



ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ
ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ-«ΔΟΥΚΑΣ»





1. Εισαγωγή

Στόχος της παρούσας έρευνας είναι η προώθηση αειφόρων προτύπων παραγωγής και κατανάλωσης με παράδειγμα το Ελαιόλαδο, στα πλαίσια του Ευρωπαϊκού προγράμματος Infoil. Στην έρευνα έλαβαν μέρος 351 καταναλωτές στην περιοχή της Αθήνας, στον Δήμο Αγίου Δημητρίου και συγκεκριμένα στο κατάστημα τροφίμων «Δούκας».

Ο Άγιος Δημήτριος είναι νότιο προάστιο του Νομού Αττικής με τον πληθυσμό να κυμαίνεται στους 73.000 κατοίκους περίπου.

Στο εν λόγω κατάστημα υπάρχουν όλες οι κατηγορίες λαδιών, όπως το βιολογικό, το παρθένο ελαιόλαδο, το εξαιρετικά παρθένο, το κλασσικό, το πυρηνέλαιο, το σογιέλαιο, το ραφινέ, το αραβοσιτέλαιο το καλαμποκέλαιο και το σησαμέλαιο. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία, για το έτος 2010, οι πωλήσεις έχουν ως εξής:

- 1.439 L Παρθένο Ελαιόλαδο (3,65%)
- 1.389 L Εξ. Παρθένο Ελαιόλαδο (3,52%)
- 132,35 L Βιολογικό (0,35%)
- 36.396 L Συμβατικό (92, 48%)



2. Στατιστική Ανάλυση

Στον πίνακα που ακολουθεί εμφανίζονται οι μεταβλητές μας, καθώς επίσης και η ερμηνεία τους. Συγκεκριμένα:

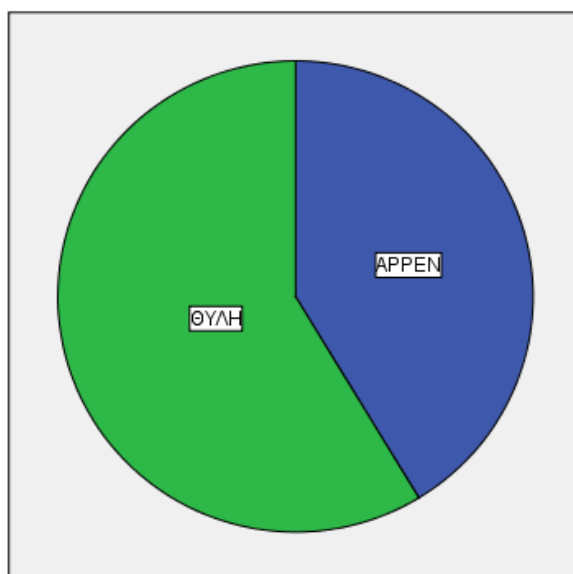
Πίνακας 1 Μεταβλητών:

Μεταβλητές	Ερμηνεία
Φύλο	Άνδρας ή Γυναίκα
Ηλικία	Ηλικία ερωτώμενου
Εθνικότητα	Ελληνική ή Αλλοδαπή
Εκπαίδευση	Μορφωτικό Επίπεδο Ερωτώμενου
Επάγγελμα	Ιδιωτικός – Δημόσιος Υπάλληλος - Αγρότης κτλ
Β. Ελαιόλαδο	Αν ο ερωτώμενος γνωρίζει για το Βιολογικό Ελαιόλαδο
ΣΟΔ	Αν ο ερωτώμενος γνωρίζει για το ΣΟΔ (Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης)
Σύγκριση	Σύγκριση Β. Ελαιολάδου με Ελαιόλαδο που παράγεται με το ΣΟΔ και το Συμβατικό
Ζαχαροπλαστική -Μαγειρική	Προτίμηση σε Ζαχαροπλαστική - Μαγειρική (Ελαιόλαδο - Σπορέλαιο - Βούτυρο -Άλλο)
Σαλάτες	Προτίμηση σε Σαλάτες (Εξαιρετικό παρθένο Ελαιόλαδο - Ελαιόλαδο - Άλλο)
Προϊόντα	Χρήση προϊόντων που περιέχουν ελαιόλαδο
Κατηγορίες	Γνώση κατηγοριών Ελαιολάδου (Εξαιρετικό παρθένο Ελαιόλαδο - Παρθένο Ελαιόλαδο - Ελαιόλαδο - Άλλο)
Σύγκριση	Ποια κατηγορία από τις παραπάνω ο ερωτώμενος θεωρεί καλύτερη
Συσκευασία	Υλικά και Μέσα συσκευασίας για το Ελαιόλαδο (γυαλί, ανοξείδωτο κτλ)
Συνθήκες Αποθήκευσης	Συνθήκες αποθήκευσης Ελαιολάδου (Εκθεση σε φως/αέρα/θερμοκρασία)
Ιδιότητες	Βιολογική – Θρεπτική Αξία Ελαιολάδου
Κόστος	Μεγαλύτερο κόστος για Πιστοποιημένο Ελαιόλαδο
Ενημέρωση	Επαρκής Ενημέρωση για την Βιολογική γεωργία, το ΣΟΔ κτλ
Πιστοποίηση	Πιστοποιημένα προϊόντα - Πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής
Επαρκής Έλεγχος	Επαρκής Έλεγχος στην πρωτογενή παραγωγή

2.1. Διαγράμματα

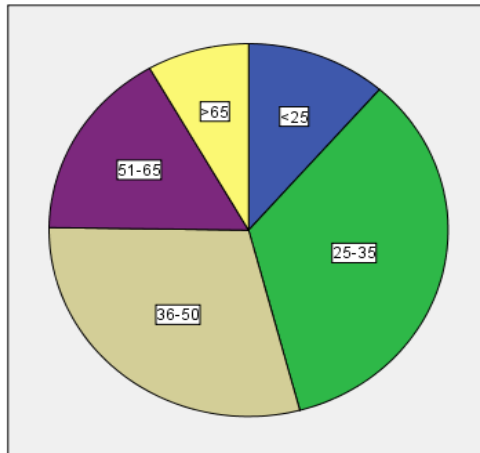
Για να σχηματίσουμε το προφίλ του δείγματός μας, δημιουργούμε διαγράμματα για κάποιες από τις μεταβλητές που αναφέρονται στον Πίνακα 1:

Στο Διάγραμμα 1 που ακολουθεί εμφανίζεται το Φύλο των συμμετεχόντων και βλέπουμε ότι η πλειοψηφία είναι γυναίκες (58,6% γυναίκες και 41,4% άντρες).



