



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΓΕΩΡΓΙΑΣ  
MBA FOOD & AGRIBUSINESS**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

**Προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης καφέ**

**Ιωάννης Δ. Τσούτσος**

Επιβλέπων καθηγητής:

Ευστάθιος Κλωνάρης, Καθηγητής ΓΠΑ

**ΑΘΗΝΑ  
2023**

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

Προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης καφέ

Determining factors of coffee consumption

**Ιωάννης Δ. Τσούτσος**

Εξεταστική Επιτροπή:

Ευστάθιος Κλωνάρης, Καθηγητής ΓΠΑ (επιβλέπων)

Γιώργος Γεωργακόπουλος, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ

Κωνσταντίνος Χατζημιχαήλ, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ

## Προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης καφέ

*ΔΠΜΣ Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων & Γεωργίας  
Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης  
Τμήμα Επιστήμης Τροφίμων & Διατροφής του Ανθρώπου*

### Π Ε Ρ Ι Λ Η Ψ Η

Η κατανάλωση καφέ αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής κουλτούρας. Η εγχώρια αγορά τα τελευταία έτη παρουσιάζει σημαντική αύξηση στην καταναλωθείσα ποσότητα του καφέ ενώ παράλληλα έχει βελτιωθεί σημαντικά η ποιότητα του καφέ η οποία φθάνει στον τελικό καταναλωτή. Η ζήτηση του συγκεκριμένου αγαθού επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, ανεξάρτητους και εξαρτημένους οι οποίοι διαφέρουν αναλόγως με την περιοχή και την αγορά. Ο εντοπισμός και η κατανόηση αυτών των προσδιοριστικών παραγόντων καθώς και των τυχόν αλληλεπιδράσεών τους είναι ζωτικής σημασίας τόσο για τους παραγωγούς όσο και τους διανομείς του καφέ προκειμένου να είναι σε θέση να προσαρμοστούν στις αλλαγές αφενός της συμπεριφοράς των καταναλωτών και αφετέρου της αγοράς. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να διερευνηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που σχετίζονται ή όχι με την κατανάλωση ποσότητας καφέ στην ελληνική αγορά, σύμφωνα με τα δεδομένα κατανάλωσης που παρέχονται μέσω των ελληνικών κρατικών προϋπολογισμών, καθώς και της αντίστοιχης βιβλιογραφίας. Η παρούσα έρευνα- ανάλυση είναι πρωτογενής, συγχρονική, ποσοτική, περιγραφική, συσχέτισης και σύγκρισης με χρήση αξιόπιστων και έγκυρων ερωτηματολογίων της ΕΛΣΤΑΤ που αφορούν τους ΕΟΠ με έτη βάσης το 2020 και 2021. Χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα της IBM SPSS Statistics. Η ανάλυση των δεδομένων έγινε σε στάθμη σημαντικότητας 5% χρησιμοποιώντας τους στατιστικούς ελέγχους Independent samples t-test, one-way ANOVA, Multiple Linear Regression, Mann Whitney και Kruskal Wallis. Ως συνολικό εισόδημα (Total Income) των προσώπων αναφοράς χρησιμοποιήθηκε η συνολική δαπάνη (Total Expenditure). Πληθυσμός της έρευνας θεωρείται το σύνολο των καταναλωτών καφέ στην Ελλάδα για τα έτη 2020-2021, που συμμετείχαν στα αντίστοιχα ερωτηματολόγια των ΕΟΠ της ΕΛΣΤΑΤ.

**Συμπεράσματα:** Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος είναι καταναλωτές καφέ, αποτελείται από άνδρες με 66,6% και συγκεντρώνεται στην περιφέρεια Αττικής με ποσοστό 35%, αν και εν τέλει

δεν έπαιξε στατιστικά σημαντικό ρόλο η περιφέρεια διαμονής ή κάποιος από τους παραγοντες της (dummy variables).

Στατιστικά σημαντική συσχέτιση εμφάνισαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές η “Exp-Coffee” που είναι η δαπάνη σε καφέ της μονάδας αναφοράς, ο Παράγοντας “Ευρωπαϊκή Ένωση” που αποτελεί μία εκ των 3ων dummy variables που δημιουργήθηκαν για την κατηγορική μεταβλητή “Nationality”, όπως και οι παράγοντες “Price of coffee” και “Διδακτορικό” που αποτελεί μία εκ των αρκετών dummy variables που δημιουργήθηκαν για τη μεταβλητή του “επιπέδου εκπαίδευσης” της μονάδας αναφοράς.

Οι παραπάνω μεταβλητές λοιπόν θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε λόγω της ισχυρής θετικής συσχέτισης που παρουσιάζουν με την εξαρτημένη μεταβλητή μας “Ποσότητα καφέ (Q)”, ότι θα μπορούσαν να διαδραματίσουν εν μέρει ένα ρόλο προσδιοριστικού παράγοντα στην κατανάλωση καφέ.

Επιπλέον, σημαντικό ρόλο φαίνεται να διαδραματίζει στην κατανάλωση καφέ η κουλτούρα της χώρας διαμονής και των συνηθειών των καταναλωτών. Για γενικευμένα όμως συμπεράσματα θα πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω το παραπάνω γεγονός, ίσως με τη χρήση ερωτηματολογίων σε κλίμακα Likert, σε συγκεκριμένη ομάδα καταναλωτών ως δείγμα ευκολίας.

Τα τελευταία 10 χρόνια η μέση ανάπτυξη της παγκόσμιας κατανάλωσης καφέ ήταν 1,9% ετησίως. Αναμένεται η ανελαστικότητα της παγκόσμιας κατανάλωσης να στενέψει ακόμη περισσότερο τη σχέση ζήτησης και προσφοράς του εν λόγω προϊόντος, με αποτέλεσμα να αυξήσει κι άλλο την ήδη ανοδική τάση των τιμών του καφέ.

**Επιστημονική Περιοχή:** Κατανάλωση καφέ

**Λέξεις κλειδιά:** Καφές, προσδιοριστικοί παράγοντες, κατανάλωση, ΕΛΣΤΑΤ

## **Determining factors of coffee consumption**

*MBA Food & Agribusiness*

*Department of Agricultural Economics & Rural Development*

*Department of Food Science & Human Nutrition*

### **ABSTRACT**

Drinking coffee is an integral part of Greek culture. The domestic market in recent years shows a significant increase in the amount of coffee consumption, while at the same time the quality of the coffee that reaches the final consumer has improved significantly. The demand of the particular product is influenced by various factors, independent and dependent which differ according to the region and the market. Identifying and understanding these determinants and their possible interactions is crucial for both coffee producers and distributors in order to be able to adapt to consumers' behavior changes and the market. The purpose of this study was to investigate the determining factors related or not to the consumption of coffee in the Greek market, according to the consumption data provided through the Greek state budgets, as well as the corresponding literature. The present research is primary, cross-sectional, quantitative, descriptive, correlative and comparative using reliable and valid questionnaires of ELSTAT concerning the EOPs with base years in 2020 and 2021. The statistical program that was used was IBM SPSS Statistics. Data analysis was performed at a significance level of 5% using Independent samples t-test, one-way ANOVA, Multiple Linear Regression, Mann Whitney and Kruskal Wallis statistical tests. The total expenditure (Total Expenditure) was used as the total income (Total Income) of the reference persons. The population of the research is considered to be all coffee consumers in Greece for the years 2020-2021, who participated in the respective questionnaires of the EOP of ELSTAT.

**Conclusions:** The majority of the sample are coffee consumers, that consists of men with 66.6% and is concentrated in the Attica region with a percentage of 35%, although in the end the region of residence or any of its factors (dummy variables) did not play a statistically significant role.

A statistically significant correlation was shown as independent variables by "Exp-Coffee" which is the expenditure on coffee of the reference unit, the Factor "European Union" which is one of the 3 dummy variables created for the categorical variable "Nationality", as well as the factors "Price of coffee" and "Doctorate" which is one of the several dummy variables created for the variable of "level of education" of the reference unit.

The above variables could therefore conclude, due to the strong positive correlation, they present with our dependent variable "Quantity of coffee (Q)", that they could partially play a role as a determining factor in coffee consumption.

In addition, the culture of the country of residence and consumer habits seem to play an important role in coffee consumption. But for generalized conclusions, the above fact should be further investigated, perhaps by using questionnaires on a Likert scale, in a specific group of consumers as a sample of convenience.

In the last 10 years the average growth of world coffee consumption was 1.9% per year. It is expected that the inflexibility of global consumption will further tighten the relationship between demand and supply of the product in question, thereby further increasing the already upward trend in coffee prices.

**Scientific Area:** Coffee consumption

**Keywords:** Coffee, factors affecting demand, consumption, ELSTAT

## ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος φοιτητής, Ιωάννης Δ. Τσούτσος, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή Εργασία με τίτλο «Προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης καφέ», καθώς και τα ηλεκτρονικά αρχεία και πηγαίοι κώδικες που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στα πλαίσια αυτής της εργασίας και αναφέρονται ρητώς μέσα στο κείμενο που συνοδεύουν, και η οποία έχει εκπονηθεί στο ΔΠΜΣ Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας-MBA Food & Agribusiness του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την επίβλεψη του κ. Στάθη Κλωνάρη, αποτελεί αποκλειστικά δικό μου, μη υποβοηθούμενο πόνημα, δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής. Τα σημεία όπου έχουν χρησιμοποιηθεί ιδέες, κείμενο, αρχεία ή / και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Η μεταπτυχιακή εργασία αυτή υποβάλλεται σε μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για την απονομή του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας» του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οποιοδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού. Η εργασία αποτελεί προϊόν συνεργασίας του φοιτητή και του επιβλέποντος της εκπόνησής της. Τα φυσικά αυτά πρόσωπα έχουν και τα πνευματικά δικαιώματα στη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της εργασίας σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια. Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

Με την άδειά μου, η παρούσα εργασία ελέγχθηκε από την Εξεταστική Επιτροπή μέσα από λογισμικό ανίχνευσης λογοκλοπής που διαθέτει το ΓΠΑ και διασταυρώθηκε η εγκυρότητα και η πρωτοτυπία της.

Ιωάννης Δ. Τσούτσος

18/12/2023

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Η παρούσα μεταπτυχιακή μελέτη με τίτλο «Προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης καφέ», εκπονήθηκε το ακαδημαϊκό έτος 2022- 2023. Η εκπόνησή της, σηματοδοτεί την ολοκλήρωση των σπουδών μου στο διατμηματικό μεταπτυχιακό πρόγραμμα «Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Τροφίμων και Γεωργίας» .

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα Καθηγητή μου Δρ. Στάθη Κλωνάρη, Καθηγητή, αφενός για την παραχώρηση του θέματος και αφετέρου για την πολύτιμη βοήθεια που μου προσέφερε κατά το σχεδιασμό και καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Η συμβολή του ήταν καθοριστική.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τα άλλα δύο μέλη της εξεταστικής επιτροπής, τον Επίκουρο Καθηγητή Κωνσταντίνο Χατζημιχαήλ και τον Αναπληρωτή Καθηγητή Γεώργιο Γεωργακόπουλο, καθώς και όλα τα μέλη ΔΕΠ τα οποία συνέβαλαν στην επιτυχή πραγματοποίηση του μεταπτυχιακού προγράμματος.



## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT .....	5
ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ.....	7
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ .....	8
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	11
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ .....	13
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	14
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ .....	14
ΓΛΩΣΣΑΡΙ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ.....	14
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....	16
1.1 ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΦΕ .....	16
1.2 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΔΟΣΗ.....	18
1.3 ΤΑ ΤΡΙΑ ΚΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ .....	21
1.4 Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	22
1.4.1 Ιστορία και εξέλιξη της ελληνικής κουλτούρας του καφέ .....	22
1.4.2 Αριθμητικά δεδομένα και στατιστικά στοιχεία κατανάλωσης καφέ σε εθνικό επίπεδο .....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ .....	27
2.1 ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ .....	27
2.1.1 Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά.....	27
2.1.2 Λειτουργικές ιδιότητες καφέ .....	28
2.1.3 Πεπονηθείσες σχετιζόμενες με την υγεία .....	28
2.1.4 Παραδόσεις και πολιτισμός.....	29
2.2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ .....	30
2.2.1 Τιμή .....	30
2.2.2 Επίπεδα εισοδήματος .....	30
2.2.3 Τιμές συναφών αγαθών .....	31
2.2.4 Προσδοκίες αγοραστών .....	32
2.3 ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ.....	32
2.4 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	33
2.5 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΜΕΛΕΤΩΝ .....	34
2.6 ΕΠΙΡΡΟΗ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 .....	35

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΟΠ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2020- 2021.....</b>	<b>38</b>
3.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2020- 2021. ....	38
3.1.1 Έξοδα σε επίπεδο νοικοκυριού κατά το έτος 2020 .....	38
3.1.2 Έξοδα σε επίπεδο νοικοκυριού κατά το έτος 2021 .....	63
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΦΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2020- 2021. ....</b>	<b>90</b>
4.1 Regression & Descriptive Statistics για όσους πίνουν καφέ βάσει των αποτελεσμάτων της ΕΟΠ 2020-2021.....	90
4.2 Descriptive Statistics για όσους πίνουν καφέ .....	90
4.3 Regression.....	101
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΟΠ 2020 ΚΑΙ 2021 .....</b>	<b>108</b>
<b>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....</b>	<b>114</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....</b>	<b>119</b>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

**Πίνακας 3.1:** Πίνακας συχνοτήτων Περιφέρειας προέλευσης δείγματος (Μεταβλητή ΕΟΠ ΗΑ08: NUTS 2013 Επίπεδο 2 - Περιφέρεια).

**Πίνακας 3.2:** Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού

**Πίνακας 3.3:** Φύλο προσώπου αναφοράς

**Πίνακας 3.4:** Εύρος ηλικίας

**Πίνακας 3.5:** Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς

**Πίνακας 3.6:** Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία

**Πίνακας 3.7:** Μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών

**Πίνακας 3.8:** Πηγές εισοδήματος

**Πίνακας 3.9:** Μέσοι όροι & Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2020

**Πίνακας 3.10:** Συσχέτιση φύλου με δαπάνες τροφίμων (2020) με Mann-Whitney

**Πίνακας 3.11:** Συσχέτιση εισοδήματος με δαπάνες τροφίμων (2020) με Mann-Whitney

**Πίνακας 3.12:** Συσχέτιση Περιφέρειας με δαπάνες τροφίμων (2020) με Kruskal-Wallis

**Πίνακας 3.13:** Περιφέρεια διαμονής ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.14:** Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.15:** Φύλο προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.16:** Ηλικία αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.17:** Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.18:** Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.19:** Συνολικό καθαρό εισόδημα (σύμφωνα με το αν περιλαμβάνονται ή όχι πηγές σε είδος) – ετήσιο ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.20:** Πηγές εισοδήματος νοικοκυριού αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 3.21:** Μέσοι όροι και Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2021

**Πίνακας 3.22:** Συσχέτιση φύλου με δαπάνες τροφίμων (2021) με Mann-Whitney

**Πίνακας 3.23:** Συσχέτιση εισοδήματος με δαπάνες τροφίμων (2021) με Mann-Whitney

**Πίνακας 3.24:** Συσχέτιση Περιφέρειας με δαπάνες τροφίμων (2021) με Kruskal-Wallis

**Πίνακας 4.1:** Πόσοι είναι καταναλωτές καφέ από το δείγμα και πόσοι όχι βάσει της ΕΟΠ 2020

**Πίνακας 4.2:** Πόσοι είναι καταναλωτές καφέ από το δείγμα και πόσοι όχι βάσει της ΕΟΠ 2021

**Πίνακας 4.3:** Συνολικά δεδομένα καταναλωτών καφέ ανά μεταβλητή ανάλυσης

**Πίνακας 4.4:** Πίνακας συχνοτήτων σύμφωνα με την Περιφέρεια διαμονής του νοικοκυριού αναφοράς.

**Πίνακας 4.5:** Πίνακας συχνοτήτων σύμφωνα με το φύλο.

**Πίνακας 4.6:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς.

**Πίνακας 4.7:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την πηγή εισοδήματος.

**Πίνακας 4.8:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την πηγή εισοδήματος (ως κύρια και δευτερεύουσα) .

**Πίνακας 4.9:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την εκπαίδευση.

**Πίνακας 4.10:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την τρέχουσα κύρια ασχολία του ατόμου αναφοράς.

**Πίνακας 4.11:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με το είδος εργασιακής σχέσης που έχει / είχε στην εργασία του το άτομο αναφοράς.

**Πίνακας 4.12:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τομέα εργασίας του ατόμου αναφοράς.

**Πίνακας 4.13:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την κατάσταση εργασίας του ατόμου αναφοράς.

**Πίνακας 4.14:** Πίνακας συχνότητων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τομέα εργασίας του ατόμου αναφοράς.

**Πίνακας 4.15:** Σύνοψη Μοντέλου Regression

**Πίνακας 4.16:** ANOVA test

**Πίνακας 4.17:** Coefficients- Συντελεστές

**Πίνακας 5.1:** Μέση μηνιαία δαπάνη (αγορές, τρέχουσες τιμές) για είδη διατροφής: ΕΟΠ 2021-ΕΟΠ 2020

**Πίνακας 5.2:** Σύγκριση βασικών αναλυτικών λογαριασμών εσόδων από Ε.Φ.Κ. σε εκ. €

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

**Διάγραμμα 1.1:** Συμπληρωματικά και υποκατάστατα αγαθά [Principles of Economics, Open Textbook Library, 2016]. Πιστή μετάφραση και απόδοση για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας.

**Διάγραμμα 3.1:** Ποσοστό πληθυσμού ανά Περιφέρεια διαμονής

**Διάγραμμα 3.2:** Ραβδόγραμμα βαθμού πυκνότητας πληθυσμού

**Διάγραμμα 3.3:** Φύλο προσώπου αναφοράς

**Διάγραμμα 3.4:** Εύρος ηλικίας ΕΟΠ 2020

**Διάγραμμα 3.5:** Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2020

**Διάγραμμα 3.6:** Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία

**Διάγραμμα 3.7:** Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο

**Διάγραμμα 3.8:** Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο

**Διάγραμμα 3.9:** Πηγές εισοδήματος

**Διάγραμμα 3.10:** Δαπάνες νοικοκυριών 2020

**Διάγραμμα 3.11:** Περιφέρεια διαμονής ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.12:** Ραβδόγραμμα βαθμού πυκνότητας πληθυσμού ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.13:** Ραβδόγραμμα φύλου προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.14:** Ιστόγραμμα ηλικίας αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.15:** Ραβδόγραμμα οικογενειακής κατάστασης ατόμου Αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.16:** Ραβδόγραμμα ύπαρξης μόνιμου συντρόφου στην κατοικία του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.17:** Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.18:** Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.19:** Πηγές εισοδήματος νοικοκυριού αναφοράς ΕΟΠ 2021

**Διάγραμμα 3.20:** Μέσοι όροι και Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2021

**Διάγραμμα 4.1:** Ραβδόγραμμα κατανομής καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τόπο διαμονής του προσώπου αναφοράς.

**Διάγραμμα 4.2:** Πίτα κατανομής καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς.

**Διάγραμμα 5.1:** Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (αγορές), για αγαθά και υπηρεσίες (τρέχουσες τιμές): ΕΟΠ 2021- ΕΟΠ 2020

**Διάγραμμα 5.2:** Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (αγορές), για αγαθά και υπηρεσίες (τρέχουσες τιμές): ΕΟΠ 2021- ΕΟΠ 2020

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

**Σχήμα 4.1:** Τομέας εργασίας ατόμου αναφοράς

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

**Εικόνα 1.1:** Σύγκριση Coffee arabica και Coffee Robusta [Pio Gastro, 2022]. Πιστή απόδοση και μετάφραση για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας.

**Εικόνα 1.2:** Προέλευση και διάδοση σε όλο τον κόσμο των πιο σημαντικών ειδών καφέ, Coffea arabica L. Κίτρινος κύκλος: προέλευση καλλιεργούμενης C. arabica [Santos & Farah, 2019].

## ΓΛΩΣΣΑΡΙ ΟΡΟΛΟΓΙΑΣ

FAO	Food and Agriculture Organization
ICO	International Coffee Organization
ΕΛΣΤΑΤ	Ελληνική Στατιστική Αρχή
ΕΟΠ	Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο καφές, βάσει του Παγκόσμιου Οργανισμού Τροφίμων (εφεξής «FAO») αποτελεί ένα από τα πιο διαδεδομένα ροφήματα καθώς και ένα από τα πιο εμπορεύσιμα προϊόντα παγκοσμίως. Κύριο αίτιο της υψηλής κατανάλωσης αποτελούν οι ιδιότητες της καφεΐνης, η οποία αποτελεί ένα φυσικό διεγερτικό με αναζωογονητικά αποτελέσματα, ενισχύοντας την εγρήγορση και μειώνοντας το αίσθημα της κόπωσης. Σύμφωνα με το λεξικό του Γ. Μπαμπινιώτη, ο όρος καφές χρησιμοποιείται συνεκδοχικά. Ως καφές λοιπόν ορίζεται α) ο καρπός του καφεόδεντρου, δηλαδή οι κόκκοι του καφέ β) η επεξεργασία του προαναφερθέντα καρπού προκειμένου να είναι κατάλληλος για βράσιμο και πόση και γ) το ρόφημα που προκύπτει από τη σχετική επεξεργασία (Μπαμπινιώτης, 1998). Παράλληλα διαθέτει ιδιαίτερα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά, κυρίως άρωμα και γεύση, τα οποία διαφοροποιούνται ανάλογα με τις εκάστοτε ποικιλίες.

Ο καφές αποτελεί ένα αγαθό με βαρύνουσα σημασία για την παγκόσμια αγορά, ως εκ τούτου οι αλλαγές στη ζήτησή του ενδέχεται να έχουν σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις. Η κατανόηση και η αναγνώριση των παραγόντων που επιδρούν στη ζήτηση συμβάλλει στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την παραγωγή, την τιμολόγηση, τις επενδύσεις και τα εργαλεία διαφήμισης. Παράγοντες όπως τυχόν μεταβολές στις προτιμήσεις των καταναλωτών, το επίπεδο εισοδήματος καθώς και τα δημογραφικά στοιχεία, δύναται να μετατοπίσουν την καμπύλη ζήτησης καθώς και να συμβάλλουν στην αστάθεια των τιμών. Η παρακολούθηση των προαναφερθέντων μεταβλητών βοηθά τα ενδιαφερόμενα μέρη να ελαττώσουν το ρίσκο, να αντιμετωπίσουν τυχόν κινδύνους καθώς και να και να διαχειριστούν αποτελεσματικότερα την εφοδιαστική αλυσίδα. Παράλληλα, ο εντοπισμός των αναδυόμενων τάσεων επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προσαρμόσουν τις πρακτικές τους ώστε να πληρούν τις προτιμήσεις των καταναλωτών και τα πρότυπα βιωσιμότητας σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό τοπίο.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

### 1.1 ΦΥΣΙΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΦΕ

Το καφεόδεντρο αποτελεί γένος των δικοτυλήδων φυτών της οικογένειας Ρουβιάδες (Rubiaceae) η οποία περιλαμβάνει πάνω από 40 είδη δενδρυλλίων των τροπικών χωρών. Τα πιο διαδεδομένα και ευρέως γνωστά είδη είναι η Κοφφέα η αραβική (*Coffea arabica*), ο Ρομπούστα (*Coffea canephora*) και ο Λιβεριανός (*Coffea liberica*), τα οποία έχουν προέλευση από την Αφρική (Campos-Vega *et al.*, 2015). Η καλλιέργεια των δενδρυλλίων του καφεόδεντρου μέχρι και τον 19<sup>ο</sup> αιώνα ήταν συμβατική και εκτατική. Από τον 20<sup>ο</sup> αιώνα ξεκίνησε η εντατικοποίηση και ο εκσυγχρονισμός της καλλιέργειας και κατ' επέκτασιν της παραγωγής. (Νέα Εγκυκλοπαίδεια Μαλλιάρης, 2006). Μεταξύ των τριών προαναφερθέντων ειδών, το *Coffea arabica* καλύπτει το μεγαλύτερο μέρος της παγκόσμιας παραγωγής και συγκεκριμένα το 60%. Ακολουθεί το *Coffea canephora* με 35% και στη συνέχεια το *Coffea liberica* με ποσοστό περίπου 5% (Κόλα & Δεληγιαννίδη, 2022).

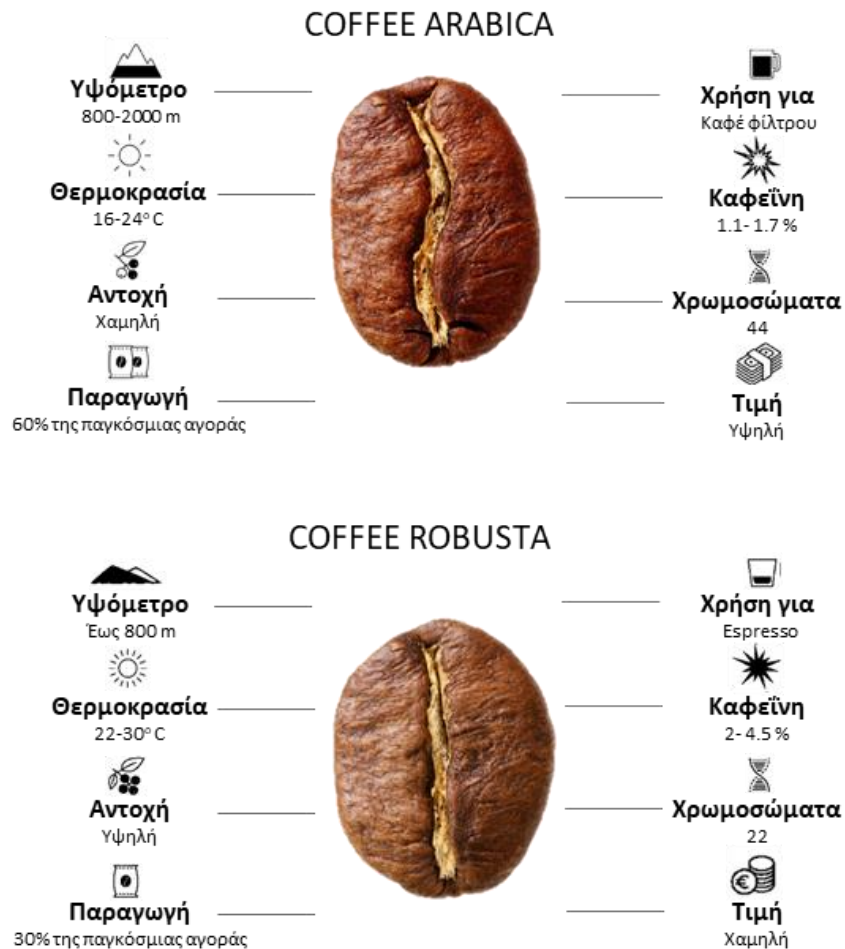
Το *arabica* είναι ένα τετραπλοειδές είδος προερχόμενο από έναν φυσικό υβριδισμό μεταξύ των *C. canephora* και *C. Eugenioides* (ICO, International Coffee Organization, 2016). Χαρακτηρίζεται ως το είδος με την υψηλότερη ποιότητα καρπού συγκριτικά με τα υπόλοιπα είδη της οικογένειας, ωστόσο η ανθεκτικότητά του είναι πολύ μικρότερη σε σχέση με το *C. canephora*. Ένα επιπρόσθετο πλεονέκτημα του *C. canephora* είναι ότι ευδοκίμει σε θερμότερες περιοχές όπου οι ποικιλίες *C. arabica* δεν είναι καλά προσαρμοσμένες (SCAA Arabica Green Coffee Defect Handbook, 2013).

Στη βιβλιογραφία έχουν αναφερθεί τριπλοειδή υβρίδια, που προέρχονται από διασταυρώσεις μεταξύ *C. arabica* και διπλοειδών ειδών. Εντούτοις, παρόλο που εμφανίζουν βελτιωμένα χαρακτηριστικά, δεν έχουν δυνατότητα αναπαραγωγής.

Το είδος *C. liberica* καλλιεργείται σε μικρό βαθμό, κυρίως λόγω της ευαισθησίας του σε ασθένειες, ιδιαίτερα στο *Fusarium xylarioides*. Οι σπόροι του τείνουν να έχουν καλύτερη ποιότητα συγκριτικά με το είδος *C. canephora*, εξακολουθούν ωστόσο να είναι κατώτεροι του *C. arabica* (Pendergrast, 2010).



