



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ Σ.Ε.Υ.Π
ΤΜΗΜΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΣΜΗΤΟΛΟΓΙΑΣ

Ερευνητική Πτυχιακή Εργασία με θέμα:

«Απόψεις, γνώσεις και χρήση καλλυντικών προϊόντων από τους καταναλωτές»



Οι φοιτήτριες:

Τσορακλίδου Παρθενόπη ΑΕΜ 3947

Χουρμουζιάδου Αθανασία ΑΕΜ 3985

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Γιαννακουδάκη Άννα

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα καλλυντικά προϊόντα χρησιμοποιούνται πλέον από γυναίκες αλλά και από άνδρες ανεξαρτήτως ηλικίας, μορφωτικού επιπέδου και εισοδήματος. Η ευρεία κατανάλωση των καλλυντικών από όλους δεν συνεπάγεται οπωσδήποτε με την γνώση πάνω στην σωστή χρήση τους. Γι αυτό είναι σημαντικό να μελετηθεί τι γνωρίζουν οι καταναλωτές για τα καλλυντικά και την σωστή χρήση τους.

Αυτή την ανάγκη για κατανόηση της σκέψης των καταναλωτών πραγματεύεται η πτυχιακή εργασία μας με την οποία μελετάται η γνώση που έχουν οι καταναλωτές για την σωστή χρήση τους, αν κάνουν σωστή χρήση των καλλυντικών και τις απόψεις τους γύρω από κάποια στερεότυπα που υπάρχουν στην σημερινή εποχή. Επίσης, εξετάζεται τι επηρεάζει τους καταναλωτές, και πως αποκτούν τις γνώσεις και τις απόψεις τους γύρω από το θέμα του καλλωπισμού.

ABSTRACT

Ccosmetic products are used now from both women and men of all ages, educational level and income. The large use of the products, doesn't mean that they know how to use them properly. So, it is important to study what the consumers know about cosmetic products and how they use them.

The need to understand how the consumers think is the subject of our project. Furthermore, we study the knowledge that consumers have on the products and how to use them properly, and their opinions about some stereotypicals that people have nowadays. Also, it is studied what influences the consumers, how they are educated and which are their opinions on the field of beauty.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ - ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας A1.1.	Φύλο ερωτηθέντων.	20
Πίνακας A2.1.	Ηλικιακή Κατανομή ανδρών.	21
Πίνακας A2.2.	Ηλικιακή Κατανομή γυναικών.	22
Πίνακας A3.1.	Μηνιαίο εισόδημα ερωτηθέντων σε €.	23
Πίνακας A4.1.	Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων.	24
Πίνακας A5.1.	Κύρια απασχόληση ερωτηθέντων.	25
Πίνακας B1.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων στην ερώτηση: <i>«Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;»</i>	26
Πίνακας B1.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;»</i>	27
Πίνακας B2.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;»</i>	28
Πίνακας B2.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;»</i>	29
Πίνακας B3.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;»</i>	30
Πίνακας B3.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείται τον χειμώνα;»</i>	31
Πίνακας B3.3.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείται τον χειμώνα;»</i>	33

Πίνακας B4.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»</i>	34
Πίνακας B4.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»</i>	35
Πίνακας B4.3.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείται το καλοκαίρι;»</i>	36
Πίνακας B5.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποιά/ές εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;»</i>	38
Πίνακας B5.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Ποιά/ές εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;»</i>	39
Πίνακας B6.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση στην ερώτηση: <i>«Γνωρίζετε ποιες είναι οι ανάγκες που έχει το δέρμα σας;»</i>	40
Πίνακας B7.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: <i>«Όταν διαπιστώσετε τις ανάγκες που έχει το δέρμα σας, τις αντιμετωπίζετε;»</i>	41
Πίνακας B8.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: <i>«Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»</i>	42
Πίνακας B8.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: <i>«Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»</i>	43
Πίνακας B9.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: <i>«Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»</i>	44

Πίνακας Β9.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»	45
Πίνακας Β10.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το Q10;»	46
Πίνακας Β10.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το Q10;»	47
Πίνακας Β11.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Χρησιμοποιείτε προϊόντα με Parabens;»	48
Πίνακας Β12.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;»	49
Πίνακας Β12.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με την ηλικία μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;»	50
Πίνακας Γ1.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Σας αρέσει ο εαυτός σας, έτσι όπως είναι τώρα;»	51
Πίνακας Γ2.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι όταν περιποιείστε τον εαυτό σας, γίνεστε πιο ελκυστικός/ή;»	52
Πίνακας Γ3.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»	53
Πίνακας Γ3.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»	54

Πίνακας Γ4.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;</i> »	55
Πίνακας Γ4.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών σύμφωνα με το χρηματικό εισόδημα, στην ερώτηση: « <i>Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;</i> »	56
Πίνακας Γ6.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Προτιμάτε το προϊόν να περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό;</i> »	57
Πίνακας Γ7.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Επιλέγετε φυτικά προϊόντα;</i> »	58
Πίνακας Γ8.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Εμπιστεύεστε τα home made (χειροποίητα) καλλυντικά;</i> »	59
Πίνακας Γ9.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;</i> »	60
Πίνακας Γ9.2.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;- Αν ΝΑΙ, τα φτιάξατε ο ίδιος;</i> »	61
Πίνακας Δ1.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Παρακολουθείτε τα νέα και τις εξελίξεις στο θέμα των καλλυντικών;</i> »	62
Πίνακας Δ2.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Από που ενημερώνεστε για τα καλλυντικά;</i> »	63
Πίνακας Δ3.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Ποιος σας βοηθάει για την αγορά ενός καλλυντικού;</i> »	64
Πίνακας Δ4.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « <i>Πόσο εμπιστεύεστε τις διαφημίσεις καλλυντικών για τις αγορές σας;</i> »	65

Πίνακας Δ5.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Έχετε προσωπικό αισθητικό;»	66
Πίνακας Δ8.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θεωρείτε φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει καθημερινά ενυδατική κρέμα;»	67
Πίνακας Δ9.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες;»	68
Πίνακας Δ10.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά;»	69
Πίνακας Δ11.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά;»	70
Πίνακας Δ12.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θα θέλατε να δοκιμάζατε τα καλλυντικά πριν τα αγοράσετε;»	71
Πίνακας Δ13.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η συσκευασία του;»	72
Πίνακας Δ14.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η μάρκα του;»	74
Πίνακας Δ15.1.	Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η τιμή του;»	75

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα A1.1	Γραφική απεικόνιση φύλο όλων των ερωτηθέντων.	20
Γράφημα A2.1	Γραφική απεικόνιση ηλικιακής κατανομής των ανδρών.	21
Γράφημα A2.2	Γραφική απεικόνιση ηλικιακής κατανομής των γυναικών.	22
Γράφημα A3.1	Γραφική απεικόνιση μηνιαίου εισοδήματος σε €.	23
Γράφημα A4.1	Γραφική απεικόνιση μορφωτικού επιπέδου όλων των ερωτηθέντων.	24
Γράφημα A5.1	Γραφική απεικόνιση κύριας απασχόλησης όλων των ερωτηθέντων.	25
Γράφημα B1.1	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: « <i>Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;</i> »	26
Γράφημα B1.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: « <i>Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;</i> »	27
Γράφημα B2.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: « <i>Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;</i> »	28
Γράφημα B2.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: « <i>Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;</i> »	29
Γράφημα B3.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: « <i>Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;</i> »	31
Γράφημα B3.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: « <i>Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;</i> »	32
Γράφημα B3.3.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: « <i>Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;</i> »	34

Γράφημα Β4.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»</i>	35
Γράφημα Β4.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»</i>	36
Γράφημα Β4.3.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»</i>	37
Γράφημα Β5.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: <i>«Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;»</i>	38
Γράφημα Β5.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;»</i>	39
Γράφημα Β6.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Γνωρίζετε ποιες είναι οι ανάγκες που έχει το δέρμα σας;»</i>	40
Γράφημα Β7.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Όταν διαπιστώσετε τις ανάγκες που έχει το δέρμα σας, τις αντιμετωπίζετε;»</i>	41
Γράφημα Β8.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»</i>	42
Γράφημα Β8.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο όλων των ερωτηθέντων που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: <i>«Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»</i>	43
Γράφημα Β9.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: <i>«Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»</i>	44

Γράφημα Β9.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»	45
Γράφημα Β10.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το Q10;»	46
Γράφημα Β10.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το Q10;»	47
Γράφημα Β11.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Χρησιμοποιείτε προϊόντα με Parabens;»	48
Γράφημα Β12.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;»	49
Γράφημα Β12.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με την ηλικία μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;»	50
Γράφημα Γ1.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Σας αρέσει ο εαυτός σας, έτσι όπως είναι τώρα;»	51
Γράφημα Γ2.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι όταν περιποιείστε τον εαυτό σας, γίνεστε πιο ελκυστικός/ή;»	52
Γράφημα Γ3.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»	53
Γράφημα Γ3.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»	54

Γράφημα Γ4.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;</i> »	55
Γράφημα Γ4.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών σύμφωνα με το χρηματικό εισόδημα, στην ερώτηση: « <i>Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;</i> »	56
Γράφημα Γ6.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: « <i>Προτιμάτε το προϊόν να περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό;</i> »	57
Γράφημα Γ7.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Επιλέγετε φυτικά προϊόντα;</i> »	58
Γράφημα Γ8.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Εμπιστεύεστε τα home made (χειροποίητα) καλλυντικά;</i> »	59
Γράφημα Γ9.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;</i> »	60
Γράφημα Γ9.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;- Αν ΝΑΙ, τα φτιάξατε ο ίδιος;</i> »	61
Γράφημα Δ1.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Παρακολουθείτε τα νέα και τις εξελίξεις στο θέμα των καλλυντικών;</i> »	63
Γράφημα Δ2.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Από που ενημερώνεστε για τα καλλυντικά;</i> »	64
Γράφημα Δ3.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: « <i>Ποιος σας βοηθάει για την αγορά ενός καλλυντικού;</i> »	65

Γράφημα Δ4.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Πόσο εμπιστεύεστε τις διαφημίσεις καλλυντικών για τις αγορές σας;»	66
Γράφημα Δ5.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Έχετε προσωπικό αισθητικό;»	67
Γράφημα Δ8.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θεωρείτε φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει καθημερινά ενυδατική κρέμα;»	68
Γράφημα Δ9.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν <u>καταφατικά</u> στην ερώτηση: «Είναι ταμππού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες;»	69
Γράφημα Δ10.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά;»	70
Γράφημα Δ11.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά;»	71
Γράφημα Δ12.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θα θέλατε να δοκιμάζατε τα καλλυντικά πριν τα αγοράσετε;»	72
Γράφημα Δ13.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η συσκευασία του;»	73
Γράφημα Δ14.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η μάρκα του;»	74
Γράφημα Δ15.1.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η τιμή του;»	76

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	i
ABSTRACT	ii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ - ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	iii
Κατάλογος πινάκων.....	iii
Κατάλογος γραφημάτων.....	viii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	xiii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	2
1.1 Καλλυντικό προϊόν	2
1.2 ΑΗΑ	2
1.3 Συνένζυμο Q10.....	2
1.4 Συντηρητικά - Parabens.....	3
1.5 Αισθητική Πλαστική χειρουργική.....	3
1.5.1 Ρυτιδοπλαστική - Face Lifting	3
1.5.2 Botox	4
1.6 Καλλυντικά με φυσικά συστατικά	4
1.6.2 Φυσικά καλλυντικά	4
1.6.1 Φυτικά καλλυντικά.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	5
2.1 Μεθοδολογία Έρευνας	5
2.2 Ποσοτική προσέγγιση δεδομένων-αποτελέσματα.....	7
Α) Δημογραφικά στοιχεία	7
Β) Γνώσεις για τα καλλυντικά.....	13
Γ) Χρήση καλλυντικών	38
Δ) Απόψεις για τα καλλυντικά	49
2.3 Συζήτηση	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	67
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	69
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	75
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	83

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της πτυχιακής εργασίας είναι η συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στα καλλυντικά. Με άλλα λόγια, η έρευνα αυτή στοχεύει στην ανάδειξη των απόψεων και των γνώσεων των καταναλωτών, αλλά και της χρήσης των καλλυντικών προϊόντων από αυτούς. Πρόκειται για μία περιγραφική ποσοτική έρευνα, η οποία διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίων.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που μελετώνται προκύπτουν από τον στόχο της έρευνας και είναι τρία, ποιες είναι οι γνώσεις που έχουν οι καταναλωτές για τα καλλυντικά, ποιες είναι οι απόψεις σχετικά με την χρήση των καλλυντικών και γύρω από τα στερεότυπα που υπάρχουν γι' αυτά και τέλος πως τα χρησιμοποιούν.

Η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος της εργασίας παρατίθεται βασικές εισαγωγικές έννοιες σχετικά με τα καλλυντικά προϊόντα και στο δεύτερο μέρος ακολουθεί το ερευνητικό μέρος της εργασίας.

Πιο συγκεκριμένα στο θεωρητικό μέρος, αναλύονται οι έννοιες του καλλυντικού, aha, Q10, parabens, των καλλυντικών με φυσικά συστατικά, της αισθητικής πλαστικής επέμβασης και τέλος της συμπεριφοράς του καταναλωτή.

Στο ερευνητικό μέρος της εργασίας, ακολουθεί η μεθοδολογία της έρευνας που περιλαμβάνει το ερευνητικό πρόβλημα με τα ερευνητικά ερωτήματα, το ερευνητικό εργαλείο και το δείγμα της έρευνας. Στη συνέχεια, παρατίθεται η ποσοτική προσέγγιση δεδομένων, τα αποτελέσματα της έρευνας και η συζήτηση πάνω σε αυτά.

Στο τέλος της εργασίας διατυπώνονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την ενασχόληση με το θέμα και η εργασία ολοκληρώνεται με την βιβλιογραφία. Στο παράρτημα παρατίθεται αυτούσιο το ερωτηματολόγιο και κάποιοι δευτερεύοντες πίνακες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Παρακάτω αναλύονται κάποιες σημαντικές έννοιες για να επιτευχθεί η κατανόηση κάποιων ερωτήσεων που περιέχονται στο ερωτηματολόγιο.

1.1 Καλλυντικό προϊόν

Καλλυντικά ονομάζονται τα παρασκευάσματα που δημιουργήθηκαν για να χρησιμοποιηθούν στα εξωτερικά μέρη του ανθρώπινου σώματος ή στο εσωτερικό του στόματος, με σκοπό «τον καθαρισμό τους, τον αρωματισμό τους, της μεταβολή της εμφάνισής τους, την προστασία τους, τη διατήρησή τους σε καλή κατάσταση ή τη διόρθωση των σωματικών οσμών». (Βέγκος, 2004)

1.2 ΑΗΑ

Το ΑΗΑ είναι οργανικές ουσίες πιο συγκεκριμένα οξύ διαλυμένο σε υδατική βάση, που συναντάται στις τροφές και κυρίως στα φρούτα, γι 'αυτό και ονομάζεται αλλιώς οξέα φρούτων. Χρησιμοποιείται για την θεραπεία του δέρματος και περιέχεται σε καλλυντικά όπως αντιρυτιδικές κρέμες, λοσιόν, Ορούς για μείωση ρυτίδων, αποσμητικά προϊόντα κατά της ξηροδερμίας και μαλλιών. (Δερβίσογλου & Αθανασιάδου, 2011)

1.3 Συνένζυμο Q10

Το συνένζυμο Q10 (CoQ10) είναι ένα λιπίδιο που έχει παρόμοια χαρακτηριστικά με τις βιταμίνες (Κοτροκόης & Παπαδογιαννάκης, 2009) και «σχετίζεται με προβληματικές καταστάσεις που αφορούν τις οξειδωτικές βλάβες και τον κυτταρικό μεταβολισμό» (Δερβίσογλου & Αθανασιάδου, 2011). Χρησιμοποιείται στα καλλυντικά προϊόντα, διότι αναγεννά τη βιταμίνη Ε,

προφυλάσσει από την γήρανση (Κοτροκόης & Παπαδογιαννάκης, 2009), καθώς η τοπική εφαρμογή του στο δέρμα μειώνει τις ρυτίδες (Δερβίσογλου & Αθανασιάδου, 2011) και προστατεύει το δέρμα από την οξειδωση (Κοτροκόης & Παπαδογιαννάκης, 2009).

1.4 Συντηρητικά - Parabens

Τα συντηρητικά χρησιμοποιούνται για την προστασία του καλλυντικού προϊόντος τα οποία είναι ουσίες που εμποδίζουν την ανάπτυξη μικροοργανισμών. Τα πιο συνηθισμένα συντηρητικά είναι τα parabens. (Βέγκος, 2004) Τα parabens επιλέγονται για την συντήρηση σαμπουάν, προϊόντων προστασίας του δέρματος, αρωμάτων, σαπουνιών, προϊόντων μακιγιάζ, κ.ά. (Θεολόγη, 2010).

Μια έρευνα του 2012 έδειξε ότι πιθανώς να υπάρχει σχέση των parabens με τον καρκίνο του μαστού (Σταματόπουλος, 2014), γι' αυτό και η χρήση προϊόντων με parabens πρέπει να γίνεται με προσοχή.

1.5 Αισθητική Πλαστική χειρουργική

1.5.1 Ρυτιδοπλαστική - Face Lifting

Η πλαστική προσώπου ή ρυτιδοπλαστική κατατάσσεται στις κοσμητικές επεμβάσεις και στοχεύει στην βελτίωση της εμφάνισης του ατόμου, βελτιώνοντας τις ρυτίδες του προσώπου (Γιακουμεττής, 2001). Η άποψη ότι η ρυτιδοπλαστική γίνεται για την ανάκτηση της νεότητας είναι λανθασμένη, καθώς έχουν δημιουργηθεί δύο τύποι ρυτιδοπλαστικής, ανάλογα με την ηλικία του ατόμου που απευθύνονται (Κόνωνας, 2016).

1.5.2 Botox

Το botox ή βουτολική τοξίνη είναι μια φυσική επεξεργασμένη πρωτεΐνη. Σκοπός του ενέσιμου botox είναι να τεντώσει το δέρμα, ώστε να αντιμετωπιστούν οι ρυτίδες του προσώπου. Όμως μετά την πάροδο της θεραπείας, οι ρυτίδες επανέρχονται στην προηγούμενη κατάστασή τους διότι δεν είναι μόνιμη αντιμετώπιση της χαλάρωσης, όπως ένα face lifting. (Στρόβιλα, 2010)

1.6 Καλλυντικά με φυσικά συστατικά

1.6.2 Φυσικά καλλυντικά

Τα φυσικά καλλυντικά περιέχουν πρώτες ύλες και συστατικά τα οποία είναι φυσικής προέλευσης και έχουν παραχθεί (Αρβανίτη, 2009), χωρίς να έχουν υποστεί επεξεργασία. Για την καλλιέργεια όμως των πρώτων υλών, μπορεί να έχουν χρησιμοποιηθεί χημικά λιπάσματα, εντομοκτόνα, φυτοφάρμακα και άλλες επικίνδυνες ουσίες. (<http://www.organiclife.gr>)

1.6.1 Φυτικά καλλυντικά

Τα φυτικά καλλυντικά περιέχουν πρώτες ύλες που προέρχονται από φυτά και βότανα, με πιθανότητα να περιέχουν και χημικές ουσίες. Για παράδειγμα, μπορεί να περιέχουν βαρέα μέταλλα, καρκινογόνες ουσίες, φυτοφάρμακα κ.ά. (<http://www.organiclife.gr>)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

2.1 Μεθοδολογία Έρευνας

Ερευνητικό πρόβλημα: Το αντικείμενο μελέτης της εργασίας είναι οι γνώσεις, η οι απόψεις και η χρήση των καλλυντικών από τους καταναλωτές

Ερευνητικά ερωτήματα: Τα επιμέρους ερευνητικά ερωτήματα αφορούν τις γνώσεις που έχουν οι καταναλωτές για τα καλλυντικά, τις απόψεις τους σχετικά με την χρήση των καλλυντικών και γύρω από τα στερεότυπα που υπάρχουν γι' αυτά και τέλος πως τα χρησιμοποιούν.

Δείγμα: Στην παρούσα έρευνα το δείγμα αποτελείται από 115 άτομα, εκ των οποίων τα 50 είναι άνδρες και τα υπόλοιπα 65 γυναίκες. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε άτομα από την πόλη της Δράμας και την πόλη της Βέροιας, όπως επίσης, σε ένα μικρό ποσοστό δόθηκαν και στην πόλη της Καβάλας, της Θεσσαλονίκης και της Πάτρας. Πρόκειται για ένα βολικό δείγμα που επιλέχθηκε για λογούς εύκολης πρόσβασης.

Ερευνητικά εργαλεία: Σ' αυτήν την περιγραφική ποσοτική έρευνα αξιοποιείται ως ερευνητικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο, αποτελούμενο από ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου. Πιο αναλυτικά, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε έχει συνολικά 36 ερωτήσεις και στην αρχή προηγούνται τα δημογραφικά στοιχεία. Οι κλειστού τύπου απαντήσεις απαντώνται με βάση το ναι, όχι ή δεν ξέρω και με βάση το καθόλου, το λίγο, μέτρια ή πολύ. Το ερωτηματολόγιο είναι οργανωμένο σε τέσσερις ενότητες. Στην αρχή είναι τα δημογραφικά στοιχεία που είναι απαραίτητες για να γνωρίζουμε κάποια βασικά πράγματα για το προφίλ του ερωτώμενου και του δείγματος μας. Επίσης, στην πρώτη ενότητα υπάρχουν ερωτήσεις για το πόσο συχνά χρησιμοποιούν καλλυντικά οι ερωτώμενοι. Στην συνέχεια, ακολουθεί η ομάδα με τις γνώσεις για τα καλλυντικά και για τις ανάγκες του δέρματός τους. Επίσης, στην τρίτη ενότητα ακολουθεί η ομάδα ερωτήσεων για την χρήση των καλλυντικών και για τις αλλαγές που θα έκαναν στην εμφάνισή τους οι

καταναλωτές. Τέλος, στην τέταρτη ενότητα αναπτύσσεται η ομάδα ερωτήσεων με τις απόψεις των καταναλωτών για τα καλλυντικά, για τα φυτικά καλλυντικά, για την επιρροή των διαφημίσεων, της εμφάνισης του προϊόντος, της τιμής του και της μάρκας του, στις επιλογές τους. Σε όλες τις ενότητες υπάρχουν ανοικτού τύπου ερωτήσεις για καλύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς του ερωτώμενου, καθώς του επιτρέπει να δώσει τις δικές του προσωπικές απαντήσεις, χωρίς να δεσμεύεται από συγκεκριμένο αριθμό εναλλακτικών απαντήσεων.

