



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
AGRICULTURAL UNIVERSITY OF ATHENS

Τμήμα Επιστήμης Τροφίμων & Διατροφής του Ανθρώπου
Π.Μ.Σ «ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ»
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΟΙΝΟΛΟΓΙΑ

ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΟΙΝΟΥ

ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ Ο ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ ΣΤΗΝ
ΑΓΟΡΑ ΚΡΑΣΙΟΥ;

Επιμέλεια : Γεωργουλούμης Αλέξανδρος

Εισηγητής : Βασιλικοπούλου Αικατερίνη

Αθήνα, Νοέμβριος 2020

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
1.Εισαγωγή.....	4
1.1.Κρασί και υγεία	4
1.2.Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.....	5
1.3.Σκοπός	5
2.Υλικά και μέθοδος.....	6
3.Αποτελέσματα	7
3.1.Δημογραφικά στοιχεία	7
3.2.Αγόρα κρασιού και συμπεριφορά καταναλωτή	7
3.3.Κατάσταση υγείας του δείγματος και καταναλωτική συμπεριφορά	9
3.4.Προηγούμενη γνώση σχετικά με το κρασί και την κατανάλωση του	9
4.Συμπεράσματα	11
Βιβλιογραφία.....	13

Περίληψη

Με αυξανόμενο ποσοστό καρδιαγγειακών παθήσεων, το κόκκινο κρασί έχει γίνει όλο και πιο δημοφιλές στους καταναλωτές που έχουν επίγνωση των θετικών επιδράσεων του κρασιού στην υγεία. Το κρασί συχνά προσφέρεται για τα πιθανά οφέλη του στην υγεία, αλλά σε ποιο βαθμό είναι η «υγεία» ένας παράγοντας όταν οι καταναλωτές λαμβάνουν τις αποφάσεις κατανάλωσης για τα αλκοολούχα ποτά; Αυτή η έρευνα στοχεύει στην περαιτέρω κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι καταναλωτές κάνουν τις επιλογές τους για το κρασί και επιπλέον στην κατανόηση του ρόλου που διαδραματίζει η επίδραση των κρασιών στην υγεία, στην προθυμία των καταναλωτών να αγοράσουν κρασί. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι καταναλωτές εκτιμούν τη σχέση μεταξύ της πρόσληψης τροφών/ποτών και της κατάστασης της υγείας τους. Οι καταναλωτές με προβλήματα υγείας ήταν αυτοί που πιθανότατα δείχνουν ότι καταναλώνουν κρασί για τα οφέλη του στην υγεία, δεν αναγνωρίζουν όμως την συμβολή της ρεσβερατρόλης σε αυτήν, γεγονός που υποδηλώνει μια πιθανή αγορά μεταξύ αυτών των καταναλωτών εάν γίνει περαιτέρω διαφήμιση πάνω σε αυτήν. Επιπλέον, οι καταναλωτές χωρίς πρόβλημα στην υγεία τους, δεν αναγνωρίζουν τα οφέλη του κρασιού στην υγεία, οπότε μπορεί να υπάρξει και εδώ μια αγορά, εάν γίνει διαφήμιση των θετικών επιδράσεων του κρασιού σε αυτούς.

1.Εισαγωγή

1.1.Κρασί και υγεία

Το θέμα της «οινοθεραπείας» ή της «θεραπείας με κρασί» εντοπίζεται από τους αρχαίους Αιγύπτιους (Robinson, 2006). Από την αρχαία Ελλάδα και τη Ρώμη έως τον Μεσαίωνα, έχει τεκμηριωθεί ένα ευρύ φάσμα με οφέλη για την υγεία από το κρασί. Από τη θανάτωση βακτηριδίων στο πόσιμο νερό έως τη χρήση ως πεπτικό βοήθημα, αντισηπτικό ή ανακουφιστικό για τον πόνο (Harding, 2005).

