

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκησης
Επιχειρήσεων (ΜΔΕ)**

Μεταπτυχιακή Διατριβή



Ο Ρόλος και η Επίδραση της Διατροφικής Ετικέτας (Nutrition labeling) των Τροφίμων στους Καταναλωτές. Μελέτη Συμπεριφοράς Ενήλικων Καταναλωτών της Επαρχίας Λευκωσίας.

Κώστας Μαρκίδης

Επιβλέπων Καθηγήτρια:

Σοφία Ανδρέου

Μάιος 2016

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκησης
Επιχειρήσεων (ΜΔΕ)**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Ο Ρόλος και η Επίδραση της Διατροφικής Ετικέτας (Nutrition labeling) των Τροφίμων στους Καταναλωτές. Μελέτη Συμπεριφοράς Ενήλικων Καταναλωτών της Επαρχίας Λευκωσίας.

Κώστας Μαρκίδης

Επιβλέπων Καθηγήτρια:

Σοφία Ανδρέου

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2016

ΛΕΥΚΗ ΣΕΛΙΔΑ

Περίληψη

Η παρούσα έρευνα εξετάζει τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας και τον βαθμό που επηρεάζει την καταναλωτική και διατροφική συμπεριφορά των καταναλωτών της περιοχής Λευκωσίας Κύπρου, όπως αυτή αποτυπώνεται τον Ιανουάριο του 2016.

Η έρευνα περιλαμβάνει διεθνή βιβλιογραφική επισκόπηση, βάση της οποίας εντοπίστηκαν τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα, πραγματοποιήθηκε η συγγραφή ερωτηματολογίου και συνεντεύξεις για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από επιλεγμένο δείγμα πληθυσμού.

Τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων αναλύθηκαν στην συνέχεια με στόχο την αποκάλυψη βασικών τάσεων αλλά και τον βαθμό συσχέτισης ανάμεσα σε σειρά μεταβλητών που εξετάστηκαν.

Η έρευνα αποκάλυψε τον σημαντικό ρόλο της διατροφικής ετικέτας σε ότι αφορά την καταναλωτική και διατροφική συμπεριφορά των καταναλωτών, καθώς και χρήσιμες επισημάνσεις για την βελτίωση του θεσμού στο μέλλον. Επιπροσθέτως η στατιστική ανάλυση αποκάλυψε συσχετίσεις μεταξύ μεταβλητών σε ότι αφορά την συμπεριφορά ομάδων του πληθυσμού σε σχέση με την αξιοποίηση των πληροφοριών της διατροφικής ετικέτας.

Η παρούσα έρευνα αποτελεί προσθήκη στην έρευνα και προσπάθεια κατανόησης της διατροφικής ετικέτας, σε ότι αφορά την τοπική αγορά και το χρονικό πλαίσιο, στο οποίο και πραγματοποιήθηκε.

Summary

The present paper examines use of the nutrition label and its impact in purchasing and nutritional behavior of consumers located in Nicosia, Cyprus, as examined on January 2016.

Following the literature review, the basic research questions were defined and the questionnaire was developed. Personal interviews with the selected population sample were scheduled in order to fill-in the questionnaire developed.

The data from the questionnaire were analyzed in order to identify basic trends and also the correlation between variables examined.

The research highlighted the important impact of the nutrition label in both purchasing and nutritional behavior of consumers, along with suggestions for improving the use of the nutrition label in the future. In addition statistical analysis revealed correlations between variables regarding the impact of nutrition label to different groups of the population.

The present paper is an actual contribution in understanding the impact of the nutrition label in terms of local market examined and the timeframe in which the present research has taken place.

Ευχαριστίες

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια και τους φίλους μου, οι οποίοι με στήριξαν και με ενθάρρυναν κατά την διάρκεια των σπουδών μου.

Θερμές ευχαριστίες, προς την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου, του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου, κυρία Σοφία Ανδρέου, η οποία με την πολύτιμη βοήθεια της και την σωστή της καθοδήγηση, με βοήθησε στην εκπόνηση αυτής της Διατριβής.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλο τον κόσμο, που δέχτηκε να λάβει μέρος σε αυτή την ερεύνα, συμπληρώνοντας το ερωτηματολόγιο.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	III
Summary.....	IV
Ευχαριστίες.....	V
1 Κεφάλαιο 1.....	1
1 Εισαγωγή.....	1
1.1 Σκοπός Έρευνας.....	1
1.2 Εισαγωγή.....	1
2 Κεφάλαιο 2.....	5
2 Μάρκετινγκ, Συσκευασία και Καταναλωτική Συμπεριφορά.....	5
2.1 Μάρκετινγκ και Συσκευασία.....	5
2.2 Μάρκετινγκ και Καταναλωτική Συμπεριφορά	7
3 Κεφάλαιο 3.....	11
3 Η Σημασία της Διατροφικής ετικέτας.....	11
3.1 Διατροφική Ετικέτα και Καταναλωτική Συμπεριφορά.....	16
3.2 Διατροφική Ετικέτα και Στρατηγικές Μάρκετινγκ	24
4 Κεφάλαιο 4.....	29
4 Εμπειρική Ανάλυση.....	29
4.1 Βασικά Ερευνητικά Ερωτήματα	29
4.2 Μεθοδολογία Έρευνας	30
4.3 Αποτελέσματα	33
4.3.1 Οι ενήλικοι Κύπριοι καταναλωτές διαβάζουν και κατανοούν επαρκώς την πληροφορία που αναγράφεται στην διατροφική ετικέτα των τροφίμων;.....	33
4.3.2 Οι πληροφορίες της διατροφικής αξίας των τροφίμων αποτελεί κύριο παράγοντα αγοραστικής απόφασης για τους κύριους καταναλωτές;.....	43
4.3.3 Η διατροφική ετικέτα σε ποιο βαθμό επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών	48
4.3.4 Για ποιους λόγους θεωρείται σημαντική ή μη, η διατροφική ετικέτα στους κύριους καταναλωτές;	53
4.3.5 Ποιο είδος διατροφικής ετικέτας είναι πιο ελκυστικό στους ενήλικες κύριους καταναλωτές;.....	67
5 Κεφάλαιο 5.....	75
5 Συμπεράσματα.....	75
Παραρτήματα.....
A Κανονιστικά Πλαίσια Διατροφικής Ετικέτας.....	79
B Τύποι Σήμανσης Προϊόντων Διατροφικής Ετικέτας	80
Γ Συσχετίσεις	83
Δ Ερωτηματολόγιο	118
Βιβλιογραφία.....	124

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Σκοπός Έρευνας

Σκοπός της έρευνας είναι ο προσδιορισμός της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών της επαρχίας Λευκωσίας σε σχέση με την διατροφική ετικέτα των τροφίμων.

Η εργασία έχει δύο βασικούς άξονες. Ο πρώτος άξονας είναι η ανάδειξη του σημαντικού ρόλου που έχει διεθνώς και κατ' επέκταση και στην Κύπρο η διατροφική ετικέτα στα τρόφιμα. Ο δεύτερος άξονας είναι ο προσδιορισμός, η καταγραφή, η ανάλυση και η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της καταναλωτικής συμπεριφοράς των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών σε σχέση με την διατροφική ετικέτα των τροφίμων.

1.2 Εισαγωγή

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και οι νέες επιστημονικές ανακαλύψεις απέδειξαν, την ισχυρή διασύνδεση της διατροφής με την υγεία του ανθρώπου. Αυτή η γνώση έχει περάσει πλέον και στους καταναλωτές, με αποτέλεσμα ιδιαίτερα στις χώρες με υψηλό εισόδημα, να αυξάνεται η ζήτηση των υψηλής ποιότητας τροφίμων. Αυτό οδήγησε στη δημιουργία του μάρκετινγκ των τροφίμων μέσω της προώθησης των υγιεινών και υψηλής ποιότητας τροφίμων.

Αυτή η προώθηση γίνεται πλέον και μέσω των διατροφικών ετικετών στα τρόφιμα όπου ενημερώνουν τον καταναλωτή σχετικά με τα θρεπτικά περιεχόμενα του τροφίμου. Όμως παρέχονται και επιπλέον διατροφικές πληροφορίες σε κάποια τρόφιμα μέσω περαιτέρω διατροφικών επεξηγήσεων ή διατροφικών ισχυρισμών σε σχέση με την διατροφική ποιότητα, την θρεπτική του αξία και την υγιεινή του επιλογή. (Caswell & Mojduszka,1996)

Αρκετές έρευνες έχουν αποδείξει ότι οι διατροφικές ετικέτες αλλά και οι επιπλέον διατροφικές επισημάνσεις και οι διατροφικοί ισχυρισμοί στα τρόφιμα μπορούν να επηρεάσουν τις αγοραστικές επιλογές των καταναλωτών. Αυτό οδήγησε τις διάφορες βιομηχανίες τροφίμων να αναδεικνύουν τη θρεπτική αξία αλλά και την υγιεινή επιλογή των προϊόντων τους, μέσω αυτών των διατροφικών επισημάνσεων στις συσκευασίες των τροφίμων.

Η έρευνα είναι αναγκαία να γίνει για να αναδείξει τη σπουδαιότητα που έχει η προώθηση των τροφίμων μέσω της διατροφικής τους ετικέτας. Επιπλέον μπορεί να δείξει πέραν από τη σπουδαιότητα και το βαθμό ενημέρωσης και επηρεασμού ή μη, των ενήλικων κυρίων καταναλωτών από την διατροφική ετικέτα του τροφίμου.

Ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας είναι σχετικά νέος – καλύπτει μια περίοδο λιγότερη των 30 ετών, ακόμα και στις ΗΠΑ, όπου εφαρμόστηκε για πρώτη φορά. Φυσικά η περίοδος αυτή είναι ελάχιστη μπροστά στη διαρκή ανάγκη κάλυψης διατροφικών αναγκών από το ανθρώπινο γένος, και πολύ μικρότερη από την έναρξη της βιομηχανοποίησης και διάθεσης συσκευασμένων τροφίμων.

Συνεπώς η διατροφική ετικέτα αποτελεί έναν θεσμό νέο, που διαρκώς εξελίσσεται. Ακόμη και σήμερα, σε διεθνές επίπεδο, «προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα την σημασία της ετικέτας, απαιτείται περισσότερη έρευνα συμπεριφοράς καταναλωτή σε σχέση με το αν οι καταναλωτές σε καθημερινή βάση λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις λόγω της διατροφικής ετικέτας» (Hieke et al, 2012, p. 28).

Οι βασικοί λόγοι που παρουσιάζεται ευρύ πεδίο έρευνας σε θέματα διατροφικής ετικέτας, μετά από επισκόπηση της σχετικής ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας (Hieke et al, 2012), προκύπτει από τις παρακάτω επισημάνσεις σχετικά με τα προηγούμενα ερευνητικά αποτελέσματα:

α) Θέματα Σκοπού (εξέταση συγκεκριμένων υποθέσεων με περιορισμό σε συγκεκριμένες αγορές ή κατηγορίες προϊόντων) και περιορισμένα στατιστικά δείγματα.

β) Θέματα Δείγματος (συχνά φοιτητές με αποτελέσματα έλλειψης γνώσεων διατροφής, κίνητρα καλής διατροφής ή περιορισμό ως προς το εκπαιδευτικό υπόβαθρο)

γ) Έλλειψη επαρκούς ομογένειας μεθοδολογίας, ορισμού μεταβλητών και τρόπου μετρήσεων σε επιμέρους έρευνες η οποία δυσκολεύει την σύγκριση και τη διεξαγωγή γενικότερων συμπερασμάτων από επιμέρους έρευνες.

Με βάση τα παραπάνω, και λαμβάνοντας υπόψη την μικρή χρονική διάρκεια στην οποία χρησιμοποιείται ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας, την παρούσα κατάσταση στην αγορά της Κύπρου, αλλά και την ανάγκη συμμόρφωσης με νέα, αναθεωρημένα πρότυπα της Ε.Ε. στο εγγύς μέλλον, η παρούσα έρευνα έχει τη δυνατότητα να προσφέρει ουσιαστική κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών στην περιοχή της Λευκωσίας και να προσφέρει επιπλέον συμπεράσματα στην έρευνα για τη χρήση της διατροφικής ετικέτας στην κυπριακή αγορά.

Η παρούσα έρευνα εξετάζει τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας σε τοπικό πλαίσιο της αγοράς της Κύπρου, περιοχή Λευκωσίας. Με βάση την διεθνή βιβλιογραφία εντοπίστηκαν θέματα προς διερεύνηση, και δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο έρευνας, το οποίο χρησιμοποιήθηκε κατά την διάρκεια συνεντεύξεων με τους συμμετέχοντες την έρευνα. Στην συνέχεια πραγματοποιήθηκε ανάλυση των δεδομένων για τον εντοπισμό συσχετίσεων.

Η παρούσα μελέτη αποτελεί συνεισφορά στην μελέτη της διατροφικής ετικέτας και στον βαθμό που επηρεάζει τις διατροφικές και καταναλωτικές συνήθειες των καταναλωτών.

Οι περιορισμοί της παρούσας μελέτης εντοπίζονται επίσης στα παρακάτω επίπεδα:

- Τοπικό πλαίσιο (αγορά Κύπρου, περιοχή Λευκωσίας)
- Χρονικό πλαίσιο (Δεκέμβριος 2015-2016), καθώς αλλαγές στον θεσμό θα δημιουργήσουν ένα νέο περιβάλλον στο μέλλον
- Περιορισμοί Αντιπροσωπευτικότητας Δείγματος

Σε ότι αφορά το δείγμα, επισημαίνεται ότι παρατηρείται υψηλό ποσοστό ατόμων με υψηλό βαθμό εκπαίδευσης, ήτοι ανώτερη και ανώτατη (ποσοστό 83% του δείγματος) και παράλληλα μεγάλο ποσοστό νέων ηλικίας 18-30 ετών (ποσοστό 62% του δείγματος). Τα παραπάνω πρέπει να επισημανθούν σε οποιοδήποτε συμπέρασμα αναφορικά με τον συνολικό πληθυσμό της περιοχής, καθώς τίθεται θέμα αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος.

Κεφάλαιο 2

Μάρκετινγκ, Συσκευασία και Καταναλωτική Συμπεριφορά

2.1 Μάρκετινγκ και Συσκευασία

Η σημασία της συσκευασίας στο μάρκετινγκ έχει αναλυθεί, ως ένα από τα στοιχεία που καθορίζουν, πέρα από καθαρά πρακτικούς λόγους (προστασία του προϊόντος, τοποθέτηση του σε ράφι και απευθείας αγορά από τον πελάτη), την αντίληψη που ο καταναλωτής διαθέτει για ορισμένα προϊόντα. Η ίδια η συσκευασία αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του προϊόντος, καθώς ορίζεται «τι θα πρέπει να είναι ή να προσφέρει η συσκευασία» για το προϊόν (Kotler, 1994, σελ. 458).

Έτσι έχουμε παραδείγματα ευκολίας χρήσης, ευκολίας μεταφοράς και αποθήκευσης συσκευασμένων τροφίμων, εύκολη τοποθέτηση στο ράφι και επιλογή από τον καταναλωτή (χωρίς ανάγκη παρουσίας πρόσθετου προσωπικού), προστασίας του προϊόντος ή και των χρηστών.

Παράλληλα η συσκευασία και η εταιρική προσθήκη ετικέτας δημιουργούν επώνυμα προϊόντα «Brands» τα οποία είναι εύκολα αναγνωρίσιμα από τους καταναλωτές και όπου προσδίδονται ιδιαίτερα χαρακτηριστικά για τα προϊόντα και τις εταιρίες που τα προσφέρουν.

Ως ενδεικτικό παράδειγμα προϊόντων σε κλάδο τροφίμων όπου η συσκευασία απέδωσε σημαντική υπεραξία στο προϊόν μπορούμε να αναφερθούμε στο λάδι ελιάς με τη δημιουργία κατηγορίας «Ultra Premium» και τις επιτυχημένες εμπορικά επωνυμίες «λ» και «5».

Η ανάπτυξη ολοένα και πιο σύνθετων κανονιστικών πλαισίων για την συσκευασία προϊόντων διατροφής και στην συνέχεια η ανάπτυξη της διατροφικής ετικέτας, όπως παρουσιάζεται παρακάτω, δημιούργησε ανάγκες επανασχεδιασμού των συσκευασιών. Πέρα από την ανάγκη συμμόρφωσης με τις νέες απαιτήσεις, προσέφερε ένα ουσιαστικό πεδίο αντιπαράθεσης ανάμεσα στα επώνυμα προϊόντα (Brands) και τις εταιρίες ιδιωτικής ετικέτας (Private Label).

Η πρόκληση για τις εταιρίες τροφίμων, από άποψη μάρκετινγκ, ήταν άμεση. Από πρακτική άποψη, συσκευασίες έπρεπε να επανασχεδιαστούν και να εξασφαλιστεί η συμβατότητα με τα εκάστοτε κανονιστικά πλαίσια. Από την άλλη πλευρά ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας επέτρεψε στις εταιρίες να προβάλλουν τα προϊόντα τους ως υψηλής διατροφικής αξίας. Ιδίως για εταιρίες ιδιωτικής ετικέτας, ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας παρείχε την ευκαιρία να ανταγωνιστούν τα επώνυμα προϊόντα.

«Το κύριο μας συμπέρασμα είναι πως οι εταιρίες ιδιωτικής ετικέτας είναι πολύ πιο πιθανό να υιοθετήσουν διατροφικές ετικέτες τοποθετημένες στην μπροστινή πλευρά της συσκευασίας (FOP - Front of Package),). Επιπλέον, η τάση αυτή αυξήθηκε τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον ανακαλύψαμε ότι η διατροφική σύνθεση των τροφίμων δεν αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για υιοθέτηση ετικέτας στην μπροστινή πλευρά της συσκευασίας γενικά αλλά μια τέτοια σχέση εντοπίζεται σε ορισμένες μόνο κατηγορίες τροφίμων και θρεπτικών συστατικών » (Debra et al 2012, p. 838). Τα συμπεράσματα αυτά είναι συναφή με άλλες έρευνες:

α) Ο ανταγωνισμός ανάμεσα σε προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας (Private Label) και σε επώνυμα προϊόντα (Brands) αυξάνει. Ο λόγος που τα επώνυμα προϊόντα επικρατούν στις περισσότερες κατηγορίες, είναι ότι οι καταναλωτές θεωρούν ότι υπερτερούν ως προς τα ποιοτικά χαρακτηριστικά. Η πρόκληση για τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας είναι να ανταγωνιστούν και σε όρους ποιότητας όπως ανταγωνίζονται σε επίπεδο τιμών (Kahn, 1999).

β) Η τάση για προσπάθειες ανόδου ποιότητας των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας είναι σε εξέλιξη. Αν και στο παρελθόν οι καταναλωτές αγόραζαν προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας κυρίως λόγω τιμής, όλο και περισσότερο θεωρούν ότι σε όρους ποιότητας μπορούν πλέον να ανταγωνιστούν επώνυμα προϊόντα (Hoch & Raju, 1999).

γ) Η πολιτική που ακολουθεί το κανάλι διανομής ενδέχεται να επηρεάσει σημαντικά τη δυνατότητα του καταναλωτή να χρησιμοποιήσει πληροφορίες που αναγράφονται στην διατροφική ετικέτα. Η τοποθέτηση προϊόντων σε δίκτυα λιανικής μπορεί να πραγματοποιείται ανά εταιρία (Brand Name) είτε ανά κατηγορία προϊόντος. (Kahn, 1999)

2.2 Μάρκετινγκ και Καταναλωτική Συμπεριφορά

Το θεωρητικό υπόβαθρο από πλευράς μάρκετινγκ και καταναλωτικής συμπεριφοράς, όπως προκύπτει και από την βιβλιογραφική έρευνα σχετικά με την διατροφική ετικέτα, μπορεί να διακριθεί στα ακόλουθα σημεία (Kotler 1994):

Το υπόδειγμα συμπεριφοράς καταναλωτή, επισημαίνει μια σειρά από παράγοντες οι οποίοι και καθορίζουν την αγοραστική συμπεριφορά. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- Παράγοντες Κουλτούρας (Κουλτούρα / Υποκουλτούρα, Κοινωνική Τάξη)
- Κοινωνικοί Παράγοντες (Παράγοντες Αναφοράς, Οικογένεια, Ρόλος και Κύρος)
- Προσωπικοί Παράγοντες (Ηλικία και Οικογενειακή Κατάσταση, Επάγγελμα & Οικονομική Κατάσταση, Τρόπος ζωής, Προσωπικότητα και Αυτοπροσδιορισμός)
- Ψυχολογικοί Παράγοντες (Κίνητρα, Αντίληψη, Μάθηση, Αξίες και Συμπεριφορές)

Για τους περισσότερους από τους παράγοντες αυτούς, η βιβλιογραφική ανασκόπηση εντόπισε έντονη συσχέτιση ανάμεσα σε αυτούς και την χρήση της διατροφικής ετικέτας.

Ακόμη ο Kotler (1994) διακρίνει επιμέρους ρόλους στην αγοραστική διαδικασία, οι οποίοι καθορίζονται πιο κάτω:

- Αγοραστής (πραγματοποιεί την αγορά)
- Αυτός που εισηγείται την αγορά
- Αποφασίζων (αυτός που αποφασίζει για την αγορά)
- Επηρεάζων (αυτός που επηρεάζει την αγορά)
- Χρήστης του Προϊόντος

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση εντόπισε ότι ελάχιστη έρευνα έχει πραγματοποιηθεί σε διεθνές επίπεδο για τους διάφορους ρόλους κατά την αγορά τροφίμων. Ενώ υπήρξε έρευνα σε διάφορες κατηγορίες πληθυσμού για το πώς συμπεριφέρονται στις αγορές τους, ελάχιστη ήταν η προσπάθεια ανίχνευσης μιας πιο σύνθετης διαδικασίας αγοράς τροφίμων, η οποία να περιλαμβάνει περισσότερους από έναν διακριτούς ρόλους.

Σε ελάχιστα σημεία διερευνήθηκαν συσχετίσεις σε ότι αφορά φυλετική καταγωγή, ηγέτη οικογένειας, γεγονός που υποδεικνύει μια πιο σύνθετη διαδικασία. Ωστόσο πολλοί παράγοντες είναι δυνατόν να διαμορφώνουν μια πιο σύνθετη πραγματικότητα όπως π.χ. επιθυμίες παιδιών (π.χ. γλυκό) ή άτομα που επηρεάζουν (π.χ. προετοιμασία γιορτινού γεύματος), ακόμα και αλλαγή ρόλων μέσα στην οικογένεια.

Τα στάδια της αγοραστικής απόφασης, σύμφωνα με τον Porter (1994) μπορούν να διακριθούν ως εξής:

- εντοπισμός της ανάγκης
- συλλογή πληροφοριών
- εκτίμηση εναλλακτικών προτάσεων
- αγορά του προϊόντος

Αξίζει να επισημανθεί στο σημείο αυτό ότι η ύπαρξη της διατροφικής ετικέτας έκανε πιο εμφανή την σύνθετη διαδικασία αγοράς τροφίμων. Αν και οι διάφορες μελέτες που εξετάστηκαν επισημαίνουν την έντονη διαφοροποίηση ανάμεσα σε κατηγορίες του πληθυσμού σε σχέση πάντοτε με την χρήση της διατροφικής ετικέτας και την συνακόλουθη αλλαγή της αγοραστικής στάσης του, η ύπαρξη και μόνο της διατροφικής ετικέτας δημιουργεί τις προϋποθέσεις ώστε η αγορά τροφίμων να καταστεί μια πιο σύνθετη αγοραστική διαδικασία.

Σε σχέση με την συμπεριφορά των καταναλωτών, αποτελέσματα νέων ερευνών ενισχύουν όσα ήδη εξετάστηκαν. Επισημαίνεται πως η διατροφική ετικέτα αποτελεί παράγοντα επιλογής προϊόντος «αλλά οι περισσότεροι δεν την λαμβάνουν υπόψη κατά την διάρκεια των αγορών τους (ή ίσως μόνο όταν αγοράζουν ένα νέο προϊόν)» (Stranieri et al 2010, p.28)

Επίσης, στη βιβλιογραφική έρευνα, διακρίνουμε συμπεριφορές καταναλωτών, οι οποίες και υποδεικνύουν πως η επιλογή της αγοράς τροφίμων αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία για τους καταναλωτές, εξαρτάται και επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες, ένας από τους οποίους είναι και η διατροφική ετικέτα. «Οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν την διατροφική ετικέτα έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά από αυτούς που χρησιμοποιούν τους διατροφικούς ισχυρισμούς.

Οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν την διατροφική ετικέτα δείχνουν ένα έντονο ενδιαφέρον για θέματα ασφάλειας τροφίμων, χρησιμοποιούν την πληροφόρηση που παρέχεται από ειδικούς και έχουν συγκεκριμένες διατροφικές συνήθειες. Από την άλλη πλευρά υπάρχει έντονη συσχέτιση ανάμεσα σε όσους ενεργούν με βάση διατροφικούς ισχυρισμούς, με άλλους παράγοντες καταναλωτικής συμπεριφοράς όπως η τιμή, η επωνυμία του προϊόντος, πιστοποίηση, κ.α.» (Stranieri et al 2010, p.28)

Τα παραπάνω συμπεράσματα οδηγούν σε νέες στρατηγικές μάρκετινγκ, νέους τύπους διαφοροποίησης προϊόντων και κατάτμησης της αγοράς. Για όσους χρησιμοποιούν την διατροφική ετικέτα, σημασία έχουν οι πληροφορίες ασφάλειας τροφίμων (ιχνηλασιμότητα) και τα συστατικά του προϊόντος. Για όσους βασίζονται σε διατροφικούς ισχυρισμούς, παράγοντες όπως η τιμή και η επωνυμία του προϊόντος είναι σημαντικά, ιδίως αν απευθύνεται σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού ορισμένες με κοινωνικά/δημογραφικά κριτήρια. (Stranieri et al 2010)

Με βάση τα παραπάνω δεδομένα είναι απαραίτητη η εξέταση σε βάθος του θεσμού της διατροφικής ετικέτας και η σύνδεση της με την συμπεριφορά των καταναλωτών.

