



Ερευνητική Έκθεση Συμπερασμάτων της Έρευνας

“Έρευνα Καταναλωτικών Συνηθειών

και Προτύπων

σε Πολιτισμικά Διαφοροποιημένες Ομάδες”



Το Πρόγραμμα της Κ.Π. EQUAL συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας σε ποσοστό 25%



ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ MULTICULTURAL MANAGEMENT & TECHNOLOGICAL ADAPTATIONS

Τσάμη Καρατάσου 11 – Αθήνα 117 42, Τηλ. 9211274 Fax 9228130
11 Tsami Karatassou Str.-Athens 117 42, Tel. 9211274 Fax 9228130

Οι περισσότερες μετανάστριες, **σε ποσοστό 50,7%**, σύμφωνα με την έρευνα, προέρχονται από το ανατολικό μπλοκ χωρών με τις μισές από την Αλβανία, και στην συνέχεια από τις πρώην Σοβιετικές δημοκρατίες. Η παρουσία των Ασιατισσών γυναικών είναι πολύ περιορισμένη, με πρώτη χώρα σε παρουσία γυναικών, τις Φιλιππίνες. Ακόμα μικρότερη η παρουσία γυναικών από την Αφρική. Σε γενικές γραμμές οι γυναίκες μετανάστριες φαίνεται ότι έχουν φύγει από χώρες με χαμηλότερο βιοτικό επίπεδο σε αναζήτηση καλύτερης ζωής.

Σχεδόν όλες βρίσκονται στην Ελλάδα πάνω από 7 χρόνια, **σε ποσοστό 32,3%**. Ο αριθμός των γυναικών που έχουν έρθει την τελευταία χρονιά είναι πάρα πολύ χαμηλός (**1,4%**). Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι οι συνθήκες στις χώρες τους μπορεί να έχουν γίνει καλύτερες και δεν χρειάζεται να φύγουν, η ότι προτιμούν άλλες χώρες που μπορεί να τους προσφέρουν καλύτερες συνθήκες ζωής.

Όσες παίρνουν την απόφαση να ξενιτευτούν, είναι συνήθως παντρεμένες ή έχουν κάποιο σύντροφο, **σε ποσοστό 72,7%**. Στην Ελλάδα τα νοικοκυριά τους αποτελούνται τουλάχιστον από 3 άτομα και πάνω, είτε είναι σύζυγος και παιδιά, είτε συγγενείς, και άλλοι. **Σε ποσοστό 52%** των νοικοκυριών, υπάρχουν παιδιά που είναι κάτω των 18 χρόνων. Συνήθως ζουν σε νοικιασμένα διαμερίσματα των δύο (2) ή των τριών (3) δωματίων. Αυτό σημαίνει ότι στα σπίτια των μεταναστριών ζουν πολλά άτομα σε μικρότερους χώρους.



Το Πρόγραμμα της Κ.Π. EQUAL συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας σε ποσοστό 25%



Μετανάστριες και Ανορές

Αν και μικρά και περιορισμένων τετραγωνικών – **η πλειοψηφία κατοικεί σε δωάρι σε ποσοστό 52,9%, το οποίο δεν είναι ιδιόκτητο αλλά ενοικιασμένο σε ποσοστό 78,1%** - τα σπίτια των μεταναστριών, έχουν τις βασικές συσκευές νοικοκυριού κατά πλειοψηφία, όπως πλυντήριο ρούχων και ηλεκτρική σκούπα αλλά σχεδόν όλα έχουν έγχρωμη τηλεόραση, **σε συντριπτική πλειοψηφία ύψους**

99,1% και αρκετά διαθέτουν και μηχάνημα **DVD (61,8%)**. Οι μισές έχουν και δικό τους αυτοκίνητο. Με την τεχνολογία δεν ασχολούνται ιδιαίτερα, εκτός αν υπάρχουν παιδιά, μιας και μόνο στο ένα τέταρτο των νοικοκυριών υπάρχει Η/Υ και ακόμα λιγότερο σύνδεση με το ίντερνετ **(11,4%)**.

Οι αγορές των βασικών αναγκών για το σπίτι γίνονται βασικά από τις ίδιες τις γυναίκες, οι οποίες σε μεγάλο ποσοστό αγοράζουν τα **τρόφιμα (83%)** και των **ρουχισμό (78,6%)** για τις ίδιες και την οικογένεια. Οι αποφάσεις για μεγαλύτερες αγορές, όπως τα έπιπλα και ηλεκτρικές συσκευές, γίνονται σε συνεργασία με τον σύντροφο ή σύζυγο.





ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ MULTICULTURAL MANAGEMENT & TECHNOLOGICAL ADAPTATIONS

Τσάμη Καρατάσου 11 – Αθήνα 117 42, Τηλ. 9211274 Fax 9228130
11 Tsami Karatassou Str.-Athens 117 42, Tel. 9211274 Fax 9228130

Τις αγορές των βασικών ειδών του σπιτιού, οι μετανάστριες προτιμούν να τις κάνουν στα σούπερ μαρκετ, **σε ποσοστό 85,4%**, που βρίσκονται κοντά στο σπίτι τους. Πιο συγκεκριμένα το κρέας προτιμούν να το αγοράζουν από κρεοπωλείο **(48,5%)** ή από το σούπερ μαρκετ **(33,1%)**, το ψωμί από τον φούρνο της γειτονιάς **(86,9%)**, και τα φρούτα και λαχανικά από την λαϊκή **(74,1%)** και κατά δεύτερο λόγο από το σούπερ μαρκετ. Από το σούπερ μάρκετ επίσης αγοράζουν και τα απαιτούμενα καλλυντικά τους, ή και από καταστήματα καλλυντικών. Για όλα αυτά, βασικό κριτήριο για τις αγορές τους είναι ο συνδυασμός καλής τιμής και ποιότητας.

Τα είδη ένδυσης προτιμούν να τα αγοράζουν συνήθως από πολυκαταστήματα και από υπαίθριες αγορές, **σε ισόποσο ποσοστό ύψους 26,8%**. Αυτές τις αγορές τις κάνουν με πρώτο κριτήριο την τιμή **(52,4%)** και κατά δεύτερο λόγο αν βρίσκονται σε προσφορά. Η ποιότητα βρίσκεται σε χαμηλότερη θέση.

Τις ηλεκτρικές συσκευές τις αγοράζουν από μεγάλες αλυσίδες ηλεκτρικών ειδών **(68,4%)**, και λιγότερο από συνοικιακά μαγαζιά. Βασικό κριτήριο για τις αγορές τους είναι η τιμή **(42,8%)**, και εξίσου η ποιότητα και η προσφορά. Το ίδιο ισχύει και για τις αγορές επίπλων.

Γενικά, η καταναλωτική τους συμπεριφορά βασίζεται περισσότερο στο κόστος για οτιδήποτε αγοράζουν, με εξαίρεση τα τρόφιμα.



Το Πρόγραμμα της Κ.Π. EQUAL συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας σε ποσοστό 25%



Μετανάστριες και Εκπαίδευση Παιδιών

Οι μισές μετανάστριες στην έρευνα απάντησαν ότι έχουν παιδιά κάτω από 18 χρόνων. Τα περισσότερα από αυτά δεν ζουν μαζί τους, αφού μάλλον τα έχουν αφήσει στις χώρες προέλευσής τους. Για την εκπαίδευση τους δεν φαίνεται να ενδιαφέρονται ιδιαίτερα, αφού δεν τα στέλνουν σε φροντιστήρια, **σε ποσοστό 35,3%**, και δεν τους κάνουν ιδιαίτερα μαθήματα **(53,2%)**. Για όσες μετανάστριες έχουν τα παιδιά τους μαζί, οι ίδιες κατά κύριο λόγο, τους μαθαίνουν την μητρική τους γλώσσα.

Μετανάστριες και Διασκέδαση

Ο κύριος λόγος που μια γυναίκα μεταναστεύει, είναι συνήθως οικονομικός. Για αυτό η διασκέδαση έχει δευτερεύουσα σημασία. Πως λοιπόν διασκεδάζουν οι μετανάστριες; Ακούνε όλα τα είδη μουσικής σε **ποσοστό 45,6%**, αλλά δεν αγοράζουν CD **(44,6%)**, κι αν αγοράσουν θα είναι από πλανόδιους πωλητές **(30,6%)**. Δεν συχνάζουν σε καφετέριες, **αν και είναι ένας τρόπος διασκέδασης που προτιμούν κατά κύριο λόγο (8%)**, και κατά δεύτερο πηγαίνουν σε ταβέρνες και εστιατόρια. Ο τρίτος τρόπος διασκέδασής τους είναι ο κινηματογράφος, αν κι αυτός όχι και τόσο συχνά. Δεν προτιμούν για διασκέδαση το θέατρο και τα μπαρ. Όσο για καλοκαιρινές διακοπές, συνήθως επισκέπτονται την χώρα προέλευσης **(52,5%)**, η ακόμα και άλλες περιοχές της Ελλάδας. Το ένα τέταρτο όμως δηλώνει ότι δεν πάει καθόλου διακοπές.





Μετανάστριες και Τηλεφωνία

Το τηλέφωνο είναι ένα μέσο επικοινωνίας, κυρίως όταν βρίσκεται κάποιος μακριά το σπίτι του. Οι μετανάστριες προτιμούν την κινητή τηλεφωνία **(87,4%)**, είτε με σύνδεση **(17,8%)** είτε καρτοκινητό **(69,6%)**. Λιγότερες από τις μισές έχουν σταθερό τηλέφωνο, **σε ποσοστό (43,6%)** καθώς επίσης δεν ξοδεύουν πολλά χρήματα για τηλέφωνα και άλλα αξεσουάρ.