Διάγραμμα 2.1: Φύλο

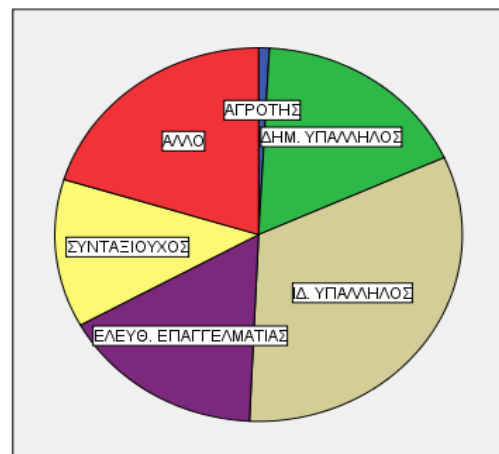
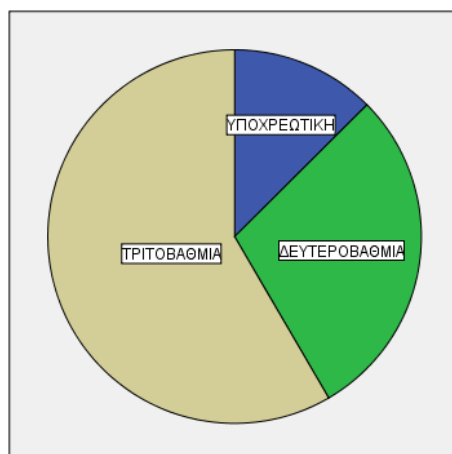
Ακολουθεί το Διάγραμμα 2, στο οποίο εμφανίζονται οι ηλικίες των ερωτώμενων. Η πλειοψηφία του δείγματος ανήκει στην ηλικία των «25 – 35» ετών (35.3%), ενώ ακολουθεί το δείγμα της κλίμακας των «36–50» ετών (29,05%). Στην κλίμακα «51-65» ανήκει το 16,2% του δείγματος, άνω των 65 είναι το 7.9% των καταναλωτών και τέλος στην ηλικία κάτω των 25, το 11,55%.



Διάγραμμα 2.2: Ηλικία

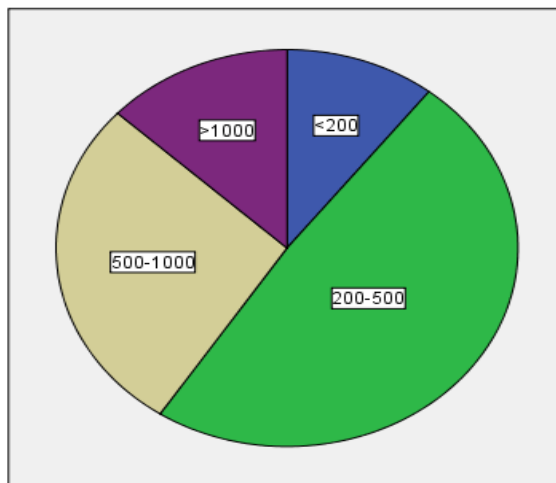
Αναφορικά τώρα με το μορφωτικό επίπεδο είναι εμφανές ότι η πλειοψηφία του δείγματος (58.9%) είναι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Συγκεκριμένα, πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι 44 καταναλωτές, δευτεροβάθμιας εμφανίζονται 100 καταναλωτές, και οι υπόλοιποι 207 είναι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Η πλειοψηφία του δείγματος είναι Ιδιωτικοί Υπάλληλοι (33.6%), ακολουθούν οι Δημόσιοι Υπάλληλοι (17%) με μικρή διαφορά με τους Ελεύθερους επαγγελματίες (15.9%), οι Συνταξιούχοι (12.85%), ένα μικρό δείγμα (0.85%) εμφανίζεται να έχει σχέση με αγροτικές εργασίες και τέλος, το υπόλοιπο δείγμα (19.65%) έχει κάποια άλλη ενασχόληση όπως πχ τα οικιακά κτλ.

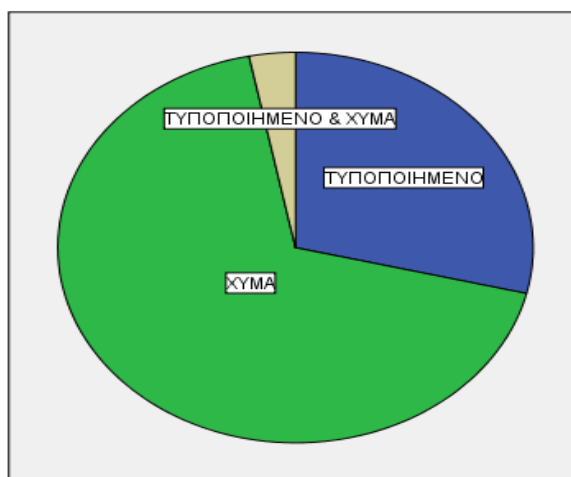


Διάγραμμα 2.3- 2.4: Εκπαίδευση - Επάγγελμα

Αναφορικά με τα μηνιαία έξοδα για διατροφή η πλειοψηφία του δείγματος (49.34%) διαθέτει «200-500» ευρώ μηνιαίως για διατροφή, ενώ ακολουθεί το 27.3% καταναλωτών με έξοδα «500 -1000» ευρώ ανά μήνα. Με μικρότερα ποσοστά έχουμε τους καταναλωτές (12.82%) που ξοδεύουν πάνω από 1000 ευρώ και εκείνους (10.54%) που ξοδεύουν κάτω από 200 ευρώ.



