουσιαστικά, τίθεται το ερώτημα εάν η άποψη ή η συμπεριφορά ενός ατόμου αναφορικά με ένα συγκεκριμένο ζήτημα μπορεί να συγχωνευτεί με την άποψη ή τη συμπεριφορά άλλων ατόμων. Στη θεματική ανάλυση θεωρείται ότι αυτό μπορεί να συμβεί, αλλά οι ερευνητές πρέπει πάντοτε να είναι σε εγρήγορση, έτσι ώστε να αποφεύγεται το σφάλμα και να εξάγονται έγκυρα συμπεράσματα. Η μεθοδολογία της θεματικής ανάλυσης και ο τρόπος διεξαγωγής της, παρουσιάζονται αναλυτικά από τον Γαλάνη (2018).

Τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας χρησιμοποιήθηκαν για τον σχεδιασμό του ερωτηματολογίου της ακόλουθου σχεδίου της ποσοτικής έρευνας.

## 3.3 Ποσοτική έρευνα

Η ποσοτική έρευνα διεξήχθη μέσω δομημένων ερωτηματολογίων (με ερωτήσεις κλειστού τύπου) για τη συλλογή ατομικών δεδομένων. Ο σχεδιασμός και η κατασκευή του ερωτηματολογίου βασίστηκε στα αποτελέσματα της προγενέστερης ποιοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε με τη διεξαγωγή 15 σε-βάθος συνεντεύξεων σε γεωργούς-experts του πρωτογενή τομέα, οι οποίοι μεταξύ άλλων εξέφρασαν και το επιχειρηματικό ενδιαφέρον να επεκταθούν και σε νέες, εναλλακτικές καλλιέργειες. Στόχος της ποσοτικής έρευνας ήταν η αποκωδικοποίηση της προθυμίας των καταναλωτών της ΠΑΜΘ να στραφούν και να υιοθετήσουν στη διατροφή τους αγροδιατροφικά προϊόντα εναλλακτικών καλλιεργειών, όπως και ο προσδιορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για την αγορά τους. Επιπλέον εξετάστηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική/αγοραστική συμπεριφορά, όπως η ασφάλεια των τροφίμων, η βιολογική παραγωγή, η σήμανση σε προϊόντα δίκαιου και αλληλέγγυου εμπορίου, τα ποιοτικά χαρακτηριστικά, η ανταγωνιστική τιμή, κ.ά.

### 3.3.1 Μέθοδος δειγματοληψίας ποσοτικής έρευνας

Η ποσοτική έρευνα έλαβε χώρα στην ΠΑΜΘ και συμπεριέλαβε αντιπροσωπευτικό δείγμα προερχόμενο από τον αντίστοιχο πληθυσμό, με σκοπό οι εκτιμήσεις που θα προκύψουν από τις αναλύσεις των δεδομένων να γενικευτούν στο σύνολο του. Πιο συγκεκριμένα, ο πληθυσμός της παρούσας έρευνας αναφέρεται στο σύνολο των ενήλικων κατοίκων των Περιφερειακών Ενοτήτων (ΠΕ) της ΠΑΜΘ (ΠΕ

Έβρου, ΠΕ Ξάνθης, ΠΕ Ροδόπης, ΠΕ Καβάλας, ΠΕ Δράμας, ΠΕ Θάσου) σύμφωνα με τα δημοσιευμένα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το 2021.

Το μέγεθος του δείγματος σύμφωνα με τον συνολικό πληθυσμός των ενηλίκων άνω των 18 ετών στην ΠΑΜΘ (562.201 κάτοικοι) και για 5% περιθώριο σφάλματος και 95% διάστημα εμπιστοσύνης υπολογίστηκε στα 384 άτομα.

### 3.3.2 Συλλογή δεδομένων ποσοτικής έρευνας

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά μέσω ενός δομημένου ερωτηματολογίου που κατασκευάστηκε στην πλατφόρμα Google Forms και διανεμήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Συγκεκριμένα, η διανομή του ερωτηματολογίου ολοκληρώθηκε με τη συγκέντρωση 420 πλήρως απαντημένων ερωτηματολογίων. Απαραίτητη προϋπόθεση συμμετοχής, πέραν του κατώτατου ηλικιακού ορίου των 18 ετών, ήταν η μόνιμη κατοικία σε κάποια από τις Περιφερειακές Ενότητες της ΠΑΜΘ. Στην εισαγωγική σελίδα του ερωτηματολογίου, οι ενδιαφερόμενοι πληροφορήθηκαν για τους στόχους της παρούσας έρευνας μέσω ενός σύντομου ενημερωτικού σημειώματος, ενώ παράλληλα υπήρξε η διαβεβαίωση για την ανωνυμία του ερωτηματολογίου και τη μη δυνατή ταυτοποίηση της συμμετοχής τους. Το σχέδιο της ηλεκτρονικής δημοσκόπησης που επιλέχθηκε για την παρούσα έρευνα θεωρήθηκε το καταλληλότερο διότι προσφέρει ευελιξία στον ερωτώμενο, καθώς δεν τον περιορίζει χρονικά και του προσφέρει ελευθερία στο να επιλέξει τη χρονική στιγμή που θα συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο. Επιπλέον προσφέρει ευελιξία και στον ερευνητή, ακόμα και μετά την αποστολή του ερωτηματολογίου. Δηλαδή ο ερευνητής είναι σε θέση να προβεί σε διορθωτικές αλλαγές ακόμα και κατά τη διάρκεια της διαδικασίας συλλογής των δεδομένων, και ανά πάσα στιγμή μπορεί να παρακολουθεί τις απαντήσεις των συμμετεχόντων και τα αποτελέσματα που προκύπτουν. Επιπλέον οι διαδικτυακές έρευνες επιτρέπουν τη συγκέντρωση ικανοποιητικού αριθμού δεδομένων σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα και συγκριτικά με άλλα είδη δημοσκόπησης έχουν χαμηλότερο κόστος. Η πρόσφατη βιβλιογραφία κάνει εκτενή αναφορά στα πλεονεκτήματα των online ερευνών και παρουσιάζει αναλυτικά την εφαρμογή τους (Evans & Mathur, 2005; Dillman et al., 2014; Fricker, 2017; Ball, 2019; Nayak & Narayan, 2019; Wardrop et al., 2021).

Το δομημένο ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή των πρωτογενών δεδομένων αποτελούνταν από μία σειρά 12 ερωτήσεων (το ερωτηματολόγιο δίνεται στο Παράρτημα Β). Οι ερωτήσεις βασίστηκαν σε μεγάλο βαθμό στις απαντήσεις των γεωργών που συμμετείχαν στο ποιοτικό σχέδιο έρευνας και εστίασαν στις κατηγορίες των προϊόντων για τα οποία εκδηλώθηκε ενδιαφέρον από τους εκπροσώπους του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ. Πέραν των αρχικών ερωτήσεων που αφορούσαν τα δημογραφικά και τα κοινωνικοοικονομικά γνωρίσματα των ερωτηθέντων (φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, επαγγελματική απασχόληση, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα και μέγεθος νοικοκυριού), κατασκευάστηκαν δύο ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής που περιλάμβαναν από μία λίστα αρωματικών φυτών και υπερτροφών (superfoods). Για την πρώτη ερώτηση, ζητήθηκε από τα μέλη του δείγματος να επιλέξουν τα προϊόντα που έχουν αγοράσει/καταναλώσει, έστω και περιστασιακά. Στη δεύτερη σύνθετη ερώτηση πολλαπλής επιλογής, οι ερωτώμενοι είχαν να επιλέξουν τα προϊόντα, τα οποία θα επιθυμούσαν να εντάξουν συστηματικά στις διατροφικές τους συνήθειες, καθώς και για ποια από αυτά θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή για την απόκτησή τους (μπορούσαν να επιλέξουν την εκατοστιαία αύξηση της τιμής μέσα από τρεις διαφορετικές επιλογές). Παράλληλα σχεδιάστηκαν δύο πολυθεματικές μεταβλητές, 32 και 21 δηλώσεων αντίστοιχα με στόχο τη διερεύνηση των στάσεων και των απόψεων των συμμετεχόντων ως προς τις διατροφικές συνήθειες και τις διατροφικές προτιμήσεις, τις εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων, τις τιμές των αγροδιατροφικών προϊόντων και τις αγοραστικές επιδράσεις (Παράρτημα Β). Μόλις ολοκληρώθηκε ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, έγινε ένας

αρχικός πιλοτικός διαμοιρασμός σε μικρή κλίμακα ώστε να επιλυθούν τυχόν προβλήματα και ασάφειες (pre-testing). Η πιλοτική εφαρμογή πραγματοποιήθηκε online μέσω Google Forms και τα αποτελέσματά οδήγησαν στην τελική διαμόρφωση του ερωτηματολογίου των καταναλωτών. Η χρονική διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ήταν περίπου 15 min. Συνολικά συγκεντρώθηκαν 420 πλήρως απαντημένα και αξιόπιστα ερωτηματολόγια.

### 3.3.3 Ανάλυση δεδομένων ποσοτικής έρευνας

Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά οι κυριότερες μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας:

#### i) Περιγραφική στατιστική ανάλυση

Ο βασικός στόχος της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης είναι η περιγραφή των δεδομένων, και ειδικότερα των μεταβλητών. Η διεξαγωγή των περιγραφικών τεχνικών συμβάλλει στην καλύτερη παρουσίαση των χαρακτηριστικών του δείγματος, αλλά και στην εξαγωγή συμπερασμάτων για τη συμπεριφορά των μελών του. Επίσης αποτελεί το πρώτο «σκαλοπάτι» στην εμπειρική διερεύνηση της σχέσης μεταξύ μεταβλητών (Σιώμοκος & Μαύρος, 2024).

#### ii) Ανάλυση Παραγόντων (Factor Analysis – FA)

Η Ανάλυση Παραγόντων (Factor Analysis - FA) χρησιμοποιείται κυρίως από τους ερευνητές των κοινωνικών επιστημών και της ανθρώπινης συμπεριφοράς, σε προβλήματα όπου σημαντικές μεταβλητές δεν μπορούν να μετρηθούν απευθείας ή δεν παρατηρούνται. Με την παραγοντική ανάλυση προσπαθούμε να συνδέσουμε τις μη παρατηρούμενες μεταβλητές (παράγοντες ή συνιστώσες), με μεταβλητές που παρατηρούμε και για τις οποίες έχουμε μετρήσεις, επιτυγχάνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο και μια ομαδοποίηση των παρατηρούμενων μεταβλητών σε κοινές συνιστώσες. Οι παράγοντες είναι πραγματικές λανθάνουσες μεταβλητές, οι οποίες προκαλούν τη συνδιακύμανση μεταξύ των μεταβλητών. Δηλαδή μία λανθάνουσα μεταβλητή δεν μπορεί να μετρηθεί άμεσα, αλλά συσχετίζεται με μία ομάδα μετρήσιμων μεταβλητών.

Η FA χρησιμοποιείται στην επιστημονική έρευνα, μεταξύ άλλων για να:

- Καθορίσει τους βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη στάση των καταναλωτών για ένα προϊόν.
- Καθορίσει ποιες ερωτήσεις ενός ερωτηματολογίου μετρούν μία κοινή έννοια ή ιδέα.
- Διερευνήσει τις διαστάσεις μίας κλίμακας (π.χ. μίας κλίμακας Likert)
- Ελέγξει εάν οι διαστάσεις μίας κλίμακας επαληθεύονται στα δεδομένα μίας έρευνας αγοράς.
- Καθορίσει ποια χαρακτηριστικά είναι τα σημαντικότερα στην ομαδοποίηση των καταναλωτικών απόψεων, ιδεών ή στάσεων.
- Χρησιμοποιηθούν οι εξαγόμενες διατάσεις ως μεταβλητές ή αξίες για άλλες αναλύσεις ή περαιτέρω διερεύνηση.
- Ελέγξει αν μία ομάδα παραγόντων συσχετίζονται μεταξύ τους (Σιώμοκος & Βασιλικοπούλου, 2005; Σιώμοκος και Μαύρος, 2024).

Στην παρούσα έρευνα εφαρμόστηκε η FA στις πενταβάθμιες πολυθεματικές μεταβλητές Likert, αφενός για να μειωθεί ο αριθμός των μεταβλητών και αφετέρου για να καθοριστούν ποιοι είναι οι κύριοι

παράγοντες που επηρεάζουν τις στάσεις και τις απόψεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες και προτιμήσεις, την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων, τις στάσεις ως προς τις τιμές των προϊόντων και τις αγοραστικές επιδράσεις. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την εξαγωγή των παραγόντων ήταν η Principal Component, ενώ ως μέθοδος περιστροφής επιλέχθηκε η Varimax περιστροφή. Επιπλέον, μετά την εξαγωγή των παραγόντων εξετάστηκε η αξιοπιστία καθενός από αυτούς. Η ανάλυση αξιοπιστίας που ακολούθησε πραγματοποιήθηκε με τον υπολογισμό του συντελεστή Cronbach  $\alpha$ . Στην περίπτωση των παραγόντων που αποτελούνταν από δύο μεταβλητές, η ανάλυση αξιοπιστίας διεκπεραιώθηκε με τον υπολογισμό του συντελεστή Spearman-Brown (Eisinga et al., 2012). Μία αναλυτική παρουσίαση της FA δίνεται από τους Σιώμκο και Βασιλικοπούλου (2005), Field (2017), Σταλικά και Κυριάζο (2019), και Σιώμκο και Μαύρο (2024).

### *iii) Ανάλυση Ομάδων (Cluster Analysis – CA)*

Η Ανάλυση Ομάδων (Cluster Analysis – CA) κατατάσσει τις παρατηρήσεις μίας έρευνας αγοράς ή καταναλωτικής συμπεριφοράς σε δύο ή περισσότερες αμοιβαία αποκλειόμενες άγνωστες ομάδες και βασίζεται σε συνδυασμούς μεταβλητών. Ο σκοπός της CA είναι ο προσδιορισμός ενός συστήματος διαχωρισμού των παρατηρήσεων σε ομάδες, των οποίων τα μέλη έχουν κοινά χαρακτηριστικά γνωρίσματα. Η CA χρησιμοποιείται ευρύτατα στην έρευνα αγοράς. Η πιο διαδεδομένη εφαρμογή της CA είναι η τμηματοποίηση αγορών και καταναλωτών. Επίσης χρησιμοποιείται για τον εντοπισμό ομογενών ομάδων καταναλωτών ή για τον εντοπισμό ευκαιριών για νέα προϊόντα.

Στην παρούσα έρευνα εφαρμόστηκε η CA για τον προσδιορισμό ομάδων καταναλωτών με κοινά συμπεριφορικά χαρακτηριστικά σε ό,τι αφορά τις απόψεις/στάσεις ως προς τις διατροφικές συνήθειες και προτιμήσεις, την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων, τις τιμές των αγροδιατροφικών προϊόντων και τις αγοραστικές επιδράσεις. Επειδή ο αριθμός των ομάδων που θα εξαχθούν από την CA δεν είναι γνωστός, χρησιμοποιήθηκε σε πρώτο στάδιο η ιεραρχική ανάλυση ομάδων (hierarchical clustering) με τη “Ward’s method”. Επομένως, αρχικά εφαρμόστηκε η ιεραρχική ανάλυση για να εντοπίσει τον αριθμό των ομάδων, στις οποίες ταξινομήθηκαν οι παρατηρήσεις. Στη συνέχεια, εφαρμόστηκε η μέθοδος k-means, κατά την οποία πραγματοποιήθηκε η εισαγωγή του αριθμού των ομάδων που προέκυψαν στο πρώτο στάδιο, ώστε να ολοκληρωθεί η εφαρμογή και να λάβουμε το output της CA. Μία αναλυτική παρουσίαση της CA δίνεται από τους Σιώμκο και Βασιλικοπούλου (2005) και Σιώμκο και Μαύρο (2024).

### *iv) t-test για ανεξάρτητα μεταξύ τους δείγματα*

Το t-test για ανεξάρτητα μεταξύ τους δείγματα χρησιμοποιείται στην ποσοτική έρευνα όταν υπάρχουν δύο ανεξάρτητες μεταξύ τους ομάδες, των οποίων συγκεκριμένα χαρακτηριστικά μετρήθηκαν κάτω από διαφορετικές περιστάσεις ή όταν έχουν οι ομάδες διαφορετικά γνωρίσματα. Στην περίπτωση που υπάρχει διαφορά στους μέσους μίας μεταβλητής στις δύο ομάδες, το t-test είναι εκείνο που διαπιστώνει αν η διαφορά είναι στατιστικά σημαντική. Βασική προϋπόθεση για τη διεξαγωγή του t-test για δύο ανεξάρτητα δείγματα είναι η κανονική κατανομή, αν και σε μεγάλα δείγματα, το t-test δύναται να χρησιμοποιηθεί και για μη κανονικά καταναμεμημένα δείγματα.

Η μηδενική υπόθεση  $H_0$  στο t-test για ανεξάρτητα δείγματα μπορεί να εκφραστεί ως εξής:

$H_0$ : Δεν υπάρχει διαφορά μεταξύ των μέσων των δύο ομάδων. Σε περίπτωση που η μηδενική υπόθεση απορριφθεί, συνεπάγεται η εναλλακτική υπόθεση  $H_1$ . Επομένως

H<sub>1</sub>: Υπάρχει διαφορά στους μέσους της εξαρτημένης μεταβλητής μεταξύ των δύο ομάδων (Σιώμοκος & Βασιλικοπούλου, 2005; Τσαγρής & Κουκουριτάκης, 2022). Αναλυτικά η παρουσίαση του t-test για ανεξάρτητα μεταξύ τους δείγματα δίνεται από τους Σταλικά και Κυριάζο (2019).

#### ν) *Pearson chi-square test*

Το στατιστικό κριτήριο Pearson chi-square μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να διερευνήσει τη γραμμική σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών, και συγκεκριμένα για τον έλεγχο της ανεξαρτησίας μεταξύ δύο ποιοτικών μεταβλητών (ώστε να εξετάσουμε αν δύο μεταβλητές που διασταυρώνονται σε έναν πίνακα διπλής εισόδου είναι ανεξάρτητες ή εξαρτημένες και αν οι συχνότητες των διαφόρων κατηγοριών μπορούν να προκύψουν τυχαία ή είναι συστηματικές, αντίστοιχα).

Το chi-square αντανακλά το μέγεθος των διαφορών μεταξύ των πραγματικών και των αναμενόμενων συχνοτήτων. Όσο μεγαλύτερη είναι αυτή η διαφορά, τόσο πιθανότερο είναι να προκύψει στατιστικώς σημαντικό αποτέλεσμα. Η μηδενική υπόθεση και η εναλλακτική υπόθεση διατυπώνονται ως εξής:

Μηδενική υπόθεση H<sub>0</sub>: Οι δύο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους. Σε περίπτωση που απορριφθεί η H<sub>0</sub> τότε συνεπάγεται η εναλλακτική υπόθεση H<sub>1</sub>, όπου:

Εναλλακτική υπόθεση H<sub>1</sub>: Οι δύο μεταβλητές είναι εξαρτημένες (στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ τους).

Μία αναλυτική παρουσίαση του Pearson chi-square test και της εφαρμογής του δίνεται από τους Σιώμοκο και Βασιλικοπούλου (2005) και Σταλικά και Κυριάζο (2019).

#### vi) *Probit Analysis*

Παρακάτω δίνεται μία συνοπτική παρουσίαση του μοντέλου probit, σύμφωνα με το οποίο ο καταναλωτής επιλέγει μία από τις δύο εναλλακτικές, δηλαδή να καταναλώσει ή να μην καταναλώσει ένα προϊόν. Στα πλαίσια της παρούσας έρευνας, το probit μοντέλο χρησιμοποιείται για να εκφράσει την απόφαση συστηματικής κατανάλωσης συγκεκριμένων ειδών αρωματικών φυτών και υπερτροφών που έχει επιλέξει ο καταναλωτής. Οπότε στην πράξη ο καταναλωτής έχει δύο επιλογές, δηλαδή να καταναλώσει ή να μην καταναλώσει συστηματικά ένα προϊόν που έχει οριστεί ανάλογα. Μία αναλυτική παρουσίαση του probit μοντέλου δίνεται από τον Wooldridge (2005), τον Jones (2008) και τους Yang et al. (2022). Η μαθηματική έκφραση του probit υποδείγματος παρατίθεται συνοπτικά παρακάτω:

$$\begin{aligned} Z_i^* &= \gamma W_i + u_i \\ Z_i &= 1 \text{ εάν } Z_i^* > 0 \\ Z_i &= 0 \text{ εάν } Z_i^* \leq 0 \end{aligned} \tag{1}$$

όπου  $Z_i^*$  αντιπροσωπεύει την τάση για αγορά/κατανάλωση, δηλαδή την επιθυμία του καταναλωτή να αγοράσει/καταναλώσει το προϊόν,  $W_i$  είναι το διάνυσμα των επεξηγηματικών μεταβλητών που συνδέονται με το αποτέλεσμα της αφανούς μεταβλητής,  $\gamma$  ένα διάνυσμα αγνώστων παραμέτρων που πρέπει να εκτιμηθούν και  $u_i$  ο όρος λάθους με  $u_i \sim N(0,1)$ . Η διχοτόμος μεταβλητή  $Z_i$  είναι το αντιληπτό αποτέλεσμα και ισούται με 1 για καταναλωτές που αποφασίζουν να αγοράσουν/καταναλώσουν το προϊόν

και με 0 στην αντίθετη περίπτωση, ενώ  $i=1,2,\dots,n$  ο αριθμός των μελών του δείγματος, δηλαδή ο αριθμός των παρατηρήσεων των επεξηγηματικών μεταβλητών. Βάσει του μοντέλου probit, η πιθανότητα της συμμετοχής στην κατανάλωση/αγορά του προϊόντος και η πιθανότητα της μη συμμετοχής στην κατανάλωση/αγορά του προϊόντος δίνονται αντίστοιχα από τις Εξισώσεις 2 και 3.

$$Prob(Z_i = 1) = \Phi(\gamma W_i) = \int_{-\infty}^{\gamma W_i} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \exp\left(-\frac{1}{2}z^2\right) dz \quad (2)$$

$$Prob(Z_i = 0) = 1 - \Phi(\gamma W_i) \quad (3),$$

όπου  $\Phi(\cdot)$  είναι η αθροιστική συνάρτηση κατανομής μιας κανονικής μεταβλητής.

### vii) *Bivariate probit model*

Το υπόδειγμα bivariate probit χρησιμοποιήθηκε για να εξετάσει την πιθανότητα ενδογενούς σχέσης μεταξύ προθυμίας συστηματικής κατανάλωσης ενός προϊόντος και προθυμίας πληρωμής υψηλότερης τιμής για την απόκτησή του. Ο καταναλωτής  $i$  έχει δύο επιλογές και στις δύο προθέσεις (δηλαδή δύο τιμές στις δύο μεταβλητές που περιγράφουν την προθυμία συστηματικής κατανάλωσης και την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής αντίστοιχα): να καταναλώσει/πληρώσει (=1) ή να μην καταναλώσει/πληρώσει υψηλότερη τιμή (=0). Επιπλέον, είναι πιθανό η απόφαση συστηματικής υιοθέτησης στις διατροφικές συνήθειες ενός προϊόντος να συσχετίζεται με την πρόθεση πληρωμής υψηλότερης τιμής. Η μαθηματική έκφραση του υποδείγματος δίνεται από τον Wooldridge (2005), τους Seo και Hwang (2022) και τους Yang et al. (2022):

$$y_{1i}^* = \beta_1' x_{1i} + u_{1i}$$

$$y_{1i} = 1 \text{ if } y_{1i}^* > 0 \quad (4)$$

$y_{1i} = 0$  σε άλλη περίπτωση

$$y_{2i}^* = \beta_2' x_{2i} + u_{2i}$$

$$y_{2i} = 1 \text{ if } y_{2i}^* > 0 \quad (5)$$

$y_{2i} = 0$  σε άλλη περίπτωση

όπου  $y_{1i}^*$  αντιπροσωπεύει την τάση για συστηματική αγορά/κατανάλωση,  $y_{2i}^*$  εκφράζει την τάση για πληρωμή υψηλότερης τιμής,  $x_{1i}$  και  $x_{2i}$  είναι τα διανύσματα των επεξηγηματικών μεταβλητών που συνδέονται με το αποτέλεσμα της κάθε αφανούς μεταβλητής αντίστοιχα,  $\beta_1$  και  $\beta_2$  είναι διανύσματα αγνώστων παραμέτρων που πρέπει να εκτιμηθούν στην κάθε εξίσωση, και  $u_{1i}$  και  $u_{2i}$  οι όροι λάθους. Ο συντελεστής συσχέτισης μεταξύ των δύο εξισώσεων δίνεται από την παρακάτω σχέση:

$$Cov(u_{1i}, u_{2i}) = \rho \quad (6)$$

Σε περίπτωση που οι δύο αποφάσεις είναι ανεξάρτητες ισχύει  $\rho=0$  και οι δύο όροι λάθους δεν ακολουθούν την bivariate κανονική κατανομή. Η joint probability density function δίνεται παρακάτω:

$$\varphi_2(u_1, u_2) = \frac{1}{2\pi\sigma_{u_1}\sigma_{u_2}\sqrt{1-\rho^2}} \exp\left[-\frac{1}{2}\left(\frac{u_1^2+u_2^2-2\rho u_1 u_2}{1-\rho^2}\right)\right] \quad (7)$$

$$\Phi_2(u_1, u_2, \rho) = \iint \varphi(u_1, u_2, \rho) du_1 du_2 \quad (8),$$

ενώ η συνάρτηση μέγιστης πιθανοφάνειας εκφράζεται ως ακολούθως:

$$\ln L = \sum_{i=1}^n \ln \Phi_2 = (u_{1i}, u_{2i}, \rho_{i*}) \quad (9).$$

## ΕΝΟΤΗΤΑ 4

### ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### 4.1 Προφίλ συμμετεχόντων

Η παρούσα ποιοτική έρευνα διεξήχθη στην ΠΑΜΘ και η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε με προσωπικές σε-βάθος συνεντεύξεις μέσω ενός μη δομημένου ερωτηματολογίου (ερωτήσεις ανοιχτού τύπου), το οποίο απευθύνθηκε σε ένα δείγμα γεωργών-experts (εξειδικευμένοι επαγγελματίες). Βασικός στόχος της ερευνητικής διαδικασίας και των ημιδομημένων συνεντεύξεων ήταν α) η διερεύνηση των απόψεων των παραγωγών σε ότι αφορά τη σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ και ο προσδιορισμός των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του, β) η διερεύνηση της προθυμίας των γεωργών της ΠΑΜΘ για την εν δυνάμει ενασχόλησή τους με νέες εναλλακτικές καλλιέργειες, γ) ο καθορισμός των στοιχείων κινητροποίησής τους και τα πιθανά εμπόδια που θα αποθαρρύνουν την απόφαση και την τελική ανάμειξή τους στην υιοθέτηση νέων καλλιεργητικών πρακτικών, δ) ο καθορισμός των βασικών κινήτρων των παραγωγών σε ό,τι αφορά την επαγγελματική τους εξέλιξη και τη διαχείριση της γεωργικής τους εκμετάλλευσης (στοιχεία εγωκεντρισμού vs στοιχεία αλτρουισμού), ε) η διερεύνηση των απόψεών τους σχετικά με την εφαρμογή των μέτρων αγροτικής πολιτικής, και στ) η διερεύνηση της επίδρασης των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών και καινοτόμων γεωργικών πρακτικών μέσω της ανάλυσης περιεχομένου.

Στον Πίνακα 4.1 παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά των 15 γεωργών που πληρούσαν τα κριτήρια συμμετοχής (experts) και έλαβαν μέρος στην παρούσα ποιοτική έρευνα. Συγκεκριμένα όλοι είχαν ως κύρια απασχόληση το γεωργικό επάγγελμα και ήταν αρχηγού/μάντζερ γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Επιπλέον, διέθεταν εργασιακή εμπειρία τουλάχιστον δέκα ετών και είχαν ολοκληρώσει τις σπουδές τους στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, ενώ δύο είχαν τίτλους μεταπτυχιακών σπουδών. Επειδή οι απαντήσεις των συμμετεχόντων ήταν εμπιστευτικές, δόθηκε σε καθέναν από αυτούς ένας κωδικός (πρώτη στήλη). Λόγω του ότι η επιλογή των μελών του δείγματος έγινε με τέτοιο τρόπο, ώστε πέρα από τις αρχικές προϋποθέσεις συμμετοχής να καλύπτονται γεωγραφικά όλες οι ΠΕ της ΠΑΜΘ, παρατηρούμε στον Πίνακα 26 και μία ποικιλία στα καλλιεργούμενα είδη. Στην παρούσα έρευνα, παρόλο που επιδιώξαμε μία σχετική αναλογία ανδρών/γυναικών συμμετεχόντων στο δείγμα μας, δεν κατέστη δυνατό. Όλοι οι συμμετέχοντες ήταν άντρες, και μόνο μία γυναίκα συμμετείχε στην έρευνα, καθώς στους διαθέσιμους καταλόγους παραγωγών δεν υπήρχαν παραγωγοί γυναικείου φύλου που να πληρούν τις προϋποθέσεις συμμετοχής των experts σε ό,τι αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης και την εργασιακή εμπειρία. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι η επικοινωνία μεταξύ ερευνητών και συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε κάτω από πολύ καλές συνθήκες, δεδομένης της σχέσης εμπιστοσύνης που είχε καλλιεργηθεί σε προηγούμενη δράση του παρόντος Έργου.

**Πίνακας 4.1** Χαρακτηριστικά συμμετεχόντων

Συμμετέχων	Φύλο <sup>1</sup>	Ηλικία	Επίπεδο εκπαίδευσης	Τομέας	Είδος καλλιέργειας	Μέγεθος επιχείρησης <sup>2</sup>	Μόνιμο προσωπικό	Εποχικό προσωπικό
Σ1	A	26	BSc	Γεωργία	Σιτάρι, βαμβάκι, ηλιόσπορος	4500	3	2
Σ2	A	30	BSc	Γεωργία	Σιτάρι, βαμβάκι,	4000	3	1

					ηλιόσπορος			
Σ3	A	33	BSc	Γεωργία	Σιτάρι, καλαμπόκι, βαμβάκι, ρύζι, φασολάκια βιομηχανικά	500	1	6
Σ4	A	35	BSc	Γεωργία	Σιτάρι, καλαμπόκι, βαμβάκι	350	2	1
Σ5	A	38	PhD	Γεωργία	Βαμβάκι, καλαμπόκι, ηλίανθος, σιτάρι, μηδική, μήλα	1.200	3	1
Σ6	A	43	BSc	Γεωργία	Ροδιές	15	2	1
Σ7	A	42	BSc	Γεωργία	Αμπέλια	1500	12	14
Σ8	A	48	BSc	Γεωργία	Σιτάρι μαλακό, αραβόσιτος, φουντούκια, πατάτες, κρεμμύδια, ρεβίθια, φασόλια	1600	3	>15
Σ9	A	30	BSc	Γεωργία	Ακτινίδιο	80	2	40
Σ10	A	56	MSc	Γεωργία	Βαμβάκι, ηλίανθος, σιτάρι σκληρό, σιτάρι μαλακό, μηδική	400	2	1
Σ11	A	77	BSc	Γεωργία	Αμύγδαλα	150	2	5
Σ12	A	56	BSc	Γεωργία	Αρωματικά φυτά	170	1	3-4
Σ13	Γ	51	BSc	Γεωργία	Βαμβάκι, ηλίανθος, σιτάρι	200	1	-
Σ14	A	26	BSc	Γεωργία	Σιτάρι μαλακό, σιτάρι σκληρό, βαμβάκι, ηλίανθος	4500	4	3
Σ15	A	35	BSc	Γεωργία	Ακτινίδιο	70	3	25-30

<sup>1</sup> A: Άντρας, Γ: Γυναίκα, <sup>2</sup>Για τις γεωργικές εκμεταλλεύσεις, το μέγεθος της επιχείρησης εκφράζεται σε στρέμματα.

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν αναλυτικά οι απόψεις των συμμετεχόντων στα ερωτήματα που θέσαμε κατά τη διάρκεια των προσωπικών-σε βάθος συνεντεύξεων. Προς διευκόλυνση του αναγνώστη, θα αναλυθεί το σύνολο των απαντήσεων των συμμετεχόντων και θα παρουσιαστεί μέσω σχημάτων, ενώ οι γενικές θεματικές κατηγορίες που προέκυψαν σε κάθε ερώτηση θα παρουσιαστούν εντός του κειμένου.