Ο καφές αποτελεί προϊόν των σπερμάτων του καφεόδεντρου. Τα σπέρματα του καφεόδεντρου απελευθερώνονται από το σαρκώδες περίβλημα του καρπού και τη λεπτή μεμβράνη που τα περιβάλλει είτε με ξήρανση είτε με υγρή μέθοδο. Μεταξύ άλλων ουσιών, περιέχουν το αλκαλοειδές συστατικό καφεΐνη σε ποσοστό 1-2 %. Αναφορικά, η συγκεκριμένη ουσία σε καθαρή κατάσταση αποτελεί μία λευκή σκόνη με πικρή γεύση η οποία εμφανίζει μικρό βαθμό υδατοδιαλυτότητας. Μέσω της διαδικασίας του καβουρντίσματος, η καφεΐνη απελευθερώνεται από τις λοιπές λιπαρές ουσίες οι οποίες τη συγκροτούν, αναδεικνύοντας έτσι τις αρωματικές και δυναμωτικές ιδιότητες του καφέ (Νέα Εγκυκλοπαίδεια Μαλλιάρης, 2006).



**Εικόνα 1.1:** Σύγκριση Coffee arabica και Coffee Robusta [Pio Gastro, 2022]. Πιστή απόδοση και μετάφραση για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας.

Επί του παρόντος, ο καφές καλλιεργείται στη ζώνη μεταξύ των δύο τροπικών περιοχών, ο οποίος βρίσκεται ευρέως στις τροπικές περιοχές της Νότιας Αμερικής (Βραζιλία και Κολομβία), Ασία, Ωκεανία, Αφρική, Κεντρική Αμερική και Μεξικό. Τα είδη *arabica* προτιμούν τις μέσες ετήσιες θερμοκρασίες μεταξύ 18°C και 22°C και τείνουν να αναπτύσσονται σε ορεινές περιοχές. Όσο πιο κοντά πλησιάζει αυτό το είδος στον ισημερινό, τόσο μεγαλύτερο είναι το υψόμετρο που απαιτείται για τη βέλτιστη ανάπτυξη (ICO, International Coffee Organization, 2016).

## 1.2 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΔΟΣΗ

Η ιστορία του καφέ είναι ιδιαίτερα πλούσια και εκτείνεται μέσα στους αιώνες ξεκινώντας από τη σημερινή Αιθιοπία, πιθανότατα από την Κέφα. Η ιστορία της προέλευσης και της διάδοσης του καφέ, περιπλέκεται με θρύλους και μύθους. Ένας από τους πιο διαδεδομένους μύθους για την ανακάλυψη των κόκκων του καφέ είναι η ιστορία ενός Αιθίοπα κτηνοτρόφου, του Kaldi, χρονολογούμενη το 850 π.Χ. Ο αιγοβοσκός κάθε απόγευμα καλούσε τις αίγες με τον ήχο της φλογέρας του, μια μέρα ωστόσο δεν ανταποκρίθηκαν στο κάλεσμά του. Ψάχνοντας, βρήκε το κοπάδι σε υπερδιέγερση, να τρώει φύλλα και καρπούς από ένα δέντρο το οποίο δεν είχε ξαναδεί. Το βράδυ μάλιστα τα ζώα παρέμειναν ενεργητικά με αποτέλεσμα να μην μπορούν να κοιμηθούν. Παραξενευμένος, ανέφερε την παρατήρησή του στον ηγούμενο του μοναστηριού της περιοχής, ο οποίος έφτιαξε ένα ρόφημα από τους καρπούς του δέντρου και διαπίστωσε ότι τον βοήθησε να παραμείνει σε εγρήγορση κατά την πολύωρη βραδινή προσευχή. Μέσω του μοναστηριού, η γνώση για τους δυναμωτικούς καρπούς, άρχισε να διαδίδεται. (Brunner, 2016, Britannica, 2023) Καθώς η είδηση κινήθηκε προς τα ανατολικά και ο καφές έφτασε στην Αραβική χερσόνησο, ξεκίνησε ένα ταξίδι που θα έφερνε αυτούς τους κόκκους σε όλο τον κόσμο. Αξίζει να σημειωθεί ότι ενώ η συγκεκριμένη ιστορία της προέλευσης του καφέ είναι πιθανότατα ένας συνδυασμός θρύλων και ιστορικών αφηγήσεων, έχει γίνει μια ευρέως αποδεκτή αφήγηση.

Η ιστορική εξέλιξη ωστόσο είναι πιθανότατα πιο περίπλοκη. Μέχρι τον 15<sup>ο</sup> αιώνα μ.Χ., ο καφές καλλιεργούνταν στην περιοχή της Υεμένης της Αραβίας αποτελώντας αναπόσπαστο

κομμάτι της κοινωνικής και θρησκευτικής ζωής. Τα καφενεία, γνωστά με την ονομασία «qahneh khaneh», άρχισαν να εμφανίζονται σε πόλεις όπως η Μέκκα, λειτουργώντας ως μέρη συνάθροισης για συνομιλίες, ακρόαση μουσικής και απόλαυσης του ροφήματος του καφέ (National Coffee Association of U.S.A.).

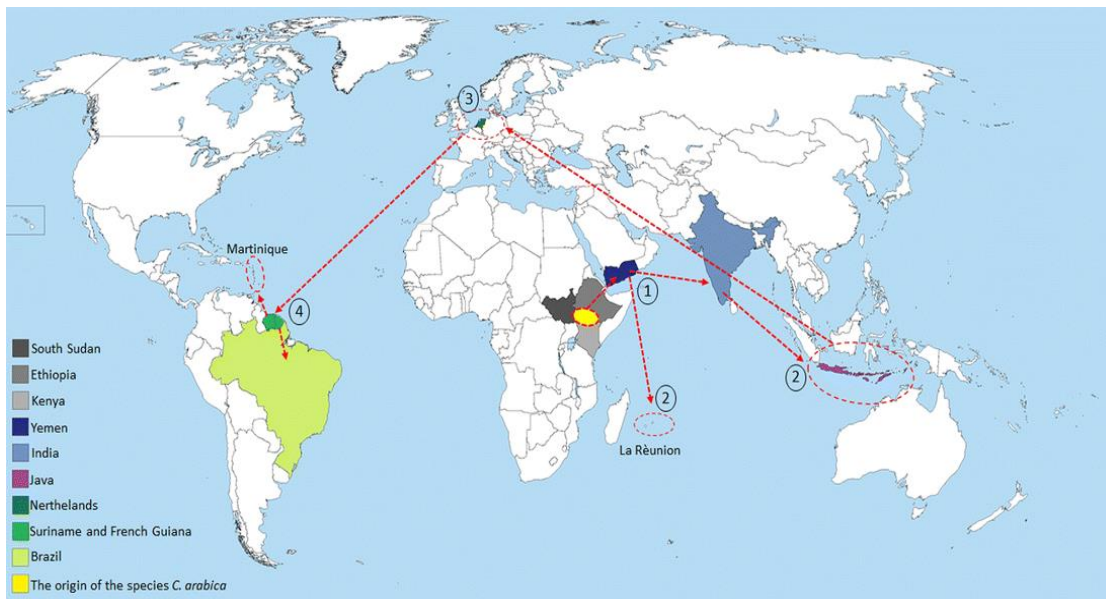
Τον 17ο ο καφές εισήχθη για πρώτη φορά στην Ευρώπη μέσω του εμπορικού λιμανιού της Βενετίας και στη συνέχεια εξαπλώθηκε και στην υπόλοιπη Ευρώπη. Πιο συγκεκριμένα, τα πρώτα ευρωπαϊκά καφενεία δημιουργήθηκαν το 1645 στην Ιταλία. Στη συνέχεια, το 1652, οι P. Rosee και D. Edwards άνοιξαν το πρώτο αναφερόμενο καφέ στο Cornhill στην Αγγλία. Μέχρι το 1670, ο καφές αποτελούσε ιδιαίτερα διαδεδομένο ρόφημα και στην κοινωνία του Παρισιού (CoffeeExpress Roasting Company, 2021). Σε πολύ σύντομο λοιπόν χρονικό διάστημα, ο καφές ως ρόφημα καθιερώθηκε στην ευρωπαϊκή αγορά και κυριάρχησε στις εμπορικές συναλλαγές. Έως τα τέλη 17<sup>ου</sup> αιώνα, τα καφενεία ευδαιμονούσαν σε ολόκληρη τη Βρετανία, και την ηπειρωτική Ευρώπη αλλά και τις βρετανικές αποικίες στην Αμερική (Brunner, 2016). Αξίζει να αναφερθεί ότι πολλές πηγές καταγράφουν είτε την απαγόρευση είτε την έγκρισή του συγκεκριμένου ροφήματος για θρησκευτικούς, πολιτικούς ή/και ιατρικούς λόγους (Britannica, 2023).

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι η ανάπτυξη και η διάδοση του καφέ περιελάμβανε έναν συνδυασμό ιστορικών, πολιτιστικών και οικονομικών παραγόντων. Όπως πολύ εύστοχα αναφέρει η Rotondi (2020) η ιστορία βρίθει ιδεών οι οποίες πυροδοτήθηκαν και εμπνεύστηκαν πάνω από ένα φλιτζάνι καφέ. Από την Οθωμανική Αυτοκρατορία έως την Αμερικανική αλλά και τη Γαλλική Επανάσταση, τα καφενεία έχουν υπάρξει κόμβοι για τη δημιουργία νέων κυμάτων σκέψης (Rotondi, 2020).

Όπως λοιπόν ήταν αναμενόμενο, καθώς η ζήτηση για το ρόφημα του καφέ συνέχισε να εξαπλώνεται με ραγδαίους ρυθμούς, δημιουργήθηκε έντονος ανταγωνισμός για την καλλιέργεια καφέ εκτός της Αραβίας. Τον 18<sup>ο</sup> αιώνα, η Ολλανδία, μετά από αρκετή προσπάθεια, κατάφερε να αναπτύξει βιώσιμες καλλιέργειες με αποτέλεσμα να εδραιωθεί στην παραγωγή και στο εμπόριο. Εν συνεχεία, επέκτειναν το παραγωγικό τους σύστημα στην

Ινδονησία (National Coffee Association of U.S.A.). Τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, η Βραζιλία εισήλθε πολύ δυναμικά στην παραγωγή του καφέ. Όπως αναφέρει μάλιστα ο Pelaez (1976) από τα πρώτα κιάλας έτη της παραγωγικής και εμπορικής δραστηριότητας, καταγράφηκαν εξαιρετικοί ρυθμοί ανάπτυξης. Η Βραζιλία κατάφερε μέσα σε έναν αιώνα να αναμορφώσει θεμελιωδώς την παγκόσμια οικονομία του καφέ αλλά και τη φύση των αλυσίδων εμπορευμάτων της, ικανοποιώντας σε μεγάλο βαθμό την αυξανόμενη παγκόσμια ζήτηση (Τορίκ, 2019). Τον 20<sup>ο</sup> αιώνα, η καλλιέργεια του καφέ συνέχισε να επεκτείνεται σε παγκόσμιο επίπεδο, συμπεριλαμβάνοντας πλέον και την Ασία, την Αφρική καθώς και χώρες της κεντρικής Αμερικής.

Στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, η βιομηχανία του καφέ συνέχισε να εξελίσσεται, δεχόμενη ωστόσο έντονες επιρροές από την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση για περιβαλλοντικά και κοινωνικά ζητήματα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη στροφή σε πιο βιώσιμες πρακτικές, δεδομένου ότι οι σύγχρονοι καταναλωτές εισάγονται με αργά αλλά σταθερά βήματα, σε μία νοοτροπία συνειδητότητας και ηθικής αξιολόγησης των προϊόντων.



**Εικόνα 1.2:** Προέλευση και διάδοση σε όλο τον κόσμο των πιο σημαντικών ειδών καφέ, *Coffea arabica* L. Κίτρινος κύκλος: προέλευση καλλιεργούμενης *C. arabica* L. [Santos & Farah, 2019].

### 1.3 ΤΑ ΤΡΙΑ ΚΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΜΕΘΟΔΩΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ

Γίνεται αντιληπτό ότι με την πάροδο του χρόνου, τόσο οι μέθοδοι παραγωγής όσο και ο τρόπος κατανάλωσης του ροφήματος του καφέ, μεταβάλλονται και εξελίσσονται (Kutlay, 2019). Η έννοια των «τριών κυμάτων καφέ» αποτελεί ένα πλαίσιο στο οποίο τα κύματα αντιπροσωπεύουν ξεχωριστές φάσεις, οι οποίες ωστόσο αλληλεπικαλύπτονται σε ορισμένες περιόδους, όσον αφορά στην παραγωγή και κατανάλωση του καφέ (Manzo, 2010). Το πρώτο κύμα θεωρείται ότι ξεκινάει περίπου στα μέσα του 17ου αιώνα και διερευνά τη μετάβαση από τον καφέ ως προϊόν πολυτελείας, για έναν ιδιαίτερα περιορισμένο αριθμό χρηστών, σε ένα προϊόν μαζικής παραγωγής και κατανάλωσης (Rosenberg *et al.*, 2018). Σε αυτό συντέλεσε η άνοδος του στιγμιαίου καφέ καθώς κατέστησε το ρόφημα πιο προσβάσιμο στο ευρύ κοινό. Εκτός από τον στιγμιαίο καφέ, στο πρώτο κύμα κυριάρχησε επίσης ο καφές φίλτρου, ο οποίος παρασκευαζόταν ρίχνοντας ζεστό νερό πάνω σε αλεσμένους κόκκους καφέ, μέθοδος που προσέφερε επίσης ένα βολικό τρόπο προετοιμασίας (Canadian Barista Institute, 2017). Την περίοδο αυτή ο καφές εισήλθε σε υπεραγορές και μέρη εστίασης ενώ ξεκίνησε η τυποποίησή του σε συσκευασίες κενού αέρος ενώ συνδέθηκε και με αρκετές γνωστές μάρκες. Εντούτοις, στην πλειοψηφία δε συνοδευόταν από πληροφορίες σχετικά με τη χώρα καλλιέργειας και το είδος της επεξεργασίας (EFICO, 2023). Συνεπώς, βασικό στοιχείο του πρώτου κύματος αποτελούσε η εμπορευματοποίηση και η ποσότητα και όχι η ποιότητα (Samper *et al.*, 2017).

Το δεύτερο κύμα καφέ ξεκίνησε τη δεκαετία του 1980 σηματοδοτώντας μια σημαντική αλλαγή στη βιομηχανία του καφέ, καθώς αυξήθηκε η ζήτηση για κόκκους υψηλότερης ποιότητας (Rosenberg *et al.*, 2018). Πολλές πηγές αναφέρουν ότι ορόσημο για τη μετάβαση από το πρώτο στο δεύτερο κύμα υπήρξε η ίδρυση της εταιρείας Starbucks, η οποία ανέδειξε τον καφέ ως εμπειρία και όχι ως ρόφημα, γνωστοποιώντας παράλληλα στο καταναλωτικό κοινό την περιοχή προέλευσης καθώς και το είδος των φρεσκοκαβουρδισμένων κόκκων. Ουσιαστικά, το δεύτερο κύμα εισήγαγε στην αγορά τον όρο «Specialty Coffee» και μύησε τους πελάτες στο λεξιλόγιο του καφέ (Driven Coffee Roasters, 2019 & Brunner, 2016). Ο espresso αποτέλεσε κομβικό σημείο, με έμφαση στη μέθοδο προετοιμασίας αλλά και την παρουσίαση του, αναδεικνύοντας τη δημιουργία του ως τέχνη. Όλα τα υπόλοιπα ροφήματα καφέ

χρησιμοποίησαν ως βάση τον espresso με χαρακτηριστικά παραδείγματα το latte, το cappuccino και το machiatto, τα οποία περιείχαν μεταξύ άλλων γάλα σε διαφορετικές αναλογίες. Παράλληλα, τα εξειδικευμένα καφενεία ενέταξαν διάφορες ποικιλίες αρωματικών ροφημάτων, εμπλουτίζοντάς τα με επικαλύψεις όπως σαντιγί, κανέλα και σιρόπι. Τέλος, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι κατά τη διάρκεια του δεύτερου κύματος δόθηκε μεγάλη έμφαση στη δημιουργία φιλόξενων και άνετων χώρων καφέ. Η προσήλωση δεν αρκέστηκε μόνο στην ποιότητα αλλά και στην παροχή ενός φιλόξενου περιβάλλοντος όπου οι πελάτες θα μπορούσαν να συνδυάσουν την απόλαυση με την κοινωνικοποίηση (EFICO, 2023).

Το τρίτο Κύμα, το οποίο χαρακτηρίζει και τη σύγχρονη εποχή, ξεκίνησε στις αρχές του 2000. Ο καφές πλέον χαρακτηρίζεται ως ένα βιοτεχνικό προϊόν υψηλής ποιότητας με έμφαση στην προέλευση, την επεξεργασία αλλά και τη βιωσιμότητα. Σύμφωνα με τον Rosenberg (2018), η μετάβαση στον καφέ τρίτου κύματος θα πρέπει να θεωρηθεί ως μια αρτιστική προσέγγιση παρόμοια με τη φιλοσοφία παρασκευής οίνου (Folmer, 2014; Howell, 2013). Ένα μέρος της αγοράς στρέφεται προς τους μονοποικιλιακούς καφέδες, τονίζοντας τις ιδιαίτερες γεύσεις που συνδέονται με την εντοπιότητα. Επιπλέον, προκειμένου να τονιστούν συγκεκριμένες ιδιότητες των κόκκων και να ενισχυθεί η συνολική εμπειρία κατά την κατανάλωση, άρχισαν να αναπτύσσονται εναλλακτικές μεθόδους παρασκευής όπως το pour-over, το AeroPress και το cold-brew (ThirdWaveCoffee, 2023). Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του κύματος που διανύουμε αποτελεί η αναδυόμενη ευαισθητοποίηση και η έμφαση στην ηθική προμήθεια, τις άμεσες σχέσεις με τους αγρότες καθώς και η προσπάθεια για χρήση περιβαλλοντικά βιώσιμων πρακτικών (Kutlay, 2019).

## **1.4 Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### **1.4.1 Ιστορία και εξέλιξη της ελληνικής κουλτούρας του καφέ**

Η ιστορία του καφέ ως ρόφημα στην Ελλάδα έχει μακρά ιστορία, συνυφασμένη με τις κοινωνικές παραδόσεις και τον πολιτισμό. Η εισαγωγή του εντοπίζεται την περίοδο της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, κατά την οποία η ύπαρξη των καφενείων διαδραμάτισε

σημαντικό ρόλο στην καθημερινότητα και την κοινωνική ζωή. Ειδικότερα, το πρώτο καφενείο ξεκίνησε να λειτουργεί στην Κωνσταντινούπολη το 1475 (Perfect Daily Grind, 2020). Καθώς η Οθωμανική Αυτοκρατορία άρχισε σταδιακά να αυξάνει την επιρροή της στον Ελλαδικό χώρο, παράλληλα εξαπλώθηκε και η συνήθεια του καφέ (World Coffee Portal, 2021). Σύμφωνα με τον Α. Παπαδιαμάντη, «η συνήθεια του καφέ εξαπλώθηκε στην υπόλοιπη Ελλάδα μετά το 1760». Λόγω της προέλευσής του και του κοινού τρόπου προετοιμασίας, στις αρχές του 19ου αιώνα είχε επικρατήσει στην Ελλάδα η ονομασία «τούρκικος καφές». Μάλιστα καταγράφεται και στη λίστα της UNESCO ως «Άυλη Πολιτιστική Κληρονομιά της Τουρκίας» (UNESCO, 2013). Ωστόσο, οι τεταμένες και εχθρικές σχέσεις μεταξύ των δύο χωρών καθώς και η έντονη δυσαρέσκεια των Ελλήνων για την επιθετική επεκτατική πολιτική των Τούρκων, οδήγησαν σε μία προσπάθεια εξάλειψης του χαρακτηρισμού «τούρκικος». Ο Καρακατσάνης (2014) αναφέρει ότι ορόσημο για την αλλαγή του ονόματος από «τούρκικο» σε «ελληνικό» αποτέλεσε η τουρκική εισβολή στην Κύπρο. Ειδικότερα, η εταιρεία καφέ Brano πραγματοποίησε μία διαφημιστική εκστρατεία με τίτλο «Εμείς τον Λέμε Ελληνικό». Η καμπάνια αυτή κατάφερε να αλλάξει το «όνομα» του καφέ και ταυτόχρονα να δημιουργήσει ένα «σύμβολο ταυτότητας» (Καρακατσάνης, 2014).

Μετά την ελληνική επανάσταση του 1821, η Ελλάδα απέκτησε σταδιακά την ανεξαρτησία της από τη οθωμανική κυριαρχία. Ο θεσμός της συνάθροισης στα καφενεία διατηρήθηκε και ενσωματώθηκε πλήρως στην ελληνική κουλτούρα αποτελώντας πλέον αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής ζωής των Ελλήνων. Έως και τα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα ωστόσο, αποτελούσαν συνήθεια αποκλειστικά ανδρών λαϊκότερων στρωμάτων. Από τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα, άρχισαν να λειτουργούν καφενεία τα οποία απευθυνόταν στις οικονομικά ανώτερες τάξεις συμπεριλαμβάνοντας και το γυναικείο φύλο. Τα «καφεζαχαροπλαστεία» με εμφανείς τις επιρροές του δυτικού πολιτισμού χαρακτηριζόντουσαν από μία νεωτεριστική προσέγγιση και αποτέλεσαν τον πρόδρομο των «καφετεριών» το 1960 (Coffees.gr, 2018).

Αναφορικά με την επεξεργασία των καρπών, παραδοσιακά οι φρέσκοι κόκκοι καφέ αρχικά καβουρδίζονταν σε ένα σκεύος το οποίο τοποθετούνταν σε φωτιά και στη συνέχεια αλέθονταν δια χειρός. Στα τέλη του 19<sup>ου</sup> άρχισαν να δημιουργούνται «καφεκοπτεία», δηλαδή εξειδικευμένα μαγαζιά άλεσης και καβουρδίσματος καφέ τα οποία αποτελούσαν και σημεία

πώλησης ελληνικού καφέ (Charles, 2020). Το 1930 είχαν ήδη δημιουργηθεί αρκετά επιτυχημένα καφεκοπτεία, ακολουθώντας και την εισαγωγή του γαλλικού καφέ το 1920. Ωστόσο, η περίοδος της κατοχής της Ελλάδας κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου ως αποτέλεσμα της γερμανικής εισβολής, κατέστησε τον καφέ είδος πολυτελείας. Έτσι, όσες εκ των προαναφερθέντων επιχειρήσεων κατάφεραν να επιβιώσουν, εμπορευόντουσαν και επεξεργάζοντουσαν υποκατάστατα όπως το κριθάρι και το ρεβίθι (Καφεκοπτεία Λουμίδα).

Σημείο ορόσημο αποτέλεσε η δεκαετία του '50 με την τυχαία ανακάλυψη του «φραπέ» στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης το 1957. Το ρόφημα δημιουργήθηκε από τον Δ. Βακόνδιο ο οποίος ανακάλυψε στιγμιαίο καφέ με κρύο νερό, γάλα, ζάχαρη και πάγο δημιουργώντας ένα ρόφημα το οποίο κυριάρχησε στις προτιμήσεις του ελληνικού καταναλωτικού κοινού, ιδιαίτερα των νέων, έως και το 1990 (Coffees.gr, 2018). Το συγκεκριμένο είδος ροφήματος καφέ αποτέλεσε πολιτιστικό φαινόμενο στην Ελλάδα ενώ η δημοτικότητα του επεκτάθηκε διεθνώς. Η εξέλιξη και διάδοσή του αποτελεί απόδειξη της δημιουργικότητας και της προσαρμοστικότητας στην κουλτούρα του καφέ.

Στα τέλη της δεκαετίας του '90, ένα νέο είδος καφέ έρχεται να κυριαρχήσει στην αγορά, εκθρονίζοντας το φραπέ, ο espresso. Ο espresso, όπως και ο cappuccino είχαν ήδη εισέλθει στην ελληνική αγορά από το 1950, ωστόσο η κατανάλωσή τους εκτοξεύτηκε από το 1991 και μετά, με την δημιουργία της παγωμένης εκδοχής των δύο ροφημάτων (Κωνσταντίου, 2021)

Τον 21ο αιώνα, η Ελλάδα έχοντας δεχθεί τις έντονες επιρροές του τρίτου κύματος και αντανακλώντας τις παγκόσμιες τάσεις αναπτύσσει εκσυγχρονισμένες καφετέριες ενώ παράλληλα δέχεται την επιρροή των διεθνών αλυσίδων. Ο ελληνικός παραδοσιακός καφές συνεχίζει να υφίσταται έχοντας ωστόσο πτωτική πορεία. Σε κάθε περίπτωση ο καφές στην Ελλάδα αποτελεί μία δυναμική αλληλεπίδραση μεταξύ της παραδοσιακής ελληνικής κουλτούρας και των παγκόσμιων τάσεων. Ως ρόφημα συνεχίζει να συνιστά σημαντικό μέρος της καθημερινής ζωής των Ελλήνων αποτελώντας αφενός μία μορφή ιεροτελεστίας και αφετέρου ένα εξαιρετικά επιτυχημένο μέσο κοινωνικοποίησης (TheTotalBusiness, 2023).



### **1.4.2 Αριθμητικά δεδομένα και στατιστικά στοιχεία κατανάλωσης καφέ σε εθνικό επίπεδο**

Η κατανάλωση καφέ αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής κουλτούρας. Η εγχώρια αγορά τα τελευταία έτη παρουσιάζει σημαντική αύξηση στην καταναλωθείσα ποσότητα του καφέ ενώ παράλληλα έχει βελτιωθεί σημαντικά η ποιότητα του καφέ η οποία φθάνει στον τελικό καταναλωτή (Fortune, 2023). Σύμφωνα με έρευνα της Pricefox (2023) σχετικά με την κατανάλωση καφέ σε παγκόσμιο επίπεδο, η Ελλάδα για το 2023 κατέχει την 7<sup>η</sup> θέση στην κορυφαία δεκάδα με την κατά κεφαλήν ετήσια κατανάλωση να ανέρχεται στα 3 κιλά καφέ. Συνοπλογίζοντας την κατανάλωση καφέ εντός και εκτός της οικίας, τα συνολικά ετήσια έσοδα ανέρχονται γύρω στα 4 δισεκατομμύρια ευρώ (Σκούφου, 2023). Ενδεικτικά για το ελληνικό κράτος, το 2017, τα έσοδα υπολογίστηκαν σε 90,4 εκατομμύρια ενώ το 2018 στα 122,7 εκατομμύρια ευρώ αντίστοιχα (AthensCoffeeFestival, 2023).

Τον Ιανουάριο του 2023, η Ελληνική Ένωση Καφέ ανέθεσε στην εταιρεία Κάπα Research τη διεξαγωγή ποσοτικής έρευνας απευθυνόμενης στο ελληνικό καταναλωτικό κοινό με στόχο τη δημιουργία του προφίλ του Έλληνα καταναλωτή καφέ. Η έκθεση περιλάμβανε, ενδεικτικά, ευρήματα σχετιζόμενα με τη συχνότητα αγοράς και κατανάλωσης καφέ, την ποσότητα κατανάλωσης ανά ημέρα καθώς και τον τρόπο και την προτιμώμενη τοποθεσία. Η συλλογή στοιχείων έγινε μέσω ενός υβριδικού μοντέλου συνδυάζοντας τηλεφωνικές συνεντεύξεις και ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια. Ως μέγιστο αποδεκτό σφάλμα στο σύνολο του δείγματος ορίστηκε ποσοστό 3% σε διάστημα εμπιστοσύνης 95%. Τα δημοσιευμένα αποτελέσματα σε δείγμα 951 ατόμων, έδειξαν ότι σε ημερήσια βάση καταναλώνει έστω μία κούπα καφέ το 99%. Πιο συγκεκριμένα, το 30% καταναλώνει έναν καφέ, το 40% δύο, ενώ το 22% τρεις καφέδες ανά ημέρα. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα δεδομένα σχετικά με το προτιμητέο σημείο κατανάλωσης, καθώς το 56% τείνει να πίνει περισσότερο καφέ στο σπίτι, το 25% στο χώρο εργασίας και το 18% εκτός σπιτιού ή εργασίας, σε κάποιο μαγαζί ή στο χέρι (Κάπα Research, 2023).