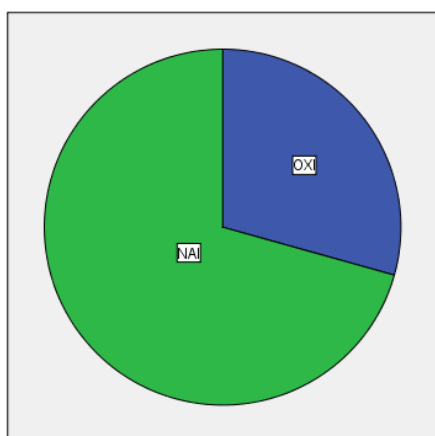
Διάγραμμα 2.5: Μηνιαία έξοδα για διατροφή



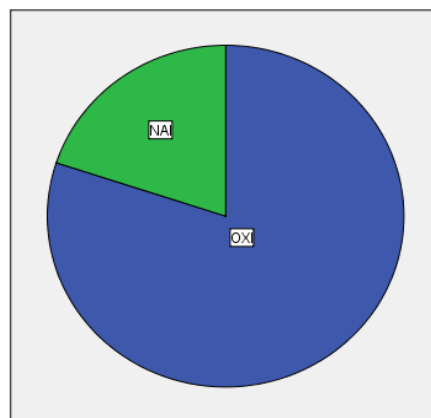
Διάγραμμα 2. 6: Τύπος Ελαιολάδου

Το 68% του δείγματος χρησιμοποιεί «Χύμα» Ελαιόλαδο, το 28,7% «Τυποποιημένο» ενώ μόλις το 3,3% χρησιμοποιεί και τις δύο κατηγορίες.

Η πλειοψηφία του δείγματός μας εμφανίζεται να γνωρίζει για το Βιολογικό Ελαιόλαδο (70.65%), ενώ για το ελαιόλαδο που παράγεται με το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης μόλις το 19.9 % γνωρίζει τι είναι, όπως παρουσιάζεται στα Διαγράμματα 7 και 8.



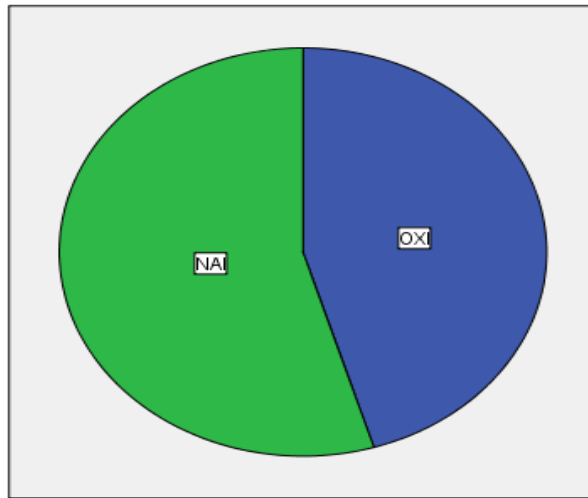
Βιολογικό Ελαιόλαδο



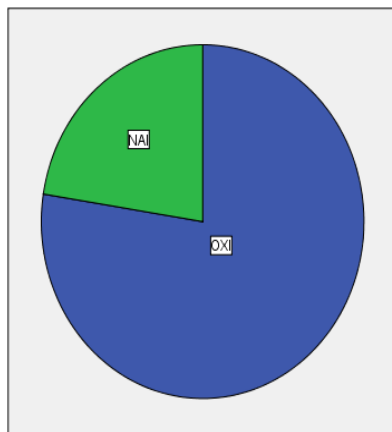
Σ.Ο.Δ

Διαγράμματα 2.7- 2.8 Βιολογικό Ελαιόλαδο – Ελαιόλαδο που παράγεται με το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης

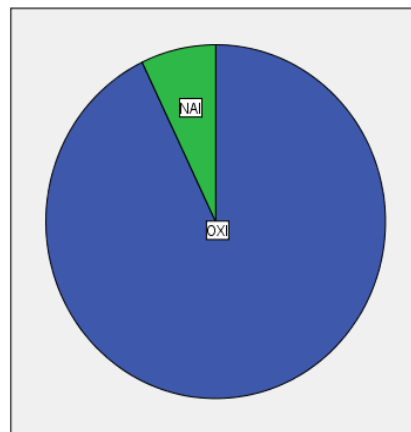
Στην συνέχεια, οι καταναλωτές ερωτήθηκαν αν είναι διατεθειμένοι να πληρώνουν περισσότερο για πιστοποιημένο Βιολογικό Ελαιόλαδο. Το 54.4% των καταναλωτών εμφανίζονται πρόθυμοι να επιλέγουν προϊόντα Βιολογικού Ελαιολάδου με μεγαλύτερο κόστος υπό την προϋπόθεση της πιστοποίησης. Ακολουθεί το Διάγραμμα 9 στο οποίο και εμφανίζονται οι παραπάνω πληροφορίες.



Διαγράμματα 2.9: *Μεγαλύτερο κόστος για Πιστοποιημένο Ελαιόλαδο*



Επαρκής έλεγχος



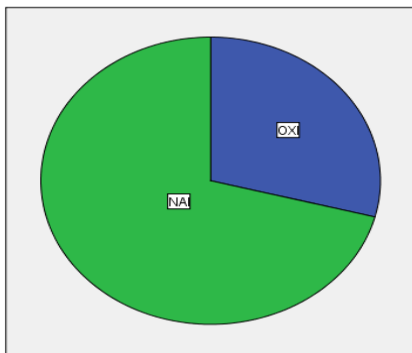
Επαρκής ενημέρωση

Διαγράμματα 2.10-2.11 : *Επαρκής Έλεγχος στην πρωτογενή παραγωγή και Επαρκής Ενημέρωση για την Βιολογική γεωργία, το ΣΟΔ κτλ.*

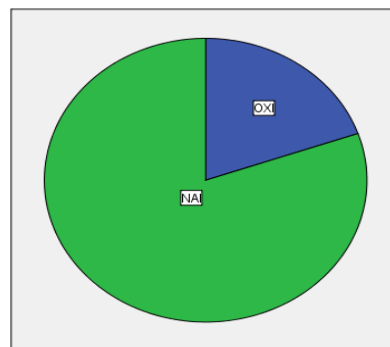
Στα Διαγράμματα 10 και 11 οι καταναλωτές εμφανίζονται δυσαρεστημένοι αναφορικά με τον Έλεγχο στην πρωτογενή παραγωγή και την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και γενικότερα με την ενημέρωση σχετικά με τα προϊόντα που

παράγονται από το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης και την Βιολογική Γεωργία. Συγκεκριμένα, το 77,5% του δείγματος ισχυρίζεται ότι δεν υπάρχει επαρκής έλεγχος και το 92,8% υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση.