Σήμερα, το κρασί διατηρεί τη σύνδεσή του με την προσωπική υγεία λόγω των πολλών ερευνητικών μελετών που έχουν γίνει, επιβεβαιώνοντας ότι η κατανάλωση κρασιού με μέτρο μπορεί να είναι ευεργετική.

Σύμφωνα με το γαλλικό παράδοξο, η κατανάλωση κόκκινου κρασιού καθημερινά όχι μόνο βοηθά το καρδιαγγειακό σύστημα, αλλά επίσης αυξάνει τη διάρκεια ζωής, λόγω της περιεκτικότητας σε ρεσβερατρόλη (που βρίσκεται στους φλοιούς και στις γίγαρτα των κόκκινων σταφυλιών) στο κόκκινο κρασί (Catalgol et al., 2012). Η ρεσβερατρόλη έχει συνδεθεί με την πρόληψη της μείωσης της καρδιαγγειακής λειτουργίας που προκαλείται από το πέρας της ηλικίας (Das et al., 2011). Η Γαλλία ξεπερνά πολλές χώρες στο μέσο προσδόκιμο ζωής, εν μέρει λόγω της συνηθισμένης πρακτικής κατανάλωσης κόκκινου κρασιού με τα γεύματα τους (Brownlee, 2006). Οι Γάλλοι καταναλώνουν 2-3 ποτήρια κόκκινο κρασί ημερησίως, μειώνοντας τις ανθυγιεινές επιδράσεις των τροφών με υψηλή χοληστερόλη που είναι κοινές στη γαλλική διατροφή, συμπεριλαμβανομένων ψωμιών, τυριών και πλούσιων επιδορπίων (Brownlee, 2006).

Το κόκκινο κρασί περιέχει αντιοξειδωτικά, που ονομάζονται φλαβονοειδή, τα οποία μειώνουν τον κίνδυνο στεφανιαίας νόσου ρίχνοντας τα επίπεδα της κακής χοληστερόλης (χαμηλής πυκνότητας λιποπρωτεΐνη-LDL) και ενισχύοντας την καλή χοληστερόλη (λιποπρωτεΐνη υψηλής πυκνότητας-HDL). Μια συγκεκριμένη έρευνα έδειξε ότι μια ημερήσια δόση κόκκινου κρασιού συνδέεται, κατά μέσο όρο, με αύξηση 12% της HDL (Catanese, 2013). Η περιεκτικότητα σε ρεσβερατρόλη που βρίσκεται στο κόκκινο κρασί υποθέτεται ότι βοηθά σε ένα ευρύ φάσμα ιατρικών προβλημάτων. Ωστόσο, δεν είναι όλα τα κρασιά το ίδιο. Το κόκκινο κρασί περιέχει οκτώ φορές περισσότερα φλαβονοειδή από το λευκό κρασί (Catanese, 2013).

Λίγα είναι γνωστά για το ρόλο που έχει η πεποίθηση των καταναλωτών για την επίδραση στην υγεία, τις αντιλήψεις και τη γνώση αυτών των επιδράσεων, στην απόφαση αγοράς και κατανάλωσης κρασιού. Πόσο γνωρίζουν οι καταναλωτές για τα πιθανά οφέλη στην υγεία από το κρασί, και αυτή η γνώση επηρεάζει τις επιλογές κατανάλωσης κρασιού; Καθώς οι τάσεις για βελτίωση της υγείας, για δίαιτα και ευεξία μεταξύ των καταναλωτών συνεχίζονται, τι ρόλο θα έχει το κρασί σε αυτές; Θα αλλάξουν οι καταναλωτές τις αποφάσεις αγοράς κρασιού λόγω ανησυχιών για την υγεία;.