Μετανάστριες και Αποταμίευση

Ένας από τους λόγους μετανάστευσης είναι και η αποταμίευση χρημάτων. Κάτι τέτοιο υποδηλώνεται με την έλλειψη ανάγκης των μεταναστριών γυναικών για απόκτηση επιπλέον υλικών αγαθών από τα απαραίτητα για εκείνες, **σε ποσοστό της τάξεως του 70,9%**. Το ένα τρίτο δεν μπορεί να αποταμιεύσει για δεν τους περισσεύουν χρήματα. Αλλά όταν αποταμιεύουν προτιμούν τις **Ελληνικές τράπεζες (53,1%)**. Ένα μικρό ποσοστό στέλνει χρήματα σε συγγενικά πρόσωπα στην χώρα προέλευσης. Δάνεια δεν τους αρέσει να παίρνουν ούτε από **Ελληνικές τράπεζες (85%)** ούτε κι από τράπεζες της **χώρας προέλευσης (97,2%)**. Ούτε πιστωτικές κάρτες έχουν, **σε ποσοστό 68%** εκτός από ένα μικρό ποσοστό μεταναστριών που έχουν κάρτα ανάληψης μετρητών. Γενικά από ότι συμπεραίνεται, δεν χρησιμοποιούν ή δεν εμπιστεύονται ιδιαίτερα το τραπεζικό σύστημα.





Μετανάστριες και Συγκοινωνία

Οι μετανάστριες μετακινούνται στην πόλη σε **ποσοστό 77,6% με λεωφορείο η τρόλεϊ** και κατά δεύτερο λόγο με μέτρο και τον ηλεκτρικό **(29,5%)**. Ελάχιστες

χρησιμοποιούν το τραμ αφού μάλλον δεν περνάει από περιοχές που διαμένουν η εργάζονται.

Μετανάστριες και Ενημέρωση

Οι μετανάστριες προτιμούν να ενημερώνονται από την τηλεόραση. Δεν διαβάζουν ελληνικές εφημερίδες, σε εξαιρετικά μεγάλο ποσοστό **(46,6%)** κι αν διαβάζουν είναι σπάνιο. Το ίδιο όμως συμβαίνει και με τις εφημερίδες της χώρας προέλευσης τους. Η αποχή από το διάβασμα αγγίζει το **45,6%**. Ένα μεγάλο ποσοστό που ξεπερνάει το μισό - 53% - των μεταναστριών δεν ακούει ενημερωτικό ή αθλητικό ραδιόφωνο και όταν ακούει γίνεται πολύ σπάνια **(22,1%)**. Εν αντιθέσει, μουσικό ραδιόφωνο ακούνε συχνά **(κάθε μέρα / σχεδόν κάθε μέρα – 40,6%)**. Οι εκπομπές που προτιμούν στην τηλεόραση είναι οι κατεξοχήν **ενημερωτικές εκπομπές και ειδήσεις, σε ποσοστό 63%**. Ακολουθούν στην συνέχεια οι **ελληνικές σειρές (46,1%), μεσημεριανές εκπομπές (35,2%), πρωινά (33,7%), ελληνικές (33,5%) και ξένες ταινίες (24,9%)**.





Μετανάστριες και Συνέχεια της Έρευνας

Όταν ερωτήθηκαν οι γυναίκες μετανάστριες αν θα ήθελαν να λάβουν μέρος σε μια παρόμοια έρευνα που διενεργείται από το ΚΕΘΙ (Κέντρο Έρευνας για Θέματα Ισότητας), η πλειοψηφία των μεταναστριών απάντησε όχι, σε ποσοστό της τάξεως του 69,7%.





Περίληψη

Σε γενικές γραμμές οι μετανάστριες:

- Ζουν σε χαμηλό – μεσαίο επίπεδο.
- Έχουν τις βασικές ανέσεις (πλυντήριο ρούχων και ηλεκτρική σκούπα).
- Η έγχρωμη τηλεόραση που έχουν χρησιμοποιείται ως η κύρια διασκέδαση τους.
- Αγοράζουν προϊόντα, έχοντα ως βασικό κριτήριο επιλογής την τιμή και τις προσφορές και λιγότερο την ποιότητα.
- Όσο για τα παιδιά τους, δεν ξοδεύουν χρήματα για ενισχυτική εκπαίδευση.
- Δεν διασκεδάζουν εκτός του σπιτιού.
- Πάνε διακοπές στην πατρίδα τους.
- Έχουν κινητά τηλέφωνα.





ΔΙΑΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ
MULTICULTURAL MANAGEMENT & TECHNOLOGICAL ADAPTATIONS

Τσάμη Καρατάσου 11 – Αθήνα 117 42, Τηλ. 9211274 Fax 9228130
11 Tsami Karatassou Str.-Athens 117 42, Tel. 9211274 Fax 9228130

- Προτιμούν να αποταμιεύουν τα χρήματά τους σε Ελληνικές τράπεζες.
- Δεν τους αρέσει να δανείζονται.
- Δεν έχουν πιστωτικές κάρτες.
- Χρησιμοποιούν τις συγκοινωνίες για την μετακίνηση τους στην πόλη.
- Για την ενημέρωση τους προτιμούν την τηλεόραση και όχι τις εφημερίδες.



Το Πρόγραμμα της Κ.Π. EQUAL συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας σε ποσοστό 25%