Στα Διαγράμματα που ακολουθούν, το 80% του δείγματος ενδιαφέρεται για προϊόντα από πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής, και το 70,9% του δείγματος επιλέγει πιστοποιημένα προϊόντα.

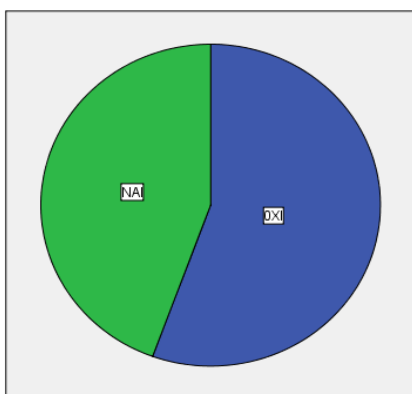


Πιστοποιημένα Προϊόντα

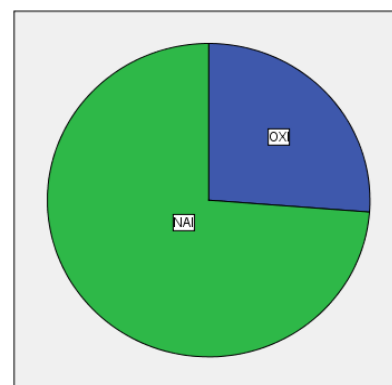


Πιστοποιημένα Σ.Π

Διαγράμματα 2.12-2.13: Πιστοποιημένα προϊόντα - Πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής



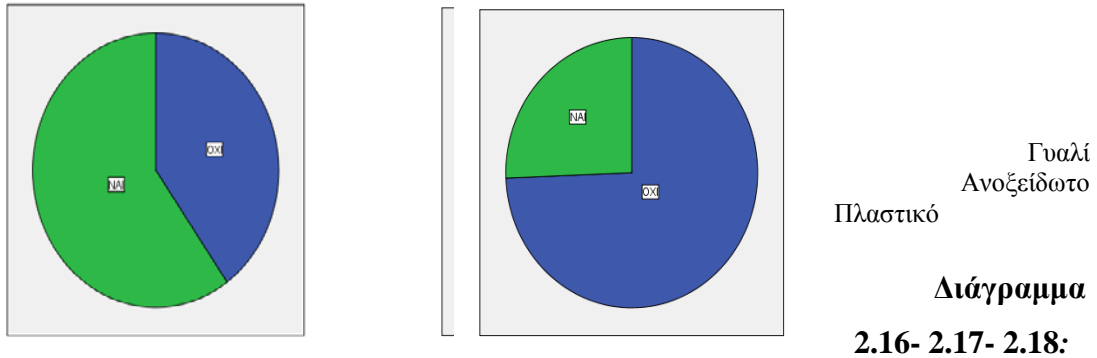
Βιολογική Αξία



Θρεπτική Αξία

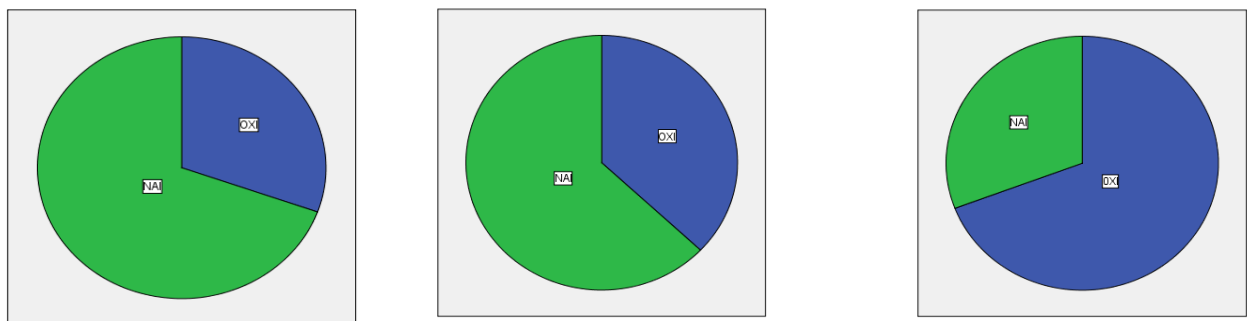
Διάγραμμα 2.14-2.15: Βιολογική - Θρεπτική Αξία Ελαιολάδου

Αναφορικά τώρα με την Βιολογική και Θρεπτική Αξία του Ελαιολάδου, το 44,4 % των καταναλωτών εμφανίζεται να γνωρίζει την Βιολογική Αξία του Ελαιολάδου και το 73,8% την Θρεπτική Αξία του.



Υλικά και μέσα συσκευασίας Ελαιολάδου

Από το παραπάνω διάγραμμα είναι εμφανές ότι το 60.7% του δείγματος χρησιμοποιεί «Γιαλί», το 38.46 % «Ανοξείδωτο» και το 25.64% «Πλαστικό» ως υλικό συσκευασίας του ελαιολάδου.



Φως

Αέρας

Θερμοκρασία

Διάγραμμα 2.19- 2.20- 2.21: Παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα του ελαιολάδου

Το 69.51% του δείγματος θεωρεί το φως σημαντικό παράγοντα στην υποβάθμιση της ποιότητας του ελαιολάδου, το 30.48% την έκθεση στον αέρα και τέλος το 62.9% την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία.

2.2 Συσχετίσεις



Το SPSS δίνει την δυνατότητα ελέγχου των μεταβλητών που συσχετίζονται μεταξύ τους καθώς επίσης και το βαθμό της συσχέτισης αυτής. Είναι απολύτως φυσικό κάποιες μεταβλητές να σχετίζονται άμεσα με κάποιες άλλες, ενώ θα υπάρχουν και κάποιες που θα είναι ασυσχέτιστες μεταξύ τους. Ο πίνακας λοιπόν συσχετίσεων των μεταβλητών είναι ένα πάρα πολύ σημαντικό και χρήσιμο εργαλείο για την στατιστική ανάλυση.