1.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή και τις προτιμήσεις των καταναλωτών

Τα οφέλη για την υγεία μπορούν να προσφέρουν προστιθέμενη αξία μόνο εάν οι καταναλωτές αναγνωρίζουν το όφελος αυτών και το θεωρούν σημαντικό (Lähteenmäki, 2013). Οι προτιμήσεις για προϊόντα που ισχυρίζονται ότι προσφέρουν οφέλη στην υγεία εξαρτώνται από τη σχέση μεταξύ των επιδράσεων στην υγεία και του φύλου που θα έχει τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα του προϊόντος (Lähteenmäki, 2013). Για παράδειγμα, τα οφέλη για την υγεία των οστών και το ασβέστιο προτιμώνται περισσότερο από τις γυναίκες και τα οφέλη μείωσης της χοληστερόλης γίνονται αντιληπτά περισσότερο από τους άνδρες (Ares and Gámbaro, 2007, Dean et al., 2007, Urala et al., 2003). Η ηλικία αυξάνει τη συνείδηση και τις ανησυχίες που σχετίζονται με την υγεία, καθιστώντας τα προϊόντα με οφέλη για την υγεία πιο ελκυστικά (Ares et al., 2009, Herath et al., 2008, Siegrist et al., 2008).

Ο Casini et al. (2009) διαπίστωσε σε ερευνά του ότι η προηγούμενη προσωπική εμπειρία, οι προσωπικές προτάσεις και η γεύση του κρασιού ήταν οι πιο σημαντικοί παράγοντες στις αποφάσεις αγοράς κρασιού και ότι οι διαφορές στις προτιμήσεις των ερωτηθέντων θα μπορούσαν να εξηγηθούν από δημογραφικά στοιχεία όπως η ηλικία και η καταγωγή. Οι επιλογές του τρόπου ζωής, συμπεριλαμβανομένου ενός υγιεινού τρόπου ζωής, έχουν επίσης αποδειχθεί ότι σχετίζονται θετικά με τις προτιμήσεις για το κρασί (Thach και Olsen, 2004).

1.3. Σκοπός

Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι (α) να αξιολογηθεί η γνώση σχετικά με τα οφέλη του κρασιού για την υγεία, στην επιθυμία ενός καταναλωτή να αγοράσει κρασί, (β) να τμηματοποιήσει τους καταναλωτές οίνου με βάση την κατάσταση της υγείας τους, και (γ) να διερευνήσει τις διαφορές στις επιλογές των καταναλωτών με βάση την κατάσταση της υγείας τους.

2.Υλικά και μέθοδος

Για να επιτευχθούν οι ερευνητικοί στόχοι της εργασίας, χρησιμοποιήθηκε ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο για την αξιολόγηση των γνώσεων των καταναλωτών σχετικά με τις επιδράσεις του κρασιού στην υγεία και την κατάσταση της υγείας τους. Χρησιμοποιήθηκε επίσης για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την σχέση των πεποιθήσεων και των συνήθειών τους στην επιλογή κρασιού από τους καταναλωτές.

Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 12 ερωτήσεις. Οι τέσσερις πρώτες ερωτήσεις της έρευνας αφορούσαν τις συνήθειες αγοράς κρασιού και περιελάμβαναν ερωτήσεις για την μηνιαία κατανάλωση κρασιού, το επίπεδο γνώσης σχετικά με το κρασί, τον λόγο κατανάλωσης κρασιού όπως πχ. χαλάρωση, γεύση, food pairing και τη σημασία των χαρακτηριστικών του κρασιού στην απόφαση αγοράς. Ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να δηλώσουν τη σημασία των διαφορετικών χαρακτηριστικών αγοράς του κρασιού στις αποφάσεις αγοράς τους χρησιμοποιώντας μια κλίμακα αξιολόγησης, με το 1 να αντιπροσωπεύει το "καθόλου σημαντικό/ή" και το 5 αντιπροσώπευε το "Εξαιρετικά σημαντικό/ή" στις αποφάσεις αγοράς του ερωτώμενου. Αυτά τα χαρακτηριστικά (συμπεριλαμβανομένης της τιμής, της επωνυμίας και των προσδοκιών της γεύσης) επιλέχθηκαν από προηγούμενες έρευνες, που εξέταζαν τον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αγοράζουν κρασιά.

