



Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας και Τεχνολογίας Τροφίμων &
Διατροφής
Τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας

Η άποψη των καταναλωτών για την Επισήμανση και τη Διατροφική ετικέτα των τροφίμων



Όνοματεπώνυμο: Σταμούλη Ανθούλα Α.Μ. 4104

Χαρισόπουλος Γεώργιος Α.Μ 4008

Επιβλέπων καθηγητής: Κυρανάς Ευστράτιος

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	3
Summary.....	4
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	5
Εισαγωγή.....	6
Κεφάλαιο 1 ^ο :.....	7
Ιστορία διατροφικής ετικέτας και νομοθεσίες.....	7
Εισαγωγή.....	7
1.1 Ιστορία και εξέλιξη της ετικέτας.....	7
1.2 Επισήμανση των τροφίμων σε διάφορες χώρες.....	9
1.3 Κανονισμοί και νομοθεσία για τη διατροφική ετικέτα.....	13
Κεφάλαιο 2ο:.....	16
Οι έννοιες των διατροφικών ισχυρισμών και των ισχυρισμών υγείας στην επισήμανση των τροφίμων.....	16
Εισαγωγή.....	16
2.1 Μέρη της διατροφικής ετικέτας.....	17
2.2 Οι διατροφικοί ισχυρισμοί.....	18
2.3 Οι ισχυρισμοί υγείας.....	19
Κεφάλαιο 3 ^ο :.....	20
Θετικά και αρνητικά της διατροφικής επισήμανσης.....	20
Εισαγωγή.....	20
3.1 Πλεονεκτήματα διατροφικής ετικέτας ως προς την υγεία.....	21
3.2 Οικονομικά οφέλη διατροφικής ετικέτας.....	22
3.3 Αρνητικά της διατροφικής επισήμανσης.....	23
ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	25
1. Μεθοδολογία & Αποτελέσματα.....	26
1.1 Παρουσίαση του δείγματος.....	27
2. Συγκριτικοί έλεγχοι.....	86
3. Συμπεράσματα – Συζήτηση.....	108
Βιβλιογραφία.....	111

Περίληψη

Σκοπός: Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθεί το κατά πόσο ενδιαφέρονται οι καταναλωτές για το περιεχόμενο και την ανάγνωση των διατροφικών ετικετών, καθώς και αν τις διαβάζουν σωστά χωρίς να τις παρερμηνεύουν. Η συγκεκριμένη μελέτη επικεντρώνεται σε γυναίκες και άνδρες ηλικίας 18 ετών και άνω.

Μέθοδος: Το δείγμα αποτελείται από 800 άτομα, γυναίκες και άνδρες ηλικίας από 18 και άνω, οι οποίοι είναι πολίτες διαφόρων νομών της Ελλάδος. Τα άτομα αυτά έλαβαν και συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια που αναφέρονται στην επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα, τα απέστειλαν στους μελετητές που τα ανέλυσαν στατιστικά. Οι αναλύσεις πραγματοποιήθηκαν με χρήση του στατιστικού πακέτου Statistical Package for the Social Sciences (IBM SPSS Statistics 21). Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ορίστηκε σε $p=0,05$.

Αποτελέσματα: Παρατηρήθηκε ότι τα άτομα μικρότερης ηλικίας ενδιαφέρονται περισσότερο για τις διατροφικές πληροφορίες, σε σχέση με τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Επίσης προέκυψε ότι οι γυναίκες ασχολούνται περισσότερο με τις αγορές των τροφίμων και με την αξιολόγηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών τους, σε σχέση με τους άντρες.

Συμπεράσματα: Τα άτομα μικρότερης ηλικίας έχουν μεγαλύτερη σχέση με τις διατροφικές ετικέτες και με την αξιολόγηση τους, καθώς ενημερώνονται περισσότερο από τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Θα ήταν αρκετά χρήσιμο να δημιουργηθούν μεγαλύτεροι χαρακτήρες και ευανάγνωστοι, ώστε να μπορούν να αξιολογηθούν οι ετικέτες και από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Λέξεις-κλειδιά: Διατροφική ετικέτα, ισχυρισμοί υγείας, διατροφικοί ισχυρισμοί, επισήμανση, ετικέτα τροφίμων

Summary

Objectives: The purpose of this study is to investigate whether consumers are interested in the content and reading of food labels, and whether they read them correctly without misinterpreting them. This study focuses on women and men aged 18 years and older.

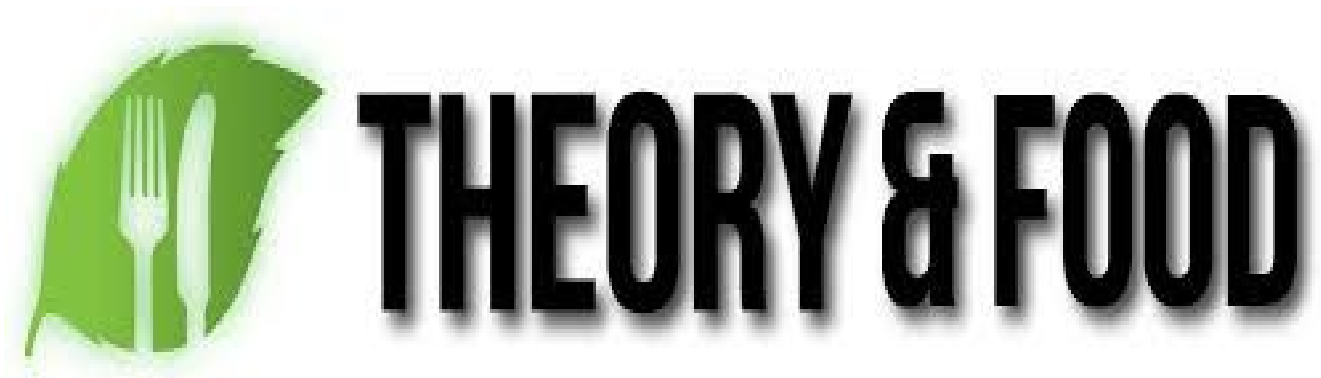
Method: The sample consists of 800 individuals, women and men aged 18 and above, who are citizens of different prefectures in Greece. These individuals received and completed the questionnaires mentioned on the label and the nutrition label, sent them back to the researchers who analyzed them statistically. Analyzes were performed using the Statistical Package for Social Sciences (IBM SPSS Statistics 21). The statistical significance level was set at $p = 0.05$.

Results: It has been noticed that younger people are more interested in nutrition information than older people. It has also emerged that women are more concerned with the food markets and the assessment of their qualitative characteristics than men.

Conclusions: Young people are more related to nutrition labels and their assessment, as they are more informed than older people. It would be helpful enough to create bigger and legible characters so that labels can be evaluated by older people as well.

keywords: nutritional labeling, health claims, nutritional claims, labeling, food label.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ



Εισαγωγή

Στις μέρες μας η αναγραφή των διατροφικών πληροφοριών ενός τροφίμου είναι πλέον υποχρεωτική σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και στις περισσότερες χώρες του κόσμου όπως Αμερική, Καναδά, Αυστραλία. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας οδήγησε σε

μεγάλες αλλαγές στην παραγωγή και τη διάθεση των προϊόντων και πλέον το να μπορεί να επιλέξει ο καταναλωτής τα σωστά τρόφιμα αποτελεί δικαίωμα του.

Οι ετικέτες τροφίμων βοηθούν στο να ενημερωθεί ο καταναλωτής κάθε ηλικίας για την σωστή επιλογή κάποιου προϊόντος και να αποφασίσει αν θα το συμπεριλάβει στην διατροφή του, έτσι ώστε να μπορεί να κάνει συνειδητές επιλογές με βάση τις ατομικές και οικογενειακές του ανάγκες. Είναι λοιπόν υποχρεωτική η αναγραφή των συστατικών και των πρόσθετων των τροφίμων και η διαθρεπτική επισήμανση για όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα, με ελάχιστες εξαιρέσεις για ορισμένες κατηγορίες τροφίμων.

Έχουν καθοριστεί συγκεκριμένα κριτήρια για το είδος των απαιτούμενων διατροφικών στοιχείων και τον τρόπο αναγραφής τους στις ετικέτες, έτσι ώστε να παρέχουν στον καταναλωτή συγκεκριμένες και έγκυρες διατροφικές πληροφορίες για το κάθε προϊόν. Πολλά τρόφιμα αναγράφουν και διατροφικούς ισχυρισμούς και ισχυρισμούς υγείας, με σκοπό την πρόληψη και την αντιμετώπιση ασθενειών όπως η παχυσαρκία, υπέρταση κ.ά., οι οποίοι θα πρέπει να ελέγχονται αυστηρά, έτσι ώστε να μην παραπλανούν τον καταναλωτή.

Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Βραζιλία κατέληξαν στο συμπέρασμα, πως αν γίνει σωστή εκπαίδευση του καταναλωτικού κοινού, έτσι ώστε να κατανοούν τις διατροφικές ετικέτες και τις πληροφορίες που αυτές περιέχουν, θα είναι σημαντική η επίδραση στην προώθηση μιας πιο υγιεινής επιλογής τροφίμων. Γι' αυτό και η διατροφική επισήμανση θεωρήθηκε ως ένα σημαντικό εργαλείο για τη δημόσια υγεία (Souza, et al., 2016).

Κεφάλαιο 1^ο:

Ιστορία διατροφικής ετικέτας και νομοθεσίες

Εισαγωγή

Η ραγδαία αύξηση του πληθυσμού τις τελευταίες δεκαετίες και η συγκέντρωση του σε μεγάλα αστικά κέντρα, είχε ως αποτέλεσμα να αυξηθούν οι ανάγκες για προπαρασκευασμένα ή έτοιμα τρόφιμα. Ακόμα, ο αυξανόμενος όγκος τροφίμων που παράγονται σε μια χώρα και πωλούνται σε μια άλλη, έχει αυξήσει την ποικιλία των διαθέσιμων

προϊόντων, ιδίως εκείνων που περιέχουν πολλά συστατικά. Επιπλέον, οι νέες τεχνολογίες αποθήκευσης και συσκευασίας επιτρέπουν μεγαλύτερη διάρκεια ζωής και συνεπώς επωφελούνται από μια απεριόριστη αλυσίδα διανομής. Αυτό συμβαίνει για παράδειγμα, με τα τρόφιμα που παράγονται από πολυεθνικές εταιρείες που έχουν γενικά κατοχυρωμένες με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας συνταγές και πωλούν τα ίδια προϊόντα σε όλο τον κόσμο. Για αυτόν το λόγο, η επισήμανση των τροφίμων διαδραματίζει ολοένα και σημαντικότερο ρόλο στη σωστή ταυτοποίηση των τροφίμων (Marcotrigiano, et al., 2018).

Όλα αυτά έκαναν επιτακτική την ανάγκη ενός ρυθμιστικού πλαισίου. Αυτό το πλαίσιο κανονισμών θα πρέπει να ρυθμίζει επαρκώς με τις διατάξεις του τις ποιότητες και τις προδιαγραφές των τροφίμων που κυκλοφορούν στην αγορά. Έτσι δημιουργήθηκε ο Κώδικας Τροφίμων και Ποτών, όπου μία από τις αρμοδιότητες του είναι η εναρμόνιση των Ελληνικών διατάξεων με τις κοινοτικές Οδηγίες και τους Κανονισμούς που ισχύουν και στην υπόλοιπη Ευρωπαϊκή αγορά (Κυρανάς, 2012, pp. 313-314).

1.1 Ιστορία και εξέλιξη της ετικέτας

Τον 17^ο αιώνα έδεναν περγαμινές και πλάκες στο λαιμό των μπουκαλιών σαμπάνιας. Ήταν οι άμεσοι πρόδρομοι των σημερινών ετικετών των τροφίμων. Οι πρώτες μονόχρωμες ετικέτες, που τοποθετήθηκαν σε αλκοολούχα αφεψήματα, εμφανίστηκαν τον 18^ο αιώνα, φέροντας το όνομα του παρασκευαστή, την ποσότητα και την ποιότητα του περιεχομένου. Στις αρχές του 20^ο αιώνα με τις νέες τεχνολογίες δημιουργήθηκαν οι πρώτες έγχρωμες ετικέτες, οι οποίες ήταν αρκετά διαδεδομένες μεταξύ των συλλεκτών κρασιού και οινοπνευματωδών ποτών, δεδομένου ότι οι ετικέτες είχαν παραχθεί από περιορισμένο αριθμό τοπικών εκτυπωτών. Ο στόχος αυτής της επισήμανσης ήταν η καλύτερη προώθηση του φαγητού ή του ποτού στην αγορά, μαγνητίζοντας τον καταναλωτή με τα γραφικά της ετικέτας, παρά την προστασία της υγείας του (Marcotrigiano, et al., 2018).

Στην Ιταλία, ο αγώνας κατά των παράνομων τροφίμων άρχισε τη δεκαετία του 1950. Σήμερα τα αδικήματα, όπως η νοθεία των τροφίμων ή η παραποίηση, τιμωρούνται από τον ποινικό κώδικα ως εγκλήματα κατά της δημόσιας υγείας, της δημόσιας οικονομίας, της βιομηχανίας και του εμπορίου (Barnett, et al., 2011).

Το 1978 η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) εξέδωσε για πρώτη φορά ειδική οδηγία σχετικά με την επισήμανση των τροφίμων. Το

1989, μια οδηγία της ΕΟΚ θέσπισε γενικές διατάξεις για τη ρύθμιση της επισήμανσης των προσυσκευασμένων τροφίμων, των μη προσυσκευασμένων και των μη συσκευασμένων τροφίμων που διατίθενται προς πώληση (Council Directive 79/112/EEC).

Το 1985 ορίστηκαν οι κατευθυντήριες γραμμές για την επισήμανση των τροφίμων με τον κώδικα διατροφής και αναθεωρήθηκαν το 1991 με την συμμετοχή του Παγκόσμιου οργανισμού υγείας των Ηνωμένων εθνών. Πιο συγκεκριμένα, οι κατευθυντήριες αυτές γραμμές έχουν ως στόχο τα τρόφιμα να μην περιγράφονται με εσφαλμένο τρόπο, διότι υπάρχει περίπτωση να προκαλέσουν εσφαλμένη εντύπωση στον καταναλωτή, όπως επίσης και το πρόσωπο που εμπορεύεται το τρόφιμο να βρίσκεται σε θέση να αιτιολογήσει τον ισχυρισμό που διατυπώνει (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, pp. 2-3).

Το 2000, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο εξέδωσε την πρώτη ειδική οδηγία με στόχο την ευθυγράμμιση των νομοθεσιών των κρατών-μελών σχετικά με την επισήμανση και την παρουσίαση των τροφίμων (Directive 2000/13/EC). Τον Ιανουάριο του 2003 η Ευρωπαϊκή επιτροπή ξεκίνησε μια διαδικασία διαβούλευσης, που αποσκοπούσε στη βελτίωση των υφιστάμενων κανόνων διατροφικής επισήμανσης, προκειμένου να διευκολυνθούν οι καταναλωτές. Στόχος ήταν να κατανοούν τις ετικέτες, καθώς και να βοηθηθούν στην επιλογή υγιεινών τροφίμων, κατάλληλων για τις ατομικές τους ανάγκες (Directive 90/496/EEC).

Τέλος, για να καταστεί ομοιογενές το περιεχόμενο των ετικετών τροφίμων στις 28 χώρες-μέλη, ο κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 εκδόθηκε και εφαρμόστηκε πλήρως από τις 13 Δεκεμβρίου 2014, με εξαίρεση την εισαγωγή της υποχρεωτικής διατροφικής δήλωσης, όπου τέθηκε σε ισχύ στις 13 Δεκεμβρίου 2016 (Gendel, 2012). Η νομοθεσία αυτή αποσκοπεί στην προστασία και την υποστήριξη των καταναλωτών, έτσι ώστε να ενημερώνονται κατά την αγορά των τροφίμων σχετικά με την θρεπτική τους αξία και τις πλέον κοινές αλλεργιογόνες ουσίες που υπάρχουν στα τρόφιμα (Gendel, 2013).

1.2 Επισήμανση των τροφίμων σε διάφορες χώρες.

Οι τρέχουσες κατευθυντήριες γραμμές του Κώδικα συνιστούν να αναγράφονται στις διατροφικές ετικέτες η ενέργεια, τα λιπαρά, οι πρωτεΐνες και οι υδατάνθρακες. Οι τιμές των θρεπτικών συστατικών πρέπει να εκφράζονται σύμφωνα με τις νομικές απαιτήσεις για τη διατροφική επισήμανση στην χώρα όπου θα χρησιμοποιηθεί. Όπου η επισήμανση των τροφίμων είναι υποχρεωτική, θα πρέπει να

συμπεριλαμβάνεται το αλάτι και τα σάκχαρα. Οι φυτικές ίνες και η χοληστερίνη δηλώνονται εθελοντικά από τις εταιρίες. Τα ακόρεστα λίπη αναγράφονται στις ετικέτες στον Καναδά και από το 2006 υποχρεωτικά αναγράφονται και στην Αμερική (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, p. 27).

Ο νόμος που ψηφίστηκε το 1990 στην Αμερική για την επισήμανση των τροφίμων και την εκπαίδευση του κοινού για μια πιο υγιεινή διατροφή, απαιτούσε την παροχή πληροφοριών μέσω ενός πίνακα διατροφικών στοιχείων (Taylor & Wilkening, 2008). Οι ετικέτες αυτές βρίσκονται πλέον στο πίσω μέρος των προσυσκευασμένων τροφίμων στις περισσότερες χώρες του κόσμου και συνήθως περιέχουν πληροφορίες για τις θερμίδες, τις πρωτεΐνες, τα λίπη και τα κορεσμένα, τους υδατάνθρακες και τα σάκχαρα, καθώς και για το αλάτι και τις φυτικές ίνες που περιέχονται είτε στα 100g ή τα 100ml, είτε ανά μερίδα. Κάθε χώρα χρησιμοποιεί διαφορετικό τρόπο αναγραφής, όπως ποσοστό ημερήσιας αξίας ή ποσοστό συνιστώμενης ημερήσιας πρόσληψης. Το μέτρο "ανά 100 g/100 ml" είναι το σχήμα που υιοθετήθηκε από τις περισσότερες χώρες, συμπεριλαμβανομένων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ισραήλ. Εξαιρέση αποτελούν οι ΗΠΑ, η Βραζιλία και ο Καναδάς, όπου απαιτούν την αναγραφή "ανά μερίδα" και ως "ποσοστό ημερήσιας πρόσληψης".

Τέλος, ορισμένες χώρες όπως η Αυστραλία, η Νέα Ζηλανδία, η Ν. Αφρική και η Ταϊλάνδη, απαιτούν να αναγράφεται στον πίνακα διατροφικών στοιχείων τόσο το "ανά 100 g / 100 ml", όσο και το "ανά μερίδα" (Hawkes, 2004, pp. 20-21).

Τα τελευταία χρόνια όμως καταγράφηκαν δυσκολίες σχετικά με την κατανόηση των πληροφοριών που πρόσφεραν οι πίνακες διατροφικών στοιχείων (NFP). Μία λύση για την αντιμετώπιση των περιορισμών που έχουν αυτοί οι πίνακες, ήταν η δημιουργία της εμπρόσθιας επισήμανσης των τροφίμων (Front Of Pack-FOP) (Roberto & Khandpur , 2014). Οι εμπρόσθιες ετικέτες αναγράφουν βασικές πληροφορίες σε μια μορφή που είναι εύκολο να κατανοηθεί από το καταναλωτικό κοινό. Οι χώρες σε όλο τον κόσμο έχουν εφαρμόσει ή εξετάζουν το ενδεχόμενο εφαρμογής διαφορετικών συστημάτων σήμανσης FOP.

Οι εμπρόσθιες ετικέτες που χρησιμοποιούνται, ποικίλουν ως προς τον βαθμό ρύθμισής τους και σε πολλές χώρες όπως στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστραλία και την Ευρώπη, η εφαρμογή τους είναι εθελοντική, ενώ στη Χιλή, τον Ισημερινό, το Μεξικό, το Περού, το Ισραήλ και την

Ταϊλάνδη η εφαρμογή τους είναι υποχρεωτική. Οι ετικέτες FOP διαφέρουν επίσης στη μορφή και το σχεδιασμό τους. Ορισμένα συστήματα χρησιμοποιούν σύμβολα ή λογότυπα για να υποδείξουν τα σχετικά υγιή προϊόντα, ενώ ειδικά σήματα εμφανίζουν την ποσότητα των βασικών θρεπτικών ουσιών (Kleef & Dagevos, 2015).

Η Ολλανδία υιοθέτησε το λογότυπο της σωστής επιλογής. Πρόκειται για ένα ενιαίο σύμβολο, το οποίο εμφανίζεται σε προϊόντα που πληρούν ορισμένα πρότυπα για χαμηλά επίπεδα νατρίου, προστιθέμενης ζάχαρης, κορεσμένων λιπαρών, trans-λιπαρών και θερμιδικής περιεκτικότητας (Roodenburg, et al., 2011).

Στο Ηνωμένο Βασίλειο αναπτύχθηκε ένα σχετικά καινούργιο σύστημα σήμανσης με χρωματική κωδικοποίηση των σημάτων (Traffic-light labels-TLL). Η ετικέτα εμφανίζει πληροφορίες για τις θερμίδες, τη ζάχαρη, το λίπος, τα κορεσμένα λιπαρά και το αλάτι ανά μερίδα προϊόντος και την αντίστοιχη ποσοστιαία συνεισφορά στις ημερήσιες ανάγκες ενός ενήλικα. Οι κωδικοί χρώματος υποδεικνύουν αν η θρεπτική ουσία υπάρχει σε ποσότητες με υψηλή (κόκκινη), μεσαία (πορτοκαλί) ή χαμηλή (πράσινη) συγκέντρωση (Emrich, et al., 2017). Το πλεονέκτημα ενός συστήματος σήμανσης TLL είναι ότι προχωρά πέρα από τις παραδοσιακές προσεγγίσεις, που βασίζονται στην πληροφορία με την ερμηνεία, καθώς και τις πολύπλοκες αριθμητικές πληροφορίες για τον καταναλωτή και αξιοποιεί τη δύναμη των αυτόματων συσχετισμών μεταξύ κόκκινου "σταματάω" και πράσινου "ξεκινάω" (Liu , et al., 2013). Συνεπώς ο καταναλωτής ασυναίσθητα, παρατηρώντας μόνο το χρώμα, καταλαβαίνει στο εάν πρόκειται να προβεί σε μια υγιεινή και κατάλληλη αγορά ενός τροφίμου τόσο για τον ίδιο όσο και για την οικογένειά του.

Μια πιο πρόσφατη μορφή FOP είναι οι ετικέτες προειδοποίησης Warning Labels (WL). Εφαρμόζονται στην περίπτωση που κάποιο από τα βασικά θρεπτικά συστατικά υπερβαίνει τα συνιστώμενα επίπεδα. Το συγκεκριμένο μοντέλο εφαρμόζεται στην Χιλή, όπου συνδυάζει ένα απλό κείμενο και ένα ευδιάκριτο οκτάγωνο σύμβολο «προσοχή» σε ασπρόμαυρο χρώμα, παρουσιάζοντας ξεχωριστό WL για κάθε θρεπτικό συστατικό που είναι πάνω από τα επιτρεπτά όρια (Corvalán , et al., 2013).

Τέλος ένα από τα τελευταία συστήματα εμπρόσθιας ετικέτας είναι η χρήση αστεριών για την αξιολόγηση ενός προϊόντος, για το κατά πόσο είναι υγιεινό (Health Star Rating- HSR). Το σύστημα αυτό ξεκίνησε εθελοντικά στην Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία τον Ιούνιο του 2014 (Commonwealth of Australia, 2014), με προγραμματισμένη πενταετή

αναθεώρηση εφαρμογής το 2019. Το σύστημα HSR αξιολογεί τα προσυσκευασμένα τρόφιμα με βάση το συνολικό τους διατροφικό προφίλ. Η αξιολόγηση του προϊόντος ξεκινά από το μισό αστέρι (για τα λιγότερο υγιεινά) και φτάνει ως τα πέντε αστέρια (για τα πολύ υγιεινά). Μια διετής έρευνα από την Συμβουλευτική Επιτροπή για την Υγεία των Ανθρώπων έδειξε ότι, 2.031 από τα 14.102 προσυσκευασμένα προϊόντα διατροφής στην Αυστραλία είχαν υιοθετήσει το σύστημα HSR μέχρι το 2016. Ωστόσο, δεν έχει αξιολογηθεί η επίδραση του συστήματος τόσο στην αναδιαμόρφωση των προϊόντων, όσο και ως προς τις επακόλουθες βελτιώσεις στον πληθυσμό.

Παρακάτω παρατίθενται ορισμένες εικόνες με τα είδη των ετικετών που αναφέρθηκαν.

1. Πίνακας διατροφικών στοιχείων (NFP)

Supplement Facts	Amount Per Serving	% Daily Values*	Amount Per Serving	% Daily Values*
	Serving Size 1 packet (22.3g) Servings per box 15 Calories 110 Calories from Fat 60 <small>*Percent Daily Value based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs. † Daily value not established.</small>	Total Fat 7g	10%	Potassium 47mg
Saturated Fat 7g		34%	Total Carbohydrates 3g	1%
<i>Trans</i> Fat 0g		†	Dietary Fiber 0g	0%
Cholesterol 0mg		0%	Sugars 2g	†
Sodium 1.4g		59%	Protein 1g	2%
Vitamin A <1%		• Vitamin C 0%	• Iodine 7%	• Calcium 44%
Vitamin B12 2%		• Thiamin <1%	• Phosphorus 5%	• Riboflavin 3%
Magnesium <1%		• Pantothenic Acid 1%		

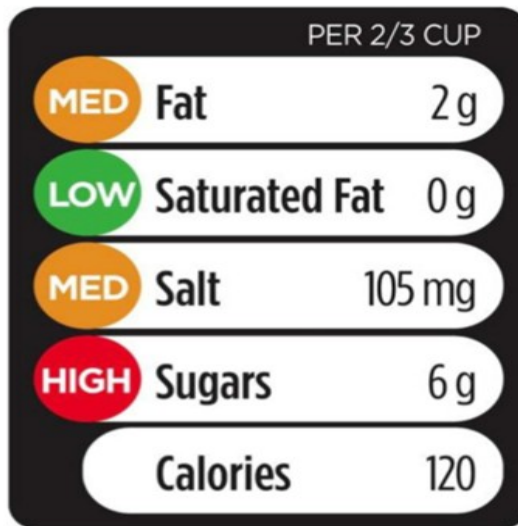
2. Εμπρόσθια διατροφική επισήμανση (FOP)



3. Λογότυπο της σωστής επιλογής (Healthy Choice-HC)



4. Traffic light label (TLL)



5. Ετικέτα προειδοποίησης (Warning Label)



6. Health Star Rating (HSR)



1.3 Κανονισμοί και νομοθεσία για τη διατροφική ετικέτα

Η νομοθεσία που ρυθμίζει στην Ε.Ε την επισήμανση των διατροφικών στοιχείων των τροφίμων (π.χ. ενέργεια, πρωτεΐνες, λίπος κλπ.), που προορίζονται να παραδοθούν αυτούσια στον τελικό καταναλωτή, είναι η Οδηγία 90/496/ΕΟΚ όπως τροποποιήθηκε με:

1. την Οδηγία 2003/120/ΕΚ, με την οποία συμπεριλαμβάνονται στον υπολογισμό της ενεργειακής αξία των τροφίμων και τα νέα συστατικά (6kcal/g), τα οποία μπορούν να χρησιμοποιούνται στα τρόφιμα ως εναλλακτικά λίπη με μειωμένες θερμίδες,
2. τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1882/2003, με την οποία ανακατανέμονται οι αρμοδιότητες και οι διαδικασίες λειτουργίας των επιτροπών που είναι αρμόδιες για την εφαρμογή της Οδηγίας 90/496/ΕΟΚ,
3. την Οδηγία 2008/100/ΕΚ, σύμφωνα με την οποία συμπεριλαμβάνονται στον υπολογισμό της ενεργειακής αξίας των τροφίμων και οι τροφικές ίνες, που θα πρέπει στο εξής να ονομάζονται «εδώδιμες ίνες» καθώς και η γλυκαντική ένωση ερυθριτόλη,
4. τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1137/2008, με τον οποίο διευθετείται η κανονιστική διαδικασία με έλεγχο ορισμένων πράξεων που υπόκεινται στη διαδικασία του άρθρου 251 της συνθήκης (Κυρανάς, 2012, p. 294).

Σύμφωνα με την Οδηγία 90/496/ΕΟΚ, που αφορά όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα "η επισήμανση των διατροφικών στοιχείων είναι προαιρετική, εκτός αν η σήμανση, η παρουσίαση και η διαφήμιση του τροφίμου περιλαμβάνουν κάποιο διατροφικό ισχυρισμό". Αυτό άλλαξε με τον Κανονισμό 1169/2011/ΕΕ που ενοποιεί τις δύο Οδηγίες (2000/13/ΕΚ & 90/496/ΕΟΚ) σε μια νομοθεσία και η υποχρεωτική εφαρμογή του ξεκίνησε από την 13η Δεκεμβρίου 2014. Με τον Κανονισμό επιδιώκεται η προστασία της υγείας και των συμφερόντων των καταναλωτών. Θα απαιτείται, επίσης, η αναγραφή συγκεκριμένων πληροφοριών - υποχρεωτικές ενδείξεις - στις ετικέτες των προσυσκευασμένων προϊόντων (διατροφική δήλωση) (ΕΦΕΤ).