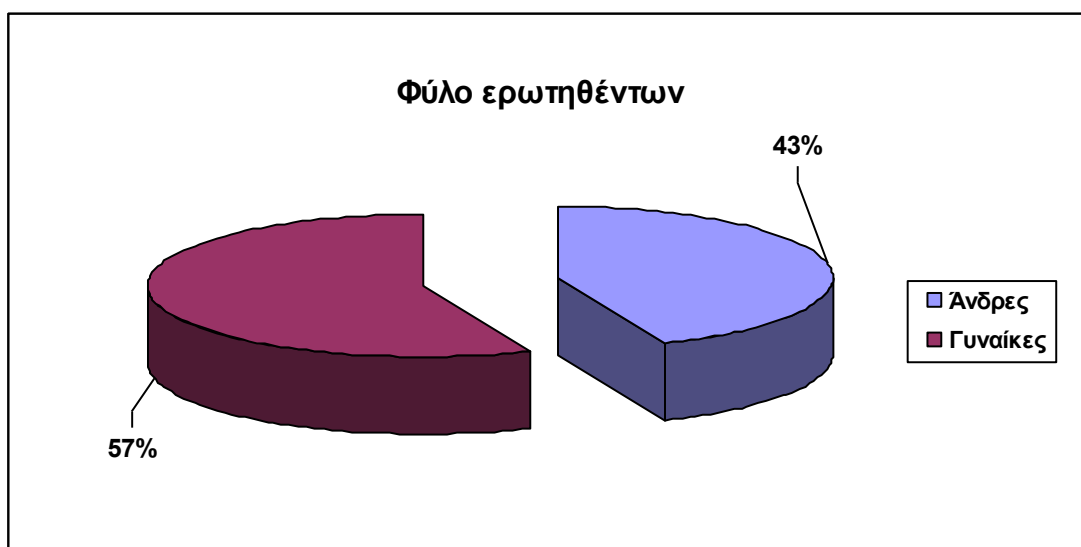
Τρόπος ανάλυσης δεδομένων: Τα δεδομένα συγκεντρώθηκαν σε πίνακες και χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση συχνοτήτων, δηλαδή η συχνότητα εμφάνισης των απαντήσεων σε κάθε ερώτηση, μετατρεπόμενων σε ποσοστά κι έτσι προσδιορίστηκαν οι επικρατέστερες απαντήσεις.

2.2 Ποσοτική προσέγγιση δεδομένων-αποτελέσματα

Α) ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Πίνακας Α1.1. Φύλο ερωτηθέντων.

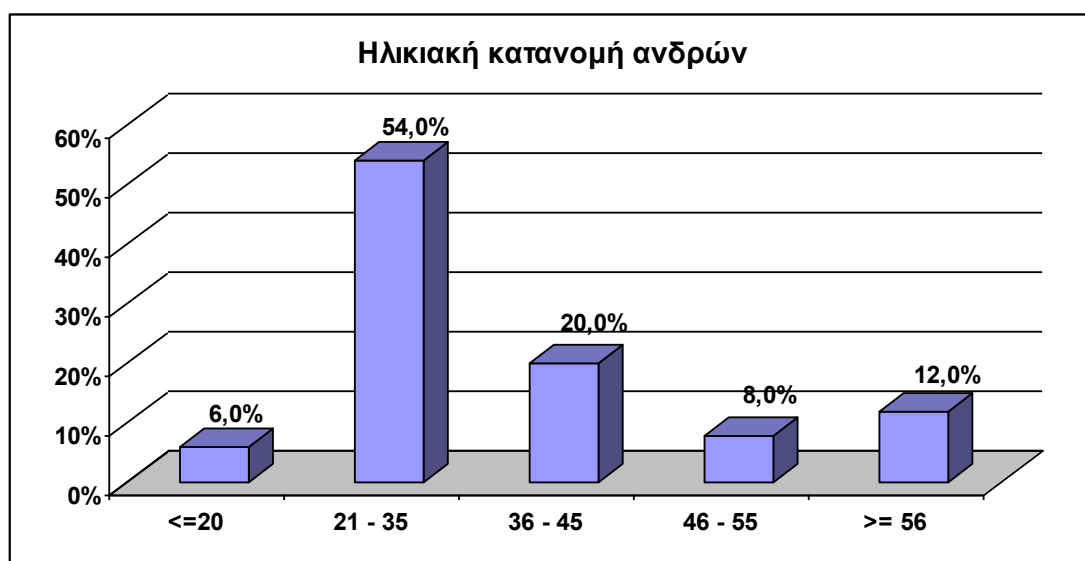
	Συχνότητα	Ποσοστό
Άνδρες	50	43%
Γυναίκες	65	57%
Σύνολο	115	100%



Γράφημα Α1.1. Γραφική απεικόνιση φύλου ερωτηθέντων.

Πίνακας Α2.1. Ηλικιακή Κατανομή ανδρών.

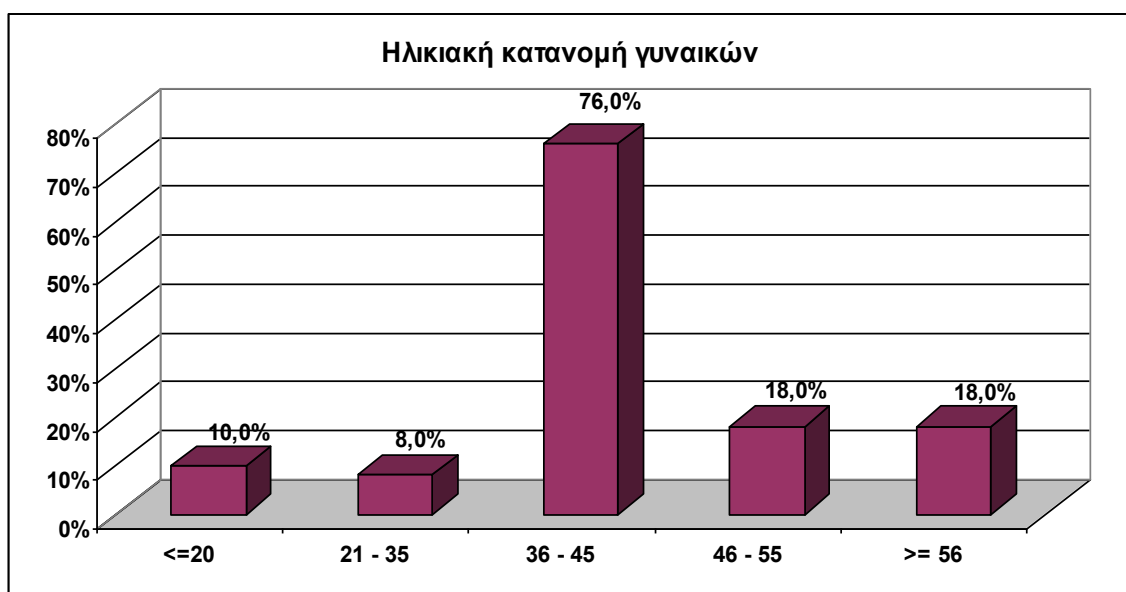
Ηλικίες	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών
Μέχρι 20	3	6,0%
21 – 35	27	54,0%
36 – 45	10	20,0%
46 – 55	4	8,0%
56 και άνω	6	12,0%
Σύνολο	50	100,0%



Γράφημα Α2.1. Γραφική απεικόνιση ηλικιακής κατανομής των ανδρών.

Πίνακας Α2.2. Ηλικιακή Κατανομή γυναικών.

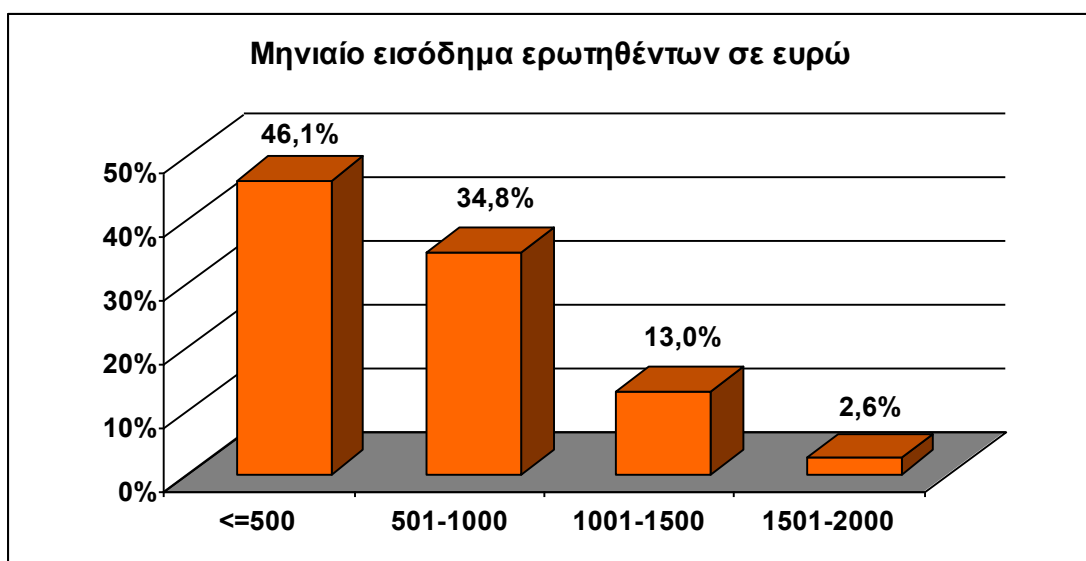
Ηλικίες	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
Μέχρι 20	5	10,0%
21 – 35	4	8,0%
36 – 45	38	76,0%
46 – 55	9	18,0%
56 και άνω	9	18,0%
Σύνολο	65	100,0%



Γράφημα Α2.2. Γραφική απεικόνιση ηλικιακής κατανομής των γυναικών.

Πίνακας Α3.1. Μηνιαίο εισόδημα ερωτηθέντων σε €.

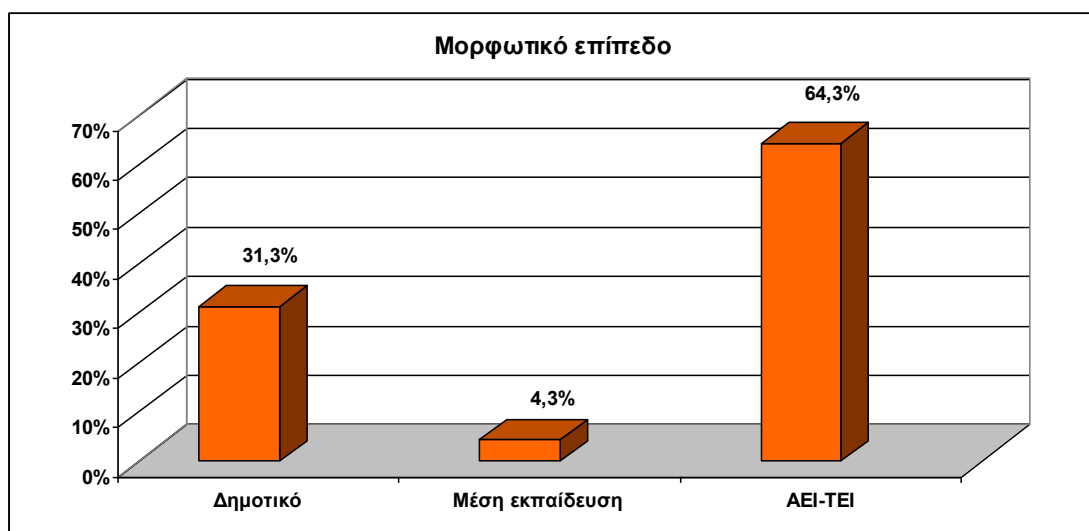
Εισόδημα	Συχνότητα	Ποσοστό
Μέχρι 500	53	46,1%
501 – 1000	40	34,8%
1001 – 1500	15	13,0%
1501 – 2000	3	2,6%
2000 και άνω	4	3,5%
Σύνολο	115	100,0%



Γράφημα Α3.1. Γραφική απεικόνιση μηνιαίου εισοδήματος σε €.

Πίνακας Α4.1. Μορφωτικό επίπεδο ερωτηθέντων.

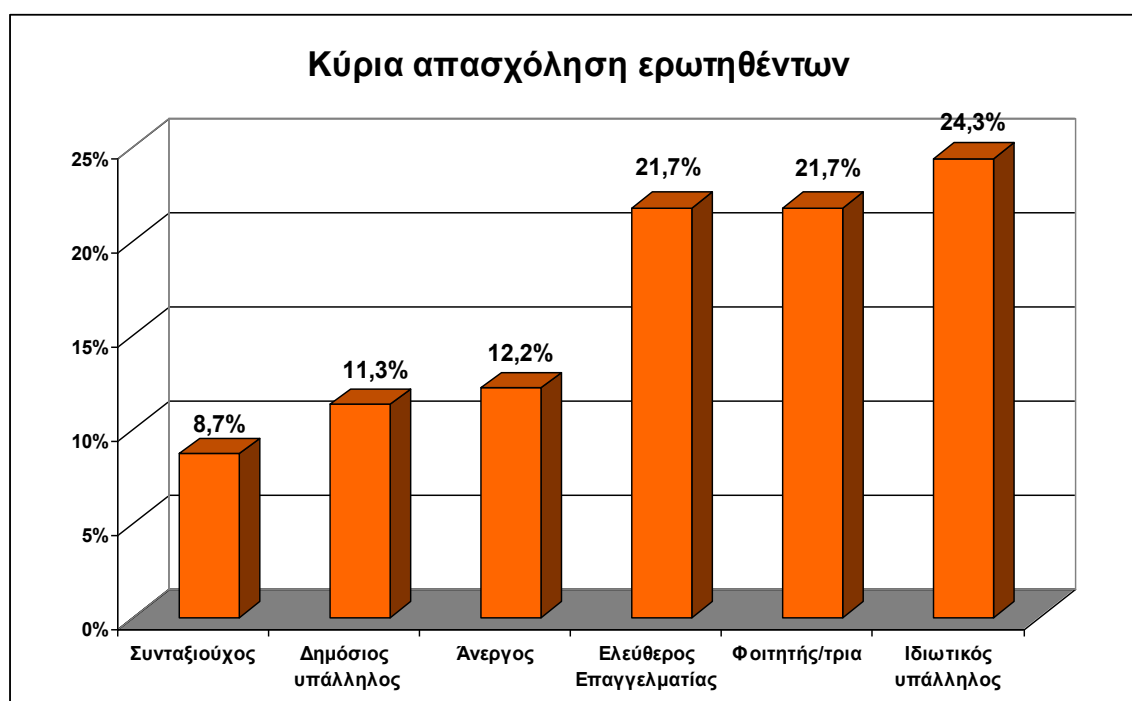
Μορφωτικό επίπεδο	Συχνότητα	Ποσοστό
Δημοτικό	36	31,3%
Μέση εκπαίδευση	5	4,3%
ΑΕΙ-ΤΕΙ	74	64,3%
Σύνολο	115	100,0%



Γράφημα Α4.1. Γραφική απεικόνιση μορφωτικού επιπέδου ερωτηθέντων.

Πίνακας Α5.1. Κύρια απασχόληση ερωτηθέντων.

Επάγγελμα	Συχνότητα	Ποσοστό
Συνταξιούχος	10	8,7%
Δημόσιος Υπάλληλος	13	11,3%
Άνεργος	14	12,2%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	25	21,7%
Φοιτητής/τρια	25	21,7%
Ιδιωτικός Υπάλληλος	28	24,3%
Σύνολο	115	100%



Γράφημα Α5.1. Γραφική απεικόνιση κύριας απασχόλησης όλων των ερωτηθέντων.

Β) ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

Ερώτηση Β1: Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;

Πίνακας Β1.1. Αποτύπωση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων, στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;»

	Συχνότητα	Ποσοστό
ΝΑΙ	56	48,7%
ΟΧΙ	59	51,3%
Σύνολο	115	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των 115 ερωτηθέντων, το μεγαλύτερο ποσοστό (51,5%) θεωρεί ότι το σαπούνι δεν είναι καλλυντικό.

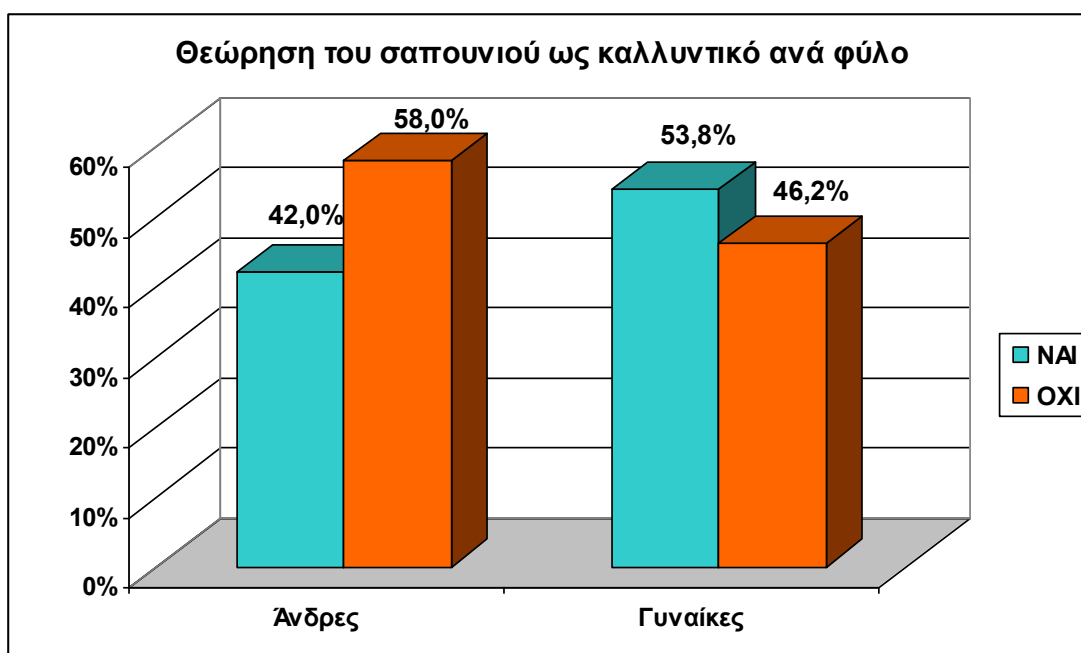


Γράφημα Β1.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;»

Πίνακας Β1.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;*»

	Άνδρες	Ποσοστό Ανδρών	Γυναίκες	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	21	42,0%	35	53,8%
ΟΧΙ	29	58,0%	30	46,2%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (58%) δεν θεωρεί το σαπούνι καλλυντικό, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (53,8%) το θεωρεί καλλυντικό.



Γράφημα Β1.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;*»

Ερώτηση B2: Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;

Πίνακας B2.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;*»

	Συχνότητα	Ποσοστό
ΝΑΙ	89	77,4%
ΟΧΙ	26	22,6%
Σύνολο	115	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος, η πλειοψηφία (77,4%) θεωρεί ότι το after shave είναι καλλυντικό.

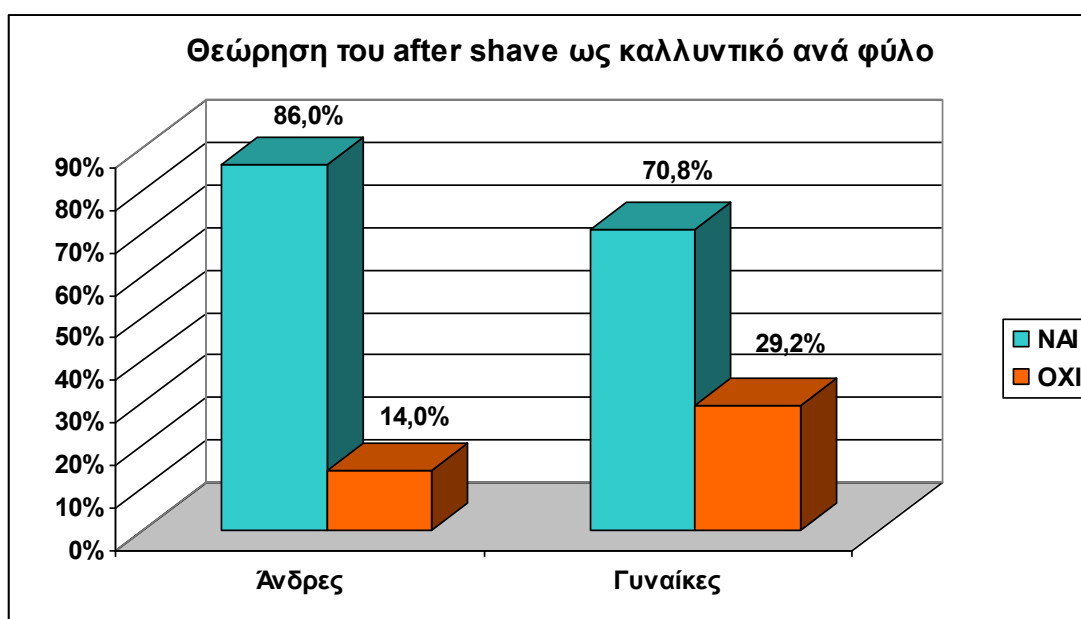


Γράφημα B2.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;*»

Πίνακας Β2.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;*»

	Άνδρες	Ποσοστό Ανδρών	Γυναίκες	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	43	86,0%	46	70,8%
ΌΧΙ	7	14,0%	19	29,2%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, η πλειοψηφία των ανδρών (86%) και των γυναικών (70,8%) θεωρούν ότι το after shave είναι καλλυντικό.



Γράφημα Β2.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;*»

Ερώτηση Β3: Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;

Πίνακας Β3.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων, στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;»

	Συχνότητα	Ποσοστό
Κρέμα χεριών	43	24,2%
Ενυδατικές κρέμες	37	20,8%
Liposan	33	18,5%
Λοιπά	21	11,8%
Αντηλιακή κρέμα	11	6,2%
Κρέμα προσώπου	10	5,6%
Προϊόντα μακιγιάζ	8	4,5%
Δεν γνωρίζω	7	3,9%
Αποσμητικό	4	2,2%
After shave	4	2,2%
Σύνολο	178	100,0%

Στον πίνακα Β3.3 φαίνονται ενοποιημένα τα αποτελέσματα των πινάκων Β3.1 και Β3.2.

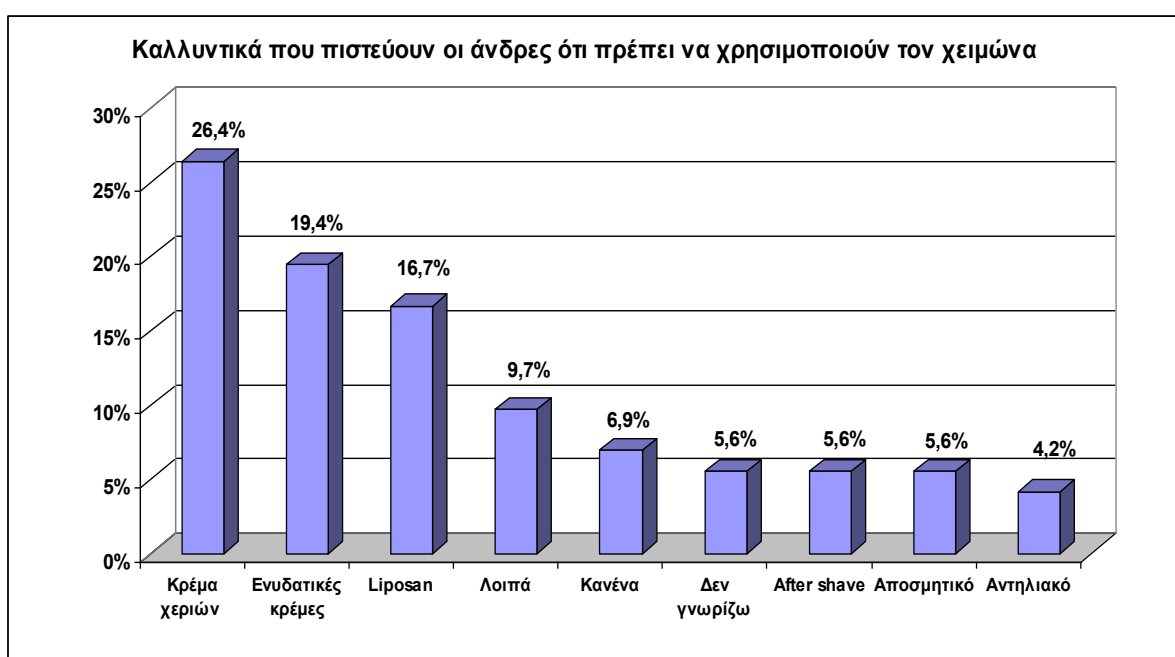


Γράφημα Β3.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;»

Πίνακας Β3.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείται τον χειμώνα;»

Προϊόντα	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών
Κρέμα χεριών	19	26,4%
Ενυδατικές κρέμες	14	19,4%
Liposan	12	16,7%
Λοιπά	7	9,7%
Κανένα	5	6,9%
Δεν γνωρίζω	4	5,6%
Αντηλιακό	3	4,2%
After shave	4	5,6%
Αποσμητικό	4	5,6%
Σύνολο	72	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ανδρών, το 26,4% θεωρεί πως τον χειμώνα πρέπει να χρησιμοποιεί κρέμα χεριών, το 19,4% θεωρεί ότι η ενυδατική κρέμα είναι απαραίτητη για το χειμώνα, ενώ λίγο πιο χαμηλά στο 16,7% βρίσκεται το liposan. Ακόμη, το 6,9% πιστεύει ότι δεν είναι απαραίτητο να χρησιμοποιεί κανένα προϊόν τον χειμώνα, ενώ το 9,7% σημειώνει το σαμπουάν, την κολόνια και το σαπούνι προσώπου ως απαραίτητα προϊόντα για τον χειμώνα. Τέλος, το 5,6% θεωρεί το αποσμητικό και το after shave απαραίτητο προϊόν και μόνο το 4,2%, το αντηλιακό.