#### 4.2 Σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ

Η πρώτη ερώτηση που τέθηκε στα μέλη του δείγματος στο ποιοτικό σχέδιο έρευνας αφορούσε τη σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ. Οι ερωτηθέντες ζητήθηκαν να απαριθμήσουν τους πέντε κυριότερους παράγοντες κατά την άποψή τους που προσδίδουν τη μεγαλύτερη αξία στον αγροδιατροφικό κλάδο. Η συντριπτική πλειοψηφία τόνισε τη συμβολή του στην οικονομική ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής, στην εξασφάλιση θέσεων εργασίας και στην προσφορά οικονομικότερων αγαθών σε σχέση με άλλες αγροτικές περιοχές της χώρας (100%, 80% και 93,3% αντίστοιχα). Υψηλό ποσοστό των συμμετεχόντων φάνηκε να θεωρεί ιδιαίτερης βαρύτητας τον ρόλο του αγροτικού τομέα στη συγκράτηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές (60%) και την αποφυγή της ερημοποίησης τους (40%), ενώ συνέδεσε την ανάπτυξή του με την ανάπτυξη του τουρισμού στην ΠΑΜΘ (46,7%). Ενδεικτικά, ο Σ1 δήλωσε:

*«Αν το σκεφτείς, ο πρωτογενής τομέας είναι η κινητήρια δύναμη στην ΠΑΜΘ. Αν δεν πάει καλά, δεν πάνε καλά και τα υπόλοιπα. Αν οι αγρότες εγκαταλείψουν, τότε τι άλλο έχουν να κάνουν; Θα φύγουν και θα πάνε προς τα κάτω, στις μεγάλες πόλεις, στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη. Τα χωριά, αλλά και οι πόλεις θα ερημώσουν».*

Σχετικά με τη σύνδεση του αγροτικού κλάδου με τον τουρισμό σχολίασε ο Σ3:

*«Έχω πετύχει τουρίστες που έρχονται στην περιοχή για τους Δρόμους του Κρασιού. Η περιοχή μας έχει καλό φαγητό και ωραία προϊόντα. Αυτά πρέπει να τα εκμεταλλευτούμε. Να γίνουμε Κρήτη. Όμως μπορούμε; Θέλουμε να το κάνουμε;»*

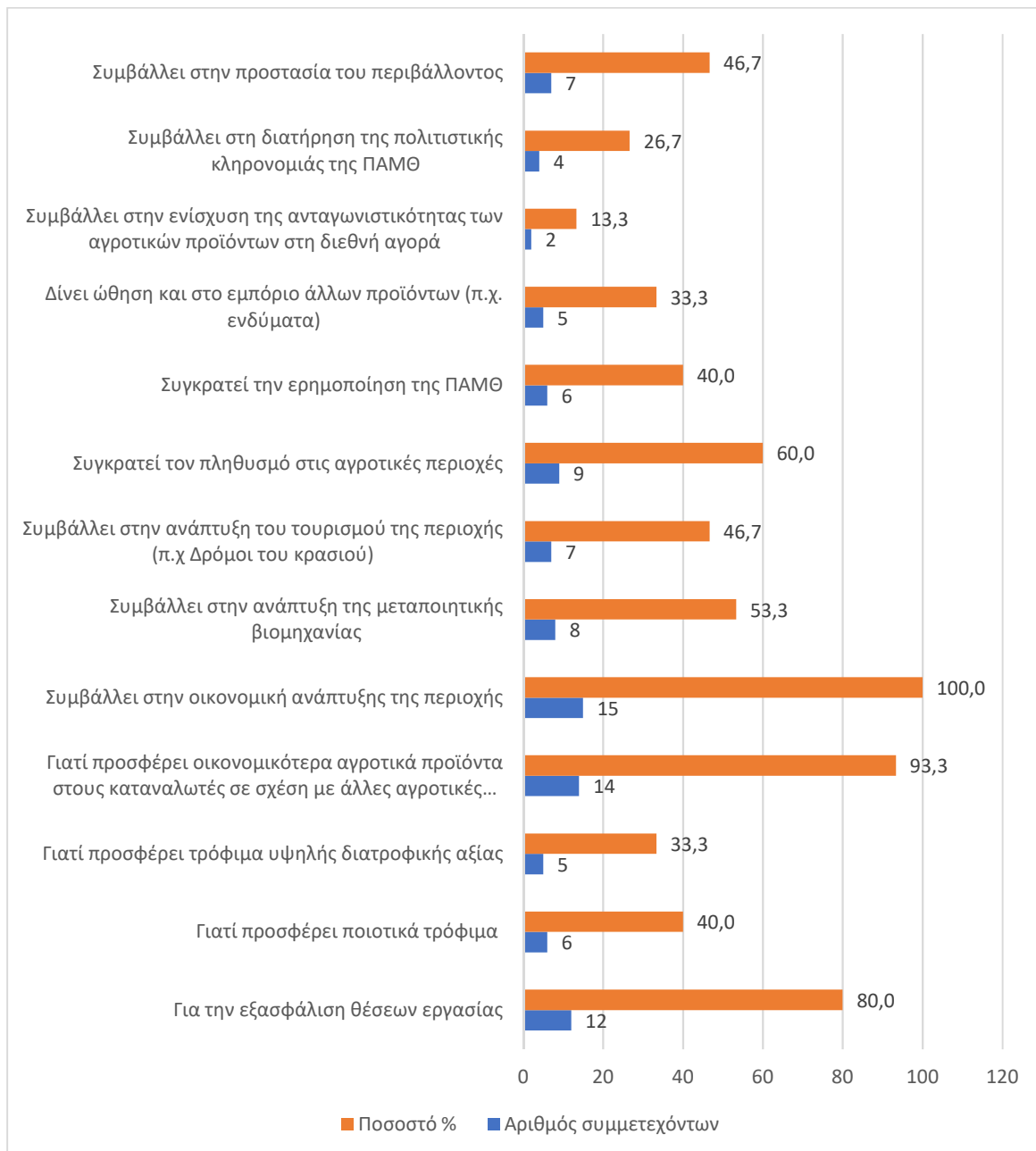
Παράλληλα πολλοί από τους συμμετέχοντες ανέφεραν τη συμβολή του πρωτογενή τομέα στη μεταποιητική βιομηχανία, δίνοντας έμφαση στην οικονομική ενίσχυση των οικογενειακών μεταποιητικών επιχειρήσεων της περιοχής (58,3%), αλλά και στην ώθηση που δίνει στο εμπόριο άλλων προϊόντων, όπως είναι τα ενδύματα και τα χειροτεχνήματα (33,3%). Συγκεκριμένα ο Σ13 δήλωσε:

*«Οι αγροτικές οικογένειες στην Περιφέρεια είναι πολλές. Οι αγρότες έχουν οικονομική και καταναλωτική δύναμη. Αν δεν πάμε καλά εμείς, πώς θα πάνε καλά τα μαγαζιά;».*

Επιπλέον παράγοντες, όπως η διατήρηση της πολιτισμικής κληρονομιάς της ΠΑΜΘ και η συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος δηλώθηκαν μέσα στους πέντε σημαντικότερους από το 26,7% και το 46,7% αντίστοιχα. Τέλος, η προσφορά ποιοτικών προϊόντων και η υψηλή τους διατροφική αξία φάνηκε να προσδίδουν υψηλή αξία στον γεωργικό κλάδο σύμφωνα με το 40% και το 33,3% του συνόλου των συμμετεχόντων αντίστοιχα. Το Σχήμα 4.1 παρουσιάζει αναλυτικά τις απαντήσεις των experts του κλάδου.

Σε ό,τι αφορά τις δυνατότητες/πλεονεκτήματά του πρωτογενή τομέα, ιδιαίτερα υψηλή αξιολόγηση δόθηκε στην άριστη ποιότητα και την υψηλή διατροφική αξία των παραγόμενων προϊόντων (66,7% και 53,3% αντίστοιχα), στις ανταγωνιστικές τιμές προς όφελος του καταναλωτή (60%) και στη μεγάλη ποικιλία παραγόμενων αγαθών (46,7%) (Σχήμα 4.2). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων (40%) έκανε μνεία στη στήριξη που παίρνει ο αγροτικός κόσμος της ΠΑΜΘ από τους κατοίκους της,

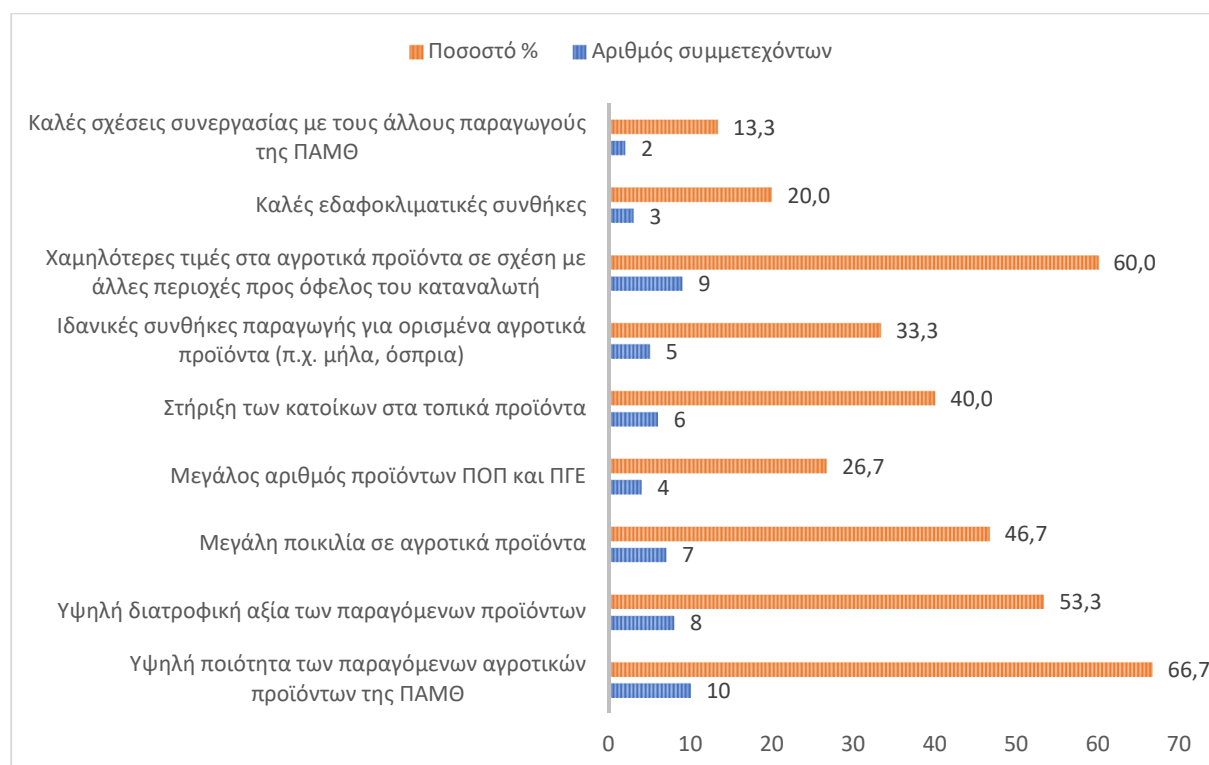
καθώς όπως δήλωσε πάντοτε στηρίζουν τα τοπικά προϊόντα έμπρακτα, κάνοντας τις αγορές τους συστηματικά είτε απευθείας από παράγωγους είτε από τις βραχείες αλυσίδες προσφοράς, όπως είναι οι λαϊκές αγορές. Το γεγονός ότι ο πρωτογενής τομέας της ΠΑΜΘ διαθέτει ένα σημαντικό «χαρτοφυλάκιο» προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ αυξάνει σημαντικά τη δυναμική του και την ανταγωνιστικότητά του (26,7%). Παράλληλα, οι καλές εδαφοκλιματικές συνθήκες που για την παραγωγή προϊόντων, όπως είναι τα όσπρια και τα μήλα, θεωρούνται απαραίτητη προϋπόθεση για την εξασφάλιση των ποιοτικών χαρακτηριστικών τους, αποτελεί επίσης ένα «δυνατό χαρτί» του αγροτικού τομέα της ΠΑΜΘ (Σχήμα 4.2).



Σχήμα 4.1 Σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (N=15)

Εντύπωση προκαλεί η άποψη δύο ερωτηθέντων, οι οποίοι ήταν και οι νεότεροι των μελών του δείγματος που έκαναν ιδιαίτερη αναφορά στις καλές σχέσεις συνεργασίας με τους άλλους παραγωγούς της ΠΑΜΘ, επιμένοντας ότι αποτελεί ένα από τα χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν τον αγροτικό τομέα της περιοχής από τις άλλες μεγάλες αγροτικές ζώνες της χώρας (Σχήμα 4.2). Συγκεκριμένα ο Σ1 δήλωσε:

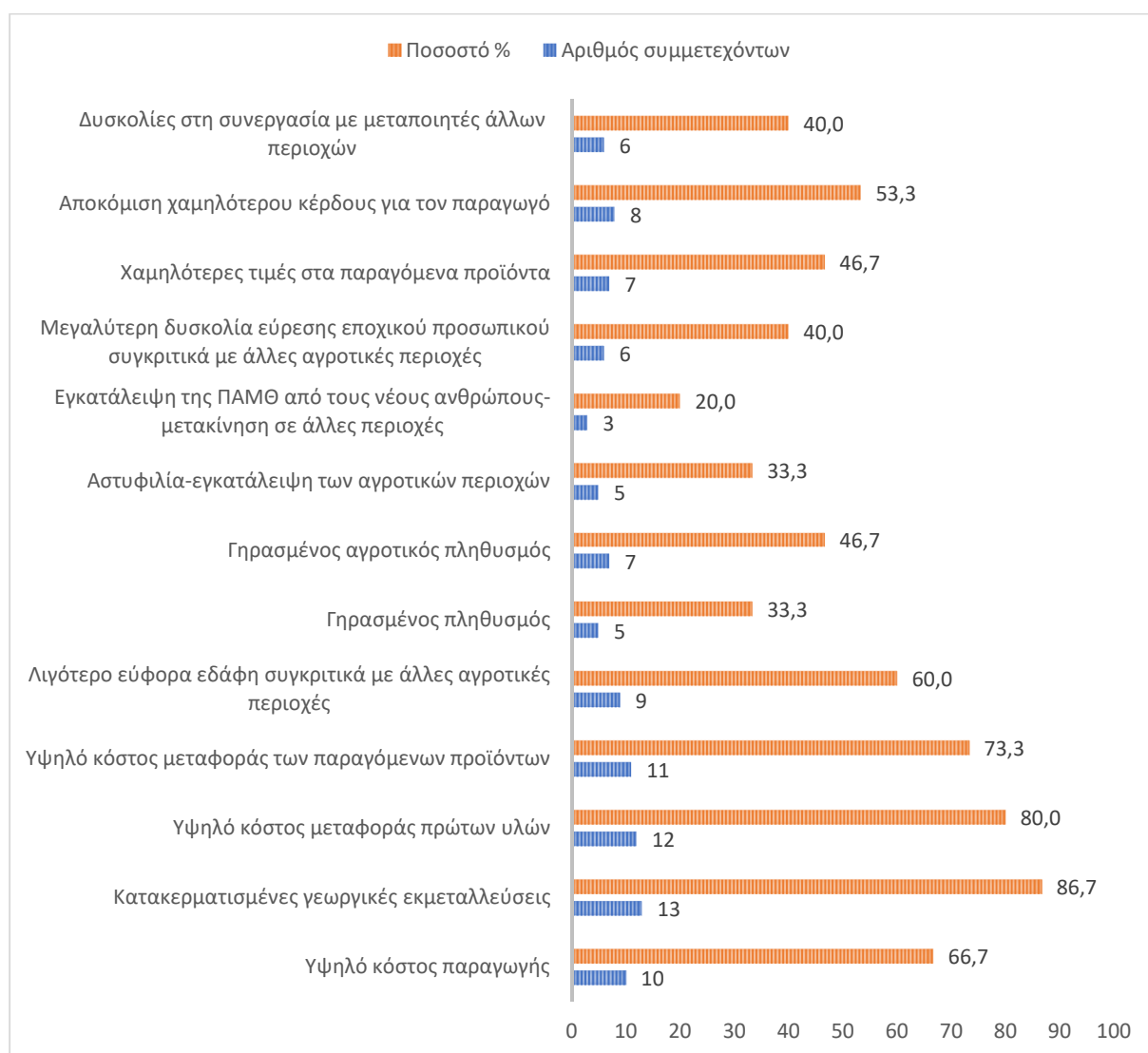
*«Οι αγρότες γνωριζόμαστε μεταξύ μας, είμαστε ομάδα, νοιαζόμαστε για την περιοχή μας. Αντίθετα από άλλες περιοχές που ο έντονος συνδικαλισμός έχει φέρει προστριβές και έλλειψη εμπιστοσύνης, με αποτέλεσμα οι συνεργασίες να μην προχωράνε».*



**Σχήμα 4.2** Πλεονεκτήματα/δυνατότητες του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (N=15)

Στο Σχήμα 4.3 παρουσιάζονται οι απόψεις των συμμετεχόντων σε ό,τι αφορά τις θεωρούμενες αδυναμίες του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ. Η συντριπτική πλειοψηφία συμφωνεί ότι ο κατακερματισμός των γεωργικών εκμεταλλεύσεων σε συνδυασμό με το υψηλό κόστος μεταφοράς των εισροών και των παραγόμενων προϊόντων λόγω γεωγραφικής θέσης αποτελεί περιοριστικό παράγοντα στην ανάπτυξη του γεωργικού κλάδου (86,7%, 80% και 73,3% αντίστοιχα). Επιπλέον το υψηλό κόστος των βασικών συντελεστών συμπαρασύρει και το συνολικό κόστος παραγωγής που κατά τη γνώμη των συμμετεχόντων είναι σημαντικά επιβαρυνόμενο συγκριτικά με άλλες αγροτικές περιοχές (66,7%). Τροχοπέδη στην ανάπτυξη του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ σύμφωνα με τις απόψεις αρκετών μελών του δείγματος αποτελεί το χαμηλότερο κέρδος, ως απόρροια του υψηλότερου κόστους παραγωγής, και οι χαμηλότερες

τιμές στα παραγόμενα είδη σε σχέση με τα ομοειδή άλλων περιοχών της χώρας. Η δυσκολία εύρεσης εποχικού προσωπικού προβλημάτισε ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων, όπως και οι δυσκολίες στη συνεργασία με μεταποιητικές επιχειρήσεις που εδρεύουν σε νοτιότερες περιοχές, λόγω της μεγάλης απόστασης και του υψηλού κόστους μεταφοράς των προϊόντων. Το γεγονός αυτό καθιστά μη συμφέρουσα τη συνεργασία από όλες τις πλευρές. Η μεν μεταποιητική επιχείρηση προκειμένου να καλύψει το μεταφορικό κόστος πολλές φορές ξεκινά τη διαπραγμάτευση από χαμηλότερη τιμή, ο δε παραγωγός συχνά υποχρεούται ο ίδιος να το καλύψει.



**Σχήμα 4.3** Μειονεκτήματα/αδυναμίες του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (N=15)

Επιπλέον και όπως ήταν αναμενόμενο, η γήρανση του πληθυσμού της ΠΑΜΘ, και ειδικότερα του αγροτικού πληθυσμού ως επακόλουθο της αστυφιλίας και της εγκατάλειψης

της περιοχής από νέους ανθρώπους αναμένεται να φέρει επιβράδυνση των ρυθμών ανάπτυξης της οικονομίας, και ειδικότερα της αγροτικής οικονομίας. Όπως σχολίασε ο Σ11:

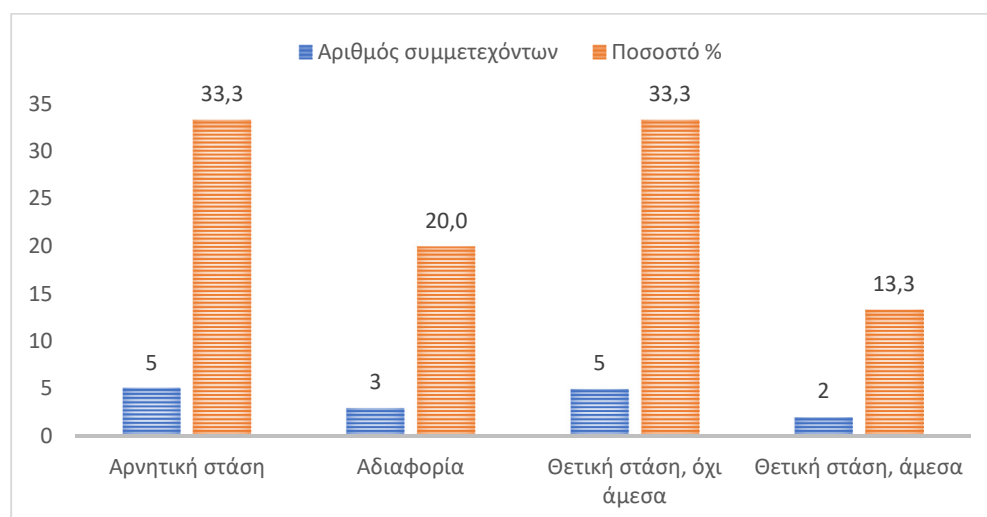
*«Παρόλο που στην επιχείρησή μου έχω διαμορφώσει μια πολύ καλή κατάσταση, τα παιδιά μου κάνουν άλλη δουλειά και έχουν μετακομίσει στην Πρωτεύουσα. Δεν ξέρω αν αυτό που κάνω έχει πλέον νόημα, καθώς είμαι πολύ μεγάλος και δεν έχω κάποιον να με διαδεχτεί»,*

ενώ ο Σ12 συμπλήρωσε:

*«Τα τελευταία χρόνια οι αυξήσεις στις τιμές των πρώτων υλών με έχουν γονατίσει. Ο καταναλωτής βλέπει τις υψηλές τιμές στα σουπερμάρκετ και τα βάζει μαζί μας. Στη δική μου τσέπη δεν μπαίνει τίποτα, και να φανταστείς δεν θα έπρεπε να παραπονιέμαι, είμαι από τους προνομιούχους στον χώρο».*

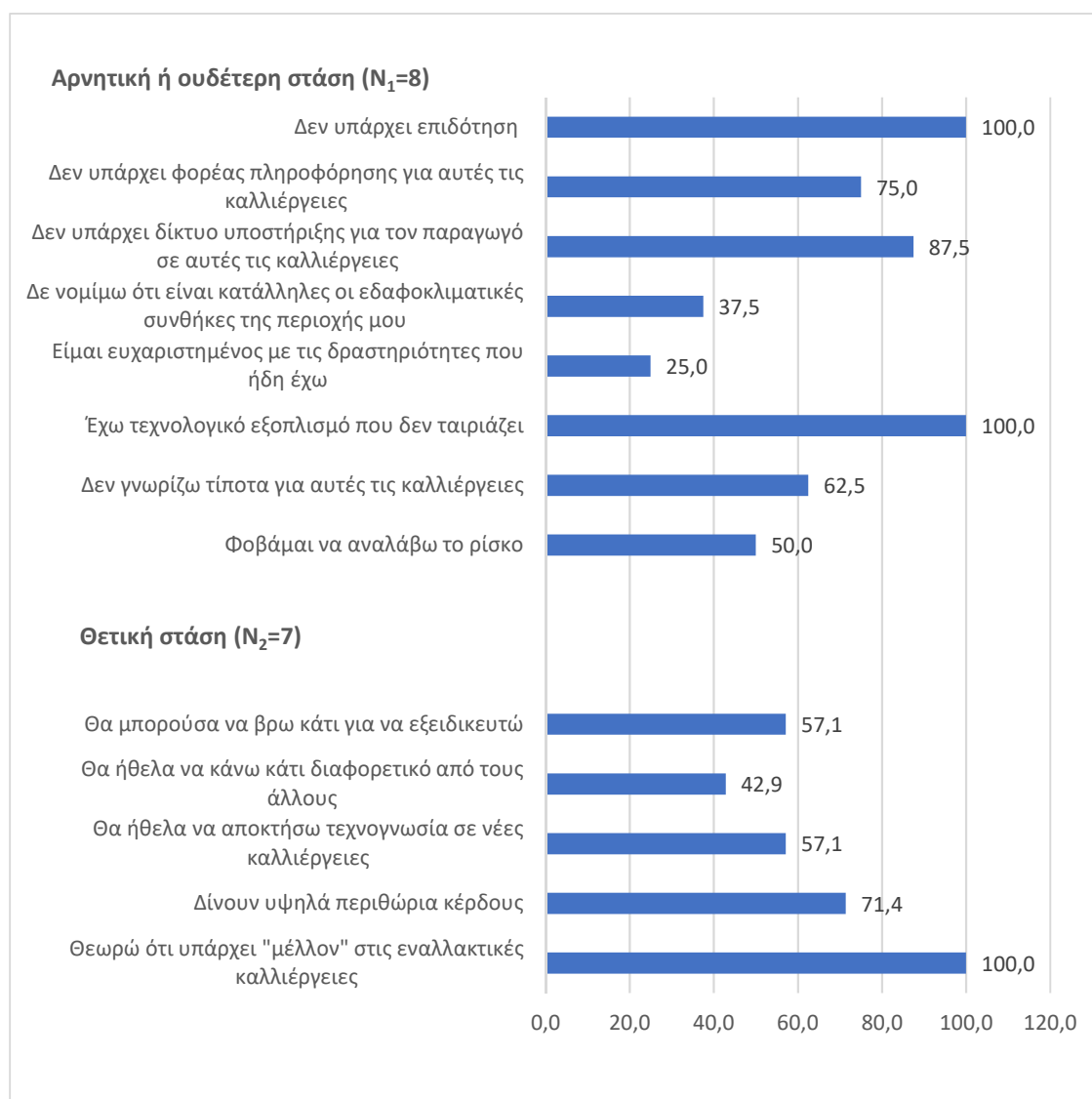
#### 4.3 Προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών

Σχετικά με την προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών στη γεωργική εκμετάλλευση, οι απόψεις των experts του δείγματός μας δίστανται (Σχήμα 4.4). Αν και οι περισσότεροι συμμετέχοντες φαίνεται να έχουν αρνητική ή αδιάφορη στάση σε ποσοστό 53,3%, το 33,3% του συνόλου κρατά μία μάλλον θετική στάση, αφού οι αποκρινόμενοι δήλωσαν ότι θα ήταν διατεθειμένοι να εντάξουν στη γεωργική τους εκμετάλλευση εναλλακτικές καλλιέργειες, αν και όχι άμεσα. Μόλις δύο ήταν οι πιο ενθουσιώδεις παραγωγοί που έδειξαν δεκτικότητα στην άμεση ενασχόλησή τους με νέα είδη προϊόντων, και μάλιστα ήταν και οι νεότεροι σε ηλικία συγκριτικά με τους υπόλοιπους συμμετέχοντες. Παράγοντες όπως η ΠΕ επαγγελματικής δραστηριοποίησης δε φάνηκε να σχετίζονται με την προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών.



Σχήμα 4.4 Προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών (N=15)

Στη συνέχεια, στο Σχήμα 4.5 παρουσιάζεται η αιτιολόγηση της θετικής/αρνητικής ανταπόκρισης στο ενδεχόμενο δραστηριοποίησης σε εναλλακτικές καλλιέργειες. Στο σύνολό τους, οι επτά καταναλωτές που είχαν θετική στάση σχετικά με την εν δυνάμει ενασχόληση με εναλλακτικές καλλιέργειες δήλωσαν ότι υπάρχουν καλλιεργητικές, και κυρίως εμπορικές ευκαιρίες, που θα ήθελαν να εκμεταλλευτούν με τα νέα είδη προϊόντων (100% των συμμετεχόντων). Επιπλέον τα προσδοκώμενα υψηλά περιθώρια κέρδους κάνουν τα νέα, εναλλακτικά προϊόντα ακόμα πιο ελκυστικά για το 71,4% των μελών του δείγματος. Αρκετοί παραγωγοί φάνηκε να αντιμετωπίζουν τη στροφή στα εναλλακτικά προϊόντα ως μία ευκαιρία για εξειδίκευση, ενώ η διαφοροποίηση από τους υπόλοιπους συναδέλφους τους στην Περιφέρεια, και η απόκτηση νέας τεχνογνωσίας δίνει το κίνητρο, στους νεότερους ως επί το πλείστον, να εισάγουν στη γεωργική τους εκμετάλλευση και λιγότερο διαδεδομένα είδη.



**Σχήμα 4.5** Αιτιολόγηση της πρόθεσης δραστηριοποίησης σε εναλλακτικές καλλιέργειες

Συγκεκριμένα ο Σ14 σχολίασε:

*«Γνωρίζω κάποιον παραγωγό που έβαλε superfoods, και είναι πολύ ευχαριστημένος. Τα πάει καλά. Έχω και εγώ λίγα στρέμματα που δεν τα εκμεταλλεύομαι. Ίσως σκεφτώ να βάλω αρωματικά φυτά»*,

ενώ ο Σ9 συμπλήρωσε:

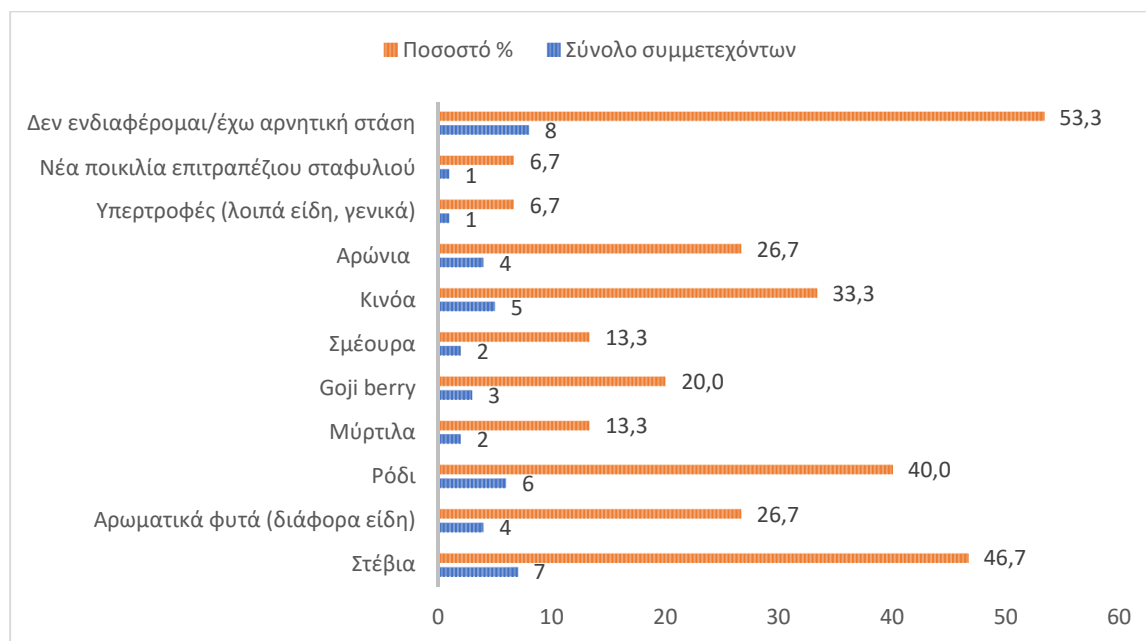
*«Έτσι κι αλλιώς έχω δέντρα. Θα δω αν ταιριάζουν τα εδάφη γιατί θέλει όξινα χώματα. Γιατί όχι? Ίσως πειραματιστώ με 2-3 στρέμματα, να δω πώς θα πάει. Η υψηλή τιμή πώλησης των υπερτροφών είναι κίνητρο για μένα»*.

Από την άλλη πλευρά, η αρνητική στάση στο ενδεχόμενο δραστηριοποίησής σε εναλλακτικές καλλιέργειες κυρίως οφείλεται στο ύψος της επιδότησης/ενίσχυσης, το οποίο θεωρούν μη ικανοποιητικό συγκριτικά με τα πιο «συμβατικά» είδη καλλιέργειας. Παράλληλα όλοι οι συμμετέχοντες εξέφρασαν τον προβληματισμό τους για το εάν ο τεχνολογικός εξοπλισμός που έχουν θα μπορούσε να «ταιριάξει» και στην παραγωγική διαδικασία των εναλλακτικών προϊόντων. Ειδικότερα, ο Σ13 εξήγησε ότι:

*«Έχω δώσει πολλές, μα πάρα πολλές χιλιάδες Ευρώ για να αγοράσω τον εξοπλισμό μου. Ακόμα τον ξεχρεώνω. Να πάρω καινούργια μηχανήματα, δε γίνεται. Αν βάλω κάτι άλλο, θα ταιριάζουν τα μηχανήματα που έχω; Πολύ μεγάλο το κόστος, δεν μπορώ να ανταπεξέλθω»*.

Η έλλειψη φορέα πληροφόρησης και η ανεπάρκεια στην οργάνωση ενός κατάλληλου δικτύου υποστήριξης για την παραγωγή εναλλακτικών καλλιεργειών, σε συνδυασμό με την έλλειψη γνώσεων/ενημέρωσης φαίνεται να φρενάρει αρκετούς παραγωγούς να αναλάβουν πρωτοβουλία (75%, 87,5%, και 62,6% αντίστοιχα), και να αποτελεί τροχοπέδη στο να επωμιστούν το επιχειρηματικό ρίσκο (50%) (Σχήμα 4.5). Μικρό ήταν το ποσοστό των γεωργών που δικαιολόγησε την αρνητική του στάση με την υφιστάμενη πορεία της γεωργικής του εκμετάλλευσης, δηλώνοντας ικανοποίηση από τη μέχρι τώρα επαγγελματική του δραστηριοποίηση (37,5%).