Ακολούθησε ερώτηση για να εξετασθεί η κατάσταση της υγείας τους. Επίσης, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να δηλώσουν το επίπεδο συμφωνίας τους με προτάσεις όπως: το κρασί μπορεί να μειώσει τον κίνδυνο ορισμένων ασθενειών, νομίζω ότι το κρασί είναι ένα υγιές αλκοολούχο ποτό, θα έπινα περισσότερο κρασί αν νόμιζα ότι ήταν υγιές για μένα.

Στους ερωτηθέντες παρουσιάστηκε μια λίστα με τα οφέλη του κρασιού στην υγεία και τους ζητήθηκε να επιλέξουν ποια οφέλη αντιστοιχούν την κατανάλωση κόκκινου και λευκού κρασιού. Αυτές οι ερωτήσεις σχεδιάστηκαν για να αξιολογηθεί η προηγούμενη γνώση των ερωτηθέντων σχετικά με τα οφέλη αυτά και να δούμε σε ποιο κρασί (λευκό ή κόκκινο) προσδίδουν τα περισσότερα οφέλη. Στη συνέχεια, ρωτήθηκαν από πού θα έπαιρναν πληροφορίες σχετικά με τα οφέλη για την υγεία που σχετίζονται με το κρασί, δίνοντας πολλές επιλογές, όπως γενικοί διαδικτυακοί ιστότοποι πληροφοριών (π.χ. Google και blogs) και διαφημίσεις (συμπεριλαμβανομένων έντυπων, τηλεοπτικών, ραδιοφώνων). Επιπλέον έγιναν ερωτήσεις ώστε να ελεγχθεί εάν θα ήταν πιο πιθανό να καταναλώνουν ή / και να πληρώνουν περισσότερα για κρασί με υψηλότερα επίπεδα ρεσβερατρόλης αφού τους έγινε ενημέρωση για αυτήν και τα πιθανά οφέλη της κατανάλωσης της. Το τελευταίο τμήμα της έρευνας έθεσε βασικές ερωτήσεις σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων.

3.Αποτελέσματα

3.1.Δημογραφικά στοιχεία

Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε σε ενήλικους καταναλωτές κρασιού σε πολλούς νομούς της Ελλάδας. Συγκεκριμένα στους νομούς , Πέλλας , Θεσσαλονίκης, Λέσβου, Κυκλάδων, Αθηνών, Κοζάνης, Έβρου και Σερρών. Οι συνολικές απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο ήταν 200.

Μεταξύ του δείγματος υπήρχε σημαντική διαφορά ως προς το φύλο. Το 61,7% ήταν γυναίκες ενώ το 38,3% άνδρες. Σημαντική διαφορά επίσης υπήρχε και ως προς την ηλικία των ερωτηθέντων. Το 55,7% του δείγματος άνηκε στο ηλικιακό γκρουπ των 18-29 ετών , ενώ ακολουθεί το ηλικιακό γκρουπ των 50-68 ετών με ποσοστό 20%. 12,4% και 11,9% ήταν τα ηλικιακά γκρουπ των 30-37 και 38-49 αντίστοιχα. Η πλειονότητα του δείγματος με ποσοστό 54,7% καταναλώνει 5 ποτήρια κρασί μηνιαίως. Το 22,4% του δείγματος καταναλώνει 11 ποτήρια κρασί κάθε μήνα ενώ πάνω από 20 ποτήρια κρασί καταναλώνει το 4,9% του δείγματος. Το 42,7% των ερωτηθέντων έχει μέτρια γνώση πάνω στο κρασί ενώ το 14,6% καλή.