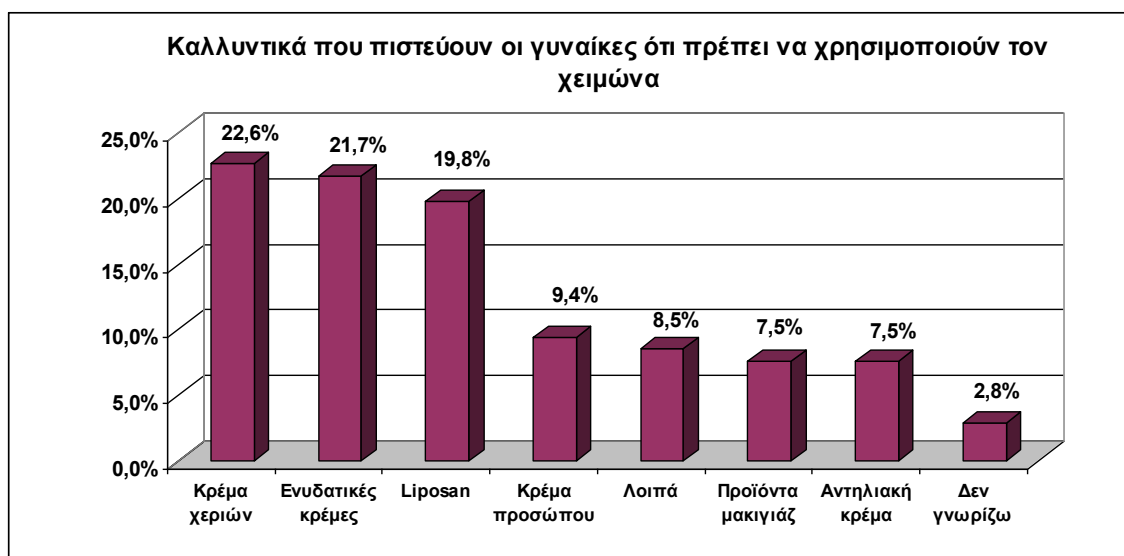


Γράφημα Β3.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;»

Πίνακας Β3.3. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείται τον χειμώνα;»

Προϊόντα	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
Κρέμα χεριών	24	22,6%
Ενυδατικές κρέμες	23	21,7%
Liposan	21	19,8%
Κρέμα προσώπου	10	9,4%
Λοιπά	9	8,5%
Προϊόντα μακιγιάζ	8	7,5%
Αντηλιακή κρέμα	8	7,5%
Δεν γνωρίζω	3	2,8%
Σύνολο	106	100,0%

Με βάση τον παραπάνω πίνακα, το 22,6% των γυναικών θεωρεί πως τον χειμώνα πρέπει να χρησιμοποιεί κρέμα χεριών, το 21,7% θεωρεί ότι η ενυδατική κρέμα είναι απαραίτητη, ενώ λίγο πιο χαμηλά στο 19,8% βρίσκεται το liposan. Ακόμη, το 9,4% θεωρεί ότι πρέπει να χρησιμοποιεί κρέμα προσώπου, το 7,5% πιστεύει ότι η αντηλιακή κρέμα και τα προϊόντα μακιγιάζ είναι απαραίτητα προϊόντα και τέλος το 2,8% δεν γνωρίζει τι προϊόντα πρέπει να χρησιμοποιεί το χειμώνα.



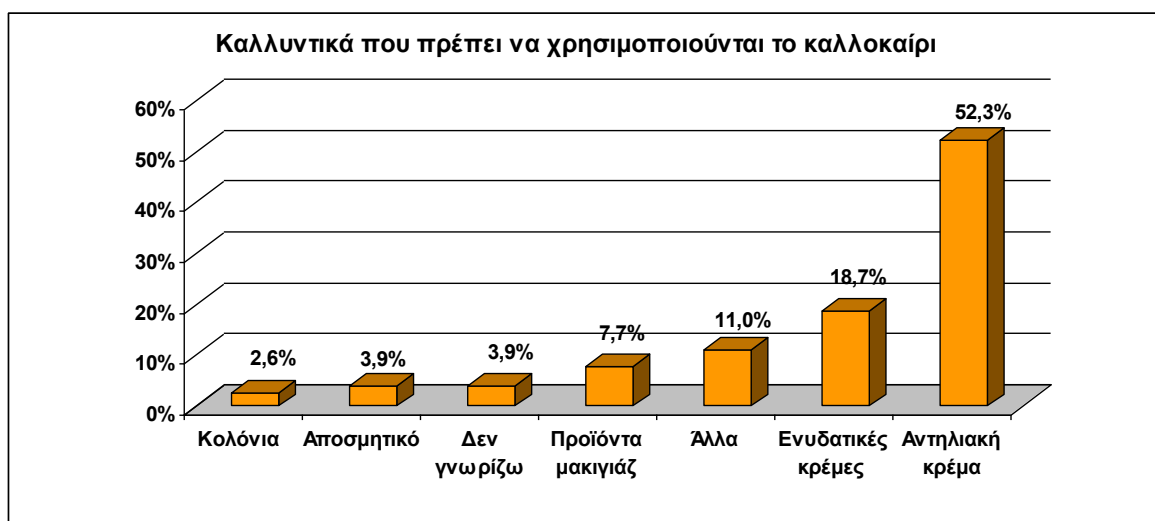
Γράφημα Β3.3. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «*Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε τον χειμώνα;*»

Ερώτηση Β4: Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;

Πίνακας Β4.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «*Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;*»

	Συχνότητα	Ποσοστό
Κολόνια	4	2,6%
Αποσμητικό	6	3,9%
Δεν γνωρίζω	6	3,9%
Προϊόντα μακιγιάζ	12	7,7%
Άλλα	17	11,0%
Ενυδατικές κρέμες	29	18,7%
Αντηλιακή κρέμα	81	52,3%
Σύνολο	155	100,0%

Στο πίνακα Β4.1 παρατηρούμε ότι το 52,3% του συνολικού δείγματος θεωρεί πως το καλοκαίρι είναι απαραίτητη η αντηλιακή κρέμα. Ένα πολύ μικρότερο ποσοστό, (18,7%) θεωρεί την ενυδατική κρέμα ως το αμέσως πιο σημαντικό προϊόν. Λίγο πιο χαμηλά βρίσκονται τα προϊόντα μακιγιάζ (7,7%), ενώ στις τελευταίες θέσεις βρίσκεται το αποσμητικό με 3,9% και η κολόνια με 2,6%.

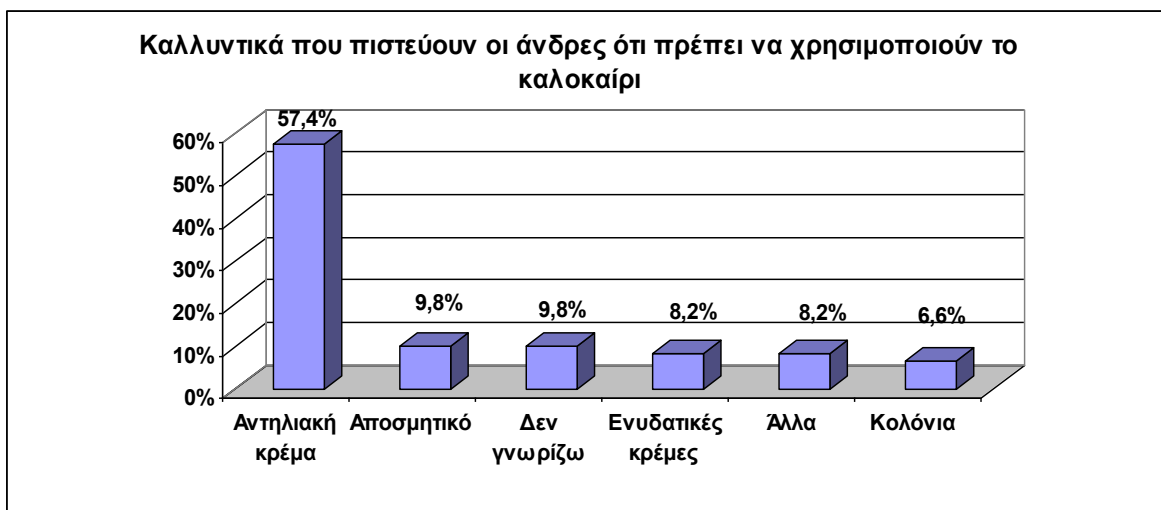


Γράφημα Β4.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»

Πίνακας Β4.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»

Προϊόντα	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών
Αντηλιακή κρέμα	35	54,4%
Αποσμητικό	6	9,8%
Δεν γνωρίζω	6	9,8%
Ενυδατικές κρέμες	5	8,2%
Άλλα	5	8,2%
Κολόνια	4	6,6%
Σύνολο	61	100,0%

Πιο αναλυτικά, με βάση τις απαντήσεις των ανδρών που παρατηρούμε στον πίνακα βλέπουμε ότι το 54,4% θεωρεί την αντηλιακή κρέμα απαραίτητη για το καλοκαίρι. Αμέσως μετά σε πολύ μικρότερο ποσοστό (9,8%) βρίσκεται το αποσμητικό. Λίγο πιο χαμηλά στο 8,2%, είναι η ενυδατική κρέμα, επίσης στο 8,2% το σαπούνι προσώπου, το after shave και οι κρέμες σύσφιξης, και τέλος με 6,6% η κολόνια.

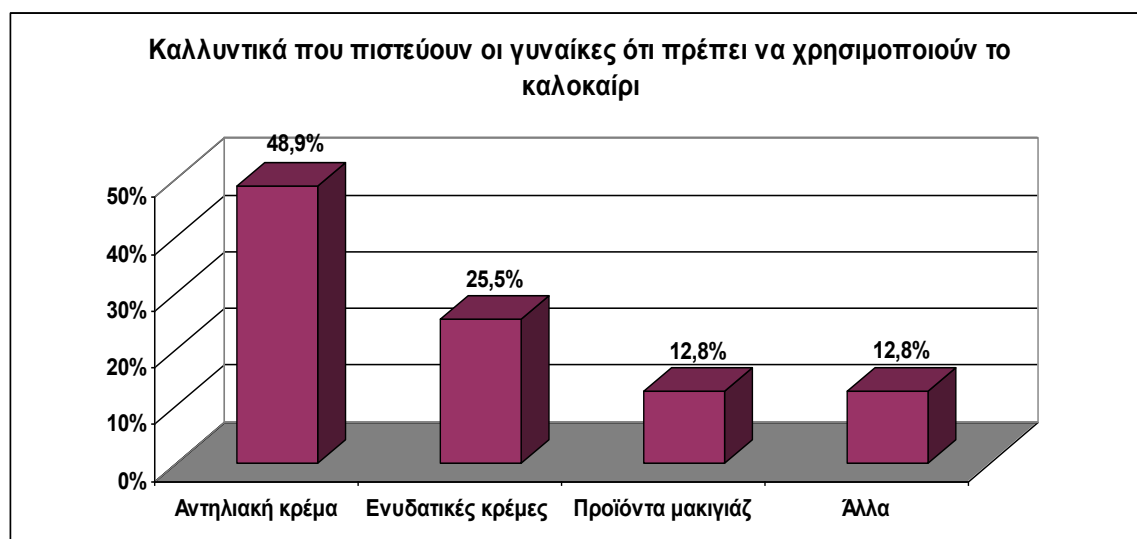


Γράφημα Β4.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των ανδρών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»

Πίνακας Β4.3. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείται το καλοκαίρι;»

Προϊόντα	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
Αντηλιακή κρέμα	46	48,9%
Ενυδατικές κρέμες	24	25,5%
Προϊόντα μακιγιάζ	12	12,8%
Άλλα	12	12,8%
Σύνολο	94	100,0%

Όσον αφορά τις γυναίκες παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα ότι το 48,9% θεωρεί ότι πρέπει να χρησιμοποιεί αντηλιακή κρέμα κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Το 25,5% θεωρεί ότι πρέπει να χρησιμοποιεί ενυδατική κρέμα και τέλος τα προϊόντα μακιγιάζ καθώς και το liposan, επιλέγονται από το 12,8% των γυναικών.

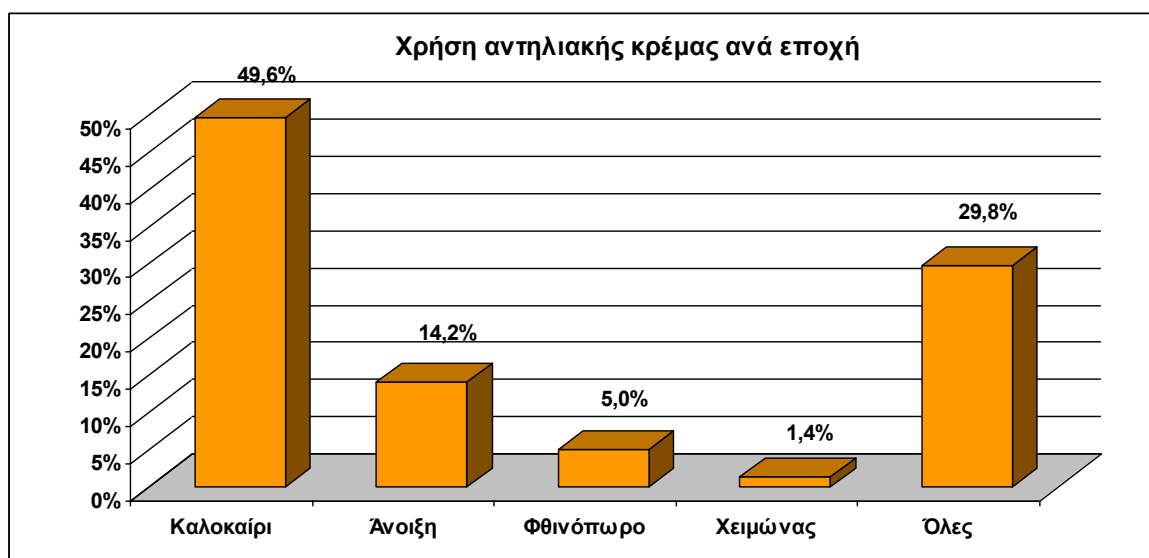


Γράφημα Β4.3. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των γυναικών ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;»

Ερώτηση Β5: Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;

Πίνακας Β5.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;»

	Συχνότητα	Ποσοστό
Καλοκαίρι	70	49,6%
Άνοιξη	20	14,2%
Φθινόπωρο	7	5,0%
Χειμώνας	2	1,4%
Όλες	42	29,8%
Σύνολο	141	100,0%



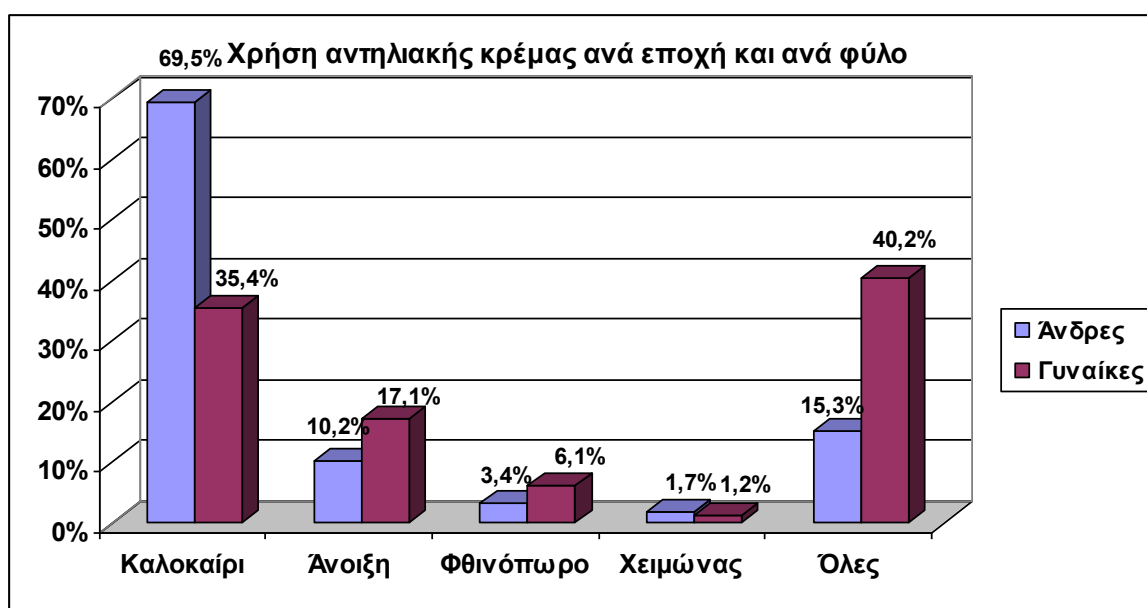
Γράφημα Β5.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων όλων των ερωτηθέντων στην ερώτηση: «Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;»

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (49,6%) χρησιμοποιεί αντηλιακή κρέμα μόνο το καλοκαίρι και αμέσως μετά με 29,8%, το χρησιμοποιεί όλες τις εποχές.

Πίνακας Β5.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «*Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
Καλοκαίρι	41	69,5%	29	35,4%
Άνοιξη	6	10,2%	14	17,1%
Φθινόπωρο	2	3,4%	5	6,1%
Χειμώνας	1	1,7%	1	1,2%
Όλες	9	15,3%	33	40,2%
Σύνολο	59	100,0%	82	100,0%

Πιο αναλυτικά με βάση το φύλο παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (40,2%) των γυναικών χρησιμοποιεί αντηλιακή κρέμα όλες τις εποχές, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό (69.5%) των ανδρών χρησιμοποιεί μόνο το καλοκαίρι. Ένα πάρα πολύ μικρό ποσοστό και των δύο φύλων χρησιμοποιεί μόνο τον χειμώνα (1.7% άνδρες, 1,2% γυναίκες) ή το φθινόπωρο (3.4% άνδρες, 6.1% γυναίκες). Τέλος, περισσότερο οι γυναίκες (17.1%) από ότι οι άνδρες (10,0%), χρησιμοποιούν αντηλιακό μόνο την άνοιξη.



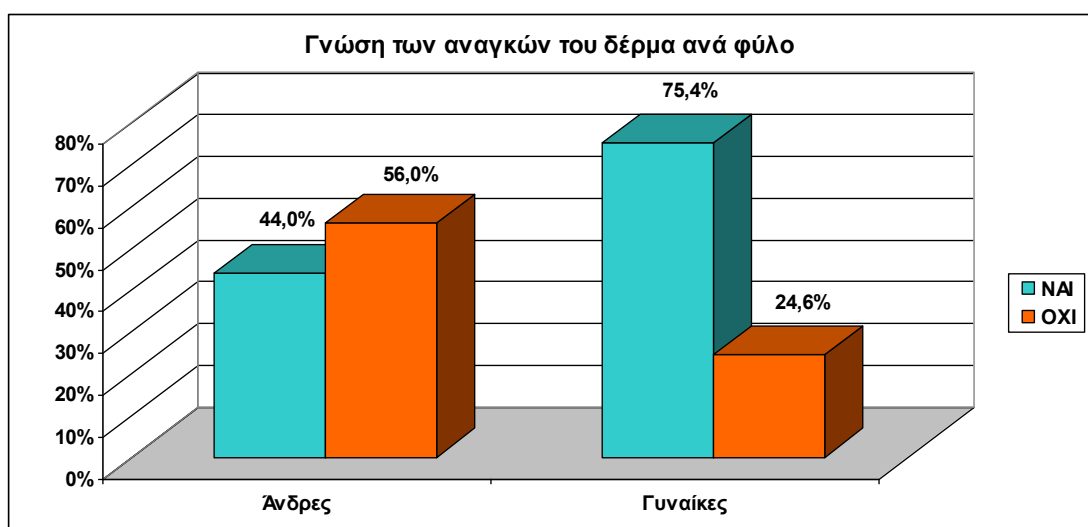
Γράφημα Β5.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «*Ποιά/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;*»

Ερώτηση Β6: Γνωρίζετε ποιες είναι οι ανάγκες που έχει το δέρμα σας;

Πίνακας Β6.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Γνωρίζετε ποιες είναι οι ανάγκες που έχει το δέρμα σας;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	22	44,0%	49	75,4%
ΟΧΙ	28	56,0%	16	24,6%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, οι περισσότεροι άνδρες (56%) δεν γνωρίζουν ποιες είναι οι ανάγκες του δέρματός τους σε αντίθεση με τις γυναίκες σε ποσοστό 75,4% τις γνωρίζουν.