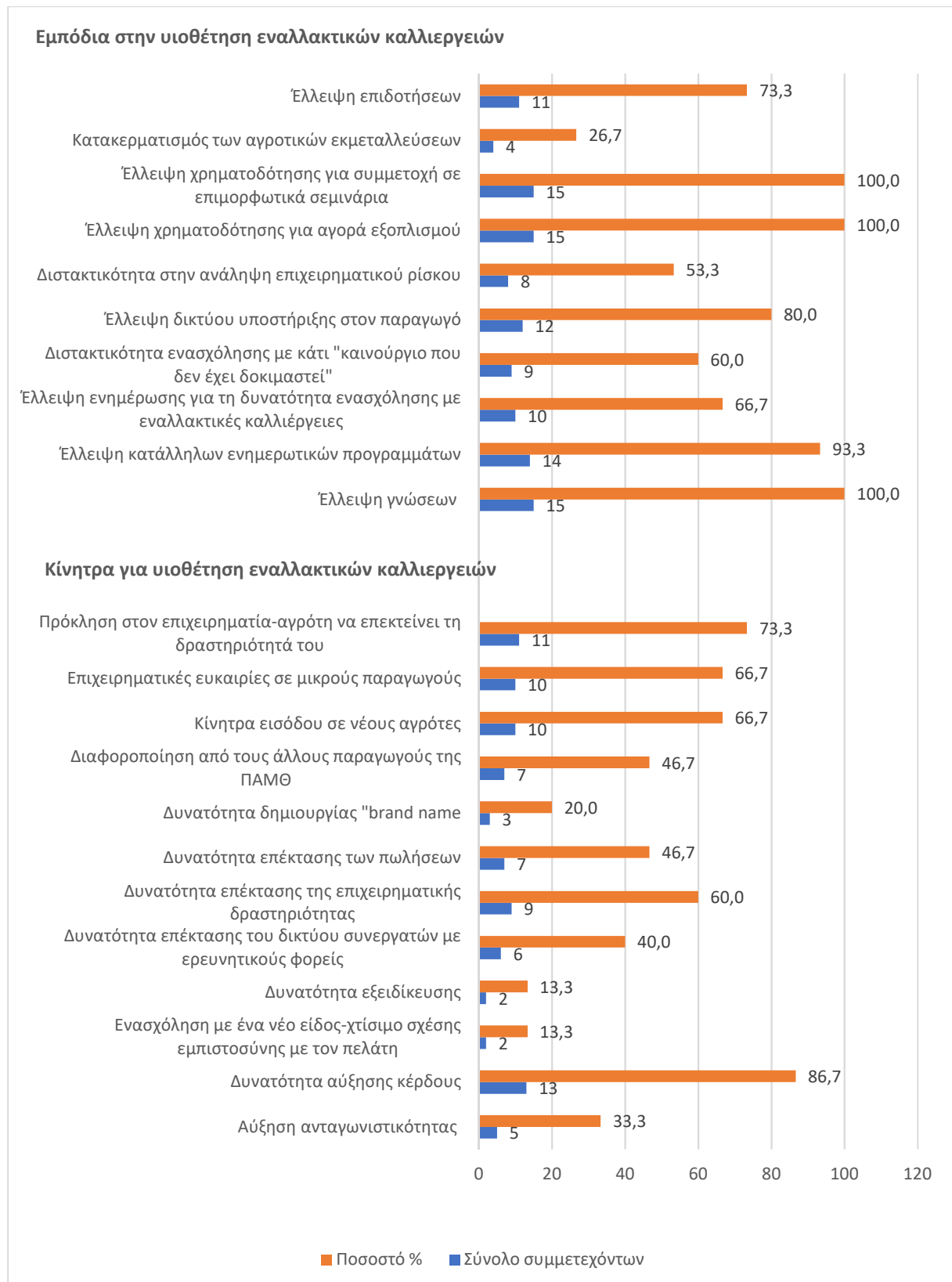
Σε ό,τι αφορά το είδος της εναλλακτικής καλλιέργειας για το οποίο υπάρχει επιχειρηματικό κίνητρο, το 46,7% στο σύνολο του δείγματος εξέφρασε ενδιαφέρον για την παραγωγή στέβιας (Σχήμα 4.6), ενώ το 40% έδειξε προτίμηση στην καλλιέργεια ροδιού, θεωρώντας την κατάλληλη επιλογή για την εκμετάλλευσή του. Επίσης, θετική ανταπόκριση υπήρξε για τις καλλιέργειες κινόα (33,3%), αρωματικών φυτών (26,7%), αρώνιας (26,7%), goji berry (20%), σμέουρων και μύρτιλων (13,3% έκαστη), και των υπόλοιπων υπερτροφών (6,7%) (Σχήμα 4.6). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφερθεί ότι ένας παραγωγός επιτραπέζιου σταφυλιού διευκρίνισε ότι θα τον ενδιέφερε να εντάξει στη γεωργική του εκμετάλλευση ως εναλλακτική καλλιέργεια μία νέα ποικιλία σταφυλιού, η οποία δεν καλλιεργείται στην ευρύτερη περιοχή.



**Σχήμα 4.6** Επιχειρηματικό ενδιαφέρον σε εναλλακτικά είδη καλλιέργειας (N=15)

Στο Σχήμα 4.7 παρουσιάζονται τα κίνητρα και τα εμπόδια υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών στην ΠΑΜΘ, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των συμμετεχόντων. Παρατηρούμε ότι η έλλειψη ενημέρωση είναι το σημαντικότερο εμπόδιο σύμφωνα με τις απόψεις όλων των ερωτηθέντων. Ειδικότερα, η έλλειψη γνώσεων και κατάλληλων ενημερωτικών προγραμμάτων και η έλλειψη χρηματοδότησης για συμμετοχή σε επιμορφωτικά σεμινάρια (100%, 93,3% και 100% αντίστοιχα) βάζουν φρένο στην προσπάθεια ένταξης μίας νέας, εναλλακτικής καλλιέργειας. Εξίσου αποτρεπτική θεωρείται για τους experts του κλάδου η απουσία ενός οργανωμένου δικτύου υποστήριξης στην παραγωγική διαδικασία (80%), και η μη ικανοποιητική επιδότηση/ενίσχυση (73,3%) συγκριτικά με τις συμβατικές καλλιέργειες. Παράλληλα οι μισοί περίπου συμμετέχοντες (53,3%) εξέφρασαν απροθυμία στην ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου, καθώς και διστακτικότητα σε ό,τι αφορά την ανάμειξή τους σε κάτι πρωτόγνωρο, που δεν έχει «δοκιμαστεί» στην περιοχή, και επομένως δεν υπάρχει το know-how. Επιπλέον, ο κατακερματισμός των αγροτικών εκμεταλλεύσεων δυσχεραίνει σε μεγάλο βαθμό τη στροφή σε νέα καλλιεργητικά είδη (26,7%).

Αντίθετα, η δυνατότητα αύξησης του κέρδους και η πρόκληση στον επιχειρηματία-αγρότη να επεκταθεί σε κάτι «καινούργιο» φαίνεται ότι αποτελούν τα σημαντικότερα κίνητρα για την ένταξη νέων καλλιεργειών/προϊόντων στο «χαρτοφυλάκιο» των αγροτικών δραστηριοτήτων της ΠΑΜΘ (86,7% και 73,3% αντίστοιχα). Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι σημαντικά ποσοστά των ερωτηθέντων θεώρησαν ως βασικά κίνητρα υιοθέτησης των εναλλακτικών καλλιεργειών την παροχή επιχειρηματικών ευκαιριών σε μικρούς παραγωγούς που δύσκολα μπορούν να ανταπεξέρθουν στον ανταγωνισμό στις παραδοσιακές, συμβατικές καλλιέργειες (66,7%), και τη δυνατότητα που δίνεται σε νέους να ενταχθούν τον πρωτογενή τομέα (66,7%). Παράλληλα, κίνητρα που έχουν να κάνουν με την επέκταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας φάνηκε να προσελκύουν το επενδυτικό ενδιαφέρον, αφού η διαφοροποίηση των παραγόμενων προϊόντων, η δυνατότητα επέκτασης των πωλήσεων και η ευκαιρία αύξησης της αφοσίωσης του πελάτη, ειδικά μετά το «χτίσιμο» ενός ισχυρού brand name, αξιολογήθηκαν ως αρκετά σημαντικά από τα μέλη του δείγματος.



Σχήμα 4.7 Κίνητρα και εμπόδια υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών (N=15)

Σύμφωνα με τον Σ13:

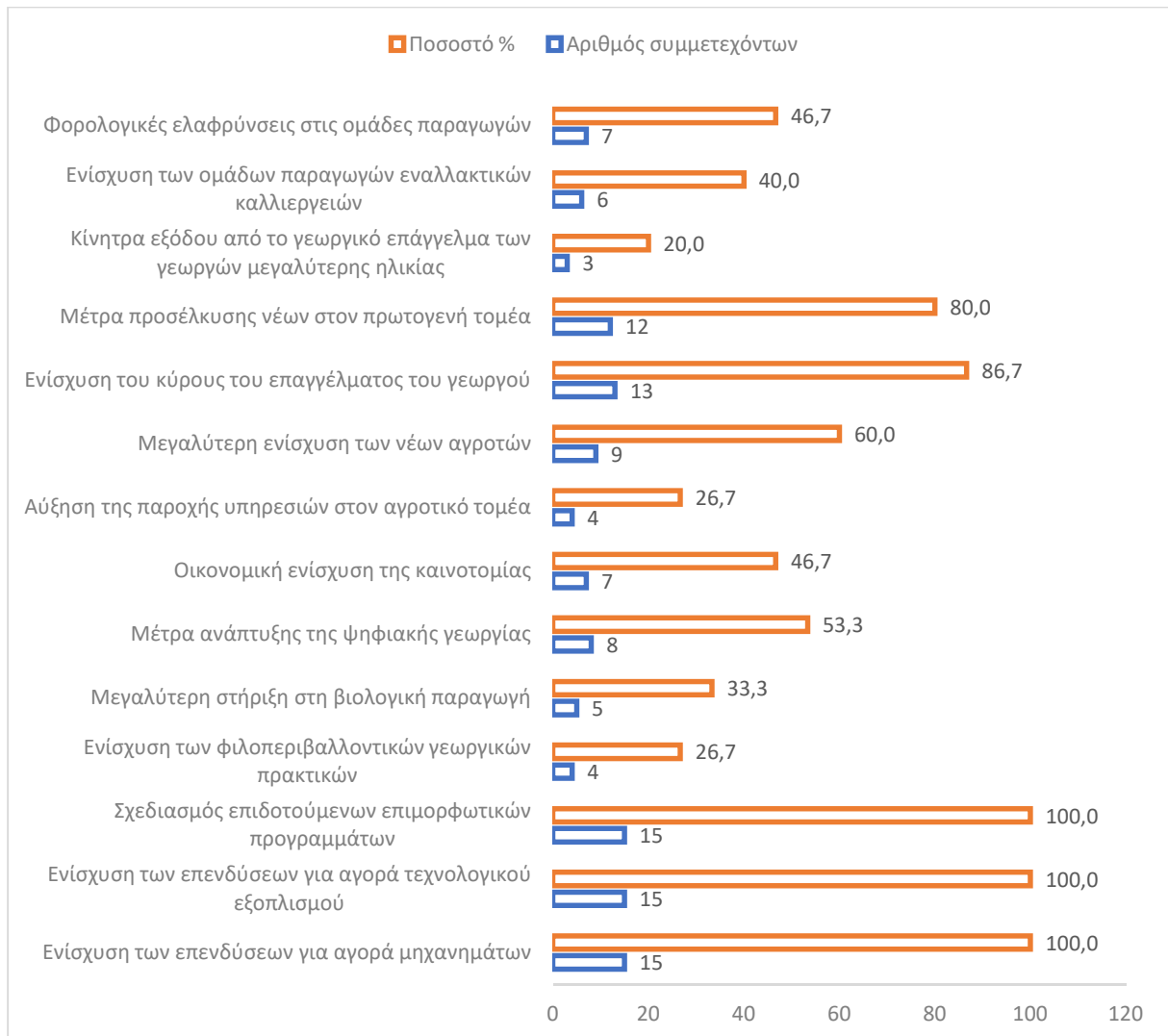
*«Στις συμβατικές καλλιέργειες τις περιοχής μας δεν μπορείς ούτε να ανταγωνιστείς ούτε να κάνεις κάτι παραπάνω. Υπάρχουν όμως προϊόντα, όπως τα σμέουρα, όπως κάποια αρωματικά φυτά, όπου μπορείς να χτίσεις όνομα»,*

ενώ ο Σ8 σχολίασε:

*«Σκέψου τι γίνεται με τη συγκεκριμένη επιχείρηση στην περιοχή μας (στο σημείο αυτό ο Σ8 αναφέρει την επωνυμία συγκεκριμένης επιχείρησης που δραστηριοποιείται στα αρωματικά φυτά). Δεν πουλάει μόνο το προϊόν, αλλά το συνδέει με έναν τρόπο ζωής. Κάνει γιορτές και φεστιβάλ στους χώρους της, μαζεύει κόσμο, ακούγεται το όνομά της. Και καλά κάνουν! Εγώ αυτό δεν μπορώ να το κάνω, και δεν έχει και νόημα για τα προϊόντα που πουλάω».*

Στην επόμενη ερώτηση ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να προτείνουν μέτρα πολιτικής και παρεμβάσεις για την ενίσχυση της ελκυστικότητας των εναλλακτικών καλλιεργειών. Το Σχήμα 4.8 παρουσιάζει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων και τα αντίστοιχα ποσοστά τους. Κατά πώς φαίνεται, η επιμόρφωση και η αγορά κατάλληλου εξοπλισμού είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που θα πρέπει να ενισχυθούν. Συνεπώς, ο σχεδιασμός επιδοτούμενων επιμορφωτικών προγραμμάτων (100%) και η ενίσχυση των επενδύσεων για αγορά τεχνολογικού και μηχανολογικού εξοπλισμού (100%) θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την κινητροποίηση των γεωργών της ΠΑΜΘ, ώστε να προβούν στην υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών.

Παράλληλα, μέτρα που θα ενισχύσουν το κύρος του γεωργικού επαγγέλματος (86,7%) και η αύξηση της οικονομικής ενίσχυσης των νέων αγροτών (60%) θα φέρουν συνδυαστικά «αλυσιδωτές αντιδράσεις» ώστε ο αγροτικός τομέας να αποτελέσει επιλογή για νέους και για νέες, που έτσι κι αλλιώς είναι πιθανότερο να στραφούν σε εναλλακτικά είδη καλλιέργειας, ποντάροντας στην καινοτομία και στα «φρέσκα», καινοτόμα προϊόντα (η οικονομική στήριξη της καινοτομίας έχει αναφερθεί ως απαραίτητο μέτρο για την ενίσχυση των εναλλακτικών καλλιεργειών από το 46,7% (Σχήμα 4.8). Δεδομένου ότι πολλά από τα θεωρούμενα ως «εναλλακτικά» προϊόντα παράγονται με πρακτικές βιολογικής γεωργίας, οι συμμετέχοντες τόνισαν την αναγκαιότητα στήριξης της βιολογικής παραγωγής (33,3%) και των φιλοπεριβαλλοντικών γεωργικών πρακτικών (26,7%) ως μέτρα/παρεμβάσεις πολιτικής για την προσέλκυση γεωργών της ΠΑΜΘ στις εναλλακτικές καλλιέργειες. Μέτρα στήριξης των ομάδων παραγωγών που επιθυμούν να εντάξουν εναλλακτικές καλλιέργειες, και γενικότερα φοροελαφρύνσεις στις ομαδικές πρωτοβουλίες έθεσαν ως απαραίτητες προϋποθέσεις οι συμμετέχοντες, επεξηγώντας ότι είναι αρκετά συχνό το φαινόμενο οι ομάδες να μοιράζονται τεχνολογικό και μηχανολογικό εξοπλισμό ή και άλλες καλλιεργητικές τεχνικές που απαιτούν τεχνογνωσία. Με τον τρόπο αυτό, η συμμετοχή σε μία ομάδα, πέραν της μείωσης του κόστους, μπορεί να αποτελέσει και δικλείδα ασφαλείας για τους ενδιαφερόμενους παραγωγούς.

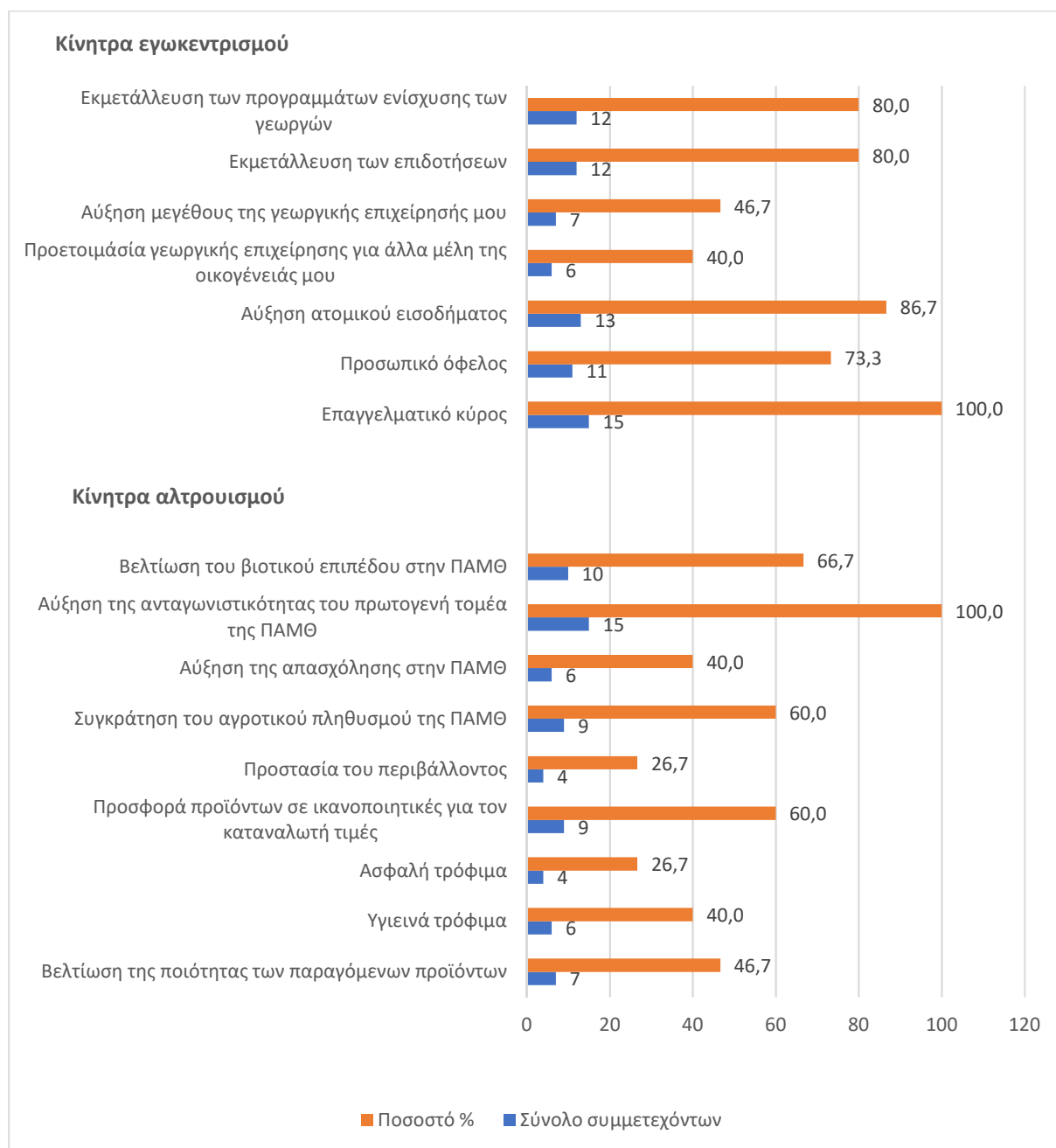


**Σχήμα 4.8** Μέτρα πολιτικής/παρεμβάσεις για ενίσχυση της ελκυστικότητας των εναλλακτικών καλλιεργειών (N=15)

Στο σημείο αυτό δε θα πρέπει να παραλειφθεί και ο κομβικός ρόλος της ψηφιακής γεωργίας, όπως ανέφεραν οι οκτώ από τους συμμετέχοντες (53,3%) (Σχήμα 4.8). Συνήθως τα προϊόντα των εναλλακτικών καλλιεργειών μπορούν να επιτύχουν υψηλή τιμή πώλησης και σταθερή αφοσίωση του καταναλωτικού κοινού. Η εκπαίδευση των γεωργών σε θέματα ψηφιακής γεωργίας θα μπορούσε να διευκολύνει σημαντικά την προώθηση και την πώληση της παραγωγής και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα της επωνυμίας της γεωργικής επιχείρησης, ακόμα και στις διεθνείς αγορές. Επίσης, η παροχή κινήτρων εξόδου από τον γεωργικό κλάδο στους παραγωγούς μεγαλύτερης ηλικίας θα έφερνε νέο σε ηλικία παραγωγικό κόσμο στην ΠΑΜΘ που θα μπορούσε να αναλάβει τη διαχείριση των εκμεταλλεύσεών τους και να τολμήσει να πάρει επιχειρηματικά ρίσκα στοχεύοντας στη βελτίωση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητάς (20%).

#### 4.4. Ενασχόληση με το επάγγελμα του γεωργού

Στο Σχήμα 4.8 συγκεντρώνονται τα κίνητρα ενασχόλησης με το επάγγελμα του γεωργού σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων.



**Σχήμα 4.9** Κίνητρα ενασχόλησης με το επάγγελμα του γεωργού για τους συμμετέχοντες (N=15)

Τα μεγαλύτερα ποσοστά συμφωνίας αντιστοιχούν σε κίνητρα εγωκεντρισμού, όπως η επίτευξη υψηλού επαγγελματικού κύρους (100%), η αύξηση του ατομικού εισοδήματος

(86,7%), και η εκμετάλλευση των προγραμμάτων ενίσχυσης των γεωργών και των επιδοτήσεων (80% και στα δύο προαναφερθέντα κίνητρα). Αντίθετα, η αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης και η προετοιμασία της γεωργικής εκμετάλλευσης για διαδοχή από νεότερα μέλη της οικογένειας του παραγωγού δε φαίνεται να αποτελούν κύρια στοιχεία της διαδικασίας κινητροποίησης (46,7% και 40% αντίστοιχα).

Σε ό,τι αφορά τα κίνητρα αλτρουισμού, αν και περισσότερα σε αριθμό, συγκέντρωσαν χαμηλότερα ποσοστά συμφωνίας. Πέραν της αύξησης της ανταγωνιστικότητας του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ (100%), που εκτός από το ωφελιμιστικό στοιχείο της αποκόμισης κερδών από την πλευρά του παραγωγού περικλείει, έστω και έμμεσα, τη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης στην Περιφέρεια (66,7%), τα κίνητρα αλτρουισμού, τα οποία ανέφερε σημαντικός αριθμός των συμμετεχόντων ήταν η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στην ΠΑΜΘ, και η αύξηση της απασχόλησης μέσω της προσέλκυσης νέων στο αγροτικό επάγγελμα. Επίσης, παράγοντες όπως η προστασία του περιβάλλοντος και η προσφορά υγιεινών τροφίμων που έχουν παραχθεί με όλες τις προδιαγραφές ασφαλείας θεωρήθηκαν από τα σημαντικότερα κίνητρα δραστηριοποίησης στον αγροτικό χώρο (26,7%, 40% και 26,7% αντίστοιχα).

Όπως χαρακτηριστικά σημείωσε ο Σ1:

*«Το να είσαι γεωργός δεν είναι επάγγελμα, είναι λειτούργημα. Στόχος μου είναι να προσφέρω καλό φαγητό σε όλους. Έχεις δει το ντοκιμαντέρ «,,,» (ο Σ1 ανέφερε συγκεκριμένο τίτλο γνωστού ντοκιμαντέρ για τον ρόλο της βιομηχανίας τροφίμων); Δεν θέλω να παράγω τέτοιο φαγητό. Δε με νοιάζει να πλουτίσω αν είναι να δώσω τέτοιο φαγητό στον κόσμο».*

## ΕΝΟΤΗΤΑ 5

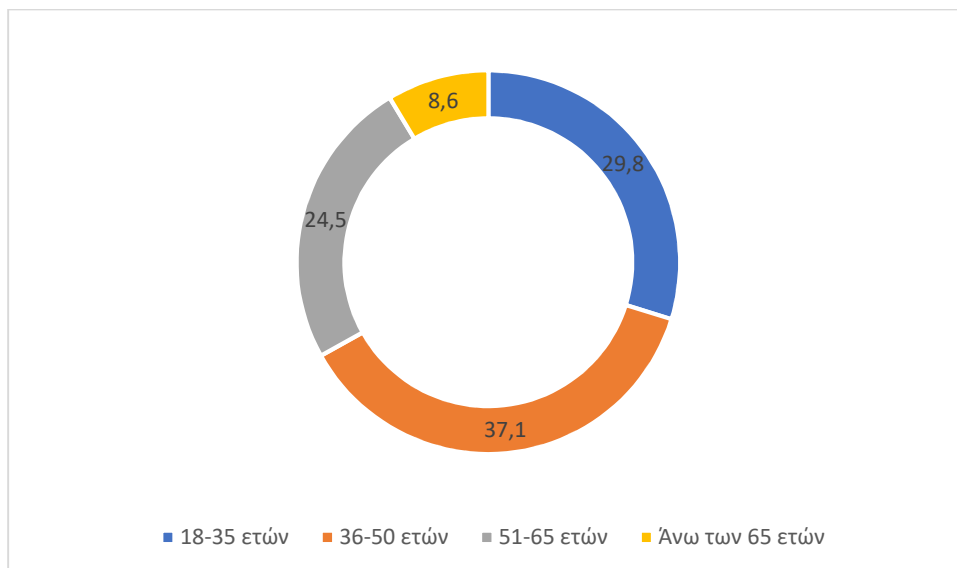
### ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

#### 5.1 Προφίλ συμμετεχόντων

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη στην περιοχή της ΠΑΜΘ με τη συμμετοχή 420 ενηλίκων καταναλωτών. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω ενός δομημένου ερωτηματολογίου που κατασκευάστηκε σύμφωνα με το πρότυπο των Google Forms και διανεμήθηκε ηλεκτρονικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε ιστότοπους. Απαραίτητη προϋπόθεση συμμετοχής πέραν του κατώτατου ηλικιακού ορίου των 18 ετών ήταν η μόνιμη κατοικία σε κάποια από τις Περιφερειακές Ενότητες της ΠΑΜΘ, ενώ υπήρξε διαβεβαίωση σε όλους τους ενδιαφερόμενους ότι η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν ανώνυμη και δε θα γινόταν καμία καταγραφή προσωπικών στοιχείων. Από την εισαγωγική σελίδα του ερωτηματολογίου οι ενδιαφερόμενοι ενημερώθηκαν ότι η αποδοχή της συμπλήρωσης του αυτόματα συμπεριλάμβανε και τη δήλωση συγκατάθεσης της συμμετοχής τους στην έρευνα. Για να αποφευχθεί η κόπωση των συμμετεχόντων δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στη σαφήνεια των ερωτήσεων και στη συντομία των απαντήσεων, ώστε η χρονική διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου να μην ξεπερνά τα 15 min.

Στο δείγμα συμμετείχαν 248 γυναίκες σε ποσοστό 58,9% του συνόλου και 172 άντρες σε ποσοστό 40,9% του συνόλου. Σε ό,τι αφορά την ηλικιακή κατανομή του δείγματος, την πλειοψηφία είχαν οι ενήλικες 36-50 ετών σε ποσοστό 37,1%. Οι συμμετέχοντες ηλικίας 18-35 ετών και 51-65 ετών κάλυπταν το 29,8% και το 24,5% του συνόλου αντίστοιχα, ενώ το 8,6% εκπροσωπούσαν ερωτηθέντες άνω των 65 ετών (Σχήμα 5.1). Ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης, το 29,7% του συνόλου δήλωσε το απολυτήριο λυκείου ως τον ανώτερο τίτλο σπουδών, και το 36,3% ανέφερε πτυχίο από πανεπιστημιακό ίδρυμα. Σημαντικό είναι και το ποσοστό των συμμετεχόντων με μεταπτυχιακές σπουδές, καλύπτοντας το 20% του συνόλου (μεταπτυχιακός τίτλος σπουδών, διδακτορικό δίπλωμα) (Πίνακας 5.1.).

Ο Πίνακας 5.2 παρουσιάζει αναλυτικά την επαγγελματική ενασχόληση των συμμετεχόντων. Το μεγαλύτερο ποσοστό, γύρω στο 35%, αποτελούνταν από ιδιωτικούς υπαλλήλους, ενώ ακολουθούσαν οι δημόσιοι υπάλληλοι και οι φοιτητές/σπουδαστές σε ποσοστό 29,2% και 17,1% αντίστοιχα, και οι ελεύθεροι επαγγελματίες σε ποσοστό 8,1%. Επίσης, το 6,2% των ερωτηθέντων ήταν άνεργοι και χωρίς σταθερή/μόνιμη εργασία, και το 3,1% του συνόλου περιλάμβανε συμμετέχοντες που είχαν αναλάβει τη φροντίδα του νοικοκυριού τους (γυναίκες κατά πλειοψηφία). Μόλις το 1,4% αποτελούνταν από συνταξιούχους, γεγονός που ήταν αναμενόμενο δεδομένης της χαμηλής συμμετοχής ενηλίκων μεγαλύτερης ηλικίας και ηλικιωμένων στην παρούσα έρευνα. Σε ό,τι αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων, το 17,3% δήλωσε ότι έχει συντροφική σχέση χωρίς συμβίωση, σε αντίθεση με το 9,3% που συμβιώνει στη σχέση του και το 36,8% που συζεί στο πλαίσιο ενός γάμου. Αναλυτικά η οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων δίνεται στον Πίνακα 5.3.



Σχήμα 5.1. Ηλικιακή κατανομή του δείγματος (N=420)

Πίνακας 5.1 Επίπεδο εκπαίδευσης συμμετεχόντων (N=420)

Επίπεδο εκπαίδευσης	Ποσοστό %
Δημοτικό σχολείο	0,5
Γυμνάσιο	1,9
Λύκειο	29,7
ΙΕΚ-Ανώτερη Σχολή	11,4
Πτυχίο πανεπιστημίου	36,3
Μεταπτυχιακό δίπλωμα	17,6
Διδακτορικό	2,4

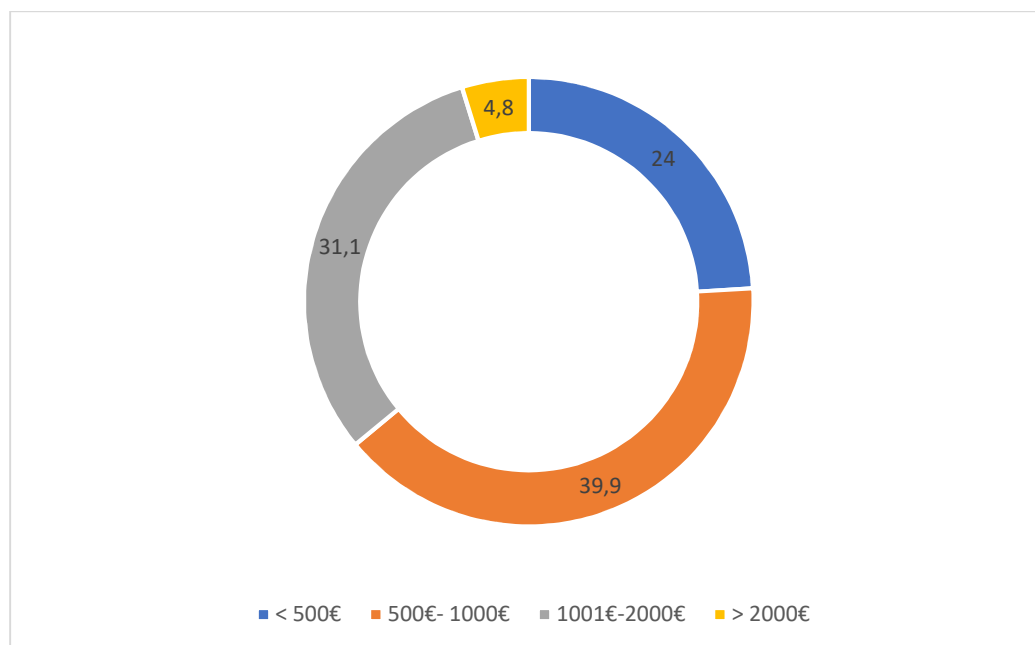
Πίνακας 5.2 Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων (N=420)

Επαγγελματική κατάσταση	Ποσοστό %
Άνεργος/-η	6,2
Δημόσιος Υπάλληλος	29,2
Ελεύθερος Επαγγελματίας	8,1
Ιδιωτικός Υπάλληλος	34,7
Οικιακά	3,1
Συνταξιούχος	1,4
Φοιτητής/-τρια	17,1

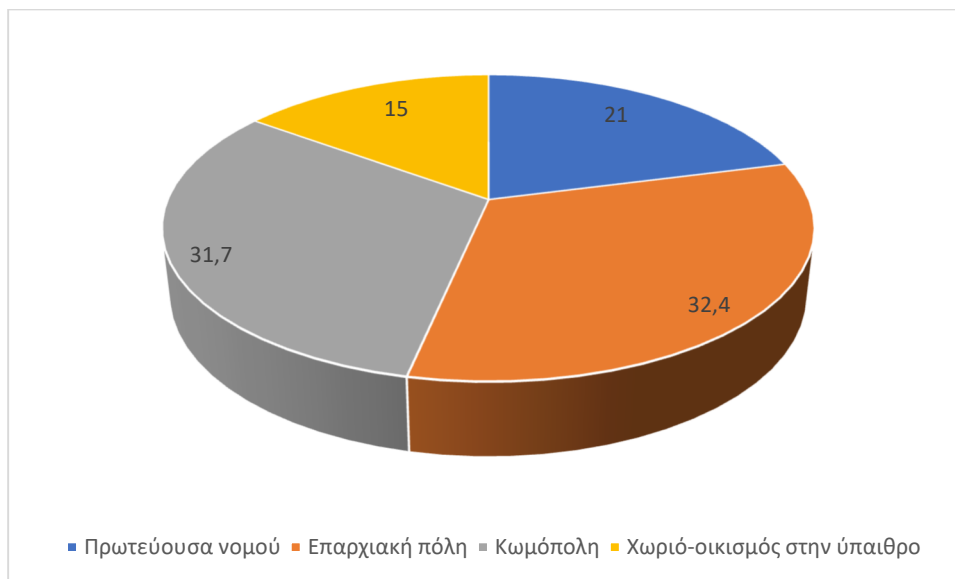
**Πίνακας 5.3** Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων (N=420)

Οικογενειακή κατάσταση	Ποσοστό %
Άγαμος – η	33,0
Διαζευγμένος – η	3,1
Παντρεμένος – η	36,8
Σε σχέση με συμβίωση	9,3
Σε σχέση χωρίς συμβίωση	17,3
Χήρος-η	0,2

Σχετικά με το καθαρό μηνιαίο ατομικό διαθέσιμο εισόδημα, το 24% του συνόλου δήλωσε ότι δεν υπερβαίνει τα 500 Ευρώ, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό κάλυπταν οι συμμετέχοντες με μηνιαίο ατομικό εισόδημα από 500-1000 Ευρώ. Το Σχήμα 5.2 παρουσιάζει την κατανομή του καθαρού μηνιαίου ατομικού εισοδήματος των συμμετεχόντων. Σε ερώτηση που αφορούσε τον τόπο μόνιμης κατοικίας των μελών του δείγματος, το 32,4% ανέφερε κάποια επαρχιακή πόλη της ΠΑΜΘ και το 31,7% κάποια μικρότερη κωμόπολη της περιοχής. Μικρότερα ήταν τα ποσοστά, 21% και 15% αντίστοιχα που δήλωσαν ως τόπο μόνιμης κατοικίας κάποια από τις πρωτεύουσες των Περιφερειακών Ενοτήτων της ΠΑΜΘ ή κάποια μικρότερη αγροτική κοινότητα αντίστοιχα. Το μέγεθος του νοικοκυριού κυμαίνονταν από 1 έως 7 άτομα με μέση τιμή ίση με 2,44 και τυπική απόκλιση ίση με 1,334.



