

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: «ΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: «Μεταβολές καταναλωτικών διατροφικών προτύπων σε
περιόδους οικονομικής κρίσης»**

Φοιτήτρια: Μπελεσιώτη Κωνσταντίνα

A.M.: 29302

Επιβλέπων: Γ. Χονδρογιάννης, Καθηγητής

Μέλη της επιτροπής: Ε. Σαρδιανού, Λέκτορας

Α. Σαΐτη, Αναπλ. Καθηγήτρια

ΑΘΗΝΑ, 2012

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ABSTRACT	6

Α ΜΕΡΟΣ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
----------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ	11
---	----

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ	19
3.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ευρώπη	20
3.2 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ασία.....	49
3.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Αμερική.....	58
3.4 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Αυστραλία.....	75

Β ΜΕΡΟΣ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	84
---	----

4.1 Η μεθοδολογία της έρευνας.....	84
4.2 Το προφίλ του δείγματος των καταναλωτών που έχουν μεταβάλλει τα καταναλωτικά διατροφικά τους πρότυπα σε περίοδο οικονομικής κρίσης.....	86

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ	117
5.1 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης.....	117
5.2 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού.....	124
5.3 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εκτός σπιτιού	131
5.4 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φρούτα	137

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	143
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	147

Τ ΜΕΡΟΣ: ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας.....	153
Παράρτημα 2: Κωδικοποίηση των μεταβλητών του ερωτηματολογίου	163
Παράρτημα 3: Πίνακες περιγραφικών στατιστικών	172
Παράρτημα 4: Πίνακες κατανομής συχνοτήτων.....	177

ΑΝΤΙ ΠΡΟΛΟΓΟΥ

Το θέμα της διπλωματικής μου εργασίας προκάλεσε ιδιαίτερο ενδιαφέρον, τόσο σε εμένα, όσο και στους καταναλωτές στους οποίους διανεμήθηκε το ερωτηματολόγιο της συγκεκριμένης διπλωματικής εργασίας, μιας και η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά όλων μας.

Ολοκληρώνοντας, λοιπόν, την συγγραφή της διπλωματικής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους βοήθησαν στην εκπόνησή της. Τις θερμές μου ευχαριστίες απευθύνω στον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Χονδρογιάννη Γ. για την πολύτιμη βοήθειά του και τη σωστή καθοδήγηση που μου υπέδειξε στη διάρκεια της μελέτης αυτής. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω την κ. Σαρδιανού Ε. για τις χρήσιμες παρατηρήσεις και συμβουλές της, καθώς και την κ. Σαΐτη Α. για την υποστήριξή της. Θα ήθελα, ακόμη, να ευχαριστήσω θερμά την υποψήφια διδάκτωρ κ. Μπάρδα Κ. για την πολύτιμη βοήθεια, καθοδήγηση, συμπαράσταση, υποστήριξη που μου υπέδειξε σε όλη τη διάρκεια της διπλωματικής μου εργασίας.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, Θανάση και Ελένη, και την αδερφή μου, Έλλη, για την υπομονή, συμπαράσταση και κατανόηση που έδειξαν κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής μου μελέτης, καθώς και σε όλη τη διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η μείωση του εισοδήματος και η άνοδος των τιμών έχει οδηγήσει σε μείωση της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτή και των νοικοκυριών, θέτοντας σε προτεραιότητά τους την κάλυψη των βασικών τους αναγκών και την επιβίωσή τους.