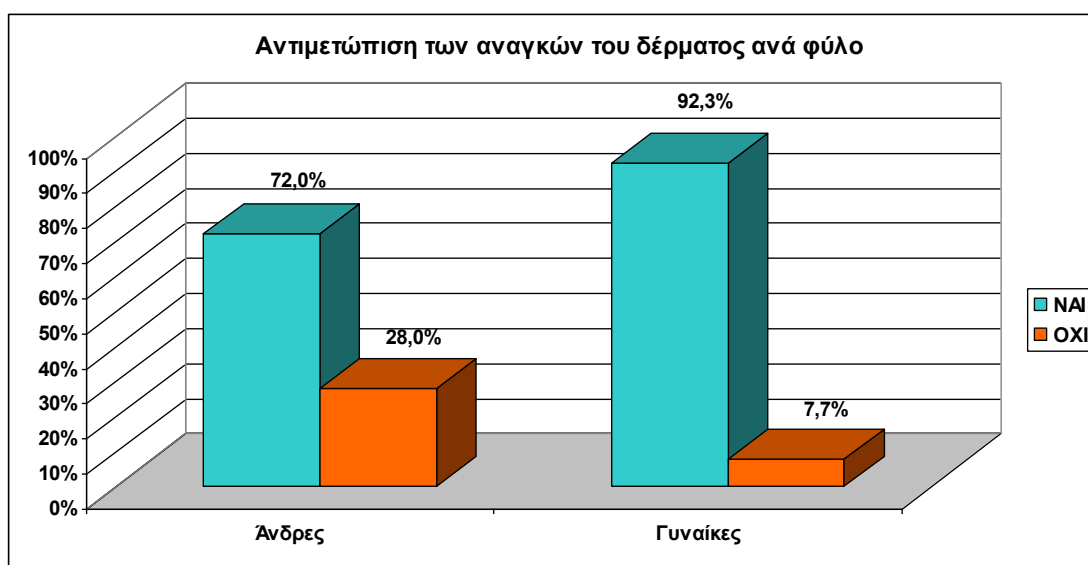


Γράφημα Β6.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Γνωρίζετε ποιες είναι οι ανάγκες που έχει το δέρμα σας;»

Ερώτηση Β7: Όταν διαπιστώσετε τις ανάγκες που έχει το δέρμα σας, τις αντιμετωπίζετε;

Πίνακας Β7.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Όταν διαπιστώσετε τις ανάγκες που έχει το δέρμα σας, τις αντιμετωπίζετε;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	36	72,0%	60	92,3%
ΟΧΙ	14	28,0%	5	7,7%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%



Γράφημα Β7.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Όταν διαπιστώσετε τις ανάγκες που έχει το δέρμα σας, τις αντιμετωπίζετε;»

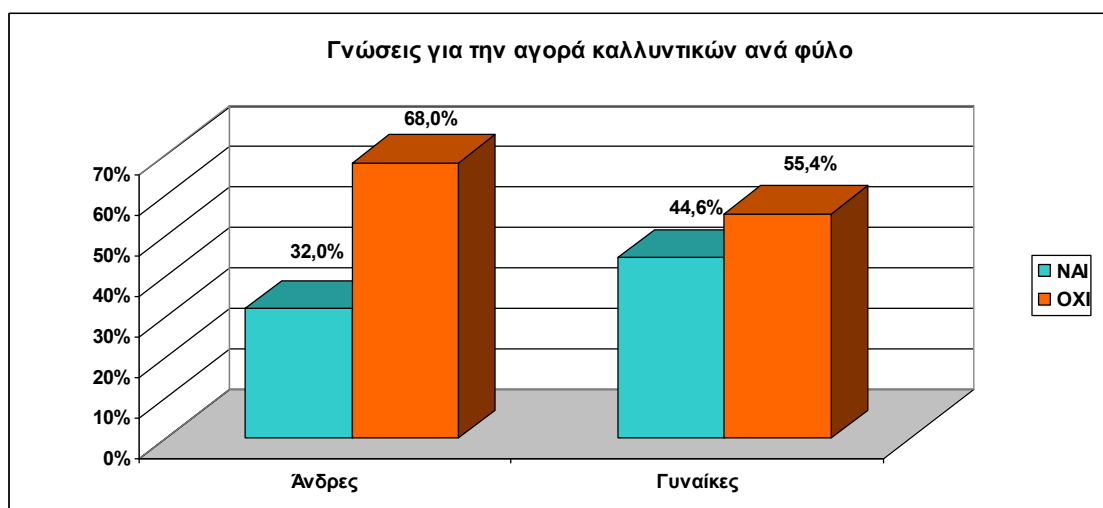
Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία και των ανδρών και των γυναικών (72% και 92,3% αντίστοιχα) όταν διαπιστώνουν τις ανάγκες του δέρματός τους, τις αντιμετωπίζουν.

Ερώτηση Β8: Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;

Πίνακας Β8.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	16	32,0%	29	44,6%
ΟΧΙ	34	68,0%	36	55,4%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι οι πλειοψηφία ανδρών (68%) και γυναικών (55,4%), δεν έχει τις απαραίτητες γνώσεις για να κρίνει ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσει.

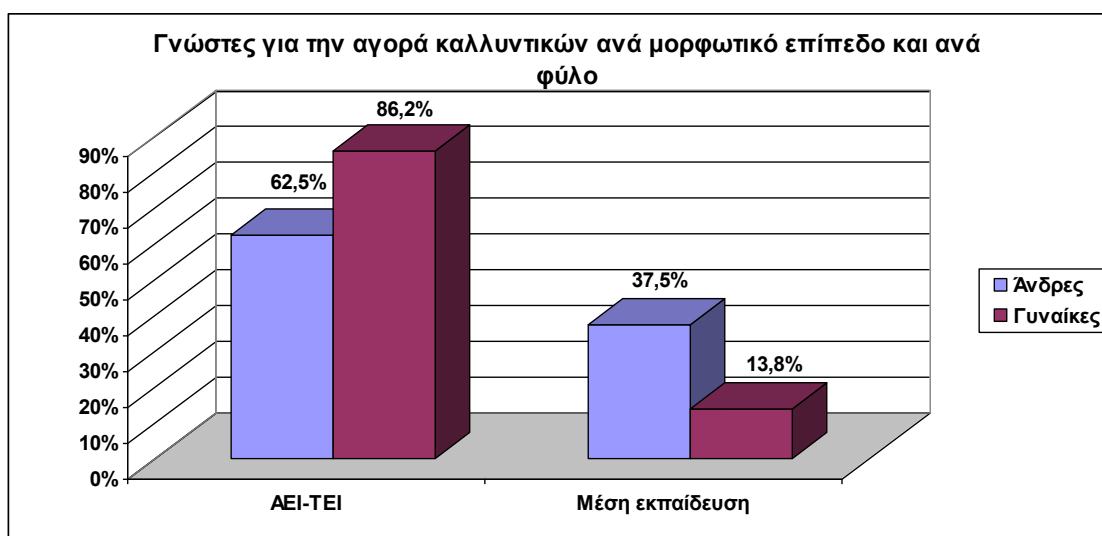


Γράφημα Β8.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»

Πίνακας Β8.2. Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΑΕΙ-ΤΕΙ	10	62,5%	25	86,2%
Μέση εκπαίδευση	6	37,5%	4	13,8%
Σύνολο	16	100,0%	29	100,0%

Σε συνέχεια του προηγούμενου πίνακα, από την μειοψηφία ανδρών και γυναικών που έχει γνώσεις για αγορά προϊόντων, η πλειοψηφία τους (62,5% και 86,2% αντίστοιχα), είναι απόφοιτοι ΑΕΙ – ΤΕΙ.



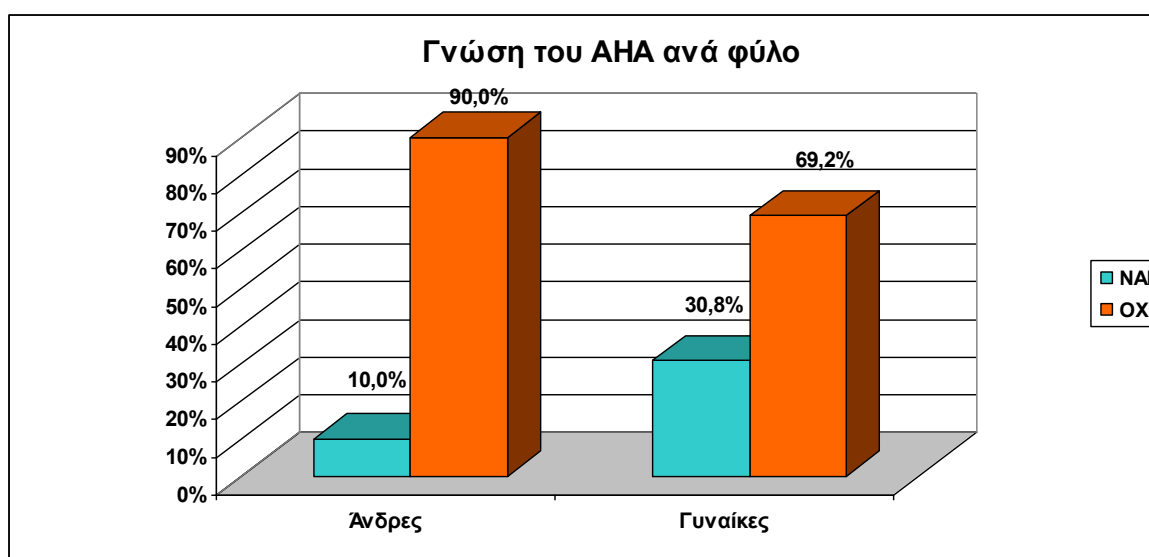
Γράφημα Β8.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;»

Ερώτηση B9: Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;

Πίνακας B9.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	5	10,0%	20	30,8%
ΟΧΙ	45	90,0%	45	69,2%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι σχεδόν η πλειοψηφία των ανδρών (90%) δεν γνωρίζει τι είναι το ΑΗΑ ενώ μόνο το 10% των ανδρών το γνωρίζει. Στις γυναίκες το 69,2%, δεν γνωρίζουν τι είναι το ΑΗΑ και το υπόλοιπο 30,8% των γυναικών το γνωρίζει.

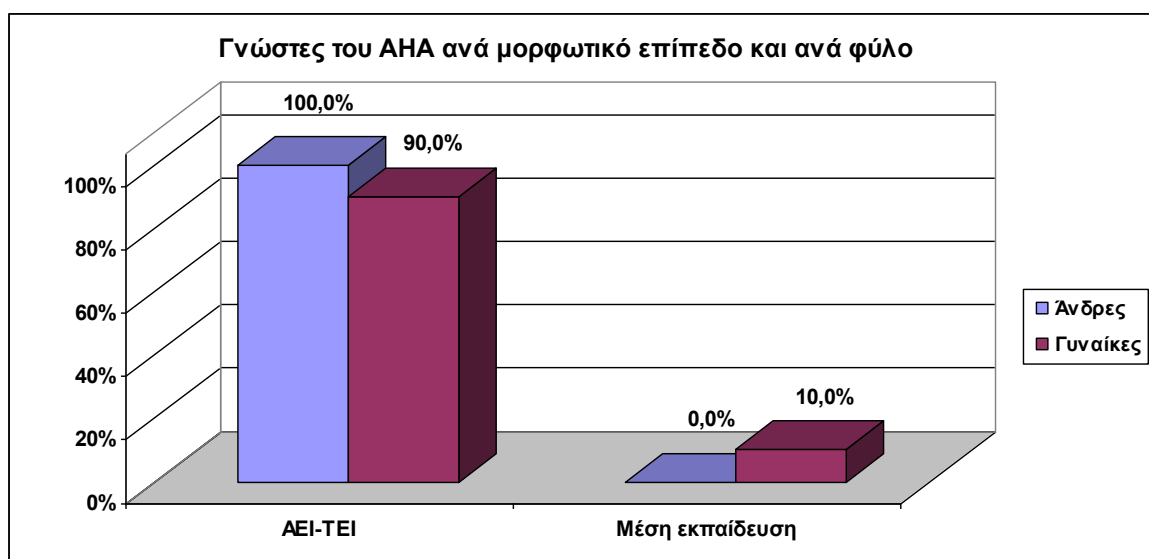


Γράφημα B9.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»

Πίνακας Β9.2. Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΑΕΙ-ΤΕΙ	5	100,0%	18	90,0%
Μέση εκπαίδευση	0	0,0%	2	10,0%
Σύνολο	5	100,0%	20	100,0%

Στο πίνακα βλέπουμε ότι όλοι οι άνδρες που γνωρίζουν τι είναι το ΑΗΑ είναι απόφοιτοι ΑΕΙ – ΤΕΙ, ενώ η πλειοψηφία (90%) των γυναικών που γνωρίζει για το ΑΗΑ είναι απόφοιτοι ΑΕΙ – ΤΕΙ και μόνο ένα μικρό ποσοστό (10%) είναι απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης.



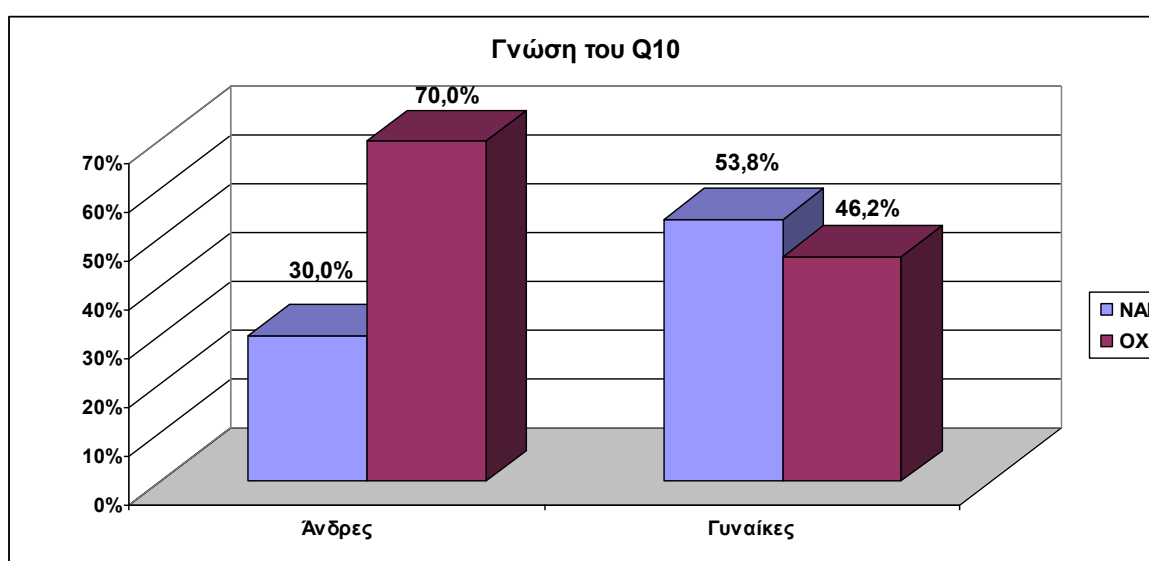
Γράφημα Β9.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;»

Ερώτηση B10: Γνωρίζετε τι είναι το Q10;

Πίνακας B10.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το Q10;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	15	30,0%	35	53,8%
ΟΧΙ	35	70,0%	30	46,2%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι μόνο το 30% των ανδρών και το 53,8% των γυναικών του δείγματος, γνωρίζουν τι είναι το Q10.

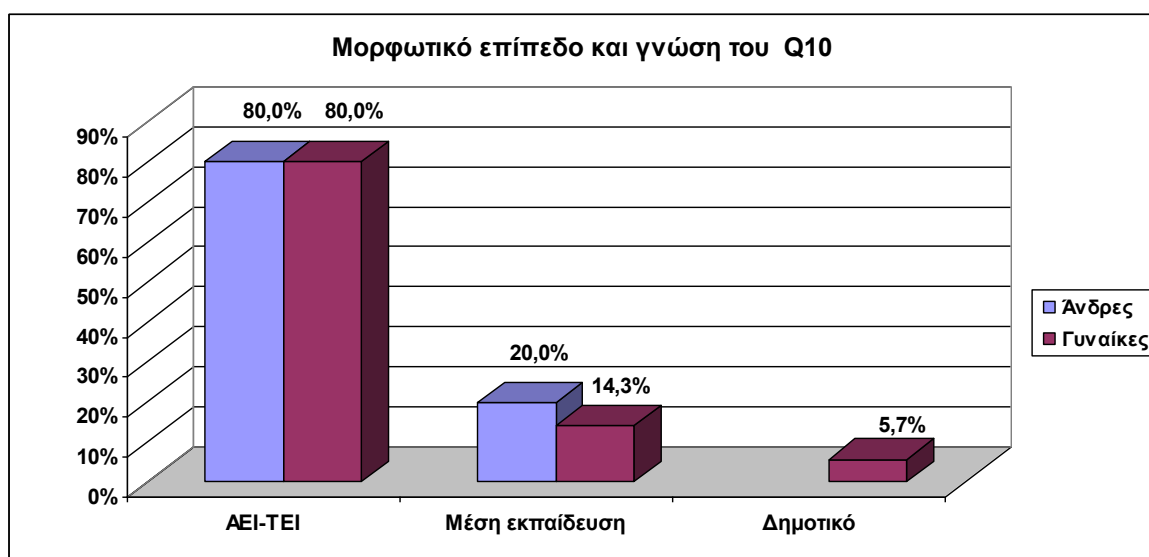


Γράφημα B10.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών στην ερώτηση: «Γνωρίζετε τι είναι το Q10;»

Πίνακας Β10.2. Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση:» *Γνωρίζετε τι είναι το Q10;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΑΕΙ-ΤΕΙ	12	80,0%	28	80,0%
Μέση εκπαίδευση	3	20,0%	5	14,3%
Δημοτικό	0	0,0%	2	5,7%
Σύνολο	15	100,0%	35	100,0%

Από αυτούς που γνωρίζουν τι είναι το Q10, η πλειοψηφία των ανδρών αλλά και των γυναικών με 80% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ – ΤΕΙ. Ένα αρκετά μικρό ποσοστό των ανδρών με 20% και των γυναικών με 14,3%, είναι απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης, ενώ υπάρχει και ένα 5,7% γυναικών που είναι απόφοιτοι δημοτικού και γνωρίζουν το Q10.



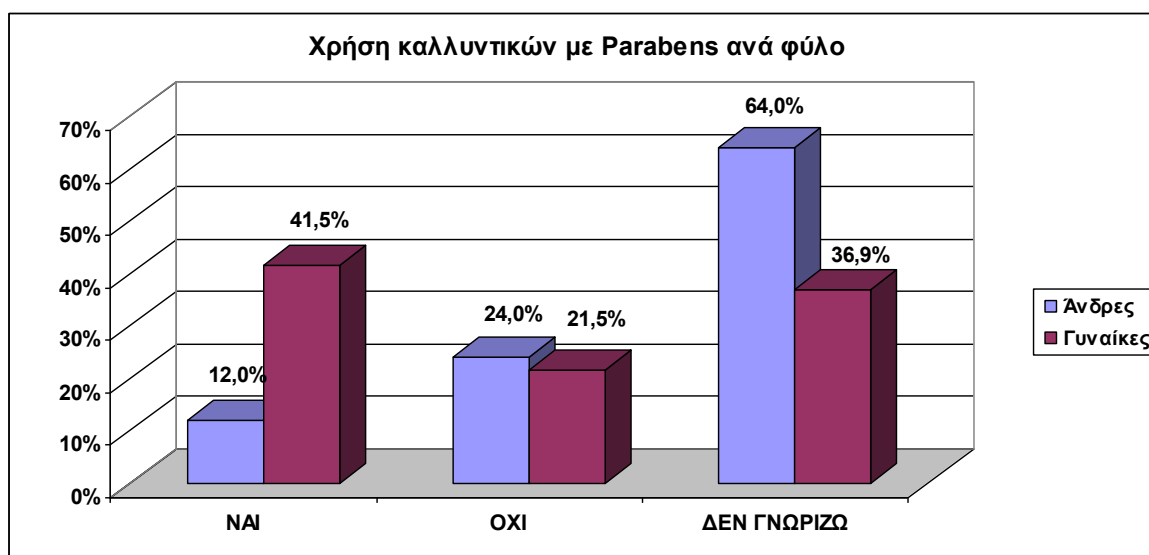
Γράφημα Β10.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «*Γνωρίζετε τι είναι το Q10;*»

Ερώτηση B11: Χρησιμοποιείτε προϊόντα με Parabens;

Πίνακας B11.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Χρησιμοποιείτε προϊόντα με Parabens;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	6	12,0%	27	41,5%
ΟΧΙ	12	24,0%	14	21,5%
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	32	64,0%	24	36,9%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Όπως παρατηρούμε στον παραπάνω πίνακα η μειοψηφία των ανδρών με 12%, αλλά η πλειοψηφία των γυναικών με 41,5%, χρησιμοποιούν προϊόντα με parabens. Αντίθετα η πλειοψηφία των ανδρών σε ποσοστό 64% και το 36,9% των γυναικών, δεν γνωρίζουν αν χρησιμοποιούν τέτοια προϊόντα. Ένα μικρό ποσοστό περίπου στο 20% και στα δύο φύλλα δεν χρησιμοποιούν προϊόντα με parabens.



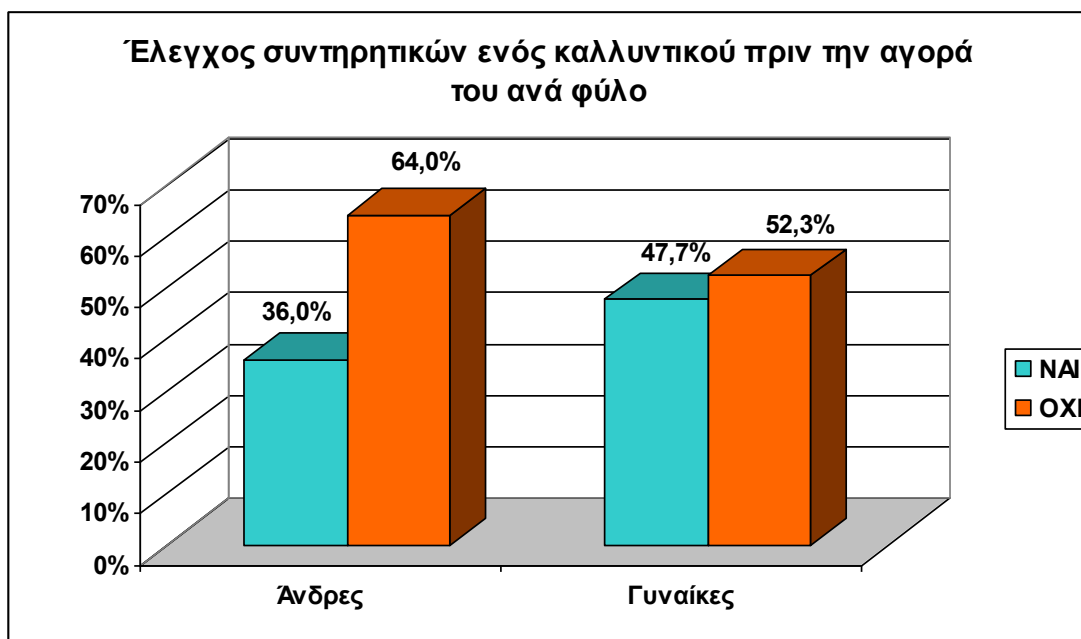
Γράφημα B11.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Χρησιμοποιείτε προϊόντα με Parabens;»

Ερώτηση B12: Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;

Πίνακας B12.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	18	36,0%	31	47,7%
ΟΧΙ	32	64,0%	34	52,3%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με το παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε ότι 64% των ανδρών ελέγχουν τα συντηρητικά πριν αγοράσουν ένα προϊόν, ενώ το 36% δεν το ελέγχει. Αντίθετα στις γυναίκες είναι σχεδόν μοιρασμένα στην μέση τα ποσοστά τα ποσοστά. Το 47,7% ελέγχει τα συντηρητικά ενώ το 52,3% δεν τα ελέγχει.