**Σχήμα 5.2** Καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα συμμετεχόντων (N=420)



**Σχήμα 5.3** Τόπος μόνιμης κατοικίας των μελών του δείγματος (N=420)

## 5.2 Διατροφικές συνήθειες, καταναλωτική και αγοραστική συμπεριφορά

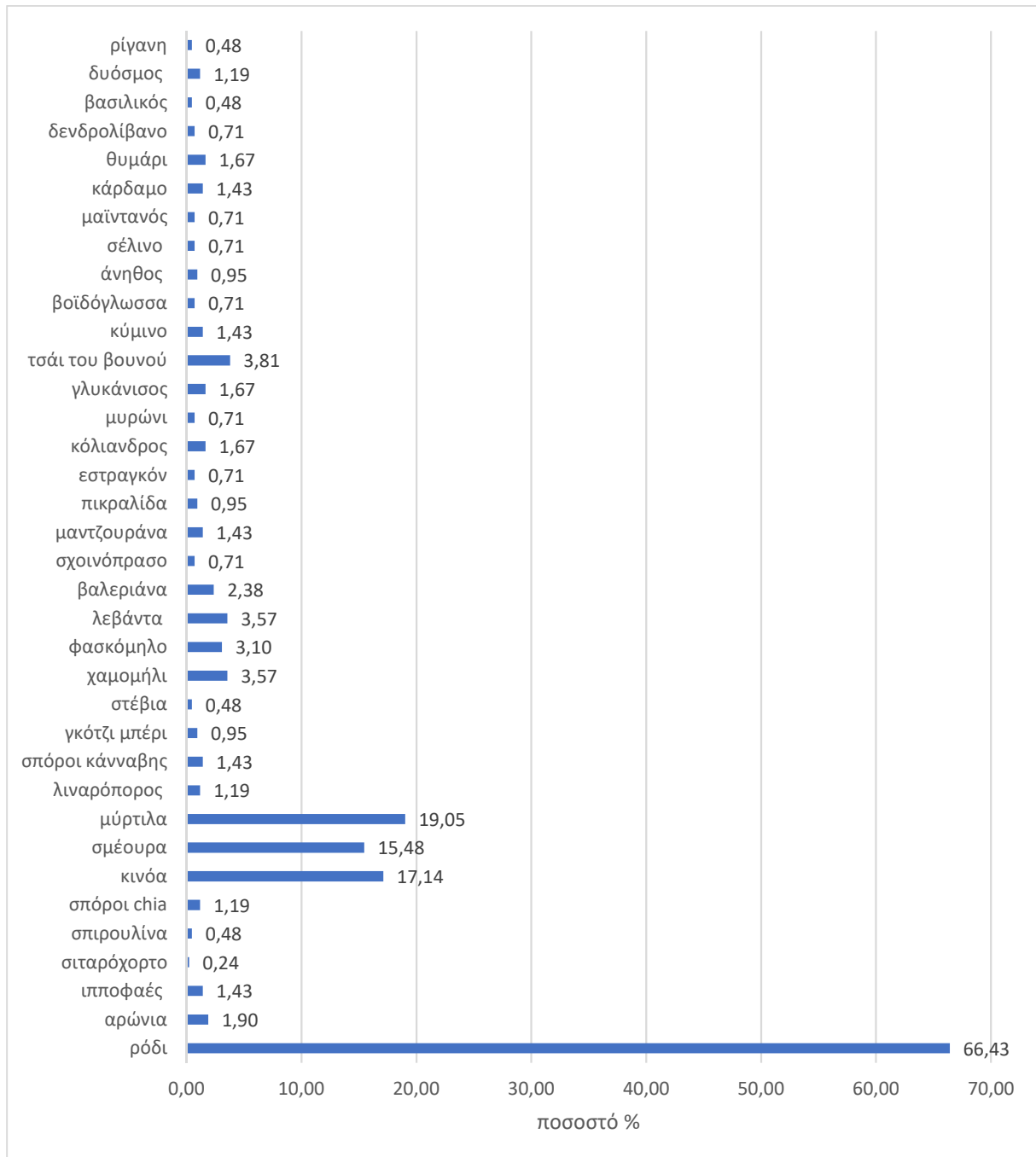
Από μία διευρυμένη λίστα (Πίνακας 5.4) που περιλάμβανε αγροδιατροφικά προϊόντα «εναλλακτικών» καλλιεργειών ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να δηλώσουν ποια από αυτά καταναλώνουν ή έχουν καταναλώσει έστω και περιστασιακά. Τα προϊόντα της λίστας αφορούσαν γνωστά και λιγότερο γνωστά είδη αρωματικών φυτών και υπερτροφών για τα οποία υπάρχει έντονο καλλιεργητικό ενδιαφέρον από πλευράς παραγωγών, αλλά έντονο καταναλωτικό ενδιαφέρον λόγω της υψηλής θρεπτικής τους αξίας. Όπως ήταν αναμενόμενο, το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώθηκε σε γνωστά και δημοφιλή αρωματικά φυτά που χρησιμοποιούνται και στο μαγείρεμα. Έτσι, ο βασιλικός (92,14%), η ρίγανη (94,29%), ο δυόσμος (90%), ο μαϊντανός (98,10%), ο άνηθος (86,90%), το σέλινο (60,95%), το θυμάρι (53,10%), το τσάι του βουνού (95,71%), το χαμομήλι (92,14%), και το φασκόμηλο (47,14%) συγκέντρωσαν τα υψηλότερα ποσοστά. Σε αντίθεση, πολλοί λιγότεροι ήταν οι συμμετέχοντες που ανέφεραν έστω και περιστασιακή κατανάλωση σε αρωματικά φυτά, όπως το κύμινο, η βαλεριάνα, η μαντζουράνα, η λεβάντα και ο κόλιανδρος, ενώ στα λιγότερο δημοφιλή μυρνώι, σχοινόπρασο, πικραλίδα, εστραγκόν, γλυκάνισος και βοϊδόγλωσσα δηλώθηκε μηδενική κατανάλωση. Παρά τη μεγάλη αύξηση των προϊόντων που έχουν αντικαταστήσει τη ζάχαρη και τις γλυκαντικές ουσίες με στέβια, και την προώθηση της ως μία πιο «υγιεινή» και «φυσική» γλυκαντική ουσία, σχετικά χαμηλό ήταν το ποσοστό που ανέφερε την κατανάλωσή της (13,10%). Από τις υπερτροφές, η πιο δημοφιλής αναδείχτηκε το ρόδι, αφού το 70,71% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι το καταναλώνει, ή το έχει αγοράσει έστω και περιστασιακά, ακολουθούμενο από το κινόα (7,62%), τα σμέουρα (6,90%), τα μύρτιλα (5,71%), τα γκότζι μπερί (5,48%), την αρώνια (4,52%), τη σπιρουλίνα (3,57%) και το ιπποφάες (2,14%).

**Πίνακας 5.4** Κατανάλωση αρωματικών φυτών και υπερτροφών (N=420)

Προϊόντα	Αριθμός ερωτηθέντων	Ποσοστό %
ρόδι	297	70,71
αρόνια	19	4,52
ιπποφαές	9	2,14
σιταρόχορτο	2	0,48
σπιρουλίνα	15	3,57
σπόροι chia	14	3,33
κινόα	32	7,62
σμέουρα	29	6,90
μύρτιλα	24	5,71
λιναρόπορος	5	1,19
σπόροι κάνναβης	6	1,43
γκότζι μπέρι	23	5,48
στέβια	55	13,10
χαμομήλι	387	92,14
φασκόμηλο	198	47,14
λεβάντα	34	8,10
βαλεριάνα	30	7,14
σχοινόπρασο	2	0,48
μαντζουράνα	13	3,10
πικραλίδα	0	0,00
εστραγκόν	0	0,00
κόλιανδρος	12	2,86
μυράνι	0	0,00
γλυκάνισος	0	0,00
τσάι του βουνού	402	95,71
κύμινο	123	29,29
βοϊδόγλωσσα	0	0,00
άνηθος	365	86,90
σέλινο	256	60,95
μαϊντανός	412	98,10
κάρδαμο	95	22,62
θυμάρι	223	53,10
δενδρολίβανο	198	47,14
βασιλικός	387	92,14
δυόσμος	378	90,00
ρίγανη	396	94,29

Σχετικά με την προθυμία ένταξης στη διατροφή προϊόντων «εναλλακτικών» καλλιεργειών, δόθηκε η ίδια διευρυμένη λίστα στους συμμετέχοντες, ζητώντας τους να σημειώσουν ποιες από τις υπερτροφές και ποια από τα αρωματικά φυτά θα επιθυμούσαν να καταναλώνουν και/ή να αγοράζουν σε συστηματική βάση. Παρόλο που στην προηγούμενη ερώτηση που αφορούσε τις υφιστάμενες διατροφικές συνήθειες και επιλογές το ενδιαφέρον των καταναλωτών στράφηκε κυρίως στα αρωματικά φυτά, στην προθυμία συστηματικής κατανάλωσης τα μεγαλύτερα

ποσοστά συγκέντρωσαν οι υπερτροφές, υποδεικνύοντας με αυτόν τον τρόπο τις αλλαγές που σημειώνονται στα διατροφικά πρότυπα, αλλά και την προτίμηση που παρατηρείται σε προϊόντα με υψηλή διατροφική αξία. Η τροφή που επιλέχτηκε από την πλειοψηφία των καταναλωτών σε ποσοστό 66,43% είναι το ρόδι, ενώ ακολουθούν σε αρκετά χαμηλότερα ποσοστά τα μύρτιλα (19,05%), το κινόα (17,14%) και τα σμέουρα (15,48%) (Σχήμα 5.4).



Σχήμα 5.4 Επιλογή προϊόντων για συστηματική αγορά/κατανάλωση (N=420)

Σε μικρότερο ποσοστό οι ερωτώμενοι εξέφρασαν την προθυμία συστηματικής κατανάλωσης/αγοράς αρώνιας (1,90%), ιπποφαούς (1,43%), σπόρων κάνναβης (1,43%), σπόρων chia (1,19%) και λιναρόσπορου (1,19%). Λίγοι ήταν οι συμμετέχοντες που έδειξαν προτίμηση σε υπερτροφές όπως τα γκότζι μπέρι, η σπιρουλίνα και το σιταρόχορτο (Σχήμα 5.4). Παρόλο που η στέβια τα τελευταία χρόνια έχει κατακλύσει την ελληνική αγορά και σε αρκετά προϊόντα η βιομηχανία τροφίμων έχει αντικαταστήσει τη ζάχαρη και τις λοιπές γλυκαντικές ουσίες με τη στέβια, πολύ χαμηλό ήταν το ποσοστό των καταναλωτών που επέλεξε να καταναλώσει στέβια συστηματικά. Πιθανόν το γεγονός αυτό να οφείλεται στην πληθώρα δημοσιευμάτων στον έντυπο τύπο και σε ιστοσελίδες που ανέφεραν μελέτες του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας σχετικά με την καταλληλότητα και τη ασφάλεια των γλυκαντικών ουσιών κατά το χρονικό διάστημα διεκπεραίωσης της παρούσας έρευνας. Στις προαναφερθείσες μελέτες γινόταν εκτενής αναφορά στις παρενέργειες και την επικινδυνότητα των τεχνητών γλυκαντικών ουσιών, οπότε ίσως δημιουργήθηκε μία ασαφής εικόνα στους καταναλωτές για την ασφάλεια της στέβιας, παρόλο που δε συγκαταλέγεται στα τεχνικά γλυκαντικά.

Σε ό,τι αφορά τα αρωματικά φυτά, το ενδιαφέρον των καταναλωτών φαίνεται να στρέφεται σε αρκετά προϊόντα, με μεγαλύτερα ποσοστά να καταγράφονται στο τσάι του βουνού (3,81%), στη λεβάντα (3,57%), στο χαμομήλι (3,57%), στο φασκόμηλο (3,10%) και στη βαλεριάνα (2,38%). Στο σημείο αυτό θα πρέπει να επεξηγηθεί ότι ενώ στις υπερτροφές υπάρχει μία πιο ολοκληρωμένη κατάταξη βάσει της προσέλκυσης ενδιαφέροντος από τους καταναλωτές, στα αρωματικά φυτά η εικόνα που παρουσιάζεται είναι πιο συγκεχυμένη. Δηλαδή ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό, όπως φαίνεται και στο Σχήμα 5.5, γύρω στο 35% του συνόλου, εξέφρασε την επιθυμία να εντάξει συστηματικά στη δίαιτά του τα αρωματικά φυτά, αποδεικνύοντας ότι παρόλο που ο μεγάλος αριθμός των διαφορετικών επιλογών μπορεί να «μπερδέψει» τους καταναλωτές, υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για προϊόντα που κατά παράδοση έχουν σημαντική θέση στην ελληνική διατροφή. Στο Σχήμα 5.5 συνοψίζονται τα κυριότερα προϊόντα, τα οποία προτιμήθηκαν από τους συμμετέχοντες κρίνοντάς τα ως τα καταλληλότερα για να εντάξουν στη διατροφική ρουτίνα τους.

Η επόμενη ερώτηση αφορούσε την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για τα αρωματικά φυτά και τις υπερτροφές της προαναφερθείσας διευρυμένης λίστας που οι καταναλωτές είχαν εκφράσει επιθυμία να τα εντάξουν συστηματικά στο διαιτολόγιό τους. Οι συμμετέχοντες είχαν να διαλέξουν μεταξύ τεσσάρων επιλογών: α) άρνηση πληρωμής υψηλότερης τιμής από την υφιστάμενη, β) πληρωμής υψηλότερης τιμής έως και 5% επί της αρχικής, γ) προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής από 5-10% επί της αρχικής, και δ) προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής άνω του 10% επί της αρχικής. Τόσο για τα αρωματικά φυτά, όσο και για τις υπερτροφές οι συμμετέχοντες απάντησαν αρνητικά σε οποιαδήποτε αύξηση της τιμής. Εξάιρεση αποτέλεσε το ρόδι για το οποίο το 47,9% του συνόλου των ερωτηθέντων (έναντι του 66,4% του συνόλου που εκδήλωσε ενδιαφέρον συστηματικής κατανάλωσης/αγοράς ροδιού) ανέφερε ότι θα ήταν διατεθειμένο να πληρώσει έως και 5% υψηλότερη τιμή αγοράς.

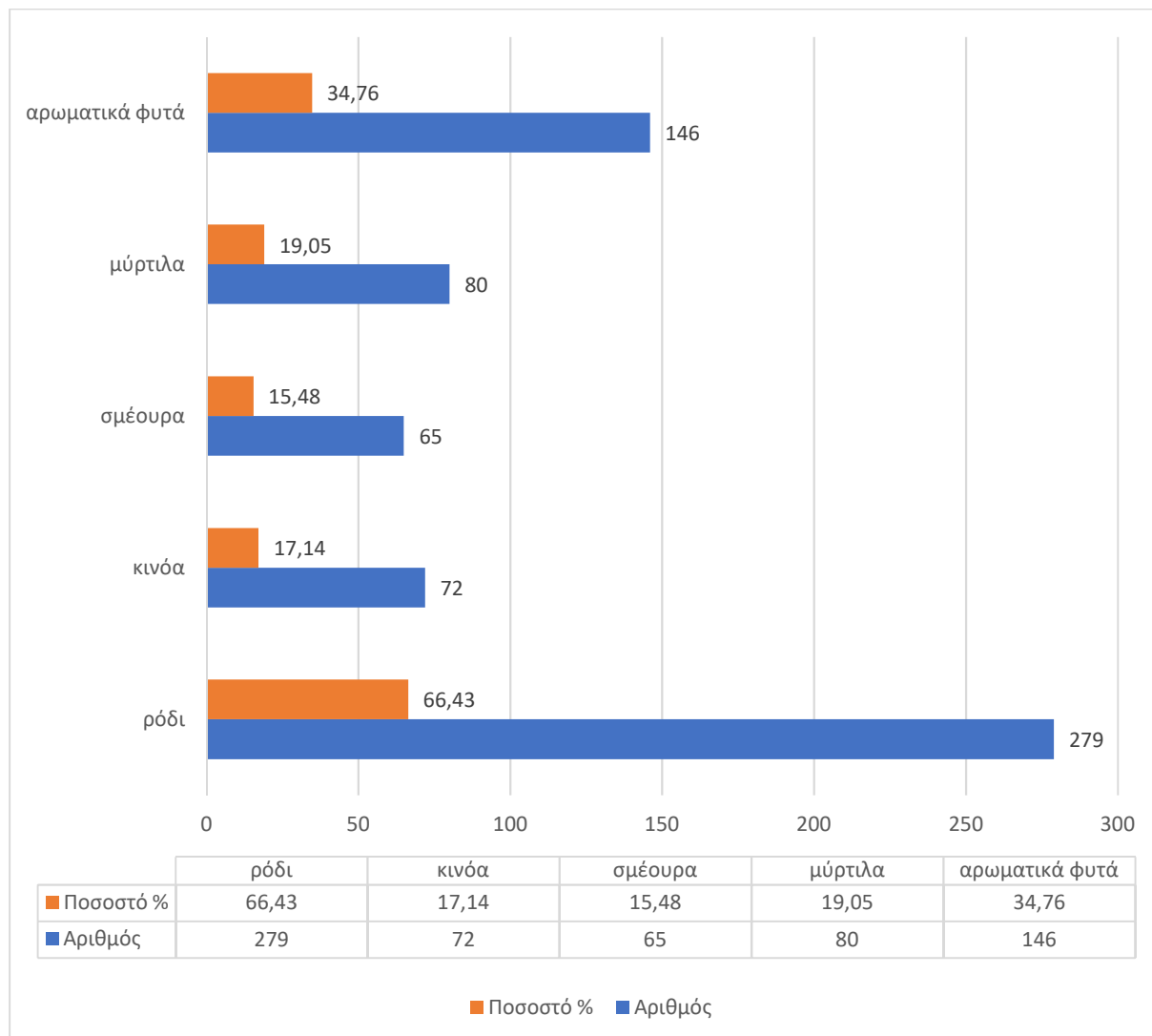
### **5.3 Στάσεις και απόψεις καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις και την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων**

#### **5.3.1 Αποτελέσματα περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης**

Στην παρούσα υποενότητα θα γίνει εκτενής αναφορά στις στάσεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις/επιλογές και τις αντιδράσεις τους απέναντι στις τεχνολογικές εξελίξεις και την καινοτομία που έχει λάβει χώρα τα τελευταία χρόνια τόσο στον πρωτογενή τομέα όσο και στη μεταποιητική βιομηχανία τροφίμων. Μέσω μίας πολυθεματικής μεταβλητής πενταβάθμιας κλίμακας τύπου Likert ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να εκφράσουν τον βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας σε μία σειρά 32 μεμονωμένων δηλώσεων (Πίνακας 5.5). Από τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης, όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.5 παρατηρούμε ότι είναι αντιληπτές οι μεταβολές που έχουν γίνει τόσο στις διατροφικές συνήθειες όσο και στον τομέα των τροφίμων. Συγκεκριμένα το 53,8% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι κατανοεί τις αλλαγές στις διατροφικές ανάγκες που έχουν προκύψει, υποστηρίζοντας σε ποσοστό 66,1% ότι ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει αλλάξει τις διατροφικές προτιμήσεις, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία σε ποσοστά 54% και 68,6% αντίστοιχα τόνισε ότι φροντίζει να ενημερώνεται πάνω σε θέματα διατροφής και υπάρχει ολοένα αυξανόμενο ενδιαφέρον από τους σύγχρονους καταναλωτές για το τι «βάζουν στο τραπέζι» τους. Επίσης το 61,1% των συμμετεχόντων ανέφερε ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει βελτιώσει την ποιότητα των προϊόντων, κάτι που όπως φαίνεται επικροτείται δεδομένου ότι το 62,1% δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ποιότητα των τροφίμων που καταναλώνει.

Σχετικά με τη διατροφική συμπεριφορά των ερωτηθέντων, ένα μεγάλο ποσοστό των μελών του δείγματος ανέφερε ότι δίνει μεγάλη σημασία στις σωστές διατροφικές επιλογές και συνήθειες (59,1%) και θεωρεί ότι τρέφεται υγιεινά (62,1%), δείχνοντας προτίμηση στην κατανάλωση βιολογικών φρούτων και λαχανικών (50%). Οι περισσότεροι συμμετέχοντες φάνηκαν πεπεισμένοι ότι η σωστή διατροφή βελτιώνει την ποιότητα ζωής (69%) και στηρίζουν τα τοπικά προϊόντα της ΠΑΜΘ, θεωρώντας τα πιο υγιεινά από εκείνα που παράγονται σε άλλες γεωγραφικές περιοχές (76,7%) (Πίνακας 5.5).

Σε ό,τι αφορά την αποδοχή νέων γεύσεων και γαστρονομικών προτύπων, το 55,3% και το 45,7% αντίστοιχα των συμμετεχόντων δήλωσε ότι δε διστάζει να δοκιμάσει νέες γεύσεις και θεωρεί τα καινούργια τρόφιμα που βγαίνουν στην αγορά ασφαλή, ενώ το 59,1% και το 44,5% του συνόλου αντίστοιχα φάνηκε «ανοικτό» σε έθνικ γαστρονομικές εμπειρίες και σε νέα πιάτα, ειδικά όταν ταξιδεύει. Παρ' όλα αυτά, υπάρχει μία συγκεχυμένη εικόνα σχετικά με τα καινούργια (καινοτόμα) προϊόντα που έχουν εισαχθεί στην αγορά, με σχετικά υψηλά ποσοστά των καταναλωτών να δείχνουν ότι δεν είναι σε θέση να κρίνουν το κατά πόσο υγιεινά είναι (33,6%) και κατά πόσο η τεχνολογική εξέλιξη στη βιομηχανία τροφίμων έχει βελτιώσει την ανθρώπινη διατροφή (35,2%). Επίσης αρκετά σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων έδειξε ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο ως προς τη στήριξη μικροπαραγωγών και μικροεπιχειρηματιών, αναφέροντας ότι προτιμά να αγοράζει τρόφιμα από μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις (43,6%) και αγροτικά προϊόντα που προέρχονται από απομακρυσμένες περιοχές (37,3%), παρόλο που φάνηκε να αγνοεί τη σήμανση δικαίου και αλληλέγγυου εμπορίου στα τρόφιμα (47,4%).



**Σχήμα 5.5** Κύριες κατηγορίες προϊόντων που επιλέχθηκαν προς συστηματική αγορά/κατανάλωση (N=420)

Παράλληλα, εντυπωσιακά υψηλά είναι τα ποσοστά των συμμετεχόντων που εμφανίζουν δυσπιστία ως προς τη λειτουργία και την αποτελεσματικότητα των ελέγχων στη βιομηχανία τροφίμων. Συγκεκριμένα το 62,4% του συνόλου δείχνει πεπεισμένο ότι το σύστημα ελέγχου είναι ανεπαρκές, θεωρώντας ότι στην προσπάθεια επίτευξης κέρδους, η βιομηχανία τροφίμων είναι πολύ πιθανό να «κάνει εκπτώσεις» σε θέματα ασφάλειας των παραγόμενων προϊόντων (51%). Περιστατικά που έχουν γίνει γνωστά στο κοινό και έχουν συνδεθεί με προσπάθεια εξαπάτησης των καταναλωτών από τη βιομηχανία τροφίμων έχουν κλονίσει την εμπιστοσύνη του 64,5% των συμμετεχόντων. Επιπλέον σημαντικά ποσοστά των ερωτηθέντων φάνηκε να μην έχουν ολοκληρωμένη άποψη για την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών στη γεωργία (34,8%), υποστηρίζοντας ότι δεν υπάρχει ικανοποιητικός αριθμός επιστημονικών μελετών που να εγγυώνται την καταλληλότητά τους (31,7%), και ως εκ τούτου υπάρχει το ενδεχόμενο να επιβαρύνουν τη δημόσια υγεία (38,3%) (Πίνακας 5.5).

**Πίνακας 5.5** Απόψεις καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες, τις διατροφικές προτιμήσεις και τις εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων (N=420)

Δηλώσεις	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει οι διατροφικές ανάγκες	7,6	25,5	13,1	33,1	20,7
Ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει αλλάξει τις διατροφικές προτιμήσεις	13,1	6,4	14,3	29,0	37,1
Προτιμώ τα τρόφιμα που παράγονται από μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις	23,3	11,7	21,4	34,3	9,3
Τα καινούργια (καινοτόμα) τρόφιμα είναι και πιο υγιεινά	22,9	6,4	33,6	27,6	9,5
Προτιμώ να αγοράζω αγροτικά προϊόντα που προέρχονται από απομακρυσμένες περιοχές	25,5	18,3	18,8	27,1	10,2
Θεωρώ ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας στη βιομηχανία τροφίμων έχει βελτιώσει τη διατροφή μας	20,5	7,4	35,2	30,2	6,7
Προτιμώ να αγοράζω καινούργια τρόφιμα (καινοτόμα)	21,7	4,5	36,2	32,1	5,5
Θεωρώ ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει βελτιώσει την ποιότητα των τροφίμων	8,3	3,3	27,1	37,1	24,0
Προσέχω στις ετικέτες των τροφίμων που αγοράζω αν έχουν τη σήμανση δικαίου και αλληλέγγυου εμπορίου	27,9	19,5	25,0	24,0	3,6
Διστάζω να δοκιμάσω νέες γεύσεις	21,7	33,6	6,4	27,9	10,5
Η έθνικ κουζίνα είναι πολύ «περίεργη» για τα γούστα μου	34,3	24,8	20,0	16,4	4,5
Τα καινούργια τρόφιμα που βλέπω στο σουπερμάρκετ μου δημιουργούν ανασφάλεια	31,2	16,9	35,5	10,7	5,7
Δίνω μεγάλη σημασία στη σωστή διατροφή	14,8	9,0	17,1	26,7	32,4
Φροντίζω να ενημερώνομαι πάνω σε θέματα διατροφής	15,7	12,1	18,1	26,4	27,6
Όταν ταξιδεύω αποφεύγω να δοκιμάσω τοπικά πιάτα/γεύσεις	28,8	15,7	35,5	15,5	4,5
Προτιμώ να αγοράζω βιολογικά φρούτα/λαχανικά	17,6	13,8	18,6	22,4	27,6
Με τόσα καινούργια προϊόντα στα σουπερμάρκετ δυσκολεύομαι να κάνω τις αγορές μου	25,2	11,4	34,3	25,0	4,0

Θεωρώ ότι αρκετές φορές η σήμανση της βιολογικής παραγωγής στα προϊόντα είναι παραπλανητική	26,0	9,5	35,2	22,1	7,1
Θεωρώ ότι τρέφομαι υγιεινά	13,8	6,0	18,1	31,4	30,7
Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον από τους καταναλωτές πάνω σε θέματα διατροφής	10,2	6,4	14,8	45,0	23,6
Η σωστή διατροφή βελτιώνει την ποιότητα ζωής	8,1	4,8	18,1	38,8	30,2
Στη σημερινή εποχή θεωρώ ότι τα τρόφιμα δεν είναι ασφαλή	14,8	5,0	30,7	34,5	15,0
Πιστεύω ότι το σύστημα ελέγχου της βιομηχανίας τροφίμων είναι ανεπαρκές	11,2	6,7	19,8	45,7	16,7
Τα τρόφιμα που παράγονται στην περιοχή μου είναι πιο υγιεινά	6,7	5,0	11,7	34,8	41,9
Δεν εμπιστεύομαι τα καινούργια τρόφιμα που βγαίνουν στην αγορά	22,1	23,6	22,4	17,6	14,3
Η βιομηχανία τροφίμων ενδιαφέρεται μόνο για το κέρδος της και όχι για την ασφάλεια των τροφίμων που παρέχει	14,8	7,4	26,9	42,4	8,6
Οι απάτες που έχουν γίνει γνωστές στη βιομηχανία τροφίμων έχουν κλονίσει την εμπιστοσύνη μου	11,0	6,9	17,6	50,5	14,0
Τα αγροτικά προϊόντα που παράγονται με νέες καλλιεργητικές μεθόδους είναι επιβαρυνμένα με περισσότερα χημικά φυτοπροστατευτικά σκευάσματα	21,7	6,9	51,9	17,1	2,4
Είμαι διστακτικός ως προς την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών	31,7	11,2	34,8	18,8	3,6
Πιστεύω ότι δεν έχουν γίνει αρκετές μελέτες που να εγγυώνται την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών	26,0	9,3	31,7	26,0	7,1
Παρόλο που οι νέες καλλιεργητικές πρακτικές αυξάνουν την παραγωγή, πιστεύω ότι επιβαρύνουν την υγεία	25,2	11,4	38,3	23,8	1,2
Προσέχω πολύ την ποιότητα των τροφίμων που καταναλώνω	13,6	10,5	13,8	21,4	40,7

\*Οι τιμές του πίνακα αναφέρονται σε ποσοστά %

### 5.3.2 Αποτελέσματα παραγοντικής ανάλυσης (FA)

Στη συνέχεια διεκπεραιώθηκε παραγοντική ανάλυση (FA) με τη μέθοδο PCA (Principal Component Analysis) και varimax περιστροφή των αξόνων για να διερευνηθεί η διάσταση των κυριότερων

παραγόντων που περιγράφουν τις στάσεις και τις απόψεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις και την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων. Οι έλεγχοι που πραγματοποιήθηκαν έδειξαν ότι η FA πληρούσε τις απαραίτητες προϋποθέσεις για τη διεξαγωγή της. Συγκεκριμένα, η τιμή του δείκτη Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) ήταν αρκετά υψηλή (0,893), ενώ το Bartlett’s test of Sphericity έδειξε στατιστική σημαντικότητα ( $\text{Chi-square} = 7816,551, p < 0.01$ ). Η εφαρμογή της FA στις 32 μεταβλητές κατέληξε σε μία λύση επτά παραγόντων, οι οποίοι «εξηγούν» το 66,914% της συνολικής διακύμανσης. Η αξιοπιστία του κάθε παράγοντα ελέγχθηκε με τον συντελεστή Cronbach  $\alpha$  ή τον συντελεστή Spearman-Brown, ανάλογα με τον αριθμό των μεταβλητών που τον περιέγραφαν. Ο Πίνακας 5.6 παρουσιάζει αναλυτικά τα αποτελέσματα της FA και της ανάλυσης αξιοπιστίας (υπολογισμός συντελεστών Cronbach  $\alpha$  ή Spearman-Brown), όπως διεξήχθη στην πολυθεματική μεταβλητή που περιγράφει τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες και προτιμήσεις τους και τις απόψεις τους για την καινοτομία και τις τεχνολογικές εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων.