Άμεση συνέπεια της οικονομικής κρίσης ήταν η μεταβολή των καταναλωτικών διατροφικών προτύπων. Στόχος της διπλωματικής μελέτης ήταν η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν και μεταβάλλουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα σε περίοδο οικονομικής κρίσης καθώς και η διαμόρφωση του προφίλ των καταναλωτών που έχουν μεταβάλλει τα καταναλωτικά διατροφικά τους πρότυπα σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Για την επίτευξη αυτού του στόχου πραγματοποιήθηκε έρευνα με διανομή ερωτηματολογίων σε 400 καταναλωτές της Αττικής. Από την οικονομετρική ανάλυση προέκυψε ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι κυρίως τα δημογραφικά στοιχεία του καταναλωτή όπως το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή απασχόληση, το μορφωτικό επίπεδο, η ιδιοκτησία της κατοικίας, το προάστιο διαμονής. Επιπλέον παράγοντες είναι η επάρκεια του εισοδήματος για την κάλυψη αναγκών, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για λαχανικά, κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα, η υγιεινή διατροφή, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης για γλυκά, αλκοολούχα ποτά, κρέας, η μη αγορά πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής καθώς και η χρήση λίστας αγορών.

Λέξεις κλειδιά: καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά, οικονομική κρίση, μεταβολή διατροφικής δαπάνης, δειγματοληπτική έρευνα, οικονομετρική ανάλυση

ABSTRACT

The reduction in income and the increase in food prices resulted in a reduction of consumers' and households' purchasing power. Hence, the economic crisis has led consumers to give priority to their basic needs and living and change their dietary patterns. The aim of this study was the investigation of the main determinants of changes in dietary patterns of Greek consumers in times of economic crisis. A survey was conducted in order to collect the primary data source for the study. Questionnaires were administered to 400 consumers and econometric analysis was employed. Empirical results suggested that demographic, socioeconomic and consumer variables are statistic significant factors of Greek consumers' dietary patterns.

Keywords: Greek consumer, economic crisis, change in consumer dietary patterns, econometric analysis

Α ΜΕΡΟΣ

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η μεταβολή των οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών αποτελεί κύριο χαρακτηριστικό της σημερινής εποχής. Η μείωση του εισοδήματος και η άνοδος των τιμών έχει οδηγήσει σε μείωση της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτή και των νοικοκυριών, θέτοντας σε προτεραιότητά τους την κάλυψη των βασικών τους αναγκών και την επιβίωσή τους.

Πιο συγκεκριμένα, η συνεχής ανοδική πορεία του ελλείμματος της ελληνικής οικονομίας οδήγησε τους πιστωτές της Ελλάδας στη λήψη μιας σειράς μέτρων που αφορούσαν στην εισοδηματική και φορολογική πολιτική της χώρας. Τα μέτρα αυτά περιλάμβαναν την άνοδο των τιμών των αγαθών και των τροφίμων και τη μείωση των εισοδημάτων των καταναλωτών, τα οποία με τη σειρά τους επηρέασαν τη συμπεριφορά των καταναλωτών γενικότερα, καθώς και τη διατροφική καταναλωτική συμπεριφορά ειδικότερα.

Αποτέλεσμα ήταν οι Έλληνες καταναλωτές να στραφούν στην κατανάλωση ειδών διατροφής παρά στην κατανάλωση διαρκών αγαθών και στην κάλυψη της ανάγκης τους για ένδυση και υπόδηση, σύμφωνα και με στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας.

Η αλλαγή της στάσης των καταναλωτών στη σύγχρονη οικονομική κρίση είχε ως άμεση συνέπεια τη μεταβολή των καταναλωτικών διατροφικών τους προτύπων καθώς και της καταναλωτικής διατροφικής τους συμπεριφοράς. Παρατηρείται, λοιπόν, μεταβολή στις διατροφικές δαπάνες των καταναλωτών και πιο συγκεκριμένα, μεταβολή στη συνολική δαπάνης τους για φαγητό, εντός και εκτός σπιτιού, μείωση της κατανάλωσής τους σε πολλές, ταυτόχρονα, κατηγορίες τροφίμων καθώς και μεταβολή στα κριτήρια και πρακτικές σύμφωνα με τα οποία επιλέγουν τα τρόφιμα που καταναλώνουν και τα καταστήματα από τα οποία αγοράζουν/ καταναλώνουν τα τρόφιμα/ γεύματά τους.