3.2.Αγόρα κρασιού και συμπεριφορά καταναλωτή

Σύμφωνα με το δείγμα, κρασί πίνουν κυρίως ως συνοδευτικό φαγητού (52%), επειδή τους αρέσει η γεύση (51,5%) και για χαλάρωση (51%). Για τα οφέλη του στην υγεία, το επιλέγει το 18,8% του δείγματος. Η επιδιωκόμενη γεύση, η ποικιλία και η τιμή είναι οι 3 κύριοι παράγοντες που χαρακτηρίστηκαν εξαιρετικά σημαντικοί στην απόφαση αγοράς κρασιού με 77,7% , 34,7% και 28,2% αντίστοιχα ποσοστά. Επίσης, τα θρεπτικά συστατικά ή την επίδραση στην υγεία, στην απόφαση αγοράς κρασιού, χαρακτήρισαν εξαιρετικά σημαντικά το 24,3% του δείγματος. Το 22,8% του δείγματος τα χαρακτήρισε ως πολύ σημαντικά, ενώ μόνο το 8,9% του δείγματος τα χαρακτήρισε ως καθόλου σημαντικά.

Γενικοί διαδικτυακοί ιστότοποι πληροφοριών φαίνεται να είναι η κύρια πηγή πληροφόρησης όσον αφορά θέματα υγείας σχετικά με το κρασί με ποσοστό 70,3%, ενώ ακολουθεί το οινοποιείο σαν πηγή πληροφόρησης με ποσοστό 40,1% , καθώς και οι οικογένεια και φίλοι (39,6%).

Σχετικά με το επίπεδο συμφωνίας τους πάνω στις προτάσεις που ήταν σχετικές με το κρασί και την υγεία, το δείγμα χαρακτήρισε με 84,7% την πρόταση που αφορούσε το κρασί και την προσφορά του στην υγεία σε σχέση με άλλα αλκοολούχα ποτά, ως την πρόταση με το μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνίας. Πάνω από το 50% του δείγματος συμφώνησε με όλες τις προτάσεις, εκτός της ερώτησης με το αν το κρασί μπορεί να μειώσει τον κίνδυνο ορισμένων ασθενειών, όπου το ποσοστό συμφωνίας έπεσε στο 43,5%.

	Συμφωνώ ή συμφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ ή διαφωνώ απόλυτα
Το κρασί μπορεί να μειώσει τον κίνδυνο ορισμένων ασθενειών	43,5%	10,4%
Θα πλήρωνα περισσότερα για το κρασί αν ενισχυόταν η υγεία μου από αυτό	64,3%	15,8%
Νομίζω ότι το κρασί είναι ένα υγιές αλκοολούχο ποτό	62,7%	7,9%
Το κρασί προσφέρει περισσότερα στην υγεία από άλλα αλκοολούχα ποτά	84,7%	4%

Πίνακας 1. Ποσοστό συμφωνίας σχετικά με το επίπεδο συμφωνίας η διαφωνίας αναφορικά με τις προτάσεις σχετικά με το κρασί και την υγεία.

Στην ερώτηση σχετικά με την ρεσβερατρόλη, το 59,4% του δείγματος είναι πάρα πολύ ή πολύ πιθανό να καταναλώσει κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης. Μόνο το 2% του δείγματος υπέδειξε ότι είναι καθόλου πιθανό να καταναλώσει κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης. Παράλληλα, το 69% του δείγματος υπέδειξε ότι θα πλήρωνα παραπάνω για ένα κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης, ενώ το 31% του δείγματος δεν θα το έκανε. Από την μερίδα του δείγματος που είναι πολύ ή πάρα πολύ πιθανό να αγοράσει κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης, το 76,57% του δείγματος αυτού είναι διατεθειμένο να πληρώσει παραπάνω για κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης, ενώ το 21,62% αυτού του δείγματος δεν θα πλήρωνα παραπάνω.