Σε συμφωνία με το περιεχόμενο των μεταβλητών που τον απαρτίζουν, ο πρώτος παράγοντας ονομάστηκε «υιοθέτηση υγιεινής διατροφής», περιλαμβάνει οκτώ μεταβλητές και «εξηγεί» το 14,445% της συνολικής διακύμανσης, ενώ ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach  $\alpha$  ισούται με 0,902, σημειώνοντας μία ιδιαίτερα υψηλή αξιοπιστία κλίμακας. Ο δεύτερος παράγοντας αποτελείται από πέντε μεταβλητές και «εξηγεί» το 10,332% της συνολικής διακύμανσης. Σύμφωνα με το περιεχόμενο και την εννοιολογική σημασία των μεταβλητών του ονομάστηκε «δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία», ενώ ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach  $\alpha$  υπολογίστηκε στο 0,839, επίσης υποδεικνύοντας υψηλή αξιοπιστία κλίμακας. Ο τρίτος παράγοντας συσχετίστηκε εννοιολογικά με την πιθανή εκδήλωση τροφικής νεοφοβίας, περιλαμβάνει πέντε μεταβλητές και ονομάστηκε «τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις». Η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach  $\alpha$  ισούται με 0,815 και κρίθηκε ως πολύ ικανοποιητική, ενώ η συνολική διακύμανση που επεξηγεί ο παράγοντας εκτιμήθηκε περίπου στο 10,197%. Σε ό,τι αφορά τον τέταρτο παράγοντα που προέκυψε από την FA, υπολογίστηκε ότι επεξηγεί το 10,177% της συνολικής διακύμανσης και ονομάστηκε «προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα» από την ερμηνεία των πέντε μεταβλητών που τον απαρτίζουν. Η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach  $\alpha$  ήταν 0,835 και κρίθηκε ως ιδιαίτερα ικανοποιητική. Ο πέμπτος παράγοντας εκτιμήθηκε ότι επεξηγεί το 9,429% της συνολικής διακύμανσης και σύμφωνα με το περιεχόμενό του ονομάστηκε «δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων». Ο συντελεστής Cronbach  $\alpha$  εκτιμήθηκε σε 0,810, υποδηλώνοντας την ικανοποιητική περιγραφή του παράγοντα από τις τέσσερις μεταβλητές που τον απαρτίζουν. Ο έκτος παράγοντας ονομάστηκε «αλλαγή στις διατροφικές ανάγκες/επιθυμίες» από το περιεχόμενο των δύο μεταβλητών που περικλείει. Η συνολική διακύμανση που επεξηγεί ο παράγοντας υπολογίστηκε στο 6,655%, ενώ η τιμή του συντελεστή Spearman-Brown εκτιμήθηκε στο 0,670, υποδεικνύοντας ότι ο έκτος παράγοντας δεν είναι «επαρκώς» αξιόπιστος. Επομένως δε θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι οι μεταβλητές που τον περιγράφουν, τον ερμηνεύουν ικανοποιητικά. Τέλος, ο έβδομος παράγοντας, «στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών» υπολογίστηκε ότι επεξηγεί το 5,679% της συνολικής διακύμανσης ενώ η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach  $\alpha$  κρίθηκε ως ικανοποιητική, υποδηλώνοντας ότι ερμηνεύεται επαρκώς από τις τρεις μεταβλητές που τον περιγράφουν (Πίνακας 5.6).

**Πίνακας 5.6** Αποτελέσματα ανάλυσης παραγόντων (FA) και ανάλυσης αξιοπιστίας για τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες, τις διατροφικές προτιμήσεις και τις εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων (N=420)

Eigenvalue	% Variance Explained	Factors (παράγοντες)	Factor loading (φορτίο)	Cronbach α
9,406	14,445	<b>Factor 1: Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής</b>		
		Θεωρώ ότι τρέφομαι υγιεινά	0,820	0,902
		Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον από τους καταναλωτές πάνω σε θέματα διατροφής	0,764	
		Δίνω μεγάλη σημασία στη σωστή διατροφή	0,760	
		Η σωστή διατροφή βελτιώνει την ποιότητα ζωής	0,704	
		Φροντίζω να ενημερώνομαι πάνω σε θέματα διατροφής	0,645	
		Προσέχω πολύ την ποιότητα των τροφίμων που καταναλώνω	0,633	
		Προτιμώ να αγοράζω βιολογικά φρούτα/λαχανικά	0,521	
Τα τρόφιμα που παράγονται στην περιοχή μου είναι πιο υγιεινά	0,459			
4,599	10,332	<b>Factor 2: Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία</b>		
		Τα αγροτικά προϊόντα που παράγονται με νέες καλλιεργητικές μεθόδους είναι επιβαρυνμένα με περισσότερα χημικά φυτοπροστατευτικά σκευάσματα	0,808	0,839
		Είμαι διστακτικός ως προς την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών	0,803	
		Παρόλο που οι νέες καλλιεργητικές πρακτικές αυξάνουν την παραγωγή, πιστεύω ότι επιβαρύνουν την υγεία	0,756	
		Πιστεύω ότι δεν έχουν γίνει αρκετές μελέτες που να εγγυώνται την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών	0,612	
		Θεωρώ ότι αρκετές φορές η σήμανση της βιολογικής παραγωγής στα προϊόντα είναι παραπλανητική	0,496	
2,482	10,197	<b>Factor 3: Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις</b>		
		Η έθνικ κουζίνα είναι πολύ «περίεργη» για τα γούστα μου	0,762	0,815
		Διστάζω να δοκιμάσω νέες γεύσεις	0,71	
Όταν ταξιδεύω αποφεύγω να δοκιμάσω τοπικά πιάτα/γεύσεις	0,62			

		Τα καινούργια τρόφιμα που βλέπω στο σουπερμάρκετ μου δημιουργούν ανασφάλεια	0,586	
		Δεν εμπιστεύομαι τα καινούργια τρόφιμα που βγαίνουν στην αγορά	0,486	
		<b>Factor 4: Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα</b>		
		Προτιμώ να αγοράζω καινούργια τρόφιμα (καινοτόμα)	0,817	
		Θεωρώ ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας στη βιομηχανία τροφίμων έχει βελτιώσει τη διατροφή μας	0,813	
1,483	10,177	Τα καινούργια (καινοτόμα) τρόφιμα είναι και πιο υγιεινά	0,667	0,835
		Μου αρέσει να υπάρχουν καινούργια προϊόντα στο σουπερμάρκετ όταν κάνω τις αγορές μου	0,541	
		Θεωρώ ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας στη βιομηχανία τροφίμων έχει βελτιώσει την ποιότητα των τροφίμων	0,516	
		<b>Factor 5: Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων</b>		
		Οι απάτες που έχουν γίνει γνωστές στη βιομηχανία τροφίμων έχουν κλονίσει την εμπιστοσύνη μου	0,880	
1,336	9,429	Η βιομηχανία τροφίμων ενδιαφέρεται μόνο για το κέρδος της και όχι για την ασφάλεια των τροφίμων που παρέχει	0,835	0,810
		Στη σημερινή εποχή θεωρώ ότι τα τρόφιμα δεν είναι ασφαλή	0,658	
		Πιστεύω ότι το σύστημα ελέγχου της βιομηχανίας τροφίμων είναι ανεπαρκές	0,613	
		<b>Factor 6: Αλλαγή στις διατροφικές ανάγκες/επιθυμίες</b>		
1,078	6,655	Τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει οι διατροφικές ανάγκες	0,784	0,670*
		Ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει αλλάξει τις διατροφικές προτιμήσεις	0,634	
		<b>Factor 7: Στήριξη μικρών επιχειρήσεων- παραγωγών</b>		
		Προτιμώ να αγοράζω αγροτικά προϊόντα που προέρχονται από απομακρυσμένες περιοχές	0,829	
1,028	5,679	Προτιμώ τα τρόφιμα που παράγονται από μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις	0,628	0,670
		Προσέχω στις ετικέτες των τροφίμων που αγοράζω αν έχουν τη σήμανση δικαίου και αλληλέγγυου εμπορίου	0,463	

\*Έχει υπολογιστεί ο συντελεστής Spearman-Brown

## 5.4 Στάσεις και απόψεις καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις

### 5.4.1 Αποτελέσματα περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης

Στην παρούσα υποενοότητα θα διερευνηθούν οι στάσεις και τις απόψεις των καταναλωτών της ΠΑΜΘ ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις και θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης. Για τη διεκπεραίωση των ερευνητικών στόχων κατασκευάστηκε μία πολυθεματική μεταβλητή πενταβάθμιας κλίμακας τύπου Likert, η οποία περιλάμβανε 21 μεμονωμένες δηλώσεις, και ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να εκφράσουν τον βαθμό συμφωνίας/διαφωνίας που του εξέφραζε (Πίνακας 5.7). Από τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης, όπως παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.7 παρατηρήθηκε ότι κατά συντριπτική πλειοψηφία οι καταναλωτές θεωρούν τις τιμές των τροφίμων αδικαιολόγητα υψηλές (74,3%), ενώ τόνισαν την ανασφάλεια που τους δημιουργείται από τις συνεχείς αυξήσεις στις τιμές (71,9%) και το άγχος, το οποίο έχουν να αντιμετωπίσουν για το αν θα μπορέσουν να καλύψουν το κόστος διατροφής (79,8%). Παράλληλα το 71,6% των μελών του δείγματος εξήγησε ότι οι υψηλές τιμές αναπόφευκτα επηρεάζουν τις αγορές τροφίμων στα σουπερμάρκετ, με το 70,2% και το 61,4% του συνόλου αντίστοιχα να υποστηρίζει ότι τα φθηνότερα τρόφιμα είναι πιο ανθυγιεινά και ότι η συνεχής τάση αύξησης των τιμών θα έχει άμεσες επιπτώσεις μελλοντικά στην ανθρώπινη υγεία. Παρόλη την πίεση που φάνηκε να δέχονται οι καταναλωτές από τις υψηλές τιμές, χαμηλότερα ήταν τα ποσοστά των συμμετεχόντων που ψωνίζουν με λίστα από το σουπερμάρκετ (38,4%), ενώ το 33,1% και το 28,3% αντίστοιχα ανέφερε ότι αρκετά συχνά αγοράζει τρόφιμα που δε χρειάζεται και βρίσκει χαλασμένα τρόφιμα στο ψυγείο, πιθανώς εξαιτίας αδυναμίας σωστού προγραμματισμού των αγορών του. Εντούτοις, λίγοι ήταν οι συμμετέχοντες που αγοράζουν πιο ακριβά τρόφιμα, επιλέγοντας με αυτόν τον τρόπο να βελτιώσουν τη διάθεσή τους προσφέροντας στον εαυτό τους μία δόση πολυτέλειας (30,7%).

Η περιβαλλοντική συνείδηση εκδηλώθηκε από σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων, με το 65% του συνόλου να δείχνει ενδιαφέρον σε θέματα περιβαλλοντικής προστασίας, το 54,5% να συμμετέχει σε περιβαλλοντικές δράσεις, και το 45,5% να νιώθει ευθύνη για τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο τρόπος ζωής του στο περιβάλλον. Παρ' όλα αυτά αρκετά χαμηλότερο ήταν το ποσοστό των ερωτηθέντων που προσέχει τις συσκευασίες των τροφίμων που αγοράζει επιλέγοντας να είναι φιλικές προς το περιβάλλον, αν και το 70,5% έδειξε πεπεισμένο για τον μεγάλο βαθμό ευθύνης της βιομηχανίας τροφίμων στην κλιματική αλλαγή (Πίνακας 5.7).

Σε ό,τι αφορά τη διαφήμιση των αγροδιατροφικών προϊόντων και τις στρατηγικές προώθησης που εφαρμόζει η βιομηχανία τροφίμων, η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων σε ποσοστό 60,5% ανέφερε ότι βρίσκει ελκυστικές τις τηλεοπτικές διαφημίσεις, με το ίδιο επίσης ποσοστό να υποστηρίζει ότι οι διατροφικές επιλογές αναπόφευκτα επηρεάζονται από τη διαφήμιση. Παρ' όλα αυτά φαίνεται να κυριαρχεί η εσφαλμένη εντύπωση ότι τα διαφημιζόμενα αγροδιατροφικά προϊόντα είναι περισσότερο υγιεινά (68,3%) και έχουν υποστεί περισσότερους και πιο αξιόπιστους ποιοτικούς ελέγχους (76%) (Πίνακας 5.7).

**Πίνακας 5.7** Απόψεις καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις (N=420)

Αηλώσεις	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Σπάνια ψωνίζω με λίστα από το σουπερμάρκετ	28,6	9,8	24,8	28,6	8,3
Πιστεύω ότι οι τιμές των τροφίμων είναι αδικαιολόγητα υψηλές τα τελευταία χρόνια	11,2	4,0	10,5	39,3	35,0
Οι συνεχείς αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων μου δημιουργούν μεγάλη ανασφάλεια	9,8	4,5	13,8	37,6	34,3
Συμμετέχω σε δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος	14,5	5,5	25,5	42,6	11,9
Μου αρέσουν οι διαφημίσεις τροφίμων που βλέπω στις τηλεόραση	13,8	9,8	16,0	23,6	36,9
Πιστεύω ότι τα τρόφιμα που διαφημίζονται είναι καλύτερα ελεγμένα	7,4	3,3	13,3	28,1	47,9
Συχνά βρίσκω χαλασμένα τρόφιμα στο ψυγείο μου	26,0	14,0	31,7	21,2	7,1
Ενδιαφέρομαι πολύ για θέματα περιβαλλοντικής προστασίας	11,2	4,5	19,3	37,6	27,4
Αγχώνομαι για το αν θα μπορέσω να καλύψω το κόστος της διατροφής μου	5,2	3,8	11,2	38,1	41,7
Τα φθηνότερα τρόφιμα είναι και πιο ανθυγιεινά	9,0	6,2	14,5	37,6	32,6
Νιώθω ευθύνη για τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο τρόπος ζωής μου στο περιβάλλον	16,4	3,8	34,3	33,6	11,9
Οι τιμές των τροφίμων επηρεάζουν σημαντικά τις αγορές μου στο σουπερμάρκετ	11,2	3,6	13,6	30,2	41,4
Θεωρώ ότι τα μέτρα που παίρνει το κράτος για την προστασία της υγείας των καταναλωτών είναι επαρκή	26,0	25,0	23,3	14,5	11,2
Θεωρώ ότι οι κρατικοί έλεγχοι στα τρόφιμα είναι επαρκείς	26,9	26,4	27,6	16,0	3,1

Οι διαφημίσεις των τροφίμων επηρεάζουν τις διατροφικές επιλογές μου	11,9	4,5	23,1	33,8	26,7
Θεωρώ ότι τα τρόφιμα που συνήθως διαφημίζονται δεν είναι υγιεινά	10,5	5,2	16,0	24,0	44,3
Προσέχω οι συσκευασίες των τροφίμων που αγοράζω να είναι φιλικές προς το περιβάλλον	21,0	9,0	36,9	26,4	6,7
Οι αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων θα έχουν άμεσες επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία	11,0	6,0	21,7	43,1	18,3
Πιστεύω ότι η βιομηχανία τροφίμων ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την κλιματική αλλαγή	6,9	5,0	17,6	50,7	19,8
Αρκετές φορές αγοράζω τρόφιμα τα οποία δε χρειάζομαι	25,2	9,5	32,1	26,0	7,1
Αρκετές φορές αγοράζω πιο ακριβά τρόφιμα ως επιβράβευση στον εαυτό μου	26,2	10,2	32,9	25,0	5,7

\*Οι τιμές του πίνακα αναφέρονται σε ποσοστά %

Σε αντίστοιχες ερωτήσεις που αφορούσαν την κρατική παρέμβαση, αρκετά υψηλά ήταν τα ποσοστά των καταναλωτών που εξέφρασαν την άποψη ότι οι κρατικοί έλεγχοι στα τρόφιμα είναι ανεπαρκείς (53,3%). Επίσης εξίσου υψηλά ήταν τα ποσοστά των συμμετεχόντων που συµμερίζονται την άποψη ότι τα μέτρα που παίρνει το κράτος για την προστασία της υγείας των πολιτών του είναι ελλιπή (51%) (Πίνακας 5.7).

#### 5.4.2 Αποτελέσματα παραγοντικής ανάλυσης (FA)

Τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης (FA), η οποία πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο PCA (Principal Component Analysis) και με varimax περιστροφή των αξόνων στις 21 δηλώσεις της πολυθεματικής μεταβλητής υπέδειξαν τη διάσταση των κυριότερων παραγόντων που περιγράφουν τις στάσεις και τις απόψεις των καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις. Οι έλεγχοι που πραγματοποιήθηκαν έδειξαν ότι η FA πληρούσε τις απαραίτητες προϋποθέσεις για τη διεξαγωγή της. Συγκεκριμένα, η τιμή του δείκτη Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) ήταν αρκετά υψηλή (0,850), ενώ το Bartlett’s test of Sphericity έδειξε στατιστική σημαντικότητα (Chi-square = 4658,947,  $p < 0.01$ ). Η εφαρμογή της FA κατέληξε σε μία λύση πέντε παραγόντων, οι οποίοι «εξηγούν» το 66,708% της συνολικής διακύμανσης. Η αξιοπιστία του κάθε παράγοντα ελέγχθηκε με τον συντελεστή Cronbach  $\alpha$  ή τον συντελεστή Spearman-Brown, ανάλογα με τον αριθμό των μεταβλητών που τον περιέγραφαν. Τα αποτελέσματα της FA και της ανάλυσης αξιοπιστίας (υπολογισμός συντελεστών Cronbach  $\alpha$  ή Spearman-Brown),

όπως διεξήχθη στην πολυθεματική μεταβλητή που περιγράφει τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις παρουσιάζονται λεπτομερώς στον Πίνακα 5.8.

Ο πρώτος παράγοντας του output της παραγοντικής ανάλυσης ονομάστηκε «προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων» και περιγράφεται από έξι μεταβλητές που επεξηγούν το 19,165% της συνολικής διακύμανσης. Ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach α ισούται με 0,859, σημειώνοντας υψηλή αξιοπιστία κλίμακας. Σε συμφωνία με το περιεχόμενο των μεταβλητών που τον απαρτίζουν, ο δεύτερος παράγοντας ονομάστηκε «ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος», περιλαμβάνει πέντε μεταβλητές και «εξηγεί» το 14,739% της συνολικής διακύμανσης, ενώ ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach α ισούται με 0,806, επιδεικνύοντας επίσης υψηλή αξιοπιστία κλίμακας. Σε ό,τι αφορά τον τρίτο παράγοντα που προέκυψε από την FA, υπολογίστηκε ότι επεξηγεί το 12,931% της συνολικής διακύμανσης και ονομάστηκε «σπατάλη τροφίμων» από την ερμηνεία των τεσσάρων μεταβλητών που τον απαρτίζουν. Η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach α ήταν 0,845 και κρίθηκε ως ιδιαίτερα ικανοποιητική. Ο τέταρτος παράγοντας ονοματίστηκε από το εννοιολογικό περιεχόμενο των τεσσάρων μεταβλητών που τον αποτελούν ως «επιρροή από τη βιομηχανία τροφίμων». Η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach α υπολογίστηκε σε 0,792 και κρίθηκε ως αρκετά ικανοποιητική, ενώ η συνολική διακύμανση που επεξηγεί ο παράγοντας εκτιμήθηκε περίπου στο 12,612%. Ο έκτος παράγοντας ονομάστηκε «εμπιστοσύνη στα κρατικά συστήματα ελέγχων» και επεξηγεί το 7,261% τα συνολικής διακύμανσης. Αποτελείται από δύο μεταβλητές που νοηματικά συσχετίζονται, και η τιμή του συντελεστή αξιοπιστίας Spearman-Brown υπολογίστηκε σε 0,446, κρινόμενη ως μη ικανοποιητική. Οι μεταβλητές του κάθε παράγοντα με το αντίστοιχο φορτίο τους (factor loading) παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 5.8.

**Πίνακας 5.8** Αποτελέσματα ανάλυσης παραγόντων (FA) και ανάλυσης αξιοπιστίας για τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις (N=420)

Eigenvalue	% Variance explained	Factors (παράγοντες)	Factor loading (φορτίο)	Cronbach α
		<b>Factor 1: Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων</b>		
		Πιστεύω ότι οι τιμές των τροφίμων είναι αδικαιολόγητα υψηλές τα τελευταία χρόνια	0,785	
		Οι συνεχείς αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων μου δημιουργούν μεγάλη ανασφάλεια	0,779	
6,851	19,165	Τα φθηνότερα τρόφιμα είναι και πιο ανθυγιεινά	0,665	0,859
		Αγχώνομαι για το αν θα μπορέσω να καλύψω το κόστος της διατροφής μου	0,583	
		Οι τιμές των τροφίμων επηρεάζουν σημαντικά τις αγορές μου στο σουπερμάρκετ	0,579	
		Οι αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων θα έχουν άμεσες επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία	0,503	

<b>Factor 2: Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος</b>				
		Νιώθω ευθύνη για τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο τρόπος ζωής μου στο περιβάλλον	0,803	
		Προσέχω οι συσκευασίες των τροφίμων που αγοράζω να είναι φιλικές προς το περιβάλλον	0,774	
2,937	14,739	Συμμετέχω σε δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος	0,639	0,806
		Πιστεύω ότι η βιομηχανία τροφίμων ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την κλιματική αλλαγή	0,624	
		Ενδιαφέρομαι πολύ για θέματα περιβαλλοντικής προστασίας	0,544	
<b>Factor 3: Σπατάλη τροφίμων</b>				
		Αρκετές φορές αγοράζω τρόφιμα τα οποία δε χρειάζομαι	0,930	
1,853	12,931	Αρκετές φορές αγοράζω πιο ακριβά τρόφιμα ως επιβράβευση στον εαυτό μου	0,927	0,845
		Σπάνια ψωνίζω με λίστα από το σουπερμάρκετ	0,600	
		Συχνά βρίσκω χαλασμένα τρόφιμα στο ψυγείο μου	0,493	
<b>Factor 4: Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων</b>				
		Οι διαφημίσεις των τροφίμων επηρεάζουν τις διατροφικές επιλογές μου	0,814	
1,356	12,612	Πιστεύω ότι τα τρόφιμα που διαφημίζονται είναι καλύτερα ελεγμένα	0,664	0,792
		Θεωρώ ότι τα τρόφιμα που συνήθως διαφημίζονται δεν είναι υγιεινά	0,652	
		Μου αρέσουν οι διαφημίσεις τροφίμων που βλέπω στις τηλεόραση	0,598	
<b>Factor 5: Εμπιστοσύνη στα κρατικά συστήματα ελέγχων</b>				
1,012	7,261	Θεωρώ ότι οι κρατικοί έλεγχοι στα τρόφιμα είναι επαρκείς	0,699	0,446*
		Θεωρώ ότι τα μέτρα που παίρνει το κράτος για την προστασία της υγείας των καταναλωτών είναι επαρκή	0,694	

\*Έχει υπολογιστεί ο συντελεστής Spearman-Brown.

## 5.5 Τμηματοποίηση αγοράς - Αποτελέσματα ανάλυσης ομάδων (cluster analysis – CA)

Στη συνέχεια διερευνήθηκε η πιθανή τμηματοποίηση της αγοράς καταναλωτών βάσει δημογραφικών, κοινωνικοοικονομικών και ψυχογραφικών χαρακτηριστικών. Η ανάλυση ομάδων πραγματοποιήθηκε σε δύο στάδια: α) κατά το πρώτο στάδιο διεκπεραιώθηκε ιεραρχική ανάλυση ομάδων (hierarchical clustering), καθώς δεν απαιτεί προεπιλογή του αριθμού των ομάδων που θα εξαχθούν, ενώ β) κατά το δεύτερο στάδιο διεξήχθη η k-means cluster εφαρμόζοντας τον αριθμό των ομάδων που προέκυψε στο προηγούμενο στάδιο. Συγκεκριμένα η ιεραρχική ανάλυση ομάδων ολοκληρώθηκε με εφαρμογή της μεθόδου Ward's, η οποία χρησιμοποιεί ως κριτήριο την απόσταση του κεντρικού σημείου της κάθε ομάδας με τα υπόλοιπα. Αφού καθορίστηκε ο αριθμός των ομάδων των καταναλωτών με κριτήριο τις στάσεις και τις απόψεις τους ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις και τις αγοραστικές επιδράσεις, διεκπεραιώθηκε η k-means cluster, κατά την οποία η κάθε παρατήρηση εντάσσεται αρχικά σε μία ομάδα, υπολογίζονται οι μέσοι όροι των παρατηρήσεων για κάθε ομάδα και γίνεται συνεχής ανακατανομή μέχρι τη στιγμή που καμία παρατήρηση δε θα χρειάζεται ανακατανομή.

Η ανάλυση ομάδων κατέληξε σε δύο ομάδες. Ο Πίνακας 5.9 συνοψίζει τα κυριότερα αποτελέσματα της ανάλυσης ομάδων (CA). Η εφαρμογή του t-test για ανεξάρτητα μεταξύ τους δείγματα έδειξε ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των δύο ομάδων ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις και τις αγοραστικές επιδράσεις. Η ονομασία των ομάδων έγινε βάσει των μεταβλητών που ήταν οι πιο σημαντικές σε καθεμία από αυτές. Για μία πιο λεπτομερή σκιαγράφηση του προφίλ των ομάδων πραγματοποιήθηκε  $\chi^2$  ανάλυση συσχέτισης (chi-squared test) για τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών τους (Πίνακας 5.10).

Η πρώτη ομάδα ( $N_1=218$ ) ονομάστηκε «συνειδητοποιημένοι και συγκεντρωμένοι σε θέματα διατροφής καταναλωτές» και περιλαμβάνει περίπου το 52% των συμμετεχόντων. Η ομάδα αυτή είχε την υψηλότερη μέση τιμή στην «υιοθέτηση υγιεινής διατροφής» (4,341 vs 2,821 t-test=22,605,  $p<0.01$ ), στον «προβληματισμό για τις υψηλές τιμές των τροφίμων» (4,365 vs 3,224, t-test=15,650,  $p<0.01$ ), και στην «επιρροή από τη διαφήμιση» (4,374 vs 3,134, t-test=15,495,  $p<0.01$ ), σε σχέση με τη δεύτερη ομάδα (Πίνακας 5.9). Η δεύτερη ομάδα ( $N_2=202$ ) πήρε την ονομασία «μετριοπαθείς με χαμηλή ανάμειξη σε θέματα διατροφής καταναλωτές» και περιλαμβάνει περίπου το 48% των συμμετεχόντων. Η ομάδα αυτή είχε χαμηλές μέσες τιμές στην «δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία» (2,196 vs 3,134, t-test=11,958,  $p<0.01$ ), καθώς και στις «τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις» (1,976 vs 3,087, t-test=14,729,  $p<0.01$ ) σε σχέση με την πρώτη ομάδα (Πίνακας 5.9). Σε σχέση με τους «μετριοπαθείς» καταναλωτές, οι «συνειδητοποιημένοι και συγκεντρωμένοι» δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα, είναι περισσότερο δύσπιστοι τόσο στις πρακτικές της βιομηχανίας τροφίμων όσο και στις καλλιεργητικές πρακτικές του πρωτογενούς τομέα, και δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον για την προστασία του περιβάλλοντος. Επίσης εμφανίζονται περισσότερο επηρεασμένοι από τη διαφήμιση και τις τεχνικές προώθησης στα τρόφιμα και εμφανίζουν μεγαλύτερη αγοραστική ευαισθησία στα προϊόντα μικρών παραγωγών και μικρών επιχειρήσεων (Πίνακας 5.9). Σε ό,τι αφορά το δημογραφικό και κοινωνικοοικονομικό προφίλ τους, οι καταναλωτές της πρώτης ομάδας είναι στην πλειοψηφία τους ενήλικες 18-50 ετών (69,8%), με υψηλό εισόδημα (42,20%), και είναι είτε έγγαμοι ή σε συντροφική σχέση με συμβίωση (57,5%). Αντίθετα οι καταναλωτές της δεύτερης ομάδας είναι κατά πλειοψηφία ηλικίας 36-65 ετών (67,8%), μεσαίου εισοδήματος (46%), και δεν έχουν συντροφική σχέση (41,60%). (Πίνακας 5.10).

**Πίνακας 5.9** Σύνοψη αποτελεσμάτων ανάλυσης ομάδων (Cluster Analysis) (N=420)

Μεταβλητές	Σύνολο δείγματος (N=420)		Ομάδα 1 (N <sub>1</sub> =218)		Ομάδα 2 (N <sub>2</sub> =202)		t-test για ανεξάρτητα μεταξύ τους δείγματα	p-value
	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση		
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	3,610	1,020	4,341	0,585	2,821	0,772	22,605	<0,01
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	2,683	0,929	3,134	0,803	2,196	0,803	11,958	<0,01
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	2,553	0,959	3,087	0,898	1,976	0,634	14,729	<0,01
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	3,043	0,938	3,488	0,759	2,562	0,874	11,552	<0,01
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	3,381	0,952	3,545	0,934	3,204	0,941	3,720	<0,01
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών	2,763	1,014	2,969	1,061	2,540	0,910	4,464	<0,01
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	3,816	0,930	4,365	0,555	3,224	0,889	15,650	<0,01
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	3,357	0,888	3,823	0,522	2,854	0,928	13,059	<0,01
Σπατάλη τροφίμων	2,755	1,060	2,906	1,068	2,592	1,030	3,067	<0,01
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	3,777	1,019	4,374	0,667	3,134	0,939	15,495	<0,01

\*Στρογγυλοποίηση στο τρίτο δεκαδικό ψηφίο

Αναφορικά με το μέγεθος του νοικοκυριού, εκτιμήθηκε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στον αριθμό των ατόμων που συμβιώνουν σε μία κατοικία μεταξύ των δύο ομάδων. Συγκεκριμένα το μέγεθος του νοικοκυριού είναι μεγαλύτερο στους «μετριοπαθείς» καταναλωτές συγκριτικά με τους «συνειδητοποιημένους και συγκεντρωμένους σε θέματα διατροφής» καταναλωτές (1,395 vs 1,263, t=2,096, df=418, p-value=0,037).

**Πίνακας 5.10** Δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά ομάδων (N=420)

Μεταβλητή			Ομάδα 1 (N1=218)	Ομάδα 2 (N2=202)	Pearson chi- square	p-value
Φύλο	Αντρας	Σύνολο	88	84	0,064	0,800
		% στη μεταβλητή	51,20%	48,80%		
		% στην ομάδα	40,40%	41,60%		
	Γυναίκα	Σύνολο	130	118		
		% στη μεταβλητή	52,40%	47,60%		
		% στην ομάδα	59,60%	58,40%		
Ηλικία	18-35 ετών	Σύνολο	71	54	11,676	0,009
		% στη μεταβλητή	56,80%	43,20%		
		% στην ομάδα	32,60%	26,70%		
	36-50 ετών	Σύνολο	81	75		
		% στη μεταβλητή	51,90%	48,10%		
		% στην ομάδα	37,20%	37,10%		
	51-65 ετών	Σύνολο	41	62		
		% στη μεταβλητή	39,80%	60,20%		
		% στην ομάδα	18,80%	30,70%		
	άνω των 65 ετών	Σύνολο	25	11		
		% στη μεταβλητή	69,40%	30,60%		
		% στην ομάδα	11,50%	5,40%		
Επίπεδο εκπαίδευσης	Χαμηλότερο επίπεδο	Σύνολο	95	98	1,029	0,310
		% στη μεταβλητή	49,20%	50,80%		
		% στην ομάδα	43,60%	48,50%		
	Υψηλό επίπεδο	Σύνολο	123	104		
		% στη μεταβλητή	54,20%	45,80%		
		% στην ομάδα	56,40%	51,50%		
Εισόδημα	Χαμηλό εισόδημα	Σύνολο	51	50	8,553	0,014
		% στη μεταβλητή	50,50%	49,50%		
		% στην ομάδα	23,40%	24,80%		
	Μεσαίο εισόδημα	Σύνολο	75	93		
		% στη μεταβλητή	44,60%	55,40%		
		% στην ομάδα	34,40%	46,00%		
	Υψηλό εισόδημα	Σύνολο	92	59		
		% στη μεταβλητή	60,90%	39,10%		
		% στην ομάδα	42,20%	29,20%		
Οικογενειακή κατάσταση	Χωρίς σχέση	Σύνολο	69	84	6,329	0,042
		% στη μεταβλητή	45,10%	54,90%		

		% στην ομάδα	31,70%	41,60%		
	Έγγαμος-η	Σύνολο	81	74		
		% στη μεταβλητή	52,30%	47,70%		
		% στην ομάδα	37,20%	36,60%		
	Σε σχέση	Σύνολο	68	44		
		% στη μεταβλητή	60,70%	39,30%		
		% στην ομάδα	31,20%	21,80%		
Τόπος μόνιμης κατοικίας	Πρωτεύουσα Νομού	Σύνολο	44	44	3,740	0,291
		% στη μεταβλητή	50,00%	50,00%		
		% στην ομάδα	20,20%	21,80%		
	Μεγάλη πόλη	Σύνολο	79	57		
		% στη μεταβλητή	58,10%	41,90%		
		% στην ομάδα	36,20%	28,20%		
	Μικρή πόλη	Σύνολο	67	66		
		% στη μεταβλητή	50,40%	49,60%		
		% στην ομάδα	30,70%	32,70%		
	Χωριό	Σύνολο	28	35		
		% στη μεταβλητή	44,40%	55,60%		
		% στην ομάδα	12,80%	17,30%		

## 5.6 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης αρωματικών φυτών

Η προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης αρωματικών φυτών εκτιμήθηκε με το υπόδειγμα probit. Στους Πίνακες 5.11 και 5.12 παρουσιάζονται οι εκτιμητές του υποδείγματος για τις δημογραφικές/κοινωνικοοικονομικές μεταβλητές και τις ψυχογραφικές μεταβλητές αντίστοιχα, και επιπλέον έχουν υπολογιστεί τα οριακά αποτελέσματα. Παρατηρούμε ότι η μεταβλητή που περιγράφει το φύλο σχετίζεται θετικά με την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης αρωματικών φυτών. Συγκεκριμένα οι γυναίκες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα κατά 16% να εντάξουν τα αρωματικά φυτά στη διατροφή τους σε σχέση με τους άντρες. Επίσης, οι καταναλωτές ηλικίας 36-50 ετών και 51-65 ετών έχουν αυξημένη πιθανότητα συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κατά 33,5% και 34,1% αντίστοιχα σε σχέση με τους άνω των 65 ετών. Το εισόδημα φαίνεται να σχετίζεται αρνητικά με την προθυμία αγοράς/κατανάλωσης, καθώς σε σχέση με το μεσαίο εισόδημα, τόσο η χαμηλή όσο και η υψηλή κατηγορία παρουσιάζουν μειωμένη πιθανότητα υιοθέτησης των αρωματικών φυτών στο διαιτολόγιο κατά 34,1% και 33,5% αντίστοιχα.