Κεφάλαιο 3

Η σημασία της διατροφικής ετικέτας

Η σημασία της διατροφικής ετικέτας προϊόντων είναι άμεσα συνδεδεμένη με την διατροφή του συνόλου του πληθυσμού και κατά συνέπεια με την προστασία του καταναλωτή αλλά και την ασφάλεια της διατροφής και την προστασία της υγείας του συνόλου κάθε κοινωνίας. Για τον λόγο αυτόν θεσπίστηκαν συγκεκριμένα κανονιστικά πλαίσια. (Παράρτημα 1). Καθώς ήδη επισημάναμε το γεγονός ότι η διατροφική ετικέτα αποτελεί έναν σχετικά νέο θεσμό, σε έναν βασικό οικονομικό κλάδο, και παράλληλα ιδιαίτερα κρίσιμο και ευαίσθητο, του οποίου τα κανονιστικά πλαίσια αναθεωρούνται συχνά.

Στα κανονιστικά πλαίσια περιγράφονται με σαφήνεια οι υποχρεώσεις των παραγωγών τροφίμων να παρέχουν πληροφορίες με συγκεκριμένο τρόπο τόσο στις ίδιες τις συσκευασίες αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις και εύκολη αναζήτηση των πληροφοριών σε κανάλια διανομής, όπως π.χ. σε ψηφιακά μέσα επικοινωνίας και πώλησης προϊόντων που υπάγονται στις συγκεκριμένες διατάξεις, κατά κύριο λόγο τροφίμων.

Φυσικά τα παραπάνω πλαίσια, με αφετηρία το συμφέρον και την προστασία του καταναλωτή, αφενός δημιούργησαν ένα κοινό κανονιστικό πλαίσιο αναφοράς σε μεγάλες αγορές, αφετέρου προσέφεραν στον καταναλωτή πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με τα διάφορα προϊόντα τα οποία προσδοκούσαν να καλύψουν τις διατροφικές του ανάγκες.

Παράλληλα, τα κανονιστικά πλαίσια απετέλεσαν πολλαπλές προκλήσεις για τις εταιρίες σε διάφορα επίπεδα (επανασχεδιασμό συσκευασιών, διαμόρφωση και διαθεσιμότητα διαφόρων τύπων συσκευασίας, συνεχή παρακολούθηση και συμμόρφωση με τα πρότυπα των κανονιστικών πλαισίων, καθώς και παροχή βασικών πληροφοριών για το ίδιο το προϊόν).

Επιλογές πρέπει να γίνουν σε σχέση με τα σημεία της συσκευασίας στα οποία θα τοποθετηθεί η διατροφική ετικέτα (όπου διακρίνουμε κυρίως τις επιλογές εμπρός ή πίσω στην συσκευασία (FOP-Front of Package & BOP-Back of Package), το είδος της διαθέσιμης πληροφορίας, το μέγεθος της γραμματοσειράς και τα χρώματα ή διαγράμματα που χρησιμοποιούνται.

Πρέπει επίσης στο σημείο αυτό να επισημανθεί ότι ο θεσμός και τα κανονιστικά πλαίσια της διατροφικής ετικέτας είναι μια σχετικά νέα προσθήκη, με ιστορική παρουσία λιγότερο από 30 έτη. Είναι φυσικό και αναμενόμενο ο θεσμός να εξελίσσεται διαρκώς, κυρίως αφού στόχος αποτελεί η βελτίωση των διατροφικών συνηθειών. Από την άλλη πλευρά τόσο η πολυπλοκότητα των προϊόντων όσο και σειρά παραγόντων που διαμορφώνουν τις συνήθειες των καταναλωτών καθιστούν δύσκολο να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα για αλλαγή σε διατροφικές συνήθειες, για το σύνολο της κοινωνίας.

Σε ακαδημαϊκό επίπεδο η διαμόρφωση του θεσμού της διατροφικής ετικέτας, ο σχεδιασμός της, ο τρόπος εφαρμογής της και η συσχέτιση της με τις αγοραστικές και διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών έχει γίνει αντικείμενο σχετικών ερευνών, και παράλληλα επισημαίνονται σημεία για την βελτίωση του θεσμού.

Συγκεκριμένα «είναι πολύ εύκολο για τους καταναλωτές να εντοπίζουν τα πιο υγιεινά τρόφιμα με τη βοήθεια διατροφικών σχηματικών απεικονίσεων σε σύγκριση με συνοπτικές περιγραφές» (Hersey et al, 2013, p. 13). Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, οι σχηματικές απεικονίσεις βοηθούν πολύ περισσότερο από το κείμενο ή τα αριθμητικά δεδομένα και ποσοστά.

Ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα αποτελούν τα γαλακτοκομικά προϊόντα (γάλα, τυρί, γιαούρτι), όπου τα πολύ σημαντικά επίπεδα των βασικών θρεπτικών συστατικών που περιέχουν, δηλώνονται μαζί με μια σειρά από άλλους ισχυρισμούς διατροφής στις ετικέτες των εν λόγω προϊόντων. (Digest, 2007)

Η εύκολη χρήση των πληροφοριών της διατροφικής ετικέτας με χρήση διαγραμμάτων επισημάνθηκε σε έρευνα στο Ισραήλ (Gesser-Edelsburg et al, 2014), γεγονός το οποίο επισημάνθηκε από καταναλωτές ότι εξοικονομεί χρόνο και ενέργεια κατά τη διάρκεια της επιλογής τους. Αντίστοιχα επισημάνθηκαν ζητήματα για τον καταναλωτή σε ότι αφορά την υπερβολική διάθεση πληροφοριών και την προτεινόμενη ποσότητα κατανάλωσης. Παράλληλα διαπιστώθηκε πως η χρήση εμπορικών σλόγκαν ταυτόχρονα με την διατροφική ετικέτα μειώνει την αξιοπιστία. Π.χ. συγκεκριμένα προϊόντα επισήμαναν το χαμηλό λίπος, αλλά με υψηλή περιεκτικότητα σε ζάχαρη και μεγάλη ποσότητα θερμίδων.

Σημειώνεται ότι παρά την έντονη διαφοροποίηση σε διατροφική αξία ανάμεσα σε τρόφιμα (δημητριακά) της ίδιας κατηγορίας (π.χ. μούσλι, σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι δημητριακά με επικάλυψη σοκολάτας), τα συμπεράσματα για διατροφικές ετικέτες, ιδίως με την καθιέρωση «χρωματικού κώδικα» για υποβοήθηση των καταναλωτών είναι ιδιαίτερα θετικά. (Julia et al 2015)

Ακόμα οι διαφορετικές μορφές της διατροφικής ετικέτας έχουν διαφορετική ανταπόκριση στους καταναλωτές. «Τα λογότυπα MTL, STL και το Green Tick εμφανίζονται να είναι πιο αποδεκτά σε σχέση με το λογότυπο CR.» (Mejean et al, 2013, p. 501). Ωστόσο επισημαίνεται ότι η πληροφόρηση από τις διατροφικές ετικέτες αποτελεί μόνο ένα μικρό ποσοστό από τον φόρτο πληροφοριών που δέχονται οι καταναλωτές. Ενδεικτικά τα λογότυπα που εξετάστηκαν παρατίθενται στο Παράρτημα 2 (Mejean et al, 2013, p. 495).

Με βάση τα παραπάνω γίνεται εμφανής τόσο η τάση δημιουργίας σχηματικών και χρωματικών απεικονίσεων ή διαγραμμάτων, προκειμένου να βοηθήσουν τον καταναλωτή σε σύγκριση ανάμεσα σε διάφορα προϊόντα, αλλά και η ταυτόχρονη χρήση πολλών προτύπων διατροφικής ετικέτας.

Η ύπαρξη διαφόρων προτύπων είναι μια αναμενόμενη εξέλιξη, καθώς συντρέχουν οι ακόλουθοι παράγοντες:

- Ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας είναι σχετικά νέος
- Ο θεσμός έχει επεκταθεί σε διεθνές επίπεδο, με διαφορετικά κανονιστικά πρότυπα (πχ ΗΠΑ, ΕΕ, Ασία)
- Ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας ξεκίνησε από ενέργειες διαφόρων φορέων, οι οποίοι δημιουργούσαν διαφορετικά πρότυπα, λογότυπα και σημάνσεις

«Δεν πρέπει να μας προκαλεί έκπληξη, την εποχή εκείνη, ότι η βιομηχανία τροφίμων προσπάθησε με κάθε τρόπο να αποφύγει οποιαδήποτε κανονιστική ρύθμιση του Food & Drug Administration σχετικά με την σήμανση προϊόντων στο μπροστινό μέρος της συσκευασίας προκειμένου να ανταποκριθεί σε ανάγκες του μάρκετινγκ. Το πρώτο πρόγραμμα διατροφικής ετικέτας στο εμπρός μέρος της συσκευασίας πραγματοποιήθηκε το 1995 όχι από την βιομηχανία τροφίμων αλλά από την American Heart Association.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι εταιρίες τροφίμων πλήρωσαν ένα ποσό προκειμένου να αποκτήσουν το σήμα. Μόλις το 2004 η βιομηχανία τροφίμων προχώρησε σε οδηγίες για την δημιουργία διατροφικών ετικετών στο εμπρός μέρος των συσκευασιών «προβάλλοντας έτσι μια υγιεινή επιλογή». Στην προσπάθεια αυτή πρωταγωνίστησε η PepsiCo, μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες τροφίμων και ποτών, με την εισαγωγή του λογότυπου Smart Spot.

Περιγράφοντας το ως ένα απλό σύστημα αναγνώρισης με τη βοήθεια του οποίου οι καταναλωτές θα μπορούν να αναγνωρίζουν τα προϊόντα PepsiCo που συμβάλλουν σε έναν υγιεινό τρόπο ζωής, το λογότυπο Smart Spot εμφανίζεται σήμερα σε 250 προϊόντα της εταιρίας, συμπεριλαμβανομένων και προϊόντων με

αμφισβητούμενη θέση ως προς την υγεία, όπως τα Baked Lay's, Diet Pepsi, Gatorade» (Bellati et al, 2011, p. 516).

Με βάση τα παραπάνω ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας αποτελεί ένα όντως, παρά τα προβλήματα, θετικό βήμα για την προστασία των καταναλωτών και πρόκληση στις επιχειρήσεις. Παράλληλα επισημαίνεται η ανάγκη βελτιώσεων του θεσμού, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη ότι η σχετική νομολογία και τα κανονιστικά πλαίσια είναι σχετικά νέα και υπόκεινται σε αναθεωρήσεις.

Σε ότι αφορά την κατάσταση όπως αυτή διαμορφώνεται στην ευρωπαϊκή αγορά και την Κύπρο, αποκαλυπτική είναι η έρευνα (Bonsmann et al, 2010) σε πανευρωπαϊκό επίπεδο (27 χώρες ΕΕ και Τουρκία) για 37.365 προϊόντα, σε 5 κατηγορίες προϊόντων (μπισκότα, γιαούρτι, δημητριακά, έτοιμα φαγητά και ανθρακούχα αναψυκτικά) αναφορικά με την σήμανση προϊόντων με διατροφική ετικέτα παρουσίασε τα εξής συμπεράσματα (δες αναλυτικά τον πίνακα που παρατίθεται στο Παράρτημα 2):

- 85% των συσκευασιών (εύρος 70%-97%) των προϊόντων περιείχαν σήμανση στο πίσω μέρος για τουλάχιστον ένα από τα συστατικά που περιείχαν.
- 48% των συσκευασιών (εύρος 24%-82%) των προϊόντων περιείχαν σήμανση στο εμπρός μέρος για τουλάχιστον ένα από τα συστατικά που περιείχαν.
- Σε ότι αφορά την Κύπρο, αυτή εμφανίζεται να έχει την προτελευταία θέση σε σήμανση στο πίσω μέρος
- Η σχετική θέση της Κύπρου σε ότι αφορά σήμανση προϊόντων στο εμπρός μέρος είναι σχετικά καλύτερη, αλλά εμφανίζεται μόνο στο 40% των προϊόντων.

Αξίζει να επισημάνουμε το γεγονός ότι το κριτήριο της έρευνας ήταν ο εντοπισμός έστω και της ελάχιστης πληροφορίας διατροφικής αξίας στις συσκευασίες.

Σε περίπτωση όπου τα κριτήρια αποδοχής μιας διατροφικής ετικέτας ήταν πιο απαιτητικά (π.χ. η διατροφική ετικέτα της συσκευασίας να παρέχει κατ' ελάχιστον συγκεκριμένες πληροφορίες και σημάνσεις), ενδεχομένως να αντιμετωπίζαμε μια πολύ διαφορετική εικόνα και σίγουρα πολύ χειρότερη για το σύνολο του δείγματος.

Λαμβάνοντας υπόψη τα συμπεράσματα της έρευνας για το σύνολο της ευρωπαϊκής αγοράς και της Τουρκίας, αντιλαμβανόμαστε ότι για την αγορά της Κύπρου η πρόκληση της διατροφικής ετικέτας είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς:

- Οφείλει να εναρμονιστεί με τις οδηγίες και τα κανονιστικά πλαίσια της Ε.Ε.
- Πέραν των εξαγωγών, η Κύπρος φιλοξενεί μεγάλο αριθμό τουριστών, οι οποίοι ενδεχομένως να έχουν διαφορετικές απαιτήσεις σε ότι αφορά την σήμανση προϊόντων με διατροφική ετικέτα.

Τα παραπάνω θα απαιτήσουν ιδιαίτερη προσπάθεια τόσο για τις επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων – ποτών της Κύπρου, όσο και για τους καταναλωτές, προκειμένου να είναι σε θέση να αξιοποιήσουν τα οφέλη της διατροφικής ετικέτας.

3.1 Διατροφική Ετικέτα και Καταναλωτική Συμπεριφορά

Η Διατροφική ετικέτα έχει σαν σκοπό να ενημερώνει τον καταναλωτή για τις διαθέσιμες επιλογές και να προωθεί έμμεσα την κατανάλωση και παραγωγή υγιεινών προϊόντων (Baltas, 2001) και αποτελούν σημαντικά εργαλεία με δυνατότητα να βελτιώσουν τα διατροφικά οφέλη (Byrd-Bredbenner et al, 2000).

Μελέτες σχετικές με την συμπεριφορά του καταναλωτή, θέτουν ενδιαφέροντα στοιχεία προς διερεύνηση, σε ότι αφορά την αντίληψη των καταναλωτών, για την αξία των τροφίμων και τον τρόπο που η χρήση διατροφικής ετικέτας, επηρεάζει τις αποφάσεις των καταναλωτών.

Σύμφωνα με τον Buttress et al. (2004), μια από τις σημαντικότερες προκλήσεις για την υγεία, είναι η εξεύρεση τρόπων για να βοηθήσουν τους καταναλωτές, να κάνουν τις κατάλληλες επιλογές τροφίμων. Το 2004, η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας (ΠΟΥ) είχε συστήσει ότι η διατροφική ετικέτα ήταν μια μέθοδος για να βοηθήσει το κοινό να κάνει πιο υγιεινή επιλογή τροφίμων.

Η διατροφική ετικέτα, μπορεί επίσης να επηρεάσει σημαντικά, την καταναλωτική συμπεριφορά των καταναλωτών, επειδή κάποιες ενδείξεις αποκαλύπτουν ότι η παροχή διατροφικών πληροφοριών, μπορεί να οδηγεί τους καταναλωτές να αντικαταστήσουν την κατανάλωση των «ανθυγιεινών» προϊόντων με «υγιεινά» προϊόντα (Zarkin & Anderson, 1992). Επιπλέον, επιτρέπει στους καταναλωτές να επιλέγουν τα τρόφιμα που θα καταναλώσουν έχοντας την πλήρη εικόνα της διατροφικής αξίας των προϊόντων (ΑΡΟ, 2002).

Ως εκ τούτου, ο διατροφικός πίνακας μπορεί να θεωρηθεί ως μια μορφή καθοδήγησης για καλύτερη διατροφή και μια πιο υγιεινή ζωή (FDA, 1998), δεδομένου ότι οι καταναλωτές θα έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν τη διατροφή τους, που εξαρτάται εν μέρει από την ποσότητα και την ποιότητα των πληροφοριών που διατίθενται μέσω αρκετών πηγών, συμπεριλαμβανομένου του πίνακα διατροφής στις ετικέτες των τροφίμων (Caswell & Padberg, 1999).

Σε μια προσπάθεια αξιολόγησης της διατροφικής ετικέτας, σε σχέση με την διατροφή, βασισμένος σε μελέτες για την εφαρμογή στις ΗΠΑ, ο Lalor επισημαίνει ότι «το μέτρο για την επιτυχία πρέπει να συμπεριλαμβάνει τον αντίκτυπο στους καταναλωτές.

Καθώς η διατροφική ετικέτα είναι υποχρεωτική στις ΗΠΑ τα τελευταία 24 χρόνια, αναρωτιέται κανείς αν οι καταναλωτές των ΗΠΑ έκαναν καλύτερες διατροφικές επιλογές αυτήν την περίοδο. Αυτό δεν φαίνεται να είναι η πραγματικότητα. Φαίνεται ότι την περίοδο αυτή, παρά την χρήση της διατροφικής ετικέτας, η συνολική κατανάλωση ενέργειας (θερμίδων) εξακολούθησε να αυξάνεται και ο πληθυσμός των ΗΠΑ κατανάλωσε περισσότερους υδατάνθρακες και λίπος» (Lalor, 2014, p. 1).

Επιπλέον, ο Lalor επισημαίνει ότι παράγοντες ιστορικοί και εθνικοί (εθνικά φαγητά), η προμήθεια τροφίμων σε άλλα σημεία (εστιατόρια, κινηματογράφος) και παράγοντες καθημερινότητας, καθώς και η αύξηση του πληθυσμού είναι αναμενόμενο να επηρεάζουν το τελικό αποτέλεσμα κατανάλωσης υδατανθράκων και λίπους στις ΗΠΑ που επισημαίνει ο Lalor, περιορίζοντας τον βαθμό αλληλεπίδρασης της διατροφικής ετικέτας και την συνολική διατροφή του πληθυσμού.

Ο τρόπος που η διατροφική ετικέτα μπορεί να επηρεάσει την συμπεριφορά του καταναλωτή, εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως αυτό αποκαλύπτεται σε διάφορες μελέτες. Επισημάνθηκε ότι παράγοντες όπως ηλικία, μόρφωση και εισόδημα, οικογενειακή κατάσταση είναι σημαντικοί σε ότι αφορά την χρήση της διατροφικής ετικέτας (ιδιαίτερη χρήση και κατανόηση πληροφοριών διατροφικής ετικέτας από νέους, υψηλό επίπεδο μόρφωσης και εισοδήματος και έγγαμους) (Cheong et al, 2013).

Τα συμπεράσματα αυτά είναι συναφή με παλαιότερες έρευνες. «Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι παράγοντες όπως τα συνολικά έξοδα διατροφής εντός οικίας, το εισόδημα, το μέγεθος του νοικοκυριού, η εκπαίδευση, η φυλετική καταγωγή του ηγέτη της οικογενείας, ο βαθμός αστικοποίησης και η περιοχή κατοικίας είναι όλοι σημαντικοί παράγοντες για την χρήση διατροφικής ετικέτας» (Wang et al, 1995, p.379).

Άλλη μελέτη (Byrd-Bredbenner et al, 2000) με έμφαση στην χρήση διατροφικής ετικέτας από τον γυναικείο πληθυσμό τονίζει πως ενώ σε γενικές γραμμές τα αποτελέσματα είναι θετικά (οι γυναίκες διαβάζουν τις διατροφικές ετικέτες και λαμβάνουν υπόψη τις πληροφορίες που αναγράφονται στις αγορές τους) υπάρχουν συγκεκριμένες ομάδες οι οποίες δίνουν πολύ μικρότερη σημασία στην διατροφική ετικέτα, κυρίως σε μεγάλες ηλικίες, χαμηλότερου επιπέδου μόρφωσης και όσες ήδη θεωρούν πως η υγεία τους δεν είναι καλή.

Επίσης έχει επισημανθεί το γεγονός ότι ο καταναλωτής περιορίζει αρκετά ο ίδιος το εύρος των επιλογών του - έχει συνήθως προαποφασίσει το συγκεκριμένο επώνυμο προϊόν (brand) το οποίο θα αγοράσει σε κάθε κατηγορία προϊόντων (κατά μέσο όρο επιθεωρεί 1-2 επώνυμα προϊόντα (brands) ανά

αγορά). (Kahn, 1999). Σε ένα βαθμό αυτό είναι και αναμενόμενο καθώς με την πάροδο του χρόνου ο καταναλωτής έχει καταλήξει σε συγκεκριμένες επιλογές για την κάλυψη καθημερινών αναγκών όπως η διατροφή, και για εξοικονόμηση χρόνου.

Σε ότι αφορά την χρήση της διατροφικής ετικέτας σε διαφορετικές χώρες, πρέπει να επισημάνουμε ότι οι διατροφικές συνήθειες διαφέρουν από χώρα σε χώρα, καθώς ιστορικοί, διατροφικοί και εθιμικοί παράγοντες διαμορφώνουν διαφορετικές αντιλήψεις και παραδοσιακά τρόφιμα.

Η αντίληψη για το ίδιο το βασικό προϊόν αλλάζει ανάμεσα σε διαφορετικές χώρες, γεγονός που σαφώς επηρεάζει την διατροφική αξία και την σημασία της διατροφικής ετικέτας ανά περίπτωση. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Για παράδειγμα, η αγορά γιαουρτιού, με έμφαση για την Γαλλία στην υγεία και στο απλό γιαούρτι, στο Ηνωμένο Βασίλειο με έμφαση στο φρούτο ως απόλαυση ή στις γεύσεις (χωρίς φρούτα) ως προϊόν κατάλληλο για δίαιτα, στην Ισπανία και Πορτογαλία με άρωμα (χωρίς φρούτα) κατάλληλο για όλες τις ηλικίες. (Kapferer, 1999).

Ακόμη και η σχέση τιμής και διατροφικής αξίας δεν είναι σταθερή, όπως έδειξε μελέτη της γαλλικής αγοράς. «Ειδικά για κατηγορίες γαλακτοκομικών, όπως το γιαούρτι, μελέτες έδειξαν ότι οι πιο οικονομικές λύσεις δεν είναι ξεκάθαρα χαμηλότερης διατροφικής αξίας σε σχέση τα πιο ακριβά προϊόντα στην ίδια κατηγορία. Σημαντικές διαφοροποιήσεις παρατηρήθηκαν ανάμεσα σε επώνυμα προϊόντα σε ότι αφορά την διατροφική τους αξία. (Menard et al, 2012, p. 326)»

Ωστόσο, τα αποτελέσματα χρήσης της διατροφικής ετικέτας δεν αποτελούν ουσιαστικό παράγοντα καταναλωτικής συμπεριφοράς, ικανό να αλλάξει σε μεγάλο βαθμό τις επιλογές των καταναλωτών, τουλάχιστον όταν αναφερόμαστε στις συνήθειες του συνόλου του καταναλωτικού κοινού για ορισμένες κατηγορίες.

«Συνολικά σχεδόν οι μισοί συμμετέχοντες δεν ήταν σε θέση να προσδιορίσουν τις θερμίδες σε ευρείας κατανάλωσης συσκευασίες αναψυκτικών μέσω των διατροφικών ετικετών. Επιπρόσθετα, μόνο ένας στους δέκα Καναδούς γονείς παιδιών ηλικίας 4-10 ετών μπορούσε να προσδιορίσει το περιεχόμενο των θερμίδων όταν η προσφερόμενη ποσότητα είναι μικρότερη από το σύνολο της συσκευασμένης» (Vanderlee et al, 2012 p. 330).

Οι παραπάνω έρευνες επιβεβαιώνουν προηγούμενες μελέτες για την αξία της σήμανσης των τροφίμων με διατροφικές ετικέτες και τονίζουν την σημασία του εκπαιδευτικού συστήματος στο σύνολο του, και της σημασίας εποπτείας της αγοράς τροφίμων σε ότι αφορά τα διαφημιστικά μηνύματα. «Τα χαμηλά επίπεδα γνώσης και αριθμητικής ικανότητας που παρουσιάστηκαν κατά την έρευνα αντιπροσωπεύουν μια αποτυχία του εκπαιδευτικού συστήματος.

Υπεύθυνοι επίσης είναι οι κατασκευαστές τροφίμων των οποίων οι προωθητικές ενέργειες ήταν παραπλανητικές και συχνά αποσιωπούσαν την διατροφική αξία των προϊόντων» (Daly 1976, p. 177). Το γεγονός ότι καταλήγουν σε παρόμοια συμπεράσματα μελέτες με χρονική απόσταση άνω των 30 ετών, σε παρόμοιες περιοχές (ΗΠΑ-Καναδάς), αποτελεί σαφή ένδειξη της διαχρονικότητας του ζητήματος.