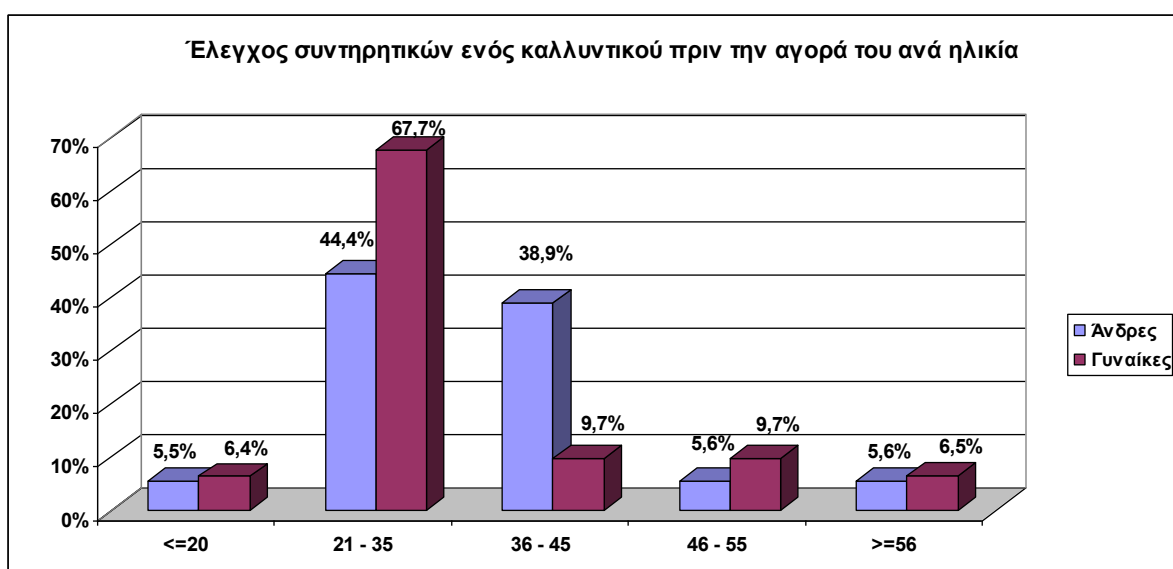


Γράφημα B12.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;»

Πίνακας Β12.2. Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με την ηλικία μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «*Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
<=20	1	5,5%	2	6,4%
21 – 35	8	44,4%	21	67,7%
36 – 45	7	38,9%	3	9,7%
46 – 55	1	5,6%	3	9,7%
>=56	1	5,6%	2	6,5%
Σύνολο	18	100,0%	31	100,0%

Στον πίνακα Β12.2. παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (44,4%) και των γυναικών (67,7%) που προσέχουν αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν πριν το αγοράσουν, βρίσκεται ηλικιακά από 21 μέχρι 35 ετών. Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό των ανδρών (38,9%) στις ηλικίες 36 με 45 που προσέχει τα συντηρητικά του προϊόντος, σε σχέση με το ποσοστό των γυναικών που είναι πολύ μικρό (9,7%).



Γράφημα Β12.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με την ηλικία μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «*Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν, πριν το αγοράσετε;*»

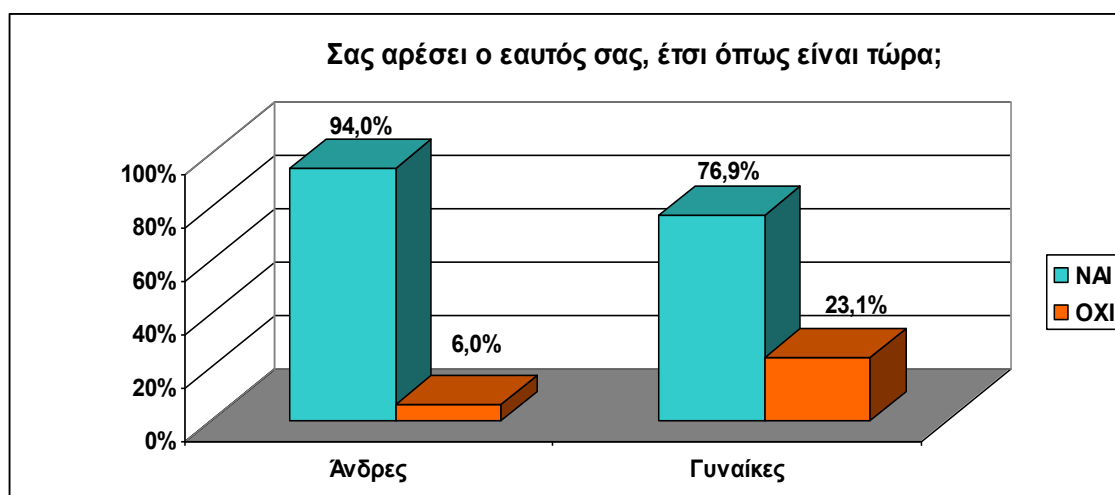
Γ) ΧΡΗΣΗ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ

Ερώτηση Γ1.1: Σας αρέσει ο εαυτός σας, έτσι όπως είναι τώρα;

Πίνακας Γ1.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Σας αρέσει ο εαυτός σας, έτσι όπως είναι τώρα;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	47	94,0%	50	76,9%
ΟΧΙ	3	6,0%	15	23,1%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Από τον παραπάνω πίνακα διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών (94%) και των γυναικών (76,9%) του δείγματος, δήλωσε ότι τους αρέσει ο εαυτός τους έτσι όπως είναι αυτή την περίοδο.



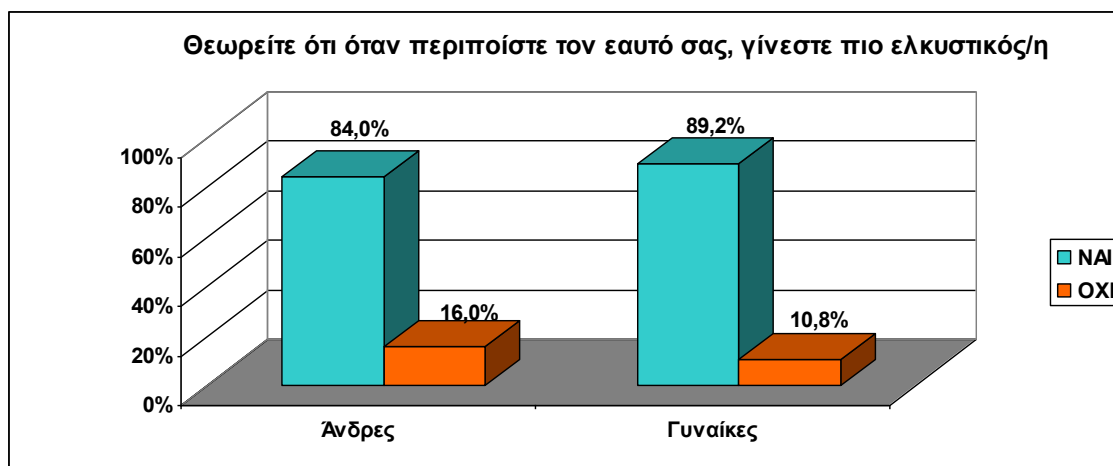
Γράφημα Γ1.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Σας αρέσει ο εαυτός σας, έτσι όπως είναι τώρα;»

Ερώτηση Γ2.1: Θεωρείτε ότι όταν περιποιείστε τον εαυτό σας, γίνεστε πιο ελκυστικός/ή;

Πίνακας Γ2.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι όταν περιποιείστε τον εαυτό σας, γίνεστε πιο ελκυστικός/ή;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	42	84,0%	58	89,2%
ΟΧΙ	8	16,0%	7	10,8%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Από τον παραπάνω πίνακα διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών (84%) και των γυναικών (89,2%) του δείγματος πιστεύει ότι όταν περιποιούνται τον εαυτό τους, γίνονται πιο ελκυστικοί.



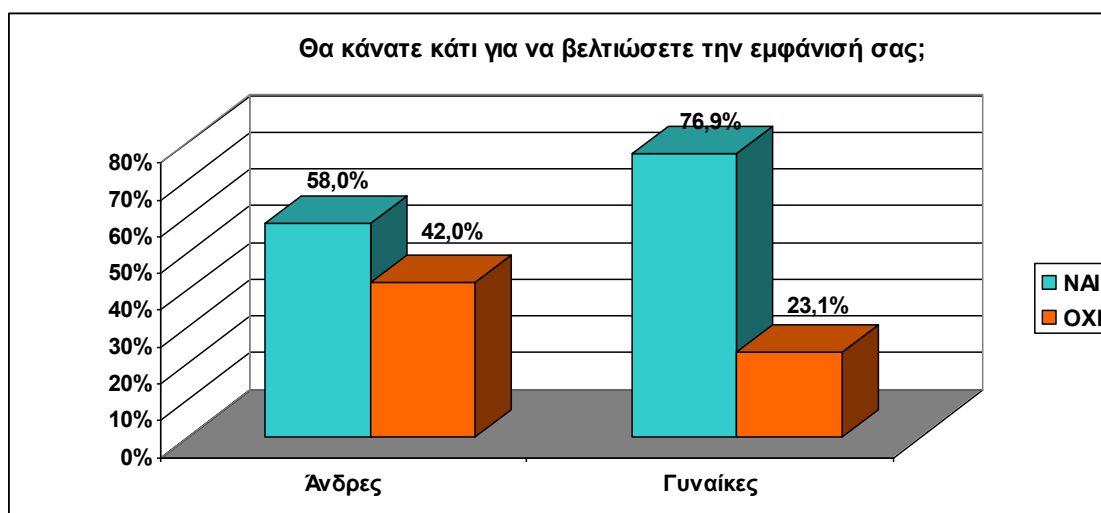
Γράφημα Γ2.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι όταν περιποιείστε τον εαυτό σας, γίνεστε πιο ελκυστικός/ή;*»

Ερώτηση Γ3.1: Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας (με κάποιο προϊόν ή επέμβαση);

Πίνακας Γ3.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	29	58,0%	50	76,9%
ΟΧΙ	21	42,0%	15	23,1%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των γυναικών (76,9%) δήλωσε πως θα έκαναν κάτι για να βελτιώσουν την εμφάνισή τους, ενώ στους άνδρες είναι σχετικά κοντά τα ποσοστά με το 58% να δηλώνει υπέρ των ενεργειών για βελτίωση και το 42% κατά.



Γράφημα Γ3.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»

Πίνακας Γ3.2. Αποτύπωση των απαντήσεων σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
Άνεργος	2	6,9%	8	16,0%
Φοιτητής/τρια	8	27,6%	9	18,0%
Δημόσιος υπάλληλος	3	10,3%	4	8,0%
Ιδιωτικός υπάλληλος	6	20,7%	16	32,0%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	8	27,6%	10	20,0%
Συνταξιούχος	1	3,4%	3	6,0%
Σύνολο	28	100,0%	50	100,0%



Γράφημα Γ3.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας;»

Όπως φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα, το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών που θα έκαναν κάτι για να αλλάξουν την εμφάνισή τους είναι ιδιωτικοί

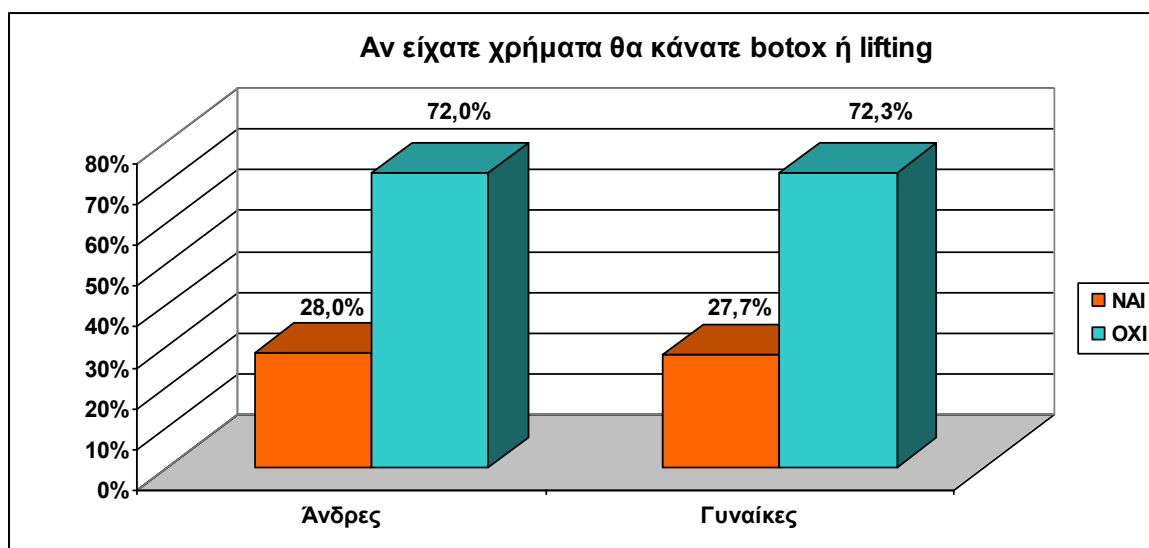
υπάλληλοι (32%), ενώ των ανδρών είναι φοιτητές και ελεύθεροι επαγγελματίες (27,6%).

Ερώτηση Γ4.1: Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε κάποιο είδος πλαστικής χειρουργικής επέμβασης (μπότοξ, λίφτινγκ κ.α);

Πίνακας Γ4.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	14	28,0%	18	27,7%
ΟΧΙ	36	72,0%	47	72,3%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Με βάση τον παραπάνω πίνακα η πλειοψηφία των ανδρών (72%) και των γυναικών (72,3%) δήλωσαν πως δεν θα έκαναν μπότοξ ή λιφτινγκ.

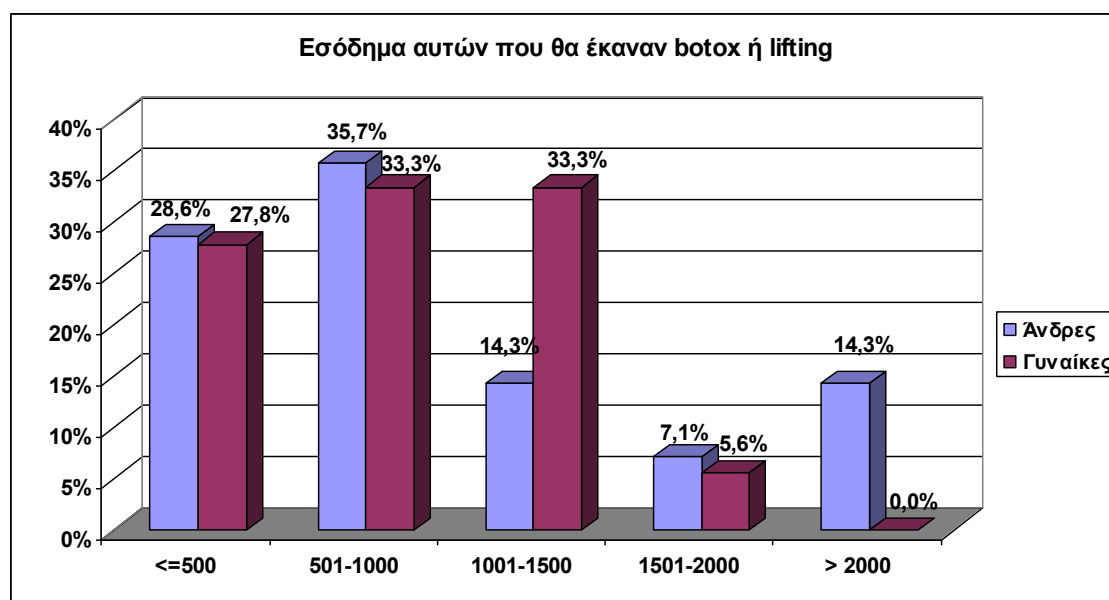


Γράφημα Γ4.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;»

Πίνακας Γ4.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών σύμφωνα με το χρηματικό εισόδημα, στην ερώτηση: «Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
<=500€	4	28,6%	5	27,8%
501 – 1000€	5	35,7%	6	33,3%
1001 – 1500€	2	14,3%	6	33,3%
1500 – 2000€	1	7,1%	1	5,6%
> 2000€	2	14,3%	0	0,0%
Σύνολο	12	100,0%	31	100,0%

Το 35,7% των ανδρών με εισόδημα 501€-1000€ θα έκανε μπότοξ ή λίφτινγκ ενώ το 66,6% αθροιστικά των γυναικών με εισόδημα 501€-1000€ και 1001€-1500€.



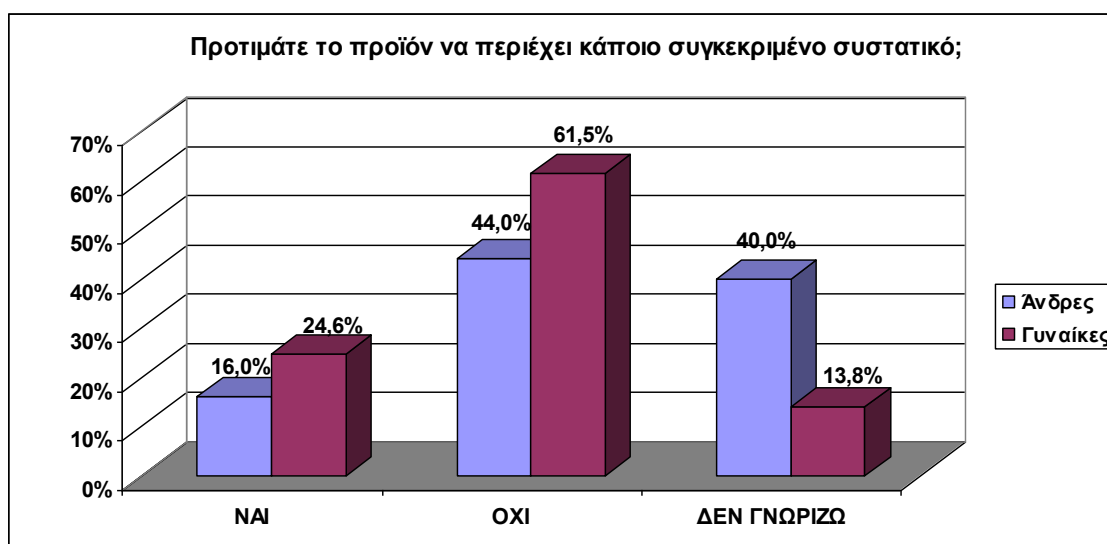
Γράφημα Γ4.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών σύμφωνα με το χρηματικό εισόδημα, στην ερώτηση: «Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε μπότοξ ή λίφτινγκ;»

Ερώτηση Γ6.1: Προτιμάτε το προϊόν να περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό;

Πίνακας Γ6.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Προτιμάτε το προϊόν να περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	8	16,0%	16	24,6%
ΟΧΙ	22	44,0%	40	61,5%
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	20	40,0%	9	13,8%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Στον πίνακα Γ6.1. παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία ανδρών (44%) και γυναικών (61,5%) δεν ενδιαφέρεται αν θα περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό το προϊόν τους.



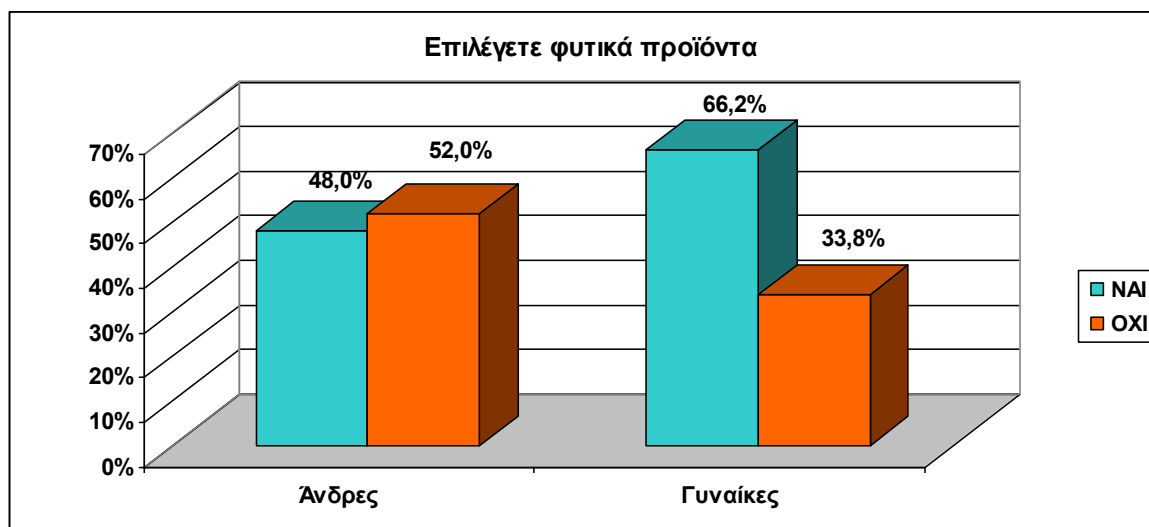
Γράφημα Γ6.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Προτιμάτε το προϊόν να περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό;»

Ερώτηση Γ7.1: Επιλέγετε φυτικά προϊόντα;

Πίνακας Γ7.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: « Επιλέγετε φυτικά προϊόντα;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	24	48,0%	43	66,2%
ΟΧΙ	26	52,0%	22	33,8%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα βλέπουμε ότι η πλειοψηφία των γυναικών με ποσοστό 66,2% επιλέγουν φυτικά προϊόντα, ενώ η μειοψηφία των ανδρών με ποσοστό 48%, επιλέγουν φυτικά προϊόντα.



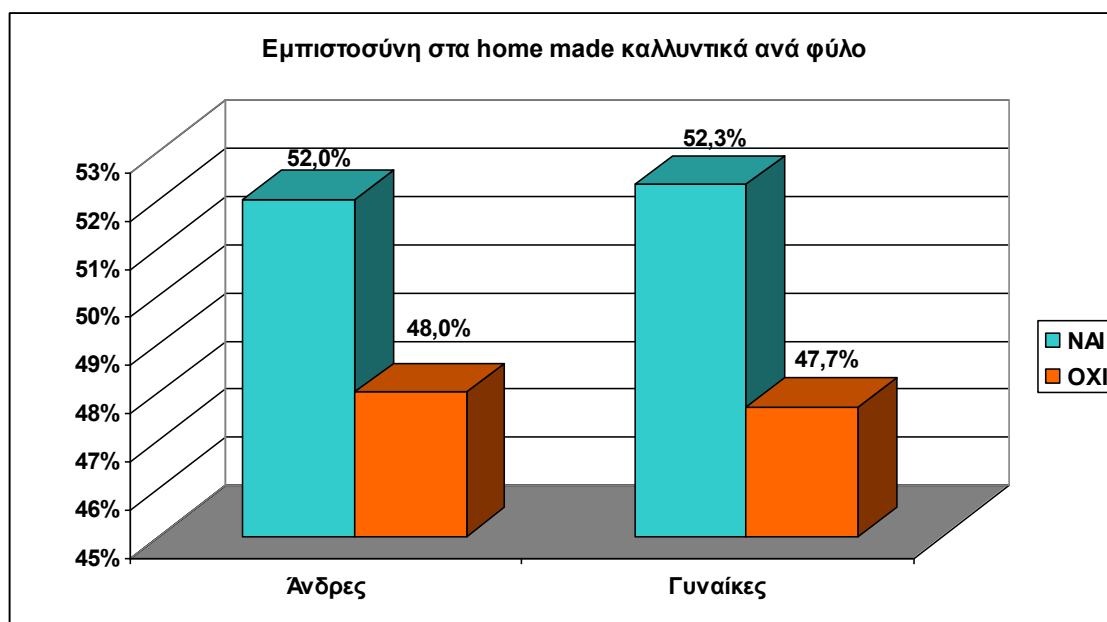
Γράφημα Γ7.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Επιλέγετε φυτικά προϊόντα;»

Ερώτηση Γ8.1: Εμπιστεύεστε τα home made (χειροποίητα) καλλυντικά;

Πίνακας Γ8.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Εμπιστεύεστε τα home made (χειροποίητα) καλλυντικά;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	26	52,0%	34	52,3%
ΟΧΙ	24	48,0%	31	47,7%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι τα ποσοστά και των δύο φύλων είναι σχεδόν στην μέση χωρισμένα. Οι άνδρες που εμπιστεύονται χειροποίητα καλλυντικά ανήκουν στο 52% των ανδρών του δείγματος, ενώ οι γυναίκες στο 52,3% των γυναικών του δείγματος.