Σε ό,τι αφορά τις ψυχογραφικές μεταβλητές, η τροφική νεοφοβία παρουσιάζει στατιστικά σημαντική σχέση με τους καταναλωτές που εμφανίζουν νεοφοβικές αντιδράσεις να έχουν 14,9% μεγαλύτερη πιθανότητα να καταναλώσουν συστηματικά αρωματικά φυτά (Πίνακας 5.12). Αντίθετα, η προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα μειώνει την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κατά 11%. Επιπλέον οι ευαίσθητοποιημένοι καταναλωτές που δείχνουν προτίμηση στα προϊόντα μικροπαραγωγών και μικροεπιχειρηματιών είναι λιγότερο πιθανό να καταναλώνουν συστηματικά αρωματικά φυτά κατά 12% (Πίνακας 5.12).

**Πίνακας 5.11** Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία συστηματικής αγοράς αρωματικών φυτών – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-0,960	0,461	0,037	-	-	-
Φύλο (γυναίκα)	0,465	0,154	0,003	0,160	0,051	0,002
Ηλικία 18-35 ετών	0,602	0,385	0,118	0,222	0,144	0,123
Ηλικία 36-50 ετών	0,928	0,353	0,009	0,335	0,124	0,007
Ηλικία 51-65 ετών	0,912	0,341	0,008	0,341	0,126	0,007
Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης	-0,096	0,156	0,539	-0,034	0,055	0,539
Χαμηλό εισόδημα	-1,203	0,205	0,000	-0,341	0,044	0,000
Υψηλό εισόδημα	-1,058	0,170	0,000	-0,335	0,047	0,000
Οικ. κατάσταση-χωρίς σχέση	0,354	0,214	0,098	0,128	0,078	0,102
Οικ. κατάσταση-σε σχέση	0,149	0,232	0,520	0,054	0,085	0,526
Διαμονή σε πρωτεύουσα νομού	-0,091	0,249	0,714	-0,032	0,086	0,710
Διαμονή σε πόλη	0,224	0,211	0,288	0,078	0,072	0,279
Μέγεθος νοικοκυριού	-0,050	0,066	0,451	-0,018	0,024	0,451
LR chi-square test=110,96, p-value<0,001						
LogLikelihood=-215,823						

Ηλικία «άνω των 65 ετών», «μεσαίο εισόδημα», οικογενειακή κατάσταση «έγγαμος-η», «διαμονή σε χωριό»: omitted variables

**Πίνακας 5.12** Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς αρωματικών φυτών – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-0,322	0,171	0,060	-	-	-
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	-0,156	0,172	0,366	-0,058	0,065	0,370
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	-0,031	0,168	0,852	-0,012	0,061	0,851
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	0,397	0,176	0,024	0,149	0,067	0,026
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	-0,300	0,161	0,063	-0,110	0,058	0,060
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	0,059	0,154	0,702	0,022	0,056	0,701
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων- παραγωγών	-0,333	0,156	0,033	-0,120	0,055	0,028
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	0,237	0,210	0,259	0,084	0,072	0,242
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	-0,175	0,169	0,299	-0,065	0,063	0,303
Σπατάλη τροφίμων	0,196	0,147	0,181	0,073	0,055	0,185
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	0,005	0,183	0,978	0,002	0,067	0,978
LR chi-square test=14,45, p-value=0,153						
LogLikelihood=-264,077						

## 5.7 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κινόα

Η προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κινόα εκτιμήθηκε με το υπόδειγμα probit. Στους Πίνακες 5.13 και 5.14 παρουσιάζονται οι εκτιμητές του υποδείγματος για τις δημογραφικές, τις κοινωνικοοικονομικές και τις ψυχογραφικές μεταβλητές, καθώς και τα οριακά αποτελέσματα, όπως έχουν υπολογιστεί για το σύνολο των μεταβλητών. Σε ό,τι αφορά τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά γνωρίσματα, αρκετοί δείκτες/μεταβλητές φαίνεται να έχουν στατιστικά σημαντική σχέση με την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κινόα. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες εμφανίζουν μικρότερη πιθανότητα, γύρω στο 6% να καταναλώσουν κινόα, ενώ οι νεότεροι συμμετέχοντες ηλικίας έως 35 ετών ήταν πιο πιθανό να καταναλώσουν ή να αγοράσουν το εν λόγω προϊόν κατά 16,3% σε σχέση με τους μεγαλύτερης ηλικίας συμμετέχοντες. Επιπλέον, τόσο το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης, όσο και το χαμηλότερο εισόδημα βρέθηκε να σχετίζονται θετικά με την προθυμία αγοράς/κατανάλωσης (10,1% και

27% αντίστοιχα) (Πίνακας 5.13).

**Πίνακας 5.13** Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία συστηματικής αγοράς κινόα – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-2,482	0,557	0,000	-	-	-
Φύλο (γυναίκα)	-0,810	0,243	0,001	-0,059	0,026	0,025
Ηλικία 18-35 ετών	1,429	0,296	0,000	0,163	0,057	0,005
Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης	1,497	0,316	0,000	0,101	0,030	0,001
Χαμηλό εισόδημα	1,796	0,282	0,000	0,270	0,078	0,001
Υψηλό εισόδημα	-0,124	0,433	0,775	-0,007	0,024	0,764
Οικ. κατάσταση-χωρίς σχέση	-0,327	0,237	0,168	-0,018	0,014	0,185
Διαμονή σε πρωτεύουσα νομού	-0,305	0,360	0,397	-0,015	0,016	0,330
Διαμονή σε πόλη	0,027	0,323	0,934	0,002	0,019	0,933
Μέγεθος νοικοκυριού	-0,183	0,097	0,060	-0,011	0,007	0,103
LR chi-square test=218,52, p-value<0,001						
LogLikelihood=-215,823						

Ηλικία «35-50 ετών», «μεσαίο εισόδημα», οικογενειακή κατάσταση «σε σχέση», «διαμονή σε χωριό»: omitted variables. Οι ηλικιακές κατηγορίες «51-65 ετών» και «άνω των 65 ετών» και η οικογενειακή κατάσταση «έγγαμος-η» δεν συμπεριελήφθησαν διότι είχαν μηδενικές παρατηρήσεις

Πέραν των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών, αρκετές από τις ψυχογραφικές μεταβλητές προέκυψε να έχουν μία στατιστικά σημαντική σχέση με την προθυμία αγοράς/κατανάλωσης κινόα (αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων στον Πίνακα 5.14). Οι καταναλωτές που εμφανίζουν νεοφοβικές αντιδράσεις είναι λιγότερο πιθανό να εντάξουν συστηματικά το κινόα στη διατροφή τους κατά 9,6%, ενώ η θετική στάση ως προς τα καινοτόμα τρόφιμα αυξάνει την πιθανότητα προθυμίας συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης κατά 8,1%. Επίσης φαίνεται ότι οι εν δυνάμει συστηματικοί καταναλωτές/αγοραστές κινόα διέπονται από πιο ηθικά καταναλωτικά πρότυπα, αφού τόσο η μεταβλητή που περιγράφει το ενδιαφέρον και τη δράση για προστασία του περιβάλλοντος, όσο και η μεταβλητή που περιγράφει την έμπρακτη στήριξη των μικρών παραγωγών και των μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων σχετίζονται θετικά με την προθυμία ένταξης του κινόα στη διατροφική ρουτίνα. Η θετική «έκβαση» και των δύο δεικτών φαίνεται να αυξάνει την προθυμία αγοράς/κατανάλωσης κατά 8,2% και 8,6% αντίστοιχα. Αντίθετα, η σπατάλη τροφίμων σχετίζεται αρνητικά με την προθυμία συστηματικής

ένταξης στη διατροφή του κινόα, με τους καταναλωτές που δηλώνουν έλλειψη σωστού προγραμματισμού των αγορών τους να είναι λιγότερο «πρόθυμοι» (-6,6%). (Πίνακας 5.14).

**Πίνακας 5.14** Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς κινόα – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-1,931	0,280	0,000	-	-	-
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	0,244	0,212	0,251	0,054	0,045	0,228
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	0,118	0,189	0,532	0,028	0,046	0,540
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	-0,457	0,199	0,022	-0,096	0,038	0,011
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	0,346	0,182	0,058	0,081	0,043	0,059
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	0,113	0,196	0,564	0,026	0,044	0,555
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών	0,355	0,181	0,050	0,086	0,046	0,060
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	0,044	0,253	0,862	0,010	0,057	0,860
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	0,377	0,212	0,075	0,082	0,043	0,056
Σπατάλη τροφίμων	-0,298	0,171	0,081	-0,066	0,036	0,068
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	0,360	0,230	0,117	0,076	0,043	0,079
LR chi-square test=30,86, p-value<0,001						
LogLikelihood=-176,993						

## 5.8 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης σμέουρων (raspberries)

Οι Πίνακες 5.15 και 5.16 παρουσιάζουν αναλυτικά τους εκτιμητές, τα τυπικά σφάλματα και τα οριακά αποτελέσματα που προέκυψαν από την εφαρμογή του υποδείγματος probit για τον καθορισμό των μεταβλητών που επηρεάζουν, είτε θετικά είτε αρνητικά, την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης σμέουρων. Σε ό,τι αφορά τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά γνωρίσματα, λίγες ήταν οι μεταβλητές που προέκυψε να σχετίζονται στατιστικά με την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης σμέουρων. Συγκεκριμένα το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης σχετίζεται θετικά με την προθυμία ένταξης στη διατροφή (οριακό αποτέλεσμα: +27,5%), ενώ οι καταναλωτές χαμηλότερου εισοδήματος εμφανίζουν μειωμένη πιθανότητα κατά 5,1% να αγοράζουν και να καταναλώνουν συστηματικά υπερτροφές όπως τα σμέουρα (Πίνακας 5.15).

**Πίνακας 5.15** Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία συστηματικής αγοράς σμέουρων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-3,088	0,631	0,000	-	-	-
Φύλο (γυναίκα)	-0,015	0,188	0,937	-0,002	0,027	0,937
Ηλικία 18-35 ετών	-0,278	0,445	0,532	-0,036	0,054	0,503
Ηλικία 36-50 ετών	0,155	0,385	0,688	0,023	0,058	0,696
Ηλικία 51-65 ετών	0,143	0,372	0,700	0,021	0,058	0,714
Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης	1,871	0,287	0,000	0,275	0,034	0,000
Χαμηλό εισόδημα	-0,421	0,258	0,102	-0,051	0,028	0,064
Υψηλό εισόδημα	0,370	0,226	0,103	0,057	0,037	0,130
Οικ. κατάσταση-χωρίς σχέση	0,420	0,269	0,118	0,065	0,046	0,153
Οικ. κατάσταση-σε σχέση	0,027	0,298	0,928	0,004	0,043	0,928
Διαμονή σε πρωτεύουσα νομού	0,377	0,336	0,262	0,063	0,064	0,327
Διαμονή σε πόλη	0,216	0,313	0,489	0,029	0,041	0,470
Μέγεθος νοικοκυριού	0,093	0,079	0,236	0,013	0,011	0,238
LR chi-square test=89,88, p-value<0.001						
LogLikelihood=-135,030						

Ηλικία «άνω των 65 ετών», «μεσαίο εισόδημα», οικογενειακή κατάσταση «έγγαμος-η», «διαμονή σε χωριό»: omitted variables

Σε ό,τι αφορά τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά, τη μεγαλύτερη επίδραση φαίνεται να έχει η νεοφοβική συμπεριφορά, η οποία σχετίζεται αρνητικά με την προθυμία αγοράς/κατανάλωσης σμέουρων, μειώνοντας την πιθανότητα συστηματικής ένταξης στη διατροφή κατά 11,3% (Πίνακας 5.16). Αντίθετα, τόσο η μεταβλητή που περιγράφει την προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα, όσο και ο δείκτης σπατάλης τροφίμων είχαν θετική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή οι καταναλωτές που δείχνουν προτίμηση στα νέα και καινοτόμα τρόφιμα έχουν αυξημένη πιθανότητα κατά 11,2% να αγοράζουν και να καταναλώνουν συστηματικά τα σμέουρα. Επιπλέον, ίσως η συστηματική κατανάλωση εναλλακτικών προϊόντων, όπως τα σμέουρα στην κατηγορία των υπερτροφών, πραγματοποιείται από καταναλωτές που είναι πιο «ανοιχτοί» στις αγορές τροφίμων, είτε αγοράζοντας πλεονάζουσες ποσότητες είτε είδη τροφίμων που πραγματικά δε χρειάζονται, με αποτέλεσμα να «μένουν στο ψυγείο» τους και να χαλούν. Έτσι η σπατάλη φαγητού σχετίζεται επίσης θετικά με την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης

σμέουρων, παρουσιάζοντας αυξημένη πιθανότητα κατά 10,2% (Πίνακας 5.16).

**Πίνακας 5.16** Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς σμέουρων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-1,160	0,216	0,000	-	-	-
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	-0,127	0,204	0,533	0,029	0,047	0,542
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	0,112	0,200	0,574	0,025	0,046	0,582
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	-0,582	0,224	0,009	-0,113	0,038	0,003
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	0,500	0,193	0,010	0,112	0,043	0,010
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	-0,262	0,185	0,157	-0,060	0,045	0,175
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών	0,167	0,186	0,368	0,038	0,043	0,379
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	0,354	0,258	0,170	0,070	0,045	0,122
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	-0,229	0,200	0,251	-0,052	0,048	0,269
Σπατάλη τροφίμων	0,435	0,177	0,014	0,102	0,044	0,019
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	-0,144	0,205	0,480	-0,033	0,049	0,497
LR chi-square test=24,80, p-value=0.006						
LogLikelihood=-168,570						

## 5.9 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης μύρτιλων (blueberries)

Οι Πίνακες 5.17 και 5.18 παρουσιάζουν αναλυτικά τους εκτιμητές, τα τυπικά σφάλματα και τα οριακά αποτελέσματα που προέκυψαν από την εφαρμογή του υποδείγματος probit για τον καθορισμό των μεταβλητών που επηρεάζουν, είτε θετικά είτε αρνητικά, την προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης μύρτιλων.

**Πίνακας 5.17** Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία αγοράς μύρτιλων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-2,467	0,509	0,000			
Φύλο (γυναίκα)	0,188	0,169	0,268	0,040	0,035	0,260
Ηλικία 18-35 ετών	0,014	0,382	0,971	0,003	0,083	0,971
Ηλικία 36-50 ετών	0,220	0,332	0,509	0,049	0,076	0,521
Ηλικία 51-65 ετών	0,066	0,320	0,838	0,014	0,072	0,841
Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης	1,363	0,205	0,000	0,283	0,038	0,000
Χαμηλό εισόδημα	-0,523	0,242	0,031	-0,097	0,038	0,011
Υψηλό εισόδημα	0,682	0,206	0,001	0,163	0,052	0,002
Οικ. κατάσταση-χωρίς σχέση	0,339	0,241	0,159	0,077	0,057	0,179
Οικ. κατάσταση-σε σχέση	-0,103	0,267	0,699	-0,022	0,055	0,692
Διαμονή σε πρωτεύουσα νομού	0,085	0,282	0,763	0,019	0,064	0,769
Διαμονή σε πόλη	-0,077	0,255	0,762	-0,017	0,057	0,765
Μέγεθος νοικοκυριού	0,093	0,070	0,184	0,020	0,015	0,182
LR chi-square test=79,08, p-value<0,001						
LogLikelihood=-164,965						

Ηλικία «άνω των 65 ετών», «μεσαίο εισόδημα», οικογενειακή κατάσταση «έγγαμος-η», «διαμονή σε χωριό»: omitted variables

Από τα δημογραφικά και τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά, μόνο το επίπεδο εκπαίδευσης και το εισόδημα φάνηκε να σχετίζονται με την προθυμία ένταξης των μύρτιλων στη διατροφική ρουτίνα. Συγκεκριμένα οι καταναλωτές με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης ήταν 28,3% πιο πιθανό να εκφράσουν προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης. Επίσης, το χαμηλό εισοδηματικό επίπεδο είχε αρνητική επίδραση στην προθυμία αγοράς/κατανάλωσης, ενώ αντίθετα το υψηλότερο εισόδημα παρουσίασε θετική συσχέτιση σε σχέση με το μεσαίο επίπεδο εισοδήματος. Τα οριακά αποτελέσματα υπολογίστηκαν σε -9,7% και +16,3% για τη χαμηλότερη και την υψηλότερη κατηγορία εισοδήματος αντίστοιχα (Πίνακας 5.17).

**Πίνακας 5.18** Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία αγοράς μύρτιλων – Εκτίμηση υποδείγματος Probit (N=420)

Μεταβλητή	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	-0,867	0,195	0,000			
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	-0,163	0,191	0,394	-0,043	0,052	0,406
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	0,106	0,189	0,575	0,028	0,051	0,581
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	-0,432	0,209	0,039	-0,103	0,045	0,023
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	0,287	0,181	0,112	0,075	0,047	0,113
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	-0,100	0,174	0,566	-0,026	0,047	0,572
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών	-0,012	0,175	0,945	-0,003	0,045	0,945
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	0,129	0,233	0,580	0,032	0,056	0,566
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	-0,207	0,186	0,268	-0,055	0,051	0,281
Σπατάλη τροφίμων	0,508	0,167	0,002	0,140	0,048	0,003
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	-0,080	0,193	0,679	-0,021	0,052	0,685
LR chi-square test=20,76, p-value=0,023						
LogLikelihood=-194,125						

Όπως και στο προηγούμενο προϊόν που παρουσιάστηκε, από τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά, τη μεγαλύτερη επίδραση φαίνεται επίσης να έχει η νεοφοβική συμπεριφορά, η οποία σχετίζεται αρνητικά με την προθυμία αγοράς/κατανάλωσης μύρτιλων, μειώνοντας την πιθανότητα συστηματικής ένταξης τους στη διατροφή κατά 10,3% (Πίνακας 5.18). Αντίθετα, η μεταβλητή που περιγράφει την σπατάλη τροφίμων είχε θετική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή οι καταναλωτές που είτε αγοράζουν χωρίς σωστό προγραμματισμό είτε αγοράζουν παραπάνω τρόφιμα από αυτά που χρειάζονται έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα κατά 14% να βάλουν στο «τραπέζι» τους τα μύρτιλα (Πίνακας 5.18).

## 5.10 Προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης και πληρωμής υψηλότερης τιμής – Ρόδι

Προκειμένου να διερευνηθεί η πιθανότητα ενδογένειας μεταξύ της πρόθεσης συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης και της προθυμίας πληρωμής υψηλότερης τιμής, αλλά και να προσδιοριστούν οι σχέσεις μεταξύ επεξηγηματικών και εξαρτημένων μεταβλητών πραγματοποιήθηκε η εφαρμογή του υποδείγματος bivariate probit, το οποίο προϋποθέτει μία αμοιβαία συσχέτιση μεταξύ των δύο αποφάσεων. Οι Πίνακες 5.19 και 5.20 παρουσιάζουν την επίδραση των δημογραφικών/κοινωνικοοικονομικών και των ψυχογραφικών μεταβλητών στην πρόθεση συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης και την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για το ρόδι, ενώ ο Πίνακας 5.21 περιέχει τα εκτιμώμενα οριακά αποτελέσματα των ανεξάρτητων μεταβλητών στη συνδυασμένη έκβαση των δύο εξαρτημένων. Σε ό,τι αφορά την πρόθεση συστηματικής αγοράς, η μοναδική κοινωνικοοικονομική μεταβλητή που σχετίζεται με την τελική απόφαση, και μάλιστα θετικά, είναι το δείκτης που περιγράφει το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (Πίνακας 5.19). Δηλαδή οι καταναλωτές που έχουν πανεπιστημιακή εκπαίδευση ή/και μεταπτυχιακές σπουδές είναι πιο πιθανό να αγοράζουν ρόδι σε συστηματική βάση. Επιπλέον το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης παρουσιάζει θετική συσχέτιση και με την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής. Αντίθετα, το φύλο και η οικογενειακή κατάσταση έχουν αρνητική σχέση με την προθυμία πληρωμής. Αναλυτικότερα, οι γυναίκες και οι καταναλωτές που έχουν σχέση με συμβίωση είναι λιγότερο πιθανό να δεχτούν να πληρώσουν υψηλότερη τιμή για αγορά ροδιού (Πίνακας 5.19).

Σε ό,τι αφορά τις ψυχογραφικές μεταβλητές, αρκετοί δείκτες προέκυψε να έχουν στατιστικά σημαντική σχέση είτε με κάποια από τις δύο επιλογές (πρόθεση συστηματικής αγοράς ή προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής) είτε και με τις δύο (Πίνακας 5.20). Ο δείκτης «υιοθέτηση υγιεινής διατροφής» σχετίζεται θετικά με την προθυμία συστηματικής αγοράς, οπότε οι καταναλωτές που τρέφονται υγιεινά είναι πιθανότερο να εκδηλώσουν την επιθυμία τους να εντάξουν το ρόδι στο διαιτολόγιό τους. Αντίθετα, ο δείκτης «δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία» σχετίζεται αρνητικά και με τις δύο εκβάσεις. Επιπλέον οι καταναλωτές που εμφανίζονται δύσπιστοι και ως προς τη βιομηχανία τροφίμων είναι λιγότερο πιθανό να στραφούν στη συστηματική αγορά ροδιού. Στην ίδια κατεύθυνση η έλλειψη προγραμματισμού αγορών και η σπατάλη τροφίμων σχετίζεται αρνητικά και με τις δύο προθέσεις (πρόθεση συστηματικής αγοράς και προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής). Στατιστικά σημαντική ήταν και η επίδραση της διαφήμισης τροφίμων, με τους πιο «επηρεασμένους από τη διαφήμιση» καταναλωτές να παρουσιάζουν μικρότερη πιθανότητα τόσο για τη συστηματική αγορά του ροδιού όσο και για την αποδοχή υψηλότερης αγοραστικής αξίας.

Ο Πίνακας 5.21 παρουσιάζει τα οριακά αποτελέσματα των επεξηγηματικών μεταβλητών στη συνδυασμένη (αμοιβαία) δράση των δύο αποφάσεων. Το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης αυξάνει κατά 14,9% την πιθανότητα της συνδυασμένης απόφασης για συστηματική αγορά και αποδοχή πληρωμής υψηλότερης τιμής στα ρόδια. Αντίθετα οι καταναλωτές που συμβιώνουν με τον/τη σύντροφό τους έχουν μικρότερη πιθανότητα κατά 18,1% τόσο να εντάξουν στη διατροφή τους το ρόδι όσο και να προθυμοποιηθούν να πληρώσουν υψηλότερη τιμή. Στην ίδια κατεύθυνση, οι καταναλωτές που φαίνονται δύσπιστοι στις νέες τεχνολογικές εφαρμογές έχουν μικρότερη πιθανότητα κατά 15% να συνδυάσουν τις δύο αποφάσεις. Παρομοίως, η σπατάλη τροφίμων και η επιρροή από τη διαφήμιση μειώνουν την πιθανότητα θετικής έκβασης και στις δύο αποφάσεις κατά 21,5% και 21,3% αντίστοιχα (Πίνακας 5.21).

**Πίνακας 5.19** Επίδραση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών στην προθυμία αγοράς και την προθυμία πληρωμής ροδιού – Εκτίμηση υποδείγματος Bivariate Probit (N=420)

Μεταβλητή	Προθυμία συστηματικής αγοράς			Προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής		
	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	0,220	0,389	0,572	0,013	0,378	0,972
Φύλο (γυναίκα)	-0,102	0,143	0,474	-0,324	0,136	0,017
Ηλικία 18-35 ετών	-0,003	0,312	0,993	0,113	0,300	0,706
Ηλικία 36-50 ετών	-0,149	0,272	0,584	0,084	0,262	0,748
Ηλικία 51-65 ετών	0,027	0,268	0,921	0,034	0,254	0,893
Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης	0,542	0,149	0,000	0,375	0,141	0,008
Χαμηλό εισόδημα	-0,034	0,185	0,856	-0,065	0,177	0,713
Υψηλό εισόδημα	0,080	0,161	0,618	0,151	0,156	0,335
Οικ. κατάσταση-χωρίς σχέση	-0,149	0,207	0,471	-0,213	0,200	0,288
Οικ. κατάσταση-σε σχέση	-0,229	0,216	0,289	-0,454	0,209	0,030
Διαμονή σε πρωτεύουσα νομού	0,158	0,226	0,485	0,078	0,219	0,723
Διαμονή σε πόλη	0,131	0,191	0,492	0,023	0,189	0,905
Μέγεθος νοικοκυριού	0,006	0,060	0,926	-0,009	0,058	0,883
ρ=0,998						
Likelihood ratio test ρ=0: chi-squared(1)=248,027, p-value<0,001						
Wald chi-squared(24)=32,96, p-value=0,10						
LogLikelihood=-416,859						

Ηλικία «άνω των 65 ετών», «μεσαίο εισόδημα», οικογενειακή κατάσταση «έγγαμος-η», «διαμονή σε χωριό»: omitted variables

**Πίνακας 5.20** Επίδραση των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς και την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για ρόδι – Εκτίμηση υποδείγματος Bivariate Probit (N=420)

Μεταβλητή	Προθυμία συστηματικής αγοράς			Προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής		
	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z	Εκτιμητές	Τυπικό σφάλμα	P> z
Σταθερός συντελεστής	0,939	0,186	0,000	0,380	0,168	0,024
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	0,310	0,184	0,091	0,179	0,178	0,316
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	-0,603	0,183	0,001	-0,377	0,171	0,028
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	0,106	0,177	0,549	-0,018	0,172	0,918
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	0,131	0,170	0,441	-0,051	0,160	0,751
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	-0,409	0,161	0,011	-0,007	0,154	0,962
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών	0,231	0,162	0,153	0,097	0,157	0,538
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	0,133	0,218	0,541	0,099	0,205	0,631
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	0,150	0,171	0,381	0,116	0,168	0,489
Σπατάλη τροφίμων	-0,461	0,148	0,002	-0,541	0,146	0,000
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	-0,592	0,192	0,002	-0,534	0,182	0,003
ρ=0,998						
Likelihood ratio test ρ=0: chi-squared(1)=230,62, p-value<0,001						
Wald chi-squared(20)=57,38, p-value<0,001						
LogLikelihood=-403,225						

**Πίνακας 5.21** Οριακά αποτελέσματα των δημογραφικών/κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών και των ψυχογραφικών μεταβλητών στην προθυμία συστηματικής αγοράς και πληρωμής υψηλότερης τιμής στα ρόδια (N=420)

Μεταβλητές	Οριακά αποτελέσματα	Τυπικό σφάλμα	P> z
<i>Δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά</i>			
Φύλο (γυναίκα)	-0,129	0,054	0,017
Ηλικία 18-35 ετών	0,045	0,120	0,706
Ηλικία 36-50 ετών	0,034	0,104	0,748
Ηλικία 51-65 ετών	0,014	0,101	0,893
Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης	0,149	0,056	0,008
Χαμηλό εισόδημα	-0,026	0,071	0,713
Υψηλό εισόδημα	0,060	0,062	0,335
Οικ. κατάσταση-χωρίς σχέση	-0,085	0,080	0,288
Οικ. κατάσταση-σε σχέση	-0,181	0,083	0,030
Διαμονή σε πρωτεύουσα νομού	0,031	0,087	0,723
Διαμονή σε πόλη	0,009	0,075	0,905
Μέγεθος νοικοκυριού	-0,003	0,023	0,883
<i>Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά</i>			
Υιοθέτηση υγιεινής διατροφής	0,071	0,071	0,316
Δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία	-0,150	0,068	0,027
Τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις	-0,007	0,068	0,918
Προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα	-0,020	0,064	0,751
Δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων	-0,003	0,061	0,962
Στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών	0,039	0,063	0,538
Προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων	0,039	0,082	0,631
Ενδιαφέρον/δράση για την προστασία του περιβάλλοντος	0,046	0,067	0,489
Σπατάλη τροφίμων	-0,215	0,058	0,000
Επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων	-0,213	0,072	0,003

Ηλικία «άνω των 65 ετών», «μεσαίο εισόδημα», οικογενειακή κατάσταση «έγγαμος-η», «διαμονή σε χωριό»: omitted variables

## ΕΝΟΤΗΤΑ 6

### ΣΥΝΟΨΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

#### 6.1 Σύνοψη ερευνητικού σχεδίου

Βασικός στόχος της παρούσας έρευνας ήταν ο εντοπισμός, η κατανόηση και ο προσδιορισμός των κινήτρων των παραγωγών της ΠΑΜΘ για την ένταξη «εναλλακτικών» καλλιεργειών στη γεωργική τους εκμετάλλευση, καθώς και η διερεύνηση της προθυμίας συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης των νέων «εναλλακτικών» προϊόντων και της πρόθεσης πληρωμής υψηλότερης τιμής για την απόκτησή τους. Για τον σκοπό αυτό εφαρμόστηκαν κατάλληλα ερευνητικά εργαλεία και πραγματοποιήθηκε συστηματική συλλογή πρωτογενών δεδομένων από έμπειρους παραγωγούς-επιχειρηματίες του πρωτογενούς τομέα της υπό εξέταση γεωγραφικής περιοχής, καθώς και από καταναλωτές που εκπροσωπούν το σύνολο των Περιφερειακών Ενοτήτων (ΠΕ). Τα δεδομένα αναλύθηκαν με στόχο την ανάδειξη μίας ολοκληρωμένης και τεκμηριωμένης αποτύπωσης των δυνατοτήτων και των προοπτικών που προσφέρουν οι εναλλακτικές καλλιέργειες στην ανάπτυξη του αγροδιατροφικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος, καθώς και στον προσδιορισμό των παραγόντων που καθορίζουν την αντιληπτή αξία του καταναλωτή από τις τελικές του αγοραστικές επιλογές.

Στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης εφαρμόστηκε ένα μεικτό ερευνητικό σχέδιο, το οποίο περιλάμβανε δύο διαδοχικά στάδια. Αρχικά, πραγματοποιήθηκε ποιοτική έρευνα μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων με παραγωγούς-επιχειρηματίες της ΠΑΜΘ για τη διερεύνηση των απόψεών τους σχετικά με τη σημαντικότητα του πρωτογενή τομέα, της προθυμίας τους για την υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών, των παραγόντων που επηρεάζουν την κινητροποίησή τους, των θέσεων τους για τα μέτρα πολιτικής που θα βοηθούσαν στην ενίσχυση της ελκυστικότητας των εναλλακτικών καλλιεργειών, και του καθορισμού των βασικών κινήτρων ενασχόλησης με το γεωργικό επάγγελμα. Στο δεύτερο στάδιο ακολούθησε ποσοτική έρευνα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, το οποίο διανεμήθηκε σε καταναλωτές της ΠΑΜΘ. Στόχος του ποσοτικού ερευνητικού σχεδίου ήταν η ανάλυση της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε σχέση με τα προϊόντα εναλλακτικών καλλιεργειών, και η μελέτη των προσδιοριστικών παραγόντων της απόφασης για τη συστηματική κατανάλωση/αγορά τους και της πρόθεσης πληρωμής υψηλότερης τιμής για την απόκτησή τους.

#### 6.2 Σύνοψη αποτελεσμάτων ποιοτικής έρευνας – Βασικά συμπεράσματα

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων ανέδειξε τη συμβολή του πρωτογενή τομέα στην οικονομική ανάπτυξη της ΠΑΜΘ, στην παροχή θέσεων εργασίας και στην προσφορά προσιτών οικονομικά προϊόντων. Ιδιαίτερα σημαντικός θεωρήθηκε και ο ρόλος του στην αναχαίτιση της πληθυσμιακής συρρίκνωσης των αγροτικών περιοχών, καθώς και η σύνδεσή του με την τουριστική ανάπτυξη. Παράλληλα, δόθηκε βαρύτητα στην αλληλεπίδραση του με άλλους τομείς της οικονομίας, κυρίως τη μεταποίηση και το εμπόριο, ενώ επισημάνθηκε η συνεισφορά του στη βιωσιμότητα των μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων και στην ενίσχυση της εμπορικής δραστηριότητας των λοιπών τοπικών επιχειρήσεων. Επίσης οι συμμετέχοντες αναγνώρισαν τη συμβολή του αγροδιατροφικού κλάδου στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς της ΠΑΜΘ, και στην προστασία του περιβάλλοντος. Στα πλεονεκτήματα του πρωτογενούς τομέα της ΠΑΜΘ συγκαταλέγονται επίσης η μεγάλη ποικιλία προϊόντων, οι

ανταγωνιστικές τιμές και η ισχυρή στήριξη από την τοπική κοινωνία. Οι κάτοικοι της περιοχής φαίνεται να στηρίζουν τα τοπικά αγροδιατροφικά προϊόντα μέσω άμεσων αγορών από τους παραγωγούς και τις βραχείες αλυσίδες διάθεσης, όπως είναι οι λαϊκές αγορές. Επιπλέον, η ύπαρξη προϊόντων ΠΟΠ και ΠΓΕ προσδίδει ιδιαίτερη δυναμική και ανταγωνιστικότητα στον τομέα, ενώ οι ευνοϊκές εδαφοκλιματικές συνθήκες ενισχύουν την ποιότητα της παραγωγής σε είδη όπως τα όσπρια και τα μήλα. Αξιοσημείωτο είναι επίσης ότι οι νεότεροι συμμετέχοντες της έρευνας αναφέρθηκαν με θετική διάθεση στις σχέσεις συνεργασίας μεταξύ παραγωγών, τις οποίες θεώρησαν στοιχείο διαφοροποίησης της ΠΑΜΘ σε σχέση με άλλες αγροτικές περιοχές της χώρας.

