



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

**Τίτλος Εργασίας: Απόψεις Ελλήνων Καταναλωτών για τη Διαχείριση των Οικιακών
Αποβλήτων Τροφίμων.**

Όνομα Φοιτήτριας: Αναστασοπούλου Μαρία.

Αθήνα, 2019



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Αμπελιώτης Κωνσταντίνος

Καθηγητής, Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο

Κωσταρέλλη Βασιλική

**Επίκουρη Καθηγήτρια, Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Μαλινδρέτος Γεώργιος

**Αναπληρωτής Καθηγητής, Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Η Αναστασοπούλου Μαρία

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1) Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2) Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	6
Abstract.....	8
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	11
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	11
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	11
ΑΓΓΛΙΚΕΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ.....	12
Περιβάλλον και απόβλητα. Ορισμοί με βάση τη νομοθεσία.....	14
Στερεά απόβλητα.....	14
Υγρά απόβλητα.....	15
Ατμοσφαιρική ρύπανση.....	16
Στερεά απόβλητα. Επιστημονικοί ορισμοί και κατευθύνσεις.....	17
Διαχείριση των αποβλήτων.....	18
Ιστορία.....	18
Στατιστικά δεδομένα και πολιτικές.....	20
Οικιακά απόβλητα.....	25
Τροφικά απόβλητά.....	25
Καταναλωτική Συμπεριφορά. Θεωρία.....	32
Τύποι προσωπικότητας καταναλωτών.....	35
Οικιακός καταναλωτής.....	37
Καταναλωτές και απόρριψη τροφίμων.....	38
Ο καταναλωτής χαμηλού εισοδήματος.....	39
Τα παιδιά ως καταναλωτές.....	40
Σύγχρονος καταναλωτής.....	41
Καταναλωτικός ακτιβισμός.....	42
Ιστορικά στοιχεία για την κατανάλωση τροφίμων.....	43
Καταναλωτισμός.....	44
Καταναλωτές και βιώσιμη ανάπτυξη.....	45
Βιωσιμότητα και περιβαλλοντική διαχείριση.....	45
Εμπόδια προς την “υπεύθυνη κατανάλωση”.....	46
Τρόφιμα. Ορισμοί.....	47
Συντήρηση τροφίμων.....	48
Επιστήμη της διατροφής και απόρριψη τροφίμων.....	50
Ασφάλεια τροφίμων.....	52
Βασικές αρχές διαχείρισης ποιότητας.....	52
Απόψεις καταναλωτών για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων.....	54
Ψυχολογία διατροφικοί στόχοι και αλλαγές στην διαχείριση των τροφίμων.....	55
Αντικείμενο και στόχοι της παρούσας εργασίας.....	55
Ταυτότητα έρευνας.....	56
Στατιστική Ανάλυση.....	56
Εργαλεία Στατιστικής Ανάλυσης.....	56
Συλλογή Αποτελεσμάτων.....	57
Μεθοδολογία Στατιστικής Ανάλυσης.....	57
Περιγραφική ανάλυση για όλες τις μεταβλητές.....	57
Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου.....	59
Κατά την αγορά τροφίμων.....	60

Στο σπίτι πετάω τρόφιμα επειδή;.....	61
Κατά την προετοιμασία του φαγητού πετάω τρόφιμα επειδή;.....	62
Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα.....	62
Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν.....	64
Τα τρόφιμα που πετάς πιο συχνά.....	65
Ανάλυση σε βασικούς άξονες.....	67
Ελεύθερος χρόνος.....	67
Συνήθεια.....	67
Διατροφή.....	69
Συμπεράσματα.....	72
Βιβλιογραφικές αναφορές.....	74
Ελληνική βιβλιογραφία.....	74
Ξένη βιβλιογραφία.....	75
Ελληνικές ιστοσελίδες.....	78
Ξένες ιστοσελίδες.....	79
Πηγές για το ερωτηματολόγιο.....	80
ΦΕΚ.....	80
.....	80

Περίληψη.

Η παρούσα εργασία έγινε με στόχο να καταγραφούν και να μελετηθούν οι απόψεις και οι συμπεριφορές των Ελλήνων καταναλωτών σε σχέση με τα οικιακά απόβλητα τροφίμων. Είναι μία εργασία με διεπιστημονικό αντικείμενο. Περιλαμβάνει την θεωρία η οποία αναλύεται σε τρία επιστημονικά πεδία τα οποία σχετίζονται άμεσα με το αντικείμενο της εργασίας. Τα επιστημονικά πεδία είναι η Επιστήμη του Περιβάλλοντος, η Συμπεριφορά του Καταναλωτή και η Επιστήμη της Διατροφής.

Μετά τη θεωρία ακολουθεί το ερευνητικό μέρος. Για τη διεξαγωγή της έρευνας έγινε συλλογή από 119 ερωτηματολόγια με συνολικά πενήντα ερωτήσεις κλειστού τύπου. Ακολούθησε η στατιστική ανάλυση και ομοίως τα αποτελέσματα. Κατά την εύρεση των αποτελεσμάτων έγινε προσπάθεια να καταγραφούν όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά τα οποία λειτουργούν αποτελεσματικά για τους καταναλωτές ως προς την πρόληψη και μείωση των οικιακών αποβλήτων τροφίμων τους.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν είναι κατά πόσο επηρεάζει τους Έλληνες καταναλωτές η συνήθεια, η διατροφή και ο ελεύθερος χρόνος τους ως προς την απόρριψη των τροφίμων. Τα σημαντικότερα ευρήματα προήλθαν από τις συνήθειες και τη διατροφή των καταναλωτών, ενώ ως προς το δείγμα τα σημαντικότερα ευρήματα δόθηκαν από τις διαφορετικές ηλικιακές ομάδες, την οικογενειακή κατάσταση και το φύλλο.

Στο τελευταίο μέρος είναι τα συμπεράσματα της εργασίας στα οποία γίνεται ομαδοποίηση σε σχέση με τους καταναλωτές και τα ευρήματα, δίνονται ερμηνείες και σε ορισμένες περιπτώσεις δίνεται μια θεωρητική επικαιροποίηση των αποτελεσμάτων με τις παρούσες συνθήκες τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς.

Λέξεις κλειδιά: Απόβλητα, καταναλωτής, τρόφιμα, νοικοκυριά.

Abstract

The present study was aimed at recording and studying the attitudes and behaviors of Greek consumers in relation to household food waste. It is a study with an interdisciplinary subject. It includes the theory that is analyzed in three scientific fields that are directly related to the subject of the work. The scientific fields are Environmental Science, Consumer Behavior and Nutrition Science.

After theory follows the research part. The survey comprised 119 questionnaires with a total of fifty closed-ended questions. The statistical analysis and the results followed. When finding results, an effort was made to capture all those features that work effectively for consumers to prevent and reduce their household food waste.

The key research questions raised are if Greek consumers are affected by their habit, their diet and their free time to food rejection. The most important findings came from consumer habits and diet, while the most important findings on consumers were given by the different age groups, marital status and sex.

In the latter are the conclusions of the study. There are grouping in relation to the consumers and the findings. There are given interpretations and in some cases a theoretical updating of the results is given with the present conditions both in Greece and internationally.

Keywords: Waste, consumer, food, households.

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1, Η πυραμίδα του Maslow,	σελ. 34
Εικόνα 2, Τρόφιμα συσκευασμένα εντός ψυγείου,	σελ. 49
Εικόνα 3, Απόβλητα τροφίμων,	σελ. 50
Εικόνα 5, Λίστα- οδηγία τροφίμων	σελ, 54

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Απόβλητα που παράγονται από τα νοικοιρία ανά έτος και κατηγορία αποβλήτων.	σελ. 21
Πίνακας 2. Απόβλητα ανά κατηγορία αποβλήτων.	σελ.22
Πίνακας 3. , Σύνολο απορριμμάτων προς ΧΥΤΑ για το 2016	σελ.23
Πίνακας 4. , Σύνολο απορριμμάτων προς ΧΥΤΑ για το 2017	σελ.23
Πίνακας 5. Ποσοστά τροφικών αποβλήτων σε αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες	σελ.25
Πίνακας 7, Ποσοστά παραγωγής αποβλήτων τροφίμων ανά κατηγορία	σελ.27
Πίνακας 8: Ποσοστά παραγωγής τροφικών αποβλήτων ανά χώρα.	σελ.27
Πίνακας 9, Ποσοστά παραγωγής αποβλήτων ανά κατηγορία	σελ.28
Πίνακας 11, Ποσοστά παραγωγής τροφικών αποβλήτων ανά ήπειρο.	σελ.28
Πίνακας 12: Ετήσιος ρυθμός πλήρους οικιακής ανανέωσης	σελ.24

Πίνακας 14. Δημογραφικά στοιχεία εργασίας.	σελ.57
Πίνακας 15. Δημογραφικά στοιχεία εργασίας .	σελ.58
Πίνακας 16. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου.	σελ.59
Πίνακας 17. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Κατά την αγορά τροφίμων:	σελ.60
Πίνακας 18. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Στο σπίτι πετάω τρόφιμα επειδή.	σελ.60
Πίνακας 19. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Κατά την προετοιμασία του φαγητού πετάω τρόφιμα επειδή	σελ.62
Πίνακας 20. Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα.	σελ.62
Πίνακας 21. Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν:	σελ.64
Πίνακας 22. Κατανομή με βάση τα τρόφιμα που πετάγονται πιο συχνά.	σελ.65

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

- Διάγραμμα 1. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα σελ65
- Διάγραμμα 2. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα. σελ65
- Διάγραμμα 3. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα σελ66
- Διάγραμμα 4. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου με ενδιαφέρει γενικά να μη λείψουν τρόφιμα από το σπίτι. σελ67
- Διάγραμμα 5. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα. σελ68
- Διάγραμμα 7. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα. σελ68

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΣΑ Αστικά Στερεά Απόβλητα

ΕΚ Ευρωπαϊκή Κοινότητα

ΕΠΠΕΡΑΑ Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη

ΚΑΕΔΙΣΠ Κέντρο Ανακύκλωσης, Εκπαίδευσης Διαλογής στην Πηγή

ΚΕΕ Κέντρο Εκπαιδευτικής Έρευνας

ΚΥΑ Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις

ΠΥΣ Πράξη Υπουργικού Συμβουλίου

ΥΑ Υπουργική Απόφαση

ΥΓΦΠΠ Υπουργείο Γεωργίας, Φυσικών Πόρων και Περιβάλλοντος (Κύπρου)

ΦΕΚ Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως

ΑΓΓΛΙΚΕΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

FAO Food and Agriculture Organization of the United Nations

HSWMA Hellenic Solid Waste Management Association

NWMP National Waste Management Plan

Εισαγωγή

Το θέμα των τροφικών αποβλήτων είναι ένα πεδίο σχετικά πρόσφατο για την ανθρώπινη ιστορία. Ωστόσο οι επιπτώσεις στο περιβάλλον, στην οικονομία και στην κοινωνία είναι αρκετά σημαντικές ώστε να υπάρχει σημαντική ενεργοποίηση όλων των εμπλεκόμενων. Εκτός όμως από τους οικείους εμπλεκόμενους με το αντικείμενο σημαντικό ρόλο στη λύση έχει ο μέσος καταναλωτής. Ένα πολύ θετικό στοιχείο της εποχής είναι το γεγονός ότι μία σχετικά σημαντική σε αριθμό ομάδα ανθρώπων έχει ενεργοποιηθεί και ενημερώνεται καθημερινά για την καταναλωτική και περιβαλλοντική της συμπεριφορά. Το γεγονός αυτό φαίνεται και από τις ιστοσελίδες στο internet αφού σε μία μικρή αναζήτηση μπορεί κάποιος να γίνει μέλος ανάλογων ομάδων και να αρχίσει να ενημερώνεται καθημερινά για απλά καθημερινά θέματα τα οποία μπορούν να λυθούν με απλές οικολογικές λύσεις και κατευθύνσεις.

Τα άτομα αυτά ως επί το πλείστον λειτουργούν με αλτρουιστικά κίνητρα, προσέχουν τον καταναλωτισμό τους, προσέχουν πως επηρεάζεται το περιβάλλον με τις επιλογές τους, οργανώνονται και δημιουργούν μια διαφορετική κουλτούρα ζωής από την συμβατική.

Ο στόχος μίας κοινωνίας, ιδίως με τις σημερινές συνθήκες, με τα υψηλά επίπεδα ρύπανσης σε αρκετά μέρη του κόσμου αλλά και στην Ελλάδα, είναι σημαντικό να είναι η καλλιέργεια και δημιουργία τέτοιων ατόμων.

Εδώ και μερικά χρόνια έχει αρχίσει μία προσπάθεια ώστε να καλλιεργηθεί στο μέσο καταναλωτή αυτή η συνείδηση. Ωστόσο ιδίως στη Ελλάδα, με την οικονομική κρίση, αυτή η κίνηση δεν μπορεί να είναι ιδιαίτερα δυνατή όσο σε άλλες χώρες. Παρόλα αυτά η προσπάθεια συνεχίζεται τόσο από φορείς όσο και από τους περισσότερο ευαισθητοποιημένους καταναλωτές. Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο να μελετήσει τις απόψεις των καταναλωτών για τα οικιακά απόβλητα τροφίμων και επίσης να μελετήσει τους τρόπους με τους οποίους οι ίδιοι πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να τα διαχειριστούν ώστε να μειώσουν τον όγκο τους.

Περιβάλλον και απόβλητα. Ορισμοί με βάση τη νομοθεσία.

Στερεά απόβλητα

Η νομοθεσία για τη διαχείριση των αποβλήτων περιλαμβάνει ένα μεγάλο αριθμό κειμένων, τόσο από την πλευρά της Ελλάδας όπου με το άρθρο 24 του Συντάγματος κατοχυρώνεται το δικαίωμα των πολιτών να ζουν σε ένα οικολογικά ισόρροπο περιβάλλον όσο και από την πλευρά της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπου με το άρθρο 174 της Συνθήκης για την ίδρυση της, κατοχυρώνονται οι βασικές αρχές για την προστασία και τη διαχείριση του περιβάλλοντος (Κούγκολος, 2017).

Η ελληνική νομοθεσία με τη σύγχρονη μορφή της έχει ως εναρκτήρια αναφορά στα απόβλητα το 1964 με την Υγειονομική Διάταξη Ε1Β/301/1964 «περί συλλογής, αποκομιδής και διάθεσης απορριμμάτων».

Στην πορεία γίνονται κάποιες μικρές αλλαγές όμως η ουσιαστική αναδιαμόρφωση γίνεται αρκετά χρόνια μετά την είσοδο της χώρας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα με την ΚΥΑ 69728/824/1996(ΦΕΚ 358-Β'), (Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις) όπου δίνεται το βασικό πλαίσιο εφαρμογής ως προσπάθεια εναρμόνισης με την κοινοτική οδηγία.

Στα επόμενα χρόνια ακολουθούν αρκετές βελτιώσεις, διευρύνσεις αλλά και δημιουργία νέων νομοθετικών πλαισίων που αφορούν στα απόβλητα όπως είναι η ΚΥΑ69269/1990 «περί Μελετών Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων», η ΚΥΑ15393/2332/2002 , αλλά και ο νόμος 4042/2012 για την ποινική προστασία του περιβάλλοντος. Στο νέο νόμο δίνονται εκ νέου κάποιοι ορισμοί όπως για παράδειγμα των αποβλήτων τα οποία ορίζονται ως κάθε ουσία ή αντικείμενο, το οποίο ο κάτοχός του απορρίπτει ή προτίθεται ή υποχρεούται να απορρίψει. Ενώ αναπτύσσονται και άλλες έννοιες όπως η ανάκτηση, η ανακύκλωση, η διευρυμένη ευθύνη του παραγωγού, η ιεράρχηση των αποβλήτων, νέοι ποσοτικοί στόχοι επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης, σχέδια διαχείρισης και πρόληψης παραγωγής αποβλήτων, ειδικά μέτρα εφαρμογής (Κόγκουλος, 2017).

Το έτος 2015 με την ΚΥΑ 51373/4684/2015 κυρώνεται το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Πρόληψης Δημιουργίας Αποβλήτων (ΦΕΚ 2706 Β/2015). Στη συγκεκριμένη ΚΥΑ ορίστηκε η χωριστή συλλογή των βιοαποβλήτων.

Στην Ευρωπαϊκή νομοθεσία δίνεται αρχικά η οδηγία 75/442/ΕΟΚ, οι βασικοί άξονες όπως αυτοί καταγράφονται είναι η επίτευξη της μείωσης της παραγωγής αποβλήτων και ιδίως των επικίνδυνων αποβλήτων, η ανάκτηση τους και η εξασφάλιση ότι τα κράτη μέλη θα συμμετέχουν αναλαμβάνοντας όλα τα μέτρα τα οποία είναι απαραίτητα για ένα καθαρό και υγιές φυσικό περιβάλλον τόσο για τον άνθρωπο όσο και για το ίδιο το περιβάλλον. Η οδηγία 75/442/ΕΟΚ

τροποποιήθηκε από την 91/156/ΕΟΚ και είναι η βασική οδηγία για τη διαχείριση των στερεών αποβλήτων.

Ακολούθως δημιουργήθηκαν και αρκετές άλλες οδηγίες όπως είναι η 91/689/ΕΟΚ για τα επικίνδυνα απόβλητα, η 94/62/ΕΚ για τις συσκευασίες, η 99/31/ΕΚ για την υγειονομική ταφή των αποβλήτων.

Με την απόφαση 2000/532/ΕΚ καταρτίστηκε ο Ευρωπαϊκός Κατάλογος Αποβλήτων (ΕΚΑ) με σκοπό να δημιουργηθεί αρχείο αποβλήτων και να αναπτυχθούν στατιστικά δεδομένα. (Loughborough, 2013).

Ο κατάλογος εμπλουτίζεται συνεχώς, ενώ κάθε κράτος μέλος έχει τη δυνατότητα να ορίσει ανεξάρτητα ως απόβλητα επιπλέον ουσίες του καταλόγου. Μερικά παραδείγματα του καταλόγου είναι: -Απόβλητα που προκύπτουν, από εξερεύνηση, εξόρυξη, εργασίες λατομείου, φυσική και χημική επεξεργασία ορυκτών.

-Απόβλητα από γεωργία, κηπευτική, υδατοκαλλιέργεια, δασοκομία, θήρα και αλιεία, προετοιμασία και επεξεργασία τροφίμων.

-Απόβλητα από την κατεργασία ξύλου και την παραγωγή ταμπλάδων και επίπλων, καθώς και πολλού χαρτιών και χαρτονιών. (Loughborough, 2013)

Υγρά απόβλητα

Η νομοθεσία για τα υγρά απόβλητα αρχίζει να καταγράφεται στην Ελλάδα με την Υ.Α. Ειβ 221/1965 ΦΕΚ138/Β`/24.2.1965 Περί διαθέσεως λυμάτων και βιομηχανικών αποβλήτων. (ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε.,2018). Τα επόμενα χρόνια οι ενημερώσεις, τροποποιήσεις και αναθεωρήσεις του νομοθετικού πλαισίου είναι συνεχείς καθώς υπήρξαν περίπου πενήντα νέες νομοθετικές πράξεις, φτάνοντας στο σήμερα με την Εγκ. Αρ. Πρωτ: Δ1ε/Γ.Π. 75725/2018 ΦΕΚ/21/2.2018. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία για τη διαχείριση των αστικών λυμάτων και άλλων αποβλήτων χρησιμοποιούνται οι εξής ορισμοί:

- Οικιακά λύματα: τα λύματα από περιοχές κατοικίας και υπηρεσιών, που προέρχονται κυρίως από τις λειτουργίες του ανθρώπινου οργανισμού και τις εμπορικές δραστηριότητες.
- Υγρά Βιομηχανικά Απόβλητα:τα υγρά απόβλητα που παράγονται από οποιαδήποτε επαγγελματική δραστηριότητα και τα οποία δεν είναι οικιακά λύματα ή όμβρια ύδατα.

- **Αστικά λύματα:** τα οικιακά λύματα ή το μίγμα οικιακών λυμάτων με βιομηχανικά υγρά απόβλητα ή και όμβρια ύδατα.
- **Επικίνδυνα Υγρά Απόβλητα:** τα υγρά απόβλητα τα οποία περιέχουν επικίνδυνες ουσίες σε συγκεντρώσεις που είναι αρκετές ώστε τα απόβλητα να εκδηλώσουν μία από τις ιδιότητες που αναφέρονται στο Παράρτημα ΙΙΙ του Ν.4042/2012, όπως αυτό έχει τροποποιηθεί με τον Κανονισμό (ΕΕ) 1357/2014. (ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε.,2018)

Ατμοσφαιρική ρύπανση.

Η ισχύουσα νομοθεσία για την ποιότητα της ατμόσφαιρας βρίσκεται στο ΦΕΚ 488/30-03-2011 όπου δίνονται και οι αντίστοιχοι ορισμοί εκ των οποίων μερικοί από αυτούς αφορούν τα εξής: τον ατμοσφαιρικό αέρα, το επίπεδο, την εκτίμηση, την οριακή τιμή, το κρίσιμο επίπεδο, το περιθώριο ανοχής, τα σχέδια για την ποιότητα του αέρα, την τιμή στόχο, το όριο συναγερμού, το όριο ενημέρωσης, το ανώτερο όριο εκτίμησης, το κατώτερο όριο εκτίμησης, το μακροπρόθεσμο στόχο και οι ορισμοί έχουν συνέχεια. Ένας από τους πρώτους ορισμούς αφορούν τον ρύπο ο οποίος ορίζεται ως οποιαδήποτε ουσία εμφανίζεται στον ατμοσφαιρικό αέρα και ενδέχεται να έχει αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία του ανθρώπου και/ή στο περιβάλλον στο σύνολό του.

Στο ίδιο ΦΕΚ προκειμένου να οριστεί ο βαθμός δράσης των διοικητικών μηχανισμών για τους αέριους ρύπους στις οικιστικές περιοχές δίνεται ο εξής ορισμός: οικισμός ως ζώνη αστικού χαρακτήρα της οποίας ο πληθυσμός υπερβαίνει τους 250 000 κατοίκους ή, όταν ο πληθυσμός είναι μικρότερος ή ίσος των 250.000 κατοίκων, με πυκνότητα πληθυσμού ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο η οποία να δικαιολογεί την ανάγκη εκτίμησης και διαχείρισης της ποιότητας του αέρος του περιβάλλοντος.

Η ελληνική νομοθεσία για πρώτη φορά ασχολήθηκε με το θέμα της ατμοσφαιρικής ρύπανσης το 1975 όπου με την Πράξη του υπουργικού συμβουλίου (ΠΥΣ):166/75 Περί απαγορεύσεως χρήσεως πετρελαίου τύπου «μαζούτ» διά λειτουργίαν των κεντρικών θερμάνσεων κτιρίων γραφείων, κατοικιών και Εμπορικών Καταστημάτων. (ΦΕΚ 220/Α/9-10-75). Ενώ στη συνέχεια μέχρι το 1982 θα ασχοληθεί με το θέμα για δυο ακόμα νομοθετικές πράξεις. Από το έτος 1982 και μετά φαίνεται ότι αντικείμενο της ατμοσφαιρικής ρύπανσης γνωρίζει μεγάλο ενδιαφέρον. Στα χρόνια που μεσολαβούν μέχρι το 2018 εκδίδονται 133 νομοθετικά κείμενα (νόμοι, Υ.Α., ΠΥΣ, εγκύκλιοι, διορθώσεις). (ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε.,2018)

Στην ευρωπαϊκή νομοθεσία οι πρώτες νομοθετικές πράξεις εκδόθηκαν το έτος 1970 με την 1970/220/ΕΟΚ περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών των κρατών μελών οι οποίες αφορούν στα μέτρα που πρέπει να ληφθούν κατά της μολύνσεως του αέρος από τα αέρια που προέρχονται από κινητήρες με επιβαλλόμενη ανάφλεξη με τους οποίους είναι εφοδιασμένα τα οχήματα με κινητήρα. Ενώ στη συνέχεια η πορεία των νομοθετημάτων είναι ομαλή καθώς κάθε ένα με δύο χρόνια εκδίδεται και μία νέα πράξη. (Commision, 2018)

Στερεά απόβλητα. Επιστημονικοί ορισμοί και κατευθύνσεις.

Οι ορισμοί οι οποίοι ακολουθούν αφορούν κυρίως το αντικείμενο της συγκεκριμένης εργασίας και δε γενικεύουν στο ευρύ πεδίο των στερεών αποβλήτων. Καταγράφονται οι ορισμοί για τα στερεά απόβλητα, τα αστικά στερεά απόβλητα, την παραγωγή, την ανάκτηση, τα κατάλοιπα, τα τροφικά απόβλητα.

Κατά καιρούς έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για τα στερεά απόβλητα ως επιστημονικό αντικείμενο με πολυεπιστημονικό ενδιαφέρον. Για το λόγο αυτό καταγράφονται δύο από αυτούς. Στερεά Απόβλητα είναι «τα στερεά ή ημιστερεά υλικά τα οποία, κάτω από κάποιες συγκεκριμένες συνθήκες, δεν έχουν αρκετή αξία ή χρησιμότητα για τον κάτοχό τους ώστε αυτός να συνεχίσει να υφίσταται τη δαπάνη, τη μέριμνα ή το βάρος της διατήρησής τους. (Παναγιωτακόπουλος, 2002).

Ως στερεά απόβλητα ή απορρίμματα περιγράφονται τα, ανθρωπογενούς κυρίως προέλευσης, στερεά ή ημιστερεά υλικά, τα οποία στερούνται άμεσης αξίας και είναι ανεπιθύμητα για τον κάτοχό τους ο οποίος επιθυμεί να τα απορρίψει. Με την ευρύτερη έννοια τα στερεά απόβλητα περιλαμβάνουν υλικά που παράγονται όχι μόνον σε αστικές περιοχές αλλά και λόγω αγροτικών, βιομηχανικών και εξορυκτικών δραστηριοτήτων (Ανδρεαδάκης κ.ά., 2008).