Υπάρχουν δυο ειδών ετικέτες που χρησιμοποιούν οι βιομηχανίες τροφίμων και υποχρεωτικά θα πρέπει να παρέχουν τις πληροφορίες της σύστασης του τροφίμου. Η μια αναγράφει 4 βασικές πληροφορίες και η άλλη 8. Οι 4 πληροφορίες αφορούν τις πρωτεΐνες, το λίπος, τους υδατάνθρακες και την ενέργεια. Η ετικέτα με τις 8 πληροφορίες αναγράφει την ενέργεια, τις πρωτεΐνες, τους υδατάνθρακες από τους οποίους τα σάκχαρα, τα λιπίδια από τα οποία πόσα είναι κορεσμένα, τις φυτικές ίνες και το νάτριο (Hawkes, 2004, p. 39).

Η επισήμανση των τροφίμων θα πρέπει να περιλαμβάνει υποχρεωτικά και άλλες πληροφορίες, σύμφωνα με την Οδηγία 2000/13/ΕΕ και τους Κανονισμούς 1829/2003/ΕΕ και 1830/2003/ΕΕ (Κυρανάς, 2012, pp. 308-309) (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, pp. 7-8)

Συγκεκριμένα, στα τρόφιμα θα πρέπει να επισημαίνονται και τα εξής:

- Το καθαρό βάρος
- Η επωνυμία και η διεύθυνση παραγωγού, του συσκευαστή, καθώς και του διανομέα
- Η χώρα προέλευσης
- Ο αριθμός παραγωγής
- Η ημερομηνία παραγωγής-λήξης
- Οι οδηγίες χρήσης
- Η ποσότητα θρεπτικών συστατικών
- Τα συστατικά σε φθίνουσα σειρά βάσει τη περιεκτικότητάς τους
- Τα πρόσθετα των τροφίμων

Σημαντικό σημείο είναι η γραμματοσειρά, της οποίας το μέγεθος φτάνει συνήθως τουλάχιστον στο ένα δέκατο έκτο (1/16 σε ίντσες) και ύψος της εκτιμάται με βάση το μικρό γράμμα "Ο". Επίσης πρέπει να

υπάρχει επαρκής αντίθεση με το φόντο, έτσι ώστε να είναι εύκολο να διαβαστεί. Τα μικρότερα μεγέθη γραμματοσειράς μπορεί να χρησιμοποιηθούν για την επισήμανση του πίνακα πληροφοριών για πολύ μικρές συσκευασίες τροφίμων (Buttriss & Benelam, 2010).

Στα προπαρασκευασμένα τρόφιμα η ετικέτα θα πρέπει να τοποθετείται με τέτοιον τρόπο, ώστε να μην αποκολλάται από το προϊόν. Επιπροσθέτως, οποιεσδήποτε πληροφορίες, ισχυρισμοί απαιτείται από τον κώδικα να αναγράφονται στις ετικέτες, πρέπει να είναι σαφείς, σε εμφανή σημείο και ευανάγνωστες από τον καταναλωτή, υπό κανονικές συνθήκες αγοράς και χρήσης. Σε περίπτωση που το δοχείο καλύπτεται από το περιτύλιγμα, είναι υποχρεωτικό το περιτύλιγμα να αναφέρει τις απαραίτητες πληροφορίες ή η ετικέτα του δοχείου να είναι ευανάγνωστη από το εξωτερικό περιτύλιγμα ή να μην καλύπτεται από αυτό. Η γλώσσα καθορίζεται ανάλογα με την χώρα που προορίζεται το προϊόν. Θα πρέπει η ετικέτα να αναγράφεται στην γλώσσα της εκάστοτε χώρας και συνήθως ως δεύτερη γλώσσα χρησιμοποιούνται τα αγγλικά (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, p. 9).

Κεφάλαιο 2ο:

Οι έννοιες των διατροφικών ισχυρισμών και των ισχυρισμών υγείας στην επισήμανση των τροφίμων

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια στην Ευρώπη έχει σημειωθεί ραγδαία αύξηση των υπέρβαρων και παχύσαρκων ατόμων. Την περίοδο 2007-2013 η Ευρωπαϊκή επιτροπή αναφέρει πως το 30-70% των ενηλίκων στην ΕΕ είναι υπέρβαροι και το 10-30% παχύσαρκοι. Δεδομένου ότι η παχυσαρκία αποτελεί μια κατάσταση πολυπαραγοντικής προέλευσης, στα προληπτικά μέτρα πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των ατομικών, κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών πτυχών. Στο πλαίσιο αυτό, η πληροφόρηση των καταναλωτών θεωρείται ως μια από τις τέσσερις προτεραιότητες που έχουν ως στόχο να παρέχουν την κατάλληλη καθοδήγηση στους πολίτες της ΕΕ (European Commission, 2010).

Εκτός από την παχυσαρκία υπάρχουν κι άλλα προβλήματα υγείας που σχετίζονται με την διατροφή, όπως ο διαβήτης και το μεταβολικό σύνδρομο. Ο επιπολασμός αυτών των χρόνιων ασθενειών αυξάνεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια, τόσο στις δυτικές όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες (WHO, 2014). Δεδομένου ότι το οικονομικό κόστος θα είναι υπερβολικό και μη βιώσιμο για τα ιατρικά συστήματα (Cawley & Meyerhoefer, 2012), οι δημόσιοι οργανισμοί δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην ενθάρρυνση του πληθυσμού να υιοθετήσει έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής (Guilbert, 2003). Η διατροφή είναι ένας από τους πρώτους τροποποιήσιμους παράγοντες κινδύνου, που όλοι θα μπορούσαν να διαχειριστούν για να προστατεύσουν την υγεία τους (Schulze & Hu, 2002) και επιτυγχάνεται με την υιοθέτηση υγιεινών διατροφικών συνηθειών.

Το 2004 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, στα πλαίσια της παγκόσμιας στρατηγικής για τη Διατροφή, τη Φυσική Δραστηριότητα και την Υγεία, ανέφερε τη διατροφική επισήμανση των τροφίμων ως ένα σημαντικό μέσο για την ικανοποίηση της απαίτησης των καταναλωτών για «ακριβείς, τυποποιημένες και κατανοητές πληροφορίες σχετικά με το περιεχόμενο των τροφίμων, για να κάνουν πιο υγιεινές επιλογές» (WHO, 2004), οι άνθρωποι να αισθάνονται πιο υπεύθυνοι για τη διατροφή τους και να επιλέγουν τρόφιμα υψηλής ποιότητας. Αυτό σημαίνει πως οι

διατροφικές ετικέτες μπορούν να προσφέρουν χρήσιμα στοιχεία που βοηθούν στον έλεγχο της διατροφής (Kreuter, et al., 1997).

Οι πληροφορίες που υπάρχουν πάνω στις ετικέτες, σχετικά με το θρεπτικό περιεχόμενο και τα οφέλη για την υγεία που παρέχουν τα τρόφιμα, είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Δύο τύποι πληροφοριών που εμφανίζονται στα προϊόντα είναι οι «διατροφικές ισχυρισμοί» και οι «ισχυρισμοί υγείας». Με την παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές, οι διατροφικές ετικέτες και οι ισχυρισμοί υγείας έχουν τη δυνατότητα να συμβάλλουν στην επίτευξη στόχων που αφορούν τη δημόσια υγεία. Η επισήμανση παρέχει στους καταναλωτές πληροφορίες σχετικά με τις θρεπτικές ιδιότητες ενός τροφίμου και οι ισχυρισμοί υγείας παρέχουν στους καταναλωτές πληροφορίες σχετικά με τα πλεονεκτήματα που έχουν για την υγεία τους συγκεκριμένα τρόφιμα ή θρεπτικά συστατικά. Οι ισχυρισμοί υγείας αποτελούν επίσης μια τεχνική μάρκετινγκ, που χρησιμοποιείται από τις εταιρείες τροφίμων.

Τέλος, η διατροφική επισήμανση μπορεί να αποτελέσει ένα αποτελεσματικό μέσο για να βοηθηθούν οι καταναλωτές, ώστε οι επιλογές τους να οδηγούν σε μια πιο υγιεινή διατροφή. Η αποτελεσματικότητα των διατροφικών ισχυρισμών και των ισχυρισμών υγείας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την μόρφωση του κοινού στο οποίο απευθύνονται.



2.1 Μέρη της διατροφικής ετικέτας

Πρόκειται για μια περιγραφή, που αποσκοπεί στην ενημέρωση του καταναλωτή σχετικά με τις διατροφικές ιδιότητες ενός τροφίμου.

Η διατροφική ετικέτα αποτελείται από δύο μέρη:

- την ποσότητα ορισμένων θρεπτικών ουσιών, που αφορούν την σύνθεση σε λιπαρά, τα κορεσμένα λιπαρά, τους υδατάνθρακες, καθώς και ειδική αναφορά για το αλάτι και την ζάχαρη.

- συμπληρωματικές πληροφορίες για την διατροφή, καθώς και την ενεργειακή αξία (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, p. 26).

2.2 Οι διατροφικοί ισχυρισμοί

Πρόκειται για οποιαδήποτε πληροφορία στην ετικέτα, η οποία προτείνει ή υποδηλώνει, ότι ένα τρόφιμο έχει συγκεκριμένες διατροφικές ιδιότητες και συμπεριλαμβάνει όχι μόνο την ενεργειακή αξία, την περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, λιπαρά και υδατάνθρακες, αλλά και την περιεκτικότητα του τροφίμου σε βιταμίνες και ιχνοστοιχεία. Πιο συγκεκριμένα, διατροφικούς ισχυρισμούς δεν αποτελούν:

- η αναφορά μιας ουσίας στην λίστα συστατικών
- η αναφορά των διατροφικών συστατικών ως κυρίαρχο μέρος της διατροφικής ετικέτας,
- η ποσοτική ή ποιοτική δήλωση ορισμένων θρεπτικών συστατικών ή ουσιών στην ετικέτα, εφόσον απαιτείται από την εθνική νομοθεσία.

Οι ισχυρισμοί διατροφής και υγείας αναφέρονται στις ευεργετικές θρεπτικές ιδιότητες του τροφίμου, λόγω της ενέργειας ή της θρεπτικής ή άλλης ουσίας που περιέχεται σε αυξημένο ή μειωμένο ποσοστό ή δεν περιέχεται σε αυτό, π.χ. χαμηλά λιπαρά ή υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, p. 33).

Σύμφωνα με τον Κανονισμό, οι ισχυρισμοί διατροφής και υγείας δεν πρέπει να:

- είναι ψευδείς ή παραπλανητικοί. Ο μέσος καταναλωτής πρέπει να κατανοεί τα ευεργετικά αποτελέσματα, όπως αυτά διατυπώνονται στον ισχυρισμό,
- δημιουργούν αμφιβολίες σχετικά με την ασφάλεια ή και την θρεπτική επάρκεια των άλλων τροφίμων,
- ενθαρρύνουν ή να εμφανίζουν ως αποδεκτή την υπερβολική κατανάλωση ενός τροφίμου,
- δηλώνουν, υποδηλώνουν ή υπονοούν ότι η ισορροπημένη και με ποικιλία τροφίμων διατροφή δεν μπορεί να παράσχει επαρκείς ποσότητες θρεπτικών συστατικών,
- αναφέρονται σε αλλαγές των λειτουργιών του οργανισμού, που θα μπορούσαν να προκαλέσουν στον καταναλωτή αισθήματα φόβου,

ή να εκμεταλλευτούν το φόβο μέσω λεκτικών, εικαστικών γραφικών ή συμβολικών παραστάσεων (Κυρανάς, 2012, p. 302).

Οι κατευθυντήριες γραμμές ισχύουν για όλα τα τρόφιμα και καθορίζουν τους όρους (περιεκτικότητα σε θρεπτικά συστατικά).

2.3 Οι ισχυρισμοί υγείας

Πρόκειται για οποιαδήποτε πληροφορία στην ετικέτα, η οποία προτείνει ή υποδηλώνει ότι υπάρχει οποιαδήποτε σχέση ανάμεσα στο τρόφιμο ή σε οποιοδήποτε συστατικό του τροφίμου με την υγεία.

Οι ισχυρισμοί υγείας συμπεριλαμβάνουν τα ακόλουθα:

- Ένα διατροφικό ισχυρισμό, που περιγράφει τον ρόλο του θρεπτικού συστατικού στην ανάπτυξη και στις φυσιολογικές λειτουργίες του σώματος.
- Ισχυρισμούς που αφορούν συγκεκριμένα ευεργετικά αποτελέσματα της κατανάλωσης τροφίμων ή των συστατικών τους. Οι ισχυρισμοί αυτοί αφορούν τη θετική συμβολή στην υγεία ή την βελτίωση μιας λειτουργίας ή την διατήρηση της υγείας.
- Μείωση του κινδύνου εμφάνισης ασθενειών. Είναι ισχυρισμοί που σχετίζονται με την κατανάλωση ενός τροφίμου ή ενός συστατικού του τροφίμου, με αποτέλεσμα τον μειωμένο κίνδυνο εμφάνισης ασθενειών. Με τον όρο "μειωμένο κίνδυνο εμφάνισης ασθενειών" εννοούμε τη σημαντική μείωση/μεταβολή ενός παράγοντα κινδύνου για μια ασθένεια (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, p. 36).

Nutrition Typical values (rounded as per instructions)	per 100g	per 1/4 pack	% adult GD.	GDA children (5-9 yrs)
Energy kJ	1007	2014		1800
Energy kcal	241	482		240
Protein	8.4g	16.8g	24.1%	24g
Carbohydrate	20.6g	41.2g	37.3%	220g
of which sugars	1.8g	3.6g	4.0%	85g
of which starch	18.8g	37.6g		70g
Fat	13.7g	27.4g	39.1%	20g
of which saturates	5.9g	11.8g	57.0%	
mono-unsaturates	5.9g	11.8g		
polyunsaturates	1.5g	3.0g		
Fibre	0.9g	1.8g		
Salt	0.20g	0.40g	7.5%	
of which sodium	0.20g	0.40g		

Κεφάλαιο 3°:

Θετικά και αρνητικά της διατροφικής επισήμανσης

Εισαγωγή

Ο ρόλος της διατροφικής ετικέτας είναι να βοηθήσει τους καταναλωτές της κάθε χώρας να επιλέξουν τρόφιμα στο πλαίσιο της συνολικής διαίτας τους. Υπάρχουν ενδείξεις ότι οι άνθρωποι γνωρίζουν πιο ακριβείς πληροφορίες διατροφικών ετικετών, κυρίως αυτών στις οποίες είναι εξοικειωμένοι. Δεν είναι σαφές όμως σε ποιο βαθμό αυτό οφείλεται στην κατανόηση των καταναλωτών ή στη χρήση της σήμανσης των τροφίμων (Cowburn & Stockley, 2005).

Είναι γνωστό, ότι πολλές ασθένειες συνδέονται με τη διατροφή, οι οποίες μπορούν να αντιμετωπιστούν ή να προληφθούν με την κατάλληλη διατροφή. Για να αλλάξουμε τις διατροφικές συνήθειες, θα πρέπει να παρέχονται στο σημείο αγοράς επαρκείς πληροφορίες για τα προϊόντα. Η διατροφική επισήμανση είναι η πιο άμεση πηγή πληροφοριών και μπορεί να υποστηριχθεί με την εκπαίδευση και τη διαφήμιση. Η διατροφική ετικέτα εάν διαβαστεί ορθά, μπορεί να αποτρέψει τις ανθυγιεινές επιλογές και να προωθήσει τις υγιεινές, έχοντας έτσι ως αποτέλεσμα τη βοήθεια των καταναλωτών για μία σωστή, υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή (Agarwal, et al., 2008).

Η διατροφική ετικέτα είναι ωφέλιμη επειδή παρέχει τα ακόλουθα:

- Πληροφορίες στον καταναλωτή σχετικά με το φαγητό, ώστε να επιλέγει πιο σωστά τρόφιμα.
- Αποτελεί μέσο πληροφορίας σχετικά με το θρεπτικό περιεχόμενο ενός τροφίμου.
- Βασίζεται σε αρχές υγιεινής διατροφής, με σκοπό τη διαμόρφωση τροφίμων που ωφελούν την δημόσια υγεία.
- Συμπεριλαμβάνει συμπληρωματικές πληροφορίες για τη διατροφή (Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007, p. 25).

Υπάρχουν και μερικές αρνητικές απόψεις σχετικά με την διατροφική ετικέτα, που αφορούν το κόστος της υποχρεωτικής αναγραφής τους και κυρίως τη σύγχυση που μπορούν να προκαλέσουν όλες αυτές οι πληροφορίες στο μέσο καταναλωτή.

3.1 Πλεονεκτήματα διατροφικής ετικέτας ως προς την υγεία

Τα αυξημένα επίπεδα παχυσαρκίας, ο κακός τρόπος ζωής και διατροφής έχουν αποδειχθεί ότι προκαλούν σοβαρά προβλήματα υγείας όπως είναι τα καρδιαγγειακά, η υπέρταση και ο διαβήτης. Αυξημένες πιθανότητες

εμφάνισης διαβήτη έχουν τα άτομα με Δείκτη μάζας σώματος πάνω από 25, με χαμηλή φυσική δραστηριότητα, αυξημένη αρτηριακή πίεση, μειωμένη HDL, ιστορικό καρδιοπάθειας κλπ. Παρατηρείται λοιπόν, πόσο σημαντικό ρόλο παίζει η διατροφή στη πρόληψη του διαβήτη, επομένως και η χρήση των διατροφικών ετικετών η οποία μπορεί να βοηθήσει στη σωστή επιλογή υγιεινών προϊόντων.

Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Αμερική σε 203 άτομα μεσαίου κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, που έπασχαν από διαβήτη τύπου 2, κατέληξαν στο συμπέρασμα πως η χρήση της διατροφικής ετικέτας οδήγησε σε καλύτερη και ποιοτικότερη διαίτα, η οποία με την σειρά της βοήθησε στη ρύθμιση της γλυκόζης τους αίματος (Kollannoor-Samuel, et al., 2016).

Η υπέρταση αποτελεί μια κατάσταση υγείας που πλήττει σχεδόν το 30% των ενηλίκων στην Αμερική και είναι ένας από τους ισχυρότερους παράγοντες εμφάνισης καρδιαγγειακών παθήσεων και εγκεφαλικών (Nwankwo T, et al., 2013). Το αλάτι παίζει καθοριστικό ρόλο στη διατροφή ενός υπερτασικού ή ακόμα και ενός υγιούς ατόμου και θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή, ειδικά σε μια εποχή όπου οι περισσότεροι άνθρωποι επιλέγουν προπαρασκευασμένα τρόφιμα και σνακ. Η διατροφική ετικέτα παίζει σημαντικό ρόλο, έτσι ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να ελέγξει την ποσότητα αλατιού που θα καταναλώσει και ακόμα να τον προτρέψει σε καλύτερες επιλογές. Σε μια έρευνα φαίνεται πως οι καταναλωτές που διαβάζουν συχνά τις διατροφικές ετικέτες λαμβάνουν λιγότερο αλάτι κατά 92.79 mg/ημέρα, σε σχέση με αυτούς που δεν διαβάζουν τις ετικέτες (Zhang, et al., 2017).

Οι αλλεργίες ταλαιπωρούν ένα μεγάλο μέρος του παγκόσμιου πληθυσμού και αλλεργιογόνες ουσίες βρίσκονται σε πολλά τρόφιμα. Τα τρόφιμα και τα συστατικά που είναι γνωστά ότι προκαλούν υπερευαισθησία και θα πρέπει πάντα να αναγράφονται είναι:

- Τα σιτηρά που περιέχουν γλουτένη (σιτάρι, σίκαλη, κριθάρι, βρώμη).
- Οστρακοειδή και τα προϊόντα τους.
- Αυγά και τα προϊόντα που τα περιέχουν.
- Ψάρια και τα προϊόντα που τα περιέχουν.
- Φιστίκια, σόγια και τα προϊόντα τους.
- Γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα (που περιέχουν λακτόζη)
- Καρύδια και προϊόντα με καρύδια.

- ο Θειώδη σε συγκεντρώσεις μεγαλύτερες από 10 mg/kg.

Με την αναγραφή των αλλεργιογόνων ουσιών στις ετικέτες, τα άτομα που πάσχουν από αλλεργίες μπορούν να αποφύγουν την κατανάλωση τροφίμων, που πιθανόν να τους προκαλούσε σοβαρά προβλήματα (Lopez, , 2018).

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι η χρήση διατροφικών ετικετών είναι απαραίτητη στην κοιλιοκάκη, η αντιμετώπιση της οποίας έγκειται στη διαιτητική θεραπεία δια βίου με δίαιτα ελεύθερη γλουτένης. Άτομα λοιπόν τα οποία αντιμετωπίζουν αυτή την ασθένεια, διευκολύνονται στην επιλογή των τροφών τους μέσω των διατροφικών ετικετών (Verrill, et al., 2013).

3.2 Οικονομικά οφέλη διατροφικής ετικέτας

Σημαντικά οφέλη στην οικονομία φαίνεται να έχει η υποχρεωτική επισήμανση των τροφίμων. Τα οφέλη προκύπτουν από τα μειωμένα ιατρικά κόστη, την αύξηση του υγιούς πληθυσμού και τις παραγωγικότητας και την μείωση εμφάνισης σοβαρών προβλημάτων υγείας. Έτσι, πολλές χώρες προχώρησαν στη θέσπιση διατάξεων για την υποχρεωτική αναγραφή της διατροφικής ετικέτας στα τρόφιμα.

Η υπηρεσία τροφίμων και φαρμάκων στην Αμερική εξέτασε το κόστος και τα οφέλη της υποχρεωτικής επισήμανσης των τροφίμων. Μια μελέτη αποτέλεσε κρίσιμο στοιχείο στη διαδικασία που οδήγησε στο νόμο περί εκπαίδευσης μέσω της διατροφικής ετικέτας, στις αρχές της δεκαετίας του '90. Οι δαπάνες υπολογίστηκαν σε 1.500 εκατομμύρια δολάρια συμπεριλαμβανομένης της χορηγίας, των τεστ που χρειάστηκαν για τον προσδιορισμό του διατροφικού περιεχομένου των τροφίμων, την εκτύπωση των ετικετών και την απογραφή. Τα οφέλη εκτιμήθηκαν σε 35.179 λιγότερες περιπτώσεις καρκίνου, 4.024 λιγότερες περιπτώσεις στεφανιαίας νόσου και 12.902 λιγότερους πρόωρους θανάτους σε διάστημα 20 ετών.

Αυτές οι αλλαγές στην κατάσταση της υγείας εκτιμήθηκαν σε 4.200 εκατομμύρια δολάρια. Αν συμπεριληφθεί το ποσό που οι άνθρωποι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν για την μείωση του κινδύνου ενός πρόωρου θανάτου, τότε το ιατρικό κόστος θα μειωθεί κατά 600 εκατομμύρια δολάρια (Register, 1991). Μια σχετική μελέτη υπολόγισε μια εξοικονόμηση

μεταξύ 40.000 και 1,2 εκατομμυρίων δολαρίων και αύξηση της υγείας ως αποτέλεσμα των μειωμένων ποσοστών καρδιακών παθήσεων και καρκίνου (Zarkin, et al., 1993).

Η Αυστραλία και η Νέα Ζηλανδία πραγματοποίησαν ανάλυση κόστους-οφέλους κατά την περίοδο προετοιμασίας των υποχρεωτικών κανονισμών για τη διατροφική επισήμανση. Η ανάλυση υπολόγισε το κόστος για την καθυστέρηση ενός έτους κατά την εφαρμογή της υποχρεωτικής σήμανσης. Για κάθε έτος που καθυστέρησε η υποχρεωτική επισήμανση υπολογίστηκε ότι θα μπορούσαν να αποφευχθούν 320-460 θάνατοι, με το κόστος για το σύστημα υγείας να ανέρχεται μεταξύ 47-67 εκατομμύρια δολάρια και με μια μείωση της αξίας της ζωής κατά 341-486 εκατομμύρια (Food Standards Australia New Zealand, 2003).

Το Υπουργείο Υγείας του Καναδά εκτιμά ότι, οι διατροφικές ετικέτες θα μπορούσαν να εξοικονομήσουν 5.300 εκατομμύρια δολάρια σε 20 χρόνια σε άμεσο και έμμεσο κόστος, συμπεριλαμβανομένου του μειωμένου κόστους αντιμετώπισης ορισμένων μορφών καρκίνου, διαβήτη, στεφανιαίας νόσου και εγκεφαλικού επεισοδίου και του ευρύτερου οικονομικού κόστους που σχετίζεται με την απώλεια της παραγωγικότητας. Σε σχέση με τα έξοδα των 300 εκατομμυρίων δολαρίων για τη βιομηχανία, το υπουργείο έκρινε ότι η υποχρεωτική επισήμανση θα μπορούσε να επιτύχει σημαντική εξοικονόμηση του κόστους (Health Canada, 2013).

3.3 Αρνητικά της διατροφικής επισήμανσης

Η υποχρεωτική αναγραφή των διατροφικών πληροφοριών ασκεί μια αρνητική επίδραση ως προς την πλήρη εφαρμογή της, καθώς το κόστος της στην Ευρώπη εκτιμήθηκε πως θα ξεπεράσει τα 560 εκατομμύρια €. Η άποψη πως αυτό πρέπει να κατανεμηθεί μεταξύ πολιτείας και παραγωγών δεν φαντάζει και ιδιαίτερα πειστική, καθώς το κόστος μάλλον μετακυλήθηκε κατά το μεγαλύτερο μέρος του στους καταναλωτές. Σίγουρα, θα πρέπει να διεξαχθούν έρευνες για το αν και κατά πόσο οι καταναλωτές είναι πρόθυμοι να πληρώνουν για την παροχή διατροφικών πληροφοριών, με κριτήρια το είδος το τροφίμου και την χώρα στην οποία καταναλώνεται (Κυρανάς, 2012, p. 293).

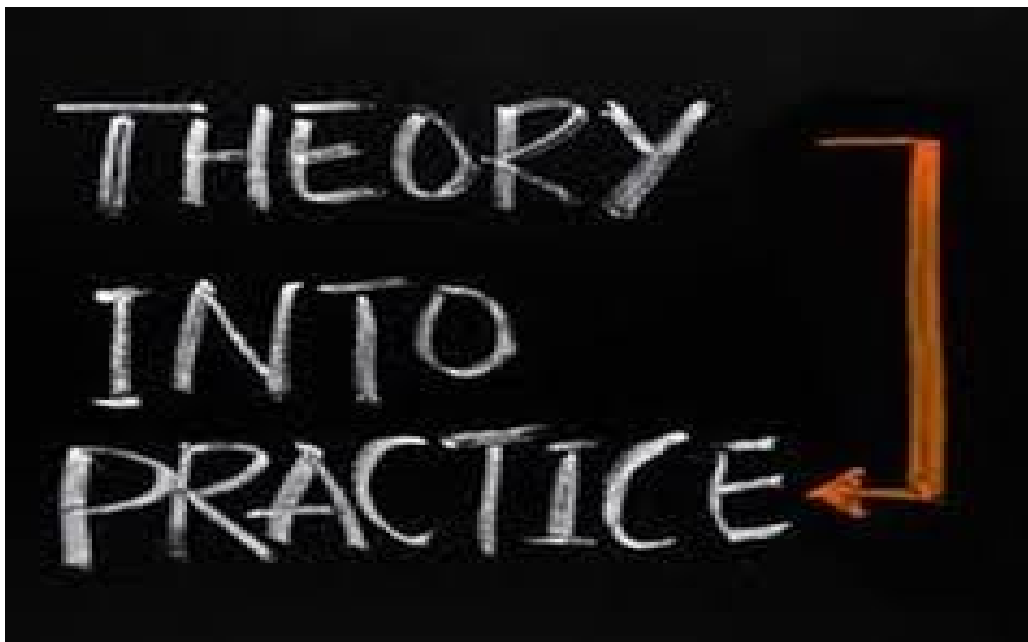
Οι ραγδαίες εξελίξεις της τεχνολογίας των τροφίμων και γενικότερα της τεχνολογίας, έχουν αναδείξει πολλές από τις λειτουργίες των τροφίμων και τον αντίκτυπο που έχουν στην υγεία μας. Έτσι αναπτύχθηκε ένα

ισχυρό κίνητρο για την αναζήτηση της τροφής-φαρμάκου και η αναζήτηση των διατροφικών πληροφοριών και των ισχυρισμών υγείας. Οι πληροφορίες που δίνονται όμως καμιά φορά υπερβάλουν για τα οφέλη που λαμβάνουμε από την κατανάλωση ενός τροφίμου που θεωρείται υγιεινό και πολλές φορές δεν έχουν πραγματοποιηθεί οι απαραίτητες έρευνες που να αποδεικνύουν αυτά τα οφέλη. Συνεχώς η αποδοτικότητα και η ασφάλεια αυτών των λειτουργικών τροφίμων υπερεκτιμάτε. Αν και οι ισχυρισμοί υγείας που υπάρχουν στα προπαρασκευασμένα τρόφιμα παίζουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο να πληροφορούν σωστά τον καταναλωτή, παρατηρείται πως κάθε χώρα έχει διαφορετικό νομοθετικό πλαίσιο που αφορά τους ισχυρισμούς.

Ακόμα, ο όγκος των πληροφοριών που αναγράφονται καθιστούν δύσκολο σε πολλούς καταναλωτές να κατανοήσουν αυτές τις πληροφορίες κι έτσι οι ετικέτες αντί να συνεισφέρουν στη διατροφική εκπαίδευση, καταλήγουν στο να τους μπερδεύουν για το τι είναι καλό και τι όχι (Umegaki, 2015).

