



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ

Πτυχιακή Εργασία

Διατροφική Ετικέτα-Επισημανση Τροφίμων



ΑΪΣΕ ΙΜΑΜ ΟΣΜΑΝ 4048

ΕΛΕΝΗ ΚΑΛΕΝΤΖΗ 4019

ΡΑΦΑΗΛΙΑ ΦΛΩΡΙΝΟΥΔΗ 4040

Επιβλέπων Καθηγητής: Ευστράτιος Κυρανάς

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2018

Περιεχόμενα

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	2
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	8
ABSTRACT.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	11
Η ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ - ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	11
1.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της διατροφικής επισήμανσης....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	16
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	17
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	17
3.1 Ταυτότητα δείγματος.....	17
3.2 Αγοραστικές συνήθειες του δείγματος.....	24
3.3 Αξιολόγηση των παραγόντων που επηρεάζουν την αγορά των τροφίμων	27
3.4 Κατανόηση διατροφικής ετικέτας.....	54
3.5 Αισθήματα των συμμετεχόντων από τη χρήση της διατροφικής ετικέτας. .	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	62
ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	62
4.1 Επίδραση των δημογραφικών στοιχείων στη χρήση ετικέτας.....	62
4.1.1 Επίδραση του φύλου.....	62
4.1.2 Επίδραση ηλικίας.....	75
4.1.3 Επίδραση του μορφωτικού επιπέδου στη χρήση της ετικέτας.....	81
4.2 Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ετικέτας.....	84
Βιβλιογραφία.....	88

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 3.1 Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο.....	17
Σχήμα 3.2 Κατανομή των συμμετεχόντων ανάλογα με την ηλικία.....	18
Σχήμα 3.3 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την οικογενειακή τους κατάσταση.	19
Σχήμα 3.4 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με τον αριθμό παιδιών που έχουν.....	19
Σχήμα 3.5 Κατανομή του δείγματος ως προς την εθνικότητα του.....	20
Σχήμα 3.6 Κατανομή του δείγματος ως προς το μορφωτικό του επίπεδο.....	20
Σχήμα 3.7 Κατανομή του δείγματος ως προς το εισόδημα τους.....	21
Σχήμα 3.8 Κατανομή του δείγματος ως προς το επάγγελμα τους.....	22
Σχήμα 3.9 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με τη συχνότητα άσκησης.....	22
Σχήμα 3.10 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την φυσική του κατάσταση.....	23
Σχήμα 3.11 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την κατάσταση της υγείας τους. .	24
Σχήμα 3.12 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την προετοιμασία του φαγητού. .	25
Σχήμα 3.13 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την αγορά τροφίμων.....	25
Σχήμα 3.14 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα αγοράς τροφίμων	26
Σχήμα 3.15 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με τον χρόνο αγοράς τροφίμων.....	27
Σχήμα 3.16 Αξιολόγηση της ασφάλειας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	28
Σχήμα 3.17 Αξιολόγηση της διατροφικής αξίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	29
Σχήμα 3.18 Αξιολόγηση της ημερομηνίας λήξης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	29
Σχήμα 3.19 Αξιολόγηση της μεθόδου επεξεργασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	30
Σχήμα 3.20 Αξιολόγηση της οσμής/ γεύσης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	31
Σχήμα 3.21 Αξιολόγηση της εμφάνισης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	31
Σχήμα 3.22 Αξιολόγηση των πρόσθετων ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	32

Σχήμα 3.23 Αξιολόγηση της περιεκτικότητας σε αλάτι ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	33
Σχήμα 3.24 Αξιολόγηση της εμφάνισης της συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	33
Σχήμα 3.25 Αξιολόγηση των πληροφοριών χρήσης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	34
Σχήμα 3.26 Αξιολόγηση της ευκολίας στο άνοιγμα της συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	35
Σχήμα 3.27 Αξιολόγηση του υλικού συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	35
Σχήμα 3.28 Αξιολόγηση της δυνατότητας ανακύκλωσης της συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	36
Σχήμα 3.29 Αξιολόγηση του τρόπου συντήρησης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	37
Σχήμα 3.30 Αξιολόγηση της επωνυμίας του τροφίμου ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	37
Σχήμα 3.31 Αξιολόγηση της τιμής αγοράς ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων.....	38
Σχήμα 3.32 Επίδραση των διατροφικών προτιμήσεων των μελών της οικογένειας στην αγορά των τροφίμων.....	39
Σχήμα 3.33 Γνώση για την υποχρέωση αναγραφής της σύστασης στην ετικέτα.....	39
Σχήμα 3.34: Ανάγνωση της ετικέτας τροφίμων κατά την αγορά τους.....	40
Σχήμα 3.35: Επηρεασμός στην αγορά τροφίμων από τις πληροφορίες της ετικέτας	40
Σχήμα 3.37: Πόσο προσέχετε τους διατροφικούς ισχυρισμούς που υπάρχουν στην ετικέτα των τροφίμων;.....	41
Σχήμα 3.38 Πόσο επηρεάζει ο διαθέσιμος χρόνος τη μη ανάγνωση των ετικετών....	42
Σχήμα 3.39 Πόσο επηρεάζει ο δυσκολία ανάγνωσης των ετικετών τη μη ανάγνωση τους από τους καταναλωτές;.....	43
Σχήμα 4.40 Πόσο επηρεάζει η γνώση της σύστασης των τροφίμων στη μη ανάγνωση τους;.....	43
Σχήμα 3.41 Πόσο επηρεάζει η αντίληψη πως οι ετικέτες τροφίμων δεν δίνουν τις σωστές πληροφορίες στη μη ανάγνωση τους από τους καταναλωτές;.....	44
Σχήμα 3.42 Πόσο επηρεάζουν τα μικρά γράμματα των ετικετών στη μη ανάγνωση τους από τους καταναλωτές;.....	44

Σχήμα 3.43 Πόσο επηρεάζονται οι καταναλωτές στη μη ανάγνωση των ετικετών εξαιτίας του μη ενδιαφέροντος τους;.....	45
Σχήμα 3.44 αξιολόγηση της πρότασης «Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	46
Σχήμα 3.45 Αξιολόγηση της πρότασης «Ελέγχω πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	46
Σχήμα 3.46 Αξιολόγηση της πρότασης «Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	47
Σχήμα 3.47 Αξιολόγηση της πρότασης «Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	48
Σχήμα 3.48 Αξιολόγηση της πρότασης «Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	48
Σχήμα 3.49 Αξιολόγηση της πρότασης «Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	49
Σχήμα 3.50 Αξιολόγηση της πρότασης «Επιλέγω μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	50
Σχήμα 3.51 Αξιολόγηση της πρότασης «Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνω» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	50
Σχήμα 3.52 Αξιολόγηση της πρότασης «Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	51
Σχήμα 3.53 Αξιολόγηση της πρότασης «Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	52
Σχήμα 3.54 Αξιολόγηση της πρότασης «Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	52
Σχήμα 3.55 Αξιολόγηση των προτάσεων επιλογής σε σχέση με το είδος των συσκευασιών (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).....	53
Σχήμα 3.56: Απάντηση σχετικά με το αν είναι θερμιδογόνο το τρόφιμο.....	54
Σχήμα 3.57: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει πολλά σάκχαρα το τρόφιμο.....	55
Σχήμα 4.58: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει πολλά λίπη το τρόφιμο.....	55
Σχήμα 3.59: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει πολλά χαμηλά κορεσμένα λίπη το τρόφιμο.....	56
Σχήμα 3.60: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει το τρόφιμο περιέχει πολύ αλάτι...	56
Σχήμα 3.61: Απάντηση σχετικά με την ασφάλεια των συμμετεχόντων από την ανάγνωση της ετικέτας.....	57

Σχήμα 3.62: Απάντηση σχετικά με το πόσο βοηθάει τους συμμετέχοντες η ανάγνωση της ετικέτας για να έχουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής.....	58
Σχήμα 3.63: Απάντηση σχετικά με το πόσο βοηθάει τους συμμετέχοντες η ανάγνωση της ετικέτας στον έλεγχο της δίαιτας τους.....	58
Σχήμα 3.64: Απάντηση σχετικά με το πόσο η ανάγνωση των ετικετών έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα.....	59
Σχήμα 3.65: Απάντηση σχετικά με το αν δυσκολεύονται στην ανάγνωση των ετικετών	60
Σχήμα 3.66: Απάντηση σχετικά με το αν οι ετικέτες των τροφίμων είναι αναξιόπιστες	60
Σχήμα 3.67: Απάντηση σχετικά με το αν οι ετικέτες των τροφίμων περιέχουν συγκεχυμένα σύμβολα.....	61
Σχήμα 3.68: Απάντηση σχετικά με το αν οι ετικέτες των τροφίμων περιέχουν επιστημονική ορολογία.....	61

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.1: Μέσα χαρακτηριστικά του δείγματος.....	18
Πίνακας 4.2 Συνολικά έξοδα και έξοδα διατροφής.....	27
Πίνακας 4.1: Αποτελέσματα χ^2 για τη συσχέτιση του φύλου και την επίδραση στην αγορά τροφίμων από τις συνήθειες των μελών της οικογένειας.....	62
Πίνακας 4.3: Συσχέτιση του φύλου με την ανάγνωση της ετικέτας όταν το προϊόν αγοράζεται για πρώτη φορά.....	64
Πίνακας 4.4: Συσχέτιση του φύλου με τον επηρεασμό του καταναλωτή από την ανάγνωση της ετικέτας.....	65
Πίνακας 4.5: Συσχέτιση του φύλου με την επίδραση των διατροφικών ισχυρισμών από την ανάγνωση της ετικέτας.....	67
Πίνακας 4.6: Συσχέτιση του φύλου με την επίδραση των ισχυρισμών υγείας από την ανάγνωση της ετικέτας.....	68
Πίνακας 4.7: Συσχέτιση του φύλου με την έλλειψη χρόνου ως αιτία για τη μη ανάγνωση των ετικετών.....	69
Πίνακας 4.8: Συσχέτιση του φύλου με την δυσκολία της κατανόησης της ετικέτας ως αιτία μη ανάγνωσης της.....	70
Πίνακας 4.9: Συσχέτιση του φύλου με την γνώση των συστατικών του τροφίμου ως αιτία μη ανάγνωσης της.....	71
Πίνακας 4.10: Συσχέτιση του φύλου με την άποψη πως οι παρεχόμενες πληροφορίες είναι ψευδείς ως αιτία μη ανάγνωσης της ετικέτας.....	72
Πίνακας 4.11: Συσχέτιση του φύλου με την άποψη πως δεν μπορούν να διαβάσουν τα μικρά γράμματα ως αιτία μη ανάγνωσης της ετικέτας.....	72
Πίνακας 4.12: Συσχέτιση του φύλου με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης.....	74
Πίνακας 4.13: Συσχέτιση του φύλου με το αν διαβάζουν πάντα τις πληροφορίες της ετικέτας.....	74
Πίνακας 4.14: Συσχέτιση ηλικίας με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης.....	76
Πίνακας 4.15: Συσχέτιση ηλικίας με οικολογική συσκευασία ως κριτήριο επιλογής. .	76
Πίνακας 4.16: Συσχέτιση ηλικίας με ανακυκλώσιμη συσκευασία ως κριτήριο επιλογής.....	78
Πίνακας 4.17: Συσχέτιση ηλικίας με καινοτόμα συσκευασία ως κριτήριο επιλογής...	79
Πίνακας 4.18: Συσχέτιση της ηλικίας με την επιλογή πλαστικής συσκευασίας.....	80

Πίνακας 4.19: Συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου με την γνώση για την υποχρέωση αναγραφής της ετικέτας.....	81
Πίνακας 4.20: Συσχετισμός του μορφωτικού επιπέδου με την ανάγνωση της ετικέτας πριν από την αγορά ενός προϊόντος για πρώτη φορά.....	82
Πίνακας 4.21: Συσχετισμός του μορφωτικού επιπέδου με την έλλειψη χρόνου ανάγνωσης ως αιτία μη ανάγνωσης της ετικέτας.....	83
Πίνακας 4.22: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για την ασφάλεια του καταναλωτή.....	83
Πίνακας 4.23: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για την διασφάλιση της υγιεινής ζωής.....	84
Πίνακας 4.24: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για τον έλεγχο της δίαιτας.....	84
Πίνακας 4.25: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για τον εκπαιδευτικό της ρόλο.....	84
Πίνακας 4.26: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τη δημιουργία ασφάλειας.....	85
Πίνακας 4.27: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τον εκπαιδευτικό ρόλο.....	85
Πίνακας 4.28: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τη διασφάλιση της υγιεινής ζωής.....	85
Πίνακας 4.29: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τον έλεγχο της δίαιτας του καταναλωτή.....	86

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Εισαγωγή: Η διατροφική επισήμανση είναι ένα βασικό στοιχείο το οποίο επηρεάζει σημαντικά την συμπεριφορά των καταναλωτών. Η διατροφική σήμανση ορίζεται ως η ετικέτα που φέρουν τα τρόφιμα και περιλαμβάνουν τα θρεπτικά συστατικά που επιδρούν σημαντικά στην υγεία των καταναλωτών.

Σκοπός: Στόχος της συγκεκριμένης εργασίας είναι η διερεύνηση της γνώσης των καταναλωτών σχετικά με τη διατροφική επισήμανση καθώς και η επίδραση της διατροφικής σήμανσης στην καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Μεθοδολογία: .Για τη διερεύνηση της επίδρασης της διατροφικής σήμανσης στην καταναλωτική συμπεριφορά χρησιμοποιήθηκε ένα δείγμα 1200 ατόμων από διάφορες περιοχές της Βόρειας και Κεντρικής Ελλάδας κυρίως. Το συγκεκριμένο δείγμα κλήθηκε να απαντήσει σε ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με τη γνώση και τις συνήθειες του για τη διατροφική σήμανση. Η ανάλυση των απαντήσεων έγινε με τη χρήση του SPSS 17.

Αποτελέσματα: Τα αποτελέσματα της εργασίας έδειξαν ότι η πλειοψηφία του δείγματος γνωρίζει σχετικά με τη διατροφική επισήμανση και ότι οι καταναλωτές μπορεί να κοιτάνε τα χαρακτηριστικά της ετικέτας και να επηρεάζονται ως προς την καταναλωτική τους συμπεριφορά.

Συμπεράσματα: Η διατροφική σήμανση αποτελεί ένα μέτρο εκτίμησης της αξίας ενός προϊόντος και επηρεάζεται η γνώση και η χρήση της από το φύλο, την ηλικία και τα χαρακτηριστικά του καταναλωτή. Επιπλέον η αγορά ενός προϊόντος επηρεάζεται σημαντικά από τη γνώση της διατροφικής σήμανσης.

Λέξεις-Κλειδιά: διατροφική σήμανση, ετικέτες τροφίμων, καταναλωτική συμπεριφορά.

ABSTRACT

Introduction: Labelling of food is one of the key elements of food that is thought to have a significant impact on consumer behaviour. The nutritional label is defined as the label that includes all the necessary information for a product and this includes the simple nutritional elements that include the product up to its health effects and disclaimer of liability for possible side effects resulting from its use.

Purpose: The aim of this work is to investigate the knowledge of consumers about nutrition labeling and the effect of nutrition labeling on their consumption behavior.

Methodology: In the present paper the study of the effect of nutritional labelling on consumer behaviour is presented. A sample of 1200 people answered a questionnaire about nutritional labelling and it proved that knowledge of nutritional labelling affect significantly the consumer behaviour on product supply.

Results: It was proved that the majority of the sample is aware of nutrition labeling and that consumers may look at the characteristics of the label and be influenced in terms of their consumer behavior.

Conclusions: Nutrition labeling is a measure of the value of a product and its knowledge and use is influenced by the sex, age and characteristics of the consumer. In addition, the purchase of a product is significantly influenced by the knowledge of nutrition labeling.

Key words: food labeling, nutrition labeling, consumer behavior.

Εισαγωγή

Η σήμανση των διατροφικών στοιχείων αποτελεί ένα από τα βασικά στοιχεία της συσκευασίας των τροφίμων, γιατί θεωρείται πως μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την συμπεριφορά του καταναλωτή. Η διατροφική σήμανση μπορεί να οριστεί ως η σήμανση που περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για ένα προϊόν. Περιλαμβάνει από τα απλά διατροφικά στοιχεία που συνιστούν το προϊόν, μέχρι τις επιδράσεις του στην υγεία και την αποποίηση ευθυνών από πιθανές παρενέργειες που προκύπτουν από τη χρήση του (Ghani et al 1999).

Αρχικά, η επισήμανση των τροφίμων προέκυψε ως ανάγκη των καταναλωτών να γνωρίζουν τη σύσταση και τη φύση του προϊόντος που προμηθεύονται, προκειμένου να αποφεύγουν λανθασμένες αγορές και να προστατεύονται έναντι κινδύνων και αλλεργιών, αλλά και να διαθέτουν όλες τις κατάλληλες πληροφορίες που αφορούν τη σωστή αποθήκευση, χειρισμό και διατήρηση των τροφίμων. Επιπλέον, στη διατροφική σήμανση περιλαμβάνονταν και εμπορικά χαρακτηριστικά, όπως η μάρκα και η τιμή του προϊόντος.

Σήμερα η διατροφική σήμανση έρχεται να καλύψει το δικαίωμα του καταναλωτή στην πληροφορία, επιτρέποντας την επιλογή του στη γνώση και την πληροφόρηση του σχετικά με θέματα ασφάλειας, διατροφικές πληροφορίες και γνώσεις σχετικά με συστατικά που μπορεί να προκαλέσουν αλλεργίες. Η διατροφική σήμανση μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τη συμπεριφορά του καταναλωτή απέναντι σε συγκεκριμένα τρόφιμα (Cheftel, 2005).

Στη συγκεκριμένη εργασία πρόκειται να μελετηθεί η διατροφική σήμανση και ο τρόπος που επηρεάζει τις αποφάσεις των καταναλωτών. Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας θα παρουσιαστεί το θεωρητικό μέρος που αφορά την βιβλιογραφική έρευνα για τη σχέση της διατροφικής σήμανσης με τους καταναλωτές. Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας θα παρουσιαστεί η έρευνα που πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγια και είχε ως στόχο τη διερεύνηση της συσχέτισης της διατροφικής σήμανσης και των καταναλωτών. Στο τρίτο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας και τα συμπεράσματα θα συνοψιστούν στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ ΕΠΙΣΗΜΑΝΣΗ - ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Γενικά

Η διατροφική επισήμανση μπορεί να οριστεί ως η ετικέτα που δίνει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες ενός προϊόντος, στην οποία συμπεριλαμβάνονται από απλές πινακίδες διατροφικών στοιχείων μέχρι τις ημερήσιες τιμές αναφοράς, τη σύσταση του προϊόντος, τις επιδράσεις στην υγεία και την αποποίηση ευθυνών (Ghani et al, 1999).

Οι διατροφικές πληροφορίες αποτελούν μια αποτελεσματική από άποψη κόστους μέθοδο, που επιτρέπει την πληροφόρηση των καταναλωτών κατά την αγορά ενός προϊόντος (Campos and Doxey, 2011). Οι καταναλωτές γενικά αξιολογούν τις διατροφικές πληροφορίες ενός προϊόντος όταν το αγοράζουν, αλλά οι πληροφορίες αυτές είναι σύνθετες, ενώ πολλές φορές η σήμανση δεν οδηγεί σε σωστή πληροφόρηση (Hieke and Taylor, 2012).

Η ποιότητα των τροφίμων από την πλευρά των καταναλωτών συνήθως αποτελείται από εμπειρίες σχετικές με την ποιότητα, όπως η γεύση και η προέλευση, η μέθοδος παραγωγής και η επίδραση της τροφής στην υγεία (Grunet, 2005).

Τα στοιχεία ποιότητας είναι άγνωστα πριν την αγορά, ενώ η τελική ποιότητα οδηγεί τους καταναλωτές να χρησιμοποιούν στοιχεία ποιότητας ως οδηγούς στο σχηματισμό προσδοκιών σχετικών με την ποιότητα του προϊόντος (Steenkamp, 1990).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει τη διατροφική σήμανση βασικό στοιχείο της πολιτικής της και έχει εισάγει τρία διαφορετικά είδη σήμανσης για τα προϊόντα και την ποιότητά τους κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες. Τα ευρωπαϊκά σήματα διατροφικής σήμανσης διακρίνονται στις ακόλουθες κατηγορίες (Almli et al, 2011):

- το σήμα προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης – PDO: Το συγκεκριμένο σήμα καλύπτει τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα που παράγονται, μεταποιούνται και παρασκευάζονται σε μια δεδομένη γεωγραφική περιοχή, χρησιμοποιώντας αναγνωρισμένη τεχνογνωσία.
- το σήμα Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης - PGI: Καλύπτει γεωργικά προϊόντα και τρόφιμα, που συνδέονται στενά με τη γεωγραφική περιοχή. Τουλάχιστον ένα από τα στάδια της παραγωγής, της μεταποίησης ή της προετοιμασίας λαμβάνει χώρα στην περιοχή.
- το σήμα Εγγυημένης Παραδοσιακής Ειδίκευσης - TSG: Υποδεικνύει τον παραδοσιακό τρόπο παρασκευής των προϊόντων.

Αυτά τα γενικής φύσης σήματα ευνοούν την ενθάρρυνση της ποικίλης γεωργικής παραγωγής στην προστασία των ονομάτων των προϊόντων από την κατάχρηση και την απομίμηση και βοηθούν τους καταναλωτές στην λήψη αποφάσεων τους.

Παρά το γεγονός ότι αρκετά προϊόντα πιστοποιήθηκαν με τις συγκεκριμένες ετικέτες, υπάρχει έντονος προβληματισμός για το αν η αυξημένη χρήση αυτών των σχημάτων αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο σχετικά με την εισαγωγή και ανάμιξη των προϊόντων στην αγορά, ενώ επίσης έντονος είναι ο προβληματισμός για το κατά πόσο αυτές οι ετικέτες μπορούν να επηρεάσουν την απόφαση αγοράς του καταναλωτή.

Πέρα από αυτήν την γενική επισήμανση των τροφίμων στην επισήμανση των τροφίμων ειδικότερα σημαντικό ρόλο έχει η σήμανση των θρεπτικών συστατικών πάνω στα τρόφιμα, που επηρεάζει επίσης σημαντικά την επιλογή του τροφίμου από τον καταναλωτή.

Γενικά, στα τρόφιμα οι ετικέτες διατροφής, οι λίστες συστατικών των τροφίμων και οι απαιτήσεις συντήρησης και κατανάλωσης είναι οι τρεις πιο διαδεδομένες επισημάνσεις που συναντώνται. Στην Αμερική η διατροφική επισήμανση περιορίζεται σε αυτά τα τρία είδη, όπως ορίζεται από τον Αμερικάνικο οργανισμό τροφίμων και ποτών (FDA), ενώ στη νομοθεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης η υποχρεωτική διατροφική σήμανση αφορά και τις απαιτήσεις για την υγεία, παρά το γεγονός ότι υποχρεωτικά οι παραγωγοί τροφίμων χρησιμοποιούν και τα άλλα δύο είδη επισήμανσης (Bonsmann & Wills, 2012).

Οι Legault et al (2004) αναφέρουν, πως στα δεδομένα της Αμερικής περισσότερα από το 98% των τροφίμων περιλαμβάνουν ειδική διατροφική σήμανση ενώ σύμφωνα με τους Bosmann et al (2010) στην Ευρώπη η αντίστοιχη σήμανση καλύπτει το 84% των προϊόντων. Οι διατροφικές ετικέτες κατά κύριο λόγο περιέχουν πληροφορίες για τις θερμίδες, το μέγεθος των μερίδων και τις ποσότητες και τις ημερήσιες τιμές των μικροστοιχείων και των μακροστοιχείων, των βιταμινών και των μετάλλων που περιέχονται στα τρόφιμα.

Οι λίστες των συστατικών των τροφίμων περιέχουν σημαντικές διατροφικές πληροφορίες που βοηθούν στον καταναλωτή να εκτιμήσει την θρεπτική τους αξία. Ο κατάλογος των συστατικών μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να διαπιστωθεί εάν ένα τρόφιμο ή ένα ποτό περιέχει συνθετικά τρανς λιπαρά, στερεά λίπη, προστιθέμενα σάκχαρα, δημητριακά ολικής αλέσεως και ραφινρισμένους κόκκους (FDA, 2014).

Οι απαιτήσεις που αφορούν την υγεία σκοπεύουν στην ανάδειξη των πλεονεκτημάτων που προκύπτουν για την υγεία και σχετίζονται με την κατανάλωση μιας συγκεκριμένης τροφής (Williams, 2005). Επιπλέον οι απαιτήσεις των περιεχόμενων συστατικών σε ένα τρόφιμο στοχεύουν στο να δείξουν την αξία του συστατικού στο συγκεκριμένο τρόφιμο ενώ αποτελούν στοιχεία που σχετίζονται με τη διαιτητική συμπεριφορά του ατόμου όταν καταναλώνει το συγκεκριμένο τρόφιμο.

1.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της διατροφικής επισήμανσης

Η χρήση της τροφικής σήμανσης έχει αποτελέσει ευρέως αντικείμενο μελέτης τις τελευταίες δεκαετίες. Οι Drichoutis et al (2005) κατηγοριοποίησαν τους παράγοντες που επιδρούν στη χρήση των πληροφοριών που αναγράφονται στη διατροφική επισήμανση στις ακόλουθες κατηγορίες:

- a. στα μεμονωμένα χαρακτηριστικά,
- b. στα χαρακτηριστικά κατάστασης και συμπεριφοράς
- c. στην κατηγορία του προϊόντος
- d. στους παράγοντες γνώσης και στους παράγοντες-κίνητρα και
- e. σε γενικούς άλλους παράγοντες.