3.3. Κατάσταση υγείας του δείγματος και καταναλωτική συμπεριφορά

Για να ανακαλυφθεί εάν υπάρχουν διαφορές στις καταναλωτικές συνήθειες μεταξύ αυτών που έχουν κάποιο πρόβλημα υγείας και σε αυτούς που δεν έχουν, στο δείγμα δόθηκε η ερώτηση σχετικά με το εάν υποφέρουν ή εάν έχουν υποφέρει από καρδιαγγειακά προβλήματα ή προβλήματα που σχετίζονται με την πρόσληψη τροφών / ποτών. Έτσι, αυτοί που έχουν προβλήματα υγείας είναι το 12,9% του δείγματος και για τις ανάγκες της έρευνας ονομάστηκε «μη υγιείς» γκρουπ ενώ το «υγιείς» γκρουπ (87,1% του δείγματος) δεν έχει προβλήματα υγείας σχετιζόμενα με την ερώτηση.

Στο «μη υγιείς» γκρουπ το 61,5% είναι γυναίκες και η ηλικία τους σε ποσοστό 50% είναι 50-68 ετών. Το γκρουπ αυτό επιλέγει κρασί με βάση την τιμή (84,6%) ενώ στην 4^η θέση της σειράς επιλογής βρίσκεται η ποικιλία και η επίδραση του κρασιού στην υγεία (26,9%). Επιπρόσθετα, το γκρουπ αυτό, καταναλώνει κρασί κυρίως επειδή του αρέσει η γεύση του με ποσοστό 42,2% ενώ για τα οφέλη του στη υγεία καταναλώνει το 38,4%. Το γκρουπ αυτό επίσης, συμφωνεί πολύ ή απόλυτα με την πρόταση ότι το κρασί προσφέρει περισσότερα στην υγεία από άλλα αλκοολούχα ποτά, σε ποσοστό 92,3%. Στο γκρουπ αυτό το 42,3% βρίσκει πολύ ή πάρα πολύ πιθανό το να καταναλώσει κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης ενώ το 76,9% θα πλήρωνε παραπάνω για κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης.

Στο «υγιείς» γκρουπ το 61,3% είναι γυναίκες και η ηλικία τους με ποσοστό 59,6% είναι 18-29 ετών. Και αυτό το γκρουπ επιλέγει κρασί κατά κύριο λόγο με βάση την τιμή με ποσοστό 76,7%, ενώ και εδώ η επίδραση του κρασιού στην υγεία όσον αφορά την επιλογή του, βρίσκεται στην 4^η θέση με ποσοστό 23,8%. Αυτό το γκρουπ όμως καταναλώνει κρασί για τα οφέλη του στην υγεία σε ποσοστό 15,9%. Ομοίως με το «μη υγιείς» γκρουπ, και αυτό συμφωνεί πολύ ή απόλυτα με την πρόταση ότι το κρασί προσφέρει περισσότερα στην υγεία από άλλα αλκοολούχα ποτά, σε ποσοστό 83,5%. Το 56,8% του δείγματος αυτού βρίσκει πολύ ή πάρα πολύ πιθανό το να καταναλώσει κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλη ενώ το 65% του δείγματος θα πλήρωνε παραπάνω για κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης.

3.4. Προηγούμενη γνώση σχετικά με το κρασί και την κατανάλωση του

Για την αξιολόγηση της υπάρχουσας γνώσης σχετικά με τα οφέλη της κατανάλωσης κρασιού του δείγματος, οι ερωτηθέντες είχαν μια λίστα με ερωτήσεις με οκτώ πιθανά οφέλη της κατανάλωσης κρασιού και τους ζητήθηκε να δηλώσουν εάν το καθένα όφελος προκύπτει από την κατανάλωση κόκκινου κρασιού ή λευκού κρασιού. Τα οφέλη αυτά είχαν να κάνουν με τη μείωση του επιπέδου χοληστερόλης έως τον έλεγχο του σακχάρου στο αίμα και από το πιο έχει αντιοξειδωτική δράση έως τη βελτίωση της ελαστικότητας του δέρματος. Η ιδέα δεν ήταν απαραίτητα ποιος θα επιλέξει τις περισσότερες σωστές απαντήσεις αλλά ήταν να κατανοήσουμε καλύτερα τα χαρακτηριστικά υγείας που αποδίδουν οι άνθρωποι στην κατανάλωση κόκκινου και λευκού κρασιού.