«Σε προσπάθεια διερεύνησης κατά πόσο η πληροφόρηση στην διατροφική ετικέτα έχει επίδραση στην αγοραστική συμπεριφορά, τέθηκε το ερώτημα για την αντίδραση των αγοραστών όπου ανακάλυπταν διαβάζοντας την ετικέτα ότι το αγαπημένο τους σνακ περιείχε 400 θερμίδες. Η μεγάλη πλειοψηφία (65%) απάντησε ότι και πάλι θα έτρωγε το σνακ. 26% απάντησε ότι πιθανώς θα το έτρωγε, και μόνο μια μικρή μειοψηφία (9%) απάντησε αρνητικά». (Godwin et al, 2006, p. 79)

Η βιβλιογραφική έρευνα έχει επισημάνει την ύπαρξη διαφορετικών προτύπων και σημάνσεων, και έχει επισημανθεί η ανάγκη διαμόρφωσης ενός κοινού πλαισίου. Η ανάγκη απλοποίησης και διαμόρφωσης ενός κοινού προτύπου διατροφικής ετικέτας, τοποθετημένης στο εμπρός μέρος της συσκευασίας, η οποία να έχει κοινή μορφοποίηση και να λαμβάνει υπόψη τα επιστημονικά δεδομένα, επισημαίνεται (Emrich et al, 2012).

Στα ίδια συμπεράσματα σχετικά με την ανάγκη ενοποίησης των επιμέρους συμβόλων στις διατροφικές ετικέτες καταλήγουν και άλλες μελέτες (Roberto et al, 2014).

«Η έρευνα παρέχει απόδειξη ότι η εισαγωγή διατροφικών ετικετών τύπου “traffic lights” δεν είχε πραγματική επιρροή στις πωλήσεις ετοιμών φαγητών και σάντουιτς σε συγκεκριμένο λιανοπωλητή στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Παρά το γεγονός ότι τα αποτελέσματα χρειάζονται περισσότερη επεξεργασία σε άλλα πλαίσια, σε άλλες κατηγορίες τροφίμων και σε μεγαλύτερη χρονική περίοδο, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η χρήση διατροφικών ετικετών στο εμπρός μέρος της συσκευασίας στο παρόν επίπεδο χρήσης δεν είναι αρκετό για να αλλάξει την καταναλωτική συμπεριφορά σε κύριο βαθμό. (Sacks et al, 2009, p.351)»

Η παραπάνω επισήμανση έρχεται να ενισχύσει αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών τα οποία παρουσιάστηκαν σε ότι αφορά περιορισμούς των ωφελειών και της αλλαγής συμπεριφοράς καταναλωτών από την χρήση της διατροφικής ετικέτας.

Ιδίως σε συνδυασμό με το γεγονός ότι συνήθως ο καταναλωτής έχει ήδη περιορίσει το εύρος του σε ένα ή δυο προϊόντα ανά κατηγορία, καθώς επίσης και το πλήθος των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες την στιγμή της αγοράς, καθώς και την διαφορετική δυνατότητα κατανόησης πληροφοριών και ευαισθητοποίησης από πλευράς καταναλωτών.

Ένα ωστόσο σημαντικό πλεονέκτημα της διατροφικής ετικέτας, το οποίο δεν έχει διερευνηθεί σε σημαντικό βαθμό, αποτελεί το γεγονός ότι οι εταιρίες, ακριβώς λόγω της χρήσης της διατροφικής ετικέτας, «προχωρούν σε αλλαγές των διατροφικών τους προϊόντων, με στόχο να αποφύγουν αρνητικές δημόσιες σχέσεις στην διατροφική ετικέτα και την μεγαλύτερη ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού για θέματα διατροφικής υγείας». (Sacks et al, 2009, p.351)

Υπάρχουν ωστόσο επιφυλάξεις και ως προς ορισμένες αλλαγές στην σύσταση προϊόντων. «Ο επανασχεδιασμός συνταγής του επεξεργασμένου φαγητού είναι μια διαδικασία αντίδρασης και δεν οδηγεί απαραίτητα σε ένα πιο υγιεινό προϊόν.» (Bellatti et al, 2011 p. 519).

Οι ερευνητές αναφέρουν σειρά παραδειγμάτων, όπως η αντικατάσταση ζάχαρης με τεχνητά γλυκαντικά, η προσθήκη γραμμαρίων φυτικών ινών σε δημητριακά τα οποία βοηθούν την χώνεψη αλλά δεν είναι ισοδύναμα με κανονικό γεύμα δημητριακών, το οποίο παρέχει μεταλλικά στοιχεία, αντιοξειδωτικά και φυτικά στοιχεία.

Επίσης βιταμίνες όπως η Ε χρειάζεται και άλλα στοιχεία προκειμένου να απορροφηθεί από τον ανθρώπινο οργανισμό. «Όταν η βιταμίνη Ε απομονωθεί και προστεθεί σε τρόφιμα, (όπως σε προϊόντα της Kraft – Jell-O) τα οφέλη για την υγεία σε μεγάλο βαθμό εκμηδενίζονται.» (Bellatti et al, 2011 p. 519)

Επιπρόσθετα τα ίδια τα κανάλια διανομής, όπως διαμορφώνονται μπορούν να επηρεάσουν την χρήση της διατροφικής ετικέτας. Σε πολλές περιπτώσεις, συγκεκριμένα είδη τροφίμων, τα κανάλια διανομής εμφανίζονταν διαφορετικά, είτε για ιστορικούς λόγους είτε λόγω κανονιστικών πλαισίων.

Στις περιπτώσεις αυτές, όπως είναι φυσικό, η διατροφική αξία συγκεκριμένων προϊόντων διαφοροποιείται σημαντικά.

Ως παραδείγματα μπορούμε να αναφέρουμε την πώληση γιαουρτιού και μεταλλικού νερού από τα φαρμακεία στην Γαλλία (Karferer, 1999), γεγονός που στην συνείδηση του καταναλωτή τα κατέστησε σύμβολα καλής υγείας. Παράλληλα οι ίδιοι οι καταναλωτές εμφανίζονται πιο ενημερωμένοι και απαιτητικοί, ικανοί να διακρίνουν ποιο προϊόν τους παρέχει μεγαλύτερη αξία (Hoch & Raju, 1999).

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω συμπεράσματα συμπεριφοράς καταναλωτών, μπορούμε να εξάγουμε τα παρακάτω συμπεράσματα και υποθέσεις έρευνας:

α) Ο ρόλος του γενικότερου μάρκετινγκ και διαφήμισης είναι σημαντικός παράγοντας, καθώς ο καταναλωτής εμφανίζεται να έχει προαποφασίσει την αγορά ενός ή δύο επώνυμων προϊόντων ανά κατηγορία.

β) Ο ρόλος των ιδιωτικών προϊόντων είναι σημαντικός, καθώς και οι επιμέρους παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν την προτίμηση τους από τους καταναλωτές. Καθώς υπερτερούν ως προς την τιμή (στην αντίθετη περίπτωση δεν θα είχαν λόγο ύπαρξης) η πρόκληση που αντιμετωπίζουν είναι να πείσουν τον καταναλωτή ότι μπορούν και σε επίπεδο ποιότητας να ανταγωνιστούν τα επώνυμα προϊόντα. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας δεν εφαρμόζουν στρατηγικές οικοδόμησης επωνυμίας (brand name).

Η διατροφική ετικέτα και οι πληροφορίες που περιέχονται σε αυτήν αποτελούν την καλύτερη μορφή πληροφόρησης για τα ποιοτικά τους χαρακτηριστικά που μπορούν να παρέχουν στους καταναλωτές.

γ) Ο ρόλος του καναλιού διανομής είναι σημαντικός παράγοντας, καθώς μπορεί να τοποθετήσει προϊόντα είτε ανά προμηθευτή και ετικέτα (Brand) είτε ανά κατηγορίες προϊόντων. Στην πρώτη περίπτωση, είναι λογικό να υποτεθεί ότι πλεονεκτούν εταιρίες οι οποίες έχουν εκτεταμένες κατηγορίες προϊόντων, και ότι η σύγκριση ανάμεσα σε ομοειδή προϊόντα διαφορετικών παραγωγών είναι για τον καταναλωτή πολύ δυσκολότερη και χρονοβόρα. Αντίθετα στην δεύτερη περίπτωση η σύγκριση πληροφοριών μπορεί να πραγματοποιηθεί ευκολότερα.

3.2 Διατροφική Ετικέτα και Στρατηγικές Μάρκετινγκ

Ο ρόλος της διατροφικής ετικέτας σε ότι αφορά τις στρατηγικές μάρκετινγκ των εταιριών τροφίμων έχει επισημανθεί σε προηγούμενες μελέτες, Η διατροφική ετικέτα επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τον τρόπο που οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται την αξία του προϊόντος. (Nancarrow et al, 1998). Περεταίρω μελέτες (Lobstein et al, 2008, p. 338) επεσήμαναν τα οφέλη που παρουσιάζει η χρήση διατροφικής ετικέτας για τις εταιρίες τροφίμων, ως εξής:

- Καθαρά και συναφή μηνύματα και συμβουλές σε καταναλωτές
- Καθορισμός Στάνταρ για μαζικό κέτερινγκ
- Καθορισμός Στάνταρ για διαφημίσεις και προώθηση σε παιδιά
- Εκτίμηση τάσεων πληθυσμού σε θέματα διατροφής
- Ευκαιρίες μάρκετινγκ για προϊόντα με βάση νέες συνταγές (επανασχεδιασμένα) και πιο υγιεινές γραμμές προϊόντων
- Ευκολία ελέγχου για αποφυγή παραπλανητικών μηνυμάτων

Πρόσθετα οφέλη περιλαμβάνουν οφέλη για επενδυτές (εκτίμηση προϊόντων των εταιριών), ευκολία χάραξης πολιτικής (πολιτικές υγείας, επιδότηση ή φορολόγηση τροφίμων).

Η εμπειρία από συγκεκριμένες στρατηγικές μάρκετινγκ εταιριών παρουσιάζει ενδιαφέρον (Kahn, 1999). Αξίζει να σημειωθεί εδώ η περίπτωση της Kellogg Company, η οποία προχώρησε σε συνεργασία με το National Cancer Institute των ΗΠΑ, σε διαφημιστική καμπάνια ενημέρωσης τον Οκτώβριο 1984, σχετικά με τις θετικές επιπτώσεις για τον ανθρώπινο οργανισμό από την κατανάλωση φυτικών ινών σε σχέση με την εμφάνιση καρκίνου εντέρου.

Ο λόγος που η συγκεκριμένη καμπάνια αποτελεί σημείο αναφοράς είναι ότι προηγουμένως ήταν παράνομη στις ΗΠΑ η οποιαδήποτε αναφορά σε θέματα υγείας σε ότι αφορά διαφήμιση τροφίμων.

Η Kellogg παράλληλα με την ενημέρωση του κοινού προώθησε το δικό της προϊόν «All Bran». Το 1985 η Kellogg περιέλαβε στην προώθηση και άλλα προϊόντα δημητριακών πλούσια σε φυτικές ίνες, και παράλληλα άλλοι ανταγωνιστές προχώρησαν σε παρόμοιες προωθητικές ενέργειες σε προϊόντα της ίδιας κατηγορίας.

Στην συνέχεια η Federal Trade Commission (ΗΠΑ) διαπίστωσε τα παρακάτω:

Κατά την περίοδο απαγόρευσης παροχής πληροφοριών υγείας από τους παραγωγούς τροφίμων και πριν την καμπάνια της Kellogg (1984), ήταν δύσκολο για τους καταναλωτές:

- να έχουν πρόσβαση στη σχετική πληροφόρηση σε ότι αφορά την διατροφική αξία των τροφίμων
- να κατανοήσουν την σημασία της αξίας των πληροφοριών που παρέχονταν σχετικά με την διατροφική αξία των τροφίμων
- να αλλάξουν στη συνέχεια τις διατροφικές τους συνήθειες στρεφόμενοι σε πιο υγιεινές επιλογές
- σε όλη αυτήν την περίοδο απαγόρευσης οι ευαίσθητοι σε θέματα διατροφής καταναλωτές αναζητούσαν πληροφορίες οι οποίες ήταν δύσκολο να βρεθούν και άλλαζαν ευκολότερα τις διατροφικές τους συνήθειες, αλλά το ποσοστό αυτών των καταναλωτών παρέμενε σταθερό, καθώς και η κατανάλωση τροφών πλούσιων σε φυτικές ίνες.
- υπήρξε πολύ μεγάλη διαφοροποίηση μεταξύ των καταναλωτών στη σημασία που απέδιδαν στην υγιεινή διατροφή.

Με την άρση της απαγόρευσης και την καμπάνια της Kellogg (1984) τα δεδομένα άλλαξαν ως εξής:

- Παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση της κατανάλωσης προϊόντων πλούσιων σε φυτικές ίνες.
- η πρόσβαση στην πληροφορία της διατροφικής αξίας ήταν πλέον εύκολη, και κατά συνέπεια πολύ μεγαλύτερο τμήμα καταναλωτών συνειδητοποίησε την διατροφική αξία των φυτικών ινών και άλλαξε τον τρόπο διατροφής.

Ως συμπεράσματα εξάγεται ότι: (Kahn 1999):

α) οι καταναλωτές πιθανότατα θα ανταποκριθούν θετικά σε πληροφορίες που θέτουν στην διάθεση τους οι διαφημιζόμενοι, οι οποίες και έχουν σημασία για τους ίδιους, και για τις οποίες είναι δύσκολη η απόκτηση τους.

β) Οι ίδιοι οι καταναλωτές δεν είναι διατεθειμένοι να αναζητήσουν ενεργά πληροφορίες οι οποίες αποκτούνται με δυσκολία ή κόστος, αλλά ανταποκρίνονται θετικά όταν η πληροφορία είναι διαθέσιμη εύκολα και χωρίς κόστος για τους ίδιους.

Παράλληλα βλέπουμε στην παραπάνω περίπτωση της Kellogs τον τρόπο που άρχισε να διαμορφώνεται, από επιμέρους ενέργειες εταιριών και φορέων, συχνά με κύριο στόχο την προώθηση συγκεκριμένων προϊόντων, ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας και κυρίως, άρχισε να αλλάζει το κανονιστικό πλαίσιο στις ΗΠΑ με την άρση απαγόρευσης αναφοράς σε ζητήματα υγείας, γεγονός που επέτρεψε την δημιουργία του θεσμού της διατροφικής ετικέτας.

Πολιτισμικοί και κοινωνικοί παράγοντες δείχνουν να επηρεάζουν επίσης τις διατροφικές πληροφορίες που ενδιαφέρουν τους καταναλωτές αλλά και τις επιχειρήσεις, και κατά συνέπεια την διαθέσιμη πληροφόρηση στις διατροφικές ετικέτες.

«Στην Κίνα, ούτε οι καταναλωτές ούτε οι επιχειρήσεις δίνουν ιδιαίτερη προσοχή σε θερμίδες, λίπος, ζάχαρη και σόδα σε συσκευασμένα φαγητά. Π.χ. τα τρανς λιπαρά αναγράφονται σε 12% στις ετικέτες των ΗΠΑ, και μόνο σε 1% στα δεδομένα της έρευνας μας» (Shengfeng et al, 2011, p. 8). Ωστόσο η Κίνα δείχνει να βρίσκεται σε πιο πρώιμο επίπεδο εφαρμογής. Σύμφωνα με άλλες μελέτες, «οι έφηβοι δεν γνωρίζουν ή κατανοούν τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας και σπάνια τις διαβάζουν». (Hawkes, 2008, p. 159).

Επίσης η ίδια η φύση των προϊόντων διατροφής και η πολυπλοκότητα των συσκευασμένων τροφίμων συνεπάγεται αντίστοιχη δυσκολία στην χρήση της διατροφικής ετικέτας. «Πρόσθετες δυσκολίες στην χρήση της διατροφικής

ετικέτας προκύπτουν σε σύνθετες αναζητήσεις, όπου ορισμένα θρεπτικά συστατικά είναι υψηλά σε ένα προϊόν και ορισμένα άλλα σε ένα άλλο. Σε αυτές τις περιπτώσεις, όπου η σωστή απάντηση δεν είναι άμεσα εμφανής, οι συμμετέχοντες στην έρευνα διαμόρφωσαν στρατηγικές για να καταλήγουν σε απόφαση αγοράς.

Στις συγκεκριμένες περιπτώσεις οι καταναλωτές είτε προσπαθούσαν να αποφασίσουν ποιά από τα χαρακτηριστικά είχαν ιδιαίτερη αξία για τους ίδιους (ζάχαρη, λίπος ή κορεσμένα λίπη και αλάτι) είτε ποιά συστατικά να είναι χαμηλά, ανάλογα με τις προσωπικές ιδιαιτερότητες ή την κατάσταση της υγείας τους. Ωστόσο ο πλέον συνηθισμένος τρόπος επιλογής ήταν η επιλογή ενός ή δυο συστατικών ως κριτήρια υγείας και η επιλογή με βάση αυτά.» (Draper et al 2013, p. 519).

Οι προβληματισμοί για την αποτελεσματικότητα της διατροφικής ετικέτας ως μέτρου για την αλλαγή της διατροφικής συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι εμφανής στην βιβλιογραφία. «Οι νέοι κανονισμοί διατροφικής ετικέτας θα παρέχουν στους καταναλωτές περισσότερη πληροφόρηση σχετικά με τη σύνθεση των τροφών τους και έχει τη δυνατότητα να τους βοηθήσει να κάνουν επιλογές διατροφής έχοντας περισσότερη πληροφόρηση. Αλλά η πληροφόρηση σε ετικέτες τροφίμων δεν είναι αρκετή.

Η χρήση διατροφικών πληροφοριών αποτελεί μια πραγματικότητα σε ότι αφορά τη διατροφική εκπαίδευση, ιδίως σε ανθρώπους με ιδιαίτερες διατροφικές ανάγκες, αλλά υπάρχει ανάγκη για συνδυασμό διατροφικής ετικέτας και μιας πιο ολοκληρωμένης διατροφικής εκπαίδευσης.» (Irwin 2002, p. 50)

Μάλλον η ιδανική σύνοψη των ερευνών σχετικά με την αποτελεσματικότητα της διατροφικής ετικέτας είναι η ακόλουθη: «Οι διατροφικές ετικέτες έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν τις επιλογές των καταναλωτών, υπό την προϋπόθεση ότι οι καταναλωτές εκτιμούν την διατροφική αξία των τροφίμων και διαθέτουν την γνώση και την αριθμητική ικανότητα να κατανοήσουν και να χρησιμοποιήσουν την πληροφορία». (Swartz et al, 2013, p.6)

Με βάση την παραπάνω ακαδημαϊκή ανασκόπηση, μπορούμε να συμπεράνουμε πως ο τρόπος που η διατροφική ετικέτα επηρεάζει τις αγοραστικές και διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως:

- Ο τρόπος τοποθέτησης προϊόντων από το κανάλι διανομής
- Η προηγούμενη στάση του καταναλωτή και συγκεκριμένα η ευαισθησία του σε θέματα υγιεινής διατροφής
- Η ευκολία με την οποία ο καταναλωτής συγκεντρώνει τις πληροφορίες που αναγράφονται στην διατροφική ετικέτα.
- Η ισχύς επωνύμων προϊόντων στην τοπική αγορά.
- Η γενικότερη στάση του καταναλωτή ως προς την διατροφή, οι γνώσεις και οι ευαισθητοποίηση του.
- Η αντίληψη του καταναλωτή για συγκεκριμένα προϊόντα ως υψηλής αξίας, είτε για λόγους διατροφής είτε για άλλους λόγους (παράδοση, αντίληψη για το ίδιο το προϊόν).

Κεφάλαιο 4

Εμπειρική Ανάλυση

4.1 Βασικά ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση την παραπάνω ακαδημαϊκή έρευνα και τη βιβλιογραφική ανασκόπηση που παρουσιάστηκε διεξοδικά προκύπτουν τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα προς μελέτη και τα όποια διατυπώνονται πιο κάτω:

- 1) Οι ενήλικοι κύπριοι καταναλωτές διαβάζουν και κατανοούν επαρκώς την πληροφορία που αναγράφεται στην διατροφική ετικέτα των τροφίμων;
- 2) Οι πληροφορίες της διατροφικής αξίας των τροφίμων αποτελεί κύριο παράγοντα αγοραστικής απόφασης για τους κύπριους καταναλωτές;
- 3) Η διατροφική ετικέτα σε ποιο βαθμό επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών;
- 4) Για ποιούς λόγους θεωρείται σημαντική ή μη, η διατροφική ετικέτα στους κύπριους καταναλωτές;
- 5) Ποιο είδος διατροφικής ετικέτας είναι πιο ελκυστικό στους ενήλικες κύπριους καταναλωτές;

Η παρούσα μελέτη προτίθεται να απαντήσει στα παραπάνω ερωτήματα και να εξάγει συμπεράσματα σχετικά με την επίδραση της διατροφικής ετικέτας και την συμπεριφορά των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών σύμφωνα με το δείγμα που θα παρθεί από σχετικά ερωτηματολόγια που θα διανεμηθούν στο καταναλωτικό κοινό της επαρχίας Λευκωσίας.

4.2 Μεθοδολογία Έρευνας

Η συλλογή των δεδομένων, έγινε με την χρήση αυτοσυμπληρόμενων ερωτηματολογίων, τα οποία μοιράστηκαν και συλλέχτηκαν από το επιλεγμένο δείγμα, που αφορούσε τους ενήλικους Κύπριους καταναλωτές της επαρχίας Λευκωσίας, συγκεντρώνοντας έναν συνολικό αριθμό 100 ερωτηματολογίων.

Περίπου 70 ερωτηματολόγια δόθηκαν δια χειρός σε καφετέριες, υπεραγορές και άλλα κέντρα μαζικής εστίασης της επαρχίας Λευκωσίας. Τα υπόλοιπα στάλθηκαν για να απαντηθούν ηλεκτρονικά μέσω email αλλά και μέσω αποστολής του σχετικού ηλεκτρονικού συνδέσμου σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η δημιουργία του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου έγινε στο Google Docs. Πάνω στο ερωτηματολόγιο, αναφέρονταν ξεκάθαρα τα κριτήρια εισαγωγής και αποκλεισμού, με σκοπό να μην απαντηθεί από άτομα που δεν ανήκουν στο επιθυμητό δείγμα.

Σε ότι αφορά το μέγεθος του δείγματος, ο αριθμός 100 συμπληρωμένων ερωτηματολογίων κρίνεται επαρκής, για εξαγωγή συμπερασμάτων τόσο σε ότι αφορά βασικά συμπεράσματα περιγραφικής στατιστικής, αλλά επιπροσθέτως για την διερεύνηση συσχετίσεων ανάμεσα στις διάφορες μεταβλητές και την εξέταση της αλληλεπίδρασης μεταξύ των μεταβλητών.

Το ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε για αυτή την έρευνα, είναι κλειστού τύπου και αποτελείται από 2 μέρη και συνολικά 24 ερωτήσεις, εκ των οποίων 17 ερωτήσεις απλής επιλογής και 7 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. Το πρώτο μέρος αφορά 5 ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα. Περιέχει ερωτήσεις συλλογής δεδομένων, σχετικές με το φύλο, την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, την εκπαίδευση και το επάγγελμα του ερωτώμενου. Το δεύτερο μέρος αποτελείται από 19 ερωτήσεις επιλογής, κατάλληλες για να απαντηθούν τα 5 βασικά ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας.

Οι ερωτήσεις είναι απλές και κατανοητές, έτσι ώστε να απαντηθούν με ευκολία από το δείγμα που έλαβε μέρος. Ο χρόνος που απαιτήθηκε για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων ήταν περίπου 12 λεπτά.

Για την πιλοτική έρευνα, δόθηκαν 5 ερωτηματολόγια δια χειρός, στον επιλεγμένο πληθυσμό και στάλθηκαν ακόμη 5 με ηλεκτρονικό τρόπο. Και τα 10 άτομα συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο εντός χρόνου 12 λεπτών, χωρίς να χρειαστεί οποιαδήποτε διευκρίνιση από τον ερευνητή. Αυτό έδειξε ότι το ερωτηματολόγιο ήταν κατανοητό και έτσι δόθηκε χωρίς τροποποιήσεις. Τα ερωτηματολόγια της πιλοτικής έρευνας, λήφθηκαν υπόψη στο τελικό δείγμα.

Δεν επιστράφηκαν κενά ερωτηματολόγια. Το σύνολο των ερωτηματολογίων που συγκεντρώθηκε αποτελεί και τον συνολικό αριθμό των ερωτηματολογίων που αποστάλθηκαν, συνεπώς δεν υπάρχει θέμα bias (προκατάληψης) για την επιλογή του δείγματος και την αξιοπιστία των στοιχείων, καθώς και δεν υπάρχει ζήτημα ελέγχου σχετικά με την επιστροφή ερωτηματολογίων από το σύνολο ή επιμέρους ομάδες πληθυσμού. Από την άποψη αυτή, δηλαδή της συλλογής δεδομένων από τον πληθυσμό - δείγμα θεωρείται ιδιαίτερα αξιόπιστο.

Αξιολόγηση, Ελλιπή μη-δεδομένα και Καθαρισμός δεδομένων: Ελάχιστες ήταν οι περιπτώσεις όπου τα δεδομένα παρουσίαζαν ζήτημα αξιολόγησης ή έλλειψης. Δεν παρουσιάστηκαν λανθασμένα δεδομένα. Ελάχιστες ήταν οι περιπτώσεις όπου δεν υπήρξε δεδομένο (ως δεδομένο ορίζουμε την απάντηση σε συγκεκριμένη ερώτηση). Ο μέγιστος αριθμός μη-δεδομένων ανά ερώτηση ήταν τρία (3) ποσοστό που κρίθηκε μη σημαντικό (3% του δείγματος) και αυτό μόνο σε 1 ερώτημα (21), και με 2 μη-δεδομένα στο ερώτημα 6. Τα ερωτήματα 4, 11, 12, 13 είχαν μόνο 1 μη-δεδομένο, ποσοστό 1%.