Τέλος αν δοθούν οι απαραίτητες οδηγίες για την σωστή χρήση των πληροφοριών που αναγράφονται στις ετικέτες, πιθανά να δημιουργούν περισσότερο κακό από ότι καλό. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την συνεχή ενημέρωση των καταναλωτών και τη σωστή εκπαίδευση τους και τους συνεχείς ελέγχους στις μονάδες παραγωγής, έτσι ώστε οι πληροφορίες που αναγράφουν στα προϊόντα τους να συμβαδίζουν πάντα με τις τελευταίες εξελίξεις και τις επισημάνσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας.

ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ



1. Μεθοδολογία & Αποτελέσματα

Στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας πραγματοποιήθηκε έρευνα σχετικά με τις απόψεις των καταναλωτών, που αφορούν την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων. Συγκεκριμένα η έρευνα βασίστηκε σε ένα δείγμα 800 ερωτηματολογίων που μοιράστηκαν σε διάφορους νομούς της Ελλάδος και προέκυψε μέσω τυχαίας δειγματοληψίας.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε 33 ερωτήσεις κλειστού και ανοιχτού τύπου και αποτελούνταν από 2 μέρη.

- Στο πρώτο μέρος λάβαμε πληροφορίες σχετικά με τα δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, όπως ο τόπος κατοικίας, μορφωτικό επίπεδο, εθνικότητα, οικογενειακό εισόδημα επάγγελμα και την ενασχόληση τους με την αγορά ειδών διατροφής.
- Στο δεύτερο μέρος συλλέξαμε δεδομένα που αξιολογούσαν τις γνώσεις, τις προτιμήσεις και τις επιρροές του δείγματος σχετικά με την διατροφική ετικέτα.

Αφού συγκεντρώθηκαν τα ερωτηματολόγια και οι απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με το δείγμα, καταχωρήθηκαν στα ακόλουθα λογισμικά πακέτα, Microsoft® Excel 2017 και IBM SPSS Statistics 21. Για την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων χρησιμοποιήθηκαν οι κατάλληλοι στατιστικοί έλεγχοι:

- χ^2 Pearson που εξετάζει την ύπαρξη στατιστικά σημαντικών διαφορών στις αναλογίες που προκύπτουν στις διάφορες απαντήσεις μια ποιοτικής μεταβλητής, ως προς τις ομάδες που χωρίζεται το δείγμα, σύμφωνα με τις κατηγορίες μιας άλλης ποιοτικής μεταβλητής.

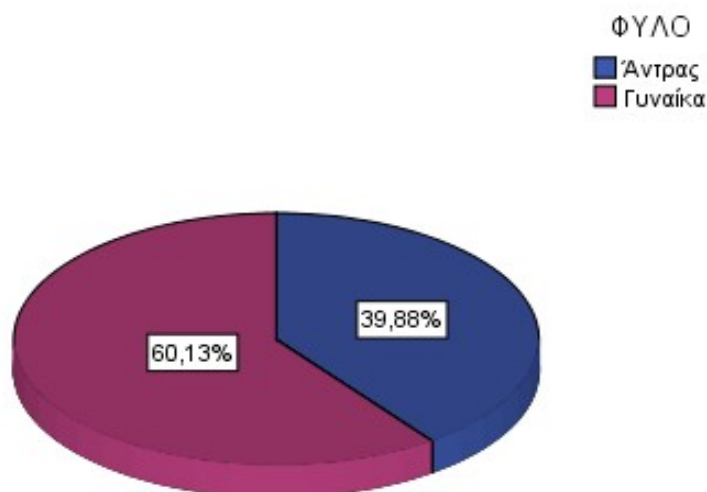
1.1 Παρουσίαση του δείγματος

1.1.1. Φύλο

Από τα 800 άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, οι 319 ήταν άντρες (39,9%) και οι 481 γυναίκες (60,1%), όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα 1 και στο Σχήμα 1.

Πίνακας 1. Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο

ΦΥΛΟ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Άντρας	319	39,9	39,9	39,9
Valid Γυναίκα	481	60,1	60,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	



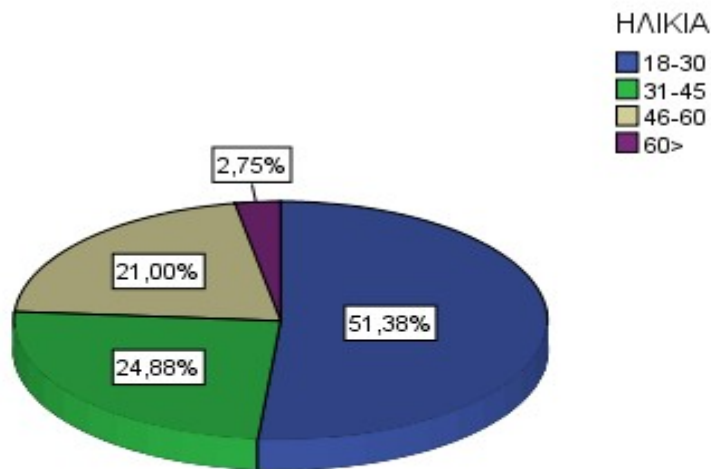
Σχήμα 1. Ποσοστιαία κατανομή ως προς το φύλο.

1.1.2. Ηλικία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα το μεγαλύτερο δείγμα συμμετεχόντων ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-30 ετών με ποσοστό 51,4%, και ακολουθούν οι ομάδες 31-45 και 46-60 με ποσοστά 24,9% και 21% αντίστοιχα, ενώ μόλις το 2,8% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα άνω των 60. Πιο αναλυτικά παρουσιάζονται στον πίνακα 2 και στο σχήμα 2.

Πίνακας 2. Ηλικιακή κατανομή του δείγματος.

ΗΛΙΚΙΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18-30	411	51,4	51,4	51,4
31-45	199	24,9	24,9	76,3
Valid 46-60	168	21,0	21,0	97,3
60>	22	2,8	2,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	



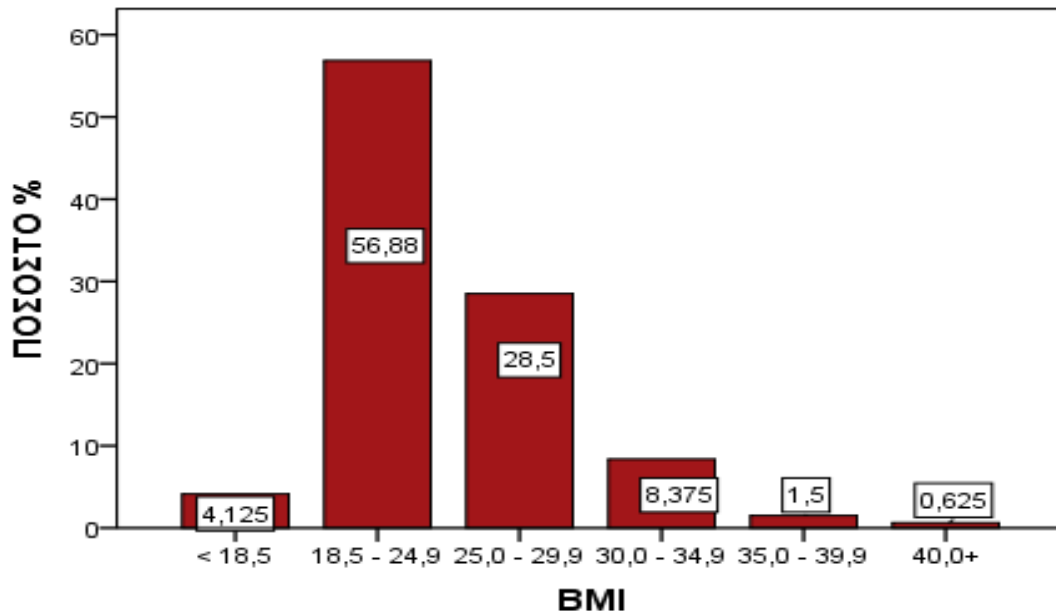
Σχήμα 2. Ποσοστιαία κατανομή της ηλικίας.

1.1.3. Δείκτης μάζας σώματος

Υπολογίσαμε τον ΔΜΣ από τις απαντήσεις που λάβαμε για το βάρος και το ύψος των ερωτηθέντων και προέκυψαν τα εξής στοιχεία: Το μεγαλύτερο ποσοστό 56.9% κυμαινόταν σε φυσιολογικά όρια ενώ μόλις το 28.5% ήταν υπέρβαροι. Το ποσοστό των συνολικά παχύσαρκων ατόμων ανέρχεται στο 10,5% και οι ελλιποβαρείς ανέρχονται στο 4%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζονται στον πίνακα 3 και ποσοστιαία στο σχήμα 3.

Πίνακας 3. Κατανομή του δείγματος ως προς τον ΔΜΣ.

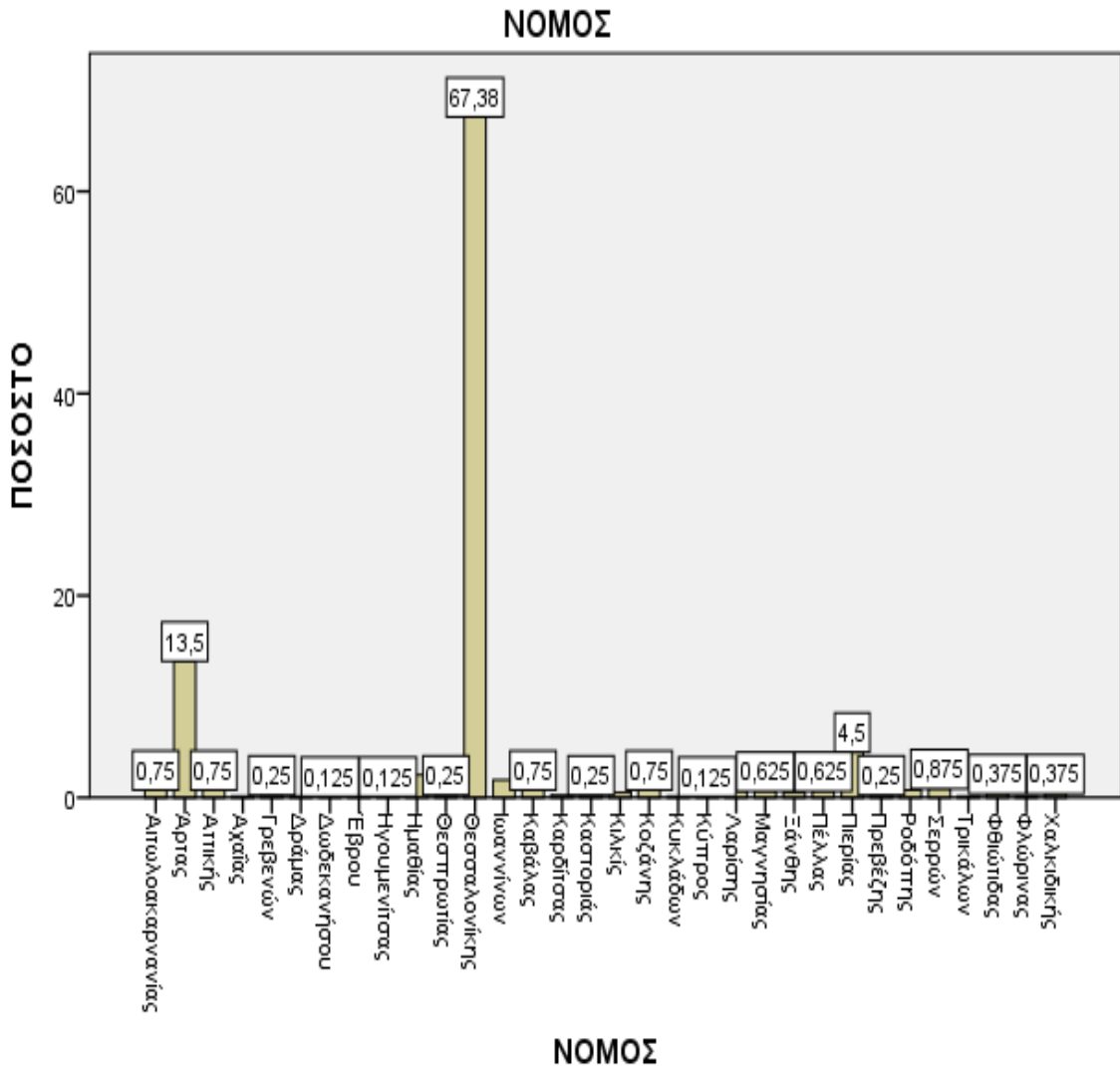
BMI				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 18,5	33	4,1	4,1	4,1
18,5 - 24,9	455	56,9	56,9	61,0
25,0 - 29,9	228	28,5	28,5	89,5
Valid 30,0 - 34,9	67	8,4	8,4	97,9
35,0 - 39,9	12	1,5	1,5	99,4
40,0+	5	,6	,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	



Σχήμα 3. Ποσοστιαία κατανομή ως προς τον ΔΜΣ.

1.1.4. Τύπος κατοικίας

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που λάβαμε σχετικά με τον τόπο κατοικίας, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος προέρχεται από τον νομό Θεσσαλονίκης με 67,4%, και ακολουθεί ο νομός Άρτας με 13,5%. Αναλυτικά παρουσιάζονται όλοι οι νομοί στον πίνακα 4 και στο σχήμα 4.



Σχήμα 4. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ανά νομό.

Πίνακας 4. Κατανομή του δείγματος ανά νομό.

ΝΟΜΟΣ

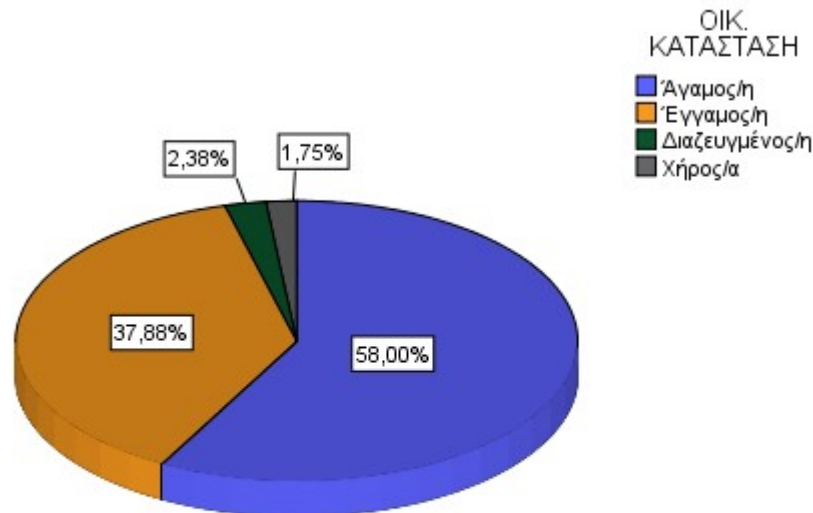
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Αιτωλοακαρνανίας	6	,8	,8	,8
Άρτας	108	13,5	13,5	14,3
Αττικής	6	,8	,8	15,0
Αχαΐας	1	,1	,1	15,1
Γρεβενών	2	,3	,3	15,4
Δράμας	1	,1	,1	15,5
Δωδεκανήσου	1	,1	,1	15,6
Έβρου	1	,1	,1	15,8
Ηγουμενίτσας	1	,1	,1	15,9
Ημαθίας	18	2,3	2,3	18,1
Θεσπρωτίας	2	,3	,3	18,4
Θεσσαλονίκης	539	67,4	67,4	85,8
Ιωαννίνων	14	1,8	1,8	87,5
Καβάλας	6	,8	,8	88,3
Καρδίτσας	2	,3	,3	88,5
Καστοριάς	2	,3	,3	88,8
Valid Κιλκίς	4	,5	,5	89,3
Κοζάνης	6	,8	,8	90,0
Κυκλάδων	1	,1	,1	90,1
Κύπρος	1	,1	,1	90,3
Λαρίσης	5	,6	,6	90,9
Μαγνησίας	5	,6	,6	91,5
Ξάνθης	4	,5	,5	92,0
Πέλλας	5	,6	,6	92,6
Πιερίας	36	4,5	4,5	97,1
Πρεβέζης	2	,3	,3	97,4
Ροδόπης	6	,8	,8	98,1
Σερρών	7	,9	,9	99,0
Τρικάλων	1	,1	,1	99,1
Φθιώτιδας	3	,4	,4	99,5
Φλώρινας	1	,1	,1	99,6
Χαλκιδικής	3	,4	,4	100,0
Total	800	100,0	100,0	

1.1.5. Οικογενειακή κατάσταση

Ως προς την οικογενειακή κατάσταση το μεγαλύτερο μέρος των ατόμων είναι άγαμοι με ποσοστό 58% και ακολουθούν οι έγγαμοι με ποσοστό 37,9%. Μόλις το 2,4% των ερωτηθέντων είναι διαζευγμένοι και το 1,8% δήλωσε ότι είναι χήρος/α. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση παρουσιάζεται στον πίνακα 5 και ποσοστιαία στο σχήμα 5.

Πίνακας 5. Κατανομή του δείγματος ως προς την οικογενειακή κατάσταση.

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Άγαμος/η	464	58,0	58,0	58,0
Έγγαμος/η	303	37,9	37,9	95,9
Valid Διαζευγμένος/η	19	2,4	2,4	98,3
Χήρος/α	14	1,8	1,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	



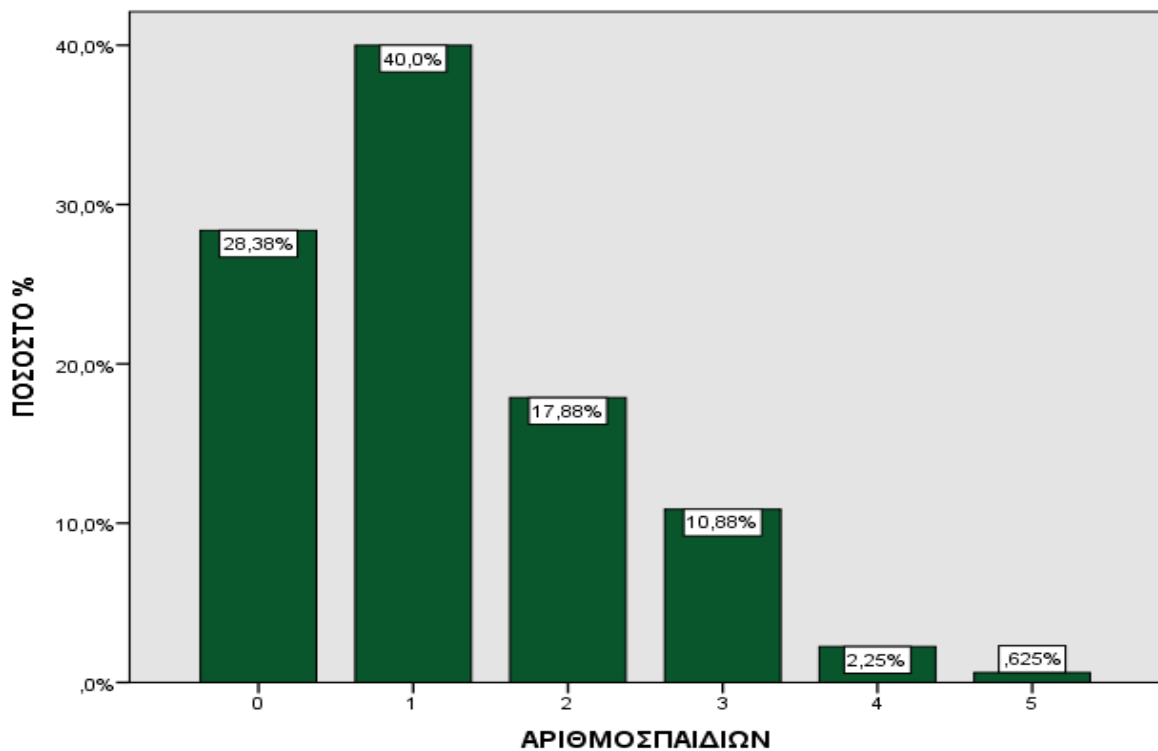
Σχήμα 5. Ποσοστιαία κατανομή της οικογενειακής κατάστασης του δείγματος.

1.1.6. Αριθμός παιδιών

Όσον αφορά τον αριθμό των παιδιών το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων έχει 1 παιδί που ανέρχεται σε ποσοστό 40% και το 28,4% είναι άτεκνοι. Το 17,9% του δείγματος έχει 2 παιδιά και το 10,9% έχει 3 παιδιά. Σε μικρότερα ποσοστά ανέρχονται όσοι έχουν αριθμό παιδιών 4 και 5>. Αναλυτικότερα η κατανομή του δείγματος ως προς τον αριθμό των παιδιών παρουσιάζεται στον πίνακα 6 και ποσοστιαία στο σχήμα 6.

Πίνακας 6. Κατανομή του δείγματος ως προς τον αριθμό των παιδιών.

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	227	28,4	28,4	28,4
1	320	40,0	40,0	68,4
2	143	17,9	17,9	86,3
Valid 3	87	10,9	10,9	97,1
4	18	2,3	2,3	99,4
5	5	,6	,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	



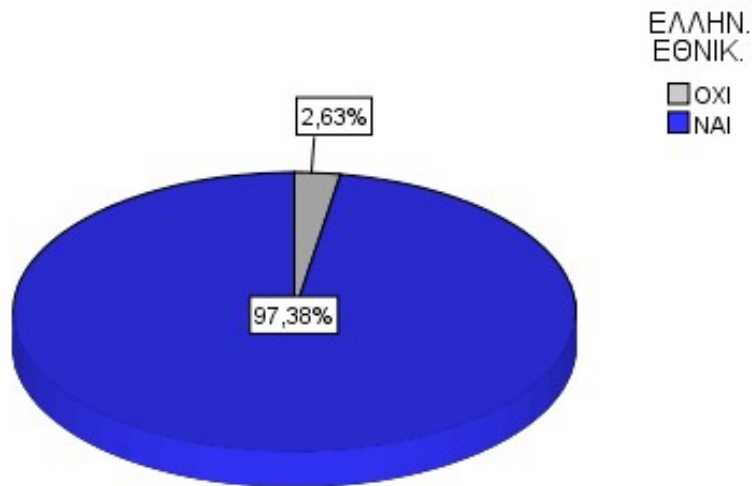
Σχήμα 6. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς τον αριθμό των παιδιών.

1.1.7. Εθνικότητα

Ως προς την εθνικότητα παρατηρούμε ότι η συντριπτική πλειονότητα του δείγματος έχει ελληνική εθνικότητα με ποσοστό 97,4%, ενώ μόλις το 2,6% δεν έχει ελληνική εθνικότητα. Στον πίνακα 7 παρουσιάζεται η κατανομή της εθνικότητας και στο σχήμα 7 η ποσοστιαία κατανομή.

Πίνακας 7. Κατανομή του δείγματος ως προς την εθνικότητα.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	OXI	21	2,6	2,6
	NAI	779	97,4	100,0
	Total	800	100,0	100,0



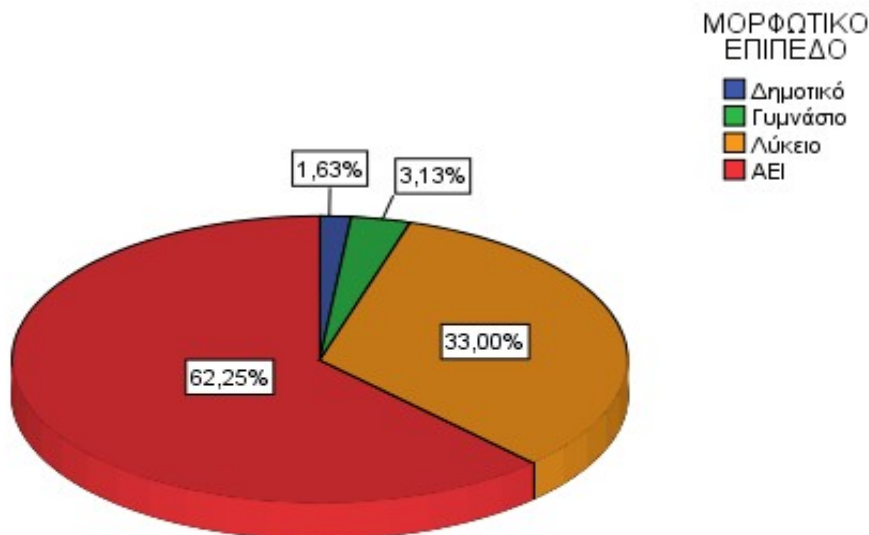
Σχήμα 7. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την εθνικότητα.

1.1.8. Μορφωτικό επίπεδο

Το επίπεδο εκπαίδευσης των ατόμων του δείγματος ήταν υψηλό, καθώς περισσότεροι από το 62% έχουν αποφοιτήσει ή φοιτούν σε ΑΕΙ και το 33% έχει αποφοιτήσει από το λύκειο. Τέλος υπήρξε και ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 4,7%, που δήλωσε ότι έχει τελειώσει μόνο δημοτικό και γυμνάσιο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο παρουσιάζεται στον πίνακα 8 και ποσοστιαία στο σχήμα 8.

Πίνακας 8. Κατανομή του δείγματος ως προς το μορφωτικό επίπεδο.

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημοτικό	13	1,6	1,6
	Γυμνάσιο	25	3,1	4,8
	Λύκειο	264	33,0	37,8
	ΑΕΙ	498	62,3	100,0
	Total	800	100,0	100,0



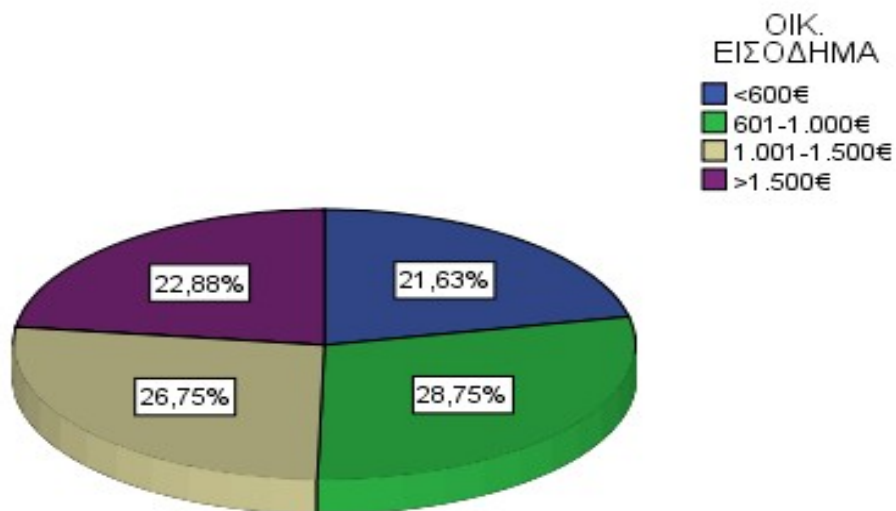
Σχήμα 8. Ποσοστιαία κατανομή του μορφωτικού επιπέδου.

1.1.9 Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

Από τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα παρατηρούμε ότι εκείνοι που είχαν μηνιαίο εισόδημα 601 έως 1000€ και 1001 έως 1500€ βρίσκονται σε σχετικά ίδια ποσοστό με 28,8% και 26,8% αντίστοιχα. Ομοίως όσοι είχαν εισόδημα <600€ και όσοι είχαν >1500€ παρουσιάζουν κοντινά ποσοστά της τάξης του 21,6% και 22,9% αντίστοιχα. Αναλυτικά παρουσιάζεται η κατανομή του δείγματος στον πίνακα 9 και ποσοστιαία στο σχήμα 9.

Πίνακας 9. Κατανομή του δείγματος ως προς το μηνιαίο εισόδημα.

ΜΗΝΙΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<600€	173	21,6	21,6	21,6
601-1.000€	230	28,8	28,8	50,4
Valid 1.001-1.500€	214	26,8	26,8	77,1
>1.500€	183	22,9	22,9	100,0
Total	800	100,0	100,0	



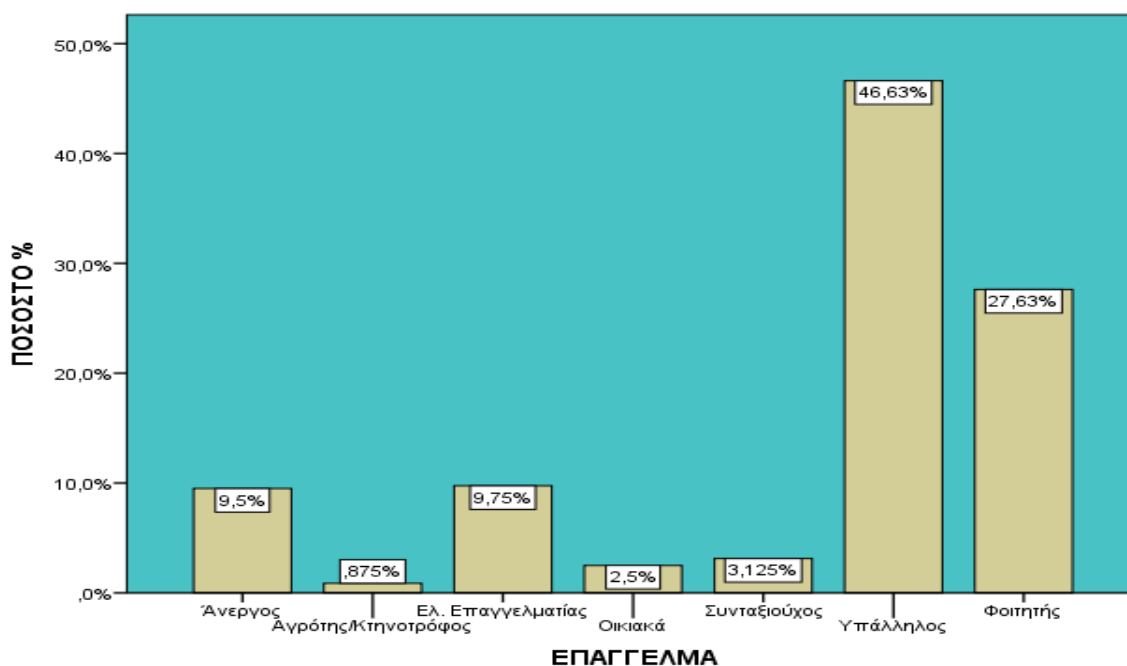
Σχήμα 9. Ποσοστιαία κατανομή του μηνιαίου εισοδήματος.

