



ΥΠΗΡΕΣΙΑ  
ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ  
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

# Παρουσίαση Αποτελεσμάτων έρευνας με θέμα τις Καταναλωτικές Συνήθειες και το E-kalathi αγορών

ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2023



- ✓ Αποτύπωση γενικών καταναλωτικών συμπεριφορών
- ✓ Διερεύνηση γνώσεων, στάσεων και αντιλήψεων για τα προϊόντα παράλληλης εισαγωγής
- ✓ Διερεύνηση γνώσεων, στάσεων και αντιλήψεων για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας
- ✓ Καταγραφή του βαθμού γνώσης της πρωτοβουλίας e-kalathi, καθώς και των επιδράσεων της στους καταναλωτές

# Ταυτότητα Έρευνας



**ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΩΝ**  
IMR/UNIVERSITY OF NICOSIA™

**ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ**  
3 - 5 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2023

**ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ**  
800 ΑΤΟΜΑ

**ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ**  
ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΝΔΡΕΣ 18 ΕΤΩΝ ΚΑΙ ΑΝΩ, ΠΟΥ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΟΥΝ ΤΑ ΨΩΝΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟ

**ΚΑΛΥΨΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ**  
ΠΑΓΚΥΠΡΙΑ, ΑΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

**ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ**  
ΤΥΧΑΙΑ ΣΤΡΩΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

**ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ**  
ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

\*Σημείωση: λόγω στρογγυλοποίησης των ποσοστών σε κάποιες περιπτώσεις το άθροισμα μπορεί να έχει απόκλιση από το 100% κατά μία μονάδα (99% ή 101%)

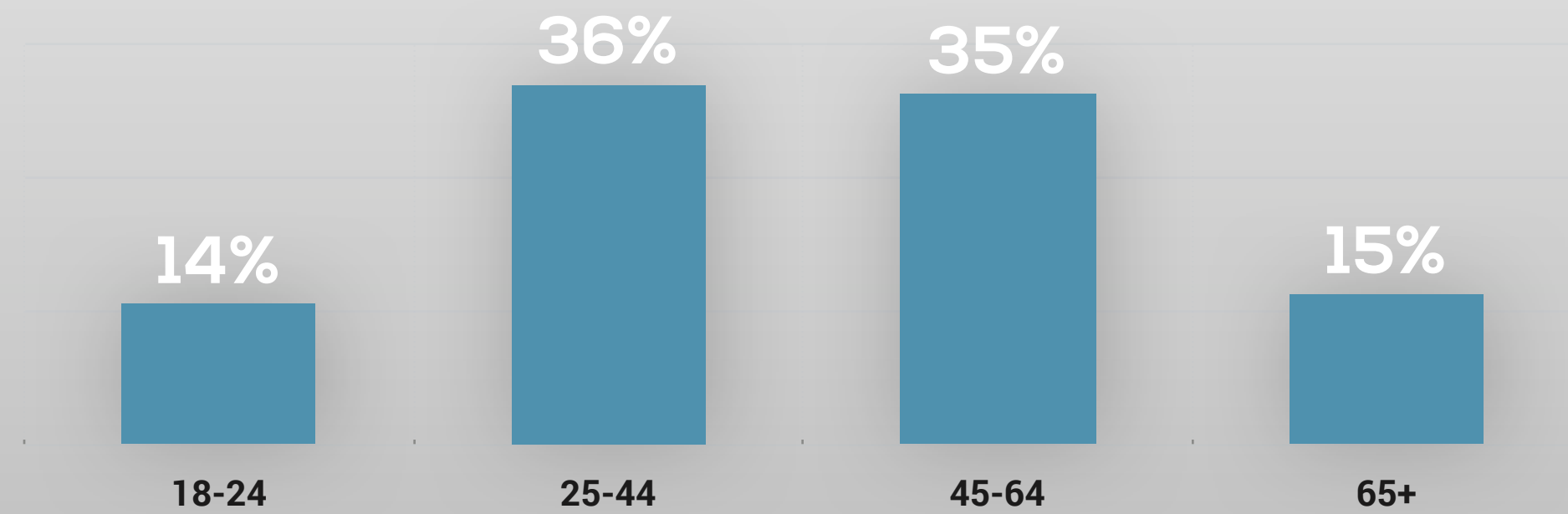
# Χαρακτηριστικά Δείγματος

[ ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ]