Ένα από τα πιο κοινά χαρακτηριστικά του καταναλωτή, που επηρεάζουν την συμπεριφορά ως προς τη χρήση της διατροφικής σήμανσης, είναι η ηλικία. Οι Burton και Andrews (1996) εξέτασαν τη χρήση τριών ειδών σήμανσης τροφίμων:

- i. Η πρώτη ήταν η πλήρης σήμανση, η οποία απαιτείται στα περισσότερα προϊόντα και περιλαμβάνει πληροφορίες για την πλήρη σύσταση ανά μερίδα, τις ημερήσιες τιμές λήψης θρεπτικών συστατικών, τις απόλυτες ημερήσιες τιμές και τον αριθμό των θερμίδων που περιέχονται σε 1 g λιπαρών υδρογονανθράκων και πρωτεϊνών.
- ii. Η δεύτερη ήταν η απλοποιημένη μορφή, η οποία χρησιμοποιείται σε συγκεκριμένα προϊόντα που η επιφάνεια τους είναι μικρότερη από 40 τετραγωνικές ίντσες.
- iii. η τρίτη μορφή περιλαμβάνει μόνο τις ποσότητες ανά μερίδα για περιορισμένα θρεπτικά συστατικά.

Οι επιδράσεις από την χρήση των πινακίδων εξετάστηκαν με βάση την κατανόηση των σημάνσεων, την εκτίμηση των θρεπτικών από τη σήμανση, και την ικανότητα να χρησιμοποιούνται οι συγκεκριμένες πληροφορίες για τη λήψη αποφάσεων και κρίσεων σχετικά με το προϊόν. Αποδείχθηκε ότι, η ηλικία του καταναλωτή σχετίζεται άμεσα και σημαντικά με το περιεχόμενο των θρεπτικών συστατικών ενός τροφίμου. Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία καταναλωτές βρίσκουν πιο δυσανάγνωστες τις επισημάνσεις τροφίμων, σε σχέση με τους νεότερους καταναλωτές, με αποτέλεσμα να επηρεάζεται και η αγοραστική τους δύναμη.

Οι Kim et al (2001) έδειξαν επίσης ότι, η χρήση των διατροφικών επισημάνσεων είναι μικρότερη όταν η ηλικία των καταναλωτών αυξάνεται. Σε μεταγενέστερη εργασία των Drichoutis et al (2005) αποδεικνύεται πως όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών, τόσο περισσότερο γίνεται χρήση της τροφικής επισήμανσης για την γνώση των λιπαρών και άλλων συστατικών των τροφίμων. Στην ίδια εργασία το επίπεδο της εκπαίδευσης επηρεάζει τη χρήση και τη γνώση των ταμπελών διατροφής, χωρίς όμως αυτό να σημαίνει πως αυτοί με το μικρότερο μορφωτικό επίπεδο δεν διαβάζουν τις ετικέτες στα τρόφιμα.

Έχει διαπιστωθεί ότι οι γυναίκες είναι πολύ επιρρεπείς στη χρήση των ταμπελών διατροφής και δίνουν σημασία και στη λίστα των συστατικών του τροφίμου (Chen et al, 2011).

Η συμπεριφορά ως προς την ανάγνωση των διατροφικών επισημάνσεων και κατά συνέπεια για την αναζήτηση των διατροφικών στοιχείων, έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζεται σημαντικά από την τιμή, τη γεύση και τα συστατικά ενός τροφίμου (Naya, 1999).

Οι καταναλωτές για τους οποίους τα διατροφικά χαρακτηριστικά έχουν ρόλο σημαντικό στη διατροφή τους, επιλέγουν τα τρόφιμα τους αφού πρώτα συμβουλευτούν τη διατροφική ετικέτα που τα συνοδεύει (Gracia et al, 2007).

Οι συνήθειες του καταναλωτή μπορεί να μειώσουν τη χρήση των διατροφικών ετικετών, δεδομένου ότι σε πολλές περιπτώσεις η αγορά των τροφίμων γίνεται με βάση τη συνήθεια, επειδή ένα προϊόν έχει ήδη χρησιμοποιηθεί και δοκιμαστεί από τον καταναλωτή (Petrovici et al, 2004). Η διαθεσιμότητα του χρόνου που έχει ο καταναλωτής στην διάθεση του σχετίζεται θετικά με την επιλογή διαφορετικών προϊόντων. Οι Kim et al (2001) προσπάθησαν να συσχετίσουν την επιλογή της χρήσης της διατροφικής επισήμανσης με την διαθεσιμότητα του χρόνου του καταναλωτή και τη διατροφή του καταναλωτή. Στα συμπεράσματά τους έδειξαν, πως η χρήση της διατροφικής σήμανσης επηρεάζει θετικά δηλαδή βελτιώνει την ποιότητα της διατροφής των καταναλωτών. Ο βαθμός βελτίωσης είναι συνάρτηση των πληροφοριών που λαμβάνει ο καταναλωτής από την σήμανση, καθώς και από τον χρόνο που μπορεί να διαθέσει ο καταναλωτής για την αγορά των τροφίμων.

Επίσης, επισημαίνεται πως οι καταναλωτές που έχουν μεγαλύτερο εισόδημα μπορούν να διαθέσουν λιγότερο χρόνο για την αγορά τροφίμων, με αποτέλεσμα να μην δίνουν σημασία στην ανάγνωση των διατροφικών ετικετών.

Οι Govindasamy & Italia (1999) προσπάθησαν να μελετήσουν τη συσχέτιση της χρήσης της διατροφικής σήμανσης με τα διάφορα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του καταναλωτή. Απέδειξαν, πως το μέγεθος και η σύσταση του νοικοκυριού επηρεάζουν τη χρήση των διατροφικών επισημάνσεων. Κατά συνέπεια, τα μεγάλα νοικοκυριά και τα νοικοκυριά στα οποία υπάρχουν παιδιά επιδρούν θετικά στη συμπεριφορά των καταναλωτών, αφού τους ωθούν να αναζητούν τα υγειονομικά χαρακτηριστικά των τροφίμων που αγοράζουν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στην συγκεκριμένη εργασία χρησιμοποιήθηκε ως εργαλείο διερεύνησης ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο μοιράστηκε κυρίως σε διάφορες περιοχές της Βόρειας και Κεντρικής Ελλάδας, αλλά και σε περιοχές της Δυτικής Στερεάς Ελλάδας, προκειμένου να εξεταστούν οι απόψεις των καταναλωτών για τη σήμανση και τη διατροφική ετικέτα.

Το ερωτηματολόγιο (Παράρτημα Α) περιείχε συνολικά 33 ερωτήσεις. Οι πρώτες 20 αφορούν στην ταυτότητα του δείγματος που χρησιμοποιήθηκε και αποσκοπεί εκτός από τα γενικά χαρακτηριστικά του να αποτυπώσει και τις αγοραστικές συνήθειες των συμμετεχόντων, όπως για παράδειγμα ο προσδιορισμός του ποιος ασχολείται με την αγορά τροφίμων ή πόσο χρόνο καταναλώνει ο συμμετέχων για την αγορά των τροφίμων, καθώς και το πόσο πληρώνει για αυτά.

Στη συνέχεια οι ερωτήσεις 21-24 αφορούν στους παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά των τροφίμων και περιλαμβάνουν την επίδραση που δέχεται ο καταναλωτής στην αγορά ενός προϊόντος από τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας και από τις πληροφορίες που αναφέρονται στη σήμανση των τροφίμων.

Οι υπόλοιπες ερωτήσεις που περιλαμβάνονται στο ερωτηματολόγιο αφορούν τη γνώση του καταναλωτή για την ορθή ανάγνωση της σήμανσης των τροφίμων, όπως επίσης και την αποτύπωση της σχέσης του καταναλωτή με τη σήμανση πριν να προβεί στην αγορά του προϊόντος.

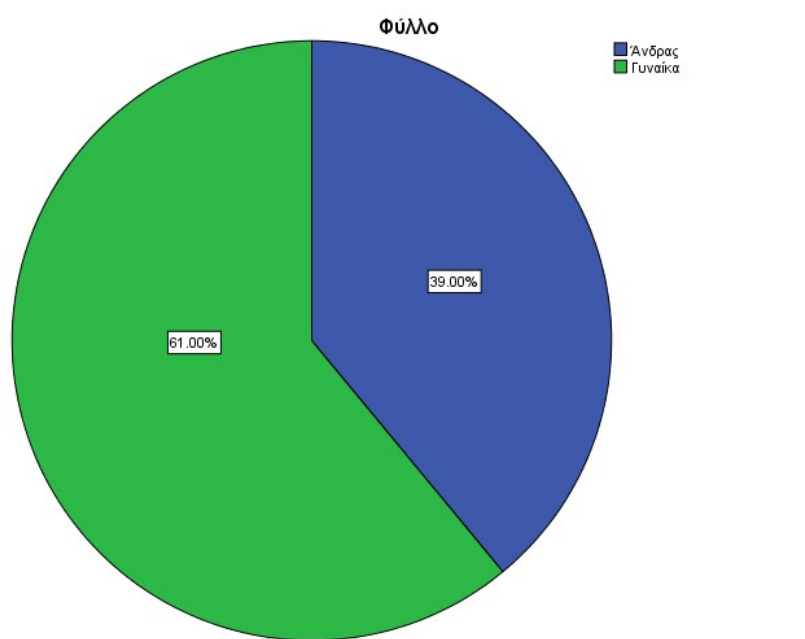
Για την ολοκλήρωση της έρευνας το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε σε 1.200 άτομα και η ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε με τη χρήση του προγράμματος SPSS.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

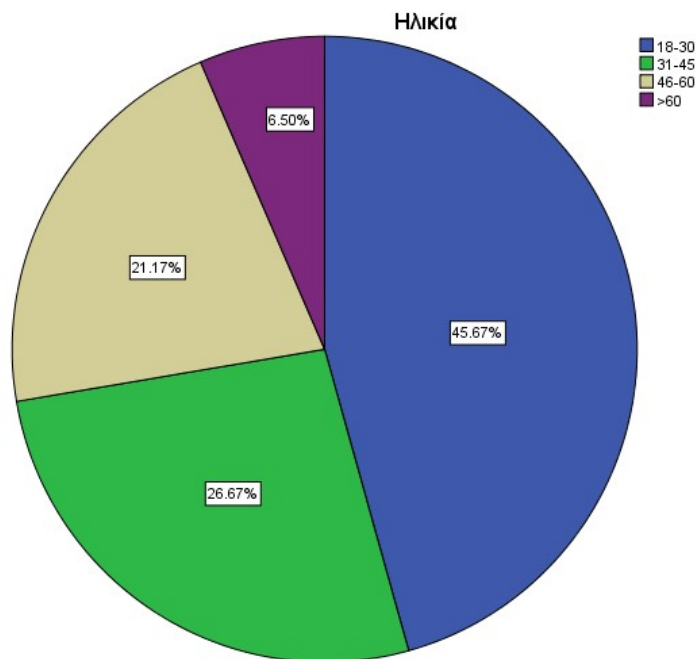
3.1 Ταυτότητα δείγματος

Από τους 1.200 συμμετέχοντες στην έρευνα οι 732 ήταν γυναίκες (61%) και οι 468 άνδρες (39%).



Σχήμα 3.1 Κατανομή του δείγματος ως προς το φύλο

Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (47.84%) ανήκε στο ηλικιακό εύρος των 31-60 ετών, ενώ σημαντικό ήταν και το ποσοστό των συμμετεχόντων που ήταν μεταξύ 18-30 ετών (45.67%). Πολύ μικρό ποσοστό του δείγματος (6,5%) ανήκε σε ηλικίες μεγαλύτερες των 60 ετών.



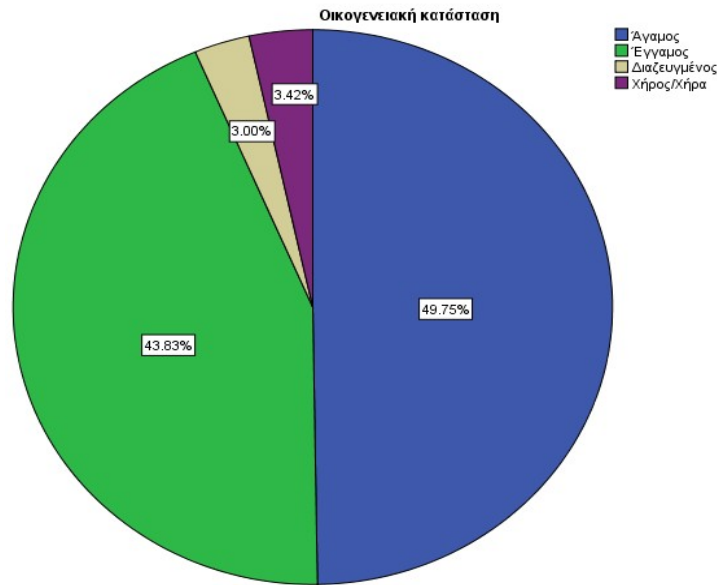
Σχήμα 3.2 Κατανομή των συμμετεχόντων ανάλογα με την ηλικία.

Το μέσο βάρος των συμμετεχόντων είναι 75 περίπου κιλά και το μέσο ύψος τους 1,70 m, ενώ ο Δείκτης Μάζας Σώματος υπολογίστηκε κατά μέσο όρο ίσος με 25,51.

Πίνακας 3.1: Μέσα χαρακτηριστικά του δείγματος

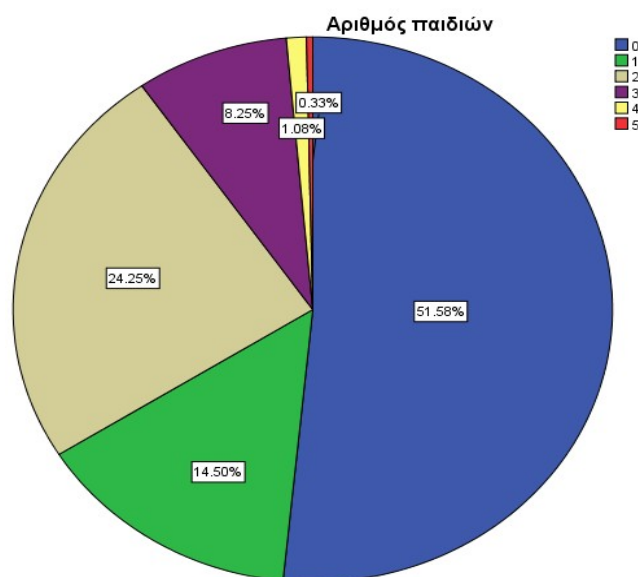
	N	Mean
ΔΜΣ	1200	25.5148
Βάρος	1200	74.8013
Ύψος	1200	170.8067
Valid N (listwise)	1200	

Από τους 1.200 συμμετέχοντες στην έρευνα οι 597 (49.8%) ήταν άγαμοι, γεγονός που σημαίνει πως έχουν αποκλειστικά την ευθύνη του νοικοκυριού τους, ενώ οι 526 (43.8%) ήταν έγγαμοι και μόλις οι 36 (3%) και οι 41 (3,4%) δήλωσαν αντίστοιχα χωρισμένοι ή χήροι /ες.



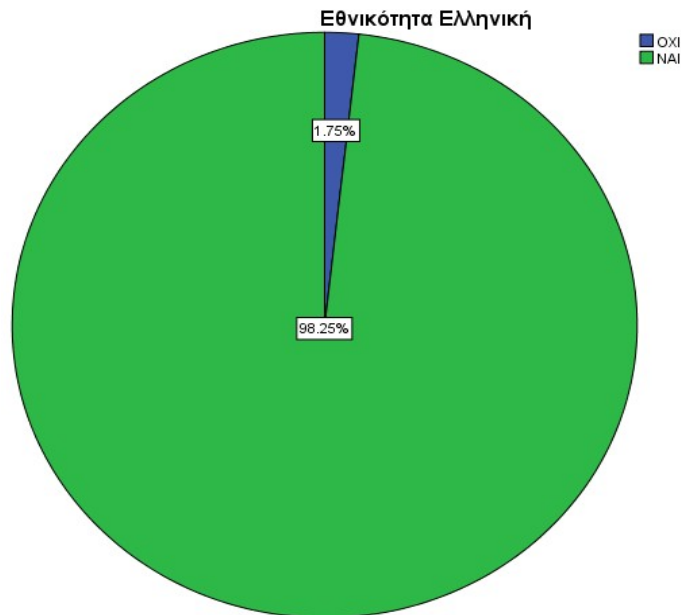
Σχήμα 3.3 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την οικογενειακή τους κατάσταση

Η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων (51,6%) είναι άτεκνοι, γεγονός που συμφωνεί και με το γεγονός ότι η πλειοψηφία τους δηλώνει πως είναι άγαμοι. Το 24.3% έχει 2 παιδιά, ενώ το 14.5% έχει 1 παιδί και το 8.3% (99 συμμετέχοντες) δήλωσαν πως έχουν τρία παιδιά. Μόνο 13 από τους 1.200 συμμετέχοντες (1.1%) δήλωσαν πως έχουν 4 παιδιά, ενώ 4 από τους συμμετέχοντες (0.3%) έχουν πέντε παιδιά.



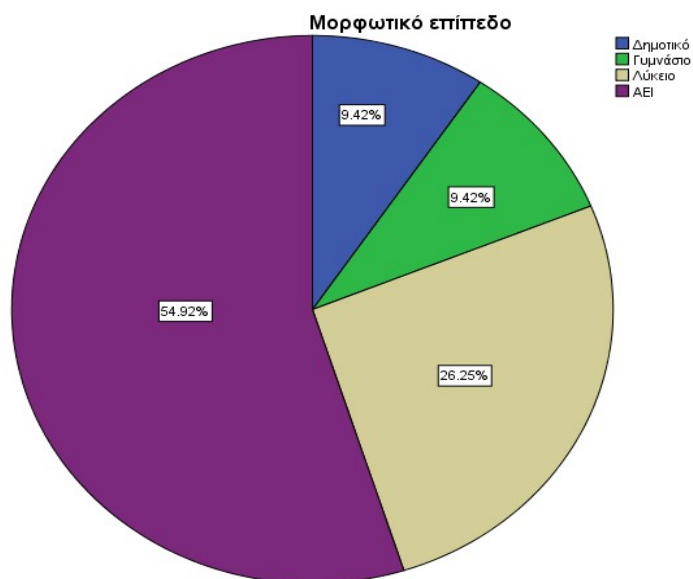
Σχήμα 3.4 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με τον αριθμό παιδιών που έχουν

Ως προς την εθνικότητα, το 98,25% των συμμετεχόντων έχει ελληνική υπηκοότητα, ενώ μόνο το 1.75% δήλωσε πως δεν έχει ελληνική υπηκοότητα.



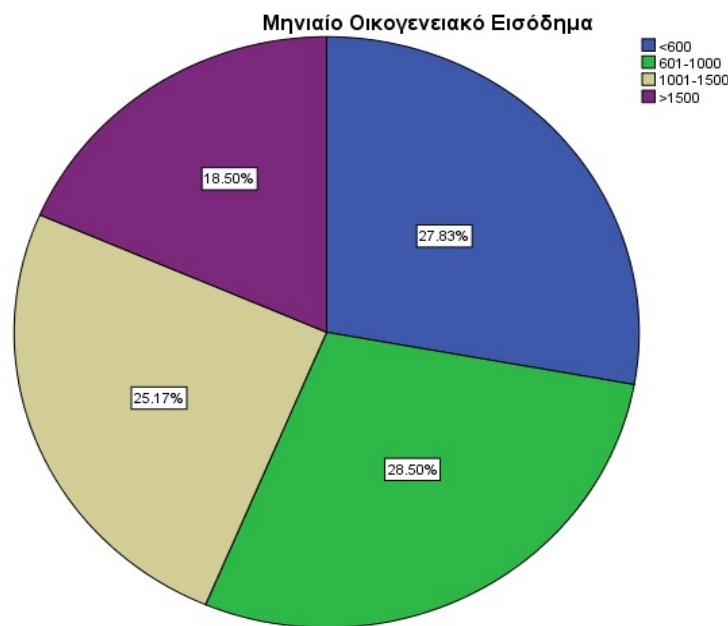
Σχήμα 3.5 Κατανομή του δείγματος ως προς την εθνικότητα του

Οι 659 από τους 1.200 συμμετέχοντες (54.9%) είναι απόφοιτοι ΑΕΙ, ενώ οι 315 (26.3%) είναι απόφοιτοι λυκείου και 113 από τους συμμετέχοντες (9.4%) είναι απόφοιτοι δημοτικού και σε ίσο ποσοστό και πλήθος απόφοιτοι γυμνασίου.



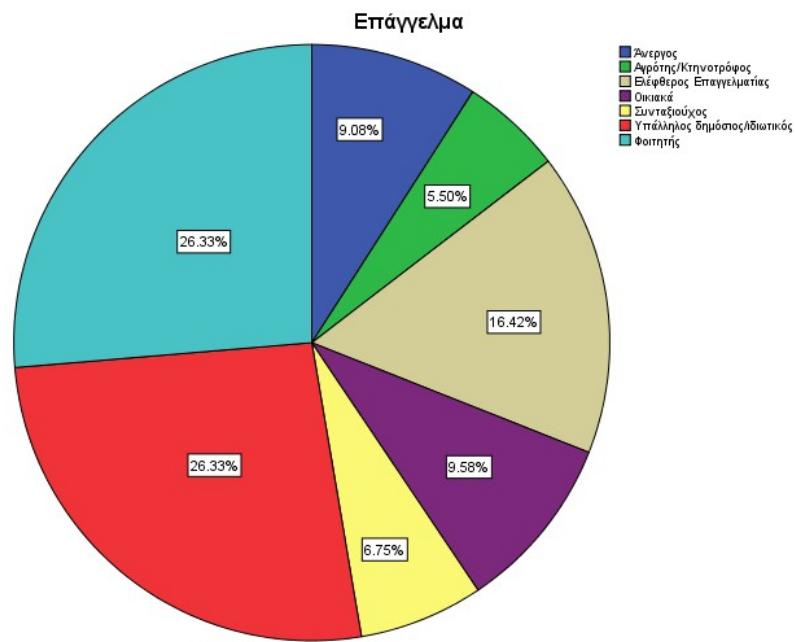
Σχήμα 3.6 Κατανομή του δείγματος ως προς το μορφωτικό του επίπεδο

Ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων (27.83%) παρουσιάζεται να έχει εισόδημα κάτω από 600€ το μήνα, ενώ το 28.5% έχει μέσο εισόδημα από 600-1000€ το μήνα, 25.17% έχει εισόδημα από 1001-1500€ το μήνα και μόλις το 18.5% έχει εισόδημα μεγαλύτερο από 1500€. Κατά συνέπεια, ως προς το μέσο μηνιαίο εισόδημα το δείγμα μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό, αφού περιλαμβάνει σημαντικά ποσοστά από όλες τις κατηγορίες εισοδήματος.



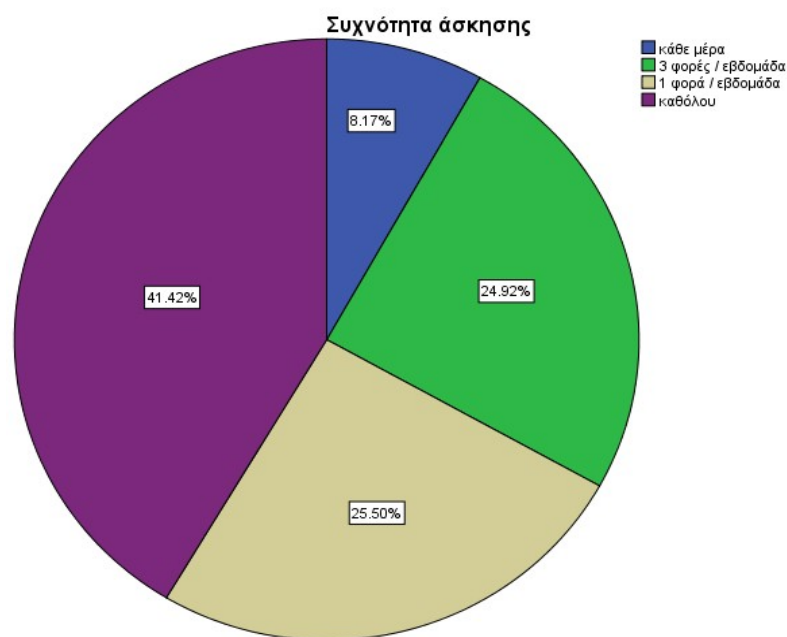
Σχήμα 3.7 Κατανομή του δείγματος ως προς το εισόδημα τους

Όπως προέκυψε από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων, το 26,33% είναι μισθωτοί ιδιωτικοί ή δημόσιοι υπάλληλοι και ίσο είναι και το ποσοστό των φοιτητών που συμπεριλαμβάνονται στο δείγμα. Επιπλέον, στην έρευνα συμμετείχαν ελεύθεροι επαγγελματίες (16.42%), άνθρωποι που δηλώνουν ως επάγγελμα τα οικιακά (9.58%), άνεργοι (9.08%) συνταξιούχοι (6.75%) και άνθρωποι που απασχολούνται στις αγροτικές εργασίες (αγρότες/ κτηνοτρόφοι) σε ποσοστό 5.5%.