Το ενδιαφέρον μου, λοιπόν, να μελετήσω το πώς μεταβλήθηκαν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα σε περίοδο οικονομικής κρίσης, ποιοι παράγοντες ώθησαν στη μεταβολή αυτή, καθώς και το πώς διαμορφώθηκε η καταναλωτική

διατροφική συμπεριφορά σε περίοδο οικονομικής κρίσης αποτέλεσε και το κίνητρο για την εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να παρουσιάσει την υπάρχουσα κατάσταση στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες σχετικά με τη μεταβολή των καταναλωτικών διατροφικών προτύπων σε περίοδο οικονομικής κρίσης, καθώς και να διερευνήσει τους παράγοντες που έχουν επηρεάσει και μεταβάλλει τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ελλάδα σε περίοδο οικονομικής κρίσης και πιο συγκεκριμένα, στην περιοχή της Αττικής.

Στόχος, επίσης, της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εξετάσει, με τη βοήθεια της δειγματοληπτικής έρευνας, ποιες είναι οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, ποια είναι η δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού, ποια είναι τα κριτήρια με τα οποία επιλέγουν τα τρόφιμα που καταναλώνουν καθώς και η γενικότερη καταναλωτική τους διατροφική συμπεριφορά σε περίοδο οικονομικής κρίσης έτσι ώστε να διερευνηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν και μεταβάλλουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Αττική σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

Η διπλωματική εργασία αποτελείται από τρία μέρη, τη θεωρητική προσέγγιση, την εμπειρική μελέτη και τα παραρτήματα. Όσον αφορά στη θεωρητική προσέγγιση, αυτή αποτελείται από τρία κεφάλαια. Το 1^ο κεφάλαιο περιλαμβάνει την εισαγωγή της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Το 2^ο κεφάλαιο περιγράφει την υπάρχουσα κατάσταση στην Ελλάδα σχετικά με τη μεταβολή των καταναλωτικών διατροφικών προτύπων σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Το 3^ο κεφάλαιο παρουσιάζει προηγούμενες εμπειρικές μελέτες σχετικά με τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα των υπόλοιπων χωρών και τη μεταβολή τους σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Παράλληλα, καταγράφονται και οι παράγοντες από τους οποίους επηρεάζονται τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα αυτών των χωρών.

Το δεύτερο μέρος της παρούσας διπλωματικής εργασίας περιλαμβάνει την εμπειρική μελέτη, για την επίτευξη της οποίας διανεμήθηκαν 400 ερωτηματολόγια με σκοπό να εξεταστούν ποιοι παράγοντες επηρεάζουν και μεταβάλλουν την καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά των καταναλωτών. Οι παράγοντες οι οποίοι εξετάστηκαν αφορούσαν στα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων, στις διατροφικές συνήθειές τους, στη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού, στα κριτήρια με τα οποία επιλέγουν τα τρόφιμα που καταναλώνουν καθώς και στη

γενικότερη καταναλωτική τους διατροφική συμπεριφορά σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

Η εμπειρική μελέτη αποτελείται από τρία κεφάλαια. Το 4^ο κεφάλαιο, λοιπόν, παρουσιάζει τη μεθοδολογία της δειγματοληπτικής έρευνας καθώς και τα αποτελέσματα της στατιστική ανάλυσης της δειγματοληπτικής έρευνας.

Το 5^ο κεφάλαιο παρουσιάζει την εκτίμηση τεσσάρων υποδειγμάτων παλινδρόμησης: για τη μείωση της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης, για τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού, για τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εκτός σπιτιού και για τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη των καταναλωτών για φρούτα.

Το 6^ο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζει τα κυριότερα συμπεράσματα που απορρέουν από τη διεξαγωγή της έρευνας, ενώ, παράλληλα, γίνεται σύγκρισή τους με αυτά της διεθνής βιβλιογραφίας.