Τα αστικά στερεά απόβλητά (ΑΣΑ) ορίζονται ως τα στερεά απόβλητά που παράγονται από τα νοικοκυριά, τις εμπορικές δραστηριότητες και τον καθαρισμό των δρόμων. Στα ΑΣΑ συγκαταλέγονται και άλλα στερεά απόβλητά παρόμοια σε σύνθεση και φύση με τα οικιακά στερεά απόβλητά (Αμπελιώτης, 2018)

Παραγωγή είναι η ποσότητα των υλικών και προϊόντων των στερεών αποβλήτων καθώς αυτά εισέρχονται στο ρεύμα αποβλήτων πριν λάβει χώρα οποιαδήποτε ανακύκλωση υλικών κομποστοποίηση ή καύση. (Tchobanoglous, 2010)

Ανάκτηση είναι η απομάκρυνση υλικών από το ρεύμα των αποβλήτων προς ανακύκλωση και κομποστοποίηση. Η ανάκτηση δεν εξισώνεται αυτομάτως με την ανακύκλωση. (Tchobanoglous, 2010)

Κατάλοιπα είναι τα στερεά απόβλητα που απομένουν μετά την ανάκτηση. Τα κατάλοιπα γενικά οδηγούνται προς καύση ή ταφή αλλά θα μπορούσαν να διασκορπιστούν, να αποθηκευτούν ή να διευθετηθούν επί τόπου ιδιαίτερα σε αγροτικές περιοχές.

(Tchobanoglous, 2010)

Τα τροφικά απόβλητα στα στερεά περιλαμβάνουν αποφάγια, απόβλητα προετοιμασίας φαγητού από οικίες, εμπορικές πηγές και ιδρύματα. (Tchobanoglous, 2010)

Κάνοντας μία περαιτέρω έρευνα εντοπίζονται και άλλοι ορισμοί στη βιβλιογραφία και στο ίντερνετ, τόσο στο γενικό πλαίσιο των επιστημονικών όρων όσο και στα επιμέρους αντικείμενα τους. Σε ένα επιστημονικό αντικείμενο συνεχώς αναπτυσσόμενο και μεταβαλλόμενο είναι λογικό οι ορισμοί των επιστημονικών δεδομένων να χρειάζονται ενημέρωση και αναδιαμόρφωση. Ένα από τα θέματα όμως που προκύπτουν από αυτό το αποτέλεσμα είναι ότι δε δίνονται σαφείς ορισμοί. Το γεγονός αυτό είναι ένα από τα εμπόδια στη δημιουργία του στρατηγικού σχεδιασμού για τη διαχείριση των αποβλήτων. (Tchobanoglous, 2010)

Διαχείριση των αποβλήτων.

Ιστορία.

Τα τελευταία χρόνια οι αναπτυγμένες κοινωνίες άρχισαν να ασχολούνται συστηματικά με το θέμα των στερεών αποβλήτων. Καθώς η αύξηση του όγκου των απορριμμάτων άρχισε να μεγαλώνει με ταχείς ρυθμούς η διαχείριση τέθηκε ως θέμα πρωταρχικής σημασίας σε αρκετά από τα αναπτυγμένα κράτη.

Σημαντικό στοιχείο στην εξέλιξη ήταν κυρίως το περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό κόστος το οποίο εξελισσόταν από την μεγάλη αύξηση του όγκου των απορριμμάτων.

Με την εμφάνιση της ψηφιακής τεχνολογίας και κυρίως από το 1990 και μετά η ανθρωπότητα έζησε μία νέα ιστορική εξέλιξη αφού γνώρισε μεγάλη οικονομική άνθηση και αύξηση της κοινωνικής ευημερίας σε διεθνές επίπεδο αλλά ιδιαίτερα στις αναπτυγμένες χώρες. Παράλληλα με αυτό το ρεύμα ακολούθησε ανάλογη αύξηση στην κατανάλωση και κατ' επέκταση στον όγκο των

στερεών αποβλήτων. Η έντονη αυτή αύξηση ήταν φανερό ότι θα έπρεπε να αντιμετωπιστεί άμεσα. Σε αυτό το σημείο άρχισε η δραστηριοποίηση των κρατικών μηχανισμών, των ιδιωτικών επιχειρήσεων, των πανεπιστημίων, των περιβαλλοντικών οργανώσεων και άλλων ενδιαφερομένων.

Μετά την άμεση ενεργοποίηση κυρίως των πιο πλούσιων χωρών το πρόβλημα άρχισε να αντιμετωπίζεται θετικά καθώς τα απόβλητα θα αποτελούσαν πλέον πηγή φυσικών πόρων αλλά και άλλων έμμεσων εσόδων όπως είναι για παράδειγμα έσοδα από τη νομοθεσία και την αρχή "ο ρυπαίνων πληρώνει" (2004/35/EK) , μειώνοντας παράλληλα τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Προκειμένου να στελεχωθεί η προσπάθεια με τις κατάλληλες μελέτες η ΕΚ δημιούργησε τις δομές οι οποίες θα είχαν τον έλεγχο και την εποπτεία στατιστικών δεδομένων. Ομοίως τα κράτη μέλη δημιούργησαν στατιστικές βάσεις προκειμένου οι κατευθύνσεις να αποκτήσουν επιστημονικό υπόβαθρο. Στην Ελλάδα έγινε εφαρμογή αυτού του σχεδίου. Με βάση αυτό υπάρχουν αρκετά στατιστικά δεδομένα και έχουν καταγραφεί χρονολογικά αρκετά από τα σημαντικά στοιχεία τα οποία έχουν δώσει και συνεχίζουν να δίνουν κατευθύνσεις στην εξέλιξη του τομέα των αποβλήτων. Βάση αυτών των δεδομένων είναι γνωστές οι παρατηρήσεις για την πορεία και τον όγκο των απορριμμάτων, την ανακύκλωση, τα βιοαπόβλητα, τις συνήθειες των καταναλωτών, την κοινωνική ανάπτυξη και γενικότερα ένα ευρύ φάσμα αντικειμένων τα οποία έχουν ως παράμετρο τους τα απόβλητα.

Ωστόσο σε ότι αφορά την υλοποίηση η περίπτωση της Ελλάδας δεν έτυχε της ίδιας προσοχής. Καθώς οι Ευρωπαϊκές πολιτικές δεν εφαρμόστηκαν σε μεγάλο βαθμό, με ιδιαίτερα αρνητικά αποτελέσματα κοινωνικά, περιβαλλοντικά και οικονομικά. Πιο συγκεκριμένα στην περίπτωση του Δήμου Φυλής η περιοχή από το 1991 δέχτηκε τα απορρίμματα του ολόκληρου νομού Αττικής.

Με τα χρήματα που δόθηκαν κατά καιρούς από την Ευρωπαϊκή Ένωση έγινε προσπάθεια δημιουργίας των κατάλληλων υποδομών ωστόσο αυτή δε στέφτηκε με επιτυχία. Αφού μεγάλο μέρος των κατοίκων της περιοχής αλλά και των γύρω δήμων παραπονιόντουσαν συχνά για τη δυσοσμία και όχι μόνο. Κάνοντας μία μικρή έρευνα σε ιστοσελίδες που αφορούν τον ίδιο δήμο γίνεται προφανές ότι οι κάτοικοι είναι έντονα δυσαρεστημένοι με το θέμα, ανάμεσα στις δημοσιεύσεις αναφέρονται και ζητήματα επιβάρυνσης της υγείας τους με στατιστικές και δεδομένα τα οποία διατείνονται ότι έχουν συλλέξει από ιατρικούς οργανισμούς.

Το 2009 το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης έκρινε¹ ότι η Ελλάδα υποχρεούται να καταβάλει πρόστιμο ύψους 10 εκατομμυρίων ευρώ και χρηματική ποινή ύψους 30.000 ευρώ ανά ημέρα καθυστέρησης, λόγω της καθυστέρησης στην εφαρμογή της νομοθεσίας της ΕΚ περί

¹Απόφαση C-584/14, Επιτροπή κατά Ελλάδας

αποβλήτων. Παρόμοια παραδείγματα χωρών στην Ευρωπαϊκή ένωση είναι αυτά της Πολωνίας, της Ισπανίας, της Ρουμανίας και της Μάλτας (Eurostat, 2018a).

Στατιστικά δεδομένα και πολιτικές.

Την παρούσα εργασία αφορά η παραγωγή βιοαποβλήτων και καταγράφονται κατά χρονολογική σειρά τα δεδομένα τα οποία προσφέρουν συμπεράσματα τόσο για την κοινωνία όσο και για την αποτελεσματικότερη διαχείριση των αποβλήτων.

Προκειμένου να γίνει η ακόλουθη ανάλυση κρίνεται σκόπιμο να δοθούν ένας ορισμός για το περιεχόμενο του οργανικού κλάσματος και κάποιες περαιτέρω επεξηγήσεις.

Τα συστατικά που αποτελούν το οργανικό κλάσμα των απορριμμάτων είναι τα υπολείμματα των τροφών, τα υφάσματα, το καουτσούκ, το δέρμα, τα υπολείμματα κηπουρικής και το ξύλο. Στην Ελλάδα τα απορρίμματα των κήπων δεν αποτελούν μεγάλο ποσοστό του συνόλου των αστικών απορριμμάτων και, ως εκ τούτου, δε διαχωρίζονται από τα υπόλοιπα απορρίμματα. Όμως, σχετικά μεγάλες ποσότητες απορριμμάτων αυτού του είδους παράγονται σε ημιαστικές και αγροτικές περιοχές. (ΚΕΕ,2018)

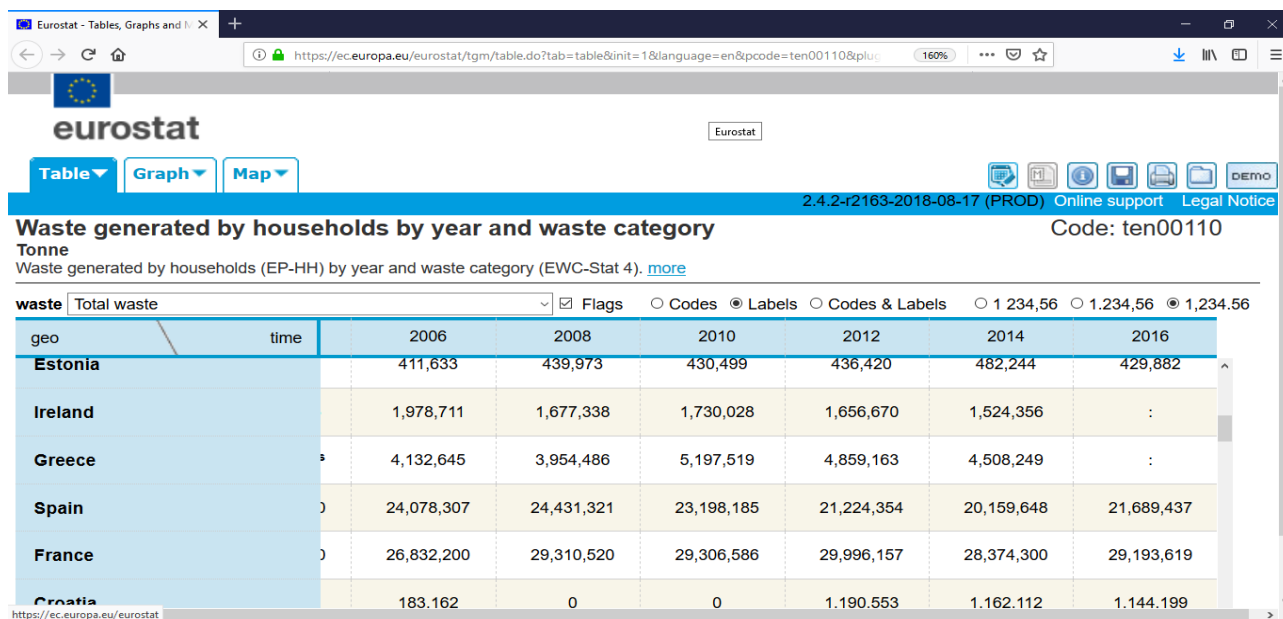
Κάνοντας μία γενικότερη έρευνα στις στατιστικές τις οποίες έχουν δημοσιευτεί από επίσημους φορείς κατά καιρούς για τις αναπτυγμένες χώρες φαίνεται ότι σε κάθε ανάλυση της σύστασης των οργανικών αποβλήτων το πρώτο σε μέγεθος συστατικό του όγκου τους είναι σχεδόν πάντα τα τροφικά απόβλητα.

Αντίστοιχα στα οικιακά απόβλητά σημαντικό μέρος αποτελούν τα τροφικά απόβλητα. Ωστόσο το ποσοστό αναλογίας διαφέρει από χώρα σε χώρα ανάλογα με το βιοτικό τους επίπεδο. Καθώς σε χώρες με υψηλό εισόδημα το ποσοστό των τροφικών αποβλήτων τείνει να είναι μικρότερο από το αντίστοιχο των χωρών με χαμηλό βιοτικό επίπεδο (Κόγκουλος, 2017).

Το 1982 γράφει ο Σκορδίλης (όπως αναφέρεται στον Γεωργόπουλο, 2002) στην Ελλάδα στα ΑΣΑ τα τροφικά απόβλητα υπολογίζονταν στο 50%-60% του συνόλου.

Το 2001 στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό ήταν στο 46% του συνόλου των ΑΣΑ (Σκορδίλης,2001). Ενώ το έτος 2012 αντίστοιχα ήταν το 40% (Σκορδίλης, 2012).

Απόβλητα που παράγονται από τα νοικοιρία ανά έτος και κατηγορία αποβλήτων.



Waste generated by households by year and waste category
 Tonne
 Waste generated by households (EP-HH) by year and waste category (EWC-Stat 4). [more](#)
 Code: ten00110

2.4.2-r2163-2018-08-17 (PROD) Online support Legal Notice

Waste generated by households (EP-HH) by year and waste category (EWC-Stat 4). [more](#)

Waste generated by households (EP-HH) by year and waste category (EWC-Stat 4). [more](#)

geo	time	2006	2008	2010	2012	2014	2016
Estonia		411,633	439,973	430,499	436,420	482,244	429,882
Ireland		1,978,711	1,677,338	1,730,028	1,656,670	1,524,356	:
Greece		4,132,645	3,954,486	5,197,519	4,859,163	4,508,249	:
Spain		24,078,307	24,431,321	23,198,185	21,224,354	20,159,648	21,689,437
France		26,832,200	29,310,520	29,306,586	29,996,157	28,374,300	29,193,619
Croatia		183.162	0	0	1.190.553	1.162.112	1.144.199

Πίνακας 1. Πηγή: Eurostat, 2018

Αυτό δείχνει ότι τα τροφικά απόβλητα μειώθηκαν ως ποσοστό του συνολικού όγκου. Όμως τα ΑΣΑ μέχρι και το 2012 είχαν αυξηθεί σημαντικά. Παράλληλα τα τροφικά απόβλητα αυξήθηκαν και αυτά σε όγκο αλλά με μικρότερο ποσοστό αύξησης από τα ΑΣΑ. Όπως συμβαίνει άλλωστε σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες. (EUROSTAT, 2018b)

Απόβλητα ανά κατηγορία αποβλήτων.

Generation of waste by waste category
Tonne
Total amount of waste generated by households and businesses, by waste category (EWC-Stat ... [more](#))

Code: ten00108

2.4.2-r2163-2018-08-17 (PROD) Online support Legal Notice

Table▼ Graph▼ Map▼

1 234,56 1 234,56 1,234.56

waste	Total waste	Flags	Codes	Labels	Codes & Labels	1 234,56	1 234,56	1,234.56
geo	time	04	2006	2008	2010	2012	2014	2016
Estonia		0,680	18,932,903	19,583,855	19,000,195	21,992,343	21,804,040	24,277,879
Ireland		9,142	29,599,175 ^e	22,502,816	19,807,586	12,713,021	15,166,830	:
Greece		6,962	51,324,662	68,643,963	70,432,705	72,328,280	69,758,868	:
Spain		38,134	160,946,629	149,254,157	137,518,902	118,561,669	110,518,494	128,958,523
France		0,889 ^s	312,297,824 ^s	345,002,210	355,081,245	344,731,922	324,462,969	323,474,270
Croatia		0,000	5,405,070	4,470,450	3,457,670	3,200,744	3,704,580	5,277,500

Πίνακας 2. Πηγή: Eurostat, 2018

Πιο συγκεκριμένα τα ΑΣΑ (Αστικά Στερεά Απόβλητα) είχαν μεγάλη αύξηση μέχρι τα πρώτα χρόνια της οικονομικής κρίσης της χώρας. Τα χρόνια της κρίσης που ακολούθησαν με βάση τους πίνακες 1 και 2 τα ΑΣΑ είχαν μία κορύφωση, ενώ η αντίστοιχη κορύφωση για τα οικιακά απόβλητα ήταν το 2010. Τα συνολικά ΑΣΑ είχαν μία αργή σταθεροποιητική πορεία στην παραγωγή τους η οποία οδήγησε σιγά σιγά στην πτώση που καταγράφεται κατά στα έτη 2012-2014 (EUROSTAT, 2018). Ενώ το 2017 από τα στοιχεία για τον όγκο των απορριμμάτων του νομού Αττικής φαίνεται ότι υπήρξε πτώση στην παραγωγή αυτών κατά 4% βάση του όγκου του προηγούμενου έτους. (ΕΔΣΝΑ,2018)

Από αυτή την ανασκόπηση φαίνεται ότι τα αστικά απόβλητα συμβαδίζουν με την οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου. Δηλαδή όσο αυξάνεται η οικονομική δραστηριότητα τόσο αυξάνονται και τα ΑΣΑ. Τα τροφικά απόβλητά στα δυτικά κράτη παρόλο που αυξάνονται και αυτά, με κάθε άνοδο της οικονομικής δραστηριότητας μειώνεται ο ρυθμός αύξησής τους.

Σύνολο απορριμμάτων προς ΧΥΤΑ για το 2016

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (kg)
ΧΥΤΑ	ΔΗΜΟΙ	ΔΗΜΟΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
	ΚΔΑΥ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΣΥΜΒΑΣΗ ΜΕ ΕΕΑΑ	ΥΠΟΛΕΙΜΜΑΤΑ ΜΠΛΕ ΚΑΔΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΕΕΑΑ
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΥΛΙΚΑ ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΑ ΑΠΟ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ
	ΙΔΙΩΤΕΣ	ΜΕ ΣΥΜΒΑΣΗ
	ΣΤΡΑΤΟΠΕΔΑ	ΜΕ ΕΝΤΟΛΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗΣ
	ΕΔΣΝΑ	ΕΜΑ ΥΠΟΛΕΙΜΜΑΤΑ
	ΚΕΝΤΡΑ ΠΡΟΣΦΥΓΩΝ	ΠΑΡΚΟ ΣΧΙΣΤΟΥ
		Σκαραμαγκά, Λαυρεωτικής, Ωρωπού
	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ ΠΡΟΣ ΧΥΤΑ	
ΑΔΡΑΝΗ ΣΤΟ ΧΥΤΑ		525.440.530
ΕΔΑΦΟΒΕΛΤΙΩΤΙΚΟ ΑΠΟ ΕΜΑ		25.755.370
ΣΥΝΟΛΟ ΑΔΡΑΝΩΝ ΚΑΙ ΕΔΑΦΟΒΕΛΤΙΩΤΙΚΟΥ		551.195.900

Πίνακας 3. , Πηγή: ΕΔΣΝΑ, 2018

Σύνολο απορριμμάτων προς ΧΥΤΑ για το 2017.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ (kg)
ΧΥΤΑ	ΔΗΜΟΙ	ΔΗΜΟΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
	ΚΔΑΥ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΣΥΜΒΑΣΗ ΜΕ ΕΕΑΑ	ΥΠΟΛΕΙΜΜΑΤΑ ΜΠΛΕ ΚΑΔΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΕΕΑΑ
	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΥΛΙΚΑ ΠΡΟΕΡΧΟΜΕΝΑ ΑΠΟ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΕΣ
	ΙΔΙΩΤΕΣ	ΜΕ ΣΥΜΒΑΣΗ
	ΣΤΡΑΤΟΠΕΔΑ	ΜΕ ΕΝΤΟΛΕΣ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗΣ
	ΕΔΣΝΑ	ΕΜΑ ΥΠΟΛΕΙΜΜΑΤΑ
	ΚΕΝΤΡΑ ΠΡΟΣΦΥΓΩΝ	ΗΟΤ ΣΡΟΤ Σκαραμαγκά
	ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ ΠΡΟΣ ΧΥΤΑ	
ΑΔΡΑΝΗ ΣΤΟ ΧΥΤΑ		377.903.620
ΕΔΑΦΟΒΕΛΤΙΩΤΙΚΟ ΑΠΟ ΕΜΑ		18.069.040
ΣΥΝΟΛΟ ΑΔΡΑΝΩΝ ΚΑΙ ΕΔΑΦΟΒΕΛΤΙΩΤΙΚΟΥ		395.972.660

Πίνακας 4. , Πηγή:ΕΔΣΝΑ, 2018

Η Ευρωπαϊκή Ένωση εδώ και χρόνια ενεργεί συστηματικά και έχει θέσει τις κεντρικές κατευθύνσεις στο θέμα των απορριμμάτων. Με αυτόν το τρόπο τέθηκαν οι βασικοί άξονες στρατηγικής οι οποίοι είναι οι εξής:

α) Η πρόληψη: 1) μέσα από την αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς όπως αυτή επηρεάζεται από τις κοινωνικές δομές και δράσεις,

2) μέσα από την τεχνολογία με τη χρήση καθαρότερων μορφών ενέργειας,

3) μέσα από την σήμανση των προϊόντων,

4) μέσα από την επαναχρησιμοποίηση.

β) Η αξιοποίηση των αποβλήτων δηλαδή η εισαγωγή τους στον οικονομικό και φυσικό κύκλο.

Η αξιοποίηση μπορεί να έχει διάφορες μορφές όπως είναι η ανακύκλωση, η χρήση με άλλους τρόπους, η ανάκτηση των πρώτων υλών, η ενεργειακή αξιοποίηση. Η αποτελεσματικότερη αξιοποίηση μειώνει τον όγκο των αποβλήτων και εξοικονομεί πρώτες ύλες και ενέργεια. Σημαντικό είναι να δοθούν κίνητρα στους καταναλωτές ώστε να συμμετέχουν ενεργά σε αυτό το στάδιο.

γ) Η βελτιστοποίηση της τελικής διάθεσης κατά την οποία τα απόβλητα θα έχουν μειωθεί σε όγκο με βάση τις δυνατότητες αλλά θα έχουν μειωθεί και οι επιβλαβείς επιπτώσεις των αποβλήτων για το περιβάλλον. (Σκορδίλης, 2001)

Με βάση τους παραπάνω στόχους έχουν υλοποιηθεί αρκετά προγράμματα για τη διαχείριση των αστικών στερεών αποβλήτων. Από το 2001 αυξήθηκε σε μεγάλο βαθμό ο αριθμός των ανακυκλώσιμων αποβλήτων, ενώ σημαντικότερο είναι το γεγονός ότι ευαισθητοποιήθηκαν οι ίδιοι οι καταναλωτές, οι οποίοι συμμετέχουν σε αρκετές χώρες εξολοκλήρου ενώ σε άλλες ο αριθμός τους σταδιακά αυξάνεται σημαντικά.

Οι προοπτικές για τη διαχείριση των στερεών αποβλήτων είναι προγραμματισμένο από την ΕΚ να οδηγήσουν τόσο στην εξομάλυνση του αντικειμένου όσο και στην αξιοποίηση του. Με βάση την έκθεση του ΕΠΠΕΡΑΑ (2014) κατά τη χρηματοδοτική περίοδο 2014-2020 θα δοθεί προτεραιότητα στην διαχείριση των βιοαποβλήτων. Πιο συγκεκριμένα προβλέπεται να δοθεί προτεραιότητα ώστε να αναπτυχθεί: η οικιακή κομποστοποίηση, η συστηματική συλλογή βιοαποβλήτων, η δημιουργία πράσινων σημείων¹ και η κατασκευή δημοτικών μονάδων διαχείρισης οργανικών αποβλήτων.

¹ Τα πράσινα σημεία είναι δημοτικοί χώροι με κατάλληλη υποδομή ώστε οι δημότες να αποθέτουν τα ανακυκλώσιμα απόβλητά τους σε χωριστές συλλογές για να διευκολύνεται η ανακύκλωσή τους. Πηγή: ΚΑΕΔΙΣΠ, (2015).

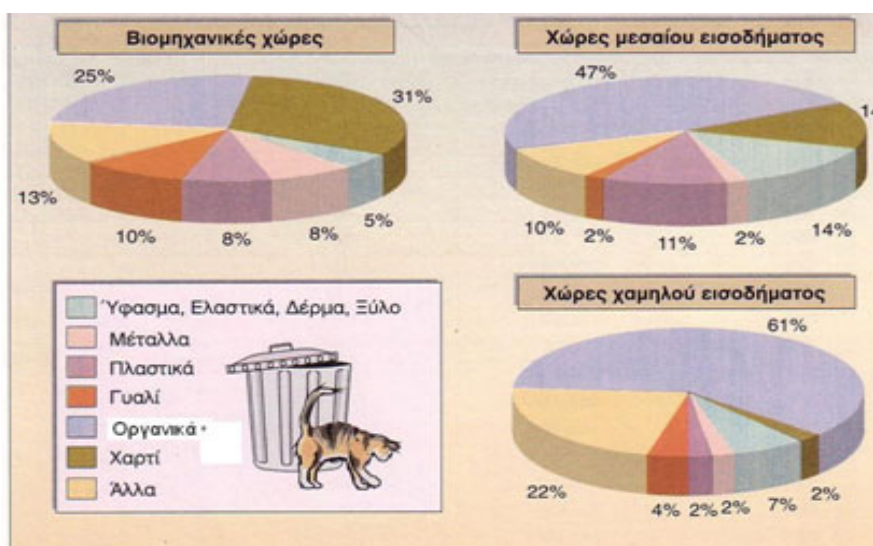
Οικιακά απόβλητα

Οικιακά απόβλητά είναι τα απόβλητά τα οποία παράγονται από τα νοικοκυριά. (ΦΕΚ Β 3339-12.12.2014).