Σε όλες τις περιπτώσεις ανάλυσης μεταβλητών, η μέθοδος που επιλέχτηκε για τα μη-δεδομένα ήταν η παράλειψη της συγκεκριμένης παρατήρησης από την εξέταση και συσχέτιση μεταξύ μεταβλητών.

Εκ νέου η απόφαση αυτή δεν χαρακτηρίζεται ως στατιστικά σημαντική, καθώς οι κυρίαρχες τάσεις είναι εμφανής για τα θέματα που εξετάζονται, ήδη από το επίπεδο της περιγραφικής στατιστικής, η δε επίδραση τους σε ζητήματα συσχέτισης μεταβλητών κατά την φάση της στατιστικής ανάλυσης περιορίζεται σε ένα μέγιστο 2% σε ζήτημα όπου η διαφαινόμενη τάση ξεπερνά το 80%, ενώ στις υπόλοιπες περιπτώσεις περιορίζεται στο 1%.

Τα δεδομένα κωδικοποιήθηκαν και ενσωματώθηκαν σε λογισμικό στατιστικής ανάλυσης. Για τους σκοπούς της στατιστικής ανάλυσης τα ερωτήματα πολλαπλής επιλογής χωρίστηκαν σε ξεχωριστά ερωτήματα, τα οποία στην συνέχεια αναλύθηκαν, προκειμένου να εντοπιστούν συσχετίσεις των μεταβλητών, οι οποίες δεν εντοπίστηκαν σε επίπεδο περιγραφικής στατιστικής.

Σε ότι αφορά την συσχέτιση μεταβλητών μεταξύ τους χρησιμοποιήθηκε η συσχέτιση (Pearson Correlation) η οποία αποκαλύπτει τον βαθμό εξάρτησης ανάμεσα σε 2 μεταβλητές (με γραμμικό τρόπο) και την σχέση της συσχέτισης (ανάλογη ή αντιστρόφως ανάλογη, με θετικό ή αρνητικό πρόσημο αντίστοιχα).

Για την ανάλυση των δεδομένων λήφθηκαν υπόψη τόσο τα αποτελέσματα της Περιγραφικής Στατιστικής, όπως αυτά εξάγονται από το ερωτηματολόγιο, όσο και Περαιτέρω Στατιστική ανάλυση Συσχέτισης Δύο Μεταβλητών (Bivariate correlation). «Η συσχέτιση δυο μεταβλητών ελέγχει την δύναμη της σχέσης ανάμεσα στις δύο μεταβλητές χωρίς να λαμβάνει υπόψη τις επιδράσεις κάποιων άλλων μεταβλητών στην σχέση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές που εξετάζονται.» (Gaur et al 2009, p. 100). Ο έλεγχος πραγματοποιήθηκε με λογισμικό στατιστικής ανάλυσης SPSS (έκδοση 17η).

Συσχέτιση η οποία είναι κοντά στο 1 ή -1 (ή άνω του (+/-) 0,75 είναι ισχυρή, συσχέτιση κοντά στο 0 είναι ανύπαρκτη ή ιδιαίτερα ασθενής), σχετικά ισχυρές οι συσχετίσεις στο επίπεδο (+/-) 0,6-0.75. Ο όρος «στατιστικά σημαντικός» επιτρέπει την γενίκευση του αποτελέσματος στο σύνολο του πληθυσμού, καθώς επιτρέπει την απόρριψη της υπόθεσης μη συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών σε ορισμένο επίπεδο σημαντικότητας. (Rumsey 2009)

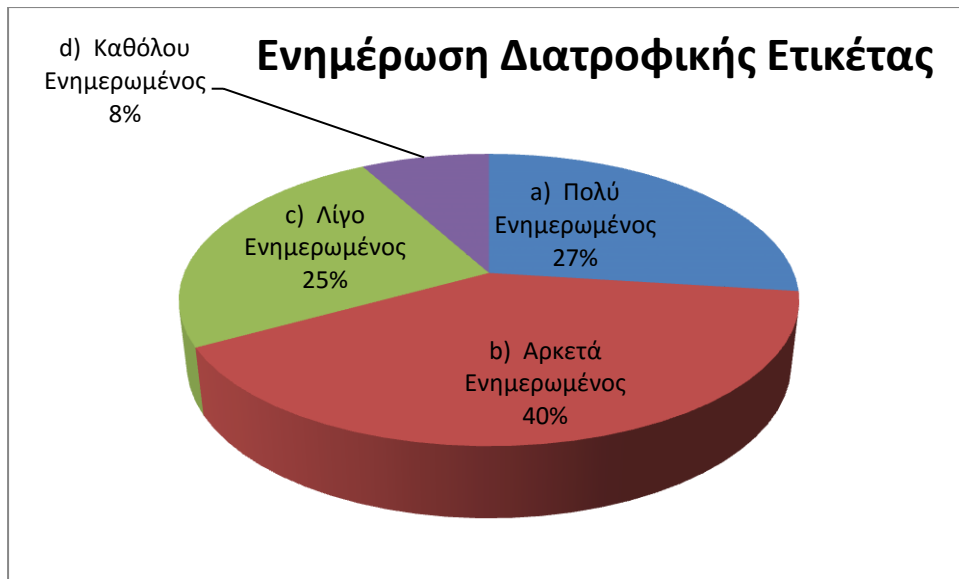
4.3 Αποτελέσματα

Πιο κάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των πέντε βασικών ερωτημάτων, όπως αυτά εξάγονται από τις απαντήσεις του δείγματος. Τα αποτελέσματα περιλαμβάνουν διαγράμματα από τα στοιχεία της περιγραφικής στατιστικής καθώς και συγκεντρωτικούς πίνακες των αποτελεσμάτων των συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών. Για την χαρακτηρισμό και την εξήγηση των σχέσεων ως ισχυρών, ασθενών και στατιστικά σημαντικών χρησιμοποιούμε τους ορισμούς που παρουσιάστηκαν παραπάνω.

4.3.1 Οι ενήλικοι κύπριοι καταναλωτές διαβάζουν και κατανοούν επαρκώς την πληροφορία που αναγράφεται στην διατροφική ετικέτα των τροφίμων;

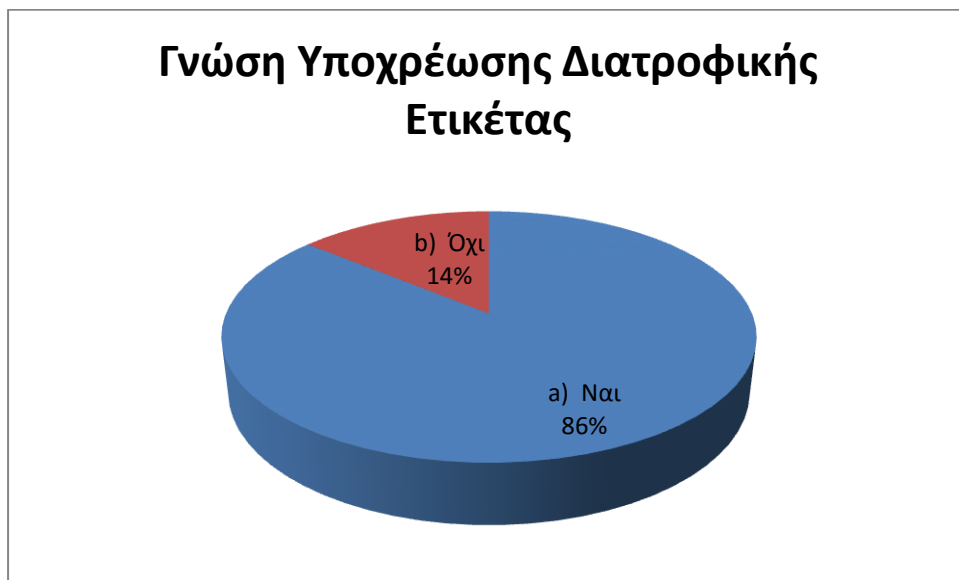
Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι κύπριοι καταναλωτές διαβάζουν και κατανοούν την πληροφορία που αναγράφεται στην διατροφική ετικέτα.

Από το σύνολο των καταναλωτών το 67% δηλώνει αρκετά και πολύ καλά ενημερωμένος για τα θέματα Διατροφικής Ετικέτας (ερώτημα 8) με μόλις 8% μη ενημερωμένος και 25% ελάχιστα ενημερωμένος.



Διάγραμμα 1: Ενημέρωση Διατροφικής Ετικέτας

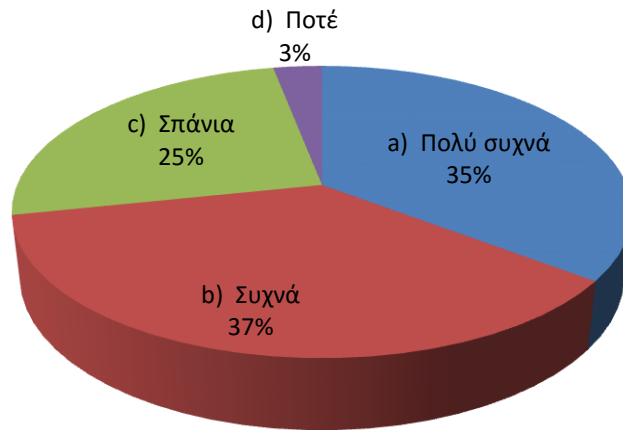
Παράλληλα ένα συντριπτικό ποσοστό 86% γνωρίζει ότι είναι υποχρεωτική η ύπαρξη διατροφικής ετικέτας στα συσκευασμένα τρόφιμα. (ερώτημα 10).



Διάγραμμα 2: Γνώση Υποχρεωτικής Διατροφικής ετικέτας

71,8 των καταναλωτών δηλώνουν ότι διαβάζουν πάντα ή συχνά τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας. (ερώτημα 11).

Ανάγνωση Διατροφικής Ετικέτας



Διάγραμμα 3: Ανάγνωση Διατροφικής Ετικέτας

Σε ότι αφορά την ανάλυση συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών, τα αποτελέσματα των συσχετίσεων παρουσιάζονται περιληπτικά στον παρακάτω πίνακα. Παράλληλα οι συσχετίσεις είναι διαθέσιμες στο Παράρτημα 3.

Οι ενήλικοι κύπριοι καταναλωτές διαβάζουν και κατανοούν επαρκώς την πληροφορία που αναγράφεται στην διατροφική ετικέτα των τροφίμων					
Μεταβλητή	Μεταβλητή	Σχέση	Συσχέτιση	Στατιστικά Σημαντική	Σχόλια - Συμπεράσματα
Επάγγελμα	Αγοραστική Συμπεριφορά	Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	-
Επάγγελμα	Γνώση Υποχρέωση Ύπαρξης Διατροφικής Ετικέτας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	-
Επάγγελμα	Ανάγνωση Διατροφικής ετικέτας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	-
Επάγγελμα	Ενημέρωση Διατροφική Ετικέτα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	-
Οικογενειακή Κατάσταση	Αγοραστική Συμπεριφορά	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	-

Οικογενειακή Κατάσταση	Γνώση Υποχρέωση Υπαρξης Διατροφικής Ετικέτας	Ανάλογη	Ισχυρή	Όχι	-
Οικογενειακή Κατάσταση	Ανάγνωση Διατροφικής ετικέτας	Ανάλογη	Ισχυρή	Όχι	-
Οικογενειακή Κατάσταση	Ενημέρωση Διατροφική Ετικέτα	Ανάλογη	Μέτρια	Ναι	Οι διαζευγμένοι και οι σε χηρεία εμφανίζονται σε μικρότερο βαθμό ενημερωμένοι για τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας.
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Αγοραστική Συμπεριφορά	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Υποχρέωση Υπαρξης Διατροφικής Ετικέτας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ανάγνωση Διατροφικής ετικέτας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ενημέρωση Διατροφικής Ετικέτα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενή Σχέση	Όχι	
Φύλο	Ενημέρωση Διατροφικής Ετικέτα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενή Σχέση	Ναι	Μεγαλύτερη Συσχέτιση για τον γυναικείο πληθυσμό
Φύλο	Γνώση Υποχρέωση Υπαρξης Διατροφικής Ετικέτας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ιδιαίτερα Ασθενή Σχέση	Όχι	
Φύλο	Ανάγνωση διατροφικής ετικέτας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενή Σχέση	Όχι	
Φύλο	Αγοραστική Συμπεριφορά	Ανάλογη	Ιδιαίτερα Ασθενή Σχέση	Όχι	-
Ηλικία	Ενημέρωση Διατροφική Ετικέτα	Ανάλογη	Σχετικά Ασθενή	Ναι	Οι νεότερες ηλικίες είναι πιο ενημερωμένες σχετικά με τον θεσμό της

					διατροφικής ετικέτας.
Ηλικία	Γνώση Υποχρέωση Ύπαρξης Διατροφικής Ετικέτας	Ανάλογη	Ασθενή	Όχι	-
Ηλικία	Ανάγνωση διατροφικής Ετικέτας	Ανάλογη	Ασθενή	Ναι	Οι νεότερες ηλικίες διαβάζουν την διατροφική ετικέτα σε μεγαλύτερο βαθμό από τους πιο ηλικιωμένους.
Ηλικία	Αγοραστική Συμπεριφορά	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ιδιαίτερα Ασθενή	Όχι	

Σε ότι αφορά την ανάλυση συσχετίσεων εντοπίστηκαν οι παρακάτω σχέσεις:

- Οι νεότερες ηλικίες διαβάζουν την διατροφική ετικέτα σε μεγαλύτερο βαθμό από τους πιο ηλικιωμένους.
- Οι νεότερες ηλικίες είναι πιο ενημερωμένες σχετικά με τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας.
- Ο γυναικείος πληθυσμός εμφανίζεται να είναι πιο ενημερωμένος για τα ζητήματα της διατροφικής ετικέτας.
- Οι διαζευγμένοι και οι ευρισκόμενοι σε κατάσταση χηρείας εμφανίζονται ως οι ομάδες πληθυσμού με τον μικρότερο βαθμό ενημέρωσης σε ότι αφορά την διατροφική ετικέτα.

Τα παραπάνω συμπεράσματα είναι συναφή με τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής, και ιδίως το γεγονός ότι οι νέοι εμφανίζονται πιο ενημερωμένοι παρέχει θετικές υποσχέσεις για το μέλλον.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των συσχετίσεων. Οι πίνακες συσχετίσεων, όπως αυτοί εξάγονται από το Λογισμικό SPSS, βρίσκονται στο παράρτημα Γ. Το κάθε επεξηγηματικό κείμενο δηλώνει στο τέλος τον κωδικό του πίνακα συσχέτισης στον οποίο και αντιστοιχεί.

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην ενημέρωση για την διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,243) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,015, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών γ) η αρνητική συσχέτιση υποδηλώνει στην συγκεκριμένη περίπτωση ότι η συσχέτιση αυτή είναι ισχυρότερη για τον γυναικείο πληθυσμό (τιμή μεταβλητής 2) σε σχέση με τον ανδρικό (τιμή μεταβλητής 1). (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.1.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην γνώση υποχρέωσης ύπαρξης διατροφικής ετικέτας, παρατηρούμε α) μια ιδιαίτερα ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,1) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,323, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών γ) η αρνητική συσχέτιση υποδηλώνει στην συγκεκριμένη περίπτωση ότι η συσχέτιση αυτή είναι ισχυρότερη για τον γυναικείο πληθυσμό (τιμή μεταβλητής 2) σε σχέση με τον ανδρικό (τιμή μεταβλητής 1). (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.1.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας, παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,135) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,184, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών γ) η αρνητική συσχέτιση υποδηλώνει στην συγκεκριμένη περίπτωση ότι η συσχέτιση αυτή είναι ισχυρότερη για τον γυναικείο πληθυσμό (τιμή μεταβλητής 2) σε σχέση με τον ανδρικό (τιμή μεταβλητής 1), δηλαδή οι γυναίκες διαβάζουν συχνότερα τις διατροφικές ετικέτες. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.3.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην αγοραστική συμπεριφορά, εκφραζόμενη ως αριθμό επώνυμων προϊόντων που ελέγχει ο καταναλωτής πριν την αγορά με ανάγνωση και της διατροφικής ετικέτας, παρατηρούμε α) η μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,033). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,749, γεγονός που υποδηλώνει

ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών, συνεπώς δεν αποδεικνύεται κάποια σχέση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές (Φύλο και αγοραστική συμπεριφορά). (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.4.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικία και την Ενημέρωση διατροφικής ετικέτας παρατηρούμε α) η μια σχετικά ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,238) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,017, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Το θετικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι νεότερες ηλικίες είναι πιο ενημερωμένες σχετικά με τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.5.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικία και την Ενημέρωση Υποχρέωσης για χρήση της διατροφικής ετικέτας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,162) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,106, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών.

Το θετικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι νεότερες ηλικίες είναι πιο ενημερωμένες για την υποχρέωση ύπαρξης διατροφικής ετικέτας στα συσκευασμένα τρόφιμα, γεγονός το οποίο δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.6.).

Στη συσχέτιση ανάμεσα σε Ηλικία και Ανάγνωση Διατροφικής Ετικέτας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,239) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,017, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Το θετικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι νεότερες ηλικίες διαβάζουν την διατροφική ετικέτα σε μεγαλύτερο βαθμό από τις πιο ηλικιωμένες. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.7.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα σε Ηλικία σε Αγοραστική Συμπεριφορά με χρήση Διατροφικής Ετικέτας παρατηρούμε α) μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,158) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,118, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών.

Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι πιο ηλικιωμένοι εξετάζουν περισσότερες επιλογές και χρησιμοποιούν την διατροφική ετικέτα, ενώ οι νεότεροι έχουν σχετικά παγιωμένες απόψεις σχετικά με επώνυμα προϊόντα και εξετάζουν λιγότερες επιλογές πριν αγοράσουν, ωστόσο η τάση αυτή δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.8.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο επάγγελμα και την ενημέρωση διατροφικής ετικέτας και Οικογενειακής Κατάστασης α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,152) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,131, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Η σχέση εμφανίζεται αντιστρόφως ανάλογη. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.9.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο επάγγελμα και την αγοραστική συμπεριφορά σε σχέση με την διατροφική ετικέτα α) μια ιδιαίτερα ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,013). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,895, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.10.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο επάγγελμα και την ανάγνωση διατροφικής ετικέτας α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,182) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,072, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Η σχέση εμφανίζεται αντιστρόφως ανάλογη. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.11.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο επάγγελμα και την υποχρέωση σήμανσης με διατροφική ετικέτα α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,029) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,777, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Η σχέση εμφανίζεται αντιστρόφως ανάλογη. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.12.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο γνώση για υποχρέωση διατροφικής ετικέτας και Οικογενειακής Κατάστασης α) μια ισχυρή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,222) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,373, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Οι διαζευγμένοι και οι σε χηρεία εμφανίζονται σε μικρότερο βαθμό ενημερωμένοι για την υποχρέωση σήμανσης τροφίμων με διατροφική ετικέτα, σχέση η οποία δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.13.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ανάγνωση διατροφικής ετικέτας και Οικογενειακής Κατάστασης α) μια ασθενής σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,196) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,52, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών, αν και κινείται σε οριακά επίπεδα και αξίζει να γίνει περεταίρω έρευνα. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.14.).

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Αγοραστική Συμπεριφορά και Οικογενειακή Κατάσταση α) μια ασθενής σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,152) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,133, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών, αν και κινείται σε οριακά επίπεδα και αξίζει να γίνει περεταίρω έρευνα. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.15.).

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Ενημέρωσης για την διατροφική ετικέτα και Οικογενειακής Κατάστασης α) μια μέτρια σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,222) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,026, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Οι διαζευγμένοι και οι σε χηρεία εμφανίζονται σε μικρότερο βαθμό ενημερωμένοι για τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.16.).

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Ενημέρωσης για την διατροφική ετικέτα και επίπεδο εκπαίδευσης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,157). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,120, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης είναι καλύτερα ενημερωμένοι σε σχέση με τους υπόλοιπους, γεγονός το οποίο δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.17.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και την υποχρέωση ύπαρξης της διατροφικής ετικέτας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,124). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,241, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης γνωρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την υποχρέωση ύπαρξης της διατροφικής ετικέτας, γεγονός το οποίο δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.18.)

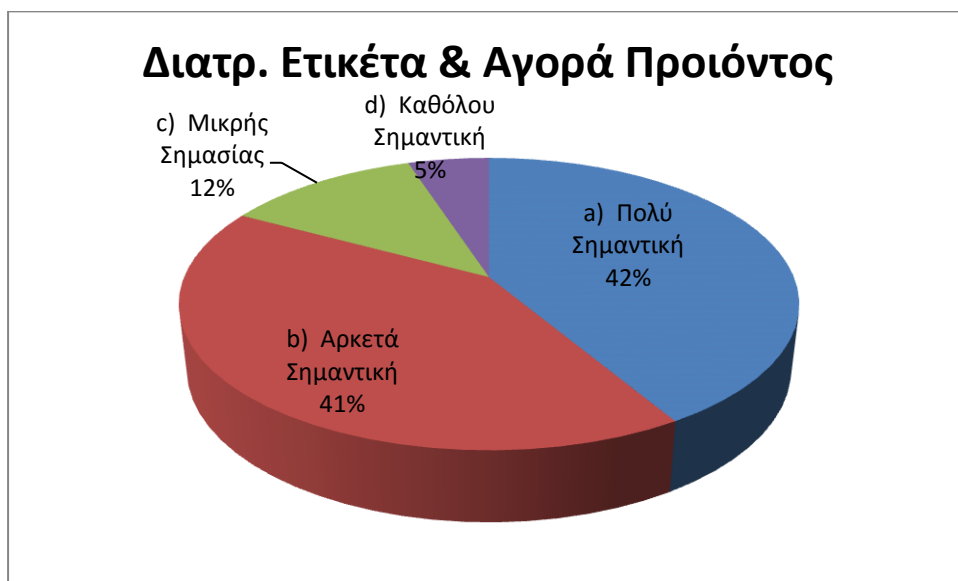
Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και την Ανάγνωση της διατροφικής ετικέτας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,119). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,244, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης διαβάζουν περισσότερο τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας, γεγονός το οποίο δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.19.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα σε Επίπεδο Εκπαίδευσης και Αγοραστική Συμπεριφορά με βάση την διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ιδιαίτερα ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,074). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,471, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών.

γ) Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης έχουν σε μεγαλύτερο βαθμό προαποφασίσει το επώνυμο προϊόν που θα αγοράσουν είτε ελέγχουν λιγότερα προϊόντα κατά την διαδικασία επιλογής. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.20.)

4.3.2 Οι πληροφορίες της διατροφικής αξίας των τροφίμων αποτελεί κύριο παράγοντα αγοραστικής απόφασης για τους κύριους καταναλωτές;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η διατροφική ετικέτα αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τις αγοραστικές αποφάσεις των κυπρίων καταναλωτών. Στο συμπέρασμα αυτό καταλήγουμε καθώς το 82,8% αναφέρει ότι θεωρεί την διατροφική ετικέτα πολύ σημαντική και αρκετά σημαντική για την απόφαση αγοράς ενός προϊόντος. (ερώτημα 13).

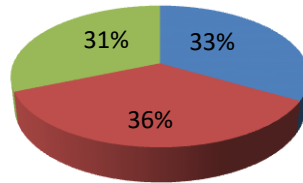


Διάγραμμα 4: Διατροφική Ετικέτα & Αγορά Προϊόντος

Το συμπέρασμα αυτό ενισχύεται από το γεγονός ότι μόνο 33,3% των καταναλωτών εμφανίζεται να έχει προαποφασίσει το συγκεκριμένο προϊόν που θα αγοράσει σε μια κατηγορία τροφίμων, ενώ αντίστοιχα το 66,7% των καταναλωτών συγκρίνει ανάμεσα σε τουλάχιστον 2 προϊόντα. (ερώτημα 12).

Αγορές Προϊόντων

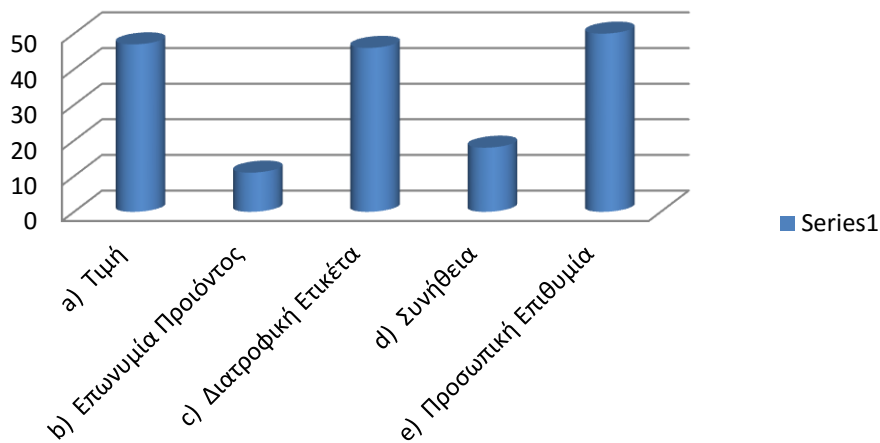
- a) Έχετε ήδη αποφασίσει ποιό συγκεκριμένο προϊόν (επωνυμία προϊόντος), θα αγοράσετε
- b) Κάνετε επιτόπου έρευνα, μεταξύ 2 διαφορετικών προϊόντων, διαβάζοντας και τη διατροφική ετικέτα
- c) Κάνετε επιτόπου έρευνα, μεταξύ 3+ διαφορετικών προϊόντων, διαβάζοντας και τη διατροφική ετικέτα



Διάγραμμα 5: Αγορές Προϊόντων

Σε ότι αφορά την διατροφική ετικέτα ως καθοριστικό παράγοντα αγοραστικής επιλογής, η διατροφική ετικέτα θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικός (ερώτημα 7)

Λόγοι Αγοράς Προϊόντος



Διάγραμμα 6: Λόγοι Αγοράς Προϊόντος

Τέλος, η σημασία της διατροφικής ετικέτας για τους κύπριους καταναλωτές είναι σημαντική, καθώς αυτοί δεν προχωρούν σε αγορά συσκευασμένων τροφίμων αν αυτά δεν περιλαμβάνουν διατροφική ετικέτα σε ποσοστό 79% (ερώτημα 16).