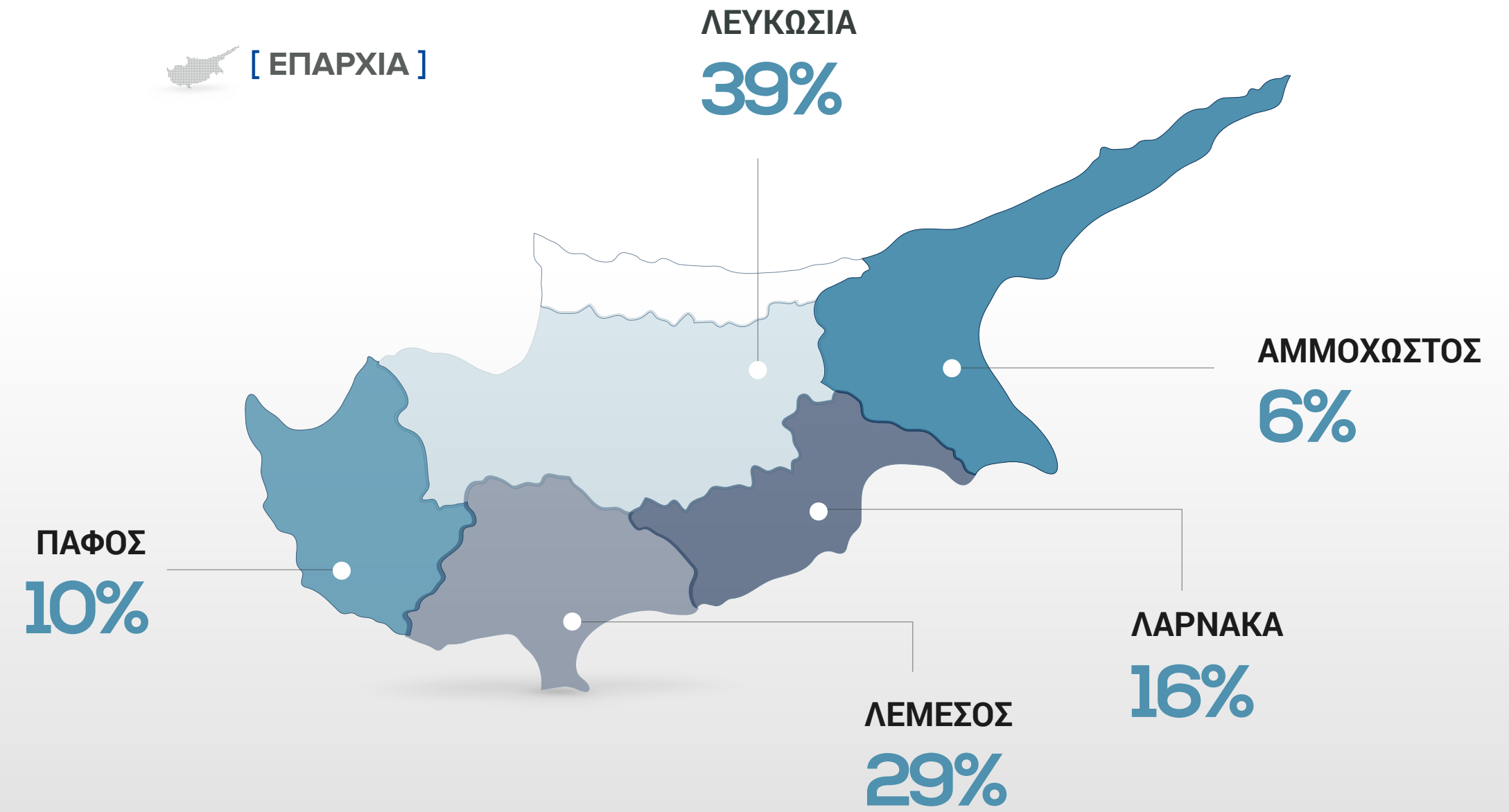
800 ΑΤΟΜΑ



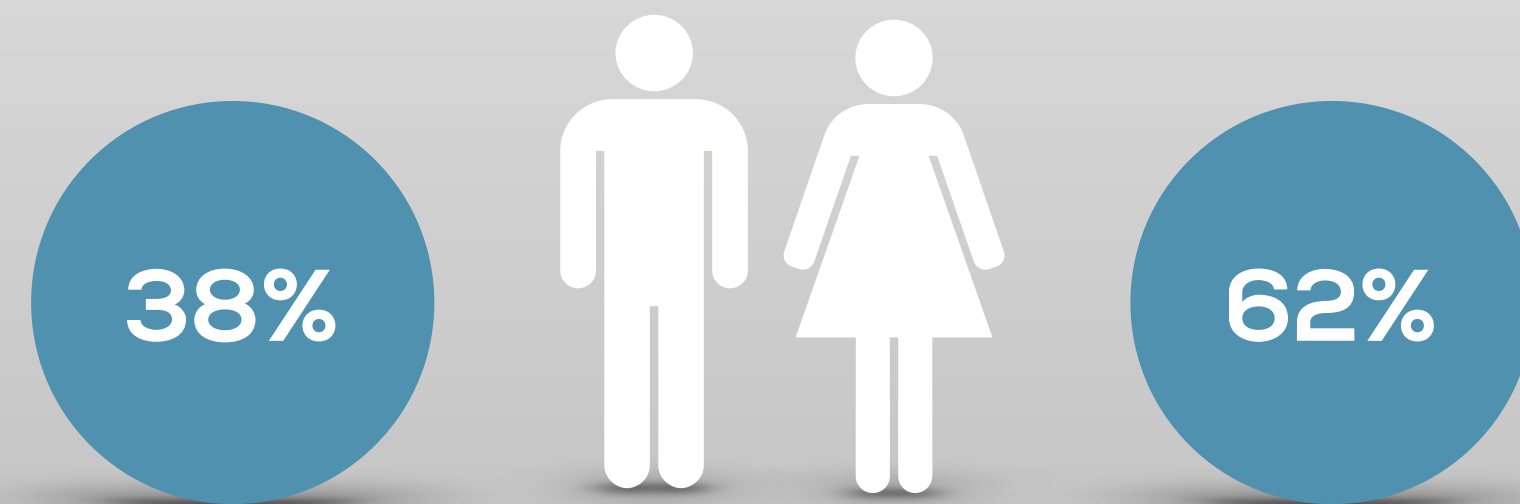
[ ΗΛΙΚΙΑ ]



[ ΕΠΑΡΧΙΑ ]



[ ΦΥΛΟ ]



# Καταναλωτικές Συνήθειες

# Σύνολο κριτηρίων για την επιλογή προϊόντων προς αγορά από υπεραγορές:

[Αυθόρμητη Αναφορά - Σύνολο Απαντήσεων]

Τιμή προϊόντος



Ποιότητα



Σχέση ποιότητας - τιμής  
(value for money)



Προσφορές



Συνήθης επιλογή



Επωνυμία  
προϊόντος/μάρκα



Συσκευασία



# Σύνολο κριτηρίων για την επιλογή της κύριας υπεραγοράς που επισκέπτονται:

[Αυθόρμητη Αναφορά - Σύνολο Απαντήσεων]