Παρά τις δυνατότητες του πρωτογενή τομέα της Περιφέρειας, οι παραγωγοί που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα ανέδειξαν και μία σειρά από προκλήσεις και περιορισμούς. Συγκεκριμένα αναφέρθηκαν στον κατακερματισμό των γεωργικών εκμεταλλεύσεων και το υψηλό κόστος μεταφοράς των πρώτων υλών και των προϊόντων λόγω της γεωγραφικής θέσης της περιοχής, το οποίο συμπαρασύρει και το συνολικό κόστος παραγωγής προκαλώντας επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητα των τοπικών προϊόντων. Οι συμμετέχοντες τόνισαν τη δυσκολία εύρεσης εποχικού προσωπικού και κατέγραψαν ως προβληματική τη συνεργασία με μεταποιητικές επιχειρήσεις εκτός ΠΑΜΘ, κυρίως εξαιτίας του υψηλού κόστους μεταφοράς των προϊόντων, το οποίο συχνά αποτρέπει τις δύο πλευρές από οποιαδήποτε εμπορική συνεργασία. Επιπλέον, η γήρανση του αγροτικού πληθυσμού ως αποτέλεσμα της αστυφιλίας και της εγκατάλειψης της υπαίθρου από τους νέους, αναμένεται να επιφέρει περαιτέρω επιβράδυνση της οικονομικοκοινωνικής ανάπτυξης της περιοχής, ενώ η απουσία νεανικού δυναμικού στον πρωτογενή τομέα δημιουργεί προβλήματα στη διαδοχή και στην εφαρμογή καινοτόμων πρακτικών.

Ως προς την προθυμία υιοθέτησης εναλλακτικών καλλιεργειών, οι απόψεις των συμμετεχόντων δίστανται. Η πλειοψηφία εμφανίζεται επιφυλακτική ή αδιάφορη απέναντι σε αυτή την προοπτική, αν και καταγράφεται μια μικρότερη, αλλά σημαντική μερίδα που διατηρεί θετική στάση, υπό προϋποθέσεις (και όχι άμεσα). Μόνο δύο από τους συμμετέχοντες, οι οποίοι ήταν και οι νεότεροι σε ηλικία, εξέφρασαν ενθουσιασμό και προθυμία για άμεση ένταξη εναλλακτικών καλλιεργειών στη γεωργική τους εκμετάλλευση.

Οι παραγωγοί που εμφανίζονται θετικοί προς τη στροφή σε εναλλακτικές, μη «παραδοσιακές» καλλιέργειες αξιολογούν αυτή την επιλογή ως ευκαιρία τόσο για καλλιεργητική όσο και για εμπορική διαφοροποίηση. Οι εναλλακτικές καλλιέργειες εκλαμβάνονται ως επικερδείς, κυρίως λόγω των υψηλών περιθωρίων κέρδους που υπόσχονται, γεγονός που τις καθιστά ελκυστικές για παραγωγούς με επιχειρηματικό προσανατολισμό. Πολλοί εξ αυτών αναγνωρίζουν στη μετάβαση αυτή τη δυνατότητα εξειδίκευσης και καινοτομίας, καθώς και την ευκαιρία να διαφοροποιηθούν από τους υπόλοιπους παραγωγούς της Περιφέρειας. Ιδιαίτερα οι νεότεροι σε ηλικία γεωργοί φαίνεται να προσεγγίζουν την ενασχόληση με νέα καλλιεργητικά είδη ως ένα μέσο απόκτησης τεχνογνωσίας, ενώ ταυτόχρονα δηλώνουν πρόθυμοι να εισαγάγουν μη διαδεδομένα προϊόντα στις εκμεταλλεύσεις τους. Αντίθετα, οι αρνητικές στάσεις απέναντι στις εναλλακτικές καλλιέργειες αποδίδονται σε μια σειρά από παραμέτρους που σχετίζονται κυρίως με το θεσμικό και υποστηρικτικό πλαίσιο. Η χαμηλή ή ανεπαρκής επιδότηση σε σύγκριση με τις συμβατικές καλλιέργειες αναφέρεται ως ένας από τους βασικότερους αποτρεπτικούς παράγοντες. Επίσης, σημαντική ανησυχία προκαλεί η ενδεχόμενη ασυμβατότητα του υφιστάμενου τεχνολογικού εξοπλισμού με τις απαιτήσεις παραγωγής των νέων καλλιεργειών. Η έλλειψη δομών πληροφόρησης, η ανυπαρξία οργανωμένου δικτύου στήριξης των παραγωγών, καθώς και η απουσία πρόσβασης σε

εξειδικευμένες γνώσεις και εκπαιδευτικά προγράμματα δημιουργούν ένα κλίμα αβεβαιότητας που οδηγεί πολλούς αγρότες στην αποφυγή ανάληψης επιχειρηματικού ρίσκου.

Σε σχέση με τα είδη των εναλλακτικών καλλιεργειών που παρουσιάζουν ενδιαφέρον, οι συμμετέχοντες ανέφεραν τη στέβια, το ρόδι, την κινόα, καθώς και υπερτροφές όπως η αρώνια, τα goji berry, τα σμέουρα και τα μύρτιλα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον εκδηλώθηκε και για την καλλιέργεια αρωματικών φυτών, ενώ μεμονωμένοι παραγωγοί πρότειναν την ενσωμάτωση νέων ποικιλιών ήδη γνωστών προϊόντων, όπως για παράδειγμα μία ποικιλία σταφυλιού που δεν καλλιεργείται ακόμη στην ευρύτερη περιοχή.

Η ανάλυση των κυριότερων εμποδίων έδειξε πως η ελλιπής ενημέρωση αποτελεί τον πλέον καθοριστικό παράγοντα αποτροπής των παραγωγών από την ένταξη στις νέες καλλιέργειες. Η απουσία εξειδικευμένων προγραμμάτων επιμόρφωσης, η μη παροχή οικονομικής ενίσχυσης για συμμετοχή σε σεμινάρια, καθώς και η μη ύπαρξη ενός οργανωμένου και εύκολα προσβάσιμου μηχανισμού τεχνικής υποστήριξης αποτρέπουν τους παραγωγούς από την υιοθέτηση πιο καινοτόμων καλλιεργητικών προσεγγίσεων. Παράλληλα, παρατηρείται έντονη διστακτικότητα λόγω του φόβου ανάληψης ρίσκου, ειδικά για είδη που δεν έχουν δοκιμαστεί στο παρελθόν στην ΠΑΜΘ, και για τα οποία δεν υπάρχει διαθέσιμο know-how. Παρά τις παραπάνω δυσκολίες, αρκετοί παραγωγοί αναγνωρίζουν ότι η ενασχόληση με εναλλακτικές καλλιέργειες ενδέχεται να αποτελέσει εφελκυστικό επιχειρηματικής ανάπτυξης. Η δυνατότητα αύξησης του εισοδήματος, η είσοδος σε νέες αγορές, η ενίσχυση του επαγγελματικού κύρους και η δημιουργία ισχυρού brand name αξιολογούνται ως παράγοντες που ενισχύουν τη βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα των γεωργικών επιχειρήσεων. Ταυτόχρονα, η προώθηση των εναλλακτικών καλλιεργειών φαίνεται να προσφέρει προοπτικές ένταξης νέων ανθρώπων στον πρωτογενή τομέα και ευνοεί μικρούς παραγωγούς που δυσκολεύονται να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της συμβατικής γεωργίας.

Σε επίπεδο πολιτικών παρεμβάσεων, οι συμμετέχοντες προτείνουν την ενίσχυση της επιμόρφωσης και της επένδυσης σε μηχανολογικό και τεχνολογικό εξοπλισμό. Η εφαρμογή επιδοτούμενων εκπαιδευτικών προγραμμάτων και η οικονομική ενίσχυση για αγορά σύγχρονου εξοπλισμού θεωρούνται απαραίτητες προϋποθέσεις για την ενίσχυση της ελκυστικότητας των εναλλακτικών καλλιεργειών. Παράλληλα, επισημαίνεται η ανάγκη για μέτρα που θα ενισχύσουν την εικόνα και το κύρος του γεωργικού επαγγέλματος, κυρίως για τη νέα γενιά, αλλά και για τη στήριξη των φιλοπεριβαλλοντικών πρακτικών, όπως η βιολογική γεωργία. Ιδιαίτερη σημασία αποδίδεται στη συλλογική δράση των παραγωγών. Η υποστήριξη ομάδων παραγωγών που επιθυμούν να στραφούν σε εναλλακτικές καλλιέργειες, μέσω φοροελαφρύνσεων και θεσμικής ενίσχυσης, θεωρείται απαραίτητη, καθώς τέτοιες ομάδες μπορούν να μοιραστούν εξοπλισμό, γνώσεις και καλές πρακτικές. Τέλος, ο ρόλος της ψηφιακής γεωργίας αναγνωρίζεται ως κομβικός. Η εκπαίδευση στις ψηφιακές τεχνολογίες μπορεί να συμβάλει στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και στη διεύρυνση της εμβέλειας της γεωργικής παραγωγής στις διεθνείς αγορές. Η προώθηση της εξόδου από το γεωργικό επάγγελμα των μεγαλύτερης ηλικίας παραγωγών και η διαδοχή από νέους σε ηλικία και επιχειρηματικά ενεργούς γεωργούς εκλαμβάνεται ως στρατηγική με υψηλή προστιθέμενη αξία για την ανανέωση και τον μετασχηματισμό του αγροτικού τομέα.

Η στάθμιση των κινήτρων ενασχόλησης με το γεωργικό επάγγελμα αποκάλυψε ότι κυριαρχούν τα εγωκεντρικά κίνητρα, όπως η αύξηση του προσωπικού εισοδήματος, η επαγγελματική καταξίωση και η αξιοποίηση των διαθέσιμων προγραμμάτων ενίσχυσης. Αντίθετα, τα αλτρουιστικά κίνητρα, παρότι πολυπληθέστερα σε είδη, συγκέντρωσαν μικρότερη αποδοχή, με εξαίρεση την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του πρωτογενούς τομέα και τη συμβολή στην τοπική ανάπτυξη. Ωστόσο, ακόμη και αυτά τα κίνητρα

ενσωματώνουν, έστω και εμμέσως, την επιδίωξη οικονομικών ωφελειών. Συνολικά, η μελέτη αναδεικνύει ένα σύνθετο πλέγμα παραγόντων που επηρεάζουν τη στάση των γεωργών απέναντι στις εναλλακτικές καλλιέργειες, υποδεικνύοντας την ανάγκη για σχεδιασμό μέτρων αγροτικής πολιτικής που να καλύπουν στις ανάγκες ενημέρωσης, επιμόρφωσης, χρηματοδότησης και τεχνικής υποστήριξης.

### 6.3 Σύνοψη αποτελεσμάτων ποσοτικής έρευνας – Βασικά συμπεράσματα

Σε ό,τι αφορά την προτίμηση των καταναλωτών σε προϊόντα εναλλακτικών καλλιεργειών, τα αποτελέσματα ανέδειξαν ότι η κατανάλωση, έστω και περιστασιακή, συγκεντρώνεται κυρίως σε υπερτροφές και παραδοσιακά αρωματικά φυτά, τα οποία χρησιμοποιούνται καθημερινά στη μαγειρική και την παρασκευή ροφημάτων. Συγκεκριμένα ο βασιλικός, η ρίγανη, ο δυόσμος, ο μαϊντανός, ο άνηθος, το σέλινο, το θυμάρι, το τσάι του βουνού, το χαμομήλι και το φασκόμηλο, καταγράφουν τη μεγαλύτερη καταναλωτική απήχηση. Όσον αφορά τις γλυκαντικές ουσίες, παρατηρείται ότι, παρά την αυξανόμενη προώθηση της στέβιας ως φυσικής και υγιεινής εναλλακτικής της ζάχαρης, η πραγματική της διείσδυση στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών παραμένει περιορισμένη. Στον τομέα των υπερτροφών, το ρόδι αναδείχθηκε ως το πλέον δημοφιλές προϊόν, παρουσιάζοντας σημαντική αναγνωρισιμότητα και καταναλωτική αποδοχή. Ακολουθούν με μικρότερη συχνότητα κατανάλωσης άλλες υπερτροφές, όπως το κινόα, τα σμέουρα, τα μύρτιλα, τα γκότζι μπέρι, η αρόνια, η σπιρουλίνα και το ιπποφάες. Τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι, παρά τη γενική τάση προς υγιεινότερες διατροφικές επιλογές, η αποδοχή τέτοιων προϊόντων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη διαθεσιμότητα, την εξοικείωση του καταναλωτή με το προϊόν, και την ενσωμάτωσή του στην καθημερινή διατροφή.

Η παρούσα μελέτη επίσης διερεύνησε την προθυμία των καταναλωτών να εντάξουν συστηματικά στη διατροφή τους προϊόντα που προέρχονται από «εναλλακτικές» καλλιέργειες, με επίκεντρο τις υπερτροφές και τα αρωματικά φυτά. Ωστόσο, σε αντίθεση με τα προηγούμενα ευρήματα όπου καταγράφηκε υψηλότερη κατανάλωση, έστω και περιστασιακή σε αρωματικά φυτά, στην περίπτωση της πρόθεσης συστηματικής κατανάλωσης/αγοράς, οι υπερτροφές συγκέντρωσαν σαφώς μεγαλύτερη προτίμηση. Το ρόδι αναδείχθηκε ως η υπερτροφή με τη μεγαλύτερη καταναλωτική προτίμηση, ενώ άλλες υπερτροφές όπως τα μύρτιλα, το κινόα και τα σμέουρα κατέγραψαν αν και χαμηλότερα, επίσης σημαντικά επίπεδα πρόθεσης ένταξης στη διατροφή. Η στέβια, παρά την ευρεία παρουσία της στην ελληνική αγορά ως υποκατάστατο της ζάχαρης, δεν συγκέντρωσε σημαντική πρόθεση συστηματικής κατανάλωσης, γεγονός που πιθανόν σχετίζεται με τη δημόσια συζήτηση των τελευταίων μηνών γύρω από την ασφάλεια των γλυκαντικών ουσιών. Σε ό,τι αφορά τα αρωματικά φυτά, παρατηρήθηκε διάχυτο ενδιαφέρον από τους καταναλωτές, κυρίως για είδη όπως το τσάι του βουνού, η λεβάντα, το χαμομήλι, το φασκόμηλο και η βαλεριάνα. Παρόλο που η προτίμηση στα αρωματικά φυτά δεν ήταν τόσο ξεκάθαρη όσο στις υπερτροφές, σημαντικό ποσοστό συμμετεχόντων (περίπου το ένα τρίτο) εξέφρασε θετική στάση ως προς την ενσωμάτωσή τους σε καθημερινή βάση, γεγονός που αναδεικνύει τη βαθιά πολιτισμική και διατροφική τους ενσωμάτωση στην ελληνική παράδοση.

Σε ό,τι αφορά την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για την απόκτηση των προϊόντων συστηματικής κατανάλωσης, η συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών αρνήθηκε οποιαδήποτε αύξηση τιμής, τόσο για τις υπερτροφές όσο και για τα αρωματικά φυτά. Εξαιρεση αποτέλεσε το ρόδι, για το οποίο σχεδόν οι μισοί καταναλωτές που εξέφρασαν πρόθεση

συστηματικής κατανάλωσης, δήλωσαν διατεθειμένοι να καταβάλουν ελαφρώς αυξημένη τιμή αγοράς.

Σχετικά με τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες και την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων παρατηρούνται μεταβολές τόσο στη διατροφική συμπεριφορά όσο και στις απόψεις απέναντι στον τομέα των τροφίμων. Οι συμμετέχοντες της έρευνας αναγνωρίζουν τις αλλαγές που έχουν επέλθει στις διατροφικές ανάγκες, αποδίδοντας αυτές κυρίως στον σύγχρονο τρόπο ζωής, ο οποίος φαίνεται να έχει επηρεάσει και τις διατροφικές προτιμήσεις. Παράλληλα, καταγράφεται αυξημένο ενδιαφέρον για θέματα διατροφικής ενημέρωσης και ποιότητας τροφίμων, ενώ διατυπώνεται θετική στάση απέναντι στην τεχνολογική εξέλιξη, η οποία εκλαμβάνεται ως παράγοντας βελτίωσης της ποιότητας των τροφίμων. Στο πλαίσιο της διατροφικής συμπεριφοράς, παρατηρείται γενικά αυξημένη ευαισθητοποίηση ως προς την υγιεινή διατροφή, με έμφαση στις σωστές διατροφικές επιλογές, την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων και τη στήριξη τοπικών προϊόντων. Οι καταναλωτές αναγνωρίζουν τη συμβολή της σωστής διατροφής στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής, ενώ δείχνουν προθυμία να υιοθετήσουν νέες γεύσεις και εναλλακτικά γαστρονομικά πρότυπα, κυρίως στο πλαίσιο ταξιδιών ή γαστρονομικών εμπειριών.

Ωστόσο, παρά την καταγεγραμμένη αποδοχή της καινοτομίας, εντοπίζεται αβεβαιότητα σχετικά με τα νέα τρόφιμα και τις τεχνολογικές εφαρμογές στη διατροφή. Ένα σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων δηλώνει αδυναμία να κατανοήσει/αξιολογήσει την υγιεινή των καινοτόμων προϊόντων, και της συνεισφοράς της τεχνολογίας στην ανθρώπινη διατροφή. Επιπλέον, παρατηρείται ισχυρή δυσπιστία απέναντι στο σύστημα ελέγχου των τροφίμων, καθώς και επιφυλακτικότητα για την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών. Πολλοί καταναλωτές θεωρούν ανεπαρκή την επιστημονική τεκμηρίωση για την καταλληλότητά τους και ανησυχούν για πιθανές επιπτώσεις στη δημόσια υγεία. Επίσης, αξιόλογο είναι το ποσοστό των ερωτηθέντων που υποστηρίζει την ενίσχυση της μικρής παραγωγής και των απομακρυσμένων αγροτικών περιοχών, αν και η σχετική ενημέρωση για σήμανση δικαίου και αλληλέγγυου εμπορίου παραμένει περιορισμένη. Συνολικά, τα ευρήματα υποδεικνύουν μία καταναλωτική στροφή για ποιοτική και υγιεινή διατροφή, διατηρώντας ωστόσο επιφυλάξεις απέναντι σε ζητήματα ασφάλειας των τροφίμων.

Σε ό,τι αφορά τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις, τα αποτελέσματα που προέκυψαν φανερώνουν μία έντονη ανησυχία για τις οικονομικές πιέσεις στον τομέα της διατροφής. Η συντριπτική πλειοψηφία θεωρεί τις τιμές των τροφίμων αδικαιολόγητα υψηλές και δηλώνει ότι η συνεχής αύξησή τους προκαλεί αβεβαιότητα, άγχος και δυσκολία στην κάλυψη βασικών διατροφικών αναγκών. Οι υψηλές τιμές επηρεάζουν άμεσα τις καταναλωτικές συμπεριφορές, με τη συντριπτική πλειοψηφία να εκτιμά ότι οδηγούν σε επιλογές φθηνότερων, αλλά πιθανώς ανθυγιεινών τροφίμων. Παρά το αυξανόμενο κόστος διατροφής, ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων δεν προγραμματίζει επαρκώς τις αγορές του, γεγονός που αντικατοπτρίζεται σε αυθόρμητες αγορές και σε περιπτώσεις τροφικής σπατάλης. Η ψυχολογική διάσταση των αγορών είναι επίσης παρούσα, αν και σε μικρότερη έκταση, με ορισμένους καταναλωτές να επιλέγουν ακριβότερα τρόφιμα ως μέσο ενίσχυσης της διάθεσής τους.

Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση εμφανίζεται ενισχυμένη, καθώς καταγράφεται σημαντικό ενδιαφέρον για την περιβαλλοντική προστασία. Ωστόσο, η πρακτική εφαρμογή της περιβαλλοντικής συνείδησης μέσω καταναλωτικών επιλογών, όπως η προτίμηση οικολογικών συσκευασιών, παραμένει περιορισμένη. Επιπλέον, οι καταναλωτές αποδίδουν μεγάλο μερίδιο ευθύνης στη βιομηχανία τροφίμων για τη συμβολή της στην κλιματική αλλαγή. Παράλληλα, διαφαίνεται η ισχυρή επίδραση της διαφήμισης στις διατροφικές επιλογές. Αν και οι

τηλεοπτικές διαφημίσεις κρίνονται ελκυστικές από μεγάλο μέρος του δείγματος, καταγράφεται εσφαλμένη αντίληψη ως προς την υγιεινή και την ποιότητα των διαφημιζόμενων προϊόντων. Το γεγονός ότι ένα μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων θεωρεί ότι τα διαφημιζόμενα τρόφιμα είναι ασφαλέστερα και καλύτερα ελεγμένα αναδεικνύει την ανάγκη για ενίσχυση της διατροφικής παιδείας και της κριτικής κατανόησης του καταναλωτικού κοινού.

Τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης (FA) κατέδειξαν επτά παράγοντες (έξι εκ των οποίων προέκυψαν αξιόπιστοι) που περιγράφουν τις απόψεις/στάσεις των καταναλωτών ως προς τις διατροφικές συνήθειες/προτιμήσεις και την καινοτομία στη βιομηχανία τροφίμων, και συγκεκριμένα τους εξής παρακάτω: «υιοθέτηση υγιεινής διατροφής», «δυσπιστία στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις/καλλιεργητικές πρακτικές στη γεωργία», «τροφικές νεοφοβικές αντιδράσεις», «προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα», «δυσπιστία στη βιομηχανία τροφίμων», «αλλαγή στις διατροφικές ανάγκες/επιθυμίες», και «στήριξη μικρών επιχειρήσεων-παραγωγών». Επιπλέον, η εφαρμογή της FA κατέληξε σε πέντε παράγοντες (τέσσερις εκ των οποίων προέκυψαν αξιόπιστοι) που περιγράφουν τις απόψεις/στάσεις των καταναλωτών ως προς τις τιμές των τροφίμων και τις αγοραστικές επιδράσεις, και ειδικότερα τους κάτωθι: «προβληματισμός για τις υψηλές τιμές των τροφίμων», «ενδιαφέρον-δράση για την προστασία του περιβάλλοντος», «σπατάλη τροφίμων-προγραμματισμένες αγορές», «επιρροή από τη διαφήμιση τροφίμων», και «εμπιστοσύνη στα κρατικά συστήματα ελέγχων».

Η ανάλυση ομάδων κατέταξε τους συμμετέχοντες σε δύο ομάδες καταναλωτών. Η πρώτη ομάδα, οι «συνειδητοποιημένοι και συγκεντρωμένοι σε θέματα διατροφής» περιλαμβάνει το 52% του δείγματος και χαρακτηρίζεται από υψηλή υιοθέτηση υγιεινών διατροφικών πρακτικών, έντονο προβληματισμό για τις τιμές των τροφίμων, ευαισθησία στη διαφήμιση, αλλά και αυξημένη δυσπιστία απέναντι σε νέες τεχνολογίες και καλλιεργητικές πρακτικές. Αντιθέτως, η δεύτερη ομάδα, οι «μετριοπαθείς καταναλωτές με χαμηλή ανάμειξη», αποτελεί το 48% του συνόλου και παρουσιάζει χαμηλότερη εμπλοκή σε διατροφικά ζητήματα και μειωμένες νεοφοβικές ή επιφυλακτικές στάσεις. Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, η πρώτη ομάδα περιλαμβάνει καταναλωτές ηλικίας 18-50 ετών, με υψηλότερο εισόδημα και περισσότερες σταθερές σχέσεις, ενώ η δεύτερη ομάδα είναι μεγαλύτερης ηλικίας 36-65 ετών, μεσαίου εισοδήματος και συχνά άνευ συντροφικής σχέσης.

Παράλληλα, η οικονομετρική ανάλυση ανέδειξε τους παράγοντες που σχετίζονται με τη συστηματική αγορά/κατανάλωση αρωματικών φυτών, κινόα, σμέουρου, μύρτιλου και ροδιού. Καθώς το ρόδι ήταν το μοναδικό εναλλακτικό προϊόν για το οποίο οι καταναλωτές εξέφρασαν την πρόθεση πληρωμής υψηλότερης τιμής πραγματοποιήθηκε ανάλυση για προσδιορισμό των παραγόντων που σχετίζονται με την αποδοχή υψηλότερης τιμής αγοράς. Παρακάτω συνοψίζονται τα κυριότερα αποτελέσματα. Σε ό,τι αφορά τα αρωματικά φυτά, η πρόθεση συστηματικής αγοράς και κατανάλωσης φαίνεται να επηρεάζεται από δημογραφικά, κοινωνικοοικονομικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Οι γυναίκες και τα άτομα μέσης ηλικίας εμφανίζουν μεγαλύτερη προθυμία υιοθέτησης των αρωματικών φυτών στη διατροφή τους. Αντίθετα, το εισόδημα παρουσιάζει αρνητική σχέση, καθώς τόσο τα χαμηλά όσο και τα υψηλά εισοδήματα σχετίζονται με μειωμένη προθυμία, σε σύγκριση με τα μεσαία. Σε ψυχογραφικό επίπεδο, η τροφική νεοφοβία συνδέεται θετικά με την κατανάλωσή τους, γεγονός που έρχεται σε αντίθεση με την προτίμηση προς τα καινοτόμα τρόφιμα, η οποία φαίνεται να μειώνει τη σχετική προθυμία κατανάλωσης/αγοράς. Επίσης, η στήριξη μικροπαραγωγών σχετίζεται αρνητικά με τη συστηματική ένταξη των αρωματικών φυτών στη διατροφή.

Σε ό,τι αφορά το κινόα, η προθυμία συστηματικής αγοράς και κατανάλωσης επηρεάζεται σημαντικά από την ηλικία, το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα. Οι νεότεροι και πιο μορφωμένοι καταναλωτές εμφανίζουν μεγαλύτερη διάθεση ένταξης του κινόα στο

διαιτολόγιό τους, ενώ οι γυναίκες παρουσιάζουν μικρότερη σχετική προθυμία. Στο ψυχογραφικό πεδίο, η τροφική νεοφοβία μειώνει την πιθανότητα κατανάλωσης κινόα, ενώ η θετική στάση απέναντι στα καινοτόμα τρόφιμα, καθώς και η ηθική κατανάλωση (όπως το ενδιαφέρον για το περιβάλλον και η στήριξη μικρών παραγωγών) ενισχύουν την πρόθεση αγοράς. Η έλλειψη προγραμματισμού αγορών και η σπατάλη τροφίμων σχετίζονται αρνητικά με τη συστηματική κατανάλωση του προϊόντος.

Η προθυμία συστηματικής αγοράς/κατανάλωσης στα σμέουρα επηρεάζεται κυρίως από το επίπεδο εκπαίδευσης και σε μικρότερο βαθμό από το εισόδημα. Οι καταναλωτές υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου εμφανίζουν μεγαλύτερη πιθανότητα κατανάλωσης, ενώ τα χαμηλότερα εισοδήματα σχετίζονται με μειωμένη προθυμία. Η ψυχογραφική διάσταση παίζει σημαντικό ρόλο, με τη νεοφοβία να περιορίζει την πρόθεση κατανάλωσης. Αντίθετα, η προτίμηση στα καινοτόμα τρόφιμα σχετίζεται θετικά με την αγορά/κατανάλωση σμέουρων, υποδηλώνοντας ότι οι καταναλωτές που τους αρέσει να «πειραματίζονται» με καινούργιες γεύσεις είναι πιο «ανοιχτοί» στην ένταξη υπερτροφών όπως τα σμέουρα στη διατροφή τους.

Η πρόθεση για συστηματική κατανάλωση μύρτιλων επηρεάζεται από την εκπαίδευση και το εισόδημα. Οι πιο μορφωμένοι καταναλωτές εμφανίζουν μεγαλύτερη προθυμία, ενώ τα πολύ χαμηλά εισοδήματα λειτουργούν ανασταλτικά. Αντίθετα, τα υψηλότερα εισοδήματα σχετίζονται θετικά με την πρόθεση κατανάλωσης. Όσον αφορά τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά, η νεοφοβική συμπεριφορά συνδέεται με αρνητική στάση ως προς την κατανάλωση μύρτιλων, ενώ η τάση για σπατάλη τροφίμων –που συχνά συνδέεται με έλλειψη προγραμματισμού– σχετίζεται με μεγαλύτερη πιθανότητα ένταξης του προϊόντος στη διατροφή.

Σε ό,τι αφορά το ρόδι, η συστηματική κατανάλωση/αγορά, καθώς και η προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής για το προϊόν, επηρεάζονται από κοινωνικοοικονομικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο αποτελεί βασικό θετικό παράγοντα και για τις δύο αποφάσεις. Αντίθετα, το φύλο και η οικογενειακή κατάσταση (π.χ. συμβίωση) φαίνεται να σχετίζονται αρνητικά με την προθυμία πληρωμής υψηλότερης τιμής. Σε ψυχογραφικό επίπεδο, η υιοθέτηση υγιεινής διατροφής συνδέεται με τη θετική πρόθεση συστηματικής κατανάλωσης, ενώ η δυσπιστία προς τις νέες τεχνολογικές γεωργικές πρακτικές, η κακή διαχείριση αγορών, η σπατάλη τροφίμων και η ευκολία επηρεασμού από διαφημίσεις σχετίζονται αρνητικά και με τις δύο προθέσεις.

## 6.4 Προτάσεις

Ο αγροδιατροφικός τομέας αναδεικνύεται ως στρατηγικής σημασίας για την ΠΑΜΘ, καθώς διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην οικονομική της ανάπτυξη, στην ενίσχυση της απασχόλησης και στην προσπάθεια εξασφάλισης της διατροφικής της επάρκειας μέσω της παραγωγής οικονομικά προσιτών προϊόντων υψηλής ποιότητας. Η συμβολή του είναι ιδιαίτερα σημαντική στη διατήρηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές και στη συγκράτηση της αστυφιλίας, ενώ η διασύνδεσή του με τον τουριστικό τομέα ενισχύει την πολυδιάστατη αναπτυξιακή του δυναμική. Παράλληλα, η αλληλεπίδραση του πρωτογενούς τομέα με άλλους κλάδους, όπως η μεταποίηση και το εμπόριο, αναγνωρίζεται ως κρίσιμος παράγοντας για τη διατήρηση της τοπικής οικονομικής συνοχής και τη βιωσιμότητα των μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων. Εξίσου αξιοσημείωτη είναι η συμβολή του στη διατήρηση της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής, καθώς και στην προστασία του περιβάλλοντος μέσω της ελεγχόμενης χρήσης των φυσικών πόρων.

Στη σημερινή εποχή, ο αγροδιατροφικός τομέας της ΠΑΜΘ βρίσκεται αντιμέτωπος με ένα ευρύ φάσμα προκλήσεων, το οποίο περιλαμβάνει τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, την αβεβαιότητα στις διεθνείς αγορές και τη σταδιακή αποδυνάμωση του αγροτικού πληθυσμού. Η αναδιάρθρωση του παραγωγικού μοντέλου καθίσταται επιτακτική, προκειμένου να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα και η ανταγωνιστικότητα του πρωτογενούς τομέα. Στο πλαίσιο αυτό, οι εναλλακτικές καλλιέργειες, όπως τα αρωματικά φυτά και οι υπερτροφές προσφέρουν μία ιδιαίτερα υποσχόμενη προοπτική. Παρ' όλα αυτά η μετάβαση προς αυτές τις καλλιέργειες απαιτεί τον σχεδιασμό και τη διαμόρφωση κατάλληλων μηχανισμών υποστήριξης, προκειμένου να αρθούν τα παράγοντες που αποτελούν τροχοπέδη για την ένταξή τους.