Το δείγμα υπέδειξε 7 από τα 8 πιθανά οφέλη στο κόκκινο κρασί και ένα μόνο στο λευκό. Η βοήθεια στο καρδιαγγειακό σύστημα ήταν η πιο κοινή επιλογή για το κόκκινο κρασί με ποσοστό 92,4%, ενώ η επίδραση του στον έλεγχο του σακχάρου ήταν η επιλογή με την λιγότερη συμμετοχή για το κόκκινο κρασί με ποσοστό 56,8%.

Το δείγμα επέλεξε με ποσοστό 62,4% ότι το λευκό κρασί βοηθά την ελαστικότητα του δέρματός. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι ερωτηθέντες εντόπισαν λιγότερα οφέλη για την υγεία που σχετίζονται με το λευκό κρασί. Σε όλες τις περιπτώσεις, εκτός από μία (ελαστικότητα δέρματος), ένα σημαντικά υψηλότερο ποσοστό των ερωτηθέντων συσχετίζει τα οφέλη για την υγεία με το κόκκινο κρασί σε σύγκριση με το λευκό κρασί.

4.Συμπεράσματα

Με το αυξανόμενο ανταγωνιστικό τοπίο στη βιομηχανία οίνου, η βελτιωμένη γνώση των προτιμήσεων των καταναλωτών μπορεί να βοηθήσει τα οινοποιεία και τους πωλητές οίνου να βελτιώσουν τις πωλήσεις και να ενσωματώσουν νέες τεχνικές μάρκετινγκ. Καθώς το ενδιαφέρον για λειτουργικά τρόφιμα και ποτά αυξάνεται, η πτυχή της υγείας του κόκκινου κρασιού θα μπορούσε να είναι ένα εργαλείο μάρκετινγκ για να ξεχωρίσει το οινοποιείο ή τον πωλητή οίνου από τους ανταγωνιστές του.

Η έρευνα παρέχει κάποια ενδιαφέρουσα εικόνα για τη σχέση μεταξύ της υγείας και της συμπεριφοράς των καταναλωτών όσον αφορά την κατανάλωση κρασιού. Σύμφωνα με αυτήν, διαπιστώθηκε ότι οι καταναλωτές βασίζονται συνήθως τις αποφάσεις αγοράς στην προσδοκώμενη γεύση του κρασιού (77,7%), την ποικιλία (34,7%) και την τιμή (28,2%). Τα θρεπτικά χαρακτηριστικά θεωρούνται και αυτά σημαντικό χαρακτηριστικό (24,3%) όταν οι καταναλωτές αγοράζουν κρασί και επίσης πιστεύουν ότι το κρασί είναι μια πιο υγιεινή εναλλακτική λύση σε σχέση με άλλες επιλογές αλκοολούχων ποτών. Επιπλέον, τα μηνύματα που αντηχούν πιο έντονα στον γενικό πληθυσμό που καταναλώνει κρασί είναι ότι το κόκκινο κρασί είναι «πιο υγιεινό» από το λευκό κρασί και ότι το κόκκινο κρασί μπορεί να βελτιώσει το καρδιαγγειακό σύστημα.

Όσον αφορά την ρεσβερατρόλη, οι καταναλωτές δεν φαίνεται να έχουν δισταγμό σχετικά με την κατανάλωση κρασιού ενισχυμένο με αυτήν με το 59,4% του δείγματος μας να φαίνεται να θέλει να συμμετάσχει στην κατανάλωση αυτού του κρασιού. Μεταξύ αυτών, η συντριπτική πλειονότητα έδειξε προθυμία να πληρώσει παραπάνω για αυτό το πρόσθετο όφελος.