Βολική τοποθεσία



Τιμές προϊόντων



Ποικιλία προϊόντων



Καλές προσφορές



Ποιότητα προϊόντων



Καλή  
εξυπηρέτηση



Ευρυχωρία - άνεση



# Κατά μέσο όρο, πόσες διαφορετικές υπεραγορές επισκέπτεστε ανά μήνα;

Μία

17%



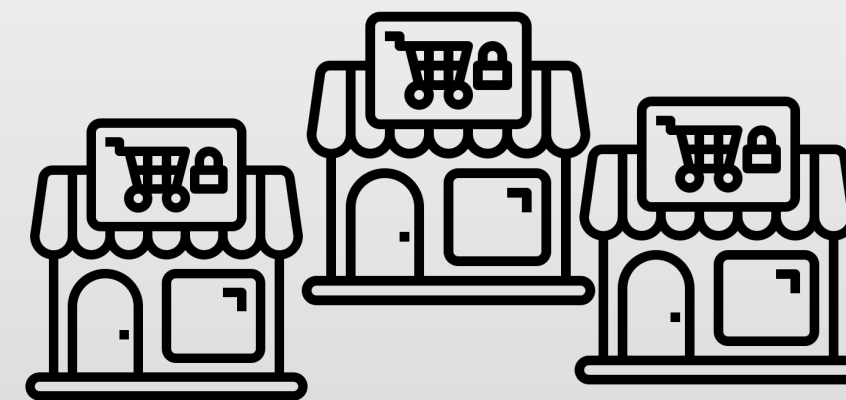
Δύο

40%



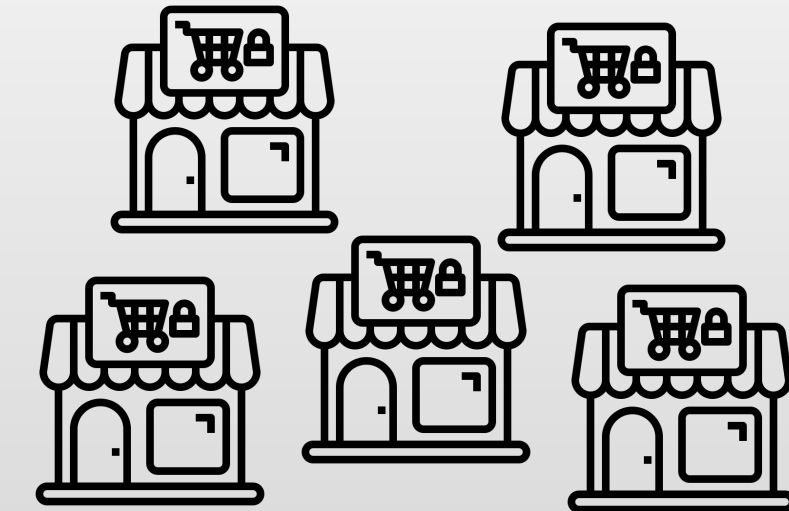
Τρεις

33%



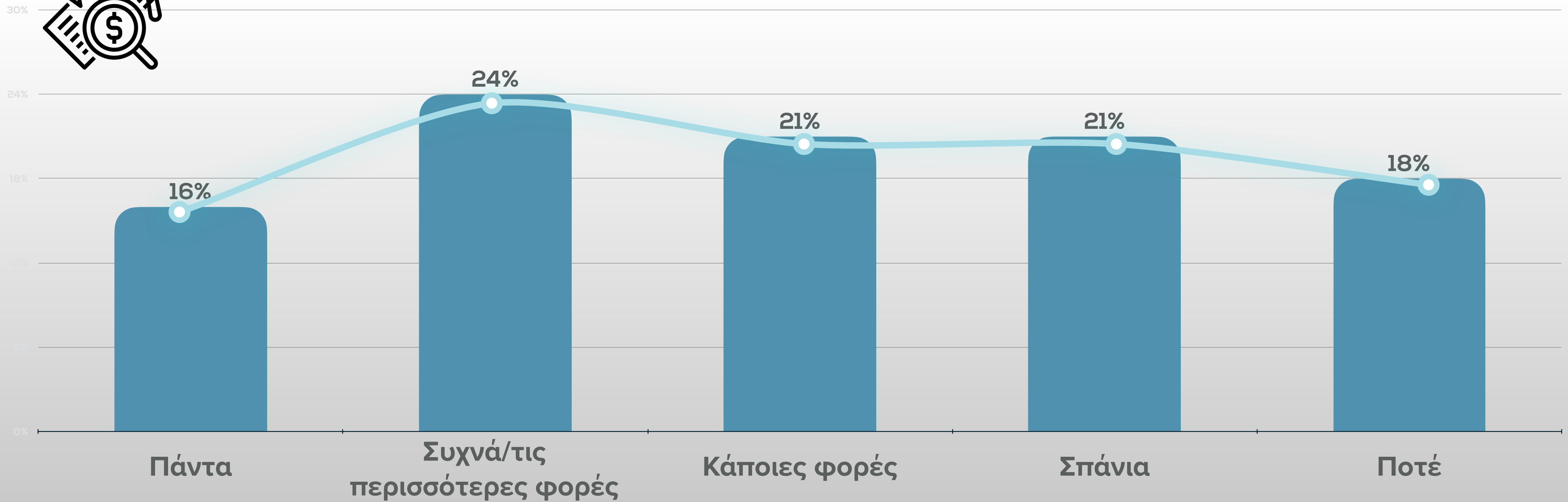
Περισσότερες από τρεις