Η σύνθεση των οικιακών αποβλήτων αποτελείται κυρίως από: χαρτιά και χαρτόνια, υπολείμματα τροφών, πλαστικά, διάφορα απορρίμματα νοικοκυριού όπως υφάσματα, δέρματα κ.α., λοιπά απορρίμματα μη καύσιμα όπως κονσέρβες και κουτιά, γυαλιά, στάχτες και υπολείμματα καύσης, ογκώδη απορρίμματα. (Κόγκουλος, 2017)

Σημαντικό μέρος των οικιακών αποβλήτων αποτελούν τα τροφικά απόβλητα. Ωστόσο το ποσοστό αναλογίας διαφέρει από χώρα σε χώρα ανάλογα με το βιοτικό τους επίπεδο. Καθώς σε χώρες με υψηλό εισόδημα το ποσοστό των τροφικών αποβλήτων τείνει να είναι μικρότερο από το αντίστοιχο των χωρών με χαμηλό βιοτικό επίπεδο (Κόγκουλος, 2017).

Ποσοστά τροφικών αποβλήτων σε αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες



Πίνακας 5. Πηγή: Κουσουρήs- Αθανασάκης, 1994 στο ΚΕΕ (2018).

Τροφικά απόβλητά.

Τα τροφικά απόβλητα αποτελούνται από ζωικά ή φυτικά υπολείμματα τα οποία προκύπτουν από το καθάρισμα, την προετοιμασία και την κατανάλωση της τροφής. Σε αυτά οφείλετε η δυσοσμία των οικιακών απορριμμάτων. (Κόγκουλος, 2017)

Ενώ τα απορρίμματα επεξεργασίας των τροφίμων είναι τα άχρηστα μέρη, τα οποία απομακρύνονται κατά την επεξεργασία της τροφής (Καρδούλης, 2003).

Τα οργανικά απόβλητα ή βιοαπόβλητα ή ζυμώσιμα έχουν ως υποκατηγορία τους τα τροφικά απόβλητα. Τα βιοαπόβλητα προέρχονται από: οικιακά υπολείμματα τροφίμων, οικιακά απόβλητα κήπου, απόβλητα από πάρκα, χώρους πρασίνου και δρόμους, υπολείμματα χώρων μαζικής εστίασης, βιομηχανίες τροφίμων, εμπορικές δραστηριότητες μεταποίησης και πωλήσεων. (ΥΓΦΠΠ, 2012)

Τα τροφικά απόβλητα αποτελούν βασικό αντικείμενο μελέτης σε αρκετές επιστήμες καθώς ανήκουν στα επίκαιρα θέματα της εποχής. Οι λόγοι για τους οποίους υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι οι επιπτώσεις που προκαλούνται από την αύξηση της διάθεσης τροφικών αποβλήτων καθώς επηρεάζουν παράλληλα και σε σημαντικό βαθμό την κοινωνία το περιβάλλον και την οικονομία. Σπουδαίο ρόλο στην παραγωγή τροφικών αποβλήτων στις αναπτυγμένες χώρες έχουν τα νοικοκυριά (Lazaridi, 2017).

Επιπρόσθετα η διαχείριση τους χρειάζεται μελέτη ώστε να μην είναι αρκετά δαπανηρή, χρειάζεται ειδικό διακρατικό σχεδιασμό καθώς και προσαρμογή των καταναλωτών στις νέες μορφές διαχείρισης στις οποίες θεωρείται σημαντικό να συμμετέχουν. Με αυτό τον τρόπο κρίνεται ότι θα επιτευχθεί εξυγίανση του περιβάλλοντος ιδίως σε περιοχές περισσότερο επιβαρυνμένες και θα κλείσει το κομμάτι του φυσικού κύκλου που αφορά στο έδαφος και το οποίο μέσω των ανθρώπινων παρεμβάσεων παρέμενε ανολοκλήρωτο.

Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις οι οποίες προκαλούνται από την αύξηση του όγκου των τροφικών αποβλήτων δημιουργούν έντονο προβληματισμό. Σε παγκόσμιο επίπεδο απόβλητα τροφίμων σημαίνει απώλεια φυσικών πόρων, παραγωγικών συντελεστών και ένα 8% παγκόσμιο ανθρακικό αποτύπωμα δηλαδή μια σημαντική συμβολή στην εκπομπή αερίων του θερμοκηπίου, καθώς κάθε κιλό παραγόμενων τροφίμων σημαίνει 4,5 κιλά CO₂ στην ατμόσφαιρα. (European Parliament, 2017).

Στην Ελλάδα το 2011 η παραγωγή των τροφικών αποβλήτων ήταν στο 44,3% του συνόλου των ΑΣΑ (NWMP, 2014) όπως αναφέρεται στο Fusions (2016).

Με βάση τη στατιστική έρευνα στην Ευρώπη το 2012 το μεγαλύτερο μερίδιο παραγωγής τροφικών αποβλήτων το είχαν τα νοικοκυριά με 53% ποσοστό, ενώ ακολούθησε η μεταποίηση με 19%, η εστίαση με 12%, η πρωτογενής παραγωγή με 11% και το χονδρικό και λιανικό εμπόριο με 5% (Fusions, 2016).

Ποσοστά παραγωγής αποβλήτων τροφίμων ανά κατηγορία

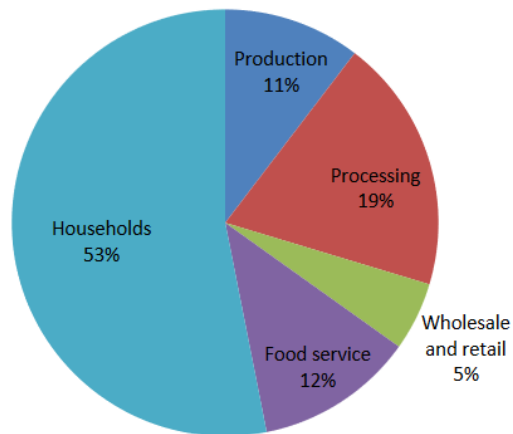


Figure 1: Split of EU-28 food waste in 2012 by sector; includes food and inedible parts associated with food.

Πίνακας 7, πηγή: Fusions, 2012

Στον παρακάτω πίνακα καταγράφονται οι χώρες της ΕΚ με τη μεγαλύτερη και τη μικρότερη σπατάλη τροφίμων ανά άτομο για το 2010.

Ποσοστά παραγωγής τροφικών αποβλήτων ανά χώρα.



Πίνακας 8: Πηγή European Parliament,(2017)

Στον πίνακα 9 καταγράφεται σε ευρωπαϊκό επίπεδο η συμβολή των νοικοκυριών στα τροφικά απόβλητα για το 2012 (Fusions, 2016)

Ποσοστά παραγωγής αποβλήτων ανά κατηγορία

Table 10: Estimates of food waste in EU-28 in 2012 from this quantification study; includes food and inedible parts associated with food.

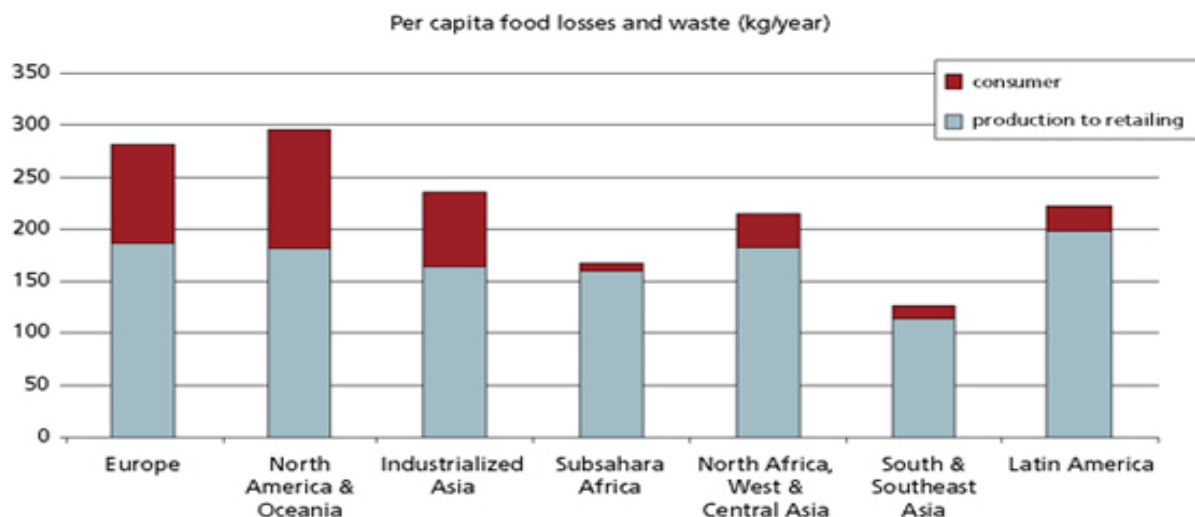
Sector	Food waste (million tonnes) with 95% CI*	Food waste (kg per person) with 95% CI*
Primary production	9.1 ± 1.5	18 ± 3
Processing	16.9 ± 12.7	33 ± 25
Wholesale and retail	4.6 ± 1.2	9 ± 2
Food service	10.5 ± 1.5	21 ± 3
Households	46.5 ± 4.4	92 ± 9
Total food waste	87.6 ± 13.7	173 ± 27

*Confidence interval

Πίνακας 9, Πηγή: Fusions (2018)

Σε παγκόσμια κλίμακα περίπου το ένα τρίτο των τροφίμων που παράγονται κάθε χρόνο για ανθρώπινη κατανάλωση (περίπου 1,3 δισεκατομμύρια τόνοι) πετιέται στα απορρίμματα.

Ποσοστά παραγωγής τροφικών αποβλήτων ανά ήπειρο.



Πίνακας 11, Πηγή: FAO (2019)

Με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας οι απώλειες και τα απόβλητα τροφίμων διεθνώς κοστίζουν περίπου ένα τρισεκατομμύριο δολάρια.

Η παραγωγή τροφής ανά άτομο για τις αναπτυγμένες χώρες είναι περίπου η διπλάσια από την αντίστοιχη των αναπτυσσόμενων χωρών παρόλα αυτά όλες οι χώρες διαλύουν περίπου τις ίδιες ποσότητες τροφίμων είτε ανήκουν στις αναπτυγμένες, είτε στις αναπτυσσόμενες. Αντίστοιχα η κατά κεφαλή παραγωγή αποβλήτων σε Ευρώπη και Βόρεια Αμερική είναι περίπου 95-115kg ανά έτος. Ενώ η αντίστοιχη παραγωγή στην υποσαχάρια Αφρική, στην Νότια και στην Νοτιοανατολική Ασία είναι 6-11kg (FAO, 2018).

Τα υψηλότερα ποσοστά απώλειας έχουν τα φρούτα, τα λαχανικά, οι ρίζες και οι βλαστοί. Τα ποσοστά απώλειας ανά είδος τρόφιμου είναι τα εξής: ρίζες, φρούτα και λαχανικά 40-50%, δημητριακά 30%, ελαιούχοι σπόροι (λιναρόσπορο, ηλιόσπορο κ.α.), κρέας και γαλακτοκομικά 20%, ψάρια 35% (FAO, 2018).

Στις αναπτυσσόμενες χώρες, το 40% των απωλειών σημειώνεται κατά τα πρωτογενή και δευτερογενή στάδια της παραγωγής καθώς ένα βασικό πρόβλημα είναι η ανεπάρκεια σε τεχνολογικές υποδομές για τη συγκομιδή, τη μεταφορά, τη συντήρηση και την αποθήκευση των τροφίμων. Στις βιομηχανικές χώρες αντίστοιχα το 40% των απωλειών συμβαίνει κατά το τριτογενές στάδιο της παραγωγής κυρίως για δύο λόγους: α) μεγάλη ποσότητα των τροφίμων πετιέται λόγω πρωτοκόλλων ποιότητας τα οποία δίνουν έμφαση στην εμφάνιση, β) συμβαίνει συχνά μη αποτελεσματικός συντονισμός μεταξύ αλυσίδας εφοδιασμού και παραγωγού.

Ένα άλλο θέμα το οποίο είναι ηθικής φύσης είναι το γεγονός ότι παγκοσμίως περίπου 793 εκατομμύρια άνθρωποι ζουν κάτω από τα σχετικά όρια της φτώχειας, δηλαδή υποσιτίζονται. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση με βάση τη Eurostat για το 2004 (όπως αναφέρεται στο European Parliament, 2017) σε αυτή την κατηγορία ανήκουν το 9,6% του πληθυσμού.

Καταναλωτική Συμπεριφορά. Θεωρία.

Η συμπεριφορά του καταναλωτή αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα θέματα μελέτης της επιστήμης του μάρκετινγκ. Αντικείμενο μελέτης της συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτός λαμβάνει τις αγοραστικές του αποφάσεις και οι παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο λήψης αυτών των αποφάσεων και της συμπεριφοράς του καταναλωτή μέσα στην αγορά (Μπαλτάς, 2003). Πιο συγκεκριμένα είναι η συμπεριφορά του ατόμου αναφορικά με την αναζήτηση, αγορά, αξιολόγηση χρησιμοποίηση προϊόντων αλλά και την απαλλαγή του από αυτά μετά τη χρήση τους, ώστε να ικανοποιήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του ονομάζεται καταναλωτική συμπεριφορά (Μπαλτάς, 2013).

Μέσα από τη μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή, προκύπτουν αρκετά οφέλη τόσο για τον ίδιο όσο και για την κοινωνία. Αφενός γιατί ο ίδιος μπορεί να ενημερωθεί περισσότερο για τις ανάγκες τους, για τα κίνητρα της αγοράς, για το μάρκετινγκ, να λάβει υπόψη περισσότερες από μια παραμέτρους κατά την αγορά (τιμή, ποσότητα κ.λπ.), να δει τις επιδράσεις της αγοράς στον ίδιο, να ανιχνεύει ενδεχομένως προβληματικές καταστάσεις της αγοράς (π.χ. επικίνδυνα προϊόντα) (Σιώμκος, 2002).

Η συμπεριφορά του καταναλωτή μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την δημόσια πολιτική, καθώς μέσα από αυτή, μπορεί να κατανοηθεί, πώς ο καταναλωτής ικανοποιεί τις φυσιολογικές και ψυχολογικές ανάγκες, ενώ επιπλέον του δίνετε το εύρος καταναλωτικών επιλογών μέσα από τη προσφορά ώστε να υπάρχει ελευθερία κατά την επιλογή των προϊόντων. Παράλληλα δίνετε η δυνατότητα στους ανθρώπους του μάρκετινγκ ώστε να επεκτείνουν τις πληροφορίες με τις οποίες μπορούν να προσφέρουν στην έρευνα του καταναλωτή. Έρευνες οι οποίες μπορούν να κατευθυνθούν τόσο προς την εξυπηρέτηση όσο και προς την προστασία του καταναλωτή, όπως επίσης και να παρθούν οι κατάλληλες αποφάσεις που θα οδηγήσουν σε κοινωνική ευημερία (Σιώμκος, 2002). Το 2000 βάση των εθνικών λογαριασμών της Ε.Σ.Υ.Ε. ο Έλληνας καταναλωτής χρησιμοποίησε το 30% του εισοδήματος του σε τρόφιμα. Από το ποσοστό αυτό το 17% ήταν για οικιακά τρόφιμα, ενώ τα υπόλοιπα αφορούσαν delivery, catering, τροφοδοσία κ.ά. (Σιώμκος, 2002).

Το βασικό μοντέλο συμπεριφοράς του καταναλωτή είναι αυτό του ερεθίσματος-ανταπόκρισης το οποίο περιλαμβάνει μέρος γνώσεων της επιστήμης του μάρκετινγκ αλλά και της επιστήμης της ψυχολογίας, της κοινωνιολογίας καθώς και άλλων επιστημών.

Στην παρούσα εργασία είναι σημαντικό να ερευνηθεί η καταναλωτική συμπεριφορά ενός ατόμου καθώς με αυτό τον τρόπο θα διερευνηθεί το ψυχολογικό, το κοινωνικό και το οικονομικό υπόβαθρο στην παραγωγή τροφικών αποβλήτων.

Η συμπεριφορά του καταναλωτή γίνεται αντικείμενο παρατήρησης σε μεγάλο μέρος των ερευνών λόγω των ευρέως γνωστών οικονομικών επιδράσεων του στην κοινωνία. Με βάση την οικονομική θεωρία η καταναλωτική συμπεριφορά βασίζεται στην αρχή για μεγιστοποίηση της χρησιμότητας του καταναλωτή. (Αποστολόπουλος, 2009)

Με την ανάπτυξη του αγοραστικού ρεύματος τα τελευταία χρόνια υπήρξε μεγάλος αριθμός νέων θεωριών. Η έρευνα για την καταναλωτική συμπεριφορά βασίζεται σε μία σειρά παραγόντων: α) εσωτερικές διεργασίες του ατόμου οι οποίες έχουν επίδραση στην αντίληψη του, στη μάθηση, στη μνήμη και στις στάσεις του. β) σε εξωτερικούς παράγοντες όπως είναι το φύλο, η ηλικία, η μόρφωση, οι αξίες, ο τρόπος ζωής, η κοινωνική τάξη, η καταγωγή, η κουλτούρα, οι κοινωνικοί ρόλοι κ.α. (Μπαλτάς, 2013)

Βασικό μοντέλο παρατήρησης θεωρείται το μοντέλο ερεθίσματος-ανταπόκρισης κατά το οποίο ο καταναλωτής δέχεται ένα ερέθισμα και ανταποκρίνεται σε αυτό ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες του. Ως ερέθισμα ορίζεται οποιαδήποτε πληροφορία εισέλθει στο άτομο μέσω των αισθητήριων οργάνων του. Η ανταπόκριση αντίστοιχα βάση θεωριών παίρνει αρκετές ερμηνείες.

Με βάση τις θεωρίες παρατήρησης της καταναλωτικής συμπεριφοράς το άτομο ενεργοποιείται να δράσει όταν επικρατούν ορισμένες εσωτερικές προϋποθέσεις. Δύο από τις πιο γνωστές θεωρίες είναι η *θεωρία ιεράρχησης των ανθρώπινων αναγκών*

του Maslow και η θεωρία του Freud για τον εαυτό, το εγώ και το υπερεγώ.

Η θεωρία του Maslow προσεγγίζει τα εσωτερικά κίνητρα ξεκινώντας από αυτά τα οποία είναι απαραίτητα για την επιβίωση και αφορούν το σώμα φτάνοντας στα κίνητρα τα οποία αφορούν την πνευματική ανάταση του ανθρώπου.

Στο πρώτο στάδιο το οποίο βρίσκεται στη βάση είναι οι βιολογικές ανάγκες, οι σωματικές, οι βασικές ανάγκες επιβίωσης, η ανάγκη για αναπνοή, τροφή, νερό, ύπνο κ.α.

Στο δεύτερο στάδιο είναι οι ανάγκες ασφάλειας, προστασίας, υγείας, εργασίας, κ.α.

Στο τρίτο στάδιο το οποίο βρίσκεται στη μέση της πυραμίδας και συνδυάζει αρμονικά στοιχεία του σώματος με το πνεύμα είναι οι ανάγκες για αγάπη, οικογένεια, αποδοχή, οικειότητα, φιλία κ.α.

Η πυραμίδα του Maslow



EIKONA 1, Source:Wikipedia, (2019a)

Στο τέταρτο στάδιο είναι οι ανάγκες για κοινωνική αποδοχή, αυτοεκτίμηση, αναγνώριση από το κοινωνικό περιβάλλον και αναγνώριση προς το κοινωνικό περιβάλλον.

Στο πέμπτο στάδιο είναι η ανάγκη αυτοπραγμάτωσης, η ανάγκη για να ανάδυσση της εσωτερικής σοφίας, της δημιουργικότητας κ.α.

Η συγκεκριμένη θεωρία χαίρει μεγάλης αναγνώριση αλλά και έντονης κριτικής. Καθώς πιστεύεται ότι πλέον αρκετές φορές τα στάδια αυτά μπλέκονται μεταξύ τους και δεν ακολουθούν την οικεία σειρά της πυραμίδας.

Η θεωρία του Freud για τον εαυτό, το εγώ και το υπερεγώ προσεγγίζει τον άνθρωπο με βάση τα στάδια στα οποία βρίσκεται η ψυχική του κατάσταση. Ο εαυτός αποτελεί τη συνειδητή πλευρά του ατόμου, την ενήλικη του πλευρά. Το εγώ από μόνο του αποτελεί μία μη συνειδητή πλευρά του ατόμου, το παιδί μέσα σε κάθε άνθρωπο και έχει έντονη σχέση με το ρεαλισμό. Το υπερεγώ από μόνο του αντίστοιχα αποτελεί επίσης μια μη συνειδητή πλευρά του ατόμου, είναι ο γονέας μέσα σε κάθε άνθρωπο και έχει έντονη σχέση με το ιδεατό στοιχείο.

Μία άλλη ερμηνεία της συμπεριφοράς του καταναλωτή με βάση τον Von Alvensleben (1997) όπως γράφεται στο Φωτόπουλο (2003), οι βασικές παράμετροι που καθορίζουν την συμπεριφορά του καταναλωτή είναι: τα συναισθήματα, τα κίνητρα και η στάση ή προδιάθεση.

Συναίσθημα: εσωτερική τάση που μπορεί να γίνεται αντιληπτή ως ευχάριστη ή δυσάρεστη και μπορεί να είναι περισσότερη ή λιγότερη συνειδητή για τον καταναλωτή.

Κίνητρο: εσωτερική τάση που συνδυάζεται με μια συγκεκριμένη δραστηριότητα. Τα βασικά κίνητρα για την τροφή είναι οι διατροφικές ανάγκες, η υγεία, η απόλαυση, η ευκολία, η ασφάλεια, η διαφάνεια, η συμμόρφωση με τους κανόνες μιας ομάδας αναφορά, το γόητρο και τα περιβαλλοντικά κίνητρα. Τα κίνητρα μπορούν να ιεραρχηθούν με την πυραμίδα αναγκών του Maslow (Kotler, 1997).

Στάση: η προθυμία ή προδιάθεση του καταναλωτή να αντιδράσει θετικά ή αρνητικά στα ερεθίσματα που προκύπτουν από την προσφορά ενός προϊόντος, η αξιολόγηση, ή η εικόνα του καταναλωτή για ένα προϊόν.

Στο τέλος ακολουθεί η συμπεριφορά, δηλαδή η εκτέλεση των παραπάνω ενεργειών από τον καταναλωτή (Φωτόπουλος, 2003).

Τύποι προσωπικότητας καταναλωτών.

Η Προσωπικότητα αποτελεί ένα οργανωμένο σύνολο ψυχολογικών χαρακτηριστικών και μηχανισμών του ατόμου που είναι σχετικά σταθερά και επηρεάζουν τις αλληλεπιδράσεις του και

την προσαρμογή του στο ενδοψυχικό φυσικό και κοινωνικό περιβάλλον του (Larsen, 2010 όπως αναφέρεται στον Μπαλτάς, 2013).

Έχουν αναπτυχθεί πολλές θεωρίες για τους τύπους προσωπικότητας των καταναλωτών. Για το λόγο αυτό θα δοθεί περιγραφή για ορισμένες από αυτές.

Η νεό Φρουδική θεωρία με βάση την οποία το άτομο αναπτύσσεται μέσω των κοινωνικών του προσανατολισμών. Αυτή η θεωρία αναπτύσσει τρεις τύπους προσωπικότητας: α) Ο συμμορφωτικός τύπος που αποδίδεται στα άτομα τα περισσότερα κοινωνικά, τείνουν να θέλουν την αγάπη, την συντροφιά και την εκτίμηση των άλλων. β) ο επιθετικός τύπος ο οποίος αποδίδεται στα περισσότερα ανταγωνιστικά άτομα, αυτά που θέλουν να ξεχωρίσουν και στρέφονται ενάντια στους άλλους. γ)ο αποστασιοποιημένος τύπος ο οποίος αποδίδεται σε άτομα περισσότερο ανεξάρτητα, απόμακρα και χωρίς υποχρεώσεις. Η συγκεκριμένη θεωρία έχει ιδιαίτερη εφαρμογή σε διαφημίσεις οι οποίες τονίζουν τα θετικά των κοινωνικών σχέσεων όπως της οικογένειας, της φιλίας κ.α. (Μπαλτάς, 2013).

Η θεωρία Big-5 κατά την οποία υπάρχουν πέντε βασικές κατηγορίες χαρακτηριστικών. 1) Εξωστέφεια: πρόκειται για άτομα ενθουσιώδη, γεμάτα ζωντάνια και κίνητρα, αγαπούν τη δράση και είναι κοινωνικά και αισιόδοξα. 2) Συνεργατικότητα: είναι άτομα με ενδιαφέρον και αγάπη για το συνάνθρωπο, επιθυμούν να βοηθούν, αποφεύγουν ή διαχειρίζονται ήπια τις συγκρούσεις και δεν τους αρέσει να μιλούν πολύ για τον εαυτό τους. 3)Ευσυνειδησία- Συνέπεια: είναι άτομα οργανωτικά, φιλόδοξα έχουν αίσθηση της ευθύνης και δεν τους αρέσει η αναβλητικότητα. 4)Νευρωτισμός: πρόκειται για άτομα με αρκετές φοβίες, αγχώδη και συναισθηματικές ανισορροπίες. 5)Διαθεσιμότητα σε νέες εμπειρίες: τα άτομα αυτά χαρακτηρίζονται για την ελευθερία τους. Έχουν αναπτυγμένη αισθητική και αντίληψη της αρμονίας σε κάθε χώρο που εξερευνούν. (Μπαλτάς, 2013)

Η θεωρία προσωπικότητας μάρκας κατά την οποία το άτομο αποδίδει ορισμένα χαρακτηριστικά στην μάρκα την οποία επιλέγει. Αποκτώντας έτσι συναισθηματική τάση ως προς την καταναλωτική συμπεριφορά.