Διάγραμμα 7: Αγορά Τροφίμων Χωρίς Επαρκή Διατροφική Ετικέτα

Οι κύπριοι καταναλωτές σε ποσοστό 46,5% (ερώτημα 7) θεωρούν την Διατροφική Ετικέτα σημαντικό παράγοντα για την απόφαση αγοράς ενός προϊόντος. Ωστόσο ο έλεγχος συσχέτισης που πραγματοποιήθηκε σε σχέση με παραμέτρους όπως το Φύλο, Επάγγελμα, Οικογενειακή Κατάσταση, Ηλικία και Επίπεδο Εκπαίδευσης δεν αποκάλυψε κάποια σημαντική συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών, και σε κάθε περίπτωση καμία συσχέτιση η οποία να είναι στατιστικά σημαντική με βάση τον πληθυσμό. Οι συγκεκριμένες συσχετίσεις και τα αποτελέσματα αυτών παρουσιάζονται παρακάτω:

Οι πληροφορίες της διατροφικής αξίας των τροφίμων αποτελεί κύριο παράγοντα αγοραστικής απόφασης για τους κύριους καταναλωτές;					
Μεταβλητή	Μεταβλητή	Σχέση	Συσχέτιση	Στατιστικά Σημαντική	Σχόλια - Συμπεράσματα
Διατροφική ετικέτα	Επίπεδο Εκπαίδευσης	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής Σχέση	Όχι	
Διατροφική ετικέτα	Οικογενειακή Κατάσταση	Ανάλογη	Ασθενής Σχέση	Όχι	
Διατροφική ετικέτα	Ηλικιακή Ομάδα	Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Διατροφική Ετικέτα	Φύλο	Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Διατροφική Ετικέτα	Επάγγελμα / Απασχόληση	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	

Τα παραπάνω αποτελέσματα δεν συνεπάγονται κάποια αλλαγή στα αποτελέσματα που εξάγονται από την περιγραφική στατιστική, απλά επισημαίνεται η αδυναμία εξαγωγής ασφαλών συμπερασμάτων τα οποία να υποστηρίζονται στατιστικά ως σημαντικά στο συγκεκριμένο δείγμα, όσο αφορά συσχετίσεις μεταξύ των επιμέρους μεταβλητών που εξετάζονται.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των συσχετίσεων. Οι πίνακες συσχετίσεων, όπως αυτοί εξάγονται από το Λογισμικό SPSS, βρίσκονται στο παράρτημα Γ. Το κάθε επεξηγηματικό κείμενο δηλώνει στο τέλος τον κωδικό του πίνακα συσχέτισης στον οποίο και αντιστοιχεί.

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο επίπεδο εκπαίδευσης και την σημασία της Διατροφικής Ετικέτας στην απόφαση αγοράς παρατηρούμε α) μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,118) . β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,248, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι αυτοί που έχουν ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης αποδίδουν μικρότερη σημασία στην διατροφική ετικέτα, ωστόσο η τάση αυτή δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.1.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Διατροφική Ετικέτα ως παράγοντα αγοράς και την Οικογενειακή Κατάσταση παρατηρούμε α) μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,076). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,459, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.2.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικία και την Διατροφική Ετικέτα ως παράγοντα αγοράς παρατηρούμε α) μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,110). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,283, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Τα αποτελέσματα υποδηλώνουν οι πιο ηλικιωμένοι αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην διατροφική ετικέτα, ωστόσο η τάση αυτή δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.3.)

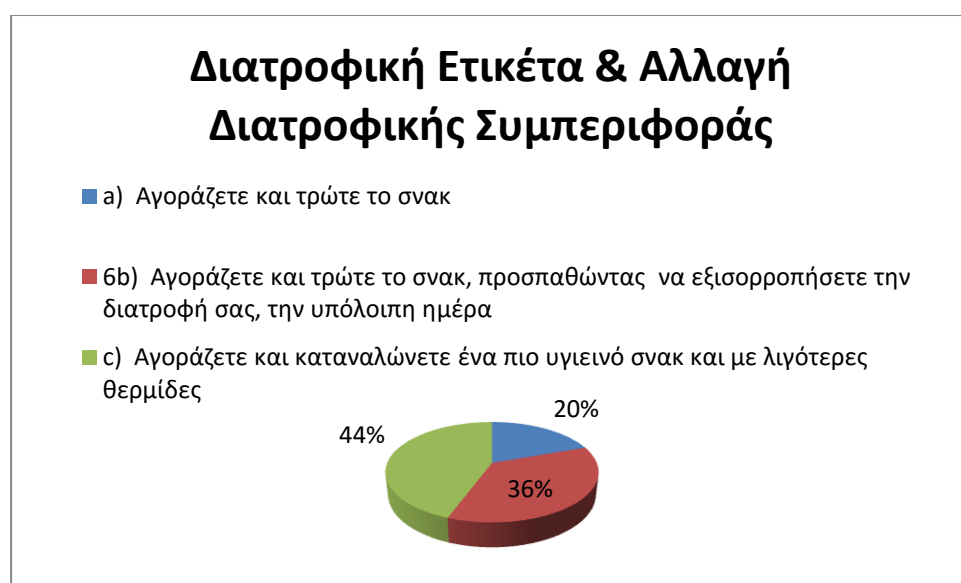
Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και την Διατροφική Ετικέτα ως Αγοραστική Συμπεριφορά με χρήση της Διατροφικής Ετικέτας παρατηρούμε α) μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,1). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,328, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Το αρνητικό πρόσημο υποδηλώνει ότι οι γυναίκες χρησιμοποιούν περισσότερο την διατροφική ετικέτα στις αγορές τους ωστόσο η τάση αυτή δεν υποστηρίζεται στατιστικά. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.4.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Απασχόληση/Επάγγελμα και την Αγοραστική Συμπεριφορά με χρήση της Διατροφικής Ετικέτας παρατηρούμε α) μια πολύ ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,059). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,561, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.5.)

4.3.3 Η διατροφική ετικέτα σε ποιο βαθμό επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας η διατροφική ετικέτα επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες των ενήλικων κυπρίων καταναλωτών. Οι κύπριοι καταναλωτές σε μεγάλο βαθμό λαμβάνουν υπόψη τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας σε ότι αφορά τις διατροφικές τους συνήθειες.

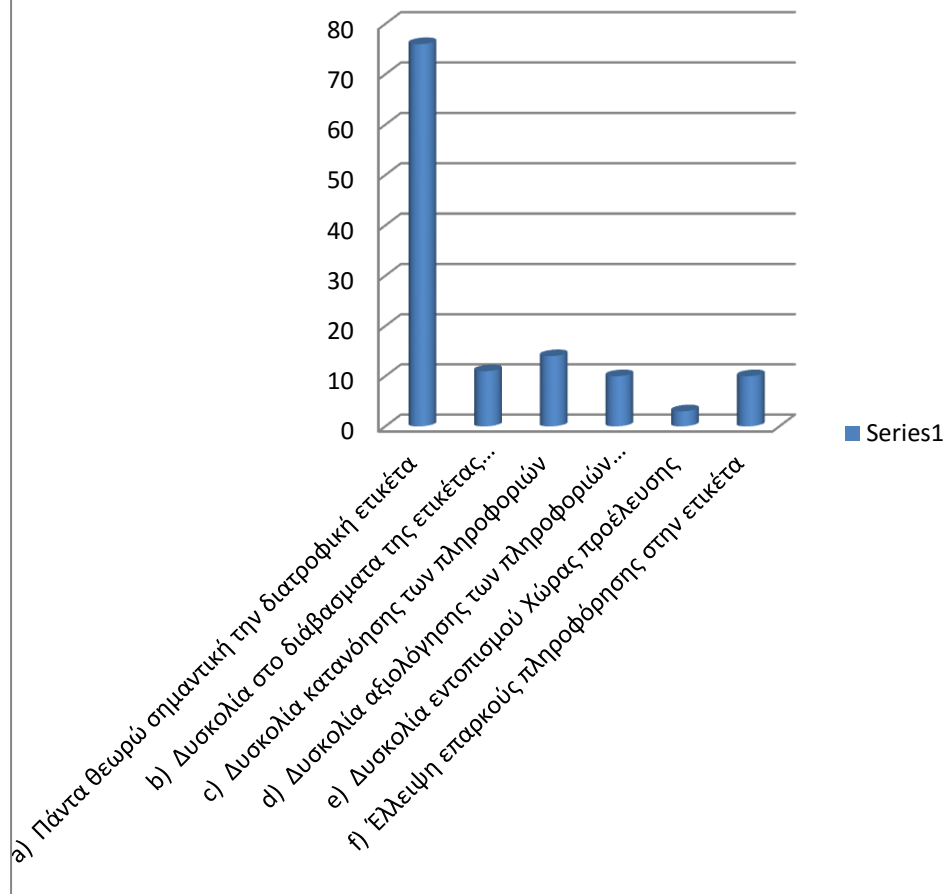
Σημαντικό ποσοστό καταναλωτών (44,3%) επιλέγει άλλο (brand) βασισμένο σε πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας, ενώ ένα ποσοστό 36,1% επιλέγει μεν την κατανάλωση του προϊόντος αλλά με αλλαγή των διατροφικών του συνηθειών εντός της ημέρας ώστε να εξασφαλίσει μια πιο υγιεινή διατροφή (ερώτημα 21). Συνολικά το ποσοστό που εμφανίζεται να επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό είναι 80,4%.



Διάγραμμα 8: Διατροφική Ετικέτα & Αλλαγή Διατροφικής Συμπεριφοράς

Το γεγονός αυτό ενισχύεται από την υψηλή αποδοχή της διατροφικής ετικέτας, η οποία και θεωρείται σημαντική από το 76% του δείγματος (ερώτημα 18) και την μη αγορά συσκευασμένων τροφίμων αν αυτά δεν περιλαμβάνουν διατροφική ετικέτα σε ποσοστό 79% (ερώτημα 16), όπως επισημάνθηκε και προηγουμένως.

Λόγοι που θεωρείτε την Διατροφική Ετικέτα ως Μη-σημαντική



Διάγραμμα 9: Λόγοι που θεωρείτε την Διατροφική Ετικέτα ως Μη-σημαντική

Ο παρακάτω πίνακας συνοψίζει τα συμπεράσματα μας σχετικά με την Αλλαγή Διατροφικής Συμπεριφοράς λόγω Πληροφοριών Διατροφικής Ετικέτας. Βλέπουμε πως οι κύριοι παράγοντες που εμφανίζουν σημαντική συσχέτιση είναι το Επάγγελμα (ισχυρή σχέση) και το Φύλο (ασθενής σχέση).

Αλλαγή σε Διατροφικής Συμπεριφοράς λόγω Πληροφοριών Διατροφικής Ετικέτας				
Μεταβλητή	Σχέση	Συσχέτιση	Στατιστικά Σημαντική	Σχόλια - Συμπεράσματα
Οικογενειακή Κατάσταση	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ιδιαίτερα Ασθενή	Όχι	
Ηλικία	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ιδιαίτερα Ασθενή	Όχι	
Επάγγελμα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Φύλο	Ανάλογη	Ασθενή Σχέση	Όχι	

Στην συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των συσχετίσεων. Οι πίνακες συσχετίσεων, όπως αυτοί εξάγονται από το Λογισμικό SPSS, βρίσκονται στο παράρτημα Γ. Το κάθε επεξηγηματικό κείμενο δηλώνει στο τέλος τον κωδικό του πίνακα συσχέτισης στον οποίο και αντιστοιχεί.

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και την Διατροφική Συμπεριφορά, διαπιστώνουμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι α) ο συντελεστής συσχέτισης είναι 0,17, γεγονός που υποδηλώνει ασθενή σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, ενώ παράλληλα β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,093, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών, παρά το γεγονός ότι η σχέση είναι ασθενής. Επισημαίνοντας ότι οι τιμές που δόθηκαν για άνδρα είναι (1) και για γυναίκα (2), καθώς και το γεγονός ότι οι δυνατές απαντήσεις ήταν (1), (2) και (3), οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι οι γυναίκες εμφανίζονται να υιοθετούν πιο υγιεινό τρόπο διατροφής με βάση την Διατροφική ετικέτα, αν και η σχέση είναι ασθενής. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.1.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και την Διατροφική Συμπεριφορά, διαπιστώνουμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι α) αρνητικός, γεγονός που υποδηλώνει αντίστροφη αναλογία, β) ο συντελεστής συσχέτισης είναι -0,20, γεγονός που υποδηλώνει πολύ ασθενή σχέση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές, ενώ παράλληλα γ) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,843, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Καθώς τόσο η μεγαλύτερη ηλικία όσο και η υγιεινή διατροφική συμπεριφορά λαμβάνουν αυξημένες τιμές, προκύπτει μια ιδιαίτερα ασθενής αντίστροφη σχέση ανάμεσα στην ηλικία την αλλαγή διατροφικής συμπεριφοράς λόγω διατροφικής ετικέτας. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.2.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και την Διατροφική Συμπεριφοράς, διαπιστώνουμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι α) αρνητικός, γεγονός που υποδηλώνει αντίστροφη αναλογία, β) ο συντελεστής συσχέτισης είναι -0,47, γεγονός που υποδηλώνει ασθενή σχέση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές, ενώ παράλληλα γ) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,65, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Καθώς τόσο το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης όσο και η υγιεινή διατροφική συμπεριφορά λαμβάνουν αυξημένες τιμές, προκύπτει μια ασθενής αντίστροφη σχέση ανάμεσα στο επίπεδο εκπαίδευσης και την αλλαγή διατροφικής συμπεριφοράς λόγω διατροφικής ετικέτας. Τα αποτελέσματα αυτά εξηγούνται ίσως εν μέρει από την μεγάλη ομοιομορφία του δείγματος ως προς την εκπαίδευση (52% απόφοιτοι πανεπιστήμιου και 20% με Μεταπτυχιακό ή Διδακτορικό Τίτλο). (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.3.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και την Διατροφική Συμπεριφορά, διαπιστώνουμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι α) αρνητικός, γεγονός που υποδηλώνει αντίστροφη αναλογία β) ο συντελεστής συσχέτισης είναι -0,76, γεγονός που υποδηλώνει ότι ικανοποιητική σχέση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές, ενώ παράλληλα γ) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,46, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών.

Καθώς οι υψηλότερες τιμές σε ότι αφορά το επάγγελμα λαμβάνουν κατά φθίνουσα σειρά οι (Συνταξιούχοι, Φαντάροι, Φοιτητές, Άνεργοι, Οικιακά, Επιχειρηματίες, Υπάλληλος Ιδιωτικός/Δημόσιος) ενώ η πλέον υγιεινή διατροφική συμπεριφορά λαμβάνει αυξημένες τιμές, προκύπτει ότι μεγαλύτερη αλλαγή διατροφικής συμπεριφοράς λόγω διατροφικής ετικέτας προκύπτει από Ιδιωτικούς και Δημοσίους Υπαλλήλους, Επιχειρηματίες και Οικιακά, με τους Συνταξιούχους, Φαντάρους και Φοιτητές να αλλάζουν ελάχιστα τις διατροφικές τους συνήθειες. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.4.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην οικογενειακή κατάσταση και την Διατροφική Συμπεριφορά, διαπιστώνουμε ότι ο συντελεστής συσχέτισης είναι α) αρνητικός, γεγονός που υποδηλώνει αντίστροφη αναλογία β) ο συντελεστής συσχέτισης είναι $-0,012$, γεγονός που υποδηλώνει ιδιαίτερα ασθενή σχέση ανάμεσα στις δύο μεταβλητές, ενώ παράλληλα γ) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,907$ υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Συνεπώς οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η οικογενειακή κατάσταση του ατόμου δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα αλλαγής της διατροφικής συνήθειας λόγω πληροφοριών διατροφικής ετικέτας. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.5.)

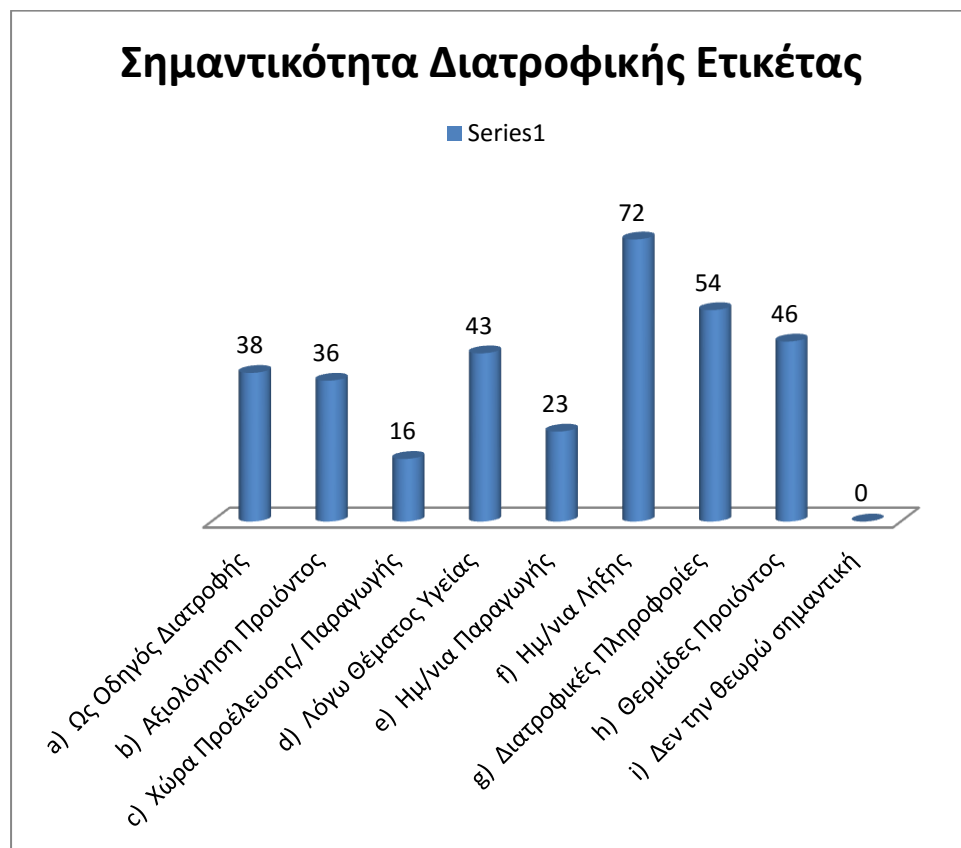
Παρατηρούμε πως δεν υπάρχει στατιστικώς σημαντική συσχέτιση μεταξύ των εξεταζομένων μεταβλητών στο δείγμα που εξετάζουμε. Στο σημείο αυτό επισημαίνουμε το γεγονός ότι η στατιστική ανάλυση δεν παρέχει ερμηνεία αιτίας – αποτελέσματος, αλλά παρατηρεί συσχετίσεις μεταξύ μεταβλητών. Αν λάβουμε δε υπόψη μας το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος (80,4%) άλλαξε την στάση του λόγω των πληροφοριών διατροφικής ετικέτας, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι:

- Η τάση αλλαγής διατροφικής συμπεριφοράς λόγω πληροφοριών διατροφικής ετικέτας είναι σημαντική στο σύνολο του πληθυσμού.
- Η κύρια μεταβλητή που συσχετίζεται με την αλλαγή διατροφικής συμπεριφοράς με ισχυρή σχέση εμφανίζεται να είναι το επάγγελμα, με τα επαγγέλματα Οικιακών,

Επιχειρηματιών και Υπαλλήλων (Δημοσίων & Ιδιωτικών) να εμφανίζουν μεγαλύτερη προσαρμογή, χωρίς όμως αυτό να υποστηρίζεται στατιστικά ως σημαντική. Περεταίρω έρευνα προτείνεται στο σημείο αυτό.

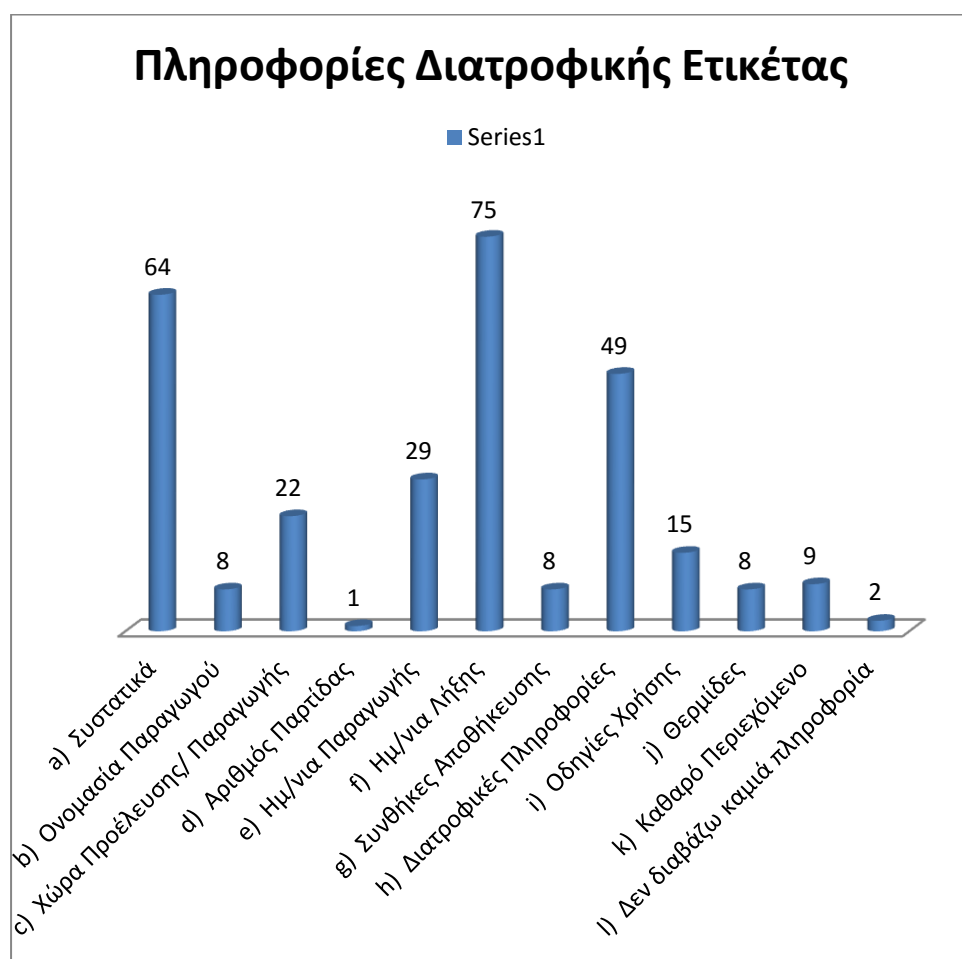
4.3.4 Για ποιούς λόγους θεωρείται σημαντική ή μη, η διατροφική ετικέτα στους κύριους καταναλωτές;

Οι λόγοι για τους οποίους η διατροφική ετικέτα θεωρείται σημαντική περιγράφονται στα ερώτημα 14 και είναι, κατά σειρά σπουδαιότητας, οι παρακάτω: ημερομηνία λήξης τροφίμων, διατροφικές πληροφορίες, πληροφορίες θερμίδων, πληροφορίες σχετικές με θέματα υγείας, ως οδηγός διατροφής, ως αξιολόγηση του προϊόντος, ημερομηνία παραγωγής και χώρα προέλευσης. Αν και οι λόγοι για τους οποίους η διατροφική ετικέτα θεωρείται σημαντική ποικίλουν μεταξύ των καταναλωτών, αξίζει να επισημανθεί το γεγονός ότι δεν υπήρξαν στο δείγμα παρατηρήσεις οι οποίες να μην θεωρήσουν την διατροφική ετικέτα σημαντική (0%).



Διάγραμμα 10: Σημαντικότητα Διατροφικής Ετικέτας

Τα παραπάνω συμπεράσματα επιβεβαιώνονται με τα αποτελέσματα του ερωτήματος 15 όπου μόλις το 2% αναφέρει ότι δεν διαβάζει τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας. Αντίθετα τα σημεία προσοχής είναι η ημερομηνία λήξης, τα συστατικά, οι διατροφικές πληροφορίες, η ημερομηνία παραγωγής, οδηγίες χρήσης, θερμίδες, ονομασία παραγωγού και συνθήκες αποθήκευσης. Συνεπώς παρατηρείται μια τάση επικέντρωσης σε συγκεκριμένες πληροφορίες.



Διάγραμμα 11: Πληροφορίες Διατροφικής Ετικέτας

Παράλληλα αξίζει να σημειωθεί το γεγονός ότι επισημαίνονται, πέρα των πληροφοριών της διατροφικής αξίας, έρευνα από πλευράς καταναλωτή σχετικά με πληροφορίες για την χρήση και αποθήκευση των προϊόντων, γεγονός που συνήθως δεν περιλαμβάνεται στην βιβλιογραφία του κλάδου και αφήνει

περιθώρια για πρόσθετη έρευνα. Αν και η τάση αυτή πρέπει να διερευνηθεί σε σχέση ταυτόχρονα με την νεαρή ηλικία της πλειοψηφίας του πληθυσμού του δείγματος.

Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε ανάλυση συσχέτισης για τις μεταβλητές που καθορίζουν την χρήση και κατά συνέπεια την σημαντικότητα της Διατροφικής Ετικέτας. Τα αποτελέσματα της στατιστικής ανάλυσης περιλαμβάνονται στον παρακάτω πίνακα.

Για ποιούς λόγους θεωρείται σημαντική ή μη, η διατροφική ετικέτα στους κύριους καταναλωτές?				
Μεταβλητή	Σχέση	Συσχέτιση	Στατιστικά Σημαντική	Σχόλια - Συμπεράσματα
Οικογενειακή Κατάσταση/Οδηγός Διατροφής	Ανάλογη	Αδύναμη	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/ Αξιολόγηση Προϊόντος	Αντιστρόφως Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/Χώρα Προέλευσης	Αντιστρόφως Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/Λόγω Θέματος Υγείας	Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/Ημ/νια Παραγωγής	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/Ημ/νια Λήξης	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/ Διατροφικές Πληροφορίες	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Ναι	Οι ελεύθεροι /παντρεμένοι/ αρραβωνιασμένοι χρησιμοποιούν περισσότερο την διατροφική ετικέτα για τις διατροφικές πληροφορίες σχετικά με την αξία των τροφίμων σε σχέση με τους διαζευγμένους και σε όσους

				είναι σε χηρεία.
Οικογενειακή Κατάσταση / Θερμίδες Προϊόντος	Ανάλογη	Αδύναμη	Όχι	
Ηλικία/Ως Οδηγός Διατροφής	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Ναι	Οι νεότερες ηλικίες χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής.
Ηλικία/Αξιολόγηση Προϊόντος	Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη	Όχι	
Ηλικία/Χώρα Προέλευσης/ Παραγωγής	Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη	Όχι	λ
Ηλικία/Λόγω Θέματος Υγείας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη	Όχι	
Ηλικία/Ημ/νια Παραγωγής	Αντιστρόφως Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη	Όχι	
Ηλικία/Ημ/νια Λήξης	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική	Ναι	Οι μεγαλύτερες ηλικίες χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό την διατροφική ετικέτα για να εξετάσουν την ημερομηνία λήξης των τροφίμων
Ηλικία/Διατροφικές Πληροφορίες	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Ναι	Οι νεότερες ηλικίες χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό την διατροφική ετικέτα για να εξετάσουν πληροφορίες για την διατροφική αξία των τροφίμων
Ηλικία/Θερμίδες Προϊόντος	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Όχι	
Επάγγελμα/Οδηγός Διατροφής	Ανάλογη	Αδύναμη	Όχι	
Επάγγελμα/ Αξιολόγηση Προϊόντος	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη	Όχι	
Επάγγελμα/ Χώρα Προέλευσης/ Παραγωγής	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Όχι	
Επάγγελμα/Λόγω	Αντιστρόφως	Αδύναμη Σχέση	Όχι	

Θέματος Υγείας	Ανάλογη			
Επάγγελμα/ Ημ/νια Παραγωγής	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Όχι	
Επάγγελμα/Ημ/νια Λήξης	Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επάγγελμα / Διατροφικές Πληροφορίες	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επάγγελμα/ Θερμίδες Προϊόντος	Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Ως Οδηγός Διατροφής	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Αξιολόγηση Προϊόντος	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης/ Χώρα Προέλευσης/ Παραγωγής	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Λόγω Θέματος Υγείας	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Ημ/νια Παραγωγής	Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Ημ/νια Λήξης	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Ναι	Άτομα με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης χρησιμοποιούν περισσότερο τις πληροφορίες διατροφικής ετικέτας για πληροφορίες ημερομηνίας λήξης τροφίμων.
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Διατροφικές Πληροφορίες	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης /Θερμίδες Προϊόντος	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/Ως Οδηγός Διατροφής	Αντιστρόφως Ανάλογη	Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/ Αξιολόγηση Προϊόντος	Αντιστρόφως Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/Χώρα Προέλευσης/	Αντιστρόφως Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη Σχέση	Όχι	

Παραγωγής				
Φύλο/Λόγω Θέματος Υγείας	Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/Ημ/νια Παραγωγής	Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/ Ημ/νια Λήξης	Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/Διατροφικές Πληροφορίες	Αντιστρόφως Ανάλογη	Πολύ Αδύναμη Σχέση	Όχι	
Φύλο/Θερμίδες Προϊόντος	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Ναι	Υπάρχει σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο φύλο και στην αναζήτηση πληροφοριών θερμίδων στην διατροφική ετικέτα, με τον γυναικείο πληθυσμό να αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις πληροφορίες θερμίδων

Η στατιστική ανάλυση οδήγησε στην εξαγωγή των παρακάτω συμπερασμάτων:

- Οι ελεύθεροι /παντρεμένοι/ αρραβωνιασμένοι χρησιμοποιούν περισσότερο την διατροφική ετικέτα για διατροφικές πληροφορίες σχετικά με την αξία των τροφίμων σε σχέση με διαζευγμένους και σε χηρεία.
- Οι νεότερες ηλικίες χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τις πληροφορίες της διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής.
- Οι μεγαλύτερες ηλικίες χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό την διατροφική ετικέτα για έλεγχο ημερομηνίας λήξης τροφίμων
- Οι νεότερες ηλικίες χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό την διατροφική ετικέτα για να εξετάσουν πληροφορίες διατροφικής αξίας των τροφίμων.
- Άτομα με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης χρησιμοποιούν περισσότερο τις πληροφορίες διατροφικής ετικέτας για πληροφορίες ημερομηνίας λήξης τροφίμων.
- Υπάρχει σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στο φύλο και στην αναζήτηση πληροφοριών θερμίδων στην διατροφική ετικέτα, με τον γυναικείο πληθυσμό να αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις πληροφορίες θερμίδων.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των συσχετίσεων. Οι πίνακες συσχετίσεων, όπως αυτοί εξάγονται από το Λογισμικό SPSS, βρίσκονται στο παράρτημα Γ. Το κάθε επεξηγηματικό κείμενο δηλώνει στο τέλος τον κωδικό του πίνακα συσχέτισης στον οποίο και αντιστοιχεί.

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,22). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,028, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Επομένως όσο μεγαλύτερη η ηλικία τόσο περισσότερο χρησιμοποιείται η διατροφική ετικέτα ως οδηγός διατροφής (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.1.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως αξιολόγηση προϊόντος παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,087). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,338, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.2.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως αξιολόγηση θέματος υγείας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,057). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,557, γεγονός που δεν υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.3.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως Ημερομηνία Παραγωγής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -0,011).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,911, γεγονός που δεν υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.4.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας για Ημερομηνία Λήξης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,220). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,028, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών, δηλαδή οι μικρότερες ηλικίες χρησιμοποιούν περισσότερο την διατροφική ετικέτα για την συγκεκριμένη χρήση. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.5.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως αξιολόγηση διατροφικών πληροφοριών παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,286). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,04, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.6.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως αξιολόγηση Θερμίδων Προϊόντος παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης 0,193). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,54, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.7.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,104). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,305, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.8.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης προϊόντος παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,040). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,693, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.9.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό χώρας προέλευσης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-,040$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,690$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.10.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θεμάτων υγείας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $,002$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,987$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.11.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό Ημερομηνίας Παραγωγής α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $,013$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,900$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.12.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό Ημερομηνίας Λήξης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $,061$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,546$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.13.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό Διατροφικών Πληροφοριών παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-,120$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,234$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.14.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θερμίδων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-,362$).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,000, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών, στην περίπτωση μας οι γυναίκες αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην χρήση της διατροφικής ετικέτας σε σχέση με την κατανάλωση θερμίδων. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.15.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης προϊόντος παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,083$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,416, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.16.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,041$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,689, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.17.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό χώρας προέλευσης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,077$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,450, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.18.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό για θέματα υγείας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,021$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,838, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών.

γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.19.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό ημερομηνίας παραγωγής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,005). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,958, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.20.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό Ημερομηνίας Λήξης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,226). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,305, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Συνεπώς όσο μεγαλύτερο επίπεδο εκπαίδευσης τόσο μεγαλύτερη σημασία αποδίδεται στην διατροφική ετικέτα για λόγους ημερομηνίας λήξης του τροφίμου. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.21.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφικής πληροφόρησης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,024). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,816, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.22.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θερμίδων προϊόντος παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,006).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,954, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.23.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,075). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,458, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.24.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης προϊόντος α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,059). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,560, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.25.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό χώρας προέλευσης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης, 116). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,251, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.26.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θεμάτων υγείας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,189). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,60, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.27.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό ημερομηνία παραγωγής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,123).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,222, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.28.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό ημερομηνίας λήξης παρατηρούμε:

α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,081). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,424, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.29.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφικών πληροφοριών παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,021). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,883, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.30.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θερμίδων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,168). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,095, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.31.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,130). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,197, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.32.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης προϊόντος διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,001).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,989, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.33.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης χώρας προέλευσης προϊόντος διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,067$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,510$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.34.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θεμάτων υγείας παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $,051$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,615$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.35.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό ημερομηνίας παραγωγής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,076$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,453$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.36.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης ημερομηνίας λήξης παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,130$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,197$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.37.)

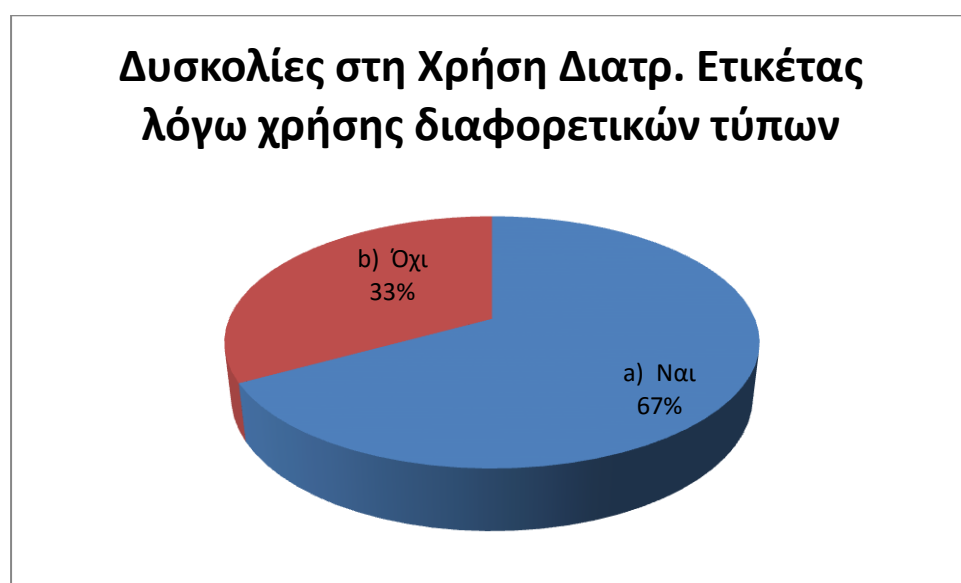
Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό αξιολόγησης διατροφικών πληροφοριών παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $,280$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,0058$, γεγονός που

υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.38.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό θερμίδων προϊόντος διατροφής παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,115). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,255, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.39.)

4.3.5. Ποιο είδος διατροφικής ετικέτας είναι πιο ελκυστικό στους ενήλικες κύριους καταναλωτές;

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας σημαντικό ποσοστό των καταναλωτών (67%) αντιμετωπίζει δυσκολίες στην χρήση της διατροφικής ετικέτας, το οποίο οφείλεται στην χρήση πολλαπλών διαφορετικών τύπων διατροφικής ετικέτας. (ερώτημα 23).



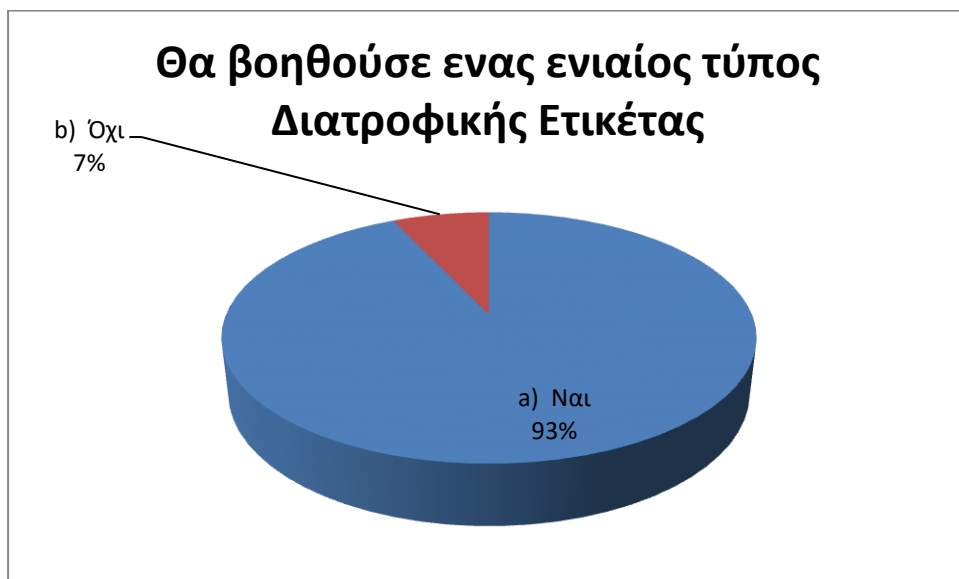
Διάγραμμα 12: Δυσκολίες στη Χρήση Διατροφικής Ετικέτας λόγω χρήσης διαφορετικών τύπων

Η χρήση έντονων γραμμάτων (65%) είναι ο κύριος τρόπος που θα διευκόλυνε την χρήση διατροφικής ετικέτας, ενώ ακολουθούν η χρήση χρωμάτων (37%), και διαγραμμάτων (19%). (ερώτημα 22).



Διάγραμμα 13: Βελτίωση Χρήσης Διατροφικής Ετικέτας

Ωστόσο ως κύριος παράγοντας για την χρήση της διατροφικής ετικέτας φαίνεται να είναι η καθιέρωση ενός κοινού τύπου διατροφικής ετικέτας (93% του δείγματος) (ερώτημα 24).



Διάγραμμα 14: Θα βοηθούσε ένας ενιαίος τύπος Διατροφικής Ετικέτας

Σε ότι αφορά επιμέρους στατιστική ανάλυση, πραγματοποιήθηκε έλεγχος συσχέτισης σε ότι αφορά επιμέρους προτάσεις βελτίωσης της διατροφικής ετικέτας (ερώτημα 22) με στόχο να ανιχνευτούν συσχετίσεις οι οποίες δεν είναι

εμφανής σε επίπεδο περιγραφικής στατιστικής. Τα αποτελέσματα των συσχετίσεων παρουσιάζονται περιληπτικά στον πίνακα που ακολουθεί, ενώ οι συσχετίσεις είναι διαθέσιμες στο Παράρτημα 1.

Ποιά μορφή της διατροφικής ετικέτας, θα σας βοηθούσε περισσότερο στην χρήση της;				
Μεταβλητή	Σχέση	Συσχέτιση	Στατιστικά Σημαντική	Σχόλια - Συμπεράσματα
Οικογενειακή Κατάσταση/Χρήση Χρωμάτων	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ισχυρή Σχέση	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/Χρήση Διαγραμμάτων	Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Οικογενειακή Κατάσταση/Έντονα Γράμματα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ασθενής	Όχι	
Ηλικία/Χρήση Χρωμάτων	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ιδιαίτερα Ασθενή	Όχι	
Ηλικία/Χρήση Διαγραμμάτων	Ανάλογη	Ικανοποιητική	Όχι	
Ηλικία/Έντονα Γράμματα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική	Όχι	
Επάγγελμα/Χρήση Χρωμάτων	Ανάλογη	Ισχυρή Σχέση	Όχι	
Επάγγελμα/Χρήση Διαγραμμάτων	Ανάλογη	Ισχυρή Σχέση	Ναι	Η χρήση διαγραμμάτων βοηθά σε μεγαλύτερο βαθμό φαντάρους, φοιτητές και συνταξιούχους
Επάγγελμα/Έντονα Γράμματα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης/Χρήση Χρωμάτων	Ανάλογη	Ασθενής Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης/Χρήση Διαγραμμάτων	Ανάλογη	Ασθενής Σχέση	Όχι	
Επίπεδο Εκπαίδευσης/ Έντονα Γράμματα	Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Ναι	Η χρήση έντονων γραμμάτων βοηθάει περισσότερο άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο

Φύλο/ Χρήση Χρωμάτων	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Όχι	
Φύλο/ Χρήση Διαγραμμάτων	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Όχι	
Φύλο/ Έντονα Γράμματα	Αντιστρόφως Ανάλογη	Ικανοποιητική Σχέση	Όχι	

Ως συμπέρασμα από τις συσχετίσεις επισημάνθηκαν τα παρακάτω:

- Επισημάνθηκε ισχυρή σχέση μεταξύ της Χρήσης Έντονων Γραμμάτων και του Επίπεδου εκπαίδευσης, οδηγώντας στο συμπέρασμα πως η χρήση έντονων γραμμάτων βοηθά περισσότερο άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο.
- Επισημάνθηκε ισχυρή σχέση ανάμεσα στην χρήση διαγραμμάτων και σε ορισμένες επαγγελματικές κατηγορίες (φαντάροι, φοιτητές και συνταξιούχοι).

Και οι 2 παραπάνω επισημάνσεις είναι συμβατές με τις παρατηρήσεις από την περιγραφική στατιστική και επιβεβαιώνουν τα συμπεράσματα της, αλλά και την τρέχουσα διεθνή βιβλιογραφική επισκόπηση, η οποία προτείνει την χρήση έντονων Γραμμάτων και Διαγραμμάτων.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των συσχετίσεων. Οι πίνακες συσχετίσεων, όπως αυτοί εξάγονται από το Λογισμικό SPSS, βρίσκονται στο παράρτημα Γ. Το κάθε επεξηγηματικό κείμενο δηλώνει στο τέλος τον κωδικό του πίνακα συσχέτισης στον οποίο και αντιστοιχεί.

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Χρωμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-0,096$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,343$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών.

γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.1.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Διαγραμμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,145). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,153, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.2.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στην Οικογενειακή Κατάσταση και στην Χρήση Έντονων Γραμμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,023). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,820, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.3.)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση Χρωμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,088). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,384, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.4)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση Διαγραμμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,064). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,527, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.5)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλο και στην Χρήση Έντονων Γραμμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,079).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,437, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.6)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Φύλλο και στην Χρήση Χρωμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,096). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,343, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.7)

Στη συσχέτιση ανάμεσα σε Ηλικιακή Ομάδα και Χρήση Χρωμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,139). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,168, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.8)

Στη συσχέτιση ανάμεσα σε Ηλικιακή Ομάδα και Χρήση Διαγραμμμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,041). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,685, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.9)

Στη συσχέτιση ανάμεσα σε Ηλικιακή Ομάδα και Χρήση Έντονων Γραμμμάτων παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,090). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,378, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.10)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση της Χρωμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε

α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,006). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,954, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.11)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση της Διαγραμμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,048). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,641, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.12)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επίπεδο Εκπαίδευσης και στην Χρήση Έντονων Γραμμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης ,201). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,047, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. Αυτό σημαίνει ότι όσο υψηλότερο το επίπεδο εκπαίδευσης τόσο περισσότερο θεωρούν ότι η χρήση έντονων γραμμάτων θα καταστήσει ευκολότερη την χρήση της διατροφικής ετικέτας. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.13)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση της Χρωμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης -,098). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι 0,330, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.14)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Διαγραμμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-,281$).

β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,05$, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.15)

Στη συσχέτιση ανάμεσα στο Επάγγελμα και στην Χρήση Έντονων Γραμμάτων στην Διατροφική ετικέτα παρατηρούμε α) μια ασθενή σχέση μεταξύ των μεταβλητών (συντελεστή συσχέτισης $-,135$). β) ο συντελεστής σημαντικότητας είναι $0,182$, γεγονός που υποδηλώνει ότι δεν υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ των μεταβλητών. γ) ο αρνητικός συντελεστής υποδηλώνει αντιστρόφως ανάλογη σχέση μεταξύ των μεταβλητών. (Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.16)

Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα

Η παρούσα έρευνα ανέδειξε τον σημαντικό ρόλο που παίζει η διατροφική ετικέτα για τους κύριους καταναλωτές, τόσο σε ότι αφορά συμπεριφορά καταναλωτή και επιλογές αγοράς προϊόντος, όσο και διατροφικές συνήθειες και συμπεριφορές. Και στους δύο αυτούς βασικούς άξονες (αγοραστική και διατροφική συμπεριφορά), ο ρόλος της διατροφικής ετικέτας εμφανίζεται ιδιαίτερα σημαντικός, σε ποσοστά που αντιπροσωπεύουν την συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος.

Σε ότι αφορά βελτίωση της χρήσης του θεσμού της διατροφικής ετικέτας, τα συμπεράσματα επίσης ήταν σαφή ως προς την υιοθέτηση ενός κοινού, ενιαίου τύπου διατροφικής ετικέτας όσο και σε προτάσεις βελτίωσης (με χρήση έντονων γραμμάτων, χρωμάτων και διαγραμμάτων).

Γενικά για την εξαγωγή συμπερασμάτων, ήδη από το επίπεδο της περιγραφικής στατιστικής ήταν εμφανής οι τάσεις και η ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων. Η περεταίρω ανάλυση συσχέτισης αποκάλυψε περισσότερα για την συσχέτιση μεταξύ των επιμέρους μεταβλητών.

Η παρούσα εργασία μεθοδολογικά περιλαμβάνει την προεπισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας και την βασική έρευνα με την δημιουργία και συγκέντρωση ερωτηματολογίων, ακολουθώντας την συνήθη επιστημονική πρακτική. Η έρευνα στα συγκεκριμένα χρονικά και τοπικά πλαίσια επιβεβαίωσε σε μεγάλο βαθμό συμπεράσματα από προηγούμενες έρευνες αναφορικά με τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας.

Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές εμφανίζονται πιο ενημερωμένοι και απαιτητικοί, ικανοί να διακρίνουν ποιο προϊόν τους παρέχει μεγαλύτερη αξία (Hoch & Raju, 1999, Lobstein et al, 2008) αν και υπήρξαν μελέτες που αμφισβήτησαν την αποτελεσματικότητα της σε ότι αφορά την βελτίωση διατροφικών και καταναλωτικών συνηθειών (Sacks et al, 2009, Vanderlee et al, 2012 Lalor, 2014)

Οι διατροφικές ετικέτες επηρεάζουν την διατροφική συμπεριφορά, ωστόσο ο βαθμός διαφέρει σημαντικά (ομάδες καταναλωτών ανάλογα με ηλικία, εκπαίδευση, χρόνο που αφιερώνουν και προδιάθεση αγοράς συγκεκριμένων προϊόντων κ.α.) (Wang et al, 1995, Nancarrow et al, 1998, Kahn, 1999, Byrd-Bredbenner et al, 2000, Godwin et al, 2006, Stranieri et al 2010, Swartz et al, 2013, Cheong et al, 2013)

Επισημαίνεται η ανάγκη απλοποίησης και διαμόρφωσης ενός κοινού προτύπου διατροφικής ετικέτας, με κοινή μορφοποίηση (Emrich et al, 2012, Mejean et al, 2013, Roberto et al, 2014, Julia et al 2015).

Σε ότι αφορά τον τρόπο διεξαγωγής των παραπάνω ερευνών, αυτές πραγματοποιήθηκαν με βάση ερωτηματολόγια και στην συνέχεια με στατιστική επεξεργασία των δεδομένων. Αντίστοιχη μεθοδολογία χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα έρευνα. Τα πλεονεκτήματα της παρούσας έρευνας είναι η επικέντρωση στην τοπική αγορά και η δημιουργία ενός σύνθετου ερωτηματολογίου, το οποίο χρησιμοποιήθηκε κατά την διάρκεια συνεντεύξεων με τους συμμετέχοντες την έρευνα. Η επιλογή αυτή επέτρεψε την χρήση δεδομένων από διάφορες επιμέρους ερωτήσεις ώστε να πραγματοποιηθεί στατιστική ανάλυση για την σχέση κύριων μεταβλητών σε ότι αφορά σειρά παραγόντων που επηρεάζει τα θέματα που εξετάστηκαν.

Επίσης η μεγάλη συμμετοχή νέων σε ηλικία ανθρώπων επιτρέπει να διαφανούν σε ένα επίπεδο μελλοντικές τάσεις. Ωστόσο το δείγμα σε μεγάλο βαθμό αποτελεί και ένα μειονέκτημα της παρούσας έρευνας. Ως προς το δείγμα οφείλουμε να κάνουμε μια σειρά παρατηρήσεων οι οποίες και θα αποτελέσουν οδηγό για περαιτέρω έρευνα.

Σε πρώτη φάση ως προς τα ποιοτικά χαρακτηριστικά, διαπιστώνουμε ότι:

α) παρατηρείται μια αυξημένη αντιπροσώπευση του δείγματος σε ότι αφορά την εκπαίδευση, καθώς η πλειοψηφία του δείγματος (83%) έχει ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση (κολλέγιο, πανεπιστήμιο και μεταπτυχιακό). (ερώτημα 4)

β) Ταυτόχρονα παρατηρούμε ότι το ποσοστό νέων είναι σχετικά αυξημένο, καθώς το 62% του δείγματος έχει ηλικία 18-30 ετών. (ερώτημα 2)

Τόσο το (α) όσο και το (β) θέτουν ερωτήματα ως προς την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, συνεπώς επόμενες έρευνες θα πρέπει να επικεντρωθούν σε πιο αντιπροσωπευτικά δείγματα, είτε να μελετήσουν συγκεκριμένα τμήματα του πληθυσμού από άποψη κυρίως ηλικίας και εκπαίδευσης.