10%





# Πόσο συχνά διενεργείτε έρευνα για τις τιμές των προϊόντων, πριν προβείτε σε αγορές από κάποια υπεραγορά;

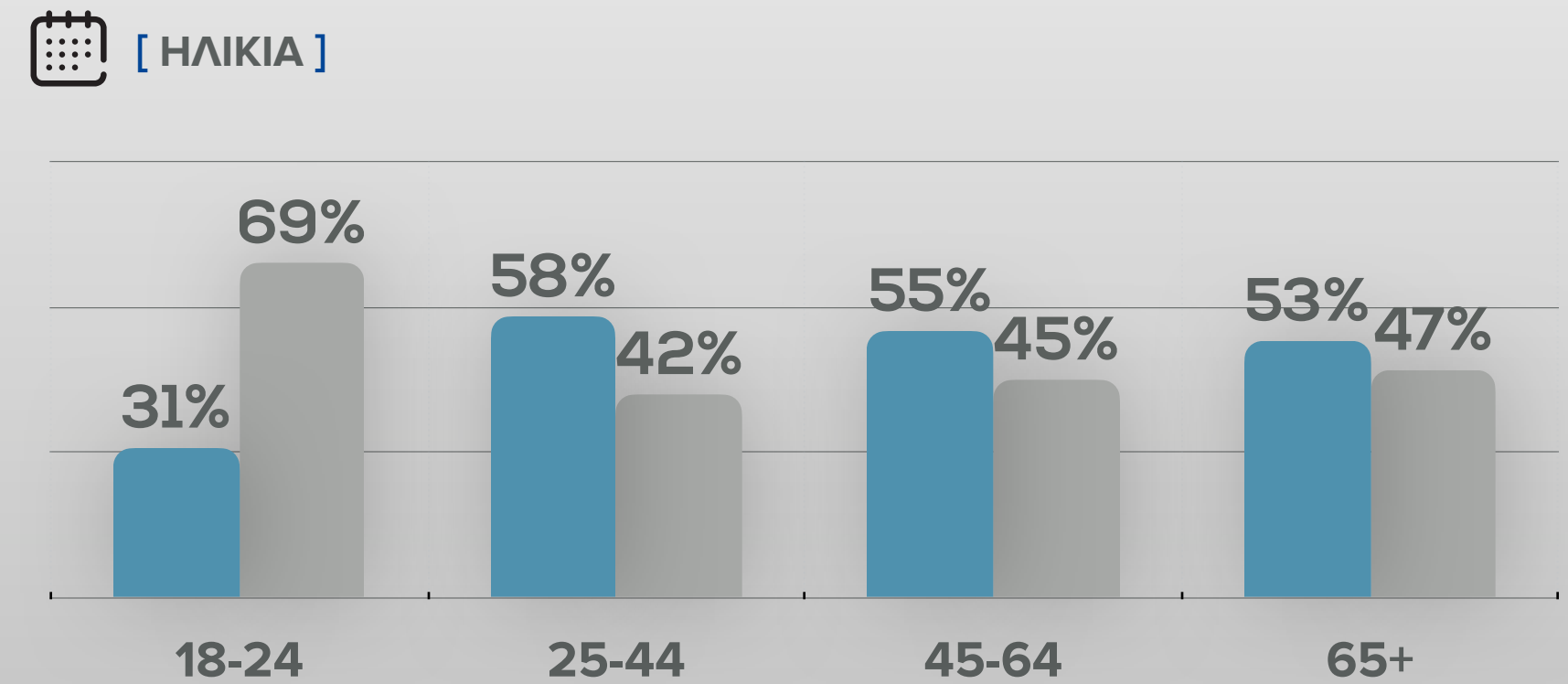
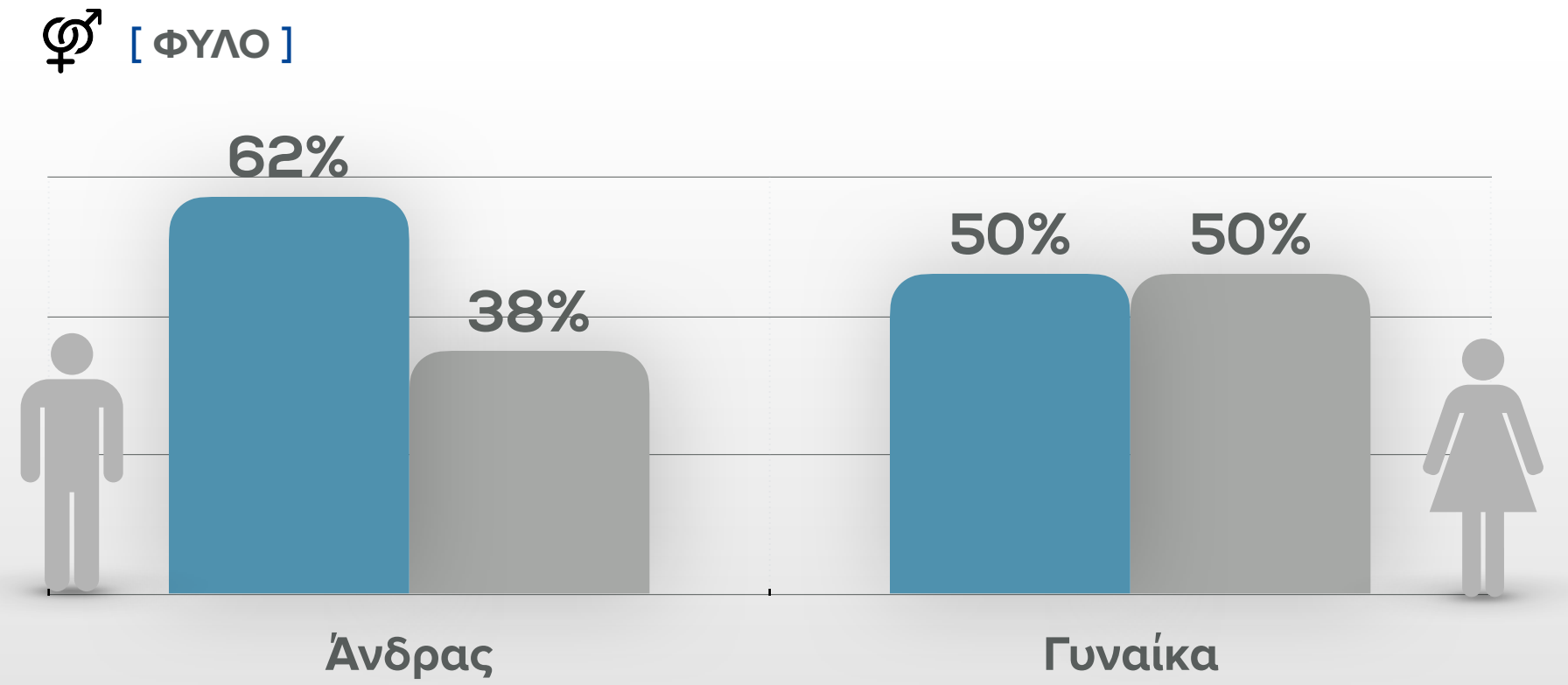


