



ΔΙΕΘΝΕΣ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΥΓΕΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ

Πτυχιακή Εργασία

**Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗΣ  
ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗΣ ΕΤΙΚΕΤΑΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ  
ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ**

Των φοιτητριών:

ΚΑΡΑΚΑΣΙΔΟΥ ΣΟΦΙΑΣ (Α.Μ. 4173)  
ΠΑΡΑΣΚΕΥΑ ΓΕΩΡΓΙΑΣ (Α.Μ. 4224)  
ΣΑΝΤΗ ΙΩΑΝΝΑΣ (Α.Μ. 4188)

Επιβλέπων: ΚΥΡΑΝΑΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του πτυχίου  
στο Τμήμα Επιστημών Διατροφής και Διαιτολογίας

Σεπτέμβριος 2019

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους τους συμμετέχοντες που έλαβαν μέρος στην έρευνά μας. Τον καθηγητή μας κ. Κυρανά Ευστράτιο για την πολύτιμη βοήθεια που μας παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της εργασίας μας, καθώς και τις οικογένειες μας για την αμέριστη στήριξη τους.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

**Εισαγωγή:** Ως διατροφική ετικέτα ορίζεται η παροχή πληροφοριών στο πίσω ή και στο μπροστινό μέρος μιας συσκευασίας σχετικά με την περιεκτικότητα ενός τροφίμου σε θρεπτικά συστατικά. Η διατροφική επισήμανση αποτελεί ουσιαστικό τμήμα της αγοράς των τροφίμων, καθώς μέσω της ανάγνωσής της έχει φανεί ότι προλαμβάνονται διάφορες παθολογικές καταστάσεις (διαβήτης, υπέρταση κ.ά.).

**Σκοπός:** Η συγκεκριμένη έρευνα έχει σκοπό να μελετήσει την αγοραστική συμπεριφορά καταναλωτών και συγκεκριμένα αν αυτή επηρεάζεται από τις διατροφικές ετικέτες των προϊόντων. Μελετώνται διάφοροι παράγοντες όπως η επιρροή απόφασης για αγορά, η επιρροή απόφασης από διατροφικές ετικέτες, η εξέταση πληροφοριών ετικέτας και η τακτική ανάγνωση ετικέτας, οι οποίοι εξετάζονται με σχέση τα δημογραφικά στοιχεία.

**Μεθοδολογία:** Στη μελέτη έλαβαν μέρος 1.200 άτομα, γυναίκες και άνδρες, ηλικίας από 18 και άνω, οι οποίοι ήταν Έλληνες πολίτες. Τα άτομα αυτά έλαβαν ερωτηματολόγια σχετικά με τη διατροφική ετικέτα. Τα αποτελέσματα διερευνήθηκαν με τις μεθόδους της περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής. Το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας ορίστηκε σε  $p=0,05$ . Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS, με παράλληλη χρήση του Microsoft office Excel 2016.

**Αποτελέσματα:** Η πλειοψηφία του δείγματος ήταν Ελληνίδες γυναίκες ηλικίας 18-30 ετών που κατάγονταν από το νομό Θεσσαλονίκης. Το συνολικό τους βάρος κυμαίνονταν από 42,5 ως 74,5 kg και το ύψος τους από 1,70 ως 1,77 m, ενώ ο ΔΜΣ τους εκτιμήθηκε από 15,80 ως 24,80. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος ήταν άγαμοι χωρίς παιδιά. Σχετικά με το μορφωτικό τους επίπεδο οι περισσότεροι ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ, με οικογενειακό εισόδημα πάνω από 1.500 ευρώ. Όσον αφορά το επάγγελμα, οι περισσότεροι δήλωσαν ότι είναι φοιτητές. Οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους και ότι διαβάζουν συχνά τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας

των τροφίμων, όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά. Ότι επηρεάζουν συχνά τις αγορές τους οι διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας, ότι διαβάζουν συχνά τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλο- συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα), όπως επίσης και ότι συχνά επηρεάζουν τις αγορές τους οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα της συσκευασίας των τροφίμων. Δεν αναφέρθηκαν ιδιαίτερα στους λόγους αποφυγής ανάγνωσης της ετικέτας.

**Συμπεράσματα:** Οι γυναίκες και τα άτομα με ηλικίας από 31ως 60 ετών επηρεάζονται περισσότερο από τους εξεταζόμενους παράγοντες για αγορά των τροφίμων, από τις διατροφικές ετικέτες. Εξετάζουν περισσότερο τις πληροφορίες των ετικετών και κάνουν τακτική ανάγνωση κυρίως τα νεαρότερα ή ηλικιωμένα άτομα. Παρατηρήθηκε επίσης ότι άτομα με μικρότερο βάρος και ΔΜΣ επηρεάζονται περισσότερο στις αγορές τους από τις διατροφικές ετικέτες, τις οποίες διαβάζουν συχνότερα και σε μεγαλύτερο βαθμό.

**Λέξεις κλειδιά:** διατροφικές ετικέτες, πληροφορίες, διατροφή, τρόφιμα, θρεπτικά συστατικά

## ABSTRACT

**Introduction:** A nutrition label is to provide information on the back and / or front of a package about the nutrient content of a food. Dietary labeling is an essential part of the food market, as it has been shown to prevent various pathological conditions (diabetes, hypertension, etc.).

**Purpose:** The purpose of this research is to study consumer buying behavior, in particular whether it is influenced by the food labels of products. Various factors such as the influence of a purchasing decision, the influence of a decision on dietary labels, the tag information check and the regular label reading, which are examined with a demographic relationship, are studied.

**Methodology:** The study involved 1,200 people, women and men, aged 18+, who were Greek citizens. These people received questionnaires on the nutrition label. The results were investigated by the methods of descriptive and inductive statistics. The level of statistical significance was set at  $p = 0.05$ . The analysis was performed with the SPSS statistical program, while using Microsoft Office Excel 2016.

**Results:** The majority of the sample were female women aged 18-30 years who came from the prefecture of Thessaloniki. Their total weight ranged from 42.5 to 74.5 kg and their height from 1.70 to 1.77 m while their BMI was estimated from 15.80 to 24.80. Most of the sample was unmarried without children. Regarding their educational level, most of them were graduates with AIUs, with a family income of over 1,500 euros. Regarding the profession, most of them said they were students. Participants stated that it is mandatory to indicate the composition of the food in their packaging and that they often read the basic information on the food label when they buy a product for the first time. Food and feed preferences and requirements of other family members often affect their purchases, they often read the label information on ingredients in large components (eg proteins, sugars, fat, fiber), as well as that food information on the food packaging label often affects their markets. They did not particularly mention the reasons for avoiding reading the label.

**Conclusions:** Women and individuals aged between 31 and 60 are more affected by the factors considered for food, from food labels. They look more at tag information and regularly read the younger or older people. It has also been noticed that people with a lower weight and BMI are more affected by their dietary labels, which they read more often and to a greater extent.

**Keywords:** nutrition labels, information, nutrition, food, nutrients

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	3
ABSTRACT .....	5
Κατάλογος Πινάκων .....	9
Κατάλογος Διαγραμμάτων .....	11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	15
1.1. Τι περιέχει μια διατροφική ετικέτα.....	15
1.1.1. Ονομασία πώλησης.....	15
1.1.2. Συστατικά .....	16
1.1.3. Καθαρό βάρος ή όγκος του τροφίμου .....	17
1.1.4. Χρόνος ελάχιστης διατηρησιμότητας .....	17
1.1.5. Στοιχεία παρασκευαστή.....	18
1.1.6. Οδηγίες χρήσης .....	18
1.1.7 Ιδιαίτερες συνθήκες συντήρησης .....	18
1.1.8 Πρόσθετες πληροφορίες στις διατροφικές ετικέτες.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	20
2.1 Αλλεργιογόνες ουσίες στα τρόφιμα.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	24
3.1 Ισχυρισμοί διατροφής και υγείας .....	24
3.2 Νομοθετικό πλαίσιο .....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	31
4.1 Πληροφορίες διατροφής- Ετικέτες Διαθρεπτικής Επισήμανσης.....	31
4.1.1. Ενέργεια .....	31
4.1.2. Πρωτεΐνη .....	31
4.1.3. Υδατάνθρακες .....	31
4.1.4. Λιπαρά.....	32
4.1.5. Φυτικές (εδώδιμες) ίνες.....	32
4.1.6. Νάτριο .....	32
4.1.7. Βιταμίνες, ανόργανα άλατα (μέταλλα και ιχνοστοιχεία).....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	35
5.1. Μεθοδολογία έρευνας.....	35
5.2. Ανάλυση δεδομένων .....	40
ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	91

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	91
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	94
Παραρτήματα.....	98



## Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1: Τόπος διαμονής.....	41
Πίνακας 2: Δημογραφικά στοιχεία.....	44
Πίνακας 3: Συχνότητα άσκησης.....	50
Πίνακας 4: Κατάσταση υγείας.....	51
Πίνακας 5: Ετοιμασία και αγορά φαγητού.....	52
Πίνακας 6: Συχνότητα και χρόνος αγοράς τροφίμων.....	54
Πίνακας 7: Έξοδα.....	55
Πίνακας 8: Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων.....	57
Πίνακας 9: Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων ..... στη συσκευασία τους;	58
Πίνακας 10: Ετικέτες τροφίμων.....	59
Πίνακας 11: Λόγοι αποφυγής ανάγνωσης των ετικετών.....	61
Πίνακας 12: Πραγματοποίηση αγοράς τροφίμων.....	62
Πίνακας 13: Συνιστώμενη Ημερήσια Δόση - Σ.Η.Δ.....	64
Πίνακας 14: Ανάγνωση ετικετών τροφίμων.....	68
Πίνακας 15: Προτάσεις βελτίωσης ετικετών.....	69
Πίνακας 16: Ανάλυση αξιοπιστίας.....	70
Πίνακας 17: Διαστάσεις *Φύλο independent samples t-test για ..... εκπαιδευτικούς γενικής αγωγής	71
Πίνακας 18: Διαστάσεις *Ηλικία, έλεγχος ANOVA.....	74
Πίνακας 19: Επιρροή αγοράς *Ηλικία, Post hoc analysis Bonferroni.....	74
Πίνακας 20: Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες *Ηλικία, Post hoc..... analysis Bonferroni	75
Πίνακας 21: Εξέταση πληροφοριών ετικέτας *Ηλικία, Post hoc..... analysis Bonferroni	75
Πίνακας 22: Τακτική ανάγνωση της ετικέτας *Ηλικία, Post hoc..... analysis Bonferroni	75
Πίνακας 23: Διαστάσεις *Βάρος, Ύψος, ΔΜΣ, συσχετίσεις Pearson.....	77
Πίνακας 24: Διαστάσεις *Οικογενειακό κατάσταση independent ..... samples t-test	78
Πίνακας 25: Διαστάσεις *Αριθμός παιδιών, συσχετίσεις Pearson.....	79
Πίνακας 26: Διαστάσεις *Εθνικότητα κατάσταση independent samples t-test.....	80
Πίνακας 27: Διαστάσεις *Μορφωτικό επίπεδο, έλεγχος Kruskal-Wallis.....	81
Πίνακας 28: Διαστάσεις *Οικογενειακό εισόδημα, έλεγχος ANOVA.....	83
Πίνακας 29: Επιρροή αγοράς *Οικογενειακό εισόδημα, Post hoc..... analysis Bonferroni	83
Πίνακας 30: Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες *Οικογενειακό ..... εισόδημα, Post hoc analysis Bonferroni	84
Πίνακας 31: Εξέταση πληροφοριών ετικέτας *Οικογενειακό εισόδημα, ..... analysis Bonferroni	84

Post hoc analysis Bonferroni	
<b>Πίνακας 32:</b> Τακτική ανάγνωση της ετικέτας*Οικογενειακό εισόδημα, .....	85
Post hoc analysis Bonferroni	
<b>Πίνακας 33:</b> Διαστάσεις * Επάγγελμα, έλεγχος Kruskal-Wallis .....	87
<b>Πίνακας 34 :</b> Επιρροή αγοράς*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis.....	88
<b>Πίνακας 35:</b> Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες*Νομός, .....	89
έλεγχος Kruskal-Wallis	
<b>Πίνακας 36:</b> Εξέταση πληροφοριών ετικέτας*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis.....	89
<b>Πίνακας 34:</b> Τακτική ανάγνωση της ετικέτας*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis.....	90
<b>Πίνακας 38:</b> Διαστάσεις*Πόλη/Χωριό, έλεγχος Kruskal-Wallis.....	91

## Κατάλογος Διαγραμμάτων

Γράφημα 1: Νομός.....	42
Γράφημα 2: Πόλη/Χωριό.....	42
Γράφημα 3: Φύλο.....	45
Γράφημα 4: Ηλικία.....	45
Γράφημα 5: Βάρος.....	46
Γράφημα 6: Ύψος.....	46
Γράφημα 7: ΔΜΣ.....	47
Γράφημα 8: Οικογενειακή κατάσταση.....	47
Γράφημα 9: Αριθμός παιδιών.....	48
Γράφημα 10: Εθνικότητα.....	48
Γράφημα 11: Μορφωτικό επίπεδο.....	49
Γράφημα 12: Οικογενειακό εισόδημα.....	49
Γράφημα 13: Επάγγελμα.....	50
Γράφημα 14: Συχνότητα άσκησης.....	51
Γράφημα 15: Κατάσταση υγείας.....	52
Γράφημα 16: Ετοιμασία φαγητού.....	53
Γράφημα 17: Αγορά φαγητού.....	53
Γράφημα 18: Συχνότητα και χρόνος αγοράς τροφίμων.....	54
Γράφημα 19: Συνολικά έξοδα.....	55
Γράφημα 20: Έξοδα διατροφής.....	56
Γράφημα 21: Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων.....	57
Γράφημα 22: Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους;.....	58
Γράφημα 23: Ετικέτες τροφίμων.....	60
Γράφημα 24: Λόγοι αποφυγής ανάγνωσης των ετικετών.....	61
Γράφημα.25:Πραγματοποίηση αγοράς τροφίμων.....	63
Γράφημα 26: Το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο;.....	65
Γράφημα 27: Η περιεκτικότητα σε σάκχαρα είναι υψηλή;.....	65
Γράφημα 28: Η περιεκτικότητα σε λίπη είναι περιορισμένη;.....	66
Γράφημα 29: Η περιεκτικότητα σε κορεσμένα λίπη είναι χαμηλή;.....	66
Γράφημα 30: Η περιεκτικότητα σε αλάτι είναι υψηλή;.....	67
Γράφημα 31: Ανάγνωση ετικετών τροφίμων.....	68
Γράφημα 32: Προτάσεις βελτίωσης ετικετών.....	69
Γράφημα 33: Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για τις διαστάσεις*Φύλο.....	72
Γράφημα 34: Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών γιαΕπιρροή αγοράς * Ηλικία.....	76

<b>Γράφημα 35:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες* Ηλικία.....	76
<b>Γράφημα 36:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Εξέταση πληροφοριών ετικέτας* Ηλικία.....	76
<b>Γράφημα 37:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Τακτική ανάγνωση της ετικέτας* Ηλικία.....	77
<b>Γράφημα 38:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για τις διαστάσεις «Επιρροή αγοράς», «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» και «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας»* Οικογενειακή κατάσταση.....	79
<b>Γράφημα 39:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για τις διαστάσεις «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» και «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας»* Εθνικότητα.....	80
<b>Γράφημα 40:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές στις μέσες βαθμίδες για τακτική ανάγνωση ετικέτας* μορφωτικό επίπεδο.....	82
<b>Γράφημα 41:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Επιρροή αγοράς* Οικογενειακό εισόδημα.....	85
<b>Γράφημα 42:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες* Οικογενειακό εισόδημα.....	85
<b>Γράφημα 43:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Εξέταση πληροφοριών ετικέτας* Οικογενειακό εισόδημα.....	86
<b>Γράφημα 44:</b> Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για Τακτική ανάγνωση της ετικέτας* Οικογενειακό εισόδημα.....	86

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η διατροφική ετικέτα των τροφίμων περιέχει πληροφορίες για τα συστατικά και τα διατροφικά στοιχεία ενός προϊόντος και μας βοηθά να επιλέξουμε μεταξύ διαφορετικών τροφίμων. Δεδομένου ότι η Ελλάδα είναι χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι νόμοι σχετικά με τις ετικέτες τροφίμων είναι βασισμένοι στην κοινοτική νομοθεσία. Γι' αυτό από το τέλος του 2014 και με βάση τον κανονισμό 1169/2011 η επισήμανση των διατροφικών στοιχείων έγινε υποχρεωτική.

Στις συσκευασίες σχεδόν όλων των τροφίμων αναγράφονται υποχρεωτικά και διάφορες άλλες πληροφορίες σχετικές με το όνομα του τροφίμου, τα συστατικά ανά 100 g ή ανά μερίδα, η προέλευση του προϊόντος, καθώς και εάν το τρόφιμο είναι βιολογικής προέλευσης ή γενετικά τροποποιημένο, τα συστατικά του, το καθαρό βάρος του, η διάρκεια ζωής του προϊόντος, οι συνθήκες διατήρησης ή αποθήκευσης για την συντήρηση του τροφίμου μέχρι την ημερομηνία λήξης του και πληροφορίες επικοινωνίας σχετικές με την εταιρεία που το παρασκεύασε. Επίσης, πολλά τρόφιμα αναγράφουν διατροφικούς ισχυρισμούς με σκοπό τη βελτίωση της χοληστερίνης, της υπέρτασης κ.α., οι οποίοι πρέπει να μην παραπλανούν τον καταναλωτή. Η γνώση της θρεπτικής σύστασης των φαγητών ή καλύτερα η ορθή ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας χωρίς να υπάρχουν παρερμηνείες είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για την υγιεινή διατροφή (Whitney & Sizer, 2010).

Στο **πρώτο κεφάλαιο** γίνεται αναφορά στην επισήμανση των τροφίμων. Συγκεκριμένα αναφέρονται στοιχεία όπως είναι η ονομασία πώλησης, τα συστατικά του προϊόντος, το βάρος και ο όγκος του, ο χρόνος ελάχιστης διατηρησιμότητας και η συσκευασία αποθήκευσης, τα στοιχεία του παρασκευαστή, οι οδηγίες χρήσης και ο αριθμός παρτίδας.

Το **δεύτερο κεφάλαιο** επικεντρώνεται στις αλλεργιογόνες ουσίες των τροφίμων. Το  **τρίτο κεφάλαιο** εστιάζεται στους ισχυρισμούς υγείας και στο νομοθετικό πλαίσιο. Στο τελευταίο **τέταρτο κεφάλαιο** του θεωρητικού πλαισίου, παρατίθενται πιο αναλυτικά οι πληροφορίες διατροφής ή αλλιώς οι ετικέτες διαθρεπτικής επισήμανσης. Αναφέρεται το περιεχόμενο αυτών και συγκεκριμένα η ενέργεια, η πρωτεΐνη, οι υδατάνθρακες, τα λιπαρά, οι φυτικές ίνες, το νάτριο, οι

βιταμίνες και τα ανόργανα άλατα. Τέλος, αναλύεται η έννοια των ισχυρισμών διατροφής.

Το πειραματικό μέρος της παρούσας εργασίας περιλαμβάνει τη μεθοδολογία έρευνας και την ανάλυση των δεδομένων. Ακολουθούν η συζήτηση των αποτελεσμάτων, τα συμπεράσματα, η βιβλιογραφία και τα παραρτήματα, στα οποία συμπεριλαμβάνεται και το ερωτηματολόγιο της έρευνας.

# ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η επισήμανση και ιδιαίτερα η διατροφική ετικέτα αποτελούν μέσο επικοινωνίας μεταξύ του παραγωγού του τροφίμου και του καταναλωτή, παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με το εκάστοτε τρόφιμο (EUFIC, 2010). Πιο συγκεκριμένα, με τον όρο διατροφική ετικέτα εννοούμε τις πληροφορίες που περιέχονται στο μπροστινό ή στο πίσω μέρος μιας συσκευασίας σχετικά με τα θρεπτικά συστατικά ενός τροφίμου. Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να μην παραπλανούν τους καταναλωτές. Επιπλέον, η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες θα πρέπει να είναι ουσιαστική και κατανοητή ως προς αυτούς, βοηθώντας τους να διαβάσουν τις ετικέτες των τροφίμων και να συγκρίνουν τα διάφορα τρόφιμα μεταξύ τους. Η ακριβής και ευανάγνωστη διατροφική επισήμανση είναι ένας αξιόλογος στόχος για τη δημόσια υγεία και θα πρέπει να θεωρείται ως μια σημαντική στρατηγική για την αντιμετώπιση των κακών διατροφικών συνηθειών (Roberto & Khandpur, 2014; EUFIC, 2015).

### 1.1. Τι περιέχει η επισήμανση των τροφίμων

Μέσω της επισήμανσης αναγράφονται στη συσκευασία των τροφίμων κάποιες πληροφορίες χρήσιμες για τον καταναλωτή, οι οποίες αφορούν τα τρόφιμα. Έχει ως στόχο τόσο την ενημέρωση, όσο και τις σωστές επιλογές σχετικά με το τι πρέπει να καταναλώνεται. Σύμφωνα με τη νομοθεσία (Κανονισμός ΕΕ αριθ. 1169/2011), σε κάθε συσκευασμένο τρόφιμο πρέπει να επισημαίνονται τα ακόλουθα:

#### 1.1.1. Ονομασία πώλησης

Με τον όρο ονομασία πώλησης εννοείται η ονομασία που προβλέπεται από τις διατάξεις που ισχύουν στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα για το τρόφιμο αυτό. Η

ονομασία του προϊόντος πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες για τη φυσική κατάσταση του τροφίμου ή για την ειδική επεξεργασία στην οποία έχει υποβληθεί, όπως για παράδειγμα αν είναι σε σκόνη, αν είναι κατεψυγμένο ή συμπυκνωμένο. Η επεξεργασία με ιοντίζουσα ακτινοβολία πρέπει να αναφέρεται πάντοτε (Guidance for Industry: A Food Labeling Guide, 2009).

Η ονομασία πώλησης πρέπει να είναι κατανοητή στο κοινό. Στην ουσία αποτελεί μία σύντομη περιγραφή του προϊόντος, διατυπωμένη με ακρίβεια, ώστε ο καταναλωτής να αντιλαμβάνεται την πραγματική φύση του προϊόντος και να το διακρίνει από άλλα συναφή. Ο τρόπος αναγραφής και το περιεχόμενο της ονομασίας πώλησης είναι συγκεκριμένος και καθορίζεται σαφώς στις σχετικές νομοθετικές διατάξεις (FDA, 2013).

### **1.1.2. Συστατικά (επισήμανση διατροφικών στοιχείων)**

Ως συστατικό ορίζεται κάθε ουσία, συμπεριλαμβανομένων και των πρόσθετων, που χρησιμοποιείται στην παραγωγή ή την παρασκευή ενός τροφίμου και συνεχίζει να υπάρχει στο τελικό προϊόν, έστω και σε τροποποιημένη μορφή (Αθανασόπουλος, 2008).

Με τον όρο πρόσθετη ύλη εννοούμε οποιοδήποτε ουσία, η οποία δεν καταναλώνεται μόνη της και η οποία αποτελεί προσθήκη στα τρόφιμα για τεχνολογικούς σκοπούς (παραγωγή, μεταποίηση, κατεργασία, συσκευασία, αποθήκευση). Με αυτόν τον τρόπο, η πρόσθετη ύλη αποτελεί άμεσα ή έμμεσα συστατικό στοιχείο των τροφίμων (Γενικό Χημείο Κράτους, Κώδικας Τροφίμων και αντικειμένων κοινής χρήσης, 2005).

Τα συστατικά (συμπεριλαμβανομένων και των πρόσθετων) παρατίθενται εντός πλαισίου κατά σειρά βάρους, ξεκινώντας με το συστατικό που βρίσκεται σε μεγαλύτερη ποσότητα και καταλήγοντας σε αυτό που περιέχεται σε μικρότερη ποσότητα. Το νερό δεν περιλαμβάνεται πάντα, αφού αποτελεί φυσικό συστατικό του τροφίμου. Αξίζει να τονιστεί, πως η αναγραφή των διατροφικών στοιχείων (συστατικών) δεν απαιτείται (ΕΚ αριθ. 1169/2011):

- ✓ στα νωπά φρούτα ή λαχανικά, που δεν έχουν αποφλοιωθεί, κοπεί ή υποστεί παρόμοια επεξεργασία,



- ✓ στα αεριούχα νερά,
- ✓ στο ξύδι ζύμωσης,
- ✓ στα τυριά,
- ✓ στο βούτυρο,
- ✓ στα είδη γάλακτος που έχουν υποστεί ζύμωση
- ✓ στα προϊόντα που αποτελούνται από ένα μόνο συστατικό .

Σύμφωνα με τον Αθανασόπουλο (2008), για τα συστατικά που περιγράφονται με την ονομασία του προϊόντος (π.χ. ντοματόσουπα), με εικόνες ή με λέξεις (π.χ. «με φράουλες») ή τα οποία είναι βασικά για το χαρακτηρισμό ενός τροφίμου (π.χ. ποσοστό κρέατος στο «Chilicon carne»), πρέπει να αναγράφεται το ποσοστό τους.

### **1.1.3. Καθαρό βάρος ή όγκος του τροφίμου**

Στο πλαίσιο της διατροφικής ετικέτας θα πρέπει να αναγράφεται και το καθαρό βάρος ή ο όγκος του τροφίμου (βάρος χωρίς τη συσκευασία). Η καθαρή ποσότητα του περιεχομένου εμφανίζεται εκτός ετικέτας ως ξεχωριστό στοιχείο, στο κάτω μέρος και στο 30% της κύριας πρόσοψής της.

Όταν συγκριθούν οι θρεπτικές ουσίες ή θερμίδες σε δυο ή περισσότερα κομμάτια στο ίδιο φαγητό, πρέπει να γίνει έλεγχος στο μέγεθος της μερίδας γιατί μπορεί να διαφέρει. Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί η σημασία του σήματος Ε. Το σήμα αυτό συνοδεύει συνήθως την αναγραφόμενη ποσότητα στα τρόφιμα. Η ευρωπαϊκή νομοθεσία έχει δώσει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να κάνουν χρήση της μέσης τιμής, για το βάρος ή τον όγκο των προϊόντων τους, εξαιτίας των διακυμάνσεων των μηχανών πλήρωσης (FDA, 2013).

### **1.1.4. Χρόνος ελάχιστης διατηρησιμότητας**

Βασικό και υποχρεωτικό πεδίο της επισήμανσης είναι ο χρόνος ζωής των προϊόντων. Ο τρόπος με τον οποίο αναγράφεται η εκάστοτε διάρκεια ζωής ακολουθεί συγκεκριμένους κανόνες.

Πιο συγκεκριμένα, στα τρόφιμα που συντηρούνται λιγότερο από 3 μήνες αναγράφεται η ημέρα και ο μήνας, στα τρόφιμα με διάρκεια μεγαλύτερη από τρεις

μήνες, αναγράφεται ο μήνας και το έτος. Τέλος στα τρόφιμα με διάρκεια ζωής πάνω από 18 μήνες αναγράφεται μόνο το έτος.

Η ημερομηνία λήξης εμφανίζεται με τη μορφή «Ανάλωση κατά προτίμηση πριν ...» ή «Ανάλωση κατά προτίμηση πριν από το τέλος...». Στα τρόφιμα που μπορούν να αλλοιωθούν εύκολα (π.χ. τα αλλαντικά, το γάλα, το τυρί κ.λπ.) η ένδειξη έχει τη μορφή «Ανάλωση μέχρι...». Και αντίστοιχα «Όταν ανοιχτεί η συσκευασία το προϊόν διατηρείται για 4 ημέρες στους 2-4°C» (Γενικό Χημείο Κράτους, 2005; FDA, 2013).

#### **1.1.5. Στοιχεία του παρασκευαστή**

Ο τρόπος με τον οποίο αναγράφεται η επωνυμία και η διεύθυνση του παρασκευαστή ή του εισαγωγέα στη συσκευασία θα πρέπει να είναι σαφής και ευανάγνωστος. Αξίζει να επισημανθεί πως εκτός από την επωνυμία της επιχείρησης θα πρέπει να αναφέρεται και η ακριβής διεύθυνση της έδρας της εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η ένδειξη της χώρας προέλευσης είναι υποχρεωτική για κάποιες κατηγορίες προϊόντων όπως τα φρούτα, το κρέας και τα λαχανικά (Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής, 2009 και FDA, 2013).

#### **1.1.6. Οδηγίες χρήσης**

Όσον αφορά τις οδηγίες χρήσης, αυτές συμπεριλαμβάνονται στη επισήμανση ενός τροφίμου, όταν η παράλειψή τους δεν επιτρέπει τη σωστή χρήση του τροφίμου. Στην ουσία αφορούν τρόφιμα τα οποία δεν μπορούν να καταναλωθούν απ' ευθείας, αλλά θα πρέπει να προετοιμαστούν (Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής, 2009).

#### **1.1.7 Ιδιαίτερες συνθήκες συντήρησης**

Οι επιχειρήσεις τροφίμων είναι υποχρεωμένες να αναγράφουν οδηγίες για τη συντήρηση και χρήση των προϊόντων, αφού η ημερομηνία λήξης από μόνη της δεν εξασφαλίζει την ασφαλή κατανάλωση τους (Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής, 2009).

### 1.1.8 Πρόσθετες πληροφορίες στις διατροφικές ετικέτες

- Αριθμός παρτίδας τροφίμου:

Με τον όρο παρτίδα εννοούμε το σύνολο των μονάδων πώλησης ενός τροφίμου, που παράγεται, παρασκευάζεται ή συσκευάζεται στις ίδιες ακριβώς συνθήκες. Πριν από την ένδειξη της παρτίδας προηγείται το γράμμα "L". Η παρτίδα ορίζεται από τον παραγωγό, τον παρασκευαστή, τον συσκευαστή του τροφίμου με δικά τους αποκλειστικά ευθύνη. Η ένδειξη αυτή είναι προαιρετική στην περίπτωση που στην ετικέτα αναγράφεται ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητας.

Σύμφωνα με τον Ενιαίο Φορέα Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ), η χρήση του αριθμού παρτίδας κρίνεται ως επιτακτική σε περιπτώσεις απόσυρσης (παρεμπόδιση έκθεσης προϊόντος στους καταναλωτές) ή ανάκλησης (επιστροφή ενός επικίνδυνου προϊόντος) κάποιου προϊόντος (Οδηγία 2001/95/ΕΚ).

- Πως ξεχωρίζουμε τα ελληνικά προϊόντα:

Για τα προϊόντα που παράγονται στην Ελλάδα τα πρώτα τρία νούμερα στον γραμμικό κώδικα είναι 5 20 ή 5 21. Έτσι, σε περίπτωση που το προϊόν δεν έχει τους κωδικούς 520 ή 521 δεν είναι ελληνικό κατά 98%. Αν τους έχει, σε ποσοστό πιθανότητας 95%, είναι ελληνικό (Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής, 2009).

- Βιολογικό

Με βάση τη νομοθεσία της ΕΕ, η λέξη «βιολογικό» επιτρέπεται μόνον εφόσον παραπέμπει σε ειδικές μεθόδους παραγωγής τροφίμων, οι οποίες τηρούν υψηλά πρότυπα προστασίας του περιβάλλοντος και καλής μεταχείρισης των ζώων (Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής, 2009).

- Γενετικά Τροποποιημένοι Οργανισμοί (ΓΤΟ)

Η σήμανση είναι υποχρεωτική για προϊόντα που περιέχουν άνω του 0,9% Γενετικά Τροποποιημένους Οργανισμούς. Όλες οι ουσίες που προέρχονται από ΓΤΟ πρέπει να αναφέρονται στον κατάλογο των συστατικών με τις λέξεις «γενετικά τροποποιημένο»(Moses & Brookes, 2013).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### 2.1 Αλλεργιογόνες ουσίες στα τρόφιμα

Εξέχουσας σημασίας αποτελεί η πληροφορία στις ετικέτες τροφίμων που προειδοποιεί για αλλεργίες. Απόρροια των τροφικών αλλεργιών αποτελούν τόσο η εμφάνιση εξανθημάτων, η δύσπνοια και δυσφορία, όπως και πιο σημαντικές για την υγεία επιπτώσεις όπως το αναφυλακτικό σοκ (Σειραγάκης, 2002).

Η νομοθεσία στην Ευρωπαϊκή Ένωση απαιτεί την επισήμανση δεκατεσσάρων αλλεργιογόνων ουσιών. Ωστόσο, δεν κρίνεται απαραίτητη η επισήμανση της σε περίπτωση απουσίας τους, εκτός από την περίπτωση που ένα προϊόν αναφέρεται σε άτομα που έχουν μια συγκεκριμένη αλλεργία ή δυσανεξία.

Αξίζει να επισημανθεί πως οι καταναλωτές με τροφικές αλλεργίες θεωρούν αρκετά χρονοβόρα τη διαδικασία αγοράς των κατάλληλων προϊόντων, εξαιτίας κυρίως της έλλειψης πληροφοριών των διατροφικών ετικετών. Μια προσπάθεια να κατανοηθεί η καταναλωτική συμπεριφορά Βρετανών γονέων που έχουν παιδιά με αλλεργία στους ξηρούς καρπούς, έδειξε ότι περίπου το 80% των γονέων δεν θα αγόραζε ένα προϊόν στο οποίο θα αναγράφεται το «ακατάλληλο για άτομα με αλλεργία στους ξηρούς καρπούς» ή «μπορεί να περιέχει ξηρούς καρπούς». Επιπλέον, η ίδια έρευνα έδειξε πως μόνο το 50% των γονέων δεν αγοράζουν προϊόντα στα οποία να αναγράφεται «αυτό το προϊόν δεν περιέχει ξηρούς καρπούς, αλλά παρασκευάζεται σε εργοστάσιο που χρησιμοποιεί ξηρούς καρπούς», «δεν είναι εγγυημένα ελεύθερο ξηρών καρπών» και «μπορεί να περιέχει ίχνη ξηρών καρπών» (Noimark et al., 2009). Η παραπάνω μελέτη δείχνει τη σύγχυση που επικρατεί στο καταναλωτικό κοινό στην προσπάθεια του να εντοπίσει και να αποφασίσει για την καταλληλότητα συγκεκριμένων για τις ανάγκες του προϊόντων (EUFIC, 2010).