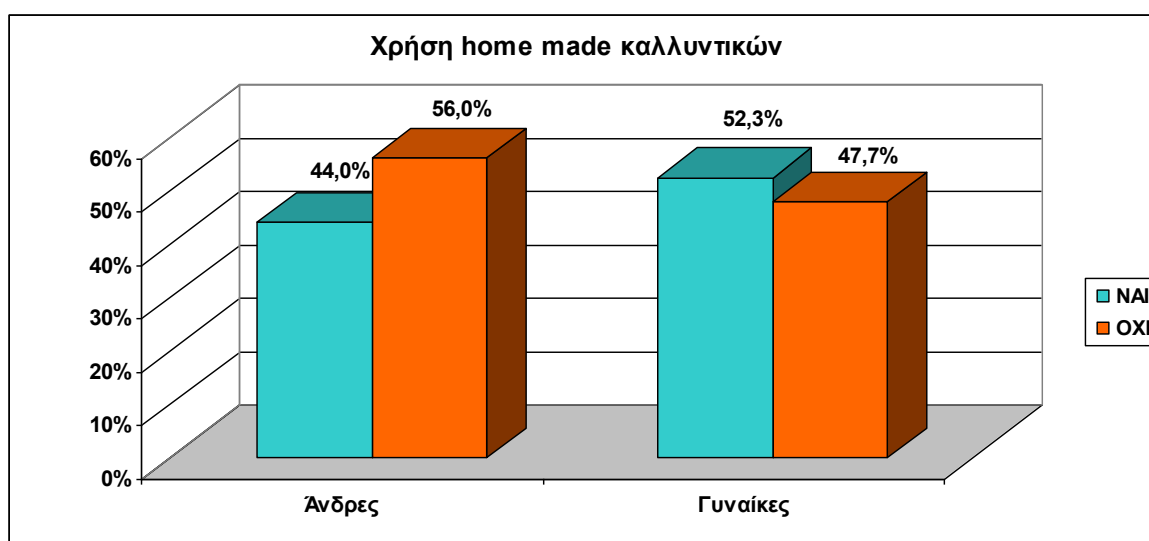
Γράφημα Γ8.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Εμπιστεύεστε τα home made (χειροποίητα) καλλυντικά;»

Ερώτηση Γ9.1: Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;

Πίνακας Γ9.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	22	44,0%	34	52,3%
ΟΧΙ	28	56,0%	31	47,7%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Ο παραπάνω πίνακας μας πληροφορεί ότι οι άνδρες του δείγματος σε ποσοστό 56%, δεν έχουν χρησιμοποιήσει home made καλλυντικά, ενώ η πλειοψηφία των γυναικών (52,3%) έχει χρησιμοποιήσει.



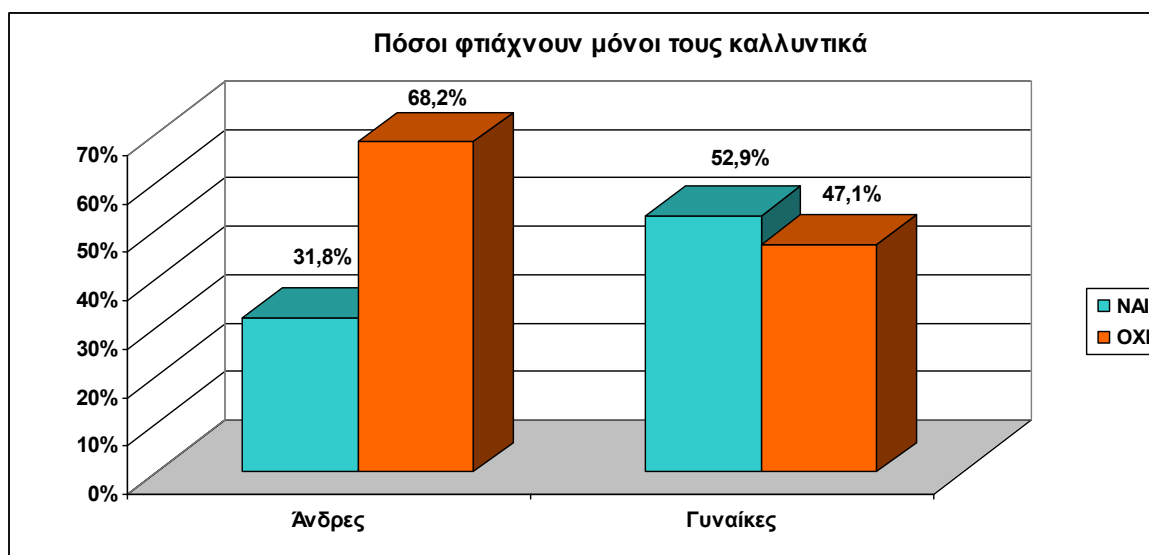
Γράφημα Γ9.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;»

**Ερώτηση Γ9.2: Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;
Αν ΝΑΙ, τα φτιάξατε ο ίδιος;**

Πίνακας Γ9.2. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;- Αν ΝΑΙ, τα φτιάξατε ο ίδιος;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	7	31,8%	18	52,9%
ΟΧΙ	15	68,2%	16	47,1%
Σύνολο	22	100,0%	34	100,0%

Σε συνέχεια του προηγούμενου πίνακα, από τα άτομα του δείγματος που έχουν χρησιμοποιήσει χειροποίητα καλλυντικά, διαπιστώνουμε με τον παραπάνω πίνακα ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (68,2%) δεν τα έχει φτιάξει μόνο του, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (52,9%) τα έχει φτιάξει μόνο του.



Γράφημα Γ9.2. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά;- Αν ΝΑΙ, τα φτιάξατε ο ίδιος;»

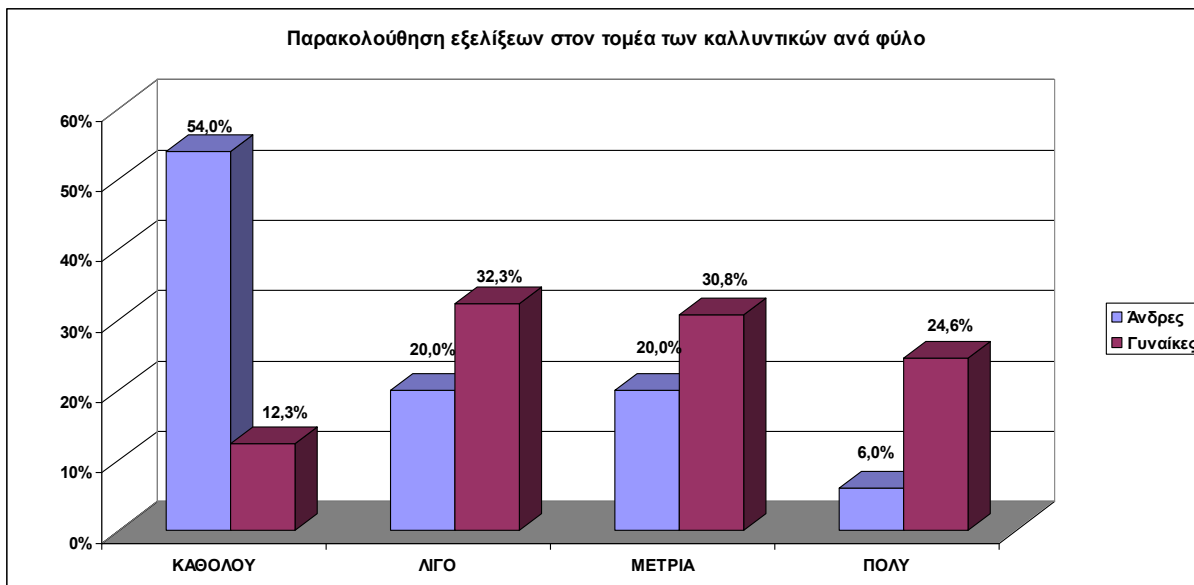
Δ) ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

Ερώτηση Δ1.1: Παρακολουθείτε τα νέα και τις εξελίξεις στο θέμα των καλλυντικών;

Πίνακας Δ1.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Παρακολουθείτε τα νέα και τις εξελίξεις στο θέμα των καλλυντικών;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΚΑΘΟΛΟΥ	27	54,0%	8	12,3%
ΛΙΓΟ	10	20,0%	21	32,3%
ΜΕΤΡΙΑ	10	20,0%	20	30,8%
ΠΟΛΥ	3	6,0%	16	24,6%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών με ποσοστό 54% δεν παρακολουθεί καθόλου τα νέα και τις εξελίξεις γύρω από τα καλλυντικά, ένα 40% αθροιστικά τα παρακολουθεί λίγο έως μέτρια και μόνο το 6% τα παρακολουθεί σε μεγάλο βαθμό. Στις γυναίκες του δείγματος, το 12,3% δεν παρακολουθεί καθόλου τις εξελίξεις στα καλλυντικά, η πλειοψηφία (32,3%) τις παρακολουθεί λίγο, ενώ το μέτρια δηλώθηκε από το 30,8% των γυναικών, και το 24,6% δήλωσε ότι τις παρακολουθεί πολύ.



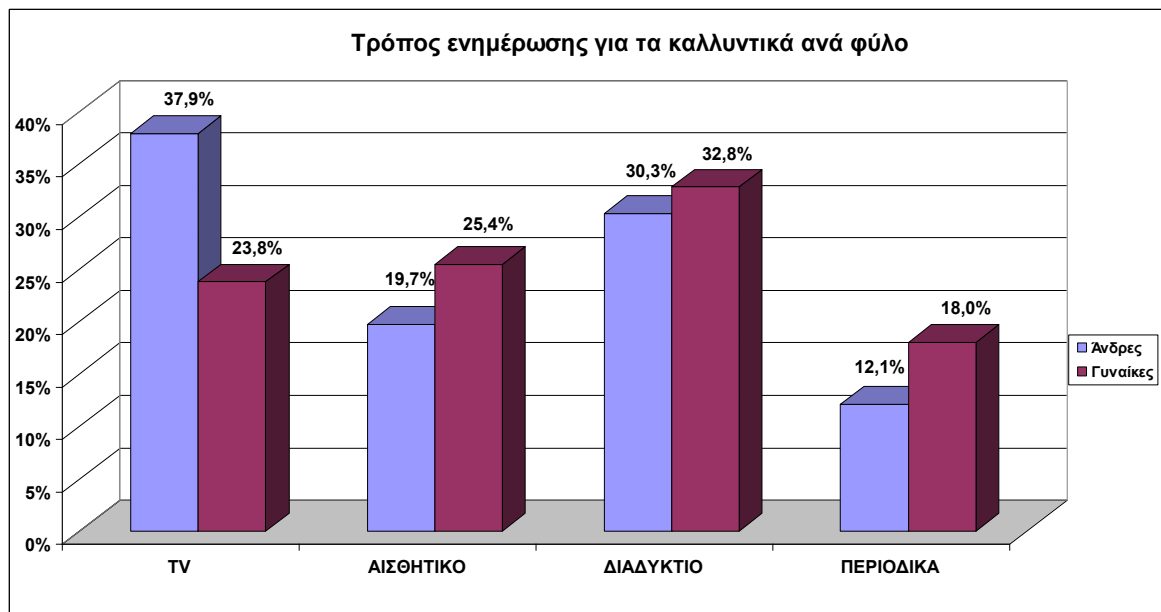
Γράφημα Δ1.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Παρακολουθείτε τα νέα και τις εξελίξεις στο θέμα των καλλυντικών;»

Ερώτηση Δ2.1: Από που ενημερώνεστε για τα καλλυντικά;

Πίνακας Δ2.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Από που ενημερώνεστε για τα καλλυντικά;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
TV	25	37,9%	29	23,8%
ΑΙΣΘΗΤΙΚΟ	13	19,7%	31	25,4%
ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	20	30,3%	40	32,8%
ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ	8	12,1%	22	18,0%
Σύνολο	66	100,0%	122	100,0%

Με βάση τον πίνακα βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών ενημερώνεται από την τηλεόραση (37,9%) και από το διαδίκτυο (30,3%). Σε μικρότερο ποσοστό είναι οι άνδρες που ενημερώνονται από την αισθητικό (19,7%) και τέλος από τα περιοδικά (12,1%). Αντίθετα όμως οι περισσότερες γυναίκες ενημερώνονται από το διαδίκτυο με ποσοστό 32,8%, από την αισθητικό ενημερώνεται το 25,4%, από την τηλεόραση το 23,8% και τέλος από τα περιοδικά το 18%.



Γράφημα Δ2.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Από που ενημερώνεστε για τα καλλυντικά;»

Ερώτηση Δ3.1: Ποιος σας βοηθάει για την αγορά ενός καλλυντικού;

Πίνακας Δ3.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Ποιος σας βοηθάει για την αγορά ενός καλλυντικού;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
Αισθητικός	7	13,5%	17	23,6%
Δερματολόγος	3	5,8%	4	5,6%
Κανένας	10	19,2%	15	20,8%
Πωλήτρια	17	32,7%	19	26,4%
Υπάλληλος φαρμακείου	2	3,8%	7	9,7%
Συγγενείς & φίλοι	13	25,0%	10	13,9%
Σύνολο	52	100,0%	72	100,0%

Με βάση τον Πίνακα Δ3.1 παρατηρείτε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (32,7%) και των γυναικών (26,4%) ζητάνε την βοήθεια της πωλήτριας για την αγορά ενός καλλυντικού προϊόντος.



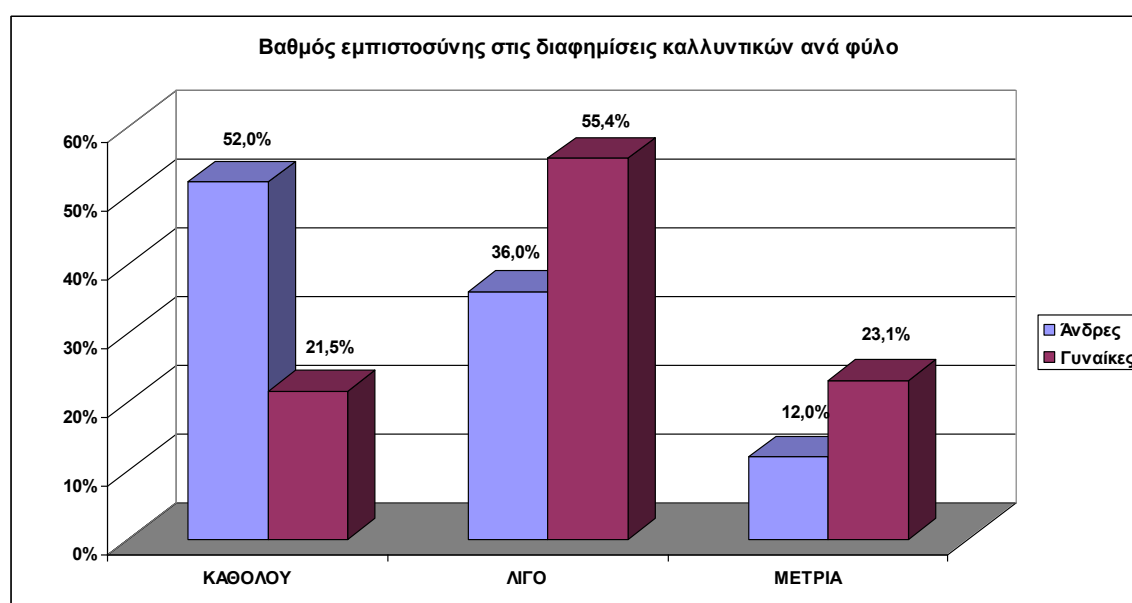
Γράφημα Δ3.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Ποιος σας βοηθάει για την αγορά ενός καλλυντικού ;»

Ερώτηση Δ4.1: Πόσο εμπιστεύεστε τις διαφημίσεις καλλυντικών για τις αγορές σας;

Πίνακας Δ4.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Πόσο εμπιστεύεστε τις διαφημίσεις καλλυντικών για τις αγορές σας;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΚΑΘΟΛΟΥ	26	52,0%	14	21,5%
ΛΙΓΟ	18	36,0%	36	55,4%
ΜΕΤΡΙΑ	6	12,0%	15	23,1%
ΠΟΛΥ	0	0,0%	0	0,0%
Σύνολο	50	100%	65	100%

Σύμφωνα με τον πίνακα Δ4.1. παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών με ποσοστό 52%, δεν εμπιστεύεται καθόλου τις διαφημίσεις των καλλυντικών. Στις γυναίκες, το μεγαλύτερο ποσοστό (55,4%) εμπιστεύεται λίγο τις διαφημίσεις. Αντίθετα, παρατηρούμε ότι κανένα από τα δυο φύλα δεν εμπιστεύεται πλήρως τις διαφημίσεις.



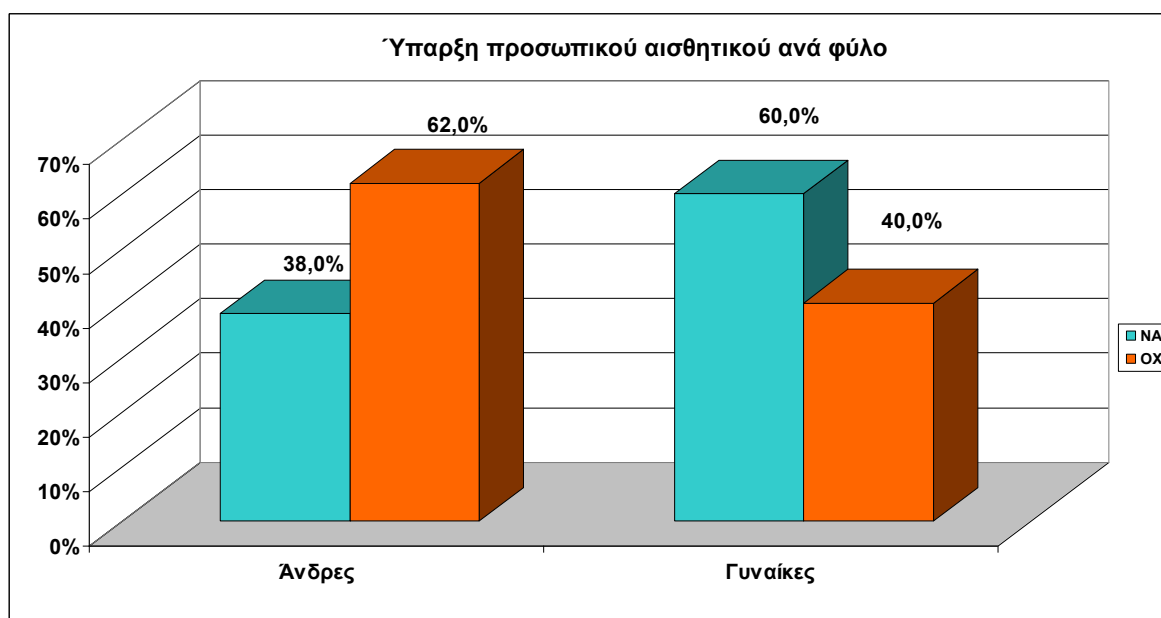
Γράφημα Δ4.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Πόσο εμπιστεύεστε τις διαφημίσεις καλλυντικών για τις αγορές σας;»

Ερώτηση Δ5.1: Έχετε προσωπικό αισθητικό;

Πίνακας Δ5.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Έχετε προσωπικό αισθητικό;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	19	38,0%	39	60,0%
ΟΧΙ	31	62,0%	26	40,0%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Όπως παρατηρούμε σε αυτό τον πίνακα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (62%) δεν έχει προσωπικό αισθητικό, ενώ το 38% των ανδρών έχει. Αντίθετα στις γυναίκες το μεγαλύτερο ποσοστό (40%) έχει προσωπικό αισθητικό, ενώ το 40% δεν έχει.



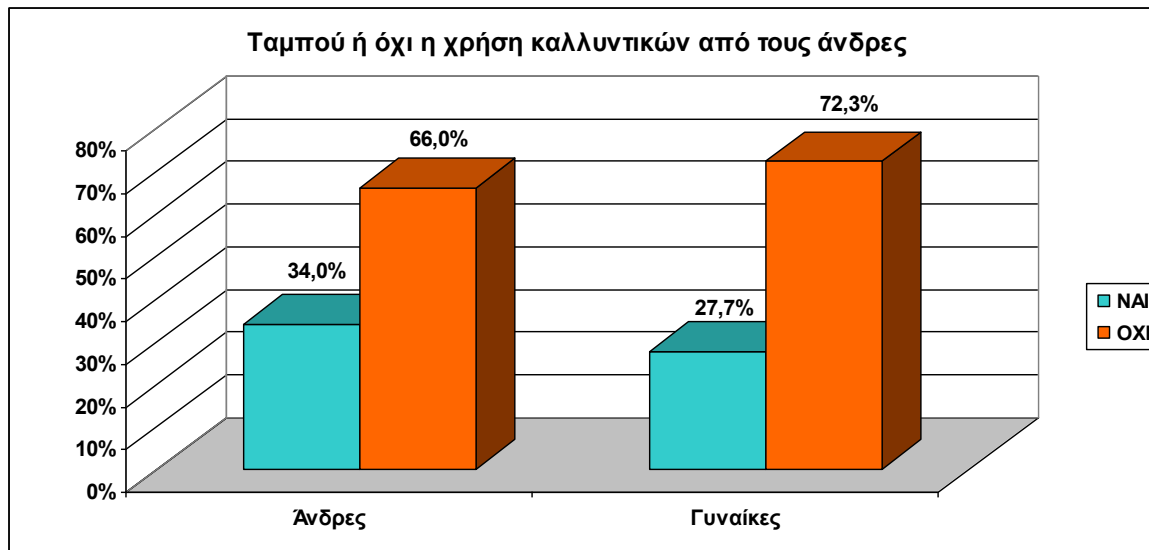
Γράφημα Δ5.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Έχετε προσωπικό αισθητικό;»

Ερώτηση Δ8.1: Θεωρείτε φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει καθημερινά ενυδατική κρέμα;

Πίνακας Δ8.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «*Θεωρείτε φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει καθημερινά ενυδατική κρέμα;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	30	60,0%	51	78,5%
ΟΧΙ	20	40,0%	14	21,5%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Όπως παρατηρούμε στον πίνακα, η πλειοψηφία και των ανδρών (60%) αλλά και των γυναικών (78,5%), θεωρούν φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει ενυδατική κρέμα.



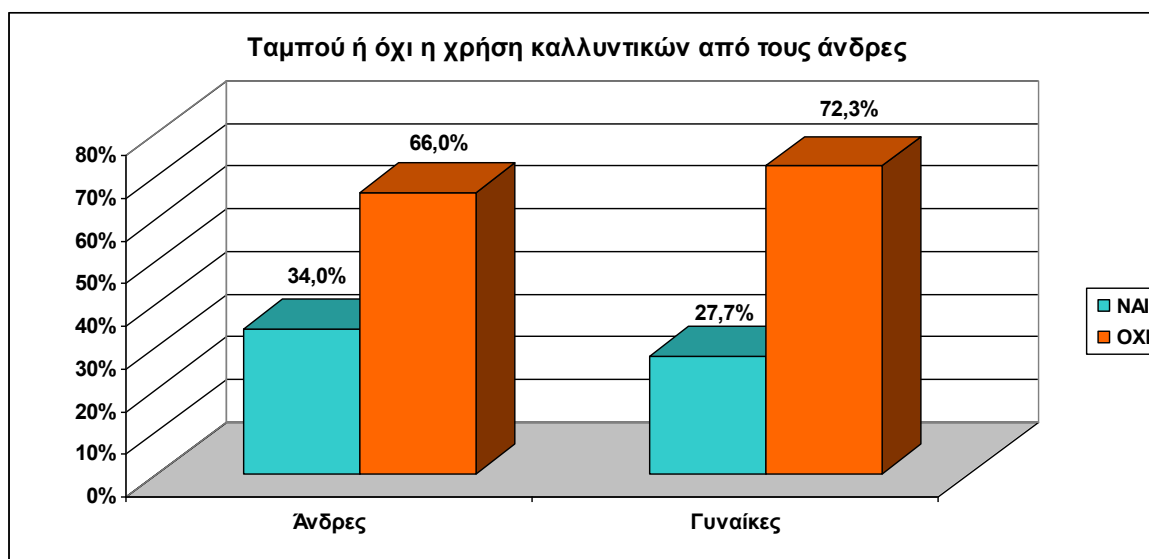
Γράφημα Δ8.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «*Θεωρείτε φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει καθημερινά ενυδατική κρέμα;*»

Ερώτηση Δ9.1: Είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες;

Πίνακας Δ9.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	17	34,0%	18	27,7%
ΟΧΙ	33	66,0%	47	72,3%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις στον πίνακα, η πλειοψηφία των ανδρών (66%) και των γυναικών (72,3%), θεωρούν ότι δεν είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών προϊόντων από τους άνδρες.