# e-kalathi

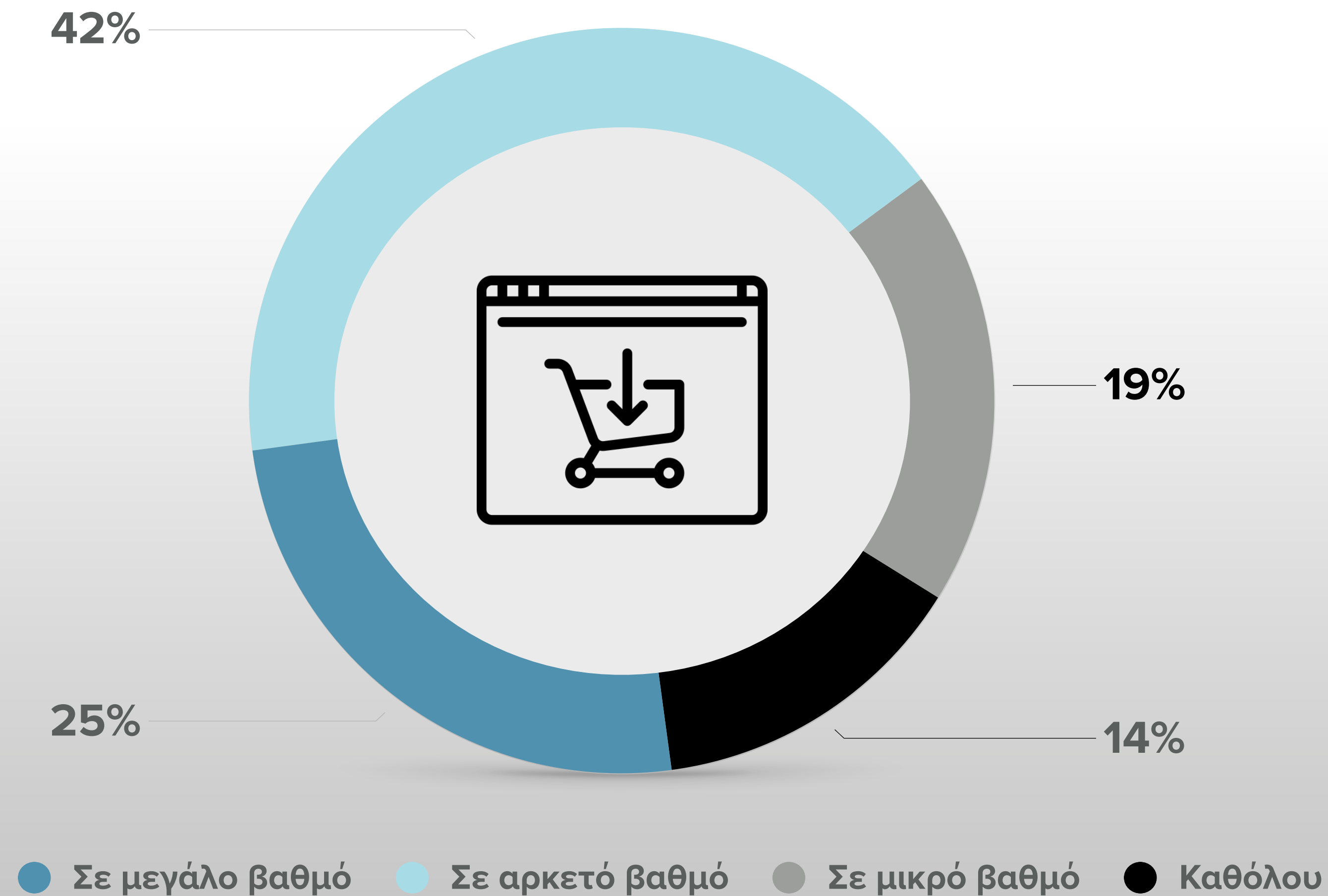
# Γνωρίζετε για την προσπάθεια δημιουργίας της ηλεκτρονικής εφαρμογής e-kalathi ή όχι;