Μελέτες έχουν δείξει, πως οι διαφοροποιήσεις που εμφανίζονται στη συχνότητα εμφάνισης τροφικών αλλεργιών είναι τόσο ηλικιακές όσο και γεωγραφικές. Το 2% των ενηλίκων και το 8% των παιδιών παγκοσμίως, παρουσιάζουν αλλεργίες που οφείλονται στα τρόφιμα. Οι γεωγραφικές από την άλλη διαφοροποιήσεις οφείλονται τόσο σε περιβαλλοντικούς όσο και ατομικούς

παράγοντες. Έτσι, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό των εφήβων με αλλεργικές ευαισθησίες ανέρχεται στο 3,7%, στην Μ.Βρετανία το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται σε 32,2%. Ταυτόχρονα ενώ στην Πολωνία ή την Λιθουανία τα παιδιά που παρουσιάζουν αλλεργίες είναι το 8%, στην Ιρλανδία φθάνουν το 29% (EFSA, 2014).

Τα προαναφερθέντα αποτελέσματα έδωσαν ώθηση στις βιομηχανίες τροφίμων στην Ευρώπη να αναπτύξουν συστήματα ασφάλειας τροφίμων (HACCP). Έτσι, στην επισήμανση των τροφίμων πρέπει να αναγράφονται τόσο τα συστατικά όσο μια τα παράγωγά τους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να τροποποιηθεί η νομοθεσία της ΕΕ έχοντας ως γνώμονα την σαφή αναγραφή όλων των αλλεργιογόνων ουσιών. Για συστατικά που παράγονται από μία ουσία που περιλαμβάνεται στον κατάλογο των αλλεργιογόνων ουσιών θα πρέπει να δηλώνεται και η αλλεργιογόνος ουσία, π.χ. λεκιθίνη (από σόγια) (EUFIC, 2005).

Η νομοθεσία στην ΕΕ απαιτεί την επισήμανση δεκατεσσάρων ουσιών που αποτελούν γνωστές αλλεργιογόνες ουσίες. Πιο αναλυτικά:

- ✓ Δημητριακά που περιέχουν γλουτένη, όπως: σιτάρι, σίκαλη, κριθάρι, βρώμη, όλυρα, σιτηρό kamut ή υβριδικές ποικιλίες τους, και προϊόντα με βάση τα δημητριακά αυτά, εκτός από:
  - α) σιρόπια γλυκόζης με βάση το σιτάρι, συμπεριλαμβανομένης της δεξτρόζης
  - β) μαλτοδεξτρίνες με βάση το σιτάρι
  - γ) σιρόπια γλυκόζης με βάση το κριθάρι
  - δ) σιτηρά που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αλκοολούχων αποσταγμάτων, συμπεριλαμβανομένης της αιθυλικής αλκοόλης γεωργικής προέλευσης.
- ✓ Καρκινοειδή και προϊόντα με βάση τα καρκινοειδή.
- ✓ Αυγά και προϊόντα με βάση τα αυγά.
- ✓ Ψάρια και προϊόντα με βάση τα ψάρια, εκτός από:
  - α) ζελατίνη ψαριών που χρησιμοποιείται ως φορέας σκευασμάτων βιταμινών ή καροτενοειδών
  - β) ζελατίνη ψαριών ή ιχθυόκολλα που χρησιμοποιείται ως διαυγαστικό μέσο σε μπίρες και οίνους.
- ✓ Αραχίδες (αράλικα φιστίκια) και προϊόντα με βάση τις αραχίδες.
- ✓ Σόγια και προϊόντα με βάση τη σόγια, εκτός από:
  - α) πλήρως ραφινρισμένο σογιέλαιο και λίπη που προέρχονται από σόγια

- β) τοκοφερόλες που έχουν αναμειχθεί με φυσικό τρόπο (E306), φυσική D-άλφα τοκοφερόλη, φυσική D-άλφα οξική τοκοφερόλη, φυσική D-άλφα ηλεκτρική τοκοφερόλη από σπέρματα σόγιας
- γ) φυτοστερόλες και φυτοστερολεστέρες που προέρχονται από φυτικά έλαια από σπέρματα σόγιας
- δ) φυτοστανολεστέρα που παράγεται από στερόλες φυτικών ελαίων από σπέρματα σόγιας.
- ✓ Γάλα και προϊόντα με βάση το γάλα (συμπεριλαμβανομένης της λακτόζης), εκτός από:
- α) τον ορό γάλακτος που χρησιμοποιείται για την παραγωγή αλκοολούχων αποσταγμάτων συμπεριλαμβανομένης της αιθυλικής αλκοόλης γεωργικής προέλευσης
- β) λακτιτόλη.
- ✓ Καρποί με κέλυφος, όπως: αμύγδαλα, φουντούκια, καρύδια, καρύδια κάσιους, καρύδια πεκάν, καρύδια Βραζιλίας, φιστίκια, καρύδια μακαντάμια ή καρύδια Κουίνσλαντ και προϊόντα με βάση τα ανωτέρω, εκτός από καρπούς με κέλυφος που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αλκοολούχων αποσταγμάτων συμπεριλαμβανομένης της αιθυλικής αλκοόλης γεωργικής προέλευσης.
- ✓ Σέλινο και προϊόντα με βάση το σέλινο.
- ✓ Σινάπι και προϊόντα με βάση το σινάπι.
- ✓ Σπόροι σησαμιού και προϊόντα με βάση τους σπόρους σησαμιού.
- ✓ Το διοξείδιο του θείου και οι θειώδεις ενώσεις σε συγκεντρώσεις άνω των 10 mg/kg ή 10 mg/litre εκπεφρασμένα ως SO<sub>2</sub> που υπολογίζονται στα προϊόντα που προσφέρονται έτοιμα για κατανάλωση ή που ανασυστάθηκαν σύμφωνα με τις οδηγίες του παρασκευαστή.
- ✓ Λούπινο και προϊόντα με βάση το λούπινο.
- ✓ Μαλάκια και προϊόντα με βάση τα μαλάκια.

Η Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (EFSA) βασίστηκε σε ανασκόπηση όλων των δημοσιευμένων στοιχείων σχετικά με τον επιπολασμό των αλλεργιών εξαιτίας των τροφίμων στην Ευρώπη και επισημαίνει ότι ο επιπολασμός είναι δύσκολο να καθοριστεί, λόγω της έλλειψης διαθέσιμων μελετών για

ορισμένες γεωγραφικές περιοχές και λόγω της χρήσης διαφορετικών μεθοδολογιών για τη συγκέντρωση δεδομένων συχνότητας.

Μελέτες έδειξαν πως το 75% των αλλεργιών στα παιδιά οφείλονται σε τρόφιμα όπως το αυγό, το αγελαδινό γάλα, τα ψάρια και τους ξηρούς καρπούς. Αντίστοιχα στους ενήλικες το 50% των αλλεργιών οφείλονται στα λαχανικά και φρούτα όπως αβοκάντο, ακτινίδιο, μήλα, αχλάδια, τα κεράσια, σέλινο, καρότα και διάφορους ξηρούς καρπούς (EFSA, 2014).

Η Επιστημονική Ομάδα της EFSA προτείνει και προωθεί την επικέντρωση των ερευνών στη συγκέντρωση στοιχείων σχετικά με πρότυπα κατανάλωσης τροφίμων σε αλλεργικά άτομα και τη μελέτη της συσχέτισης αυτών με το γενικό πληθυσμό που δεν παρουσιάζει αλλεργία σε αυτά τα τρόφιμα ([http1](#); [http2](#)).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### 3.1 Ισχυρισμοί διατροφής και υγείας

Η νομοθεσία επιτρέπει τη χρήση δύο ειδών ισχυρισμών, τους ισχυρισμούς υγείας και τους ισχυρισμούς διατροφής. Σύμφωνα με τον Οργανισμό Τροφίμων και Οργάνωσης Υγείας των Ηνωμένων Εθνών / Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας, (2010), ο ισχυρισμός διατροφής είναι αυτός που δηλώνει ότι το τρόφιμο διαθέτει ιδιαίτερες θρεπτικές ιδιότητες, οι οποίες όμως δεν περιορίζονται μόνο στην ενεργειακή αξία και στην περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, λίπη και υδατάνθρακες, καθώς και στην περιεκτικότητα σε βιταμίνες και μέταλλα. Παραδείγματα ισχυρισμών διατροφής είναι οι ισχυρισμοί όπως η "υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες, "καλή πηγή ασβεστίου" , "μειωμένη θερμιδική αξία", "χαμηλά λιπαρά", "χωρίς ζάχαρη" (NLEA, 1990).

Από την άλλη, ο ισχυρισμός υγείας όπως για παράδειγμα «μείωση της χοληστερόλης στο αίμα», δηλώνει ότι υπάρχει σχέση μεταξύ τροφίμων και υγείας (Γενικό Χημείο του Κράτους, 2010).

Για να χρησιμοποιηθεί ένας ισχυρισμός διατροφής και υγείας θα πρέπει:

- ✓ Η θρεπτική ουσία να έχει αποδεδειγμένα ευεργετικό θρεπτικό ή φυσιολογικό αποτέλεσμα.
- ✓ Η θρεπτική ουσία να περιέχεται στο τελικό προϊόν σε σημαντική ποσότητα και να μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τον οργανισμό.
- ✓ Ο ισχυρισμός θα πρέπει να συμμορφώνεται με τους ειδικούς όρους όπως αυτοί διέπουν από τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1924/2006.
- ✓ Οι ισχυρισμοί αναφέρονται σε τρόφιμα έτοιμα προς κατανάλωση.
- ✓ Η χρήση τους επιτρέπεται όταν καταναούνται πλήρως τα ευεργετικά αποτελέσματα που προσφέρουν στον καταναλωτή.

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή νομοθεσία οι ισχυρισμοί διατροφής & υγείας δεν πρέπει (Οδηγίες 90/496/ ΕΟΚ & 2000/13/ΕΚ) :

- ✓ να είναι ψευδείς,
- ✓ παραπλανητικοί,
- ✓ να δημιουργούν αμφιβολίες σχετικά με την ασφάλεια άλλων τροφίμων,
- ✓ να εμφανίζουν ως αποδεκτή την υπερβολική κατανάλωση ενός τροφίμου,



- ✓ να υπονοούν πως μια ισορροπημένη διατροφή δεν μπορεί να παρέχει επαρκείς ποσότητες θρεπτικών ουσιών,
- ✓ να αποδίδουν στο τρόφιμο ιδιότητες πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας ασθενειών,
- ✓ να αναφέρονται σε αλλαγές των λειτουργιών του οργανισμού, οι οποίες θα μπορούσαν να προκαλέσουν αισθήματα φόβου

Ο κανονισμός για τους ισχυρισμούς διατροφής και υγείας εγκρίθηκε από το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, τον Δεκέμβριο του 2006. Ο συγκεκριμένος κανονισμός θεσπίζει κανόνες για τη χρήση των ισχυρισμών διατροφής και υγείας, προβλέποντας την εφαρμογή μέτρων με στόχο να εξασφαλίσει ότι η επισήμανση των τροφίμων είναι ακριβής και αληθής. Για το λόγο αυτό θεσπίστηκε κοινοτικός κατάλογος επιτρεπόμενων ισχυρισμών υγείας.

Ο κατάλογος του άρθρου 13 του Κανονισμού 1924/2006 που απέστειλε ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ) στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν περιλαμβάνει ισχυρισμούς υγείας που αφορούν:

- ✓ την ανάπτυξη και την υγεία των παιδιών,
- ✓ την μείωση του κινδύνου εκδήλωσης ασθένειας,
- ✓ οποιαδήποτε κατηγορία τροφίμου, τρόφιμο ή συστατικό τροφίμου που έχει την ιδιότητα της θεραπείας, της πρόληψης ή της αγωγής της ασθένειας ή κάνει οποιαδήποτε αναφορά σε τέτοια ιδιότητα.

Όλοι οι διατροφικοί ισχυρισμοί πρέπει να τεκμηριώνονται επιστημονικά. Η επιστημονική τεκμηρίωση περιλαμβάνει τα εξής:

- ✓ Μελέτες που δείχνουν λειτουργικότητα
- ✓ Στοιχεία επιστημονικής ομοφωνίας
- ✓ Εξουσιοδότηση διατύπωσης του ισχυρισμού
- ✓ Διαθεσιμότητα των επιστημονικών στοιχείων στους καταναλωτές

Τα παρακάτω δεν αποτελούν ισχυρισμούς διατροφής:

(α) η αναφορά των ουσιών στον κατάλογο των συστατικών

(β) η αναφορά των θρεπτικών συστατικών ως υποχρεωτικό μέρος της διατροφικής επισήμανσης,

(γ) ποσοτική ή ποιοτική δήλωση ορισμένων θρεπτικών συστατικών ή στην ετικέτα εάν απαιτείται από την εθνική νομοθεσία (Guidelines for use on nutrition claims 1997).

Η εξασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων αποτελεί κοινή υποχρέωση μεταξύ των κυβερνήσεων, των παραγωγών, της βιομηχανίας και των καταναλωτών. Η επισήμανση τροφίμων είναι ένας τρόπος ώστε οι καταναλωτές να λαμβάνουν πληροφορίες για τα τρόφιμα που σκέφτονται να αγοράσουν. Η ορθή εφαρμογή των πληροφοριών που υπάρχουν στις ετικέτες των τροφίμων προσφέρουν σιγουριά και προστασία στο καταναλωτικό κοινό (Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, 2006).

Οι κατευθυντήριες γραμμές ισχύουν για όλα τα τρόφιμα και καθορίζουν τους όρους που αντιστοιχούν στις ακόλουθες αξιώσεις διατροφής:

- Χαμηλή: ενέργεια, λιπαρά, κορεσμένα λιπαρά, χοληστερόλη, νάτριο
- Πολύ χαμηλή: νάτριο
- Μηδενική: ενέργεια, λιπαρά, κορεσμένα , χοληστερόλη, σάκχαρα, νάτριο.

Αξίζει να τονιστεί πως στις μέρες μας οι καταναλωτές ενδιαφέρονται να γνωρίζουν την ποιότητα των προϊόντων, τη χώρα καταγωγής, είτε προέρχονται από βιολογική παραγωγή είτε περιέχουν γενετικά τροποποιημένα συστατικά και ο καλύτερος τρόπος για να δοθούν αυτές οι πληροφορίες είναι η σωστή επισήμανση των προϊόντων. Σε πολλές ετικέτες συχνά βλέπουμε κάποιους ισχυρισμούς διατροφής. Ο Πίνακας 1 που ακολουθεί δείχνει αναλυτικά που αναφέρονται.

Εκτός από τους ισχυρισμούς σχετικά με τη διατροφική αξία, ορισμένοι παρασκευαστές τροφίμων επικεντρώθηκαν στα οφέλη που προκαλούν τα τρόφιμα στην υγεία. Η πολιτική αυτή ξεκίνησε όταν πολλοί από τους δεσμούς μεταξύ της διατροφής και της ασθένειας δεν είχαν ακόμη τεκμηριωθεί. Ωστόσο, η αποφυγή παραπλανητικών και πολλές φορές ψευδών ισχυρισμών ήταν το κύριο μέλημά των παρασκευαστών.

**Πίνακας 1:** Ισχυρισμοί διατροφής. (Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, 2006)  
<http://www.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/efet/mission>

Ισχυρισμός Διατροφής	Δηλαδή;	Παράδειγμα
<b>Χωρίς (Free)</b>	Περιέχει αμελητέες ποσότητες	Ελεύθερο γλουτένης (gluten free) Περιέχει <20 mg/kg γλουτένη
<b>Χαμηλό (Low)</b>	Σχετίζεται με χαμηλή περιεκτικότητα σε ένα θρεπτικό συστατικό (< 3%)	Χαμηλών λιπαρών (low fat) Περιέχει 3g λιπαρών ανά 100g για στερεές τροφές ή 1,5g λιπαρών ανά 100 ml για υγρές τροφές
<b>Μειωμένων θερμίδων (Light)</b>	Αναφέρεται σε τρόφιμα με μειωμένα λιπαρά ή ενέργεια (θερμίδες) ή άλλη θρεπτική ουσία σε σύγκριση με παρόμοια τρόφιμα	Light τρόφιμο Η ενεργειακή αξία του τροφίμου έχει μειωθεί κατά 30% τουλάχιστον
<b>Χωρίς πρόσθετα σάκχαρα</b>	Το τρόφιμο δεν περιέχει πρόσθετους μονοσακχαρίτες ή δισακχαρίτες ή άλλο τρόφιμο που χρησιμοποιείται για τις γλυκαντικές τους ιδιότητες. Όταν υπάρχουν φυσικά σάκχαρα στο τρόφιμο, η επισήμανση θα πρέπει να φέρει επιπλέον την ένδειξη «περιέχει φυσικά σάκχαρα»	Χωρίς προσθήκη ζάχαρης Το τρόφιμο δεν περιέχει πρόσθετα σάκχαρα

Το 1984, η πολιτική που ακολούθησαν αμφισβητήθηκε, όταν η εταιρεία Kellogg, σε συνεργασία με το Εθνικό Ινστιτούτο Καρκίνου, ξεκίνησε μια εκστρατεία επισήμανσης χρησιμοποιώντας τον πίνακα στο πίσω μέρος της συσκευασίας δημητριακών πρωινού, πλούσια σε φυτικές ίνες, για να συνδέσει την κατανάλωση φυτικών ινών με μια πιθανή μείωση του κινδύνου ορισμένων μορφών καρκίνου (Wartella et al., 2011-b).

Οι ισχυρισμοί υγείας πρέπει να αποτελούνται από δύο μέρη (Food and Health Organization of the United Nations/WHO, 2010):

A) τις πληροφορίες σχετικά με τον φυσιολογικό ρόλο της θρεπτικής ουσίας ή την αποδεκτή σχέση της διατροφής και

B) της υγείας που ακολουθείται από πληροφορίες σε σχέση με τη σύνθεση του προϊόντος και με τον φυσιολογικό ρόλο των θρεπτικών συστατικών

Οι ισχυρισμοί υγείας που δεν επιτρέπονται είναι αυτοί:

- ✓ Που υπονοούν ότι μπορεί να επηρεαστεί η υγεία από τη μη κατανάλωση του τροφίμου.
- ✓ Που αναφέρονται στο ρυθμό ή την ποσότητα απώλειας βάρους.
- ✓ Που αναφέρονται σε συστάσεις μεμονωμένων ιατρών ή επαγγελματιών στον τομέα της υγείας και άλλων ενώσεων που δε μνημονεύονται στο άρθρο 11 του Κανονισμού, που αναφέρεται σε Εθνικές Ενώσεις επαγγελματιών στον ιατρικό τομέα και στους τομείς της διατροφής ή της διαιτολογίας και ιδρύματα υγείας.

Οι ισχυρισμοί υγείας επιτρέπονται μόνον εφόσον στην επισήμανση παρέχονται οι ακόλουθες πληροφορίες (European Union Law, 2015) :

- Ο στόχος του ισχυρισμού.
- Δήλωση που επισημαίνει τη σπουδαιότητα της ισορροπημένης διατροφής
- Η ποσότητα του τροφίμου και ο τρόπος κατανάλωσης που απαιτούνται ώστε να επιτευχθεί το ευεργετικό αποτέλεσμα που δηλώνει ο ισχυρισμός
- Δήλωση προς τα άτομα που πρέπει να αποφεύγουν την κατανάλωση του τροφίμου πχ εγκυμονούσες
- Προειδοποίηση για τα προϊόντα που ενδέχεται να αποτελούν κίνδυνο για την υγεία σε περίπτωση υπερβολικής κατανάλωσής τους.
- Σε περίπτωση ισχυρισμών για τη μείωση του κινδύνου εκδήλωσης μιας ασθένειας, πρέπει να υπάρχει δήλωση ότι η ασθένεια έχει πολλούς κινδύνους και πως η μεταβολή ενός από αυτούς ενδέχεται να έχει ή να μην έχει ευεργετικό αποτέλεσμα.

Οι ισχυρισμοί υγείας χρησιμοποιούνται συνήθως στα γιαούρτια και τις απομμήσεις τους (51% και 63% αντίστοιχα), στα δημητριακά πρωινού (31%), στα

φυτικά έλαια (20%), στις διάφορες κατηγορίες τσαγιού (19%), στο βούτυρο και τα προϊόντα επάλειψης (18%) και στους χυμούς φρούτων (15%) (Pravst & Kušar, 2015). Να τονιστεί στο σημείο αυτό πως σε μια μελέτη των Lalor et al. (2010), το γιαούρτι (50%), τα δημητριακά πρωινού (42%), το βούτυρο και τα προϊόντα επάλειψης (30%), και το τσάι (24%), ήταν επίσης κατηγορίες τροφίμων με υψηλή διείσδυση των ισχυρισμών υγείας. Σύμφωνα με τους Pravst & Kušar (2015) οι ισχυρισμοί υγείας αναφέρονται κυρίως στις λειτουργίες του πεπτικού συστήματος (συμπεριλαμβανομένης της συντήρησης βάρους και της γλυκαιμικής απόκρισης), στις λειτουργίες του ανοσοποιητικού συστήματος και στις νοητικές λειτουργίες.

### **3.2 Νομοθετικό πλαίσιο**

Η τωρινή νομολογία που διέπει την μορφή, το περιεχόμενο και τις προδιαγραφές στις ετικέτες τροφίμων είναι η Οδηγία 90/496/ΕΟΚ και η Οδηγία 2000/13/ΕΚ. Οι διατάξεις της πρώτης Οδηγίας χρονολογούνται από το 1990 ενώ της δεύτερας Οδηγίας από το 1978. Έτσι, ήταν αναγκαία η επικαιροποίησής τους.

Ο νέος Κανονισμός εκτός των ανωτέρων δύο Οδηγιών τροποποιεί και διάφορες άλλες Οδηγίες / Κανονισμούς. Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΚ αριθμ. 1169/2011, καθίσταται υποχρεωτική και η διαθρεπτική επισήμανση για όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα. Επιπλέον, καθορίζονται και συγκεκριμένα κριτήρια για το είδος των απαιτούμενων διατροφικών στοιχείων και τον τρόπο αναγραφής τους, έτσι ώστε να παρέχουν στον καταναλωτή συγκεκριμένες και έγκυρες διατροφικές πληροφορίες για το κάθε προϊόν (Υπουργείο Παιδείας & Θρησκευμάτων, 2013-α).

Η Νομοθεσία σχετικά με τις ετικέτες θεωρείται το πιο σημαντικό νομικό καθεστώς που σχετίζεται με τα τρόφιμα (Mette Ohm Rørdam, 2013). Ο νέος νόμος είναι Κανονισμός ενώ τα προγενέστερα ήταν Οδηγίες. Η διαφορά ανάμεσα σε Κανονισμό και Οδηγία είναι (Blanka Slosarova, 2013):

- Η Οδηγία αφορά κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που πρέπει τα Κράτη Μέλη να ενσωματώσουν στην Νομολογία τους ή να ψηφίσουν νέο νόμο με αυτές τις κατευθύνσεις.

- Ο Κανονισμός είναι νόμος ο οποίος ισχύει αυτόματα με το μόλις ψηφιστεί από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σε όλα τα Κράτη μέλη.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η ανάγκη επικαιροποίησης των υφισταμένων Νόμων και η ενσωμάτωση στον νέο Κανονισμό απαιτούσαν μία αρκετά μακροχρόνια διαδικασία. Οι κυριότερες φάσεις αυτής της διαδικασίας ήταν:

- ✓ Διαβούλευση και αναθεώρηση των υφιστάμενων κανόνων για τη γενική επισήμανση και τη διατροφή (2003 έως 2006)
- ✓ Καλύτερη νομική ρύθμιση της επισήμανσης των τροφίμων, διαβούλευση σχετικά με όλες τις πτυχές της επισήμανσης των τροφίμων (2006)
- ✓ Εκτίμηση των επιπτώσεων που συνδέονται με την πρόταση της Επιτροπής
- ✓ Πρώτη ανάγνωση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (Εγκρίθηκε στις 16 Ιουνίου 2010)
- ✓ Πρώτη ανάγνωση του Συμβουλίου (7η Δεκεμβρίου, 2010)
- ✓ Δεύτερη ανάγνωση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (6 Ιουλίου 2011)
- ✓ Δεύτερη ανάγνωση του Συμβουλίου (29 Σεπτεμβρίου 2011)
- ✓ Δημοσιεύθηκε στις 22 Νοεμβρίου 2011

Το πλαίσιο εφαρμογής του νέου Κανονισμού 1169/2011 περιλαμβάνει γενικά τα τρόφιμα τα οποία καταναλωτής προτίθεται να αγοράσει. Το σημαντικό εδώ είναι το γεγονός ότι στα τρόφιμα αυτά συμπεριλαμβάνονται και τα τρόφιμα που:

- ✓ μαγειρεύονται, ετοιμάζονται, σερβίρονται σε οποιαδήποτε επιχείρηση εστίασης
- ✓ πωλούνται εξ' αποστάσεως

Όταν ο Κανονισμός 1169 / 2011 αναφέρεται σε παροχή πληροφοριών , συμπεριλαμβάνονται (Food and drink labelling, 2013) :

- ✓ η ετικέτα,
- ✓ σύγχρονα τεχνολογικά εργαλεία όπως για παράδειγμα φωτεινή επιγραφή
- ✓ λεκτική επικοινωνία

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### 4.1 Πληροφορίες διατροφής- Ετικέτες Διαθρεπτικής Επισήμανσης

Οι εταιρείες τροφίμων στο παρελθόν δεν είχαν καμία νομική υποχρέωση να παρέχουν πληροφορίες διατροφής. Κάτι τέτοιο ίσχυε μόνο σε περίπτωση που κάνουν χρήση κάποιου ισχυρισμού διατροφής στην ετικέτα του προϊόντος. Σήμερα η διαθρεπτική επισήμανση είναι υποχρεωτική και περιλαμβάνει οποιαδήποτε πληροφορία που εμφανίζεται στην συσκευασία των τροφίμων, η οποία αφορά την ενεργειακή αξία και τις παρακάτω θρεπτικές ουσίες:

- ✓ Πρωτεΐνες
- ✓ Υδατάνθρακες
- ✓ Λιπαρές ύλες
- ✓ Εδώδιμες ίνες
- ✓ Νάτριο
- ✓ Βιταμίνες και ανόργανα άλατα.

Πιο αναλυτικά, οι πληροφορίες που παρέχονται αφορούν:

#### 4.1.1. Ενέργεια

Το ποσό δηλαδή της ενέργειας (θερμίδες ή kcal ή KJ) που παρέχει το τρόφιμο.

#### 4.1.2. Πρωτεΐνη

Τα γραμμάρια της πρωτεΐνης ανά μερίδα. Η πρωτεΐνη είναι απαραίτητο θρεπτικό συστατικό, σημαντικό για την ανάπτυξη και την ανάπλαση των ιστών. Επιπρόσθετα, μια διατροφική ετικέτα θα πρέπει να αναφέρει το περιεχόμενο των θρεπτικών ουσιών εκφραζόμενο ως ποσοστά ημερήσιων τιμών, όπως Βιταμίνη Α, Βιταμίνη C, Ασβέστιο και Σίδηρο.

#### 4.1.3. Υδατάνθρακες

Η συνολική ποσότητα υδατανθράκων που περιέχει το τρόφιμο. Συμπεριλαμβάνονται τα απλά σάκχαρα και το άμυλο. Οι υδατάνθρακες αποτελούν

τη βάση της καθημερινής μας διατροφής. Σε περιπτώσεις που ο καταναλωτής πάσχει από σακχαρώδη διαβήτη πρέπει να δίνει έμφαση στην ποσότητα των υδατανθράκων που περιέχεται στα τρόφιμα για την καλύτερη ρύθμιση του σακχάρου στο αίμα.

#### **4.1.4. Λιπαρά**

Με τον όρο λιπαρά εννοούμε τη συνολική ποσότητα λιπιδίων που περιέχει το τρόφιμο. Το λίπος αποτελεί απαραίτητο θρεπτικό συστατικό για την καθημερινή μας διατροφή. Τα λιπαρά διαχωρίζονται σε πολυακόρεστα, μονοακόρεστα και κορεσμένα λιπαρά. Στόχος πρέπει να είναι η μείωση της προσλαμβανόμενης ποσότητας των κορεσμένων και trans λιπαρών, αφού έχει βρεθεί σύνδεση με την αύξηση της χοληστερόλης.

#### **4.1.5. Φυτικές (εδώδιμες) ίνες**

Οι φυτικές ίνες αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι καλής λειτουργίας του πεπτικού συστήματος. Απαντώνται σε προϊόντα ολικής αλέσεως, δημητριακά, φρούτα και λαχανικά. Στόχος των καταναλωτών πρέπει να είναι η αύξηση της κατανάλωσης φυτικών ινών, με έμφαση στους διαβητικούς, στους οποίους η αύξηση της κατανάλωσης φυτικών ινών οδηγεί στην καλύτερη ρύθμιση του σακχάρου στο αίμα και στη μείωση των επιπέδων της χοληστερόλης.

#### **4.1.6. Νάτριο**

Αποτελεί βασικό συστατικό του αλατιού και προσδιορίζει την ποσότητα του αλατιού που περιέχει το τρόφιμο. Κάθε γραμμάριο αλατιού περιέχει κατά προσέγγιση 0,40 γραμμάρια νατρίου. Παρόλο που το νάτριο είναι απαραίτητο στοιχείο για τη διατροφή μας, η υψηλή κατανάλωση του συνδέεται με την υπέρταση.

#### **4.1.7. Βιταμίνες, ανόργανα άλατα (μέταλλα και ιχνοστοιχεία)**

Η περιεκτικότητα σε βιταμίνες και ανόργανα άλατα πρέπει να αναγράφεται όταν αυτή περιέχεται σε ποσότητες μεγαλύτερες από το 1/6 (15%) της Συνιστώμενης



Ημερήσιας Παροχής (ΣΗΠ) ή αν στη συσκευασία υπάρχει ισχυρισμός διατροφής για μια βιταμίνη.

Η Συνιστώμενη Ημερήσια Παροχή (ΣΗΠ) είναι η εκτίμηση της ποσότητας που επαρκεί για να καλυφθούν οι ανάγκες του μέσου ενήλικα. Σε ορισμένα τρόφιμα αναφέρεται η περιεκτικότητα σε βιταμίνη Α και σε βιταμίνη Ο, που είναι απαραίτητες βιταμίνες. Εξέχουσας σημασίας αποτελεί η περιεκτικότητα σε ασβέστιο, εξαιτίας της σημαντικότητάς του στα οστά, καθώς και στην περιεκτικότητα σε σίδηρο για την πρόληψη της αναιμίας.

Τα ποσοστά των ημερήσιων τιμών δίνονται ως όρια σε μια δίαιτα 2,000 θερμίδων. Αυτό το κομμάτι δίνει τις ημερήσιες τιμές ενός ατόμου που χρειάζεται 2,000 ή 2,500 θερμίδες την ημέρα παρέχοντας ένα υπόμνημα θερμίδων ανά γραμμάριο (Sizer & Whitney, 2010). Αυτή η ποσότητα των τροφίμων αποτελεί μια μοναδική μερίδα και το τμήμα αυτό περιέχει τα θρεπτικά ποσά που αναφέρονται. Όταν συγκριθούν οι θρεπτικές ουσίες ή θερμίδες σε δυο ή περισσότερα κομμάτια στο ίδιο φαγητό, πρέπει να γίνει έλεγχος στο μέγεθος της μερίδας γιατί μπορεί να διαφέρει (A Food Labeling Guide, 2009).

Η διαθρεπτική επισήμανση σύμφωνα με τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1924/2006, ήταν υποχρεωτική για τα τρόφιμα που φέρουν ισχυρισμούς διατροφής και υγείας. Οι σημαντικότερες διατάξεις αφορούν:

- ✓ Τα στοιχεία εκφράζονται ανά 100 g ή 100 ml. Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να αναγράφονται ανά αναδεικνυόμενη στην ετικέτα δόση ή ανά μερίδα, με την προϋπόθεση ότι θα αναφέρεται και ο αριθμός των μερίδων που περιέχονται στην συσκευασία.
- ✓ Οι πληροφορίες πρέπει να αναφέρονται στη μορφή υπό την οποία πωλείται το τρόφιμο και όπου αυτό ενδείκνυται οι πληροφορίες αυτές, μπορεί να αναφέρονται σε παρασκευασμένο τρόφιμο, με την προϋπόθεση ότι ο τρόπος παρασκευής θα περιγράφεται λεπτομερώς αφορώντας σε έτοιμο προς κατανάλωση τρόφιμο.
- ✓ Οι πληροφορίες οφείλουν να είναι σε ένα μέρος, με τους αριθμούς σε κάθετη ευθυγράμμιση, αν το επιτρέπει ο χώρος. Σε αντίθετη περίπτωση, η αναγραφή γίνεται γραμμικά.

✓ Οι πληροφορίες αναγράφονται και στα Ελληνικά ώστε να είναι ευδιάκριτες (ΕΦΕΤ).

Τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά πρέπει να είναι ασφαλή και να φέρουν επαρκή επισήμανση. Ο εκάστοτε παρασκευαστής οφείλει να υποβάλει αίτηση στην οικεία χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), η οποία τη διαβιβάζει στην Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (EFSA). Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφασίζει σχετικά με τη χρήση του ισχυρισμού με βάση τη γνωμοδότηση της EFSA (European Union Law, 2015). Η εξασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων αποτελεί κοινή υποχρέωση μεταξύ των κυβερνήσεων, των παραγωγών, της βιομηχανίας και των καταναλωτών. Η επισήμανση τροφίμων είναι ένας τρόπος ώστε οι καταναλωτές να λαμβάνουν πληροφορίες για τα τρόφιμα που σκέφτονται να αγοράσουν (Κουτελιδάκης, 2013).

# ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### 5.1. Μεθοδολογία έρευνας

#### Ερευνητικοί σκοποί-ερωτήματα

Η συγκεκριμένη μελέτη έχει σκοπό να διερευνήσει την αγοραστική συμπεριφορά καταναλωτών και συγκεκριμένα το αν αυτή επηρεάζεται από τις διατροφικές ετικέτες των προϊόντων. Μελετώνται παράλληλα και διάφοροι παράγοντες, όπως η επιρροή απόφασης για αγορά, η επιρροή απόφασης από διατροφικές ετικέτες, η εξέταση των πληροφοριών της ετικέτας και η τακτική ανάγνωση ετικέτας, οι οποίοι συσχετίζονται με δημογραφικά στοιχεία. Με βάση τον ερευνητικό σκοπό της μελέτης διατυπώνεται το παρακάτω ερευνητικό ερώτημα:

Ποια είναι η επίδραση του δημογραφικού προφίλ και η επιρροή του στην απόφαση για αγορά από διατροφικές ετικέτες, καθώς και στην εξέταση πληροφοριών και στην τακτική ανάγνωση της ετικέτας;

#### Σχεδιασμός της ερευνητικής διαδικασίας

Η παρούσα μελέτη είναι ποσοτική, περιγραφική και συσχέτισης με χρήση ερωτηματολογίου. Σύμφωνα με τον Fowler (2014), η ποσοτική έρευνα αποτελεί μια διαδικασία συλλογής και μέτρησης δεδομένων, η οποία συνδυάζει τη δειγματοληψία, το σχεδιασμό των ερωτήσεων και τη μεθοδολογία συλλογής των δεδομένων. Σκοπός της είναι η παραγωγή στατιστικών, ποσοτικών περιγραφών του πληθυσμού της μελέτης θέτοντας ερωτήσεις.

Σύμφωνα με τους Gratton και Jones (2010), η πρωτογενής έρευνα περιλαμβάνει τη συλλογή πρωτότυπων δεδομένων για την εκτέλεση ενός συγκεκριμένου

ερευνητικού έργου, χρησιμοποιώντας ερευνητικές μεθόδους όπως ερωτηματολόγια. Ο πρωταρχικός ερευνητικός στόχος σε μία πρωτογενή έρευνα είναι να ανακαλυφθεί κάτι νέο, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άλλους ερευνητές σε οποιαδήποτε μελλοντική έρευνα (Lowe,2011).

Οι ποσοτικές έρευνες μπορούν να αποθηκεύσουν μεγάλο όγκο πληροφοριών σε μικρό χρονικό διάστημα, οι οποίες μετατρέπονται σε δεδομένα και αξιοποιούνται για την εξαγωγή συμπερασμάτων, που είναι αντικειμενικά και δεν υπόκεινται στην υποκειμενική κρίση του ερευνητή (Cohen, Manion & Morrison, 2007). Ακόμη, δίνεται η δυνατότητα συσχέτισης μεταβλητών, ελέγχου υποθέσεων και γενίκευσης των συμπερασμάτων, εφόσον το δείγμα είναι σωστά επιλεγμένο (Creswell, 2013), δηλαδή μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού (Φαρμάκης, 2017).

### **Πληθυσμός -Δείγμα**

Στην έρευνα πήραν μέρος 1200 άτομα στην πλειοψηφία τους Ελληνίδες γυναίκες ηλικίας 18-30 ετών που κατάγονταν από το νομό Θεσσαλονίκης. Το συνολικό τους βάρος ήταν 42,5-74,5 κιλά και το ύψος τους 1,70-1,77 μέτρα, ενώ ο ΔΜΣ τους ήταν 15,80-24,80. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος ήταν άγαμοι χωρίς παιδιά. Σχετικά με το μορφωτικό τους επίπεδο οι περισσότεροι ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ με οικογενειακό εισόδημα πάνω από 600 ευρώ. Τέλος όσον αφορά το επάγγελμα οι περισσότεροι δήλωσαν ότι είναι φοιτητές και δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι ή ελεύθεροι επαγγελματίες.

### **Διαδικασία-Μέθοδος συλλογής δεδομένων**

Η μελέτη διεξήχθη συλλέγοντας δεδομένα με τη χρήση του ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε περιλαμβάνει 33 ερωτήσεις χωρισμένο σε 9 ομάδες. Η πρώτη ομάδα ερωτήσεων αναφέρεται στα δημογραφικά στοιχεία και περιλαμβάνει 10 ερωτήσεις. Η δεύτερη ομάδα αναφέρεται στην υγεία και την διατροφή και περιλαμβάνει 9 ερωτήσεις, ενώ η τρίτη στους παράγοντες απόφασης για αγορά με 1 ερώτηση που εξετάζει 16 παράγοντες. Η τέταρτη ομάδα περιλαμβάνει 8 ερωτήσεις σχετικά με τις ετικέτες τροφίμων, η πέμπτη 1 ερώτηση σχετικά με τους λόγους αποφυγής ανάγνωσης της ετικέτας μελετώντας 6 περιπτώσεις και η έκτη 1 ερώτηση σχετικά με την εξέταση πληροφοριών ετικέτας,

μελετώντας 15 περιπτώσεις. Τέλος, η έβδομη ομάδα διερευνά τις γνώσεις Σ.Η.Δ. με 1 ερώτηση, μελετώντας 5 περιπτώσεις, η όγδοη την τακτική ανάγνωση ετικέτας με 1 ερώτηση μελετώντας 8 περιπτώσεις και η ένατη τις προτάσεις για βελτιώσεις με 1 ερώτηση μελετώντας 5 περιπτώσεις.

### **Εργαλεία ανάλυσης**

Χρησιμοποιώντας στατιστικές μεθόδους, είναι εφικτή η μελέτη της σχέσης μεταξύ διαφόρων μεταβλητών (Hayes, 2013). Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS, με παράλληλη χρήση του Microsoft office Excel 2016 και χωρίστηκε στα στάδια της Περιγραφικής και της Επαγωγικής Στατιστικής.

Στην Περιγραφική Στατιστική οι ποιοτικές-κατηγορικές μεταβλητές της έρευνας παρουσιάστηκαν με χρήση σχετικών συχνοτήτων (ποσοστών), ενώ για τις ποσοτικές μεταβλητές χρησιμοποιήθηκε ο αμερόληπτος εκτιμητής της μέσης τιμής και της τυπικής απόκλισης.

Στην Επαγωγική Στατιστική μελετήθηκαν τα ερευνητικά ερωτήματα. Για διαφοροποίηση μέσω τιμών ποσοτικών μεταβλητών στις κατηγορίες ποιοτικής μεταβλητής με 2 κατηγορίες χρησιμοποιήθηκε ο παραμετρικός έλεγχος independent samples t-test, στις περιπτώσεις όπου υπάρχουν περισσότερες από 30 παρατηρήσεις λόγω του Κ.Ο.Θ. (κεντρικό οριακό θεώρημα), σύμφωνα με το οποίο η μέση τιμή ακολουθεί την κανονική κατανομή για δείγματα άνω των 30 και τα παραμετρικά κριτήρια εφαρμόζονται με ασφάλεια. Ομοίως, για διαφοροποίηση μέσω τιμών ποσοτικών μεταβλητών στις κατηγορίες ποιοτικής μεταβλητής με 3 ή περισσότερες κατηγορίες χρησιμοποιήθηκε ο παραμετρικός έλεγχος ANOVA (ανάλυση διακύμανσης), στις περιπτώσεις όπου υπάρχουν περισσότερες από 30 παρατηρήσεις σε κάθε κατηγορία ή ο μη παραμετρικός Kruskal - Wallis αν δεν υπάρχουν. Στις περιπτώσεις όπου εντοπίστηκε στατιστικά σημαντική διαφορά με τον έλεγχο ANOVA, πραγματοποιήθηκε Post hoc Analysis για να προσδιοριστούν οι ομάδες που διαφέρουν. Η αρχική υπόθεση των παραμετρικών ελέγχων είναι ότι οι μέσες τιμές είναι ίσες και η εναλλακτική ότι διαφέρουν. Η αρχική υπόθεση των μη παραμετρικών ελέγχων είναι ότι οι μεταβλητές είναι εξαρτημένες και η εναλλακτική ότι είναι ανεξάρτητες. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Pearson

για εύρεση γραμμικών συσχετίσεων μεταξύ ποσοτικών μεταβλητών. Οι τιμές του συντελεστή συσχέτισης Pearson βρίσκονται στο διάστημα [-1,1] όπου τιμές κοντά στο 1 υποδηλώνουν θετική συσχέτιση ενώ τιμές κοντά στο -1 αρνητική συσχέτιση. Τιμές κοντά στο 0 υποδηλώνουν ανυπαρξία συσχέτισης. Η αρχική υπόθεση είναι ότι οι μεταβλητές είναι γραμμικά συσχετισμένες και η εναλλακτική ότι είναι γραμμικά ασυσχέτιστες (Κολυβά-Μαχαίρα & Μπόρα-Σέντα, 1998). Η στάθμη σημαντικότητας σε όλα τα τεστ ορίστηκε στο 5%. Συνεπώς, η αρχική υπόθεση γίνεται δεκτή όταν  $p\text{-value} \geq 0,05$  και απορρίπτεται όταν  $p\text{-value} < 0,05$  (Σιώμκος & Μαύρος, 2008).

### **Ηθικά ζητήματα**

Τα θέματα ηθικής δεοντολογίας θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικά στην ψυχολογία των συμμετεχόντων και απαραίτητα να ληφθούν υπόψη από τον ερευνητή, όπως ορίζει η Αμερικανική ψυχολογική εταιρεία (APA, 2001) αλλά και η Βρετανική (BPS, 2014). Συγκεκριμένα οι κανόνες που τηρήθηκαν ήταν οι ακόλουθοι:

- Πριν απαντήσουν στις ερωτήσεις οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν για τη διαδικασία, τους ερευνητικούς στόχους και ότι η συμμετοχή τους είναι εθελοντική.
- Οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν ότι δε θα χρησιμοποιηθεί κανένα προσωπικό στοιχείο τους. Επίσης έγινε κατανοητό ότι οι απαντήσεις τους θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς, αλλά και για μελλοντικές έρευνες.

### **Αξιοπιστία και εγκυρότητα δεδομένων**

Η αξιοπιστία και η εγκυρότητα των δεδομένων ελέγχθηκε με τον συντελεστή αξιοπιστίας Cronbach Alpha. Για να χαρακτηρίσουμε ένα ερωτηματολόγιο αξιόπιστο θα πρέπει ο δείκτης αξιοπιστίας Cronbach Alpha να είναι μεγαλύτερος του 0,70, ενώ άλλοι μελετητές υποστηρίζουν πως για τα αρχικά στάδια κάποιας μελέτης αρκεί ένας συντελεστής Cronbach Alpha μεταξύ του 0,5 και 0,6, αλλά οπωσδήποτε για την εξαγωγή σημαντικών συμπερασμάτων τουλάχιστον 0,9 ή καλύτερα 0,95 (Nunnally &

Bernstein, 1994; Tavakol & Dennick, 2011; Pallant, 2005). Για το ερωτηματολόγιο μας υπάρχει ικανοποιητική αξιοπιστία, με τις τιμές του Cronbach Alpha να είναι μεγαλύτερες ή ίσες του 0,765 στις εξεταζόμενες κλίμακες.

### **Περιορισμοί-Προβλήματα έρευνας**

Το μεγαλύτερο τμήμα του δείγματος αφορά κυρίως γυναίκες Ελληνίδες ηλικίας 18-30 ετών, που κατάγονταν από το νομό Θεσσαλονίκης.

## 5.2. Ανάλυση δεδομένων

### Περιγραφική Στατιστική

#### ➤ Τόπος διαμονής

Από τον Πίνακα 1 (και τα Γραφήματα 1-2) προκύπτει ότι το 59,1% του δείγματος (N=708) κατάγεται από το νομό Θεσσαλονίκης, το 9,4% (N=113) Πρεβέζης, το 8,9% (N=106) Πέλλας, το 8,3% (N=99) δήλωσε άλλο και το 3,6% (N=43) από το νομό Αττικής. Οι υπόλοιποι νομοί καλύπτουν ποσοστά μικρότερα του 2,5%. Το 51,1% (N=610) δήλωσε ως πόλη κατοικίας τη Θεσσαλονίκη, το 25,0% (N=298) άλλο, το 13,5% (N=161) την Πρέβεζα, το 4,7% (N=56) το Ωραιόκαστρο και το 2,9% (N=35) την Αθήνα..

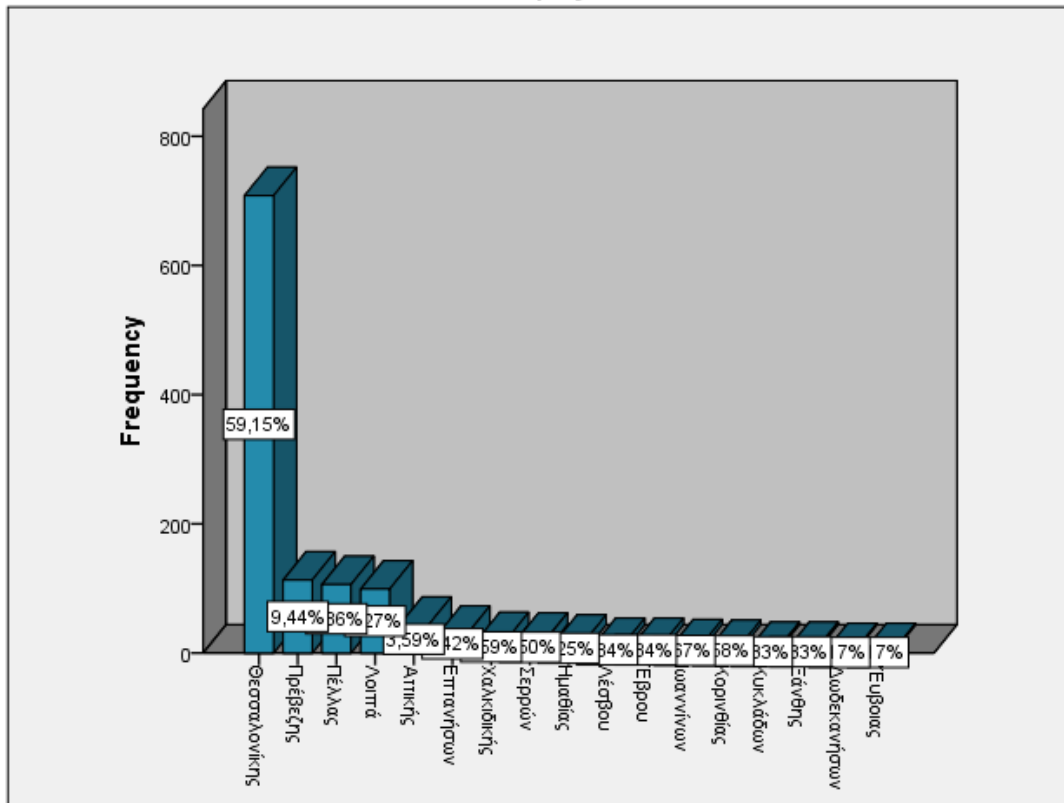
Πίνακας 5.2.1 Τόπος διαμονής

Ερωτήσεις	Κατηγορίες	N	f%
Νομός	Θεσσαλονίκης	708	59,1
	Πρεβέζης	113	9,4
	Πέλλας	106	8,9
	Άλλο	99	8,3
	Αττικής	43	3,6
	Επτανήσων	29	2,4
	Χαλκιδικής	19	1,6
	Σερρών	18	1,5
	Ημαθίας	15	1,3
	Λέσβου	10	0,8
	Έβρου	10	0,8
	Ιωαννίνων	8	0,7
	Κορινθίας	7	0,6
	Κυκλάδων	4	0,3
	Ξάνθης	4	0,3
	Δωδεκανήσων	2	0,2
	Έύβοιας	2	0,2
	Θεσσαλονίκη	610	51,1
	Άλλο	298	25,0
	Πόλη/Χωριό	Πρέβεζα	161
Ωραιόκαστρο		56	4,7
Αθήνα		35	2,9
Παλαιόκαστρο		16	1,3
Ρίζο		11	0,9
	Ιωάννινα	7	0,6

N : Συχνότητα, f% : Σχετική συχνότητα

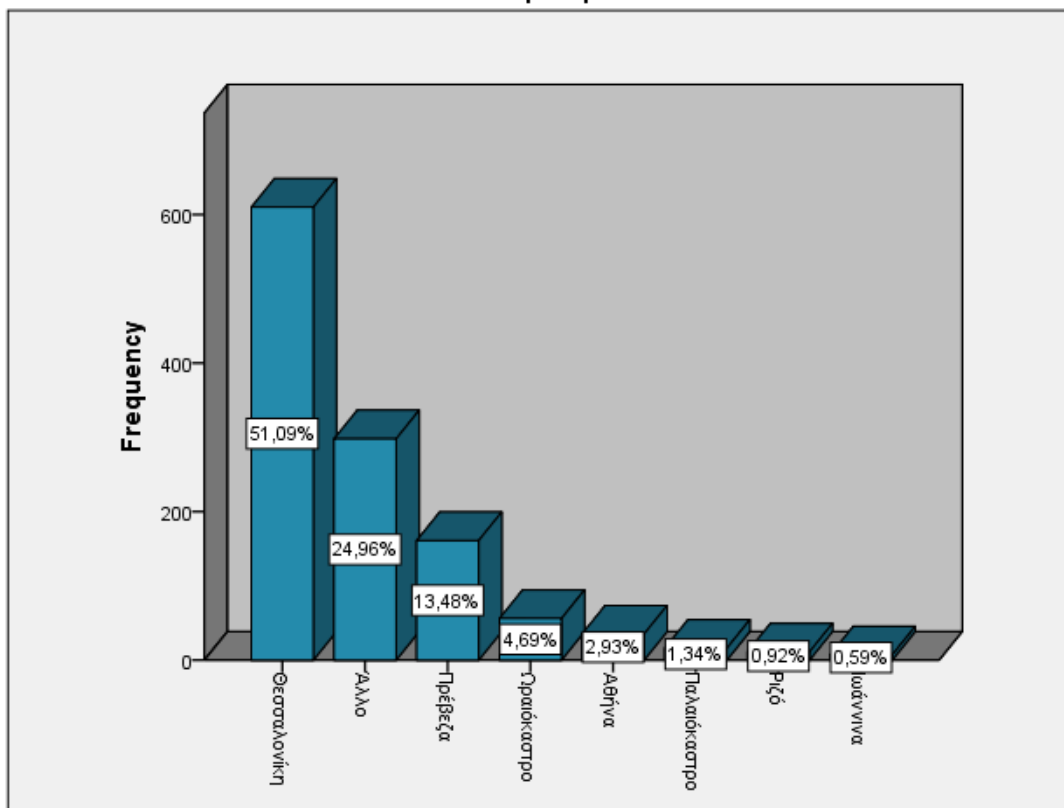


### Νομός



Γράφημα 5.2.1. Νομός

### Πόλη/Χωριό



Γράφημα 5.2.2. Πόλη/Χωριό

### ➤ Δημογραφικά στοιχεία

Από τον Πίνακα 2 (και τα Γραφήματα 3-13) προκύπτει ότι το 64,5% του δείγματος (N=774) αποτελείται από γυναίκες, ενώ το 35,5% (N=426) ήταν άνδρες.

Το 65,8% (N=789) αποτελούν άτομα ηλικίας 18 έως 30 ετών, το 20,5% (N=246) 31 έως 45 ετών, το 11,8% (N=141) 46 έως 60 ετών και το 2,0% (N=24) 60 και άνω ετών.

Αναφορικά με το βάρος, το 63,4 (N=761) είναι 42,5-74,5 κιλά, το 34,2% (N=410) 74,6-106,6 κιλά, το 2,1% (N=25) 106,7-138,7 κιλά, ενώ μόλις το 0,3% (N=4) είχαν βάρος 138,8 ως 168 κιλά.

Σχετικά με το ύψος, το 72,3% (N=867) είναι 1.70 ως 1.77 μέτρα, το 21,0 (N=252) 1.78 ως 1.85, το 6,1% (N=73) 1.86 ως 1.93 και το 0,7% (N=8) 1.94 ως 2.00 μέτρα.

Όσον αφορά τον ΔΜΣ, το 65,7% (N=787) έχει ΔΜΣ=15,80 ως 24,80, το 32,2% (N=386) 24,90 ως 33,90, το 1,9% (N=23) 34 ως 43 και μόλις το 0,2% (N=2) 44 ως 53,02.

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση, το 70,6% (N=847) είναι άγαμοι/ες, το 25,2% (N=302) αποτελούν έγγαμοι/ες, το 3,2% (N=38) διαζευγμένοι/ες και το 1,1% (N=13) χήροι/ες.

Στη συνέχεια, το 73,4% (N=881) δήλωσε πως δεν έχει καθόλου παιδιά, το 12,4% (N=149) 2 παιδιά, το 10,3% (N=123) 1 παιδί, το 3,5% (N=42) 3, το 0,3% (N=4) 4 και μόλις ένα άτομο (N=1) είχε 5 παιδιά, καλύπτοντας το 0,1% του δείγματος.

Το 96,0% (N=1147) δήλωσαν ελληνική εθνικότητα, ενώ η κατηγορία «άλλο» κάλυπτε μόλις το 4,0% (N=48) του δείγματος.

Σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης, το 69,1% (N=828) δήλωσε ΑΕΙ, το 27,5% (N=330) το λύκειο, το 2,4% (N=29) το γυμνάσιο και το 1,0% (N=12) το δημοτικό.

Αναφορικά με το οικογενειακό εισόδημα, το 29,3% (N=351) δήλωσε πως έχει μηνιαίο εισόδημα >1.500€, το 27,3% (N=327) 1.001 ως 1.500€, το 25,7% (N=308) 601 ως 1.000€ και το 17,8% (N=214) <600€.

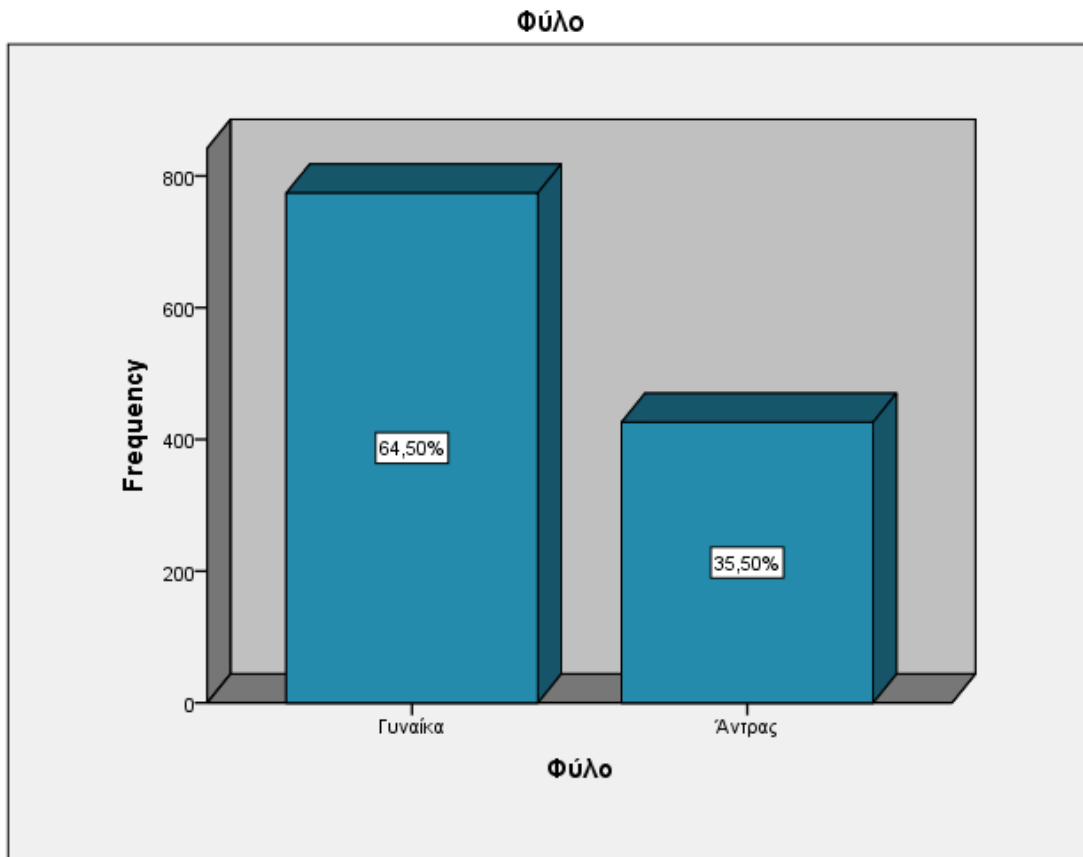
Ως προς το επάγγελμα, το 46,8% (N=561) αποτελείται από φοιτητές, το 27,9% (N=335) δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 11,6% (N=139) ελεύθεροι επαγγελματίες, το 7,2% (N=86) άνεργοι, το 3,9% (N=47) οικιακά, το 1,7% (N=20) συνταξιούχοι και το 1,0% (N=12) αγρότες/κτηνοτρόφοι.

Πίνακας 5.2.2 Δημογραφικά στοιχεία

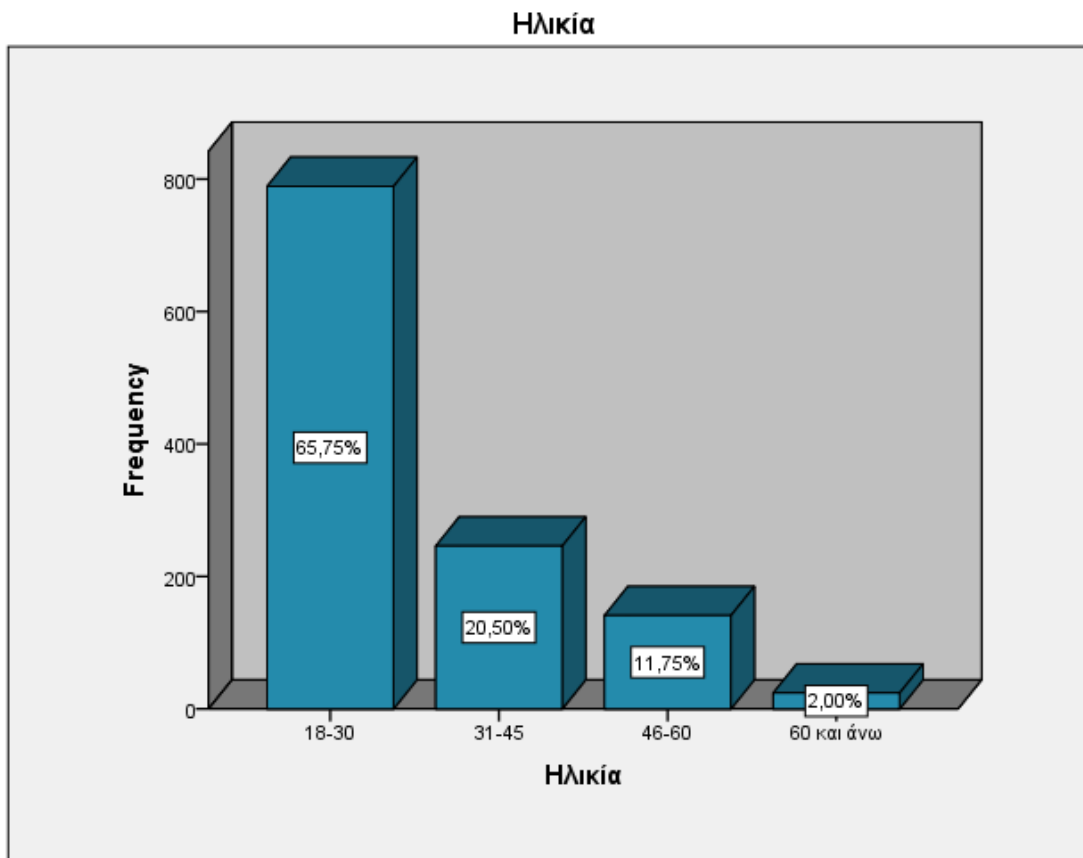
Ερωτήσεις	Κατηγορίες	N	f%
Φύλο	Γυναίκα	774	64,5
	Άντρας	426	35,5
Ηλικία	18-30	789	65,8
	31-45	246	20,5
	46-60	141	11,8
	60 και άνω	24	2,0
	42,5-74,5	761	63,4
Βάρος	74,6-106,6	410	34,2
	106,7-138,7	25	2,1
	138,8-168	4	0,3
	1,70-1,77	867	72,3
Ύψος	1,78-1,85	252	21,0
	1,86-1,93	73	6,1
	1,94-2,00	8	0,7
	15,80-24,80	787	65,7
ΔΜΣ	24,90-33,90	386	32,2
	34-43	23	1,9
	44-53,02	2	0,2
	Άγαμος/η	847	70,6
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος/η	302	25,2
	Διαζευγμένος/η	38	3,2
	Χήρος/α	13	1,1
	0	881	73,4
	2	149	12,4
Αριθμός παιδιών	1	123	10,3
	3	42	3,5
	4	4	0,3
	5	1	0,1
Εθνικότητα	Ελληνική	1147	96,0
	Άλλο	48	4,0
	ΑΕΙ	828	69,1
Μορφωτικό επίπεδο	Λύκειο	330	27,5
	Γυμνάσιο	29	2,4
	Δημοτικό	12	1,0
	>1.500€	351	29,3
Οικογενειακό εισόδημα	1.001-1.500€	327	27,3
	601-1.000€	308	25,7
	<600€	214	17,8
	Φοιτητής	561	46,8
Επάγγελμα	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	335	27,9
	Ελεύθερος επαγγελματίας	139	11,6
	Άνεργος	86	7,2
	Οικιακά	47	3,9
	Συνταξιούχος	20	1,7
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	12	1,0