Τέλος, στο τρίτο μέρος ακολουθεί το Παράρτημα με το ερωτηματολόγιο, την κωδικοποίηση, τον πίνακα περιγραφικών στατιστικών, τους πίνακες κατανομής συχνοτήτων για όλες τις μεταβλητές του δείγματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Η πραγματοποίηση πρόσφατων ερευνών σχετικά με την κατανάλωση και τη δαπάνη των νοικοκυριών της Ελλάδας για αγαθά και υπηρεσίες, μας παρέχουν μια ολοκληρωμένη εικόνα για τη διαμόρφωση των καταναλωτικών προτύπων και των συνθηκών διαβίωσης των ελληνικών νοικοκυριών.

Όσον αφορά στην περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στην Ελλάδα σχετικά με τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στη συγκεκριμένη μελέτη, χρησιμοποιούνται τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ), έτους 2009, καθώς και τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής Έρευνας Εισοδήματος και Συνθηκών διαβίωσης των Νοικοκυριών, έτους 2010.

Τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ), έτους 2009, δημοσιεύθηκαν σε δελτίο τύπου της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) στις 29/2/2012. Η Έρευνα διενεργήθηκε σε δείγμα ιδιωτικών νοικοκυριών όλων των περιοχών της χώρας συγκεντρώνοντας πληροφορίες για τη σύνθεσή τους, την απασχόληση των μελών τους, τις συνθήκες στέγασης και, κυρίως, για τις δαπάνες διαβίωσής τους, καθώς και για τα εισοδήματά τους. Τα στοιχεία που προκύπτουν είναι πλήρως εναρμονισμένα με τα στοιχεία των ερευνών των Οικογενειακών Προϋπολογισμών των άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Βασικός στόχος της έρευνας είναι η αναθεώρηση του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή που καταρτίζεται από την ΕΛΣΤΑΤ. Μέσω της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ), έτους 2009, προκύπτουν αποτελέσματα σχετικά με α) τη συνολική ιδιωτική κατανάλωση, β) το ύψος και τη διάρθρωση των δαπανών των νοικοκυριών σε σχέση με το εισόδημά τους, καθώς και τα άλλα οικονομικά, κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, γ) τις μεταβολές του επιπέδου διαβίωσης των νοικοκυριών σε σχέση με τις προηγούμενες έρευνες, δ) τις αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες των νοικοκυριών της χώρας, ε) τη σχέση μεταξύ των αγορών και των σε είδος απολαβών των νοικοκυριών, των ορίων χαμηλού

εισοδήματος κατά διάφορες κοινωνικοοικονομικές κατηγορίες και ομάδες του πληθυσμού.

Παρακάτω παρατίθενται αποτελέσματα της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ), έτους 2009, που αφορούν κυρίως στη διατροφή.

- ✓ Η μεγαλύτερη μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών παρατηρείται σε είδη διατροφής και ακολουθούν οι δαπάνες για μεταφορές, στέγαση, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφενεία κλπ. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, παρά τα διαφορετικά πρότυπα κατανάλωσης που παρατηρούνται ανάλογα με τον τύπο νοικοκυριού, η μεγαλύτερη δαπάνη για όλους τους τύπους νοικοκυριών παρατηρείται στα είδη διατροφής, με εξαίρεση τα μονογονεϊκά νοικοκυριά με ένα ή περισσότερα παιδιά ηλικίας μέχρι 16 ετών.
- ✓ Η μέση μηνιαία δαπάνη των φτωχών νοικοκυριών εκτιμάται στο 32,6% των δαπανών των μη φτωχών νοικοκυριών. Τα φτωχά νοικοκυριά δαπανούν το 36,8% του μέσου προϋπολογισμού τους σε είδη διατροφής, ενώ τα μη φτωχά το 17,2% (Πίνακας 2.1).