Η προσωπικότητα μάρκας έχει πέντε τύπους: 1)υπευθυνότητα: δυναμικός και σταθερός τύπος , 2)δραστηριοποίηση: δραστήριος και καινοτόμος τύπος , 3)επιθετικότητα:επιθετικός και τολμηρός 4)απλότητα: συνηθισμένος και απλός, 5)συναισθηματισμός: ρομαντικός και συναισθηματικός (Μπαλτάς, 2013). Με βάση αυτά τα χαρακτηριστικά μια προσωπικότητα θα επιλέξει διαφορετικά προϊόντα από μία άλλη έτσι για παράδειγμα ο συναισθηματικός τύπος θα

επιλέξει ρούχα περισσότερο χρωματιστά και με λιγότερο έντονα χρώματα κάτι το οποίο ταιριάζει περισσότερο στον επιθετικό τύπο.

Οικιακός καταναλωτής

Ο οικιακός καταναλωτής έχει ως αφετηρία για την επιλογή καταναλωτικών αγαθών τις ανάγκες και τις επιθυμίες των μελών του νοικοκυριού του.

Το ενδιαφέρον στον οικιακό καταναλωτή είναι κυρίως στις ανέσεις που αυτός απολαμβάνει ανάλογα με διάφορα εξωτερικά του χαρακτηριστικά όπως είναι ο τόπος διαμονής, το εισόδημά του το μέγεθος της κατοικίας του κ.α.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2007 η καταναλωτική δαπάνη των νοικοκυριών το εκτιμάται ότι αντιπροσώπευε το 56,4% του ΑΕΠ των κρατών μελών. Τα ποσοστά για την καταναλωτική δαπάνη από χώρα σε χώρα κυμαίνονται διαφορετικά έτσι για παράδειγμα στην Ελλάδα το 2006 η τελική διάθεση δαπάνης για κατανάλωση των νοικοκυριών ήταν 69,3% του ΑΕΠ ενώ το αντίστοιχο για το Λουξεμβούργο ήταν το 33,6% (Eurostat, 2009). Σε έρευνα για τη διακύμανση των τιμών στην ΕΕ κατά τα έτη 2000-2007 τα αποτελέσματα για τις καταναλωτικές δυνατότητες των νοικοκυριών έδειξαν τα εξής δεδομένα όπως αυτά παρουσιάζονται στον πίνακα 12.

Ετήσιος ρυθμός πλήρους οικιακής ανανέωσης

Table 5.4: Harmonised indices of consumer prices, furnishings, household equipment and routine maintenance of the house, annual rate of change (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
EU-27	1.2	1.9	1.7	1.0	0.7	0.6	0.6	1.6
BE	0.7	2.6	1.9	1.2	0.9	0.9	1.1	2.1
BG	-0.5	2.3	0.2	-1.0	-1.2	0.4	1.7	4.2
CZ	0.2	0.1	0.0	-1.7	-2.2	-2.2	-1.5	-0.3
DK	1.8	1.9	1.9	1.0	2.7	0.7	0.9	1.3
DE	0.0	0.9	1.1	0.3	0.2	-0.1	0.1	1.1
EE	-0.2	1.3	1.1	-0.4	-0.7	0.6	2.3	3.8
IE	4.0	3.2	1.4	-0.7	-1.8	-1.5	-1.3	-1.8
EL	1.5	2.5	1.6	1.8	1.5	2.1	1.8	2.2
ES	2.5	2.0	2.0	2.0	1.6	2.1	2.6	2.6
FR	0.5	1.9	1.4	1.3	1.2	0.9	0.9	1.1
IT	1.9	2.0	1.9	2.0	2.1	1.6	1.6	2.5
CY	1.4	0.1	1.1	3.7	-0.3	0.4	0.3	0.3
LV	1.3	0.4	1.5	1.9	1.9	3.3	2.8	4.6
LT	-2.1	-2.3	-2.1	-2.9	-3.0	-2.0	0.4	2.1
LU	2.4	2.1	1.6	1.5	1.7	1.5	1.7	2.1
HU	5.5	4.9	3.1	0.8	1.0	-0.2	1.5	1.5
MT	-1.2	0.3	0.5	-0.3	2.8	2.4	2.0	0.8
NL	1.8	5.2	3.9	1.7	0.9	-0.3	0.0	1.3
AT	0.7	1.3	1.6	1.2	-0.1	-0.3	0.6	1.2
PL	5.5	3.8	1.8	0.5	1.7	1.2	0.1	1.1
PT	2.0	3.2	3.0	2.4	1.6	1.3	1.0	1.6
RO	31.8	27.7	18.3	10.6	7.5	5.6	2.6	1.9
SI	5.8	7.8	5.9	4.8	2.4	3.5	3.6	4.0
SK	4.0	-0.9	0.7	0.8	-2.2	-3.2	-0.5	0.1
FI	0.7	2.2	1.5	0.4	0.6	0.6	0.6	1.3
SE	0.4	2.5	2.2	1.3	-1.0	-1.5	-2.4	0.5
UK	-1.7	-0.1	0.1	-0.6	-0.1	-0.3	-0.4	1.8
TR	52.6	60.6	43.9	16.7	6.4	7.3	5.7	7.6
IS	0.9	5.7	7.9	-0.8	0.5	-0.7	2.4	4.4
NO	0.5	1.0	0.3	-0.8	-1.8	-0.4	-1.3	1.9
CH	:	:	:	:	:	:	0.1	0.3

Source: Eurostat, Harmonised indices of consumer prices (theme2/pcr/pcr_hicp_a.ind)

Πίνακας 12: Πηγή Eurostat, 2009

Βάση απλής έρευνας-αναζήτησης στο ιντερνετ την οποία μοιράζονται και αρκετά επιστημονικά άρθρα (Hebrok_a, 2017) οι απόψεις των καταναλωτών για την αντιμετώπιση του θεματος των οικιακών τροφικών αποβλήτων παραπεμπουν στα εξής αντικείμενα: 1)Βελτίωση των υπηρεσιών και των αγαθών από πλευράς εταιριών, αυτό για παραδειγμα συνεπαγεται αποδοτικότερη συσκευασία ή έτοιμο προς κατανάλωση φαγητό ιδίως σε ιστοσελίδες πολιτών των ΗΠΑ. Μια άλλη άποψη περισσότερο ευρωπαϊκή είναι ότι οι καταναλωτές πρέπει να επιμορφωθούν προκειμένου οι ίδιοι να ευαισθητοποιηθούν και να αρχίσουν να εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές κατανάλωσης τροφίμων. Ένω μια τρίτη αποψη λειει ότι τα ίδια τα κράτη οφείλουν να αναλάβουν δράση και να κατευθύνουν τους καταναλωτες και τις εταιρίες προς τις βιωσιμες πρακτικές μέσω είτε της φορολογίας, αυξάνοντας ή ελαφρύνοντας αναλόγως των πρακτικών, είτε μέσω των κινήτρων, είτε μέσω της παιδείας, της συμμετοχής σε περιβαλλοντικές δραστηριότητες, της αναληψης ευθυνων ομάδων αλλά και πολλών άλλων τακτικών.

Καταναλωτές και απόρριψη τροφίμων

Η απόρριψη των προϊόντων είναι ένα ιδιαίτερο κομμάτι για τους καταναλωτές. Περιλαμβάνει στοιχεία από την προσωπικότητα και τον χαρακτήρα τους. Έτσι για παράδειγμα υπάρχουν καταναλωτές οι οποίοι δεν πετάνε τίποτα ή καταναλωτές οι οποίοι τείνουν συνεχώς να πετάνε πράγματα ή να είναι επιλεκτικοί στο τι θα κρατήσουν. Ωστόσο η επιλογή της απόρριψης μπορεί να περιλαμβάνει στοιχεία της κουλτούρας, του περιβάλλοντος, ή και της λογικής του καταναλωτή. Στην Ιαπωνία για παράδειγμα οι καταναλωτές τείνουν να δένονται συναισθηματικά με ορισμένα αγαθά. Αυτό τους οδηγεί προκειμένου να τα απορρίψουν να ακολουθήσουν ορισμένες τελετουργίες, ώστε να τα “ευχαριστήσουν” για την χρησιμότητά τους (Solomon, 2016).

Το άτομο επιλέγει ποιες θα είναι οι επιρροές του και με βάση αυτές θα εξελίξει την καταναλωτική του συμπεριφορά του. Σε έρευνα για την περίπτωση των ατόμων τα οποία δεν πετάνε τίποτα συνήθως (15% των ενηλίκων) υπάρχει περιβαλλοντική συνείδηση. Στην ίδια έρευνα σε αυτή τη συμπεριφορά συναντάτε συχνά η κατηγορία των μοναχικών ατόμων και δη ηλικιωμένων, όπως καταγράφεται στον Solomon (2016), από τα στοιχεία της Lach (2000). Στην ίδια έρευνα το 20% του δείγματος δήλωσε ότι πετάει όσο περισσότερο σκουπίδια μπορεί, ενώ το 64% δήλωσε ότι είναι επιλεκτικό στο τι θα κρατήσει. Μια άλλη μελέτη αναφέρει ότι οι καταναλωτές δεν χρησιμοποιούν το 12% των αγαθών που αγοράζουν με αποτέλεσμα αυτά να στοιβάζονται στο πίσω μέρος των ντουλαπιών τους και να τους κοστίζουν σε χώρο αποθήκευσης (Solomon, 2016). Σε άλλη μελέτη για τους καταναλωτές οι οποίοι ανακυκλώνουν διαπιστώθηκε

μια σειρά από προβληματισμούς και ευαισθησίες για το περιβάλλον οι οποίες ξεκινάνε από μικρές ενέργειες με προσωπική ευαισθητοποίηση και οδηγούν σε μεγάλες αξίες και ιδανικά.

Γενικότερα η ανακύκλωση, η επαναχρησιμοποίηση, η μύηση στην πρόληψη αποβλήτων είναι ενέργειες με κόστος, τόσο για τα κράτη, όσο και για τους ίδιους καταναλωτές και ως εκ τούτου υπάρχει μια έντονη αντίληψη ότι χρειάζονται κίνητρα προκειμένου να υλοποιηθούν. Με βάση αυτή την ερμηνεία λειτούργησαν κατά καιρούς αρκετοί κρατικοί φορείς οι οποίοι εμπλέκονται με το θέμα των απορριμμάτων σε διάφορες χώρες. Έτσι για παράδειγμα στη Γερμανία υπάρχουν κάδοι ανακύκλωσης οι οποίοι λειτουργούν-ανοίγουν με ατομική κάρτα χρήσης με την οποία ο καταναλωτής, όσο περισσότερο ανακυκλώνει, τόσο απολαμβάνει μείωση στη φορολογία του εισοδήματός του. Σε άλλο παράδειγμα στις ΗΠΑ η εταιρεία τζιν Gap έδωσε έκπτωση 30% έως και 40% στους καταναλωτές που αγόραζαν προϊόντα της, ενώ ταυτόχρονα της επέστρεφαν το παλιό τους τζιν. Ο λόγος για το κίνητρο ήταν μια συμφωνία μεταξύ των εταιρειών Gap και Cotton Incorporated για τη συλλογή παλιών τζιν προκειμένου να χρησιμοποιηθούν για μονωτικά υλικά τα οποία θα δωρίζονται σε κοινότητες για να κτιστούν νέα σπίτια.

Ένα άλλο κίνητρο είναι η ανταλλαγή αντικειμένων. Ως γνωστό τα απορρίμματα ενός ατόμου, μπορεί να είναι πολύ χρήσιμα για ένα άλλο. Αυτό σημαίνει ότι το άτομο έχει κίνητρο να αποκομίσει όφελος από την προσφορά του προϊόντος του. Ενώ το άτομο που αγοράζει έχει τη δυνατότητα να πάρει κάτι που θέλει σε πολύ χαμηλή τιμή σε σχέση με ένα νέο προϊόν. Αυτή η τελευταία τάση έχει μεγάλη απήχηση τόσο σε Αμερική όσο και Ευρώπη (Solomon, 2016).

Κατά την ίδια λογική τα απόβλητα τροφίμων με βάση τα κίνητρα ενδεχομένως να κυκλοφορούσαν περισσότερο και να υπήρχαν περισσότερες επιλογές για την κατανάλωσή τους. Σε ορισμένες κοινότητες στην Αμερική επιχειρηματίες αλλά και κατοίκoi των κοινοτήτων συμμετέχουν εθελοντικά αλλά και παρέχουν δωρεάν τρόφιμα για τη δημιουργία γευμάτων σε άστεγα άτομα. Ενώ έχουν υπάρξει δράσεις όπου εξελίχθηκαν επιχειρηματικά όπως αυτή της TerraCycle η οποία χρησιμοποιεί μεταξύ άλλων το κομποστ απόβλητων τροφίμων και το μετατρέπει σε λίπασμα για τα φυτά. Καθώς φαίνεται όλα μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να είναι χρήσιμα για το περιβάλλον και τους ζώντες οργανισμούς, δεν μένει παρά να βρεθούν και να χρησιμοποιηθούν μέθοδοι οι οποίες θα αξιοποιούν αποδοτικά τους πόρους οι οποίοι ακόμη θεωρούνται απόβλητα και δεν χρησιμοποιούνται από κανένα.

Ο καταναλωτής χαμηλού εισοδήματος.

Οι καταναλωτές χαμηλού εισοδήματος ξοδεύουν όλο τους το εισόδημα προκειμένου να καλύψουν τις βασικές ανάγκες. Τα προϊόντα τα οποία αγοράζουν συνήθως είναι πρώτης ανάγκης

και ανήκουν στην φθηνότερη κατηγορία αγαθών. Τα φτωχότερα νοικοκυριά τείνουν να ξοδεύουν λιγότερα χρήματα για ασφάλεια και για συνταξιοδοτικά δικαιώματα (Στατιστική Υπηρεσία-Εργασία). Οι φτωχοί καταναλωτές συχνά καταφεύγουν σε φτωχή κακή διατροφή και έτοιμο φαγητό. Καθώς στην προσπάθεια να εκτονώσουν ή να απαλλαχθούν από το συνεχές άγχος για την διαβίωσή τους καταφεύγουν σε συνήθειες οι οποίες μπορεί να τους κοστίζουν τόσο σε χρήματα όσο και σε υγεία. Λύσεις στις οποίες δεν καταφεύγουν συχνά τα μεσαία νοικοκυριά (Roberts, 1991).

Τα φτωχά νοικοκυριά χρησιμοποιούν μια σειρά από τεχνικές προκειμένου να γλυτώσουν χρήματα. Δίνουν προτεραιότητες που θα ξοδέψουν, μειώνουν τα γεύματα που τρώνε, καταφεύγουν σε δωρεές φαγητού, αγοράζουν φθηνά προϊόντα ή σε προσφορά, τα ενδιαφέρει η διάρκεια και η αξία των αγαθών που αγοράζουν. Παράλληλα μειώνουν τα έξοδα τους σε υπηρεσίες υγείας, συντήρηση σπιτιού, αυτοκινήτου, διακοπών, διασκέδασης, παίρνουν δάνειο, προγραμματίζουν πως θα πληρώσουν τους λογαριασμούς τους, πουλάνε τα υπάρχοντά τους κ.ά. (Roberts, 1991).

Οι φτωχοί καταναλωτές τείνουν να παρακολουθούν περισσότερη τηλεόραση και μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαβάζουν λιγότερο περιοδικά ή εφημερίδες (Simmons Market Research Bureau, Inc, 1991).

Ως καταναλωτές δεν είναι ιδιαίτερα ενημερωμένοι, δεν τους αρέσει κάτι που χρειάζεται διάβασμα, ενώ τους αρέσει η ιδέα του δωρεάν (Alwitt, 1996).

Τα χαρακτηριστικά του φτωχού καταναλωτή βάση την Alwitt είναι τα εξής: α) χαμηλή γνωστική προσπάθεια στο να κατανοήσουν τα εξωτερικά διαφημιστικά μηνύματα, β) αναγνωρίζουν τις τεχνικές πειθούς του μάρκετινγκ, γ) έχουν καλή ικανότητα στο να βγάζουν συμπεράσματα για τα κίνητρα της διαφήμισης και δ) έχουν καλή ικανότητα στο να θυμηθούν πως αντιμετώπιζαν τα πειστικά μηνύματα στο παρελθόν (Alwitt, 1996).

Τα παιδιά ως καταναλωτές.

Η καταναλωτική κοινωνικοποίηση των παιδιών, ξεκινάει πολύ πριν αυτά εκφράσουν στους γονείς τις προτιμήσεις τους (Reynolds and Wells, 1977). Η έρευνα έχει δείξει ότι τα παιδιά παρατηρούν τους γονείς τους, ιδίως τον γονέα τον οποίο ψωνίζουν και μαθαίνουν από αυτούς την καταναλωτική συμπεριφορά (Bahn, 1987). Αυτή η αλληλεπίδραση παιδιών γονέων δίνει τη δυνατότητα στο παιδί να μάθει τους κανόνες της κατανάλωσης, να βάλει όρια, να προσδώσει ρόλους και ταυτόχρονα να χαρεί το χρόνο τον οποίο ξοδεύει με τους γονείς τους ανέμελα. Καθώς πλέον αυτός ο χρόνος σε σχέση με το παρελθόν είναι αρκετά σημαντικός. Με βάση αυτή τη θεωρία φαίνεται ότι τα νέα παιδιά θα μπορούσαν να αποκτήσουν περισσότερο περιβαλλοντικές συνήθειες

και τάσεις μέσα από την αλληλεπίδραση που έχουν με τους γονείς τους κατά την αγορά και κατανάλωση όσο και απόρριψη αγαθών.

Στην πορεία του χρόνου τα παιδιά μπαίνουν στο σχολείο και αρχίζουν να έχουν μεγαλύτερη πρόσβαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στα Μ.Μ.Ε. και τους δίνονται νέες επιρροές στην καταναλωτική τους συμπεριφορά. Αυτές οι επιρροές ενδεχομένως να είναι επίσης σημαντικές καθώς οι συνήθειες οι οποίες θα δημιουργηθούν αυτά τα χρόνια ίσως να κρατήσουν αρκετά χρόνια όπως αναφέρεται στην Madison Avenue (1980) στον Gunter (1998).

Η περίοδος που ακολουθεί τα πρώτα εφηβικά χρόνια μέχρι τα αρχικά στάδια της ενηλικίωσης οδηγεί και σε διαφοροποίηση της συμπεριφοράς του ατόμου. Το παιδί συχνά αρχίζει να επηρεάζεται περισσότερο από τους συνομηλίκους τους και λιγότερο από τους γονείς του, καθώς προτιμάει να ξοδεύει περισσότερο χρόνο μαζί τους (Colman, 1961).

Αφού περάσει και αυτό το στάδιο οι έρευνες για το ποια θα είναι η ουσιαστική επιρροή του ατόμου δεν είναι ξεκάθαρες (Gunder, 1998). Μπορεί να συμπεράνει κανείς ότι το άτομο στην πρώτη ενήλικη ζωή του θα κρατήσει τις επιρροές αυτές τις οποίες θεωρεί πιο χρήσιμες και πιο σημαντικές για το ίδιο, είτε αυτές προέρχονται από την οικογένεια του, είτε από το εξωτερικό περιβάλλον.

Αν αυτό το συμπέρασμα είναι αληθές τότε τόσο η οικογένεια, όσο και η κοινωνία, έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν θετικά το άτομο και να το βοηθήσουν να αναπτύξει περιβαλλοντικά καταναλωτική συνείδηση. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των παιδιών επηρεάζεται καταναλωτικά από τα ερεθίσματα τα οποία εκτίθεται περισσότερο.

Σύγχρονος καταναλωτής.

Οι τομείς που επιδρούν στην εξέλιξη της καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι οι εξής: οικονομία, τεχνολογία, παγκοσμιοποίηση, κυβερνήσεις, περιβάλλον, δημογραφία, ψυχολογία καταναλωτών, ευημερία, λιανικό εμπόριο. Κατά την Roberts (1998) τα οικονομικά διαγράμματα δείχνουν ότι σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη των καταναλωτικών συνηθειών θα είχε κυρίως η οικονομία, η τεχνολογία, η παγκοσμιοποίηση, οι κυβερνήσεις και το περιβάλλον, ενώ οι υπόλοιποι παράγοντες θα αποκριθούν στους κανόνες των πρώτων. Στην πράξη όλοι οι παραπάνω παράγοντες είναι αλληλένδετοι και στενά συνδεδεμένοι μεταξύ τους.

Ο σύγχρονος καταναλωτής τείνει να είναι μεγαλύτερος σε ηλικία, τείνει να έχει διαφορετική δομή στο νοικοκυριό του (μονογονεϊκές οικογένειες, εργένηδες, ζευγάρια με διπλά εισοδήματα κ.λπ.), δίνει σημασία στην αξία του προϊόντος, είναι περισσότερο μορφωμένος, παράλληλα

περισσότερο ευαισθητοποιημένος στην τιμή λόγω των οικονομικών συνθηκών, ζητάει να αγοράσει τον χρόνο της προετοιμασίας του φαγητού, ζητάει συνεχώς επιπλέον πληροφόρηση, επιπλέον πρόσβαση σε καταναλωτικά αγαθά, έχει ανάγκη να μάθει από που θα επιλέγει να ψωνίσει και από ποια Μ.Μ.Ε. θα ενημερωθεί κ.ά. (Σιώμκος, 2002).

Καταναλωτικός ακτιβισμός.

Καταναλωτικός ακτιβισμός ορίζεται ως η ενεργή συμπεριφορά του καταναλωτή στην αγορά και τις δυνάμεις της.

Οι σημερινοί καταναλωτές είναι περισσότερο μορφωμένοι, έχουν πρόσβαση σε μεγαλύτερο αριθμό πληροφοριών και έχουν περισσότερες καταναλωτικές επιλογές. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να λειτουργούν περισσότερο με τη θέληση τους η οποία μπορεί να πηγάζει από την προσωπικότητα, τον χαρακτήρα, τις εμπειρίες τους κ.ά..

Στην επιστήμη της συμπεριφοράς του καταναλωτή η λέξη μποϋκοτάζ είναι γνωστή εδώ και δεκαετίες. Οι καταναλωτές με αυτόν τον τρόπο επιλέγουν να οδηγήσουν σε πειθαρχία μια εμπορική συμπεριφορά, η οποία δεν συμβαδίζει με τα πιστεύω τους. Εδώ και δεκαετίες δεν είναι λίγες οι φορές που οι καταναλωτές επέλεξαν να μην αγοράζουν συγκεκριμένα προϊόντα προκειμένου να “τιμωρήσουν” μια εμπορική μη ηθική συμπεριφορά. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται ευρέως πλέον λόγω της παγκοσμιοποίησης.

Πριν από είκοσι (20) χρόνια υπήρχε η αίσθηση, ότι οι καταναλωτές θα ζήτηνε περισσότερα αγαθά για λιγότερα χρήματα, μεγαλύτερη ποσότητα, ποιότητα, λειτουργία, φιλικότητα, εξυπηρέτηση, επιλογές, ασφάλεια, ταχύτητα, βιωσιμότητα, εγγύηση, δυνατότητα, ουσία. Όλα αυτά για λιγότερα χρήματα, μικρότερο ρίσκο, λιγότερα λάθη, μικρότερη απόκλιση από το επιθυμητό και σε μικρότερο χρόνο αγοράς (Roberts, 1998). Ωστόσο λόγω της ανάπτυξης του πληθυσμού συνέβη και μια εξέλιξη προς περισσότερο σύνθετες καταναλωτικές ανάγκες, καθώς πλέον το κοινό, λόγω γεωγραφικών μετακινήσεων, δημιούργησε μια πολυποίκιλη καταναλωτική συμπεριφορά ως προς τις επιλογές του συνδυάζοντας τις παλαιότερες ανάγκες του από το τόπο καταγωγής του με τις διατροφικές συνήθειες του τόπου διαμονής του.

Ο καταναλωτικός ακτιβισμός του 2020 περιλαμβάνει αρκετά νέα ρεύματα γνωστά στον διαδικτυακό κόσμο, όπως είναι ο μινιμαλισμός, ο διατροφικός ακτιβισμός, η οικολογία και άλλα ρεύματα.

Πρόσφατα μια συνεχώς αυξανόμενη ομάδα ερευνητών της συμπεριφοράς του καταναλωτή άρχισαν να ασχολούνται ξανά με μια ιδέα, η οποία είχε σε μεγάλο βαθμό απορριφθεί. Η ιδέα αφορά

τα υποσυνείδητα μηνύματα τα οποία λαμβάνει ο καταναλωτής. Σε έρευνα που έγινε στο εργαστήριο του Duke University, βάση των γεγονότων που κατέθεσε ο καθηγητής Garan Fitzsimmons στον Solomon (2016), καταναλωτές οι οποίοι εκτέθηκαν στο λογότυπο της Apple υποσυνείδητα στον υπολογιστή τους είχαν διαφορετικές αντιδράσεις από καταναλωτές οι οποίοι εκτέθηκαν συνειδητά στο λογότυπο της IBM. Καθώς οι πρώτοι έδειξαν σημαντική τάση προτίμησης στα προϊόντα της υποσυνείδητης έκθεσής τους. Βεβαίως στο σημείο αυτό τίθενται αρκετά ηθικά ζητήματα.

Ιστορικά στοιχεία για την κατανάλωση τροφίμων

Με βάση τη θεωρία ένα σημαντικό μέρος των οικιακών αποβλήτων αποτελούν τα τροφικά απόβλητα. Ωστόσο το ποσοστό αναλογίας διαφέρει από χώρα σε χώρα ανάλογα με το βιοτικό τους επίπεδο. Καθώς σε χώρες με υψηλό εισόδημα το ποσοστό των τροφικών αποβλήτων τείνει να είναι μικρότερο από το αντίστοιχο των χωρών με χαμηλό βιοτικό επίπεδο (Κόγκουλος, 2017). Η θεωρία αυτή επαληθεύτηκε μέσα της στατιστικής έρευνας για πρώτη φορά το 1857 (Μπανταλούκας, 1958). Έκτοτε επαληθεύετε συνεχώς καθώς οι χώρες που έχουν χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα στη συνολική τους κατανάλωση, το ποσοστό για την κατανάλωση τροφίμων είναι πάντοτε το υψηλότερο.