1.1.10. Επάγγελμα

Όσον αφορά την επαγγελματική κατάσταση των συμμετεχόντων στην έρευνα, το μεγαλύτερο ποσοστό αποτελούσαν οι υπάλληλοι με 46,6% και ακολουθούν οι φοιτητές με 27,6%. Επίσης οι ελεύθεροι επαγγελματίες παρουσίασαν παρόμοιο ποσοστό με τους άνεργους, 9,8% και 9,5% αντίστοιχα. Όσοι ασχολούνται με τα οικιακά καθώς και οι συνταξιούχοι ξεπερνούν το 5,5%, ενώ το μικρότερο ποσοστό συγκέντρωσαν οι αγρότες αγγίζοντας το 1%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 10 και ποσοστιαία στο σχήμα 10.

Πίνακας 10. Κατανομή του δείγματος ως προς το επάγγελμα.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Άνεργος	76	9,5	9,5	9,5
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	7	,9	,9	10,4
	Ελ. Επαγγελματίας	78	9,8	9,8	20,1
	Οικιακά	20	2,5	2,5	22,6
	Συνταξιούχος	25	3,1	3,1	25,8
	Υπάλληλος	373	46,6	46,6	72,4
	Φοιτητής	221	27,6	27,6	100,0
	Total	800	100,0	100,0	



Σχήμα 10. Ποσοστιαία κατανομή του επαγγέλματος.

1.1.11. Συχνότητα άσκησης

Σχετικά με την συχνότητα άσκησης το μικρότερο ποσοστό με 8,9% δήλωσε πως ασκείται κάθε μέρα. Το 20,9% των ερωτηθέντων γυμνάζεται 3 φορές την εβδομάδα και το 28,6% τουλάχιστον 1 φορά την εβδομάδα. Τέλος το μεγαλύτερο ποσοστό δήλωσε πως δεν κάνει καθόλου άσκηση με ποσοστό που ανέρχεται στο 41,6%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 11 και στο ποσοστιαία σχήμα 11.

Πίνακας 11. Κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα άσκησης.

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΣΚΗΣΗΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
κάθε μέρα	71	8,9	8,9	8,9
3φορές/εβδομάδα	167	20,9	20,9	29,8
Valid 1φορά/εβδομάδα	229	28,6	28,6	58,4
καθόλου	333	41,6	41,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	



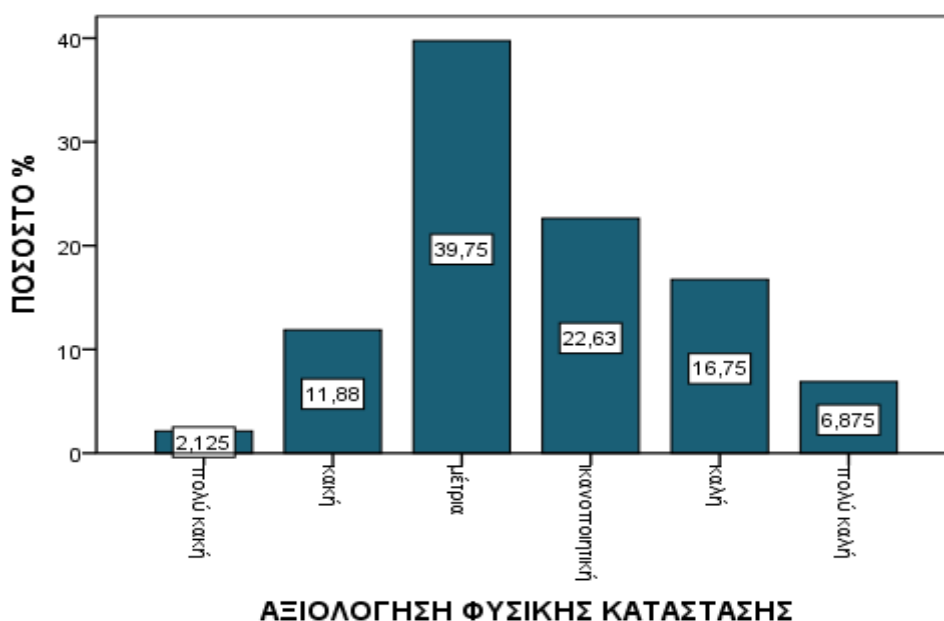
Σχήμα 11. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα άσκησης.

1.1.12. Αξιολόγηση φυσικής κατάστασης

Όσον αναφορά την φυσική κατάσταση ως πολύ κακή την χαρακτήρισε το 2,1% και ως κακή το 11,9%. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση μέτρια με ποσοστό 39,8% και αμέσως μετά όσοι την αξιολόγησαν ως ικανοποιητική με ποσοστό 22,6%. Τέλος 16,8% των απαντήσεων του δείγματος την χαρακτήρισε ως καλή και μόλις το 6,9% ως πολύ καλή. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 12 και ποσοστιαία στο σχήμα 12.

Πίνακας 12. Κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση της φυσικής κατάστασης.

ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
πολύ κακή	17	2,1	2,1	2,1
κακή	95	11,9	11,9	14,0
μέτρια	318	39,8	39,8	53,8
Valid ικανοποιητική	181	22,6	22,6	76,4
καλή	134	16,8	16,8	93,1
πολύ καλή	55	6,9	6,9	100,0
Total	800	100,0	100,0	



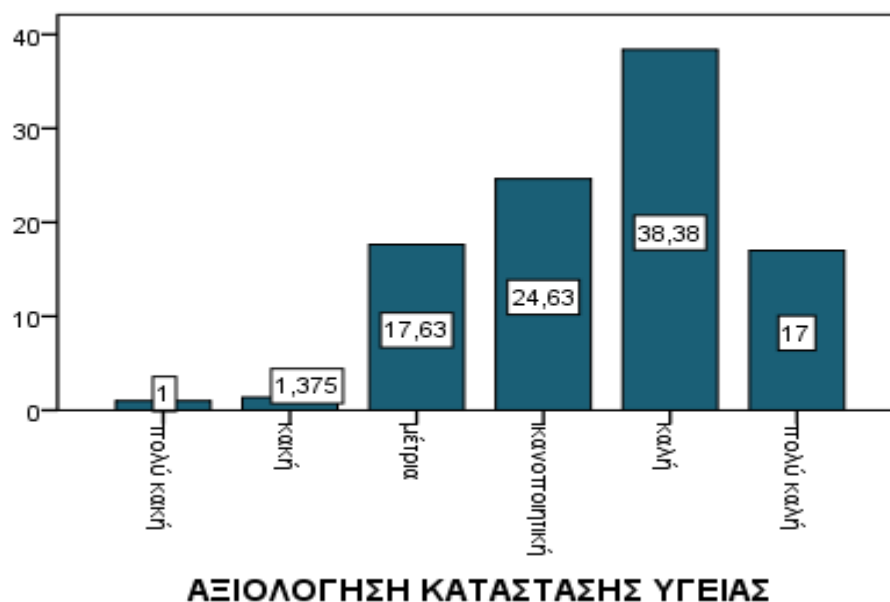
Σχήμα 12. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση της φυσικής κατάστασης.

1.1.13 Αξιολόγηση κατάστασης υγείας

Τα μικρότερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι 2 πρώτες απαντήσεις που αξιολογούν την κατάσταση της υγείας τους ως πολύ κακή και κακή με ποσοστά 1% και 1,4% αντίστοιχα. Μέτρια δήλωσε το 17,6% ενώ το 24,6% την χαρακτήρισε ως ικανοποιητική. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωση η απάντηση καλή με 38,4% και τέλος το 17% αξιολόγησε την υγεία του ως πολύ καλή. Αναλυτικά η κατανομή παρουσιάζεται στον πίνακα 13 και ποσοστιαία στο σχήμα 13.

Πίνακας 13. Κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση της γενικής κατάστασης υγείας.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΥΓΕΙΑΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
πολύ κακή	8	1,0	1,0	1,0
κακή	11	1,4	1,4	2,4
μέτρια	141	17,6	17,6	20,0
Valid ικανοποιητική	197	24,6	24,6	44,6
καλή	307	38,4	38,4	83,0
πολύ καλή	136	17,0	17,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	



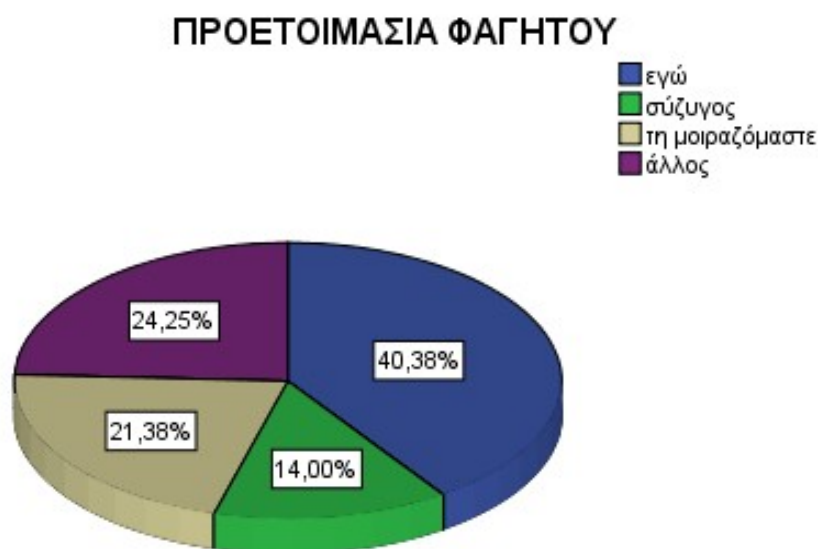
Σχήμα 13. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση της γενικής κατάστασης υγείας.

1.1.14 Προετοιμασία φαγητού στο σπίτι

Από τα αποτελέσματα που λάβαμε το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος που ανέρχεται στο 40,4% δήλωσε πως οι ίδιοι προετοιμάζουν το φαγητό στο σπίτι ενώ το 24,3% ανέφερε πως την προετοιμασία την κάνει κάποιος άλλος. Τέλος 14% των ερωτηθέντων δήλωσε πως ο/η σύζυγος αναλαμβάνει το φαγητό στο σπίτι και το 21,4% ότι μοιράζεται την προετοιμασία του φαγητού. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 14 και ποσοστιαία στο σχήμα 14.

Πίνακας 14. Κατανομή του δείγματος ως προς την προετοιμασία του φαγητού.

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
εγώ	323	40,4	40,4	40,4
σύζυγος	112	14,0	14,0	54,4
Valid τη μοιραζόμαστε	171	21,4	21,4	75,8
άλλος	194	24,3	24,3	100,0
Total	800	100,0	100,0	



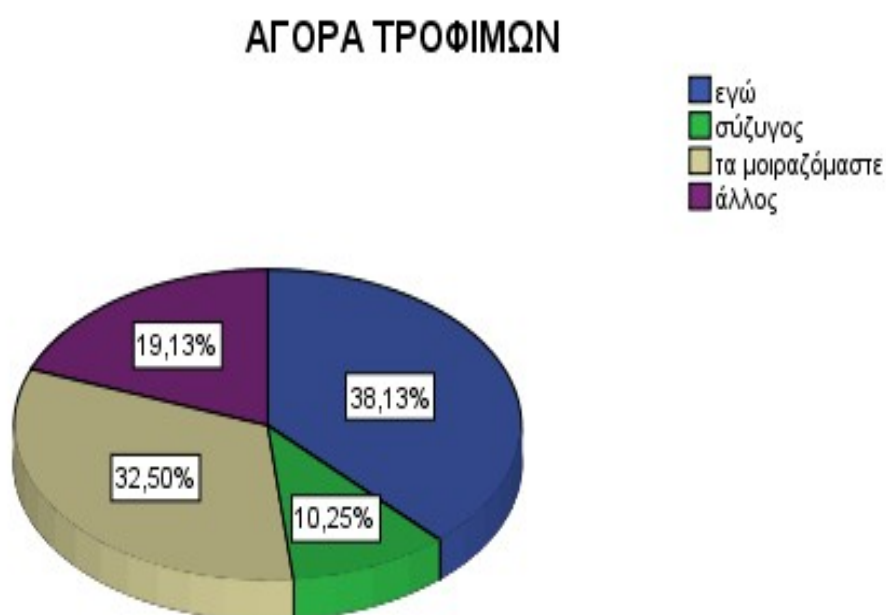
Σχήμα 14. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την προετοιμασία του φαγητού.

1.1.15 Αγορά τροφίμων

Στην ερώτηση για το ποιος ψωνίζει συνήθως τα τρόφιμα για το σπίτι το μεγαλύτερο ποσοστό με 38,1% δήλωσε πως ψωνίζουν οι ίδιοι τα τρόφιμα ενώ το 19,1% απάντησε ότι κάποιος άλλος ασχολείται με την αγορά τροφίμων. Τέλος 10,3% των ερωτηθέντων δήλωσε πως ο/η σύζυγος αγοράζουν τα ψώνια για το νοικοκυριό και το 32,5% ότι μοιράζεται την αγορά τροφίμων για το σπίτι. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 15 και ποσοστιαία στο σχήμα 15.

Πίνακας 15. Κατανομή του δείγματος ως προς την αγορά τροφίμων.

ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
εγώ	305	38,1	38,1	38,1
σύζυγος	82	10,3	10,3	48,4
Valid τα μοιραζόμαστε	260	32,5	32,5	80,9
άλλος	153	19,1	19,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	



Σχήμα 15. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την αγορά τροφίμων.

1.1.16. Συχνότητα αγοράς τροφίμων

Παρατηρούμε ότι το αυτοί που δεν ασχολούνται ποτέ με την αγορά τροφίμων για το σπίτι συγκέντρωσαν ποσοστό 5% ενώ αυτοί που ψωνίζουν κάθε μέρα αποτελούν το 7,9% του δείγματος. Το μεγαλύτερο ποσοστό με 49,3% αγοράζει τρόφιμα για το σπίτι 1 φορά την εβδομάδα και ακολουθούν όσοι δήλωσαν πως ψωνίζουν 3 φορές την εβδομάδα με ποσοστό 24,4% και τέλος αυτοί που ασχολούνται με τα ψώνια 1 φορά τον μήνα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 16 και ποσοστιαία στο σχήμα 16.

Πίνακας 16. Κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα αγοράς τροφίμων.

ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	40	5,0	5,0	5,0
1 φορά/μήνα	108	13,5	13,5	18,5
Valid 1 φορά/εβδομάδα	394	49,3	49,3	67,8
3 φορές/εβδομάδα	195	24,4	24,4	92,1
κάθε μέρα	63	7,9	7,9	100,0
Total	800	100,0	100,0	



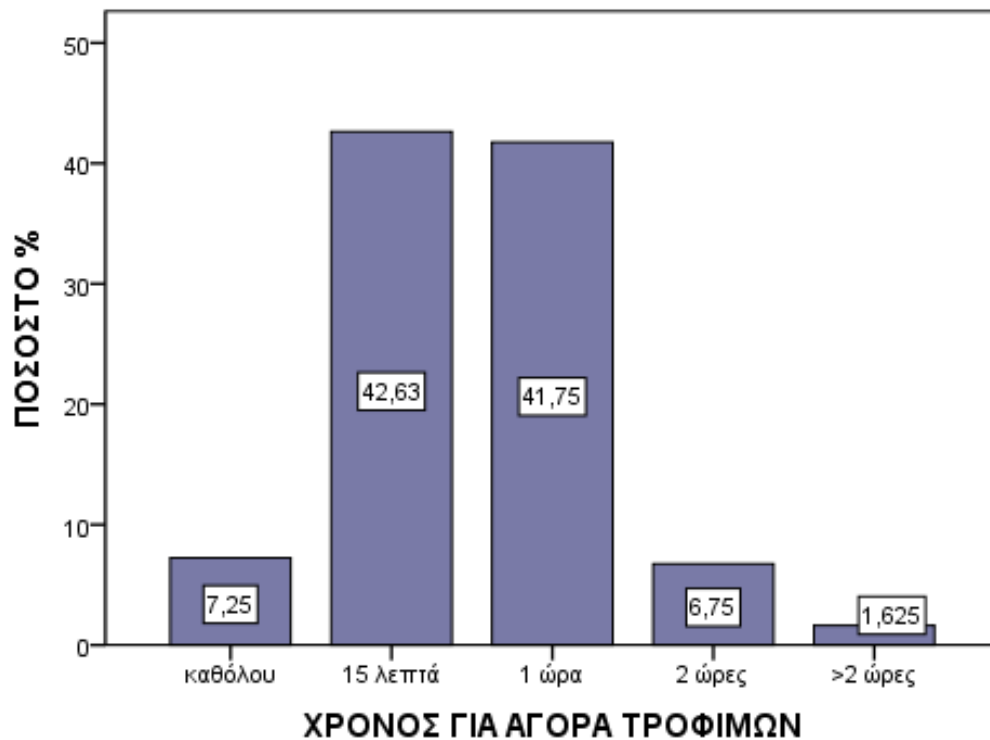
Σχήμα 16. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα αγοράς τροφίμων.

1.1.17. Χρόνος αγοράς για είδη διατροφής

Σχετικά με τον χρόνο που αφιερώνουν για την αγορά ειδών διατροφής το 7,3% δήλωσε πως δεν αφιερώνει καθόλου χρόνο, το 6,8% ότι αφιερώνει 2 ώρες και το 1,6% πάνω από 2 ώρες. Τέλος οι συνηθέστερες απαντήσεις ήταν 15 λεπτά και 1 ώρα συγκεντρώνοντας 42,6% και 41,8% αντίστοιχα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 17 και ποσοστιαία στο σχήμα 17.

Πίνακας 17. Κατανομή του δείγματος ως προς τον χρόνο ου αφορά την αγορά τροφίμων.

ΧΡΟΝΟΣ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
καθόλου	58	7,3	7,3	7,3
15 λεπτά	341	42,6	42,6	49,9
1 ώρα	334	41,8	41,8	91,6
2 ώρες	54	6,8	6,8	98,4
>2 ώρες	13	1,6	1,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	



Σχήμα 17. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς τον χρόνο ου αφορά την αγορά τροφίμων.

1.1.18. Έξοδα αγορών

Όσον αναφορά τα χρήματα που ξοδεύουν για όλες τις αγορές παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό δηλαδή το 82,8%, ξοδεύει λιγότερα από 100€. Έπειτα το 9,3% του δείγματος θα δώσει για τις αγορές του από 101 έως 200€ και το 3,8% από 201 έως 300€. Όσοι ξοδεύουν από 301 έως 400€ και 401 έως 500€ συγκέντρωσαν το ίδιο ποσοστό π ανέρχεται στο 1%. Τέλος το 2,3% των ερωτηθέντων δήλωσε πως ξοδεύει για όλες τις αγορές του περισσότερα από 501€. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 18.

Πίνακας 18. Κατανομή του δείγματος ως προς τα συνολικά έξοδα αγορών.

ΕΞΟΔΑ ΑΓΟΡΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<= 100	662	82,8	82,8	82,8
101 - 200	74	9,3	9,3	92,0
201 - 300	30	3,8	3,8	95,8
Valid 301 - 400	8	1,0	1,0	96,8
401 - 500	8	1,0	1,0	97,8
501+	18	2,3	2,3	100,0
Total	800	100,0	100,0	

1.1.19. Έξοδα που αφορούν τις αγορές τροφίμων

Σχετικά με τα έξοδα που αφορούν την αγορά τροφίμων βλέπουμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 90,6%, ξοδεύει έως 100€ για την αγορά ειδών διατροφής και το 5,5% σπαταλάει από 101 έως 200€ για τις αγορές τροφίμων. Όσοι ξοδεύουν από 201 έως 300€ και από 301 έως 400€ συγκέντρωσαν το ίδιο ποσοστό που ανέρχεται στο 1,1% και όσοι δίνουν από 401 έως 500€ ανέρχονται στο 0,8% του δείγματος. Τέλος όσοι ξοδεύουν περισσότερα από 501€ συγκέντρωσαν ποσοστό που αγγίζει το 1%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 19.

Πίνακας 19. Κατανομή του δείγματος ως προς τα επί μέρους έξοδα για την αγορά τροφίμων.

ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<= 100	725	90,6	90,6	90,6
101 - 200	44	5,5	5,5	96,1
201 - 300	9	1,1	1,1	97,3
301 - 400	9	1,1	1,1	98,4
401 - 500	6	,8	,8	99,1
501+	7	,9	,9	100,0

1.1.20. Αξιολόγηση επιρροής κατά την αγορά τροφίμων από διάφορους παράγοντες

Για να αξιολογήσουμε το κατά πόσο επηρεάζονται οι καταναλωτές στην αγορά τροφίμων χρησιμοποιήσαμε μια κλίμακα από το 1 έως το 5 (1= καθόλου, 2=λίγο, 3=μέτρια, 4=πολύ, 5=πάρα πολύ) και η ερώτηση αποτελούνταν από 16 υποερωτήματα.

20.1. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την ασφάλεια.

Στην πρώτη ερώτηση που αφορούσε την ασφάλεια το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος δήλωσε πως θα επηρεαστεί μέτρια από αυτόν τον παράγοντα με ποσοστό 26,6% και ακολουθούν όσοι απάντησαν πως θα επηρεαστούν πολύ με ποσοστό 24,1%. Τα ποσοστά που συγκέντρωσαν οι υπόλοιπες απαντήσεις βρίσκονται κοντά μεταξύ τους με όσους δήλωσαν πάρα πολύ να συγκεντρώνουν 16,6%, λίγο 17,6% και καθόλου 15%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.1.

Πίνακας 20.1: Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την ασφάλεια.

ΑΣΦΑΛΕΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid καθόλου	120	15,0	15,0	15,0
λίγο	141	17,6	17,6	32,6
μέτρια	213	26,6	26,6	59,3
πολύ	193	24,1	24,1	83,4
πάρα πολύ	133	16,6	16,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.2. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την διατροφική τους αξία.

Όσον αναφορά την επιρροή που ασκεί η διατροφική αξία στην αγορά ενός τροφίμου, το μεγαλύτερο ποσοστό με 32,5% συγκέντρωσε η απάντηση πολύ και αυτοί που μέτρια θα επηρεαστούν συγκέντρωσαν ποσοστό 25,8%. Όσοι απάντησαν ότι επηρεάζονται πάρα πολύ συγκέντρωσαν 22,4% και όσοι επηρεάζονται λίγο συγκέντρωσαν 13%. Τέλος το μικρότερο ποσοστό με 6,4% συγκέντρωσαν όσοι δεν επηρεάζονται καθόλου από της διατροφική αξία κατά την αγορά ενός τροφίμου. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.2.

Πίνακας 20.2: Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την διατροφική τους αξία.

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΑΞΙΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid καθόλου	51	6,4	6,4	6,4
λίγο	104	13,0	13,0	19,4
μέτρια	206	25,8	25,8	45,1
πολύ	260	32,5	32,5	77,6
πάρα πολύ	179	22,4	22,4	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.3. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την ημερομηνία λήξης.

Γενικά βλέπουμε πως το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος επηρεάζεται πολύ έως παρά πολύ όσον αναφορά την ημερομηνία λήξης καθώς

συγκέντρωσαν 18,3% και 66,1% αντίστοιχα. Αυτοί που θα επηρεαστούν από καθόλου έως μέτρια συγκέντρωσαν συνολικά 15,7%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.3.

Πίνακας 20.3. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την ημερομηνία λήξης.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum
καθόλου	16	2,0	2,0	
λίγο	42	5,3	5,3	
Valid μέτρια	67	8,4	8,4	

20.4. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την μέθοδο της επεξεργασίας.

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο πλήθος απαντήσεων συγκέντρωσε η επιλογή μέτρια με ποσοστό 29%. Υπάρχει μια σχετική ισορροπία όσον αφορά τις υπόλοιπες απαντήσεις καθώς οι διαφορές τους είναι σχετικά μικρές δηλαδή, όσοι επηρεάζονται πολύ συγκέντρωσαν ποσοστό 20,8%, όσοι απάντησαν πάρα πολύ 17%, αυτοί που επηρεάζονται λίγο 19,8% και αυτού που δεν επηρεάζονται καθόλου 13,5%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.4.

Πίνακας 20.4. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την μέθοδο επεξεργασίας.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid καθόλου	108	13,5	13,5	13,5
λίγο	158	19,8	19,8	33,3
μέτρια	232	29,0	29,0	62,3
πολύ	166	20,8	20,8	83,0
πάρα πολύ	136	17,0	17,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.5. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την οσμή και τη γεύση.

Η οσμή και η γεύση ενός τροφίμου φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο καθώς αυτοί που απάντησαν πως επηρεάζονται πολύ και πάρα πολύ από αυτόν τον παράγοντα, για την αγορά ενός τροφίμου, συγκέντρωσαν ποσοστό 29,5% και 47,5% αντίστοιχα. Οι υπόλοιπες απαντήσεις συγκέντρωσαν συνολικά 23%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.4.

Πίνακας 20.5. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την οσμή και τη γεύση.

ΟΣΜΗ & ΓΕΥΣΗ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid καθόλου	25	3,1	3,1	3,1
λίγο	52	6,5	6,5	9,6
μέτρια	107	13,4	13,4	23,0
πολύ	236	29,5	29,5	52,5
πάρα πολύ	380	47,5	47,5	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.6. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την εμφάνιση των τροφίμων.

Όπως η οσμή και η γεύση, έτσι και η εμφάνιση των τροφίμων φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο κατά την αγορά τους καθώς όσοι επηρεάζονται πολύ και πάρα πολύ συγκέντρωσαν ποσοστό 37,3% και 31,5% αντίστοιχα. Αυτοί που επηρεάζονται μέτρια από αυτόν τον παράγοντα συγκέντρωσαν ποσοστό 18,8%. Τέλος όσοι απάντησαν καθόλου και λίγο συγκέντρωσαν συνολικά 12,6%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.6.

Πίνακας 20.6. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την εμφάνιση τους.

ΕΜΦΑΝΙΣΗ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	καθόλου	38	4,8	4,8	4,8
	λίγο	62	7,8	7,8	12,5
	μέτρια	150	18,8	18,8	31,3
	πολύ	298	37,3	37,3	68,5
	πάρα πολύ	252	31,5	31,5	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

20.7. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την παρουσία πρόσθετων ουσιών (E).

Σχετικά με την επιρροή των πρόσθετων ουσιών βλέπουμε πως το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος με ποσοστό 27,4% δήλωσε πως επηρεάζεται πάρα πολύ κατά την αγορά ενός τροφίμου από τις πρόσθετες ουσίες που περιέχει. Όσοι δήλωσαν πως επηρεάζονται πολύ συγκέντρωσαν ποσοστό 23,3% και αυτοί που επηρεάζονται μέτρια 24,3%. Τέλος αυτοί που δεν επηρεάζονται καθόλου συγκέντρωσαν 11,3% και όσοι απάντησαν λίγο 13,9%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.7.

Πίνακας 20.7. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την παρουσία πρόσθετων ουσιών (E).

ΠΡΟΣΘΕΤΑ (E)					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	καθόλου	90	11,3	11,3	11,3

λίγο	111	13,9	13,9	25,1
μέτρια	194	24,3	24,3	49,4
πολύ	186	23,3	23,3	72,6
πάρα πολύ	219	27,4	27,4	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.8. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την σύσταση τους σε αλάτι.

Φαίνεται ότι η περιεκτικότητα του τροφίμου σε αλάτι δεν επηρεάζει σημαντικά την επιλογή ενός τροφίμου καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος με 29,8% δήλωσε πως του ασκεί μια μέτρια επιρροή και όσοι δήλωσαν ότι τους επηρεάζει πολύ συγκέντρωσαν 20,1%. Όσοι επηρεάζονται καθόλου και λίγο συγκέντρωσαν ακριβώς το ίδιο ποσοστό 17,6% και το χαμηλότερο ποσοστό με 14,9% συγκέντρωσαν αυτοί που επηρεάζονται πάρα πολύ από την σύσταση του τροφίμου σε αλάτι. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.8.

Πίνακας 20.8. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την σύσταση τους σε αλάτι.

ΑΛΑΤΙ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
καθόλου	141	17,6	17,6	17,6
λίγο	141	17,6	17,6	35,3
μέτρια	238	29,8	29,8	65,0
πολύ	161	20,1	20,1	85,1
πάρα πολύ	119	14,9	14,9	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.9. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την εμφάνιση της συσκευασίας τους.

Η εμφάνιση της συσκευασίας ασκεί μια μέτρια επιρροή στο 32,5% του δείγματος που είναι και το μεγαλύτερο ποσοστό και όσοι επηρεάζονται πολύ αποτελούν το 28,5%. Έπειτα ακολουθούν αυτοί που επηρεάζονται

λίγο με 16% και τέλος με μικρή διαφορά αυτοί που επηρεάζονται παρά πολύ με 11,6% από αυτούς που δεν επηρεάζονται καθόλου με 11,4%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.9.