Πίνακας 2.1: Μέση μηνιαία δαπάνη (αγορές) για αγαθά και υπηρεσίες ΕΟΠ 2009

Αγαθά και υπηρεσίες	Μη φτωχός πληθυσμός		Φτωχός πληθυσμός		Φτωχός/ μη φτωχός Μεταβολή %
	Αξία σε ευρώ	%	Αξία σε ευρώ	%	
Σύνολο	1.343,51	100,0	437,65	100,0	32,6
Είδη διατροφής	231,56	17,2	161,13	36,8	69,6
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	43,56	3,2	16,86	3,9	38,7
Είδη ένδυσης και υπόδησης	108,27	8,1	19,14	4,4	17,7
Στέγαση	380,37	28,3	252,48	57,7	66,4
Διαρκή αγαθά οικιακής χρήσης	94,57	7,0	23,29	5,3	24,6
Υγεία	89,23	6,6	51,49	11,8	57,7
Μεταφορές	181,52	13,5	26,64	6,1	14,7
Επικοινωνίες	57,35	4,3	23,92	5,5	41,7
Αναψυχή και πολιτισμός	66,38	4,9	10,42	2,4	15,7
Εκπαίδευση	38,66	2,9	4,47	1,0	11,6
Ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια	164,15	12,2	45,33	10,4	27,6
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	145,09	10,8	21,18	4,8	14,6

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΕΟΠ 2009

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) του 2009 συγκριτικά με τα αποτελέσματα της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ) του 2008 καθώς και με έρευνες προηγούμενων ετών προκύπτουν τα ακόλουθα:

Χρονική περίοδος 2008 – 2009

- ✓ Η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για το 2009 μειώνεται και ανέρχεται στα 2.065,18 ευρώ (μείωση 2,5% σε σύγκριση με το 2008), (Πίνακας 2.2).
- ✓ Το σχετικά μεγαλύτερο μερίδιο των δαπανών του μέσου προϋπολογισμού των νοικοκυριών για το 2009 αφορά στα είδη διατροφής (17,3%) ακολουθώντας οι μεταφορές (13,3%) και η στέγαση (11,2%), ενώ οι υπηρεσίες της εκπαίδευσης καταλαμβάνουν το μικρότερο μερίδιο των δαπανών (3,2%), (Πίνακας 2.2).

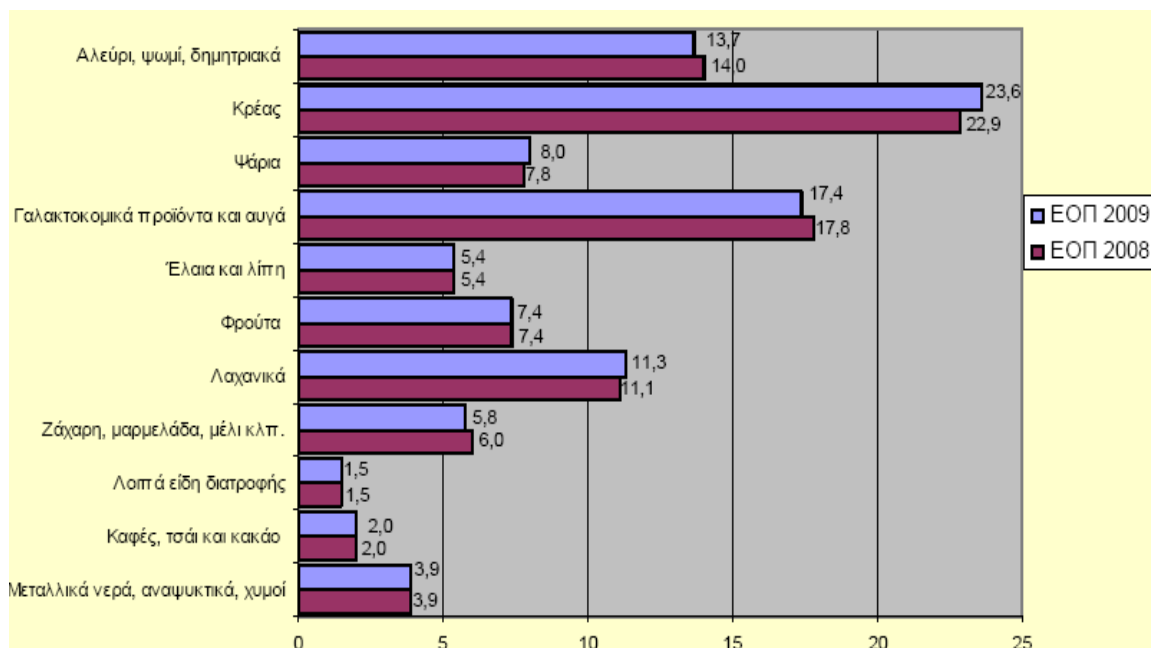
Πίνακας 2.2: Μέσος όρος μηνιαίας δαπάνης (αγορές) για αγαθά και υπηρεσίες, ΕΟΠ 2009-ΕΟΠ 2008