N : Συχνότητα

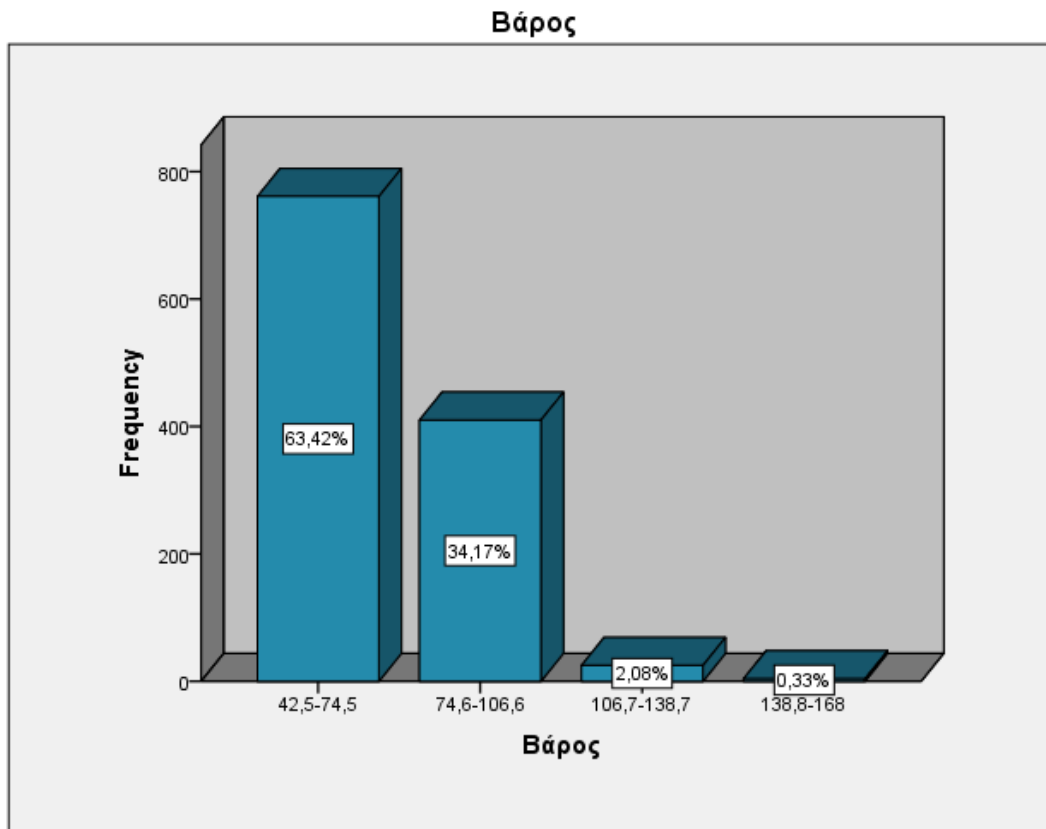
f% : Σχετική συχνότητα



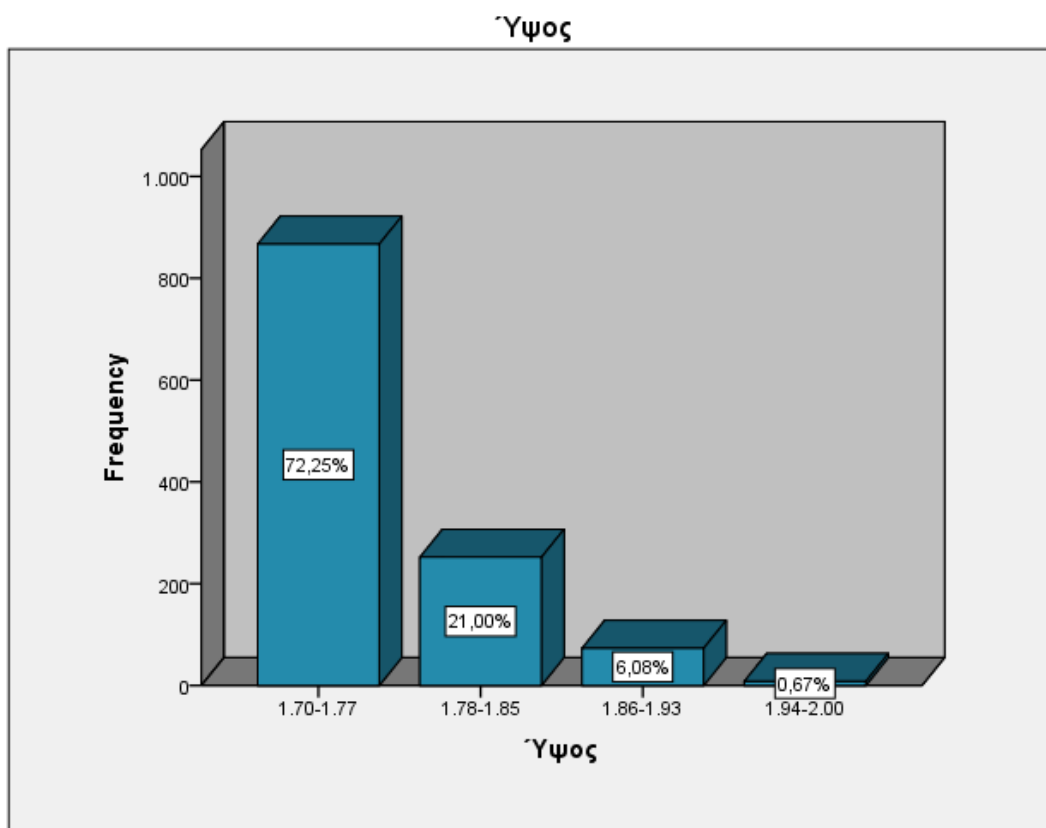
Γράφημα 5.2.3. Φύλο



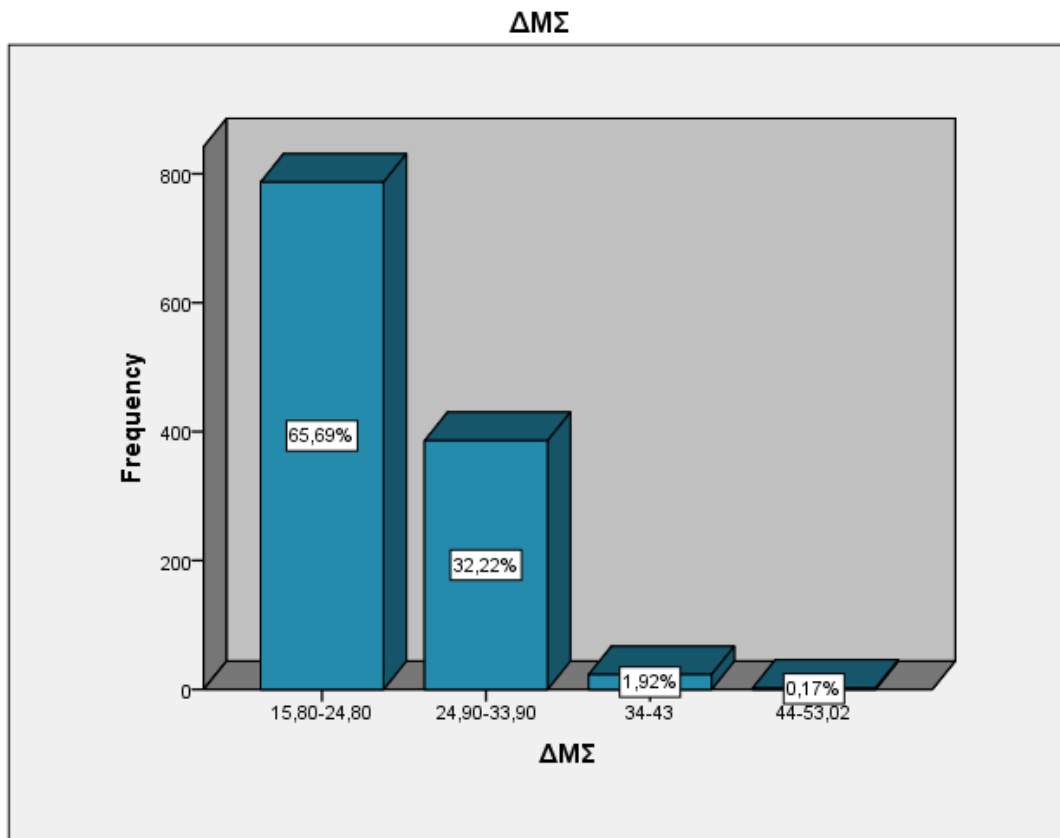
Γράφημα 5.2.4. Ηλικία



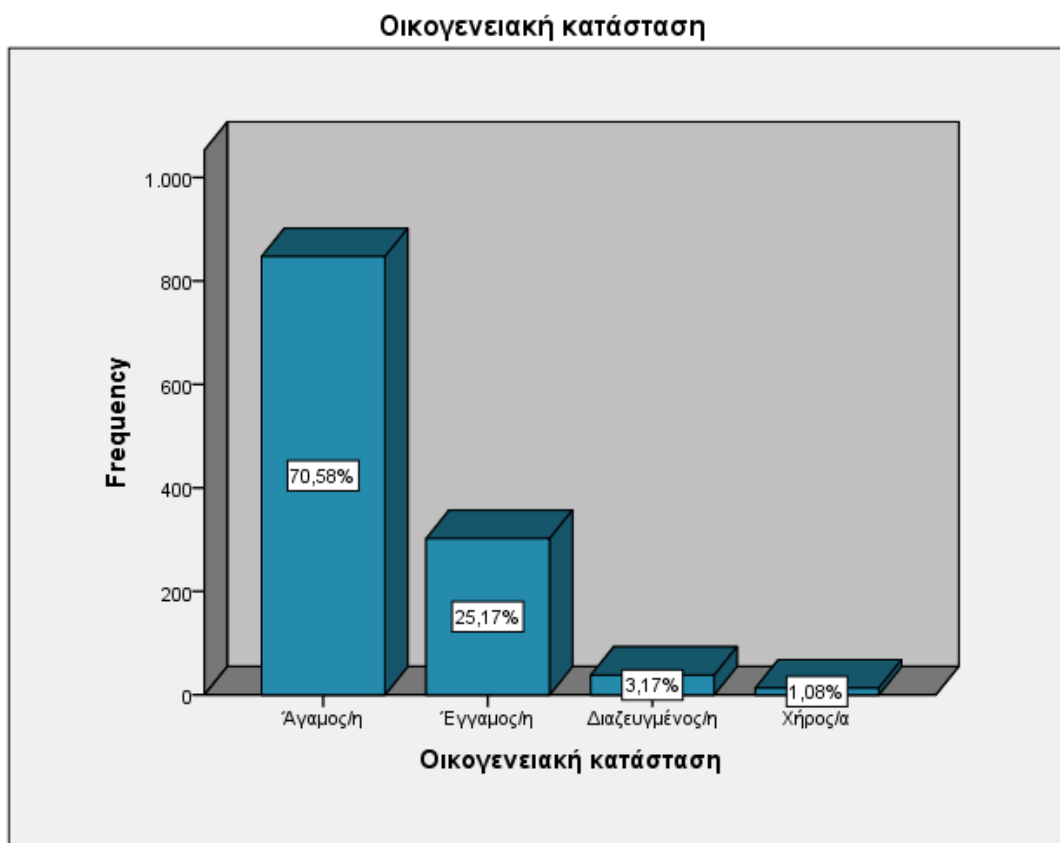
Γράφημα 5.2.5.Βάρος



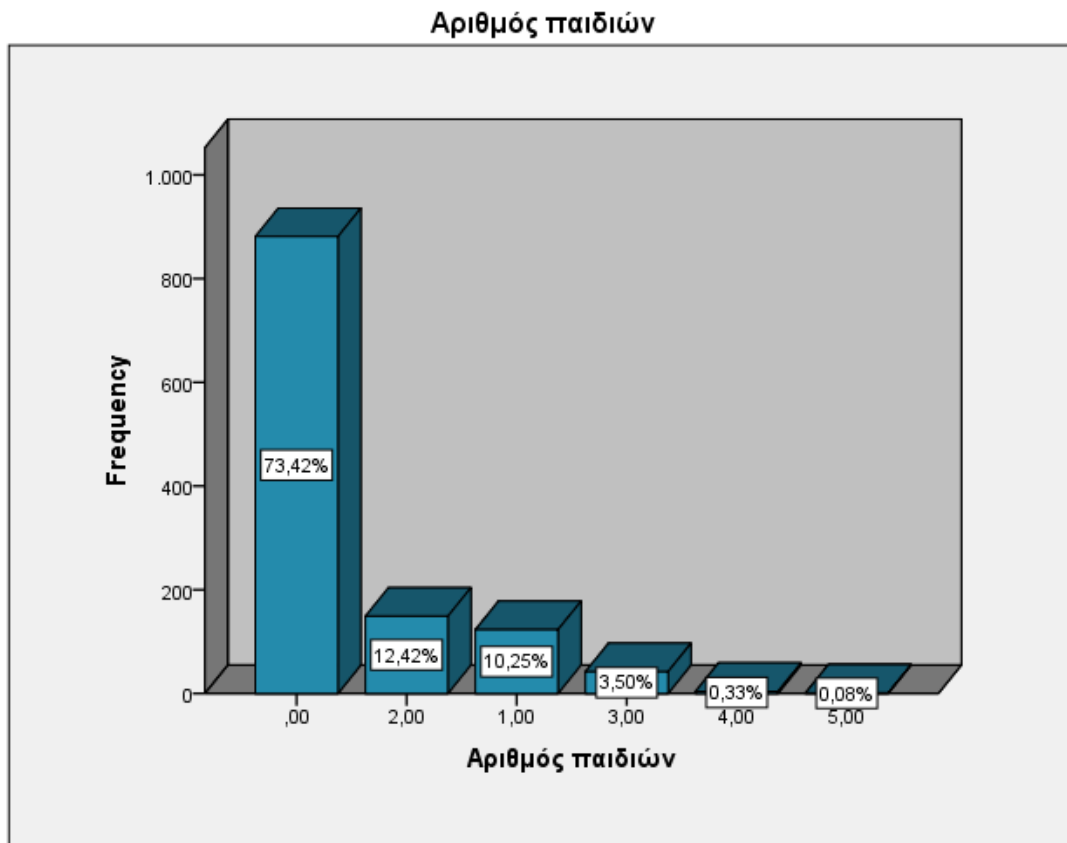
Γράφημα 5.2.6.Ύψος



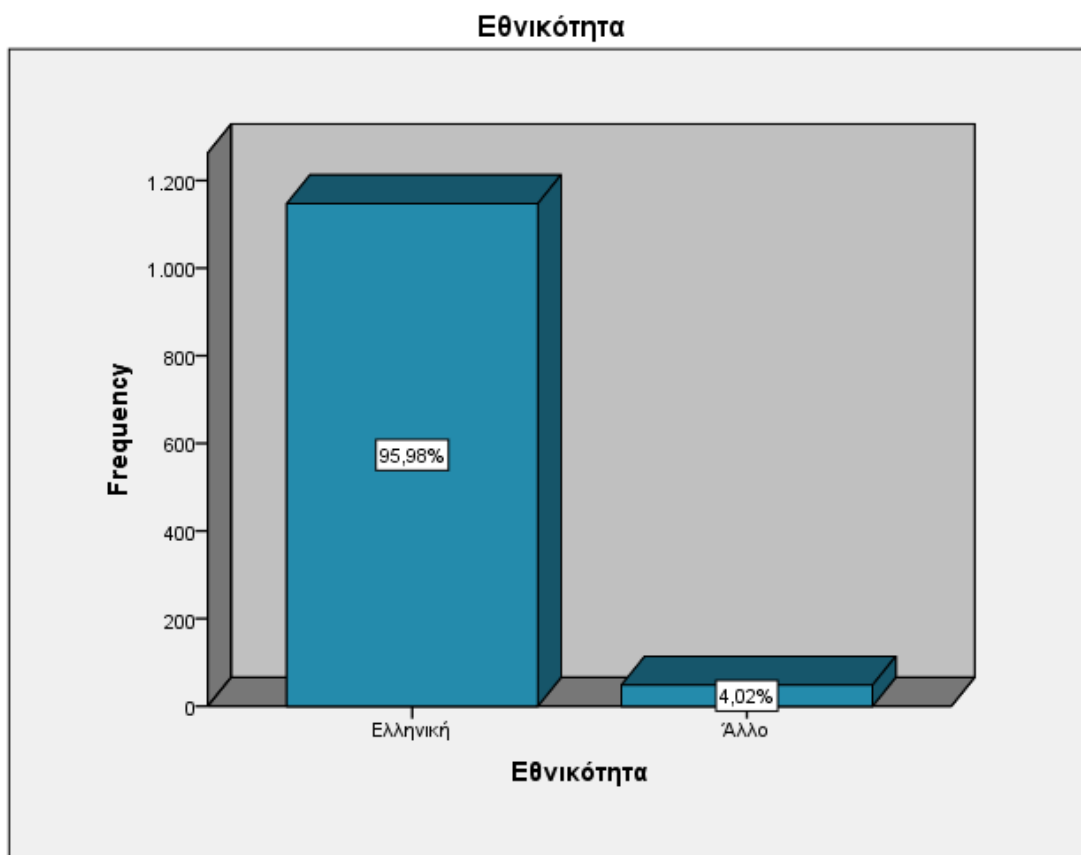
Γράφημα 5.2.7.ΔΜΣ



Γράφημα 5.2.8.Οικογενειακή κατάσταση

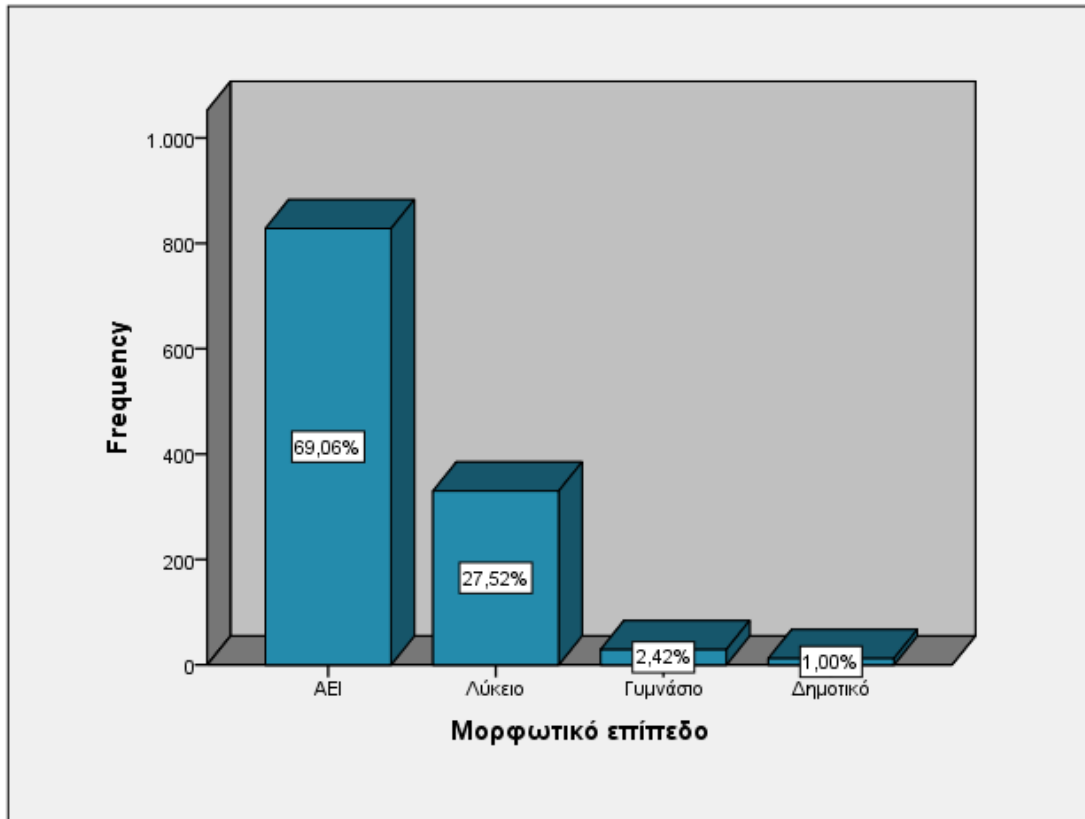


Γράφημα 5.2.9. Αριθμός παιδιών



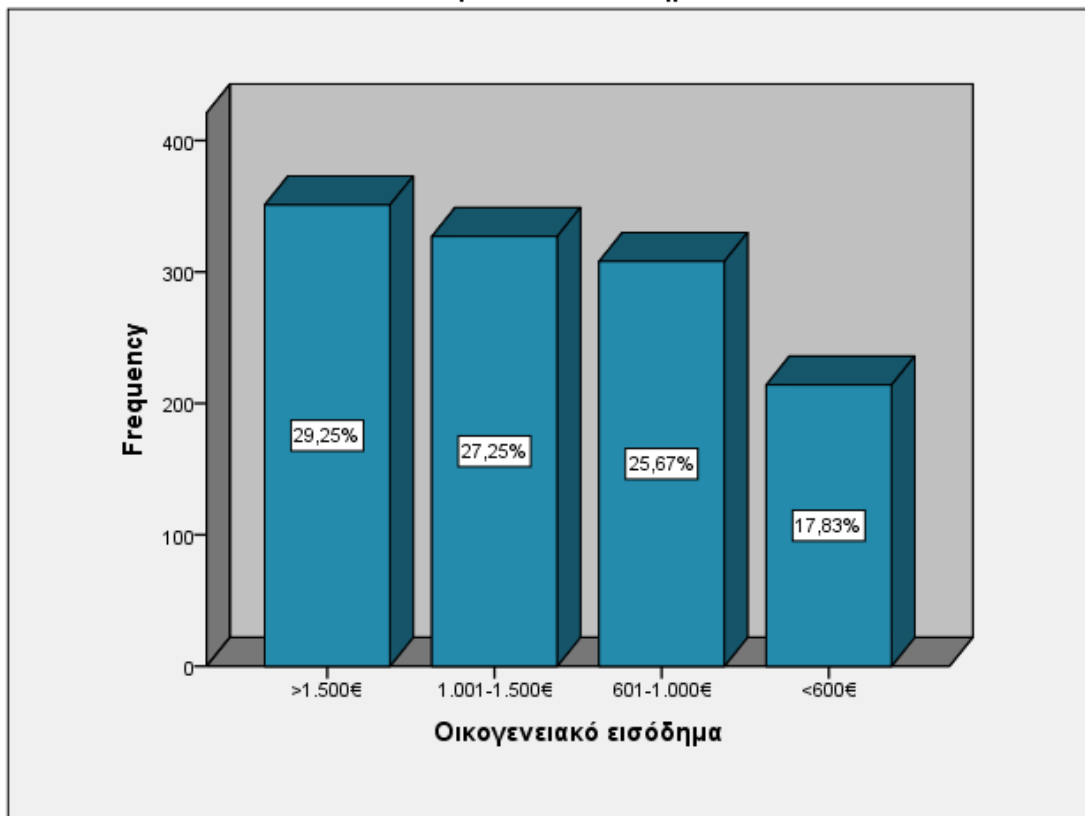
Γράφημα 5.2.10. Εθνικότητα

### Μορφωτικό επίπεδο



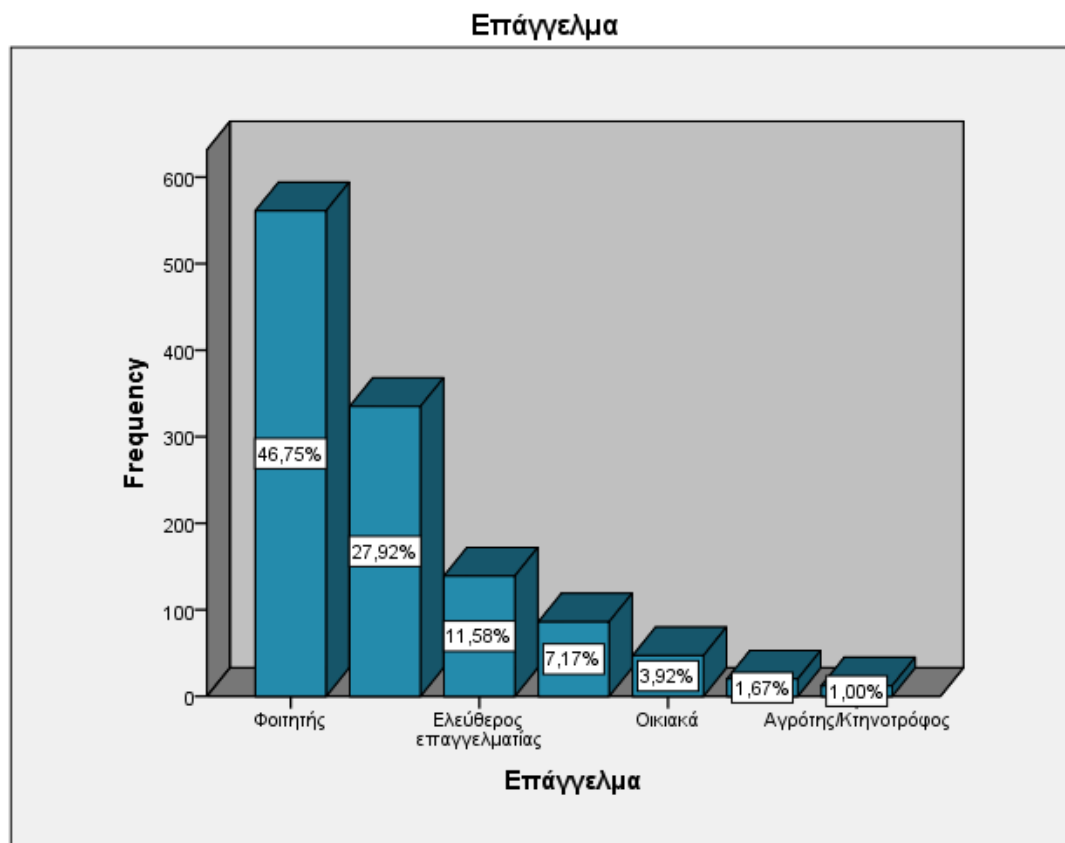
Γράφημα 5.2.11.Μορφωτικό επίπεδο

### Οικογενειακό εισόδημα



Γράφημα 5.2.12.Οικογενειακό εισόδημα





Γράφημα 5.2.13.Επάγγελμα

### ➤ Υγεία και διατροφή

Στην παρούσα ενότητα, παρατίθενται οι ερωτήσεις, οι οποίες σχετίζονται με την υγεία και την διατροφή των ερωτηθέντων. Από τον Πίνακα 3 (και το Γράφημα 14) προκύπτει ότι το 33,8% (N=405) δήλωσε πως ασκείται 3 φορές/εβδομάδα, το 33,2% (N=398) καθόλου, το 22,4% (N=296) 1 φορά/εβδομάδα και το 10,7% (N=128) κάθε μέρα.

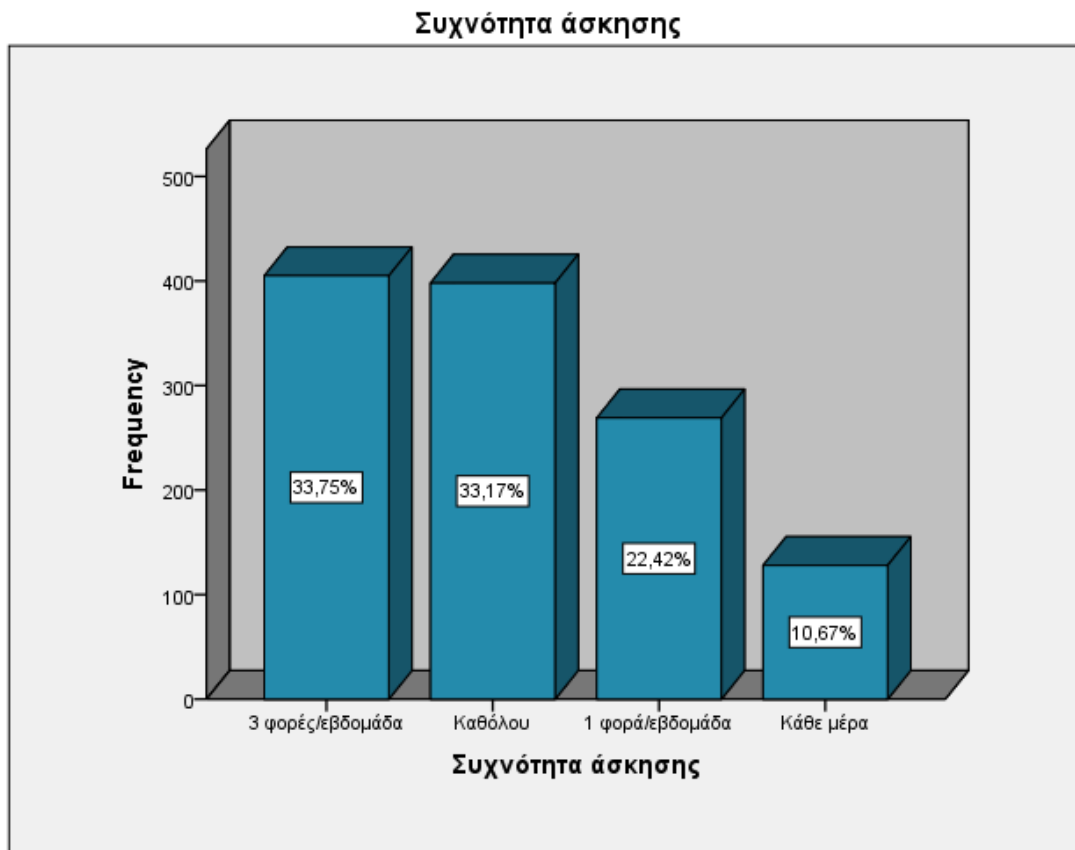
Πίνακας 5.2.3 Συχνότητα άσκησης

Κατηγορίες	N	f%	F
3 φορές/εβδομάδα	405	33,8	33,8
Καθόλου	398	33,2	66,9
1 φορά/εβδομάδα	269	22,4	89,3
Κάθε μέρα	128	10,7	100

N :Συχνότητα

f% : Σχετική συχνότητα

F: Αθροιστική συχνότητα

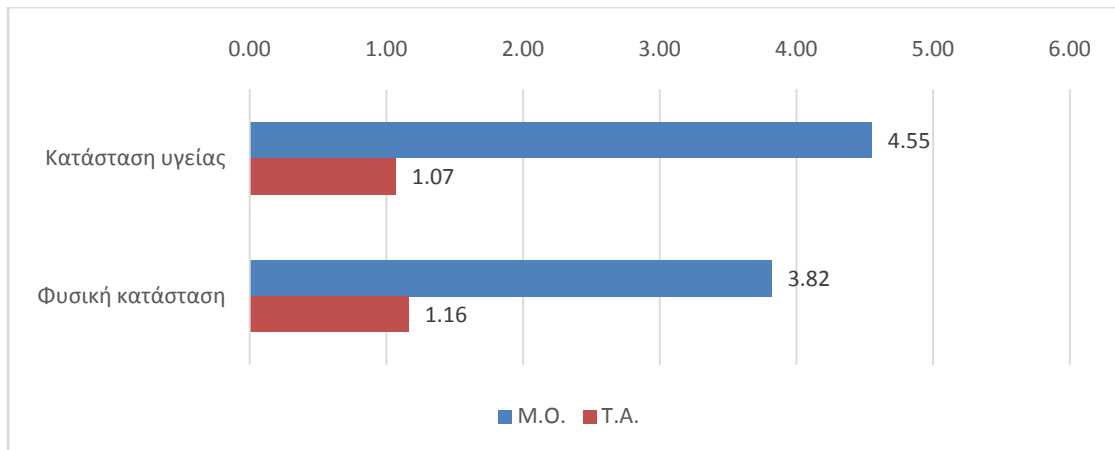


Γράφημα 5.2.14. Συχνότητα άσκησης

Στη συνέχεια παρουσιάζονται ερωτήσεις που αφορούν την κατάσταση υγείας των ερωτηθέντων και απαντώνται σε κλίμακα 1 έως 6 (1-Πολύ κακή, 2-Κακή, 3-Μέτρια, 4-Ικανοποιητική, 5-Καλή, 6-Πολύ καλή). Από τον Πίνακα 4 (και Γράφημα 15) προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες βρέθηκαν μεταξύ του «ικανοποιητική» και «καλή», όσον αφορά το κατά πόσο καλή είναι η κατάσταση της υγείας τους. Σχετική με τη φυσική κατάσταση, δήλωσαν πως την κρίνουν ως ικανοποιητική. Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [1,07, 1,16].

Πίνακας 5.2.4 Κατάσταση υγείας

Κατηγορίες	M.O.	T.A.
Κατάσταση υγείας	4,55	1,07
Φυσική κατάσταση	3,82	1,16



Γράφημα 5.2.15. Κατάσταση υγείας

Παρακάτω παρουσιάζονται οι ερωτήσεις που αφορούν την ετοιμασία και αγορά φαγητού. Από τον Πίνακα 5 (και τα Γραφήματα 16-17) προκύπτει ότι το 46,4% του δείγματος (N=557) αναλαμβάνει μόνο του την ετοιμασία του φαγητού, το 28,3% (N=339) δήλωσε πως την αναλαμβάνει άλλος, το 18,1% (N=217) τη μοιράζεται, ενώ το 7,3% (N=87) απάντησε πως την αναλαμβάνει ο/η σύζυγος.

Το 40,8% (N=489) αγοράζει τα τρόφιμα μόνο του, το 33,4% (N=401) τα μοιράζεται με άλλον, το 21,0% (N=252) δήλωσε πως τα αγοράζει άλλος και το 4,8% (N=58) ο/η σύζυγος.

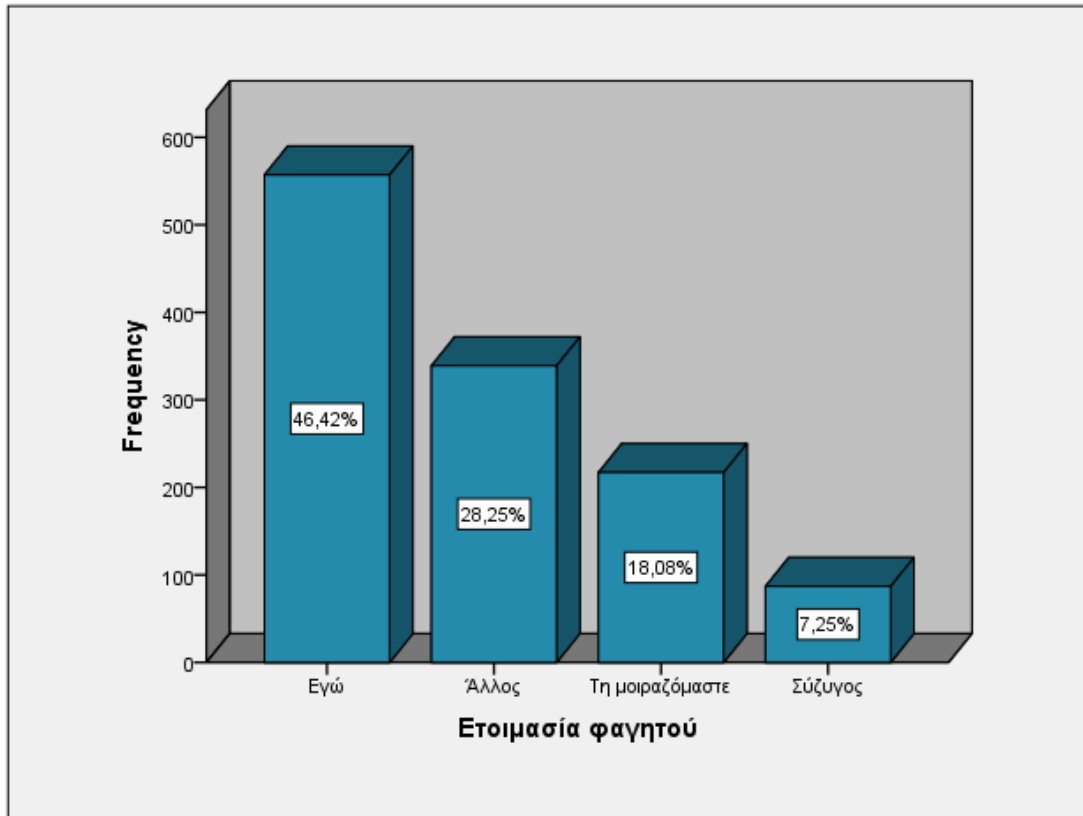
Πίνακας 5.2.5 Ετοιμασία και αγορά φαγητού

Ερωτήσεις	Κατηγορίες	N	f%
Ετοιμασία φαγητού	Εγώ	557	46,4
	Άλλος	339	28,3
	Τη μοιραζόμαστε	217	18,1
	Σύζυγος	87	7,3
Αγορά τροφίμων	Εγώ	489	40,8
	Τα μοιραζόμαστε	401	33,4
	Άλλος	252	21,0
	Σύζυγος	58	4,8

N : Συχνότητα

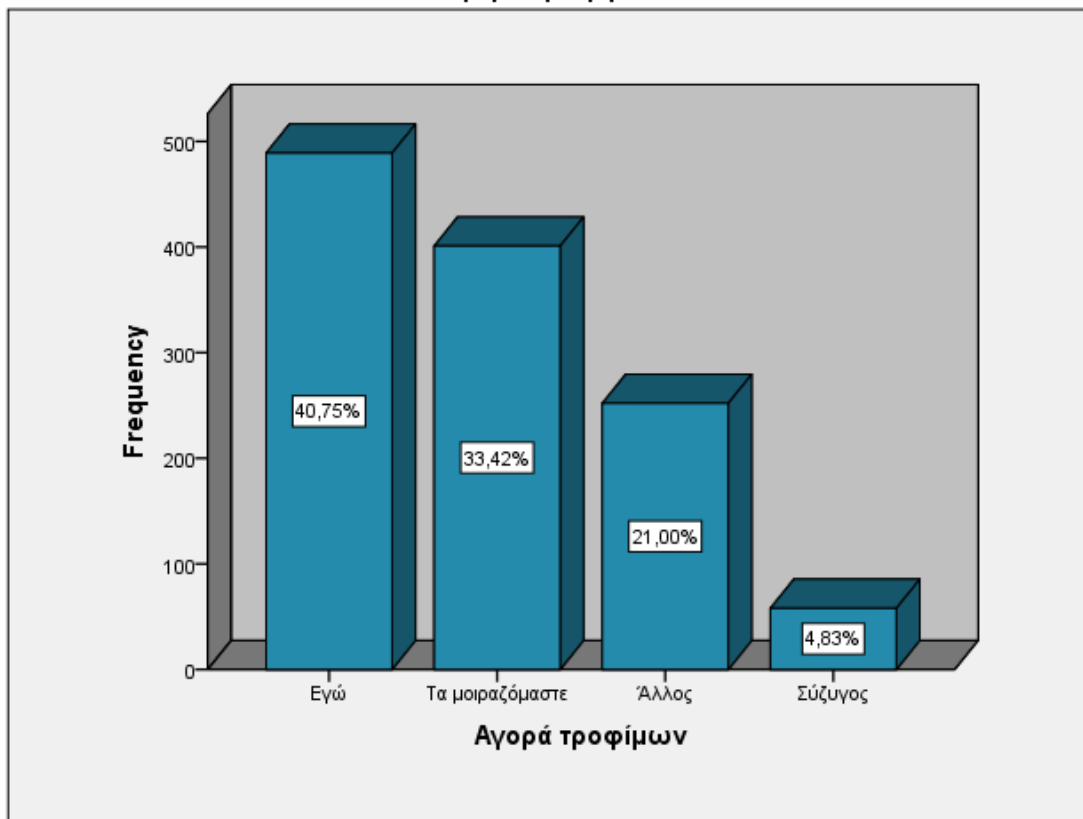
f% : Σχετική συχνότητα

### Ετοιμασία φαγητού



Γράφημα 5.2.16.Ετοιμασία φαγητού

### Αγορά τροφίμων

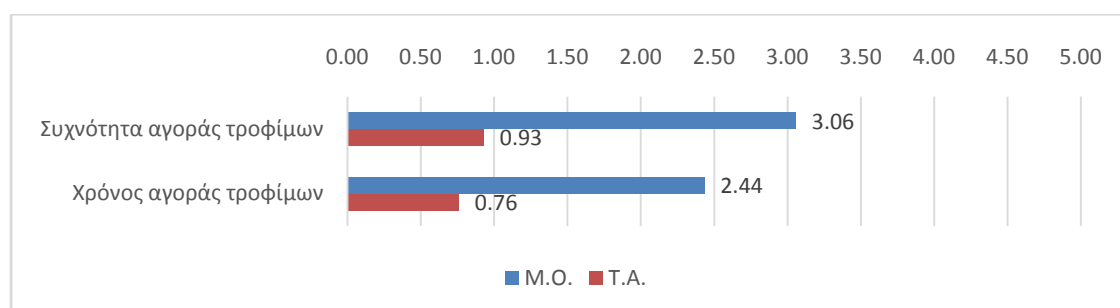


Γράφημα 5.2.17.Αγορά φαγητού

Ακολουθεί η παρουσίαση των ερωτήσεων που αφορούν τη συχνότητα και τον χρόνο αγοράς των τροφίμων, οι οποίες απαντώνται μέσω 5βάθμιας κλίμακας likert (1-Ποτέ, 2-1 φορά/μήνα, 3-1 φορά/εβδομάδα, 4-3 φορές/εβδομάδα, 5-Κάθε μέρα και 1-Καθόλου, 2-15 λεπτά, 3- 1 ώρα, 4-2 ώρες, 5-Πάνω από 2 ώρες). Από τον Πίνακα 6 (και το Γράφημα 18) προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες αγοράζουν τρόφιμα 1 φορά/εβδομάδα. Σχετικά με το χρόνο αγοράς τροφίμων, βρέθηκαν ανάμεσα στην κλίμακα «15 λεπτά» και «1 ώρα». Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [0,76, 0,93].