Πίνακας 20.9. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την εμφάνιση της συσκευασίας τους.

ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	καθόλου	91	11,4	11,4	11,4
	λίγο	128	16,0	16,0	27,4
	μέτρια	260	32,5	32,5	59,9
	πολύ	228	28,5	28,5	88,4
	πάρα πολύ	93	11,6	11,6	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

20.10. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την αναλυτική πληροφόρηση για τους τρόπους χρήσης.

Παρατηρούμε πως και αυτός ο παράγοντας ασκεί μια μέτρια επίδραση στο σύνολο του δείγματος συγκεντρώνοντας ποσοστό 29,4% και ακολουθούν όσοι δήλωσαν πως επηρεάζονται πολύ με 24,4%. Έπειτα ακολουθούν αυτοί που επηρεάζονται λίγο με 19,6% και τέλος όσοι επηρεάζονται πάρα πολύ με 14,6% και αυτοί που δεν δέχονται καμία επιρροή με 12%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.10.

Πίνακας 20.10. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την αναλυτική πληροφόρηση για τους τρόπους χρήσης.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΡΟΠΟΥΣ ΧΡΗΣΗΣ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	καθόλου	96	12,0	12,0	12,0

λίγο	157	19,6	19,6	31,6
μέτρια	235	29,4	29,4	61,0
πολύ	195	24,4	24,4	85,4
πάρα πολύ	117	14,6	14,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.11. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας.

Σχετικά με την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας βλέπουμε πως τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι τρεις πρώτες επιλογές, δηλαδή όσοι δεν επηρεάζονται καθόλου συγκέντρωσαν 25,3%, λίγο 22,6% και μέτρια 27%. Τέλος το 25,1% του δείγματος επηρεάζεται πολύ έως πάρα πολύ από αυτόν τον παράγοντα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.11.

Πίνακας 20.11. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας.

ΕΥΚΟΛΙΑ ΣΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
καθόλου	202	25,3	25,3	25,3
λίγο	181	22,6	22,6	47,9
μέτρια	216	27,0	27,0	74,9
πολύ	120	15,0	15,0	89,9
πάρα πολύ	81	10,1	10,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.12. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από το υλικό της συσκευασίας.

Το υλικό της συσκευασίας φαίνεται να μην επηρεάζει και τόσο τους καταναλωτές καθώς ασκεί μια μέτρια επιρροή στο 28% του δείγματος, δεν επηρεάζει καθόλου το 21,9% και λίγο θα επηρεάσει το 20,1%. Τέλος το 18,4% του δείγματος δήλωσε πως επηρεάζεται πολύ ενώ όσοι επηρεάζονται πάρα πολύ συγκέντρωσαν ποσοστό 11,6%. Αναλυτικά η

κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.12.

Πίνακας 20.12. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από το υλικό της συσκευασίας.

ΥΛΙΚΟ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	καθόλου	175	21,9	21,9	21,9
	λίγο	161	20,1	20,1	42,0
	μέτρια	224	28,0	28,0	70,0
	πολύ	147	18,4	18,4	88,4
	πάρα πολύ	93	11,6	11,6	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

20.13. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας.

Παρατηρούμε ότι οι απαντήσεις που λάβαμε σχετικά με την επιρροή που ασκεί κατά την αγορά ενός τροφίμου η δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας, είναι σχεδόν μοιρασμένες. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσαν όσοι δήλωσαν πως επηρεάζονται μέτρια με ποσοστό 24,1% και ακολουθούν όσοι δήλωσαν καθόλου με 21,1%. Ελάχιστα πιο πίσω αυτοί που απάντησαν πολύ με 21% και έπειτα όσοι δήλωσαν λίγο με 19,3%. Τέλος το μικρότερο ποσοστό συγκέντρωσαν όσοι επηρεάζονται πάρα πολύ με 14,5%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.13.

Πίνακας 20.13. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας.

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ ΣΥΚΕΥΑΣΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum
καθόλου	169	21,1	21,1	
λίγο	154	19,3	19,3	
Valid μέτρια	193	24,1	24,1	

20.14. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από τον τρόπο συντήρησης.

Ο τρόπος συντήρησης ασκεί μια μέτρια επιρροή στο 27,1% του δείγματος και το 23,9% επηρεάζεται πολύ από αυτόν τον παράγοντα κατά την αγορά των τροφίμων. Πάρα πολύ επηρεάζεται και το 18,4% ενώ λίγο θα επηρεαστεί το 16,5% και καθόλου το 14,1%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.14.

Πίνακας 20.14. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από τον τρόπο συντήρησης.

ΤΡΟΠΟΣ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
καθόλου	113	14,1	14,1	14,1
λίγο	132	16,5	16,5	30,6
Valid μέτρια	217	27,1	27,1	57,8
πολύ	191	23,9	23,9	81,6
πάρα πολύ	147	18,4	18,4	100,0
Total	800	100,0	100,0	

20.15. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την επωνυμία της μονάδας παραγωγής.

Η επωνυμία της μονάδας παραγωγής φαίνεται να έχει σημαντικό ρόλο κατά την αγορά των τροφίμων καθώς το 31,9% επηρεάζεται πολύ από αυτόν τον παράγοντα και πάρα πολύ το 19,5%. Μέτρια επίδραση έχει στο 25,1% του δείγματος και λίγο θα επηρεαστεί το 14,5%. Τέλος το 9% δεν επηρεάζεται καθόλου από την επωνυμία της μονάδας παραγωγής. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.15.

Πίνακας 20.15. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την επωνυμία της μονάδας παραγωγής.

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΡΟΦΙΜΟΥ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	καθόλου	72	9,0	9,0	9,0
	λίγο	116	14,5	14,5	23,5
	μέτρια	201	25,1	25,1	48,6
	πολύ	255	31,9	31,9	80,5
	πάρα πολύ	156	19,5	19,5	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

20.16. Επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την τιμή αγοράς.

Η επίδραση που ασκεί η τιμή κατά την αγορά των τροφίμων είναι πολύ σημαντική καθώς το 44,5% του δείγματος επηρεάζεται πάρα πολύ από αυτήν και πολύ το 28,3%. Μέτρια επίδραση έχει στο 18,8% του δείγματος και τέλος καθόλου έως λίγο επηρεάζεται το 8,5%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 20.16.

Πίνακας 20.16. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την τιμή αγοράς.

ΤΙΜΗ ΑΓΟΡΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
καθόλου	20	2,5	2,5	2,5
λίγο	48	6,0	6,0	8,5
μέτρια	150	18,8	18,8	27,3
πολύ	226	28,3	28,3	55,5
πάρα πολύ	356	44,5	44,5	100,0
Total	800	100,0	100,0	

1.1.21. Επιρροή αγοράς από διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των μελών της οικογένειας

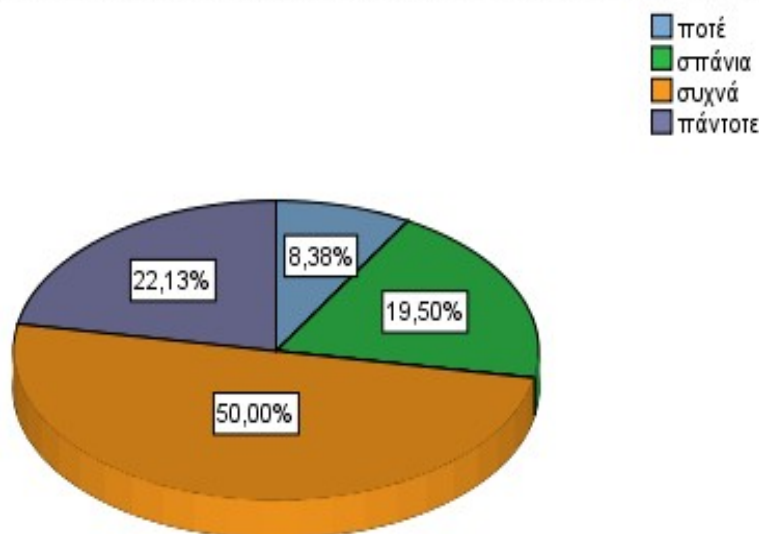
Σχετικά με την επιρροή που ασκούν τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας ως προς τις αγορές το 50% δήλωσε πως επηρεάζεται συχνά και το 22,1% πως πάντοτε θα επηρεαστεί από τις διατροφικές προτιμήσεις της οικογένειας. Τέλος το 19,5% των ερωτηθέντων απάντησε πως σπάνια θα αλλάξει κάτι στις αγορές του και το 8,4% πως ποτέ δεν επηρεάζεται από τις απαιτήσεις των μελών της οικογένειας. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 21 και ποσοστιαία στο σχήμα 21.

Πίνακας 21. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή που ασκεί η οικογένεια στις αγορές.

ΕΠΙΡΡΟΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	67	8,4	8,4	8,4
σπάνια	156	19,5	19,5	27,9
συχνά	400	50,0	50,0	77,9
πάντοτε	177	22,1	22,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	

ΕΠΙΡΡΟΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ



Σχήμα 21. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή που ασκεί η οικογένεια στις αγορές.

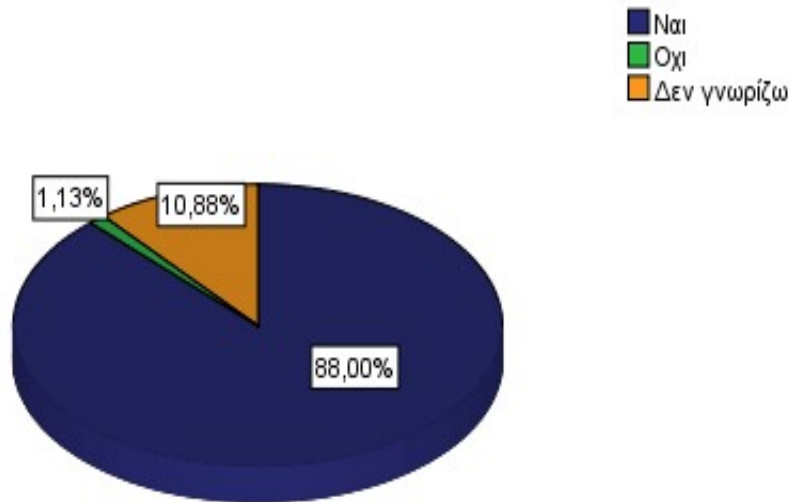
1.1.22. Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στην συσκευασία;

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στην ερώτηση σχετικά με το αν είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στην συσκευασία τους, με ποσοστό που ανέρχεται στο 88%. Περισσότεροι ήταν αυτοί που δεν γνώριζαν αν είναι η υποχρεωτική η αναγραφή των συστατικών έναντι αυτών που απάντησαν αρνητικά με ποσοστό 10,9% και 1,1% αντίστοιχα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 22 και ποσοστιαία στο σχήμα 22.

Πίνακας 22. Κατανομή του δείγματος ως προς την υποχρεωτική αναγραφή της σύστασης των τροφίμων.

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	704	88,0	88,0
	Όχι	9	1,1	89,1
	Δεν γνωρίζω	87	10,9	100,0
	Total	800	100,0	100,0

ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΑΝΑΓΡΑΦΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ



Σχήμα 22. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την υποχρεωτική αναγραφή της σύστασης των τροφίμων.

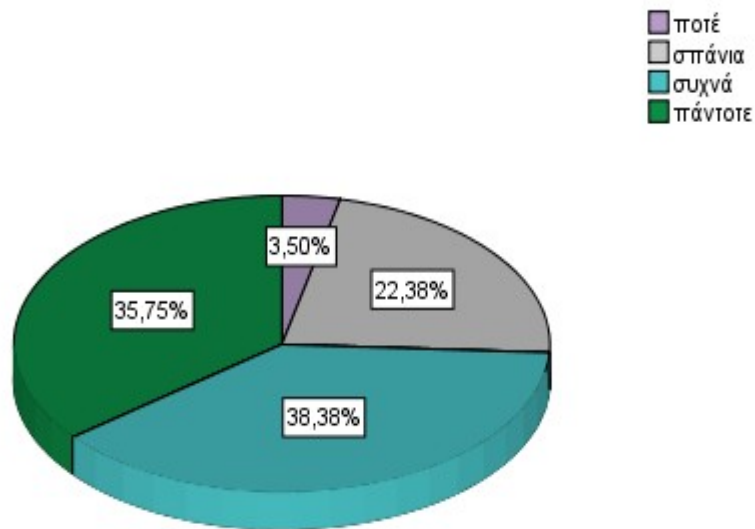
1.1.23. Ανάγνωση ετικέτας κατά την αγορά ενός καινούργιου προϊόντος

Σχετικά με την ανάγνωση της ετικέτας κατά την αγορά ενός προϊόντος για πρώτη φορά το 3,5% δήλωσε πως ποτέ δεν θα την διαβάσει και το 22,4% σπάνια. Συχνά θα διαβάσει τις πληροφορίες το 38,4% που αποτελεί και το μεγαλύτερο ποσοστό και τέλος το 35,8% δήλωσε πως πάντοτε θα διαβάσει τις ετικέτες όταν αγοράσει ένα καινούργιο προϊόν. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 23 και ποσοστιαία στο σχήμα 23.

Πίνακας 23. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών της ετικέτας κατά την αγορά ενός νέου τροφίμου.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cu
ποτέ	28	3,5	3,5	
σπάνια	179	22,4	22,4	

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΕΤΙΚΕΤΑΣ



Σχήμα 23. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών της ετικέτας κατά την αγορά ενός νέου τροφίμου

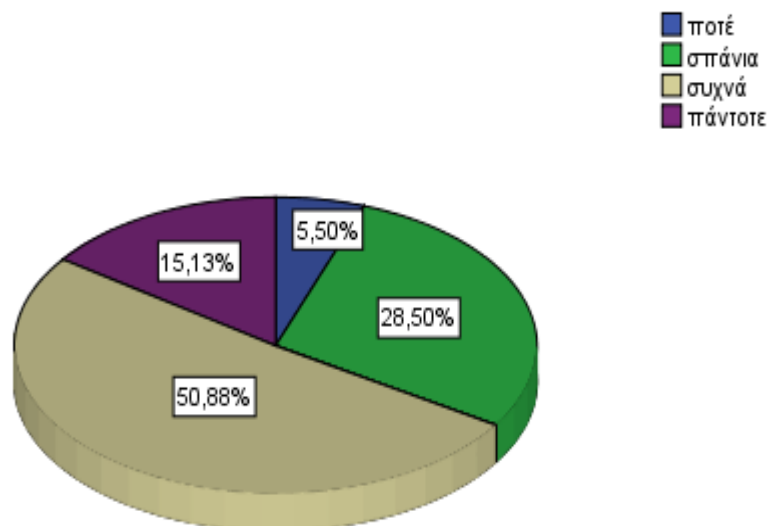
1.1.24. Επιρροή των διατροφικών πληροφοριών κατά την αγορά ενός τροφίμου

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα το 5,5% των ερωτηθέντων δεν επηρεάζεται ποτέ από τις πληροφορίες της ετικέτας όταν αγοράζει ένα τρόφιμο. Σπάνια θα επηρεαστεί το 28,5% των ερωτηθέντων ενώ το 50,9% συχνά θα αλλάξει γνώμη για μια αγορά του εξαιτίας των διατροφικών πληροφοριών. Τέλος το 15,1% πάντα θα επηρεαστεί στις αγορές τροφίμων από τις πληροφορίες που δίνονται πάνω στο τρόφιμο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 24 και ποσοστιαία στο σχήμα 24.

Πίνακας 24. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή της ετικέτας στην αγορά ενός τροφίμου.

ΕΠΙΡΡΟΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	44	5,5	5,5	5,5
σπάνια	228	28,5	28,5	34,0
Valid συχνά	407	50,9	50,9	84,9
πάντοτε	121	15,1	15,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	

ΕΠΙΡΡΟΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ



Σχήμα 24. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την επιρροή της ετικέτας στην αγορά ενός τροφίμου.

1.1.25. Ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών που αφορούν τη σύσταση του τροφίμου σε μεγαλοσυστατικά

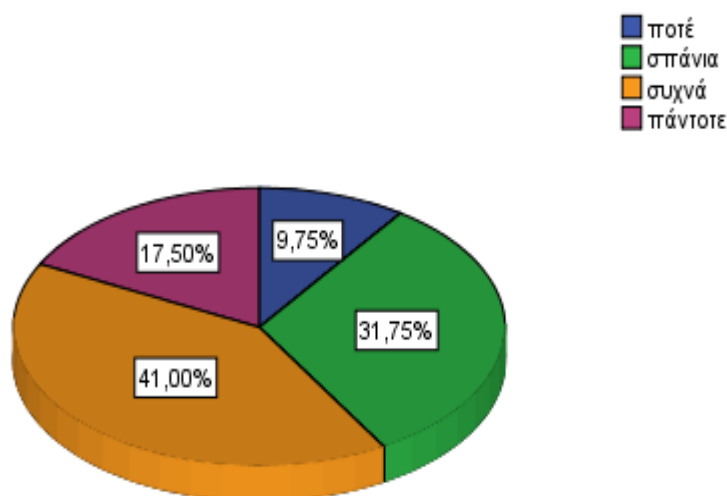
Το μεγαλύτερο πλήθος του δείγματος δήλωσε πως συχνά θα διαβάσει τις πληροφορίες που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλοσυστατικά με ποσοστό 41%. Έπειτα ακολουθούν όσοι δήλωσαν πως συχνά θα δούνε αυτές τις πληροφορίες με ποσοστό 31,8% και αυτοί που απάντησαν πως πάντα διαβάζουν τη σύσταση του τροφίμου σε μεγαλοσυστατικά συγκέντρωσαν 17,5%. Τέλος το 9,8% δεν διαβάζει ποτέ τις

συγκεκριμένες πληροφορίες. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 25 και ποσοστιαία στο σχήμα 25.

Πίνακας 25. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση σε μεγαλοσυστατικά.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΜΕΓΑΛΟΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	78	9,8	9,8	9,8
σπάνια	254	31,8	31,8	41,5
Valid συχνά	328	41,0	41,0	82,5
πάντοτε	140	17,5	17,5	100,0
Total	800	100,0	100,0	

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΜΕΓΑΛΟΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ



Σχήμα 25. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση σε μεγαλοσυστατικά.

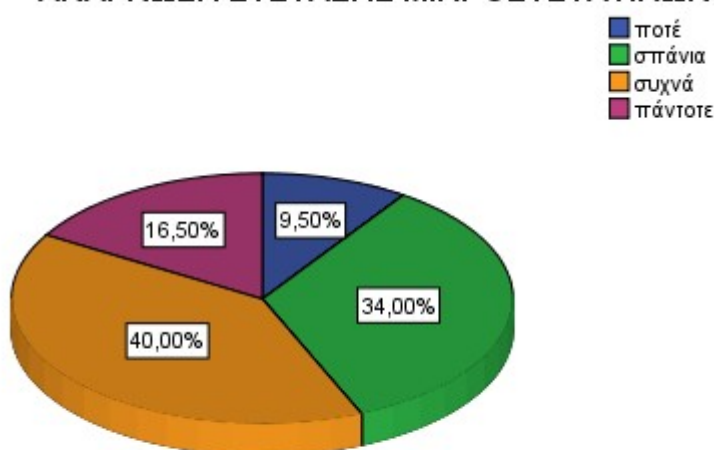
1.1.26. Ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών που αφορούν τη σύσταση του τροφίμου σε μικροσυστατικά

Στην συγκεκριμένη ερώτηση που αφορούσε την ανάγνωση των πληροφοριών σχετικά με τα μικροσυστατικά του τροφίμου λάβαμε παρόμοιες απαντήσεις με την προηγούμενη ερώτηση. Έτσι το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση συχνά με 40% στην συνέχεια η απάντηση σπάνια με 34% και η απάντηση πάντοτε με 16,5%. Τέλος το 9,5% δήλωσε πως ποτέ δεν θα διαβάσει τις πληροφορίες που αφορούν τα μικροσυστατικά. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 26 και ποσοστιαία στο σχήμα 26.

Πίνακας 26. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση σε μικροσυστατικά.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	76	9,5	9,5	9,5
σπάνια	272	34,0	34,0	43,5
Valid συχνά	320	40,0	40,0	83,5
πάντοτε	132	16,5	16,5	100,0
Total	800	100,0	100,0	

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΜΙΚΡΟΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ



Σχήμα 26. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση σε μικροσυστατικά.

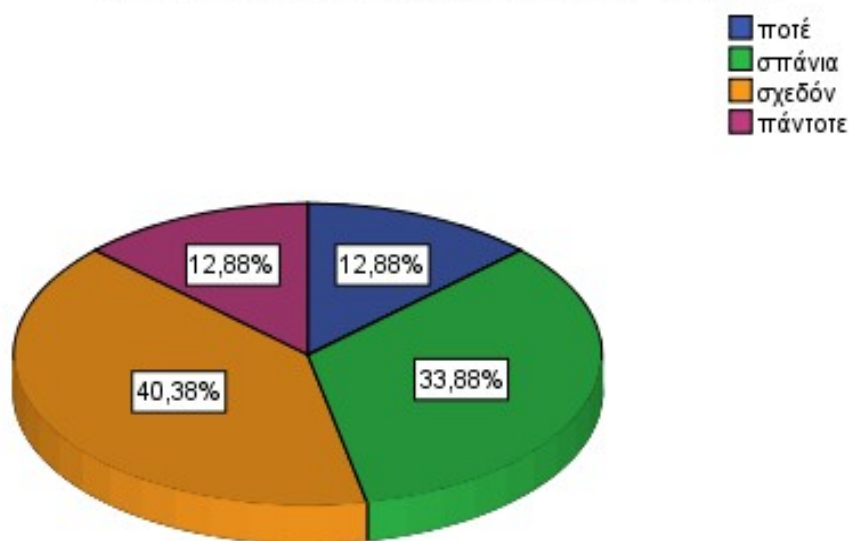
1.1.27. Εξέταση διατροφικών ισχυρισμών

Όσον αναφορά την εξέταση των διατροφικών ισχυρισμών που υπάρχουν στην ετικέτα το 12,9% δήλωσε πως ποτέ δεν τις διαβάζει. Σπάνια δήλωσε το 33,9% και συχνά το 40,4% που αποτελεί και το μεγαλύτερο ποσοστό. Τέλος το 12,9% των ερωτηθέντων πάντα θα διαβάσει τους διατροφικούς ισχυρισμούς. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 27 και ποσοστιαία στο σχήμα 27.

Πίνακας 27. Κατανομή του δείγματος ως προς την εξέταση των διατροφικών ισχυρισμών.

ΕΞΕΤΑΣΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΙΣΧΥΡΙΣΜΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	103	12,9	12,9	12,9
σπάνια	271	33,9	33,9	46,8
Valid συχνά	323	40,4	40,4	87,1
πάντοτε	103	12,9	12,9	100,0
Total	800	100,0	100,0	

ΕΞΕΤΑΣΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΙΣΧΥΡΙΣΜΩΝ



Σχήμα 27. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την εξέταση των διατροφικών ισχυρισμών.

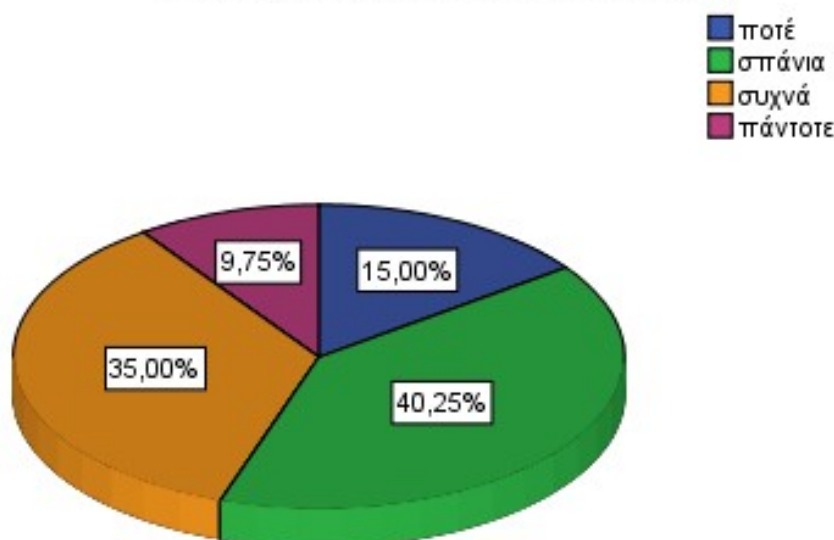
1.1.28. Εξέταση ισχυρισμών υγείας

Σχετικά με την εξέταση των ισχυρισμών υγείας το 15% δήλωσε πως ποτέ δεν τους διαβάζει και το 40,3% σπάνια θα πράξει το ίδιο, συγκεντρώνοντας και το μεγαλύτερο ποσοστό. Συχνά δήλωσε το 35% του δείγματος και τέλος πάντοτε θα διαβάσουν τους ισχυρισμούς υγείας που αναγράφονται στις ετικέτες το 9,8%. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα 28 και ποσοστιαία στο σχήμα 28.

Πίνακας 28. Κατανομή του δείγματος ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.

ΕΞΕΤΑΣΗ ΙΣΧΥΡΙΣΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ποτέ	120	15,0	15,0	15,0
σπάνια	322	40,3	40,3	55,3
Valid συχνά	280	35,0	35,0	90,3
πάντοτε	78	9,8	9,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	

ΕΞΕΤΑΣΗ ΙΣΧΥΡΙΣΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ



Σχήμα 28. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.

1.1.29. Αξιολόγηση των λόγων για τους οποίους αποφεύγεται η ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών

Για να αξιολογήσουμε τους λόγους για τους οποίους αποφεύγουν οι καταναλωτές να διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες χρησιμοποιήσαμε μια κλίμακα από το 1 έως το 5 (1=λίγο,5=πολύ) και δόθηκαν 6 λόγοι.

29.1. Δεν έχω χρόνο.

Βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 24,8% δήλωσε πως η έλλειψη χρόνου δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα ενώ το 11,9% δήλωσε πως εξαιτίας αυτού αποφεύγει την ανάγνωση των πληροφοριών. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 29.1.

Πίνακας 29.1. Κατανομή του δείγματος ως προς την αποφυγή ανάγνωσης των διατροφικών πληροφοριών λόγω έλλειψης χρόνου.

ΧΡΟΝΟΣ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	198	24,8	24,8	24,8
2	171	21,4	21,4	46,1
3	195	24,4	24,4	70,5
4	141	17,6	17,6	88,1
5	95	11,9	11,9	100,0
Total	800	100,0	100,0	

29.2. Δυσκολία κατανόησης.

Όπως και στην προηγούμενη ερώτηση έτσι κ εδώ το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος με 36,9% δήλωσε πως δεν αποφεύγει την ανάγνωση των πληροφοριών επειδή δεν τις καταλαβαίνει και μόλις το 3,4% δήλωσε πως είναι ένας σημαντικός λόγος για τον οποίο αποφεύγει την ανάγνωση των ετικετών. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 29.2.

Πίνακας 29.2. Κατανομή του δείγματος ως προς την αποφυγή ανάγνωσης των διατροφικών πληροφοριών λόγω δυσκολίας κατανόησης.

ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	295	36,9	36,9	36,9
2	200	25,0	25,0	61,9
3	182	22,8	22,8	84,6
4	96	12,0	12,0	96,6
5	27	3,4	3,4	100,0
Total	800	100,0	100,0	

29.3. Γνώση σύστασης των τροφίμων.

Από τις απαντήσεις που λάβαμε παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 28,8% αξιολόγησε με βαθμό 3 της κλίμακας όσον αναφορά την αποφυγή των πληροφοριών επειδή γνωρίζουν την σύσταση των τροφίμων. Το 15,3% αξιολόγησε πως δεν είναι από τους κύριους λόγους από τους οποίους αποφεύγει την ανάγνωση των πληροφοριών και το 13,1% δήλωσε πως δεν διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες για αυτόν τον λόγο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 29.3.

Πίνακας 29.3. Κατανομή του δείγματος ως προς την αποφυγή ανάγνωσης των διατροφικών πληροφοριών επειδή γνωρίζουν την σύσταση των τροφίμων.

ΓΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	122	15,3	15,3	15,3
2	161	20,1	20,1	35,4
3	230	28,8	28,8	64,1
4	182	22,8	22,8	86,9
5	105	13,1	13,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	

29.4. Δεν είναι αληθινές.

Το μεγαλύτερο ποσοστό με 33% αξιολόγησε πως δεν αποφεύγει την ανάγνωση των ετικετών επειδή δεν τις θεωρεί αληθινές και μόλις το 5,6% του δείγματος δεν διαβάζει τις πληροφορίες για αυτόν τον λόγο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 29.4.

Πίνακας 29.4. Κατανομή του δείγματος ως προς την αποφυγή ανάγνωσης των διατροφικών πληροφοριών επειδή θεωρούν πως δεν είναι αληθινές.

ΟΧΙ ΑΛΗΘΙΝΕΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	264	33,0	33,0	33,0
2	186	23,3	23,3	56,3
3	208	26,0	26,0	82,3
4	97	12,1	12,1	94,4
5	45	5,6	5,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	

29.5. Δυσκολία ανάγνωσης εξαιτίας των μικρών γραμμάτων.

