

► ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ | ΤΡΙΑΔΑ ΜΠΡΑΤΣΙΟΥ

ΕΡΕΥΝΑ ΔΙΕΝΗΡΓΗΣΕ Η INTERVIEW ΓΙΑ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ

Κατά 76% μειώθηκαν οι πωλήσεις ψωμιού στην Καβάλα

Μείωση τζιρου παρουσίασε το 76% των αρτοποιικών επιχειρήσεων, ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό για τον κλάδο με αντικείμενο ανελαστικό προϊόν. Αν και έχει παρουσιαστεί το φαινόμενο στην κρίση να αυξάνει η κατανάλωση ψωμιού, στην περίπτωση της Καβάλας ο κανόνας αυτός αποτελεί εξαίρεση. Ο τζιρος παρέμεινε ο ίδιος για το 20% των αρτοποιείων, ενώ μόνο το 2% παρουσίασε αύξηση.

Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από έρευνα που διενήργησε η Interview για λογαριασμό του Επιμελητηρίου Καβάλας σε δείγμα 70 αρτοποιικών επιχειρήσεων και 505 καταναλωτών.

Μεγαλύτερη μείωση σε πωλήσεις κατά 33,7% παρατηρήθηκε στην κατανάλωση αρτοσκευασμάτων, 26,5% μειώθηκαν οι πωλήσεις σε προϊόντα αρτοζαχαροπλαστικής, τσουρέκια, κέικ, κρισοίγια, ππι φουρ, 22,9% σε χωριάτικο ψωμί και 10,8% πτώση παρατηρήθηκε σε πωλήσεις ειδικών ψωμιών, πολύσπορα, μαύρα, κ.λπ.

Πάντως το 83% των αρτοποιών σκέφτεται να διατηρήσει το προσωπικό του, το 12% σκέφτεται να απολύσει προσωπικό, ενώ μόνο 55 σχεδιάζει να προσλάβει προσωπικό.

Το 46% των αρτοποιών υποστηρίζουν ότι η τιμή του πετρελαίου επηρέασε περισσότερο το κόστος του ψωμιού. Το 25% πιστεύουν ότι ευθύνεται η τιμή των αλεύρων, 19% η τιμή της ΔΕΗ και φυσικού



αερίου, το 9% το εργατικό κόστος και οι εισφορές και 1% αποδίδει σε άλλο λόγο την αύξηση του κόστους παραγωγής του ψωμιού. Σύμφωνα με την έρευνα, το άλευρο είναι προϊόν η τιμή του οποίου διαπραγματεύεται καθημερινά. Βέβαια και αυτό έχει υποστεί αυξήσεις χωρίς οι αρτοποιοί να έχουν περάσει τις αυξήσεις αυτές στον καταναλωτή. Όσο για τη ΔΕΗ, είναι υπόθεση του κράτους να περιορίσει ή να μη κάνει καθόλου αυξήσεις την περίοδο της κρίσης.

Οι αρτοποιοί ενδιαφέρονται για την επιμόρφωσή τους, καθώς το 43,1% θέλει σεμινάρια σχετικά με την τεχνογνωσία προϊόντων, το 25,5% για την κοστολόγηση των προϊόντων και το 31,4% δηλώνει ότι δεν χρειάζεται επιμόρφωση.

Το 59% των αρτοποιών δηλώνουν απαισιόδοχοι ή λίγο αισιόδοχοι και μόνο το 41% δηλώνουν πολύ και αρκετά αισιόδοχοι. Πάντως

υπερέχει το ποσοστό των απαισιόδοξων για τον κλάδο. Οι υψηλές τιμές για την παραγωγή ενέργειας, οι υψηλές τιμές των πρώτων υλών, καθώς επίσης και ο χαμηλός τζιρος οδηγούν τους αρτοποιούς σε αρνητικές προοπτικές για τις επιχειρήσεις τους.

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Όσον αφορά τις καταναλωτικές συνήθειες των κατοίκων του νομού Καβάλας, συνοπτικά προέκυψαν τα εξής:

■ Καθημερινή συνήθεια, το πέρασμα από τον φούρνο της γειτονιάς για πάνω από έναν στους δύο καταναλωτές. Μαζί με αυτούς που δηλώνουν μέρα παρά μέρα (προφανώς αγοράζουν ψωμιά για κατανάλωση δύο ημερών), το ποσοστό των φανατικών αγγίζει το 74,3%. Υπάρχει και μία κατηγορία καταναλωτών με χαμηλότερη κατανάλωση ψωμιού

για διατροφικούς λόγους (δίαιτα, υψηλή αρτηριακή πίεση κ.λπ.).

■ Η φρατζόλα του μισού κιλού, όπως έχουμε συνηθίσει να την αποκαλούμε (αν και το βάρος της είναι λιγότερο από 500 γρ.), είναι η συνήθης ημερήσια κατανάλωση ενός μέσου νοικοκυριού.

■ Δεν είναι λίγοι εκείνοι που δηλώνουν πως θα μειώσουν την κατανάλωση σε περίπτωση αύξησης της τιμής του ψωμιού. Παρά το γεγονός ότι το ψωμί αποτελεί καθημερινή διατροφική ανάγκη και κατά συνέπεια η κατανάλωσή του είναι ανελαστική, το 36,6% δηλώνει πως θα τη μειώσει.

■ Ο φούρνος της γειτονιάς είναι κυρίαρχος στην αγορά του ψωμιού. Σε μεγάλα αστικά κέντρα έχει παρατηρηθεί πως με το πέρασμα του χρόνου τα σουπερμάρκετ κερδίζουν μερίδια αγοράς. Το θέμα κρίζει παρακολουθήσης.

■ Η εγγύτητα του καταστήματος με το σπίτι του καταναλωτή παίζει ασφαλώς βασικό ρόλο για την επιλογή του σημείου αγοράς του καθημερινού ψωμιού. Καθαριότητα και καλή υλικά ακολουθούν, με την καθαριότητα να είναι δεύτερη στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

■ Τα καθαρά πρατήρια σίγουρα κερδίζουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Γενικότερα, για οτιδήποτε περνάει από το στόμα στο στόμα μας (και για τα κρεπωλεία ισχύει αυτό) ο καταναλωτής δίνει μεγάλη βαρύτητα στην καθαριότητα του χώρου και στην τήρηση όλων των κανόνων υγιεινής, σύμφωνα με την έρευνα.