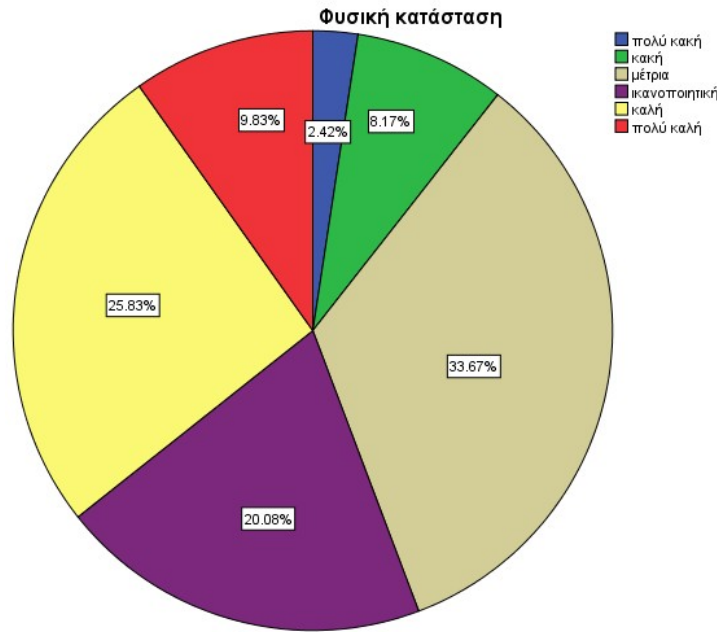
Σχήμα 3.8 Κατανομή του δείγματος ως προς το επάγγελμά τους

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (50.42%) ασκείται 1 φορά (25,50%) ή 3 φορές (24.92%) την εβδομάδα. Μεγάλο είναι και το ποσοστό (41.42%) αυτών που δεν ασκούνται καθόλου, ενώ μόλις το 8.17% δήλωσε πως ασκείται καθημερινά.



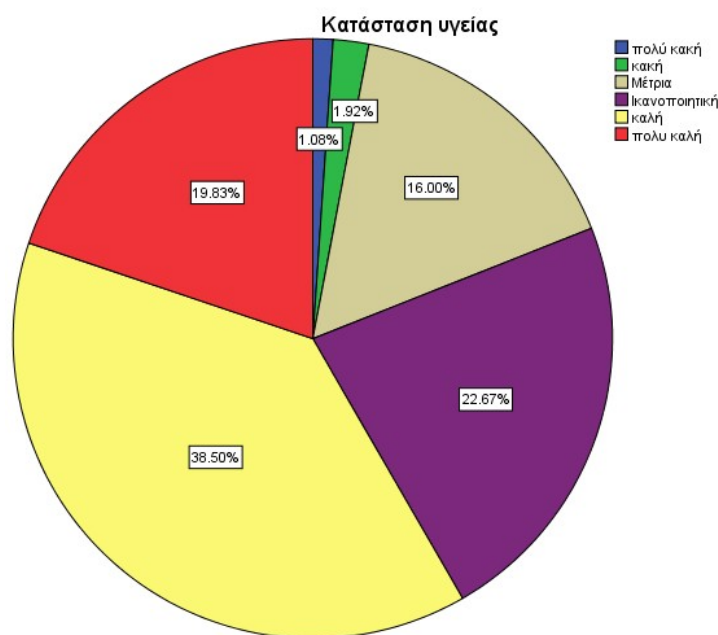
Σχήμα 3.9 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με τη συχνότητα άσκησης

Όσον αφορά στην φυσική κατάσταση του δείγματος, το 33.67% δήλωσε ότι έχει μέτρια φυσική κατάσταση, ενώ το 20.08% δήλωσε πως έχει ικανοποιητική φυσική κατάσταση και το 25.83% καλή φυσική κατάσταση. Το 9.83% πιστεύει πως η φυσική του κατάσταση είναι πολύ καλή και μόλις το 2.42% πιστεύει ότι η φυσική του κατάσταση είναι κακή.



Σχήμα 3.10 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την φυσική του κατάσταση

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων πιστεύει πως έχει καλή κατάσταση υγείας, ενώ το 22.67% πιστεύει πως η κατάσταση της υγείας του είναι ικανοποιητική, ενώ από τους συμμετέχοντες του δείγματος μόλις το 3% πιστεύει πως έχει πολύ κακή έως κακή κατάσταση υγείας.

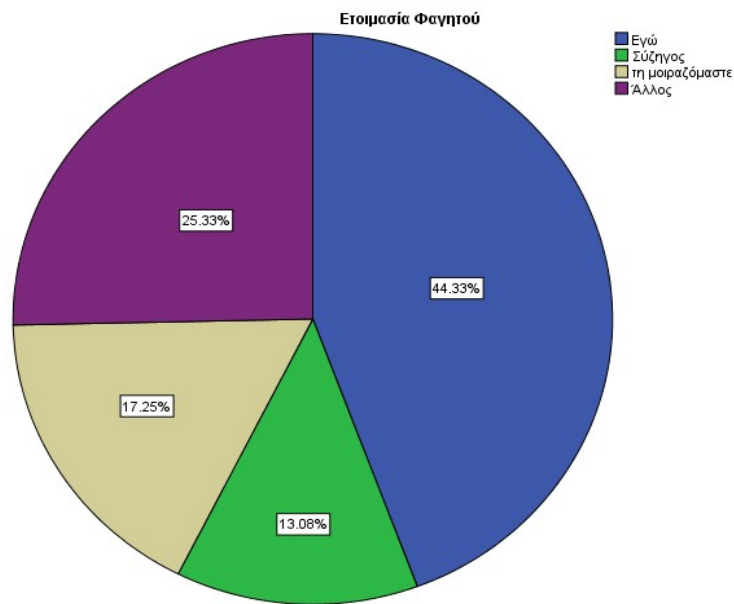


Σχήμα 3.11 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την κατάσταση της υγείας τους

3.2 Αγοραστικές συνήθειες του δείγματος

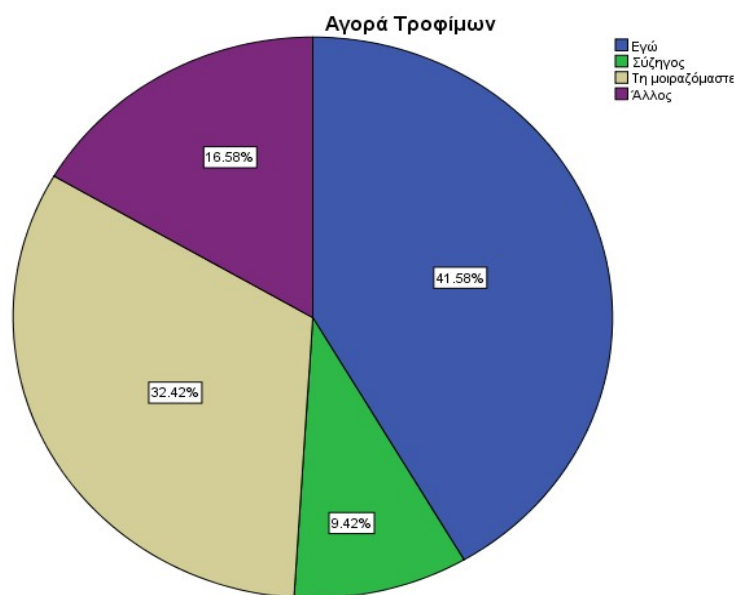
Στις ερωτήσεις 14 - 19 τέθηκαν στους συμμετέχοντες ερωτήματα που αφορούν τις αγοραστικές τους συνήθειες.

Το 44.33% των συμμετεχόντων ετοιμάζει μόνο του το καθημερινό φαγητό του, ενώ το 25.33 % δήλωσε πως είναι κάποιος άλλος υπεύθυνος για την παρασκευή του. Όσον αφορά στα ζευγάρια, το 17,25% μοιράζεται από κοινού την παρασκευή του φαγητού, ενώ στο 13.08% το ετοιμάζει η σύζυγος.



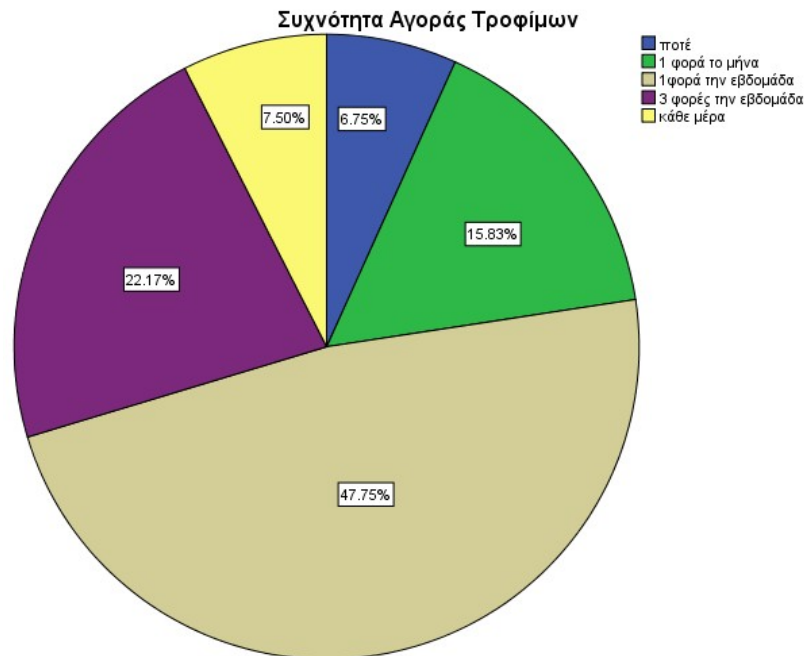
Σχήμα 3.12 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την προετοιμασία του φαγητού

Τέλος, το 58.42% από τους συμμετέχοντες απάντησε πως για την αγορά τροφίμων στο νοικοκυριό του υπεύθυνη είναι η σύζυγος (9.42%), στο 32.42% γίνεται από κοινού με κάποιον άλλο ή είναι υπεύθυνος κάποιος άλλος (16.58%), ενώ το 41.58% αγοράζει μόνο του τα τρόφιμα που χρειάζεται για το φαγητό του.



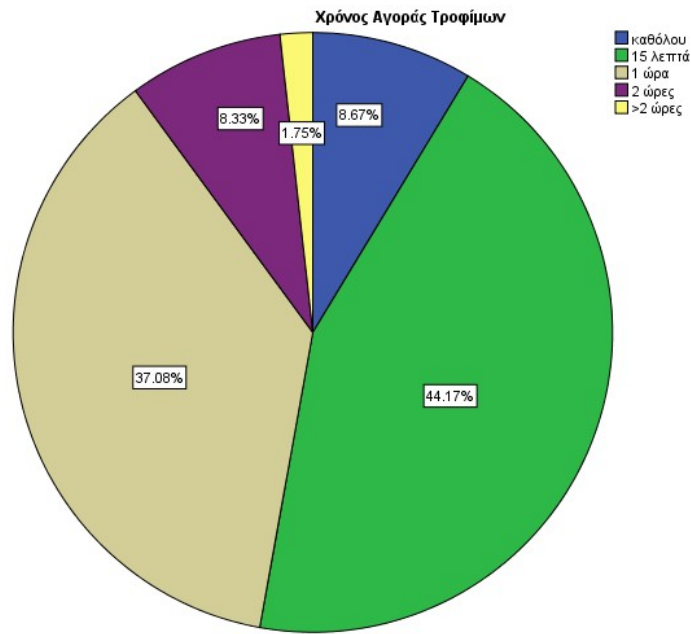
Σχήμα 3.13 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την αγορά τροφίμων

Από τους συμμετέχοντες στην έρευνα το 47,75% αγοράζει τρόφιμα 1 φορά την εβδομάδα, ενώ το 22,17% αγοράζει τρόφιμα τρεις φορές την εβδομάδα. Το 6,75% δήλωσε πως δεν αγοράζει τρόφιμα ποτέ.



Σχήμα 3.14 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με την συχνότητα αγοράς τροφίμων

Ο χρόνος αγοράς τροφίμων από τους συμμετέχοντες, για την πλειοψηφία (44.17%) είναι 15 λεπτά, ενώ για το 37.08% ο χρόνος που δαπανά για την αγορά των τροφίμων είναι 1 ώρα. Μόνο το 1.75% δαπανά περισσότερες από δύο ώρες για την αγορά τροφίμων.



Σχήμα 3.15 Κατανομή του δείγματος ανάλογα με τον χρόνο αγοράς τροφίμων

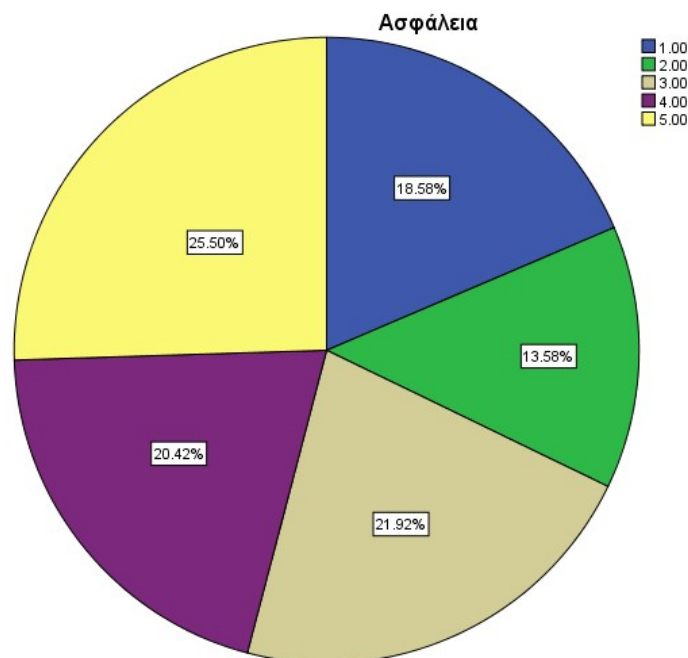
Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων για τα συνολικά έξοδα που κάνουν το μήνα, αυτά κυμαίνονται από 0 έως 500€ ενώ τα έξοδα που αφορούν αποκλειστικά τη διατροφή κυμαίνονται από 0 έως 333€.

Πίνακας 4.2 Συνολικά έξοδα και έξοδα διατροφής

	N	Minimum	Maximum	Mean
Συνολικά έξοδα	1200	.00	500.00	74.2867
Έξοδα Διατροφής	1200	.00	333.00	46.9258
Valid N (listwise)	1200			

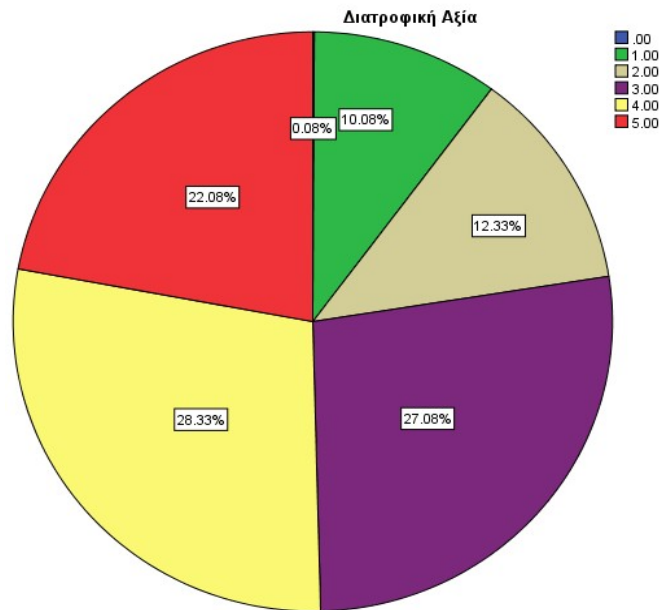
3.3 Αξιολόγηση των παραγόντων που επηρεάζουν την αγορά των τροφίμων

Στην εικοστή ερώτηση του ερωτηματολογίου οι συμμετέχοντες καλούνται να αξιολογήσουν σε μια κλίμακα Likert τους διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την αγορά των τροφίμων. Η κλίμακα αυτή εκτείνεται από το 1 έως το 5 με το 1 να αντιστοιχεί στο καθόλου και το 5 στο πάρα πολύ. Όπως προκύπτει από την ανάλυση των αποτελεσμάτων, η ασφάλεια αποτελεί έναν παράγοντα που επηρεάζει σημαντικά την αγορά των τροφίμων, αφού από 3-5 την αξιολόγησε το 67.84%, ενώ το υπόλοιπο 32.16% θεωρεί πως η ασφάλεια δεν επηρεάζει ή επηρεάζει λίγο την αγορά των τροφίμων.



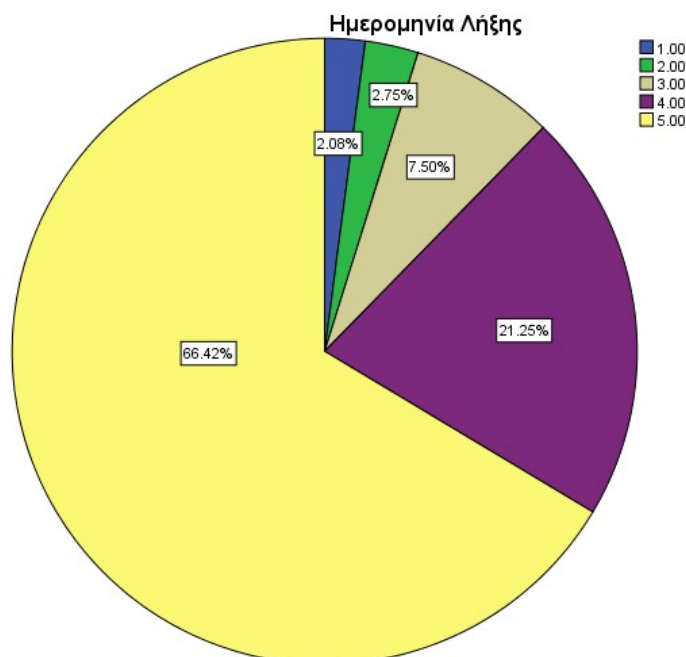
Σχήμα 3.16 Αξιολόγηση της ασφάλειας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η διατροφική αξία επηρεάζει το 22.08% του δείγματος πάρα πολύ ως προς την αγορά των τροφίμων, ενώ μόλις το 0.08% δεν επηρεάζεται καθόλου απ' αυτήν όταν αγοράζει τρόφιμα.



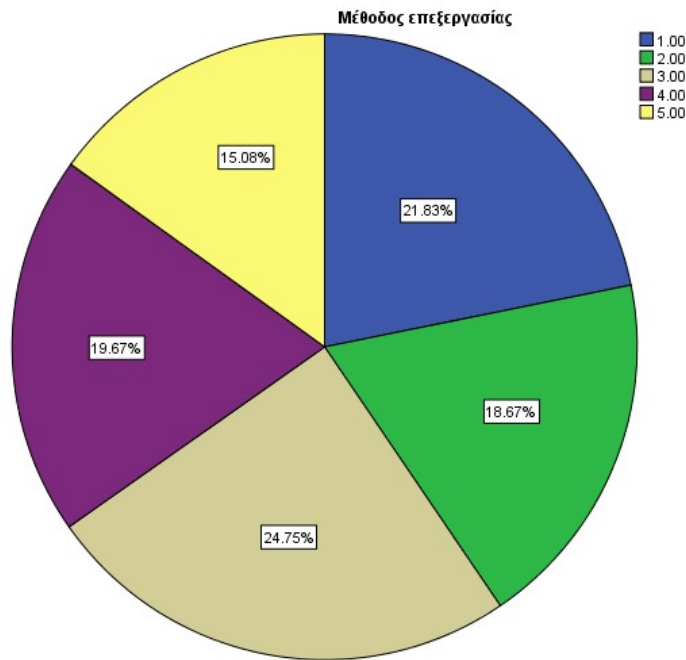
Σχήμα 3.17 Αξιολόγηση της διατροφικής αξίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Το 66.42% των συμμετεχόντων στην έρευνα επηρεάζεται πάρα πολύ από την ημερομηνία λήξης όταν αγοράζει τρόφιμα και το 21.25% επηρεάζεται πολύ (βαθμολογία 4 στην κλίμακα Likert). Μόνο ένα πολύ μικρό ποσοστό ίσο με 2.08% δεν επηρεάζεται καθόλου από την ημερομηνία λήξης των τροφίμων.



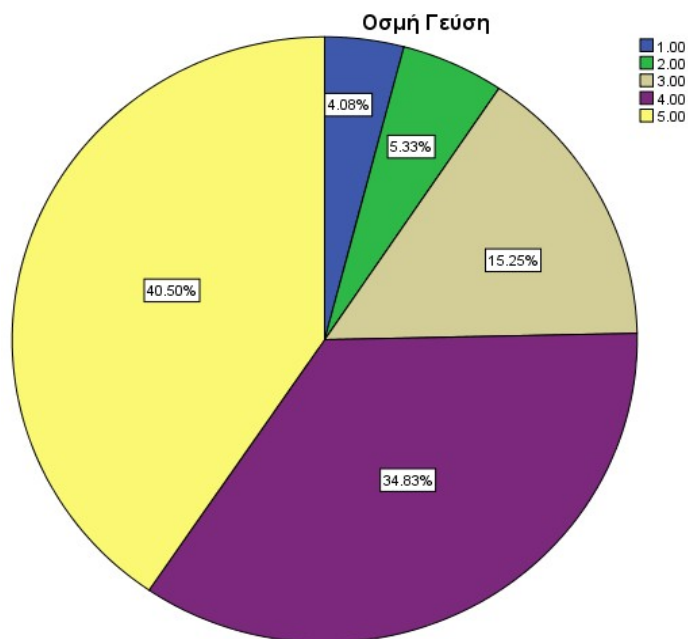
Σχήμα 3.18 Αξιολόγηση της ημερομηνίας λήξης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Το 15.08% δηλώνει πως επηρεάζεται πάρα πολύ κατά την αγορά τροφίμων από τις πληροφορίες που αφορούν την μέθοδο επεξεργασίας του προϊόντος, ενώ το 65.25% δήλωσε πως δεν επηρεάζεται από καθόλου έως πολύ λίγο από τη μέθοδο επεξεργασίας.



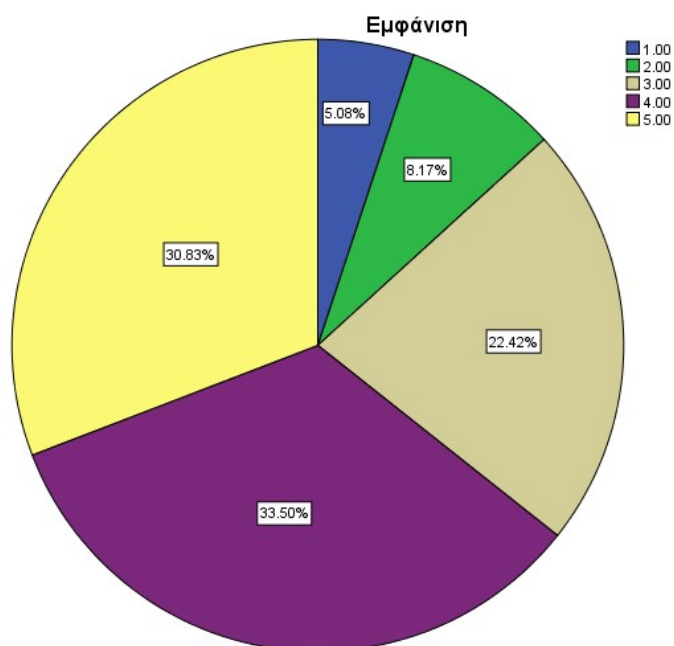
Σχήμα 3.19 Αξιολόγηση της μεθόδου επεξεργασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (75.33%) επηρεάζεται πολύ έως πάρα πολύ (4, 5 στην κλίμακα Likert) από την οσμή και τη γεύση του προϊόντος όταν αγοράζει τρόφιμα, ενώ μόλις το 4% δεν δίνει καθόλου σημασία σ' αυτά τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά όταν αγοράζει τρόφιμα.



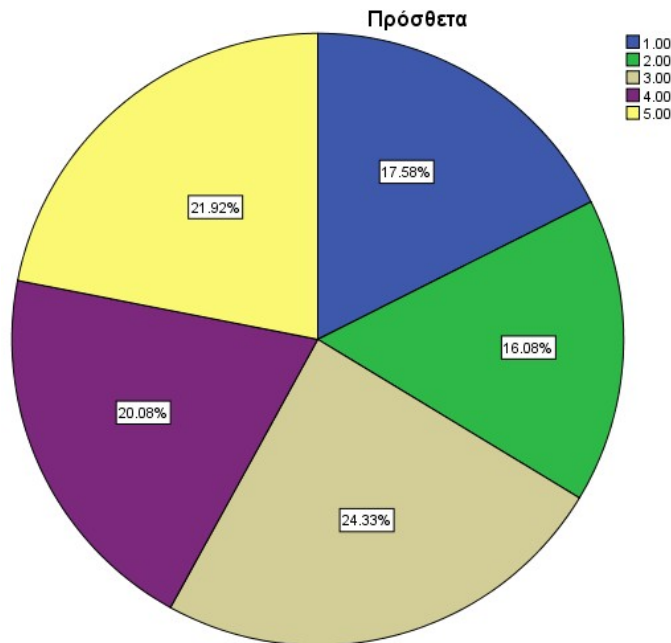
Σχήμα 3.20 Αξιολόγηση της οσμής/ γεύσης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Το 5.08% των συμμετεχόντων δεν επηρεάζεται καθόλου από την εμφάνιση του προϊόντος, ενώ το 30.83% επηρεάζεται πάρα πολύ από την εμφάνιση του προϊόντος, όπως και το 33.5% επηρεάζεται πολύ.