Όσον αφορά το μέσο κόστος κατανάλωσης μίας κούπας καφέ, υπολογίζεται ότι στην Ελλάδα ανέρχεται στα 2,99€. Η Pricefox αναφέρει ότι το εύρος των τιμών για μία κούπα espresso

κυμαίνεται από 1,5€- 4,5€. Στο πλαίσιο ωστόσο των γενικευμένων ανατιμήσεων, το ποσό αυτό αναμένεται να αυξηθεί. Αξίζει να σημειωθεί ότι το αντίστοιχο ποσό στην Ιταλία, ακόμα και σε τουριστικούς προορισμούς, σπάνια υπερβαίνει το 1,5€ (Pricefox, 2023, Economistas, 2023).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

Η ζήτηση του καφέ επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, ανεξάρτητους και εξαρτημένους οι οποίοι διαφέρουν αναλόγως με την περιοχή και την αγορά. Η κατανόηση αυτών των προσδιοριστικών παραγόντων καθώς και των τυχόν αλληλεπιδράσεών τους είναι ζωτικής σημασίας τόσο για τους παραγωγούς όσο και τους διανομείς του καφέ προκειμένου να είναι σε θέση να προσαρμοστούν στις αλλαγές αφενός της συμπεριφοράς των καταναλωτών και αφετέρου της αγοράς. Σε συνέχεια πραγματοποίησης ενδελεχούς βιβλιογραφικής ανασκόπησης, έγινε προσπάθεια κατάταξης των κυριότερων προσδιοριστικών παραγόντων σε 7 βασικές κατηγορίες: α. Προσωπικές προτιμήσεις καταναλωτών β. Οικονομικοί παράγοντες γ. Πολιτιστικοί & κοινωνικοί παράγοντες δ. Χαρακτηριστικά του καφέ ε. Πλαίσιο κατανάλωσης στ. Δημογραφικά στοιχεία και ζ. Μάρκετινγκ και διαφήμιση.

### 2.1 ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ

#### 2.1.1 Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά

Οι αισθητηριακές ιδιότητες του καφέ αποτελούν βασικά κίνητρα για την κατανάλωση του ροφήματος καφέ. Τα χαρακτηριστικά τα οποία θεωρείται ότι παίζουν το μεγαλύτερο ρόλο στην επιλογή της κατανάλωσης του καφέ είναι η γεύση, το άρωμα, η οξύτητα, το σώμα και η επίγευση (Bressani, 2021 & Coffeebean, 2023). Πολλές δημοσιεύσεις αναφέρουν τη γεύση ως το μεγαλύτερο κίνητρο για την κατανάλωση του καφέ καταναλωτών (Bressani, 2021, Sammogia, 2018 & Sousa *et al.*, 2016). Μάλιστα, από τις πέντε βασικές γεύσεις, το «γλυκό» προτιμάται και αναμένεται από την πλειοψηφία των καταναλωτών. Το «πικρό» είναι η δεύτερη βασική γεύση που αναμένουν (Bressani, 2021). Συγχρόνως, το γευστικό κριτήριο είναι αυτό που απωθεί μεγάλη μερίδα των μη καταναλωτών (Sousa *et al.*, 2016) Το ίδιο ισχύει και για το άρωμα. Οι δύο αυτοί παράγοντες είναι στενά συνδεδεμένοι μεταξύ τους καθώς το άρωμα αποτελεί πρόδρομο και ενισχυτή της γεύσης. Σημειώνεται ότι ως άρωμα αξιολογείται η μυρωδιά του φρεσκοκομμένου καβουρδισμένου καφέ και όχι των φρέσκων καρπών

(Myhomebrewedcoffee, 2023). Ένα επιπλέον ιδιαίτερα σημαντικό εγγενές χαρακτηριστικό του καφέ είναι η οξύτητα. Ως οξύτητα μπορεί να βιωθεί ως μια απότομη, σχεδόν ξινή αίσθηση, έως ξηρότητα στο πίσω μέρος του στόματος (Bhumiratana *et al.*, 2019). Ενώ ακόμη δεν έχει χαρακτηριστεί πλήρως στην επιστημονική βιβλιογραφία, αποτελεί καίριο κομμάτι της αξιολόγησης της ποιότητας του καφέ (Rune *et al.*, 2023). Ο όρος σώμα σχετίζεται με την αίσθηση στο στόμα, ουσιαστικά θα μπορούσε να περιγραφεί ως η υφή και το βάρος του καφέ στη γλώσσα (Bhumiratana *et al.*, 2019). Τέλος η επίγευση αφορά στη γεύση που παραμένει στο στόμα αφού καταναλωθεί ο καφές (Coffeebean, 2023).

### **2.1.2 Λειτουργικές ιδιότητες καφέ**

Τα λειτουργικά κίνητρα αναφέρονται στα πρακτικά οφέλη ή σκοπούς που ωθούν τα άτομα να εμπλακούν σε μια συγκεκριμένη συμπεριφορά. Στην περίπτωση της κατανάλωσης του καφέ, η σωματική και η πνευματική διέγερση που επιφέρει αποτελούν έναν από τους κυριότερους λόγους κατανάλωσης. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο Sammoggia οι άνθρωποι καταναλώνουν καφέ προκειμένου να προκαλέσουν συναισθήματα θετικής υψηλής ενέργειας με στόχο τη διέγερση, τη μείωση της κούρασης, την εγρήγορση, την εξάλειψη της υπνηλίας, τη βελτίωση της εργασιακής απόδοσης καθώς και την πρόκληση ενός συναισθήματος ψυχικής ανάτασης. Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι όσο αυξάνεται το λειτουργικό κίνητρο μειώνεται το αισθητηριακό. Αυτό ουσιαστικά σημαίνει ότι η κατανάλωση του καφέ μετατρέπεται σε μία συνήθεια για την οποία ελλοχεύει ο κίνδυνος να μετατραπεί σε ψυχαναγκαστική συμπεριφορά (Labbe *et al.*, 2015 & Ágoston *et al.* 2017).

### **2.1.3 Πεποιθήσεις σχετιζόμενες με την υγεία**

Οι θετικές ή αρνητικές αντιλήψεις των καταναλωτών για τις τάσεις υγείας και ευεξίας μπορεί να επηρεάσουν την κατανάλωση του καφέ. Ο καφές, εκτός από την καφεΐνη, περιέχει και αρκετά αντιοξειδωτικά, όπως λιγνάνη, καφεστρόλη, χλωρογενικό οξύ, μελανοειδή και καβεόλη. Οι ουσίες αυτές βάσει ερευνητικών μελετών ενδέχεται να έχουν προστατευτική δράση σε κυτταρικό επίπεδο (Czarniecka *et al.*, 2021]. Επιπλέον, η τακτική κατανάλωση καφέ

έχει συσχετιστεί με τη μείωση του κινδύνου εμφάνισης ορισμένων νοσημάτων όπως η κακοήθης υπερπλασία του ορθού (Giovannucci, 1998) ο σακχαρώδης διαβήτης (Yamaji *et al.*, 2004) και η κίρρωση του ήπατος (Tverdal & Skurtveit, 2003). Από την άλλη πλευρά, η μακροχρόνια υπερκατανάλωση καφεΐνης δύναται να οδηγήσει σε εθισμό ή/και να αποτελέσει προδιαθέτονα παράγοντα για διάφορες ασθένειες. Όπως αναφέρουν και οι Demura *et al.* (2013) η κατανάλωση καφέ αυξάνει τον κίνδυνο γλαυκώματος (Pasquale *et al.*, 2012) καθώς και εμφράγματος του μυοκαρδίου (Cornelis *et al.*, 2006). Η εκτελεστική διευθύντρια του International Coffee Organisation, V. Nogueira, σε συνέντευξή της αναφέρει ότι κατά την επιλογή αγοράς καφέ, ο αριθμός των καταναλωτών οι οποίοι λαμβάνουν υπόψη την υγεία αλλά και τη βιωσιμότητα είναι ιδιαίτερα αυξημένος (Perfect Daily Grid, 2023). Πολλοί καταναλωτές για παράδειγμα επιλέγουν την προσθήκη φυτικού γάλατος στον καφέ τους έναντι του ζωικού. Σε κάθε περίπτωση, οι πεποιθήσεις που σχετίζονται με την υγεία είναι διφορούμενες ως προς την επίδραση του καφέ και φαίνεται να επηρεάζουν τους καταναλωτές και προς τις δύο κατευθύνσεις.

#### **2.1.4 Παραδόσεις και πολιτισμός**

Οι κοινωνικές τάσεις, οι πολιτιστικές πρακτικές και οι παραδόσεις που σχετίζονται με την κατανάλωση καφέ μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση. Όπως αναφέρθηκε και στην παράγραφο 1.4.1. η ιστορία του καφέ ως ρόφημα, ειδικά στην Ελλάδα, είναι άμεσα συνυφασμένη με τους προαναφερθέντες παράγοντες. Επιπλέον, ο παράγοντας συνήθεια περιλαμβάνει στοιχεία που χαρακτηρίζουν την κατανάλωση καφεΐνης ως συμπεριφορά η οποία επαναλαμβάνεται τακτικά και τείνει να εμφανίζεται υποσυνείδητα (Ajzen, 2002 & Sattmoggia, 2018). Η συνήθεια με τη σειρά της συνδέεται με την έννοια της παραδοσιακής καταναλωτικής συμπεριφοράς, όπως στην περίπτωση του παραδοσιακού ελληνικού καφέ. Σαφώς σημαντικό ρόλο παίζει και το πλαίσιο κατανάλωσης, δηλαδή η περίσταση, ο χώρος (σε οικεία, σε καφετέρια, στον εργασιακό χώρο), η ώρα της ημέρας καθώς και το πλαίσιο κοινωνικοποίησης (μόνος, με οικογένεια, με φίλους, με συναδέλφους) (Sattmoggia 2018).

## **2.2. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ**

### **2.2.1 Τιμή**

Η τιμή αποτελεί έναν από τους πρωταρχικούς εξωτερικούς παράγοντες ο οποίος επηρεάζει την πρόθεση αγοράς του καφέ (Chun-chu 2019). Η ύπαρξη υψηλών τιμών είναι πολύ πιθανό να μειώσει την κατανάλωση και αντίστοιχα η χαμηλότερη τιμή να την αυξήσει. Αναφορικά, η μελέτη των Vochozka *et al.* επιβεβαίωσε μια πολύ στενή άμεση μεταξύ της τιμής του καφέ και του πληθωρισμού. Η αύξηση της αγοραστικής στάσης των καταναλωτών συχνά διεγείρεται από την αύξηση των προωθήσεων τιμών. Ωστόσο, η σημασία του χαρακτηριστικού τιμής είναι συνυφασμένη με πολλούς παράγοντες όπως δημογραφικούς και κοινωνικούς. Σε αρκετές μελέτες των τελευταίων ετών, το χαρακτηριστικό της τιμής αναλύεται αρκετά συχνά σε σχέση με την προθυμία πληρωμής για προϊόντα καφέ με σήμανση βιωσιμότητας και δίκαιου εμπορίου (Sammoggia, 2018).









### **2.2.2 Επίπεδα εισοδήματος**

Οι επικρατούσες οικονομικές συνθήκες καθώς και το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην αγορά του καφέ. Στις ανεπτυγμένες χώρες όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Ευρώπη, όπου το διαθέσιμο εισόδημα είναι υψηλότερο, η κατανάλωση καφέ τείνει να είναι υψηλότερη. Αντίθετα, στις αναπτυσσόμενες χώρες όπου το διαθέσιμο εισόδημα είναι χαμηλότερο, προτεραιοποιούνται οι βιοτικές ανάγκες έναντι του καφέ ο οποίος αποτελεί είδος πολυτελείας (Agaya, 2023). Σύμφωνα με τον International Coffee Organisation, η ατομική κατανάλωση καφέ, θα αυξάνεται με την αύξηση του εισοδήματος μέχρι να επιτευχθεί κορεσμός, ο μέγιστος βαθμός του οποίου διαφέρουν σε επίπεδο ατόμου. Αυτό που έχει τεράστιο ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι η μερίδα των ατόμων τα οποία θα φθάσουν σε κορεσμό ενώ δεν μπορούν να πειστούν να αυξήσουν την ποσότητα καφέ που καταναλώνουν μπορούν να πειστούν να αυξήσουν την αξία του επενδύοντας στην ποιότητα. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι προσδιοριστικό παράγοντα αποτελεί τόσο το εισόδημα όσο και η κατανομή του.

### 2.2.3 Τιμές συναφών αγαθών

Ένας παράγοντας ο οποίος μπορεί να επηρεάσει τη ζήτηση του καφέ είναι η δημοτικότητα και η διαθεσιμότητα συναφών ροφημάτων, όπως το τσάι ή τα ενεργειακά ποτά. Επιπλέον, συχνά δε δίνεται σημασία σε μία άλλη σημαντική κατηγορία συναφών αγαθών, τα συμπληρωματικά. Ουσιαστικά πρόκειται για προϊόντα τα οποία οι αγοραστές τείνουν να καταναλώνουν μαζί με τον καφέ, όπως για παράδειγμα μπισκότα, κουλούρια, γάλα κλπ.

Η κατανόηση της επιρροής των προαναφερθέντων κατηγοριών συναφών αγαθών και της αλληλεπίδρασής τους με την κατανάλωση του καφέ είναι ζωτικής σημασίας για τους παραγωγούς και τους προκειμένου να χαρτογραφήσουν τυχόν αλλαγές στην αγορά (Διάγραμμα 1).

Συμπληρωματικά αγαθά (καφές & ντόνατς)			
	Μειώνοντας την τιμή του ενός...		Αυξάνεται η ζήτηση του άλλου
	Αυξάνοντας την τιμή του ενός...		Μειώνεται η ζήτηση του άλλου
Υποκατάστατα αγαθά (καφές & τσάι)			
	Αυξάνοντας την τιμή του ενός...		Αυξάνεται η ζήτηση του άλλου
	Μειώνοντας την τιμή του ενός...		Μειώνεται η ζήτηση του άλλου

**Διάγραμμα 1.** Συμπληρωματικά και υποκατάστατα αγαθά [Principles of Economics, Open Textbook Library, 2016]. Πιστή μετάφραση και απόδοση για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας.

#### **2.2.4 Προσδοκίες αγοραστών**

Οι προσδοκίες που αφορούν σε αλλαγές όσον αφορά στην τιμή ενδέχεται να επηρεάσουν τη ζήτηση. Στην περίπτωση που οι αγοραστές αναμένουν ανταγωνιστικές τιμές ή αντιλαμβάνονται τον καφέ ως προσφορά αξίας, είναι πολύ πιθανόν να στηρίξουν τη ζήτηση. Αντίθετα, οι απροσδόκητες αυξήσεις τιμών ή οι αντιλήψεις για υπερτιμολόγηση μπορεί να οδηγήσουν σε μείωσή της. Μεγάλο ρόλο παίζει και το γεγονός ότι ο καβουρδισμένος καφές, είτε ως καρπός είτε ως τρίμα, αποτελεί ένα αγαθό το οποίο μπορεί εύκολα να αποθηκευτεί ενώ έχει μεγάλη διάρκεια ζωής. Κατ' επέκτασιν, η κατανάλωση του για την προετοιμασία ροφήματος είναι εφικτό να αναβληθεί. Αυτό έχει ως επακόλουθο, σε περίπτωση που ο καταναλωτής έχει την προσδοκία ότι η τιμή του συγκεκριμένου αγαθού ενδέχεται να μειωθεί στο μέλλον, να μειώσει τις τρέχουσες ποσότητες αγοράς (Principles of Economics, 2016).

#### **2.3 ΗΘΙΚΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ**

Η ευαισθητοποίηση των καταναλωτών καθώς και η πιθανή αντίληψη ότι τα βιώσιμα προϊόντα είναι ασφαλέστερα και υψηλότερης ποιότητας, αποτελούν ισχυρά κίνητρα τα οποία αρκετές φορές υπερβαίνουν το κόστος. Επιπλέον, η τάση για συμβολή στη πραγματοποίηση θετικών κοινωνικών αλλαγών οδηγεί στη δημιουργία ενός πιο συνειδητοποιημένου καταναλωτικού κοινού (Γκίζας, 2023). Η επισήμανση βιωσιμότητας στα προϊόντα καφέ έχει ως στόχο να γνωστοποιήσει στους καταναλωτές ότι ο καφές έχει παραχθεί με περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς και ηθικούς λόγους. Το ίδιο ισχύει και για την ετικέτα του Δίκαιου Εμπορίου. Στην ηθική καταναλωτική συμπεριφορά ωστόσο, η τιμή έρχεται σε αντίθεση με τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά. Από τη μία πλευρά η σήμανση βιωσιμότητας, του δίκαιου εμπορίου ή/και της βιολογικής προέλευσης καθιστούν τον καφέ ακριβότερο στον τελικό καταναλωτή, παρ' αυτά όλα η ηθική υποχρέωση που αισθάνονται ενδέχεται να υπερνικήσει για ορισμένους το κόστος (Andofer & Liebe, 2015). Αυτό ενισχύεται και από τη μελέτη των Ufer *et al.* (2019) οι οποίοι αναφέρουν ότι παρά τις διαφορές στα κίνητρα, οι καταναλωτές με ηθική επισήμανση όπως το Δίκαιο Εμπόριο έχουν δείξει σχετικά χαμηλή ευαισθησία στις



τιμές. Παρομοίως, οι Batte *et al.* αναφέρουν ότι η πιστοποίηση και η επισήμανση των βιολογικών τροφίμων αυξάνει τις αγοραστικές προθέσεις (Liu, 2019).

## 2.4 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Τα δημογραφικά στοιχεία των καταναλωτών έχουν θεωρηθεί εκτενώς ως σημαντικοί κινητήριοι παράγοντες για τον καθορισμό των αποφάσεων των καταναλωτών σε αρκετά προϊόντα. Πολλές φορές ενδέχεται να αποτελούν «σημαντικές πηγές παρατηρούμενης ετερογένειας προτιμήσεων» (Ufer *et al.*, 2019). Όπως αναφέρεται στο Principles of Economics, η ζήτηση ενδέχεται να μετατοπιστεί ως αποτέλεσμα αλλαγών τόσο στον αριθμό όσο και στα χαρακτηριστικά των αγοραστών. Αναφορικά, ο αριθμός των αγοραστών είναι άμεσα συνδεδεμένος με το μέγεθος πληθυσμού. Κατά κανόνα όσο μεγαλύτερος είναι ο πληθυσμός, τόσο μεγαλύτερη είναι η ζήτηση. Επιπλέον, τα πρότυπα κατανάλωσης καφέ δύναται να διαφέρουν σημαντικά ανάλογα με τις ηλικιακές ομάδες. Οι Lone *et al.* (2023) σε μία προσπάθεια να διερευνήσουν τη συμπεριφορά κατανάλωσης καφέ στους νέους, διαπίστωσαν ότι άτομα 19 έως 30 ετών καταναλώνουν σημαντικά περισσότερη ποσότητα καφέ σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες. Επιπλέον, κατέδειξαν μια σημαντικά υψηλότερη συχνότητα κατανάλωσης στο δείγμα των ανύπαντρων συγκριτικά με τους παντρεμένους συμμετέχοντες. Όσον αφορά στο φύλο, σύμφωνα με τους Heiman & Lowengart (2014) αποτελεί ιδιαίτερα καθοριστικός παράγοντας της στάσης των καταναλωτών απέναντι στα διατροφικά χαρακτηριστικά των τροφίμων. Οι Demura *et al.* (2013) πραγματοποίησαν μία μελέτη με στόχο να εντοπίσουν τυχόν διαφορές μεταξύ των δύο φύλων στην κατανάλωση του καφέ. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το ποσοστό κατανάλωσης καφέ ήταν σημαντικά υψηλότερο στους άνδρες από ότι στις γυναίκες. Εξαιρετικά ενδιαφέρουσα παρατήρηση ήταν ότι στην ομάδα κατανάλωσης καφέ, δε βρέθηκαν σημαντικές διαφορές όσον αφορά στους παράγοντες που προσδιορίζουν την κατανάλωση. Αντίθετα, στην ομάδα μη κατανάλωσης καφέ, σημειώθηκαν σημαντικές διαφορές μεταξύ των φύλων όσον αφορά στους λόγους αποφυγής του καφέ. Μάλιστα, μεταξύ των γυναικών της δεύτερης ομάδας, κύρια αιτία αποφυγής φάνηκε να είναι η αντιπάθεια ως προς τη γεύση.

## 2.5 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΜΕΛΕΤΩΝ

Το 2021, οι Mubaroqah and Winarno πραγματοποίησαν μία μελέτη με στόχο να αναλύσουν τους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τις αποφάσεις των καταναλωτών για την κατανάλωση καφέ στις περιοχές Surabaya, Sidoarjo και Gresik της Ινδονησίας. Ως τεχνική δειγματοληψίας χρησιμοποιήθηκε ο διαμοιρασμός ερωτηματολογίων σε τυχαίο δείγμα. (30 ερωτηθέντες ανά περιοχή). Στη συνέχεια, τα δεδομένα που ελήφθησαν αναλύθηκαν χρησιμοποιώντας το λογισμικό WarpPLS (έκδοση 6.0). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι μεταβλητές που αφορούν προσωπικά χαρακτηριστικά (ηλικία, επάγγελμα, εισόδημα, τρόπος ζωής, εκπαίδευση), κοινωνικοί περιβαλλοντικοί παράγοντες (ομάδα αναφοράς, οικογένεια), ψυχολογικοί παράγοντες (κίνητρα, αντίληψη, στάση) καθώς και πολιτισμικοί παράγοντες (αξίες, συνήθειες, λαϊκή κουλτούρα μπορεί να επηρεάσουν την απόφαση των καταναλωτών κατά την αγορά καφέ.

Μία άλλη μελέτη, η οποία πραγματοποιήθηκε το ίδιο έτος, αφορούσε στις επιλογές και τις συνήθειες των καταναλωτών ως προς την κατανάλωση του καφέ στην Πολωνία. Η μελέτη διεξήχθη χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της διαδικτυακής συνέντευξης με τη βοήθεια υπολογιστή (CAWI) σε μια ομάδα 1500 ενηλίκων ερωτηθέντων. Οι συλλεχθείσες πληροφορίες συμπεριλάμβαναν τη μέθοδο παρασκευής, τον τόπο κατανάλωσης καφέ καθώς και άλλων παραγόντων οι οποίοι καθορίζουν τις επιλογές καφέ. Η στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε χρησιμοποιώντας το λογισμικό Statistica (έκδοση 13.3 PL; StatSoft Inc., StatSoft, Krakow, Πολωνία), μέσω του τεστ ANOVA. Η σημαντικότητα των διαφορών μεταξύ των τιμών προσδιορίστηκε σε επίπεδο σημαντικότητας  $p < 0,05$  (Czarniecka-Skubina, 2021).

Το 2005 ο Durevall προσπάθησε να αξιολογήσει το ρόλο των τιμών στον καθορισμό της ζήτησης για καβουρδισμένο καφέ στη Σουηδία. Η ζήτηση του καφέ υπολογίστηκε βάσει στοιχείων για την περίοδο 1968-2002. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων έδειξε ότι μακροπρόθεσμα, η αλλαγή των προτιμήσεων φαίνεται να καθορίζει τη ζήτηση για καβουρδισμένο καφέ και η μείωση των τιμών καταναλωτή θα είχε μόνο προσωρινό αντίκτυπο

στην κατανάλωση. Ως εκ τούτου, φάνηκε ότι μια μόνιμη μείωση των τιμών καταναλωτή θα αύξανε μόνο τις εξαγωγές κόκκων καφέ στη Σουηδία και μάλιστα για μόνο μερικά έτη.

Το 2022, οι Affandi *et al.* διεξήγαγαν μία έρευνα σε πληθυσμό της Ινδονησίας με στόχο τον καθορισμό των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν την ένταση της κατανάλωσης καθώς και τις επιπτώσεις τους στο σύγχρονο καφέ. Επιπλέον έγινε προσπάθεια διερεύνησης της συσχέτισης προσδιοριστικών παραγόντων με διάφορα χαρακτηριστικά των καταναλωτών. Χρησιμοποιήθηκε μια υβριδική προσέγγιση, συνδυάζοντας συνεντεύξεις, συζήτηση σε ομάδες ενδιαφέροντος καθώς και χρήση διαδικτυακών ερωτηματολογίων. Η διαδικασία συλλογής δεδομένων περιελάμβανε 214 ερωτηθέντες. Τα αποτελέσματα κατέδειξαν τη γεύση ως το μοναδικό παράγοντα ο οποίος φαίνεται να έχει σημαντική θετική επίδραση στην καταναλωτική ένταση της κατανάλωσης του σύγχρονου καφέ. Καταδείχθηκε ωστόσο σημαντική διαφορά στην κατανάλωση καφέ μεταξύ των δύο φύλων, με τους άνδρες να καταναλώνουν μεγαλύτερη ποσότητα.

## **2.6 ΕΠΙΡΡΟΗ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19**

Η πανδημία του COVID-19 είχε σημαντικό αντίκτυπο στα πρότυπα κατανάλωσης καφέ σε παγκόσμιο επίπεδο. Το μέγεθος επιρροής στη βιομηχανία του καφέ εξαρτήθηκε από πολλούς διαφορετικούς παράγοντες ανά περιοχή όπως τα επιβληθέντα μέτρα περιορισμού, οι οικονομικές συνθήκες, η δομή του εμπορίου και η συμπεριφορά των καταναλωτών (International Coffee Organisation, 2020).

Τα μέτρα περιορισμού και κοινωνικής αποστασιοποίησης οδήγησαν στην προσωρινή διακοπή λειτουργίας πολλών καφετεριών, καταστημάτων εστίασης καθώς και εμπορικών καταστημάτων. Δεδομένου ότι οι καταναλωτές σταμάτησαν να συναθροίζονται σε εξωτερικούς χώρους, είτε λόγω απαγόρευσης είτε αισθήματος φόβου για νόσηση, προκλήθηκε δραματική μείωση της κατανάλωσης καφέ εκτός της οικείας. Επιπλέον η πανδημία οδήγησε σε πρωτοφανείς αλλαγές στα πρότυπα εργασίας εισάγοντας σε πολλές εταιρείες την «εξ-αποστάσεως εργασία». Το συγκεκριμένο σύστημα το οποίο ήδη είχε ξεκινήσει να υφίσταται σε αρκετές μεγάλες Ευρωπαϊκές πόλεις, αξιοποιήθηκε και από

πολλούς φορείς στην Ελλάδα. Καθώς μάλιστα διευκόλυνε σε πολλά σημεία τόσο τον εργαζόμενο όσο και τον εργοδότη, μετά τη λήξη της πανδημίας συνέχισε να υφίσταται και να εφαρμόζεται. Η παραμονή ωστόσο στο σπίτι, αντί του χώρου εργασίας, αποτέλεσε έναν επιπλέον παράγοντα μείωσης της αγοράς καφέ «στο χέρι» (Ινστιτούτο Εργασίας ΓΣΕΕ., 2022).

Όλοι οι προαναφερθέντες περιορισμοί και οι συνοδευόμενες αλλαγές στον τρόπο ζωής, οδήγησαν σε μία μετάβαση στην παρασκευή καφέ στο σπίτι. Αυτό κατ' επέκτασιν οδήγησε στην αύξηση αγοράς καφέ, είτε σε μορφή κόκκων είτε αλεσμένων, για προσωπική χρήση καθώς και στην αύξηση πωλήσεων οικιακού εξοπλισμού για την Παρασκευή του. Σαφώς, αλυσιδωτά, επηρεάστηκαν και οι καταναλωτικές επιλογές ως προς τις μορφές του καφέ. Οι κάψουλες καθώς και ο στιγμιαίος καφές ανέβηκαν σε πωλήσεις λόγω της ευκολίας που προσέφεραν ως προς την κατανάλωση στο σπίτι (Coffees.gr).

Στην προσπάθεια προσαρμογής των επιχειρήσεων στα νέα δεδομένα, άρχισε να αναδύεται μία νέα μορφή εμπορίου, το ηλεκτρονικό. Επιπλέον, ορισμένες τοπικές επιχειρήσεις προσαρμόστηκαν εστιάζοντας στις υπηρεσίες παραλαβής και παράδοσης. Παρ' όλα αυτά, η κοινωνία κλήθηκε να αντιμετωπίσει μία πρωτόγνωρη κατάσταση με αποτέλεσμα ειδικά στην αρχή της πανδημίας να δημιουργηθεί μεγάλη σύγχυση οδηγώντας σε πρόκληση διαταραχών στην εφοδιαστική αλυσίδα. Οι διαταραχές αυτές, συμπεριλαμβανομένων καθυστερήσεων στη ναυτιλία και ελλείψεις σε ανθρώπινο δυναμικό, επηρέασαν τη διαθεσιμότητα και την τιμολόγηση των κόκκων καφέ, επηρεάζοντας τόσο τους παραγωγούς όσο και τους καταναλωτές (Kabeta & Mabiratu, 2022).