Πίνακας 5.2.6 Συχνότητα και χρόνος αγοράς τροφίμων

Κατηγορίες	Μ.Ο.	Τ.Α.
Συχνότητα αγοράς τροφίμων	3,06	0,93
Χρόνος αγοράς τροφίμων	2,44	0,76



Γράφημα 5.2.18. Συχνότητα και χρόνος αγοράς τροφίμων

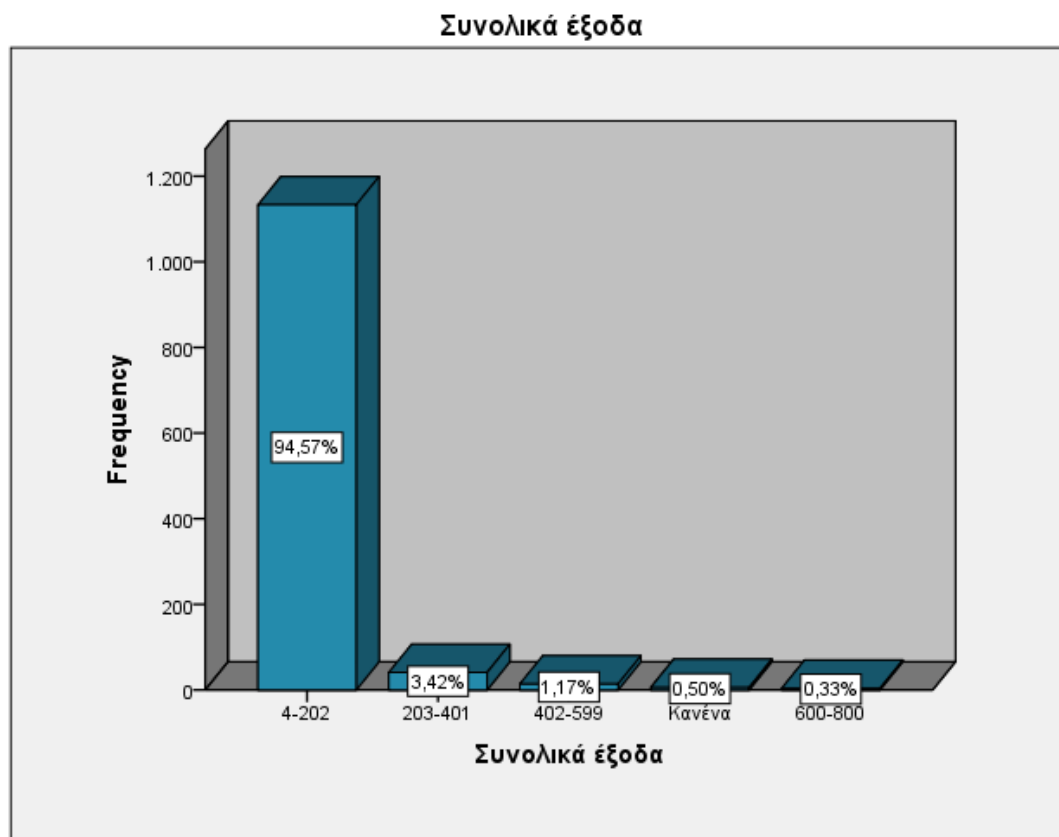
Παρακάτω, αναγράφονται τα συνολικά έξοδα και τα έξοδα διατροφής των ερωτηθέντων. Από τον Πίνακα 7 (και τα Γραφήματα 19-20) προκύπτει ότι, το 94,6% (N=1133) δήλωσε συνολικά έξοδα 4-202€, το 3,4% (N=41) 203-401€, το 1,3% (N=14) 402-599€, το 0,5% (N=6) κανένα έξοδο και το 0,3% (N=4) 600-800€. Σχετικά με τα έξοδα διατροφής, το 97,2% (N=1166) ανέφερε 2-200€, το 1,4% (N=17) 201-399€, το 0,8% (N=9) κανένα έξοδο και το 0,5% (N=6) 400-600€.

Πίνακας 5.2.7 Έξοδα

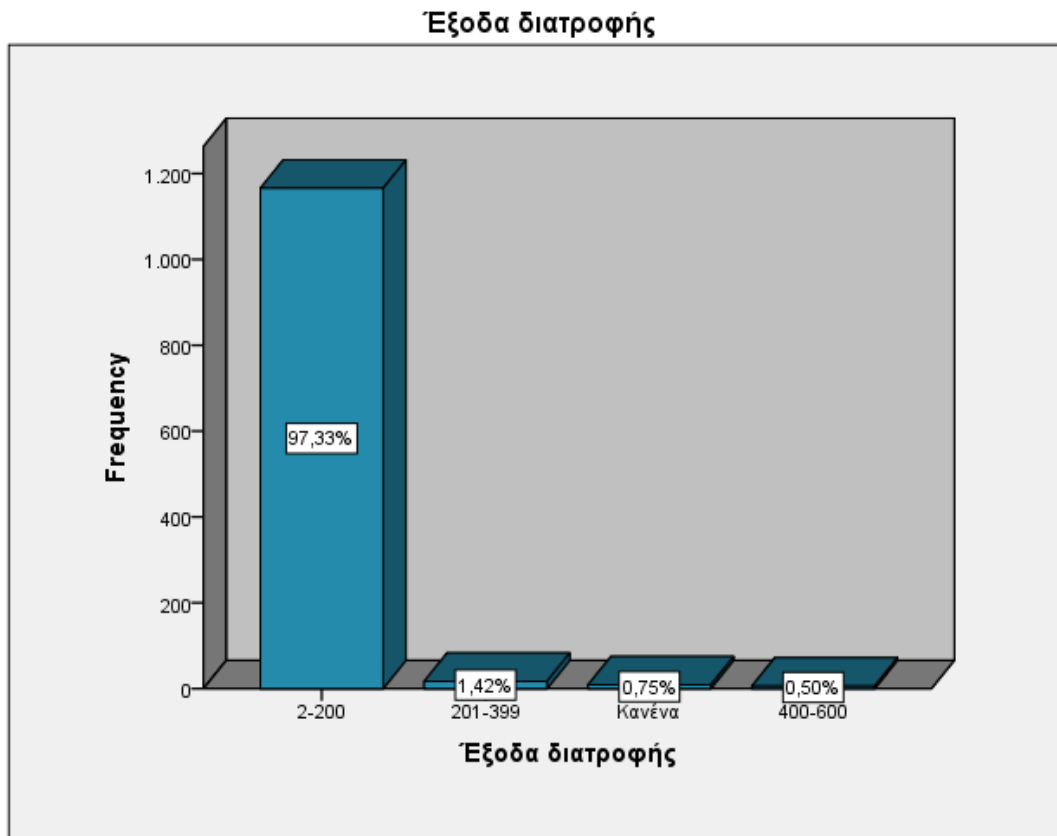
Ερωτήσεις	Κατηγορίες	N	f%
Συνολικά έξοδα (€)	4-202	1133	94,6
	203-401	41	3,4
	402-599	14	1,2
	Κανένα	6	0,5
	600-800	4	0,3
Έξοδα διατροφής (€)	2-200	1166	97,2
	201-399	17	1,4
	Κανένα	9	0,8
	400-600	6	0,5

N : Συχνότητα

f% : Σχετική συχνότητα



Γράφημα 5.2. 19. Συνολικά έξοδα



Γράφημα 5.2.20. Έξοδα διατροφής

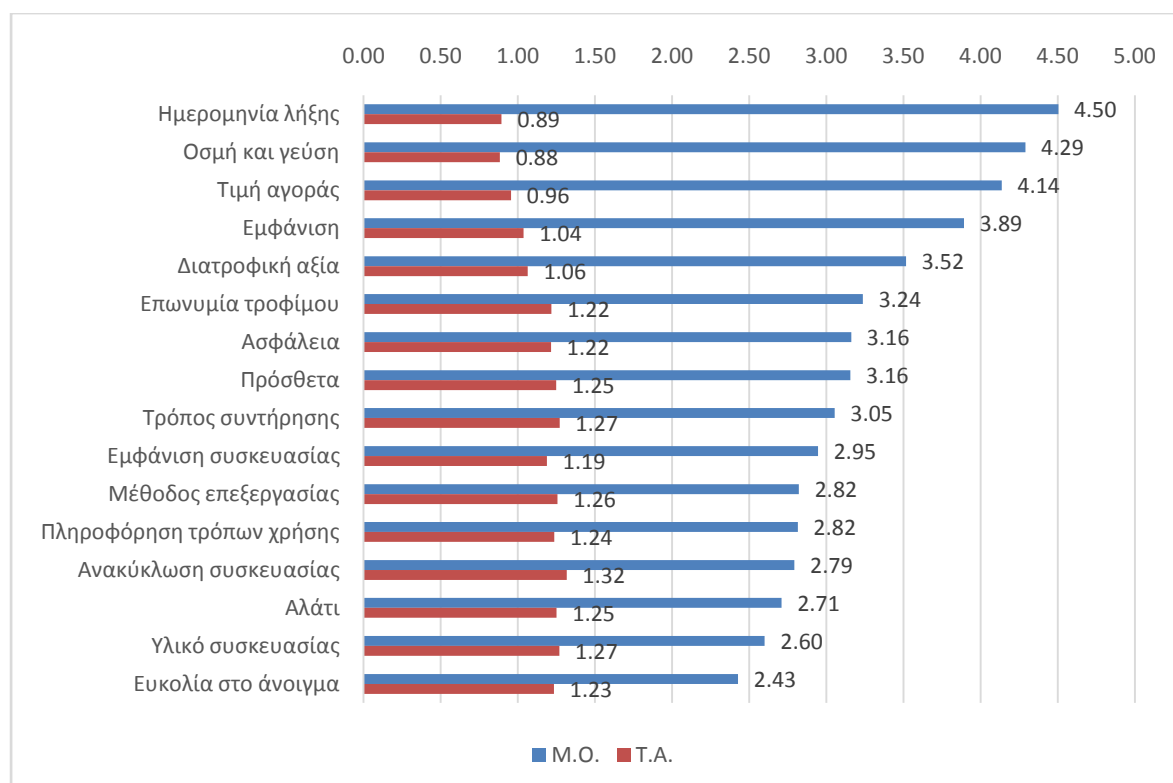
➤ **Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων**

Παρακάτω παρατίθενται οι ερωτήσεις που αναφέρονται στους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την αγορά τροφίμων και απαντώνται μέσω 5βάθμιας κλίμακας likert (1-Καθόλου, 2-Λίγο, 3- Αρκετά, 4-Πολύ, 5-Πάρα πολύ). Από τον Πίνακα 8 (και Γράφημα 21) προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες βρέθηκαν μεταξύ του «πολύ» και «πάρα πολύ», όσον αφορά το κατά πόσο επηρεάζονται από την ημερομηνία λήξης κατά την αγορά τους (Μ.Ο.=4,50). Επίσης, επηρεάζονται πολύ από την οσμή και γεύση (Μ.Ο.=4,29), την τιμή αγοράς (Μ.Ο.=4,14) και την εμφάνιση (Μ.Ο.=3,89). Ακόμη, βρέθηκαν μεταξύ του «αρκετά» και του «πολύ», σχετικά με το κατά πόσο επηρεάζει η διατροφική αξία τις αγορές τους (Μ.Ο.=3,52). Στη συνέχεια, τους επηρεάζει αρκετά η επωνυμία τους τροφίμου(Μ.Ο.=3,24), η ασφάλεια (Μ.Ο.=3,16), ο τρόπος συντήρησης (Μ.Ο.=3,05), η εμφάνιση συσκευασίας (Μ.Ο.=2,95), η μέθοδος επεξεργασίας (Μ.Ο.=2,82), η ανακύκλωση συσκευασίας (Μ.Ο.=2,79) και το αλάτι (Μ.Ο.=2,71). Τέλος, οι απαντήσεις τους τοποθετήθηκαν

ανάμεσα στην κλίμακα «λίγο» και «αρκετά», σχετικά με το κατά πόσο επηρεάζει τις αγορές τους το υλικό συσκευασίας (Μ.Ο.=2,60) και η ευκολία στο άνοιγμα (Μ.Ο.=2,43). Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [0,88, 1,32].

Πίνακας 5.2.8 Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων

Κατηγορίες	Μ.Ο.	Τ.Α.
Ημερομηνία λήξης	4,50	0,89
Οσμή και γεύση	4,29	0,88
Τιμή αγοράς	4,14	0,96
Εμφάνιση	3,89	1,04
Διατροφική αξία	3,52	1,06
Επωνυμία τροφίμου	3,24	1,22
Ασφάλεια	3,16	1,22
Πρόσθετα	3,16	1,25
Τρόπος συντήρησης	3,05	1,27
Εμφάνιση συσκευασίας	2,95	1,19
Μέθοδος επεξεργασίας	2,82	1,26
Πληροφόρηση τρόπων χρήσης	2,82	1,24
Ανακύκλωση συσκευασίας	2,79	1,32
Αλάτι	2,71	1,25
Υλικό συσκευασίας	2,60	1,27
Ευκολία στο άνοιγμα	2,43	1,23



Γράφημα 5.2.21. Παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων



### ➤ Ετικέτες τροφίμων

Σε αυτήν την ενότητα παρατίθενται οι ερωτήσεις, οι οποίες σχετίζονται με τις ετικέτες τροφίμων. Από τον Πίνακα 9 (και το Γράφημα 22) προκύπτει ότι το 87,8% του δείγματος (N=1054) δήλωσαν πως πρέπει να είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους, το 9,2% (N=110) δήλωσε πως δεν γνωρίζει και το 3,0% (N=36) δήλωσε πως δε θα πρέπει να είναι υποχρεωτική.

Πίνακας 5.2.9 *Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους;*

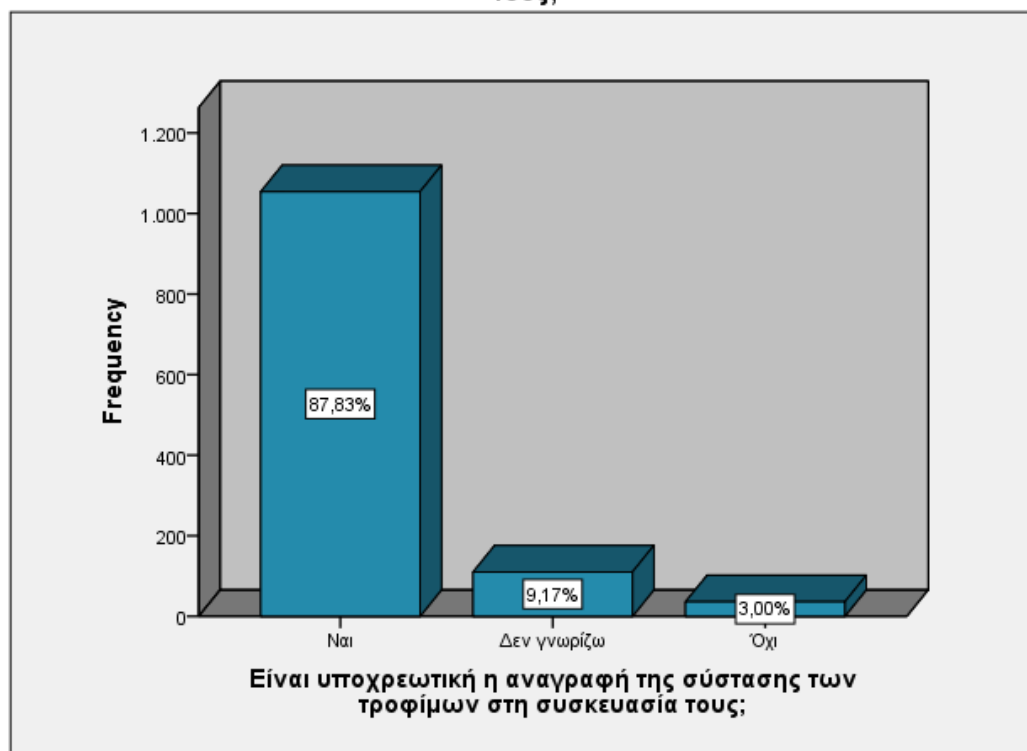
Κατηγορίες	N	f%	F
Ναι	1054	87,8	87,8
Δεν γνωρίζω	110	9,2	97
Όχι	36	3	100

N : Συχνότητα

f% : Σχετική συχνότητα

F: Αθροιστική συχνότητα

**Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους;**



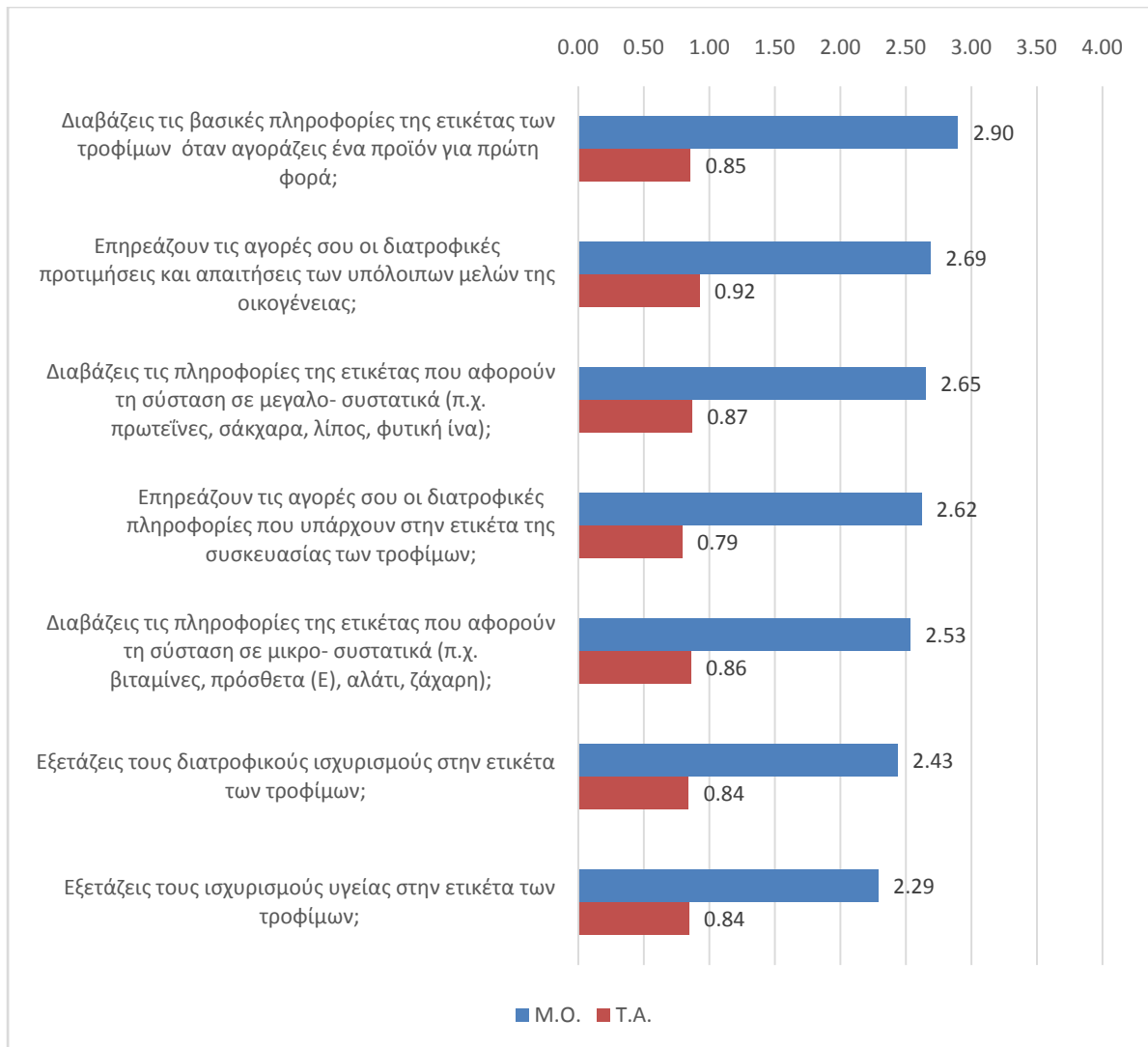
Γράφημα 5.2.22. Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους;

Παρακάτω, παρατίθενται οι ερωτήσεις, οι οποίες απαντώνται σε κλίμακα likert 1 ως 4 (1-Ποτέ 2-Σπάνια, 3- Συχνά, 4-Πάντοτε). Από τον Πίνακα 10 (και το Γράφημα 23) προκύπτει, ότι οι ερωτηθέντες διαβάζουν συχνά τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά (Μ.Ο.=2,90), επηρεάζουν συχνά τις αγορές τους οι διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας (Μ.Ο.=2,69), διαβάζουν συχνά τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλο-συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα) (Μ.Ο.=2,65), όπως επίσης και συχνά επηρεάζουν τις αγορές τους οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα της συσκευασίας των τροφίμων (Μ.Ο.=2,62).

Ακόμη, βρέθηκαν μεταξύ του «σπάνια» και του «συχνά», όσον αφορά το κατά πόσο συχνά διαβάζουν τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μικρο-συστατικά (π.χ. βιταμίνες, πρόσθετα (E), αλάτι, ζάχαρη) (Μ.Ο.=2,53), όπως και κατά πόσο εξετάζουν τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων (Μ.Ο.=2,43). Τέλος, δήλωσαν πως σπάνια εξετάζουν τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων (Μ.Ο.=2,43). Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [0,79, 0,92].

Πίνακας 5.2.10. *Ετικέτες τροφίμων*

<b>Κατηγορίες</b>	<b>Μ.Ο.</b>	<b>Τ.Α.</b>
Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;	2,90	0,85
Επηρεάζουν τις αγορές σου οι διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας;	2,69	0,92
Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλο-συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);	2,65	0,87
Επηρεάζουν τις αγορές σου οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα της συσκευασίας των τροφίμων;	2,62	0,79
Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μικρο-συστατικά (π.χ. βιταμίνες, πρόσθετα (E), αλάτι, ζάχαρη);	2,53	0,86
Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων;	2,43	0,84
Εξετάζεις τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων;	2,29	0,84



Γράφημα 5.2.23.Ετικέτες τροφίμων

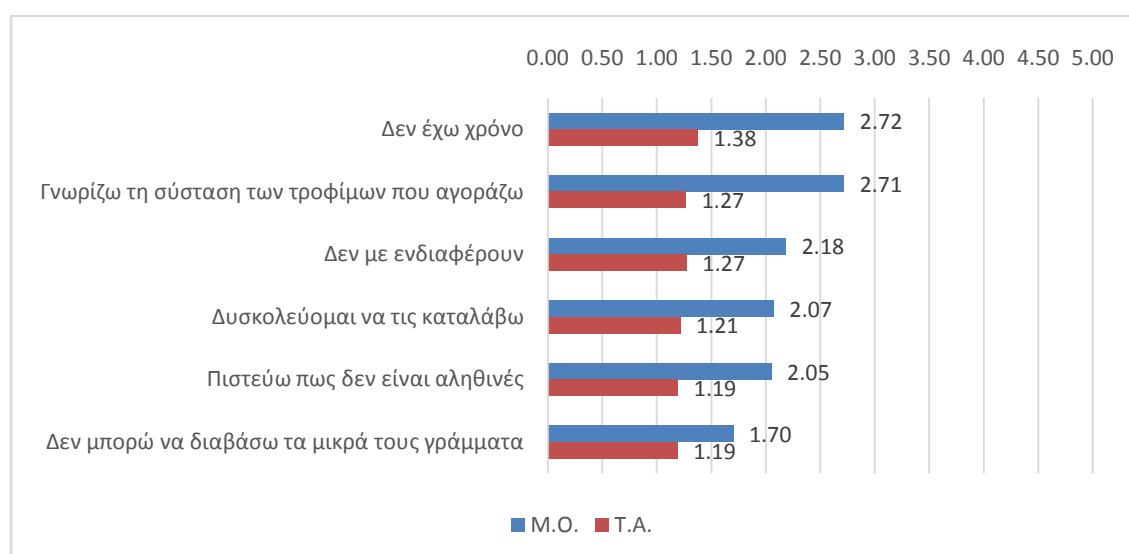
### ➤ Λόγοι αποφυγής ανάγνωσης της ετικέτας

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται οι λόγοι που οδηγούν τους ερωτηθέντες στο να μη διαβάζουν τις ετικέτες τροφίμων. Οι ερωτήσεις απαντώνται σε κλίμακα likert 1 έως 5 (1-Καθόλου, 2-Λίγο, 3- Αρκετά, 4-Πολύ, 5-Πάρα πολύ). Από τον Πίνακα 11 (και το Γράφημα 24) προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες δε διαβάζουν αρκετά τις ετικέτες επειδή δεν έχουν χρόνο (Μ.Ο.=2,72) και επειδή γνωρίζουν αρκετά την σύσταση των τροφίμων που αγοράζουν (Μ.Ο.=2,71). Επίσης, δήλωσαν πως συμφωνούν λίγο ότι δεν τους ενδιαφέρουν οι ετικέτες (Μ.Ο.=2,18), ότι δυσκολεύονται να τις καταλάβουν (Μ.Ο.=2,07), ότι πιστεύουν ότι δεν είναι αληθινές (Μ.Ο.=2,05), όπως και λίγο συμφωνούν ότι δεν μπορούν να διαβάσουν τα μικρά

τους γράμματα(M.O.=1,70).Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [1,19, 1,38].

Πίνακας 5.2.11 *Λόγοι αποφυγής ανάγνωσης των ετικετών*

Κατηγορίες	M.O.	T.A.
Δεν έχω χρόνο	2,72	1,38
Γνωρίζω τη σύσταση των τροφίμων που αγοράζω	2,71	1,27
Δεν με ενδιαφέρουν	2,18	1,27
Δυσκολεύομαι να τις καταλάβω	2,07	1,21
Πιστεύω πως δεν είναι αληθινές	2,05	1,19
Δεν μπορώ να διαβάσω τα μικρά τους γράμματα	1,70	1,19



Γράφημα 5.2.24. *Λόγοι αποφυγής ανάγνωσης των ετικετών*

### ➤ Εξέταση πληροφοριών ετικέτας

Παρακάτω οι ερωτηθέντες καλούνται να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας τους με τις παρακάτω προτάσεις, οι οποίες αφορούν την εξέταση πληροφοριών ετικέτας στις αγορές τροφίμων. Οι ερωτήσεις απαντώνται μέσω πενταβάθμιας κλίμακας likert (1-Διαφωνώ απόλυτα, 2-Διαφωνώ λίγο, 3- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ, 4-Συμφωνώ λίγο, 5-Συμφωνώ απόλυτα). Από τον Πίνακα 12 (και το Γράφημα 25) προκύπτει, ότι οι ερωτηθέντες βρέθηκαν μεταξύ του «συμφωνώ λίγο» και «συμφωνώ απόλυτα» όσον αφορά το κατά πόσο ελέγχουν πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων(M.O.=4,55). Επίσης, δήλωσαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν ότι διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες γιατί

ενδιαφέρονται για την υγεία τους και επειδή γνωρίζουν αρκετά την σύσταση των τροφίμων που αγοράζουν (Μ.Ο.=3,27), ελέγχουν πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων(Μ.Ο.=3,20) διαβάζουν τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρονται για σωστή διατροφή (Μ.Ο.=3,10), διαβάζουν πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας(Μ.Ο.=2,98), προτιμούν να επιλέγουν τις χάρτινες συσκευασίες (Μ.Ο.=2,79), δεν αγοράζουν ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες (Μ.Ο.=2,77), προτιμούν να επιλέγουν τις γυάλινες συσκευασίες (Μ.Ο.=2,76), επιλέγουν πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά (Μ.Ο.=2,65), προσπαθούν να επιλέγουν πάντα οικολογικές συσκευασίες (Μ.Ο.=2,64), τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα (Μ.Ο.=2,57) και συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες (Μ.Ο.=2,57). Ακόμη, ανέφεραν πως διαφωνούν λίγο ότι προσπαθούν να επιλέγουν πάντα καινοτομικές συσκευασίες (Μ.Ο.=2,35), τις πλαστικές συσκευασίες (Μ.Ο.=1,99), όπως επίσης και διαφωνούν λίγο με τη θέση ότι δεν διαβάζουν ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνουν (Μ.Ο.=1,88). Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [0,82, 1,69].

Πίνακας 5.2.12 *Πραγματοποίηση αγοράς τροφίμων*

<b>Κατηγορίες</b>	<b>Μ.Ο.</b>	<b>Τ.Α.</b>
Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων	4,55	0,82
Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου	3,27	1,16
Ελέγχω πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων	3,20	1,69
Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή	3,10	1,17
Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας	2,98	1,19
Προτιμώ να επιλέγω τις χάρτινες συσκευασίες	2,79	1,27
Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες	2,77	1,38
Προτιμώ να επιλέγω τις γυάλινες συσκευασίες	2,76	1,27
Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά	2,65	1,20
Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες	2,64	1,16
Προτιμώ πάντα τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα	2,57	1,21
Επιλέγω μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες	2,57	1,23
Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες	2,35	1,06
Προτιμώ να επιλέγω τις πλαστικές συσκευασίες	1,99	0,99
Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνω	1,88	1,15



Γράφημα 5.2.25. Πραγματοποίηση αγοράς τροφίμων

### ➤ Γνώσεις Σ.Η.Δ.

Στην παρούσα ενότητα, οι ερωτηθέντες καλούνται να δουν τη σήμανση με βάση την συνιστώμενη ημερήσια δόση και να απαντήσουν στις παρακάτω ερωτήσεις. Από τον Πίνακα 13 (και τα Γραφήματα 26-30) προκύπτει ότι το 52,0% (N=624) δήλωσε **σωστά** πως το τρόφιμο δεν είναι πολύ θερμιδογόνο, ενώ το 48,0% (N=576) δήλωσε **λανθασμένα** πως είναι. Ακόμη, το 75,0% (N=900) ανέφερε **σωστά** πως η περιεκτικότητα σε σάκχαρα είναι υψηλή, ενώ το

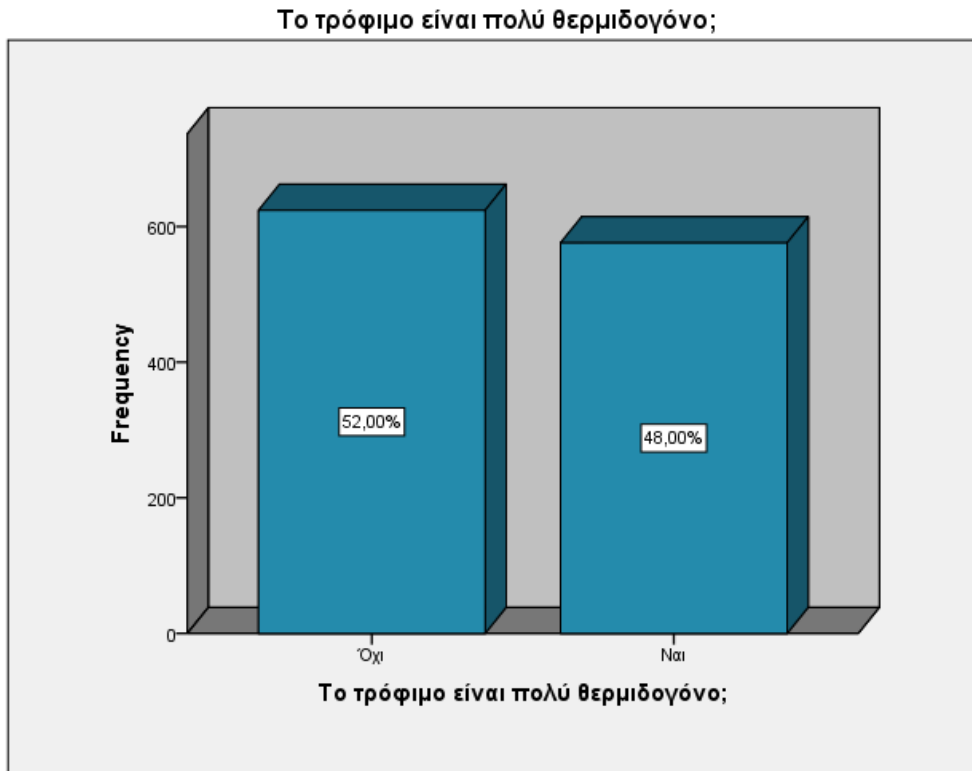
υπόλοιπο 25,0% (N=300) έκρινε **λανθασμένα** πως δεν είναι. Στη συνέχεια, το 51,2% (N=614) απάντησε **λανθασμένα** πως η περιεκτικότητα σε λίπη δεν είναι περιορισμένη, ενώ το 48,8% (N=586) απάντησε **σωστά** πως είναι. Επιπλέον, το 55,1% (N=661) ανέφερε **σωστά** πως η περιεκτικότητα σε κορεσμένα λίπη δεν είναι χαμηλή, ενώ το 44,9% (N=539) δήλωσε **λανθασμένα** πως είναι χαμηλή. Τέλος, το 50,9% (N=610) έκρινε **λανθασμένα** πως η περιεκτικότητα σε αλάτι δεν ήταν υψηλή, σε αντίθεση με το υπόλοιπο 49,1% (N=589), το οποίο θεώρησε **σωστά** πως ήταν υψηλή.