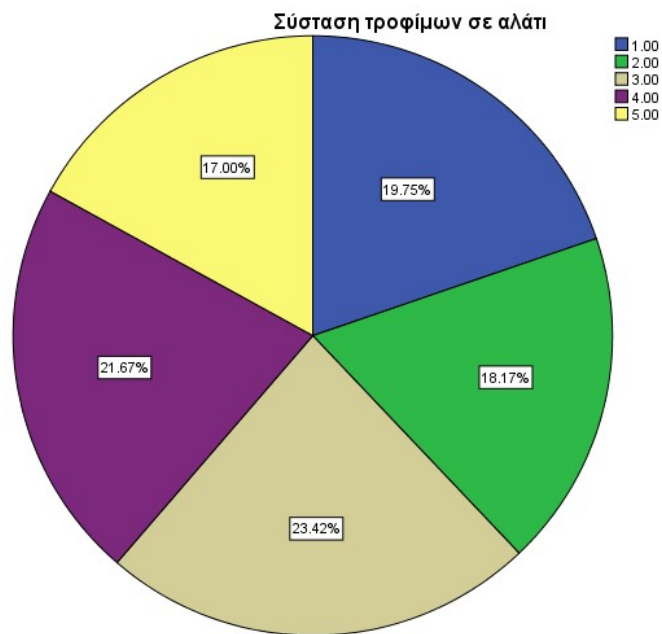
Σχήμα 3.21 Αξιολόγηση της εμφάνισης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η παρουσία των πρόσθετων στο προϊόν δεν επηρεάζει καθόλου το 17.58% των συμμετεχόντων στην έρευνα, ενώ επηρεάζει πάρα πολύ το 21.58%. Παράλληλα, το 20.08% δήλωσε πως επηρεάζεται πολύ κατά την αγορά τροφίμων από την ύπαρξη πρόσθετων, ενώ πολύ λίγο και λίγο επηρεάζονται το 16.08% και 24.33% αντίστοιχα.



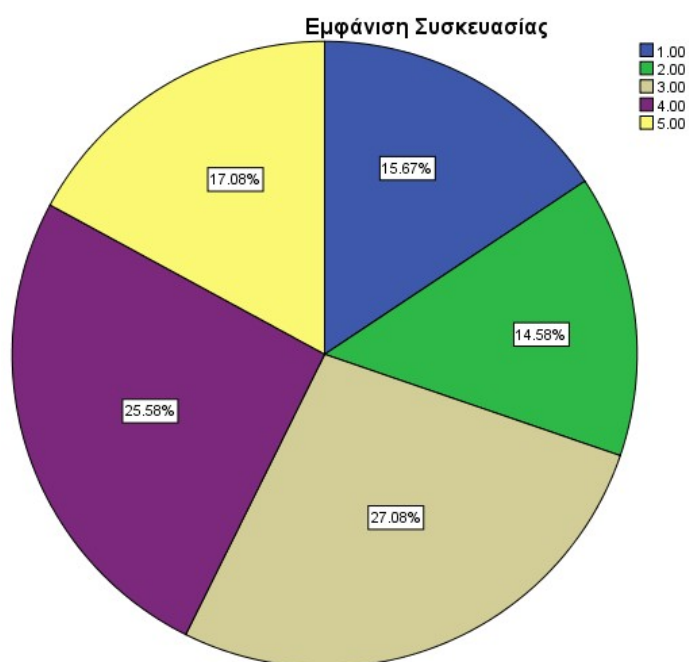
Σχήμα 3.22 Αξιολόγηση των πρόσθετων ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις στην αξιολόγηση του κατά πόσο επηρεάζονται οι συμμετέχοντες από την περιεκτικότητα των τροφίμων σε αλάτι κατά την αγορά τους, φαίνεται πως το 38.67% επηρεάζεται από πολύ έως πάρα πολύ, ενώ το 19.75% δεν επηρεάζεται καθόλου κατά την αγορά ενός τροφίμου από τη σύσταση του σε αλάτι. Σημαντικό ποσοστό (41.59%) δήλωσε πως επηρεάζεται πολύ λίγο έως λίγο κατά την αγορά ενός τροφίμου από τη σύστασή του σε αλάτι.



Σχήμα 3.23 Αξιολόγηση της περιεκτικότητας σε αλάτι ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η εμφάνιση της συσκευασίας δεν επηρεάζει κατά την αγορά των τροφίμων το 15.67% των συμμετεχόντων, ενώ το 42.66% δήλωσε ότι επηρεάζεται πολύ έως πάρα πολύ από την εμφάνιση της συσκευασίας.



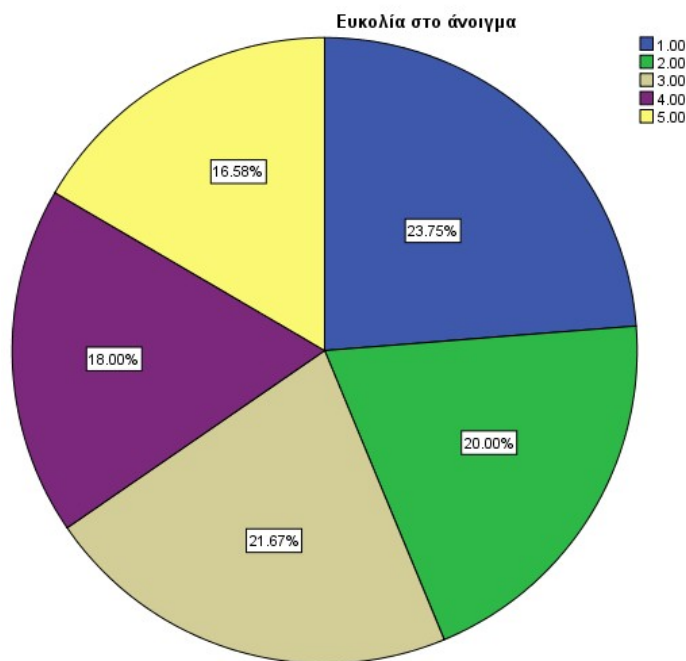
Σχήμα 3.24 Αξιολόγηση της εμφάνισης της συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Το 16.08% των συμμετεχόντων δεν επηρεάζεται από τις πληροφορίες του τρόπου χρήσης των τροφίμων που αναγράφονται στη συσκευασία κατά την αγορά τους, ενώ μόλις το 17.25% επηρεάζεται πάρα πολύ.



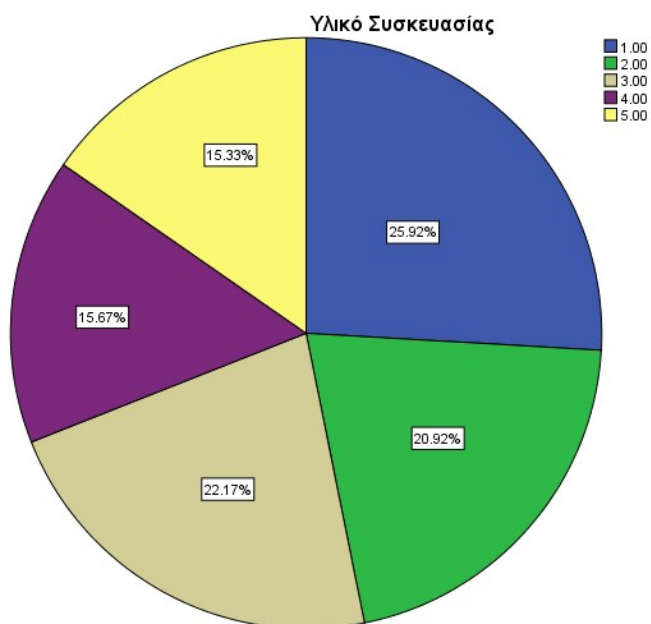
Σχήμα 3.25 Αξιολόγηση των πληροφοριών χρήσης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η ευκολία στο άνοιγμα της συσκευασίας δεν επηρεάζει στην αγορά των τροφίμων στο 23.75% του δείγματος, ενώ το 34.58% δήλωσε πως επηρεάζεται πολύ έως πάρα πολύ από την ευκολία στο άνοιγμα της συσκευασίας και το 41.67% επηρεάζεται λίγο έως πολύ λίγο από το άνοιγμα της συσκευασίας.



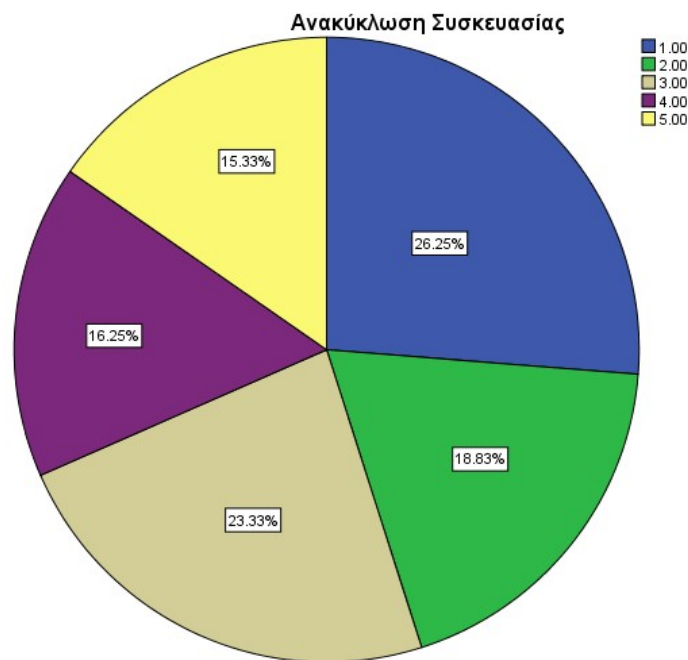
Σχήμα 3.26 Αξιολόγηση της ευκολίας στο άνοιγμα της συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Το υλικό της συσκευασίας επηρεάζει πολύ έως πάρα πολύ το 31% των συμμετεχόντων στην έρευνα, ενώ το 25.92% δεν επηρεάζεται καθόλου από το υλικό της συσκευασίας κατά την αγορά τροφίμων.



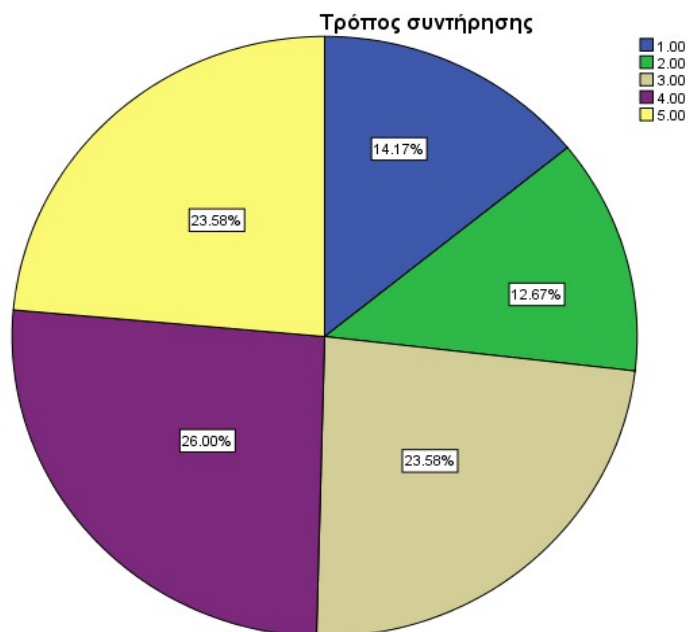
Σχήμα 3.27 Αξιολόγηση του υλικού συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η ανακυκλώσιμη συσκευασία φαίνεται πως αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει πολύ έως πάρα πολύ το 31.58% των συμμετεχόντων στην έρευνα, ενώ σημαντικό ποσοστό ίσο με 26.25% δήλωσε πως δεν το επηρεάζει καθόλου στην αγορά τροφίμων αν η συσκευασία είναι ανακυκλώσιμη.



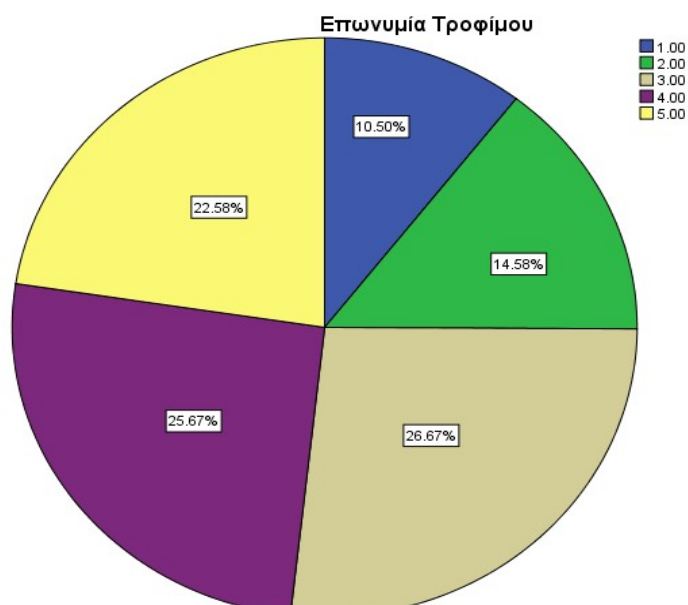
Σχήμα 3.28 Αξιολόγηση της δυνατότητας ανακύκλωσης της συσκευασίας ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Το 49.58% των συμμετεχόντων στην έρευνα επηρεάζεται πολύ έως πάρα πολύ από τον τρόπο συντήρησης όταν αγοράζει τρόφιμα, ενώ το 36.25% δήλωσε πως επηρεάζεται από πολύ λίγο έως λίγο από αυτήν την παράμετρο. Το υπόλοιπο 14.17% των συμμετεχόντων φαίνεται πως δεν δίνει καθόλου σημασία στον τρόπο συντήρησης των τροφίμων όταν αγοράζει τρόφιμα.



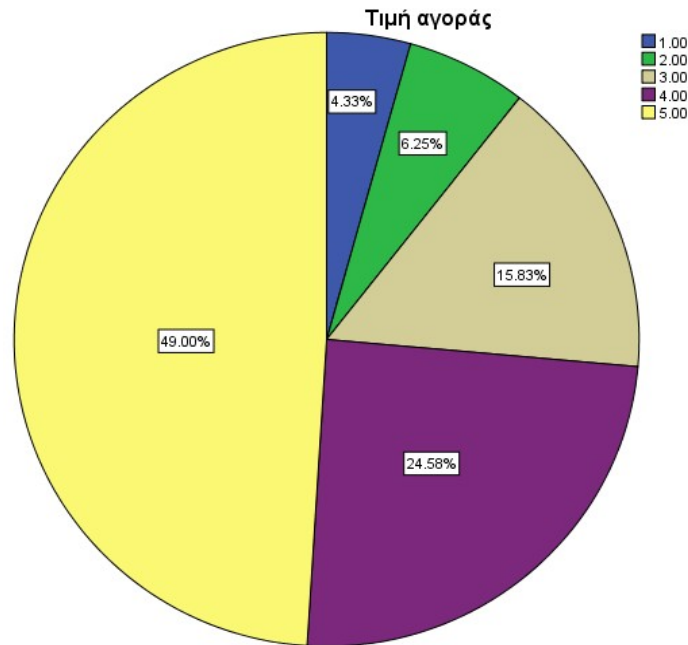
Σχήμα 3.29 Αξιολόγηση του τρόπου συντήρησης ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η επωνυμία του τροφίμου επηρεάζει το 48.25% των συμμετεχόντων από πολύ έως πάρα πολύ όταν αυτοί αγοράζουν τρόφιμα, ενώ μόνο το 10.50% δεν δίνει σημασία στην επωνυμία του τροφίμου.



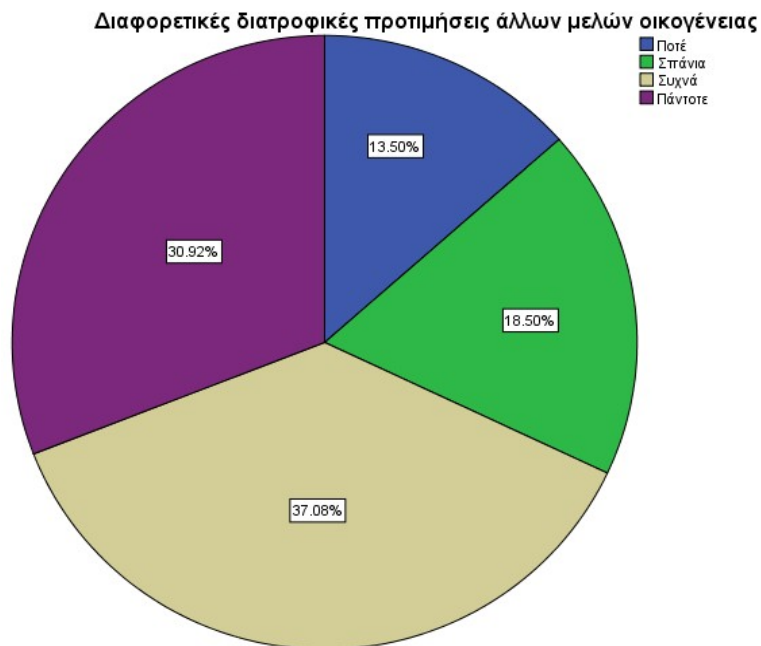
Σχήμα 3.30 Αξιολόγηση της επωνυμίας του τροφίμου ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

Η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα (73.58%) επηρεάζεται από πολύ (24.58%) έως πάρα πολύ από την τιμή αγοράς του προϊόντος, ενώ μόλις το 4.33% των συμμετεχόντων δεν επηρεάζεται καθόλου από την τιμή αγοράς.



Σχήμα 3.31 Αξιολόγηση της τιμής αγοράς ως παράγοντα που επηρεάζει την αγορά των τροφίμων

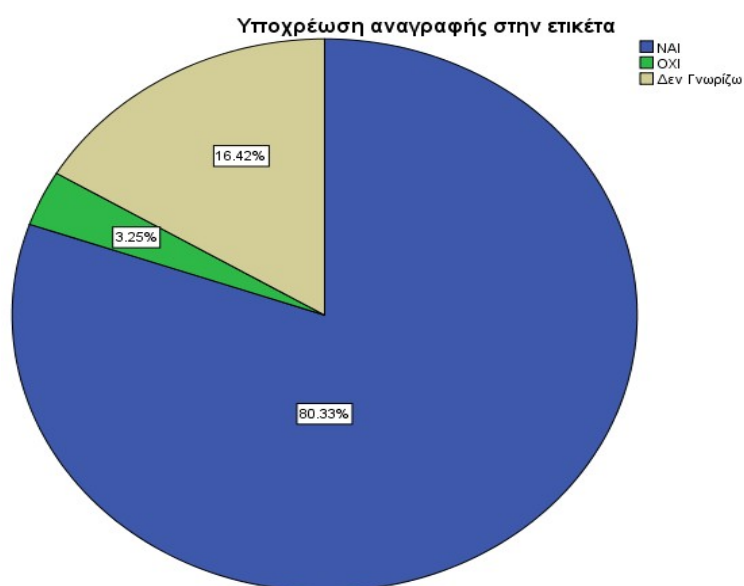
Το 37.08% των συμμετεχόντων συχνά επηρεάζεται από τις διατροφικές προτιμήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας, ενώ το 30.92% δήλωσε πως οι διατροφικές προτιμήσεις της οικογένειας επηρεάζουν πάντα την αγορά τροφίμων και το 13.5% δεν επηρεάζεται ποτέ από τις διατροφικές προτιμήσεις των υπόλοιπων μελών της οικογένειας.



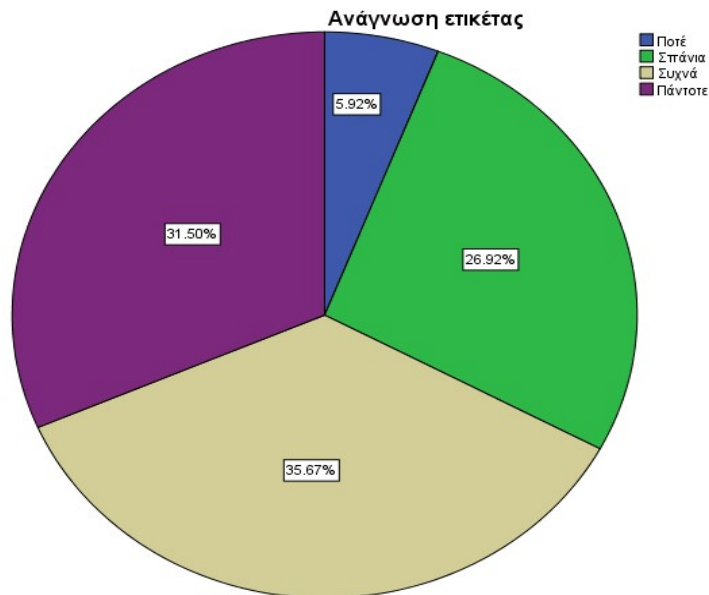
Σχήμα 3.32 Επίδραση των διατροφικών προτιμήσεων των μελών της οικογένειας στην αγορά των τροφίμων

3.4 Σχέση των συμμετεχόντων με τη διατροφική σήμανση

Στην ερώτηση για το αν είναι υποχρεωτική η αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στην συσκευασία των τροφίμων το 80.33% απάντησε πως είναι, το 3.25% πως δεν είναι και το 16.42% πως δεν γνωρίζει.

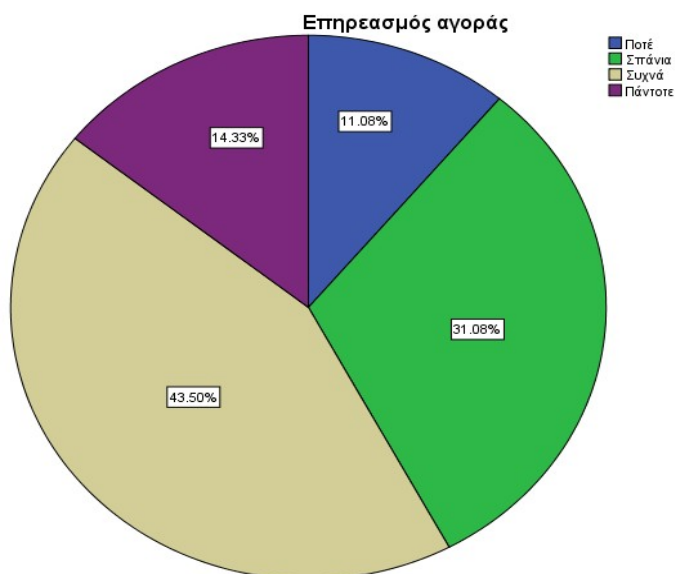


Σχήμα 3.33 Γνώση για την υποχρέωση αναγραφής της σύστασης στην ετικέτα.
 Το 35.65% των συμμετεχόντων δήλωσε πως διαβάζει συχνά την ετικέτα των τροφίμων και το 31.50% πως την διαβάζει πάντοτε, ενώ μόλις το 5.92% δήλωσε πως ποτέ δεν διαβάζει την ετικέτα των τροφίμων που αγοράζει



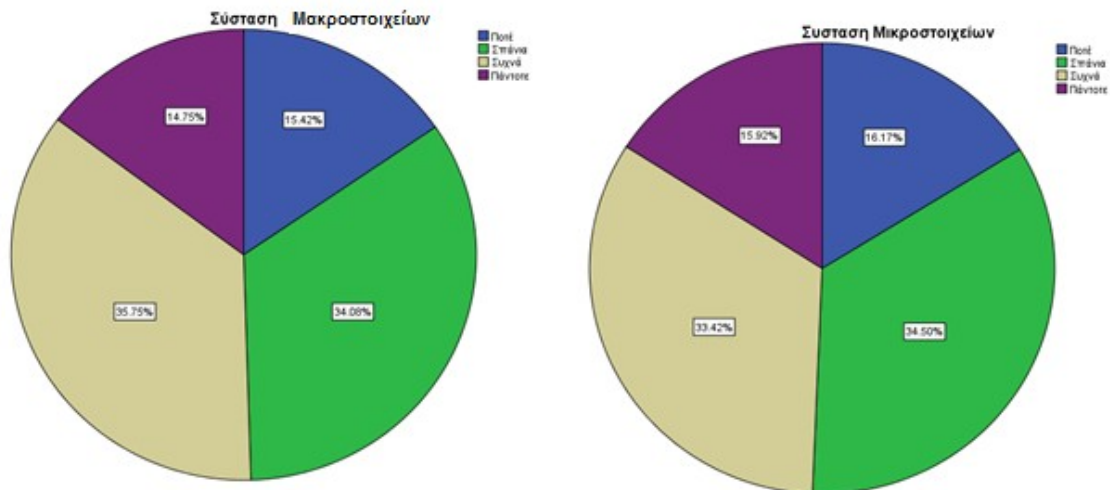
Σχήμα 3.34: Ανάγνωση της ετικέτας τροφίμων κατά την αγορά τους.

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα επηρεάζεται συχνά από τις πληροφορίες στη σήμανση των τροφίμων (43.5%), ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό που δήλωσε πως σπάνια επηρεάζεται (31.08%).



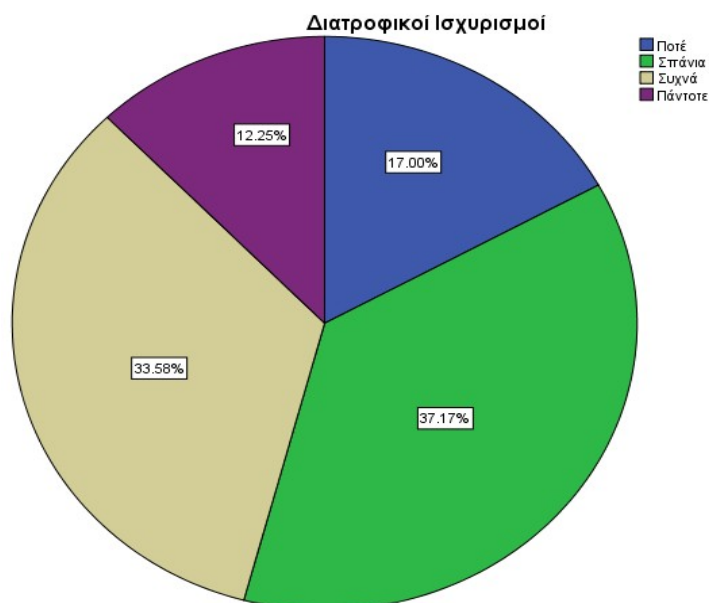
Σχήμα 3.35: Επηρεασμός στην αγορά τροφίμων από τις πληροφορίες της ετικέτας

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσαν ότι διαβάζουν τη σύσταση των μακροστοιχείων και των μικροστοιχείων στην ετικέτα των τροφίμων σπάνια έως συχνά.