Ο εν λόγω πίνακας, αφού επιλεγθούν οι μεταβλητές που εξετάζονται, παράγει δύο αποτελέσματα για κάθε ζεύγος μεταβλητών. Το ένα ονομάζεται *Correlation* και το άλλο *Significance*. Τα δύο παραπάνω αποτελέσματα συνδέονται άμεσα μεταξύ τους εφόσον το *Significance* είναι το επίπεδο σημαντικότητας των δύο μεταβλητών. Για να θεωρηθεί σημαντική η σχέση μεταξύ δύο μεταβλητών πρέπει η τιμή του *Significance* να είναι μικρότερη από κάποιο επίπεδο σημαντικότητας. Στην στατιστική υπάρχουν τρία επίπεδα σημαντικότητας. Το πρώτο επίπεδο είναι όταν το *Significance* είναι μικρότερο από το 0,05, το δεύτερο όταν είναι μικρότερο από 0,01 και το τρίτο όταν το *Significance* είναι μικρότερο από 0,001.

Αναφορικά με το Δείγμα μας (πλήθος: 351 καταναλωτές), τα αποτελέσματα που προέκυψαν είναι τα εξής:

Οι καταναλωτές *αυξημένου μορφωτικού επιπέδου* (πχ. Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης) εμφανίζονται περισσότερο ενημερωμένοι αναφορικά με το Βιολογικό Ελαιόλαδο, το Ελαιόλαδο που παράγεται από με το ΣΟΔ και την σύγκρισή τους με το απλό συμβατικό ελαιόλαδο. Επιπλέον, χρησιμοποιούν Εξαιρετικό Παρθένο ελαιόλαδο στις σαλάτες και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για το πιστοποιημένο Βιολογικό ελαιόλαδο. Γνωρίζουν την Βιολογική και την Θρεπτική Αξία καθώς επίσης και παράγοντες που υποβαθμίζουν την ποιότητα του ελαιολάδου, όπως την έκθεση στο φως. Θέλουν προϊόντα πιστοποιημένα και από πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής και θεωρούν την ενημέρωση των καταναλωτών για τα προϊόντα που παράγονται από το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης, την Βιολογική γεωργία κτλ ανεπαρκή.

Επίσης, οι καταναλωτές που *γνωρίζουν για το Βιολογικό Ελαιόλαδο*, συνηθίζουν να χρησιμοποιούν ελαιόλαδο στην μαγειρική, την ζαχαροπλαστική και στις σαλάτες. Γνωρίζουν τις συνθήκες υπό τις οποίες θα πρέπει να φυλάσσεται το ελαιόλαδο για να μην αλλοιωθεί η ποιότητά του και το θεωρούν *Ασφαλέστερο* και πιο



Υγιεινό σε σχέση με το συμβατικό. Είναι ενημερωμένοι αναφορικά με την Βιολογική και την Θρεπτική αξία του ελαιόλαδου και δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στα προϊόντα από πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής.

Παρατηρούμε ότι οι καταναλωτές που γνωρίζουν για το ελαιόλαδο που παράγεται με το ΣΟΔ, θεωρούν ότι είναι ασφαλέστερο από το συμβατικό ελαιόλαδο, και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν μεγαλύτερο κόστος για πιστοποιημένο ελαιόλαδο.

Τέλος, παρατηρείται ότι οι καταναλωτές που διαθέτουν περισσότερα χρήματα μηνιαίως για την διατροφή τους εμφανίζονται ενημερωμένοι αναφορικά με το Βιολογικό Ελαιόλαδο και το ΣΟΔ, τα οποία και θεωρούν καλύτερης ποιότητας συγκριτικά με το Συμβατικό, επιθυμούν την πιστοποίηση του προϊόντος και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για Βιολογικά προϊόντα.

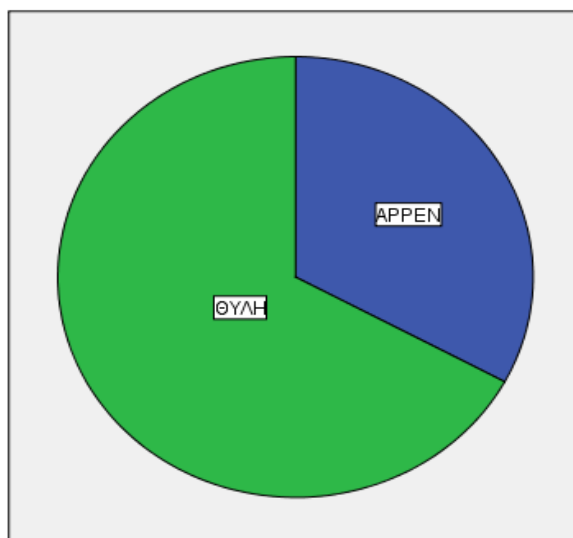
3. Πρωτοβάθμια – Δευτεροβάθμια εκπαίδευση

Στο κεφάλαιο αυτό θα τοποθετήσουμε «Φίλτρο» στο δείγμα των καταναλωτών, αποσκοπώντας την απεικόνιση της συμπεριφοράς του δείγματος Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Για τον λόγο αυτό θα «αφαιρέσουμε» το ποσοστό των ερωτηθέντων που αντιστοιχεί στην Τριτοβάθμια εκπαίδευση, συγκεκριμένα το 58.9 % του δείγματος.

Οι καταναλωτές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (146 καταναλωτές) παρουσιάζουν τα παρακάτω αποτελέσματα:

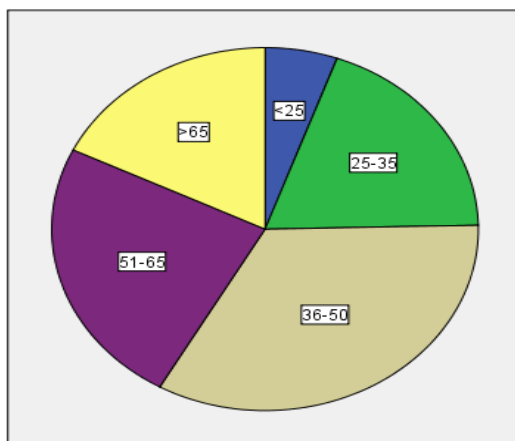
3.1. Διαγράμματα

Στο Διάγραμμα 1 που ακολουθεί εμφανίζεται το Φύλο των συμμετεχόντων και βλέπουμε ότι η πλειοψηφία είναι γυναίκες (67.2% γυναίκες και 32.8% άντρες).