Παρομοίως στην Ελλάδα του 1950, το ποσοστό της κατανάλωσης για τα τρόφιμα ήταν το 48,5% έναντι του συνολικού. Κάνοντας τη σύγκριση με το σήμερα (18%) διακρίνεται η μεγάλη κοινωνική αλλαγή που ακολούθησε. Την ίδια περίοδο (1950) το ποσοστό των τροφίμων στο συνολικό εισόδημα άλλων χωρών είχε ως εξής: Ιταλία 46%, Δυτική Γερμανία 32%, Ηνωμένο Βασίλειο 32%, Νορβηγία 31%, Σουηδία 30%, ΗΠΑ 27% (Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας 1956). Παράλληλα στην Ελλάδα της κρίσης του 2010 η συνολική μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση το 2016 ήταν ίση με €1.392 μειωμένη κατά 29% σε σύγκριση με το 2010 (€1.952). Η ποσοστιαία κατανομή της μέσης μηνιαίας δαπάνης των νοικοκυριών για τα έτη 2016 και 2010 παρουσίασε μεταβολές. Η μεγαλύτερη αύξηση σημειώθηκε στα Είδη διατροφής (από 18% το 2010 στο 21% το 2016), και ακολούθησαν η Στέγαση (από 12% το 2010 στο 14% το 2016) και η Υγεία (από 6% το 2010 στο 7% το 2016 (IOBE, 2017)

Βάση των ειδών διατροφής τα τρόφιμα τα οποία ήταν πρώτα σε κατανάλωση για την Ελλάδα το 1952 ήταν το ψωμί και τα δημητριακά. Ως το φθηνότερο τρόφιμο και ως είδος πρώτης ανάγκης σε μια φτωχή χώρα, το στάρι και τα δημητριακά γενικότερα κατείχαν το 45,5% της κατανάλωσης για τρόφιμα, ενώ ακολουθούσαν τα λαχανικά με 23%, το γάλα με 15,4%, τα όσπρια και οι πατάτες με 14,7% (Μπανταλούκας, 1958).

Αρκετοί από τους ανθρώπους που έζησαν σε εκείνες τις συνθήκες και έζησαν την αλλαγή, λόγω των βιωμάτων τους θα μπορούσε κανείς να υποθέσει ότι είναι σε θέση να παρέχουν σημαντική κριτική, σκέψη και άποψη για τα δεδομένα. Ο λόγος για τον οποίο γίνεται αυτός ο σχολιασμός είναι το γεγονός ότι πλέον υπάρχει έντονος περιβαλλοντικός προβληματισμός. Η διάθεση για πρόληψη των περιβαλλοντικών επιπτώσεων είναι επίκαιρη και τα ηλικιωμένα άτομα τείνουν με βάση τους στατιστικούς δείκτες να είναι συντηρητικοί καταναλωτές, φειδωλοί, με τάση να μην πετάνε τίποτα. Γεγονός στο οποίο αντιμετωπίζει με θετικό τρόπο από τις νέες ακτιβιστικές τάσεις κατανάλωσης, καθώς οδηγεί σε θετικό περιβαλλοντικό ισοζύγιο.

Καταναλωτισμός

Ένα μέρος της ανθρωπότητας διανύει εδώ και δεκαετίες μια περίοδο υπερκαταναλωτισμού. Τα προϊόντα απορρίπτονται συνεχώς και ανταλλάσσονται με νεώτερα αιχμής, εξέλιξης, τεχνολογίας, εικόνας κ.λπ.. Αυτή η τάση είναι χρήσιμη για το εμπόριο γι' αυτό και προωθήθηκε όσο τίποτε άλλο. Οι διαφημίσεις, τα συνειδητά και υποσυνείδητα μηνύματα, τα Μ.Μ.Ε. ο κινηματογράφος, η μουσική, το life style, οι ρόλοι ανδρών και γυναικών, τα συνεχή ερεθίσματα το internet, η ανάπτυξη του, αλλά και οι ανάγκες των ατόμων οδήγησαν σε μια υπερβολική τάση για κατανάλωση και απόρριψη αγαθών. (Μπανταλούκας, 1958), (Solomon, 2016).

Το θέμα που βγαίνει πλέον στο προσκήνιο είναι κατά πόσον το εμπόριο και η οικονομία μπορεί να συμβαδίζει έχοντας αυτούς τους ρυθμούς με το φυσικό περιβάλλον και κατ' επέκταση με τη βιώσιμη κοινωνία. Το ερώτημα αν μπορεί μια υπέρμετρα καταναλωτική κοινωνία να είναι πραγματική βιώσιμη είναι εύκολο να απαντηθεί από αρκετούς από τους εμπλεκόμενους επιστημονικούς κλάδους. Η ουσία έγκειται στο ποια θα είναι η νέα διαδρομή η οποία θα οδηγεί ταυτόχρονα σε βιώσιμη ανάπτυξη, δυνατότητες οικονομικής μεγέθυνσης, ποιότητα φυσικού περιβάλλοντος, κοινωνική ανάπτυξη, ιδίως των αναπτυσσόμενων χωρών και γενικότερη κοινωνική ευημερία. Στην ουσία θα υπάρξει συσχετισμός δυνάμεων και αναλόγως θα υπερισχύσουν ορισμένες τάσεις περισσότερο από άλλες. Είναι σημαντικό να βρεθεί η τομή κατά την οποία δεν θα πλήττεται

κανένα μέρος και θα οδηγεί στην γνωστή θεωρία win win¹¹. Όμως δεν είναι γνωστό πως μπορεί αυτό να εφαρμοσθεί.

Καταναλωτές και βιώσιμη ανάπτυξη.

Φαίνεται ότι οι καταναλωτές έχουν ένα ρόλο κλειδί στη βιώσιμη κατανάλωση, καθώς βάση ερευνών για την κατανάλωση βιολογικών προϊόντων, η στροφή προς τα βιολογικά προϊόντα ήταν πολύ μεγαλύτερη από αυτή που αναμενόταν από τις στρατηγικές μάρκετινγκ των εταιρειών (Bosterveer, 2012). Το σύνολο της συμπεριφοράς ενός ατόμου είναι τελικά αυτό που επηρεάζει τόσο τον τομέα της κατανάλωσης, όσο και τον τρόπο με τον οποίο στο τέλος απαλλάσσεται από τα απορρίμματα του.

Η διατροφική βιωσιμότητα του οικοσυστήματος μπορεί να επιτευχθεί αν παράγεται περισσότερο φαγητό με λιγότερο τροφικά απόβλητα με ένα τρόπο που να υπολογίζεται ενιαία στάση διατροφής των ατόμων, είτε αυτή είναι υπέρ καταναλωτική, είτε υπό καταναλωτική, είτε ακολουθώντας ανθυγιεινή διατροφή γράφει ο Lang (2010), όπως αναφέρεται στον Oosterveer (2012).

Βιωσιμότητα και περιβαλλοντική διαχείριση.

Η νέα τάση ορισμένων εταιρειών να οδηγούνται προς ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο ωφελεί μεν το περιβάλλον, αλλά ενδεχομένως και τα οικονομικά τους, καθώς έξι στις δέκα εταιρείες οι οποίες έκαναν τις ανάλογες μετατροπές στη στρατηγική τους ανέφεραν όπως καταγράφεται στον Solomon (2016), ότι έχουν ωφελεί οικονομικά. Οι επιχειρηματικές στρατηγικές οι οποίες χρησιμοποιούνται για τη μεγιστοποίηση των κερδών, προσανατολίζονται σε τρεις τομείς: α) ο οικονομικός τομέας στον οποίο παρέχονται κέρδη στους εμπλεκόμενους, β) ο κοινωνικός τομέας στον οποίο οι κοινότητες επωφελούνται από την στρατηγική καθώς τα οφέλη της οργάνωσης επιστρέφουν σε αυτές, γ) ο περιβαλλοντικός τομέας στον οποίο γίνεται μείωση των περιβαλλοντικών ζημιών και βελτίωση της ποιότητας του φυσικού περιβάλλοντος.

Φαίνεται ότι παράλληλα με αυτή τη τάση υπάρχει ένα ρεύμα καταναλωτών οι οποίοι επιλέγουν προϊόντα και ιδιαίτερα τρόφιμα με βάση περιβαλλοντικά κριτήρια. Ορισμένοι αναλυτές

11. Η στρατηγική win-win είναι μια συνεργατική στρατηγική και διαδικασία επίλυσης συγκρούσεων η οποία στοχεύει να ωφελήσει όλους τους εμπλεκόμενους.

και αποκαλούν αυτή τη συμπεριφορά “υπεύθυνη κατανάλωση” (Burg, 2007). Ειδικά ορισμένοι καταναλωτές μπορούν να γίνουν ιδιαίτερα προσεκτικοί για κάθε είδος κατανάλωσης. Τα τρόφιμα είναι πρώτα στη λίστα ενδιαφέροντος των καταναλωτών και άρα τείνουν σε μεγαλύτερη ευαισθησία. Επίσης ο αριθμός των καταναλωτών οι οποίοι αναπτύσσουν αυτή την υπεύθυνη κατανάλωση τείνει αυξανόμενος.

Σε περιπτώσεις στις οποίες ορισμένες εταιρείες έγινε φανερό ότι δεν χρησιμοποιούν ηθικές πρακτικές, μεγάλο μέρος των καταναλωτών ακόμα και των λιγότερο ευαισθητοποιημένων έτειναν να είναι πολύ αρνητικοί προς τα προϊόντα τους. Ενώ ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω προκειμένου να αγοράσουν ένα ίδιο-παρόμοιο αγαθό από μια άλλη ηθικότερη εταιρεία, όπως φάνηκε σε μελέτη της Trudel (2009) και καταγράφεται στον Solomon (2016).

Εμπόδια προς την “υπεύθυνη κατανάλωση”

Παρόλη τη συνεχή αύξηση του αριθμού των καταναλωτών οι οποίοι ενδιαφέρονται για το περιβάλλον και τις επιπτώσεις της κατανάλωσης τους, η οικονομική ύφεση που ακολούθησε το 2007 με βάση οικονομικά στοιχεία εταιρειών, έφερε μείωση της ζήτησης για πράσινα αγαθά (Solomon, 2016). Φαίνεται ότι σε δύσκολες οικονομικές συγκυρίες οι καταναλωτές τείνουν να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα σε άλλες κατηγορίες αγαθών. Ένα άλλο στοιχείο, το οποίο δυσχεραίνει την πράσινη κατανάλωση είναι το γεγονός ότι οι καταναλωτές είναι δύσπιστοι ως προς τους ισχυρισμούς των εταιρειών. Συγκεκριμένα στις ΗΠΑ σε έρευνα το ένα τέταρτο (1/4) των καταναλωτών δήλωσε ότι δεν έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει αν ένα προϊόν είναι πράσινο, ή πλασάρεται ως τέτοιο. Φαίνεται ότι βάση άλλων ερευνών, πως οι εταιρείες στις ΗΠΑ τείνουν να αναπτύσσουν πολιτικές ισχυρισμών πράσινης συμπεριφοράς, ενώ το 73% αυτών δεν αποδεικνύουν τους ισχυρισμούς τους και ακόμα χειρότερα το 33% καταφεύγει σε ψευδή ισχυρισμούς και ετικέτες τους όπως γράφει η Koch (2011) κατά τον Solomon (2016). Ακόμη σε άλλη έρευνα για τις καταναλωτικές τάσεις το 71% των καταναλωτών δήλωσε ότι θα σταματήσει να αγοράζει ένα προϊόν αν ανακαλύψει ότι έχει παραπλανηθεί ενώ ένα 37% είναι ιδιαίτερα θυμωμένοι με τους ψευδείς ισχυρισμούς των εταιρειών πιστεύοντας ότι αυτό μπορεί να δικαιολογήσει ένα πλήρες μποϋκοτάζ (Solomon, 2016).

Υπάρχει μια κατηγορία καταναλωτών οι οποίοι ενδιαφέρονται για το περιβάλλον, για το μέλλον, για την οικονομία, για την προσωπική πορεία και εξέλιξη και με βάση αυτά τα χαρακτηριστικά στηρίζουν την πράσινη κατανάλωση. Αυτή η ομάδα ανθρώπων αναφέρεται ως “Lohasians” ή “Lohas” (Lifestyles of Health and Sustainability) αλλά και ως δημιουργοί κουλτούρας (Solomon, 2016). Στην πραγματικότητα αυτοί οι άνθρωποι στηρίζουν την πράσινη αγορά αναζητούν ενεργά πιο υγιεινές και πιο βιώσιμες λύσεις για τον τρόπο ζωής, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες καθώς και την αγορά των προϊόντων και υπηρεσιών που αγοράζουν. Παράλληλα αποφεύγουν τις δυσπιστίες, βελτιώνουν όλο και περισσότερο την πράσινη συμπεριφορά τους ώστε να αποκομίζουν και οι ίδιοι οφέλη από αυτή προωθώντας μια ιδέα η οποία είναι αναγκαία και ωφέλιμη για το μέλλον. Στις ΗΠΑ το ποσοστό αυτών των ατόμων συνθέτουν το 13-19% του πληθυσμού. Η αγορά αυτή χωρίζεται στις ΗΠΑ σε έντεκα (11) διαφορετικούς τομείς: βιολογικά είδη προσωπικής φροντίδας, βιολογικά τρόφιμα, υβριδικά και ηλεκτρικά αυτοκίνητα και μοτοποδήλατα, πράσινα και βιώσιμα κτίρια, οικοτουρισμός, βιώσιμη ενέργεια, υπεύθυνη κοινωνική επένδυση, φυσικά οικιακά προϊόντα, προϊόντα δίκαιου εμπορίου προληπτική ιατρική, δημιουργία ολιστικής κουλτούρας για την ανθρώπινη υγεία (Lohas, 2019), (Wikipedia, 2019).

Στην Ελλάδα δεν υπάρχουν αναφορές για το κίνημα αυτό ωστόσο οι πρώτες ιστοσελίδες σχετικού ενδιαφέροντος δημιουργήθηκαν λίγο νωρίτερα μέσα στην τελευταία δεκατία. Αφορούν ιστοσελίδες για: ανταλλαγή αγαθών, διατροφικό ακτιβισμό, καταναλωτικό ακτιβισμό, οικολογία, περιβαλλοντικές λύσεις, δημιουργία οικολογικού χωριού και ένα σωρό νέες ιδέες που αφορούν το περιβάλλον και τον άνθρωπο.

Τρόφιμα. Ορισμοί.

Τρόφιμα είναι τα φυσικά μίγματα θρεπτικών υλών. Όπως είναι τα φρούτα, οι καρποί, τα αυγά κ.α. (Καρδούλης, 2003).

Τα τρόφιμα προσφέρουν θρεπτικά συστατικά στους καταναλωτές τους και συμβαδίζουν με ίδια την εξέλιξη της ζωής. Η θρεπτικότητα των τροφών ποικίλει σε ποιότητα και ποσότητα. Ωστόσο στον ανθρώπινο οργανισμό σε γενικές γραμμές οι ανάγκες είναι ίδιες για κάθε άνθρωπο.

Η τροφή αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα θέματα στη ζωή του ανθρώπου και για το λόγο αυτό από πολύ νωρίς έγινε προσπάθεια να αντιμετωπιστεί η έλλειψη της. Η ανθρωπότητα γνώρισε μεγάλες αλλαγές στην πορεία της από τις εξελίξεις στο θέμα της εύρεσης της τροφής. Η πορεία της ανθρώπινης ιστορίας στο αντικείμενο της διατροφής αν και δύσκολη σιγά σιγά οδήγησε σε καλά μονοπάτια καθώς συσσωρεύτηκαν αρκετές εμπειρίες, ενώ η ανθρωπότητα είχε συνολική πρόοδο και αυτό έφερε επιπλέον ώθηση στα διατροφικά δεδομένα.

Με την πάροδο του χρόνου η επιστήμη της διατροφής ανακάλυψε πολλά από τα στοιχεία τα οποία βοήθησαν την κοινωνία να ευημερήσει και να αποκτήσει τις βάσεις για ένα καλύτερο περιβάλλον σε θέματα διατροφής και υγείας. Το γεγονός αυτό οφείλετε τόσο στην ανάπτυξη της επιστήμης της διατροφής όπως επίσης και στη εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία με τη σειρά της ήρθε να δώσει μια σειρά από λύσεις οι οποίες αφορούν αρκετά από τα κοινωνικά προβλήματα του πλανήτη. Το θέμα της διατροφής σιγά σιγά άρχισε να απασχολεί τις πολιτικές των κρατών. Με αυτό το δεδομένο δημιουργήθηκαν οι πρώτοι νόμοι, οι πρώτες σχολές, δόθηκαν έδρες μεγάλων οργανισμών, υπουργείων και γενικά το αντικείμενο της διατροφή πήρε θεσμική διάσταση. Η ώθηση αυτή βοήθησε σημαντικά την ανθρωπότητα.

Τα τελευταία 70 χρόνια υπολογίζεται ότι μειώθηκε σημαντικά ο αριθμός και η έκταση των λοιμών καθώς έχουν γίνει γνωστοί κυρίως τρεις λοιμοί. Στο παρελθόν η ανθρωπότητα γνώριζε σωρεία από λοιμούς είτε περιοχών, είτε ολόκληρων κρατών καθώς και σε γενικές γραμμές υπήρχε διαδεδομένη έλλειψη της τροφής.

Συντήρηση τροφίμων.

Οι καταναλωτές σε αρκετές περιπτώσεις και ιδίως στα πιο φτωχά μέρη, προκειμένου να επιμηκύνουν τη διάρκεια ζωής των τροφίμων τους, χρησιμοποιούν μεθόδους συντήρησης τροφίμων.

Συντήρηση τροφίμων σημαίνει βελτίωση της σταθερότητας ή διαφορετικά επιμήκυνση του δυνατού χρόνου αποθήκευσης των τροφίμων.

Η συντήρηση των τροφίμων εφαρμόζεται από τα προϊστορικά χρόνια, οι πρώτες τεχνικές στην ιστορία συντήρησης των τροφίμων ήταν: η ξήρανση, το αλάτισμα, η ζύμωση και το μαγείρεμα (Λάζος, 2010).

Σήμερα λόγω του αυξανόμενου πληθυσμού της γης και των ανεπαρκών μεθόδων συντηρήσεως τόσο από τον πληθυσμό, όσο και από το εμπόριο τροφίμων, υπάρχει ανάγκη για μείωση της απώλειας τροφίμων, η οποία δυστυχώς βαίνει σταθερά αυξανόμενη. Ιδιαίτερα στις αναπτυγμένες χώρες οι απώλειες είναι τεράστιες, ενώ σημαντικό μέρος αυτών των απωλειών, συμβαίνει στα νοικοκυριά.

Τροφιμα συσκευασμένα εντός ψυγείου.



Εικόνα 2 Source:FoodSafety.gov., (2019)

Το ενδιαφέρον αυτής της εργασίας επικεντρώνεται στη σύγχρονη εποχή, με τις τωρινές συνθήκες και με τις διαστάσεις τις οποίες έχει το αντικείμενο σε σχέση με την πρόληψη των τροφικών αποβλήτων.

Αρκετές από τις πολιτικές οι οποίες εφαρμόζονται, βασίζονται στις πολιτικές πρόληψης εκ των οποίων ορισμένες μπορούν να χρησιμοποιηθούν και από τους ίδιους τους καταναλωτές μέσω της ανάπτυξης της γνώσης και των δυνατοτήτων στο θέμα της συντήρησης των τροφίμων.

Η συσκευασία είναι ένα από τα αντικείμενα τα οποία χρησιμοποιούνται ευρέως στη συντήρηση των τροφίμων γι' αυτό κρίθηκε σκόπιμο να δοθεί ο εξής ορισμός: Συσκευασία τροφίμων ορίζεται τα υλικά με τα οποία επιδιώκεται η προστασία του προϊόντος από κάθε αλλοίωση χημική, μικροβιακή, βιολογική ή φυσική (Θωμόπουλος, 2006).

Παράγοντες οι οποίοι οδηγούν στην αλλοίωση των τροφίμων όπως καταγράφονται είναι: η μικροβιακή ανάπτυξη, η δράση ενζύμων, η χημική δράση όπως η οξείδωση και η υδρόλυση και τέλος η έντονη αφυδάτωση(Θωμόπουλος, 2006).

Παρακάτω ακολουθούν οι μέθοδοι με τις οποίες μπορεί να συντηρηθεί ένα τρόφιμο όπως κατατάσσονται από το Θωμόπουλο (2006):

α)Φυσικές μέθοδοι όπου σε αυτές εφαρμόζεται η απλή ανάπτυξη της θερμοκρασίας σε ελεγχόμενο περιβάλλον και η ψύξη κατά την οποία όσο μειώνεται η θερμοκρασία τόσο περισσότερο επεκτείνεται ο χρόνος στον οποίο εφαρμόζεται η συντήρηση.

β)Θερμικές μέθοδοι επεξεργασίας των τροφίμων. Σε αυτές ανήκουν η παστερίωση, η αποστείρωση-κονσερβοποίηση.

γ)Η ψυκτική συντήρηση των τροφίμων. Μέσω της απλής ψύξης και της κατάψυξης.

δ)Η ξήρανση των τροφίμων. Κατά την οποία τα καλύτερα αποτελέσματα σε θρεπτικότητα δίνονται μέχρι τους 45°C ενώ και μέχρι τους 70°C ανάλογα με το τρόφιμο η απώλεια θρεπτικών είναι πολύ μικρή.

ε)Η κάπνιση η οποία έχει βρεθεί ότι χρησιμοποιούνταν και στα προϊστορικά χρόνια. Ως μέθοδος δεν μπορεί να εφαρμοστεί σε όλα τα τρόφιμα αποτελεσματικά.

ζ)Οι ιοντίζουσες ακτινοβολίες οι οποίες αποτελούν μία μέθοδο ψυχρής αποστείρωσης και χρησιμοποιείται σήμερα στην αποστείρωση φυλλώδων λαχανικών προετοιμασμένων για άμεση κατανάλωση.

η)Η χρήση μικροοργανισμών έναντι των ανεπιθύμητων μικροοργανισμών.

θ)Η χρήση χημικών ουσιών.

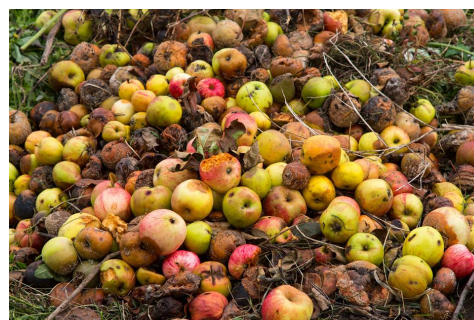
Παρόλα αυτά σε μία εποχή με το μεγαλύτερο αριθμό μεθόδων συντήρησης της τροφής τίθεται το ερώτημα γιατί τα τροφικά απόβλητα βαίνουν αυξανόμενα.

Επιστήμη της διατροφής και απόρριψη τροφίμων

Απόρριψη τροφίμων είναι η μη έγκριση διαθέσεως τροφίμων, τα οποία εγκρίθηκαν ακατάλληλα προς βρώση.(Καρδούλης, 2003)

Με βάση στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών το 2011 το ένα τρίτο των τροφίμων χωρίς να έχει κριθεί ακατάλληλο καταλήγει στα απορρίμματα. Σε όλα τα στάδια της παραγωγής γίνεται απόρριψη τροφίμων ανάλογα με τα δεδομένα τα οποία αφορούν στη διαχείριση.

Απόβλητα τροφίμων.



Εικόνα 3, Source:FoodSafety.gov., (2019)

Το χρηματικό κόστος για τη διαχείριση των τροφικών αποβλήτων παγκοσμίως ανέρχεται στο ένα τρισεκατομμύριο δολάρια (FAO,2018).

Η αλόγιστη χρήση της τροφής δημιουργεί αρκετά προβλήματα. Το φυσικό περιβάλλον του πλανήτη αντιμετωπίζει σήμερα αρκετές προκλήσεις, μία εκ των οποίων είναι και η κλιματική αλλαγή. Η απώλεια των πόρων της τροφής αφενός οδηγεί σε μεγαλύτερες απαιτήσεις παραγωγής τροφίμων με ολοένα αυξανόμενο κόστος παραγωγής, ενώ αφετέρου η αυξανόμενη παραγωγή τροφικών αποβλήτων δυσχεραίνει τις δυνατότητες για αποκατάσταση και εξισορρόπηση του κύκλου των παραγωγικών πόρων.

Σημαντικότερα όμως προβλήματα είναι αυτά τα οποία αντιμετωπίζει το ανθρώπινο περιβάλλον καθώς για κάποιους πληθυσμούς επικρατεί ακόμη έλλειψη τροφής και θρεπτικών συστατικών.

Μία από τις προκλήσεις στην οποία έχει εμπλακεί η σύγχρονη επιστήμη της διατροφής προκειμένου να παρέχει τη δική της συμβολή στον πολυεπιστημονικό προβληματισμό για τα τροφικά απόβλητα είναι να δώσει τις διατροφικές κατευθύνσεις στο καταναλωτικό κοινό ώστε η διατροφή σε διεθνές επίπεδο να οδηγηθεί σε μία περισσότερο βιώσιμη πορεία.

Κάνοντας μία απλή έρευνα στο ίντερνετ βρέθηκαν αρκετά επιστημονικά άρθρα που αφορούν στο θέμα γεγονός το οποίο φανερώνει την εμπλοκή του κλάδου της διατροφής. Τα αποτελέσματα αφορούσαν κυρίως τις περισσότερο πλούσιες χώρες και σε πολύ μικρή έκταση τις αναπτυσσόμενες. Σε ορισμένες περιπτώσεις δοθήκαν ευρέως, άμεσες οδηγίες στο κοινό όπως στην περίπτωση της Ένωσης Διατροφολόγων της Αυστραλίας η οποία έχει εκδώσει γενικές οδηγίες (DAA, 2018) και έχει δημιουργήσει ιδιαίτερη ιστοσελίδα¹ για την ευαισθητοποίηση του κοινού.