Σχήμα 3.36: Ανάγνωση των μακροστοιχείων και μικροστοιχείων

Όσον αφορά στους διατροφικούς ισχυρισμούς, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα (37.17%) σπάνια τους προσέχει όταν αγοράζει ένα προϊόν, ενώ μόνο το 12.25% δήλωσε ότι πάντα τους προσέχει.

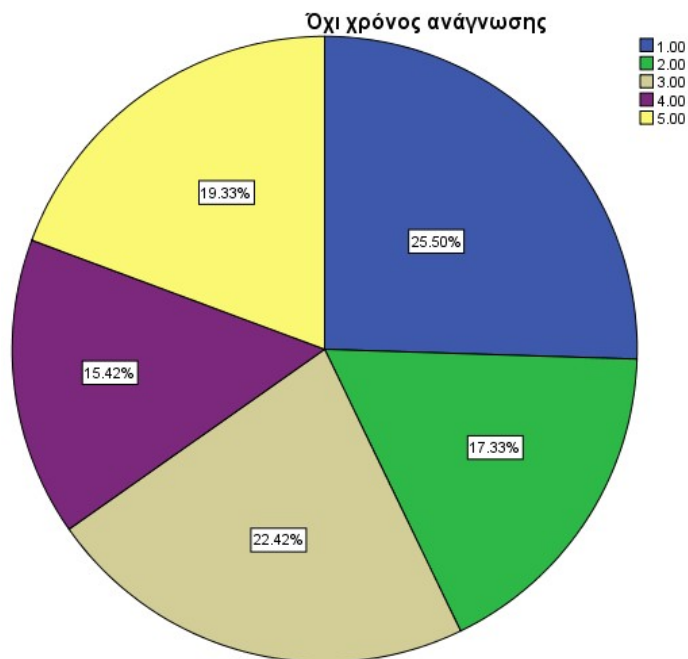


Σχήμα 3.37: Πόσο προσέχετε τους διατροφικούς ισχυρισμούς που υπάρχουν στην ετικέτα των τροφίμων;

Όσον αφορά στους ισχυρισμούς τους σχετικούς με την υγεία που υπάρχουν στην ετικέτα των τροφίμων το 18.67% δήλωσε ότι δεν τους προσέχει ποτέ, ενώ το 9.75% δήλωσε ότι τους προσέχει πάντα. Το υπόλοιπο ποσοστό δήλωσε ότι τους προσέχει από σπάνια (33.17%) έως συχνά (33.56%).

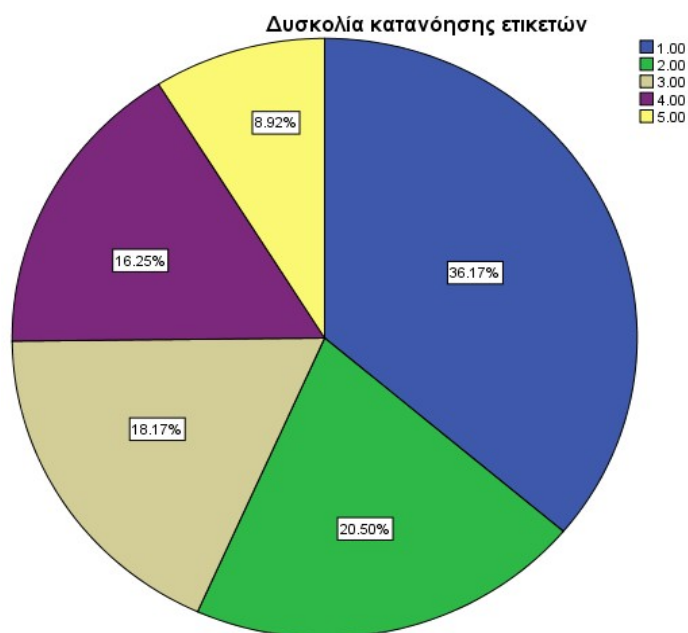
Στην ερώτηση 29 του ερωτηματολογίου δόθηκαν έξι διαφορετικές επιλογές που αιτιολογούσαν την μη ανάγνωση των διατροφικών πληροφοριών. Ζητήθηκε να αξιολογηθούν από τους συμμετέχοντες σε μια κλίμακα likert από το 1 έως το 5 με το 1 να αντιστοιχεί στο λίγο και το 5 στο πολύ.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων (25.5%) δήλωσε πως λίγο επηρεάζει στην μη ανάγνωση των ετικετών το γεγονός πως δεν διαθέτουν τον απαραίτητο χρόνο, ενώ το 19.33% θεωρεί πως ο χρόνος τους επηρεάζει πολύ ως προς την ανάγνωση των διατροφικών ετικετών.



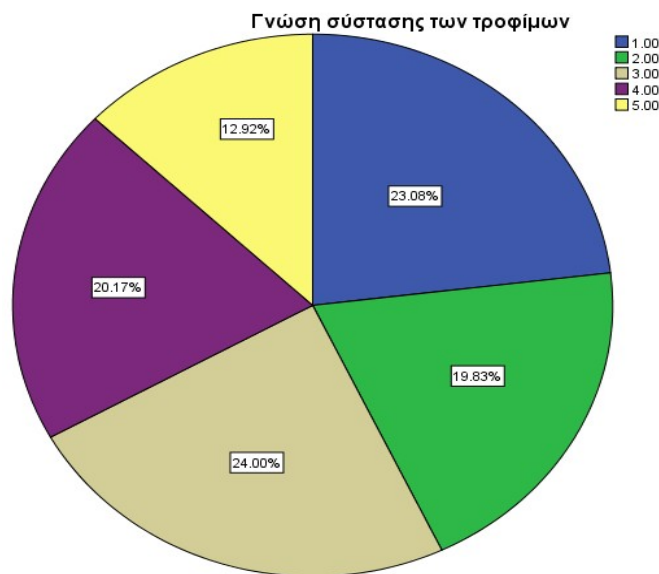
Σχήμα 3.38 Πόσο επηρεάζει ο διαθέσιμος χρόνος τη μη ανάγνωση των ετικετών;

Η δυσκολία ανάγνωσης των ετικετών δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την μη ανάγνωση των ετικετών από τους συμμετέχοντες (ποσοστό 36.17%), ενώ επηρεάζει πολύ το 8.92% των συμμετεχόντων. Το υπόλοιπο ποσοστό (54.91%) δήλωσε πως επηρεάζει τη μη ανάγνωση των ετικετών από το 2 έως το 4.



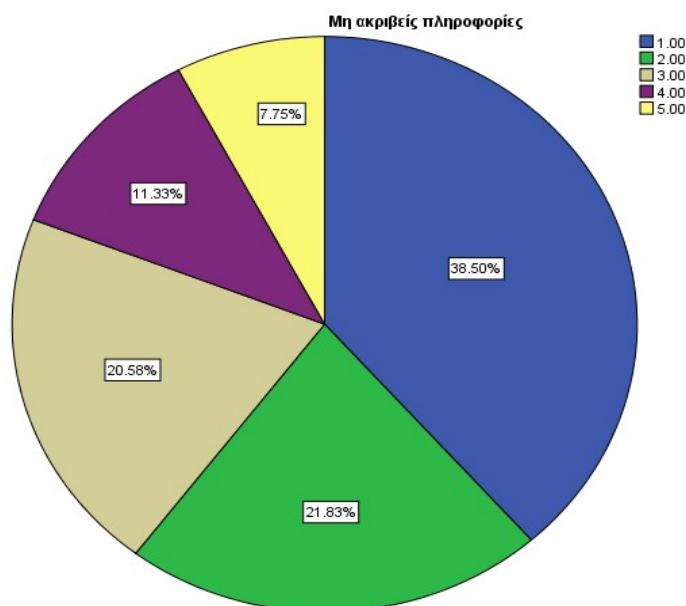
Σχήμα 3.39 Πόσο επηρεάζει η δυσκολία ανάγνωσης των ετικετών τη μη ανάγνωση τους από τους καταναλωτές;

Το 23% των συμμετεχόντων στην έρευνα δήλωσαν ότι έχει μικρό ρόλο το γεγονός πως γνωρίζουν τη σύσταση των προϊόντων που αγοράζουν στο να μη διαβάζουν την ετικέτα των τροφίμων, ενώ το 12.92% αξιολόγησε ως βασικό αυτόν τον παράγοντα για την μη ανάγνωση της ετικέτας των τροφίμων.



Σχήμα 4.40 Πόσο επηρεάζει η γνώση της σύστασης των τροφίμων στη μη ανάγνωση τους;

Το 38.5% δηλώνει πως λίγο επηρεάζονται από το γεγονός ότι μπορεί οι ετικέτες να μην παρέχουν ακριβείς πληροφορίες, ενώ το 7.75% αποδίδει στο γεγονός αυτό την βασικότερη αιτία που δεν διαβάζουν τις ετικέτες των τροφίμων.



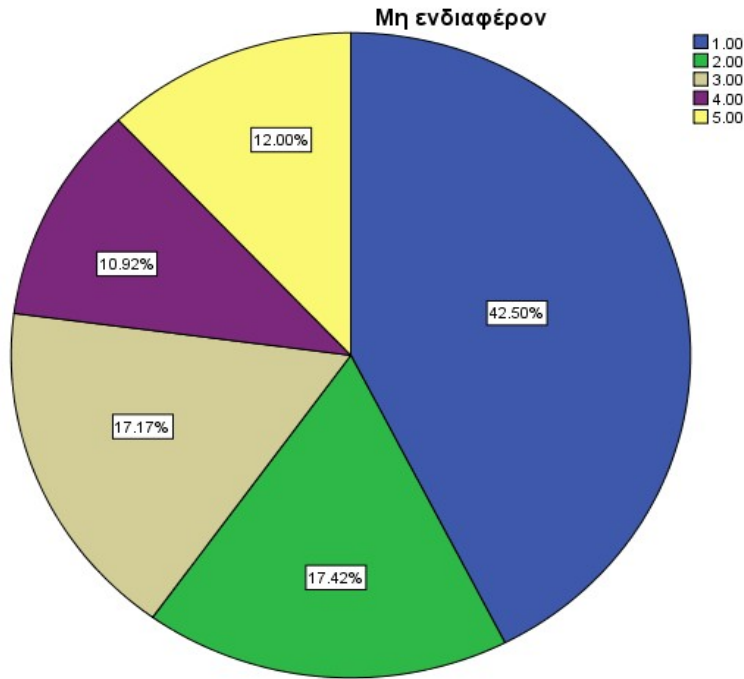
Σχήμα 3.41 Πόσο επηρεάζει η αντίληψη πως οι ετικέτες τροφίμων δεν δίνουν τις σωστές πληροφορίες στη μη ανάγνωση τους από τους καταναλωτές;

Τα μικρά γράμματα των ετικετών όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων οδηγούν τους μισούς στο να μη διαβάζουν τις σχετικές ετικέτες.



Σχήμα 3.42 Πόσο επηρεάζουν τα μικρά γράμματα των ετικετών στη μη ανάγνωση τους από τους καταναλωτές;

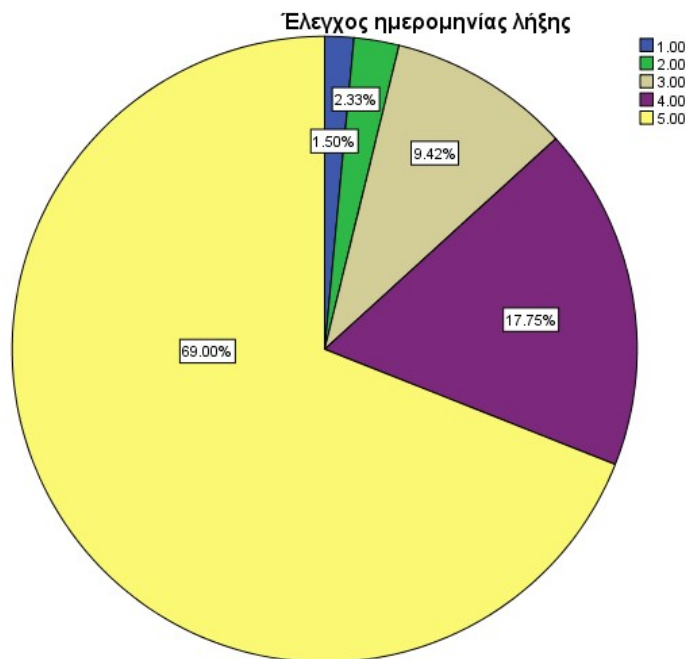
Τέλος το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων θεωρεί πως σε μικρό ή μεγαλύτερο βαθμό δεν τους ενδιαφέρουν οι σχετικές πληροφορίες των τροφίμων με αποτέλεσμα λίγο ως πολύ να τους ωθεί το γεγονός αυτό στον να μη τις διαβάζουν.



Σχήμα 3.43 Πόσο επηρεάζονται οι καταναλωτές στη μη ανάγνωση των ετικετών εξαιτίας του μη ενδιαφέροντος τους;

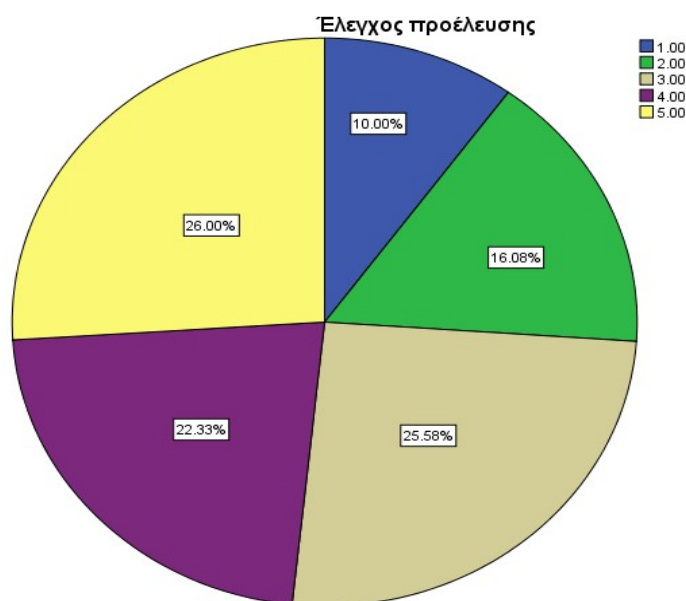
Η ερώτηση 30 του ερωτηματολογίου αφορούσε στην αυτοαξιολόγηση των συμμετεχόντων στην έρευνα, σχετικά με διάφορες αγοραστικές συμπεριφορές. Η αξιολόγηση έγινε σε κλίμακα Likert από το 1 μέχρι το 5 με το 1 να αντιστοιχεί στο διαφωνώ και το 5 στο συμφωνώ απόλυτα.

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων το 69% δήλωσε ότι ελέγχει πάντα την ημερομηνία λήξης των προϊόντων, ενώ το 1.5% φαίνεται ότι δεν την ελέγχει ποτέ.



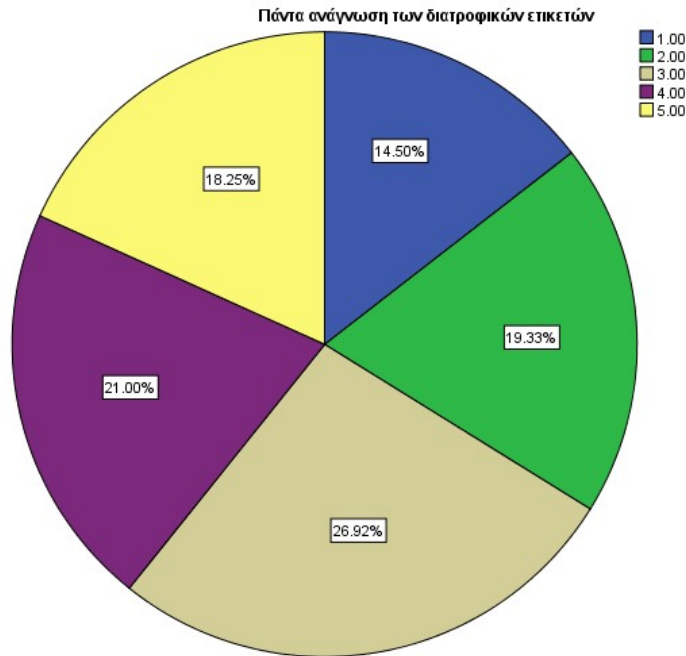
Σχήμα 3.44 αξιολόγηση της πρότασης «Ελέγχω πάντα την ημερομηνία λήξης των τροφίμων» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Όσον αφορά στον έλεγχο προέλευσης των προϊόντων, μόνο το 10% δήλωσε πως διαφωνεί, υποδηλώνοντας ότι δεν ελέγχει ποτέ την προέλευση των προϊόντων, ενώ το 26% δήλωσε ότι συμφωνεί απόλυτα.



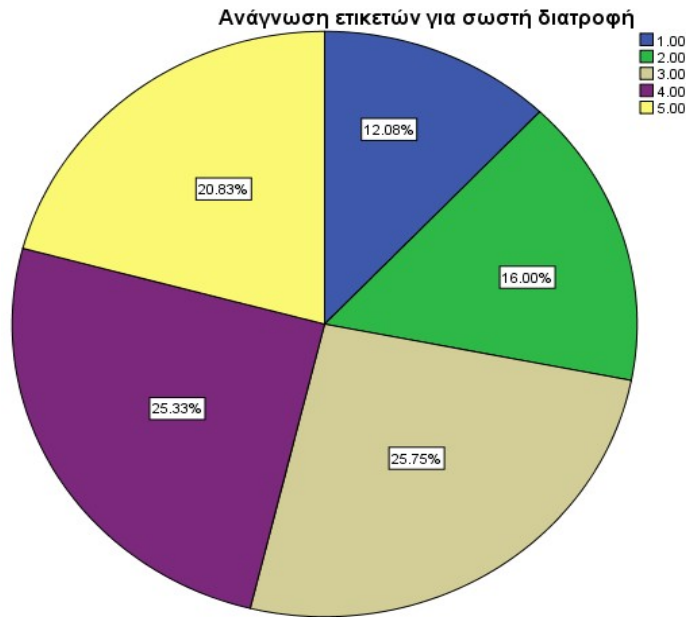
Σχήμα 3.45 Αξιολόγηση της πρότασης «Ελέγχω πάντα τη χώρα προέλευσης των τροφίμων» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Το 18.25% των συμμετεχόντων δήλωσε πως πάντα διαβάζει τις διατροφικές ετικέτες των τροφίμων ενώ το 14.50% διαφώνησε με αυτή την δήλωση. Το υπόλοιπο 67.25% συμφώνησε σε μικρό ή μεγαλύτερο βαθμό με τη συγκεκριμένη δήλωση.



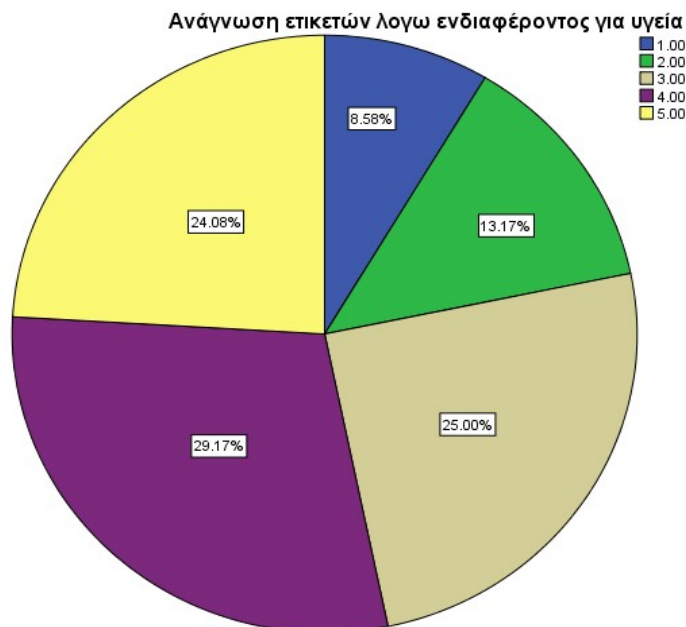
Σχήμα 3.46 Αξιολόγηση της πρότασης «Διαβάζω πάντα τις διατροφικές πληροφορίες της ετικέτας» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων το 12.08% διαφωνεί με την πρόταση ότι διαβάζει τις ετικέτες επειδή ενδιαφέρεται για τη σωστή διατροφή, ενώ το 20.83% των συμμετεχόντων συμφωνεί απόλυτα.



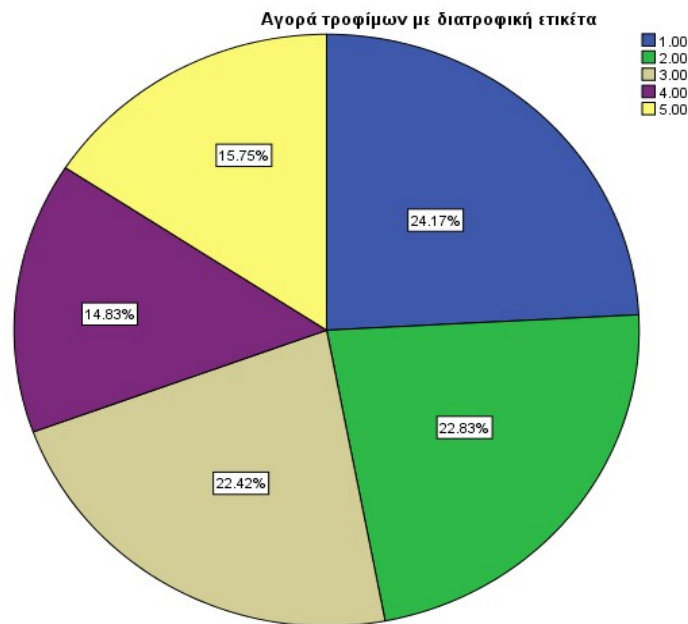
Σχήμα 3.47 Αξιολόγηση της πρότασης «Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για σωστή διατροφή» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Στην αξιολόγηση της πρότασης σχετικά με την ανάγνωση των ετικετών εξαιτίας του ενδιαφέροντος για την υγεία τους, το 24.08% συμφωνεί απόλυτα πως αυτός είναι ένας λόγος ανάγνωσης των ετικετών των τροφίμων, ενώ μόνο το 8.58% διαφωνεί.



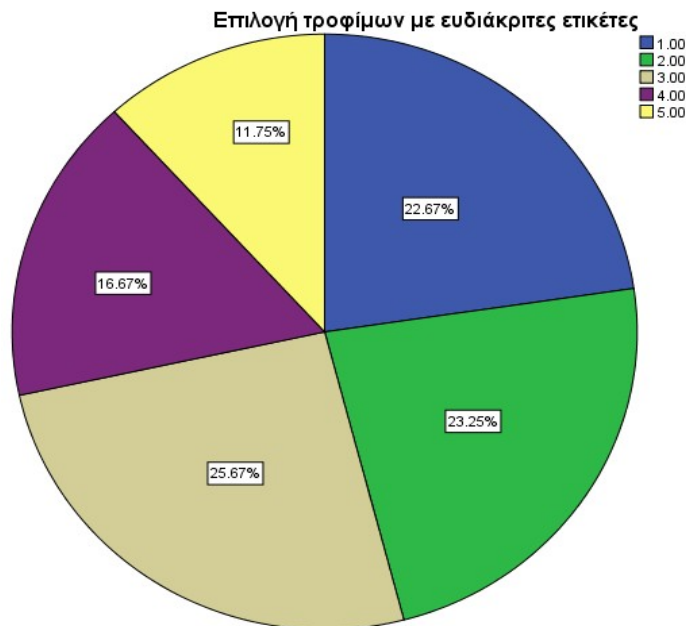
Σχήμα 3.48 Αξιολόγηση της πρότασης «Διαβάζω τις διατροφικές πληροφορίες γιατί ενδιαφέρομαι για την υγεία μου» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων μόνο ένα 15.75% δεν αγοράζει ποτέ τρόφιμα στα οποία δεν υπάρχει διατροφική ετικέτα, ενώ το 24.17% αγοράζει τρόφιμα ακόμα και χωρίς τη διατροφική ετικέτα. Το μεγάλο ποσοστό που μοιράζεται τις ενδιάμεσες απαντήσεις υποδεικνύει πως υπάρχει μεγάλο μέρος των συμμετεχόντων που άλλοτε αγοράζει και άλλοτε δεν αγοράζει τρόφιμα αν δεν υπάρχει πάνω σε αυτά η διατροφική ετικέτα.



Σχήμα 3.49 Αξιολόγηση της πρότασης «Δεν αγοράζω ποτέ προϊόντα που δεν έχουν πίνακα με διατροφικές πληροφορίες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Ανάλογες είναι και οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στην αξιολόγηση της πρότασης ότι η επιλογή τροφίμων γίνεται πάντα όταν υπάρχουν ευδιάκριτες ετικέτες. Συγκεκριμένα, η μεγάλη πλειοψηφία του δείγματος αξιολόγησε τη συγκεκριμένη πρόταση με 2-4, δηλαδή η συγκεκριμένη καταναλωτική συμπεριφορά δεν είναι σταθερή.



