



## ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

**«Βελτιωμένη Ποσοτικά και Ποιοτικά Παραγωγή Ασκολύμπρων (*Scolymus hispanicus* L.) σε Υδροπονική Καλλιέργεια»**

**ΑΚΡΩΝΥΜΙΟ: HYDRoponic ASKolybrus - HYDRASK**

**ΚΩΔΙΚΟΣ ΕΡΓΟΥ: Τ1ΕΔΚ-05550**

**Επιχειρησιακό Πρόγραμμα:**

**Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία (ΕΠΑνεΚ) Δράση Εθνικής**

**Εμβέλειας: «Ερευνώ - Δημιουργώ - Καινοτομώ»**



## ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Στο πλαίσιο καταγραφής της υφιστάμενης κατάστασης της αγοράς πραγματοποιήθηκε καθ' όλη τη διάρκεια του έτους διερεύνηση στα βασικά σημεία πώλησης φρούτων και λαχανικών στο Νομό Ηρακλείου Κρήτης, με επιτόπιες επισκέψεις και τηλεφωνικές επικοινωνίες σε Super Market, λαϊκές και άλλες αγορές πώλησης του ασκόλυμπρου και άλλων ομοειδών προϊόντων, για την καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης και των τιμών πώλησης, ανάλογα και με την διαθεσιμότητα του προϊόντος, στην αγορά κατά τη διάρκεια του έτους.

Αναπτύχθηκαν και διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια (δια ζώσης και ηλεκτρονικά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και μέσων κοινωνικών δικτύων) σε εμπόρους - παραγωγούς, σε επαγγελματίες της εστίασης (εστιατόρια - ξενοδοχεία), καταστήματα λιανικής και χονδρικής πώλησης φρούτων και λαχανικών και σε καταναλωτές σε λαϊκές αγορές, Super Market και χώρους εστίασης, προκειμένου να προσδιοριστούν τα χαρακτηριστικά των υφιστάμενων σημείων πώλησης του προϊόντος, η προοπτική περαιτέρω ανάπτυξης των πωλήσεων, η δυναμική του προϊόντος αλλά και οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης.

Παρακάτω παρουσιάζονται μερικά από τα σημαντικότερα ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα.

### Καταναλωτές

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε πλήθος 240 ατόμων από 18 ετών και πάνω. Από την έρευνα προέκυψε ότι το 53% καταναλώνει καθημερινά ή έως 2 φορές την εβδομάδα άγρια χόρτα και λαχανικά, ενώ το 47% σπάνια ή 1-2 φορές το μήνα. Από την έρευνα προέκυψε ότι ο κόσμος γνωρίζει τον ασκόλυμπρο (το 67,5%) αλλά μόλις το 65,80% έχει αγοράσει, επομένως θα πρέπει να γίνει μια πολύ μεγάλη προβολή και διαφήμιση ώστε να δημιουργηθεί η ανάγκη στο κόσμο να το δοκιμάσει. Η πλειοψηφία των καταναλωτών προμηθεύεται άγρια λαχανοφόμα όπως ο ασκόλυμπρος από το supermarket. Η μόνη στατιστικά σημαντική διαφορά που παρουσιάστηκε μεταξύ φύλλων ήταν αναφορικά με τους συλλέκτες – όπως αναμένεται, η πλειοψηφία όσων συλλέγουν είναι άντρες.

Στην πλειοψηφία τους, οι νέοι (ως 25 ετών) δεν προτιμούν τις λαϊκές αγορές, σε αντίθεση με τους μεγαλύτερους.

## **Εστίαση**

Ο κλάδος της εστίασης αναμένεται να παίξει καθοριστικό ρόλο στη προώθηση του προϊόντος στην αγορά, και θα αποτελέσει ένα από τα βασικά πελατολόγια της επιχείρησης. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 100 επιχειρήσεις εστίασης προέκυψε ότι η πλειοψηφία προμηθεύεται τα λαχανικά από παραγωγούς, εμπόρους και τη λαχαναγορά. Λίγο παραπάνω από τις μισές επιχειρήσεις σερβίρουν αυτοφυή λαχανουόμενα φυτά (άγρια χόρτα). Από την έρευνα προκύπτει ότι οι βασικοί παράγοντες επηρεάζουν τη προμήθεια λαχανικών είναι: η τιμή, η διαθεσιμότητα, η ποιότητα και η ζήτηση. Από την έρευνα προέκυψε ότι η πλειοψηφία (στα καταστήματα εστίασης) γνωρίζει το «ασκόλυμπρο» αλλά μόνο οι μισοί το συμπεριλαμβάνουν στο μενού τους.

## **Καταστήματα Λιανικής**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε 100 καταστήματα λιανικής (super market, παντοπωλεία, φρουταγορές, λαϊκή). Λίγο παραπάνω από τις μισές επιχειρήσεις πωλούν αυτοφυή λαχανουόμενα φυτά (άγρια χόρτα). Από την έρευνα προέκυψε ότι οι βασικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιλογή λαχανικών προς πώληση είναι: η τιμή, η διαθεσιμότητα, η ποιότητα και η ζήτηση.

Από την έρευνα προέκυψε ότι η πλειοψηφία (Καταστήματα Λιανικής) γνωρίζει το «ασκόλυμπρο» αλλά μόνο το 41,70% το διαθέτουν στο κατάστημά τους.