Η βασική συνεισφορά της παρούσας έρευνας συνιστά την επικέντρωση της στην τοπική αγορά της Κύπρου, μιας αγοράς η οποία δεν έχει μελετηθεί εκτενώς και όπου ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας είναι σχετικά νέος.

Ακόμα η Κύπρος αποτελεί μια αγορά και μια κοινωνία με έντονα στοιχεία παράδοσης, αλλά ταυτόχρονα και τουριστικό προορισμό, με ότι αυτό συνεπάγεται για την βιομηχανία συσκευασμένων τροφίμων.

Με βάση τα παραπάνω εξετάστηκαν σειρά μεταβλητών που καθορίζουν την καταναλωτική και διατροφική συμπεριφορά των καταναλωτών, καθώς και τον βαθμό που αυτή επηρεάζεται από την διατροφική ετικέτα, όπως επίσης και τρόπους χάραξης πολιτικής για πιο αποτελεσματική χρήση της διατροφικής ετικέτας.

Τα αποτελέσματα όπως αυτά παρουσιάστηκαν παρέχουν ενδιαφέρουσες επισημάνσεις για την συμπεριφορά των καταναλωτών στην συγκεκριμένη αγορά, και τον θεσμό της διατροφικής ετικέτας.

Σε επίπεδο επιστημονικής προόδου, η έρευνα συνεισφέρει στην μελέτη της διατροφικής ετικέτας:

- Σε τοπικό πλαίσιο (Αγορά Κύπρου/περιοχή Λευκωσίας)
- Σε χρονικό πλαίσιο (2015-2016)

- Σε επίπεδο εισαγωγής νέου θεσμού (η διατροφική ετικέτα αποτελεί έναν σχετικά νέο θεσμό)
- Σε επίπεδο χάραξης πολιτικής (επισημάνσεις για βελτιώσεις, με βάση τις ήδη προγραμματισμένες αλλαγές στον σχεδιασμό της διατροφικής ετικέτας)

Πέρα από τα παραπάνω, παρατηρούμε μια ευαισθητοποίηση των κύριων καταναλωτών (ερώτημα 15), σε ότι αφορά τρόπους χρήσης και αποθήκευσης προϊόντων.

Η έρευνα συνεπώς εντοπίζει την ανάγκη για μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση σε θέματα διατροφικής ετικέτας, πέραν των καθαρά διατροφικών πληροφοριών. Το γεγονός αυτό (της αποθήκευσης προϊόντων διατροφής), δεν έχει εξεταστεί σε βάθος σε προηγούμενες έρευνες στα πλαίσια της διατροφικής ετικέτας και ενδέχεται να αποτελέσει σημείο έρευνας για το μέλλον, καθώς οι συνθήκες αποθήκευσης πιθανώς να επηρεάσουν σε σημαντικό βαθμό την διατροφική αξία των τροφίμων, ή να επηρεάσουν σε μεγαλύτερο βαθμό τις καταναλωτικές και διατροφικές συμπεριφορές.

Αν και οι κύριες τάσεις στα υπό εξέταση ερωτήματα είναι εμφανής, σε μεγάλο βαθμό ήδη από το επίπεδο της περιγραφικής στατιστικής, η στατιστική ανάλυση απεκάλυψε πρόσθετες συσχετίσεις μεταξύ μεταβλητών.

Ωστόσο, ως κύριους περιορισμούς της παρούσας έρευνας οφείλουμε να επισημάνουμε, όπως αναφέραμε την επιλογή δείγματος, καθώς παρουσιάζεται το φαινόμενο μεγάλης αναλογίας στο δείγμα σε νεότερες ηλικίες και σε υψηλή εκπαίδευση.

Επιπροσθέτως, καθώς ο θεσμός της διατροφικής ετικέτας αποτελεί όχι απλά έναν σχετικά νέο θεσμό στην αγορά της Κύπρου, αλλά και έναν θεσμό προορισμένο να αλλάξει στο εγγύς μέλλον, με την υιοθέτηση νέων προτύπων της ΕΕ, τα συμπεράσματα της παρούσας μελέτης αφενός μπορούν να αποτελέσουν οδηγό χάραξης πολιτικής, αλλά ενδεχομένως να καθιστούν μη επίκαιρα, συνεπεία αλλαγών του θεσμού ή και θεσμικών ενεργειών (πχ εκστρατεία ενημέρωσης).

Παράρτημα Α

Κανονιστικά Πλαίσια Διατροφικής Ετικέτας

Σήμερα τα κύρια κανονιστικά πλαίσια στις αγορές των ΗΠΑ, Ασίας & Ευρωπαϊκής Ένωσης περιγράφονται στους παρακάτω οδηγούς:

α) "A Food Labeling Guide, Guidance for Industry", Food & Drug Administration (2013), Υπουργείο Υγείας και Ανθρωπίνων Υπηρεσιών, Η.Π.Α. (ως αναθεωρητικό προηγούμενου οδηγού του 2009) και ως εξέλιξη του αντίστοιχου νόμου (Nutrition Labeling and Educating Act (1990))

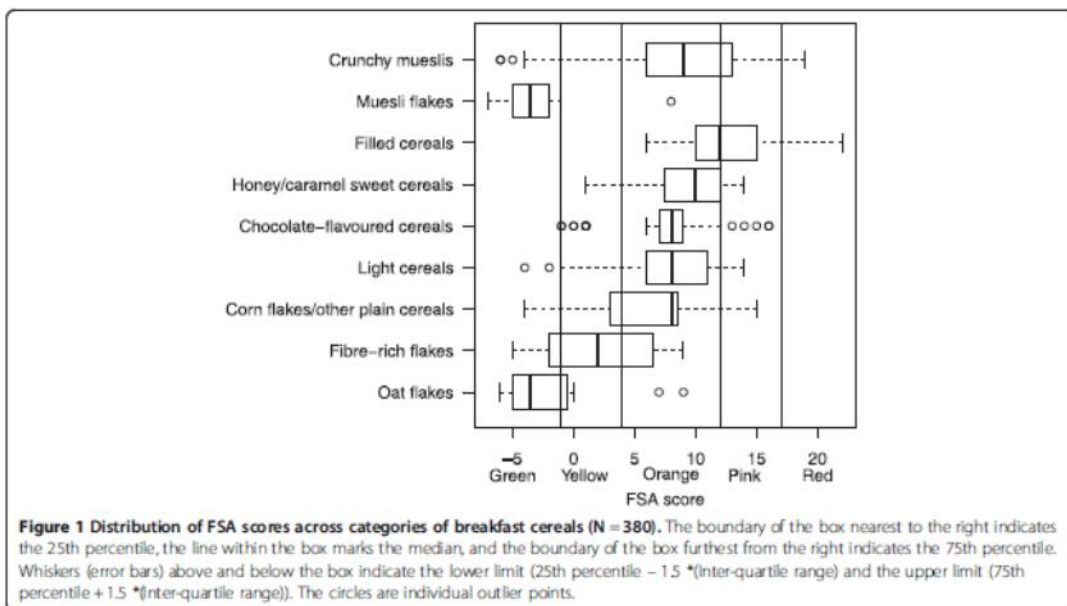
β) E.U. Regulation No 1169/2011 Of the European Union and the Council, of 25th October 2011, on the Provision of Food information to Consumers (αναθεωρώντας τις οδηγίες (EC) No 1924/2006 and (EC) No 1925/2006 of the European Parliament and of the Council, and repealing Commission Directive 87/250/EEC, Council Directive 90/496/EEC, Commission Directive 1999/10/EC, Directive 2000/13/EC of the European Parliament and of the Council, Commission Directives 2002/67/EC and 2008/5/EC and Commission Regulation (EC) No 608/2004, με αναθεωρητικό κείμενο το 2014. Ακόμα (Robin, 2015) έχει δημιουργηθεί νέα αναθεώρηση (Food Information to Consumers Regulation) με ισχύ από 13 Δεκεμβρίου 2016 που θέτει νέα πρότυπα αναφοράς διατροφικών στοιχείων για ορισμένες κατηγορίες συσκευασμένων τροφίμων.

γ) Asian Productivity Organization – APO (2002). Food Standards and Labeling Systems in Asia and the Pacific. Tokyo: Asian Productivity Organization.

Παράρτημα Β

Τύποι Σήμανσης Προϊόντων Διατροφικής Ετικέτας

- 1) Ο πιο κάτω πίνακας (Julie et al, 2015, p.6) παρουσιάζει το σύστημα 5 χρωμάτων, ανάλογα με την διατροφική αξία και το εύρος διατροφικής αξίας διαφόρων κατηγοριών προϊόντων, για την αγορά της Γαλλίας.



2) Τα λογότυπα MTL, STL, Green Tick, CR., όπως εξετάστηκαν στην μελέτη του Mejean. (Mejean et al, 2013, p. 501).

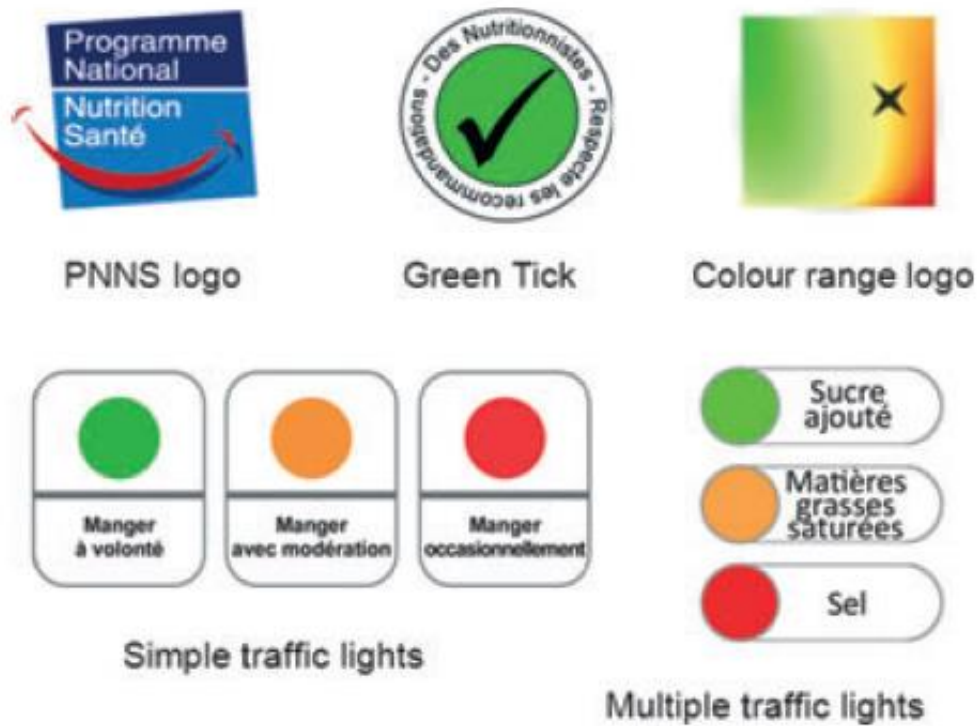


Figure 1 Front-of pack nutrition labels studied. Explanation about the use of the Colour range logo: the closer the star is to the green area, the healthier the nutrient profile of the product; the closer the star is to the red area, the less healthy the nutrient profile of the product. PNNS, Programme National Nutrition Santé.

3) Αναλυτικός Πίνακας αποτελεσμάτων της έρευνας Bonsmann et al, 2010 σχετικά με την σήμανση προϊόντων με διατροφική ετικέτα που πραγματοποιήθηκε σε πανευρωπαϊκό επίπεδο για 27 χώρες της ΕΕ όπου ανάμεσα τους συμπεριελήφθη και η Τουρκία.

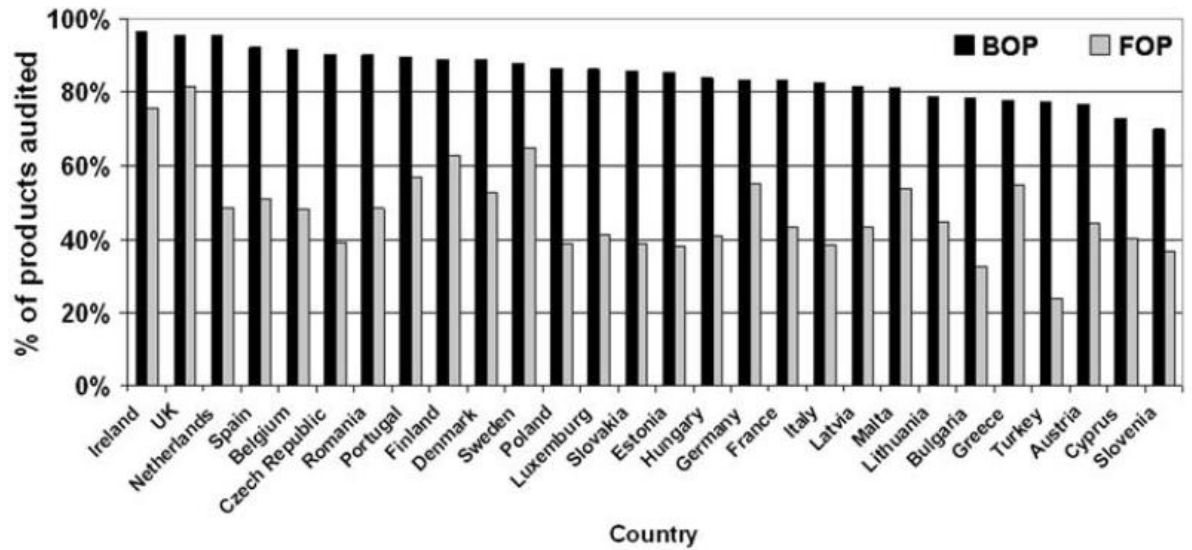


Figure 1 Penetration of nutrition labelling and related information across five product categories in EU-27 and Turkey.

Παράρτημα Γ

Συσχετίσεις

3.A.

Στο παρόν παράρτημα παρουσιάζονται οι συσχετίσεις που αφορούν το παρακάτω ερώτημα:

Οι ενήλικοι κύπριοι καταναλωτές διαβάζουν και κατανοούν επαρκώς την πληροφορία που αναγράφεται στην διατροφική ετικέτα των τροφίμων

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.1.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,243*
	Sig. (2-tailed)		,015
	N	100	100
Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης	Pearson Correlation	-,243*	1
	Sig. (2-tailed)	,015	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.2.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 10
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,100
	Sig. (2-tailed)		,323
	N	100	100
Ερώτημα 10	Pearson Correlation	-,100	1
	Sig. (2-tailed)	,323	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.3.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 11
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,135
	Sig. (2-tailed)		,184
	N	100	99
Ερώτημα 11	Pearson Correlation	-,135	1
	Sig. (2-tailed)	,184	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.4.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 12
Φύλο	Pearson Correlation	1	,033
	Sig. (2-tailed)		,749
	N	100	99
Ερώτημα 12	Pearson Correlation	,033	1
	Sig. (2-tailed)	,749	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.5.)

Correlations

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,238*
	Sig. (2-tailed)		,017
	N	100	100
Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης	Pearson Correlation	,238*	1
	Sig. (2-tailed)	,017	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.6.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 10
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,162
	Sig. (2-tailed)		,106
	N	100	100
Ερώτημα 10	Pearson Correlation	,162	1
	Sig. (2-tailed)	,106	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.7.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 11
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,239*
	Sig. (2-tailed)		,017
	N	100	99
Ερώτημα 11	Pearson Correlation	,239*	1
	Sig. (2-tailed)	,017	
	N	99	99

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.8.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 12
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,158
	Sig. (2-tailed)		,118
	N	100	99
Ερώτημα 12	Pearson Correlation	-,158	1
	Sig. (2-tailed)	,118	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.9.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,152
	Sig. (2-tailed)		,131
	N	100	100
Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης	Pearson Correlation	-,152	1
	Sig. (2-tailed)	,131	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.10.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 12
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,013
	Sig. (2-tailed)		,895
	N	100	99
Ερώτημα 12	Pearson Correlation	,013	1
	Sig. (2-tailed)	,895	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.11.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 11
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,182
	Sig. (2-tailed)		,072
	N	100	99
Ερώτημα 11	Pearson Correlation	-,182	1
	Sig. (2-tailed)	,072	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.12.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 10
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,029
	Sig. (2-tailed)		,777
	N	100	100
Ερώτημα 10	Pearson Correlation	-,029	1
	Sig. (2-tailed)	,777	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.13.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 10
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,090
	Sig. (2-tailed)		,373
	N	100	100
Ερώτημα 10	Pearson Correlation	,090	1
	Sig. (2-tailed)	,373	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.14.)

Correlations

		Ερώτημα 11	Οικογενειακή Κατάσταση
Ερώτημα 11	Pearson Correlation	1	,196
	Sig. (2-tailed)		,052
	N	99	99
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	,196	1
	Sig. (2-tailed)	,052	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.15.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 12
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,152
	Sig. (2-tailed)		,133
	N	100	99
Ερώτημα 12	Pearson Correlation	-,152	1
	Sig. (2-tailed)	,133	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.16.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,222*
	Sig. (2-tailed)		,026
	N	100	100
Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης	Pearson Correlation	,222*	1
	Sig. (2-tailed)	,026	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.17.)**Correlations**

		Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης	Επίπεδο Εκπαίδευσης
Ερώτημα 8 Επίπεδο Ενημέρωσης	Pearson Correlation	1	-,157
	Sig. (2-tailed)		,120
	N	100	99
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	-,157	1
	Sig. (2-tailed)	,120	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.18.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 10
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,124
	Sig. (2-tailed)		,221
	N	99	99
Ερώτημα 10	Pearson Correlation	-,124	1
	Sig. (2-tailed)	,221	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.19.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 11
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,119
	Sig. (2-tailed)		,244
	N	99	98
Ερώτημα 11	Pearson Correlation	-,119	1
	Sig. (2-tailed)	,244	
	N	98	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.1.20.)

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 12
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,074
	Sig. (2-tailed)		,471
	N	99	98
Ερώτημα 12	Pearson Correlation	-,074	1
	Sig. (2-tailed)	,471	
	N	98	99

3.B.

Στο παρόν παράρτημα παρουσιάζονται οι συσχετίσεις που αφορούν το παρακάτω ερώτημα:

Οι πληροφορίες της διατροφικής αξίας των τροφίμων αποτελεί κύριο παράγοντα αγοραστικής απόφασης για τους κύπριους καταναλωτές;

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.1.)

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,118
	Sig. (2-tailed)		,248
	N	99	97
Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Pearson Correlation	-,118	1
	Sig. (2-tailed)	,248	
	N	97	98

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.2.)**Correlations**

		Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Οικογενειακή Κατάσταση
Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Pearson Correlation	1	,076
	Sig. (2-tailed)		,459
	N	98	98
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	,076	1
	Sig. (2-tailed)	,459	
	N	98	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.3.)**Correlations**

		Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Ηλικιακή Ομάδα
Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Pearson Correlation	1	,110
	Sig. (2-tailed)		,283
	N	98	98
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	,110	1
	Sig. (2-tailed)	,283	
	N	98	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.4.)

Correlations

		Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Φύλο
Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Pearson Correlation	1	-,100
	Sig. (2-tailed)		,328
	N	98	98
Φύλο	Pearson Correlation	-,100	1
	Sig. (2-tailed)	,328	
	N	98	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.2.5.)

Correlations

		Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Φοιτητής/Εργαζ όμενος
Ερώτημα 7_3 Διατροφική Ετικέτα	Pearson Correlation	1	,059
	Sig. (2-tailed)		,561
	N	98	98
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	,059	1
	Sig. (2-tailed)	,561	
	N	98	100

3.Γ.

Στο παρόν παράρτημα παρουσιάζονται οι συσχετίσεις που αφορούν το παρακάτω ερώτημα:

Η διατροφική ετικέτα σε ποιό βαθμό επηρεάζει τις διατροφικές συνήθειες των ενήλικων κυρίων καταναλωτών;

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.1.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 21
Φύλο	Pearson Correlation	1	,172
	Sig. (2-tailed)		,093
	N	100	97
Ερώτημα 21	Pearson Correlation	,172	1
	Sig. (2-tailed)	,093	
	N	97	97

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.2.)

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 21
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,020
	Sig. (2-tailed)		,843
	N	100	97
Ερώτημα 21	Pearson Correlation	-,020	1
	Sig. (2-tailed)	,843	
	N	97	97

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.3.)

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 21
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,047
	Sig. (2-tailed)		,650
	N	99	96
Ερώτημα 21	Pearson Correlation	-,047	1
	Sig. (2-tailed)	,650	
	N	96	97

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.4.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζ όμενος	Ερώτημα 21
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,076
	Sig. (2-tailed)		,460
	N	100	97
Ερώτημα 21	Pearson Correlation	-,076	1
	Sig. (2-tailed)	,460	
	N	97	97

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.3.5.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 21
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,012
	Sig. (2-tailed)		,907
	N	100	97
Ερώτημα 21	Pearson Correlation	-,012	1
	Sig. (2-tailed)	,907	
	N	97	97

3.Δ.

Στο παρόν παράρτημα παρουσιάζονται οι συσχετίσεις που αφορούν το παρακάτω ερώτημα:

Για ποιούς λόγους θεωρείται σημαντική ή μη, η διατροφική ετικέτα στους κύριους καταναλωτές?

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.1.)

Correlations

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_1
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,220*
	Sig. (2-tailed)		,028
	N	100	100
Ερώτημα 14_1	Pearson Correlation	,220*	1
	Sig. (2-tailed)	,028	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.2.)

Correlations

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_2
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,087
	Sig. (2-tailed)		,388
	N	100	100
Ερώτημα 14_2	Pearson Correlation	,087	1
	Sig. (2-tailed)	,388	
	N	100	100

Σε ότι αφορά την συσχέτιση ανάμεσα στην Ηλικιακή Ομάδα και στην Χρήση της Διατροφικής ετικέτας ως οδηγό διατροφής

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.3.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_4
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,057
	Sig. (2-tailed)		,577
	N	100	100
Ερώτημα 14_4	Pearson Correlation	-,057	1
	Sig. (2-tailed)	,577	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.4.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_5
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,011
	Sig. (2-tailed)		,911
	N	100	100
Ερώτημα 14_5	Pearson Correlation	-,011	1
	Sig. (2-tailed)	,911	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.5.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_6
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,220*
	Sig. (2-tailed)		,028
	N	100	100
Ερώτημα 14_6	Pearson Correlation	-,220*	1
	Sig. (2-tailed)	,028	
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.6.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_7
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,286**
	Sig. (2-tailed)		,004
	N	100	100
Ερώτημα 14_7	Pearson Correlation	,286**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.7.)**Correlations**

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 14_8
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,193
	Sig. (2-tailed)		,054
	N	100	100
Ερώτημα 14_8	Pearson Correlation	,193	1
	Sig. (2-tailed)	,054	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.8.)**Correlations**

		Φύλο	Ερώτημα 14_1
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,104
	Sig. (2-tailed)		,305
	N	100	100
Ερώτημα 14_1	Pearson Correlation	-,104	1
	Sig. (2-tailed)	,305	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.9.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_2
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,040
	Sig. (2-tailed)		,693
	N	100	100
Ερώτημα 14_2	Pearson Correlation	-,040	1
	Sig. (2-tailed)	,693	
	N		100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.10.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_3
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,040
	Sig. (2-tailed)		,690
	N	100	100
Ερώτημα 14_3	Pearson Correlation	-,040	1
	Sig. (2-tailed)	,690	
	N	100	100
N		100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.11.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_4
Φύλο	Pearson Correlation	1	,002
	Sig. (2-tailed)		,987
	N	100	100
Ερώτημα 14_4	Pearson Correlation	,002	1
	Sig. (2-tailed)	,987	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.12.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_5
Φύλο	Pearson Correlation	1	,013
	Sig. (2-tailed)		,900
	N	100	100
Ερώτημα 14_5	Pearson Correlation	,013	1
	Sig. (2-tailed)	,900	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.13.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_6
Φύλο	Pearson Correlation	1	,061
	Sig. (2-tailed)		,546
	N	100	100
Ερώτημα 14_6	Pearson Correlation	,061	1
	Sig. (2-tailed)	,546	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.14.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_7
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,120
	Sig. (2-tailed)		,234
	N	100	100
Ερώτημα 14_7	Pearson Correlation	-,120	1
	Sig. (2-tailed)	,234	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.15.)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 14_8
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,362**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Ερώτημα 14_8	Pearson Correlation	-,362**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.17.)