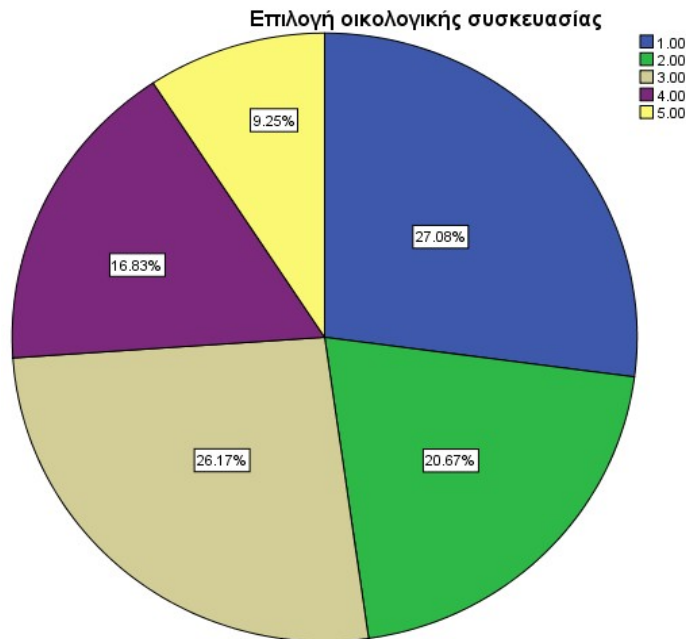
Σχήμα 3.50 Αξιολόγηση της πρότασης «Επιλέγω μόνο συσκευασίες των οποίων οι διατροφικές πληροφορίες είναι ευδιάκριτες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Το 46.58% δεν αποδίδουν την μη ανάγνωση των διατροφικών ετικετών στο ότι δεν είναι κατανοητές παρά μόνο το 7.75% συμφωνούν απόλυτα πως αυτός είναι ένας βασικός λόγος που δεν διαβάζουν ποτέ τις διατροφικές ετικέτες



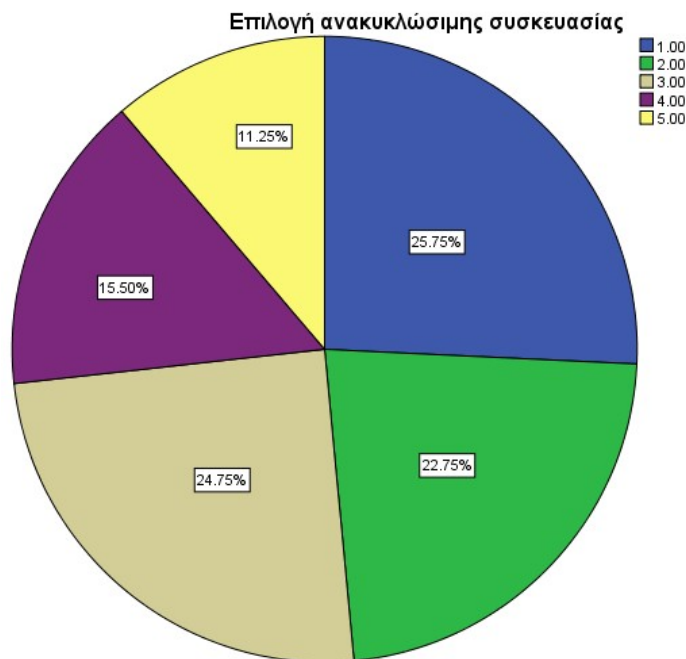
Σχήμα 3.51 Αξιολόγηση της πρότασης «Δεν διαβάζω ποτέ τις διατροφικές πληροφορίες, επειδή δεν τις καταλαβαίνω» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Όσον αφορά στην επιλογή οικολογικής συσκευασίας των τροφίμων μόνο το 9.25% των καταναλωτών που συμμετείχαν στην έρευνα φαίνεται ότι αυτό αποτελεί το βασικό τους κριτήριο ενώ το 27.08% διαφώνησαν ως προς τη συγκεκριμένη πρόταση.



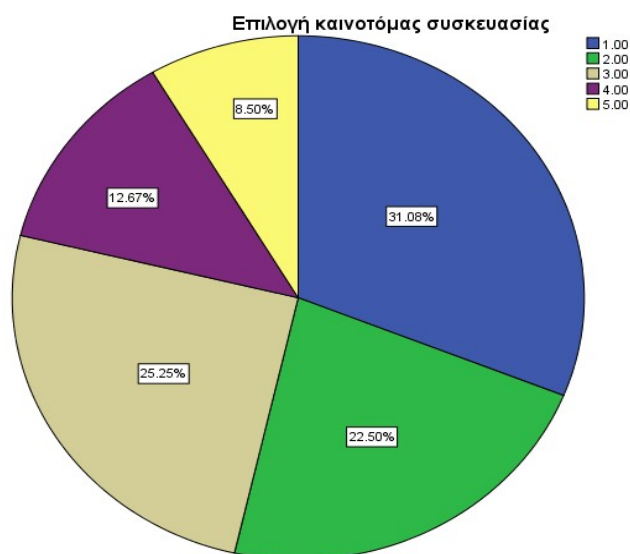
Σχήμα 3.52 Αξιολόγηση της πρότασης «Προσπαθώ να επιλέγω πάντα οικολογικές συσκευασίες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Μεγαλύτερο ποσοστό (11.25%) συμφωνεί απόλυτα με την άποψη επιλογής πάντα συσκευασιών από ανακυκλώσιμα υλικά, ενώ το 25.75% δήλωσε πως αυτό δεν αποτελεί κριτήριο επιλογής.



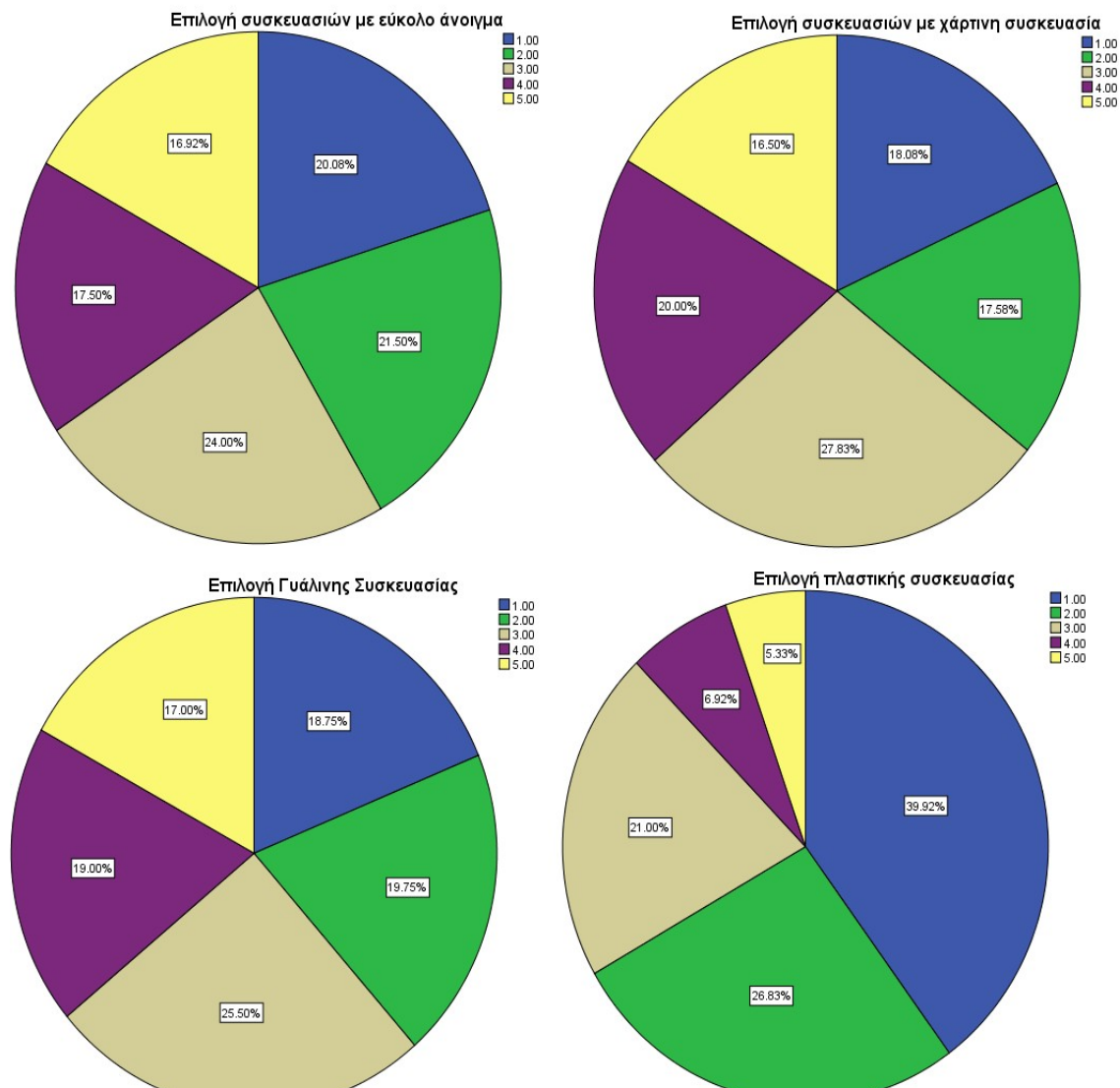
Σχήμα 3.53 Αξιολόγηση της πρότασης «Επιλέγω πάντα συσκευασίες από ανακυκλώσιμα υλικά» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Όσον αφορά στην καινοτομία της συσκευασίας μεγάλο πλήθος των συμμετεχόντων αξιολόγησε το συγκεκριμένο κριτήριο αγοράς με 2-4, ενώ το 31.4% διαφώνησε πλήρως με την πρόταση, υποδηλώνοντας πως δεν αποτελεί γι' αυτούς κριτήριο, ενώ μόλις το 8.5% συμφώνησε απόλυτα πως αυτό αποτελεί κριτήριο αγοράς του τροφίμου.



Σχήμα 3.54 Αξιολόγηση της πρότασης «Προσπαθώ να επιλέγω πάντα καινοτομικές συσκευασίες» (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

Παρόμοιες είναι και οι αξιολογήσεις σχετικά με την επιλογή των συσκευασιών. Το 17% των συμμετεχόντων αποδείχθηκε πως επιλέγει συσκευασίες με βάση το εύκολο άνοιγμα, την χάρτινη και τη γυάλινη συσκευασία, ενώ με βάση το αν το τρόφιμο είναι σε πλαστική συσκευασία επιλέγει μόνο το 5% και το 39.92% δεν επιλέγει με βάση την πλαστική συσκευασία.

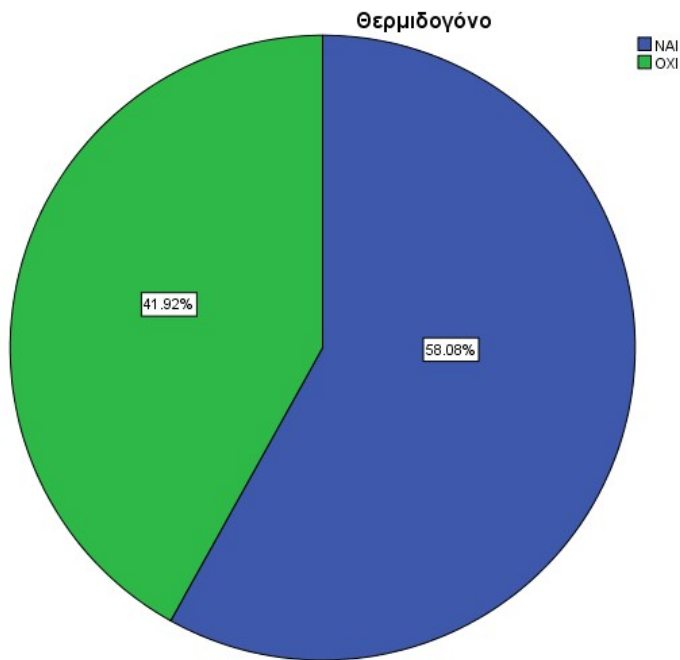


Σχήμα 3.55 Αξιολόγηση των προτάσεων επιλογής σε σχέση με το είδος των συσκευασιών (1=Διαφωνώ, 5=Συμφωνώ απόλυτα).

3.4 Κατανόηση διατροφικής ετικέτας

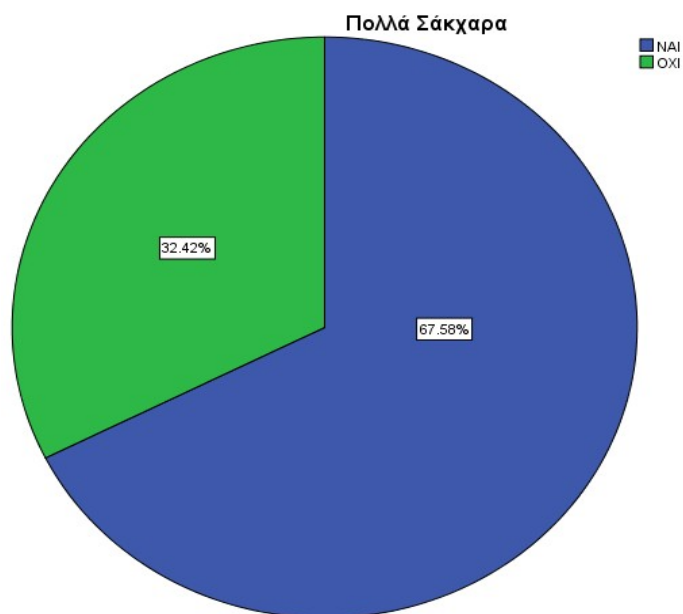
Στην ερώτηση 31 του ερωτηματολογίου δόθηκε στους συμμετέχοντες μια διατροφική ετικέτα σχετικά με την ημερήσια συνιστώμενη δόση και την ενδεικτική ημερήσια πρόσληψη και έγινε προσπάθεια να διαπιστωθεί κατά πόσο μπορεί να τη διαβάσουν.

Σχετικά με την ερώτηση αν το συγκεκριμένο τρόφιμο είναι θερμιδογόνο το 58% θεωρεί πως είναι, ενώ το 42% πως δεν είναι.



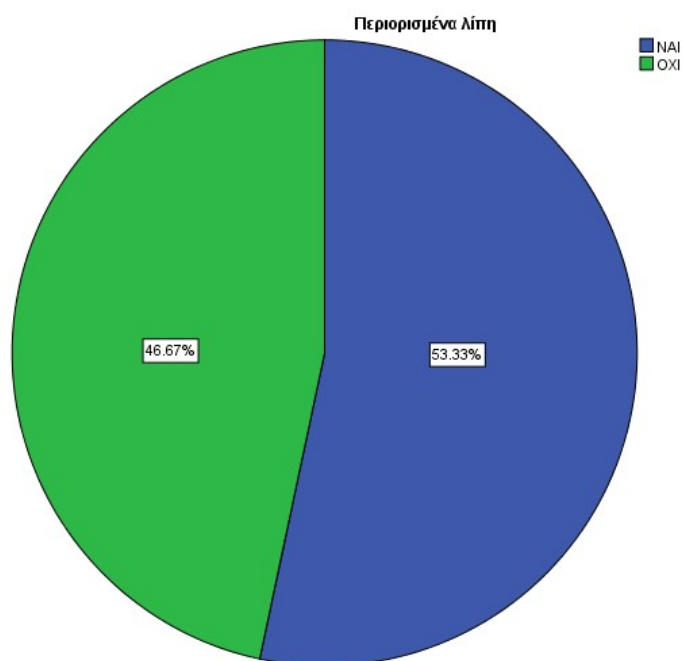
Σχήμα 3.56: Απάντηση σχετικά με το αν είναι θερμιδογόνο το τρόφιμο

Επιπλέον θεωρούν στην πλειοψηφία τους πως το τρόφιμο έχει πολλά σάκχαρα.



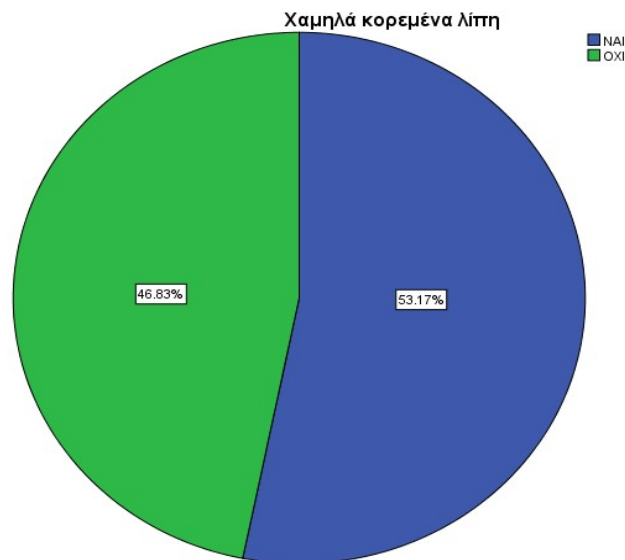
Σχήμα 3.57: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει πολλά σάκχαρα το τρόφιμο

Στην ερώτηση αν το τρόφιμο περιέχει περιορισμένα λίπη απάντησε το μισό από το δείγμα πως ναι, ενώ το υπόλοιπο μέρος του δείγματος απάντησε πως όχι.



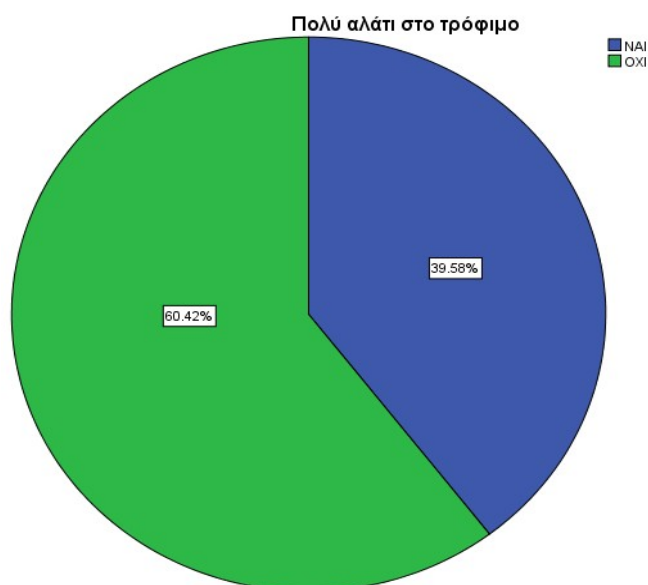
Σχήμα 3.58: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει πολλά λίπη το τρόφιμο

Όσον αφορά στα χαμηλά κορεσμένα λίπη επίσης περισσότεροι από τους μισούς πιστεύουν πως το συγκεκριμένο τρόφιμο περιέχει πολλά.



Σχήμα 3.59: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει πολλά χαμηλά κορεσμένα λίπη το τρόφιμο

Σχετικά με την περιεκτικότητα του τροφίμου σε αλάτι, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων πιστεύει ότι η συγκεκριμένη ετικέτα υποδηλώνει ότι το τρόφιμο δεν έχει πολύ αλάτι.

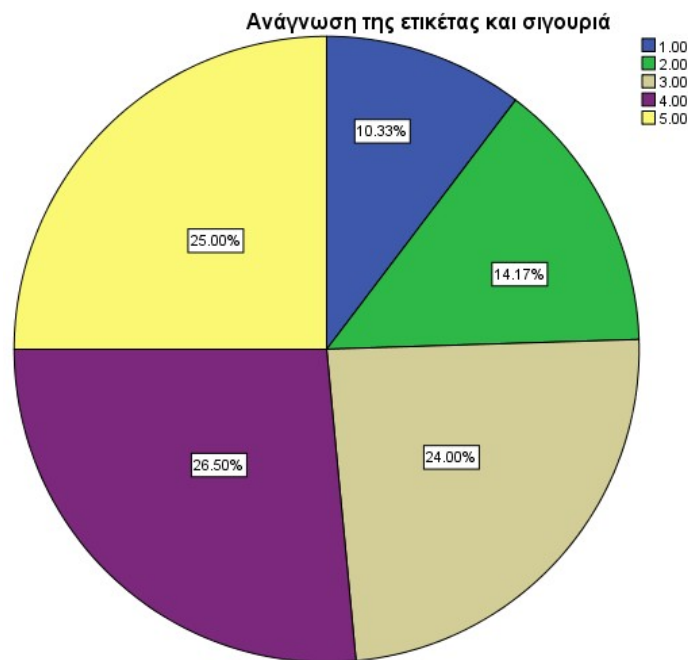


Σχήμα 3.60: Απάντηση σχετικά με το αν περιέχει το τρόφιμο περιέχει πολύ αλάτι

3.5 Αισθήματα των συμμετεχόντων από τη χρήση της διατροφικής ετικέτας

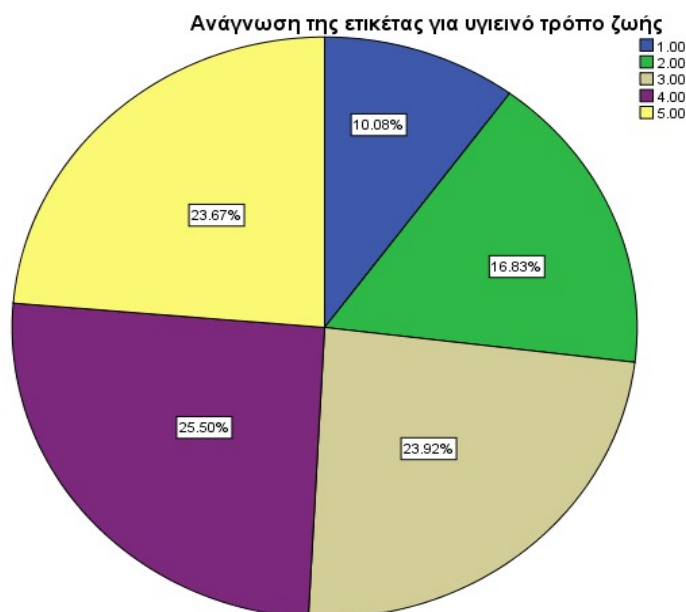
Στο ερώτημα 32 ρωτήθηκαν οι συμμετέχοντες για τα συναισθήματα που τους γεννά η χρήση των διατροφικών ετικετών. Κλήθηκαν να αξιολογήσουν διάφορες προτάσεις για το κατά πόσο τους αντιπροσωπεύουν με βάση μια κλίμακα Likert από το 1 έως το 5, όπου το 1 αντιστοιχεί στο καθόλου και το 5 στο πάρα πολύ. Οι ενδιάμεσες διαβαθμίσεις μπορεί να αντιστοιχηθούν στο 2=Πολύ λίγο 3=Λίγο και 4=Πολύ.

Το 25% δήλωσε ότι νιώθει σιγουριά όταν διαβάζει την ετικέτα ενώ το 10.33% δεν νιώθει καθόλου σιγουριά από την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας.



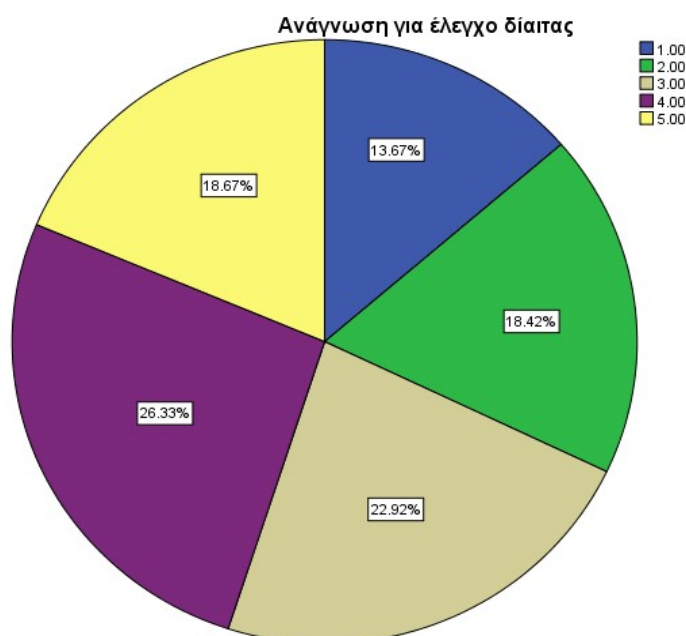
Σχήμα 3.61: Απάντηση σχετικά με την ασφάλεια των συμμετεχόντων από την ανάγνωση της ετικέτας.

Η ανάγνωση της ετικέτας των τροφίμων βοηθάει το 25.5% πολύ και το 23.67% πάρα πολύ στο να έχουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής. Αντίθετα το 10% περίπου των συμμετεχόντων δήλωσαν πως δεν ταυτίζονται καθόλου με αυτήν την άποψη.



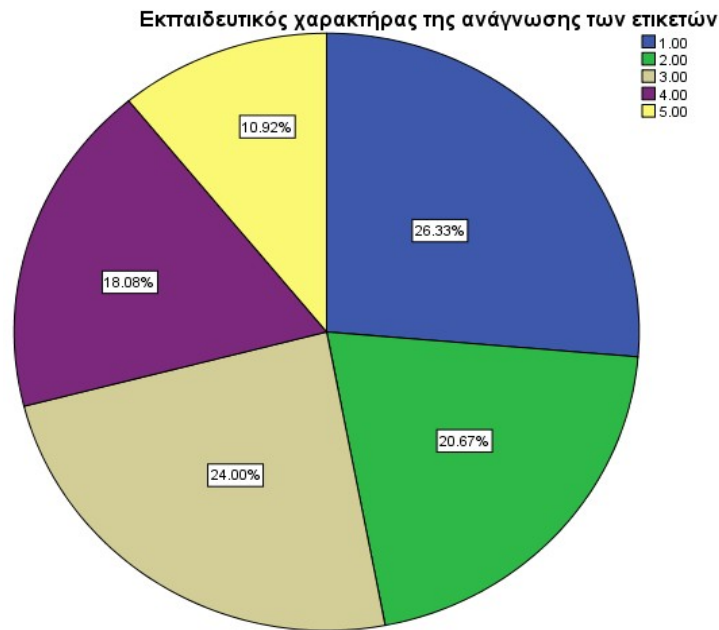
Σχήμα 3.62: Απάντηση σχετικά με το πόσο βοηθάει τους συμμετέχοντες η ανάγνωση της επικέτας για να έχουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής.