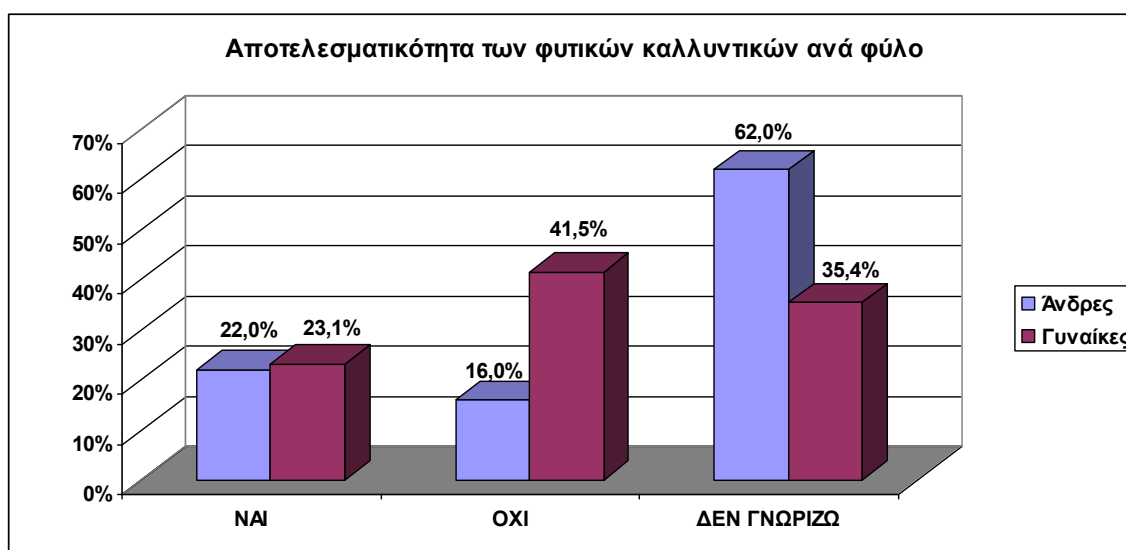
Γράφημα Δ9.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν καταφατικά στην ερώτηση: «Είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες;»

Ερώτηση Δ10.1: Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά;

Πίνακας Δ10.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	11	22,0%	15	23,1%
ΟΧΙ	8	16,0%	27	41,5%
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	31	62,0%	23	35,4%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα η πλειοψηφία των ανδρών (62%) δεν γνωρίζει αν τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά. Από τους γνώστες, το 22% των ανδρών θεωρούν ότι είναι πιο αποτελεσματικά, ενώ το 16% όχι. Στις γυναίκες, η πλειοψηφία με 41,5% θεωρούν ότι τα φυτικά καλλυντικά δεν είναι πιο αποτελεσματικά και το 23,1%, πιστεύει το αντίθετο. Τέλος, οι γυναίκες που δεν γνωρίζουν για την αποτελεσματικότητα των φυτικών καλλυντικών, βρίσκεται στο 35,4%.



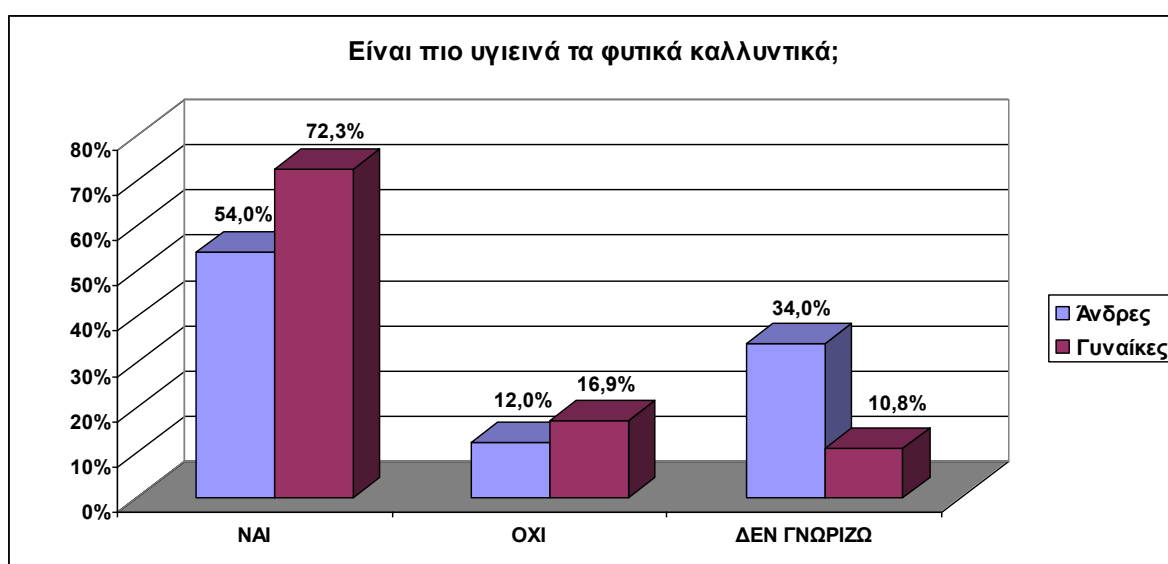
Γράφημα Δ10.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά;*»

Ερώτηση Δ11.1: Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά;

Πίνακας Δ11.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά;*»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	27	54,0%	47	72,3%
ΟΧΙ	6	12,0%	11	16,9%
ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ	17	34,0%	7	10,8%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, η πλειοψηφία των ανδρών (54%) και των γυναικών (72,3%) θεωρούν ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά. Το 12% των ανδρών και το 16,9% των γυναικών, έχουν αντίθετη άποψη. Τέλος, ένα 34% των ανδρών και ένα 10,8% των γυναικών δεν γνωρίζουν αν είναι πιο υγιεινά τα φυτικά καλλυντικά.



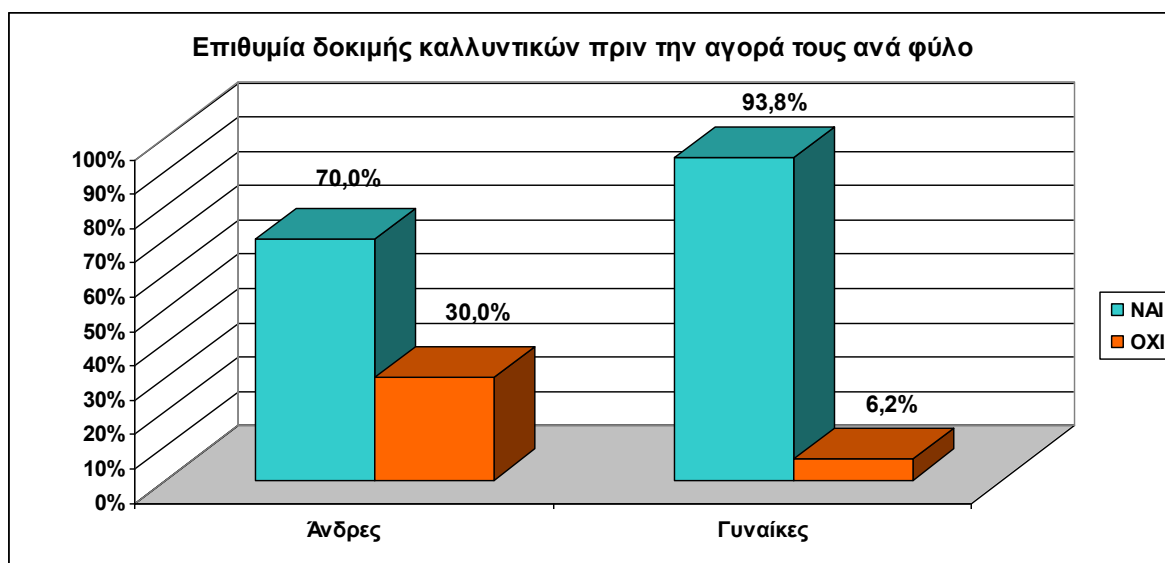
Γράφημα Δ11.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «*Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά;*»

Ερώτηση Δ12.1: Θα θέλατε να δοκιμάζατε τα καλλυντικά πριν τα αγοράσετε;

Πίνακας Δ12.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Θα θέλατε να δοκιμάζατε τα καλλυντικά πριν τα αγοράσετε;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΝΑΙ	35	70,0%	61	93,8%
ΟΧΙ	15	30,0%	4	6,2%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Όπως παρατηρούμε στον πίνακα, η πλειοψηφία των ανδρών (70%) και των γυναικών (93,8), θα επιθυμούσαν να δοκίμαζαν τα καλλυντικά προϊόντα πριν τα αγοράσουν. Αντίθετα, δεν ενδιαφέρει η δοκιμή του προϊόντος πριν την αγορά στο 30% των ανδρών και στο 6,2% των γυναικών.



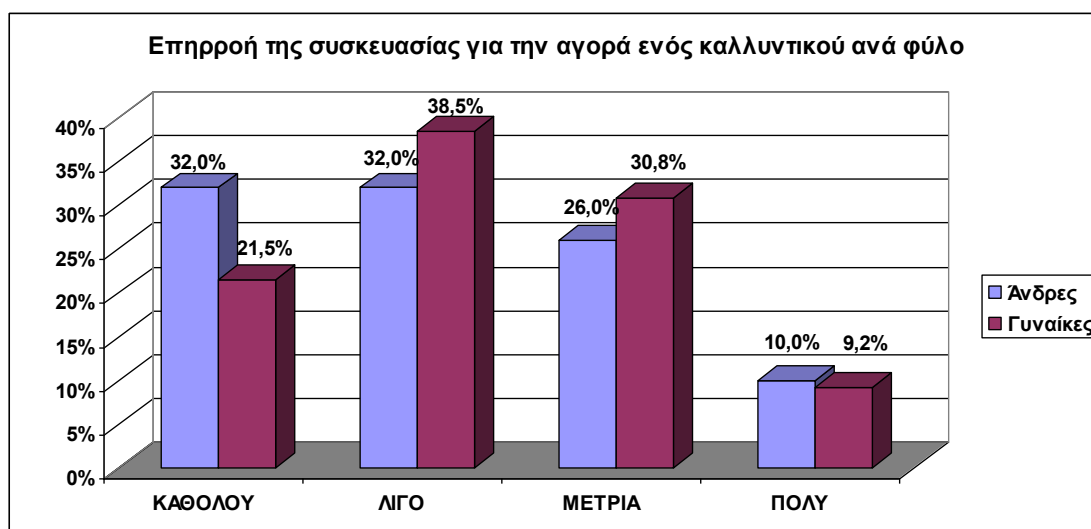
Γράφημα Δ12.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Θα θέλατε να δοκιμάζατε τα καλλυντικά πριν τα αγοράσετε;»

Ερώτηση Δ13.1: Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η συσκευασία του;

Πίνακας Δ13.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η συσκευασία του;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΚΑΘΟΛΟΥ	16	32,0%	14	21,5%
ΛΙΓΟ	16	32,0%	25	38,5%
ΜΕΤΡΙΑ	13	26,0%	20	30,8%
ΠΟΛΥ	5	10,0%	6	9,2%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Στις παραπάνω απαντήσεις βλέπουμε ότι αθροιστικά το 64% των ανδρών δεν τους επηρεάζει καθόλου ή τους επηρεάζει λίγο η συσκευασία ενός καλλυντικού προϊόντος στην αγορά του, το 26% επηρεάζεται μέτρια και το 10% πολύ. Αντίθετα στις γυναίκες το 38,5% επηρεάζεται λίγο από την συσκευασία, το 30,8% μέτρια, δεν επηρεάζει καθόλου η συσκευασία το 21,5% των γυναικών και μόνο το 9,2% επηρεάζεται πολύ.



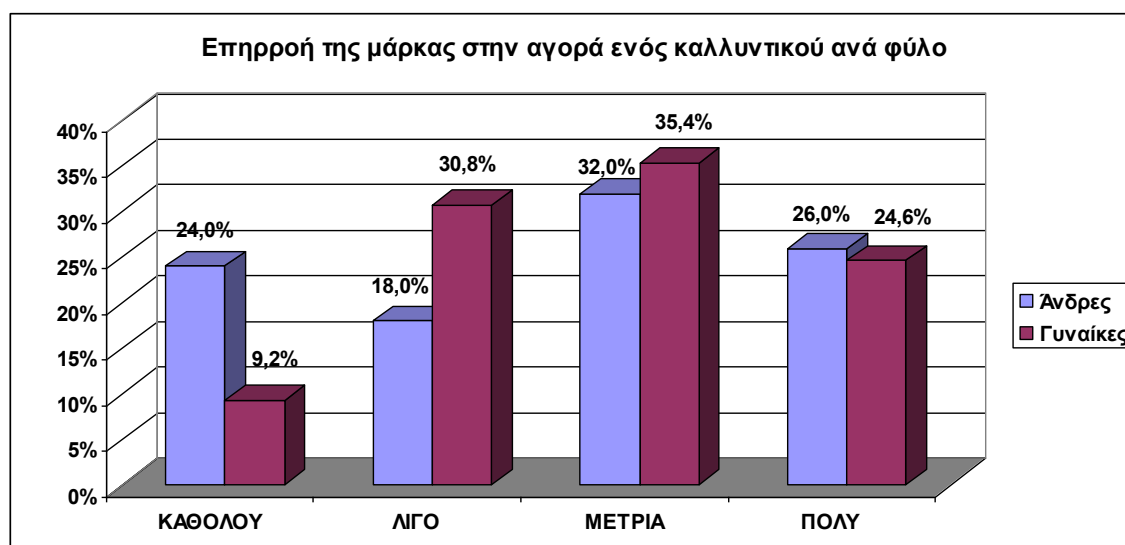
Γράφημα Δ13.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η συσκευασία του;»

Ερώτηση Δ14.1: Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η μάρκα του;

Πίνακας Δ14.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η μάρκα του;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΚΑΘΟΛΟΥ	12	24,0%	6	9,2%
ΛΙΓΟ	9	18,0%	20	30,8%
ΜΕΤΡΙΑ	16	32,0%	23	35,4%
ΠΟΛΥ	13	26,0%	16	24,6%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με το παραπάνω πίνακα, παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των ανδρών (32%) και των γυναικών (35,4%) επηρεάζεται μέτρια από την μάρκα του προϊόντος για να το αγοράσει. Επίσης, στους άνδρες το 26% επηρεάζεται πολύ, το 24% δεν επηρεάζεται καθόλου και το 18% επηρεάζεται λίγο. Στις γυναίκες το 30,8% επηρεάζεται λίγο, το 24,6% πολύ και τέλος μόνο το 9,2% δεν επηρεάζεται καθόλου από την μάρκα του προϊόντος.



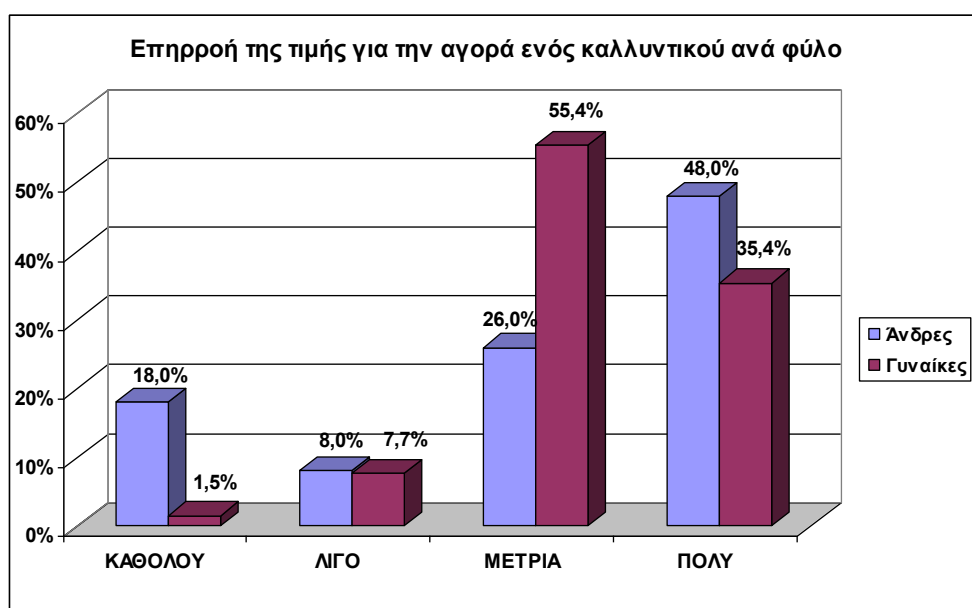
Γράφημα Δ14.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η μάρκα του;»

Ερώτηση Δ15.1: Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η τιμή του;

Πίνακας Δ15.1. Αποτύπωση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών, στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η τιμή του;»

	Συχνότητα Ανδρών	Ποσοστό Ανδρών	Συχνότητα Γυναικών	Ποσοστό Γυναικών
ΚΑΘΟΛΟΥ	9	18,0%	1	1,5%
ΛΙΓΟ	4	8,0%	5	7,7%
ΜΕΤΡΙΑ	13	26,0%	36	55,4%
ΠΟΛΥ	24	48,0%	23	35,4%
Σύνολο	50	100,0%	65	100,0%

Σύμφωνα με τις απαντήσεις, παρατηρούμε ότι οι περισσότεροι άνδρες (48%) επηρεάζονται πολύ από την τιμή ενός προϊόντος για να το αγοράσουν και οι περισσότερες γυναίκες (55,4%) επηρεάζονται μέτρια. Αντίθετα, το 26% των ανδρών επηρεάζεται μέτρια και το 35,4% των γυναικών πολύ. Το 8% των ανδρών και το 7,7% των γυναικών επηρεάζεται λίγο από την τιμή του προϊόντος και καθόλου το 18% των ανδρών και το 1,5% των γυναικών δεν επηρεάζεται καθόλου.



Γράφημα Δ15.1. Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων μεταξύ των ερωτηθέντων ανδρών και γυναικών που απάντησαν στην ερώτηση: «Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η τιμή του;»

2.3 Συζήτηση

Συνδυάζοντας τα αποτελέσματα των απαντήσεων των γυναικών στις ερωτήσεις που αφορούν την ύπαρξη προσωπικού αισθητικού, την βοήθεια στην αγορά ενός καλλυντικού, την παρακολούθηση των εξελίξεων στα καλλυντικά, την γνώση για την αγορά καλλυντικών και την πηγή της ενημέρωσης τους, συμπεραίνουμε ότι οι γυναίκες ενημερώνονται μόνες τους μέσω διαδικτύου και οι περισσότερες δηλώνουν ότι δεν έχουν γνώσεις για την αγορά του κατάλληλου προϊόντος. Γι' αυτό στις αγορές των καλλυντικών προϊόντων οι περισσότερες εμπιστεύονται τις πωλήτριες καλλυντικών. Είναι αξιοσημείωτο ότι επιλέγονται πρώτα οι πωλήτριες αντί οι αισθητικοί, παρ' όλο που οι περισσότερες γυναίκες έχουν τον δικό τους προσωπικό αισθητικό. Από τις απαντήσεις των ανδρών, βγάζουμε το συμπέρασμα ότι οι άνδρες εξαιτίας του γεγονότος ότι δεν διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και δεν παρακολουθούν τις εξελίξεις γύρω από τα καλλυντικά, ούτε έχουν τον προσωπικό τους αισθητικό, είναι λογικό να εμπιστεύονται τις πωλήτριες καλλυντικών στην αγορά ενός προϊόντος.

Όταν φτάνει η στιγμή να αγοράσουν ένα προϊόν, δηλώνουν και οι άνδρες αλλά και οι γυναίκες, ότι θα επιθυμούσαν να είχαν την δυνατότητα δοκιμής του προϊόντος πριν την αγορά του. Για να επιλέξουν όμως, ποιο προϊόν θα αγοράσουν τελικά, ο κυριότερος παράγοντας που θα τους επηρεάσει είναι η τιμή του προϊόντος και λιγότερο η μάρκα του. Σε πολύ μικρό βαθμό θα επηρεάσει τις γυναίκες η συσκευασία και η διαφήμιση που γίνεται για το προϊόν, ενώ τους άνδρες δεν τους επηρεάζουν καθόλου αυτά.

Όσον αφορά το σαπούνι, ενώ η επιστημονική κοινότητα κατατάσσει το σαπούνι στα καλλυντικά, από την ανάγνωση των αποτελεσμάτων αυτής της έρευνας διαπιστώνουμε ότι οι άνδρες δεν θεωρούν το σαπούνι ως καλλυντικό ενώ οι γυναίκες πιστεύουν το αντίθετο. Οι αντίθετες αντιλήψεις μεταξύ των δύο φύλων για το αν το σαπούνι εντάσσεται στα καλλυντικά, οφείλονται στο ότι οι γυναίκες ενημερώνονται περισσότερο από τους άνδρες (όπως φαίνεται και στις παραπάνω παραγράφους) και γι' αυτό είναι πιθανό να έχουν ακούσει ή να έχουν διαβάσει ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό. Αυτή η διαφορά στην αντίληψη για το τι είναι

καλλυντικό, είναι αποτέλεσμα της χρήσης του after shave ως προϊόν καλλωπισμού και κατ' επέκταση θεώρηση ως καλλυντικού, ενώ η χρήση του σαπουνιού ως προϊόν καθαρισμού δημιουργεί λανθασμένη εντύπωση.

Η πλειοψηφία ανδρών και γυναικών δεν γνωρίζει τι είναι το AHA (οξέα φρούτων). Αυτό μας δείχνει ότι υπάρχει έλλειψη γνώσεων και άγνοια για τα περιεχόμενα των καλλυντικών, καθώς τα οξέα φρούτων περιέχονται σε πολλά προϊόντα που χρησιμοποιούνται καθημερινά, όπως προϊόντα αντιγήρανσης, ενυδάτωσης, για τις κηλίδες και για τα μαλλιά, και παρ' όλα αυτά δεν το γνωρίζουν. Στους άνδρες ειδικότερα, βλέπουμε ότι υπάρχει μια μεγαλύτερη άγνοια σε ποσοστό πολύ κοντά στο 100%. Αντίθετα, η κατάσταση βελτιώνεται όσον αφορά το συνένζυμο Q10, για το οποίο γνωρίζουν μόνο οι γυναίκες.