Αυτή είναι μία νέα κατεύθυνση η οποία για να υλοποιηθεί χρειάζεται μεγάλος αριθμός πληροφοριών, προσαρμογή στα δεδομένα κάθε πληθυσμού με βάση τις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές του δυνατότητες και εξατομίκευση στις διατροφικές συνήθειες και τα αντίστοιχα καταναλωτικά πρότυπα.

Πιο συγκεκριμένα δίνεται το παράδειγμα του Καναδά όπου έχουν δημοσιευτεί αρκετές έρευνες για το συσχετισμό της διατροφής με τα τροφικά απόβλητα. Βάση συγκεκριμένης έρευνας ένα από τα πλεονεκτήματα τα οποία μπορούν να δώσουν αποτελέσματα είναι η μετατόπιση του πληθυσμού προς πιο υγιεινά και νόστιμα τρόφιμα, καθώς μειώνεται η ζήτηση για φτηνό φαγητό

¹[Love Food Hate Waste](#)

(Abdulla, 2013). Στην ίδια έρευνα το γεγονός αυτό ενδέχεται να οφείλετε στην μεγάλη αύξηση του εισοδήματος. Αν ισχύει κάτι τέτοιο τότε αυτό θα ήταν χρήσιμο να ερευνηθεί αν μπορεί να εφαρμοστεί και σε άλλα πλούσια κράτη.

Ασφάλεια τροφίμων

Η ασφάλεια τροφίμων έχει σημασία καθώς ένα μέρος της απόρριψης των τροφίμων τόσο στις εταιρείες, όσο και στα νοικοκυριά γίνεται με γνώμονα την ασφάλεια των τροφίμων. Για τον λόγο αυτό παρακάτω αναπτύσσεται η θεωρία της ασφάλεια τροφίμων.

Ορισμοί:

Με βάση τα πρότυπα της σειράς ISO δίνονται οι παρακάτω ορισμοί.

Ποιότητα: Είναι η καταλληλότητα και η ασφάλεια στη χρήση του παραγόμενου προϊόντος. Το προϊόν που σχεδιάστηκε και κατασκευάστηκε ή η υπηρεσία που δόθηκε ικανοποιεί τις ανάγκες του χρήστη.

Σύστημα ποιότητας: Είναι η μέθοδος ή η οργανωτική δομή, οι υπευθυνότητες, οι διαδικασίες, οι διεργασίες, και οι πόροι που απαιτούνται για την εφαρμογή της διοίκησης της ποιότητας.

Πολιτική ποιότητας: Είναι οι ολικές προθέσεις και κατευθύνσεις ενός συστήματος, όσον αφορά την ποιότητα, όπως επίσης εκφράζεται από τη διοίκηση του συστήματος.

Διοίκηση ποιότητας: Είναι η άποψη της ολικής λειτουργίας της διοίκησης που καθορίζει και εφαρμόζει την πολιτική της σε θέματα ποιότητας.

Έλεγχος ποιότητας: Είναι οι λειτουργικές τεχνικές και δραστηριότητες οι οποίες χρησιμοποιούνται για να εκπληρωθούν οι απαιτήσεις της ποιότητας, όπως ορίστηκε στο σύστημα.

Διασφάλιση ποιότητας: Είναι όλες εκείνες οι κατάλληλα σχεδιασμένες και συστηματικές ενέργειες οι οποίες κρίνονται απαραίτητες για να εξασφαλίσουν απαραίτητη εμπιστοσύνη στο προϊόν που δημιουργήθηκε ή σε μια παρεχόμενη υπηρεσία για να ικανοποιηθούν δεδομένες απαιτήσεις για την ποιότητα (Τσακνής, 2018).

Βασικές αρχές διαχείρισης ποιότητας.

Πρώτη αρχή: Είναι απαραίτητο μια εταιρεία να κατανοήσει πλήρως τις ανάγκες των πελατών της. Για το λόγο αυτό πολλές εταιρείες επενδύουν στην επικοινωνία έτσι ώστε να κατανοούν αληθινά τις άμεσες ανάγκες των πελατών τους και να αναγνωρίζουν τις μελλοντικές.

Δεύτερη αρχή: Για να γίνει ένα σύστημα ποιότητας αποτελεσματικό είναι απαραίτητη η συμβολή της ηγεσίας σε όλα τα επίπεδα.

Τρίτη αρχή: Εμπλοκή του προσωπικού σε όλα τα επίπεδα.

Τέταρτη αρχή: Οι διεργασιοκεντρική προσέγγιση οδηγεί σε καλύτερη διαχείριση των πόρων, μικρότερους χρονικούς κύκλους παραγωγής και χαμηλότερο κόστος.

Πέμπτη αρχή: Για να επιτύχουν τους επιχειρηματικούς στόχους οι εταιρείες πρέπει να κατανοήσουν ποιες είναι οι κύριες διεργασίες και πως αυτές εναρμονίζονται μεταξύ τους, σε ευθυγράμμιση με τους στόχους της επιχείρησης.

Έκτη αρχή: Είναι σημαντικό η βελτίωση της ποιότητας να είναι συνεχής και διαρκής.

Έβδομη αρχή: Τεκμηριωμένη προσέγγιση στη λήψη αποφάσεων.

Όγδοη αρχή: Αμοιβαία εποικοδομητικές σχέσεις με τους προμηθευτές (Τσακνής, 2009).

Είναι απαραίτητο για την αγορά τροφίμων, τα προϊόντα να έχουν μια σχετική σταθερότητα, διάρκεια και ποιότητα. Αυτό προσπαθούν να πετύχουν τα πρότυπα διασφάλισης ποιότητας. Μια από τις δυσκολίες έγκειται στο γεγονός, ότι τα τρόφιμα πρέπει να φθάσουν στο χώρο εμπορευσιμότητας τους σε καλή κατάσταση, με όσο το δυνατόν διατηρημένα τα βιολογικά – ποιοτικά τους χαρακτηριστικά, ενώ παράλληλα όταν αυτά αγορασθούν από τους καταναλωτές να συνεχίσουν να διατηρούνται στον οικιακό χώρο ως ένα σχετικό χρόνο μέχρι την κατανάλωσή τους. Όσο πιο αποτελεσματικά λειτουργήσει η διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων, τόσο περισσότερο δίνεται η δυνατότητα, τα τρόφιμα να καταναλωθούν αποτελεσματικά.

Τα τελευταία χρόνια δίνεται έντονη δημοσιότητα στο θέμα της ασφάλειας των τροφίμων. Μεγάλη μερίδα των καταναλωτών πιστεύει ότι οι διατροφικοί κίνδυνοι είναι σήμερα πολύ περισσότεροι από ότι στο παρελθόν. Γεγονός το οποίο λειτουργεί αντίστροφα από την εμπορική δραστηριότητα καθώς σήμερα εφαρμόζονται όσο ποτέ στο παρελθόν συστήματα ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων.

Οι διατροφικοί κίνδυνοι μπορούν να διαιρεθούν σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες: α) ενδογενείς, β) περιβαλλοντικοί και γ) ανθρωπογενείς (Μαλλίδης, 2005). Οι ενδογενείς κίνδυνοι

αφορούν το ίδιο το τρόφιμο και πηγάζουν από αυτό είτε πρωτογενώς, είτε κάτω από ορισμένες περιβαλλοντικές συνθήκες. Το τρόφιμο γίνεται επικίνδυνο γιατί μπορεί να προκαλέσει είτε τοξίνωση (δηλητηρίαση), είτε αλλεργία. Οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι αφορούν το περιβάλλον των τροφίμων. Το εν λόγω περιβάλλον μπορεί να είναι μολυσμένο ή να έχει δεχθεί ρύπανση, κυρίως χημική. Κατά την μόλυνση το περιβάλλον ενδέχεται να φιλοξενεί μικροοργανισμούς, οι οποίοι αλλοιώνουν το τρόφιμο και παράλληλα μπορούν να προκαλέσουν βλάβη στον καταναλωτή. Οι μικροοργανισμοί μπορεί να είναι βακτήρια ή μύκητες. Σε ότι αφορά τους χημικούς ρύπους στο τρόφιμο, αυτοί συνήθως προκαλούνται από εξωπαραγωγικές δραστηριότητες των προϊόντων. Τέτοιοι ρύποι μπορεί να είναι: βαρέα μέταλλα διοξίνες κ.ά..

Οι ανθρωπογενείς κίνδυνοι αφορούν την ίδια την παραγωγική διαδικασία των προϊόντων. Σε αυτή τη περίπτωση, ο τρόπος χειρισμού της παραγωγικής διαδικασίας, οι στρατηγικοί στόχοι μιας επιχείρησης, η τεχνολογία και οι κοινωνικές προσταγές μπορεί να οδηγήσουν σε μη ορθολογική χρήση της παραγωγικής διαδικασίας και να αλλοιώσουν, ή και να καταστρέψουν τελείως το αποτέλεσμα. Σήμερα αυτές οι πρακτικές έχουν σταματήσει και έχουν θεσπισθεί αυστηρά κριτήρια κατά την παραγωγική διαδικασία.

Γενικότερα οι διατροφικοί κίνδυνοι βρίσκονται υπό έλεγχο περισσότερο από κάθε άλλη εποχή. Η έρευνα, οι νομοθετικές ρυθμίσεις, οι τεχνολογικές παρεμβάσεις και ο έλεγχος έχουν εξυγιάνει το τοπίο της ασφάλειας των τροφίμων σε μεγάλο βαθμό, ενώ παράλληλα η προσπάθεια για ασφάλεια συνεχίζεται με τη βοήθεια των εμπλεκόμενων οργάνων (Μαλλίδης, 2005).

Απόψεις καταναλωτών για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων.

Τα τελευταία χρόνια κάτι το οποίο έχει αλλάξει εντελώς σε σχέση με το παρελθόν είναι η ενημέρωση του καταναλωτή για την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Αυτό έχει επιφέρει για ένα μέρος του πληθυσμού μεγαλύτερο έλεγχο σε ότι αφορά τη ποιότητα του τροφίμου, ενώ σε ένα άλλο σημαντικό μέρος του πληθυσμού εκφράζεται η δυσπιστία του για την εν λόγω ποιότητα. Ταιριάζοντας με το συνολικό κοινωνικοοικονομικό κλίμα ο Έλληνας καταναλωτής δυσπιστεί στις προσπάθειες εξυγίανσης, δημιουργίας ποιότητας και ασφάλειας (Μαλλίδης, 2005). Ενδεχομένως αρκετά νωρίς, προς το τέλος της βιομηχανικής περιόδου και ιδίως μετά την πράσινη επανάσταση, οι μορφές ρύπανσης που διαπιστώθηκαν, καθώς

Λίστα- οδηγία τροφίμων

Foods to AVOID	Foods to EAT
Raw or undercooked meat, poultry, or seafood	Meat, poultry, & seafood cooked to a safe internal temperature
Unpasteurized or raw milk	Pasteurized milk
Raw or undercooked eggs	Cooked eggs with a firm yolk
Unwashed fresh produce	Washed fresh or cooked produce
Soft cheeses made from unpasteurized (raw) milk	Hard cheeses or soft cheese made from pasteurized milk
Cold hot dogs & deli meats	Reheat hot dogs & deli meat to steaming hot or 165 °F
Raw sprouts (alfalfa, beans, etc)	Cooked sprouts

άρχισαν να φαίνονται στο περιβάλλον οι επιπτώσεις της αλόγιστης παραγωγικής δραστηριότητας, αλλά και τα πιο κοντινά χρόνια, τα διατροφικά σκάνδαλα τα οποία ξέσπασαν κατά καιρούς, οδήγησαν σταδιακά στη δημιουργία αρνητικού κλίματος του Έλληνα καταναλωτή.

Στον αντίποδα η ενημέρωση για τις μεθόδους ασφάλειας τροφίμων, οι νέες πιστοποιήσεις, η νομοθεσία και οι έλεγχοι θα μπορούσαν να αλλάξουν το κλίμα και να ενισχύσουν περισσότερο θετικές συμπεριφορές των καταναλωτών. Καθώς είναι σημαντικό να ενισχυθούν οι καλές πρακτικές έναντι των λαθών, ιδίως των αναπαραγόμενων λαθών του παρελθόντος. Με αυτή την κατεύθυνση μπορεί να ενισχυθεί ουσιαστικά η βιώσιμη ανάπτυξη και κατ' επέκταση και η βιώσιμη κατανάλωση και απόρριψη. Καθώς αυτά τα τελευταία είναι άρρηκτα συνδεδεμένα μεταξύ τους αφού η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση αποτελεί βασικό δομικό συστατικό τους.

Ψυχολογία διατροφικοί στόχοι και αλλαγές στην διαχείριση των τροφίμων.

Το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού των ενηλίκων τείνει να μην πετυχαίνει τους διατροφικούς του στόχους (Marshall, 1995). Τα άτομα τείνουν να ακολουθούν τις συνήθειες τους και να μην αποκλίνουν ιδιαίτερα από αυτές. Ψωνίζουν τα ίδια ή παρόμοια τρόφιμα από τα ίδια ή παρόμοια καταστήματα, ψάχνουν την χαμηλότερη τιμή, την καλύτερη ποιότητα αναλογικά, αναζητώντας την μεγαλύτερη ευχαρίστηση. Κατά τον ίδιο τρόπο γίνεται και η απόρριψη των τροφικών αποβλήτων τους.

Σε ότι αφορά την τροποποίηση της διατροφικής συμπεριφοράς των καταναλωτών οι ψυχολόγοι λένε ότι σημαντικό ρόλο έχουν τρία πεδία: το προσωπικό, το κοινωνικό και το φυσικό περιβάλλον. Το προσωπικό αφορά τις προτιμήσεις και τάσεις του ίδιου του ατόμου, το κοινωνικό αφορά τις τάσεις του κοινωνικού του περιβάλλοντος και το φυσικό αφορά τις φυσικές περιβαλλοντικές συνθήκες στις οποίες ζει. Βάση αυτών των στοιχείων τα άτομα τείνουν να διευκολύνονται ή να έχουν περισσότερα εμπόδια κατά την διαφοροποίηση της διατροφικής τους συμπεριφοράς. Συνεπώς μπορεί εύκολα να βγει το συμπέρασμα ότι η μείωση των τροφικών αποβλήτων μπορεί αναλόγως να διευκολυνθεί ή να εμποδιστεί.

Αντικείμενο και στόχοι της παρούσας εργασίας

- Η εργασία έγινε με στόχο να καταγραφούν και να μελετηθούν οι απόψεις Ελλήνων καταναλωτών για τα οικιακά τροφικά απόβλητα.
- Είναι μία εργασία με διεπιστημονικό αντικείμενο.
- Έγινε προσπάθεια να καταγραφούν ορισμένες από τις αιτίες οι οποίες οδηγούν τους Έλληνες καταναλωτές να παράγουν όλο και περισσότερα οικιακά τροφικά απόβλητα.
- Στα βασικά ερευνητικά ερωτήματα είναι κατά πόσο επηρεάζει τους Έλληνες καταναλωτές η συνήθεια, η διατροφή και ο ελεύθερος χρόνος τους ως προς την απόρριψη των τροφίμων.

Ταυτότητα έρευνας

Πληθυσμός: Έλληνες άντρες και γυναίκες καταναλωτές.

Δείγμα: 119 ερωτηματολόγια από άτομα ηλικίας 18-65 ετών

Διανεμήθηκε ερωτηματολόγιο κλειστού τύπου με συνολικά 50 ερωτήσεις.

- 11 Ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα απλής επιλογής.
- 38 Ερωτήσεις στο αντικείμενο της εργασίας όλες ΝΑΙ ή ΟΧΙ.
- 1 Ερώτηση πολλαπλής επιλογής που αφορά στο αντικείμενο της εργασίας.

Περίοδος συλλογής ερωτηματολογίου Ιανουάριος- Φεβρουάριος 2019.

Για τη στατιστική επεξεργασία έγινε χρήση του στατιστικού πακέτου IBM SPSS.

Στατιστική Ανάλυση

Εργαλεία Στατιστικής Ανάλυσης

Το επίπεδο σημαντικότητας σε όλη την έκταση της εργασίας είναι το 5% και δηλώνει την πιθανότητα σφάλματος τύπου I, δηλαδή είναι η πιθανότητα να απορριφθεί η μηδενική υπόθεση ενώ αυτή είναι ορθή. Στους ελέγχους που έχουν πραγματοποιηθεί αναγράφεται η p-τιμή (p-value), δηλαδή η μέγιστη τιμή του επιπέδου σημαντικότητας ως προς τη μη απόρριψη της μηδενικής υπόθεσης.

Παραμετρικός έλεγχος εφαρμόζεται όταν ικανοποιείται η προϋπόθεση της κανονικότητας για τα δείγματα ή όταν τα δείγματα είναι επαρκώς μεγάλα (με πλήθος > 30) και X^2 Pearson Chi square για τον έλεγχο ισότητας ποσοστών για το σύνολο του δείγματος και για τον έλεγχο

ανεξαρτησίας για ποιοτικές μεταβλητές (π.χ. για κάθε ερώτηση ανά ένα δημογραφικό χαρακτηριστικό). Στη συγκεκριμένη περίπτωση εφαρμόστηκε παραμετρικός έλεγχος για το σύνολο του δείγματος καθώς το πλήθος είναι επαρκώς μεγάλο.

Για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά έχουν κατασκευαστεί πίνακες που απεικονίζουν την απόλυτη συχνότητα καθώς και το αντίστοιχο ποσοστό.

Συλλογή Αποτελεσμάτων

Έχει γίνει συλλογή 119 ερωτηματολογίων. Οι ερωτήσεις που αφορούν τις διατροφικές συνήθειες έχουν όλες απαντήσεις ΝΑΙ - ΟΧΙ. Επίσης, ρωτήθηκαν ως προς κάποια βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως το φύλο, η ηλικιακή κατηγορία, η οικογενειακή κατάσταση, η κατηγορία επαγγέλματος, το είδος εργασίας, το μορφωτικό επίπεδο, ο αριθμός των ατόμων που κατοικούν στο σπίτι, ο αριθμός των παιδιών που κατοικούν στο σπίτι, ο τύπος κατοικίας, το είδος κατοικίας και ο αριθμός δωματίων.

Μεθοδολογία Στατιστικής Ανάλυσης

Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων για την εν λόγω έρευνα έχει πραγματοποιηθεί με τη χρήση του στατιστικού πακέτου IBM SPSS. Το επίπεδο σημαντικότητας σε όλη την έκταση της εργασίας είναι το 5%, δηλαδή μια σύγκριση κρίνεται ως στατιστικά σημαντική στην περίπτωση που η p-τιμή είναι μικρότερη από 0,05. Όπου η τιμή αυτή καθορίζεται ως 0,000 στο στατιστικό πρόγραμμα, για λόγους ακρίβειας δίνεται ως $< 0,001$.

Περιγραφική ανάλυση για όλες τις μεταβλητές.

Το σύνολο του έγκυρου δείγματος αποτελείται από 90 γυναίκες (78,3%) και 25 άντρες (21,7%). Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είναι 36 ως 55 ετών (79,8%). Σχεδόν 6 στους 10 (58,8%) από τους συμμετέχοντες είναι παντρεμένοι. Η συντριπτική πλειοψηφία του έγκυρου δείγματος (84,6%) είναι δημόσιοι υπάλληλοι και πιο συγκεκριμένα, πλήρους απασχόλησης (95,7%). Τέλος, όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο το 35,3% είναι απόφοιτοι ΤΕΙ - Πανεπιστημίου, το 28,6% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου ενώ το 23,5% είναι απόφοιτοι λυκείου.

Πίνακας 14. Δημογραφικά στοιχεία εργασίας.

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΦΥΛΟ		
Άντρες	25	21,7 %
Γυναίκες	90	78,3 %
ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ		
18-25	4	3,4 %
26-35	13	10,9 %
36-45	43	36,1 %
46-55	52	43,7 %
56-65	7	5,9 %
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ		
Ανύπαντρος/η	39	32,8 %
Παντρεμένος/η	70	58,8 %
Διαζευγμένος/η	7	5,9 %
Χήρος/α	3	2,5 %
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ		
Δημόσιος υπάλληλος	99	84,6 %
Ιδιωτικός υπάλληλος	8	6,8 %
Ελεύθερος επαγγελματίας	4	3,4 %
Φοιτητής/τρια	2	1,7 %
Άνεργος	4	3,4 %
ΕΙΔΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ		
Πλήρους απασχόλησης	111	95,7 %
Μερικής απασχόλησης	5	4,3 %
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		
Λύκειο	28	23,5 %
ΙΕΚ - Ανώτερη Σχολή	11	9,2 %
ΤΕΙ - Πανεπιστήμιο	42	35,3 %
Μεταπτυχιακό	34	28,6 %
Διδακτορικό	4	3,4 %

Στο σύνολο του έγκυρου δείγματος οι 30 (32,3%) δήλωσαν ότι 3 άτομα κατοικούν στο σπίτι τους, οι 23 (24,7%) δήλωσαν ότι 4 άτομα κατοικούν στο σπίτι και οι 19 (20,4%) δήλωσαν ότι 2 άτομα κατοικούν στο σπίτι. Πιο συγκεκριμένα, το 39,5% δεν έχει κανένα παιδί στο σπίτι, το 24,4% έχει 2 παιδιά στο σπίτι και το 21,8% έχει 1 παιδί στο σπίτι. Η πλειοψηφία (69,2%) δήλωσε ότι μένει σε πολυκατοικία. Όσον αφορά το πλήθος των δωματίων το 46,2% δήλωσε ότι η κατοικία του έχει 3 δωμάτια και μόλις το 5,1% ότι η κατοικία του έχει 1 δωμάτιο.

Πίνακας 15. Δημογραφικά στοιχεία εργασίας.

	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΤΟΜΩΝ ΠΟΥ ΚΑΤΟΙΚΟΥΝ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ		
0	1	1,1 %
1	12	12,9 %
2	19	20,4 %
3	30	32,3 %
4	23	24,7 %
5	6	6,5 %
7	1	1,1 %

8	1	1,1 %
ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ ΠΟΥ ΚΑΤΟΙΚΟΥΝ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ		
0	47	39,5 %
1	26	21,8 %
2	29	24,4 %
3	13	10,9 %
> 4	4	3,4 %
ΤΥΠΟΣ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ		
Μονοκατοικία	36	30,8 %
Πολυκατοικία	81	69,2 %
ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΑΣ		
1 Δωμάτιο	6	5,1 %
2 Δωμάτια	26	22,2 %
3 Δωμάτια	54	46,2 %
4 Δωμάτια και άνω	31	26,5 %

Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου

Πάνω από 7 στους 10 (73,1%) συνήθως προετοιμάζουν το φαγητό τους, (73,9%) τους ενδιαφέρει να τρέφονται υγιεινά και (74,8%) τους ενδιαφέρει να μη λείψουν τρόφιμα από το σπίτι. Πάνω από 6 στους 10 (63,9%) ενδιαφέρονται να μην είναι κανείς παραπονεμένος από το φαγητό του και περίπου 5 στους 10 (54,6%) ενδιαφέρονται να γλυτώσουν χρήματα κατά την αγορά τροφίμων. Πάνω από 4 στους 10 (42,9%) ενδιαφέρονται να γλυτώσουν χρόνο από την προετοιμασία φαγητού και πάνω από 2 στους 10 (25,2%) συνήθως δεν έχουν χρόνο να προετοιμάσουν φαγητό.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% οι συμμετέχοντες συνήθως προετοιμάζουν το φαγητό τους ($X^2=25,420$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), συνήθως έχουν χρόνο για προετοιμασία φαγητού ($X^2=29,252$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), τους ενδιαφέρει στο σπίτι να μην είναι κανείς παραπονεμένος από το φαγητό του ($X^2=9,151$, $df=1$, $p\text{-value}=0,002<0,05$), τους ενδιαφέρει να τρέφονται υγιεινά ($X^2=27,303$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) και τους ενδιαφέρει να μην λείπουν τρόφιμα από το σπίτι ($X^2=29,252$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$).

Πίνακας 16. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου:

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΣΥΝΗΘΩΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΖΩ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΜΟΥ	87 (73,1%)	32 (26,9%)
ΣΥΝΗΘΩΣ ΔΕΝ ΕΧΩ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ	30 (25,2%)	89 (74,8%)
ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΓΛΥΤΩΣΩ ΧΡΟΝΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΦΑΓΗΤΟΥ	51 (42,9%)	68 (57,1%)
ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ ΝΑ ΜΗΝ ΕΙΝΑΙ ΚΑΝΕΙΣ ΠΑΡΑΠΟΝΕΜΕΝΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟΥ ΤΟΥ	76 (63,9%)	43 (36,1%)
ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΓΛΥΤΩΣΩ ΧΡΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	65 (54,6%)	54 (45,4%)
ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΤΡΕΦΟΜΑΙ ΥΓΙΕΙΝΑ	88 (73,9%)	31 (26,1%)
ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΓΕΝΙΚΑ ΝΑ ΜΗ ΛΕΙΨΟΥΝ ΤΡΟΦΙΜΑ ΑΠΟ ΤΟ ΣΠΙΤΙ	89 (74,8%)	30 (25,2%)

Κατά την αγορά τροφίμων

Πάνω από 6 στους 10 (61,3%) αγοράζουν περισσότερα όταν βρίσκουν προσφορές και (64,7%) ψωνίζουν τρόφιμα με λίστα. Πάνω από 3 στους 10 (33,6%) αγοράζουν μόνο τα απαραίτητα και μόνο 2 στους 10 (21,0%) αγοράζουν πάντα περισσότερα.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% οι συμμετέχοντες δεν αγοράζουν μόνο τα απαραίτητα ($X^2=12,782$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), αγοράζουν περισσότερα όταν βρίσκουν προσφορές ($X^2=6,126$, $df=1$, $p\text{-value}0,013<0,05$), δεν αγοράζουν πάντα περισσότερα ($X^2=40,008$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) και ψωνίζουν τρόφιμα με λίστα ($X^2=10,294$, $df=1$, $p\text{-value}=0,001<0,05$).