Το 18.67% των συμμετεχόντων πιστεύει πως η ανάγνωση των επικετών βοηθάει στον έλεγχο της διαίτας τους ενώ το 13.67% θεωρούν πως δεν τους βοηθάει καθόλου στον έλεγχο της διαίτας η ανάγνωση των επικετών.



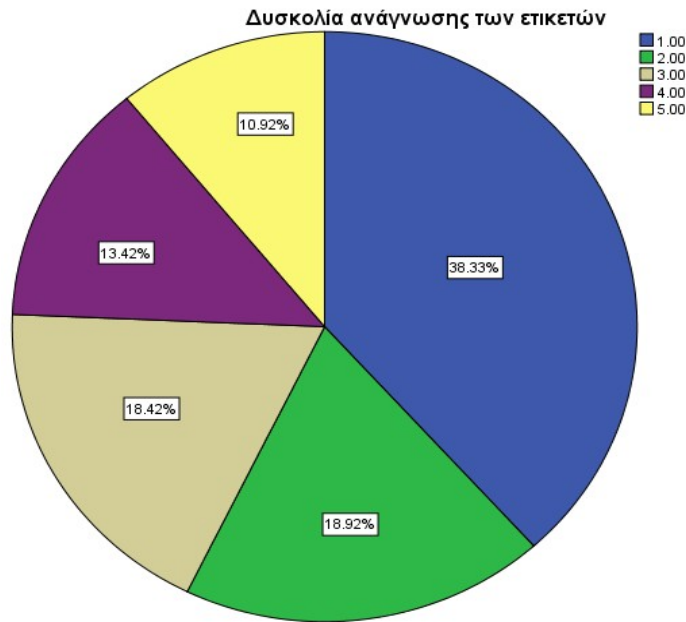
Σχήμα 3.63: Απάντηση σχετικά με το πόσο βοηθάει τους συμμετέχοντες η ανάγνωση της επικέτας στον έλεγχο της διαίτας τους.

Για μεγάλο μέρος των συμμετεχόντων στην έρευνα έχει αποδειχθεί ότι η ανάγνωση των ετικετών έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Συγκεκριμένα το 18.08% ταυτίστηκε πολύ με αυτήν την άποψη, ενώ το 10.92% δήλωσε ότι το εκφράζει πάρα πολύ. Το 26.33% δήλωσε ότι δεν συμφωνεί με αυτήν την άποψη, ενώ πολύ λίγο φαίνεται πως συμφωνεί το 20.67%.



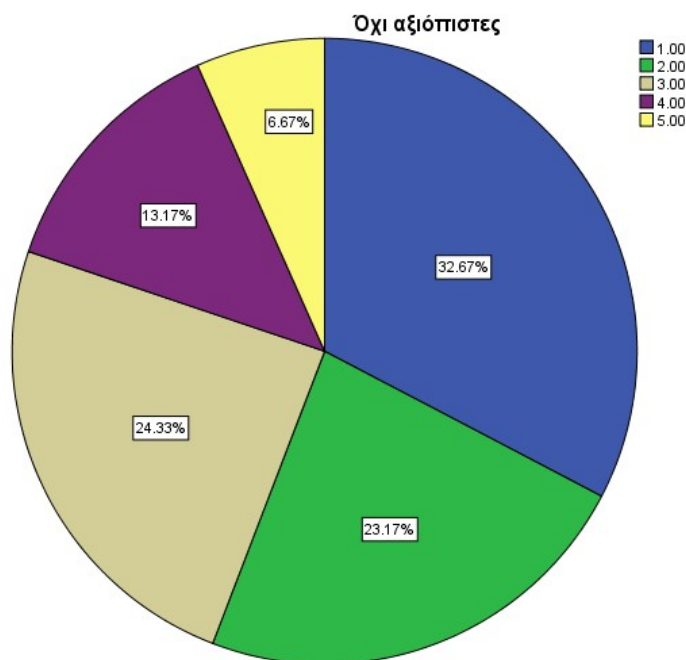
Σχήμα 3.64: Απάντηση σχετικά με το πόσο η ανάγνωση των ετικετών έχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

Το 38.33% των συμμετεχόντων δήλωσε πως δεν έχει καμία δυσκολία στην ανάγνωση των ετικετών, ενώ το 24% περίπου δήλωσε πως δυσκολεύεται πολύ έως πάρα πολύ για την ανάγνωση των ετικετών.



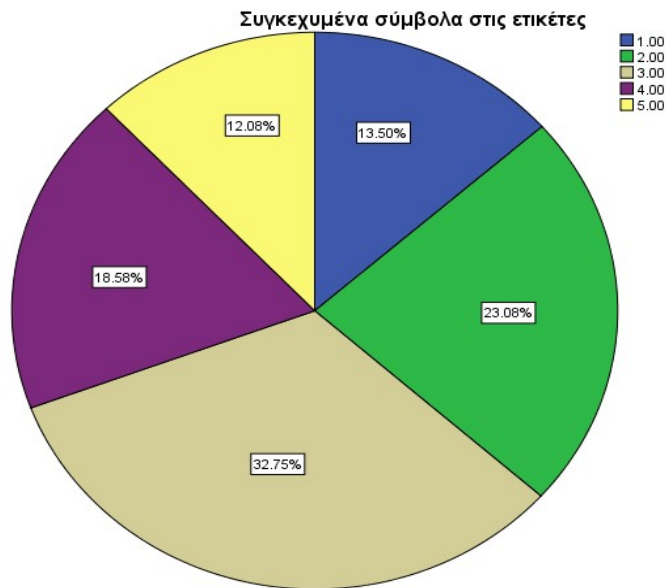
Σχήμα 3.65: Απάντηση σχετικά με το αν δυσκολεύονται στην ανάγνωση των ετικετών

Το 32.67% δεν συμφωνεί καθόλου πως οι ετικέτες των τροφίμων δεν είναι αξιόπιστες. Λίγο έως πολύ λίγο συμφωνούν ότι μπορεί να είναι αξιόπιστες το 47.5% των συμμετεχόντων, ενώ εντελώς αναξιόπιστες τις θεωρεί το 6.67%.



Σχήμα 3.66: Απάντηση σχετικά με το αν οι ετικέτες των τροφίμων είναι αναξιόπιστες

Η συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων (55.83%) συμφωνούν πολύ λίγο έως λίγο πως στις διατροφικές ετικέτες υπάρχουν συγκεκριμένα σύμβολα, ενώ καθόλου δεν συμφωνούν την άποψη αυτή το 13.5%. Απόλυτα με τη συγκεκριμένη άποψη συμφωνεί το 12% των συμμετεχόντων.



Σχήμα 3.67: Απάντηση σχετικά με το αν οι ετικέτες των τροφίμων περιέχουν συγκεκριμένα σύμβολα

Τέλος, το 18.5% δεν θεωρεί πως οι διατροφικές ετικέτες έχουν επιστημονική ορολογία σε αντίθεση με το 14.58% που πιστεύει ακριβώς το αντίθετο.



Σχήμα 3.68: Απάντηση σχετικά με το αν οι ετικέτες των τροφίμων περιέχουν επιστημονική ορολογία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

4.1 Επίδραση των δημογραφικών στοιχείων στη χρήση ετικέτας

Όπως προαναφέρθηκε στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας, το φύλο, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων μπορεί να επηρεάσουν σημαντικά τη χρήση των διατροφικών ετικετών από τους καταναλωτές.

4.1.1 Επίδραση του φύλου

Αρχικά θα εξεταστεί η συσχέτιση του φύλου, της ηλικιακής ομάδας και του επαγγέλματος με τις απαντήσεις σχετικά με την συμπεριφορά των συμμετεχόντων στην ανάγνωση της ετικέτας.

Ο έλεγχος της συσχέτισης θα γίνει με τη μέθοδο χ^2 στο SPSS.

Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα το φύλο σχετίζεται σημαντικά με τον βαθμό επηρεασμού των καταναλωτών από τις διατροφικές συνήθειες της οικογένειας.

Πίνακας 4.1: Αποτελέσματα χ^2 για τη συσχέτιση του φύλου και την επίδραση στην αγορά τροφίμων από τις συνήθειες των μελών της οικογένειας.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.017 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	18.230	3	.000
Linear-by-Linear Association	13.176	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 63.18.

		Διατροφικές προτιμήσεις οικογένειας				Total	
		Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε		
Φύλο	Άνδρας	Count	70	104	180	114	468
		% within Φύλο	15.0%	22.2%	38.5%	24.4%	100.0%
		% within Διατροφικές προτιμήσεις οικογένειας	43.2%	46.8%	40.4%	30.7%	39.0%
		% of Total	5.8%	8.7%	15.0%	9.5%	39.0%
Γυναίκα		Count	92	118	265	257	732
		% within Φύλο	12.6%	16.1%	36.2%	35.1%	100.0%
		% within Διατροφικές προτιμήσεις οικογένειας	56.8%	53.2%	59.6%	69.3%	61.0%
		% of Total	7.7%	9.8%	22.1%	21.4%	61.0%
Total		Count	162	222	445	371	1200
		% within Φύλο	13.5%	18.5%	37.1%	30.9%	100.0%
		% within Διατροφικές προτιμήσεις οικογένειας	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	13.5%	18.5%	37.1%	30.9%	100.0%

Είναι προφανές ότι πάντοτε οι γυναίκες επηρεάζονται περισσότερο από τους άνδρες από τις διατροφικές συνήθειες των υπόλοιπων μελών της οικογένειας. Επιπλέον, το φύλο επιδρά σημαντικά στην γνώση των συμμετεχόντων για την υποχρεωτική αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους.

Πίνακας 4.2: Συσχέτιση του φύλου με την γνώση για την υποχρεωτική αναγραφή της σύστασης των τροφίμων στη συσκευασία τους

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.177 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	28.549	2	.000
Linear-by-Linear Association	22.639	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15.21

			Υποχρέωση Αναγραφής			Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	Δεν γνωρίζω	
Φύλο	Ανδρας	Count	341	25	102	468
		% within Φύλο	72.9%	5.3%	21.8%	100.0%
		% within Υποχρέωση Αναγραφής	35.4%	64.1%	51.8%	39.0%
		% of Total	28.4%	2.1%	8.5%	39.0%
Γυναίκα		Count	623	14	95	732
		% within Φύλο	85.1%	1.9%	13.0%	100.0%
		% within Υποχρέωση Αναγραφής	64.6%	35.9%	48.2%	61.0%
		% of Total	51.9%	1.2%	7.9%	61.0%

Total	Count	964	39	197	1200
	% within Φύλο	80.3%	3.3%	16.4%	100.0%
	% within Υποχρέωση Αναγραφής	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	80.3%	3.3%	16.4%	100.0%

Από το σύνολο το συμμετεχόντων οι γυναίκες γνωρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό από τους άνδρες ότι είναι υποχρεωτική η αναγραφή των συστατικών στην σήμανση της ετικέτας.

Επιπλέον το φύλο επιδρά σημαντικά στην ανάγνωση της ετικέτας όταν ένα προϊόν αγοράζεται για πρώτη φορά. Όπως φαίνεται από τον πίνακα 4.3 οι άνδρες σε μεγαλύτερο ποσοστό δεν θα διαβάσουν ποτέ την ετικέτα όταν αγοράζουν ένα προϊόν για πρώτη φορά.

Πίνακας 4.3: Συσχέτιση του φύλου με την ανάγνωση της ετικέτας όταν το προϊόν αγοράζεται για πρώτη φορά.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	47.747 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	47.649	3	.000
Linear-by-Linear Association	45.589	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27.69

			Ανάγνωση Ετικέτας				Total
			Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Φύλο	Ανδρας	Count	47	151	162	108	468
		% within Φύλο	10.0%	32.3%	34.6%	23.1%	100.0%
		% within Ανάγνωση Ετικέτας	66.2%	46.7%	37.9%	28.6%	39.0%
		% of Total	3.9%	12.6%	13.5%	9.0%	39.0%

Γυναίκα	Count	24	172	266	270	732
	% within Φύλο	3.3%	23.5%	36.3%	36.9%	100.0%
	% within Ανάγνωση Ετικέτας	33.8%	53.3%	62.1%	71.4%	61.0%
	% of Total	2.0%	14.3%	22.2%	22.5%	61.0%
	Total	71	323	428	378	1200
Total	Count	71	323	428	378	1200
	% within Φύλο	5.9%	26.9%	35.7%	31.5%	100.0%
	% within Ανάγνωση Ετικέτας	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	5.9%	26.9%	35.7%	31.5%	100.0%

Στατιστικά σημαντική επίδραση έχει το φύλο επίσης στο κατά πόσο επηρεάζεται ο καταναλωτής από την ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας στην αγορά του προϊόντος. Η επίδραση της ανάγνωσης της διατροφικής ετικέτας επηρεάζει περισσότερο τις γυναίκες από τους άνδρες.

Πίνακας 4.4: Συσχέτιση του φύλου με τον επηρεασμό του καταναλωτή από την ανάγνωση της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53.772 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	53.052	3	.000
Linear-by-Linear Association	44.936	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 51.87

			Επηρεασμός Αγοράς				Total
			Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Filo	Ανδρας	Count	85	163	167	53	468
		% within Φύλο	18.2%	34.8%	35.7%	11.3%	100.0%
		% within Επηρεασμός Αγοράς	63.9%	43.7%	32.0%	30.8%	39.0%
		% of Total	7.1%	13.6%	13.9%	4.4%	39.0%
Γυναίκα	Γυναίκα	Count	48	210	355	119	732
		% within Φύλο	6.6%	28.7%	48.5%	16.3%	100.0%
		% within Επηρεασμός Αγοράς	36.1%	56.3%	68.0%	69.2%	61.0%
		% of Total	4.0%	17.5%	29.6%	9.9%	61.0%
Total	Total	Count	133	373	522	172	1200
		% within Φύλο	11.1%	31.1%	43.5%	14.3%	100.0%
		% within Επηρεασμός αγοράς	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	11.1%	31.1%	43.5%	14.3%	100.0%

Στατιστικά σημαντική επίδραση παρουσιάζει το φύλο επίσης σε σχέση το κατά πόσο οι συμμετέχοντες εξετάζουν τους διατροφικούς ισχυρισμούς στην ετικέτα των τροφίμων, αλλά και στο κατά πόσο εξετάζουν τους ισχυρισμούς υγείας της διατροφικής ετικέτας. Οι άνδρες που συμμετείχαν στην έρευνα αποδεικνύεται πως σπάνια επηρεάζονται από τους ισχυρισμούς τόσο τους διατροφικούς όσο και τους ισχυρισμούς υγείας που αναγράφονται στις ετικέτες. Αντίθετα, οι γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα αποδεικνύεται ότι σπάνια επηρεάζονται από τους ισχυρισμούς τους σχετικούς με την υγεία που υπάρχουν στην ετικέτα, ενώ συχνά φαίνεται πως επηρεάζονται σε λίγο μεγαλύτερο ποσοστό από τους διατροφικούς ισχυρισμούς.

Πίνακας 4.5: Συσχέτιση του φύλου με την επίδραση των διατροφικών ισχυρισμών από την ανάγνωση της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26.335 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	26.183	3	.000
Linear-by-Linear Association	24.617	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 57.33.

			Διατροφικοί Ισχυρισμοί				Total
			Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Φύλο	Ανδρας	Count	107	182	135	44	468
		% within Φύλο	22.9%	38.9%	28.8%	9.4%	100.0%
		% within Διατροφικοί ισχυρισμοί	52.5%	40.8%	33.5%	29.9%	39.0%
		% of Total	8.9%	15.2%	11.3%	3.7%	39.0%
Γυναίκα	Γυναίκα	Count	97	264	268	103	732
		% within Φύλο	13.3%	36.1%	36.6%	14.1%	100.0%
		% within Διατροφικοί ισχυρισμοί	47.5%	59.2%	66.5%	70.1%	61.0%
		% of Total	8.1%	22.0%	22.3%	8.6%	61.0%
Total	Total	Count	204	446	403	147	1200
		% within Φύλο	17.0%	37.2%	33.6%	12.3%	100.0%
		% within Διατροφικοί ισχυρισμοί	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	17.0%	37.2%	33.6%	12.3%	100.0%

Πίνακας 4.6: Συσχέτιση του φύλου με την επίδραση των ισχυρισμών υγείας από την ανάγνωση της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.220 ^a	3	.000
Likelihood Ratio	27.036	3	.000
Linear-by-Linear Association	24.083	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 45.63.

			Ισχυρισμοί Υγείας				Total
			Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Φύλο	άνδρας	Count	117	188	126	37	468
		% within Φύλο	25.0%	40.2%	26.9%	7.9%	100.0%
		% within Ισχυρισμοί Υγείας	52.2%	40.3%	32.1%	31.6%	39.0%
		% of Total	9.8%	15.7%	10.5%	3.1%	39.0%
		Γυναίκα	Count	107	279	266	80
	% within Φύλο	14.6%	38.1%	36.3%	10.9%	100.0%	
	% within Ισχυρισμοί Υγείας	47.8%	59.7%	67.9%	68.4%	61.0%	
	% of Total	8.9%	23.3%	22.2%	6.7%	61.0%	
Total	Count	224	467	392	117	1200	
	% within Φύλο	18.7%	38.9%	32.7%	9.8%	100.0%	
	% within Ισχυρισμοί Υγείας	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	18.7%	38.9%	32.7%	9.8%	100.0%	

Συσχετίζοντας το φύλο με τους λόγους που αποφεύγει κανείς την ανάγνωση των διατροφικών ετικετών προκύπτει ότι στατιστικά σημαντική είναι η επίδραση του φύλου με την έλλειψη χρόνου ανάγνωσης των ετικετών.

Πίνακας 4.7: Συσχέτιση του φύλου με την έλλειψη χρόνου ως αιτία για τη μη ανάγνωση των ετικετών

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.464 ^a	4	.004
Likelihood Ratio	15.482	4	.004
Linear-by-Linear Association	3.950	1	.047
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 72.15.

			Όχι χρόνος ανάγνωσης					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Φύλο	Ανδρας	Count	116	83	84	73	112	468
		% within Φύλο	24.8%	17.7%	17.9%	15.6%	23.9%	100.0%
		% within Όχι χρόνος ανάγνωσης	37.9%	39.9%	31.2%	39.5%	48.3%	39.0%
		% of Total	9.7%	6.9%	7.0%	6.1%	9.3%	39.0%
		Γυναίκα	Count	190	125	185	112	120
	% within Φύλο	26.0%	17.1%	25.3%	15.3%	16.4%	100.0%	
	% within Όχι χρόνος ανάγνωσης	62.1%	60.1%	68.8%	60.5%	51.7%	61.0%	
	% of Total	15.8%	10.4%	15.4%	9.3%	10.0%	61.0%	
Total	Count	306	208	269	185	232	1200	
	% within Φύλο	25.5%	17.3%	22.4%	15.4%	19.3%	100.0%	
	% within Όχι χρόνος ανάγνωσης	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	25.5%	17.3%	22.4%	15.4%	19.3%	100.0%	

Η επίδραση του φύλου είναι στατιστικά ασήμαντη όσον αφορά στην δυσκολία κατανόησης της ετικέτας (Πίνακας 4.8) ως αιτίας μη ανάγνωσης της και στο ότι γνωρίζει τη σύσταση των τροφίμων (Πίνακας 4.9).

Πίνακας 4.8: Συσχέτιση του φύλου με την δυσκολία της κατανόησης της ετικέτας ως αιτία μη ανάγνωσης της

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.544 ^a	4	.236
Likelihood Ratio	5.427	4	.246
Linear-by-Linear Association	2.342	1	.126
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 41.73.

			Δυσκολία κατανόησης					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Φύλο	Ανδρας	Count	163	94	84	74	53	468
		% within Φύλο	34.8%	20.1%	17.9%	15.8%	11.3%	100.0%
		% within Δυσκολία κατανόησης	37.6%	38.2%	38.5%	37.9%	49.5%	39.0%
		% of Total	13.6%	7.8%	7.0%	6.2%	4.4%	39.0%
Γυναίκα	Κατανόησης	Count	271	152	134	121	54	732
		% within Φύλο	37.0%	20.8%	18.3%	16.5%	7.4%	100.0%
		% within Δυσκολία Κατανόησης	62.4%	61.8%	61.5%	62.1%	50.5%	61.0%
		% of Total	22.6%	12.7%	11.2%	10.1%	4.5%	61.0%
Total	Κατανόησης	Count	434	246	218	195	107	1200
		% within Φύλο	36.2%	20.5%	18.2%	16.3%	8.9%	100.0%
		% within Δυσκολία Κατανόησης	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	36.2%	20.5%	18.2%	16.3%	8.9%	100.0%

Πίνακας 4.8: Συσχέτιση του φύλου με την δυσκολία της κατανόησης της ετικέτας ως αιτία μη ανάγνωσης της

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.544 ^a	4	.236
Likelihood Ratio	5.427	4	.246
Linear-by-Linear Association	2.342	1	.126
N of Valid Cases	1200		

Πίνακας 4.9: Συσχέτιση του φύλου με την γνώση των συστατικών του τροφίμου ως αιτία μη ανάγνωσης της

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.568 ^a	4	.632
Likelihood Ratio	2.571	4	.632
Linear-by-Linear Association	.403	1	.525
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 60.45.

			Γνώση σύστασης Τροφίμων					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Φύλο	Ανδρας	Count	117	92	103	94	62	468
		% within Φύλο	25.0%	19.7%	22.0%	20.1%	13.2%	100.0%
		% within Γνώση Σύστασης τροφίμων	42.2%	38.7%	35.8%	38.8%	40.0%	39.0%
		% of Total	9.8%	7.7%	8.6%	7.8%	5.2%	39.0%
Γυναίκα	Γυναίκα	Count	160	146	185	148	93	732
		% within Φύλο	21.9%	19.9%	25.3%	20.2%	12.7%	100.0%
		% within Γνώση σύστασης τροφίμων	57.8%	61.3%	64.2%	61.2%	60.0%	61.0%
		% of Total	13.3%	12.2%	15.4%	12.3%	7.8%	61.0%
Total	Total	Count	277	238	288	242	155	1200
		% within Φύλο	23.1%	19.8%	24.0%	20.2%	12.9%	100.0%
		% within Γνώση σύστασης τροφίμων	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	23.1%	19.8%	24.0%	20.2%	12.9%	100.0%

Επιπλέον, στατιστικά ασήμαντη είναι η επίδραση του φύλου στην μη ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας, εξαιτίας του ότι πιστεύει ο καταναλωτής ότι οι πληροφορίες που παρέχει είναι αληθινές. Αυτό συμπίπτει και με τη στατιστική ανάλυση των απαντήσεων, αφού η πλειοψηφία απάντησε πως δεν συμφωνεί καθόλου με αυτήν την άποψη.

Πίνακας 4.10: Συσχέτιση του φύλου με την άποψη πως οι παρεχόμενες πληροφορίες είναι ψευδείς ως αιτία μη ανάγνωσης της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.356 ^a	4	.671
Likelihood Ratio	2.349	4	.672
Linear-by-Linear Association	1.529	1	.216
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36.27.

Αντίθετα, το φύλο έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην άποψη πως αιτία της αποφυγής της ανάγνωσης της ετικέτας των τροφίμων είναι η δυσκολία ανάγνωσης των μικρών γραμμάτων της ετικέτας.

Πίνακας 4.11: Συσχέτιση του φύλου με την άποψη πως δεν μπορούν να διαβάσουν τα μικρά γράμματα ως αιτία μη ανάγνωσης της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13.233 ^a	4	.010
Likelihood Ratio	13.105	4	.011
Linear-by-Linear Association	6.372	1	.012
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 42.12

			Δυσκολία ανάγνωσης					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Φύλο	Ανδρας	Count	210	56	55	72	75	468
		% within Φύλο	44.9%	12.0%	11.8%	15.4%	16.0%	100.0%
	%	% within Δυσκολία Ανάγνωσης	34.8%	41.5%	50.9%	39.3%	44.1%	39.0%
		% of Total	17.5%	4.7%	4.6%	6.0%	6.3%	39.0%
Γυναίκα	Count	Count	394	79	53	111	95	732
		% within Φύλο	53.8%	10.8%	7.2%	15.2%	13.0%	100.0%
	%	% within Δυσκολία Ανάγνωσης	65.2%	58.5%	49.1%	60.7%	55.9%	61.0%
		% of Total	32.8%	6.6%	4.4%	9.3%	7.9%	61.0%
Total	Count	Count	604	135	108	183	170	1200
		% within Φύλο	50.3%	11.3%	9.0%	15.3%	14.2%	100.0%
	%	% within Δυσκολία Ανάγνωσης	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	50.3%	11.3%	9.0%	15.3%	14.2%	100.0%

Όσον αφορά στην αγοραστική συμπεριφορά των συμμετεχόντων στην έρευνα, το φύλο επηρεάζει το κατά πόσο ελέγχουν την ημερομηνία λήξης, το αν διαβάζουν πάντα την διατροφική ετικέτα του προϊόντος και τον έλεγχο της διατροφής τους μέσω της διατροφικής ετικέτας.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά στον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης, όπως προκύπτει από την ανάλυση των απαντήσεων των συμμετεχόντων οι γυναίκες ελέγχουν σε

μεγαλύτερο βαθμό από τους άνδρες την ημερομηνία λήξης του τροφίμου πριν το αγοράσουν.