Διάγραμμα 3.1: Φύλο

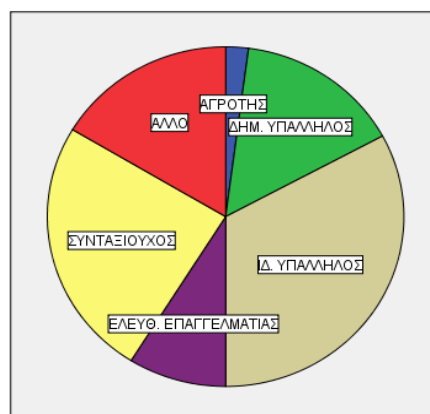
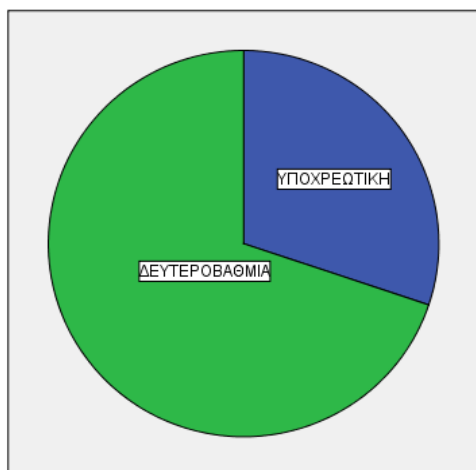
Ακολουθεί το Διάγραμμα 2, στο οποίο εμφανίζονται οι ηλικίες των ερωτώμενων. Στην κλίμακα «25 – 35» ετών βρίσκεται το 19.82%, στο δείγμα της κλίμακας των «36–50» ετών (34.24%). Στην κλίμακα «51-65» ανήκει το 22.7% του δείγματος, άνω των 65 είναι το 17.9% των καταναλωτών και τέλος στην ηλικία κάτω των 25 , το 5.48%.



Διάγραμμα 3.2: Ηλικία

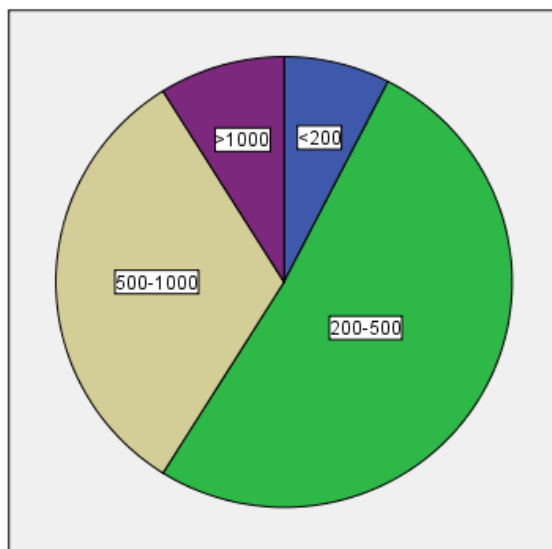
Αναφορικά τώρα με το μορφωτικό επίπεδο, πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι το 30.13 % των καταναλωτών και δευτεροβάθμιας εμφανίζεται το 69.86%.

Η πλειοψηφία του δείγματος είναι Ιδιωτικοί Υπάλληλοι (33.66%), οι Ελεύθεροι επαγγελματίες (8.9%), οι Δημόσιοι Υπάλληλοι (15.06%) οι Συνταξιούχοι (23.9%), ένα μικρό δείγμα (2.05%) εμφανίζεται να έχει σχέση με αγροτικές εργασίες και τέλος, το υπόλοιπο δείγμα (16.43%) έχει κάποια άλλη ενασχόληση όπως πχ τα οικιακά κτλ.

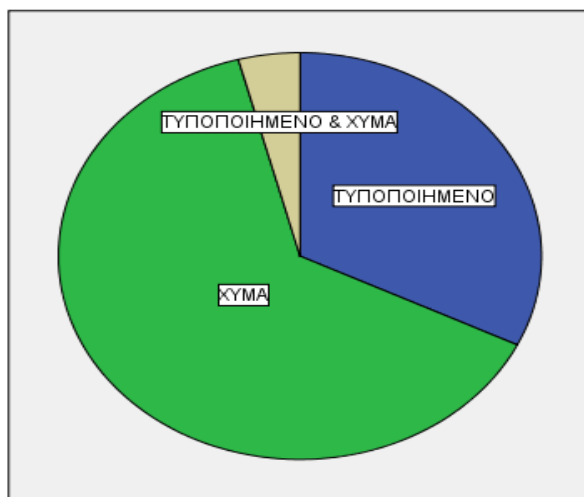


Διάγραμμα 3.3- 3.4: Εκπαίδευση - Επάγγελμα

Αναφορικά με τα μηνιαία έξοδα για διατροφή η πλειοψηφία του δείγματος (51.36%) διαθέτει «200-500» ευρώ μηνιαίως για διατροφή, ενώ ακολουθεί το 32.19% καταναλωτών με έξοδα «500 -1000» ευρώ ανά μήνα. Με μικρότερα ποσοστά έχουμε τους καταναλωτές (8.9%) που ξοδεύουν πάνω από 1000 ευρώ και εκείνους (7.54%) που ξοδεύουν κάτω από 200 ευρώ.



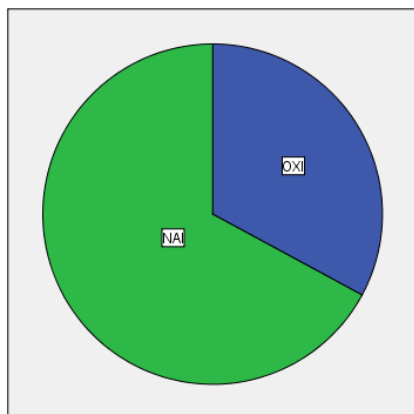
Διάγραμμα 3.5: Μηνιαία έξοδα για διατροφή



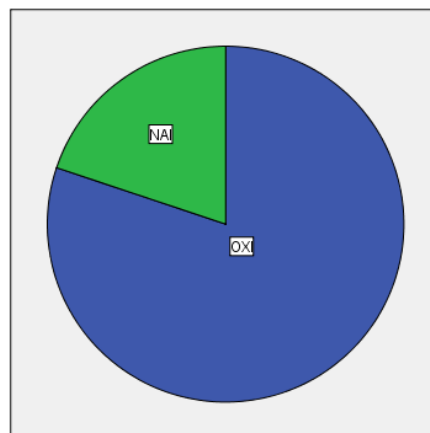
Διάγραμμα 3.6: Τύπος Ελαιολάδου

Το 63.61% του δείγματος χρησιμοποιεί «Χύμα» Ελαιόλαδο, το 32.19% «Τυποποιημένο» ενώ μόλις το 4.2% χρησιμοποιεί και τις δύο κατηγορίες.