Είναι σημαντικό να σημειωθεί επίσης ότι η πανδημία προκάλεσε μεγάλη οικονομική αβεβαιότητα επηρεάζοντας άμεσα την καταναλωτική συμπεριφορά. Τα άτομα του πληθυσμού τα οποία επλήγησαν οικονομικά, όπως ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που έκλεισαν ή υπάλληλοι που οδηγήθηκαν στην ανεργία, σαφώς κατά τη διάρκεια της πανδημίας αλλά και την περίοδο που ακολούθησε μείωσαν την κατανάλωση του καφέ καθώς δεν αποτελούσε αγαθό πρώτης ανάγκης.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό ότι ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 στην κατανάλωση καφέ ήταν δυναμικός και εξελίχθηκε με την πάροδο του χρόνου. Καθώς οι προσπάθειες διαχείρισης

και αντιμετώπισης, κυρίως μέσω του εμβολιασμού προχωρούσαν και οι περιορισμοί μετριάζονταν, η βιομηχανία καφέ προσαρμόστηκε στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Ομοίως και η συμπεριφορά των καταναλωτών οι οποίοι προσπαθούν να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και να αποκτήσουν ξανά ισορροπία στην καθημερινότητα και τις συνήθειές τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΟΠ ΓΙΑ ΤΑ ΕΤΗ 2020- 2021.

### 3.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΤΩΝ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2020- 2021.

#### 3.1.1 Έξοδα σε επίπεδο νοικοκυριού κατά το έτος 2020

(N=6256)

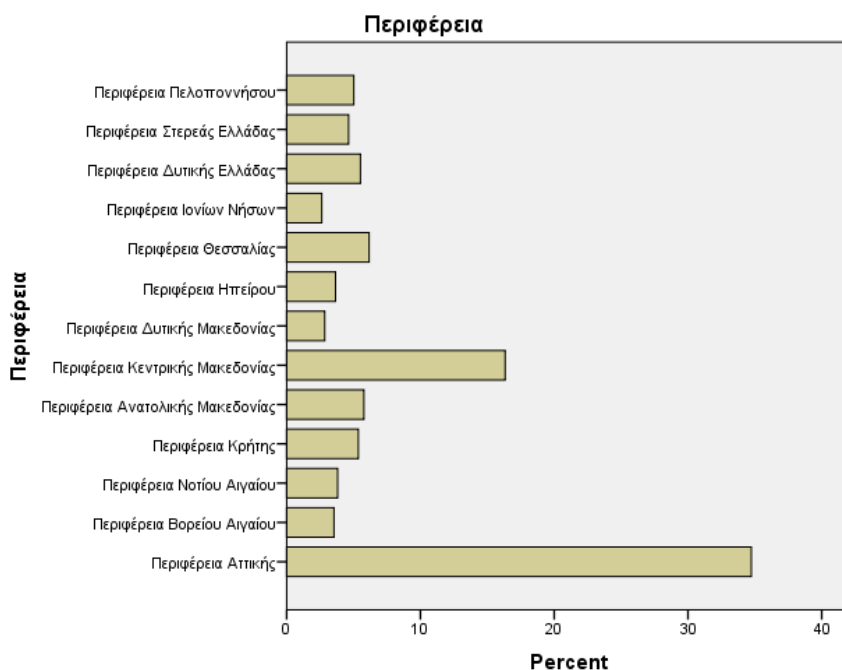
##### Περιφέρεια

Το 34,7% των νοικοκυριών διαμένουν στην περιφέρεια Αττικής, το 16,3% στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και το υπόλοιπο 51% σε διάφορες περιφέρειες της Ελλάδας.

Περιφέρεια					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Περιφέρεια Αττικής	2173	34,7	34,7	34,7
	Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου	221	3,5	3,5	38,3
	Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	238	3,8	3,8	42,1
	Περιφέρεια Κρήτης	335	5,4	5,4	47,4
	Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας	361	5,8	5,8	53,2
	Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	1022	16,3	16,3	69,5
	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	178	2,8	2,8	72,4
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3,7	3,7	76,0
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	6,2	6,2	82,2
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	2,6	2,6	84,8

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	5,5	5,5	90,3
Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	4,6	4,6	95,0
Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	5,0	5,0	100,0
Total	6256	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.1:** Πίνακας Συχνοτήτων Περιφέρειας προέλευσης δείγματος (Μεταβλητή ΕΟΠ ΗΑ08: NUTS 2013 Επίπεδο 2 - Περιφέρεια). Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



**Διάγραμμα 3.1:** Ποσοστό πληθυσμού ανά περιφέρεια διαμονής. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

### Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού

Το 38,9% των νοικοκυριών διαμένουν σε πυκνοκατοικημένες περιοχές, το 31,2% σε αραιοκατοικημένες και το υπόλοιπο 29,9% σε μέσης πυκνότητας περιοχές.

Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πυκνοκατοικημένες περιοχές (τουλάχιστον 500 κάτοικοι ανά km <sup>2</sup> )	2431	38,9	38,9	38,9
	Μέσης πυκνότητας περιοχές (100- 499 κάτοικοι ανά km <sup>2</sup> )	1871	29,9	29,9	68,8
	Αραιοκατοικημένες περιοχές (Λιγότερο από 100 κάτοικοι ανά km <sup>2</sup> )	1954	31,2	31,2	100,0
	Total	6256	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.2:** Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



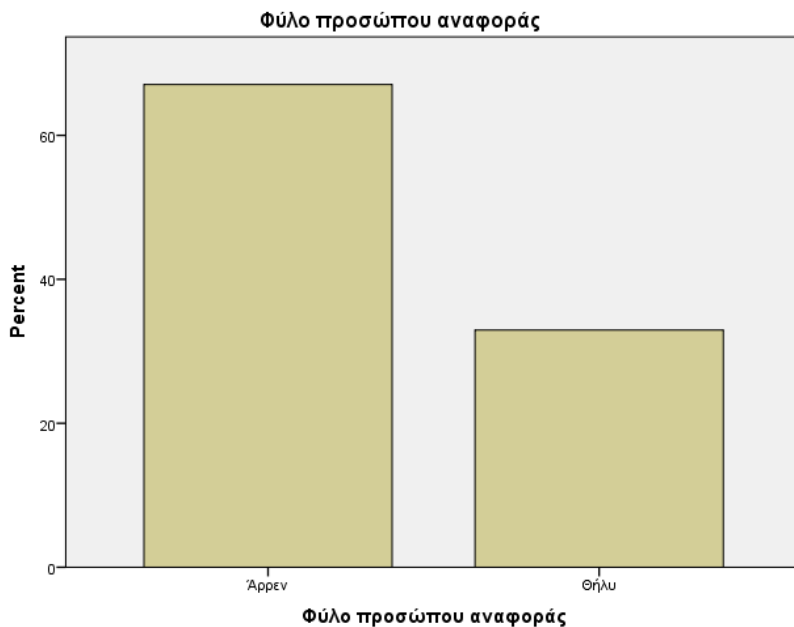
**Διάγραμμα 3.2:** Ραβδόγραμμα βαθμού πυκνότητας πληθυσμού. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

Το 67,1% των νοικοκυριών τα αντιπροσώπευσε άντρας και το υπόλοιπο 32,9% τα αντιπροσώπευσε γυναίκα.



Φύλο προσώπου αναφοράς					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άρρεν	4195	67,1	67,1	67,1
	Θήλυ	2061	32,9	32,9	100,0
	Total	6256	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.3:** Φύλο προσώπου αναφοράς. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



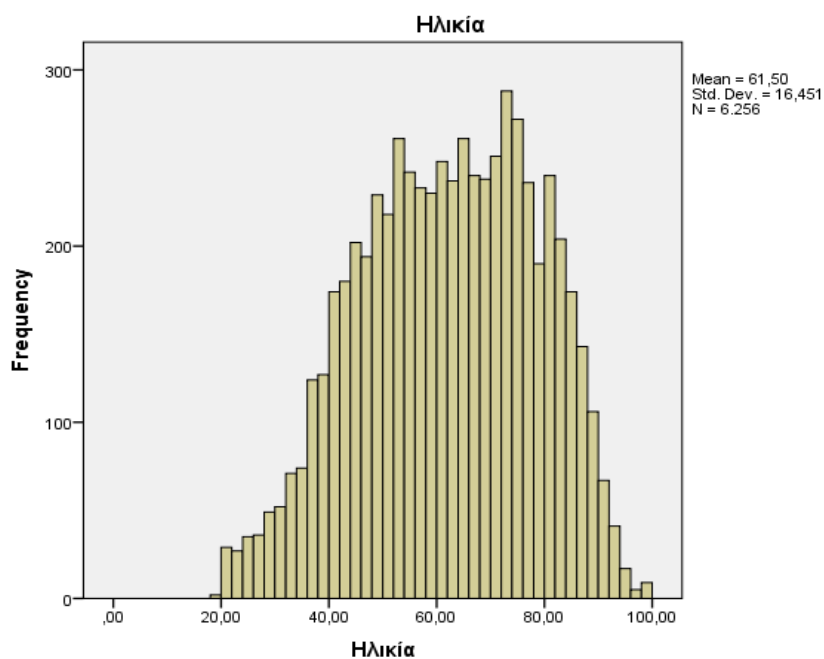
**Διάγραμμα 3.3:** Φύλο προσώπου αναφοράς. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

### Ηλικία

Ο μέσος όρος ηλικίας είναι τα 61,5 έτη με Τυπική Απόκλιση τα 16,5 έτη και το εύρος ηλικίας κυμάνθηκε από 19 έως 98 ετών.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ηλικία	6256	19	98	61,50	16,45

**Πίνακας 3.4:** Εύρος ηλικίας. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



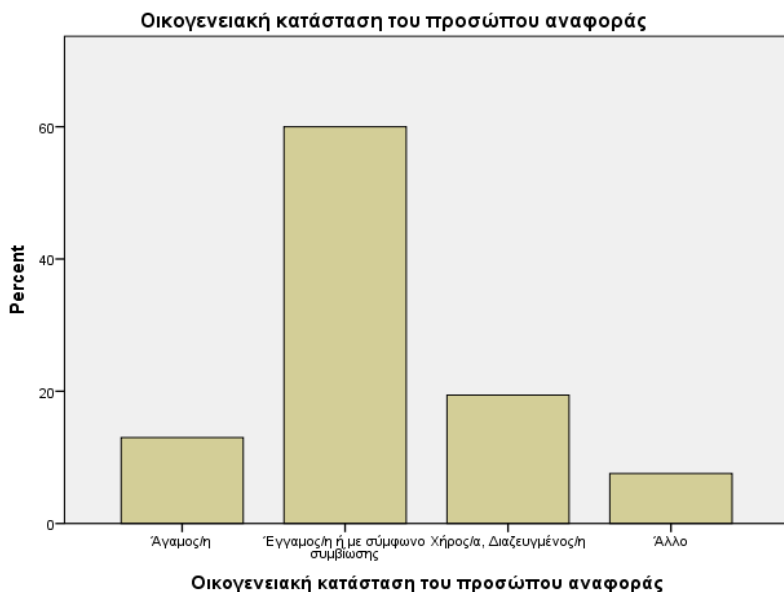
**Διάγραμμα 3.4:** Εύρος ηλικίας ΕΟΠ 2020. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

### Οικογενειακή κατάσταση

Το 60% των ερωτηθέντων ήταν έγγαμοι ή είχαν κάνει σύμφωνο συμβίωσης, το 19,4% ήταν χήροι ή διαζευγμένοι, το 13% ήταν άγαμοι και το υπόλοιπο 7,6% είχαν άλλη οικογενειακή κατάσταση από τις προαναφερθείσες.

Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος/η	813	13,0	13,0	13,0
	Έγγαμος/η ή με σύμφωνο συμβίωσης	3754	60,0	60,0	73,0
	Χήρος/α, Διαζευγμένος/η	1215	19,4	19,4	92,4
	Άλλο	474	7,6	7,6	100,0
	Total	6256	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.5:** Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



**Διάγραμμα 3.5:** Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

### Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία

Το 58,6% των νοικοκυριών συγκατοικούν ενώ το υπόλοιπο 41,4% δε συγκατοικούν.

Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι, συγκατοικώ μαζί του/της	3668	58,6	58,6	58,6
	Όχι δεν συγκατοικώ	2588	41,4	41,4	100,0
	Total	6256	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.6:** Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



**Διάγραμμα 3.6:** Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

**Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο**

Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (χωρίς να περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 16547,66 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 11738,8 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 0 έως 131700,12 ευρώ.

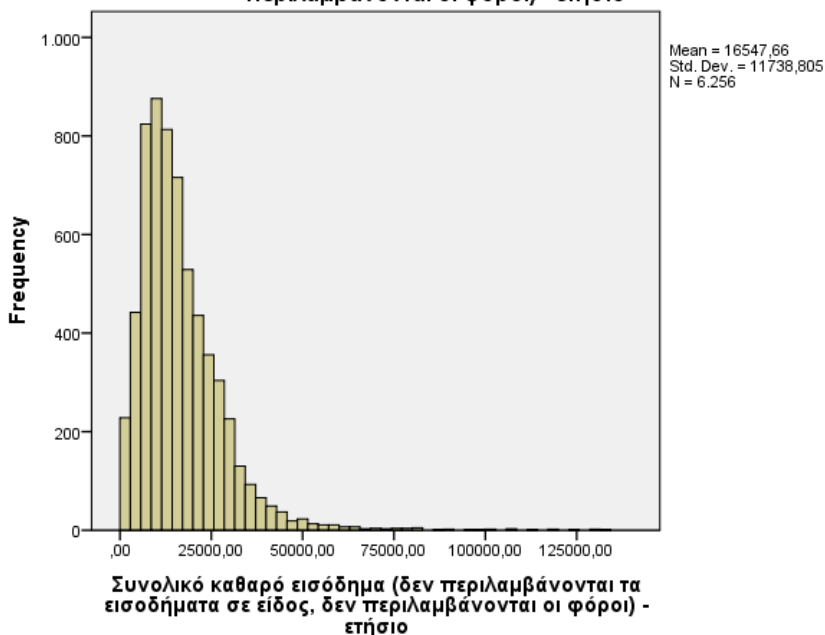
**Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο**

Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 20569,96 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 13086,46 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 300 έως 143509 ευρώ.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο	6256	0	131700,1	16547,66	11738,81
Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο	6256	300	143509	20569,96	13086,46

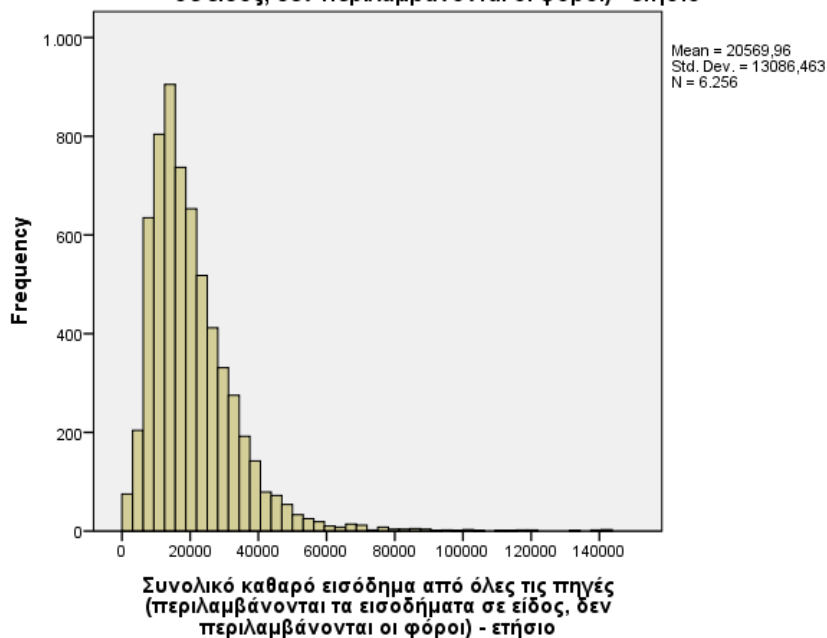
**Πίνακας 3.7:** Μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

**Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο**



**Διάγραμμα 3.7:** Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

**Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο**



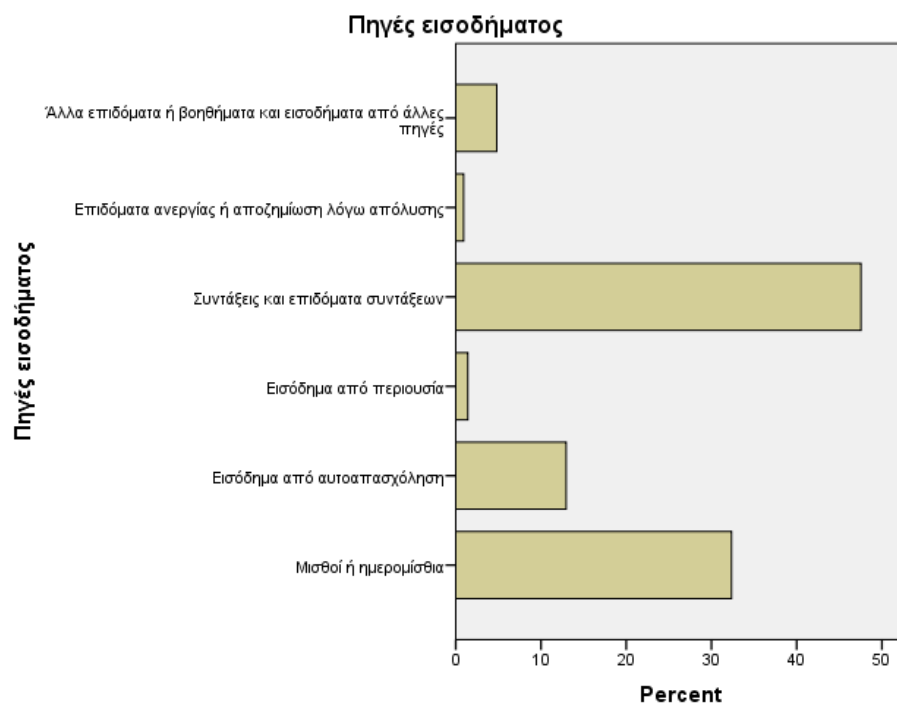
**Διάγραμμα 3.8:** Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

### Πηγές εισοδήματος

Το 47,5% των νοικοκυριών δήλωσαν πως τα εισοδήματά τους προέρχονται από συντάξεις και επιδόματα συντάξεων, το 32,4% προέρχονται από μισθοί ή ημερομίσθια και το 12,9% από εισοδήματα από αυτοαπασχόληση.

Πηγές εισοδήματος					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μισθοί ή ημερομίσθια	2024	32,4	32,4	32,4
	Εισόδημα από αυτοαπασχόληση	810	12,9	12,9	45,3
	Εισόδημα από περιουσία	89	1,4	1,4	46,7
	Συντάξεις και επιδόματα συντάξεων	2974	47,5	47,5	94,3
	Επιδόματα ανεργίας ή αποζημίωση λόγω απόλυσης	58	,9	,9	95,2
	Άλλα επιδόματα ή βοηθήματα και εισοδήματα από άλλες πηγές	301	4,8	4,8	100,0
	Total	6256	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.8:** Πηγές εισοδήματος. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



**Διάγραμμα 3.9:** Πηγές εισοδήματος. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



<b>Μέσοι όροι &amp; Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2020</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ (2020)	6256	0,00	441,96	1,46	11,53
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ (2020)	6256	0,00	19888,56	1045,67	1498,67
ΚΡΕΑΣ (2020)	6256	0,00	1597,60	126,29	84,26
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ (2020)	6256	0,00	1679,70	163,41	125,46
ΦΡΟΥΤΑ (2020)	6256	0,00	2355,30	217,10	160,19
ΛΑΧΑΝΙΚΑ (2020)	6256	0,00	2534,50	329,80	202,48
ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ (2020)	6256	0,00	688,60	34,30	37,98
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ (2020)	6256	0,00	7123,30	162,75	414,96
ΚΑΦΕΣ (2020)	6256	0,00	52,20	4,79	4,97
ΤΣΑΙ (2020)	6256	0,00	39,10	0,44	1,93
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ (2020)	6256	0,00	31,30	0,43	2,01
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ (2020)	6256	0,00	7120,70	157,10	414,64
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ (2020)	6256	0,00	764,80	49,61	67,54

**Πίνακας 3.9:** Μέσοι όροι & Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2020. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS



**Διάγραμμα 3.10:** Δαπάνες νοικοκυριών 2020. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

### Επαγωγική Ανάλυση

Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα με κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος και επιλεγμένες δαπάνες σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Mann-Whitney. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι πραγματοποιήσαμε σύγκριση μέσων όρων. Η διενέργεια μη παραμετρικού ελέγχου προέκυψε από τον έλεγχο της κανονικότητας (Kolmogorov-Smirnov) που διενεργήσαμε και μας έδειξε ότι τα δεδομένα μας δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή ( $p < 0,05$ ).

Συσχέτιση Φύλου με Δαπάνες τροφίμων με Mann-Whitney						
Φύλο προσώπου αναφοράς		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Mann-Whitney U	ρ
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Άρρεν	4195	3142,70	13183621,00	4263384,00	<b>0,002</b>
	Θήλυ	2061	3099,60	6388275,00		
	Total	6256				
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Άρρεν	4195	3337,92	14002591,50	3444413,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2702,23	5569304,50		
	Total	6256				
ΚΡΕΑΣ	Άρρεν	4195	3434,41	14407349,50	3039655,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2505,84	5164546,50		
	Total	6256				
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ	Άρρεν	4195	3297,69	13833818,50	3613186,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2784,12	5738077,50		
	Total	6256				
ΦΡΟΥΤΑ	Άρρεν	4195	3359,20	14091840,50	3355164,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2658,93	5480055,50		
	Total	6256				
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	Άρρεν	4195	3357,46	14084539,00	3362466,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2662,47	5487357,00		
	Total	6256				
ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ	Άρρεν	4195	3279,18	13756166,00	3690839,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2821,80	5815730,00		
	Total	6256				
	Άρρεν	4195	3239,73	13590684,00	3856321,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2902,09	5981212,00		

ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Total	6256				
ΚΑΦΕΣ	Άρρεν	4195	3224,96	13528721,00	3918284,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2932,16	6043175,00		
	Total	6256				
ΤΣΑΙ	Άρρεν	4195	3103,13	13017645,50	4216535,50	<b>0,009</b>
	Θήλυ	2061	3180,13	6554250,50		
	Total	6256				
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ	Άρρεν	4195	3139,85	13171661,00	4275344,00	0,093
	Θήλυ	2061	3105,40	6400235,00		
	Total	6256				
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	Άρρεν	4195	3228,77	13544704,50	3902300,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2924,40	6027191,50		
	Total	6256				
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Άρρεν	4195	3354,74	14073113,50	3373891,5	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2061	2668,02	5498782,50		
	Total	6256				

**Πίνακας 3.10:** Συσχέτιση Φύλου με Δαπάνες τροφίμων με Mann-Whitney. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.10 παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών των νοικοκυριών δαπανούν περισσότερα χρήματα σε καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., σε εστιατόρια, καφεενία κ.α., σε κρέας, σε γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, σε φρούτα, σε λαχανικά, σε ζάχαρη/μαρμελάδα/Μέλι/σιρόπια/Σοκολάτα, σε μη οιοπνευματώδη ποτά, σε καφέ, σε μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων και οιοπνευματώδη ποτά σε σχέση με μας γυναίκες ενώ η μοναδική εξαίρεση όπου οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερα χρήματα από μας άνδρες ήταν στο τσάι. Για μας μας

προαναφερθείσες μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα καθώς  $p < 0,05$ . Η μοναδική μεταβλητή η οποία δεν μας έδειξε στατιστική σημαντικότητα ήταν οι δαπάνες σε Κακάο & σοκολάτα σε σκόνη καθώς  $p > 0,05$ .

<b>Συσχέτιση Εισόδημα με Δαπάνες τροφίμων με Mann-Whitney</b>						
ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΟΜΑΔΑ		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Mann-Whitney U	p
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Έως 20.000	3653	3107,48	11351617,50	4677586,50	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3158,00	8220278,50		
	Total	6256				
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Έως 20.000	3653	2652,90	9691040,50	3017009,5	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3795,95	9880855,50		
	Total	6256				
ΚΡΕΑΣ	Έως 20.000	3653	2634,34	9623229,00	2949198,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3822,00	9948667,00		
	Total	6256				
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ	Έως 20.000	3653	2700,06	9863336,00	3189305,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3729,76	9708560,00		
	Total	6256				
ΦΡΟΥΤΑ	Έως 20.000	3653	2662,01	9724338,50	3050307,50	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3783,16	9847557,50		
	Total	6256				
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	Έως 20.000	3653	2687,73	9818282,00	3144251,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3747,07	9753614,00		
	Total	6256				
	Έως 20.000	3653	2842,35	10383087,00	3709056,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3530,08	9188809,00		

ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ	Total	6256				
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Έως 20.000	3653	2814,35	10280806,00	3606775,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3569,38	9291090,00		
	Total	6256				
ΚΑΦΕΣ	Έως 20.000	3653	2927,32	10693485,50	4019454,50	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3410,84	8878410,50		
	Total	6256				
ΤΣΑΙ	Έως 20.000	3653	3066,40	11201562,00	4527531,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3215,65	8370334,00		
	Total	6256				
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ	Έως 20.000	3653	3093,58	11300849,50	462818,50	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3177,51	8271046,50		
	Total	6256				
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	Έως 20.000	3653	2841,32	10379349,50	3705318,50	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3531,52	9192546,50		
	Total	6256				
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Έως 20.000	3653	2681,26	9794659,00	3120628,00	<b>0,000</b>
	>20.000	2603	3756,14	9777237,00		
	Total	6256				

**Πίνακας 3.11:** Συσχέτιση Εισοδήματος με Δαπάνες τροφίμων με Mann-Whitney. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.11 βλέπουμε ότι τα νοικοκυριά με εισόδημα μεγαλύτερο από 20.000 ευρώ/χρόνο είναι εκείνα που συγκέντρωσαν το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών σε όλες τις επιλεγμένες δαπάνες προϊόντων (καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., σε εστιατόρια, καφενεία κ.α., κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, φρούτα,

λαχανικά, ζάχαρη/μαρμελάδα/Μέλι/σιρόπια/Σοκολάτα, μη οينوπνευματώδη ποτά, καφέ, τσάι, Κακάο & σοκολάτα σε σκόνη, μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων και οينوπνευματώδη ποτά σε σχέση με τα νοικοκυριά με εισόδημα < 20.000 ευρώ/χρόνο. Για όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα καθώς  $p < 0,05$ .

### Kruskal-Wallis

Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα κατά τη συσχέτιση της Περιφέρειας στην οποία διαμένουν τα νοικοκυριά και επιλεγμένων δαπανών σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Kruskal-Wallis, δηλαδή πραγματοποιήσαμε σύγκριση μέσω όρων.

Συσχέτιση Περιφέρειας με Δαπάνες τροφίμων με Kruskal-Wallis					
Περιφέρεια		N	Mean Rank	Kruskal -Wallis	p
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3126,15	38,312	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/ Νοτίου Αιγαίου	459	3131,58		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3201,77		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1561	3137,20		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3070,45		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	3083,66		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3290,54		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3061,90		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	3086,11		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	3143,96		

	Total	6256			
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3447,53	249,52 0	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	3233,55		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	2620,34		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικ ής Μακεδονίας	1561	3152,13		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	2462,21		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	2975,53		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3150,32		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3205,12		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2063,75		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2753,59		
	Total	6256			
ΚΡΕΑΣ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3203,22	72,723	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	2632,60		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3415,27		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικ ής Μακεδονίας	1561	3052,52		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3228,02		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	3517,74		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3178,09		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	2934,97		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	3058,42		



	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	3108,51		
	Total	6256			
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3403,45	264,58 2	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	2451,22		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	2619,41		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικ ής Μακεδονίας	1561	3327,27		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3247,14		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	3098,38		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	2929,38		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3223,65		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2470,02		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2328,84		
	Total	6256			
	ΦΡΟΥΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173		
Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου		459	2348,77		
Περιφέρεια Κρήτης		335	3138,81		
Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικ ής Μακεδονίας		1561	3143,72		
Περιφέρεια Ηπείρου		229	2182,67		
Περιφέρεια Θεσσαλίας		386	3090,34		
Περιφέρεια Ιονίων Νήσων		164	2422,26		
Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας		345	3026,71		

	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2500,69		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2794,39		
	Total	6256			
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3522,13	223,52 8	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	2561,54		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3317,94		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1561	2961,74		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	2390,68		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	3052,36		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	2730,66		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3044,31		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	3121,27		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2798,75		
	Total	6256			
	ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173		
Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου		459	2794,52		
Περιφέρεια Κρήτης		335	3297,34		
Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας		1561	3236,66		
Περιφέρεια Ηπείρου		229	2981,90		
Περιφέρεια Θεσσαλίας		386	3109,05		
Περιφέρεια Ιονίων Νήσων		164	3241,21		

	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3334,64		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2712,44		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2340,76		
	Total	6256			
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3160,79	282,37 6	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	3422,99		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3127,74		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικ ής Μακεδονίας	1561	3151,85		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3502,91		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	2443,18		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	4715,38		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3137,82		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2222,04		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2926,82		
	Total	6256			
ΚΑΦΕΣ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3341,76	218,61 4	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	2518,58		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3345,11		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικ ής Μακεδονίας	1561	3136,27		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3196,95		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	2520,72		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3021,02		

	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3300,00		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	3631,99		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2374,48		
	Total	6256			
ΤΣΑΙ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3306,06	96,541	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	3036,40		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3155,51		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1561	3017,42		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3004,98		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	3012,79		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3067,71		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3098,27		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	3031,56		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2944,57		
	Total	6256			
	ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ	Περιφέρεια Αττικής	2173		
Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου		459	3174,23		
Περιφέρεια Κρήτης		335	3118,72		
Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας		1561	3103,66		
Περιφέρεια Ηπείρου		229	2985,29		
Περιφέρεια Θεσσαλίας		386	3207,98		

	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3140,52		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3003,37		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	3061,34		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	3152,05		
	Total	6256			
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3122,22	307,05 5	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	3491,08		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	3080,54		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1561	3181,02		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	3510,62		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	2546,95		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	4768,51		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3066,72		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2114,74		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	3015,81		
	Total	6256			
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2173	3466,29	161,67 9	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	459	3081,37		
	Περιφέρεια Κρήτης	335	2808,31		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1561	2872,74		
	Περιφέρεια Ηπείρου	229	2888,29		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	386	3238,44		

	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	164	3422,49		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	345	3023,31		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	290	2746,24		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	314	2827,91		
	Total	6256			

**Πίνακας 3.12:** Συσχέτιση Περιφέρειας με Δαπάνες τροφίμων με Kruskal-Wallis. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020, SPSS

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.12 παρατηρούμε ότι σε όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα καθώς  $p < 0,05$ . Συγκεκριμένα, σε ό,τι αφορά στις καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., η Περιφέρεια Κρήτης είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στα εστιατόρια/καφενεία/κ.α., η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στο κρέας, η περιφέρεια Θεσσαλίας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου.