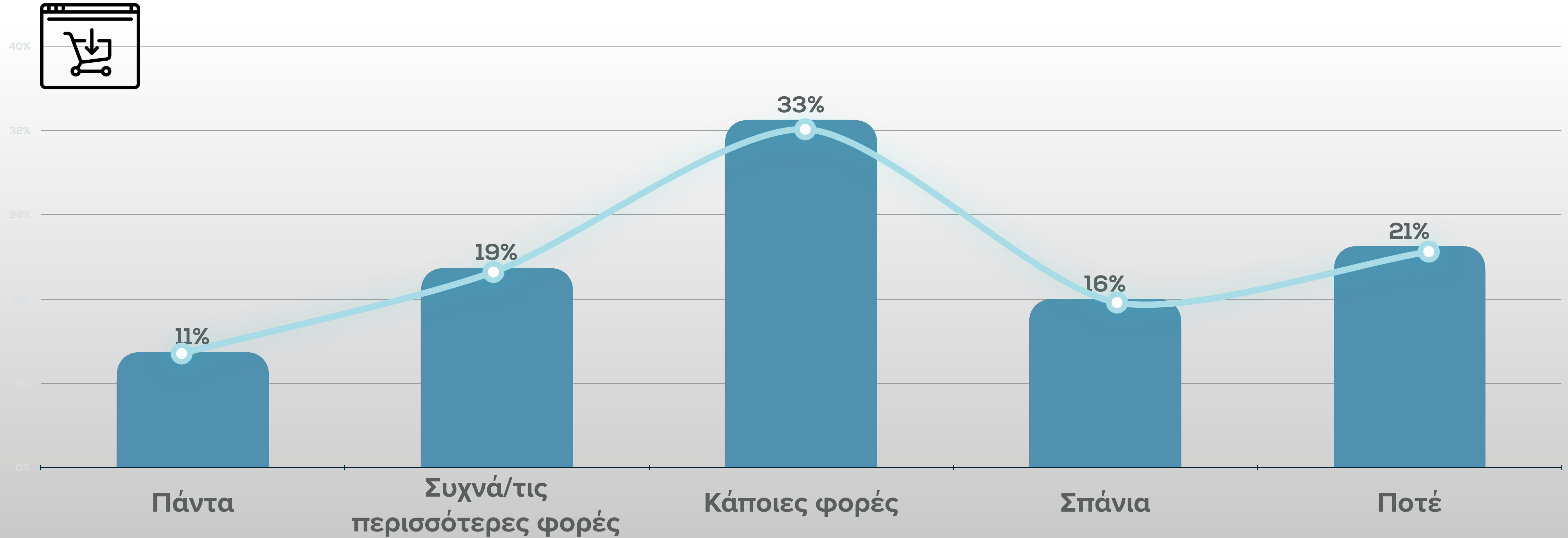
● Ναι ● Όχι



Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι η δημιουργία και η χρήση της ηλεκτρονικής εφαρμογής e-kalathi θα λειτουργήσει προς όφελος των καταναλωτών;



Σε περίπτωση που υλοποιηθεί η λειτουργία της εφαρμογής e-kalathi, πόσο συχνά πιστεύετε ότι θα τη χρησιμοποιείτε;



The worldwide transition into the era of Big Data and digital transformation, have driven **IMR/University of Nicosia™**, one of the largest market research organizations in Cyprus, to invest in an all new Market Business Intelligence unit. The Business Intelligence unit, through its collaboration with multiple teams of experts both in Cyprus and abroad, offers new and innovative solutions based on real time data collection, advance analytics and tailored-made visualizations endorsing strategic business decisions.

***Providing insights to your business™***



**DEPARTMENT OF COMMUNICATION**

**T:** +357 22 265150

**Φ:** +357 22 256530

**E:** [pastou.m@unic.ac.cy](mailto:pastou.m@unic.ac.cy)

**Mrs. Marina Pastou**

Qualitative Research Manager

For more information about IMR/University of Nicosia™ please visit our website:

[www.imr.com.cy](http://www.imr.com.cy)

Insights Market Research (IMR) Ltd:

Member of



Certified with