Πίνακας 4.12: Συσχέτιση του φύλου με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.325 ^a	4	.004
Likelihood Ratio	15.143	4	.004
Linear-by-Linear Association	3.606	1	.058
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.02.

			Έλεγχος Ημερομηνίας Λήξης					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Φύλο	Άνδρας	Count	14	15	42	75	322	468
		% within Φύλο	3.0%	3.2%	9.0%	16.0%	68.8%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερομηνίας λήξης	77.8%	53.6%	37.2%	35.2%	38.9%	39.0%
		% of Total	1.2%	1.3%	3.5%	6.3%	26.8%	39.0%
		Γυναίκα		Count	4	13	71	138
		% within Φύλο	.5%	1.8%	9.7%	18.9%	69.1%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερομηνίας λήξης	22.2%	46.4%	62.8%	64.8%	61.1%	61.0%
		% of Total	.3%	1.1%	5.9%	11.5%	42.2%	61.0%
Total		Count	18	28	113	213	828	1200
		% within Φύλο	1.5%	2.3%	9.4%	17.8%	69.0%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερομηνίας λήξης	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	1.5%	2.3%	9.4%	17.8%	69.0%	100.0%
					%	%		

Πίνακας 4.13: Συσχέτιση του φύλου με το αν διαβάζουν πάντα τις πληροφορίες της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
--	-------	----	-----------------------

Πίνακας 4.12: Συσχέτιση του φύλου με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.325 ^a	4	.004
Likelihood Ratio	15.143	4	.004
Linear-by-Linear Association	3.606	1	.058
N of Valid Cases	1200		
Pearson Chi-Square	28.333 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	27.862	4	.000
Linear-by-Linear Association	20.487	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 67.86

			Πάντα ανάγνωση της ετικέτας					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Φύλο	Ανδρας	Count	96	100	112	85	75	468
		% within Φύλο	20.5%	21.4%	23.9%	18.2%	16.0%	100.0%
		% within Πάντα Ανάγνωση	55.2%	43.1%	34.7%	33.7%	34.2%	39.0%
		% of Total	8.0%	8.3%	9.3%	7.1%	6.3%	39.0%
Γυναίκα		Count	78	132	211	167	144	732
		% within Φύλο	10.7%	18.0%	28.8%	22.8%	19.7%	100.0%
		% within Πάντα ανάγνωση	44.8%	56.9%	65.3%	66.3%	65.8%	61.0%
		% of Total	6.5%	11.0%	17.6%	13.9%	12.0%	61.0%
Total		Count	174	232	323	252	219	1200
		% within Φύλο	14.5%	19.3%	26.9%	21.0%	18.3%	100.0%
		% within Πάντα ανάγνωση	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	14.5%	19.3%	26.9%	21.0%	18.3%	100.0%

4.1.2 Επίδραση ηλικίας

Άλλη παράμετρος που θεωρείται σημαντική για την επίδρασή της στη χρήση της διατροφικής ετικέτας είναι η ηλικιακή ομάδα του δείγματος. Αυτή επηρεάζει σημαντικά την επίδραση στην αγορά τροφίμων σε σχέση με τις διατροφικές προτιμήσεις της οικογένειας, τη γνώση της υποχρέωσης αναγραφής των συστατικών στην ετικέτα, το κατά πόσο διαβάζει κανείς τις πληροφορίες της ετικέτας των τροφίμων όταν αγοράζει ένα προϊόν για πρώτη φορά. Σε αντίθεση με το φύλο, η ηλικία σχετίζεται στατιστικά σημαντικά με τις επιλογές της συσκευασίας στις αγοραστικές συνήθειες του δείγματος, εκτός από τις άλλες παραμέτρους. Η ηλικία επηρεάζει σημαντικά και τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης του προϊόντος.

Επίσης στατιστικά σημαντική συσχέτιση προκύπτει και για την επιλογή οικολογικής συσκευασίας (Πίνακας 4.16), ανακυκλώσιμη Συσκευασία (Πίνακας 4.17) και καινοτόμες συσκευασίες (Πίνακας 4.18). Όπως φαίνεται από τους πίνακες η οικολογική συσκευασία δεν είναι επιλογή για τις ηλικίες 18-30, ενώ αποτελεί επιλογή για μεγαλύτερες ηλικίες 46-60 ετών. Επιπλέον, οι νέοι σε ηλικία δεν επιλέγουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις ανακυκλώσιμες συσκευασίες ούτε τις καινοτόμες.

Πίνακας 4.14: Συσχέτιση ηλικίας με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.009 ^a	12	.020
Likelihood Ratio	29.985	12	.003
Linear-by-Linear Association	5.003	1	.025
N of Valid Cases	1200		

a. 4 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.17.

			Έλεγχος Ημερομηνίας Λήξης					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Ηλικία	18-30	Count	9	19	52	107	361	548
		% within Ηλικία	1.6%	3.5%	9.5%	19.5%	65.9%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερ.Λήξης	50.0%	67.9%	46.0%	50.2%	43.6%	45.7%
		% of Total	.8%	1.6%	4.3%	8.9%	30.1%	45.7%
31-45		Count	6	7	32	58	217	320
		% within Ηλικία	1.9%	2.2%	10.0%	18.1%	67.8%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερ.Λήξης	33.3%	25.0%	28.3%	27.2%	26.2%	26.7%
		% of Total	.5%	.6%	2.7%	4.8%	18.1%	26.7%
46-60		Count	2	0	19	31	202	254
		% within Ηλικία	.8%	.0%	7.5%	12.2%	79.5%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερ.Λήξης	11.1%	.0%	16.8%	14.6%	24.4%	21.2%
		% of Total	.2%	.0%	1.6%	2.6%	16.8%	21.2%
>60		Count	1	2	10	17	48	78
		% within Ηλικία	1.3%	2.6%	12.8%	21.8%	61.5%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερ.Λήξης	5.6%	7.1%	8.8%	8.0%	5.8%	6.5%
		% of Total	.1%	.2%	.8%	1.4%	4.0%	6.5%
Total		Count	18	28	113	213	828	1200
		% within Ηλικία	1.5%	2.3%	9.4%	17.8%	69.0%	100.0%
		% within Έλεγχος Ημερ.Λήξης	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	1.5%	2.3%	9.4%	17.8%	69.0%	100.0%

Πίνακας 4.14: Συσχέτιση ηλικίας με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.009 ^a	12	.020
Likelihood Ratio	29.985	12	.003
Linear-by-Linear Association	5.003	1	.025
N of Valid Cases	1200		

Πίνακας 4.15: Συσχέτιση ηλικίας με οικολογική συσκευασία ως κριτήριο επιλογής

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26.182 ^a	12	.010
Likelihood Ratio	25.751	12	.012
Linear-by-Linear Association	5.278	1	.022
N of Valid Cases	1200		

Πίνακας 4.14: Συσχέτιση ηλικίας με τον έλεγχο της ημερομηνίας λήξης

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24.009 ^a	12	.020
Likelihood Ratio	29.985	12	.003
Linear-by-Linear Association	5.003	1	.025
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.22.

			Οικολογική Συσκευασία					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Ηλικία	18-30	Count	154	130	141	86	37	548
		% within Ηλικία	28.1%	23.7%	25.7%	15.7%	6.8%	100.0%
		% within Οικολογική Συσκευασία	47.4%	52.4%	44.9%	42.6%	33.3%	45.7%
		% of Total	12.8%	10.8%	11.8%	7.2%	3.1%	45.7%
31-45	Count	84	61	94	43	38	320	
	% within Ηλικία	26.3%	19.1%	29.4%	13.4%	11.9%	100.0%	
	% within Οικολογική Συσκευασία	25.8%	24.6%	29.9%	21.3%	34.2%	26.7%	
	% of Total	7.0%	5.1%	7.8%	3.6%	3.2%	26.7%	
46-60	Count	62	41	62	60	29	254	
	% within Ηλικία	24.4%	16.1%	24.4%	23.6%	11.4%	100.0%	
	% within Οικολογική Συσκευασία	19.1%	16.5%	19.7%	29.7%	26.1%	21.2%	
	% of Total	5.2%	3.4%	5.2%	5.0%	2.4%	21.2%	
>60	Count	25	16	17	13	7	78	
	% within Ηλικία	32.1%	20.5%	21.8%	16.7%	9.0%	100.0%	
	% within Οικολογική Συσκευασία	7.7%	6.5%	5.4%	6.4%	6.3%	6.5%	
	% of Total	2.1%	1.3%	1.4%	1.1%	.6%	6.5%	
Total	Count	325	248	314	202	111	1200	
	% within Ηλικία	27.1%	20.7%	26.2%	16.8%	9.3%	100.0%	
	% within Οικολογική Συσκευασία	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	27.1%	20.7%	26.2%	16.8%	9.3%	100.0%	

Πίνακας 4.16: Συσχέτιση ηλικίας με ανακυκλώσιμη συσκευασία ως κριτήριο επιλογής

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.406 ^a	12	.013
Likelihood Ratio	24.743	12	.016
Linear-by-Linear Association	1.767	1	.184
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.78.

			Ανακυκλώσιμη Συσκευασία					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Ηλικία	18-30	Count	143	145	128	79	53	548
		% within Ηλικία	26.1%	26.5%	23.4%	14.4%	9.7%	100.0%
		% within Ανακυκλώσιμη συσκευασία	46.3%	53.1%	43.1%	42.5%	39.3%	45.7%
		% of Total	11.9%	12.1%	10.7%	6.6%	4.4%	45.7%
31-45	Count	82	61	89	40	48	320	
	% within Ηλικία	25.6%	19.1%	27.8%	12.5%	15.0%	100.0%	
	% within Ανακυκλώσιμη συσκευασία	26.5%	22.3%	30.0%	21.5%	35.6%	26.7%	
	% of Total	6.8%	5.1%	7.4%	3.3%	4.0%	26.7%	
46-60	Count	57	55	62	53	27	254	
	% within Ηλικία	22.4%	21.7%	24.4%	20.9%	10.6%	100.0%	
	% within Ανακυκλώσιμη συσκευασία	18.4%	20.1%	20.9%	28.5%	20.0%	21.2%	
	% of Total	4.8%	4.6%	5.2%	4.4%	2.3%	21.2%	
>60	Count	27	12	18	14	7	78	
	% within Ηλικία	34.6%	15.4%	23.1%	17.9%	9.0%	100.0%	
	% within Ανακυκλώσιμη συσκευασία	8.7%	4.4%	6.1%	7.5%	5.2%	6.5%	
	% of Total	2.3%	1.0%	1.5%	1.2%	.6%	6.5%	
Total	Count	309	273	297	186	135	1200	
	% within Ηλικία	25.8%	22.8%	24.8%	15.5%	11.3%	100.0%	
	% within Ανακυκλώσιμη συσκευασία	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	25.8%	22.8%	24.8%	15.5%	11.3%	100.0%	

Πίνακας 4.17: Συσχέτιση ηλικίας με καινοτόμα συσκευασία ως κριτήριο επιλογής

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	39.860 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	40.795	12	.000
Linear-by-Linear Association	2.435	1	.119
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.63.

			Καινοτόμα συσκευασία					Total
			1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Ηλικία	18-30	Count	174	142	139	60	33	548
		% within Ηλικία	31.8%	25.9%	25.4%	10.9%	6.0%	100.0%
		% within Καινοτόμα Συσκευασία	46.6%	52.6%	45.9%	39.5%	32.4%	45.7%
		% of Total	14.5%	11.8%	11.6%	5.0%	2.8%	45.7%
	31-45	Count	98	56	89	42	35	320
		% within Ηλικία	30.6%	17.5%	27.8%	13.1%	10.9%	100.0%
		% within Καινοτόμα Συσκευασία	26.3%	20.7%	29.4%	27.6%	34.3%	26.7%
		% of Total	8.2%	4.7%	7.4%	3.5%	2.9%	26.7%
	46-60	Count	64	55	66	45	24	254
		% within Ηλικία	25.2%	21.7%	26.0%	17.7%	9.4%	100.0%
		% within Καινοτόμα Συσκευασία	17.2%	20.4%	21.8%	29.6%	23.5%	21.2%
		% of Total	5.3%	4.6%	5.5%	3.8%	2.0%	21.2%
	>60	Count	37	17	9	5	10	78
		% within Ηλικία	47.4%	21.8%	11.5%	6.4%	12.8%	100.0%
		% within Καινοτόμα Συσκευασία	9.9%	6.3%	3.0%	3.3%	9.8%	6.5%
		% of Total	3.1%	1.4%	.8%	.4%	.8%	6.5%
Total		Count	373	270	303	152	102	1200
		% within Ηλικία	31.1%	22.5%	25.3%	12.7%	8.5%	100.0%
		% within Καινοτόμα Συσκευασία	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	31.1%	22.5%	25.3%	12.7%	8.5%	100.0%

Παρά το γεγονός πως η επιλογή της γυάλινης και της χάρτινης συσκευασίας φαίνεται πως σχετίζονται σημαντικά στατιστικά με την ηλικία των καταναλωτών, η επιλογή της πλαστικής συσκευασίας ως κριτήριο επιλογής του τροφίμου δεν σχετίζεται με στατιστικά σημαντικό τρόπο με την ηλικία.

Πίνακας 4.18: Συσχέτιση της ηλικίας με την επιλογή πλαστικής συσκευασίας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.313 ^a	12	.281
Likelihood Ratio	16.174	12	.183
Linear-by-Linear Association	.025	1	.875
N of Valid Cases	1200		

a. 1 cells (5.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.16.

4.1.3 Επίδραση του μορφωτικού επιπέδου στη χρήση της ετικέτας

Το μορφωτικό επίπεδο σχετίζεται σημαντικά με τη γνώση που έχουν οι συμμετέχοντες σχετικά με την υποχρέωση της αναγραφής των συστατικών του τροφίμου στη διατροφική ετικέτα. Όπως φαίνεται από τον πίνακα 4.19, από τους αποφοίτους του ΑΕΙ το μεγαλύτερο ποσοστό γνωρίζει ότι υπάρχει η υποχρέωση αναγραφής της σύστασης στη διατροφική επισήμανση.

Πίνακας 4.19: Συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου με την γνώση για την υποχρέωση αναγραφής της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	47.716 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	44.272	6	.000
Linear-by-Linear Association	45.084	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 2 cells (16.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.67.

			Υποχρέωση Αναγραφής			Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	Δεν γνωρίζω	
Μορφωτικό επίπεδο	Δημοτικό	Count	74	3	36	113
		% within Μορφωτικό Επίπεδο	65.5%	2.7%	31.9%	100.0%
		% within Υποχρέωση Αναγραφής	7.7%	7.7%	18.3%	9.4%
		% of Total	6.2%	.3%	3.0%	9.4%
Γυμνάσιο		Count	76	6	31	113
		% within Μορφωτικό επίπεδο	67.3%	5.3%	27.4%	100.0%
		% within Υποχρέωση αναγραφής	7.9%	15.4%	15.7%	9.4%
		% of Total	6.3%	.5%	2.6%	9.4%
Λύκειο		Count	246	12	57	315
		% within Μορφωτικό επίπεδο	78.1%	3.8%	18.1%	100.0%
		% within Υποχρέωση αναγραφής	25.5%	30.8%	28.9%	26.3%
		% of Total	20.5%	1.0%	4.8%	26.3%
ΑΕΙ		Count	568	18	73	659
		% within Μορφωτικό επίπεδο	86.2%	2.7%	11.1%	100.0%
		% within Υποχρέωση αναγραφής	58.9%	46.2%	37.1%	54.9%
		% of Total	47.3%	1.5%	6.1%	54.9%
Total		Count	964	39	197	1200
		% within Μορφωτικό επίπεδο	80.3%	3.3%	16.4%	100.0%
		% within Υποχρέωση αναγραφής	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	80.3%	3.3%	16.4%	100.0%

Επιπλέον, το μορφωτικό επίπεδο σχετίζεται σημαντικά με την ανάγνωση της ετικέτας όταν αγοράζεται ένα προϊόν για πρώτη φορά. Από τους αποφοίτους λυκείου και του πανεπιστημίου η πλειοψηφία πάντοτε επηρεάζεται από την ανάγνωση της ετικέτας.

Πίνακας 4.20: Συσχετισμός του μορφωτικού επιπέδου με την ανάγνωση της ετικέτας πριν από την αγορά ενός προϊόντος για πρώτη φορά.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	74.418 ^a	9	.000
Likelihood Ratio	61.115	9	.000
Linear-by-Linear Association	32.275	1	.000
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.69.

			Ανάγνωση Ετικέτας				Total
			Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Πάντοτε	
Μορφωτικό επίπεδο	Δημοτικό	Count	23	34	34	22	113
		% within Μορφωτικό επίπεδο	20.4%	30.1%	30.1%	19.5%	100.0%
		% within Ανάγνωση ετικέτας	32.4%	10.5%	7.9%	5.8%	9.4%
		% of Total	1.9%	2.8%	2.8%	1.8%	9.4%
Γυμνάσιο		Count	9	45	24	35	113
		% within Μορφωτικό επίπεδο	8.0%	39.8%	21.2%	31.0%	100.0%
		% within Ανάγνωση ετικέτας	12.7%	13.9%	5.6%	9.3%	9.4%
		% of Total	.8%	3.8%	2.0%	2.9%	9.4%
Λύκειο		Count	17	82	107	109	315
		% within Μορφωτικό επίπεδο	5.4%	26.0%	34.0%	34.6%	100.0%
		% within Ανάγνωση ετικέτας	23.9%	25.4%	25.0%	28.8%	26.3%
		% of Total	1.4%	6.8%	8.9%	9.1%	26.3%
ΑΕΙ		Count	22	162	263	212	659
		% within Μορφωτικό επίπεδο	3.3%	24.6%	39.9%	32.2%	100.0%
		% within Ανάγνωση ετικέτας	31.0%	50.2%	61.4%	56.1%	54.9%
		% of Total	1.8%	13.5%	21.9%	17.7%	54.9%
Total		Count	71	323	428	378	1200
		% within Μορφωτικό επίπεδο	5.9%	26.9%	35.7%	31.5%	100.0%
		% within Ανάγνωση ετικέτας	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	5.9%	26.9%	35.7%	31.5%	100.0%

Η έλλειψη του χρόνου ανάγνωσης δεν σχετίζεται σημαντικά με το μορφωτικό επίπεδο.

Πίνακας 4.21: Συσχετισμός του μορφωτικού επιπέδου με την έλλειψη χρόνου ανάγνωσης ως αιτία μη ανάγνωσης της ετικέτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16.347 ^a	12	.176
Likelihood Ratio	16.452	12	.171
Linear-by-Linear Association	.361	1	.548
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17.42.

4.2 Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ετικέτας

Η ανάγνωση της ετικέτας για να δίνει σιγουριά στον καταναλωτή σχετίζεται σημαντικά στατιστικά με την οικογενειακή κατάσταση.

Πίνακας 4.22: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για την ασφάλεια του καταναλωτή

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.679 ^a	12	.012
Likelihood Ratio	26.297	12	.010
Linear-by-Linear Association	.002	1	.964
N of Valid Cases	1200		

a. 2 cells (10.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.72.

Η ανάγνωση της ετικέτας για την διασφάλιση της υγιεινής ζωής επίσης είναι στατιστικά σημαντική συσχετιζόμενη με την οικογενειακή κατάσταση.

Πίνακας 4.23: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για την διασφάλιση της υγιεινής ζωής

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.104 ^a	12	.065
Likelihood Ratio	20.872	12	.052
Linear-by-Linear Association	.129	1	.719
N of Valid Cases	1200		

a. 2 cells (10.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.63.

Η οικογενειακή ζωή είναι στατιστικά ασήμαντη ως προς την ανάγνωση για τον έλεγχο διαίτας του καταναλωτή και για τον εκπαιδευτικό ρόλο της.

Πίνακας 4.24: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για τον έλεγχο της διαίτας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.118 ^a	12	.293
Likelihood Ratio	14.873	12	.248
Linear-by-Linear Association	.612	1	.434
N of Valid Cases	1200		

a. 1 cells (5.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.92.

Πίνακας 4.25: Συσχετισμός της οικογενειακής κατάστασης με την ανάγνωση της ετικέτας για τον εκπαιδευτικό της ρόλο

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.030 ^a	12	.240
Likelihood Ratio	16.044	12	.189
Linear-by-Linear Association	1.982	1	.159
N of Valid Cases	1200		

a. 2 cells (10.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.93.

Το επάγγελμα σχετίζεται σημαντικά με διάφορες συμπεριφορές των καταναλωτών όπως την ανάγνωση για σιγουριά και ως προς τον εκπαιδευτικό ρόλο της ετικέτας.

Πίνακας 4.26: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τη δημιουργία ασφάλειας

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37.873 ^a	24	.036
Likelihood Ratio	36.969	24	.044
Linear-by-Linear Association	.000	1	.993
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.82.

Πίνακας 4.27: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τον εκπαιδευτικό ρόλο

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	37.131 ^a	24	.042
Likelihood Ratio	36.562	24	.048
Linear-by-Linear Association	2.881	1	.090
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7.21.

Το επάγγελμα δεν παρουσιάζει στατιστικά σημαντική συσχέτιση με συμπεριφορές όπως την ανάγνωση της ετικέτας για τη διασφάλιση της υγιεινής ζωής ή για τον έλεγχο της δίαιτας του καταναλωτή.

Πίνακας 4.28: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τη διασφάλιση της υγιεινής ζωής

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	31.373 ^a	24	.143
Likelihood Ratio	30.828	24	.159
Linear-by-Linear Association	.184	1	.668
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.66.

Πίνακας 4.29: Συσχετισμός του επαγγέλματος με την ανάγνωση της ετικέτας για τον έλεγχο της δίαιτας του καταναλωτή.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.490 ^a	24	.380
Likelihood Ratio	23.874	24	.469
Linear-by-Linear Association	.000	1	.992
N of Valid Cases	1200		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.02.

Συμπερασματικά θα μπορούσε να ειπωθεί, πως η διατροφική επισήμανση αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο, που επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες κοινωνικούς και δημογραφικούς. Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης μελέτης είναι σε συμφωνία με τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στην βιβλιογραφία, τα σχετικά με τη χρήση των διατροφικών ετικετών. Προέκυψαν από ένα μεγάλο μέγεθος δείγματος, γεγονός που ξεπερνά περιορισμούς σχετικούς με την εγκυρότητα του δείγματος.

Βιβλιογραφία

Almli V.L., Verbeke W., Vanhonacker F., Næs T., Hersleth M. 2011. General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries. *Food Quality and Preference*, 22 pp. 129-138

Bonsmann S., Wills J. 2012. Nutrition labeling to prevent obesity. *Reviewing the evidence from Europe Current Obesity Reports*, 1 pp. 134-140

Bonsmann S.S., Celemin L.F., Grunert K.G. 2010. Food labelling to advance better education for life. *European Journal of Clinical Nutrition*, 64, pp. S14-S19

Burton, S., and Andrews, J. C. 1996. Age, product nutrition, and label format effects on consumer perceptions and product evaluations. *The Journal of Consumer Affairs*, 30, 68-89.

Campos S., Doxey J., Hammond D., 2011. Nutrition labels on pre-packaged foods. A systematic review. *Public Health Nutrition*, 14 pp. 1496-1506

Cheftel, J.C., 2005. Food and nutrition labelling in the European Union. *Food Chemistry*, 93, 531-550

Chen, X., Jahns, L., Gittelsohn, J., Wang, Y., 2011. Who is missing the message? Targeting strategies to increase food label use among US adults. *Public Health Nutrition*, 15, 760–772

Drichoutis, A. C., Lazaridis, P., and Nayga, R. M., Jr. 2005. Nutrition knowledge and consumer use of nutritional food labels. *European Review of Agricultural Economics*, 32(1), 93-118.

FDA, 2013. A Food Labeling Guide, US Department of Health and Human Services Food and Drug Administration Center of Food Safety and Applied Nutrition

Ghani, Waqar I., and Nancy M. Childs. 1999. Wealth Effects of the Passage of the Nutrition Labeling and Education Act of 1990 for Large U.S. Multinational Food Corporations. *Journal of Public Policy & Marketing*, 18: 147–158.

Govindasamy, R. and Italia, J. 1999. Evaluating Consumer Usage of Nutritional Labelling: The Influence of Socio-Economic Characteristics.

Gracia, A., Loureiro, M. and Nayga, R.M. Jr 2007. "Do consumers perceive benefits from the implementation of a EU mandatory nutritional labelling program?", *Food Policy*, 32 pp. 160-74.

Grunert K.G., 2005. Food quality and safety: consumer perception and demand. *European Review of Agricultural Economics*, 32 pp. 369-391

Hieke S., Taylor C.R. 2012. A critical review of the literature on nutritional labeling. *The Journal of Consumer Affairs*, 46, pp. 120-156

Kim, S.-Y., Nayga, R. M., Jr., and Capps, O., Jr. 2001. Food label use, self-selectivity, and diet quality. *The Journal of Consumer Affairs*, 35, 346-363

Legault L., Brandt M.B., McCabe N., Adler C., Brown A.-M., Brecher S. 2004. 2000–2001 food label and package survey. An update on prevalence of nutrition labeling and claims on processed, packaged foods. *Journal of the American Dietetic Association*, 104 pp. 952-958

Nayga, R.M. 1999. Towards an understanding of consumers' perceptions of food labels. *International Food and Agribusiness Management Review*, 2 1, pp. 106-20.

Petrovici, D.A., Ritson, C. and Ness, M. 2004. "The theory of reasoned action and food choice: insights from a transitional economy". *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 16 pp. 59-88.

Steenkamp J.B.E. 1990. Conceptual model of the quality perception process. *Journal of Business Research*, 21, pp. 309-333

Williams P. 2005. Consumer understanding and use of health claims for foods. *Nutrition Reviews*, 63, pp. 256-264,