Πίνακας 5.2.13 Συνιστώμενη Ημερήσια Δόση - Σ.Η.Δ

Ερωτήσεις	Κατηγορίες	N	f%
Το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο;	Όχι	624	52
	Ναι	576	48
Η περιεκτικότητα σε σάκχαρα είναι υψηλή;	Ναι	900	75,0
	Όχι	300	25,0
Η περιεκτικότητα σε λίπη είναι περιορισμένη;	Όχι	614	51,2
	Ναι	586	48,8
Η περιεκτικότητα σε κορεσμένα λίπη είναι χαμηλή;	Όχι	661	55,1
	Ναι	539	44,9
Η περιεκτικότητα σε αλάτι είναι υψηλή;	Όχι	610	50,9
	Ναι	589	49,1

N : Συχνότητα

f% : Σχετική συχνότητα

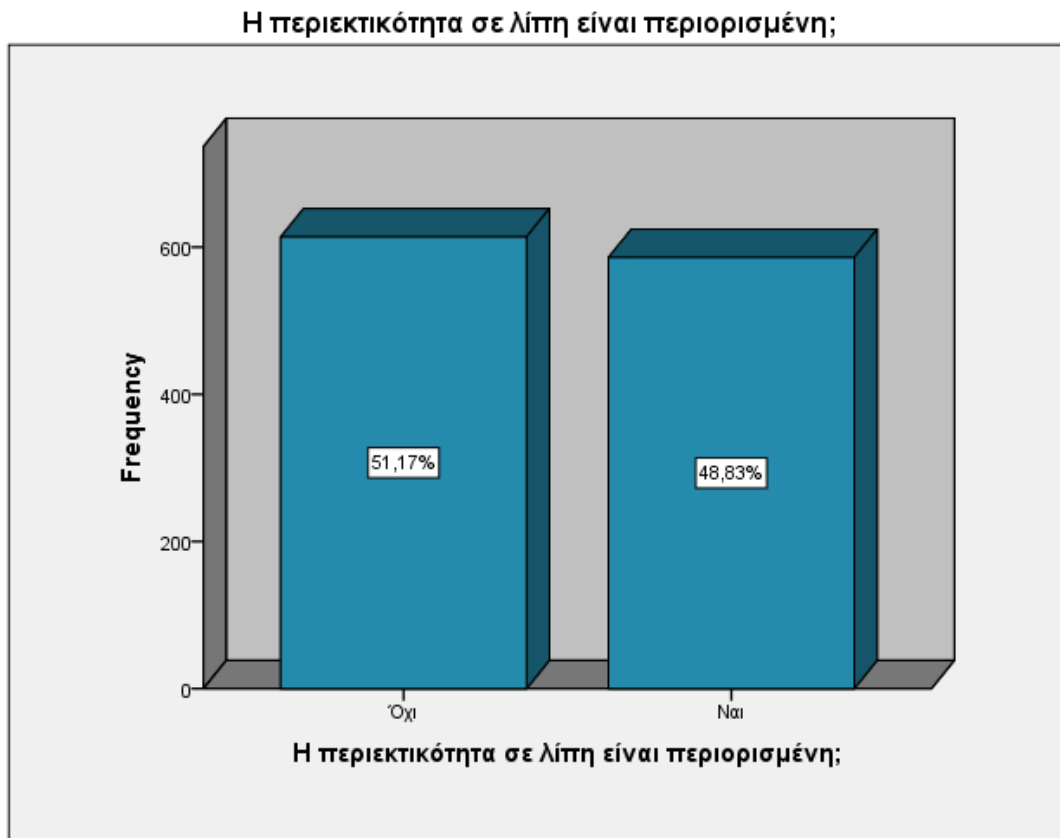


Γράφημα 5.2.26. Το τρόφιμο είναι πολύ θερμιδογόνο;

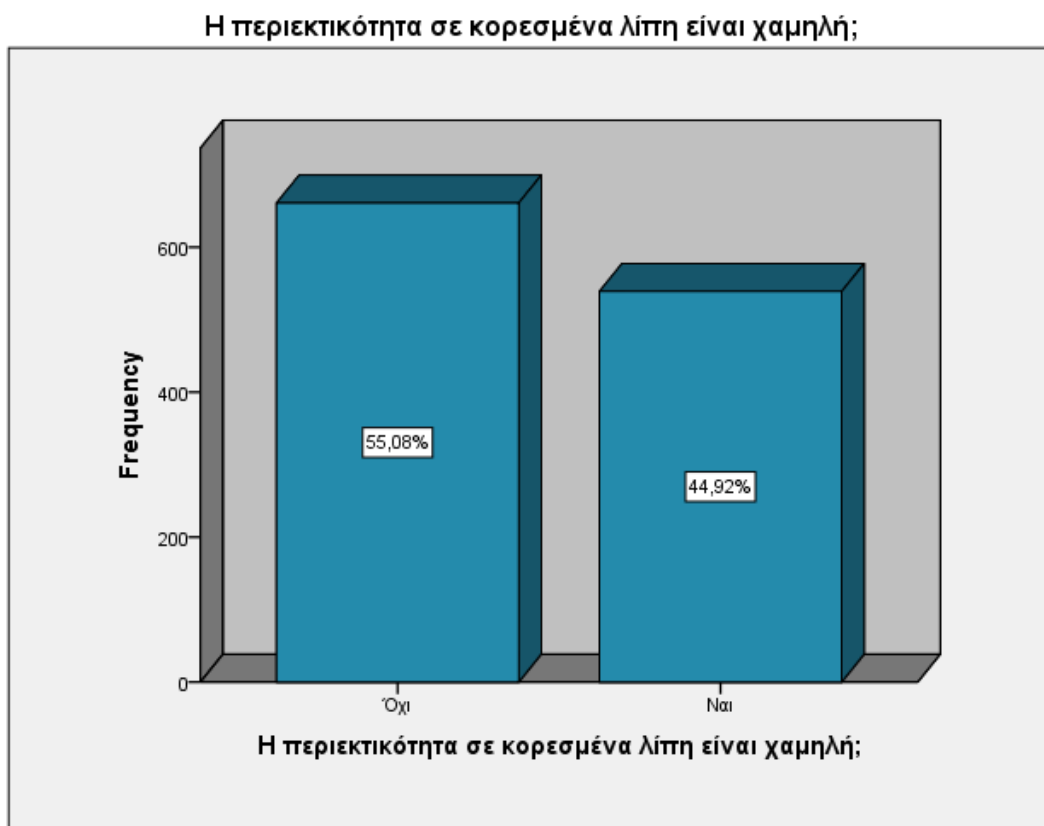


Γράφημα 5.2.27. Η περιεκτικότητα σε σάκχαρα είναι υψηλή;

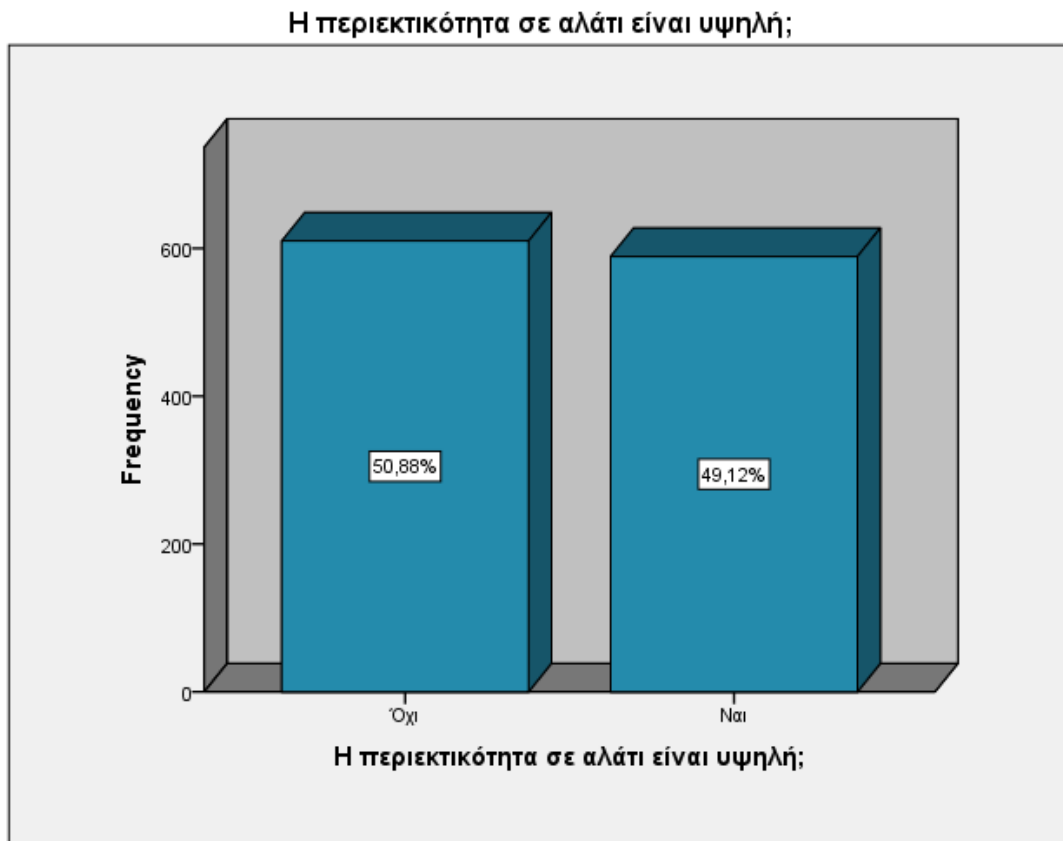




Γράφημα 5.2.28. Η περιεκτικότητα σε λίπη είναι περιορισμένη;



Γράφημα 5.2.29. Η περιεκτικότητα σε κορεσμένα λίπη είναι χαμηλή;



Γράφημα 5.2.30. Η περιεκτικότητα σε αλάτι είναι υψηλή;

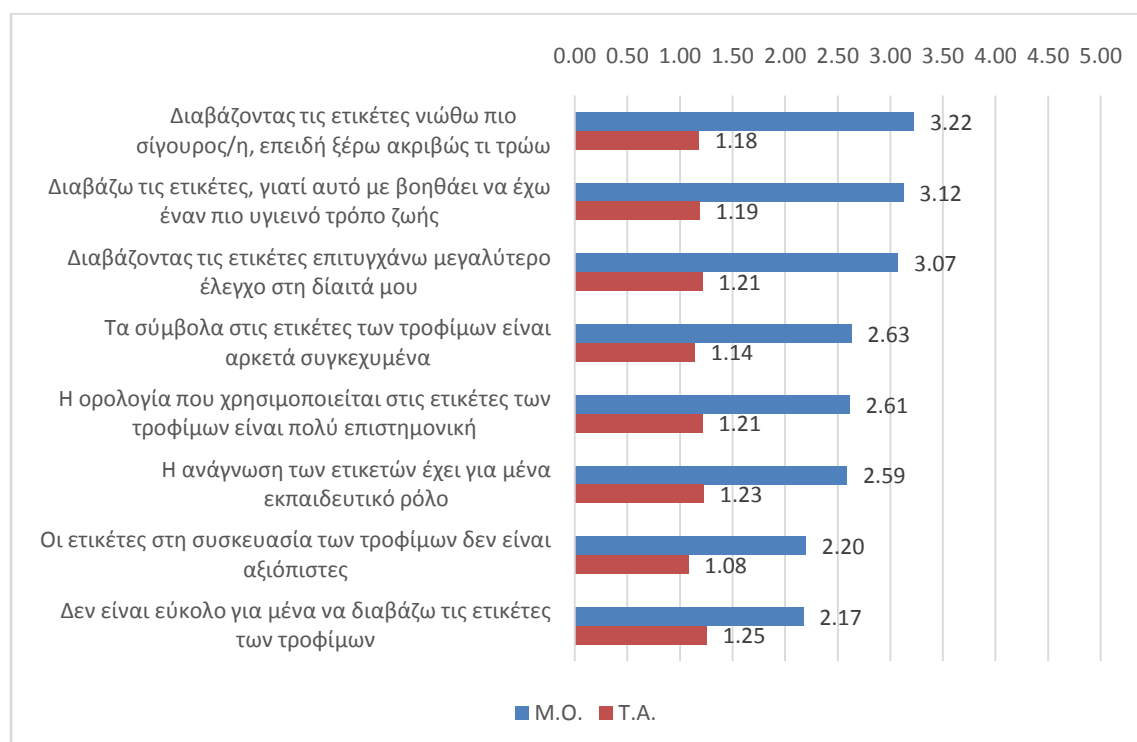
### ➤ Ανάγνωση ετικετών τροφίμων

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται οι ερωτήσεις που σχετίζονται με την ανάγνωση των ετικετών τροφίμων και τα συναισθήματα των ερωτηθέντων που σχετίζονται με αυτήν. Οι ερωτήσεις απαντώνται σε 5βάθμια κλίμακα likert (1-Καθόλου, 2-Λίγο, 3-Αρκετά, 4-Πολύ, 5-Πάρα πολύ). Από τον Πίνακα 14 (και το Γράφημα 31) προκύπτει, ότι οι ερωτηθέντες συμφωνούν αρκετά πως διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθουν πιο σίγουροι επειδή ξέρουν ακριβώς τι τρώνε (Μ.Ο.=3,22) και επειδή αυτό τους βοηθάει να έχουν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής (Μ.Ο.=3,12) και να επιτυγχάνουν μεγαλύτερο έλεγχο στη διαίτά τους (Μ.Ο.=3,07). Επίσης, συμφωνούν αρκετά πως τα σύμβολα στις ετικέτες τροφίμων είναι αρκετά συγκεχυμένα (Μ.Ο.=2,63), ότι η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική (Μ.Ο.=2,61) και ότι η ανάγνωση των ετικετών έχει για αυτούς εκπαιδευτικό ρόλο (Μ.Ο.=2,59). Τέλος, συμφωνούν λίγο πως οι ετικέτες στη συσκευασία των

τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες (Μ.Ο.=2,20), όπως επίσης συμφωνούν λίγο με τη θέση δεν είναι εύκολο να διαβάζουν τις ετικέτες των τροφίμων (Μ.Ο.=2,17). Η τυπική απόκλιση κυμάνθηκε στο διάστημα [1,08, 1,25].

Πίνακας 5.2.14 Ανάγνωση ετικετών τροφίμων

Κατηγορίες	Μ.Ο.	Τ.Α.
Διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθω πιο σίγουρος/η, επειδή ξέρω ακριβώς τι τρώω	3,22	1,18
Διαβάζω τις ετικέτες, γιατί με βοηθάει να έχω έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής	3,12	1,19
Διαβάζοντας τις ετικέτες επιτυγχάνω μεγαλύτερο έλεγχο στη διαίτά μου	3,07	1,21
Τα σύμβολα στις ετικέτες των τροφίμων είναι αρκετά συγκεχυμένα	2,63	1,14
Η ορολογία στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική	2,61	1,21
Η ανάγνωση των ετικετών έχει για μένα εκπαιδευτικό ρόλο	2,59	1,23
Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες	2,20	1,08
Δεν είναι εύκολο για μένα να διαβάζω τις ετικέτες των τροφίμων	2,17	1,25



Γράφημα 5.2.31. Ανάγνωση ετικετών τροφίμων

### ➤ Προτάσεις βελτίωσης ετικετών

Στον Πίνακα 15 (και στο Γράφημα 32) παρουσιάζονται οι προτάσεις που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με την βελτίωση των ετικετών. Το 48,50% (N=582) του δείγματος πρότεινε να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις, το 47,33% (N=568) να

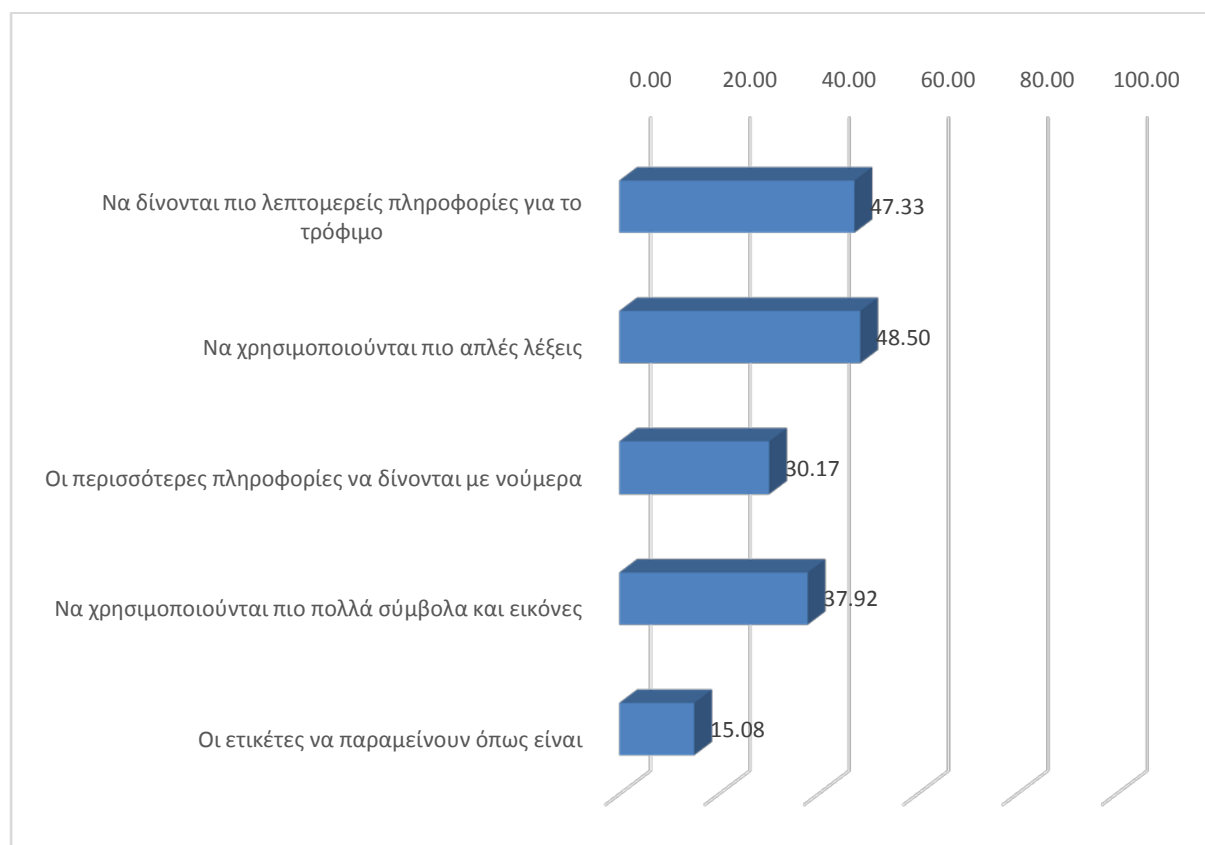
δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο, το 37,92% (N=455) να χρησιμοποιούνται πιο πολλά σύμβολα και εικόνες, το 30,17% (N=362) οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται με νούμερα και τέλος το 15,08% (N=181) πρότεινε οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι.

Πίνακας 15 Προτάσεις βελτίωσης ετικετών

Προτάσεις βελτίωσης ετικετών	N	f %
Να δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο	568	47,33
Να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις	582	48,50
Οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται με νούμερα	362	30,17
Να χρησιμοποιούνται πιο πολλά σύμβολα και εικόνες	455	37,92
Οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι	181	15,08

N : Συχνότητα

f% : Σχετική συχνότητα



Γράφημα 32. Προτάσεις βελτίωσης ετικετών

## Επαγωγική Στατιστική

### Ερευνητικό ερώτημα 1

Στην ενότητα αυτή μελετάται το παρακάτω ερευνητικό ερώτημα:

*Ποια είναι η επίδραση του δημογραφικού προφίλ στην επιρροή απόφασης για αγορά, από διατροφικές ετικέτες, εξέταση πληροφοριών και τακτική ανάγνωση της ετικέτας;*

### Ανάλυση αξιοπιστίας και δημιουργία διαστάσεων

Στον Πίνακα 16 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ανάλυσης αξιοπιστίας με χρήση του συντελεστή Cronbach Alpha για τις κατηγορίες «Επιρροή αγοράς» (0,818), «Επιρροή αγοράς διατροφικές ετικέτες» (0,842), «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» (0,733) και «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» (0,765). Προκύπτει ότι σε κάθε περίπτωση η αξιοπιστία είναι ικανοποιητική καθώς έχει τιμή άνω του 0,6. Οι ερωτήσεις σε κάθε κλίμακα ομαδοποιήθηκαν με χρήση του αμερόληπτου εκτιμητή της μέσης τιμής.

Πίνακας 16 Ανάλυση αξιοπιστίας

<b>Παράγοντες</b>	<b>Ερωτήσεις</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
Επιρροή αγοράς	20.1-20.16	0,818
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	23-28	0,842
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	30.1-30.7,30.8R,30.9-30.15	0,833
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	32.1-32.8R	0,765

### Ερευνητικό ερώτημα 2

*Ποια είναι η επίδραση του δημογραφικού προφίλ στην επιρροή απόφασης για αγορά, από διατροφικές ετικέτες, εξέταση πληροφοριών και τακτική ανάγνωση της ετικέτας;*

## Φύλο

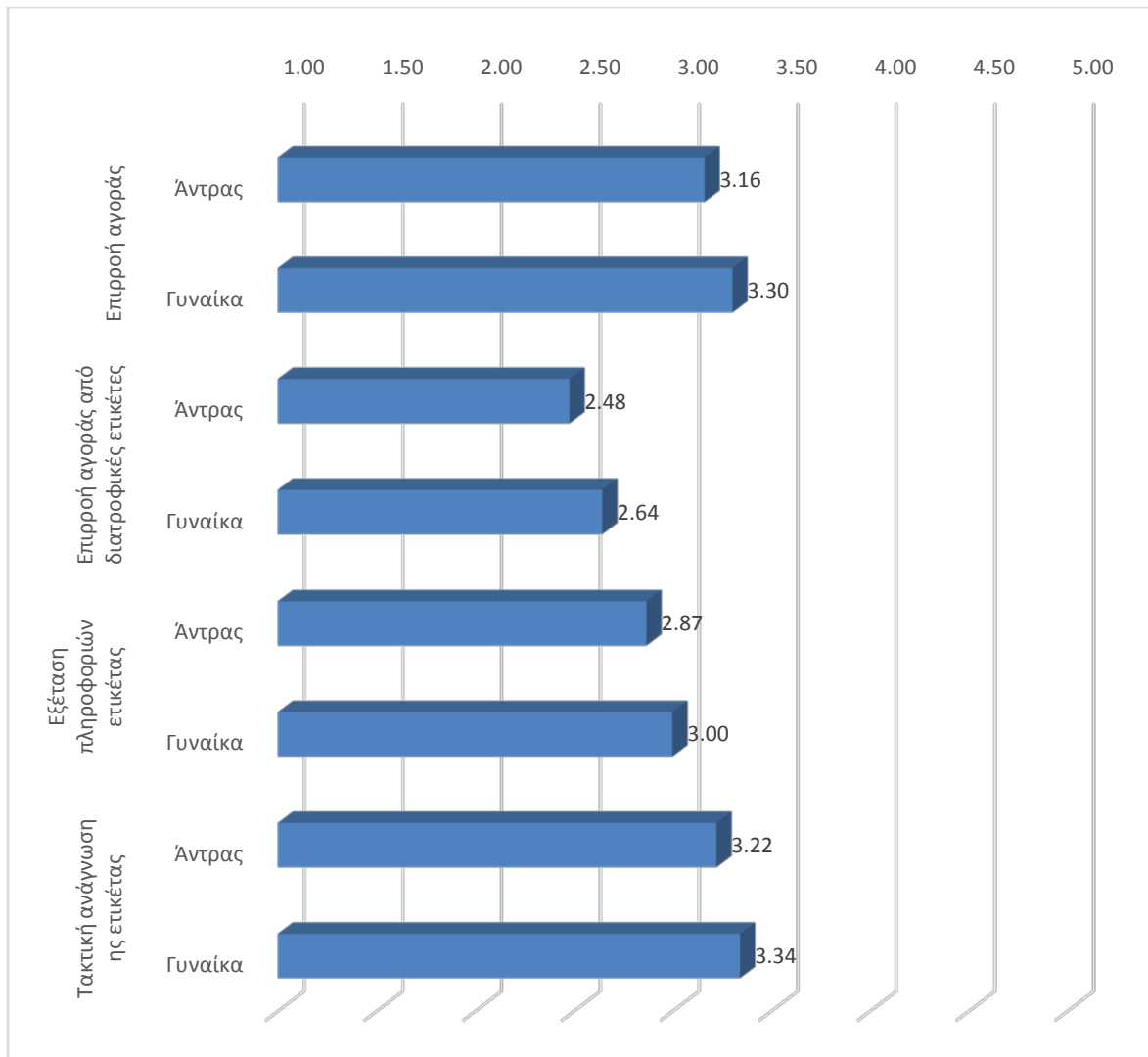
Ο Πίνακας 17 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των independent samples t-test των διαστάσεων ως προς το φύλο. Προκύπτει ότι:

- Στην «Επιρροή αγοράς» η μέση τιμή των γυναικών (M.O.=3,30) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-3,895$ ,  $p=0,000<0,01$ ) από την αντίστοιχη των ανδρών (M.O.=3,16)
- Στην «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» η μέση τιμή των γυναικών (M.O.=2,64) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-4,542$ ,  $p=0,000<0,01$ ) από την αντίστοιχη των ανδρών (M.O.=2,48)
- Στην «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» η μέση τιμή των γυναικών (M.O.=3,00) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-3,321$ ,  $p=0,001<0,01$ ) από την αντίστοιχη των ανδρών (M.O.=3,16)
- Στην «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» η μέση τιμή των γυναικών (M.O.=3,34) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-2,708$ ,  $p=0,007<0,01$ ) από την αντίστοιχη των ανδρών (M.O.=3,22)

Οι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάζονται στο Γράφημα 33.

Πίνακας 17 Διαστάσεις \* Φύλο independent samples t-test για εκπαιδευτικούς γενικής αγωγής

Διάσταση	Φύλο	N	M.O.	df	t	p-value
Επιρροή αγοράς	Άντρας	426	3,16	1198	-3,895	<b>0,000</b>
	Γυναίκα	774	3,30			
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Άντρας	426	2,48	1198	-4,542	<b>0,000</b>
	Γυναίκα	774	2,64			
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Άντρας	426	2,87	1198	-3,321	<b>0,001</b>
	Γυναίκα	774	3,00			
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Άντρας	426	3,22	1198	-2,708	<b>0,007</b>
	Γυναίκα	774	3,34			



Γράφημα 33. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για τις διαστάσεις\*Φύλο

### Ηλικία

Ο Πίνακας 18 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων ANOVA (ανάλυση διακύμανσης) για έλεγχο ισότητας μέσω των τιμών των διαστάσεων στις κατηγορίες της ηλικίας. Προκύπτει ότι στις κατηγορίες της ηλικίας διαφοροποιούνται οι μέσες τιμές της διάστασης «Επιρροή αγοράς» ( $F(3,1196)=27,953$ ,  $p=0,000<0,01$ ), της διάστασης «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» ( $F(3,1196)=16,077$ ,  $p=0,000<0,01$ ), της διάστασης «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» ( $F(3,1196)=13,856$ ,  $p=0,000<0,01$ ) και της διάστασης «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» ( $F(3,1196)=5,863$ ,  $p=0,001<0,01$ ).

Συγκεκριμένα, από τον Πίνακα 18 και τους Πίνακες 19-22 προκύπτει ότι στην διάσταση «Επιρροή αγοράς» η μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 18-30 ετών (M.O.=3,14) είναι στατιστικά μικρότερη ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 31-45 ετών (M.O.=3,48) και ηλικίας 46-60 ετών (M.O.=3,47) ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni).

Για την διάσταση «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» προκύπτει ότι η μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 18-30 ετών (M.O.=2,52) είναι στατιστικά μικρότερη ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 31-45 ετών (M.O.=2,78) και ηλικίας 46-60 ετών (M.O.=2,68) ( $p=0,013<0,05$ , Bonferroni). Επίσης η μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας άνω των 60 ετών (M.O.=2,27) είναι στατιστικά μικρότερη ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 31-45 ετών (M.O.=2,78) και ηλικίας 46-60 ετών (M.O.=3,47) ( $p=0,011<0,05$ , Bonferroni).

Για την διάσταση «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» προκύπτει ότι η μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 18-30 ετών (M.O.=2,87) είναι στατιστικά μικρότερη ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 31-45 ετών (M.O.=3,11) και ηλικίας 46-60 ετών (M.O.=3,15) ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni). Επίσης η μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 46-60 ετών (M.O.=3,15) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $p=0,000<0,01$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας άνω των 60 ετών (M.O.=2,76).

Τέλος, για την διάσταση «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» προκύπτει ότι η μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας άνω των 60 ετών (M.O.=2,80) είναι στατιστικά μικρότερη ( $p=0,004<0,01$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων ηλικίας 18-30 ετών (M.O.=3,31) και ηλικίας 31-45 ετών (M.O.=3,37) ( $p=0,001<0,01$ , Bonferroni). Οι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάζονται και στα Γραφήματα 34-37.