Σε ό,τι αφορά στα γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στα φρούτα, η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Ιονίων νήσων.

Σε ό,τι αφορά στα λαχανικά, η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Ηπείρου. Σε ό,τι αφορά στη ζάχαρη/μαρμελάδα/Μέλι/σιρόπια/Σοκολάτα, η περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Πελοποννήσου.

Σε ό,τι αφορά στα μη οινοπνευματώδη ποτά, η περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στον καφέ, η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στο τσάι, η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Πελοποννήσου.

Σε ό,τι αφορά το Κακάο & τη Σοκολάτα σε σκόνη, η περιφέρεια Θεσσαλίας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Ηπείρου. Σε ό,τι αφορά στα μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων, η περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στα οινοπνευματώδη ποτά, η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

### **3.1.2 Έξοδα σε επίπεδο νοικοκυριού κατά το έτος 2021**

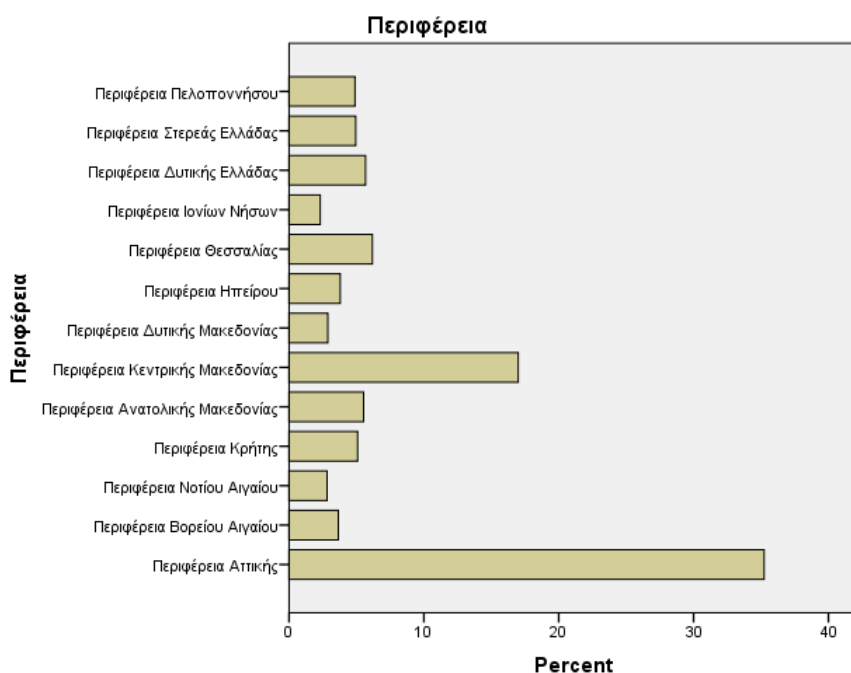
(N=6053) **Περιφέρεια**

Το 35,2% των νοικοκυριών διαμένουν στην Περιφέρεια Αττικής, το 17% διαμένουν στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και το υπόλοιπο 47,8% σε διάφορες Περιφέρειες της Ελλάδας.

Περιφέρεια					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Περιφέρεια Αττικής	2133	35,2	35,2	35,2
	Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου	221	3,7	3,7	38,9
	Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	171	2,8	2,8	41,7
	Περιφέρεια Κρήτης	308	5,1	5,1	46,8
	Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας	335	5,5	5,5	52,3
	Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	1029	17,0	17,0	69,3
	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	174	2,9	2,9	72,2
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3,8	3,8	76,0
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	6,2	6,2	82,2
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	2,3	2,3	84,5
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	5,7	5,7	90,2
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	4,9	4,9	95,1
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	4,9	4,9	100,0
	Total	6053	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.13:** Περιφέρεια Διαμονής ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS





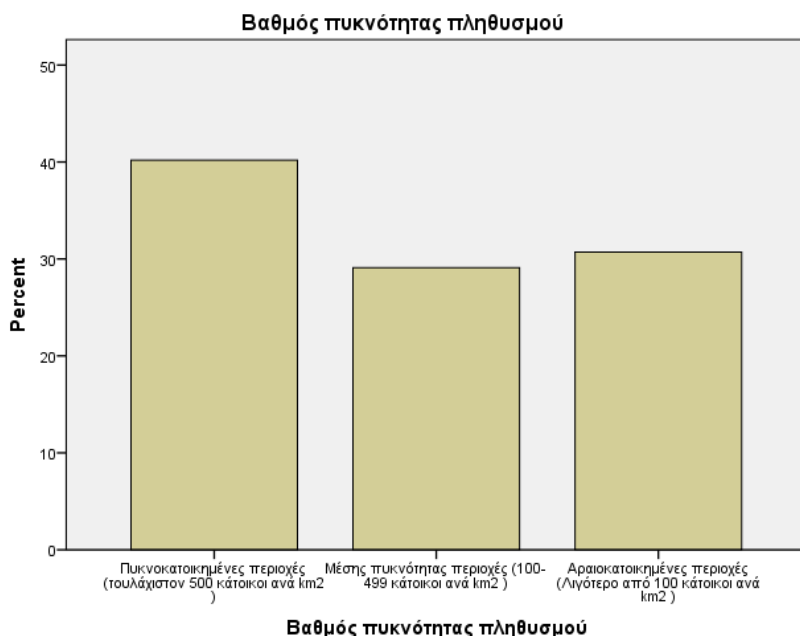
**Διάγραμμα 3.11:** Περιφέρεια Διαμονής ΕΟΠ 2021

### Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού

Το 40,2% των νοικοκυριών διαμένουν σε πυκνοκατοικημένες περιοχές, το 30,7% σε αραιοκατοικημένες και το υπόλοιπο 29,1% σε μέσης πυκνότητας περιοχές.

Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πυκνοκατοικημένες περιοχές (τουλάχιστον 500 κάτοικοι ανά km <sup>2</sup> )	2433	40,2	40,2	40,2
	Μέσης πυκνότητας περιοχές (100- 499 κάτοικοι ανά km <sup>2</sup> )	1761	29,1	29,1	69,3
	Αραιοκατοικημένες περιοχές (Λιγότερο από 100 κάτοικοι ανά km <sup>2</sup> )	1859	30,7	30,7	100,0
	Total	6053	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.14:** Βαθμός πυκνότητας πληθυσμού ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



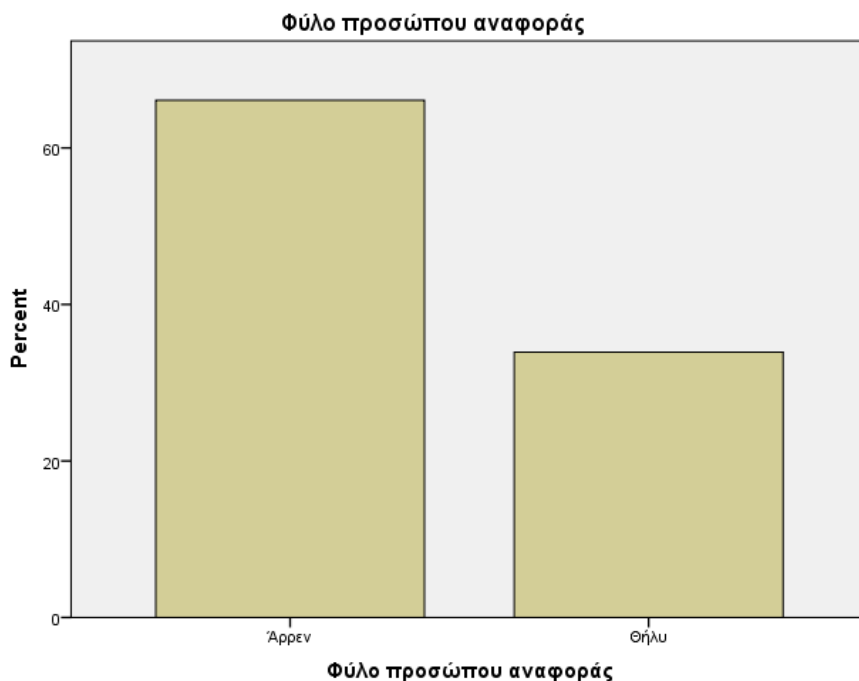
**Διάγραμμα 3.12:** Ραβδόγραμμα βαθμού πυκνότητας πληθυσμού ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

### Φύλο προσώπου αναφοράς

Το 66,1% των νοικοκυριών τα αντιπροσώπευσε άντρας και το υπόλοιπο 33,9% τα αντιπροσώπευσε γυναίκα.

Φύλο προσώπου αναφοράς					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άρρεν	4001	66,1	66,1	66,1
	Θήλυ	2052	33,9	33,9	100,0
	Total	6053	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.15:** Φύλο προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



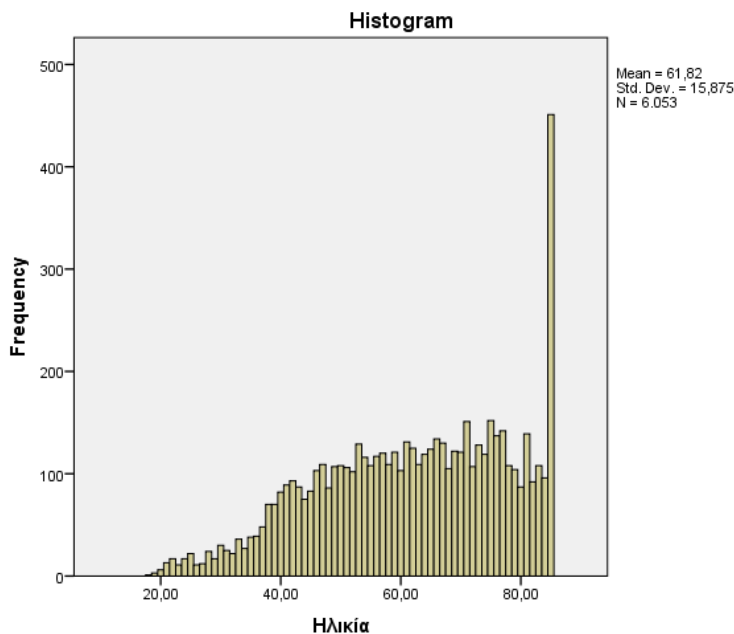
**Διάγραμμα 3.13:** Ραβδόγραμμα φύλου προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

### Ηλικία

Ο μέσος όρος ηλικίας είναι τα 61,8 έτη με Τυπική Απόκλιση τα 15,9 έτη και το εύρος ηλικίας κυμάνθηκε από 18 έως 85 ετών.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ηλικία	6053	18	85	61,82	15,87

**Πίνακας 3.16:** Ηλικία Αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



**Διάγραμμα 3.14:** Ιστόγραμμα ηλικίας αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

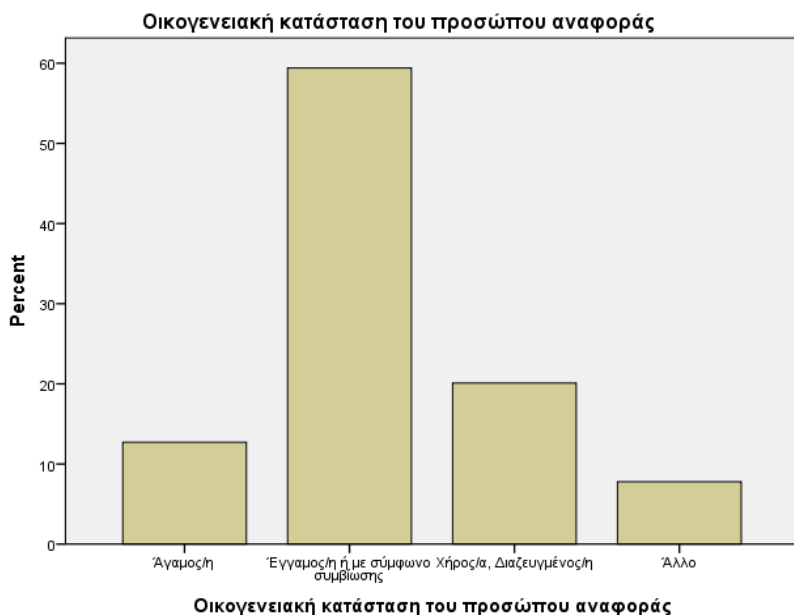
### Οικογενειακή κατάσταση

Το 59,4% των ερωτηθέντων ήταν έγγαμοι ή είχαν κάνει σύμφωνο συμβίωσης, το 20,1% ήταν χήροι ή διαζευγμένοι, το 12,7% ήταν άγαμοι και το υπόλοιπο 7,8% είχαν άλλη οικογενειακή κατάσταση από τις παραπάνω.

Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος/η	769	12,7	12,7	12,7
	Έγγαμος/η ή με σύμφωνο συμβίωσης	3596	59,4	59,4	72,1
	Χήρος/α, Διαζευγμένος/η	1217	20,1	20,1	92,2
	Άλλο	471	7,8	7,8	100,0
	Total	6053	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.17:** Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021.

Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



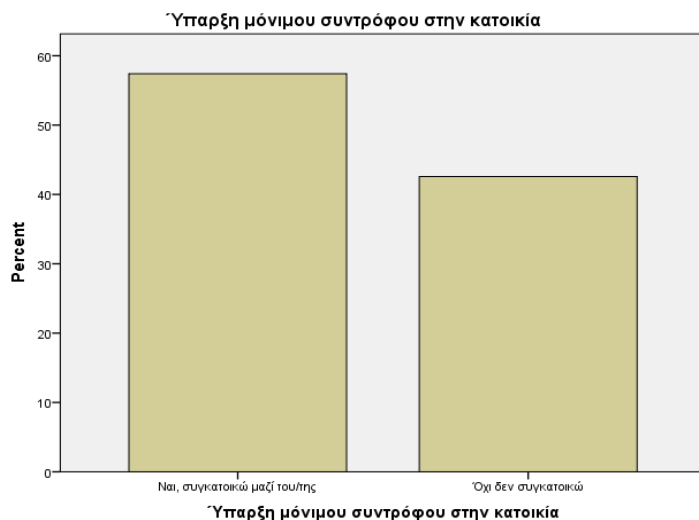
**Διάγραμμα 3.15:** Ραβδόγραμμα οικογενειακής κατάστασης ατόμου Αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

### Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία

Το 57,4% των νοικοκυριών συγκατοικούν ενώ το υπόλοιπο 42,6% δε συγκατοικούν.

Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι, συγκατοικώ μαζί του/της	3475	57,4	57,4	57,4
	Όχι δεν συγκατοικώ	2578	42,6	42,6	100,0
	Total	6053	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.18:** Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



**Διάγραμμα 3.16:** Ραβδόγραμμα Ύπαρξης μόνιμου συντρόφου στην κατοικία του προσώπου αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

**Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο**

Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (χωρίς να περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 791.780 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 1.380.118 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 0 έως 24.539.988 ευρώ.

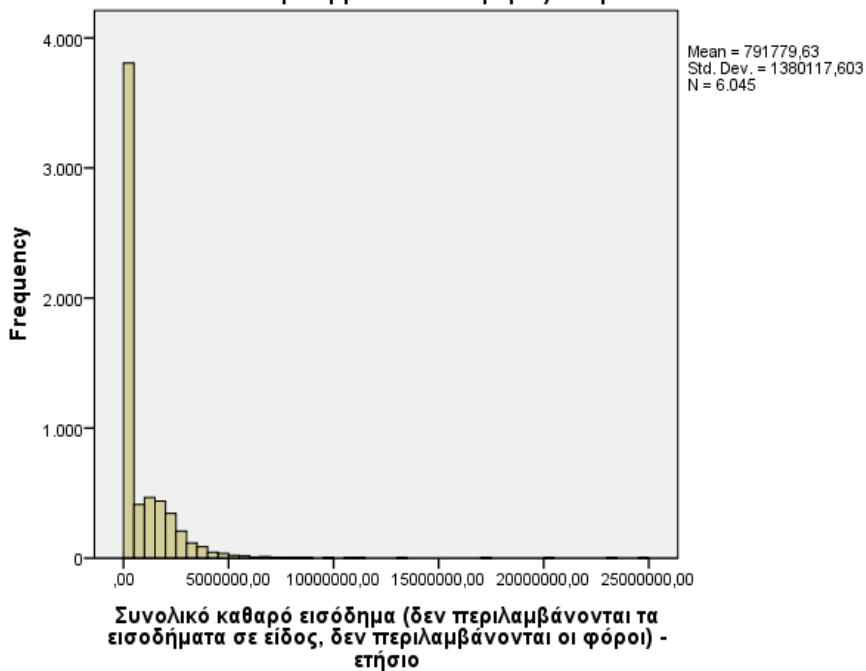
**Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο**

Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 1.174.580 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 1.628.516 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 300 έως 25.152.408 ευρώ.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο	6045	0	24539988	791779,6	1380118
Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο	6053	300	25152408	1174580	1628517

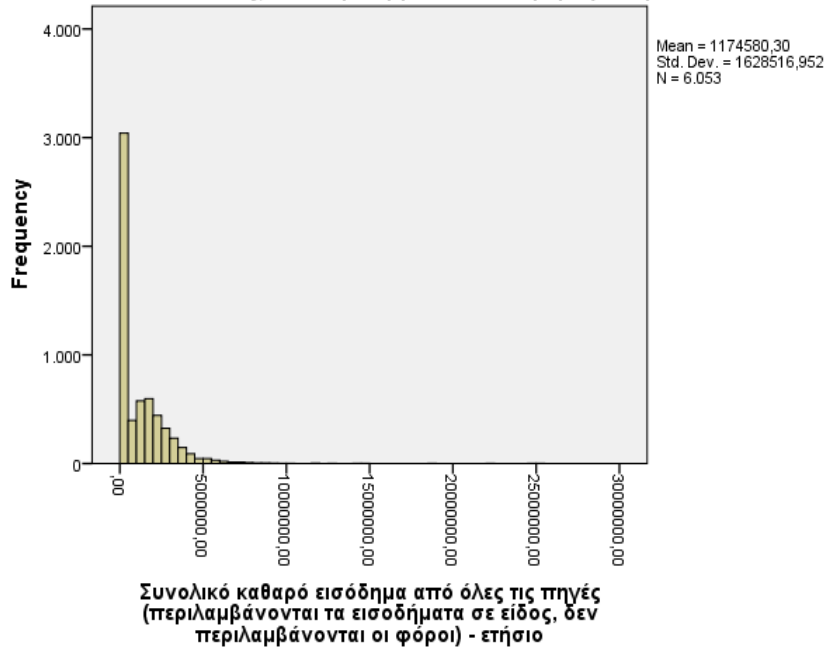
**Πίνακας 3.19:** Συνολικό καθαρό εισόδημα (σύμφωνα με το αν περιλαμβάνονται ή όχι πηγές σε είδος) – ετήσιο ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

**Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο**



**Διάγραμμα 3.17:** Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο



**Διάγραμμα 3.18:** Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) - ετήσιο ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

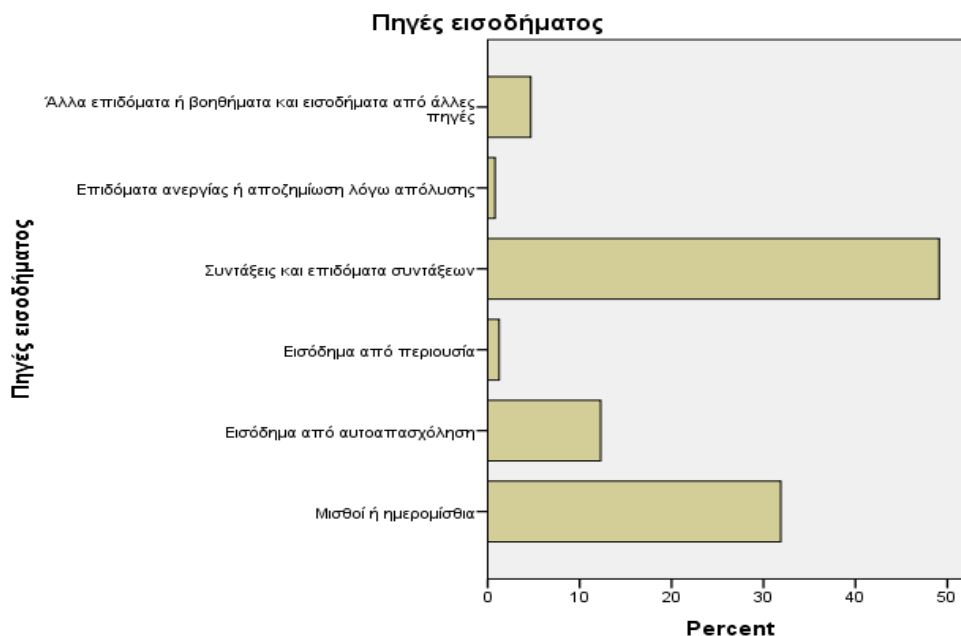


### Πηγές εισοδήματος

Το 49,1% των νοικοκυριών δήλωσαν πως τα εισοδήματά τους προέρχονται από συντάξεις και επιδόματα συντάξεων, το 31,9% προέρχονται από μισθοί ή ημερομίσθια και το 12,3% από εισοδήματα από αυτοαπασχόληση.

Πηγές εισοδήματος					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μισθοί ή ημερομίσθια	1930	31,9	31,9	31,9
	Εισόδημα από αυτοαπασχόληση	744	12,3	12,3	44,2
	Εισόδημα από περιουσία	75	1,2	1,2	45,4
	Συντάξεις και επιδόματα συντάξεων	2973	49,1	49,1	94,5
	Επιδόματα ανεργίας ή αποζημίωση λόγω απόλυσης	48	,8	,8	95,3
	Άλλα επιδόματα ή βοηθήματα και εισοδήματα από άλλες πηγές	283	4,7	4,7	100,0
	Total	6053	100,0	100,0	

**Πίνακας 3.20:** Πηγές εισοδήματος νοικοκυριού αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



**Διάγραμμα 3.19:** Πηγές εισοδήματος νοικοκυριού αναφοράς ΕΟΠ 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

<b>Μέσοι όροι &amp; Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2021</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ (2021)	6053	0,00	44196,00	91,30	1018,84
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ (2021)	6053	0,00	4658568,00	102501,53	184780,32
ΚΡΕΑΣ (2021)	6053	0,00	8891,00	1154,48	855,20
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ (2021)	6053	0,00	12926,00	1465,07	1205,66
ΦΡΟΥΤΑ (2021)	6053	0,00	17085,00	1900,80	1500,78
ΛΑΧΑΝΙΚΑ (2021)	6053	0,00	19964,00	2882,34	2022,41
ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ (2021)	6046	0,00	4304,00	287,08	340,74
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ (2021)	6053	0,00	83561,00	1376,06	3675,55

ΚΑΦΕΣ (2021)	6052	0,00	848,00	43,06	43,21
ΤΣΑΙ (2021)	6053	0,00	443,00	2,09	8,99
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ (2021)	6053	0,00	214,00	3,54	15,93
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ (2021)	6053	0,00	83466,00	1354,15	3709,50
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ (2021)	6053	0,00	26608,00	471,45	723,80

**Πίνακας 3.21:** Μέσοι όροι και Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS



**Διάγραμμα 3.20:** Μέσοι όροι και Τυπικές Αποκλίσεις Δαπανών 2021. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

## Επαγωγική Ανάλυση

Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα με κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος και επιλεγμένες δαπάνες σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Mann-Whitney που πρακτικά σημαίνει ότι κάναμε σύγκριση μέσω όρων. Η διενέργεια μη παραμετρικού ελέγχου προέκυψε από τον έλεγχο της κανονικότητας (Kolmogorov-Smirnov) που διενεργήσαμε και μας έδειξε ότι τα δεδομένα μας δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή ( $p < 0,05$ ).

## Mann-Whitney

Συσχέτιση Φύλου με Δαπάνες τροφίμων (2021) με Mann-Whitney						
Φύλο προσώπου αναφοράς		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Mann-Whitney U	p
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Άρρεν	4001	3024,35	12100420,00	4094419,00	0,508
	Θήλυ	2052	3032,17	6222011,00		
	Total	6053				
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Άρρεν	4001	3266,03	13067368,50	3148684,5	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2560,95	5255062,50		
	Total	6053				
ΚΡΕΑΣ	Άρρεν	4001	3296,05	13187480,00	3028573,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2502,41	5134951,00		
	Total	6053				
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ	Άρρεν	4001	3164,97	12663030,00	3553023,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2757,99	5659401,00		
	Total	6053				

ΦΡΟΥΤΑ	Άρρεν	4001	3207,45	12833027,00	3383026,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2675,15	5489404,00		
	Total	6053				
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	Άρρεν	4001	3216,95	12871019,00	3345034,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2656,63	5451412,00		
	Total	6053				
ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ	Άρρεν	3998	3127,89	12505316,50	3676588,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2048	2819,71	5774764,50		
	Total	6046				
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Άρρεν	4001	3112,91	12454769,50	3761283,50	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2859,48	5867661,50		
	Total	6053				
ΚΑΦΕΣ	Άρρεν	4001	3101,75	12410107,00	3801945,00	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2051	2879,70	5906271,00		
	Total	6052				
ΤΣΑΙ	Άρρεν	4001	2999,51	12001052,50	3,995051,5	<b>0,005</b>
	Θήλυ	2052	3080,59	6321378,50		
	Total	6053				
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ	Άρρεν	4001	3031,13	12127558,50	4088494,5	0,554
	Θήλυ	2052	3018,94	6194872,50		
	Total	6053				
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	Άρρεν	4001	3106,60	12429496,50	3786556,5	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2871,80	5892934,50		
	Total	6053				

ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	Άρρεν	4001	3201,14	12807765,50	3408287,5	<b>0,000</b>
	Θήλυ	2052	2687,46	5514665,50		
	Total	6053				

**Πίνακας 3.22:** Συσχέτιση Φύλου με Δαπάνες τροφίμων (2021) με Mann-Whitney. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.22 βλέπουμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών των νοικοκυριών (2021) δαπανούν περισσότερα χρήματα σε εστιατόρια, καφενεία κ.α., σε κρέας, σε γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, σε φρούτα, σε λαχανικά, σε ζάχαρη/μαρμελάδα/Μέλι/σιρόπια/Σοκολάτα, σε μη οινοπνευματώδη ποτά, σε καφέ, σε μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων και οινοπνευματώδη ποτά σε σχέση με τις γυναίκες ενώ η μοναδική εξαίρεση όπου οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερα χρήματα από τους άνδρες ήταν στο τσάι. Για όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα καθώς  $p < 0,05$ . Οι μεταβλητές οι οποίες δεν μας έδειξαν στατιστική σημαντικότητα ήταν οι δαπάνες σε καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α. και οι δαπάνες σε κακάο & σοκολάτα σε σκόνη καθώς  $p > 0,05$ .