Από τα αποτελέσματα των απαντήσεων που αφορούν την άποψη των ερωτηθέντων για την εξωτερική τους εμφάνιση, διαπιστώνουμε ότι και τα δύο φύλα δηλώνουν πως τους αρέσει ο εαυτός τους όπως είναι και θεωρούν πως όταν περιποιούνται γίνονται πιο ελκυστικοί. Όμως, αν διαπίστωναν ότι ήταν ανάγκη να αλλάξουν κάτι επάνω τους, θα προσπαθούσαν να βελτιώσουν την εμφάνισή τους αλλά όχι με κάποια χειρουργική επέμβαση (μπότοξ ή λίφτινγκ), ασχέτως αν διέθεταν τα χρήματα ή όχι, καθώς όπως δήλωσαν φοβούνται τις επεμβάσεις ή δεν το θεωρούν ασφαλές ή ακόμα γιατί δεν είναι απαραίτητο.

Συνδυάζοντας τις απαντήσεις στις ερωτήσεις σχετικά με το αν γνωρίζουν οι ερωτηθέντες τις ανάγκες του δέρματός τους και αν θα τις αντιμετώπιζαν μόλις τις διαπίστωναν, συμπεραίνουμε ότι οι γυναίκες γνωρίζουν τις ανάγκες που έχει το δέρμα τους, πιθανότητα διότι ενδιαφέρονται περισσότερο για την εμφάνιση τους και ενημερώνονται για δερματολογικά θέματα ή θέματα ομορφιάς. Στους άντρες ισχύει το αντίθετο και ζητάνε την βοήθεια τρίτων. Όμως, και τα δύο φύλα ανεξαρτήτως επίγνωσης των αναγκών τους, μόλις διαπιστώσουν τις ανάγκες του δέρματός τους, θα τις αντιμετώπισουν και δεν θα αδιαφορήσουν.

Στην σημερινή εποχή αρχίζουν να εξαλείφονται τα ταμπού και τα στερεότυπα που υπάρχουν σχετικά με την χρήση καλλυντικών από τους άνδρες ή τις μικρές κοπέλες. Αυτό το διαπιστώνουμε από τα αποτελέσματα της έρευνας

μας, όπου η πλειοψηφία θεωρεί ότι αν μια κοπέλα 20 χρονών χρησιμοποιεί καθημερινά ενυδατική κρέμα είναι φυσιολογικό. Άλλωστε, δεν είναι λανθασμένη η χρήση της ενυδατικής από μια κοπέλα, αν διαπιστώσει ότι έχει ξηρό δέρμα που χρειάζεται καθημερινή ενυδάτωση. Επίσης, οι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι δεν είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες, το οποίο είναι και αναμενόμενο, καθώς πλέον οι άνδρες ενδιαφέρονται για την βελτίωση της εξωτερική τους εμφάνισης και ασχολούνται με τον καθημερινό καλλωπισμό τους.

Όσον αφορά τα συντηρητικά ή συστατικά ενός προϊόντος, παρατηρούμε ότι παρόλο που οι γυναίκες γνωρίζουν ότι κάποια από τα προϊόντα που αγοράζουν περιέχουν συντηρητικά, δεν τους απασχολεί αυτό ή τι άλλα συστατικά θα περιέχουν και επιλέγουν να χρησιμοποιούν προϊόντα με parabens τα οποία σύμφωνα με έρευνες μπορεί να προκαλέσουν καρκίνο του μαστού. Στην περίπτωση των αντρών, παρατηρούμε μια άγνοια για το περιεχόμενο των προϊόντων που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν ως προς τα συστατικά, τα συντηρητικά και τα parabens.

Από τις απαντήσεις στις ερωτήσεις σχετικά με την προτίμηση φυτικών προϊόντων, θεωρώντας τα πιο αποτελεσματικά και πιο υγιεινά, συμπεραίνουμε ότι και τα δυο φύλα θεωρούν τα φυτικά προϊόντα πιο υγιεινά, αλλά όχι πιο αποτελεσματικά. Το γεγονός ότι είναι πιο υγιεινά, πείθει τις γυναίκες να τα επιλέξουν και αυτό δείχνει ότι θέλουν να χρησιμοποιούν προϊόντα με αγνά υλικά, προσέχοντας την υγεία του δέρματος τους. Από την άλλη, οι άνδρες δεν τα χρησιμοποιούν, καθώς δεν τα εμπιστεύονται.

Όσον αφορά τα χειροποίητα καλλυντικά, παρατηρούμε ότι και τα δύο φύλα εμπιστεύονται τέτοιου είδους καλλυντικά, αλλά κυρίως οι γυναίκες τα χρησιμοποιούν και οι περισσότερες επιχειρούν να τα φτιάξουν μόνες τους. Αυτό το είδος των καλλυντικών θεωρούνται πιο υγιεινά και ακίνδυνα, γιατί φτιάχνονται από αγνά και σπιτικά υλικά, και υποθέτουμε πως αυτός είναι ο λόγος που κερδίζουν την εμπιστοσύνη και των δυο φύλων.

Τα συμπεράσματα που βγάλαμε σχετικά με την χρήση καλλυντικών προϊόντων το χειμώνα και το καλοκαίρι, είναι πως και τα δύο φύλα χρησιμοποιούν κυρίως την κρέμα χεριών το χειμώνα και μετά την ενυδατική κρέμα. Πιθανότατα, αυτό οφείλεται στο ότι έχουν περισσότερο ανάγκη την ενυδάτωση, λόγω του κρύου που προκαλεί ξηροδερμία. Το καλοκαίρι, χρησιμοποιούν όλοι οι ερωτηθέντες αντηλιακή κρέμα. Αυτό είναι αναμενόμενο, καθώς το απαιτεί η μεγάλη έκθεση στον ήλιο. Αν παρατηρήσουμε πιο συγκεκριμένα την χρήση του αντηλιακού, βλέπουμε ότι οι άνδρες το χρησιμοποιούν μόνο το καλοκαίρι, ενώ οι γυναίκες όλες τις εποχές. Παρ' όλα αυτά δεν είναι η πρώτη τους επιλογή το χειμώνα. Από τα παραπάνω βλέπουμε ότι υπάρχει μια λανθασμένη αντίληψη, πως το αντηλιακό είναι απαραίτητο μόνο όταν υπάρχει έντονη ηλιοφάνεια και υψηλή θερμοκρασία, δηλαδή τους καλοκαιρινούς μήνες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από όλη την έρευνα καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι οι άνδρες δεν έχουν τις γνώσεις ή την κατάλληλη ενημέρωση, ώστε να μπορούν να κατατάσσουν κάποια βασικά προϊόντα καθημερινής χρήσης στην κατηγορία των καλλυντικών. Ακόμη, δεν γνωρίζουν σημαντικά συστατικά που περιέχονται στα καλλυντικά και πολλές φορές δεν ελέγχουν τα συστατικά τους ως προς την επικινδυνότητα τους, καθώς δεν έχουν γνώσεις που τους βοηθάν για την αγορά ενός προϊόντος. Επίσης, δεν έχουν σαφή αντίληψη των αναγκών του δέρματός τους και έχουν μια ελλιπή ενημέρωση για το ποια εποχή πρέπει να χρησιμοποιούν συγκεκριμένα προϊόντα, για παράδειγμα το αντηλιακό, και έτσι γίνεται λανθασμένη χρήση των προϊόντων.

Από την άλλη πλευρά, οι γυναίκες έχουν περισσότερες γνώσεις για όλα τα παραπάνω αλλά όχι τόσες όσες απαιτούνται για την αγορά ενός προϊόντος και την αποφυγή της αγοράς προϊόντων με βλαβερά συστατικά.

Όσον αφορά τις απόψεις τους για την χρήση των καλλυντικών, συμπεραίνουμε ότι δεν υπάρχουν πλέον στερεότυπα ή ταμπού στην χρήση καλλυντικών από οποιαδήποτε ηλικία και φύλο. Επίσης, παρόλο που τα φυτικά καλλυντικά έχουν αρχίσει να κυκλοφορούν ευρέως και είναι κοινώς παραδεχτό ότι είναι πιο υγιεινά, ο κόσμος δεν έχει πεισθεί ακόμη για την αποτελεσματικότητά τους. Ακόμα, η διάθεση για ενημέρωση είναι ελάχιστη και η όποια ενημέρωση, συναντάται στις γυναίκες και κυρίως μέσω διαδικτύου. Στην αγορά ενός καλλυντικού, οι καταναλωτές θεωρούν απαραίτητη την βοήθεια της πωλήτριας. ανεξαρτήτως αν έχουν ή όχι προσωπικό αισθητικό και δεν επηρεάζονται από την συσκευασία ή την διαφήμιση που γίνεται γύρω από αυτό το προϊόν, αλλά παίζει σημαντικό ρόλο η τιμή και η μάρκα του.

Τέλος, οι γυναίκες αλλά και οι άνδρες θα χρησιμοποιούσαν κάποιο προϊόν για να βελτιώσουν την εμφάνιση τους, αλλά δεν θα επιλέγανε την πρακτική της διόρθωσης μέσω αισθητικής χειρουργικής επέμβασης. Στην επιλογή χρήσης ενός

προϊόντος, πολλές φορές δεν τους ενδιαφέρει αν περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό, όμως είναι σημαντικό να είναι το προϊόν πιο υγιεινό γι' αυτό και επιλέγουν την χρήση φυτικών προϊόντων. Επίσης, εμπιστεύονται τα χειροποίητα καλλυντικά, αλλά μόνο οι γυναίκες τελικά τα χρησιμοποιούν και πολύ συχνά τα φτιάχνουν και οι ίδιες.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ Τ.Ε.Ι.ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΠΤΥΧΙΑΚΉ
ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΑΙΣΘΗΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΣΜΗΤΟΛΟΓΙΑΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
Καλλυντικά

Α) ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Φύλο:

- Γυναίκα Άνδρας

Ηλικία:

- <=20 21-35 36-45 46-55 >=56

Μηνιαίο εισόδημα (€):

- <=500 501-1000 1001-1500 1501-2000
 >2000

Εκπαίδευση:

- Δημοτικό Μέση Εκπαίδευση ΑΕΙ-ΤΕΙ

Επαγγελματική κατάσταση:

- Φοιτητής
 Ιδιωτικός Υπάλληλος
 Δημόσιος Υπάλληλος
 Ελεύθερος Επαγγελματίας
 Άνεργος
 Συνταξιούχος

Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε καλλυντικά;

- Καθημερινά
 Συχνά (5-6 φορές την εβδομάδα)
 Μερικές φορές (3-4 φορές την εβδομάδα)
 Σπάνια (1-2 φορές την εβδομάδα)
 Ποτέ

Ποια καλλυντικά χρησιμοποιείτε πιο συχνά;

Από ποια ηλικία ξεκινήσατε να χρησιμοποιείτε καλλυντικά;

- <=20 21-35 36-45 46-55 >=56

Ποιο είναι το πρώτο και ποιο το δεύτερο καλλυντικό προϊόν που εσείς επιλέξατε να αγοράσετε;

B) ΓΝΩΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

1) Θεωρείτε ότι το σαπούνι είναι καλλυντικό;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

2) Θεωρείτε ότι το after shave είναι καλλυντικό;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

3) Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το χειμώνα;

4) Ποια καλλυντικά πιστεύετε ότι πρέπει να χρησιμοποιείτε το καλοκαίρι;

5) Ποια/ες εποχή/ές χρησιμοποιείτε αντηλιακή κρέμα;

ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΦΘΙΝΟΠΩΡΟ ΧΕΙΜΩΝΑΣ ΑΝΟΙΞΗ ΟΛΕΣ

Γιατί; (πχ τρόπος ζωής, δραστηριότητα, δουλειά)

6) Γνωρίζετε ποιες είναι οι ανάγκες που έχει το δέρμα σας;

ΝΑΙ ΟΧΙ

7) Όταν διαπιστώνετε τις ανάγκες που έχει το δέρμα σας, τις αντιμετωπίζετε;

ΝΑΙ ΟΧΙ

8) Έχετε γνώσεις που θα σας βοηθήσουν να κρίνετε ποια προϊόντα πρέπει να αγοράσετε;

ΝΑΙ ΟΧΙ

9) Γνωρίζετε τι είναι το ΑΗΑ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

10) Γνωρίζετε τι είναι το Q10;

ΝΑΙ ΟΧΙ

11) Χρησιμοποιείτε προϊόντα με parabens;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

12) Προσέχετε αν έχει συντηρητικά ένα προϊόν πριν το αγοράσετε;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Γ) ΧΡΗΣΗ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ

1) Σας αρέσει ο εαυτός σας, έτσι όπως είναι τώρα;

ΝΑΙ ΟΧΙ

2) Θεωρείτε ότι όταν περιποιείτε τον εαυτό σας, με καλλυντικά προϊόντα, γίνεστε πιο ελκυστικός/ή;

ΝΑΙ ΟΧΙ

3) Θα κάνατε κάτι για να βελτιώσετε την εμφάνισή σας; (με κάποιο προϊόν ή επέμβαση)

ΝΑΙ ΟΧΙ

4) Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε κάποιο είδος πλαστικής αισθητικής χειρουργικής επέμβασης; (π.χ. μπότοξ, λίφτινγκ, κ.α.)

ΝΑΙ ΟΧΙ

Γιατί;

5) Τι προϊόντα θα χρησιμοποιούσατε για να αντιμετωπίσετε τα προβλήματα της εμφάνισής σας;

6) Προτιμάτε το προϊόν που επιλέξατε να περιέχει κάποιο συγκεκριμένο συστατικό;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ

Αν ΝΑΙ ποιο συστατικό;

7) Επιλέγετε φυτικά προϊόντα;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Γιατί;

8) Εμπιστεύεστε home made (χειροποίητα) καλλυντικά;

ΝΑΙ ΟΧΙ

9) Έχετε χρησιμοποιήσει τέτοιου είδους καλλυντικά

ΝΑΙ ΟΧΙ

Αν ΝΑΙ, τα φτιάξατε ο ίδιος;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Δ) ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

1) Παρακολουθείτε τα νέα και τις εξελίξεις στο θέμα των καλλυντικών;

ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΠΟΛΥ

2) Από που ενημερώνεστε για τα καλλυντικά;

TV ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΑΙΣΘΗΤΙΚΟ

3) Ποιος σας βοηθάει για την αγορά ενός καλλυντικού;

4) Πόσο εμπιστεύεστε τις διαφημίσεις καλλυντικών για τις αγορές σας;

ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΠΟΛΥ

5) Έχετε προσωπικό αισθητικό;

ΝΑΙ ΟΧΙ

6) Αν είχατε χρήματα για να αγοράσετε ένα μόνο είδος προϊόντος, ποιο θα ήταν αυτό; (όχι μάρκα καλλυντικού προϊόντος)

7) Ποιο/α καλλυντικό/ά πιστεύετε ότι είναι απαραίτητο/α να το/α έχετε μαζί σας όταν βρίσκεστε εκτός σπιτιού;

- 8) Θεωρείτε φυσιολογικό μια κοπέλα 20 χρονών να φοράει καθημερινά ενυδατική κρέμα;
 ΝΑΙ ΟΧΙ
- 9) Είναι ταμπού η χρήση καλλυντικών από τους άνδρες;
 ΝΑΙ ΟΧΙ
- 10) Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο αποτελεσματικά;
 ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ
- 11) Θεωρείτε ότι τα φυτικά καλλυντικά είναι πιο υγιεινά;
 ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ
- 12) Θέλετε να δοκιμάσετε τα καλλυντικά πριν τα αγοράσετε;
 ΝΑΙ ΟΧΙ
- 13) Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η συσκευασία του;
 ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΠΟΛΥ
- 14) Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η μάρκα του;
 ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΠΟΛΥ
- 15) Για την αγορά ενός καλλυντικού, πόσο σας επηρεάζει η τιμή του;
 ΚΑΘΟΛΟΥ ΛΙΓΟ ΜΕΤΡΙΑ ΠΟΛΥ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΠΡΟΣΘΕΤΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ

A7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε καλλυντικά;

	Συχνότητα ανδρών	Ποσοστό
Καθημερινά	15	30,00%
Συχνά (5-6 φορές την εβδομάδα)	5	10,00%
Μερικές φορές (3-4 φορές την εβδομάδα)	11	22,0%
Σπάνια (1-2 φορές την εβδομάδα)	15	30,00%
Ποτέ	4	8,00%
Σύνολο	50	100,00%

	Συχνότητα γυναίκες	Ποσοστό
Καθημερινά	48	73,85%
Συχνά (5-6 φορές την εβδομάδα)	9	13,85%
Μερικές φορές (3-4 φορές την εβδομάδα)	3	4,62%
Σπάνια (1-2 φορές την εβδομάδα)	5	7,69%
Ποτέ	0	0,00%
Σύνολο	65	100,00%

A8. Από ποια ηλικία αρχίσατε να χρησιμοποιείται καλλυντικά;

	Συχνότητα ανδρών	Ποσοστό
<=20	35	70,00%
21-35	11	22,00%
36-45	3	6,0%
>=56	1	2,00%
Σύνολο	50	100,00%

	Συχνότητα γυναίκες	Ποσοστό
<=20	47	72,31%
21-35	18	27,69%
36-45	0	0,0%
>=56	0	0,00%
Σύνολο	65	100,00%

Γ4. Αν είχατε χρήματα, θα κάνατε κάποιο είδος πλαστικής χειρουργικής επέμβασης; (μπότοξ, λίφτινγκ, κ.α) Γιατί;

Απάντησαν ΝΑΙ

	Συχνότητα	Ποσοστό
Αύξηση αυτοπεποίθησης	6	27,27%
Για να ξανά δείξω νέα	10	45,45%
Βελτίωση ατελειών	6	27,27%
Σύνολο	32	100,00%

Απάντησαν ΟΧΙ

	Συχνότητα	Ποσοστό
Έτσι	17	36,17%
Δεν είναι απαραίτητο	14	29,79%
Είναι για γυναίκες	3	6,38%
Το θεωρώ επικίνδυνο	3	6,38%
Φοβάμαι τις παρενέργειες και το αποτέλεσμα	1	2,13%
Είναι αργά	3	6,38%
Είναι νωρίς ακόμα	4	8,51%
Δεν θα ήθελα να μπω σε τέτοια διαδικασία	2	4,26%
Σύνολο	47	100,00%

Γ5: Τι προϊόντα θα χρησιμοποιούσατε για να αντιμετωπίσετε τα προβλήματα της εμφάνισής σας;

	Συχνότητα	Ποσοστό
Κρέμες ημέρας και νύχτας	31	26,27%
Ενυδατική	16	13,56%
Αντιρυτιδικές κρέμες	12	10,17%
Make - up	11	9,32%
Δεν ξέρω	8	6,78%
Κρέμα ακμής	7	5,93%
Κρέμα ματιών	6	5,08%
Τίποτα	10	8,47%
Αντηλιακό	5	4,24%
Serum	4	3,39%
Κρέμα χεριών	3	2,54%
Κρέμα σύσφιξης	3	2,54%
Κρέμα σώματος	2	1,69%
Σύνολο	118	100,00%

Γ7. Επιλέγετε φυτικά προϊόντα; Γιατί;

Απάντησαν ΝΑΙ

	Συχνότητα ανδρών	Ποσοστό
Πιο υγιεινά	11	55,00%
πιο ασφαλή	3	15,00%
Πιο συμβατά με οργανισμό	2	10,00%
Είναι πιο αγνά	2	10,00%
Πιο φυσικά	2	10,00%
Σύνολο	20	100,00%

	Συχνότητα γυναίκες	Ποσοστό
Είναι πιο υγιεινά	13	41,94%
Είναι πιο αγνά	8	25,81%
Είναι πιο ασφαλή	6	19,35%
Είναι πιο ακίνδυνα	4	12,90%
Σύνολο	31	100,00%

Απάντησαν ΟΧΙ

	Συχνότητα ανδρών	Ποσοστό
Έτσι	6	28,57%
Δεν τα εμπιστεύομαι	5	23,81%
Δεν ασχολούμαι	4	19,05%
Δεν είναι αποτελεσματικά	4	19,05%
Φοβάμαι	2	9,52%
Σύνολο	21	100,00

	Συχνότητα γυναίκες	Ποσοστό
Δεν είναι αποτελεσματικά	10	52,63%
Δεν τα εμπιστεύομαι	6	31,58%
Έτσι	3	15,79%
Σύνολο	19	100,00

Δ6. Αν είχατε χρήματα να αγοράσετε ένα μόνο είδος προϊόντος, ποιο θα ήταν αυτό; (όχι μάρκα καλλυντικού προϊόντος)

	Συχνότητα ανδρών	Ποσοστό
Aftershave	7	14,00%
Αποσμητικό	9	18,00%
Κρέμα προσώπου	13	26,00%
Αντιρυτιδική κρέμα	5	10,00%
Concealer	1	2,00%
Κολόνια	15	30,00%
Σύνολο	50	100,0%

	Συχνότητα γυναίκες	Ποσοστό
Αντηλιακή κρέμα	19	29,23%
Καλλυντικά προϊόντα	22	33,85%
Κολόνια	9	13,85%
Κρέμα προσώπου και σώματος	15	23,08%
Σύνολο	65	100,00%

Δ7. Ποιο/α καλλυντικό/ά πιστεύετε ότι είναι απαραίτητο/α να το/α έχετε μαζί σας όταν βρίσκεστε εκτός σπιτιού;

	Συχνότητα ανδρών	Ποσοστό
Αποσμητικό	19	32,20%
Κολόνια	11	18,64%
Κρέμα χεριών	12	20,34%
Λιποζάν	10	16,95%
Τίποτα	7	11,86%
Σύνολο	59	100,00%

	Συχνότητα γυναίκες	Ποσοστό
Αποσμητικό	5	4,95%
Κολόνια	12	11,88%
κρέμα προσώπου	2	1,98%
Αντηλιακή κρέμα	2	1,98%
Liposan	14	13,86%
Προϊόντα μακιγιάζ	66	65,35%
Σύνολο	101	100,00%

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Organiclife.gr. Βιολογικά καλλυντικά VS συμβατικών. Τι να προτιμήσω; Ανάκτηση στις 22/02/16 από: <http://www.organiclife.gr/el/organic-biologika/2670-biologika-kallintika.html>
- Αρβανίτη, Σ. (2009). *Βιολογικά καλλυντικά προϊόντα – πιστοποιήσεις*. (Πτυχιακή, ΑΤΕΙ Αθήνας, 2009).
- Βέγκος, Α. (2004). *Κοσμητολογία*. Αθήνα: Interbooks.
- Γιακουμεττής, Α. (2001). *Σύγχρονη αισθητική πλαστική χειρουργική*. Αθήνα: Παπαζήση.
- Δερβίσογλου, Κ., & Αθανασιάδου, Ε. (2011). *Αισθητική προσώπου. Αφυδάτωση-Γήρανση*. Θεσσαλονίκη: Άγις-Σάββας Δ. Γαρταγάνης.
- Θεολόγη, Ε. (2010). Parabens: μια αγάπη που έγινε μίσος. Ανάκτηση στις 22/02/16 από: <http://www.farmakeutikoskosmos.gr/article-k/parabens-mia-agaph-poy-egine-misos/5288>
- Κόνωνας, Θ. Αισθητική χειρουργική προσώπου. Ανάκτηση στις 22/02/16 από: http://theo_kononas.tripod.com/aestfacial.html
- Κοτροκόης, Κ., & Παπαδογιαννάκης, Ε. (2009). *Διατροφή & χημεία τροφίμων στη δημόσια υγεία*. Αθήνα: Π.Χ. Πασχαλίδης.
- Σταματόπουλος, Κ. (2014). Τι είναι τα Parabens; Λίστα με προϊόντα χωρίς paraben. Ανάκτηση στις 22/02/16 από: <http://myskin.gr/2014/11/parabens.html>
- Στρόβιλα, Ν. (2010). Έρευνα TLIFE: Όλα όσα πρέπει να ξέρεις για το botox! Ανάκτηση στις 22/02/16 από: <http://www.tlife.gr/Article/news/0-9-8891.html>