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό που ανέρχεται στο 55,6% αξιολόγησε πως ούτε αυτός είναι ένας από τους λόγους για τους οποίους αποφεύγει την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών και μόλις το 7,8% θεωρεί πως τα μικρά γράμματα των ετικετών τους αποτρέπουν από το να τις διαβάσουν. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 29.5.

Πίνακας 29.5. Κατανομή του δείγματος ως προς την αποφυγή ανάγνωσης των διατροφικών πληροφοριών λόγω δυσκολίας ανάγνωσης εξαιτίας των μικρών γραμμάτων.

ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	445	55,6	55,6	55,6
2	112	14,0	14,0	69,6
3	111	13,9	13,9	83,5
4	70	8,8	8,8	92,3

5	62	7,8	7,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	

29.6. Δεν με ενδιαφέρουν.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος με 41,3% αξιολόγησε πως λίγο θωρεί υπεύθυνο τον λόγο πως δεν έχει κάποιο ενδιαφέρον για την ανάγνωση των ετικετών και μόλις το 6,8% πως ο κύριος λόγος που αποφεύγει την ανάγνωση των πληροφοριών είναι επειδή δεν τους ενδιαφέρουν. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 29.6.

Πίνακας 29.6. Κατανομή του δείγματος ως προς την αποφυγή ανάγνωσης των διατροφικών πληροφοριών λόγω έλλειψης ενδιαφέροντος.

ΟΧΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	330	41,3	41,3	41,3
2	160	20,0	20,0	61,3
3	168	21,0	21,0	82,3
4	88	11,0	11,0	93,3
5	54	6,8	6,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	

1.1.30 Αξιολόγηση καταναλωτών κατά την πραγματοποίηση των αγορών από τις ακόλουθες προτάσεις

30.1. Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων.

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 71% συμφωνεί απόλυτα πως πάντα θα ελέγξει την ημερομηνία λήξης των τροφίμων που αγοράζει και μόλις το 5% διαφωνεί ή και διαφωνεί λίγο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.1.

Πίνακας 30.1. Κατανομή του δείγματος ως προς τον έλεγχο της ημερομηνία λήξης κατά την πραγματοποίηση των αγορών.

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	13	1,6	1,6	1,6
Διαφωνώ λίγο	27	3,4	3,4	5,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	66	8,3	8,3	13,3
Συμφωνώ	126	15,8	15,8	29,0
Συμφωνώ απόλυτα	568	71,0	71,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.2. Ελέγγω πάντα την χώρα προέλευσης των τροφίμων.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αξιολόγησε πως συμφωνεί απόλυτα με τον έλεγχό της χώρας προέλευσης του τροφίμου με ποσοστό που ανέρχεται στο 31,6% και ακολουθούν όσοι συμφωνούν με 26,3%. Το μικρότερο ποσοστό με 7,1% διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.2.

Πίνακας 30.2. Κατανομή του δείγματος ως προς τον έλεγχο της χώρας προέλευσης κατά την πραγματοποίηση των αγορών.

ΕΛΕΓΧΟΣ ΧΩΡΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	57	7,1	7,1	7,1
Διαφωνώ λίγο	114	14,3	14,3	21,4
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	166	20,8	20,8	42,1
Συμφωνώ	210	26,3	26,3	68,4
Συμφωνώ απόλυτα	253	31,6	31,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.3. Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας.

Παρατηρούμε ότι το 27,5% του δείγματος ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και πως το 25,9% συμφωνεί όσον αναφορά την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών κατά την αγορά ενός τροφίμου. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.3.

Πίνακας 30.3. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών κατά την πραγματοποίηση των αγορών.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Διαφωνώ	67	8,4	8,4	8,4
Διαφωνώ λίγο	172	21,5	21,5	29,9
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	220	27,5	27,5	57,4
Συμφωνώ	207	25,9	25,9	83,3
Συμφωνώ απόλυτα	134	16,8	16,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.4. Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή.

Παρατηρούμε και εδώ πως το 26,5% του δείγματος ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και πως το 26,3% συμφωνεί με τον χαρακτηρισμό πως κατά την αγορά των τροφίμων διαβάζει τις διατροφικές πληροφορίες για ενδιαφέρεται για μια σωστή διατροφή. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.4.

Πίνακας 30.4. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών για σωστή διατροφή.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΣΩΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	73	9,1	9,1	9,1
Διαφωνώ λίγο	159	19,9	19,9	29,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	212	26,5	26,5	55,5
Συμφωνώ	210	26,3	26,3	81,8
Συμφωνώ απόλυτα	146	18,3	18,3	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.5. Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου.

Το 31% του δείγματος συμφωνεί πως διαβάζει τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρεται για την υγεία του και το 23,5% συμφωνεί απόλυτα. Μόλις το 7,3% διαφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.5.

Πίνακας 30.5. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών ως προς το ενδιαφέρον για την υγεία.

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	58	7,3	7,3	7,3
Διαφωνώ λίγο	117	14,6	14,6	21,9
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	189	23,6	23,6	45,5
Συμφωνώ	248	31,0	31,0	76,5
Συμφωνώ απόλυτα	188	23,5	23,5	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.6. Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες.

Βλέπουμε πως τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι τρεις πρώτες απαντήσεις που σημαίνει ότι η πλειοψηφία του δείγματος δεν προβληματίζεται από την μη ύπαρξη ετικέτας σε ένα προϊόν κατά την αγορά του και μόνο το 19% συμφωνεί απόλυτα με αυτήν την πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.6.

Πίνακας 30.6. Κατανομή του δείγματος ως προς την αγορά προϊόντων που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες.

ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	160	20,0	20,0	20,0
Διαφωνώ λίγο	176	22,0	22,0	42,0
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	195	24,4	24,4	66,4
Συμφωνώ	117	14,6	14,6	81,0
Συμφωνώ απόλυτα	152	19,0	19,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.7. Επιλέγω συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες.

Παρατηρούμε πως το 26,6% του δείγματος αξιολόγησε πως η παραπάνω πρόταση δεν το βρίσκει ούτε να διαφωνεί αλλά ούτε και να συμφωνεί και μόλις το 13,4% συμφωνεί απόλυτα ότι επιλέγει συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.7.

Πίνακας 30.7. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή συσκευασιών των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες.

ΕΥΔΙΑΚΡΙΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	154	19,3	19,3	19,3
Διαφωνώ λίγο	181	22,6	22,6	41,9
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	213	26,6	26,6	68,5
Συμφωνώ	145	18,1	18,1	86,6
Συμφωνώ απόλυτα	107	13,4	13,4	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.8. Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες επειδή δεν τις καταλαβαίνω.

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 52,3% δήλωσε πως διαφωνεί με τον χαρακτηρισμό πως δεν διαβάζει τις διατροφικές πληροφορίες επειδή δεν τις καταλαβαίνει και μόλις το 13,2% αξιολόγησε πως συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα με την παραπάνω πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.8.

Πίνακας 30.8. Κατανομή του δείγματος ως προς τη μη ανάγνωση των πληροφοριών λόγω μη κατανόησης τους.

ΜΗ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΕΤΙΚΕΤΑΣ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	418	52,3	52,3	52,3
Διαφωνώ λίγο	152	19,0	19,0	71,3
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	124	15,5	15,5	86,8
Συμφωνώ	65	8,1	8,1	94,9
Συμφωνώ απόλυτα	41	5,1	5,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.9. Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες.

Βλέπουμε πως τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι τρεις πρώτες απαντήσεις που σημαίνει ότι η πλειοψηφία του δείγματος δεν προσπαθεί να επιλέγει πάντα οικολογικές συσκευασίες και μόλις το 24,1% συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα με την πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή

του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.9.

ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	155	19,4	19,4	19,4
Διαφωνώ λίγο	203	25,4	25,4	44,8
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	249	31,1	31,1	75,9
Συμφωνώ	113	14,1	14,1	90,0
Συμφωνώ απόλυτα	80	10,0	10,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

Πίνακας 30.9. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή οικολογικών συσκευασιών, κατά την πραγματοποίηση των αγορών.

30.10. Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά.

Το μεγαλύτερο ποσοστό με 29% δήλωσε πως ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση και το 26,6% διαφωνεί λίγο. Μόλις το 15% συμφωνεί πως επιλέγει πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.10.

Πίνακας 30.10. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή συσκευασιών από ανακυκλώσιμα υλικά, κατά την πραγματοποίηση των αγορών.

ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΙΜΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	162	20,3	20,3	20,3
Διαφωνώ λίγο	213	26,6	26,6	46,9

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	232	29,0	29,0	75,9
Συμφωνώ	120	15,0	15,0	90,9
Συμφωνώ απόλυτα	73	9,1	9,1	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.11. Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες.

Βλέπουμε πως και σε αυτήν την πρόταση τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι τρεις πρώτες απαντήσεις που σημαίνει πως η πλειοψηφία του δείγματος δεν επιλέγει καινοτομικές συσκευασίες όταν πραγματοποιεί τις αγορές και μόλις το 19,4% συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.11.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	209	26,1	26,1	26,1
Διαφωνώ λίγο	202	25,3	25,3	51,4
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	234	29,3	29,3	80,6
Συμφωνώ	103	12,9	12,9	93,5
Συμφωνώ απόλυτα	52	6,5	6,5	100,0
Total	800	100,0	100,0	

Πίνακας 30.11. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή καινοτόμων συσκευασιών, κατά την πραγματοποίηση των αγορών.

30.12. Προτιμώ πάντα τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα.

Τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν και εδώ οι τρεις πρώτες απαντήσεις δηλαδή το μεγαλύτερο πλήθος του δείγματος δεν προτιμά να επιλέγει συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα και μόλις το 16,4% συμφωνεί με την παραπάνω πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.12.

Πίνακας 30.12. Κατανομή του δείγματος ως προς την προτίμηση αγοράς συσκευασιών με εύκολο άνοιγμα.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	Διαφωνώ	185	23,1	23,1	23,1
	Διαφωνώ λίγο	188	23,5	23,5	46,6
Valid	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	216	27,0	27,0	73,6
	Συμφωνώ	131	16,4	16,4	90,0
	Συμφωνώ απόλυτα	80	10,0	10,0	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

30.13. Προτιμώ να επιλέγω τις χάρτινες συσκευασίες.

Βλέπουμε πως το 28,6% ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με την επιλογή χάρτινης συσκευασίας και το 19,1% συμφωνεί με την πρόταση πως στις αγορές προτιμάει να επιλέγει χάρτινες συσκευασίες. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.13.

Πίνακας 30.13. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή αγοράς χάρτινων συσκευασιών.

ΧΑΡΤΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Διαφωνώ	151	18,9	18,9
	Διαφωνώ λίγο	177	22,1	41,0
Valid	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	229	28,6	69,6
	Συμφωνώ	153	19,1	88,8
	Συμφωνώ απόλυτα	90	11,3	100,0
	Total	800	100,0	100,0

30.14. Προτιμώ να επιλέγω τις γυάλινες συσκευασίες.

Το 23,9% του δείγματος ούτε διαφωνεί ούτε συμφωνεί με την επιλογή γυάλινης συσκευασίας και το 22,4% συμφωνεί με την πρόταση πως στις αγορές προτιμάει να επιλέγει γυάλινες συσκευασίες. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.14.

Πίνακας 30.14. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή αγοράς γυάλινων συσκευασιών.

ΓΥΑΛΙΝΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	139	17,4	17,4	17,4
Διαφωνώ λίγο	163	20,4	20,4	37,8
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	191	23,9	23,9	61,6
Συμφωνώ	179	22,4	22,4	84,0
Συμφωνώ απόλυτα	128	16,0	16,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

30.15. Προτιμώ να επιλέγω τις πλαστικές συσκευασίες.

Τέλος παρατηρούμε πως τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι τρεις πρώτες απαντήσεις που σημαίνει πως γενικά δεν προτιμούν να επιλέγουν πλαστικές συσκευασίες και μόλις το 10,4% δήλωσε πως συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα με την παραπάνω πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 30.15.

Πίνακας 30.15. Κατανομή του δείγματος ως προς την επιλογή αγοράς πλαστικών συσκευασιών

ΠΛΑΣΤΙΚΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Διαφωνώ	270	33,8	33,8	33,8
Διαφωνώ λίγο	268	33,5	33,5	67,3
Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	179	22,4	22,4	89,6
Συμφωνώ	53	6,6	6,6	96,3
Συμφωνώ απόλυτα	30	3,8	3,8	100,0
Total	800	100,0	100,0	

1.1.31. Εξέταση πληροφοριών ετικέτας

Για να εξετάσουμε τις γνώσεις των ερωτηθέντων δόθηκε η παρακάτω εικόνα (εικόνα1) από μια ετικέτα τροφίμου και ζητήθηκε να μας απαντήσουν στις ακόλουθες ερωτήσεις:

- 1) αν το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο
- 2) αν η περιεκτικότητά σε σάκχαρα είναι υψηλή
- 3) αν είναι περιορισμένη η περιεκτικότητα σε λίπη
- 4) αν η περιεκτικότητα σε κορεσμένα λίπη είναι χαμηλή
- 5) αν η περιεκτικότητα σε αλάτι είναι υψηλή



Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζεται στον πίνακα 31, όσον αναφορά τις απαντήσεις που λάβαμε από τις παραπάνω ερωτήσεις σχετικά με την συγκεκριμένη ετικέτα.

Πίνακας 31. Κατανομή του δείγματος ως προς την κατανόηση της σύστασης του τροφίμου.

Ερώτηση	Ναι	Ποσοστό %	Όχι	Ποσοστό %
1	447	55,9	353	44,1
2	580	72,5	220	27,5
3	411	51,4	389	48,6
4	402	50,3	398	49,7
5	386	48,3	414	51,8

Αυτό το ερώτημα μπήκε στο ερωτηματολόγιο για να διερευνηθεί αν ο κάθε ερωτώμενος κατανοεί τη σύσταση των τροφίμων με βάση τη ΣΗΔ ή όχι. Αν πραγματικά τη γνωρίζει, θα έπρεπε να απαντήσει:

ΕΡΩΤΗΣΗ		ΝΑΙ	ΟΧΙ
1	Το τρόφιμα είναι πολύ θερμιδογόνο;		+
2	Η περιεκτικότητα σε Σάκχαρα είναι υψηλή;	+	
3	Η περιεκτικότητα σε Λίπη είναι περιορισμένη;	+	
4	Η περιεκτικότητα σε Κορεσμένα Λίπη είναι χαμηλή;		+

Όπως μπορούμε να διακρίνουμε από τα αποτελέσματα υπάρχει μεγάλη σύγχυση ανάμεσα στους καταναλωτές καθώς από ότι φαίνεται δεν είναι πράγματι ενήμεροι ως προς τη ΣΗΔ. Με σιγουριά όμως μπορούμε να πούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος αναγνώρισε σωστά πως η περιεκτικότητα του τροφίμου σε σάκχαρα είναι υψηλή.

1.1.32 Αξιολόγηση καταναλωτών σχετικά με την ετικέτα τροφίμων

32.1. Διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθω πιο σίγουρος/η, επειδή ξέρω ακριβώς τι τρώω.

Το μεγαλύτερο πλήθος του δείγματος με 31,6% δήλωσε πως η παραπάνω πρόταση το χαρακτηρίζει ως μέτρια και το 26,3% αξιολογεί πως το χαρακτηρίζει πολύ το να διαβάζει τις ετικέτες καθώς νιώθει πιο σίγουρος γι' αυτό που τρώει. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.1.

Πίνακας 32.1. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των ετικετών και την σιγουριά που προσφέρουν σχετικά με τι ακριβώς τρώει ο καταναλωτής.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΣΙΓΟΥΡΙΑ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Καθόλου	87	10,9	10,9	10,9
Λίγο	122	15,3	15,3	26,1
Μέτρια	253	31,6	31,6	57,8
Πολύ	210	26,3	26,3	84,0
Πάρα πολύ	128	16,0	16,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

32.2. Διαβάζω τις ετικέτες, γιατί αυτό με βοηθάει να έχω έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής.

Και σε αυτήν την πρόταση το μεγαλύτερο ποσοστό συγκέντρωσε η απάντηση μέτρια με 30,1% και το 26,1% δήλωσε πως το να διαβάζει τις ετικέτες για να έχει έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής το χαρακτηρίζει πολύ.

Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.2.

Πίνακας 32.2. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των ετικετών για μια πιο υγιεινή ζωή.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΜΙΑ ΠΙΟ ΥΓΙΕΙΝΗ ΖΩΗ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	85	10,6	10,6
	Λίγο	147	18,4	18,4
	Μέτρια	241	30,1	30,1
	Πολύ	209	26,1	26,1
	Πάρα πολύ	118	14,8	14,8
	Total	800	100,0	100,0

32.3. Διαβάζοντας τις ετικέτες επιτυγχάνω μεγαλύτερο έλεγχο στη διαίτα μου.

Παρατηρούμε ότι αυτοί που δήλωσαν την απάντηση μέτρια συγκέντρωσαν ποσοστό 28,6% και το 24,1% δήλωσε πως το χαρακτηρίζει πολύ το να διαβάζει τις ετικέτες γιατί πετυχαίνει μεγαλύτερο έλεγχο στη διαίτα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.3.

Πίνακας 32.3. Κατανομή του δείγματος ως προς την ανάγνωση των ετικετών και τον έλεγχο της διαίτας.

ΑΝΑΓΝΩΣΗ ΓΙΑ ΕΛΕΓΧΟ ΔΙΑΙΤΑΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Καθόλου	101	12,6	12,6
	Λίγο	157	19,6	19,6
	Μέτρια	229	28,6	28,6
	Πολύ	193	24,1	24,1
	Πάρα πολύ	120	15,0	15,0
	Total	800	100,0	100,0

32.4. Η ανάγνωση των ετικετών έχει για εμένα εκπαιδευτικό ρόλο.

Βλέπουμε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι τρεις πρώτες απαντήσεις που σημαίνει ότι για την πλειοψηφία του δείγματος η ανάγνωση των ετικετών δεν έχει κάποιον εκπαιδευτικό ρόλο και μόλις το 7,1% δήλωσε πως το χαρακτηρίζει πάρα πολύ η παραπάνω πρόταση. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.4.

Πίνακας 32.4. Κατανομή του δείγματος ως προς τον εκπαιδευτικό ρόλο που προσφέρουν οι ετικέτες.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Καθόλου	179	22,4	22,4	22,4
	Λίγο	210	26,3	26,3	48,6
	Μέτρια	223	27,9	27,9	76,5
	Πολύ	131	16,4	16,4	92,9
	Πάρα πολύ	57	7,1	7,1	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

32.5. Δεν είναι εύκολο για μένα να διαβάσω τις ετικέτες των τροφίμων.

Το μεγαλύτερο ποσοστό με 38,9% δήλωσε πως δεν δυσκολεύεται να διαβάσει τις ετικέτες των τροφίμων και μόλις το 7,6% αντιμετωπίζει πάρα πολύ αυτό το πρόβλημα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.5.

Πίνακας 32.5. Κατανομή του δείγματος ως προς την δυσκολία ανάγνωσης των ετικετών.

ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΑΝΑΓΝΩΣΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Καθόλου	311	38,9	38,9	38,9
	Λίγο	171	21,4	21,4	60,3
	Μέτρια	150	18,8	18,8	79,0

Πολύ	107	13,4	13,4	92,4
Πάρα πολύ	61	7,6	7,6	100,0
Total	800	100,0	100,0	

32.6. Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες.

Βλέπουμε πως οι τρεις πρώτες απαντήσεις συγκέντρωσαν τα μεγαλύτερα ποσοστά που σημαίνει ότι οι καταναλωτές δεν θεωρούν αναξιόπιστες τις ετικέτες και μόλις το 5% πιστεύει κάτι τέτοιο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.6.

Πίνακας 32.6. Κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση των ετικετών ως αναξιόπιστες.

ΑΝΑΞΙΟΠΙΣΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Καθόλου	189	23,6	23,6	23,6
Λίγο	214	26,8	26,8	50,4
Μέτρια	261	32,6	32,6	83,0
Πολύ	96	12,0	12,0	95,0
Πάρα πολύ	40	5,0	5,0	100,0
Total	800	100,0	100,0	

32.7. Τα σύμβολα στις ετικέτες των τροφίμων είναι αρκετά συγκεκριμένα.

Όσον αναφορά τα σύμβολα στις ετικέτες δεν φαίνεται να υπάρχει κάποιο ιδιαίτερο πρόβλημα καθώς το 34,5% αξιολόγησε την παραπάνω πρόταση ως μέτρια και μόνο το 6,5% θωρεί πως τα σύμβολα είναι αρκετά συγκεκριμένα. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.7.

Πίνακας 32.7. Κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση των συμβόλων ως συγκεκριμένα.

ΣΥΓΚΕΧΥΜΕΝΑ ΣΥΜΒΟΛΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Καθόλου	151	18,9	18,9	18,9
	Λίγο	197	24,6	24,6	43,5
	Μέτρια	276	34,5	34,5	78,0
	Πολύ	124	15,5	15,5	93,5
	Πάρα πολύ	52	6,5	6,5	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

32.8. Η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική.

Τέλος από τις απαντήσεις που λάβαμε, παρατηρούμε πως το μεγαλύτερο πλήθος του δείγματος δεν θεωρεί πως η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες είναι πολύ επιστημονική και μόνο το 8,3% πιστεύει το αντίθετο. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζονται στον πίνακα 32.8.

ΠΙΝΑΚΑΣ 32.8. Κατανομή του δείγματος ως προς την αξιολόγηση της ορολογίας των ετικετών ως πολύ επιστημονική.

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΟΡΟΛΟΓΙΑ					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Καθόλου	167	20,9	20,9	20,9
	Λίγο	178	22,3	22,3	43,1
	Μέτρια	258	32,3	32,3	75,4
	Πολύ	131	16,4	16,4	91,8
	Πάρα πολύ	66	8,3	8,3	100,0
	Total	800	100,0	100,0	

1.1.33. Προτάσεις βελτίωσης διατροφικής ετικέτας

Θέλοντας να δούμε την άποψη των συμμετεχόντων σχετικά με την βελτίωση της διατροφικής ετικέτας δώσαμε ορισμένες προτάσεις και ο κάθε ερωτώμενος είχε την δυνατότητα να επιλέξει μέχρι δύο απαντήσεις. Οι προτάσεις ήταν:

1. Να δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο.
2. Να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις.
3. Οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται με νούμερα.
4. Να χρησιμοποιούνται περισσότερα σύμβολα και εικόνες.
5. Οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι.

Από την ανάλυση του δείγματος βλέπουμε ότι η χρήση περισσότερων λεπτομερειών συγκέντρωσε τις περισσότερες απαντήσεις καθώς την επέλεξε το 52,9% του δείγματος και ακολουθεί η χρήση πιο απλών λέξεων στις ετικέτες με ποσοστό π ανέρχεται στο 52%. Οι επιλογές να χρησιμοποιούνται περισσότερα σύμβολα και εικόνες καθώς και να χρησιμοποιούνται περισσότερα νούμερα, συγκέντρωσαν ποσοστό 35% και 26,3% αντίστοιχα. Τέλος το 14% απάντησε πως προτιμάει οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι. Αναλυτικά η κατανομή του δείγματος και η ποσοστιαία κατανομή παρουσιάζεται στον πίνακα 33.

Πίνακας 33. Κατανομή του δείγματος ως προς τις προτάσεις βελτιώσεις της διατροφικής ετικέτας.

Βελτίωση διατροφικής ετικέτας				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Προτάσεις βελτίωσης ετικέτας	ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ	423	29,4%	52,9%
	ΑΠΛΕΣ ΛΕΞΕΙΣ	416	28,9%	52,0%
	ΝΟΥΜΕΡΑ	210	14,6%	26,3%
	ΣΥΜΒΟΛΑ & ΕΙΚΟΝΕΣ	280	19,4%	35,0%
	ΝΑ ΠΑΡΑΜΕΙΝΟΥΝ ΙΔΙΕΣ	112	7,8%	14,0%
Total		1441	100,0%	180,1%

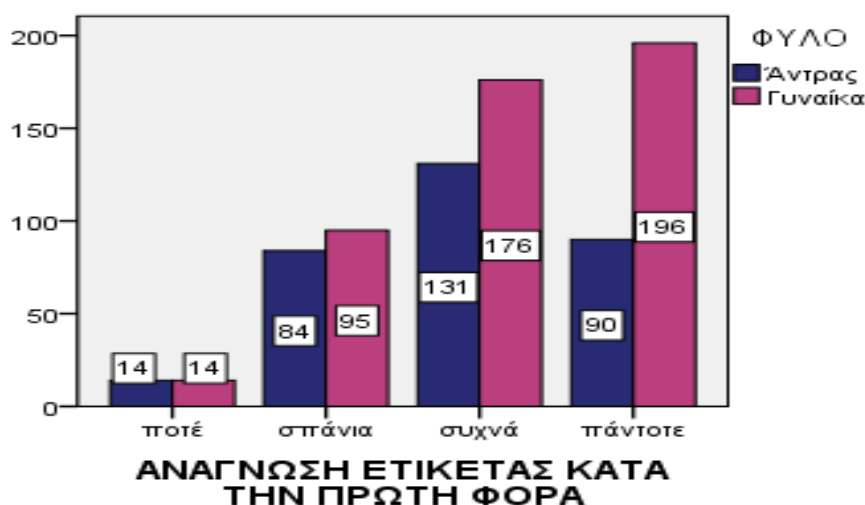
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

2. Συγκριτικοί έλεγχοι

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται η στατιστική ανάλυση για συγκριτικούς ελέγχους επιλεγμένων μεταβλητών του δείγματος. Θέλοντας λοιπόν να ελέγξουμε αν και κατά πόσο υπάρχει εξάρτηση ή αλληλεπίδραση μεταξύ των μεταβλητών διενεργήθηκαν οι ακόλουθες συγκρίσεις.

2.1. Έλεγχος της επιρροής του φύλου στην ανάγνωση των ετικετών κατά την αγορά τροφίμων για πρώτη φορά

Εξετάζοντας τα αποτελέσματα παρατηρούμε ότι 14 άντρες και γυναίκες δήλωσαν ότι δεν διαβάζουν ποτέ τις βασικές πληροφορίες τι ετικέτας με ποσοστό 1,8%. Σπάνια γίνεται η ανάγνωση αυτή από 84 άντρες, με ποσοστό 10,5% και από 95 γυναίκες με ποσοστό 11,9%. Επίσης 131 άντρες με ποσοστό 16,4% και 176 γυναίκες με ποσοστό 22% δήλωσαν ότι διαβάζουν συχνά τις πληροφορίες της ετικέτας, αποτελώντας και το μεγαλύτερο πλήθος των απαντήσεων. Τέλος, μόλις 90 άντρες με ποσοστό 11,3% απάντησαν ότι πάντοτε διαβάζουν τις πληροφορίες της ετικέτας ενώ 196 γυναίκες με ποσοστό 24,5% δήλωσαν το ίδιο. Στο γράφημα 2.1 παρουσιάζεται η κατανομή ανάμεσα στα δύο φύλα ως προς την ανάγνωση των βασικών πληροφοριών της ετικέτας κατά την αγορά ενός καινούργιου τροφίμου και ποσοστιαία στον πίνακα 2.1.



Γράφημα 2.1. Κατανομή της ανάγνωσης των βασικών πληροφοριών κατά την αγορά τροφίμου για πρώτη φορά ως προς το φύλο.

Πίνακας 2.1. Ποσοστιαία κατανομή της ανάγνωσης των βασικών πληροφοριών κατά την αγορά τροφίμου για πρώτη φορά ως προς το φύλο.