Αγαθά και υπηρεσίες	ΕΟΠ 2009		ΕΟΠ 2008		ΕΟΠ 2009/2008
	Αξία σε ευρώ	Κατανομή %	Αξία σε ευρώ	Κατανομή %	Μεταβολή %
Σύνολο	2065,18	100,0	2.117,67	100,0	-2,5
Είδη διατροφής	356,60	17,3	347,40	16,4	2,6
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	68,63	3,3	68,39	3,2	0,4
Είδη ένδυσης και υπόδησης	162,84	7,9	174,24	8,2	-6,5
Στέγαση	232,18	11,2	249,55	11,8	-7,0
Διαρκή αγαθά	138,80	6,7	149,45	7,1	-7,1
Υγεία	134,27	6,5	142,10	6,7	-5,5
Μεταφορές	274,37	13,3	283,36	13,4	-3,2
Επικοινωνίες	89,63	4,3	94,04	4,4	-4,7
Αναψυχή και πολιτισμός	100,17	4,9	102,05	4,8	-1,8
Εκπαίδευση	66,80	3,2	64,82	3,1	3,1
Ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια	228,18	11,0	229,79	10,9	-0,7
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	212,70	10,3	212,48	10,0	0,1

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΕΟΠ 2009-ΕΟΠ 2008

- ✓ Το καταναλωτικό πρότυπο μεταβάλλεται και, ειδικότερα, παρατηρείται σημαντική μετατόπιση των δαπανών για το 2009 που αφορούν διαρκή καταναλωτικά αγαθά, στέγαση, ένδυση – υπόδυση, υγεία, μεταφορές, ξενοδοχεία, καφεενεία και εστιατόρια, αναψυχή – πολιτισμό, προς τις δαπάνες που αφορούν στη διατροφή, τα οινοπνευματώδη ποτά και την εκπαίδευση.
- ✓ Το 2009 μειώνεται η ποσοστιαία κατανομή της δαπάνης για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά (-0,4%), αλεύρι, ψωμί, δημητριακά (-0,3%) και ζάχαρη, μαρμελάδα, μέλι, γλυκά και ζαχαρωτά (-0,2%), ενώ αυξάνεται για κρέας (0,7%), ψάρια (0,2%) και λαχανικά (0,2%), (Γράφημα 2.1).

Γράφημα 2.1: Ποσοστιαία κατανομή για είδη διατροφής: ΕΟΠ 2009 και 2008



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΕΟΠ 2009-ΕΟΠ 2008

- ✓ Οι μηνιαίες ποσότητες ειδών διατροφής παρουσιάζουν ανοδική τάση για το 2009, με εξαίρεση αυτές που αφορούν σε είδη αρτοποιίας (-3,5%), τσιγάρα (-7,7%) και οиноπνευματώδη ποτά (-0,5%), και οι οποίες παρουσιάζουν μείωση. Η μεγαλύτερη αύξηση καταγράφεται, στα αυγά (15,4%), στο γιαούρτι (12,3%), στο ρύζι (7,7%), στα ψάρια (6,7%) και στο ελαιόλαδο (6,2%). Ακολουθούν τα φρούτα νωπά, συντηρημένα και ξηροί καρποί (5,7%), τα λαχανικά νωπά συντηρημένα και όσπρια (4,9%), το γάλα (4,5%), το κρέας (3,7%) και τα ζυμαρικά (2,3%), (Πίνακας 2.3).