Πίνακας 17. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Κατά την αγορά τροφίμων:

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΓΟΡΑΖΩ ΜΟΝΟ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ	40 (33,6%)	79 (66,4%)
ΑΓΟΡΑΖΩ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΟΤΑΝ ΒΡΙΣΚΩ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ	73 (61,3%)	46 (38,7%)
ΑΓΟΡΑΖΩ ΠΑΝΤΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ	25 (21,0%)	94 (79,0%)
ΨΩΝΙΖΩ ΤΡΟΦΙΜΑ ΜΕ ΛΙΣΤΑ	77 (64,7%)	42 (35,3%)

Στο σπίτι πετάω τρόφιμα επειδή;

Περίπου 9 στους 10 (86,6%) πετάνε τρόφιμα επειδή έχουν λήξει και πάνω από 7 στους 10 (75,6%) επειδή έχουν πιάσει μούχλα ή φύτρες ή έχουν ωριμάσει υπερβολικά. Περίπου 5 στους 10 (50,4%) πετάνε τρόφιμα επειδή έχει διαρροές η συσκευασία και (47,1%) επειδή δεν ήταν προφυλαγμένα ή σε κατάλληλη θερμοκρασία αποθήκευσης. Ενώ περίπου 1 στους 10 (14,3%) πετάει τρόφιμα επειδή έχουν υποστεί κάποιο χτύπημα, γρατζουνιά κτλ και λιγότερο από 1 στους 10 (7,6%) πετάει τρόφιμα επειδή είναι κοντά στην ημερομηνία λήξης χωρίς όμως να έχουν λήξει.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% οι συμμετέχοντες στο σπίτι δεν πετάνε τρόφιμα επειδή έχουν υποστεί κάποιο χτύπημα, γρατζουνιά κτλ. ($X^2=60,714$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) ή επειδή είναι κοντά στην ημερομηνία λήξης χωρίς όμως να έχουν λήξει ($X^2=85,723$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) αλλά πετάνε τρόφιμα επειδή έχουν πιάσει μούχλα ή φύτρες ή έχουν ωριμάσει υπερβολικά ($X^2=31,269$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) ή επειδή έχουν λήξει ($X^2=63,605$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$).

Πίνακας 18. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Στο σπίτι πετάω τρόφιμα επειδή:

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΕΧΟΥΝ ΥΠΟΣΤΕΙ ΚΑΠΟΙΟ ΧΤΥΠΗΜΑ, ΓΡΑΝΤΖΟΥΝΙΑ ΚΤΛ.	17 (14,3%)	102 (85,7%)
ΕΧΕΙ ΔΙΑΡΡΟΕΣ Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ	60 (50,4%)	59 (49,6%)
ΔΕΝ ΗΤΑΝ ΠΡΟΦΥΛΑΓΜΕΝΑ Ή ΣΕ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗΣ	56 (47,1%)	63 (52,9%)
ΕΧΟΥΝ ΠΙΑΣΕΙ ΜΟΥΧΛΑ Ή ΦΥΤΡΕΣ Ή ΕΧΟΥΝ ΩΡΙΜΑΣΕΙ ΥΠΕΡΒΟΛΙΚΑ	90 (75,6%)	29 (24,4%)
ΕΙΝΑΙ ΚΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΛΗΞΗΣ ΧΩΡΙΣ ΟΜΩΣ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΛΗΞΕΙ	9 (7,6%)	110 (92,4%)
ΕΧΟΥΝ ΛΗΞΕΙ	103 (86,6%)	16 (13,4%)

Κατά την προετοιμασία του φαγητού πετάω τρόφιμα επειδή;

Πάνω από 7 στους 10 (73,1%) κατά την προετοιμασία του φαγητού πετάνε τρόφιμα επειδή κάηκε ή καταστράφηκε το φαγητό. Περίπου 6 στους 10 (58,0%) πετάνε μόνο ότι δεν τρώγεται. 5 στους 10 (50,4%) κατά την προετοιμασία του φαγητού πετάνε τρόφιμα επειδή το φυσικό σχήμα, χρώμα, άρωμα κλπ. του τροφίμου δε τους αρέσει ενώ περίπου 3 στους 10 (29,4%) επειδή η εικόνα του τροφίμου δεν είναι ευχάριστη.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% οι συμμετέχοντες κατά την προετοιμασία του φαγητού δεν πετάνε τρόφιμα επειδή η εικόνα του τροφίμου δεν είναι ευχάριστη ($X^2=20,176$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) ενώ πετάνε τρόφιμα επειδή κάηκε ή καταστράφηκε το φαγητό ($X^2=25,420$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$).

Πίνακας 19. Απαντήσεις στις ερωτήσεις: Κατά την προετοιμασία του φαγητού πετάω τρόφιμα επειδή

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΤΡΟΦΙΜΟΥ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗ	35 (29,4%)	84 (70,6%)
ΚΑΗΚΕ Ή ΚΑΤΑΣΤΡΑΦΗΚΕ ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ	87 (73,1%)	32 (26,9%)

ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΣΧΗΜΑ, ΧΡΩΜΑ, ΑΡΩΜΑ ΚΛΠ. ΤΟΥ ΤΡΟΦΙΜΟΥ ΔΕ ΜΟΥ	60	59
ΑΡΕΣΕΙ	(50,4%)	(49,6%)
ΠΕΤΑΩ ΜΟΝΟ ΟΤΙ ΔΕΝ ΤΡΩΓΕΤΑΙ (ΚΟΥΚΟΥΤΣΙΑ, ΤΣΟΦΛΙΑ ΚΛΠ.)	69	50
	(58,0%)	(42,0%)

Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα.

Πάνω από 4 στους 10 (40,3%) πετάνε τρόφιμα επειδή στα πιάτα βάζουν πάντα λίγο παραπάνω από την κανονική μερίδα και (44,5%) επειδή συχνά προετοιμάζουν μεγαλύτερη ποσότητα φαγητού από αυτή που χρειάζεται. 3 στους 10 (31,1%) πετάνε τρόφιμα επειδή δεν έχουν χρόνο προετοιμασίας φαγητού και ξεμένουν τα τρόφιμα. Περίπου 1 στους 4 (26,9%) συνήθως πετάει όποιο τρόφιμο δεν τους αρέσει και (25,2%) πετάει τρόφιμα επειδή τα μέλη του νοικοκυριού έχουν διαφορετικές προτιμήσεις. Περίπου 2 στους 10 (21,8%) μερικές φορές τρώνε έτοιμο φαγητό και τους περισσεύουν το σπιτικό. 1 στους 10 (10,9%) τρώει συχνά έτοιμο φαγητό το οποίο περισσεύει.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% οι καταστάσεις που δεν οδηγούν τους συμμετέχοντες να πετάξουν τρόφιμα είναι ότι τα μέλη του νοικοκυριού τους έχουν διαφορετικές προτιμήσεις ($X^2=29,252$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), ότι δεν έχουν χρόνο προετοιμασίας φαγητού και τους ξεμένουν τα τρόφιμα ($X^2=17,017$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), ότι στα πιάτα βάζουν πάντα λίγο παραπάνω από την κανονική μερίδα ($X^2=4,445$, $df=1$, $p\text{-value}=0,035<0,05$), ότι συνήθως πετάνε όποιο τρόφιμο δεν τους αρέσει ($X^2=25,420$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), ότι μερικές φορές τρώνε έτοιμο φαγητό και τους περισσεύει το σπιτικό ($X^2=37,723$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) και ότι τρώνε συχνά έτοιμο φαγητό το οποίο τους περισσεύει ($X^2=72,681$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$).

Πίνακας 20. Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα.

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ ΜΟΥ ΕΧΟΥΝ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ	30 (25,2%)	89 (74,8%)
ΔΕΝ ΕΧΩ ΧΡΟΝΟ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΦΑΓΗΤΟΥ ΚΑΙ ΜΟΥ ΞΕΜΕΝΟΥΝ ΤΑ ΤΡΟΦΙΜΑ	37 (31,1%)	82 (68,9%)
ΣΤΑ ΠΙΑΤΑ ΒΑΖΩ ΠΑΝΤΑ ΛΙΓΟ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΝΟΝΙΚΗ ΜΕΡΙΔΑ	48 (40,3%)	71 (59,7%)
ΣΥΧΝΑ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΖΩ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΦΑΓΗΤΟΥ ΑΠΟ ΑΥΤΗ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ	53 (44,5%)	66 (55,5%)
ΣΥΝΗΘΩΣ ΠΕΤΑΩ ΟΠΟΙΟ ΤΡΟΦΙΜΟ ΔΕ ΜΟΥ ΑΡΕΣΕΙ	32 (26,9%)	87 (73,1%)
ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΡΩΩ ΕΤΟΙΜΟ ΦΑΓΗΤΟ ΚΑΙ ΜΟΥ ΠΕΡΙΣΣΕΥΕΙ ΤΟ ΣΠΙΤΙΚΟ	26 (21,8%)	93 (78,2%)
ΤΡΩΩ ΣΥΧΝΑ ΕΤΟΙΜΟ ΦΑΓΗΤΟ ΤΟ ΟΠΟΙΟ ΠΕΡΙΣΣΕΥΕΙ	13 (10,9%)	106 (89,1%)

Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν.

Περίπου 6 στους 10 (59,7%) πιστεύουν ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν ελέγχουν περισσότερο τις μερίδες που μαγειρεύουν και σερβίρουν και (56,3%) αν αγοράζουν μόνο τα απαραίτητα. Περίπου 5 στους 10 (52,9%) πιστεύουν ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν δημιουργούν λίστα τροφίμων για αγορά, (50,4%) αν κάνουν ένα έλεγχο στα ράφια προτού να πάνε για ψώνια και (50,4%) αν ασχοληθούν με την κομποστοποίηση αποβλήτων τροφίμων. Περίπου 4 στους 10 (42,0%) πιστεύουν ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζουν σε μικρότερες μερίδες ή καταλληλότερες συσκευασίες τροφίμων και (38,7%) αν αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην προετοιμασία του φαγητού. 3 στους 10 (30,3%) πιστεύουν ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζουν ποιοτικότερα τρόφιμα και (30,3%) αν ενημερωθούν γιατί χρειάζεται να τα μειώσουν. 1 στους 4 (24,4%) πιστεύουν ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν έχουν καλύτερη πρόσβαση σε οργανωμένες δωρεές, συλλογές λαδιών κλπ. Τέλος, 1 στους 10 (10,1%) δεν ενδιαφέρεται να τα μειώσει.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% οι συμμετέχοντες πιστεύουν ότι τα τροφικά οικιακά τους απόβλητα θα μειωθούν αν ελέγχουν περισσότερο τις μερίδες που μαγειρεύουν και σερβίρουν ($X^2=4,445$, $df=1$, $p\text{-value}=0,035<0,05$) ενώ δε θα μειωθούν αν αγοράζουν ποιοτικότερα τρόφιμα ($X^2=18,563$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), αν έχουν καλύτερη πρόσβαση σε οργανωμένες δωρεές, συλλογές λαδιών κλπ. ($X^2=31,269$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), αν αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην προετοιμασία του φαγητού ($X^2=6,126$, $df=1$, $p\text{-value}=0,013<0,05$), αν ενημερωθούν γιατί χρειάζεται να τα μειώσουν ($X^2=18,563$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$) και αν δεν τους ενδιαφέρει να τα μειώσουν ($X^2=75,840$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$).

Πίνακας 21. Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν:

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΓΟΡΑΖΩ ΣΕ ΜΙΚΡΟΤΕΡΕΣ ΜΕΡΙΔΕΣ Ή ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΕΡΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	50 (42,0%)	69 (58,0%)
ΕΛΕΓΧΩ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΤΙΣ ΜΕΡΙΔΕΣ ΠΟΥ ΜΑΓΕΙΡΕΥΩ ΚΑΙ ΣΕΡΒΙΡΩ	71 (59,7%)	48 (40,3%)
ΑΓΟΡΑΖΩ ΠΟΙΟΤΙΚΟΤΕΡΑ ΤΡΟΦΙΜΑ	36 (30,3%)	83 (69,7%)
ΕΧΩ ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΔΩΡΕΕΣ, ΣΥΛΛΟΓΕΣ ΛΑΔΙΩΝ ΚΛΠ.	29 (24,4%)	90 (75,6%)
ΔΗΜΙΟΥΡΓΩ ΛΙΣΤΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΓΙΑ ΑΓΟΡΑ	63 (52,9%)	56 (47,1%)
ΚΑΝΩ ΕΝΑΝ ΕΛΕΓΧΟ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ ΠΡΟΤΟΥ ΝΑ ΠΑΩ ΓΙΑ ΨΩΝΙΑ	60 (50,4%)	59 (49,6%)
ΑΓΟΡΑΖΩ ΜΟΝΟ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ	67 (56,3%)	52 (43,7%)
ΑΦΙΕΡΩΝΩ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΧΡΟΝΟ ΣΤΗΝ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΦΑΓΗΤΟΥ	46 (38,7%)	73 (61,3%)
ΕΝΗΜΕΡΩΘΩ ΓΙΑΤΙ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΝΑ ΤΑ ΜΕΙΩΣΩ	36 (30,3%)	83 (69,7%)
ΑΣΧΟΛΗΘΩ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΜΠΟΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟΒΛΗΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	60 (50,4%)	59 (49,6%)
ΔΕ ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΤΑ ΜΕΙΩΣΩ	12 (10,1%)	107 (89,9%)

Τα τρόφιμα που πετάς πιο συχνά.

Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 80 (67,2%) δήλωσαν ότι πετάνε τα αρτοσκευάσματα εκ των οποίων οι 25 (31,3%) τα πετάνε πιο συχνά από όλα τα υπόλοιπα τρόφιμα. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 82 (68,9%) δήλωσαν ότι πετάνε ρίζες και βλαστούς (όπως καρότα, παντζάρια κτλ.) εκ των οποίων οι 38 (52,6%) τα πετάνε στις 2 πρώτες θέσεις. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι (67,2%) δήλωσαν ότι πετάνε λαδερά και όσπρια εκ των οποίων κανένας (0,0%) δεν τα πετάει πιο συχνά από όλα τα υπόλοιπα τρόφιμα. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 81 (68,1%) δήλωσαν ότι πετάνε φρούτα και λαχανικά εκ των οποίων οι 37 (45,7%) τα πετάνε στις 2 πρώτες θέσεις. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 79 (66,4%) δήλωσαν ότι πετάνε φαγητά με κρέας εκ των οποίων οι 67 (85,0%) τα πετάνε λιγότερο συχνά σε σχέση με τα υπόλοιπα φαγητά. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 79 (66,4%) δήλωσαν ότι πετάνε φαγητά με ψάρι εκ των οποίων οι 48 (60,8%) τα πετάνε λιγότερο συχνά σε σχέση με τα υπόλοιπα φαγητά. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 79 (66,4%) δήλωσαν ότι πετάνε γάλα και αυγά εκ των οποίων οι 49 (62,1%) τα πετάνε με μεσαίο βαθμό συχνότητας σε σχέση με τα υπόλοιπα φαγητά. Από το σύνολο των συμμετεχόντων οι 79 (66,4%) δήλωσαν ότι πετάνε γλυκά εκ των οποίων οι 45 (56,9%) τα πετάνε πιο σπάνια σε σχέση με τα υπόλοιπα φαγητά.

Στο σύνολο του δείγματος φαίνεται ότι σε επίπεδο σημαντικότητας 5% η συμπεριφορά των συμμετεχόντων ως προς τη συχνότητα με την οποία πετάνε βασικά τρόφιμα διαφοροποιείται για τα αρτοσκευάσματα ($X^2=28,400$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), για τις ρίζες - βλαστούς ($X^2=25,512$, $df=1$, $p\text{-value}=0,001<0,05$), για τα φρούτα και τα λαχανικά ($X^2=27,741$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$), για τα φαγητά με κρέας ($X^2=23,177$, $df=1$, $p\text{-value}=0,002<0,05$) και για τα γλυκά ($X^2=71,177$, $df=1$, $p\text{-value}<0,001<0,05$).

Πίνακας 22. Κατανομή με βάση τα τρόφιμα που πετάγονται πιο συχνά.

	1	2	3	4	5	6	7	8	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΤΟ	25	8	12	7	8	8	7	5	80
ΣΚΕΥΑΣΜΑΤΑ	(31,3%)	(10,0%)	(15,0%)	(8,8%)	(10,0%)	(10,0%)	(8,8%)	(6,3%)	(67,2%)
ΡΙΖΕΣ ΚΑΙ	17	21	9	7	8	12	3	5	82
ΒΛΑΣΤΟΥΣ	(27,0%)	(25,6%)	(11,0%)	(8,5%)	(9,8%)	(14,6%)	(3,7%)	(6,1%)	(68,9%)
ΛΑΔΕΡΑ ΚΑΙ	0	11	15	13	12	14	9	6	80
ΟΣΠΡΙΑ	(0,0%)	(13,8%)	(18,8%)	(16,3%)	(15,0%)	(17,5%)	(11,3%)	(7,5%)	(67,2%)
ΦΡΟΥΤΑ ΚΑΙ	20	17	9	14	6	1	7	7	81
ΛΑΧΑΝΙΚΑ	(24,7%)	(21,0%)	(11,1%)	(17,3%)	(7,4%)	(1,2%)	(8,6%)	(8,6%)	(68,1%)
ΦΑΓΗΤΑ ΜΕ	2	5	5	13	16	16	15	7	79
ΚΡΕΑΣ	(2,5%)	(6,3%)	(6,3%)	(16,5%)	(20,3%)	(20,3%)	(19,0%)	(8,9%)	(66,4%)
ΦΑΓΗΤΑ ΜΕ	4	9	9	9	15	10	15	8	79
ΨΑΡΙ	(5,1%)	(11,4%)	(11,4%)	(11,4%)	(19,0%)	(12,7%)	(19,0%)	(10,1%)	(66,4%)
ΓΑΛΑ ΚΑΙ		5	18	10	9	12	11	7	79
ΑΥΓΑ	7 (8,9%)	(15,2%)	(22,8%)	(12,7%)	(11,4%)	(15,2%)	(13,9%)	(8,9%)	(66,4%)
ΓΛΥΚΑ	8	5	3	6	6	6	11	34	79
	(10,1%)	(6,3%)	(3,8%)	(7,6%)	(7,6%)	(7,6%)	(13,9%)	(43,0%)	(66,4%)

Ανάλυση σε βασικούς άξονες.

Στη συγκεκριμένη έρευνα υπάρχουν κάποιοι βασικοί άξονες, οι οποίοι είναι ο ελεύθερος χρόνος, η ποιότητα τροφίμων (διατροφή) και η συνήθεια. Διερευνήθηκε πιθανή διαφοροποίηση ως προς τις βασικές μεταβλητές: φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, αριθμό ατόμων που κατοικούν στο σπίτι και αριθμό παιδιών που κατοικούν στο σπίτι.

Ελεύθερος χρόνος.

Έχει γίνει έλεγχος ως προς τον ελεύθερο χρόνο βάσει των ερωτήσεων:

1. Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου συνήθως προετοιμάζω το φαγητό μου

2. Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου συνήθως δεν έχω χρόνο για προετοιμασία φαγητού
3. Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου με ενδιαφέρει να γλυτώσω χρόνο από την προετοιμασία φαγητού
4. Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα: δεν έχω χρόνο προετοιμασίας φαγητού και μου ξεμένουν τα τρόφιμα

Ως προς αυτές τις ερωτήσεις δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% σε σχέση με οποιαδήποτε από τις βασικές μεταβλητές.

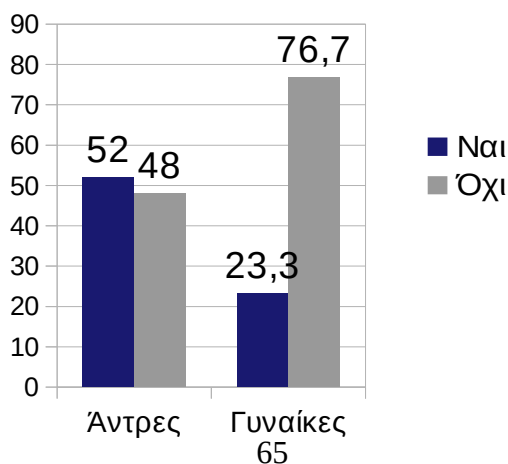
Συνήθεια.

Έχει γίνει έλεγχος ως προς τη συνήθεια βάσει των ερωτήσεων:

1. Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου με ενδιαφέρει να τρέφομαι υγιεινά
2. Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα

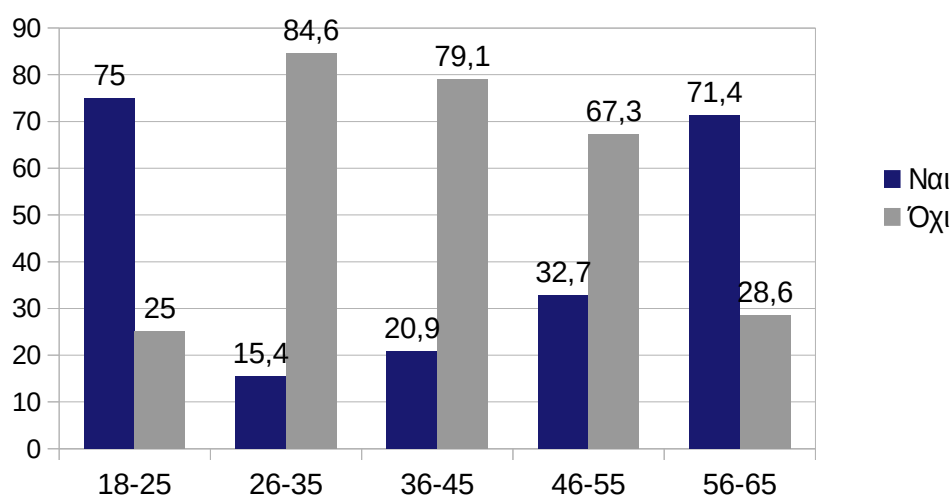
Ως προς την πρώτη ερώτηση δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% σε σχέση με οποιαδήποτε από τις βασικές μεταβλητές. Ωστόσο, ως προς τη δεύτερη ερώτηση παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση σε επίπεδο σημαντικότητας 5% σε σχέση με το φύλο, την ηλικιακή κατάσταση και οριακά στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με τον αριθμό παιδιών που κατοικούν στο σπίτι.

Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες (ΝΑΙ 23,3% - ΟΧΙ 76,7%) διαφωνούν σε υψηλότερο ποσοστό σε σχέση με τους άντρες (ΝΑΙ 52,0% - ΟΧΙ 48,0%) με την πεποίθηση ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζονται ποιοτικότερα τρόφιμα ($X^2=7,721$, $df=1$, $p\text{-value}=0,005<0,05$).



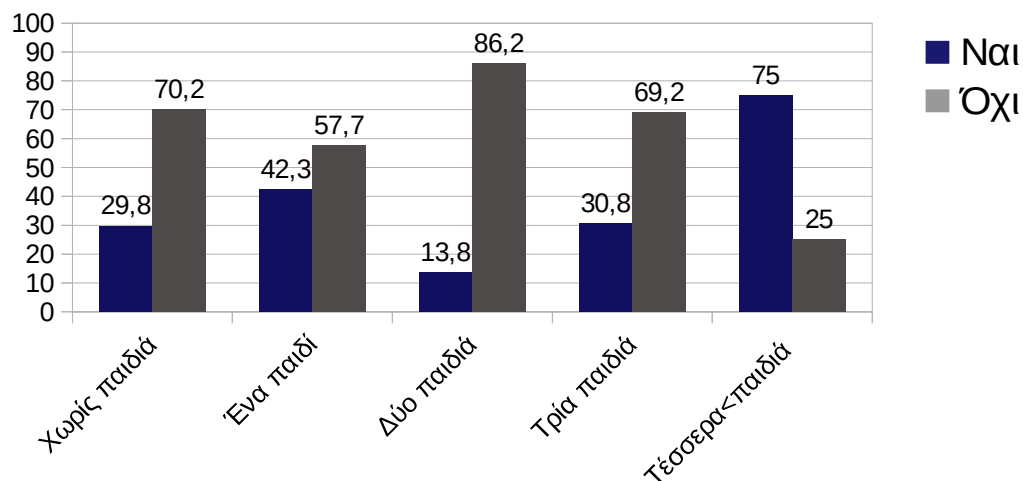
Διάγραμμα 1. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα

Οι συμμετέχοντες με ηλικία 18-25 (NAI 75,0% - OXI 25,0%) ή 56-65 (NAI 71,4% - OXI 28,6%) συμφωνούν σε υψηλότερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες 26-35 (NAI 15,4% - OXI 84,6%), 36-45 (NAI 20,9% - OXI 79,1%) και 46-55 (NAI 32,7% - OXI 67,3%) με την πεποίθηση ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζονται ποιοτικότερα τρόφιμα ($\chi^2=12,700$, $df=4$, $p\text{-value}=0,013<0,05$).



Διάγραμμα 2. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα.

Οι συμμετέχοντες με 4 παιδιά και άνω (NAI 75,0% - OXI 25,0%) συμφωνούν σε υψηλότερο ποσοστό σε σχέση με εκείνους με κανένα παιδί (NAI 29,8% - OXI 70,2%), με 1 παιδί (NAI 42,3% - OXI 57,7%), με 2 παιδιά (NAI 13,8% - OXI 86,2%) ή με 3 παιδιά (NAI 30,8% - OXI 69,2%) με την πεποίθηση ότι τα τροφικά οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζονται ποιοτικότερα τρόφιμα ($\chi^2=9,316$, $df=4$, $p\text{-value}=0,054<0,05$).