Η πλειοψηφία του δείγματός μας εμφανίζεται να γνωρίζει για το Βιολογικό Ελαιόλαδο (67.12%), ενώ για το ελαιόλαδο που παράγεται με το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης μόλις το 19.86% γνωρίζει τι είναι, όπως παρουσιάζεται στα Διαγράμματα 7 και 8.



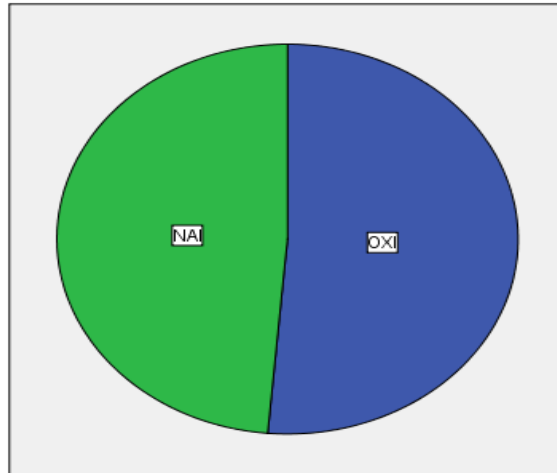
Βιολογικό Ελαιόλαδο



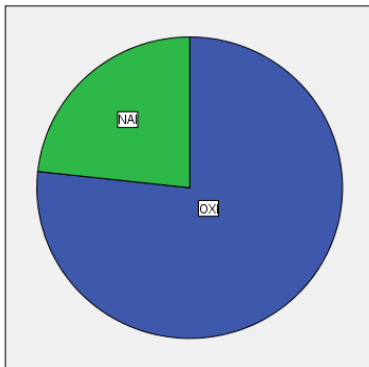
Σ.Ο.Δ

Διαγράμματα 3.7- 3.8 Βιολογικό Ελαιόλαδο – Ελαιόλαδο που παράγεται με το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης

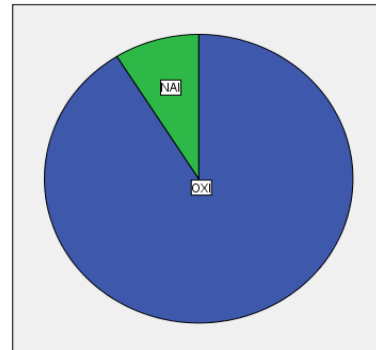
Στην συνέχεια, οι καταναλωτές ερωτήθηκαν αν είναι διατεθειμένοι να πληρώνουν περισσότερο για πιστοποιημένο Βιολογικό Ελαιόλαδο. Το 48.63% των καταναλωτών εμφανίζεται πρόθυμο να επιλέγει προϊόντα Βιολογικού Ελαιολάδου με μεγαλύτερο κόστος, υπό την προϋπόθεση της πιστοποίησης. Ακολουθεί το Διάγραμμα 9 στο οποίο και εμφανίζονται οι παραπάνω πληροφορίες.



Διαγράμματα 3.9: *Μεγαλύτερο κόστος για Πιστοποιημένο Ελαιόλαδο*



Επαρκής έλεγχος



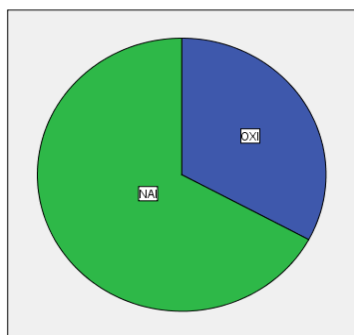
Επαρκής ενημέρωση

Διαγράμματα 3.10- 3.11 : *Επαρκής Έλεγχος στην πρωτογενή παραγωγή και Επαρκής Ενημέρωση για την Βιολογική γεωργία, το ΣΟΔ κτλ.*

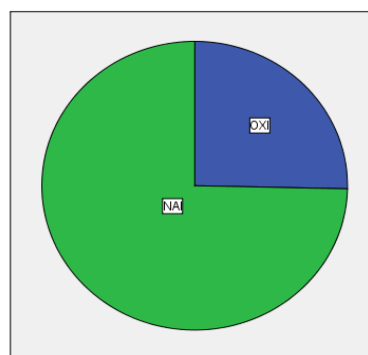
Στα Διαγράμματα 10 και 11 οι καταναλωτές εμφανίζονται δυσαρεστημένοι αναφορικά με τον Έλεγχο στην πρωτογενή παραγωγή και την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και γενικότερα με την ενημέρωση σχετικά με τα προϊόντα που

παράγονται από το Σύστημα Ολοκληρωμένης Διαχείρισης και την Βιολογική Γεωργία. Συγκεκριμένα, το 76.6 % του δείγματος ισχυρίζεται ότι δεν υπάρχει επαρκής έλεγχος και το 91.1 % υποστηρίζει ότι δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση.

Στα Διαγράμματα που ακολουθούν, το 74.63% του δείγματος ενδιαφέρεται για προϊόντα από πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής, και το 67.12% του δείγματος επιλέγει πιστοποιημένα προϊόντα.