Ίσως ως μηχανισμός εναλλακτικής «θεραπείας», οι καταναλωτές με ζητήματα υγείας ήταν αυτοί που δείχνουν ότι καταναλώνουν κρασί για τα οφέλη του στη υγεία. Αντίθετα, ως μηχανισμό πρόληψης, οι ερωτηθέντες που δεν είχαν θέμα με την υγεία, ήταν εκείνοι, σε μεγαλύτερο ποσοστό, που ήταν πιο πιθανό να καταναλώσουν κρασί με αυξημένα επίπεδα ρεσβερατρόλης, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό επίσης θα πλήρωνε παραπάνω για το ενισχυμένο αυτό κρασί. Η ευκαιρία που παρουσιάζεται εδώ είναι διπλή. Πρώτον, ίσως η σχέση μεταξύ υγείας και κρασιού μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο για την αύξηση της κατανάλωσης μεταξύ καταναλωτών που πάσχουν από προβλήματα υγείας και μπορεί να επωφεληθούν από την κατανάλωση κρασιού, αν γίνει εντατικότερη διαφήμιση για την ρεσβερατρόλη σε αυτούς. Δεύτερον, φαίνεται να υπάρχει ένα τμήμα του πληθυσμού που δεν αναγνωρίζει τα οφέλη για την υγεία του κρασιού, αλλά αναγνωρίζει την συμβολή της ρεσβερατρόλης σε αυτήν. Ίσως υπάρχουν ευκαιρίες για περαιτέρω αύξηση της κατανάλωσης σε αυτό το τμήμα του πληθυσμού, εκπαιδευοντάς το περαιτέρω για τις ιδιότητες υγείας του κρασιού.

Εν κατακλείδι, με βάση τα ευρήματα αυτής της μελέτης, υπάρχει δυνατότητα αξιοποίησης των υγειονομικών πτυχών του κρασιού ως εργαλείο μάρκετινγκ. Αν και έχουν πολλά ακόμα να διερευνηθούν πάνω στο κομμάτι αυτό, τα ευρήματα της έρευνας αυτής υποδηλώνουν πληροφορίες για το πώς σκέφτονται συγκεκριμένες ομάδες καταναλωτών προτού λάβουν αποφάσεις αγοράς οίνου.

Βιβλιογραφία

- Wine and Health: A Review Jacquelyn M. Guilford¹ and John M. Pezzuto B. Catalgol, S. Batirel, Y. Taga, N. Ozer
- Resveratrol: French paradox revisited Front. Pharmacol., 3 (2012), p. 141
- Catanese, N. 2013. Could red wine save your life? Wellness Magazine. March. Centers for Disease Control and Prevention. 2014.
- Heart Disease Facts. D. Das, S. Mukherjee, D. Ray Erratum to: resveratrol and red wine, healthy heart and longevity Heart Fail Rev., 16 (2011)
- M. Dean, R. Shepherd, A. Arvola, M. Vassallo, M. Winkelmann, E. Claupein Consumer perceptions of healthy cereal products and production methods J. Cereal Sci., 46 (3) (2007)
- L.D. Hollebeek, S.R. Jaeger, R.J. Brodie, A. Balemi The influence of involvement on purchase intention for new world wine Food Qual. Prefer., 18 (2007)
- M. Lindberg, E. Amsterdam Alcohol, wine, and cardiovascular health Clin. Cardiol., 31 (8) (2008)
- G. Lippi, M. Franchini, G. Guidi Red wine and cardiovascular health the “French Paradox” revisited Int. J. Wine Res., 2010 (2010)
- The impact of moderate wine consumption on health AnaArteroaArturoArterobcJuan J.TaríndAntonioCanoef
- Current knowledge of the health benefits and disadvantages of wine consumption
- The influence of perceived healthiness on wine consumption patterns Anthony J.Saliba^aCarmen C.Moran^{b1}
- Wine and health perceptions: Exploring the impact of gender, age and ethnicity on consumer perceptions of wine and health Kathryn J.ChangMWLiz Thach JaneenOlsen