### Mann-Whitney

Συσχέτιση Εισόδημα με Δαπάνες τροφίμων (2021) με Mann-Whitney						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Mann-Whitney U	p
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	έως 100.000	2777	3014,29	8370671,00	4513418,00	<b>0,037</b>
	>100.000	3276	3037,78	9951760,00		
	Total	6053				
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ &	έως 100.000	2777	2688,17	7465046,00	3607793,00	<b>0,000</b>

ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	>100.000	3276	3314,22	10857385,00		
	Total	6053				
ΚΡΕΑΣ	έως 100.000	2777	2840,06	7886853,50	4029600,5	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3185,46	10435577,50		
	Total	6053				
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ	έως 100.000	2777	2867,32	7962548,50	4105295,5	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3162,36	10359882,50		
	Total	6053				
ΦΡΟΥΤΑ	έως 100.000	2777	2889,57	8024339,00	4167086,00	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3143,50	10298092,00		
	Total	6053				
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	έως 100.000	2777	2933,62	8146658,50	4289405,5	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3106,16	10175772,50		
	Total	6053				
ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ	έως 100.000	2775	2905,17	8061841,50	4210141,50	<b>0,000</b>
	>100.000	3271	3123,89	10218239,50		
	Total	6046				
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	έως 100.000	2777	2841,25	7890153,00	4032900,00	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3184,46	10432278,00		
	Total	6053				
ΚΑΦΕΣ	έως 100.000	2776	2961,31	8220605,00	4366129,00	<b>0,007</b>
	>100.000	3276	3081,74	10095773,00		

	Total	6052				
ΤΣΑΙ	έως 100.000	2777	3080,56	8554716,50	4399988,50	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	2981,60	9767714,50		
	Total	6053				
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ	έως 100.000	2777	3026,05	8403346,50	4546093,5	0,929
	>100.000	3276	3027,80	9919084,50		
	Total	6053				
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	έως 100.000	2777	2843,34	7895949,50	4038696,5	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3182,69	10426481,50		
	Total	6053				
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ ΠΟΤΑ	έως 100.000	2777	2803,70	7785879,00	3928626,00	<b>0,000</b>
	>100.000	3276	3216,29	10536552,00		
	Total	6053				

**Πίνακας 3.23:** Συσχέτιση Εισοδήματος με Δαπάνες τροφίμων (2021) με Mann-Whitney.  
Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

Στον συγκεντρωτικό πίνακα 3.23 παρατηρούμε ότι τα νοικοκυριά με εισόδημα μεγαλύτερο από 100.000 ευρώ/ χρόνο είναι εκείνα που συγκέντρωσαν το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών σε όλες τις επιλεγμένες δαπάνες προϊόντων εκτός από το κακάο & σοκολάτα σε σκόνη καθώς  $p > 0,05$  (καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., σε εστιατόρια, καφενεία κ.α., κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, φρούτα, λαχανικά, ζάχαρη/μαρμελάδα/Μέλι/σιρόπια/Σοκολάτα, μη οиноπνευματώδη ποτά, καφέ, τσάι, μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων και οиноπνευματώδη ποτά), καθώς  $p < 0,05$ , σε σχέση με τα νοικοκυριά με εισόδημα  $< 100.000$  ευρώ/ χρόνο. Η μοναδική εξαίρεση εντοπίστηκε στις δαπάνες τσαγιού όπου τα νοικοκυριά με εισόδημα  $< 100.000$



ευρώ/το χρόνο συγκέντρωσαν τον υψηλότερο μέσο όρο δαπανών σε σχέση με τα νοικοκυριά με εισόδημα μεγαλύτερο από 100.000 ευρώ/ χρόνο.

### Kruskal-Wallis

Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα κατά τη συσχέτιση μεταξύ της Περιφέρειας στην οποία διαμένουν τα νοικοκυριά και επιλεγμένων δαπανών σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Kruskal-Wallis που πρακτικά σημαίνει ότι κάναμε σύγκριση μέσων όρων.

Συσχέτιση Περιφέρειας με Δαπάνες τροφίμων (2021) με Kruskal-Wallis					
Περιφέρεια		N	Mean Rank	Kruskal-Wallis	p
ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ, ΤΣΑΓΙΕΡΕΣ & ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3015,39	23,956	<b>0,004</b>
	Περιφέρεια Βορείου/ Νοτίου Αιγαίου	392	3055,39		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	3031,48		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	3039,89		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2963,00		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	3019,72		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3115,56		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	3077,93		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	3003,23		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2983,50		
	Total	6053			
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ, ΚΑΦΕΝΕΙΑ &	Περιφέρεια Αττικής	2133	3200,80	132,950	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2877,50		

ΠΑΡΟΜΟΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ	Περιφέρεια Κρήτης	308	2930,12		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	3164,19		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3073,17		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2927,60		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	2709,88		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2829,09		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2131,92		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2733,75		
	Total	6053			
ΚΡΕΑΣ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3000,13	37,218	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2923,59		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2815,34		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	2951,59		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2967,21		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	3255,22		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3463,33		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	3284,88		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2995,50		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	3254,37		
	Total	6053			
ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ & ΑΥΓΑ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3229,49	199,639	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2368,36		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2334,94		

	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	3154,39		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3597,00		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	3025,78		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	2959,09		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2925,35		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2672,16		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2565,30		
	Total	6053			
ΦΡΟΥΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3478,70	296,505	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2498,17		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2959,56		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	2992,21		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2285,68		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2745,30		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	2715,08		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2843,61		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2318,82		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2730,65		
	Total	6053			
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3400,91	191,556	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2477,17		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2685,68		

	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	2849,11		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2847,47		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	3178,24		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	2710,13		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2669,91		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2844,98		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	3036,16		
	Total	6053			
ΖΑΧΑΡΗ, ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ, ΜΕΛΙ, ΣΙΡΟΠΙΑ, ΣΟΚΟΛΑΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2130	3119,50	103,522	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2610,23		
	Περιφέρεια Κρήτης	307	2952,30		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1537	3184,26		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2907,60		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2860,23		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3384,31		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	3055,50		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	298	2916,40		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	295	2313,08		
	Total	6046			
ΜΗ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩ ΔΗ ΠΟΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3199,06	343,773	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2495,72		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	3237,87		

	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	3133,02		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3115,74		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2792,20		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	4786,95		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2498,61		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2109,73		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2654,61		
	Total	6053			
ΚΑΦΕΣ	Περιφέρεια Αττικής	2132	3193,50	134,482	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2719,60		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2659,28		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	2926,91		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3177,69		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2657,92		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3203,11		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	3398,63		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	3478,27		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2506,79		
	Total	6052			
ΤΣΑΙ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3215,77	135,427	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	3026,64		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2926,58		

	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	2911,34		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2954,18		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2830,72		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3245,87		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	3044,77		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2831,11		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2751,04		
	Total	6053			
ΚΑΚΑΟ & ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΣΕ ΣΚΟΝΗ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3039,03	8,851	0,451
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2962,51		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2987,43		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	3028,43		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3035,94		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	3095,69		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3058,56		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2986,24		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	3003,22		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	3022,06		
	Total	6053			
ΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ, ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ, ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3191,89	387,296	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	2509,10		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	3322,42		

	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	3167,28		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	3085,11		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2801,83		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	4786,75		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2369,02		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2033,51		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2661,41		
	Total	6053			
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩ ΔΗ ΠΟΤΑ	Περιφέρεια Αττικής	2133	3227,61	68,531	<b>0,000</b>
	Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου	392	3055,71		
	Περιφέρεια Κρήτης	308	2792,16		
	Περιφέρεια Ανατολικής/Κεντρικής/Δυτικής Μακεδονίας	1538	2935,01		
	Περιφέρεια Ηπείρου	230	2930,32		
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	374	2700,43		
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	140	3318,06		
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	343	2996,36		
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	299	2788,72		
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	296	2892,02		
	Total	6053			

**Πίνακας 3.24:** Συσχέτιση Περιφέρειας με Δαπάνες τροφίμων (2021) με Kruskal-Wallis.  
Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2021, SPSS

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.24 βλέπουμε ότι σε όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα καθώς  $p < 0,05$ , εκτός από τις δαπάνες σε κακάο & σοκολάτα σε σκόνη οι οποίες δεν εμφάνισαν στατιστική σημαντικότητα καθώς  $p > 0,05$ .

Συγκεκριμένα, σε ό,τι αφορά στις καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Ηπείρου. Σε ό,τι αφορά στα εστιατόρια/καφενεία/κ.α., η Περιφέρεια Αττικής συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στο κρέας, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Κρήτης. Σε ό,τι αφορά στα γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, η Περιφέρεια Ηπείρου είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Κρήτης. Σε ό,τι αφορά στα φρούτα, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Ηπείρου.

Σε ό,τι αφορά στα λαχανικά, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου. Σε ό,τι αφορά στη ζάχαρη/ μαρμελάδα/ μέλι/ σιρόπια/ σοκολάτα, η περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Σε ό,τι αφορά στα μη οινοπνευματώδη ποτά, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στον καφέ, η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στο τσάι, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στα μεταλλικά νερά/ αναψυκτικά/ χυμοί φρούτων, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που



συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στα οινοπνευματώδη ποτά, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Θεσσαλίας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΦΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΤΑ ΤΗ ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ 2020- 2021.**

### **4.1 Regression & Descriptive Statistics για όσους πίνουν καφέ βάσει των αποτελεσμάτων της ΕΟΠ 2020-2021**

Σε συνέχεια του προηγούμενου κεφαλαίου στο οποίο παραθέσαμε μία γενικότερη εικόνα των μεταβλητών και δεδομένων που επιλέχθηκαν από την έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών για το 2020 και 2021, δεν προέκυψαν συγκεκριμένα πορίσματα για την κατανάλωση του καφέ και την ανάδειξη προσδιοριστικών παραγόντων κατανάλωσης του.

Πάραυτα η ανάλυση που προηγήθηκε είναι χρήσιμη για την βιβλιογραφία μας, αφού περιελάμβανε όλο το δείγμα, ενώ στο τρέχον κεφάλαιο θα διαφοροποιήσουμε την προσέγγιση ανάλυσης μας.

Αρχικά, θα αναλύσουμε μεταβλητές αποκλειστικά βάσει της κατανάλωσης καφέ. Πιο συγκεκριμένα, δημιουργήσαμε μία μεταβλητή που διαχωρίζει στο δείγμα “ποιος πίνει καφέ” και “ποιος δεν πίνει”, λαμβάνοντας υπόψιν τη μεταβλητή όπου αναφέρεται στα γραμμάρια (kg) βάση των αντίστοιχων ΕΟΠ (HQ01211\_QCoffee).

### **4.2 Descriptive Statistics για όσους πίνουν καφέ**

Στην περιγραφική ανάλυση που ακολουθεί έχουμε κάνει όλες τις απαραίτητες ενέργειες μέσω του στατιστικού εργαλείου IBM SPSS και όπως μπορούμε να δούμε στον αντίστοιχο πίνακα και διάγραμμα (Πίνακας 4.1/ Διάγραμμα 4.2), με έτος βάσης το 2020 σύμφωνα με τα αντίστοιχα δεδομένα της ΕΛΣΤΑΤ από τους ΕΟΠ, από το συνολικό δείγμα μόλις 28,7% δεν πίνουν καφέ, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία, 71,3% , είναι καταναλωτές καφέ.

<b>HE01211 &gt; 0 (FILTER)</b>					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	<i>Not Selected</i>	1793	28.7	28.7	28.7
	<i>Selected</i>	4463	71.3	71.3	100.0
	<i>Total</i>	6256	100.0	100.0	

**Πίνακας 4.1:** Πόσοι είναι καταναλωτές καφέ από το δείγμα και πόσοι όχι. ΕΟΠ 2020

Αντίστοιχα, για το έτος 2021 έχουμε ελάχιστα μικρότερο δείγμα με 6053 μονάδες αναφοράς, έναντι του 2020 με 6256 μονάδες αναφοράς (άτομα). Εδώ διακρίνουμε πως λείπουν κάποια δεδομένα (missing values) το 2,2% του συνόλου, τα οποία και δε λαμβάνουμε υπόψη. Έτσι προκύπτει πως για το έτος 2021 η πλειοψηφία καταναλώνει καφέ με ποσοστό το οποίο ανέρχεται στο 75%, έναντι όσων δεν είναι καταναλωτές 25%.

<b>HE01211 &gt; 0 (FILTER)</b>		
<b>N</b>	<b>Valid</b>	<b>6053</b>
	<b>Missing</b>	<b>138</b>

<b>HE01211 &gt; 0 (FILTER)</b>					
		<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
<b>Valid</b>	<b>Not Selected</b>	<b>1518</b>	<b>24.5</b>	<b>25.1</b>	<b>25.1</b>
	<b>Selected</b>	<b>4535</b>	<b>73.3</b>	<b>74.9</b>	<b>100.0</b>
	<b>Total</b>	<b>6053</b>	<b>97.8</b>	<b>100.0</b>	
<b>Missing</b>	<b>System</b>	<b>138</b>	<b>2.2</b>		
<b>Total</b>	<b>6191</b>	<b>100.0</b>			

**Πίνακας 4.2:** Πόσοι είναι καταναλωτές καφέ από το δείγμα και πόσοι όχι. ΕΟΠ 2021

Στους πίνακες που ακολουθούν έχουμε τις συχνότητες (Frequencies) των μεταβλητών ενδιαφέροντος μας, βάσει των δεδομένων που έχουμε αντλήσει από τους ΕΟΠ 2020 & 2021 όσον αφορά στο συνολικό δείγμα το οποίο αντιπροσωπεύει μόνο τους καταναλωτές καφέ, σε σχέση με το αρχικό για τα αντίστοιχα έτη.

		Region	Gender	Marital Status	Source of Income	Source of Incomes 2	edu	Occupation
<b>N</b>	<b>Valid</b>	<b>12309</b>	<b>12309</b>	<b>12309</b>	<b>12309</b>	<b>12309</b>	<b>12156</b>	<b>12309</b>
	<b>Missing</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>153</b>	<b>0</b>

**Πίνακας 4.3:** Συνολικά δεδομένα καταναλωτών καφέ ανά μεταβλητή ανάλυσης

		Type of Occupation	Sector	Status of work	Τομέας Εργασίας
<b>N</b>	<b>Valid</b>	<b>12219</b>	<b>12219</b>	<b>12309</b>	<b>12309</b>
	<b>Missing</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Πίνακας 4.4:** Συνολικά δεδομένα καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τομέα εργασίας

Από την ανάλυση μας προκύπτει, όπως φαίνεται και στον πίνακα 4.4, ότι το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος συγκεντρώνεται στην περιφέρεια Αττικής με ποσοστό 35%, ενώ ακολουθεί η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με ένα επίσης μεγάλο ποσοστό στο 16,7 %.

Η Περιφέρεια Θεσσαλίας έχει το 6,2% επί του συνόλου του δείγματος ανάλυσης μας και την ακολουθούν με περίπου όμοια ποσοστά περίπου στο 5% οι Περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (5,7%), Δυτικής Ελλάδας (5,6%), Κρήτης (5,2%), Πελοποννήσου (5%), Στερεάς Ελλάδας (4,8%).

Με τα πιο μικρά ποσοστά δείγματος παρουσιάζονται οι υπόλοιπες Περιφέρειες, πιο συγκεκριμένα Ηπείρου (3,7%), Βορείου Αιγαίου (3,6%), Νοτίου Αιγαίου (3,3%), Δυτικής Μακεδονίας (2,9%), Ιονίων Νήσων (2,5%).

## Region

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Περιφέρεια Αττικής	4306	35,0	35,0	35,0
	Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου	442	3,6	3,6	38,6
	Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	409	3,3	3,3	41,9
	Περιφέρεια Κρήτης	643	5,2	5,2	47,1
	Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης	696	5,7	5,7	52,8
	Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	2051	16,7	16,7	69,4
	Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	352	2,9	2,9	72,3
	Περιφέρεια Ηπείρου	459	3,7	3,7	76,0
	Περιφέρεια Θεσσαλίας	760	6,2	6,2	82,2
	Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	304	2,5	2,5	84,7
	Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	688	5,6	5,6	90,3
	Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	589	4,8	4,8	95,0
	Περιφέρεια Πελοποννήσου	610	5,0	5,0	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

**Πίνακας 4.4:** Πίνακας συχνοτήτων σύμφωνα με την Περιφέρεια διαμονής του νοικοκυριού αναφοράς.

Στον πίνακα συχνοτήτων 4.5 φαίνεται πως το μεγαλύτερος μέρος του δείγματος των καταναλωτών καφέ απαρτίζεται από άνδρες με ποσοστό που ανέρχεται στο 66,6%, αφήνοντας μόλις το ποσοστό 33,4% στο γυναικείο πληθυσμό καταναλωτών καφέ στην Ελλάδα.

## Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άρρεν	8196	66,6	66,6	66,6
	Θήλυ	4113	33,4	33,4	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

**Πίνακας 4.5:** Πίνακας συχνοτήτων σύμφωνα με το φύλο.

Συνεχίζοντας την ανάλυση, διακρίνουμε πως μία συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος όσων πίνουν καφέ για τα έτη 2020 & 2021 είναι έγγαμοι ή με σύμφωνο συμβίωσης, όσον αφορά στην οικογενειακή τους κατάσταση. Το σχετικό ποσοστό ανέρχεται σε 59,7%, το οποίο αντιστοιχεί σε 7350 μονάδες αναφοράς (νοικοκυριό, άτομο αναφοράς) επί του συνόλου.

Το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο μέρος του δείγματος ανήκει στην κατηγορία “Χήρος/α, Διαζευγμένος/ή, σε διάσταση” με 19, 8% ενώ το μικρότερο μέρος του δείγματος δηλώνει “άγαμο” με μόλις 12,9%.

## Marital Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος/η	1582	12,9	12,9	12,9
	Έγγαμος/η ή με σύμφωνο συμβίωσης	7350	59,7	59,7	72,6
	Χήρος/α, Διαζευγμένος/η, σε διάσταση	2432	19,8	19,8	92,3
	Άλλο	945	7,7	7,7	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

**Πίνακας 4.6:** Πίνακας Συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς.

Στον πίνακα συχνοτήτων 4.7 και 4.8 αναλύεται η πηγή εισοδήματος των καταναλωτών καφέ του δείγματος για τα έτη βάσης που επιλέχθηκαν. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνεται σε εκείνους που λαμβάνουν συντάξεις και επιδόματα με σχεδόν 50% και έχει ως δευτερεύουσα

πηγή εισοδήματος, συντάξεις και επιδόματα συντάξεων, επιδόματα ανεργίας ή αποζημίωση λόγω απόλυσης, άλλα επιδόματα ή βοηθήματα και εισοδήματα από άλλες πηγές, με ποσοστό αντίστοιχα 53,9%.

Εν συνεχεία, το 32,1% αφορά όσους έχουν εισοδήματα από μισθούς και ημερομίσθια και αντίστοιχα το μικρότερο ποσοστό αφορά εκείνους που έχουν επιδόματα ανεργίας ή αποζημίωση λόγω απόλυσης με μόλις 0.9%. Αντίστοιχα, στο 46,1% διαμορφώνεται το ποσοστό όσων έχουν ως κύρια πηγή εισοδήματος, μισθούς ή ημερομίσθια, εισόδημα από αυτοαπασχόληση και εισόδημα από περιουσία.

#### Source of Income

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μισθοί ή ημερομίσθια	3954	32,1	32,1	32,1
	Εισόδημα από αυτοαπασχόληση	1554	12,6	12,6	44,7
	Εισόδημα από περιουσία	164	1,3	1,3	46,1
	Συντάξεις και επιδόματα συντάξεων	5947	48,3	48,3	94,4
	Επιδόματα ανεργίας ή αποζημίωση λόγω απόλυσης	106	,9	,9	95,3
	Άλλα επιδόματα ή βοηθήματα και εισοδήματα από άλλες πηγές	584	4,7	4,7	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

**Πίνακας 4.7:** Πίνακας Συχνότητας καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την πηγή εισοδήματος.

## Source of Incomes 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κύρια (HI11 = 1, 2, 3)	5672	46,1	46,1	46,1
	Δευτερεύουσα (HI11 = 4, 5, 6)	6637	53,9	53,9	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

**Πίνακας 4.8:** Πίνακας Συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την πηγή εισοδήματος (ως κύρια και δευτερεύουσα).

Όσον αφορά στο μορφωτικό επίπεδο των προσώπων αναφοράς του δείγματος τα αντίστοιχα missing values που εμφανίστηκαν σε ποσοστό 1,2% δε λήφθηκαν υπόψη, ως εκ τούτου το μεγαλύτερο μέρος έχει περατώσει το Γενικό Λύκειο, Ενιαίο ή Επαγγελματικό με ποσοστό 27% και το Δημοτικό με 25,6%. Ακολουθούν με αρκετά ικανοποιητικό ποσοστό, 21%, όσοι έχουν φοιτήσει σε ΤΕΙ , ΑΕΙ και Ανώτατες Στρατιωτικές Σχολές.

Τα μικρότερα ποσοστά καταναλωτών καφέ εμφανίζονται με αύξουσα σειρά σε όσους είναι κάτοχοι Διδακτορικού με μόλις 0,9%, Μεταπτυχιακού (MSc., MBA) με 3,1% και ακολουθούν όσοι έχουν φοιτήσει σε Λύκειο (ΤΕΛ, ΤΕΕ, Πολυκλαδικό) με 6%, όσοι δεν πήγαν σχολείο με 7,7% και όσοι έχουν περατώσει το Γυμνάσιο με 8,7%.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δεν πήγε σχολείο	930	7,6	7,7	7,7
	Δημοτικό	3118	25,3	25,6	33,3
	Γυμνάσιο	1063	8,6	8,7	42,0
	Γενικό, Ενιαίο ή Επαγγελματικό	3281	26,7	27,0	69,0
	Λύκειο (ΤΕΛ, ΤΕΕ, Πολυκλαδικό)	734	6,0	6,0	75,1
	ΤΕΙ, ΑΕΙ, Ανώτατες Στρατιωτικές Σχολές	2547	20,7	21,0	96,0
	Μεταπτυχιακά (MSc., MBA)	379	3,1	3,1	99,1
	Διδακτορικό (Ph.D)	104	,8	,9	100,0
	Total	12156	98,8	100,0	
Missing	System	153	1,2		
Total		12309	100,0		

**Πίνακας 4.9:** Πίνακας συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την εκπαίδευση.



Εν συνέχεια, αναδεικνύεται η τρέχουσα απασχόληση των προσώπων αναφοράς που πίνουν καφέ. Τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκεντρώνονται στους συνταξιούχους με 42,8% και στους εργαζομένους στο 39,9%. Τα μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνονται στους μαθητές και όσους είναι κάτω των 14 ετών, με συνολικό ποσοστό 1,2% και 0,7% αντίστοιχα.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Εργαζόμενος	4910	39,9	39,9	39,9
	Άνεργος	712	5,8	5,8	45,7
	Συνταξιούχος	5263	42,8	42,8	88,4
	Μαθητής, φοιτητής, Στρατιώτης	123	1,0	1,0	89,4
	Νοικοκυρά	1059	8,6	8,6	98,0
	Ακατάλληλος για εργασία - Ανάπηρος	152	1,2	1,2	99,3
	<14	90	,7	,7	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

**Πίνακας 4.10:** Πίνακας συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την τρέχουσα κύρια ασχολία του ατόμου αναφοράς.

Στον πίνακα 4.11 παρατίθενται τα ποσοστά συγκέντρωσης του δείγματος οι οποίοι είναι καταναλωτές καφέ όσον αφορά στο είδος εργασιακής σχέσης που έχουν τα πρόσωπα αναφοράς, δηλαδή αν έχουν μόνιμη ή αορίστου χρόνου εργασία, σύμβαση ορισμένου χρόνου ή προσωρινή εργασία, ανεργία.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μόνιμη ή αορίστου χρόνου	4682	38,0	38,3	38,3
	Σύμβαση ορισμένου χρόνου ή έργου / εργασία προσωρινή	228	1,9	1,9	40,2
	Δεν εργάζεται	7309	59,4	59,8	100,0
	Total	12219	99,3	100,0	
Missing	System	90	,7		
Total		12309	100,0		

**Πίνακας 4.11:** Πίνακας συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με το είδος εργασιακής σχέσης που έχει / είχε στην εργασία του το άτομο αναφοράς.

Στον πίνακα 4.12 παρατίθενται τα ποσοστά συγκέντρωσης του δείγματος οι οποίοι είναι καταναλωτές καφέ όσον αφορά τον τομέα εργασίας του προσώπου αναφοράς.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Πρωτογενής τομέας (01-2)	4489	36,5	36,7	36,7
	Δευτερογενής τομέας (03-08)	421	3,4	3,4	40,2
	8	7309	59,4	59,8	100,0
	Total	12219	99,3	100,0	
Missing	System	90	,7		
Total		12309	100,0		

**Πίνακας 4.12:** Πίνακας Συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τομέα εργασίας του ατόμου αναφοράς.

Στους πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζονται τα ποσοστά συγκέντρωσης του δείγματος όσων πίνουν καφέ όσον αφορά στην κατάσταση εργασίας τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό παρατηρείται σε όσους δεν εργάζονται με 54,6% (Πίνακας 4.12) κάτι το οποίο επιβεβαιώνεται και από τον

πίνακα 4.13, όπου το μεγαλύτερο ποσοστό με 60%, όσον αφορά στον τομέα εργασίας είναι άνεργοι.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Αυτοαπασχολούμενος	1769	14,4	14,4	14,4
	Μισθωτός	3798	30,9	30,9	45,2
	Βοηθός στην οικογενειακή επιχείρηση, χωρίς αμοιβή	24	,2	,2	45,4
	Μαθητευόμενος	3	,0	,0	45,4
	Δεν εργάζεται	6715	54,6	54,6	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

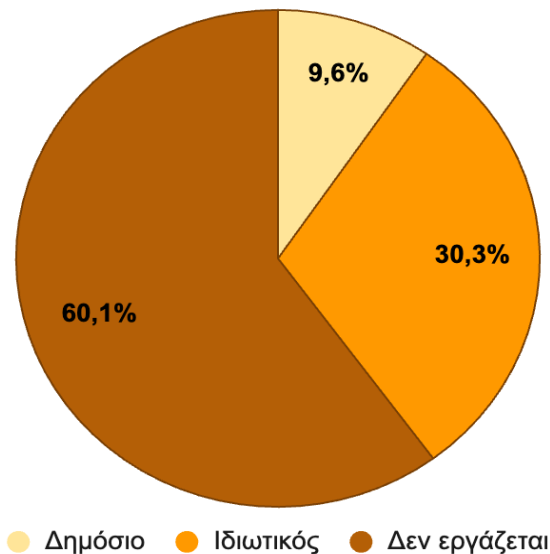
**Πίνακας 4.13:** Πίνακας Συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την κατάσταση εργασίας του ατόμου αναφοράς.

#### Τομέας Εργασίας

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημόσιο	1184	9,6	9,6	9,6
	Ιδιωτικός	3729	30,3	30,3	39,9
	Δεν εργάζεται	7396	60,1	60,1	100,0
	Total	12309	100,0	100,0	

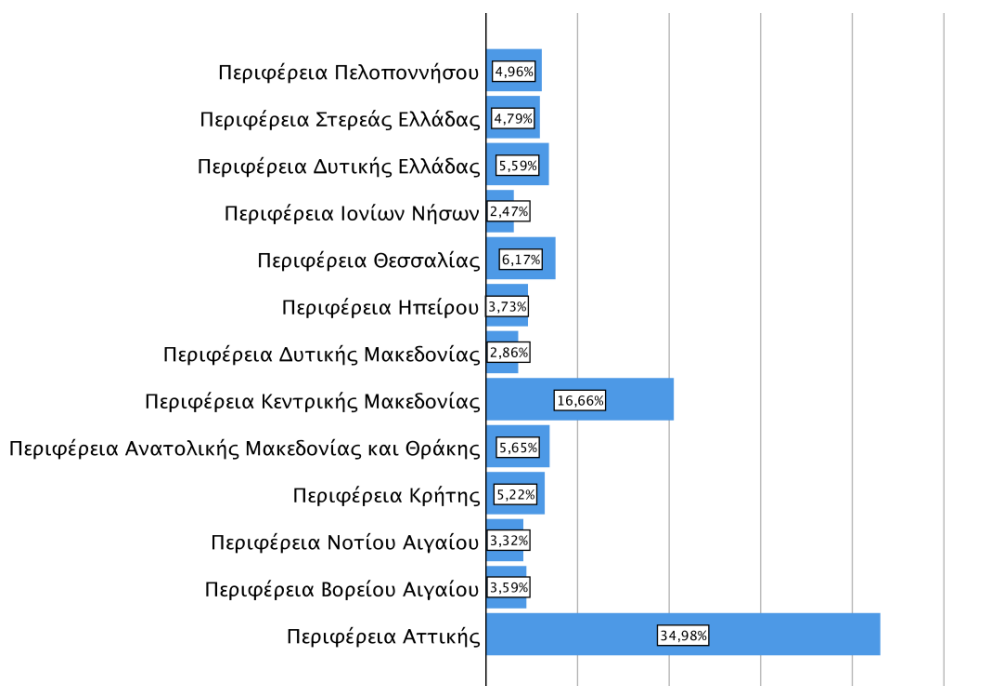
**Πίνακας 4.14:** Πίνακας Συχνοτήτων καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τομέα εργασίας του ατόμου αναφοράς.