Αρχικά, η επαρκής εκπαίδευση των παραγωγών αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας. Η έλλειψη γνώσης σχετικά με τις τεχνικές απαιτήσεις των εναλλακτικών καλλιεργειών, τις συνθήκες της αγοράς και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους, συχνά λειτουργεί ανασταλτικά στη λήψη απόφασης για υιοθέτησή τους στη γεωργική εκμετάλλευση. Απαιτείται, επομένως, η ανάπτυξη δομημένων προγραμμάτων κατάρτισης που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των αγροτών. Συγκεκριμένα, η δημιουργία εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων που να καλύπτουν τις ανάγκες τόσο σε θεωρητικό υπόβαθρο και επιχειρηματικές γνώσεις όσο και σε πρακτική εφαρμογή, και η υλοποίησή επιδοτούμενων σεμιναρίων θα συμβάλει στην κινητροποίηση των γεωργών για την υιοθέτηση εναλλακτικών καλλιεργειών. Παράλληλα, η δημιουργία ενός οργανωμένου δικτύου γεωργικών συμβούλων και η αξιοποίηση ψηφιακών εργαλείων ενημέρωσης, όπως εφαρμογές και πλατφόρμες e-learning θα συμπλήρωναν με τον καλύτερο τρόπο την εκπαιδευτική διαδικασία και θα είχαν μεγάλη απήχηση στον γεωργικό κόσμο που λόγω του ιδιαίτερου ωραρίου εργασίας του δυσκολεύεται να παρακολουθήσει διαζώσης ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα.

Επιπλέον, απαραίτητη για την είσοδο των γεωργών της ΠΑΜΘ στις εναλλακτικές καλλιέργειες θεωρείται η παροχή «στοχευμένων» οικονομικών κινήτρων. Η στροφή σε νέα παραγωγικά μοντέλα συνεπάγεται αυξημένο κόστος, επενδυτικό ρίσκο και μία περίοδο προσαρμογής από την πλευρά των παραγωγών. Συνεπώς, απαιτούνται πολιτικές ενίσχυσης, οι οποίες να περιλαμβάνουν επιδοτήσεις για την προμήθεια ειδικού πολλαπλασιαστικού υλικού, συγχρηματοδοτήσεις για την εγκατάσταση των καλλιεργειών, φορολογικές ελαφρύνσεις για περιβαλλοντικά φιλικές πρακτικές και ευνοϊκή πρόσβαση σε χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως χαμηλότοκα δάνεια ή ειδικά επενδυτικά προγράμματα. Επιπλέον η επιδότηση για αγορά του απαραίτητου μηχανολογικού εξοπλισμού και της κατασκευής των κατάλληλων υποδομών θα κάμψει τη διστακτικότητα των γεωργών και θα τους ενθαρρύνει να «δοκιμαστούν» επιχειρηματικά σε νέα προϊόντα. Επίσης, η προώθηση της συλλογικής δράσης θα βοηθήσει σημαντικά στη δημιουργία και στην ενίσχυση ομάδων παραγωγών και συνεταιρισμών, δίνοντας έμφαση στη συνεργασία για τη διανομή εξοπλισμού απαραίτητου στην παραγωγική διαδικασία των νέων, εναλλακτικών προϊόντων και στην ανταλλαγή τεχνογνωσίας. Οι συλλογικές αυτές προσπάθειες καλό θα είναι να υποστηρίζονται θεσμικά και οικονομικά, με παροχή φορολογικών κινήτρων, τεχνικής υποστήριξης και πρόσβασης σε ειδικά αναπτυξιακά προγράμματα. Η οικονομική ενίσχυση οφείλει να συνδυάζεται με τη δημιουργία ενός ευρύτερου θεσμικού περιβάλλοντος που θα ενσωματώνει τις εναλλακτικές καλλιέργειες στον στρατηγικό σχεδιασμό του αγροτικού τομέα, τόσο σε επίπεδο περιφερειακής όσο και σε επίπεδο εθνικής πολιτικής ανάπτυξης.

Η πρόσβαση σε αγορές και η δυνατότητα εμπορικής διάθεσης του παραγόμενου προϊόντος αποτελούν έναν επιπλέον καθοριστικό παράγοντα για την απόφαση μετάβασης σε εναλλακτικές καλλιέργειες. Συχνά, η περιορισμένη ζήτηση ή η απουσία οργανωμένων διαύλων εμπορίας αποθαρρύνουν τους γεωργούς από την υιοθέτηση καινοτόμων προσεγγίσεων. Γι'

αυτόν τον λόγο, είναι αναγκαία η υποστήριξη για την ανάπτυξη τοπικών ή περιφερειακών αγορών, συνεταιριστικών σχημάτων, συνεργειών με τη μεταποίηση, την εστίαση και τον τουρισμό, καθώς και η αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων για την απευθείας πώληση προϊόντων (αγορές παραγωγών, ηλεκτρονικές πλατφόρμες).

Στα πλαίσια ενίσχυσης της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των νέων, προτείνεται ο σχεδιασμός πολιτικών για την προσέλκυση νέων στον πρωτογενή τομέα, μέσα από την ενίσχυση της εικόνας του γεωργικού επαγγέλματος και τη διευκόλυνση της πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης. Η ανάπτυξη δικτύων περιλαμβάνει τη βελτίωση της εφοδιαστικής αλυσίδας και των μεταφορικών υποδομών, προκειμένου να μειωθεί το κόστος παραγωγής και να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα. Παράλληλα, δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη τοπικών μονάδων μεταποίησης, ώστε να περιοριστεί η εξάρτηση από μακρινές μεταποιητικές επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, προβλέπεται η δημιουργία ψηφιακών υποδομών για την προώθηση προϊόντων, τη δικτύωση σε εμπορικό επίπεδο και τη διάχυση της γνώσης. Προς αυτήν την κατεύθυνση, τα τελευταία χρόνια, στην περιοχή υλοποιούνται συντονισμένες δράσεις μέσω του Ευρωπαϊκού Κόμβου Ψηφιακής Καινοτομίας #DigiAgriFood, με στόχο την ενίσχυση του ψηφιακού και πράσινου μετασχηματισμού σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας της βιομηχανίας τροφίμων. Οι δράσεις αυτές διεξάγονται με τη συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων και εστιάζουν στη βιωσιμότητα, και την ενδυνάμωση της αγροτικής παραγωγής και την επιχειρηματικότητα των αγροτικών εκμεταλλεύσεων. Ο Κόμβος #DigiAgriFood παρέχει ένα πλούσιο φάσμα εργαλείων και τεχνογνωσίας σε προηγμένες ψηφιακές τεχνολογίες, και συγχρόνως προσφέρει ουσιαστική στήριξη των γεωργών-επιχειρηματιών της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, ώστε να αξιοποιήσουν αποτελεσματικά τις επενδυτικές ευκαιρίες του σύγχρονου αγροδιατροφικού περιβάλλοντος.

Εξίσου σημαντικό είναι να καλλιεργηθεί η κουλτούρα καινοτομίας στον αγροτικό χώρο, οπότε οι εναλλακτικές καλλιέργειες δεν θα πρέπει να προσεγγίζονται ως προσωρινές επιλογές ή λύσεις ανάγκης, αλλά ως εργαλεία επαγγελματικής ανέλιξης και περιφερειακής ανάπτυξης. Η ανάδειξη θετικών παραδειγμάτων επιτυχημένων παραγωγών, η ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας, και η ένταξη της αγροτικής καινοτομίας στα εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να λειτουργήσουν καταλυτικά.

Παράλληλα, η ενσωμάτωση των προϊόντων των εναλλακτικών καλλιεργειών στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών θεωρείται καθοριστικής σημασίας για τη βιωσιμότητα και τη δυναμική τους στη βιομηχανία τροφίμων. Παρόλο που προϊόντα όπως τα αρωματικά φυτά και οι υπερτροφές έχουν υψηλή θρεπτική αξία, η αποδοχή τους από τους καταναλωτές παραμένει περιορισμένη, κυρίως λόγω ελλιπούς ενημέρωσης, περιορισμένης διαθεσιμότητας, υψηλότερου κόστους ή έλλειψης εμπιστοσύνης. Για την αλλαγή αυτής της κατάστασης απαιτείται ένα σύνολο μέτρων που να στοχεύουν τόσο στην καλλιέργεια καταναλωτικής συνείδησης, όσο και στη διαμόρφωση ενός θετικού εμπορικού/αγοραστικού περιβάλλοντος υπέρ των εναλλακτικών προϊόντων.

Αρχικά, η πληροφόρηση/ενημέρωση των καταναλωτών αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για το σχεδιασμό της στρατηγικής προσέλκυσης στα προϊόντα εναλλακτικών καλλιεργειών. Μέσα από εκστρατείες και δημόσιες καμπάνιες, δράσεις ευαισθητοποίησης σε σχολεία, πανεπιστήμια και κοινωνικούς χώρους, μπορούν να αναδειχθούν τα διατροφικά τους οφέλη, και η συνεισφορά τους στην περιβαλλοντική προστασία. Η αξιοποίηση συμβατικών μέσων, όπως η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, αλλά και ψηφιακών, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα blogs, θα συνεισφέρουν με πιο αποτελεσματικό τρόπο στην ενθάρρυνση και την προτροπή των καταναλωτών να στραφούν στα «εναλλακτικά» προϊόντα. Επίσης, η συνεργασία με διατροφολόγους, σεφ, influencers και τοπικούς παραγωγούς μπορεί να

προσδώσει αξιοπιστία και συναισθηματική ταύτιση με τα προϊόντα αυτά. Η ενίσχυση της διατροφικής εκπαίδευσης αποτελεί επίσης κομβικό πεδίο παρέμβασης. Η ένταξη μαθημάτων για τη βιώσιμη γεωργία, τη βιοποικιλότητα, τη μεσογειακή διατροφή και την αγροδιατροφική κληρονομιά στα προγράμματα σπουδών της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης μπορεί να διαμορφώσει από μικρή ηλικία θετικές στάσεις απέναντι στα προϊόντα εναλλακτικής παραγωγής και να κάμψει τις νεοφοβικές αντιδράσεις.

Ταυτόχρονα, η ενίσχυση της διαθεσιμότητας και της προσβασιμότητας των νέων, «εναλλακτικών» προϊόντων είναι αναγκαία προϋπόθεση για την ενσωμάτωσή τους στην καθημερινή διατροφή. Η ενίσχυση των άμεσων πωλήσεων μέσω αγορών παραγωγών, καταστημάτων βιολογικών και τοπικών προϊόντων, αγροτουριστικών μονάδων και ηλεκτρονικών πλατφορμών διάθεσης, μπορεί να προσφέρει στους καταναλωτές φρέσκα, αυθεντικά και ασφαλή προϊόντα. Επιπλέον, τα σουπερμάρκετ και τα καταστήματα λιανικής πώλησης των τροφίμων μπορούν να παρουσιάσουν στα ράφια τους, σε διακριτά σημεία προβολής, εναλλακτικά προϊόντα με σήμανση που αναδεικνύει την προέλευση, τη θρεπτική αξία, και τα οφέλη τους για το περιβάλλον και την υγεία.

Στο σημείο αυτό δε θα πρέπει να παραληφθεί η ανάγκη να καλλιεργηθεί μία σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ καταναλωτή και παραγωγού. Η πιστοποίηση της ποιότητας και της προέλευσης των «εναλλακτικών» προϊόντων, η διαφάνεια στην παραγωγική διαδικασία τους, η αξιοποίηση εργαλείων ιχνηλασιμότητας, και η ανάδειξη των προσώπων πίσω από την παραγωγή τους, ενισχύουν τη διαφάνεια και τη σύνδεση του καταναλωτή με το αγαθό. Επίσης θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό τα προϊόντα αυτά να «επικοινωνούν» αξίες. Η κατανάλωσή τους δεν αφορά μόνο τη γεύση ή τη θρεπτικότητα, αλλά ενσωματώνει έννοιες όπως η στήριξη της τοπικής κοινωνίας, η προστασία του περιβάλλοντος, και η διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς.

## Βιβλιογραφία

### Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

- Ball HL. Conducting Online Surveys. *Journal of Human Lactation*. 2019; 35(3): 413-417.
- Boyce C, Neale P. CONDUCTING IN-DEPTH INTERVIEWS: A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews for Evaluation Input. *PATHFINDER INTERNATIONAL TOOL SERIES, Monitoring and Evaluation – 2*, 2006.
- Castaneda A, Dung D, Newhouse D, Nguyen M-C, Uematsu H, Azevedo JP. Who Are the Poor in the Developing World?. *Policy Research*, 2016; Working Paper; No. 7844. © World Bank. <http://hdl.handle.net/10986/25161> License: CC BY 3.0 IGO.
- Dagevos H, Lauwere Cd. Circular Business Models and Circular Agriculture: Perceptions and Practices of Dutch Farmers. *Sustainability*. 2021; 13(3):1282.
- Dillman DA, Smyth JD, Christian LM. Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method. John Wiley & Sons, 2014.
- Eisinga R, Grotenhuis M, Pelzer B. The reliability of a two-item scale: Pearson, Cronbach or Spearman-Brown? *International Journal of Public Health*, 2013; 58: 637–642.
- Evans JR, Mathur A. The value of online surveys. *Internet Research*, 2005; 15: 195–219.
- Field A. *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. Fifth Edition, University of Sussex, UK, 2017.
- Filimonau V, Le Hong Vi, Beer S, Ermolaev VA. The Covid-19 pandemic and food consumption at home and away: An exploratory study of English households. *Socio-Economic Planning Sciences*, 2022; 82: 101125.
- Flick U. *An Introduction to Qualitative Research*, Seventh Edition, Freie Universität, Germany, Berlin, 2022, p. 632.
- Fricker RD. Sampling methods for online surveys. In N. Fielding, R. Lee, & G. Blank (Eds.), *The SAGE handbook of online research methods*, SAGE Publications, 2017: 162–183.
- Ghaffari M, Rodrigo PGK, Ekinci Y, Pino G. Consumers' motivations for adopting a vegan diet: A mixed-methods approach. *International Journal of Consumer Studies*, 2022; 46: 1193–1208.
- Hall RP. *Mixing Methods in Social Research : Qualitative, Quantitative and Combined Methods*. Sage Publications Ltd., 2020, p. 272.
- Han G, Grudens-Schuck N. Motivations and Challenges for Adoption of Organic Grain Production: A Qualitative Study of Iowa Organic Farmers. *Foods*. 2022; 11(21):3512.
- Hendren K, Newcomer K, Pandey SK, Smith M, Sumner N. How Qualitative Research Methods Can Be Leveraged to Strengthen Mixed Methods Research in Public Policy and Public Administration?. *Public Administration Review*, 2023; 83(3): 468–485.
- Jones A. *Applied Econometrics for Health Economists – A Practical Guide*. OHE Research – Office of Health Economics, Radcliffe Publishing Ltd, UK, 2008.
- Kernecker M, Knierim A, Wurbs A, Kraus T, Schwierz F. Experience versus expectation: farmers' perceptions of smart farming technologies for cropping systems across Europe. *Precision Agriculture*, 2020; 21. 10.1007/s11119-019-09651-z.

- Kreicbergs T, Šceulovs D, Bernovskis A. Brand and masculinity archetypes as an innovative research approach for analyzing consumer preferences on masculinity in advertising. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2024; 10(1): 100184.
- Kumar V, Leone RP, Aaker DA, Day GS. *Marketing Research*, 13th Edition, 218, pages 768.
- Mancini MC, Menozzi D, Donati M, Biasini B, Veneziani M, Arfini F. Producers' and Consumers' Perception of the Sustainability of Short Food Supply Chains: The Case of Parmigiano Reggiano PDO. *Sustainability*, 2019; 11(3):721.
- Mieg HA. Professionalisation and professional identities of environmental experts: the case of Switzerland. *Environmental Science*, 2008; 5:41–51.
- Mills GE, Gay LR, Airasian P. *Educational Research – Competencies for analysis and applications*, 10th Edition, Pearson Education, 2012.
- Nayak M, Narayan KA. Strengths and weakness of online surveys. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 2019; 24: 31–38.
- Noy C. Sampling knowledge: the hermeneutics of snowball sampling in qualitative research. *International Journal of Social Research Methodology*, 2008; 11: 327–344.
- Noy S, Jabbour R. Decision-Making in Local Context: Expertise, Experience, and the Importance of Neighbours in Farmers' Insect Pest Management. *Sociologia Ruralis*, 2020; 60: 3-19.
- Östlund U, Kidd L, Wengström Y, Rowa-Dewar N. Combining qualitative and quantitative research within mixed method research designs: A methodological review. *International Journal of Nursing Studies*, 2011; 48(3): 369-383.
- Pilcher N, Cortazzi M. Qualitative' and 'quantitative' methods and approaches across subject fields: implications for research values, assumptions, and practices. *Quality & Quantity*, 2024; 58: 2357–2387.
- Proctor C, Hopkins N. Stressors and Coping Strategies in Rural Farmers: A Qualitative Study. *Journal of Agromedicine*, 2023; 28(3): 415–424.
- Rita P, Eiriz V, Conde B. The role of information for the customer journey in mobile food ordering apps. *Journal of Services Marketing*, 2023; 37(5): 574-591.
- Roser M. Employment in Agriculture. 2023, Published online at OurWorldinData.org. Retrieved from: '<https://ourworldindata.org/employment-in-agriculture>'.
- Saunders MKN, Lewis P, Thornhill A. *Research Methods for Business Students*. 8th Edition, 2019, Pearson, New York.
- Shah AM, Qayyum A, Lee K. Customers' dining choice using meal ordering apps: insights from China and Indonesia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 2023; 35(6): 1443-1473.
- Shaw E, Mac Con Iomaire M. A comparative analysis of the attitudes of rural and urban consumers towards cultured meat. *British Food Journal*, 2019; 121(8): 1782-1800.
- Siddiqui M, Chakraborty D, Siddiqui A. Consumers buying behaviour towards agri-food products: A mixed-method approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2023; 73: 103349.
- Strijker D, Bosworth G, Bouter G. Research methods in rural studies: Qualitative, quantitative and mixed methods. *Journal of Rural Studies*, 2020; 78: 262-270.

Wardropper CB, Dayer AA, Goebel MS, Martin VY. Conducting conservation social science surveys online. *Conservation Biology*, 2021; 35: 1650–1658.

Wooldridge JM. *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. The MIT Press, 2002, p. 752.

Yadav R, Yadav R. Are consumers ready to adopt electric vehicles? Analyzing the barriers and motivators associated with electric vehicle adoption in India: Policy implications for various stakeholders. *Energy Policy*, 2024; 190: 114173.

Yang S-H, Phan HTT, Hsieh C-M, Li T-N. What Intentions and Interesting Information Can Attract Consumers to Scan QR Code While Buying Eggs? *Foods*. 2022; 11(9):1259.

### ***Βιβλιογραφία στην ελληνική γλώσσα***

Γαλάνης Π. Ανάλυση δεδομένων στην ποιοτική έρευνα - Θεματική ανάλυση. *ΑΡΧΕΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΙΑΤΡΙΚΗΣ* 2018, 35(3):416-421

Ζακυνθινός Γ. Ευρωπαϊκός Αγροδιατροφικός Τομέας: Η ανασκόπηση του 2024 και οι προκλήσεις του 2025. *Υραϊθρος*, 2025, <https://www.yraithros.gr/enropaikos-agrodiatrotikos-tomeas-i-anaskopisi-tou-2024-kai-oi-prokliseis-tou-2025/> (αναρτήθηκε στις 2/4/2025).

Σιώμκος Γ, Μαύρος Δ. Έρευνα και μετρικές μάρκετινγκ. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 2<sup>η</sup> Έκδοση, 2024, Αθήνα.

Σιώμκος ΓΙ, Βασιλικοπούλου Α.Ι. Εφαρμογή Μεθόδων Ανάλυσης στην Έρευνα Αγοράς. Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, 2005.

Σταλίκας Α, Κυριάζος Θ. Μεθοδολογία έρευνας και Στατιστική-Με την χρήση R. Εκδόσεις Τόπος, Αθήνα, 2019, σελ. 728.

Τηλικίδου Ε. Η Έρευνα του Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Σοφία, 2011, Θεσσαλονίκη, σελ. 212.

Τράπεζα Πειραιώς. Πώς μπορεί ο αγροδιατροφικός τομέας να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις του αύριο, σήμερα; Τράπεζα Πειραιώς, 2022

Τσαγρής Μ, Κουκουριτάκης Μ. Στατιστική με τη χρήση των IBM SPSS 26 και Eviews 11 [Προπτυχιακό εγχειρίδιο]. Κάλλιπος, Ανοικτές Ακαδημαϊκές Εκδόσεις, 2022.

Τσιώλης Γ. (2018) Θεματική ανάλυση ποιοτικών δεδομένων. Ερευνητικές διαδρομές στις Κοινωνικές Επιστήμες, Θεωρητικές-Μεθοδολογικές Συμβολές και Μελέτες Περίπτωσης, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ, Εργαστήριο Κοινωνικής Ανάλυσης & Εφαρμοσμένης Κοινωνικής Έρευνας, σελ.126.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

### Ερωματολόγιο ποιοτικής έρευνας

#### Ερωτήσεις:

- Θεωρείτε σημαντικό τον πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ; Αν ναι, γιατί;
- Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πλεονεκτήματα (δυνατά σημεία) του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ;
- Ποιες είναι κατά τη γνώμη σας οι αδυναμίες (αδύνατα σημεία) του πρωτογενή τομέα της ΠΑΜΘ;
- Είστε πρόθυμοι να εντάξετε στη γεωργική σας εκμετάλλευση κάποια εναλλακτική καλλιέργεια; Παρακαλώ δικαιολογήστε την απάντησή σας.
- Έχετε επιχειρηματικό ενδιαφέρον σε κάποια συγκεκριμένη εναλλακτική καλλιέργεια;
- Ποιοι είναι οι παράγοντες που θα έδιναν το κίνητρο σε έναν παραγωγό της ΠΑΜΘ να εντάξει στη γεωργική του εκμετάλλευσή μία εναλλακτική καλλιέργεια;
- Ποια είναι κατά την γνώμη σας τα εμπόδια στην ένταξη εναλλακτικών καλλιεργειών στις γεωργικές εκμεταλλεύσεις της ΠΑΜΘ;
- Ποια μέτρα πολιτικής θα μπορούσαν να κάνουν πιο ελκυστικές τις εναλλακτικές καλλιέργειες στους γεωργούς της ΠΑΜΘ;
- Τι σας έκανε να ασχοληθείτε με το επάγγελμα του γεωργού;

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

### Ερωτηματολόγιο ποσοτικής έρευνας

#### Στάσεις και απόψεις των καταναλωτών της ΠΑΜΘ ως προς τα αγροδιατροφικά προϊόντα εναλλακτικών καλλιεργειών

Η παρούσα έρευνα αφορά τη διερεύνηση της κατανάλωσης αγροδιατροφικών προϊόντων εναλλακτικών καλλιεργειών (όπως αρωματικά φυτά, υπερτροφές) στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (ΠΑΜΘ). Διεξάγεται στα πλαίσια ερευνητικού προγράμματος σχετικά με την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του πρωτογενούς τομέα στην ΠΑΜΘ, τη βελτίωση των μεθόδων παραγωγής και την ανάπτυξη καινοτόμων εργαλείων προώθησης και εμπορίας των προϊόντων αγροτικής προέλευσης.

Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι ανώνυμη και δε θα ζητηθούν, ούτε θα καταγραφούν, προσωπικά δεδομένα από τους/τις συμμετέχοντες/συμμετέχουσες. Παρακαλούμε να απαντήσετε με ειλικρίνεια στις παρακάτω ερωτήσεις. Σας ευχαριστούμε πολύ για τη συμμετοχή σας!

#### Ερωτήσεις

##### 1. Παρακαλώ σημειώστε το φύλο σας.

Γυναίκα	
Άνδρας	

##### 2. Σε ποια ηλικιακή κατηγορία ανήκετε;

18-25	
26-35	
36-50	
51-65	
66 και άνω	

##### 3. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Άγαμος - η	
Παντρεμένος - η	
Διαζευγμένος - η	
Χήρος-η	
Σε σχέση χωρίς συμβίωση	
Σε σχέση με συμβίωση	

**4. Πόσοι είναι οι ένοικοι του σπιτιού σας; (Αναγράψτε τον αριθμό των ατόμων με τα οποία συγκατοικείτε στο ίδιο σπίτι).**

Η οικογένειά μου αποτελείται από \_\_\_\_\_ μέλη.

**5. Σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκει το επάγγελμά σας;**

Δημόσιος Υπάλληλος	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Ελεύθερος Επαγγελματίας	
Συνταξιούχος	
Οικιακά	
Φοιτητής-τρια	
Άνεργος-η	

**6. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας;**

Δημοτικό σχολείο	
Γυμνάσιο	
Λύκειο	
ΙΕΚ-Ανώτερη Σχολή	
Πτυχίο πανεπιστημίου	
Μεταπτυχιακό δίπλωμα	
Διδακτορικό	

**7. Σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκει το καθαρό μηνιαίο σας εισόδημα;**

1€ -500 €	
501€- 1000€	
1001€-2000€	
2001€ και άνω	

**8. Ο τόπος μόνιμης κατοικίας σας βρίσκεται σε:**

Πρωτεύουσα νομού	
Μεγάλη επαρχιακή πόλη	
Κωμόπολη	
Χωριό-οικισμός στην ύπαιθρο	

**9. Ποια ή ποια από τα παρακάτω προϊόντα καταναλώνετε έστω και περιστασιακά;**

Προϊόντα	Επιλογή
ρόδι	

αρώνια	
ιπποφαές	
σιταρόχορτο	
σπιρουλίνα	
σπόροι chia	
κινόα	
σμέουρα	
μύρτιλα	
λιναρόπορος	
σπόροι κάνναβης	
γκότζι μπέρι	
στέβια	
χαμομήλι	
φασκόμηλο	
λεβάντα	
βαλεριάνα	
σχοινόπρασο	
μαντζουράνα	
πικραλίδα	
εστραγκόν	
κόλιανδρος	
μυρώνι	
γλυκάνισος	
τσάι του βουνού	
κύμινο	
βοϊδόγλωσσα	
άνηθος	
σέλινο	
μαϊντανός	
κάρδαμο	
θυμάρι	
δενδρολίβανο	
βασιλικός	
δυόσμος	
ρίγανη	

**10. Ποια ή ποια από τα παρακάτω προϊόντα θα επιλέγατε να εντάξετε στη διατροφή σας και να τα καταναλώνετε συστηματικά; Σημειώστε εάν θα ήσασταν διατεθειμένοι να πληρώσετε υψηλότερη τιμή για την αγορά του/τους (για τα προϊόντα που επιλέξατε).**

Προϊόντα	Επιλογή	Δε θα πληρώνα υψηλότερη τιμή	Θα πληρώνα έως 5% υψηλότερη τιμή	Θα πληρώνα από 5% έως 10% υψηλότερη τιμή	Θα πληρώνα άνω του 10% υψηλότερη τιμή
----------	---------	------------------------------	----------------------------------	--	---------------------------------------

ρόδι					
αρώνια					
υποφαές					
σιταρόχορτο					
σπρουλίνα					
σπόροι chia					
κινόα					
σμέουρα					
μύρτιλα					
λιναρόπορος					
σπόροι κάνναβης					
γκότζι μπέρι					
στέβια					
χαμομήλι					
φασκόμηλο					
λεβάντα					
βαλεριάνα					
σχοινόπρασο					
μαντζουράνα					
πικραλίδα					
εστραγκόν					
κόλιανδρος					
μυρώνι					
γλυκάνισος					
τσάι του βουνού					
κύμινο					
βοϊδόγλωσσα					
άνηθος					
σέλινο					
μαϊντανός					
κάρδαμο					
θυμάρι					
δενδρολίβανο					
βασιλικός					
δυόσμος					
ρίγανη					

**11. Παρακάτω δίνονται κάποιες προτάσεις που αφορούν τις διατροφικές συνήθειες, τις διατροφικές προτιμήσεις και τις εξελίξεις στη βιομηχανία τροφίμων. Δηλώστε τον βαθμό συμφωνίας (διαφωνίας) σας.**

Δηλώσεις

Διαφωνώ  
απόλυτα

Διαφωνώ

Ούτε  
διαφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ  
απόλυτα

			ούτε συμφωνώ		
Τα τελευταία χρόνια έχουν αλλάξει οι διατροφικές ανάγκες					
Ο σύγχρονος τρόπος ζωής έχει αλλάξει τις διατροφικές προτιμήσεις					
Προτιμώ τα τρόφιμα που παράγονται από μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις					
Τα καινούργια (καινοτόμα) τρόφιμα είναι και πιο υγιεινά					
Προτιμώ να αγοράζω αγροτικά προϊόντα που προέρχονται από απομακρυσμένες περιοχές					
Θεωρώ ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας στη βιομηχανία τροφίμων έχει βελτιώσει τη διατροφή μας					
Προτιμώ να αγοράζω καινούργια τρόφιμα (καινοτόμα)					
Θεωρώ ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας έχει βελτιώσει την ποιότητα των τροφίμων					
Προσέχω στις ετικέτες των τροφίμων που αγοράζω αν έχουν τη σήμανση δικαίου και αλληλέγγυου εμπορίου					
Διστάζω να δοκιμάσω νέες γεύσεις					
Η έθνικ κουζίνα είναι πολύ «περίεργη» για τα γούστα μου					
Τα καινούργια τρόφιμα που βλέπω στο σουπερμάρκετ μου δημιουργούν ανασφάλεια					
Δίνω μεγάλη σημασία στη σωστή διατροφή					
Φροντίζω να ενημερώνομαι πάνω σε θέματα διατροφής					
Όταν ταξιδεύω αποφεύγω να δοκιμάσω τοπικά πιάτα/γεύσεις					
Προτιμώ να αγοράζω βιολογικά φρούτα/λαχανικά					
Με τόσα καινούργια προϊόντα στα σουπερμάρκετ δυσκολεύομαι να κάνω τις αγορές μου					
Θεωρώ ότι αρκετές φορές η σήμανση της βιολογικής παραγωγής στα προϊόντα είναι παραπλανητική					
Θεωρώ ότι τρέφομαι υγιεινά					
Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον από τους					

καταναλωτές πάνω σε θέματα διατροφής					
Η σωστή διατροφή βελτιώνει την ποιότητα ζωής					
Στη σημερινή εποχή θεωρώ ότι τα τρόφιμα δεν είναι ασφαλή					
Πιστεύω ότι το σύστημα ελέγχου της βιομηχανίας τροφίμων είναι ανεπαρκές					
Τα τρόφιμα που παράγονται στην περιοχή μου είναι πιο υγιεινά					
Δεν εμπιστεύομαι τα καινούργια τρόφιμα που βγαίνουν στην αγορά					
Η βιομηχανία τροφίμων ενδιαφέρεται μόνο για το κέρδος της και όχι για την ασφάλεια των τροφίμων που παρέχει					
Οι απάτες που έχουν γίνει γνωστές στη βιομηχανία τροφίμων έχουν κλονίσει την εμπιστοσύνη μου					
Τα αγροτικά προϊόντα που παράγονται με νέες καλλιεργητικές μεθόδους είναι επιβαρυνμένα με περισσότερα χημικά φυτοπροστατευτικά σκευάσματα					
Είμαι διστακτικός ως προς την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών					
Πιστεύω ότι δεν έχουν γίνει αρκετές μελέτες που να εγγυώνται την ασφάλεια των νέων καλλιεργητικών πρακτικών					
Παρόλο που οι νέες καλλιεργητικές πρακτικές αυξάνουν την παραγωγή, πιστεύω ότι επιβαρύνουν την υγεία					
Προσέχω πολύ την ποιότητα των τροφίμων που καταναλώνω					

**12. Παρακάτω δίνονται κάποιες προτάσεις που αφορούν τις τιμές των τροφίμων και τις αγροαστικές επιδράσεις. Δηλώστε τον βαθμό συμφωνίας (διαφωνίας) σας.**

Δηλώσεις	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Σπάνια ψωνίζω με λίστα από το σουπερμάρκετ					

Πιστεύω ότι οι τιμές των τροφίμων είναι αδικαιολόγητα υψηλές τα τελευταία χρόνια					
Οι συνεχείς αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων μου δημιουργούν μεγάλη ανασφάλεια					
Συμμετέχω σε δράσεις για την προστασία του περιβάλλοντος					
Μου αρέσουν οι διαφημίσεις τροφίμων που βλέπω στις τηλεόραση					
Πιστεύω ότι τα τρόφιμα που διαφημίζονται είναι καλύτερα ελεγμένα					
Συχνά βρίσκω χαλασμένα τρόφιμα στο ψυγείο μου					
Ενδιαφέρομαι πολύ για θέματα περιβαλλοντικής προστασίας					
Αγχώνομαι για το αν θα μπορέσω να καλύψω το κόστος της διατροφής μου					
Τα φθηνότερα τρόφιμα είναι και πιο ανθυγιεινά					
Νιώθω ευθύνη για τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο τρόπος ζωής μου στο περιβάλλον					
Οι τιμές των τροφίμων επηρεάζουν σημαντικά τις αγορές μου στο σουπερμάρκετ					
Θεωρώ ότι τα μέτρα που παίρνει το κράτος για την προστασία της υγείας των καταναλωτών είναι επαρκή					
Θεωρώ ότι οι κρατικοί έλεγχοι στα τρόφιμα είναι επαρκείς					
Οι διαφημίσεις των τροφίμων επηρεάζουν τις διατροφικές επιλογές μου					
Θεωρώ ότι τα τρόφιμα που συνήθως διαφημίζονται δεν είναι υγιεινά					
Προσέχω οι συσκευασίες των τροφίμων που αγοράζω					

να είναι φιλικές προς το περιβάλλον					
Οι αυξήσεις στις τιμές των τροφίμων θα έχουν άμεσες επιπτώσεις στην ανθρώπινη υγεία					
Πιστεύω ότι η βιομηχανία τροφίμων ευθύνεται σε μεγάλο βαθμό για την κλιματική αλλαγή					
Αρκετές φορές αγοράζω τρόφιμα τα οποία δε χρειάζομαι					
Αρκετές φορές αγοράζω πιο ακριβά τρόφιμα ως επιβράβευση στον εαυτό μου					