Ανάγνωση βασικών πληροφοριών ετικέτας	Φύλο		Σύνολο
	Άντρας	Γυναίκα	
Ποτέ	1,8%	1,8%	3,6%
Σπάνια	10,5%	11,9%	22,4%
Συχνά	16,4%	22%	38,4%
Πάντοτε	11,3%	24,5%	35,8%
Σύνολο	39,9%	60,1%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

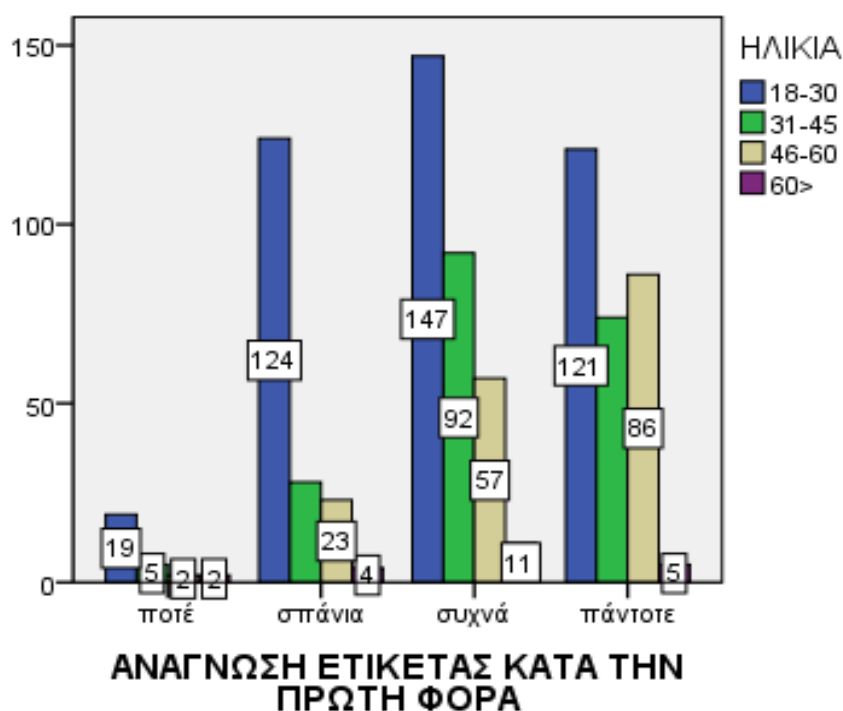
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,342 ^a	3	,002
Likelihood Ratio	14,503	3	,002
Linear-by-Linear Association	13,014	1	,000
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,17.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση, η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,002 και είναι μικρότερη του 0,05, που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι εξαρτημένα. **Συνεπώς, το φύλο επηρεάζει την ανάγνωση των πληροφοριών της ετικέτας κατά την πρώτη αγορά. Τέλος φαίνεται πως οι γυναίκες εξετάζουν συχνότερα ή και πάντοτε τις διατροφικές ετικέτες σε σχέση με τους άντρες.**

2.2. Έλεγχος της επιρροής της ηλικίας στην ανάγνωση των ετικετών κατά την αγορά τροφίμων για πρώτη φορά

Σχετικά με την επιρροή της ηλικίας, 19 άτομα δήλωσαν πως δεν διαβάζουν ποτέ τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας με ποσοστό 2,4% και ανήκαν στην κατηγορία 19-30 ετών, 5 άτομα ηλικίας 31-45 με ποσοστό 0,6% και στις ηλικίες 46-60 και 60> μόλις 2 άτομα από κάθε κατηγορία δεν διαβάζει ποτέ τις πληροφορίες και με ποσοστό 0,3% και 0,3% αντίστοιχα. Σπάνια γίνεται ανάγνωση των πληροφοριών από 124 άτομα ηλικίας 18-30 με ποσοστό 15,5%, από 28 άτομα ηλικίας 31-45 με ποσοστό 3,5%, 23 άτομα ηλικίας 46-60 σπάνια διαβάζουν τις πληροφορίες και με ποσοστό 2,9% και τέλος 4 άτομα ηλικίας >60 και με ποσοστό 0,5%. Συχνά διαβάζουν τις πληροφορίες 147 άτομα ηλικίας 18-30 και με το μεγαλύτερο ποσοστό που ανέρχεται στο 18,4%, 92 άτομα ηλικίας 31-45 με ποσοστό 11,5%, 57 άτομα ηλικίας 46-60 με ποσοστό 7,1% και 11 άτομα ηλικίας άνω των 60 με ποσοστό 1,4%. Τέλος 121 άτομα της πρώτης κατηγορίας δήλωσαν πως πάντα διαβάζουν τις πληροφορίες, 74 της δεύτερης, 86 της τρίτης και 5 της τέταρτης. Στο γράφημα 2.2 παρουσιάζεται η κατανομή της ηλικίας ως προς την ανάγνωση των πληροφοριών και ποσοστιαία στον πίνακα 2.2.



Σχήμα 2.2. Κατανομή της ανάγνωσης των βασικών πληροφοριών κατά την αγορά τροφίμου για πρώτη φορά ως προς την ηλικία.

Πίνακας 2.2. Ποσοστιαία κατανομή της ανάγνωσης των βασικών πληροφοριών κατά την αγορά τροφίμου για πρώτη φορά ως προς την ηλικία.

Ανάγνωση βασικών πληροφοριών ετικέτας	Ηλικία				Σύνολο
	18-30	31-45	46-60	>60	
Ποτέ	2,4%	0,6%	0,3%	0,3%	3,5%
Σπάνια	15,5%	3,5%	2,9%	0,5%	22,4%
Συχνά	18,4%	11,5%	7,1%	1,4%	38,4%
Πάντοτε	15,1%	9,3%	10,8%	0,6%	35,8%
Σύνολο	51,4%	24,9%	21%	2,8%	100,0%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

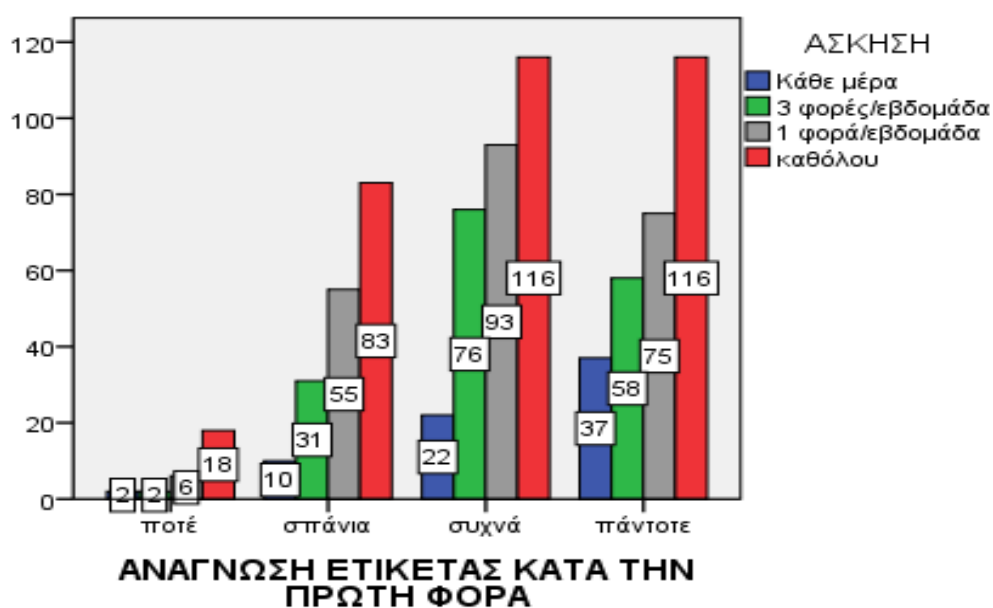
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	
Σ ύμ φω να με	Pearson Chi-Square	52,200 ^a	9	,000
	Likelihood Ratio	52,070	9	,000
	Linear-by-Linear Association	25,669	1	,000
	N of Valid Cases	800		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,77.

την στατιστική ανάλυση, η τιμή p-value για τον έλεγχο είναι 0,000 και είναι μικρότερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι εξαρτημένα. **Συνεπώς η ηλικία επηρεάζει την ανάγνωση των πληροφοριών της ετικέτας κατά την πρώτη αγορά. Τέλος φαίνεται πως οι νεαρότερες ηλικίες διαβάζουν συχνότερα και πάντοτε τις πληροφορίες σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες.**

2.3. Έλεγχος επιρροής της συχνότητας άσκησης στην ανάγνωση των ετικετών κατά την αγορά τροφίμων για πρώτη φορά

Παρατηρούμε ότι 2 άτομα που γυμνάζονται καθημερινά δήλωσαν ότι ποτέ δεν διαβάζουν τις ετικέτες των τροφίμων κατά την πρώτη αγορά και 2 άτομα που γυμνάζονται 3 φορές/εβδομάδα δήλωσαν το ίδιο. Επίσης 6 άτομα που γυμνάζονται 1 φορά/εβδομάδα ανέφεραν το ίδιο και 18 άτομα που δεν κάνουν καθόλου άσκηση, δεν δείχνουν ποτέ ενδιαφέρον για την ανάγνωση της ετικέτας. Σπάνια θα διαβάσουν την ετικέτα 10 άτομα της πρώτης κατηγορίας, 31 άτομα της δεύτερης κατηγορίας, 55 άτομα της τρίτης και 83 άτομα της τέταρτης. Από τα άτομα που γυμνάζονται καθημερινά μόνο 22 άτομα θα διαβάσουν συχνά τις πληροφορίες τις ετικέτας, 76 άτομα που γυμνάζονται 3 φορές/εβδομάδα, 93 άτομα που κάνουν γυμναστική 1 φορά/εβδομάδα και 116 άτομα που δεν κάνουν καθόλου γυμναστική. Τέλος 37 άτομα που γυμνάζονται καθημερινά δήλωσαν πως πάντα θα διαβάσουν τις ετικέτες των τροφίμων, 58 άτομα που γυμνάζονται 3 φορές/εβδομάδα, 75 άτομα που κάνουν 1 φορά/εβδομάδα γυμναστική και 116 άτομα που δεν ασκούνται ποτέ. Στο γράφημα 2.3 παρουσιάζεται η κατανομή της συχνότητας άσκησης ως προς την ανάγνωση της ετικέτας κατά την πρώτη αγορά ενός τροφίμου και ποσοστιαία στον πίνακα 2.3.



Σχήμα 2.3. Κατανομή της ανάγνωσης των βασικών πληροφοριών κατά την αγορά τροφίμου για πρώτη φορά ως προς την συχνότητα άσκησης.

Πίνακας 2.3. Ποσοστιαία κατανομή του δείγματος ως προς την συχνότητα άσκησης.

Ανάγνωση βασικών πληροφοριών ετικέτας	Συχνότητα άσκησης				Σύνολο
	Κάθε μέρα	3/ εβδομά δα	1/ εβδομά δα	καθόλο υ	
Ποτέ	0,3%	0,3%	0,8%	2,3%	3,5%
Σπάνια	1,3%	3,9%	6,9%	10,4%	22,4%
Συχνά	2,8%	9,5%	11,6%	14,5%	38,4%
Πάντοτε	4,6%	7,3%	9,4%	14,5%	35,8%
Σύνολο	8,9%	20,9%	28,6%	41,6%	100,0%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

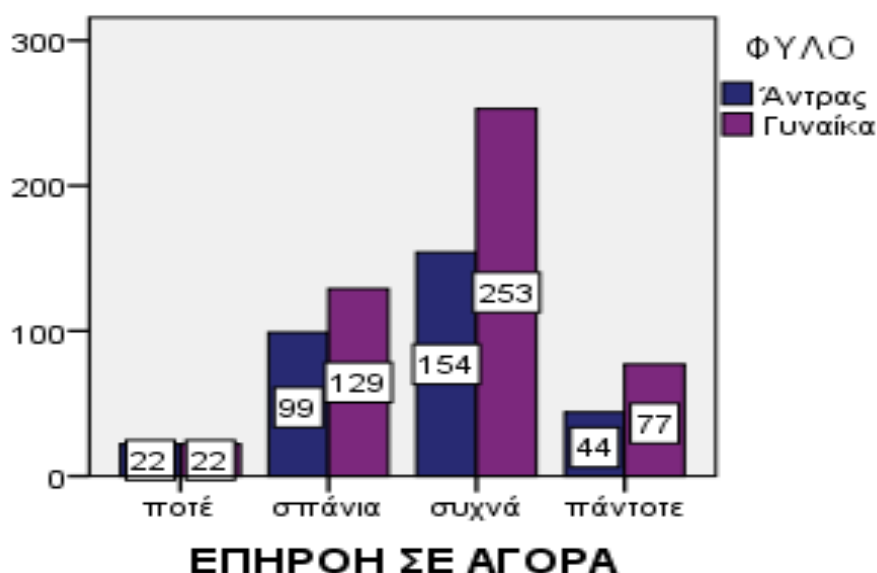
	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	21,725 ^a	9	,010
Likelihood Ratio	21,843	9	,009
Linear-by-Linear Association	9,613	1	,002
N of Valid Cases	800		

a. 1 cells (6,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,49.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση, η τιμή p-value για τον έλεγχο είναι 0,01 και είναι μικρότερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι εξαρτημένα. **Συνεπώς η συχνότητα της άσκησης επηρεάζει την ανάγνωση των πληροφοριών της ετικέτας κατά την πρώτη αγορά.**

2.4. Έλεγχος επίδρασης των διατροφικών στοιχείων της ετικέτας στις αγορές σχετικά με το φύλο

Παρατηρούμε ότι 22 άντρες και γυναίκες δεν επηρεάζονται ποτέ στις αγορές τους από τις διατροφικές πληροφορίες με ποσοστό 2,8%. Σπάνια επηρεάζονται 99 άντρες με ποσοστό 12,4% και 129 γυναίκες με ποσοστό 16,1%. Το μεγαλύτερο πλήθος των απαντήσεων το συναντάμε στην τρίτη κατηγορία όπου 154 άντρες με ποσοστό 19,3% και 253 γυναίκες με 31,6% επηρεάζονται συχνά. Τέλος μικρά ποσοστά της τάξης του 5,5% στους άντρες και 9,6% στις γυναίκες φαίνεται να τους επηρεάζει πάντα στην αγορά τροφίμων οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα. Στο γράφημα 2.4 παρουσιάζεται η κατανομή του φύλου ως προς την επιρροή των πληροφοριών στην αγορά και ποσοστιαία στον πίνακα 2.4.



Σχήμα 2.4. Κατανομή της επίδρασης των πληροφοριών της ετικέτας ως προς το φύλο.

Πίνακας 2.4. Ποσοστιαία κατανομή της επίδρασης των πληροφοριών της ετικέτας ως προς το φύλο.

Επιρροή σε αγορά από την ετικέτα	Φύλο		Σύνολο
	Άντρες	Γυναίκες	
Ποτέ	2,8%	2,8%	5,5%
Σπάνια	12,4%	16,1%	28,5%
Συχνά	19,3%	31,6%	50,9%
Πάντοτε	5,5%	9,6%	15,1%
Σύνολο	39,9%	60,1%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,404 ^a	3	,221
Likelihood Ratio	4,365	3	,225
Linear-by-Linear Association	3,937	1	,047
N of Valid Cases	800		

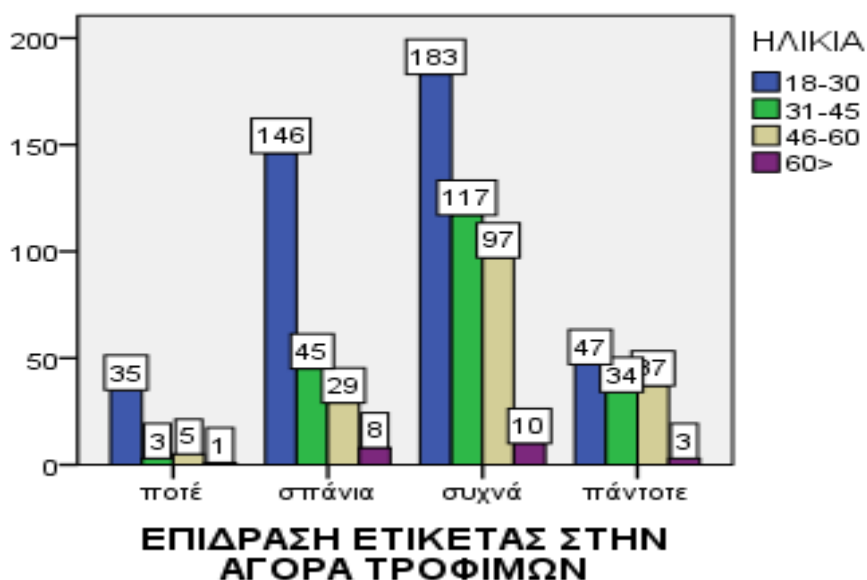
a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,55.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,221 και είναι μεγαλύτερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι ανεξάρτητα. **Συνεπώς τα διατροφικά στοιχεία που υπάρχουν στις ετικέτες ασκούν την ίδια επίδραση και στους άντρες και στις γυναίκες.**

2.5. Έλεγχος επιρροής της ηλικίας ως προς την επίδραση των διατροφικών στοιχείων της ετικέτας στις αγορές

Παρατηρούμε ότι 35 άτομα ηλικίας 18-30 δεν επηρεάζονται ποτέ από τις πληροφορίες με ποσοστό 4,4% και στις υπόλοιπες ηλικίες τα άτομα είναι ελάχιστα συγκεντρώνοντας ποσοστό 1,1%. Σπάνια 146 άτομα ηλικίας 18-30 με ποσοστό 18,3%, 45 άτομα ηλικίας 31-45 με ποσοστό 5,6%, 29 άτομα ηλικίας 46-60 με ποσοστό 3,6% και μόλις 8 άτομα άνω των 60 με ποσοστό 1%. Συχνά επηρεάζονται 183 άτομα της πρώτης

ηλικιακής ομάδας, 117 άτομα της δεύτερης, 97 της τρίτης και 10 της τέταρτης. Τέλος 47 άτομα ηλικίας 18-30 δήλωσαν πως πάντα επηρεάζονται στις αγορές τους από τις πληροφορίες της ετικέτας, 34 άτομα ηλικίας 31-45, 37 άτομα ηλικίας 46-60 και μόλις 3 άτομα άνω των 60. Στο γράφημα 2.5 παρουσιάζεται η κατανομή της ηλικίας ως προς την επιρροή των πληροφοριών στην αγορά και ποσοστιαία στον πίνακα 2.5.



Σχήμα 2.5. Κατανομή της επίδρασης των πληροφοριών της ετικέτας ως προς την ηλικία.

Πίνακας 2.5. Ποσοστιαία κατανομή της επίδρασης των πληροφοριών της ετικέτας ως προς την ηλικία.

Επίδραση ετικέτας στην αγορά τροφίμων	Ηλικία				Σύνολο
	18-30	31-45	46-60	>60	
Ποτέ	4,4%	0,4%	0,6%	0,1%	5,5%
Σπάνια	18,3%	5,6%	3,6%	1%	22,4%
Συχνά	22,9%	14,6%	12,1%	1,3%	38,4%
Πάντοτε	5,9%	4,3%	4,6%	0,4%	35,8%
Σύνολο	51,4%	24,9%	21%	2,8%	100,0%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Chi-Square Tests

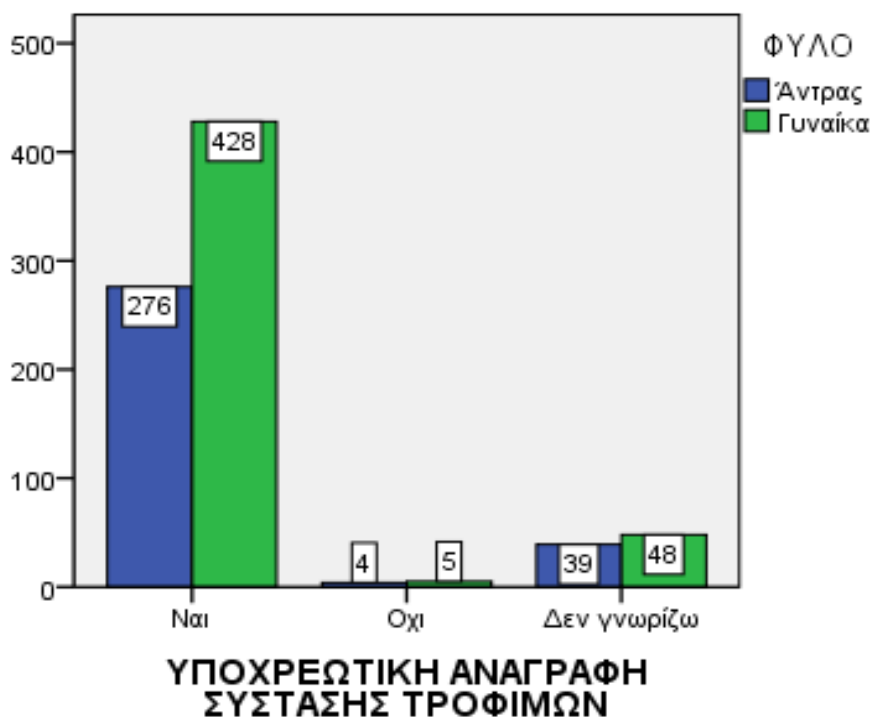
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,916 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	51,176	9	,000
Linear-by-Linear Association	29,590	1	,000
N of Valid Cases	800		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,21.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή p-value για τον έλεγχο είναι 0,000 και είναι μικρότερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι εξαρτημένα. **Συνεπώς η ηλικία επηρεάζει την αγορά των προϊόντων με βάση τα διατροφικά στοιχεία της ετικέτας.** Τέλος βλέπουμε ότι οι νεαρότερες ηλικίες και ειδικότερα οι ηλικίες 18-30 επηρεάζονται συχνότερα στις αγορές τους από τις πληροφορίες που υπάρχουν στις ετικέτες.

2.6. Υποχρεωτική αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στην συσκευασία.

Με τον παρακάτω έλεγχο θέλουμε να δούμε αν υπάρχει κάποια επίδραση του φύλου ως προς μια γενική γνώση σχετικά με την διατροφική ετικέτα. Βλέπουμε ότι 428 γυναίκες και 276 άντρες με ποσοστό 53,5% και 34,5% αντίστοιχα θεωρούν ότι είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων. Μόλις 4 άντρες και 5 γυναίκες θεωρούν ότι δεν είναι υποχρεωτική η αναγραφή τους και τέλος 39 άντρες και 48 γυναίκες απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν με ποσοστό που ανέρχεται στο 4,9% και 6% αντίστοιχα. Στο σχήμα 2.6 παρουσιάζεται η κατανομή του φύλου ως προς την αναγραφή της σύστασης τροφίμων και ποσοστιαία στον πίνακα 2.6.



Σχήμα 2.6. Κατανομή του φύλου ως προς την αναγραφή της σύστασης.

Πίνακας 2.6. Ποσοστιαία κατανομή του φύλου ως προς την αναγραφή της σύστασης.

Υποχρεωτική αναγραφή σύστασης τροφίμου	Φύλο		Σύνολο
	Άντρες	Γυναίκες	
Ναι	34,5%	53,5%	88%
Όχι	0,5%	0,6%	1,1%
Δεν γνωρίζω	4,9%	6%	10,9%
Σύνολο	39,9%	60,1%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Chi-Square Tests

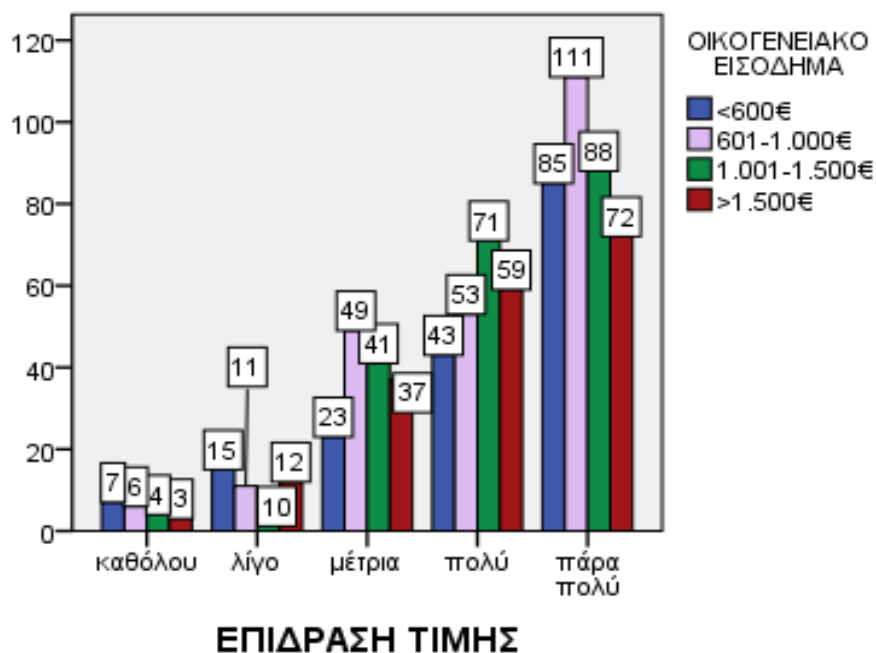
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,100 ^a	2	,577
Likelihood Ratio	1,089	2	,580
Linear-by-Linear Association	1,078	1	,299
N of Valid Cases	800		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,59.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,577 και είναι μεγαλύτερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι ανεξάρτητα. **Συνεπώς δεν παρατηρείται κάποια διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα όσον αναφορά την γνώμη σχετικά με την υποχρεωτική ύπαρξη της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία.** Και τα δύο φύλα στο μεγαλύτερο ποσοστό τους θεωρούν υποχρεωτική την αναγραφή της σύστασης των τροφίμων. Έτσι παρατηρούμε πως και οι άντρες και οι γυναίκες είναι σε μεγάλο βαθμό ενήμεροι για τον υποχρεωτική ύπαρξη της ετικέτας όπως αυτή ορίζεται από το νόμο.

2.7. Έλεγχος εξάρτησης μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος με την επιρροή κατά την αγορά τροφίμων από την τιμή του προϊόντος

Βλέπουμε ότι τα μικρότερα ποσοστά συγκέντρωσαν τα άτομα που δεν επηρεάζονται καθόλου ή και λίγο από την τιμή αγοράς του ενός τροφίμου ανεξάρτητα της οικονομικής κατάστασης. Αντίθετα παρατηρούμε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά του δείγματος επηρεάζονται πολύ έως πάρα πολύ στην αγορά ενός προϊόντος από την τιμή του και στις 4 κατηγορίες οικογενειακού εισοδήματος. Τέλος βλέπουμε ότι τα άτομα με εισόδημα 601-1000€ και 1001-1500€ επηρεάζονται σε έναν μέτριο βαθμό με ποσοστό 21,3% και 19,2% αντίστοιχα και τα άτομα με εισόδημα άνω των 1500€ συγκέντρωσαν ποσοστό 20,2% και κάτω από 600€ ένα ποσοστό 13,3% δήλωσε το ίδιο. Αναλυτικότερα στο σχήμα 2.7 παρουσιάζετε η κατανομή του μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος και η επίδραση της τιμής και ποσοστιαία στον πίνακα 2.7.



Σχήμα 2.7. Κατανομή του εισοδήματος ως προς την επιρροή της τιμής.

Πίνακας 2.7. Ποσοστιαία κατανομή του εισοδήματος ως προς την επιρροή της τιμής.

Επιρροή τιμής σε αγορά	Μηνιαίο οικογ. εισόδημα			
	<600	601-1000	1001-1500	>1500
Καθόλου	4%	2,6%	1,9%	1,6%
Λίγο	8,7%	4,8%	4,7%	6,6%
Μέτρια	13,3%	21,3%	19,2%	20,2%
Πολύ	24,9%	23%	33,2%	32,2%
Πάρα πολύ	49,1%	48,3%	41,1%	39,3%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Chi-Square Tests

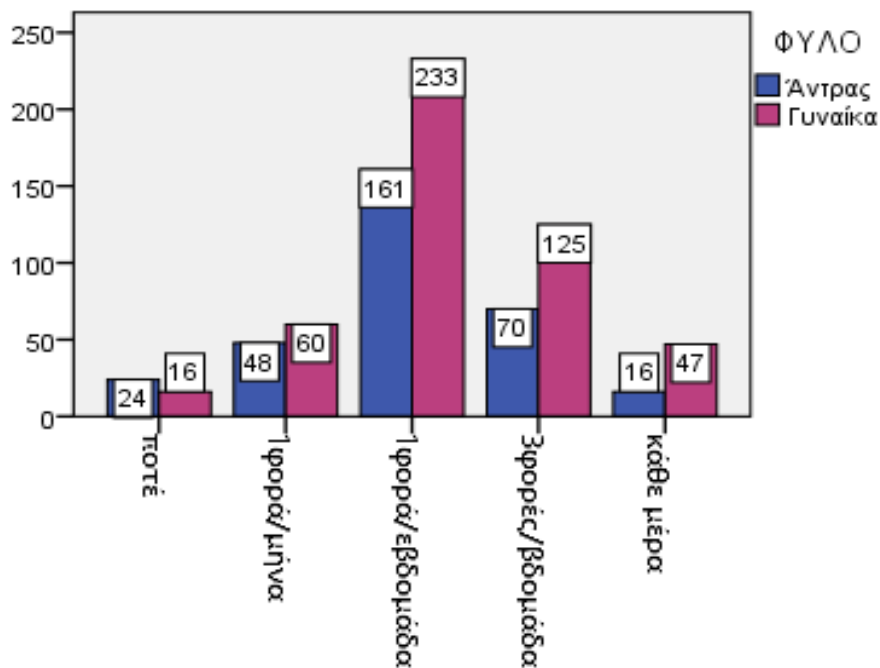
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,662 ^a	12	,097
Likelihood Ratio	18,670	12	,097
Linear-by-Linear Association	,305	1	,581
N of Valid Cases	800		

a. 2 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,33.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,097 και είναι μεγαλύτερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι ανεξάρτητα. **Συνεπώς το μηνιαίο οικονομικό εισόδημα δεν παίζει στατιστικά σημαντικό ρόλο στο αν υπάρχουν επιρροές κατά την αγορά τροφίμων από την τιμή του προϊόντος.**

2.8. Έλεγχος επιρροής φύλου ως προς την συχνότητα αγοράς τροφίμων για το σπίτι

Παρατηρούμε ότι 24 άντρες και 16 γυναίκες με ποσοστά 7,5% και 3,3% δήλωσαν πως δεν ασχολούνται ποτέ με την αγορά τροφίμων για το σπίτι. 48 ήταν οι άντρες και 60 οι γυναίκες που ψωνίζουν 1 φορά τον μήνα με ποσοστά 15% και 12,5% αντίστοιχα. Το μεγαλύτερο πλήθος των αντρών 161 με ποσοστό 50,5% αλλά και των γυναικών 233 με ποσοστό 48,4% ασχολούνται με την αγορά τροφίμων 1 φορά την εβδομάδα. Ακόμα 70 άντρες και 125 γυναίκες με ποσοστά 22% και 26% αντίστοιχα ασχολούνται 3 φορές την εβδομάδα και τέλος 16 άντρες με ποσοστό 5% και 47 γυναίκες με ποσοστό 9,8% ασχολούνται καθημερινά με την αγορά τροφίμων για το σπίτι. Στο γράφημα 2.8 παρουσιάζετε η κατανομή του φύλου ως προς την συχνότητα αγοράς τροφίμων και ποσοστιαία στον πίνακα 2.8.



ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Σχήμα 2.8. Κατανομή του φύλου ως προς την συχνότητα αγοράς τροφίμων.

Πίνακας 2.8. Ποσοστιαία κατανομή του φύλου ως προς την συχνότητα αγοράς τροφίμων.

Συχνότητα αγοράς τροφίμων	Φύλο	
	Αντρες	Γυναίκες
Ποτέ	7,5%	3,3%
1 φορά/μήνα	15%	12,5%
1 φορά/εβδομάδα	50,5%	48,4%
3 φορές/εβδομάδα	22%	26%
Κάθε μέρα	5%	9,8%
Σύνολο	100%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

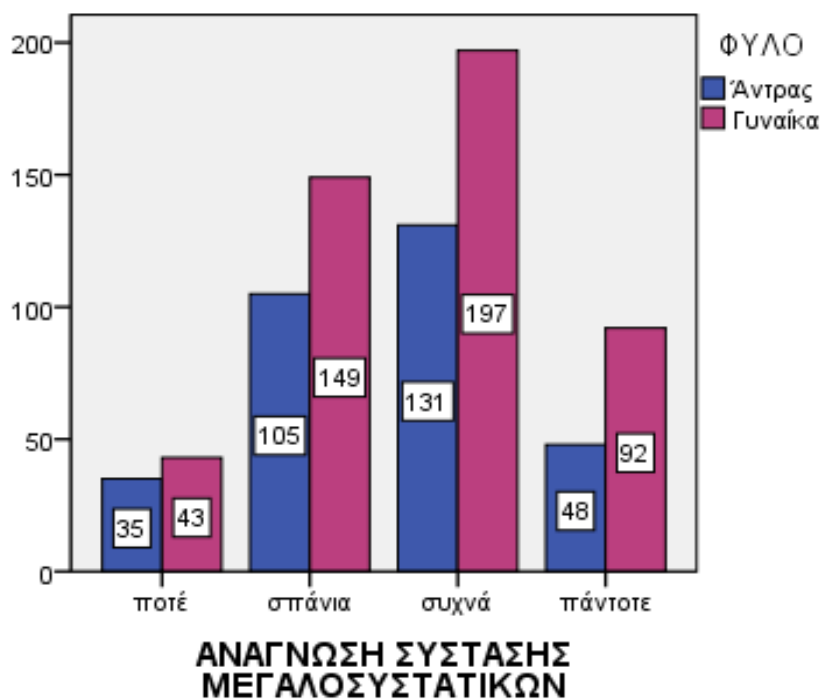
Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,653 ^a	4	,005
Likelihood Ratio	14,809	4	,005
Linear-by-Linear Association	13,300	1	,000
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,95.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,005 και είναι μικρότερη του 0,05, που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι εξαρτημένα. **Συνεπώς το φύλο επηρεάζει την συχνότητα με την οποία το δείγμα ασχολείται με την αγορά τροφίμων για το σπίτι.**

2.9. Έλεγχος επιρροής φύλου στην ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση των τροφίμων σε μεγαλοσυστατικά (πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα)

Βλέπουμε ότι 35 άντρες και 43 γυναίκες δεν διαβάζουν ποτέ τις πληροφορίες για τα μεγαλοσυστατικά με ποσοστά που ανέρχονται στο 11% και 8,9% αντίστοιχα. Σπάνια θα τις διαβάσουν 105 άντρες με ποσοστό 32,9% και 149 γυναίκες με ποσοστό 31%. Ωστόσο, 131 άντρες και 197 γυναίκες, με αντίστοιχα ποσοστά 41,1% και 41%, δήλωσαν ότι συχνά θα διαβάσουν αυτές τις πληροφορίες, αποτελώντας και το μεγαλύτερο μέρος των απαντήσεων. Τέλος 48 άντρες με ποσοστό 15% και 92 γυναίκες με ποσοστό 19,1% δήλωσαν πως πάντα διαβάζουν για τα μεγαλοσυστατικά που αναγράφονται στις ετικέτες. Στο σχήμα 2.9 παρουσιάζετε η κατανομή του φύλου ως προς την ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών και ποσοστιαία στον πίνακα 2.9.



Σχήμα 2.9. Κατανομή του φύλου ως προς την ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών.

Πίνακας 2.9. Ποσοστιαία κατανομή του φύλου ως προς την ανάγνωση των μεγαλοσυστατικών.

Ανάγνωση μεγαλοσυστατικών	Φύλο	
	Άντρες	Γυναίκες
Ποτέ	11%	8,9%
Σπάνια	32,9%	31%
Συχνά	41,1%	41%
Πάντοτε	15%	19,1%
Σύνολο	100%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

Chi-Square Tests

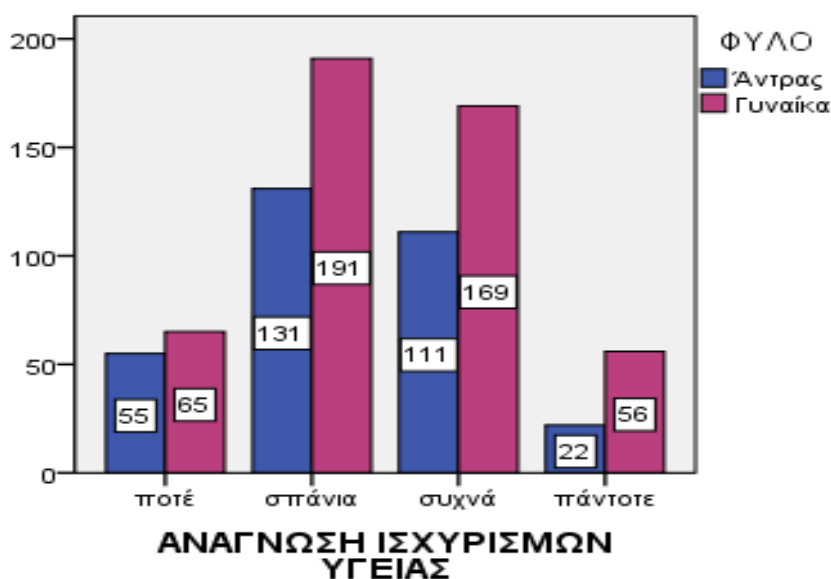
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,864 ^a	3	,413
Likelihood Ratio	2,887	3	,409
Linear-by-Linear Association	2,533	1	,111
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 31,10.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,413 και είναι μεγαλύτερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι ανεξάρτητα. **Συνεπώς δεν παρατηρείται κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα όσον αναφορά την ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση του τροφίμου σε μεγαλοσυστατικά.**

2.10. Έλεγχος επιρροής του φύλου στην εξέταση των ισχυρισμών υγείας στην ετικέτα των τροφίμων (π.χ. το ασβέστιο είναι απαραίτητο για την υγεία των οστών, κτλ.)

Παρατηρούμε ότι 16,4% των αντρών και 23,9% των γυναικών δήλωσαν πως σπάνια διαβάζουν τους ισχυρισμούς υγείας που αναγράφονται στις ετικέτες των τροφίμων. Συχνά δήλωσε το 13,9% των αντρών και το 21,1% των γυναικών. Τα μικρότερα ποσοστά βρίσκονται στην τελευταία κατηγορία όπου μόλις το 2,8% των αντρών και το 7% των γυναικών δήλωσαν πως πάντα διαβάζουν τους ισχυρισμούς υγείας. Τέλος 6,9% των αντρών και 8,1% των γυναικών δεν διαβάζουν ποτέ τις πληροφορίες για την υγεία που αναγράφονται στις ετικέτες. Στο σχήμα 2.10 παρουσιάζετε η κατανομή του φύλου ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας και ποσοστιαία στον πίνακα 2.10.



Σχήμα 2.10. Κατανομή του φύλου ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.

Πίνακας 2.10. Ποσοστιαία κατανομή του φύλου ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.

Ανάγνωση ισχυρισμών υγείας	Φύλο		Σύνολο
	Άντρες	Γυναίκες	
Ποτέ	6,9%	8,1%	15%
Σπάνια	16,4%	23,9%	40,3%
Συχνά	13,9%	21,1%	35%
Πάντοτε	2,8%	7%	9,8%
Σύνολο	39,9%	60,1%	100%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

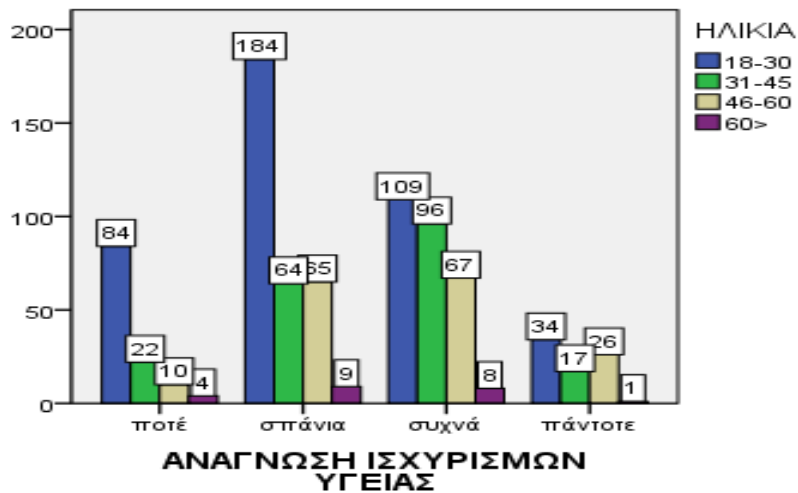
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,302 ^a	3	,098
Likelihood Ratio	6,478	3	,091
Linear-by-Linear Association	4,798	1	,028
N of Valid Cases	800		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 31,10.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή του p-value για τον έλεγχο είναι 0,098 και είναι μεγαλύτερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι ανεξάρτητα. **Συνεπώς δεν παρατηρείται κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα όσον αναφορά την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.**

2.11. Έλεγχος επιρροής της ηλικίας ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας στην ετικέτα των τροφίμων (π.χ. το ασβέστιο είναι απαραίτητο για την υγεία των οστών, κτλ.)

Παρατηρούμε ότι 84 άτομα ηλικίας 18-30 δήλωσαν πως ποτέ δεν εξετάζουν τους ισχυρισμούς υγείας, 22 άτομα ηλικίας 31-45, 10 άτομα ηλικίας 46-60 και μόλις 4 άτομα άνω των 60. Σπάνια θα διαβάσουν τους ισχυρισμούς 184 άτομα της πρώτης ηλικιακής ομάδας, που αποτελεί και το μεγαλύτερο πλήθος των απαντήσεων, 64 και 65 άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικιακής ομάδας αντίστοιχα δήλωσαν το ίδιο και 9 άτομα της τέταρτης ηλικιακής ομάδας. Συχνά γίνεται εξέταση των ισχυρισμών από 109 άτομα ηλικίας 18-30, από 96 άτομα ηλικίας 31-45, από 67 άτομα ηλικίας 46-60 και τέλος 8 άτομα άνω των 60 ετών. Τέλος 34 άτομα ηλικίας 18-30 δήλωσαν πως πάντοτε διαβάζουν τους ισχυρισμούς, 17 άτομα ηλικίας 31-45, 26 άτομα ηλικίας 46-60 και μόλις 1 άτομο άνω των 60. Στο σχήμα 2.11 παρουσιάζετε η κατανομή της ηλικίας ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας και ποσοστιαία στον πίνακα 2.11.



Σχήμα 2.11. Κατανομή της ηλικίας ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.

Πίνακας 2.11. Ποσοστιαία κατανομή της ηλικίας ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.

Επίδραση ετικέτας στην αγορά τροφίμων	Ηλικία				Σύνολο
	18-30	31-45	46-60	>60	
Ποτέ	10,5%	2,8%	1,3%	0,5%	15%
Σπάνια	23%	8%	8,1%	1,1%	40,2%
Συχνά	13,6%	12%	8,4%	1%	35%
Πάντοτε	4,3%	2,1%	3,3%	0,1%	9,8%
Σύνολο	51,4%	24,9%	21%	2,8%	100,0%

- Τα αποτελέσματα του ελέγχου χ^2 παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	51,954 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	53,254	9	,000
Linear-by-Linear Association	25,043	1	,000
N of Valid Cases	800		

a. 2 cells (12,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,15.

Σύμφωνα με την στατιστική ανάλυση η τιμή p-value για τον έλεγχο είναι 0,000 και είναι μικρότερη του 0,05 που είναι και η στάθμη σημαντικότητας του ελέγχου. Άρα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές και τα δείγματα είναι εξαρτημένα. **Συνεπώς η ηλικία παίζει σημαντικό ρόλο ως προς την εξέταση των ισχυρισμών υγείας που υπάρχουν στις ετικέτες των τροφίμων.**

3. Συμπεράσματα – Συζήτηση

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία ερευνήθηκαν οι απόψεις των καταναλωτών σχετικά με την επισήμανση και τις διατροφικές ετικέτες των τροφίμων.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης προκύπτει ότι:

- ▶ το φύλο επηρεάζει την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών κατά την αγορά ενός τροφίμου για πρώτη φορά καθώς οι γυναίκες εξετάζουν συχνότερα τις ή και πάντοτε τις διατροφικές ετικέτες σε σχέση με τους άντρες. Παρόμοια αποτελέσματα παρατούμε και σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2015 σε καταναλωτές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης, όπου και πάλι παρατηρήθηκε η ίδια διαφοροποίηση της συμπεριφοράς ανάμεσα στα δύο φύλα σχετικά με την ανάγνωση των ετικετών κατά την αγορά ενός τροφίμου για πρώτη φορά (Φερενίδου & Μπεκρή, 2015).
- ▶ η ηλικία είναι σημαντικός παράγοντας στην ανάγνωση των ετικετών για πρώτη φορά. Στα αποτελέσματά μας βλέπουμε ότι τα άτομα ηλικίας 18-45 ετών διαβάζουν συχνότερα τις διατροφικές πληροφορίες σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες.
- ▶ με βάση την συχνότητα άσκησης παρατηρείται ότι άτομα που γυμνάζονται περισσότερο τείνουν να προσέχουν τις ετικέτες των τροφίμων που αγοράζουν σε σχέση με εκείνους που δεν γυμνάζονται. Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο πανεπιστήμιο της Οτάβα στον Καναδά, σε γυναίκες ηλικίας 18-40 ετών, παρατηρήθηκε πως η άσκηση επηρέασε την αντίληψη των γυναικών όσον αφορά την επίδραση της ετικέτας από τα τρόφιμα που τους προσφέρθηκαν (Lafreniere, et al., 2017).
- ▶ την ερώτηση για το εάν τα διατροφικά στοιχεία που υπάρχουν στις ετικέτες επηρεάζουν την αγορά των τροφίμων παρατηρούμε ότι ασκούν την ίδια επίδραση και στους άντρες και στις γυναίκες.
- ▶ δεν ισχύει το ίδιο και για την ηλικία, καθώς φαίνεται πως οι νεαρότερες ηλικίες και ειδικότερα άτομα ηλικίας 18-30 επηρεάζονται συχνότερα στις αγορές τους από τα διατροφικά στοιχεία που υπάρχουν στις ετικέτες των τροφίμων.
- ▶ στο ερώτημα αν υπάρχει διαφορά σε σχέση με το φύλο, όσον αφορά την υποχρεωτική αναγραφή της σύστασης τροφίμων προέκυψε ότι δεν υπάρχουν σημαντικά στατιστικές διαφορές και πως και τα δύο φύλα θεωρούν πως η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων είναι υποχρεωτική.

- στο παραπάνω ερώτημα παίζει μεγάλο ρόλο η ενημέρωση και η μόρφωση που έχουν καθώς το 95% του δείγματος είναι απόφοιτος λυκείου και ΑΕΙ/ΤΕΙ.
- το μηνιαίο εισόδημα δεν παίζει στατιστικά σημαντικό ρόλο στο αν υπάρχουν επιρροές κατά την αγορά τροφίμων από την τιμή του προϊόντος. Τα ίδια αποτελέσματα έδωσε και μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2005 σχετικά με το αν το εισόδημα επηρεάζει την επιλογή των τροφίμων, όπου ακόμα και οικογένειες με χαμηλά εισοδήματα αλλά με κατάλληλες διατροφικές συνήθειες θα διάβαζαν την ετικέτα του τροφίμου προκειμένου να κάνουν μια πιο υγιεινή επιλογή ακόμα και αν το προϊόν κόστιζε περισσότερο από ένα άλλο μη ποιοτικό τρόφιμο (Drichoutis, et al., 2005).
Σε πρόσφατη μελέτη που πραγματοποιήθηκε στην Αμερική, όπου μοιράστηκαν ερωτηματολόγια σχετικά με την διατροφική ετικέτα σε 100 άτομα ηλικίας 60 ετών και άνω καταλήξαν στα εξής συμπεράσματα ότι όσοι είχαν μια μέση εκπαίδευση και ένα σχετικά χαμηλό μηνιαίο εισόδημα παρερμήνευαν τις πληροφορίες της ετικέτας και σχεδόν οι μισοί δεν μπορούσαν να αξιολογήσουν σωστά τις πληροφορίες (Jackey, et al., 2017).
- διαπιστώθηκε σημαντική διαφοροποίηση στην συχνότητα αγοράς τροφίμων σε σχέση με το φύλο. Σύμφωνα με την έρευνα, οι γυναίκες ασχολούνται πιο συχνά με την αγορά τροφίμων σε σχέση με τους άντρες. Βλέπουμε ότι οι γυναίκες ψωνίζουν τουλάχιστον τρεις φορές την εβδομάδα συγκεντρώνοντας ποσοστό 26% που είναι μεγαλύτερο από αυτό των αντρών.
- στα μεγαλοσυστατικά αναγράφονται πάντα σε μια διατροφική ετικέτα (πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος και φυτικές ίνες), δεν παρατηρείται κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα, όσον αφορά την ανάγνωση των πληροφοριών που αφορούν την σύσταση του τροφίμου σε μεγαλοσυστατικά, καθώς και τα δύο φύλα διαβάζουν αρκετά συχνά αυτές τις πληροφορίες.
- δεν παρατηρήθηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα όσον αφορά την εξέταση των ισχυρισμών υγείας.
- η ηλικία παίζει σημαντικό ρόλο στην εξέταση των ισχυρισμών υγείας. Άτομα με ηλικία 18-30 εξετάζουν περισσότερο τους ισχυρισμούς υγείας σε σχέση με άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.

Σ 'αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθούν έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί με βάση την διατροφική ετικέτα και κάποια εύλογα συμπεράσματα.

Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Ιταλία σχετικά με το αν οι ετικέτες τροφίμων είναι αποτελεσματικές ως μέσο πρόληψης ασθενειών κατέληξαν στο συμπέρασμα πως η ετικέτα δεν αποτελεί το κύριο κριτήριο στην διαδικασία επιλογής ενός τροφίμου. Οι απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτηματολόγια ανέφεραν πως πρώτα κοιτούσαν το παγκόσμιο επίπεδο ποιότητας των προϊόντων δηλαδή την προέλευση τους μετά την ποιότητα των συστατικών τους και τέλος την παρουσία πρόσθετων ουσιών (Viviana Viola, et al., 2016).

Ακόμα σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 3 μεγάλες πόλεις της Μεγάλης Βρετανίας και αποτελούνταν από 2019 άτομα μόλις το 27% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στην ερώτηση για το εάν έλεγξαν τις διατροφικές πληροφορίες του προϊόντος που αγόρασαν για πρώτη φορά (Grunert, et al., 2010).

Μια ανάλυση που πραγματοποίησαν ερευνητές από το Ευρωπαϊκό Ίδρυμα Καρδιολογίας τόσο στην Αμερική όσο και στην Ευρώπη, κατέληξαν στο συμπέρασμα πως οι καταναλωτές αντιμετωπίζουν δυσκολίες στο να κατανοήσουν τις διατροφικές πληροφορίες και συγκεκριμένα τους τεχνικούς όρους και τις πληροφορίες που δίνονται με νούμερα και χρειάζονται υπολογισμούς, καθώς και στο να κατανοήσουν πλήρως τους ρόλους που έχουν στην υγεία και τη διατροφή τους τα διάφορα θρεπτικά συστατικά (Cowburn & Stockley, 2005).

Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Αμερική δόθηκαν προσκλήσεις σε 1552 άτομα και τελικά συμμετείχαν οι 823. Εξετάστηκε αν η ύπαρξη ετικετών, στα μενού εστιατορίων γρήγορης εστίασης, που αναφέρουν την ώρα που πρέπει να περπατήσει κάποιος για να κάψει τις θερμίδες που έλαβε από το γεύμα (ένα κανονικό μπέργκερ =250kcal =4.1km περπάτημα) θα επηρέαζε την επιλογή του γεύματος που θα έκαναν για το παιδί τους σε σύγκριση με την απλή αναγραφή των θερμίδων. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως 45% του δείγματος δήλωσε πως ήταν πολύ πιθανό αυτή η επισήμανση να επηρεάσει την επιλογή του γεύματος για το παιδί τους (Viera & Antonelli, 2015).

Βιβλιογραφία

Agarwal, S., Hordvik, S. & Morar, S., 2008. Health and Wellness Related Labeling Claims for Functional Foods and Dietary Supplements. In: *Nutraceutical and Functional Food Regulations in the United States and Around the World, A volume in Food Science and Technology*. s.l.:s.n., pp. 133-141.

Barnett, J. et al., 2011. How do peanut and nut-allergic consumers use information on the packaging to avoid allergens?. *Allergy*, Issue 7, pp. 969-978.

Buttriss, J. & Benelam, B., 2010. Nutrition and health claims: the role of food composition data.. *European Journal of Clinical Nutrition*, Issue 3, pp. 8-13.

Cawley, J. & Meyerhoefer, C., 2012. The medical care costs of obesity: an instrumental variables approach.. *Journal of Health Economics*, Issue 1, pp. 219-230.

Corvalán, C., Reyes, M., Garmendia, M. & Uauy, R., 2013. Structural responses to the obesity and non-communicable diseases epidemic: the Chilean Law of Food Labeling and Advertising.. *Obesity reviews*, Issue 2, pp. 79-87.

Council Directive 79/112/EEC of 18 December 1978 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs for sale to the ultimate consumer. Official Journal of the European Communities, L33, 8 February 1979

Cowburn, G. & Stockley, L., 2005. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review. *Public Health Nutrition*, Issue 1, pp. 21-28.

Cowburn, G. & Stockley, L., 2005. Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review.. *Public Health Nutrition*, Issue 1, pp. 21-28.

Directive 90/496/EEC on Nutrition Labelling. Brussels, European Commission Health & Consumer Protection Directorate-General, 2003

Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council of 20 March 2000 on the approximation of the laws of the Member States relating to the labelling, presentation and advertising of foodstuffs. Official Journal of the European Communities, L 109, 06 May 2000

Drichoutis, A. C., Lazaridis, P. & Nayga, Jr, R. M., 2005. Nutrition knowledge and consumer use of nutritional food labels. *European Review of Agricultural Economics*, Issue 1, pp. 93-118.

Emrich, T. E., Qi, Y., Lou, W. Y. & R, L. M., 2017. Traffic-light labels could reduce population intakes of calories, total fat, saturated fat, and sodium. *PLOS ONE*, Issue 2, pp. 1-10.

European Commission, 2010. *Strategy for Europe on nutrition, overweight and obesity related health issues – Implementation Progress Report*, Brussels: s.n.

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) World Health Organization (WHO), 2007. *Food Labelling*. 5th edition ed. Rome: s.n.

Food Standards Australia New Zealand, 2003. s.l.:s.n.

Gendel, S. M., 2012. Comparison of international food allergen labelling regulation. *Regul Toxicol Pharmacol*, Issue 2, pp. 279-285.

Gendel, S. M., 2013. The regulatory challenge of food allergens. *Agricultural and Food Chemistry*, Issue 24, pp. 5634-5637.

Grunert, K. G., Wills, J. M. & Fernández-Celemín, L., 2010. Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK. *Appetite*, Issue 2, pp. 177-189.

Guilbert, J., 2003. The world health report 2002 - reducing risks, promoting healthy life.. *Education for Health*, Issue 2, p. 230.

Hawkes, C., 2004. *Nutrition labels and health claims: the global regulatory environment*. France: World Health Organization.

Jackey, B., Cotugna, N. & Orsega-Smith, E., 2017. Food Label Knowledge, Usage and Attitudes of Older Adults. *Journal of Nutrition in Gerontology and Geriatrics*, Issue 1, pp. 31-47.

Kleef, E. & Dagevos, H., 2015. The growing role of front-of-pack nutrition profile labeling: A consumer perspective on key issues and

controversies.. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, Issue 3, pp. 291-303.

Kollannoor-Samuel, G. και συν., 2016. Effects of Food Label Use on Diet Quality and Glycemic Control Among Latinos With Type 2 Diabetes in a Community Health Worker– Supported Intervention. *American Journal of Public Health*, Issue 6, pp. 1059-1066.

Kreuter, . M., Brennan , L., Scharff , . D. & Lukwago , S., 1997. Do nutrition label readers eat healthier diets? Behavioral correlates of adults' use of food labels.. *American Journal of Preventive Medicine*, Issue 4, pp. 277-283.

Lafreniere, J., Mcneil, J., Provencher, V. & Doucet, E., 2017. The Effects of Food Labelling on Postexercise Energy Intake in Sedentary Women. *Journal of obesity*, Issue 2, pp. 1-10.

Liu , P. et al., 2013. Using behavioral economics to design more effective food policies to address obesity. *Applied Economic Perspectives and Policy*, Issue 1, pp. 6-24.

Lopez, , M. C., 2018. Food Allergen Labeling: A Latin American Approach. *AOAC International*, Issue 1, pp. 14-16.

Marcotrigiano, V. et al., 2018. Food labelling: Regulations and Public Health implications. *Annali di igiene: medicina preventiva e di comunità*, Issue 3, pp. 220-228.

Nwankwo T, T., Yoon, S., Burt , . V. & Gu , . Q., 2013. Hypertension among adults in the United States: National Health and Nutrition Examination Survey, 2011–2012. *NCHS Data Briefs*, No 133, pp. 1-8.

Roberto , . C. & Khandpur , N., 2014. Improving the design of nutrition labels to promote healthier food choices and reasonable portion sizes. *International journal of obesity*, Issue 1, pp. 25-33.

Roodenburg, A. J. C., Popkin, . B. M. & Seidell, . J. C., 2011. Development of international criteria for a front of package food labelling system: the International Choices Programme. *European Journal of Clinical Nutrition*, Issue 11, pp. 1190-1200.

Schulze , . M. & Hu , F., 2002. Dietary patterns and risk of hypertension, type 2 diabetes mellitus, and coronary heart disease.. *Current Atherosclerosis Reports*, Issue 4, pp. 462-467.

- Souza, S. M. F. d. C., Lima, K. C. & Alves, . M. d. S. C. F., 2016. Promoting public health through nutrition labeling - a study in Brazil. *Arch Public Health*, Volume 7, Issue 1, pp. 1-6
- Taylor, C. L. & Wilkening, V. L., 2008. How the Nutrition Food Label Was Developed, Part 1: The Nutrition Facts Panel. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, Issue 3, pp. 437-442.
- Umegaki, K., 2015. Positive and Negative Aspects of Food with Health Claims in Japan. *Journal of Nutritional Science and Vitaminology*, Issue 2, pp. 133-135.
- Verrill, L., Zhang, Y. & Kane, . R., 2013. Food label usage and reported difficulty with following a gluten-free diet among individuals in the USA with coeliac disease and those with noncoeliac gluten sensitivity.. *Journal of human nutrition and dietetics*, Issue 5, pp. 479-487.
- Viera, A. J. & Antonelli, . R., 2015. Potential Effect of Physical Activity Calorie Equivalent Labeling on Parent Fast Food Decisions. *Pediatrics*, Issue 2, pp. 376-382.
- Viviana Viola, G. C., Bianchi , F., Croce , E. & Ceretti , E., 2016. Are food labels effective as a means of health prevention?. *Journal of Public Health Research*, Issue Vol 5, No 3, pp. 139-142.
- WHO, 2004. *Global strategy on diet, physical activity and health*.. Genova: s.n.
- WHO, 2014. *Global status report on noncommunicable diseases*. s.l.:s.n.
- Zarkin, G. A., Dean, N., Mauskopf, J. A. & Williams, R., 1993. Potential health benefits of nutrition label changes.. *American Journal of Public Health*, Issue 5, pp. 717-724.
- Zhang, D. et al., 2017. Nutrition Label Use and Sodium Intake in the U.S.. *American Journal of Preventive Medicine*, Issue 6, pp. 220-227.
- Κυρανάς, Ε., 2012. *Πρόσθετα τροφίμων και νομοθεσία*. Θεσσαλονίκη : Τζιόλα.
- Φερενίδου, Σ. & Μπεκρή, Μ., 2015. *Η άποψη των καταναλωτών της Αθήνας και Θεσσαλονίκης για την διατροφική επισήμανση των τροφίμων*., Σίνδος: s.n.
- ΕΦΕΤ, χ.χ. *EFET (Hellenic Food Authority)*. [Online]
Available at:

http://www.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/sociable_legislations/food_notification

Commonwealth of Australia, 2014. *Health Star Rating System*. [Online]

Available at:

<http://healthstarrating.gov.au/internet/healthstarrating/publishing.nsf/Content/About-health-stars>

Health Canada, 2013. *Canada.ca*. [Online]

Available at: <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/food-nutrition/food-labelling/nutrition-labelling/regulations-compliance/nutrition-labelling-claims-regulations-frequently-asked-questions.html#b1>

Register, F., 1991. [Online]

Available at: <http://foodrisk.org/files/NLEA-Prop.pdf>