Πίνακας 18 Διαστάσεις \* Ηλικία, έλεγχος ANOVA

Διάσταση	Ηλικία	N	M.O.	df1	df2	F	p-value
Επιρροή αγοράς	18-30	789	3,14	3	1196	27,953	<b>0,000</b>
	31-45	246	3,48				
	46-60	141	3,47				
	60 και άνω	24	3,24				
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	18-30	789	2,52	3	1196	16,077	<b>0,000</b>
	31-45	246	2,78				
	46-60	141	2,68				
	60 και άνω	24	2,27				
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	18-30	789	2,87	3	1196	13,856	<b>0,000</b>
	31-45	246	3,11				
	46-60	141	3,15				
	60 και άνω	24	2,76				
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	18-30	789	3,31	3	1196	5,863	<b>0,001</b>
	31-45	246	3,37				
	46-60	141	3,19				
	60 και άνω	24	2,80				

Πίνακας 19 Επιρροή αγοράς \* Ηλικία, Post hoc analysis Bonferroni

Διάσταση	Ηλικία (I)	Ηλικία (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Επιρροή αγοράς	18-30	31-45	-0,336*	<b>0,000</b>
		46-60	-0,327*	<b>0,000</b>
		60 και άνω	-0,100	1,000
	31-45	18-30	0,336*	<b>0,000</b>
		46-60	0,009	1,000
		60 και άνω	0,235	0,361
	46-60	18-30	0,327*	<b>0,000</b>
		31-45	-0,009	1,000
		60 και άνω	0,226	0,479
	60 και άνω	18-30	0,100	1,000
		31-45	-0,235	0,361
		46-60	-0,226	0,479

Πίνακας 20 Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες \* Ηλικία, Post hoc analysis Bonferroni

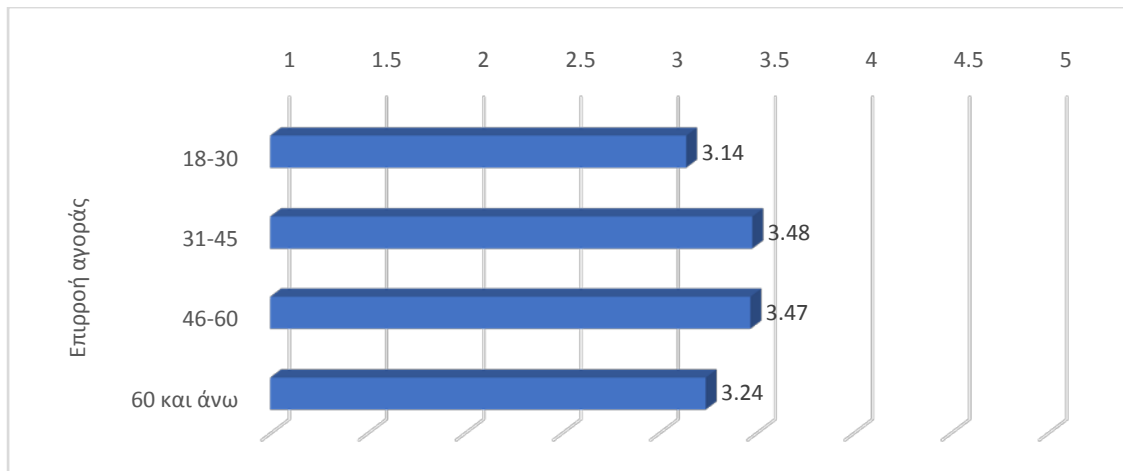
Διάσταση	Ηλικία (I)	Ηλικία (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	18-30	31-45	-0,269*	<b>0,000</b>
		46-60	-0,168*	<b>0,013</b>
		60 και άνω	0,248	0,281
	31-45	18-30	0,269*	<b>0,000</b>
		46-60	0,101	0,677
		60 και άνω	0,517*	<b>0,000</b>
	46-60	18-30	0,168*	<b>0,013</b>
		31-45	-0,101	0,677
		60 και άνω	0,416*	<b>0,011</b>
	60 και άνω	18-30	-0,248	0,281
		31-45	-0,517*	<b>0,000</b>
		46-60	-0,416*	<b>0,011</b>

Πίνακας 21 Εξέταση πληροφοριών ετικέτας \* Ηλικία, Post hoc analysis Bonferroni

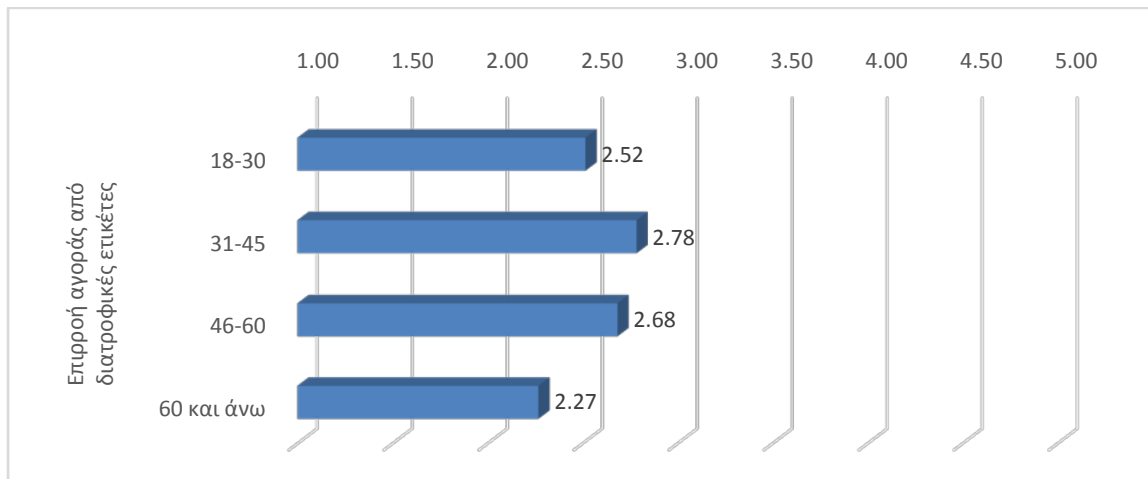
Διάσταση	Ηλικία (I)	Ηλικία (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	18-30	31-45	-0,241*	<b>0,000</b>
		46-60	-0,275*	<b>0,000</b>
		60 και άνω	0,112	1,000
	31-45	18-30	0,241*	<b>0,000</b>
		46-60	-0,034	1,000
		60 και άνω	0,353	0,068
	46-60	18-30	0,275*	<b>0,000</b>
		31-45	0,034	1,000
		60 και άνω	0,387*	<b>0,044</b>
	60 και άνω	18-30	-0,112	1,000
		31-45	-0,353	0,068
		46-60	-0,387*	<b>0,044</b>

Πίνακας 22 Τακτική ανάγνωση της ετικέτας \* Ηλικία, Posthoc analysis Bonferroni

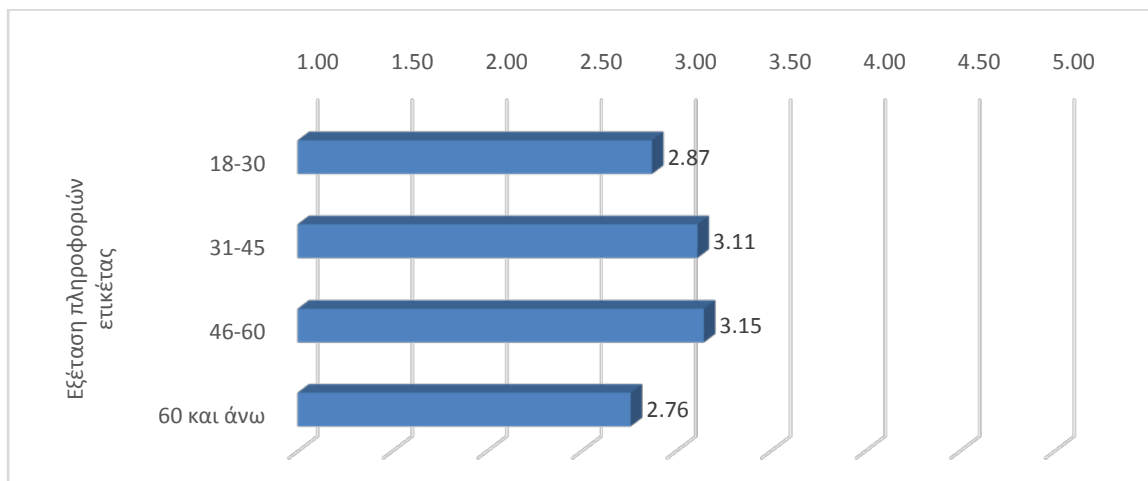
Διάσταση	Ηλικία (I)	Ηλικία (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	18-30	31-45	-0,063	1,000
		46-60	0,123	0,391
		60 και άνω	0,514*	<b>0,004</b>
	31-45	18-30	0,063	1,000
		46-60	0,185	0,095
		60 και άνω	0,577*	<b>0,001</b>
	46-60	18-30	-0,123	0,391
		31-45	-0,185	0,095
		60 και άνω	0,392	0,088
	60 και άνω	18-30	-0,514*	<b>0,004</b>
		31-45	-0,577*	<b>0,001</b>
		46-60	-0,392	0,088



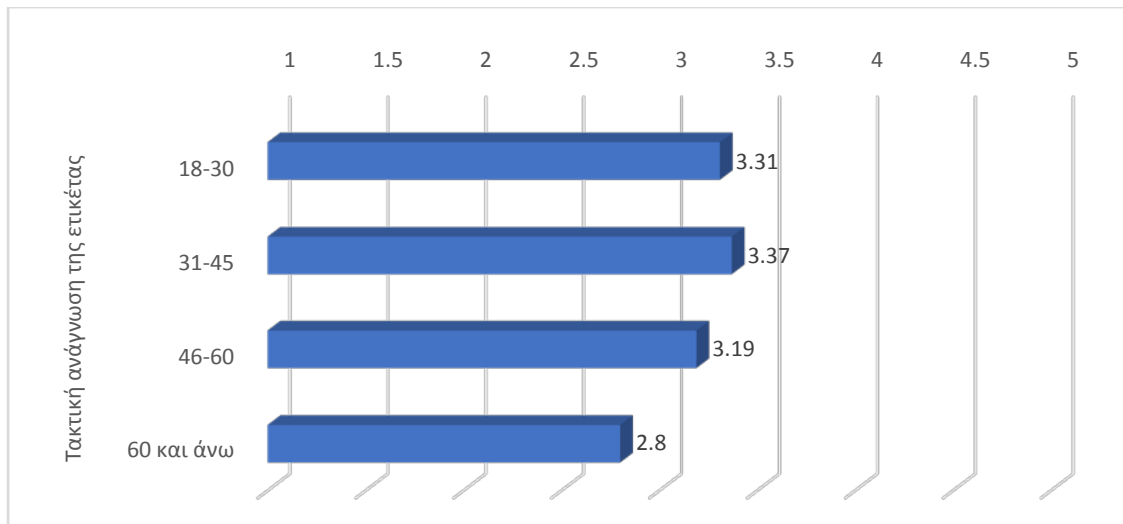
Γράφημα 34. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Επιρροή αγοράς \* Ηλικία



Γράφημα 35. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες\* Ηλικία



Γράφημα 36. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Εξέταση πληροφοριών ετικέτας\* Ηλικία



Γράφημα 37. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Τακτική ανάγνωση της ετικέτας\* Ηλικία

### **Βάρος – Ύψος – Δείκτης Μάζας Σώματος**

Ο Πίνακας 23 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των συσχετίσεων Pearson των διαστάσεων με το βάρος, το ύψος και το δείκτη μάζας σώματος των ερωτηθέντων. Προκύπτει ότι:

- Η διάσταση «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» συσχετίζεται αρνητικά τόσο με το Βάρος ( $r=-0,090$ ,  $p<0,01$ , Pearson) όσο και με το ΔΜΣ ( $r=-0,072$ ,  $p<0,05$ , Pearson)
- Η διάσταση «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» συσχετίζεται αρνητικά τόσο με το Βάρος ( $r=-0,124$ ,  $p<0,01$ , Pearson) όσο και με το ΔΜΣ ( $r=-0,059$ ,  $p<0,05$ , Pearson)

Πίνακας 23. Διαστάσει \*Βάρος, Ύψος, ΔΜΣ, συσχετίσεις Pearson

Συσχετίσεις Pearson	Βάρος	Ύψος	ΔΜΣ
Επιρροή αγοράς	0,010	-0,031	-0,042
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	-0,090**	-0,032	-0,072*
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	-0,034	-0,005	-0,059*
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	-0,124**	0,000	-0,051

\*. Στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις σε στάθμη 5%

\*\*.. Στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις σε στάθμη 1%

## Οικογενειακή κατάσταση

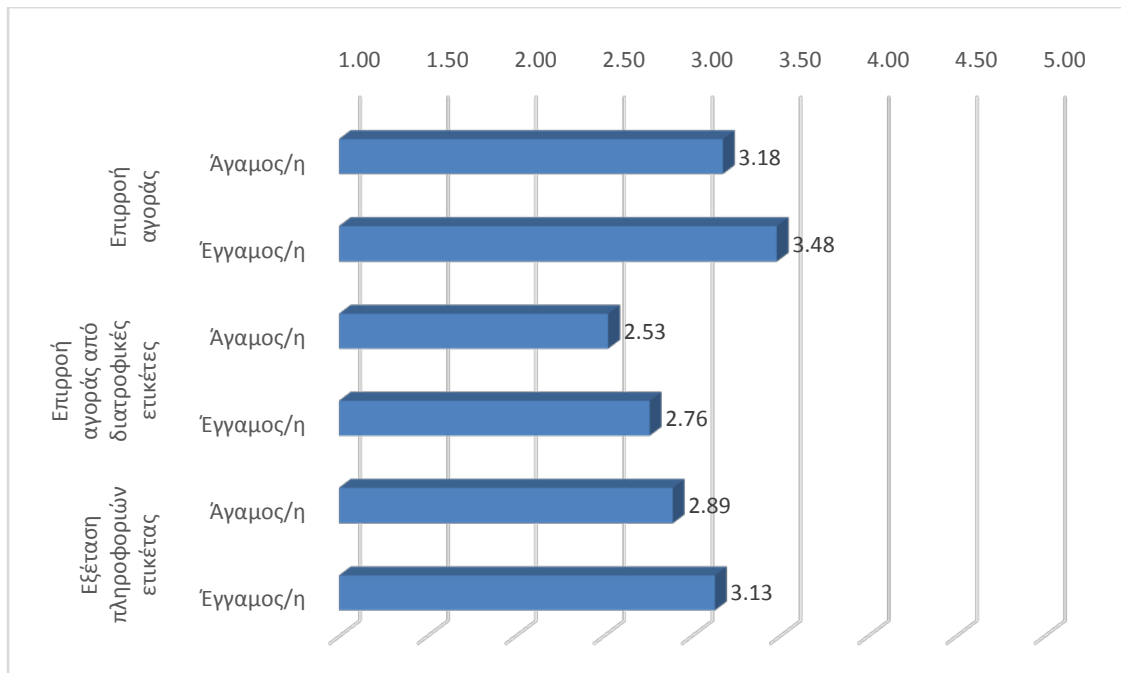
Ο Πίνακας 24 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των independent samples t-test των διαστάσεων ως προς την οικογενειακή κατάσταση (Άγαμος/η, Έγγαμος/η). Στην κατηγορία των άγαμων ενσωματώθηκαν οι διαζευγμένοι και οι χήροι. Προκύπτει ότι:

- Στην «Επιρροή αγοράς» η μέση τιμή των έγγαμων (M.O.=3,48) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-7,781$ ,  $p=0,000<0,01$ ) από την αντίστοιχη των άγαμων (M.O.=3,18)
- Στην «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» η μέση τιμή των έγγαμων (M.O.=2,76) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-5,878$ ,  $p=0,000<0,01$ ) από την αντίστοιχη των άγαμων (M.O.=2,53)
- Στην «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» η μέση τιμή των έγγαμων (M.O.=3,13) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1198)=-5,493$ ,  $p=0,000<0,01$ ) από την αντίστοιχη των άγαμων (M.O.=2,89)

Οι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάζονται στο Γράφημα 38.

Πίνακας 24. Διαστάσεις\* Οικογενειακή κατάσταση independent samples t-test

Διάσταση	Οικογενειακή κατάσταση	N	M.O.	df	T	p-value
Επιρροή αγοράς	Άγαμος/η	898	3,18	1198	-7,781	<b>0,000</b>
	Έγγαμος/η	302	3,48			
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Άγαμος/η	898	2,53	1198	-5,878	<b>0,000</b>
	Έγγαμος/η	302	2,76			
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Άγαμος/η	898	2,89	1198	-5,493	<b>0,000</b>
	Έγγαμος/η	302	3,13			
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Άγαμος/η	898	3,30	1198	-0,187	0,852
	Έγγαμος/η	302	3,31			



Γράφημα 38. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω τιμών για τις διαστάσεις «Επιρροή αγοράς», «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» και «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας»\*Οικογενειακή κατάσταση

### Αριθμός παιδιών

Ο Πίνακας 25 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των συσχετίσεων Pearson των διαστάσεων με τον αριθμό των παιδιών των ερωτηθέντων. Προκύπτει ότι ο αριθμός των παιδιών σχετίζεται θετικά με τις διαστάσεις:

- «Επιρροή αγοράς» ( $r=0,197$ ,  $p<0,01$ , Pearson)
- «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» ( $r=0,105$ ,  $p<0,01$ , Pearson)
- «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» ( $r=0,136$ ,  $p<0,01$ , Pearson)

Πίνακας 25. Διαστάσεις\*Αριθμός παιδιών, συσχετίσεις Pearson

Συσχετίσεις Pearson	Αριθμός παιδιών
Επιρροή αγοράς	0,197**
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	0,105**
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	0,136**
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	-0,055

\*\* . Στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις σε στάθμη 1%

## Εθνικότητα

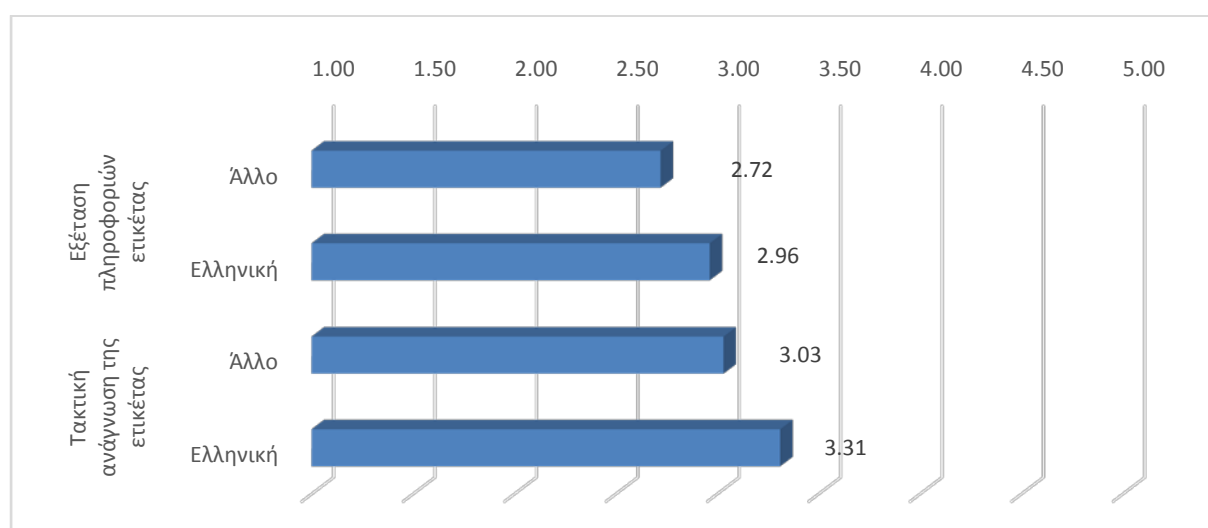
Ο Πίνακας 26 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των independent samples t-test των διαστάσεων ως προς την εθνικότητα. Προκύπτει ότι:

- Στην «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» η μέση τιμή των ερωτηθέντων ελληνικής εθνικότητας (M.O.=2,96) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1193)=-2,489$ ,  $p=0,013<0,01$ ) από την αντίστοιχη των ερωτηθέντων άλλης εθνικότητας (M.O.=2,72)
- Στην «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» η μέση τιμή των ερωτηθέντων ελληνικής εθνικότητας (M.O.=3,31) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $t(1193)=-2,601$ ,  $p=0,009<0,01$ ) από την αντίστοιχη των ερωτηθέντων άλλης εθνικότητας (M.O.=3,03)

Οι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάζονται στο Γράφημα 39.

Πίνακας 26 Διαστάσεις\*Εθνικότητα κατάσταση independent samples t-test

Διάσταση	Εθνικότητα	N	M.O.	df	t	p-value
Επιρροή αγοράς	Άλλο	48	3,16	1193	-1,148	0,251
	Ελληνική	1147	3,26			
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Άλλο	48	2,52	1193	-0,732	0,464
	Ελληνική	1147	2,59			
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Άλλο	48	2,72	1193	-2,489	<b>0,013</b>
	Ελληνική	1147	2,96			
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Άλλο	48	3,03	1193	-2,601	<b>0,009</b>
	Ελληνική	1147	3,31			



Γράφημα 39. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για τις διαστάσεις «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» και «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας»\*Εθνικότητα

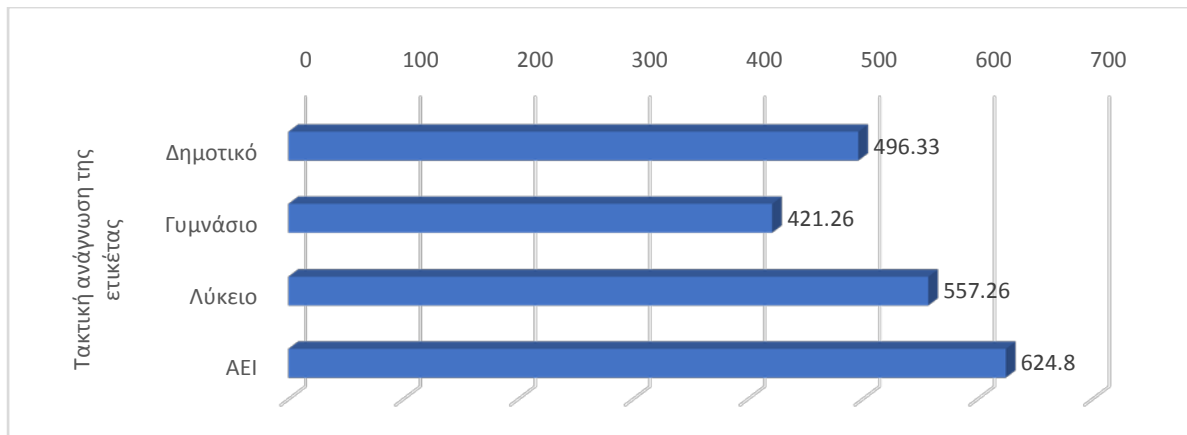
### Μορφωτικό επίπεδο

Ο Πίνακας 27 παρουσιάζει τα αποτελέσματα του μη παραμετρικού ελέγχου Kruskal-Wallis για έλεγχο των διαστάσεων στις κατηγορίες του μορφωτικού επιπέδου. Προκύπτει ότι στις κατηγορίες του μορφωτικού επιπέδου υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά στη διάσταση «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» ( $\chi^2(3)=18,126$ ,  $p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα, με βάση τον Πίνακα 27 (Γράφημα 40) οι μέσοι βαθμοί ήταν 496,33 για όσους τελείωσαν το δημοτικό, 421,26 για όσους τελείωσαν το γυμνάσιο, 557,26 για όσους τελείωσαν το λύκειο και 624,80 για όσους τελείωσαν ΑΕΙ.

Πίνακας 27. Διαστάσεις\*Μορφωτικό επίπεδο, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Μόρφωση	N	Μέσος Βαθμός	df	X <sup>2</sup>	p-value
Επιρροή αγοράς	Δημοτικό	12	523,29	3	3,335	0,343
	Γυμνάσιο	29	685,34			
	Λύκειο	330	614,48			
	ΑΕΙ	828	592,35			
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Δημοτικό	12	432,29	3	7,371	0,061
	Γυμνάσιο	29	512,57			
	Λύκειο	330	578,34			
	ΑΕΙ	828	614,13			
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Δημοτικό	12	437,46	3	3,195	0,363
	Γυμνάσιο	29	570,98			
	Λύκειο	330	593,77			
	ΑΕΙ	828	605,85			
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Δημοτικό	12	496,33	3	18,126	<b>0,000</b>
	Γυμνάσιο	29	421,26			
	Λύκειο	330	557,26			
	ΑΕΙ	828	624,80			





Γράφημα 40. Στατιστικά σημαντικές διαφορές στις μέσες βαθμίδες για τακτική ανάγνωση ετικέτας \* μορφωτικό επίπεδο

### Οικογενειακό εισόδημα

Ο Πίνακας 28 παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ελέγχων ANOVA (ανάλυση διακύμανσης) για έλεγχο ισότητας μέσων τιμών των διαστάσεων στις κατηγορίες του οικογενειακού εισοδήματος. Προκύπτει ότι στις κατηγορίες του οικογενειακού εισοδήματος διαφοροποιούνται οι μέσες τιμές της διάστασης «Επιρροή αγοράς» ( $F(3,1196)=3,235, p=0,022<0,05$ ), της διάστασης «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» ( $F(3,1196)=3,394, p=0,017<0,05$ ), της διάστασης «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» ( $F(3,1196)=3,417, p=0,017<0,05$ ) και της διάστασης «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» ( $F(3,1196)=4,049, p=0,007<0,01$ ).

Συγκεκριμένα, από τον Πίνακα 28 και τους Πίνακες 29-32 προκύπτει ότι στην διάσταση «Επιρροή αγοράς» η μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα 1.001-1.500€ (Μ.Ο.=3,29) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $p=0,022<0,05$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα μικρότερο των 600€ (Μ.Ο.=3,14).

Για την διάσταση «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» προκύπτει ότι η μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα 1.001-1.500€ (Μ.Ο.=2,64) είναι στατιστικά μεγαλύτερη ( $p=0,016<0,05$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα μικρότερο των 600€ (Μ.Ο.=2,48).

Για την διάσταση «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» προκύπτει ότι η μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα 1.001-1.500€ (Μ.Ο.=3,01) είναι

στατιστικά μεγαλύτερη( $p=0,016<0,05$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα μικρότερο των 600€ (M.O.=2,83).

Τέλος, για την διάσταση «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» προκύπτει ότι η μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα μικρότερο των 600€ (M.O.=3,18) είναι στατιστικά μικρότερη( $p=0,022<0,05$ , Bonferroni) από την μέση τιμή των ερωτηθέντων με οικογενειακό εισόδημα 1.001-1.500€ (M.O.=3,36) και άνω των 1.500€ (M.O.=3,36)( $p=0,030<0,05$ , Bonferroni). Οι στατιστικά σημαντικές διαφορές παρουσιάζονται και στα Γραφήματα 41-44.

Πίνακας 28 Διαστάσεις\*Οικογενειακό εισόδημα, έλεγχος ANOVA

Διάσταση	Εισόδημα	N	M.O.	df1	df2	F	p-value
Επιρροή αγοράς	<600€	214	3,14	3	1196	3,235	<b>0,022</b>
	601-1.000€	308	3,28				
	1.001-1.500€	327	3,29				
	>1.500€	351	3,26				
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	<600€	214	2,48	3	1196	3,394	<b>0,017</b>
	601-1.000€	308	2,57				
	1.001-1.500€	327	2,64				
	>1.500€	351	2,61				
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	<600€	214	2,83	3	1196	3,417	<b>0,017</b>
	601-1.000€	308	2,94				
	1.001-1.500€	327	3,01				
	>1.500€	351	2,99				
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	<600€	214	3,18	3	1196	4,049	<b>0,007</b>
	601-1.000€	308	3,25				
	1.001-1.500€	327	3,36				
	>1.500€	351	3,36				

Πίνακας 29 Επιρροή αγοράς\*Οικογενειακό εισόδημα, Posthocanalysis Bonferroni

Διάσταση	Εισόδημα (I)	Εισόδημα (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Επιρροή αγοράς	<600€	601-1.000€	-0,138	0,061
		1.001-1.500€	-0,154*	<b>0,022</b>
		>1.500€	-0,125	0,104
	601-1.000€	<600€	0,138	0,061
		1.001-1.500€	-0,016	1,000
		>1.500€	0,014	1,000
	1.001-1.500€	<600€	0,154*	<b>0,022</b>
		601-1.000€	0,016	1,000
		>1.500€	0,030	1,000
	>1.500€	<600€	0,125	0,104
		601-1.000€	-0,014	1,000
		1.001-1.500€	-0,030	1,000

Πίνακας 30 Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες\*Οικογενειακό εισόδημα, *Post hoc analysis Bonferroni*

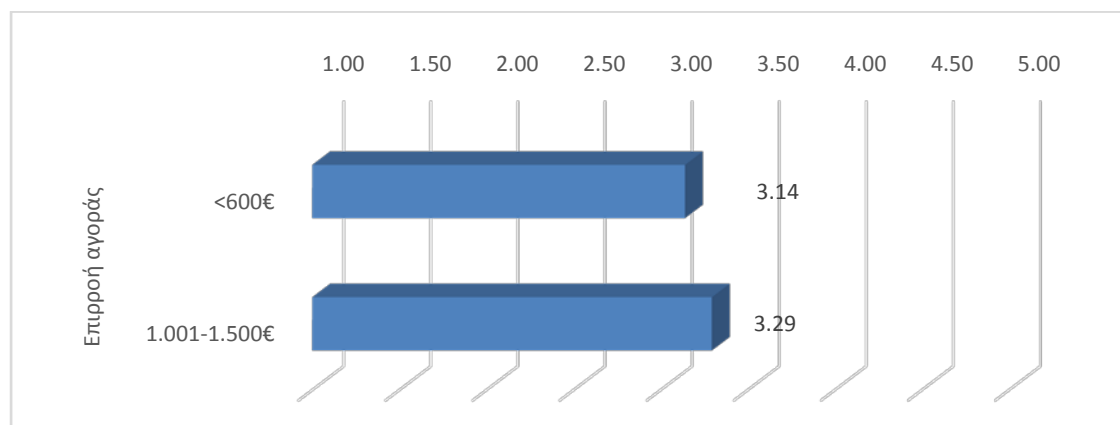
Διάσταση	Εισόδημα (I)	Εισόδημα (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	<600€	601-1.000€	-0,089	0,611
		1.001-1.500€	-0,162*	<b>0,016</b>
		>1.500€	-0,134	0,067
	601-1.000€	<600€	0,089	0,611
		1.001-1.500€	-0,073	0,802
		>1.500€	-0,046	1,000
	1.001-1.500€	<600€	0,162*	<b>0,016</b>
		601-1.000€	0,073	0,802
		>1.500€	0,027	1,000
	>1.500€	<600€	0,134	0,067
		601-1.000€	0,046	1,000
		1.001-1.500€	-0,027	1,000

Πίνακας 31 Εξέταση πληροφοριών ετικέτας\*Οικογενειακό εισόδημα, *Posthoc analysis Bonferroni*

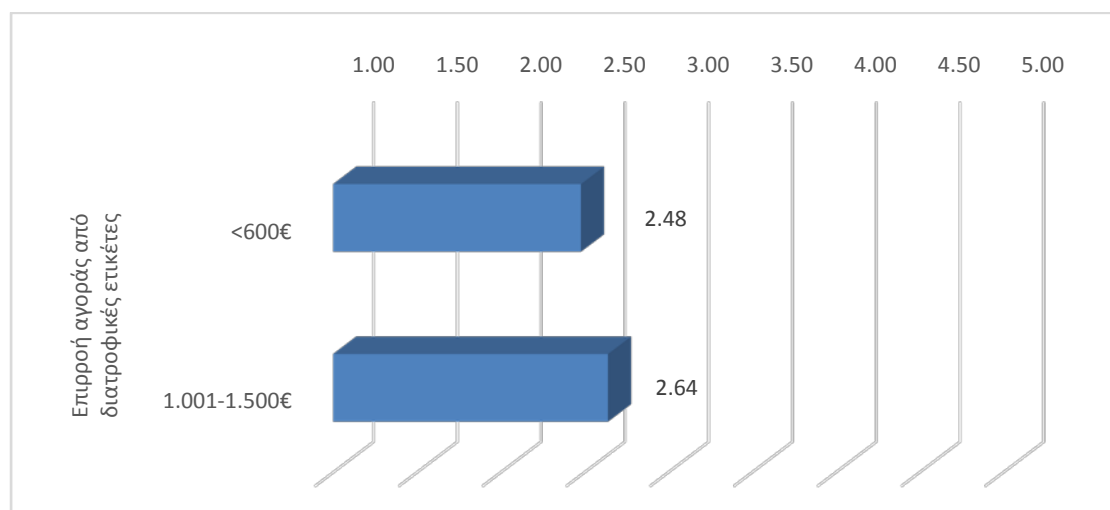
Διάσταση	Εισόδημα (I)	Εισόδημα (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	<600€	601-1.000€	-0,104	0,453
		1.001-1.500€	-0,175*	<b>0,016</b>
		>1.500€	-0,151	0,051
	601-1.000€	<600€	0,104	0,453
		1.001-1.500€	-0,070	1,000
		>1.500€	-0,046	1,000
	1.001-1.500€	<600€	0,175*	<b>0,016</b>
		601-1.000€	0,070	1,000
		>1.500€	0,024	1,000
	>1.500€	<600€	0,151	0,051
		601-1.000€	0,046	1,000
		1.001-1.500€	-0,024	1,000

Πίνακας 32 Τακτική ανάγνωση της ετικέτας\* Οικογενειακό εισόδημα, *Posthoc analysis Bonferroni*

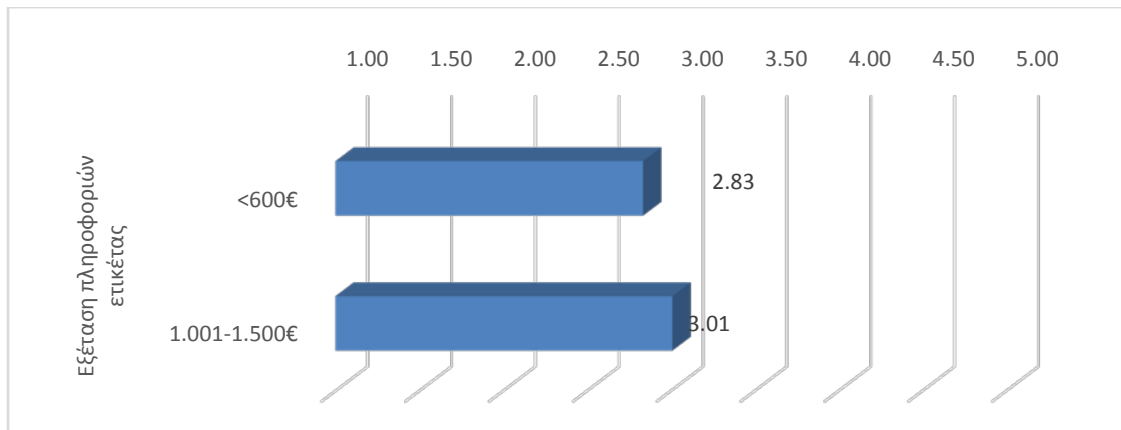
Διάσταση	Εισόδημα (I)	Εισόδημα (J)	Μέσες διαφορές (I-J)	p-value
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	<600€	601-1.000€	-0,071	1,000
		1.001-1.500€	-0,186*	<b>0,022</b>
		>1.500€	-0,177*	<b>0,030</b>
	601-1.000€	<600€	0,071	1,000
		1.001-1.500€	-0,115	0,275
		>1.500€	-0,107	0,355
	1.001-1.500€	<600€	0,186*	<b>0,022</b>
		601-1.000€	0,115	0,275
		>1.500€	0,008	1,000
	>1.500€	<600€	0,178*	<b>0,030</b>
		601-1.000€	0,107	0,355
		1.001-1.500€	-0,008	1,000



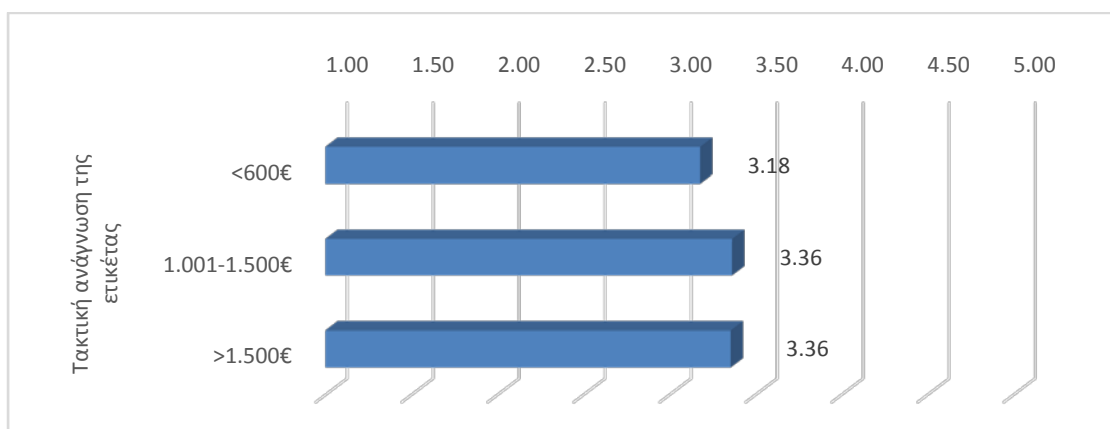
Γράφημα 41. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Επιρροή αγοράς\* Οικογενειακό εισόδημα



Γράφημα 42. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες\* Οικογενειακό εισόδημα



Γράφημα 43. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Εξέταση πληροφοριών ετικέτας\* Οικογενειακό εισόδημα



Γράφημα 44. Στατιστικά σημαντικές διαφορές μέσω των τιμών για Τακτική ανάγνωση της ετικέτας\* Οικογενειακό εισόδημα

### Επάγγελμα

Ο Πίνακας 33 παρουσιάζει τα αποτελέσματα του μη παραμετρικού ελέγχου Kruskal-Wallis για έλεγχο των διαστάσεων στις κατηγορίες του επαγγέλματος. Προκύπτει ότι στις κατηγορίες του επαγγέλματος υπάρχει στατιστική σημαντική διαφορά:

- Στη διάσταση «Επιρροή αγοράς» ( $\chi^2(6)=47,208, p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι αγρότες/κτηνοτρόφοι (532,33) και το μεγαλύτερο οι συνταξιούχοι (676,65).
- Στη διάσταση «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» ( $\chi^2(6)=41,982, p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι αγρότες/κτηνοτρόφοι (414,50) και το μεγαλύτερο οι ελεύθεροι επαγγελματίες (714,96).