### Τομέας Εργασίας



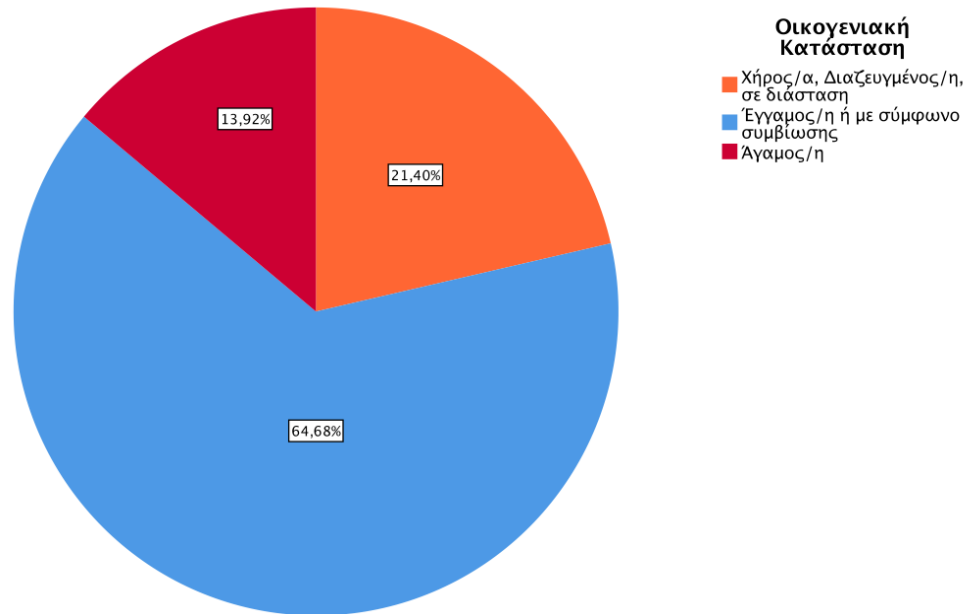
**Σχήμα 4.1:** Τομέας εργασίας ατόμου αναφοράς

Στο διάγραμμα 4.1 παρουσιάζεται η διαγραμματική απεικόνιση του πίνακα 4.4, ο οποίος αναλύθηκε προγενέστερα στην παρούσα ενότητα.



**Διάγραμμα 4.1:** Ραβδόγραμμα κατανομής καταναλωτών καφέ σύμφωνα με τον τόπο διαμονής του προσώπου αναφοράς. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020/ 2021, SPSS

Τέλος, στην παρακάτω σχηματική απεικόνιση (διάγραμμα 4.2) παρουσιάζονται στοιχεία του δείγματος που αφορούν στην οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς. Πιο συγκεκριμένα, σχεδόν το 65% είναι άτομα έγγαμα ή με σύμφωνο συμβίωσης, ένα 21% είναι χήροι/ες, διαζευγμένοι ή σε διάσταση και το 14% δηλώνουν άγαμοι.



**Διάγραμμα 4.2:** Πίτα κατανομής καταναλωτών καφέ σύμφωνα με την οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς. Πηγή: Επεξεργασία δεδομένων ΕΟΠ 2020/ 2021, SPSS

### 4.3 Regression

Η πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση αποτελεί μία στατιστική μέθοδος η οποία χρησιμοποιείται προκειμένου να μοντελοποιηθεί μία σχέση ανάμεσα σε έναν δεδομένο παράγοντα (εξαρτημένη μεταβλητή) και έναν συνδυασμό προσδιοριστικών παραγόντων του (ανεξάρτητες μεταβλητές/ predictors). Η απλή γραμμική παλινδρόμηση, η οποία εφαρμόστηκε και στην παρούσα μελέτη, έχει ως εξής:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_p X_{ip} + \epsilon_i$$

Όπου:

$i=n$  παρατηρήσεις

$Y_i$  είναι η απόκριση του  $i^{\text{th}}$  ανά μονάδα αναφοράς

$X_i$  είναι η τιμή- αξία του  $i^{\text{th}}$  απαντήσεων του παράγοντα  $X$

$e_i$  το τυπικό σφάλμα που το μοντέλο δε μπορεί να υπολογίσει.

Στην παρούσα εργασία η συνολική ανάλυση αφορά το προϊόν του καφέ. Δεδομένου αυτού ως εξαρτημένη μεταβλητή έχει υπολογιστεί η ποσότητα κατανάλωσης ( $Q$  σε kg) ενώ ως ανεξάρτητες έχουν μπει επιμέρους μεταβλητές βάσει των δεδομένων που αντλήσαμε από τους ΕΟΠ για τις χρονιές 2020 & 2021.

Πιο συγκεκριμένα, έπειτα από διάφορους συνδυασμούς, επιλέξαμε το παρακάτω regression το οποίο θα αναλυθεί, με κριτήριο πάντα το ποιο είναι το καλύτερο μοντέλο.

Στο μοντέλο επιλογής μας έχει επιλεγεί ως εξαρτημένη μεταβλητή η ποσότητα κατανάλωσης καφέ ( $Q$ ) και ως ανεξάρτητες- predictors οι εξής μεταβλητές:

- Δαπάνη στην κατανάλωση καφέ (Exp-cof)
- Επίπεδο εκπαίδευσης
- Τομέας Εργασίας
- Γεωγραφική Περιφέρεια Διαμονής
- Εργασιακός τομέας απασχόλησης
- Τιμή προϊόντος καφέ
- Τιμή προϊόντος τσαγιού
- Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς
- Φύλο
- Συνολικό Εισόδημα (Total expenditure) κλπ.

Για τη διευκόλυνση της ανάλυσης, για τις μεταβλητές οι οποίες είναι κατηγορικές όπως το επίπεδο εκπαίδευσης, τομέας εργασίας κλπ. δημιουργήθηκαν αντίστοιχες dummie variables, ώστε να συμπεριληφθούν στο μοντέλο.

Στην ανάλυση παλινδρόμησης, μια εικονική μεταβλητή (η γνωστή ως μεταβλητή δείκτη ή απλώς εικονική/ dummy) είναι αυτή που παίρνει μια δυαδική τιμή (0 ή 1) για να υποδείξει την απουσία ή την παρουσία κάποιου κατηγορηματικού αποτελέσματος που μπορεί να αναμένεται να μετατοπίσει το αποτέλεσμα.

Στο σύνολο δημιουργήθηκαν 38 dummy Variables. Πιο συγκεκριμένα, κάθε κατηγορική μεταβλητή, για την εκάστοτε επιλογή της μετατράπηκε σε dummy variable. Για παράδειγμα, η μεταβλητή “Τομέας Εργασίας” μετατράπηκε σε 3 διαφορετικές dummy variables οι οποίες αντιστοιχούν στις επιμέρους απαντήσεις των προσώπων αναφοράς, δηλαδή “Δημόσιος, Ιδιωτικός Τομέας Εργασίας, Δεν εργάζομαι ” και αντιστοίχως προέκυψαν και για τις υπόλοιπες μεταβλητές. Με τη μέθοδο αυτή καταφέραμε να τις μετατρέψουμε ώστε να έχουν αριθμητικές τιμές και να συμπεριληφθούν στο regression.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974 <sup>a</sup>	.949	.911	1.0477

a. Predictors: (Constant), Exp-cof, Μεταπτυχιακά (MSc., MBA)\_1, Age, Τομέας εργασίας Ιδιωτικός\_1, Region West Greece \_1, Region Thessalia \_1, Region East Makedonia and Thraki\_1, Γυμνάσιο\_1, Region NorthAegean\_1, No school\_1, Άλλη χώρα\_1, Διδακτορικό (Ph.D)\_1, Region West Makedonia \_1, Region Central Makedonia \_1, Price of Tea, 2021\_1, IEK, Ανώτερες σχολές\_1, Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας 2γενης τομέας, Male\_1, Γενικό, Ενιαίο ή Επαγγελματικό Λύκειο (ΤΕΛ, ΤΕΕ, Πολυκλαδικό)\_1, Υπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία\_Όχι, Price of Coffee, Total expenditure, Τομέας Εργασίας\_Δεν εργάζεται, Ευρωπαϊκη Ενωση\_1, Region Ionio \_1, Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας τομέας, Price of Cocoa, Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς Άγαμος/η\_1, Δημοτικό\_1

**Πίνακας 4.15:** Σύνοψη Μοντέλου Regression

Στον πίνακα 4.15, η τιμή  $R = 0,974$  αποτελεί τη συσχέτιση Pearson της μέτρησης εκτίμησης της κατανάλωσης ποσότητας καφέ (Q). Αυτή η τιμή υποδεικνύει το μέγεθος και την κατεύθυνση της σχέσης μεταξύ των επιμέρους μεταβλητών, αφού είναι θετική η σχέση είναι αντίστοιχα ανάλογη ισχυρή και η συσχέτιση.

Η τιμή R Square = 0,949 μετρά πόσο καλά απέδωσε το πλήθος μεταβλητών στην εξήγηση της διακύμανσης στην εξαρτημένη μεταβλητή( ποσότητα καφέ). Συνήθως δε χρησιμοποιούμε το R Square για την αναφορά των αποτελεσμάτων παλινδρόμησης μας καθώς το R Square έχει μια τάση αύξησης όταν υπάρχουν άχρηστοι προγνωστικοί παράγοντες οι οποίοι είναι ενσωματωμένοι στο μοντέλο. Συνεπώς, η προσαρμογή αυτής της αύξησης είναι σημαντική και για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούμε το Adjusted R Square.

Η τιμή Adjusted R Squared = 0,911 είναι η προτιμώμενη για την αναφορά αποτελεσμάτων παλινδρόμησης. Όταν πολλαπλασιαστεί επί εκατό τοις εκατό η τιμή του Adjusted R Square θα είναι 91.1%. Το συγκεκριμένο ποσοστό δείχνει ότι το 91,1% της διακύμανσης στη κατανάλωση ποσότητας καφέ οφείλεται στις αντίστοιχες διακυμάνσεις των επιμέρους μεταβλητών που έχουν ενταχθεί στην παλινδρόμηση, το υπόλοιπο της διακύμανσης στην ποσότητα κατανάλωσης καφέ οφείλεται σε άλλους προγνωστικούς παράγοντες οι οποίοι δεν περιλαμβάνονται στο μοντέλο ή σε άλλους μη ελεγχόμενους παράγοντες. Η τιμή του Adjusted R Square είναι μικρότερη από αυτή του R Square.

Ο σκοπός της ANOVA στην περίπτωση της ανάλυσης που έχουμε, δηλαδή γραμμικής παλινδρόμησης, είναι να ανιχνεύσει γρήγορα εάν υπάρχει σχέση σημασίας μεταξύ της ποσότητας καφέ που καταναλώνουν τα άτομα αναφοράς του δείγματος, σε αντιστοιχία με τις επιμέρους ανεξάρτητες μεταβλητές- predictors.

Η τιμή P-value ή Sig. value είναι 0,000, που είναι μικρότερη από 0,05, υποδηλώνει ότι η διακύμανση στην ποσότητα καφέ που καταναλώνεται οφείλεται στις επιμέρους μεταβλητές που έχουν επιλεγεί ως ανεξάρτητες- predictors, δηλαδή Δαπάνη στην κατανάλωση καφέ (Exp-coffee), Επίπεδο εκπαίδευσης, Τομέας Εργασίας, Γεωγραφική Περιφέρεια Διαμονής, Εργασιακός τομέας απασχόλησης, Τιμή προϊόντος καφέ, Τιμή προϊόντος τσαγιού, Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς, Φύλλο, Συνολικό Εισόδημα (Total expenditure) κλπ..



Η ANOVA είναι επίσης μια δοκιμή συνολικής σημασίας των παραμέτρων του μοντέλου στην περίπτωση ενός μοντέλου πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, όπου το F-test ελέγχει εάν καμία από τις μεταβλητές πρόβλεψης δεν έχει σημαντική επίδραση στην απόκριση ή τουλάχιστον μία από τις μεταβλητές πρόβλεψης έχει σημαντική επίδραση. Μια λεπτομερής ερμηνεία του αθροίσματος των τετραγώνων και του μέσου τετραγώνου μπορεί να βρεθεί στο ANOVA.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	833.999	30	27.800	25.329	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	45.000	41	1.098		
	Total	879.000	71			
a. Dependent Variable: Q_cof σε kg						
b. Predictors: (Constant), Exp-cof, Μεταπτυχιακά (MSc., MBA)_1, Age, Τομέας εργασίας Ιδιωτικός_1, Region West Greece _1, Region Thessalia _1, Region East Makedonia and Thraki_1, Γυμνάσιο_1, Region NorthAegean_1, No school_1, Άλλη χώρα_1, Διδακτορικό (Ph.D)_1, Region West Makedonia _1, Region Central Makedonia _1, Price of Tea, 2021_1, ΙΕΚ, Ανώτερες σχολές_1, Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας Ζγενης τομέας, Male_1, Γενικό, Ενιαίο ή Επαγγελματικό Λύκειο (ΤΕΛ, ΤΕΕ, Πολυκλαδικό)_1, Ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία_Όχι, Price of Coffee, Total expenditure, Τομέας Εργασίας_Δεν εργάζεται, Ευρωπαϊκή Ένωση_1, Region Ionio _1, Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας τομέας, Price of Cocoa, Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς Άγαμος/η_1, Δημοτικό_1						

**Πίνακας 4.16:** ANOVA

Στον κατωτέρω πίνακα (4.17 Coefficients) δίνονται οι συντελεστές- coefficients που έχουν επιλεγεί για το μοντέλο και την αντίστοιχη παλινδρόμηση. Coefficient είναι η τιμή του συντελεστή η οποία αντιπροσωπεύει τη μέση μεταβολή στην απόκριση δεδομένης μιας μεταβολής μιας μονάδας στον προγνωστικό παράγοντα. Για παράδειγμα, αν ένας συντελεστής είναι +3, η μέση τιμή απόκρισης αυξάνεται κατά 3 για κάθε αλλαγή μονάδας στον προγνωστικό παράγοντα.

Εδώ, για παράδειγμα η σταθερά = 4.215 είναι ο σταθερός όρος ή η εκτίμηση του  $\beta_0$ , που έχει Sig. =0.004 που είναι πολύ σημαντικό. Ο μη τυποποιημένος συντελεστής της ποσότητας κατανάλωσης καφέ είναι το αντίστοιχο B για την εκάστοτε ανεξάρτητη μεταβλητή, π.χ. για το έτος βάσης 2021 (Dummy) 0,629, ο οποίος είναι και πάλι σημαντικός ακόμη και σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Οι αντίστοιχες τιμές τυπικού σφάλματος 1,381 και το εκάστοτε Std. Error

για κάθε ανεξάρτητη μεταβλητή, πχ. Price of Coffee 0.015 είναι η τυπική απόκλιση των εκτιμήσεων  $\beta_0$  και  $\beta_1$  αντίστοιχα.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	Σταθερά(Constant)	4.215	1.381		3.052	.004
	Male_1	.429	.410	.055	1.045	.302
	2021_1	.629	.351	.090	1.792	.081
	Price of Coffee	-.209	.015	-.800	-13.951	<.001
	Price of Tea	.012	.007	.084	1.726	.092
	Price of Cocoa	.063	.040	.100	1.575	.123
	Total expenditure	.000	.000	-.050	-.964	.341
	Age	-.008	.020	-.021	-.425	.673
	Region NorthAegean_1	-.350	1.586	-.012	-.221	.826
	Region East Makedonia and Thraki_1	-.040	1.543	-.001	-.026	.979
	Region Central Macedonia_1	.216	.629	.016	.344	.732
	Region West Macedonia_1	-.160	.649	-.012	-.246	.807
	Region Thessalia_1	-.096	1.536	-.003	-.062	.951
	Region Ionio_1	-1.268	1.190	-.060	-1.065	.293
	Region West Greece_1	.082	1.158	.003	.071	.944
	No school_1	-1.135	2.205	-.038	-.515	.609
	Δημοτικό_1	-.111	1.094	-.008	-.101	.920
	Γυμνάσιο_1	.794	.559	.071	1.422	.163
	Γενικό, Ενιαίο ή Επαγγελματικό Λύκειο (ΤΕΛ, ΤΕΕ, Πολυκλαδικό)_1	.766	.450	.097	1.702	.096
	ΙΕΚ, Ανώτερες σχολές_1	.009	.471	.001	.018	.985
	Μεταπτυχιακά (MSc., MBA)_1	.114	.674	.010	.170	.866
	Διδακτορικό (Ph.D)_1	4.535	1.613	.152	2.811	.008
	Τομέας εργασίας Ιδιωτικός_1	-.054	.417	-.007	-.129	.898
Τομέας Εργασίας_Δεν εργάζεται	.827	.825	.060	1.001	.323	

Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας τομέας	1.374	1.056	.090	1.301	.201
Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας 2γενης τομέας	.290	.390	.041	.743	.462
Ευρωπαϊκη Ενωση_1	4.441	1.181	.209	3.760	<.001
Άλλη χώρα_1	-.063	.989	-.003	-.063	.950
Οικογενειακή κατάσταση του προσώπου αναφοράς Άγαμος/η_1	.569	.997	.037	.571	.571
Υπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία_Όχι	.411	.757	.039	.543	.590
Exp-cof	.041	.003	.758	16.228	<.001

a. Dependent Variable: Q\_cof σε kg

#### Πίνακας 4.17: Coefficients- Συντελεστές

Ο πίνακας 4.17 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης με εξαρτημένη μεταβλητή “Ποσότητα κατανάλωσης καφέ” και ανεξάρτητες τις μεταβλητές συσχέτισης. Παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών “Exp-Coffee” όπου είναι η δαπάνη σε καφέ της μονάδας αναφοράς, του Παράγοντα “Ευρωπαϊκή Ένωση” που αποτελεί μία εκ των 3ων dummy variables που δημιουργήθηκαν για την κατηγορική μεταβλητή “Nationality”.

Επίσης, στατιστικά σημαντικοί αποδείχθηκαν και οι παράγοντες “Price of coffee” και “Διδακτορικό” που αποτελεί μία εκ των αρκετών dummy variables που δημιουργήθηκαν για τη μεταβλητή του “επιπέδου εκπαίδευσης” της μονάδας αναφοράς.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΟΠ 2020 ΚΑΙ 2021

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας, το 34,7% των νοικοκυριών διαμένουν στην Περιφέρεια Αττικής, το 16,3% διαμένουν στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και το υπόλοιπο 51% σε διάφορες Περιφέρειες της Ελλάδας. Το 38,9% των νοικοκυριών διαμένουν σε πυκνοκατοικημένες περιοχές, το 31,2% σε αραιοκατοικημένες και το υπόλοιπο 29,9% σε μέσης πυκνότητας περιοχές. Το 67,1% των νοικοκυριών τα αντιπροσώπευε άντρας και το υπόλοιπο 32,9% τα αντιπροσώπευε γυναίκα. Όσον αφορά στο μέσο όρο ηλικίας είναι τα 61,5 έτη με Τυπική Απόκλιση τα 16,5 έτη ενώ το εύρος ηλικίας κυμάνθηκε από 19 έως 98 ετών.

Επιπλέον, το 60% των ερωτηθέντων ήταν έγγαμοι/ή είχαν κάνει σύμφωνο συμβίωσης, το 19,4% ήταν χήροι ή διαζευγμένοι, το 13% ήταν άγαμοι ενώ το υπόλοιπο 7,6% είχαν άλλη οικογενειακή κατάσταση από τις παραπάνω. Το 58,6% των νοικοκυριών συγκατοικούν ενώ το υπόλοιπο 41,4% δε συγκατοικούν. Αντίστοιχα, ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (χωρίς να περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 16547,66 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 11738,8 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 0 έως 131700,12 ευρώ.

Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 20569,96 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 13086,46 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 300 έως 143509 ευρώ. Το 47,5% των νοικοκυριών δήλωσαν πως τα εισοδήματά τους προέρχονται από συντάξεις και επιδόματα συντάξεων, το 32,4% προέρχονται από μισθοί ή ημερομίσθια και το 12,9% από εισοδήματα από αυτοαπασχόληση.

Στην προσπάθεια να δούμε εάν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα με κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος και επιλεγμένες δαπάνες σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Mann-Whitney που πρακτικά σημαίνει ότι κάναμε σύγκριση μέσω των όρων. Η διενέργεια μη παραμετρικού ελέγχου προέκυψε από τον έλεγχο της κανονικότητας (Kolmogorov-Smirnov) που διενεργήσαμε και μας έδειξε ότι τα δεδομένα μας δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή ( $p < 0,05$ ).

Επιπροσθέτως, από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.10 παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών των νοικοκυριών δαπανούν περισσότερα χρήματα σε καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., σε εστιατόρια, καφενεία κ.α., σε κρέας, σε γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, σε φρούτα, και λαχανικά, σε ζάχαρη/μαρμελάδα/Μέλι/σιρόπια/Σοκολάτα, σε μη οينوπνευματώδη ποτά, σε καφέ, σε μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων και οينوπνευματώδη ποτά σε σχέση με τις γυναίκες ενώ η μοναδική εξαίρεση όπου οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερα χρήματα από τους άνδρες ήταν στο τσάι. Η μοναδική μεταβλητή που δεν μας έδειξε στατιστική σημαντικότητα ήταν οι δαπάνες σε κακάο και σοκολάτα σε σκόνη.

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.11 παρατηρούμε ότι τα νοικοκυριά με εισόδημα πάνω από 20.000 ευρώ/χρόνο είναι εκείνα που συγκέντρωσαν το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών σε όλες τις επιλεγμένες δαπάνες προϊόντων (καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., σε εστιατόρια, καφενεία κ.α., κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, φρούτα, λαχανικά, ζάχαρη/ μαρμελάδα/ μέλι/ σιρόπια/ σοκολάτα, μη οينوπνευματώδη ποτά, καφέ, τσάι, κακάο & σοκολάτα σε σκόνη, μεταλλικά νερά/ αναψυκτικά/ χυμοί φρούτων και οينوπνευματώδη ποτά σε σχέση σε σχέση με τα νοικοκυριά με εισόδημα < 20.000 ευρώ/χρόνο. Για όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα.

Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα με την περιφέρεια στην οποία διαμένουν τα νοικοκυριά και επιλεγμένες δαπάνες σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Kruskal-Wallis που πρακτικά σημαίνει ότι κάναμε σύγκριση μέσων όρων. Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.12 παρατηρούμε ότι σε όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα. Συγκεκριμένα, σε ότι αφορά στις καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., η Περιφέρεια Κρήτης είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στα εστιατόρια/ καφενεία κ.α., η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στο κρέας, η Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου. Σε ό,τι αφορά στα γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, η Περιφέρεια

Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στα φρούτα, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Ιονίων νήσων. Σε ό,τι αφορά στα λαχανικά, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Ηπείρου. Σε ό,τι αφορά στη ζάχαρη/ μαρμελάδα/ μέλι/ σιρόπια/ σοκολάτα, η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στα μη οινοπνευματώδη ποτά, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Σε ό,τι αφορά στον καφέ, η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στο τσάι, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στο κακάο & τη σοκολάτα σε σκόνη, η Περιφέρεια Θεσσαλίας είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Ηπείρου. Σε ό,τι αφορά στα μεταλλικά νερά/ αναψυκτικά/ χυμοί φρούτων, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Τέλος, σε ό,τι αφορά στα οινοπνευματώδη ποτά, η περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Ως προς τα έξοδα σε επίπεδο νοικοκυριού το έτος 2021, το 35,2% των νοικοκυριών διαμένουν στην περιφέρεια Αττικής, το 17% διαμένουν στην περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και το υπόλοιπο 47,8% σε διάφορες περιφέρειες της Ελλάδας. Το 40,2% των νοικοκυριών διαμένουν σε πυκνοκατοικημένες περιοχές, το 30,7% σε αραιοκατοικημένες και το υπόλοιπο 29,1% σε μέσης πυκνότητας περιοχές. Το 66,1% των νοικοκυριών τα αντιπροσώπευε άντρας και το υπόλοιπο 33,9% τα αντιπροσώπευσε γυναίκα. Ο μέσος όρος ηλικίας είναι τα 61,8 έτη με Τυπική Απόκλιση τα 15,9 έτη και το εύρος ηλικίας κυμάνθηκε από 18 έως 85 ετών. Το 59,4% των

ερωτηθέντων ήταν έγγαμοι/ή είχαν κάνει σύμφωνο συμβίωσης, το 20,1% ήταν χήροι ή διαζευγμένοι, το 12,7% ήταν άγαμοι και το υπόλοιπο 7,8% είχαν άλλη οικογενειακή κατάσταση από τις παραπάνω.

Ως προς την ύπαρξη μόνιμου συντρόφου στην κατοικία, το 57,4% των νοικοκυριών συγκατοικούν ενώ το υπόλοιπο 42,6% δε συγκατοικούν. Συνολικό καθαρό εισόδημα (δεν περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο. Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (χωρίς να περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 791.780 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 1.380.118 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 0 έως 24.539.988 ευρώ.

Συνολικό καθαρό εισόδημα από όλες τις πηγές (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετήσιο. Ο μέσος όρος συνολικού εισοδήματος των νοικοκυριών (περιλαμβάνονται τα εισοδήματα σε είδος, δεν περιλαμβάνονται οι φόροι) – ετησίως, είναι 1.174.580 ευρώ με Τυπική Απόκλιση τα 1.628.516 ευρώ και το εύρος κυμάνθηκε από 300 έως 25.152.408 ευρώ.

Επιπλέον, το 49,1% των νοικοκυριών δήλωσαν πως τα εισοδήματά τους προέρχονται από συντάξεις και επιδόματα συντάξεων, το 31,9% προέρχονται από μισθοί ή ημερομίσθια και το 12,3% από εισοδήματα από αυτοαπασχόληση. Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα με κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος και επιλεγμένες δαπάνες σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Mann-Whitney που πρακτικά σημαίνει ότι κάναμε σύγκριση μέσων όρων. Η διενέργεια μη παραμετρικού ελέγχου προέκυψε από τον έλεγχο της κανονικότητας (Kolmogorov-Smirnov) που διενεργήσαμε και μας έδειξε ότι τα δεδομένα μας δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή.

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.22 παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι άνδρες των νοικοκυριών (2021) δαπανούν περισσότερα χρήματα σε εστιατόρια, καφενεία κ.α., σε κρέας, σε γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, σε φρούτα, σε λαχανικά, σε ζάχαρη/ μαρμελάδα/ μέλι/ σιρόπια/ σοκολάτα, σε μη οιοπνευματώδη ποτά, σε καφέ, σε μεταλλικά νερά/ αναψυκτικά/ χυμοί φρούτων και οιοπνευματώδη ποτά σε σχέση με τις γυναίκες ενώ η μοναδική εξαίρεση όπου οι γυναίκες καταναλώνουν περισσότερα χρήματα από τους άνδρες ήταν στο τσάι. Οι

μεταβλητές που δε μας έδειξαν στατιστική σημαντικότητα ήταν οι δαπάνες σε καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α. και οι δαπάνες σε κακάο & σοκολάτα σε σκόνη.

Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.23 παρατηρούμε ότι τα νοικοκυριά με εισόδημα πάνω από 100.000 ευρώ/το χρόνο είναι εκείνα που συγκέντρωσαν το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών σε όλες τις επιλεγμένες δαπάνες προϊόντων εκτός από το Κακάο & σοκολάτα σε σκόνη καθώς  $p > 0,05$  (καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., σε εστιατόρια, καφενεμία κ.α., κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, φρούτα, λαχανικά, ζάχαρη/ μαρμελάδα/ μέλι/ σιρόπια/ σοκολάτα, μη οينوπνευματώδη ποτά, καφέ, τσάι, μεταλλικά νερά/αναψυκτικά/χυμοί φρούτων και οينوπνευματώδη ποτά), καθώς  $p < 0,05$ , σε σχέση με τα νοικοκυριά με εισόδημα  $< 100.000$  ευρώ/το χρόνο. Η μοναδική εξαίρεση εντοπίστηκε στις δαπάνες τσαγιού όπου τα νοικοκυριά με εισόδημα  $< 100.000$  ευρώ/χρόνο συγκέντρωσαν τον υψηλότερο μέσο όρο δαπανών σε σχέση με τα νοικοκυριά με εισόδημα πάνω από 100.000 ευρώ/ χρόνο.