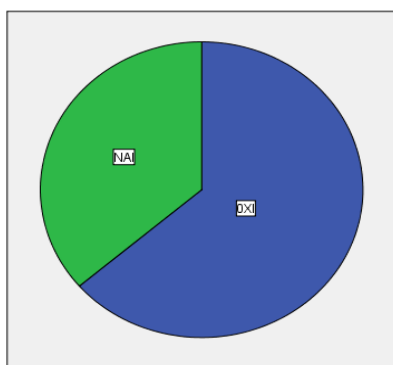


Πιστοποιημένα Προϊόντα

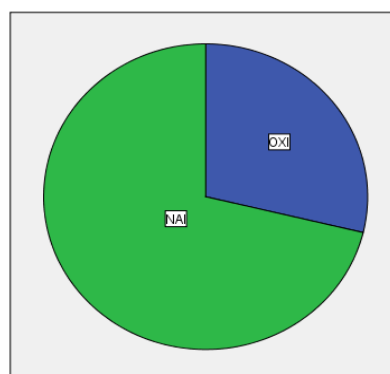


Πιστοποιημένα Σ.Π

Διαγράμματα 3.12- 3.13: Πιστοποιημένα προϊόντα - Πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής



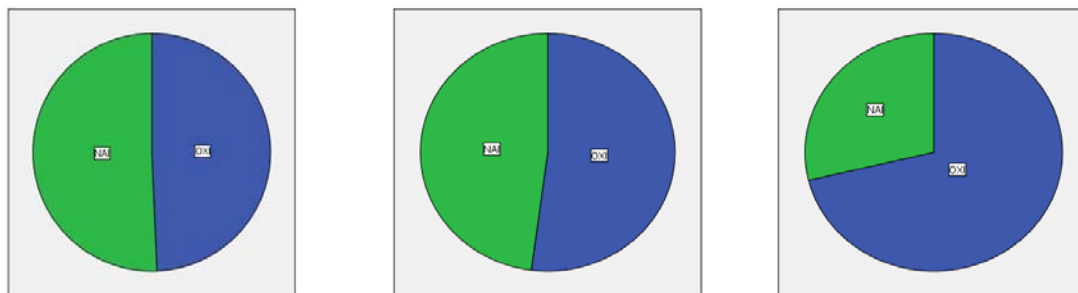
Βιολογική Αξία



Θρεπτική Αξία

Διάγραμμα 3.14- 3.15: Βιολογική - Θρεπτική Αξία Ελαιολάδου

Αναφορικά τώρα με την Βιολογική και Θρεπτική Αξία του Ελαιολάδου, το 36.3% των καταναλωτών εμφανίζεται να γνωρίζει την Βιολογική Αξία του Ελαιολάδου και το 71.23% την Θρεπτική Αξία του.



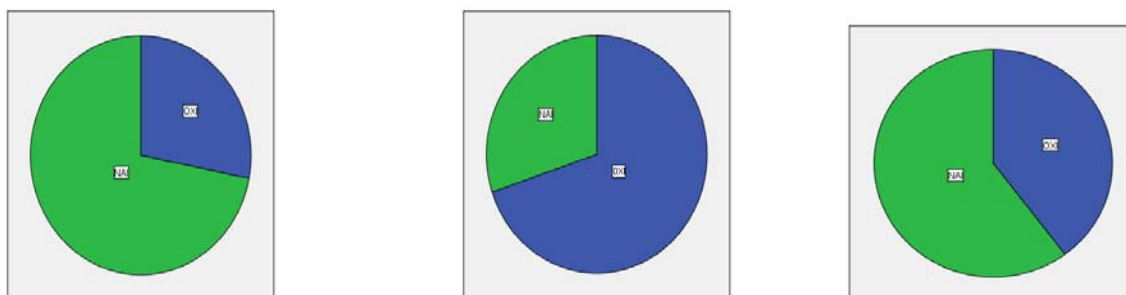
Γυαλί

Ανοξειδωτο

Πλαστικό

Διάγραμμα 3.16- 3.17- 3.18: Υλικά και μέσα συσκευασίας Ελαιόλαδο

Από το παραπάνω διάγραμμα είναι εμφανές ότι το 50.68% του δείγματος χρησιμοποιεί «Γυαλί», το 47.94% «Ανοξειδωτο» και το 28.76% «Πλαστικό» ως υλικό συσκευασίας του ελαιολάδου.



Φως

Αέρας

Θερμοκρασία

Διάγραμμα 3.19-3.20 -3.21: Παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα του ελαιολάδου

Το 71.92% του δείγματος θεωρεί το φως σημαντικό παράγοντα στην υποβάθμιση της ποιότητας του ελαιολάδου, το 30.13 % την έκθεση στο ν αέρα και τέλος το 60.27% την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία.

3.2 Συσχετίσεις



Το εν λόγω δείγμα αποτελείται από καταναλωτές πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, απεικονίζοντας το προφίλ του «Μέσου Καταναλωτή».

Οι καταναλωτές που γνωρίζουν το Βιολογικό ελαιόλαδο γνωρίζουν συνήθως και την θρεπτική και την βιολογική του αξία, το θεωρούν πιο υγιεινό και καλύτερης ποιότητας συγκριτικά με το συμβατικό. Επιπλέον, προτιμούν πιστοποιημένα συστήματα παραγωγής και είναι δυσαρεστημένοι με τον έλεγχο στην πρωτογενή παραγωγή και την ποιότητα των προϊόντων.

Οι καταναλωτές τώρα που γνωρίζουν το Σύστημα Ολοκληρωμένη Διαχείρισης, γνωρίζουν και το Βιολογικό Ελαιόλαδο και θεωρούν τις κατηγορίες αυτές ασφαλέστερες σε σχέση με το συμβατικό. Οι καταναλωτές αυτοί, δεν συνηθίζουν να χρησιμοποιούν το πλαστικό ως υλικό συσκευασίας του ελαιολάδου, γνωρίζουν εκτός από την θρεπτική του αξία και την βιολογική και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για πιστοποιημένο ελαιόλαδο.

Εκείνοι οι οποίοι διαθέτουν περισσότερα χρήματα μηνιαίως για διατροφή, χρησιμοποιούν το γυαλί ως μέσο αποθήκευσης του ελαιολάδου και είναι κυρίως δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Επιπλέον, εκείνοι που προτιμάνε να αγοράζουν προϊόντα που περιέχουν ελαιόλαδο και ιδιαίτερα Βιολογικό, συνηθίζουν να χρησιμοποιούν Εξαιρετικό Παρθένο Ελαιόλαδο στις σαλάτες, θεωρούν το Βιολογικό ελαιόλαδο καλύτερης ποιότητας, επιθυμούν πιστοποιημένα προϊόντα και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν μεγαλύτερο κόστος.