- Στη διάσταση «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» ( $\chi^2(6)=23,760$ ,  $p=0,001<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι αγρότες/κτηνοτρόφοι (489,29) και το μεγαλύτερο όσοι ασχολούνται με τα οικιακά (690,14).
- Στη διάσταση «Τακτική ανάγνωση της ετικέτας» ( $\chi^2(6)=18,041$ ,  $p=0,006<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι αγρότες/κτηνοτρόφοι (381,54) και το μεγαλύτερο οι ελεύθεροι επαγγελματίες (649,76).

Πίνακας 33. Διαστάσεις\*Επάγγελμα, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Επάγγελμα	N	Μέσος Βαθμός	df	$\chi^2$	p-value
Επιρροή αγοράς	Άνεργος	86	540,72	6	47,208	<b>0,000</b>
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	12	532,33			
	Ελεύθερος επαγγελματίας	139	675,91			
	Οικιακά	47	676,64			
	Συνταξιούχος	20	676,65			
	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	335	676,42			
	Φοιτητής	561	538,01			
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Άνεργος	86	499,36	6	41,982	<b>0,000</b>
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	12	414,50			
	Ελεύθερος επαγγελματίας	139	714,96			
	Οικιακά	47	706,26			
	Συνταξιούχος	20	492,55			
	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	335	636,60			
	Φοιτητής	561	565,05			
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Άνεργος	86	533,70	6	23,760	<b>0,001</b>
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	12	489,29			
	Ελεύθερος επαγγελματίας	139	681,08			
	Οικιακά	47	690,14			
	Συνταξιούχος	20	572,40			
	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	335	634,08			
	Φοιτητής	561	566,59			
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Άνεργος	86	538,26	6	18,041	<b>0,006</b>
	Αγρότης/Κτηνοτρόφος	12	381,54			
	Ελεύθερος επαγγελματίας	139	649,76			
	Οικιακά	47	608,13			
	Συνταξιούχος	20	392,73			
	Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)	335	599,64			
	Φοιτητής	561	609,80			

## Νομός

Οι Πίνακες 34-37 παρουσιάζουν τα αποτελέσματα του μη παραμετρικού ελέγχου Kruskal-Wallis για έλεγχο των διαστάσεων στις κατηγορίες του νομού. Προκύπτει ότι στις κατηγορίες του νομού υπάρχει στατιστική σημαντική διαφορά:

- Στη διάσταση «Επιρροή αγοράς» ( $\chi^2(16)=87,538$ ,  $p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι ερωτηθέντες από το νομό Ιωαννίνων (231,88) και το μεγαλύτερο από το νομό Ξάνθης (815,38).
- Στη διάσταση «Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες» ( $\chi^2(16)=34,086$ ,  $p=0,005<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι ερωτηθέντες από το νομό Δωδεκανήσων (296,75) και το μεγαλύτερο από το Κορινθίας (854,07).
- Στη διάσταση «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» ( $\chi^2(16)=67,604$ ,  $p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι ερωτηθέντες από το νομό Εύβοιας (170,25) και το μεγαλύτερο από το Κορινθίας (1026,00).

Πίνακας 34.Επιρροή αγοράς\*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Νομός	N	Μέσος Βαθμός	df	X2	p-value
Επιρροή αγοράς	Θεσσαλονίκης	708	578,99	16	87,538	<b>0,000</b>
	Χαλκιδικής	19	470,39			
	Πέλλας	106	718,47			
	Αττικής	43	613,17			
	Ιωαννίνων	8	231,88			
	Λέσβου	10	654,55			
	Κυκλάδων	4	288,88			
	Πρεβέζης	113	765,07			
	Ημαθίας	15	527,07			
	Επτανήσων	29	748,71			
	Έβρου	10	529,05			
	Δωδεκανήσων	2	494,25			
	Εύβοιας	2	234,25			
	Σερρών	18	489,83			
	Ξάνθης	4	815,38			
	Κορινθίας	7	813,50			
	Λοιπά	99	459,29			

Πίνακας 35.Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες\*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Νομός	N	Μέσος Βαθμός	Df	X2	p-value
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Θεσσαλονίκης	708	600,18	16	34,086	<b>0,005</b>
	Χαλκιδικής	19	573,24			
	Πέλλας	106	604,59			
	Αττικής	43	639,02			
	Ιωαννίνων	8	518,50			
	Λέσβου	10	651,70			
	Κυκλάδων	4	390,00			
	Πρεβέζης	113	637,27			
	Ημαθίας	15	501,47			
	Επτανήσων	29	821,34			
	Έβρου	10	544,85			
	Δωδεκανήσων	2	296,75			
	Εύβοιας	2	305,50			
	Σερρών	18	476,42			
	Ξάνθης	4	666,00			
Κορινθίας	7	854,07				
Λοιπά	99	506,75				

Πίνακας 36. Εξέταση πληροφοριών ετικέτας\*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Νομός	N	Μέσος Βαθμός	df	X2	p-value
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Θεσσαλονίκης	708	590,94	16	67,604	<b>0,000</b>
	Χαλκιδικής	19	517,66			
	Πέλλας	106	625,97			
	Αττικής	43	644,30			
	Ιωαννίνων	8	312,63			
	Λέσβου	10	628,75			
	Κυκλάδων	4	343,88			
	Πρεβέζης	113	735,06			
	Ημαθίας	15	526,07			
	Επτανήσων	29	726,03			
	Έβρου	10	627,30			
	Δωδεκανήσων	2	376,00			
	Εύβοιας	2	170,25			
	Σερρών	18	457,31			
	Ξάνθης	4	886,00			
Κορινθίας	7	1026,00				
Λοιπά	99	466,95				



Πίνακας 34. Τακτική ανάγνωση της ετικέτας\*Νομός, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Νομός	N	Μέσος Βαθμός	df	X <sup>2</sup>	p-value
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Θεσσαλονίκης	708	600,51	16	23,611	0,098
	Χαλκιδικής	19	581,79			
	Πέλλας	106	578,98			
	Αττικής	43	605,28			
	Ιωαννίνων	8	678,56			
	Λέσβου	10	667,85			
	Κυκλάδων	4	235,00			
	Πρεβέζης	113	648,68			
	Ημαθίας	15	386,87			
	Επτανήσων	29	712,57			
	Έβρου	10	507,25			
	Δωδεκανήσων	2	769,50			
	Εύβοιας	2	564,00			
	Σερρών	18	432,64			
	Ξάνθης	4	751,88			
	Κορινθίας	7	503,64			
Λοιπά	99	591,06				

### Πόλη/ Χωριό

Ο Πίνακας 38 παρουσιάζει τα αποτελέσματα του μη παραμετρικού ελέγχου Kruskal-Wallis για έλεγχο των διαστάσεων στις κατηγορίες της πόλης/χωριού. Προκύπτει ότι στις κατηγορίες της πόλης/χωριού υπάρχει στατιστική σημαντική διαφορά:

- Στη διάσταση «Επιρροή αγοράς» ( $\chi^2(7)=56,537$ ,  $p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι ερωτηθέντες από τα Ιωάννινα (234,43) και το μεγαλύτερο από την Πρέβεζα (767,23).
- Στη διάσταση «Εξέταση πληροφοριών ετικέτας» ( $\chi^2(7)=27,953$ ,  $p=0,000<0,01$ ). Συγκεκριμένα το μικρότερο μέσο βαθμό είχαν οι ερωτηθέντες από τα Ιωάννινα (290,07) και το μεγαλύτερο από την Πρέβεζα (712,16).

Πίνακας 38. Διαστάσεις\*Πόλη/Χωριό, έλεγχος Kruskal-Wallis

Διάσταση	Πόλη/Χωριό	N	Μέσος Βαθμός	Df	X2	p-value
Επιρροή αγοράς	Θεσσαλονίκη	610	571,42	7	56,537	<b>0,000</b>
	Αθήνα	35	569,71			
	Ωραιόκαστρο	56	615,98			
	Παλαιόκαστρο	16	629,78			
	Ιωάννινα	7	234,43			
	Πρέβεζα	161	767,23			
	Ριζό	11	751,18			
	Άλλο	298	560,09			
Επιρροή αγοράς από διατροφικές ετικέτες	Θεσσαλονίκη	610	607,02	7	10,529	0,161
	Αθήνα	35	635,37			
	Ωραιόκαστρο	56	522,56			
	Παλαιόκαστρο	16	504,28			
	Ιωάννινα	7	586,71			
	Πρέβεζα	161	645,05			
	Ριζό	11	496,86			
	Άλλο	298	570,93			
Εξέταση πληροφοριών ετικέτας	Θεσσαλονίκη	610	590,53	7	27,953	<b>0,000</b>
	Αθήνα	35	615,41			
	Ωραιόκαστρο	56	568,63			
	Παλαιόκαστρο	16	603,97			
	Ιωάννινα	7	290,07			
	Πρέβεζα	161	712,16			
	Ριζό	11	627,73			
	Άλλο	298	558,90			
Τακτική ανάγνωση της ετικέτας	Θεσσαλονίκη	610	605,27	7	6,129	0,525
	Αθήνα	35	625,43			
	Ωραιόκαστρο	56	518,12			
	Παλαιόκαστρο	16	527,88			
	Ιωάννινα	7	681,14			
	Πρέβεζα	161	623,18			
	Ριζό	11	581,27			
	Άλλο	298	581,73			

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην έρευνα πήραν μέρος 1.200 άτομα στην πλειοψηφία τους Ελληνίδες γυναίκες ηλικίας 18-30 ετών που κατάγονταν από το νομό Θεσσαλονίκης. Το συνολικό τους βάρος ήταν 42,5-74,5 κιλά και το ύψος τους 1,70-1,77 μέτρα, ενώ ο ΔΜΣ τους ήταν 15,80-24,80. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος ήταν άγαμοι χωρίς παιδιά. Σχετικά με το μορφωτικό τους επίπεδο οι περισσότεροι ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ με οικογενειακό εισόδημα πάνω από 1500 ευρώ. Τέλος όσον αφορά το επάγγελμα οι περισσότεροι δήλωσαν ότι είναι φοιτητές.

- Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων δήλωσε ότι ασκείται κατά την διάρκεια της εβδομάδας και χαρακτήρισε την προσωπική υγεία ικανοποιητική έως καλή και ικανοποιητική την φυσική κατάσταση.
- Σχετικά με την προετοιμασία φαγητού, περίπου οι μισοί ανέφεραν ότι την αναλαμβάνουν μόνοι τους, με την πλειοψηφία να αναφέρει ότι αγοράζει τρόφιμα ή τα μοιράζεται με άλλον.
- Όσον αφορά την συχνότητα και τον χρόνο αγοράς τροφίμων, οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι αγοράζουν τρόφιμα 1 φορά την εβδομάδα με την διαδικασία να διαρκεί 15 λεπτά έως 1 ώρα.
- Τα συνολικά έξοδα και τα έξοδα διατροφής των συμμετεχόντων της έρευνας ήταν χαμηλά και μέχρι 200 ευρώ στην πλειοψηφία των περιπτώσεων.

Σχετικά με τους παράγοντες επιρροής κατά την αγορά τροφίμων, αναφέρθηκαν κυρίως η ημερομηνία λήξης, η οσμή και γεύση η τιμή αγοράς και η εμφάνιση. Οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους και ότι διαβάζουν συχνά τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά, ότι επηρεάζουν συχνά τις αγορές τους οι διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας, ότι διαβάζουν συχνά τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγάλο- συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα), όπως επίσης και ότι συχνά επηρεάζουν τις αγορές τους οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα της

συσκευασίας των τροφίμων. Δεν αναφέρθηκαν ιδιαίτερα λόγοι αποφυγής ανάγνωσης της ετικέτας.

Όσον αφορά την εξέταση πληροφοριών της ετικέτας οι ερωτηθέντες συμφώνησαν ότι ελέγχουν πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων ενώ διαφώνησαν ότι προσπαθούν να επιλέγουν πάντα καινοτομικές και πλαστικές συσκευασίες, όπως επίσης και ότι δεν διαβάζουν ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνουν.

Σχετικά με τις Γνώσεις Σ.Η.Δ. στο λογότυπο που τους δώθηκε, στις 4 από τις 5 ερωτήσεις περίπου οι μισοί συμμετέχοντες απάντησαν σωστά, ενώ μόνο στην 3<sup>η</sup> ερώτηση απάντησε σωστά το 75%, γεγονός που καταδεικνύει τη σημαντική έλλειψη γνώσεων που απαιτούνται για τη σωστή ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών.

Αναφορικά με την ανάγνωση ετικετών τροφίμων, οι συμμετέχοντες διαφώνησαν ότι οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες και ότι δεν είναι εύκολο να διαβάζουν τις ετικέτες των τροφίμων.

Τέλος, σχετικά με τις προτάσεις για βελτίωση ετικετών, περίπου το μισό δείγμα ανέφερε ότι πρέπει να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις, και να δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο.

Στο ερευνητικό ερώτημα της μελέτης, παρατηρήθηκε ότι οι γυναίκες και τα άτομα με ηλικίας από 31-60 ετών επηρεάζονται περισσότερο από τους εξεταζόμενους παράγοντες για αγορά, από τις διατροφικές ετικέτες, εξετάζουν περισσότερο τις πληροφορίες ετικέτας και κάνουν τακτική ανάγνωση της ετικέτας σε σύγκριση με τους άντρες και τα νεαρότερα ή ηλικιωμένα άτομα. Επίσης παρατηρήθηκε ότι άτομα με μικρότερο βάρος και ΔΜΣ επηρεάζονται περισσότερο στην αγορά τους από τις διατροφικές ετικέτες τις οποίες κάνουν σε μεγαλύτερο βαθμό τακτική ανάγνωση ή εξετάζουν αντίστοιχα.

Ακόμη, οι έγγαμοι και όσοι έχουνε πολλά παιδιά τείνουν επηρεάζονται πιο εύκολα στην αγορά τους, γενικά αλλά και από διατροφικές ετικέτες και εξετάζουν περισσότερο τις πληροφορίες ετικέτας, όπως και Έλληνες οι οποίοι κάνουν σε μεγαλύτερο βαθμό τακτική ανάγνωση. Ακόμη, οι απόφοιτοι ΑΕΙ πραγματοποιούν περισσότερο τακτική ανάγνωση της ετικέτας, ενώ οι συμμετέχοντες με οικογενειακό εισόδημα 1.001-1.500 ευρώ επηρεάζονται περισσότερο στην αγορά τους, γενικά και

από τις διατροφικές ετικέτες τις οποίες εξετάζουν περισσότερο και διαβάζουν σε σύγκριση με τα άτομα που έχουν εισόδημα λιγότερο από 600 ευρώ.

Αναφορικά με το επάγγελμα περισσότερο επηρεάζονται από την αγορά γενικά και από τις διατροφικές ετικέτες είναι οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι συνταξιούχοι και οι δημόσιοι και ιδιωτικοί υπάλληλοι. Τα άτομα που ασχολούνται με οικιακά παρατηρήθηκε ότι εξετάζουν περισσότερο τις διατροφικές ετικέτες, ενώ οι ελεύθεροι επαγγελματίες μεγαλύτερη τακτική ανάγνωση.

Σχετικά με τον Νομό, περισσότερο επηρεάζονται για την αγορά οι κάτοικοι από την Ξάνθη και την Κορινθία, οι οποίοι εξετάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις διατροφικές ετικέτες. Ακόμη για την αγορά από τις διατροφικές ετικέτες επηρεάζονται περισσότερο οι κάτοικοι Επτανήσων και Κορινθίας. Σχετικά με την πόλη, περισσότερο επηρεάζονται για την αγορά οι κάτοικοι από την Πρέβεζα και το Ριζό Πέλλας, ενώ οι κάτοικοι της Πρέβεζας εξετάζουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις διατροφικές ετικέτες.

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Ελληνόγλωσση

Αθανασόπουλος Α. (2008). *Η Σήμανση ως παράγοντας διασφάλισης της ποιότητας των τροφίμων*. Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας και Τεχνολογίας Τροφίμων και Διατροφής, Τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας. Διδακτικές σημειώσεις.

Ελληνικό Ίδρυμα Γαστρεντερολογίας και Διατροφής (2009). *Οδηγίες για την κατανόηση των ενδείξεων στις συσκευασίες*.

Κουτελιδάκης Α. (2012). *Θρεπτική Αξιολόγηση Τροφίμων μετά από Επεξεργασία*. Σημειώσεις μαθήματος. Τ.Ε.Ι. Κρήτης, Τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας.

Σειραγάκης Γ. (2002). *Αλλεργιογόνες ουσίες στα τρόφιμα*. Πρακτικά συνεδρίου.

## Ξενόγλωσση

EFSA (2014). Scientific Opinion on the evaluation of allergenic foods and food ingredients for labelling purposes. *EFSS Journal*, **12(11)**: 277.

Lalor F, Kennedy J, Flynn MA and Wall PG. (2010). A study of nutrition and health claims - A snapshot of what's on the Irish market. *Public Health Nutrition*, **13**: 704–711.

Moses V and Brookes G. (2013). The world of "GM-free". *GM Crops and Food*, **4(3)**: 135-42.

Nikolakopoulou A. (2012). Food Allergen Labelling - New developments. European Parliament , Brussels , September 2012.

Noimark L, Gardner J and Warner JO. (2009). Parents' attitudes when purchasing products for children with nut allergy: A UK perspective. *Paediatric Allergy Immunology*, **20**: 500-504.

Panait CR - TAIEX Expert (2011). The New EU Regulation 1169/2011, European Commission, Ministry Of Health , Romania 15.

Pravst I and Kušar A. (2015). Consumers' Exposure to Nutrition and Health Claims on Pre-Packed Foods: Use of Sales Weighting for Assessing the Food Supply in Slovenia. *Nutrients*, **7**: 9353–9368.

Reilli A. (2013). Food and drink labelling: A practical guide for industry, Food and Drink Industry Ireland (FDII), © Ibec Limited.

Roberto CA and Khandpur N. (2014). Improving the design of nutrition labels to promote healthier food choices and reasonable portion sizes. *International Journal of Obesity*, **38(1)**: 25-33.

Rodrigo-Sáez L et al. (2011). Differences between pediatric and adult celiac disease. *Rev. Esp. Enferm Dig.*, **103(5)**: 238-44.

Rørdam MO. (2013). EU Law on Food Naming , Copenhagen Business School , PhD Series 13-2013. ISSN 0906-6934.

Sizer F and Whitney E. (2010). *Nutrition: Concepts and Controversies*. Cengage Learning (p. 26). ISBN 987-0-495-39065-7. Retrieved October 12.

Slosarova B. (2011) The key elements of the new EU Food Labelling Differences between the Directive 200/13 and Regulation 11169/2011, State Veterinary and Food Administration of the Slovak Republic.

US Food and Drug Administration. (2011). Guidance for Industry: A Food Labeling Guide.

Wartella EA, Lichtenstein AH, Yaktine A and Nathan R. (2012). *Front-of-Package Nutrition Rating Systems and Symbols: Promoting Healthier Choices*, pp 115-116. Institute of Medicine, DC The National Academies Press.

## Ιστοσελίδες

Γενικό Χημείο Κράτους (2005). Κώδικας Τροφίμων και αντικειμένων κοινής χρήσης. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο: [http://www.gcsf.gr/index.asp?a\\_id=3](http://www.gcsf.gr/index.asp?a_id=3)

Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 25ης Οκτωβρίου 2011:  
<http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:EL:PDF>

Το νέο θεσμικό πλαίσιο Επισήμανση Τροφίμων , Black Sea Trade @ Investment Promotion Programme / Ε.Φ.Ε.Τ Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων , Θεσσαλονίκη , 19 Ιουνίου 2013:  
<http://www.ebeth.gr/userdata/modules/Pages/1/9/19728/food%20labelling.pdf>

EUFIK (2010). Επισήμανση τροφίμων – ένας πλούτος πληροφοριών για τους καταναλωτές. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:  
<http://www.eufic.org/article/el/nutrition/food-labellingclaims/artid/Food-labelling-A-wealth-of-information-for-consumers/>

Υπουργείο Παιδείας & Θρησκευμάτων (2013-α). Διατροφικές πληροφορίες στις ετικέτες τροφίμων, στα πλαίσια του προγράμματος ΕΥΖΗΝ (Εθνική Δράση Υγείας για τη Ζωή των Νέων). Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

[http://eyzin.minedu.gov.gr/Pages/Parents/Cooking/StinKouzina\\_ArticlesSV.aspx?ArticleID=22#.Vrfv4PI96M8](http://eyzin.minedu.gov.gr/Pages/Parents/Cooking/StinKouzina_ArticlesSV.aspx?ArticleID=22#.Vrfv4PI96M8)

Υπουργείο Παιδείας & Θρησκευμάτων (2013-β). Διατροφικοί ισχυρισμοί στις ετικέτες τροφίμων, στα πλαίσια του προγράμματος ΕΥΖΗΝ (Εθνική Δράση Υγείας για τη Ζωή των Νέων). Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

[http://eyzin.minedu.gov.gr/Pages/Parents/Cooking/StinKouzina\\_ArticlesSV.aspx?ArticleID=23#.Vrfcl\\_I96M8](http://eyzin.minedu.gov.gr/Pages/Parents/Cooking/StinKouzina_ArticlesSV.aspx?ArticleID=23#.Vrfcl_I96M8)

FDA (2013) Label Claims for Conventional Foods and Dietary Supplements. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

<http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/LabelingNutrition/ucm111447.htm>

EUFIC (2010). Επισήμανση τροφίμων – ένας πλούτος πληροφοριών για τους καταναλωτές. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

<http://www.eufic.org/article/el/nutrition/food-labellingclaims/artid/Food-labelling-A-wealth-of-information-for-consumers/>

EUFIC (2010). Επισήμανση τροφίμων – ένας πλούτος πληροφοριών για τους καταναλωτές. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

<http://www.eufic.org/article/el/nutrition/food-labellingclaims/artid/Food-labelling-A-wealth-of-information-for-consumers/>

EUFIC (2005). Επισήμανση αλλεργιογόνων τροφίμων. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

<http://www.eufic.org/article/el/nutrition/food-labelling-claims/artid/alergen-labelling-foods>

Υπουργείο Παιδείας & Θρησκευμάτων (2013-α). Διατροφικές πληροφορίες στις ετικέτες τροφίμων, στα πλαίσια του προγράμματος ΕΥΖΗΝ (Εθνική Δράση Υγείας για τη Ζωή των Νέων). Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

[http://eyzin.minedu.gov.gr/Pages/Parents/Cooking/StinKouzina\\_ArticlesSV.aspx?ArticleID=22#.Vrfv4PI96M8](http://eyzin.minedu.gov.gr/Pages/Parents/Cooking/StinKouzina_ArticlesSV.aspx?ArticleID=22#.Vrfv4PI96M8)

European Union Law (2015). Διασφάλιση της ακρίβειας και της τεκμηρίωσης των ισχυρισμών διατροφής και υγείας στα τρόφιμα. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο:

[http://www.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/sociable\\_legislations/nutrition\\_claims](http://www.efet.gr/portal/page/portal/efetnew/legislations/sociable_legislations/nutrition_claims)

Tavakol, M. & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. International Journal of Medical Education. <https://www.ijme.net/archive/2/cronbachs-alpha.pdf>



Pallant, J. (2011). SPSS Survival Manual: a step by step guide to data analysis using SPSS version 12. <https://surveyresearch.weebly.com/pallant-2005-review.html>

# Παραρτήματα

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ & ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ

## ΑΝΩΝΥΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Εγγυόμαστε για την ανωνυμία και την εμπιστευτικότητα των απαντήσεων.

Σκοπός της έρευνας είναι να εξετάσει τις γνώσεις, απόψεις και στάσεις των καταναλωτών γύρω από την επισήμανση και τη διατροφική ετικέτα των τροφίμων.

Οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία βάσης δεδομένων στο Τμήμα Διατροφής και Διαιτολογίας του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης.

Παρακαλώ απάντησε στις παρακάτω ερωτήσεις με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια.

Νομός: ..... Πόλη/χωριό: .....

1. ΦΥΛΟ: Άντρας  Γυναίκα

2. ΗΛΙΚΙΑ:  18-30  31-45  46-60  60 και άνω

3. ΒΑΡΟΣ: ..... κιλά 4. ΥΨΟΣ: ..... μέτρα

5. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

Άγαμος/η  Έγγαμος/η  Διαζευγμένος/η  Χήρος/α

6. ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ: 0  1  2  3  4  >4

7. ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ:  ΟΧΙ  ΝΑΙ

8. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:  Δημοτικό  Γυμνάσιο  Λύκειο  ΑΕΙ

9. ΜΗΝΙΑΙΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ:  <600€  601-1.000€  
 1.001-1.500€  >1.500€

10. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ:  Άνεργος  Οικιακά  Φοιτητής  
 Αγρότης/Κτηνοτρόφος  Συνταξιούχος  
 Ελεύθερος επαγγελματίας  Υπάλληλος (δημόσιος/ιδιωτικός)

11. Πόσο συχνά γυμνάζεσαι;

κάθε μέρα  3 φορές/εβδομάδα  1 φορά/εβδομάδα  καθόλου

12. Πως αξιολογείς τη φυσική σου κατάσταση;

πολύ κακή  κακή  μέτρια  ικανοποιητική  καλή  πολύ καλή

13. Πως αξιολογείς τη γενικότερη κατάσταση της υγείας σου;

πολύ κακή  κακή  μέτρια  ικανοποιητική  καλή  πολύ καλή

14. Ποιος ασχολείται με την προετοιμασία του φαγητού στο σπίτι;

Εγώ  Σύζυγος  Τη μοιραζόμαστε  Άλλος

15. Ποιος ψωνίζει συνήθως τα τρόφιμα για το νοικοκυριό σας;

Εγώ  Σύζυγος  Τα μοιραζόμαστε  Άλλος

16. Με ποια συχνότητα ασχολείσαι με την αγορά τροφίμων για το σπίτι;

ποτέ  1 φορά/μήνα  1 φορά/εβδομάδα  3 φορές/εβδομάδα  κάθε μέρα

17. Πόσο χρόνο αφιερώνεις κάθε φορά που ψωνίζεις, για την αγορά των ειδών που αφορούν τη διατροφή σας;

καθόλου  15 λεπτά  1 ώρα  2 ώρες  πάνω από 2 ώρες

18. Πόσα περίπου χρήματα ξοδεύετε κάθε φορά για όλες τις αγορές σας;

..... ευρώ

19. Πόσα από τα παραπάνω χρήματα αφορούν τις αγορές τροφίμων;

..... ευρώ

20. Αξιολόγησε πόσο επηρεάζεσαι κατά την αγορά τροφίμων από τα ακόλουθα:

Καθόλου → Πάρα πολύ

		1	2	3	4	5
1	Την ασφάλεια (π.χ. αγορά βιολογικών)	1	2	3	4	5
2	Τη διατροφική τους αξία (π.χ. ενισχυμένη θρεπτική αξία)	1	2	3	4	5
3	Την ημερομηνία λήξης	1	2	3	4	5
4	Τη μέθοδο επεξεργασίας (αποστείρωση, αφυδάτωση κλπ.)	1	2	3	4	5
5	Την οσμή και τη γεύση τους	1	2	3	4	5
6	Την εμφάνιση των τροφίμων	1	2	3	4	5
7	Την παρουσία πρόσθετων ουσιών (Ε)	1	2	3	4	5
8	Τη σύσταση των τροφίμων σε αλάτι	1	2	3	4	5
9	Την εμφάνιση της συσκευασίας	1	2	3	4	5
10	Την αναλυτική πληροφόρηση για τους τρόπους χρήσης	1	2	3	4	5
11	Την ευκολία ανοίγματος της συσκευασίας	1	2	3	4	5
12	Το υλικό της συσκευασίας (χάρτινη, πλαστική κλπ.)	1	2	3	4	5
13	Τη δυνατότητα ανακύκλωσης της συσκευασίας	1	2	3	4	5
14	Τον τρόπο συντήρησης (ντουλάπι, ψυγείο, κατάψυξη)	1	2	3	4	5
15	Την επωνυμία της μονάδας παραγωγής	1	2	3	4	5
16	Την τιμή αγοράς	1	2	3	4	5

21. Επηρεάζουν τις αγορές σου οι διατροφικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας;

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

22. Είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους;

ΝΑΙ  ΟΧΙ  Δεν γνωρίζω

23. Διαβάζεις τις βασικές πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζεις ένα προϊόν για πρώτη φορά;

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

24. Επηρεάζουν τις αγορές σου οι διατροφικές πληροφορίες που υπάρχουν στην ετικέτα της συσκευασίας των τροφίμων;

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

25. Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μεγαλο-συστατικά (π.χ. πρωτεΐνες, σάκχαρα, λίπος, φυτική ίνα);

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

26. Διαβάζεις τις πληροφορίες της ετικέτας που αφορούν τη σύσταση σε μικρο-συστατικά (π.χ. βιταμίνες, πρόσθετα (E), αλάτι, ζάχαρη);

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

27. Εξετάζεις τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων (π.χ. χαμηλή ενεργειακή αξία, χαμηλά λιπαρά, χωρίς νάτριο ή αλάτι, πηγή εδωδιμων ινών κλπ.);

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

28. Εξετάζεις τους ισχυρισμούς υγείας στην ετικέτα των τροφίμων (π.χ. το ασβέστιο είναι απαραίτητο για την υγεία των οστών, οι φυτοστερόλες μειώνουν τα επίπεδα της χοληστερόλης στο αίμα, κλπ.);

Ποτέ  Σπάνια  Συχνά  Πάντοτε

29. Αξιολόγησε του λόγους για τους οποίους αποφεύγεις την ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών στην ετικέτα των τροφίμων:

		Λίγο → Πολύ				
1	Δεν έχω χρόνο	1	2	3	4	5
2	Δυσκολεύομαι να τις καταλάβω	1	2	3	4	5
3	Γνωρίζω τη σύσταση των τροφίμων που αγοράζω	1	2	3	4	5
4	Πιστεύω πως δεν είναι αληθινές	1	2	3	4	5
5	Δεν μπορώ να διαβάσω τα μικρά τους γράμματα	1	2	3	4	5
6	Δεν με ενδιαφέρουν	1	2	3	4	5

30. Αξιολόγησε πόσο σε χαρακτηρίζει κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις, όταν πραγματοποιείς αγορές τροφίμων:

Διαφωνώ —→ Συμφωνώ απόλυτα

1	Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων	1	2	3	4	5
2	Ελέγχω πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων	1	2	3	4	5
3	Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας	1	2	3	4	5
4	Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή	1	2	3	4	5
5	Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου	1	2	3	4	5
6	Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες	1	2	3	4	5
7	Επιλέγω μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες	1	2	3	4	5
8	Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνω	1	2	3	4	5
9	Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες	1	2	3	4	5
10	Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά	1	2	3	4	5
11	Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες	1	2	3	4	5
12	Προτιμώ πάντα τις συσκευασίες με εύκολο άνοιγμα	1	2	3	4	5
13	Προτιμώ να επιλέγω τις χάρτινες συσκευασίες	1	2	3	4	5
14	Προτιμώ να επιλέγω τις γυάλινες συσκευασίες	1	2	3	4	5
15	Προτιμώ να επιλέγω τις πλαστικές συσκευασίες	1	2	3	4	5

31. Δες τη σήμανση με βάση την «Συνιστώμενη Ημερήσια Δόση - Σ.Η.Δ.» και απάντησε στις παρακάτω ερωτήσεις:



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;		
5	Η περιεκτικότητα σε Αλάτι είναι υψηλή;		

32. Αξιολόγησε πόσο σε χαρακτηρίζει κάθε μια από τις παρακάτω προτάσεις, που είναι σχετικές με την ετικέτα των τροφίμων:

Καθόλου → Πάρα πολύ

1	Διαβάζοντας τις ετικέτες νιώθω πιο σίγουρος/η, επειδή ξέρω ακριβώς τι τρώω	1	2	3	4	5
2	Διαβάζω τις ετικέτες, γιατί αυτό με βοηθάει να έχω έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής	1	2	3	4	5
3	Διαβάζοντας τις ετικέτες επιτυγχάνω μεγαλύτερο έλεγχο στη διαίτά μου	1	2	3	4	5
4	Η ανάγνωση των ετικετών έχει για μένα εκπαιδευτικό ρόλο	1	2	3	4	5
5	Δεν είναι εύκολο για μένα να διαβάζω τις ετικέτες των τροφίμων	1	2	3	4	5
6	Οι ετικέτες στη συσκευασία των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες	1	2	3	4	5
7	Τα σύμβολα στις ετικέτες των τροφίμων είναι αρκετά συγκεχυμένα	1	2	3	4	5
8	Η ορολογία που χρησιμοποιείται στις ετικέτες των τροφίμων είναι πολύ επιστημονική	1	2	3	4	5

33. Τι προτείνεις να βελτιωθεί στην ετικέτα των τροφίμων (μέχρι 2 επιλογές)

1	Να δίνονται πιο λεπτομερείς πληροφορίες για το τρόφιμο	
2	Να χρησιμοποιούνται πιο απλές λέξεις	
3	Οι περισσότερες πληροφορίες να δίνονται μενούμερα	
4	Να χρησιμοποιούν πιο πολλά σύμβολα και εικόνες	
5	Οι ετικέτες να παραμείνουν όπως είναι	

*Ευχαριστώ για τη συμμετοχή και τον χρόνο που διέθεσες*

**Ιστότοποι:**

http1: <http://www.efsa.europa.eu/en/press/news/141126.htm>

http2: <https://www.olivenews.gr/el/5801/diatrofi/ugeia/ta-allergiogona-sta-trofima/>

Nunnally, J.C. and Bernstein, I.H. (1994) The Assessment of Reliability. Psychometric Theory, 3, 248-292.  
[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1960143](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1960143)