Στην προσπάθεια να δούμε αν προκύπτει στατιστική σημαντικότητα με την περιφέρεια στην οποία διαμένουν τα νοικοκυριά και επιλεγμένες δαπάνες σε προϊόντα, διενεργήσαμε μη παραμετρικό έλεγχο Kruskal-Wallis που πρακτικά σημαίνει ότι κάναμε σύγκριση μέσων όρων. Από τον συγκεντρωτικό πίνακα 3.24 διαπιστώνουμε ότι σε όλες τις παραπάνω μεταβλητές είχαμε στατιστική σημαντικότητα, εκτός από τις δαπάνες σε κακάο & σοκολάτα σε σκόνη οι οποίες δεν είχαν στατιστική σημαντικότητα.

Συγκεκριμένα, σε ότι αφορά τις καφετιέρες, τσαγιέρες κ.α., η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Ηπείρου. Σε ότι αφορά στα εστιατόρια/ καφενεμία κ.α., η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας. Σε ό,τι αφορά στο κρέας, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Κρήτης.

Σε ό,τι αφορά στα γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά, η Περιφέρεια Ηπείρου είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Κρήτης. Σε ότι αφορά τα φρούτα, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το



υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Ηπείρου. Σε ότι αφορά τα λαχανικά, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η περιφέρεια Βορείου/Νοτίου Αιγαίου.

Σε ό,τι αφορά στη ζάχαρη/ μαρμελάδα/ μέλι/ σιρόπια/ σοκολάτα, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στα μη οινοπνευματώδη ποτά, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας.

Τέλος, σε ό,τι αφορά στον καφέ, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στο τσάι, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου. Σε ό,τι αφορά στα μεταλλικά νερά/ αναψυκτικά/ χυμοί φρούτων, η Περιφέρεια Ιονίων νήσων είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας και σε ό,τι αφορά τα οινοπνευματώδη ποτά, η Περιφέρεια Αττικής είναι εκείνη που συγκέντρωσε το υψηλότερο μέσο όρο δαπανών ενώ το χαμηλότερο συγκέντρωσε η Περιφέρεια Θεσσαλίας.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ

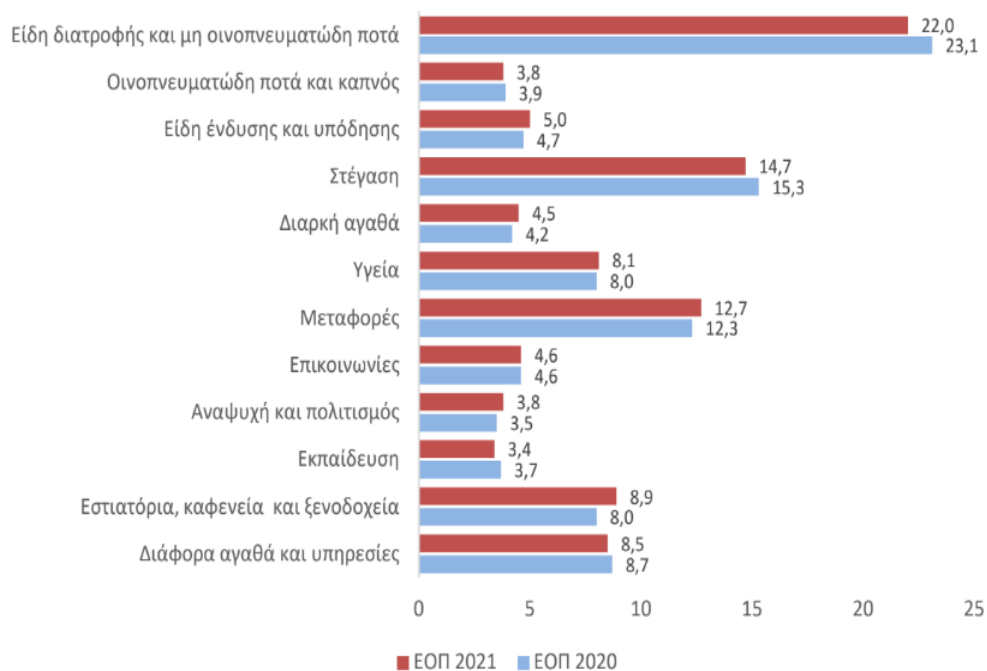
Συνοψίζοντας βάση των δεδομένων της ΕΛΣΤΑΤ που αναλύθηκαν παρατηρούμε πως η πλειοψηφία του δείγματος καταναλώνει καφέ, κάτι το οποίο επιβεβαιώνεται και από τη σχετική βιβλιογραφία που έχει προηγηθεί. Από τη στατιστική ανάλυση, διαπιστώνεται όσον αφορά το δείγμα καταναλωτών καφέ ότι υπερτερεί το ανδρικό φύλο με ποσοστό 66,6%.

Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος συγκεντρώνεται στην περιφέρεια Αττικής με ποσοστό 35%, αν και εν τέλει δεν έπαιξε στατιστικά σημαντικό ρόλο η περιφέρεια διαμονής ή κάποιος από τους παραγοντες της (dummy variables).

Στατιστικά σημαντική συσχέτιση εμφάνισαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές η “Exp-Coffee” που είναι η δαπάνη σε καφέ της μονάδας αναφοράς, ο Παράγοντας “Ευρωπαϊκή Ένωση” που αποτελεί μία εκ των 3ων dummy variables που δημιουργήθηκαν για την κατηγορική μεταβλητή “Nationality”, όπως και οι παράγοντες “Price of coffee” και “Διδακτορικό” που αποτελεί μία εκ των αρκετών dummy variables που δημιουργήθηκαν για τη μεταβλητή του “επιπέδου εκπαίδευσης” της μονάδας αναφοράς.

Για τις παραπάνω μεταβλητές λοιπόν θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε λόγω της ισχυρής θετικής συσχέτισης που παρουσιάζουν με την εξαρτημένη μεταβλητή μας “Ποσότητα καφέ (Q)”, ότι θα μπορούσαν να διαδραματίσουν εν μέρει ένα ρόλο προσδιοριστικού παράγοντα στην κατανάλωση καφέ.

Εντούτοις, για να γενικευθεί και να επιβεβαιωθεί κάποιο τέτοιο συμπέρασμα θα χρειαστεί περαιτέρω ειδική έρευνα με νέα συγκεκριμένα δεδομένα τα οποία να δείχνουν την τάση κατανάλωσης αποκλειστικά του καφέ, ίσως μέσα από ερωτηματολόγια επί του θέματος και ορίζοντας την ομάδα καταναλωτών και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους. Μέσω των ΕΟΠ αποδείχθηκε αρκετά δύσκολο λόγω του είδους των δεδομένων και των ερωτηματολογίων.



**Διάγραμμα 5.1:** Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (αγορές), για αγαθά και υπηρεσίες (τρέχουσες τιμές). ΕΟΠ 2021- ΕΟΠ 2020

Η μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση δαπανών των νοικοκυριών, σε σχέση με την αντίστοιχη έρευνα ΕΟΠ με έτος βάσης το 2020 παρουσιάζεται σε:

- εστιατόρια, καφεενεία και ξενοδοχεία (18,6%),
- αναψυχή και πολιτισμό (15,1%),
- είδη ένδυσης και υπόδησης (14,6%),

ενώ η μικρότερη ποσοστιαία αύξηση παρουσιάζεται στα είδη διατροφής και μη οινοπνευματώδη ποτά (1,3%). Όσον αφορά στις δαπάνες για είδη διατροφής και μη οινοπνευματώδη ποτά σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα (2020), αύξηση της μέσης μηνιαίας δαπάνης (τρέχουσες τιμές), παρατηρείται στα παρακάτω είδη:

- **καφές, τσάι και κακάο (8,2%),**
- λοιπά είδη διατροφής (4,6%),
- φρούτα (3,9%),
- ζάχαρη, μαρμελάδες, μέλι, σιρόπια, σοκολάτα (-6,1%) και,
- μεταλλικά νερά, αναψυκτικά, χυμοί φρούτων και λαχανικών (-0,9%) κλπ.

Αξία σε ευρώ						
Είδη διατροφής και μη οιοπνευματώδη ποτά	ΕΟΠ 2021		ΕΟΠ 2020		ΕΟΠ 2021/2020	Διαφορά ποσοστιαίας κατανομής
	Αξία	Κατανομή %	Αξία	Κατανομή %	Μεταβολή αξίας %	
<b>Σύνολο</b>	<b>311,80</b>	<b>100,0</b>	<b>307,86</b>	<b>100,0</b>	<b>1,3</b>	
Αλεύρι, ψωμί, δημητριακά	48,43	15,5	48,41	15,7	0,0	-0,2
Κρέας	66,68	21,4	65,87	21,4	1,2	0,0
Ψάρια	23,39	7,5	22,94	7,5	2,0	0,0
Γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά	50,01	16,0	48,19	15,7	3,8	0,3
Έλαια και λίπη	15,76	5,1	16,89	5,5	-6,7	-0,4
Φρούτα	24,85	8,0	23,92	7,8	3,9	0,2
Λαχανικά	41,57	13,3	40,41	13,1	2,9	0,2
Ζάχαρη, μαρμελάδες, μέλι, σιρόπια, σοκολάτα και ζαχαρωτά	15,92	5,1	16,96	5,5	-6,1	-0,4
Λοιπά είδη διατροφής	6,84	2,2	6,54	2,1	4,6	0,1
Καφές, τσάι και κακάο	9,42	3,0	8,71	2,8	8,2	0,2
Μεταλλικά νερά, αναψυκτικά, χυμοί φρούτων και λαχανικών	8,94	2,9	9,02	2,9	-0,9	0,0

**Πίνακας 5.1:** Μέση μηνιαία δαπάνη (αγορές, τρέχουσες τιμές) για είδη διατροφής. ΕΟΠ 2021-ΕΟΠ 2020

Συνοψίζοντας λοιπόν, φαίνεται πως ο καφές είναι από τις πρώτες επιλογές των Ελλήνων. Οπότε ένας σημαντικός προσδιοριστικός παράγοντας αναδεικνύεται η κουλτούρα ενός λαού και οι συνήθειες, τουλάχιστον όσον αφορά στην κατανάλωση καφέ. Σύμφωνα με έρευνα του Fortune Greece το 2019 σε συνεργασία με την ΕΛΣΤΑΤ έχουμε τα παρακάτω δεδομένα:

Κατανάλωση εκτός σπιτιού: 40% – Αξία κατανάλωσης: 3 δισ. ευρώ

Κατανάλωση εντός σπιτιού: 60% – Αξία κατανάλωσης: 400 εκατ.

Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να αναφερθεί ότι έγινε επίσημο αίτημα στην ΕΛΣΤΑΤ για παροχή στοιχείων- Data για την κατανάλωση εκτός νοικοκυριού αλλά δυστυχώς δεν υπήρχαν

και δεν δόθηκαν εγκαίρως σε επεξεργάσιμη και κατάλληλη μορφή, ώστε να συνεισφέρουν στη συγκεκριμένη ανάλυση περαιτέρω.

Το παραπάνω γεγονός μπορεί να επιβεβαιωθεί αναλύοντας τα έσοδα από τον ειδικό φόρο κατανάλωσης, αντλούμενοι την πληροφορία από τα γενικά έσοδα του κράτους και τους αντίστοιχους ισολογισμούς.

#### Έσοδα από τον ειδικό φόρο κατανάλωσης :

2017: 90,4 εκατ. ευρώ

2018: 122,7 εκατ. ευρώ

Παρακάτω έχουμε επιπλέον δεδομένα, βάση του ειδικού φόρου κατανάλωσης:

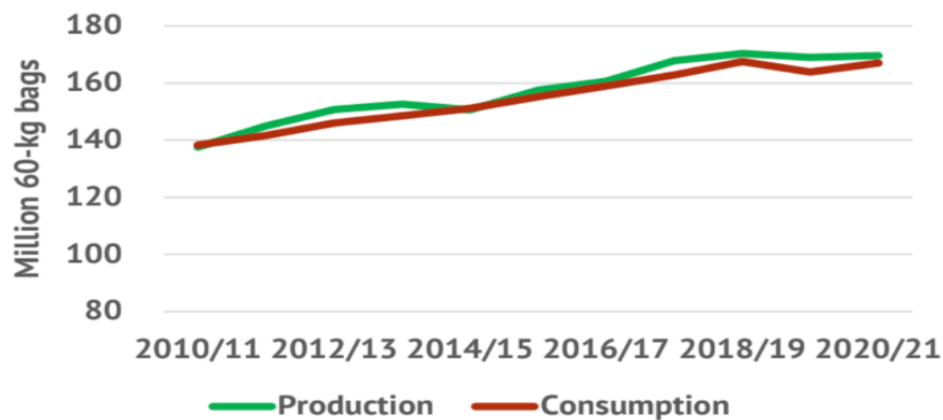
Έσοδα από ειδικούς φόρους κατανάλωσης	2019	2020	% Συμμετοχής 2020	Ποσοστιαία Μεταβολή 2020/2019
Φόρος κατανάλωσης στον καφέ (Α.Λ.Ε. 1110314)	<b>135,70</b>	<b>127,52</b>	2,0 %	<b>-6,03 %</b>

**Πίνακας 5.2 :** Σύγκριση βασικών αναλυτικών λογαριασμών εσόδων από Ε.Φ.Κ. σε εκ. €. Πηγή: Γενικό Λογιστήριο του Κράτους

Η Ελλάδα αποτελεί μία από τις χώρες με την υψηλότερη κατά κεφαλήν κατανάλωση καφέ στον κόσμο (FORTUNE GREECE, 15/04/2019) .

Η παγκόσμια κατανάλωση καφέ επαναλαμβάνει τη σταθερή της ανάπτυξη τα τελευταία 10 χρόνια, πριν από την επιδημία της πανδημίας του covid-19. Προβλέπεται να αυξηθεί κατά 1,9% σε 167,26 εκατομμύρια σακούλες το 2020/21 καθώς έναντι 164,13 εκατομμυρίων σακουλών για καφέ το έτος 2019/20. Με την προοπτική περαιτέρω χαλάρωσης των περιορισμών της πανδημίας του Covid-19 και επακόλουθες προοπτικές οικονομικής ανάκαμψης, παγκοσμίως, η κατανάλωση καφέ αναμένεται να συνεχίσει να αυξάνεται.

Τα τελευταία 10 χρόνια η μέση ανάπτυξη της παγκόσμιας κατανάλωσης καφέ ήταν 1,9% ετησίως. Αναμένεται η ανελαστικότητα της παγκόσμιας κατανάλωσης να στενέψει ακόμη περισσότερο τη σχέση ζήτησης και προσφοράς του εν λόγω προϊόντος, με αποτέλεσμα να αυξήσει κι άλλο την ήδη ανοδική τάση των τιμών του καφέ (ICO International Coffee Organization, Coffee Market Report September 2021).



**Διάγραμμα 5.2:** Παραγωγή και κατανάλωση καφέ με έτη βάσης 2010-2021 σε 60 kg εκ. σακούλες

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ**

### Ξενόγλωσσες αναφορές

Affandi, K. Pramono, H., Handjaja, S., Febrianto, R., Choiss, K. & Widjojo, H. (2022). The factors influencing contemporary coffee consumption in the pandemic era. *Jurnal Manajemen* , 19(1), 1–17.

Batte, M.T., Hooker, N.H., Haab, T.C. & Beaverson, J. (2007). Putting their money where their mouths are: consumer willingness to pay for multi-ingredient, processed organic food products. *Food Policy*, 32, 145–159.

Bhumiratana, N., Wolf, M., Chambers E. and Adhikari, K. (2019). Coffee drinking and emotions: Are there key sensory drivers for emotions? *Beverages*, 5(2), 27.

Brunner, K. (2016). Black Gold Coffee – Ethics in the Coffee Industry. Master Thesis. University of Graz.

Campos-Vega, R., Loarca-Piña, G., Vergara-Castañeda, H. A. & Dave Oomah, B. (2015). Spent coffee grounds: A review on current research and future prospects. *Trends in Food Science & Technology*, 45(1), 24–36.

Cornelis, M. C., El-Soheymy, A., Kabagambe, E. K., & Campos, H. (2006). Coffee, CYP1A2 Genotype, and Risk of Myocardial Infarction. *The Journal of the American Medical Association*, 295(10), 1135-1141.

Czarniecka-Skubina, E., Pielak, M., Salek, P., Korzeniowska-Ginter, R. & Owczarek, T. (2021). Consumer choices and habits related to coffee consumption by Poles. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18 (8), 3948.

Demura S., Aoki, H., Mizusawa, T., Soukura, K., Noda, M., Sato T. (2013). Gender differences in coffee consumption and its effects in young people. *Food and Nutrition Sciences*, 04(07), 748–757.

Durevall, D. (2007). Demand for coffee in Sweden: The role of prices, preferences and market power. *Food Policy*. 32(5–6), 566–584.

Ferreira, T. & Farah, A. (2019). Chapter 1. Introduction to coffee plant and Genetics. In: Royal Society of Chemistry. *Coffee: Production, Quality and Chemistry*, pp.1-25.

Folmer B. (2014). How can science help to create new value in coffee? *Food Research International*, 63, 477–482.

- Je, Y. & Giovannucci, E. (2013). Coffee consumption and total mortality: A meta-analysis of twenty prospective cohort studies. *British Journal of Nutrition*, 111(7), 1162–1173.
- Heiman, A., & Lowengart, O. (2014). Calorie information effects on consumers' food choices: Sources of observed gender heterogeneity. *Journal of Business Research*, 67(5), 964–973.
- Howell G. (2013). Appreciating quality: the route to upward mobility of coffee farmers. In *Coffee: a Comprehensive Guide to the Bean, the Beverage, and the Industry*. Thurston, R.W., Morris, J., Steiman, S. (eds). Rowman and Littlefield: Lanham, MD, 99–101.
- Kabeta, T. & Dangia, M. (2022). Effects of COVID-19 on coffee market participation of Smallholder Coffee Producers' in godere district, southwestern Ethiopia. *Advances in Agriculture*, 2022, 1–10.
- Kosalos, J., Stephen, R., Diaz, S., Songer, P., & Alves, M. (2013) *Arabica Green Coffee: Defect handbook*. Long Beach: Specialty Coffee Association of America.
- Kutlay, E. (2019). Different waves of coffee houses as third places and the use of information and communication technology devices in these settings: a cross-case study in Ankara. Master Thesis. Middle East Technical University.
- Liu, C.-C., Chen, C.-W. & Chen, H.-S. (2019). Measuring consumer preferences and willingness to pay for coffee certification labels in Taiwan. *Sustainability*, 11(5), 1297.
- Manzo, J. (2010). Coffee, Connoisseurship, and an Ethnomethodologically Informed Sociology of Taste. *Human Studies*, 33(2-3), 141-155.
- Mubarokah, M. & Winarno, S.T. (2021). Factors affecting consumer decisions in consuming coffee in Surabaya, Sidoarjo and Gresik. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology* 39 (11), 512–517.
- Open Textbook Library. (2016). Chapter 3: Demand and Supply. In: *Principles of Economics*. Minneapolis.
- Pasquale, L. R., Wiggs, J. L. , Willett, W. C. & Kang, J. H. (2012). The Relationship between Caffeine and Coffee Consumption and Exfoliation Glaucoma or Glaucoma Suspect: A Prospective Study in Two Cohorts. *Investigative Ophthalmology & Visual Science*. 53(10), 6427-6433.
- Pelaez, C.M. (1976). The theory and reality of imperialism in the coffee economy of nineteenth-century Brazil. *The Economic History Review*, 29(2), 276.
- Pendergrast, M. (2010). *Uncommon grounds: The history of coffee and how it transformed our world*. Basic Books.



Rosenberg, L., Swilling, M., & Vermeulen, W. J. (2018). Practices of Third Wave Coffee: A Burundian Producer's Perspective. *Business Strategy and the Environment*, 27(2), pp. 199-214.

Rotondi, J.P. (2020). *How Coffee Fueled Revolutions—and Revolutionary Ideas*. History. [online] Διαθέσιμο στο <https://www.history.com/news/coffee-houses-revolutions> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Samper, L.F., Giovannucci, D. & Marques Vieira, L. (2023). The powerful role of intangibles in the coffee value chain', *SSRN Electronic Journal* [Preprint].

TheTotalBusiness. (2023). Καφές: Η σταθερά των Ελλήνων και η αναπτυσσόμενη αγορά της κάψουλας. [online] Διαθέσιμο στο <https://thetotalbusiness.com/2023/10/01/kafes-anaptisomeni-agora-kapsoulon/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Topik, S. (2019). How Brazil Expanded the World Coffee Economy. *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften*, 30(3), 11–41.

Tverdal A. and Skurtveit, S. (2003). Coffee Intake and Mortality from Liver Cirrhosis. *Annals of Epidemiology*, 13(6), 419-423.

Ufer, D., Lin, W. and Ortega, D.L. (2019). Personality traits and preferences for specialty coffee: Results from a Coffee Shop Field Experiment. *Food Research International*, 125, 108504.

Yamaji, T., Mizoue, T., Tabata, S., Ogawa, S., Yamaguchi, K., Shimizu, E., Mineshita M. and Kono, S. (2004). Coffee consumption and glucose tolerance status in middle-aged Japanese men. *Diabetologia*. 47(12), 2145–2151.

Lone, A., Alnawah, A.K., Hadadi, A.S., Alturkie, F.M., Aldreweesh, Y.A., and Alhedhod, A.T. (2023). Coffee consumption behavior in young adults: Exploring motivations, frequencies, and reporting adverse effects and withdrawal symptoms. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 3925–3937.

### Ελληνικές αναφορές

Γεωργίου. Μ. (2022). Σύγχρονες τεχνικές μάρκετινγκ και ανάλυση συμπεριφορικών δεδομένων καταναλωτών. Μελέτη περίπτωσης και κατανάλωσης καφέ στην Ελλάδα. Πτυχιακή μελέτη. Πανεπιστήμιο Πατρών.

Γκίζας, Χ. (2023). Βιώσιμες πρακτικές κυκλικής οικονομίας. Η περίπτωση της Ολοκληρωμένης Πολυτροφικής Υδατοκαλλιέργειας. Μεταπτυχιακή μελέτη. Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Δημουλά, Δ. (2021). Διερεύνηση καταναλωτικών προτύπων καφέ στην ελληνική αγορά. Πτυχιακή μελέτη. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

Ινστιτούτο Εργασίας Γ.Σ.Ε.Ε. (2022). Οι κοινωνικοοικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 στους εργαζομένους του ιδιωτικού τομέα. Συνέκδοση ΙΝΕ ΓΣΕΕ – ΚΕΠΕ.

Κόλα Μ. & Δεληγιαννίδη, Ε. (2022). Μικροβιολογία και βιοχημεία της ζύμωσης του καφέ. Πτυχιακή μελέτη. Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής.

Νέα Εγκυκλοπαίδεια. (2006). Μαλλιάρης Παιδεία.

Πρίφτης, Α. (2018). «Αποτίμηση της βιοδραστικότητας σε εκχυλίσματα καφέ». Διδακτορική Διατριβή. Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

### Διαδικτυακές πηγές

Κάπα Research. (2023). Έρευνα: Το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή καφέ. [online] Διαθέσιμο στο <https://kaparesearch.com/coffee-consumer-greece-part1/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Καφεκοπτεία Λουμίδη. Ιστορία του καφέ στην Ελλάδα [online] Διαθέσιμο στο <https://www.kafekopteiaouloumidi.gr/pages/istoriatoukafestinelada> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Κωνσταντίου, Ε. (2021). Freddo espresso και freddo cappuccino: 30 χρόνια απόλαυσης! [online] Διαθέσιμο στο <https://www.offlinepost.gr/2021/05/18/freddo-espresso-kai-freddo-cappuccino-30-xronia-apolaushs/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Σκούφου, Δ. (2023). Στα 4 δις. ευρώ ο ετήσιος τζίρος της ελληνικής αγοράς καφέ. Οικονομικός Ταχυδρόμος. [online] Διαθέσιμο στο <https://www.ot.gr/2023/03/04/oikonomia/sta-4-dis-eyro-o-etisios-tziros-tis-ellinikis-agoras-kafe/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

AthensCoffeFestival. (2023). Ο καφές στην Ελλάδα. [online] Διαθέσιμο στο <https://www.athenscoffeefestival.gr/to-festival/o-kafes-stin-ellada/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Canadian Barista Institute. *Coffee Tides: The waves of Coffee defined*. [online] Διαθέσιμο στο <https://canadianbaristainstitute.com/blogs/news/coffee-wave> [τελευταία ανάκτηση 17/12/2023].

Charles, A. (2020). Greek Coffee Culture: A Story Of Tradition And Renewal. Perfect Daily Grind. [online] Διαθέσιμο στο <https://perfectdailygrind.com/2020/08/greek-coffee-culture-a-story-of-tradition-and-renewal/> [τελευταία ανάκτηση 12/12/2023].

Coffee Bean Roasted House. (2023). The 5 elements of coffee taste. [online] Διαθέσιμο στο <https://coffeebean.com.au/blogs/articles/article-coming-soon> [τελευταία ανάκτηση 16/12/2023].

Coffee Express Roasting Company. A History of Coffee, Part II – Coffee in Europe [online] Διαθέσιμο στο <https://coffeeexpressco.com/a-history-of-coffee-part-ii-coffee-in-europe/> [τελευταία ανάκτηση 15/12/2023].

Coffees.gr. (2018). Ιστορία κι εξέλιξη της ελληνικής κουλτούρας του καφέ. [online] Διαθέσιμο στο <https://www.coffees.gr/greek-coffee-culture/> [τελευταία ανάκτηση 18/12/2023].

Coffees.gr. (2021). Πως άλλαξε ο κορωνοϊός τον τρόπο που πίνουμε καφέ; [online] Διαθέσιμο στο <https://www.coffees.gr/covid-coffee-change/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Economistas. (2023). Το «χρηματιστήριο» του καφέ - Στοιχεία έκπληξη για την κατανάλωση των Ελλήνων [online] Διαθέσιμο στο [https://www.economistas.gr/oikonomia/47179\\_hrimatistirio-toy-kafe-stoiheia-ekplixi-gia-tin-katanalosi-ton-ellinon](https://www.economistas.gr/oikonomia/47179_hrimatistirio-toy-kafe-stoiheia-ekplixi-gia-tin-katanalosi-ton-ellinon) [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023],

EFICO. (2023). What are the great ‘waves’ of coffee ? [online] Διαθέσιμο στο <https://efico.com/press-efico/what-are-the-big-coffee-waves/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Fortune Greece. (2023). Νέα έρευνα αποκαλύπτει πόσο καφέ πίνουν οι Έλληνες. [online] Διαθέσιμο στο <https://www.fortunegreece.com/article/nea-erevna-apokaliptei-poso-kafe-pinoun-oi-ellines/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

International Coffee Organisation. (2020). Impact of covid-19 on the global coffee sector: the demand side. Coffee Break Series Vol.1.

International Coffee Organization. (2023). Coffee Market Report December 2023 [online] Διαθέσιμο στο <https://icocoffee.org/> [τελευταία ανάκτηση 20/12/2023].

My Home Brewed Coffee. The 5 Elements of Coffee Taste – Get in on the Coffee Snobbery. [online] Διαθέσιμο στο <https://myhomebrewedcoffee.com/the-5-elements-of-coffee-taste/> [τελευταία ανάκτηση 15/12/2023].

Myhrvold, N. (2023). Coffee. Encyclopaedia Britannica. Διαθέσιμο στο <https://www.britannica.com/topic/coffee/Using-coffee> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

National Coffee Association of U.S.A. *The History of Coffee* [online] Διαθέσιμο στο <https://www.ncausa.org/about-coffee/history-of-coffee> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Perfect Daily Grind. (2023). How have specialty coffee consumers changed in recent years? [online] Διαθέσιμο στο <https://perfectdailygrind.com/2023/08/specialty-coffee-consumer-trends/> [τελευταία ανάκτηση 14/12/2023].

Pio Gastro. Arabica versus Robusta. [online] Διαθέσιμο στο <https://piogastrobistro.com/pratikbilgiler/arabica-versus-robusta/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Pricefox. (2023). *Ποια είναι η κατανάλωση καφέ στον κόσμο; Αναλυτικά στοιχεία και στατιστικά.* [online] Διαθέσιμο στο <https://www.pricefox.gr/blog/%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%AC%CE%BB%CF%89%CF%83%CE%B7-%CE%BA%CE%B1%CF%86%CE%AD-%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%BF/> [τελευταία ανάκτηση 13/12/2023].

Third wave coffee. (2023), Brewing Guides. [online] Διαθέσιμο στο <https://www.thirdwavecoffeeoasters.com/blogs/brewing-guides> [τελευταία ανάκτηση 15/12/2023].

UNESCO. (2013). Turkish coffee culture and tradition [online] Διαθέσιμο στο <https://ich.unesco.org/en/RL/turkish-coffee-culture-and-tradition-00645> [τελευταία ανάκτηση 15/12/2023].