Διάγραμμα 3. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν αγοράζω ποιοτικότερα τρόφιμα

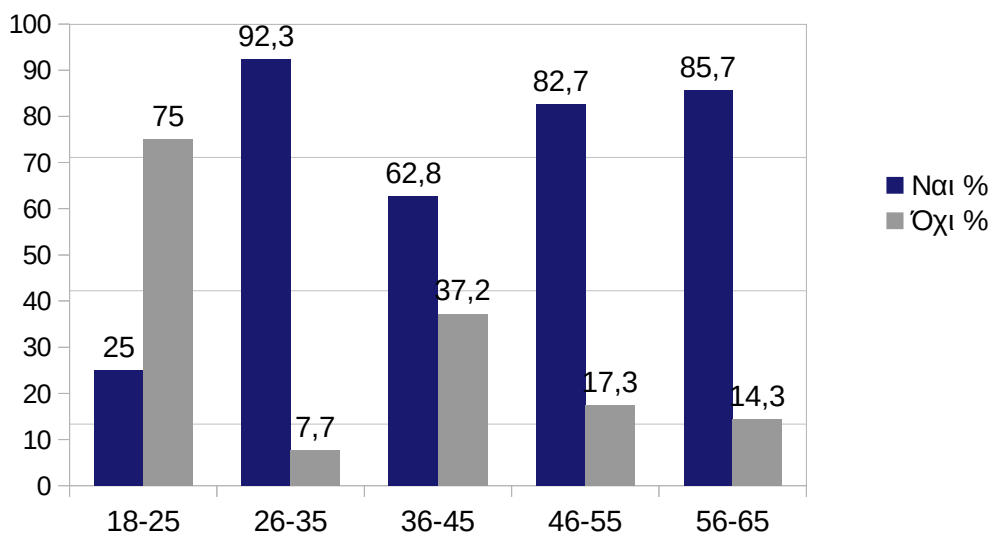
Διατροφή.

Έχει γίνει έλεγχος ως προς τη διατροφή - ποιότητα τροφίμων βάσει των ερωτήσεων:

1. Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου με ενδιαφέρει γενικά να μη λείψουν τρόφιμα από το σπίτι
2. Κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα
3. Κατά την αγορά τροφίμων ψωνίζω με λίστα
4. Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα είναι ότι στα πιάτα βάζω πάντα λίγο παραπάνω από την κανονική μερίδα
5. Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα είναι ότι συχνά προετοιμάζω μεγαλύτερη ποσότητα φαγητού από αυτή που χρειάζεται
6. Καταστάσεις που με οδηγούν να πετάξω τρόφιμα είναι ότι συνήθως πετάω όποιο τρόφιμο δε μου αρέσει
7. Πιστεύω ότι τα τροφικά μου οικιακά απόβλητα θα μειωθούν αν κάνω έναν έλεγχο στα ράφια προτού να πάω για ψώνια

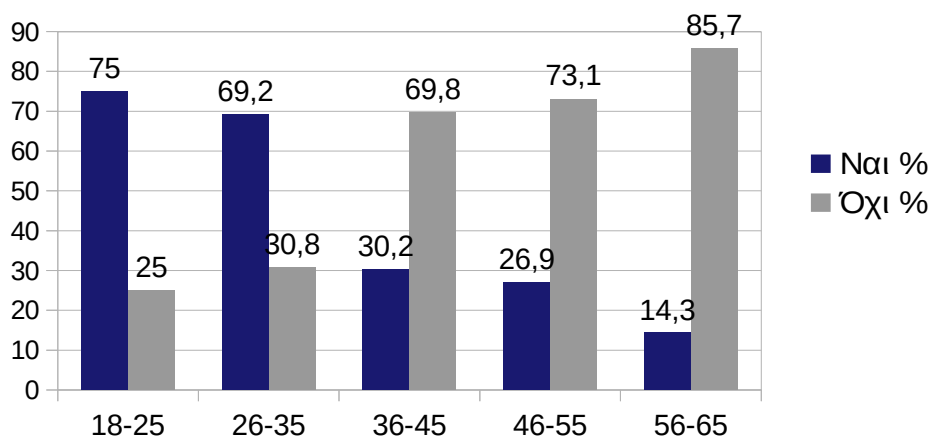
Οι συμμετέχοντες με ηλικία 26-35 (NAI 92,3% - OXI 7,7%), 36-45 (NAI 62,8% - OXI 37,2%), 46-55 (NAI 82,7% - OXI 17,3%) και 56-65 (NAI 85,7% - OXI 14,3%) συμφωνούν περισσότερο με το γεγονός ότι κατά τον προγραμματισμό της διατροφής τους ενδιαφέρει γενικά να

μη λείψουν τρόφιμα από το σπίτι σε σχέση με ηλικία 18-25 (ΝΑΙ 25,0% - ΟΧΙ 75,0%) ($\chi^2=12,824$, $df=4$, $p\text{-value}=0,012<0,05$).



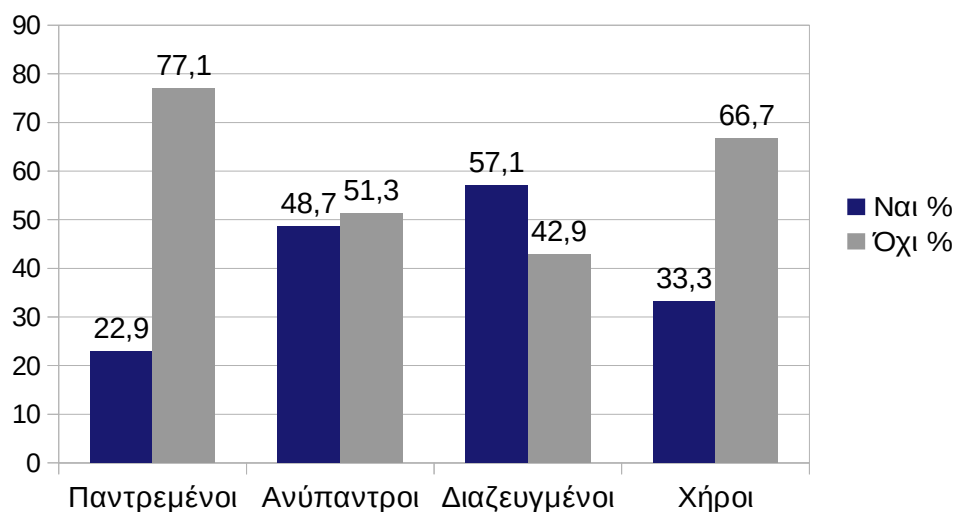
Διάγραμμα 4. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Κατά τον προγραμματισμό της διατροφής μου με ενδιαφέρει γενικά να μη λείψουν τρόφιμα από το σπίτι.

Όσο μεγαλώνει η ηλικία των συμμετεχόντων τόσο μειώνεται το ποσοστό συμφωνίας με την πεποίθηση ότι κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα, δηλαδή με ηλικία 18-25 (ΝΑΙ 75,0% - ΟΧΙ 25,0%), 26-35 (ΝΑΙ 69,2% - ΟΧΙ 30,8%), 36-45 (ΝΑΙ 30,2% - ΟΧΙ 69,8%) και 46-55 (ΝΑΙ 26,9% - ΟΧΙ 73,1%) και 56-65 (ΝΑΙ 14,3% - ΟΧΙ 85,7%) ($\chi^2=12,896$, $df=4$, $p\text{-value}=0,012<0,05$).



Διάγραμμα 5. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα.

Οι συμμετέχοντες που είναι παντρεμένοι (ΝΑΙ 22,9% - ΟΧΙ 77,1%) διαφωνούν περισσότερο με την πεποίθηση ότι κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα ενώ οι διαζευγμένοι (ΝΑΙ 57,1% - ΟΧΙ 42,9%) και οι χήροι (ΝΑΙ 33,3% - ΟΧΙ 66,7%) διαφωνούν λιγότερο. Ενώ οι ανύπαντροι (ΝΑΙ 48,7% - ΟΧΙ 51,3%) δεν αποκλίνουν σημαντικά ως προς τις απαντήσεις τους ($X^2=9,354$, $df=3$, $p\text{-value}=0,025<0,05$).



Διάγραμμα 7. Κατανομή απαντήσεων ερώτησης: Κατά την αγορά τροφίμων αγοράζω μόνο τα απαραίτητα.

Συμπεράσματα.

Στην παρούσα εργασία κατά το μεγαλύτερο μέρος η διατροφή και οι συνήθειες των οικιακών καταναλωτών σχετίζονται με τον όγκο των οικιακών αποβλήτων τροφίμων τους. Πιο συγκεκριμένα φαίνεται ότι οι διαφορετικές ομάδες των καταναλωτών όπως αυτές χωρίζονται βάσει φύλου, ηλικίας, οικογενειακής κατάστασης κ.α. αναπτύσσουν διαφορετικές στάσεις και συμπεριφορές κυρίως ως προς τη διατροφή τους και ως προς τις συνήθειές τους και κατ'επέκταση ως προς την παραγωγή και πρόληψη των οικιακών αποβλήτων τροφίμων. Έτσι οι καταναλωτές με αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις στο νοικοκυριό τους τείνουν κατά την αγορά τροφίμων να μην αγοράζουν μόνο τα απαραίτητα, το ίδιο ισχύει και για τις μεγαλύτερες ηλικίες καταναλωτών όπου θα μπορούσε να υποθέσει κανείς ότι κατά το μεγαλύτερο μέρος και σε αυτή την περίπτωση οι υποχρεώσεις στο νοικοκυριό είναι αυξημένες.

Οι καταναλωτές στην παρούσα εργασία ενδιαφέρονται να πάρουν όλα τα θετικά από τη διατροφή τους. Τους ενδιαφέρει να τρέφονται υγιεινά, προετοιμάζουν οι ίδιοι το φαγητό τους, τους ενδιαφέρει στο σπίτι να είναι όλοι ικανοποιημένοι από το φαγητό τους και επίσης να μη λείψουν τρόφιμα από το σπίτι. Κατά τις απαντήσεις τους είναι συνετοί καταναλωτές και ενδιαφέρονται για την αποτελεσματικότητα των συμπεριφορών τους με στόχο τη μεγιστοποίηση της χρησιμότητας των πόρων που διαθέτουν. Το γεγονός αυτό μπορεί να αποτελέσει μια καλή βάση στη δημιουργία κατάλληλων μοντέλων συμπεριφοράς ως προς τη μείωση του όγκου των οικιακών αποβλήτων τροφίμων.

Επίσης οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν λιγότερη αποδοχή σε σχέση με παρελθοντικές έρευνες για όλα τα μοντέλα λύσεων που προτείνονται για τη μείωση του όγκου των οικιακών αποβλήτων τροφίμων. Τα ποσοστά δείχνουν ότι συνεχίζουν να συμφωνούν με τις περισσότερες από τις προτάσεις ωστόσο τα ποσοστά θετικών απαντήσεων είναι συχνά αρκετά μικρότερα. Ενδεχομένως λόγω και της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα οι καταναλωτές τείνουν να είναι περισσότερο εσωστρεφείς ως προς την εύρεση λύσεων για την μείωση του όγκου των οικιακών αποβλήτων τροφίμων τους. Αφού δεν τους ενδιαφέρει μόνο η συγκεκριμένη μείωση αλλά και η μείωση της ασυλλόγιστης δαπάνης των οικονομικών τους πόρων που προκαλείται τόσο από την απόρριψη τροφίμων όσο και γενικότερα από τις υποχρεώσεις τους.

Οι Έλληνες καταναλωτές προκειμένου να μειώσουν τον όγκο των τροφίμων που πετάνε τείνουν να δίνουν έμφαση σε συμπεριφορές μέσα από τις οποίες ενεργοποιούνται περισσότερο οι ίδιοι. Στο δείγμα φάνηκε ότι τα μοντέλα λύσεων που αφορούσαν ενέργειες των ίδιων των καταναλωτών ήταν περισσότερο δημοφιλή. Πιο συγκεκριμένα τα περισσότερα ποσοστά δόθηκαν σε ενέργειες όπως: ο έλεγχος των μερίδων, η δημιουργία λίστας τροφίμων για την αγορά, ο έλεγχος στα ράφια προτού την αγορά, η αγορά μόνο στα απαραίτητα και η ενασχόληση με την κομποστοποίηση. Ενώ οι λύσεις που είχαν κάποια σχέση με το εξωτερικό περιβάλλον όπως η αγορά μικρότερων μερίδων και κατάλληλων συσκευασιών τροφίμων, η δυνατότητα ελεύθερου χρόνου για την προετοιμασία του φαγητού και η συμμετοχή σε οργανωμένες δωρεές δεν ήταν ιδιαίτερα δημοφιλείς.

Οι τρεις πρώτες επιλογές στη λίστα των τροφίμων τα οποία πετάγονται πρώτα είναι οι ίδιες με ανάλογες λίστες σε αρκετές έρευνες. Το αποτέλεσμα αυτό βγαίνει σε έρευνες σε όλο τον κόσμο. Τα τρόφιμα που πετάγονται πρώτα τόσο στην παρούσα εργασία όσο και σε διεθνές επίπεδο είναι: τα φρούτα και λαχανικά, οι ρίζες και βλαστοί και τα δημητριακά. Ωστόσο αυτό συμβαίνει με διαφορετική σειρά. Στην παρούσα εργασία πρώτο τρόφιμο σε αυτή τη λίστα ήταν τα αρτοσκευάσματα και ακολούθως τα φρούτα και λαχανικά και οι ρίζες και βλαστοί. Φαίνεται ότι οι καταναλωτές σε πλανητικό επίπεδο έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά.

Ένα άλλο συμπέρασμα είναι ότι οι καταναλωτές οι οποίοι τείνουν να είναι στο κέντρο των γεγονότων της διατροφής ενός νοικοκυριού όπως είναι οι γυναίκες και οι ηλικίες μεταξύ 26 έως 55 ετών πιστεύουν ότι η αγορά ποιοτικότερων τροφίμων δε θα επηρεάσει τη συμπεριφορά τους ως προς την απόρριψή αυτών. Ενώ αντίθετα οι άντρες και οι ηλικίες των άκρων του δείγματος (18-25 και 56-65) πιστεύουν ότι η αγορά ποιοτικότερων τροφίμων θα τους επηρεάσει κατά την απόρριψη.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Ελληνική βιβλιογραφία

- Αλεξανδρόπουλος Θ., (1993), Θέματα Υγιεινής Τροφίμων & Διατροφής, Εκδόσεις ΙΩΝ, Αθήνα
- Αμπελιώτης Γ. Κωνσταντίνος,(2018), Διαχείριση Περιβάλλοντος, Πανεπιστημιακές σημειώσεις μαθήματος "Διαχείριση περιβάλλοντος" 3ου έτους, Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο
- Ανδρεαδάκης, Α., Παντατζίδου, Μ., Σταθόπουλος, Α., Χατζημπίρος, Κ., (2003), Περιβαλλοντική Τεχνολογία, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο, Αθήνα
- Αποστολόπουλος, Κ. (2009). Τρόφιμα & Καταναλωτής, εκδόσεις Ελληνοεκδοτική. Αθήνα
- Γεωργόπουλος, Α.(2002) Γη, ένας μικρός και εύθραυστος πλανήτης, Gutenberg, Αθήνα.
- Θωμόπουλος Δ. Χ.,(2006), Μαθαίνοντας τι είναι οι τροφές, Παπασωτηρίου, Αθήνα
- Καρδούλης Γ. Αλέξανδρος Αθήνα (2003) «Εγκυκλοπαιδικό λεξικό Τροφίμων και Ποτών», εκδ. Παπασωτηρίου, Αθήνα
- Κατσαρός Ν.(2005), Αποτίμηση ρίσκου και ασφάλεια τροφίμων, Συλλογικό έργο, Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, Ειδικές Μορφωτικές Εκδηλώσεις
- Κόγκουλος Γ. Αθ.,(2017), Περιβαλλοντική μηχανική ρύπανση και προστασία περιβάλλοντος, Τζιόλα, Θεσσαλονίκη
- Λαζαρίδη Κ., (2001), Ολοκληρωμένη διαχείριση οργανικών αποβλήτων και υπολειμμάτων / επιμ. Κ. Λαζαρίδη, Κ. Παυλόπουλος, , Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα
- Λάζος, Ε.Σ.(2010). Επεξεργασία Τροφίμων, τόμος 1. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Μαλλίδης Κωνσταντίνος (2005), Αποτίμηση ρίσκου και ασφάλεια τροφίμων, Συλλογικό έργο, Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, Ειδικές Μορφωτικές Εκδηλώσεις
- Μπαλτάς Γ., Παπασταθοπούλου Π., (2013, 2η Έκδοση), «Συμπεριφορά Καταναλωτή», Εκδόσεις Rosili: Αθήνα
- Μπανταλούκας Β. Κλαύδιος, (1958), Η κατανάλωσης εις την Ελλάδα ως συνολικόν οικονομικόν μέγεθος, Παπαζήσης: Αθήνα
- Παναγιωτακόπουλος, Δ.Χ., (2002), Βιώσιμη Διαχείριση Αστικών Στερεών Αποβλήτων,Ζυγός, Θεσσαλονίκη
- Σιώμος Γ. Ι. ,(2012), Συμπεριφορά Καταναλωτή και Στρατηγική Μάρκετινγκ, 3η έκδοση , Εκδόσεις Α. Σταμούλης, Αθήνα

- Σκορδύλης, Α. (2001), Ελεγχόμενη Εναπόθεση Στερεών μη Επικίνδυνων Αποβλήτων, Α. Σταμούλης, Αθήνα
- Τριανταφυλλίδης, Σ.,(1972),Οικολογία-Υγειονομική Μηχανική. Εκδόσεις Σ. Κλούκινας, Αθήναι .
- Τσακνής Γ.(2018), Ασφάλεια τροφίμων και ποτών, Εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα
- Τσακνής Γ.(2009), Διασφάλιση ποιότητας τροφίμων, Παπασωτηρίου, Αθήνα

Ξένη βιβλιογραφία

- Alwitt F.L. and T. D. Donley, (1996), The Low-Income Consumer: Adjusting the Balance of Exchange, Sage Publications, ThousandOaks: California
- Coleman J.S. (1961) The Adolescent Society, Free Press of Glenco:New York
- Simmons Market Research Bureau, (1990), Study of Media and Markets, Simmons Market Research Bureau: New York
- Logue, A. W. (1986). The psychology of eating and drinking: an introduction. WH Freeman and Company, New York.
- Marshall W. David (1995). Food Choice and the Consumer, Springer US
- Reynolds FD and Wells WD (1977), Consumer Behaviour, McGraw-Hill Book Company, New York.
- Shirley Roberts (1998). Harness the Future: The 9 Keys to Emerging Consumer Behaviour. John Willey & Sons.
- Solomon, M. R. (2016). *Συμπεριφορά Καταναλωτή: Αγοράζοντας, Έχοντας και Ζώντας*, Εκδόσεις Τζιόλα. Αθήνα
- Tchobanoglous G. & Kreith F. (2010) *Εγχειρίδιο διαχείρισης στερεών αποβλήτων*, Εκδόσεις Τζιόλα, Αθήνα

Αρθρα

- Abdulla M , Martin RC, Gooch M, Jovel E.(2013) The importance of quantifying food waste in Canada. Agric J, Food Syst, Community Dev;3 (2):137–51, 2013.
- Abeliotis K.(2016),Food waste prevention in Athens, Greece: The effect of family characteristics. Waste Management & Research 34 (12), 1210-1216, October 19, 2016
- Abeliotis K.(2014), [Attitudes and behaviour of Greek households regarding food waste prevention](#). Waste Management & Research 32 (3), 237-240, 2014/3
- Abeliotis K., Lasaridi K., Chroni C. and Papakosta A. (2012). Preliminary assessment of food waste generation in households in Greece. Proceedings of ORBIT 2012 International Conference, Rennes – France.
- Barrie Gunter and Adrian Furnham ,(1998). Children as consumers: a psychological analysis of the young peoples market, International Series in Social Psychology, Routledge:London and New York, 1998.
- Danyi Qi, Brian E. Roe,(2000). Household Food Waste: Multivariate Regression and Principal Components Analyses of Awareness and Attitudes among U.S. Consumers. *PLOS ONE*, 2016; 11 (7): e0159250
- Jennifer Lach,(1986) Welcome to the horde fest, American Demographics, (April, 2000):8-9
- Bahn KD (1986) [How and when do brand perceptions and preferences first form? A cognitive developmental investigation](#), Journal of Consumer Research 13, 382-393.
- Farr-Wharton, G., Foth, M. and Choi, J.H.-J. (2014), “Identifying factors that promote consumer behaviours causing expired domestic food waste”, Journal of Consumer Behaviour, Vol. 13 No. 6, pp. 393-402.
- Lasaridi K., Abeliotis K., Boikou K., Manios T. and Chroni C.(2017). Household food waste generation and composition in Greece as assessed by self-reporting diaries, Harokopio University, 2017
- Priefer Carmen, Jorissen Juliane, Brautigam Klaus-Rainer,(2013). Technology options for feeding 10 billion people. Options for Cutting Food Waste. Report for the European Parliament ITAS as part of the study Technology Options for Feeding 10 Billion People, IEEP: London, 2013.
- Remi Trudel and June Cotte,(2009). Does it pay to be good, MIT Sloan Management Review 61 (winter 2009):61-68
- Roberts, Scott D. (1991), Effects of Sudden Income Loss on Consumption and Related Aspects of Life, Research in Consumer Behavior, Vol. 5., 181-214

Tsompanidis C.,(2014). Food Waste Prevention: A multilateral challenge and the Greek reality, HSWMA, 2014

Wendy Koch,(2010) Green products claims are often misleading, USA Today (October 26), 2010

Ελληνικές ιστοσελίδες

ΕΔΣΝΑ (2018)

<https://www.edsna.gr/index.php/%CE%B5%CE%BD%CE%B7%CE%BC%CE%AD%CF%81%CF%89%CF%83%CE%B7/%CF%83%CF%84%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC.html>

ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε.(2018)

<http://www.elinyae.gr/el/keywords.jsp?keyword=274>

ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε.(2018)

http://www.elinyae.gr/el/lib_file_upload/75725-18.1519312265113.pdf

ΙΟΒΕ 2017

http://iobe.gr/docs/research/RES_05_B_06042017_REP_GR.pdf

ΙΟΒΕ (2017)

http://iobe.gr/docs/research/RES_05_B_30042018_REP_GR.pdf

ΚΑΕΔΙΣΠ (2015)

<http://www.ypeka.gr/LinkClick.aspx?fileticket=bxsDZxq9wPk%3D&tabid=898&language=el-GR>

ΚΕΕ (2018)

http://www.kee.gr/perivallontiki/teacher8_4.html Τελευταία επίσκεψη στις 16/12/2018

Σκορδύλης, Αδ., ΕΛ.ΙΝ.Υ.ΑΕ., Αθήνα 2012

ΥΓΦΠΠ, (2012)

[http://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/All/2D3A2EF0033378C7C2257F37004227B4/\\$file/M20121101.pdf?OpenElement](http://www.moa.gov.cy/moa/environment/environmentnew.nsf/All/2D3A2EF0033378C7C2257F37004227B4/$file/M20121101.pdf?OpenElement)

Ξένες ιστοσελίδες

Burg Emily (2007), Whole foods is consumers favorite green brand, Marketing Daily.

<https://www.mediapost.com/publications/article/60116/whole-foods-is-consumers-favorite-green-brand.html%3Fedition>

Commision (2018)

<http://ec.europa.eu/environment/air/#>

DAA (2018),

<https://daa.asn.au/smart-eating-for-you/smart-eating-fast-facts/food-and-food-products/food-waste-a-bigger-issue-that-you-d-think/>

European Parliament,(2017)

<http://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20170505STO73528/food-waste-the-problem-in-the-eu-in-numbers-infographic>

EUROSTAT (2009),

<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/5713579/KS-DY-09-001-EN.PDF/35c63f24-25fe-42a8-8ba3-8f4ff19ae3e9?version=1.0>

EUROSTAT (2018)

<https://ec.europa.eu/eurostat/web/environment/waste/main-tables>

EUROSTAT(2018a)

http://ec.europa.eu/environment/legal/law/press_en.htm

EUROSTAT (2018b)

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Waste_statistics/el

EUROBAROMETER, (2014).

Attitudes of Europeans towards Waste Management and Resource Efficiency. Europe, Eurobarometer.

EUROBAROMETER, (2011).

Attitudes of Europeans towards resource efficiency, Europe, Eurobarometer.

European Commission, (2018).

[https://ec.europa.eu/jrc/en/news/eu-households-waste-over-17-billion-kg-fresh-fruit-and-vegetables-year\(2018\)](https://ec.europa.eu/jrc/en/news/eu-households-waste-over-17-billion-kg-fresh-fruit-and-vegetables-year(2018))

FAO,(2019),

<http://www.fao.org/save-food/resources/keyfindings/en/> Τελευταία επίσκεψη στις 14/5/2019

FOOD SAFETY GOV., (2019),

- https://www.facebook.com/pg/FoodSafety.gov/photos/?ref=page_internal
- Fusions, (2016)
- <http://www.eu-fusions.org/phocadownload/Publications/Estimates%20of%20European%20food%20waste%20levels.pdf>
- Lohas (2019), What is LOHAS?.
- <http://www.lohas.com.au/what-lohas>
- Loughborough (2013)
- [https://www.lboro.ac.uk/media/wwwlboroacuk/content/sustainability/downloads/3.6.58.%20European%20Waste%20Catalogue%20\(EWC\)%20Codes.pdf](https://www.lboro.ac.uk/media/wwwlboroacuk/content/sustainability/downloads/3.6.58.%20European%20Waste%20Catalogue%20(EWC)%20Codes.pdf)
- Schwartz Ariel (2013),
- [5 Lessons From The Companies Making Sustainability More Profitable Than Ever](#), Fast Company.Co Exist
- Wikipedia (2019), Lohas,
- <https://en.wikipedia.org/wiki/LOHAS>
- Wikipedia (2019a), Maslow's hierarchy of needs
- https://en.wikipedia.org/wiki/Maslow%27s_hierarchy_of_needs

Πηγές για το ερωτηματολόγιο

- Domestic Food Waste, Shift design (2014) https://shiftdesign.org/content/uploads/2014/09/Shift_Food-Waste-inisghts.pdf
- Food Waste Prevention: A multilateral challenge and the Greek reality (2014)

ΦΕΚ

- Αρ. φύλλου 160, 16/10/1986 άρθρο 2, παράγραφος 11.