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_1
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,041
	Sig. (2-tailed)		,689
	N	99	99
Ερώτημα 14_1	Pearson Correlation	-,041	1
	Sig. (2-tailed)	,689	
	N	99	100

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_2
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,083
	Sig. (2-tailed)		,416
	N	99	99
Ερώτημα 14_2	Pearson Correlation	-,083	1
	Sig. (2-tailed)	,416	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.18.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_3
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,077
	Sig. (2-tailed)		,450
	N	99	99
Ερώτημα 14_3	Pearson Correlation	-,077	1
	Sig. (2-tailed)	,450	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.19.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_4
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,021
	Sig. (2-tailed)		,838
	N	99	99
Ερώτημα 14_4	Pearson Correlation	-,021	1
	Sig. (2-tailed)	,838	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.20.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_5
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	,005
	Sig. (2-tailed)		,958
	N	99	99
Ερώτημα 14_5	Pearson Correlation	,005	1
	Sig. (2-tailed)	,958	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.21.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_6
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	,226*
	Sig. (2-tailed)		,025
	N	99	99
Ερώτημα 14_6	Pearson Correlation	,226*	1
	Sig. (2-tailed)	,025	
	N	99	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.22.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_7
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,024
	Sig. (2-tailed)		,816
	N	99	99
Ερώτημα 14_7	Pearson Correlation	-,024	1
	Sig. (2-tailed)	,816	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.23.)**Correlations**

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 14_8
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	-,006
	Sig. (2-tailed)		,954
	N	99	99
Ερώτημα 14_8	Pearson Correlation	-,006	1
	Sig. (2-tailed)	,954	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.24.)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_1
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,075
	Sig. (2-tailed)		,458
	N	100	100
Ερώτημα 14_1	Pearson Correlation	,075	1
	Sig. (2-tailed)	,458	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.25.)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_2
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,059
	Sig. (2-tailed)		,560
	N	100	100
Ερώτημα 14_2	Pearson Correlation	-,059	1
	Sig. (2-tailed)	,560	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.26.)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_3
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,116
	Sig. (2-tailed)		,251
	N	100	100
Ερώτημα 14_3	Pearson Correlation	,116	1
	Sig. (2-tailed)	,251	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.27.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_4
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,189
	Sig. (2-tailed)		,060
	N	100	100
Ερώτημα 14_4	Pearson Correlation	-,189	1
	Sig. (2-tailed)	,060	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.28.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_5
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,123
	Sig. (2-tailed)		,222
	N	100	100
Ερώτημα 14_5	Pearson Correlation	,123	1
	Sig. (2-tailed)	,222	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.29.)

Correlations

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_6
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,081
	Sig. (2-tailed)		,424
	N	100	100
Ερώτημα 14_6	Pearson Correlation	,081	1
	Sig. (2-tailed)	,424	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.30.)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_7
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,021
	Sig. (2-tailed)		,833
	N	100	100
Ερώτημα 14_7	Pearson Correlation	-,021	1
	Sig. (2-tailed)	,833	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.31.)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 14_8
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,168
	Sig. (2-tailed)		,095
	N	100	100
Ερώτημα 14_8	Pearson Correlation	,168	1
	Sig. (2-tailed)	,095	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.32.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_1
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,130
	Sig. (2-tailed)		,197
	N	100	100
Ερώτημα 14_1	Pearson Correlation	,130	1
	Sig. (2-tailed)	,197	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.33.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_2
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,001
	Sig. (2-tailed)		,989
	N	100	100
Ερώτημα 14_2	Pearson Correlation	-,001	1
	Sig. (2-tailed)	,989	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.34.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_3
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,067
	Sig. (2-tailed)		,510
	N	100	100
Ερώτημα 14_3	Pearson Correlation	-,067	1
	Sig. (2-tailed)	,510	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.35.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_4
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,051
	Sig. (2-tailed)		,615
	N	100	100
Ερώτημα 14_4	Pearson Correlation	,051	1
	Sig. (2-tailed)	,615	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.36.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_5
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,076
	Sig. (2-tailed)		,453
	N	100	100
Ερώτημα 14_5	Pearson Correlation	-,076	1
	Sig. (2-tailed)	,453	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.37.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_6
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,130
	Sig. (2-tailed)		,197
	N	100	100
Ερώτημα 14_6	Pearson Correlation	-,130	1
	Sig. (2-tailed)	,197	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.38.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_7
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,280**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	100	100
Ερώτημα 14_7	Pearson Correlation	,280**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.4.39.)**Correlations**

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 14_8
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,115
	Sig. (2-tailed)		,255
	N	100	100
Ερώτημα 14_8	Pearson Correlation	,115	1
	Sig. (2-tailed)	,255	
	N	100	100

3.E.

Στο παρόν παράρτημα παρουσιάζονται οι συσχετίσεις που αφορούν το παρακάτω ερώτημα:

Ποιο είδος διατροφικής ετικέτας είναι πιο ελκυστικό στους ενήλικες κύπριους καταναλωτές;

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.1.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα 22_1
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,096
	Sig. (2-tailed)		,343
	N	100	100
Ερώτημα 22_1	Pearson Correlation	-,096	1
	Sig. (2-tailed)	,343	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.2.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα22_2
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	,145
	Sig. (2-tailed)		,153
	N	100	99
Ερώτημα22_2	Pearson Correlation	,145	1
	Sig. (2-tailed)	,153	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.3.)

Correlations

		Οικογενειακή Κατάσταση	Ερώτημα22_3
Οικογενειακή Κατάσταση	Pearson Correlation	1	-,023
	Sig. (2-tailed)		,820
	N	100	99
Ερώτημα22_3	Pearson Correlation	-,023	1
	Sig. (2-tailed)	,820	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.4)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα 22_1
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,088
	Sig. (2-tailed)		,384
	N	100	100
Ερώτημα 22_1	Pearson Correlation	-,088	1
	Sig. (2-tailed)	,384	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.5)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα22_2
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,064
	Sig. (2-tailed)		,527
	N	100	99
Ερώτημα22_2	Pearson Correlation	-,064	1
	Sig. (2-tailed)	,527	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.6)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα22_3
Φύλο	Pearson Correlation	1	-,079
	Sig. (2-tailed)		,437
	N	100	99
Ερώτημα22_3	Pearson Correlation	-,079	1
	Sig. (2-tailed)	,437	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.7)

Correlations

		Φύλο	Ερώτημα22_4
Φύλο	Pearson Correlation	1	,039
	Sig. (2-tailed)		,699
	N	100	99
Ερώτημα22_4	Pearson Correlation	,039	1
	Sig. (2-tailed)	,699	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.8)

Correlations

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα 22_1
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,139
	Sig. (2-tailed)		,168
	N	100	100
Ερώτημα 22_1	Pearson Correlation	-,139	1
	Sig. (2-tailed)	,168	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.9)

Correlations

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα22_2
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	,041
	Sig. (2-tailed)		,685
	N	100	99
Ερώτημα22_2	Pearson Correlation	,041	1
	Sig. (2-tailed)	,685	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.10)

Correlations

		Ηλικιακή Ομάδα	Ερώτημα22_3
Ηλικιακή Ομάδα	Pearson Correlation	1	-,090
	Sig. (2-tailed)		,378
	N	100	99
Ερώτημα22_3	Pearson Correlation	-,090	1
	Sig. (2-tailed)	,378	
	N	99	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.11)

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα 22_1
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	,006
	Sig. (2-tailed)		,954
	N	99	99
Ερώτημα 22_1	Pearson Correlation	,006	1
	Sig. (2-tailed)	,954	
	N	99	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.12)

Correlations

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα22_2
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	,048
	Sig. (2-tailed)		,641
	N	99	98
Ερώτημα22_2	Pearson Correlation	,048	1
	Sig. (2-tailed)	,641	
	N	98	99

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.13)

Correlations

		Επίπεδο Εκπαίδευσης	Ερώτημα22_3
Επίπεδο Εκπαίδευσης	Pearson Correlation	1	,201*
	Sig. (2-tailed)		,047
	N	99	98
Ερώτημα22_3	Pearson Correlation	,201*	1
	Sig. (2-tailed)	,047	
	N	98	99

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.14)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα 22_1
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,098
	Sig. (2-tailed)		,330
	N	100	100
Ερώτημα 22_1	Pearson Correlation	,098	1
	Sig. (2-tailed)	,330	
	N	100	100

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.15)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα22_2
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	,281**
	Sig. (2-tailed)		,005
	N	100	99
Ερώτημα22_2	Pearson Correlation	,281**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	
	N	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Πίνακας Συσχέτισης 4.3.5.16)**Correlations**

		Φοιτητής/Εργαζόμενος	Ερώτημα22_3
Φοιτητής/Εργαζόμενος	Pearson Correlation	1	-,135
	Sig. (2-tailed)		,182
	N	100	99
Ερώτημα22_3	Pearson Correlation	-,135	1
	Sig. (2-tailed)	,182	
	N	99	99

Παράρτημα Δ

Ερωτηματολόγιο

Παρακαλώ απαντήστε στο ακόλουθο ερωτηματολόγιο, το οποίο είναι **Σύντομο** και **Ανώνυμο**. Η συμμετοχή σας είναι **Προαιρετική**

Θέμα: Ο Ρόλος και η Επίδραση της Διατροφικής Ετικέτας (Nutrition label) των Τροφίμων, στους Ενήλικους Κύπριους Καταναλωτές της Επαρχίας Λευκωσίας

Μάστερ Διοίκησης Επιχειρήσεων, Κατεύθυνση Μάρκετινγκ, Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σας ευχαριστώ

Κώστας Μαρκίδης

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ: Αρ. Ερωτηματολογίου:.....

Μέρος Α: Δημογραφικά Στοιχεία:

Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

1. Φύλο:

- a) Άνδρας
- b) Γυναίκα

2. Ηλικία:

- a) 18 – 24
- b) 25 – 30
- c) 31 – 40
- d) 41 – 50
- e) 51 – 63
- f) 64 +

3. Οικογενειακή Κατάσταση:

- a) Ελεύθερος
- b) Παντρεμένος/ Αρραβωνιασμένος
- c) Διαζευγμένος
- d) Σε χηρεία

4. Εκπαίδευση:

- a) Πρωτοβάθμια
- b) Δευτεροβάθμια
- c) Κολέγιο
- d) Πανεπιστήμιο
- e) Μάστερ/ Διδακτορικό

5. Επάγγελμα:

- a) Εργαζόμενος (ιδιωτικό/δημόσιο)
- b) Επιχειρηματίας
- c) Οικιακά
- d) Άνεργος
- e) Φοιτητής
- f) Φαντάρος
- g) Συνταξιούχος

Μέρος Β: Κυρίως Μέρος

6. Η διατροφή γίνεται αντικείμενο συζήτησης μεταξύ των μελών της οικογενείας σας; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Πολύ συχνά
- b) Συχνά
- c) Σπάνια
- d) Ποτέ

7. Ποιό ή ποια κριτήρια θεωρείται πιο σημαντικά για την απόφαση αγοράς ενός προϊόντος; Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Τιμή
- b) Επωνυμία Προϊόντος
- c) Διατροφική Ετικέτα
- d) Συνήθεια
- e) Προσωπική Επιθυμία

8. Πόσο καλά ενημερωμένος είστε σχετικά με τις πληροφορίες που υπάρχουν στη διατροφική ετικέτα; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Πολύ Ενημερωμένος
- b) Αρκετά Ενημερωμένος
- c) Λίγο Ενημερωμένος
- d) Καθόλου Ενημερωμένος

9. Η διατροφική ετικέτα στα προϊόντα που αγοράζετε είναι συνήθως τοποθετημένη: Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Μπροστά από την Συσκευασία των Προϊόντων που αγοράζετε
- b) Πίσω από την Συσκευασία των Προϊόντων που αγοράζετε
- c) Στο Πλάι της συσκευασίας των Προϊόντων που αγοράζετε
- d) Δεν υπάρχει στην Συσκευασία των Προϊόντων που αγοράζετε
- e) Δεν γνωρίζω

10. Γνωρίζετε ότι η ύπαρξη διατροφικής ετικέτας είναι υποχρεωτική στα συσκευασμένα τρόφιμα; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Ναι
- b) Όχι

11. Διαβάζετε τη διατροφική ετικέτα στα τρόφιμα που αγοράζετε; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Πολύ συχνά
- b) Συχνά
- c) Σπάνια
- d) Ποτέ

12. Πριν αγοράσετε τρόφιμα: Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Έχετε ήδη αποφασίσει ποιο συγκεκριμένο προϊόν (επωνυμία προϊόντος) θα αγοράσετε
- b) Κάνετε επιτόπου έρευνα μεταξύ 2 διαφορετικών προϊόντων, διαβάζοντας και την διατροφική ετικέτα
- c) Κάνετε επιτόπου έρευνα μεταξύ 3+ διαφορετικών προϊόντων διαβάζοντας και την διατροφική ετικέτα

13. Πόσο σημαντική θεωρείται τη διατροφική ετικέτα, για την απόφαση αγοράς ενός προϊόντος; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a. Πολύ σημαντική
- b. Αρκετά Σημαντική
- c. Μικρής σημασίας
- d. Καθόλου σημαντική

14. Για ποιούς λόγους θεωρείται τη διατροφική ετικέτα σημαντική; Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Ως Οδηγός Διατροφής
- b) Αξιολόγηση Προϊόντος
- c) Χώρα Προέλευσης/Παραγωγής
- d) Λόγω θέματος υγείας
- e) Ημ/νια Παραγωγής
- f) Ημ/νια Λήξης
- g) Διατροφικές Πληροφορίες
- h) Θερμίδες Προϊόντος
- ι) Δεν την θεωρώ σημαντική

15. Ποιες πληροφορίες διαβάζετε στη διατροφική ετικέτα πριν αποφασίσετε να αγοράσετε ένα συγκεκριμένο τρόφιμο; Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Συστατικά
- b) Ονομασία Παραγωγού
- c) Χώρα Προέλευσης/Παραγωγής
- d) Αριθμός παρτίδας
- e) Ημ/νια Παραγωγής
- f) Ημ/νια Λήξης
- g) Συνθήκες Αποθήκευσης
- h) Διατροφικές Πληροφορίες
- ι) Οδηγίες χρήσης
- ι) Θερμίδες
- k) Καθαρό Περιεχόμενο
- l) Δεν διαβάζω καμία πληροφορία

16. Θα αγοράζατε συσκευασμένα τρόφιμα χωρίς να έχουν διατροφική ετικέτα ή να μην εμφανίζουν επαρκείς κατά την κρίση σας πληροφορίες; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Ναι
- b) Όχι

17. Σε ποιες περιπτώσεις αγοράζετε ένα τρόφιμο χωρίς να διαβάσετε τη διατροφική ετικέτα; Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Καμία περίπτωση
- b) Μη διαθέσιμη διατροφική ετικέτα
- c) Επώνυμο Προϊόν
- d) Προϊόν που αγοράζω συχνά
- e) Παραδοσιακό Προϊόν
- f) Αγαπημένο Σνακ

18. Αν δεν θεωρείται τη διατροφική ετικέτα σημαντική, ποιοι είναι οι λόγοι?

Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Πάντα θεωρώ σημαντική τη διατροφική ετικέτα
- b) Δυσκολία Διαβάσματος Ετικέτας (πχ μικρά γράμματα, ξένη γλώσσα)
- c) Δυσκολία κατανόησης των πληροφοριών
- d) Δυσκολία Αξιολόγησης των πληροφοριών συγκριτικά με άλλα προϊόντα
- e) Εντοπισμός Χώρας Προέλευσης / Παραγωγής
- f) Έλλειψη Επαρκούς Πληροφόρησης στην Ετικέτα

19. Ποιες δυσκολίες αντιμετωπίζετε, ώστε να διαβάσετε και να κατανοήσετε επαρκώς τις πληροφορίες που αναφέρονται στη διατροφική ετικέτα;

Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Δεν Αντιμετωπίζω Καμιά Δυσκολία
- b) Εντοπισμός της Ετικέτας
- c) Αναγωγή Πληροφορίας σε Μερίδα Κατανάλωσης
- d) Περιορισμένες Διαθέσιμες Πληροφορίες
- e) Περιορισμός Χρόνου
- f) Υπερβολική Ποσότητα Πληροφοριών
- g) Πολύ Μικρά Γράμματα
- h) Διάφοροι τύποι Ετικετών

20. Ποιοι παράγοντες μπορεί να σας υποκινήσουν να διαβάσετε τη διατροφική ετικέτα; Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Τοποθέτηση στο Εμπρός Μέρος Συσκευασίας
- b) Τοποθέτηση στο Πίσω Μέρος Συσκευασίας
- c) Αξιολόγηση και εύκολη σύγκριση Προϊόντων
- d) Κοινού τύπου διαγράμματα και σήμανση
- e) Θέματα υγείας
- f) Θέματα διατροφής μελών οικογενείας
- g) Θερμίδες Προϊόντος
- h) Κανένας Παράγοντας

21. Επιθυμείτε να απολαύσετε ένα αγαπημένο σας σνακ. Διαβάζοντας τη διατροφική ετικέτα ανακαλύπτεται ότι έχει πολλές θερμίδες (400 Kcal) και υψηλή περιεκτικότητα σε λίπος και αλάτι. Τι κάνετε στην συγκεκριμένη περίπτωση;

Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Αγοράζετε και τρώτε το Σνακ
- b) Αγοράζετε και τρώτε το Σνακ, προσπαθώντας να εξισορροπήσετε την διατροφή σας, την υπόλοιπη ημέρα
- c) Αγοράζετε και καταναλώνετε ένα πιο υγιεινό σνακ και με λιγότερες θερμίδες

22. Ποιά μορφή της διατροφικής ετικέτας, θα σας βοηθούσε περισσότερο στην χρήση της; Επιλέξτε όλες τις κατάλληλες απαντήσεις

- a) Χρήση Χρωμάτων
- b) Χρήση Διαγραμμάτων
- c) Έντονα Γράμματα
- d) Καμία

23. Αντιμετώπισατε ποτέ δυσκολίες στην χρήση λόγω των διαφορετικών τύπων διατροφικής ετικέτας; Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Ναι
- b) Όχι

24. Πιστεύετε ότι ένας ενιαίος τύπος διατροφικής ετικέτας, για όλες τις συσκευασίες τροφίμων, θα σας βοηθούσε περισσότερο στην χρήση τους;

Επιλέξτε την κατάλληλη απάντηση

- a) Ναι
- b) Όχι

Σας Ευχαριστούμε για το Χρόνο σας!

Βιβλιογραφία

Asian Productivity Organization – APO. (2002). Food Standards and Labeling Systems in Asia and the Pacific. Tokyo: Asian Productivity Organization.

Baltas, G. (2001). Nutrition label: issues and policies. *European Journal of Marketing*. 35(5/6), pp.708-721.

Bellatti, A. and M. Simon. (2011). Regulating Front of Package Labeling: An Exercise in Futility?. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*. 6(4), pp.513-523.

Bonsmann, S., S. Celemín, L. Fernández, A. Larrañaga, S. Egger, J.M. Wills, C. Hodgkins, and M.M. Raats. (2010). Penetration of nutrition information on food labels across the EU-27 plus Turkey. *European Journal of Clinical Nutrition*. 64(12), pp.1379-1385.

Byrd-Bredbenner, C., L. Alfieri and L. Kiefer. (2000). The nutrition label knowledge and usage behaviours of women in the US. *Nutrition Bulletin*. 25(4), pp.315-322.

Caswell, J.A. and E.M. Mojduszka. (1996). Using Informational Labeling to Influence the Market for Quality in Food Products. *American Journal of Agricultural Economics*. 78(5), pp.1248-1253.

Caswell, J.A. and D.I. Padberg. (1999). Toward a more comprehensive theory of food labels. *American Journal of Agricultural Economics*. 74, pp.460-468.

Cheong, S.M., J. Kaur , K.H. Lim, B.K. Ho, and S. Mohmad. (2013). Use and Understanding of Nutrition Labeling among Elderly Men and Women in Malaysia. *Malaysian Journal of Nutrition*. 19(3), pp.353-362.

Daly, P.A. (1976). The Response of Consumers to Nutrition Labeling. *Journal of Consumer Affairs*. 10(2), pp.170-178.

Draper, A.K., A.J. Adamson, S. Clegg, S. Malam, M. Rigg, and S. Duncan. (2013). Front-of-pack nutrition labelling: are multiple formats a problem for consumers?. *European Journal of Public Health*. 23(3), pp.517-521.

Digest, (2007), Available: www.nationaldairyCouncil.org

Emrich, T.E., J. Arcand, and M.R. L'Abbé. (2012). Front-of-pack Nutrition Labelling Systems: A Missed Opportunity?. *Canadian Journal of Public Health*, 103(4), pp.260-262.

Godwin, S.L., L. Speller-Henderson, and C. Thompson. (2006). Evaluating the Nutrition Label: Its Use in and Impact on Purchasing Decisions by Consumers. *Journal of Food Distribution Research*. 37(1), pp.76-80.

Julia, C., E. Kesse-Guyot, P. Ducrot, S. Péneau, M. Touvier, C. Méjean, and S. Hercberg. (2015). Performance of a five category front-of-pack labelling system - the 5-colour nutrition label - to differentiate nutritional quality of breakfast cereals in France. *BMC Public Health*. 15(1), pp.1-9.

Gaur A. S., Gaur S. S., (2009) *Statistical Methods for Practice and Research, A Guide to Data Analysis Using SPSS, 2nd Edition*, Response, Sage Publications

Gesser-Edelsburg, A., R. Endevelt, and Y. Tirosh-Kamienchick. (2014). Nutrition labelling and the choices logo in Israel: positions and perceptions of leading health policy makers. *Journal of Human Nutrition & Dietetics*. 27(1), pp.58-68.

Hawkes, C. (2008). Agro-food industry growth and obesity in China: what role for regulating food advertising and promotion and nutrition labeling?. *Obesity Reviews Supplement*. 1(9), pp.151-161.

Hersey, J.C., K.C. Wohlgenant, J.E. Arsenault, K.M. Kosa, and M.K. Muth. (2013). Effects of front-of-package and shelf nutrition labeling systems on consumers. *Nutrition Reviews*. 71(1), pp.1-14.

Hieke, S. and C.R. Taylor. (2012). A Critical Review of the Literature on Nutritional Labeling. *Journal of Consumer Affairs*. 46(1), pp.120-156.

Hosh, S.J. and S.J. Raju. (1999). Are Private Labels a Threat to National Brands?. In: *Financial Times*, ed. *Mastering Marketing*. Prentice Hall, pp.215-221.

Irwin, T. (2002). Nutrition labelling--the DAA perspective. *Nutrition & Dietetics*, 59(1), pp.48-51.

Kahn, B.E. (1999). Brand Strategies and Consumer Behavior. In: *Financial Times*, ed. *Mastering Marketing*. Prentice Hall, pp.108-114.

Kapferer, J.N. (1999). Making Brands work around the world. In: *Financial Times*, ed. *Mastering Marketing*. Pitman Publishing, pp.23-28.

Kotler, P. (1994). *Marketing Management, Analysis, Marketing, Implementation and Control*. Prentice Hall.

Lalor, F. (2014). Nutrition labelling - Have we learnt anything from the USA?. *Nutrition Bulletin*. 39(2), pp.157-160.

Lobstein T., Davies S., (2008), Defining and labelling 'healthy' and 'unhealthy' food, *Public Health Nutrition: Issue 12 Vol (3)*, 331-340

Menard, C., C. Dumas, N. Gillot, L. Laurent, B. Labarbe, J. Ireland, and J-L Volatier. (2012). The French OQALI survey on dairy products: comparison of nutrient contents and other nutrition information on labels among types of brands. *Journal of Human Nutrition & Dietetics*. 25(4), pp.323-333.

Mejean, C., P. Macouillard, S. Péneau, S. Hercberg, and K. Castetbon. (2013). Consumer acceptability and understanding of front-of-pack nutrition labels. *Journal of Human Nutrition & Dietetics*. 26(5), pp.494-503.

Nancarrow C., Wright L.T., Brace I., (1998) "Gaining competitive advantage from packaging and labelling in marketing communications", *British Food Journal*, Vol. 100 Iss: 2, pp.110 - 118

Roberto, C.A., and N. Khandpur. (2014). Improving the design of nutrition labels to promote healthier food choices and reasonable portion sizes. *International Journal of Obesity Supplement*. 38, pp.S25-S33.

Robin, A-L. (2015). Labeling Rules. *Confectionary Production*. 81(4), pp.30-32.

Rumsey D (2009), *Statistics II for Dummies*, Willey Publishing

Sacks, G., M. Rayner, and B. Swinburn. (2009). Impact of front-of-pack 'traffic-light' nutrition labelling on consumer food purchases in the UK. *Health Promotion International*. 24(4), pp.344-352.

Shengfeng, W., C. Yong, L. Miao, H. Zhiheng, S. Dianjianyi, D. Yukun, S. Meng, Y. Canqing, L. Qingmin, Y. Ren, J. Lv, and L. Li. (2011). The Changes of Nutrition Labeling of Packaged Food in Hangzhou in China during 2008~2010. *PLoS ONE*. 6(12), pp.1-11.

Stranieri, S., L. Baldi, and A. Banterle. (2010). Do Nutrition Claims Matter to Consumers? An Empirical Analysis Considering European Requirements. *Journal of Agricultural Economics*. 61(1), pp.15-3

Swartz, J.J., S. Dowray, D. Braxton, P. Mihas, and A.J. Viera. (2013). Simplifying healthful choices: a qualitative study of a physical activity based nutrition label format. *Nutrition Journal*. 12(1), pp.1-9.

U.S. Department for Health and Human Services. (2013). *A Food Labeling Guide, Guidance for Industry*. Food & Drug Administration, Center for Food Safety and Applied Nutrition.

E.U. Regulation No 1169/2011 Of the European Union and the Council, of 25th October 2011, on the Provision of Food information to Consumers. [http://eur-lex.europa.eu/legal-](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A32011R1169&from=en)

[content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A32011R1169&from=en](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX%3A32011R1169&from=en)

(Αναθεώρηση

http://ec.europa.eu/food/safety/docs/labelling_legislation_infographic_food_labelling_rules_2014_en.pdf)

Van Camp, D., M. de Souza, M. Diogo, and N.H. Hooker. (2012). Stop or go? How is the UK food industry responding to front-of-pack nutrition labels?. *European Review of Agricultural Economics*. 39(5), pp.821-842.

Vanderlee, L., S. Goodman, S.Y. Wiworn, and D. Hammond. (2012). Consumer Understanding of Calorie Amounts and Serving Size: Implications for Nutritional Labelling. *Canadian Journal of Public Health*. 103(5), pp.327-331.

Wang, G. and S.M. Fletcher. (1995). Consumer utilization of food labeling as a source of nutrition information. *Journal of Consumer Affairs*. 29(2), pp.368-380.

Zarkin, G.A. and D.W. Anderson. (1992). Consumer and producer responses to nutrition label changes. *American Journal of Agricultural Economics*. 74(5), pp.1202-1207.