Πίνακας 2.3: Μέση μηνιαία κατανάλωση σε ποσότητα: ΕΟΠ 2009 και 2008

Είδος	Μονάδα μέτρησης	ΕΟΠ 2009	ΕΟΠ 2008	Διαφορά ποσότητας	Μεταβολή %
Ρύζι	Γραμμάρια	1.250,59	1.161,62	88,97	7,7
Ψωμί και είδη αρτοποιίας	Γραμμάρια	11.019,97	11.421,90	-401,93	-3,5
Ζυμαρικά	Γραμμάρια	2.498,14	2.441,44	56,70	2,3
Κρέας	Γραμμάρια	12.006,94	11.578,18	428,76	3,7
Ψάρια	Γραμμάρια	3.550,60	3.326,87	223,73	6,7
Γάλα	Χιλιοστόλιτρα	13.530,99	12.951,34	579,65	4,5
Αυγά	Τεμάχια	15	13	2	15,4
Γιαούρτι	Γραμμάρια	1.831,54	1.630,53	201,01	12,3
Τυρί	Γραμμάρια	3.600,99	3.519,14	81,85	2,3
Φρούτα νωπά, συντηρημένα και ξηροί καρποί	Γραμμάρια	20.172,31	19.088,58	1.083,73	5,7
Λαχανικά νωπά, συντηρημένα και όσπρια	Γραμμάρια	30.203,96	28.779,21	1.424,75	5,0
Ελαιόλαδο	Χιλιοστόλιτρα	3.244,1	3.053,37	190,73	6,2
Τσιγάρα	Τεμάχια	372	403	-31	-7,7
Οινοπνευματώδη ποτά	Χιλιοστόλιτρα	3.911,56	3.931,48	-19,92	-0,5

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΕΟΠ 2009-ΕΟΠ 2008

Χρονική περίοδος 1994 – 2009

- ✓ Αυξάνεται η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών από € 1.554,14 (1994 σε σταθερές τιμές 2009) σε € 2.065,18 (2009).
- ✓ Το σχετικά μεγαλύτερο μέρος των δαπανών αφορά σε είδη διατροφής (17,3%) και ακολουθούν οι δαπάνες για μεταφορές και στέγαση.
- ✓ Αυξάνονται συνεχώς οι δαπάνες για ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια (7,5% το 1994 και 11,0% το 2009) ενώ μειώνονται οι δαπάνες για είδη ένδυσης και υπόδησης (10,6% το 1994 και 7,9% το 2009) και για διαρκή αγαθά (8,3% το 1994 και 6,7% το 2009). Παράλληλα, οι δαπάνες που αφορούν στα οινοπνευματώδη ποτά και καπνό παρουσιάζουν σταθερότητα στην περίοδο 1994 – 2009 (Πίνακας 3.4).

**Πίνακας 3.4: Μέσος όρος μηνιαίας δαπάνης (αγορές) για αγαθά και υπηρεσίες:
ΕΟΠ 2009 – 1993/94**

Αγαθά και υπηρεσίες	ΕΟΠ 2009		ΕΟΠ 2008		ΕΟΠ 2004/05		ΕΟΠ 1998/99		ΕΟΠ 1993/94	
	Αξία σε ευρώ	%	Αξία σε ευρώ	%	Αξία σε ευρώ	%	Αξία σε ευρώ	%	Αξία σε ευρώ	%
Σύνολο	2.065,18	100,0	2.117,67	100,0	1.792,28	100,0	1.383,24	100,0	851,66	100,0
Είδη διατροφής	356,60	17,3	347,40	16,4	306,44	17,1	240,65	17,4	172,91	20,3
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	68,63	3,3	68,39	3,2	71,52	4,0	50,59	3,7	30,74	3,6
Είδη ένδυσης και υπόδησης	162,84	7,9	174,24	8,2	150,15	8,4	128,94	9,3	90,46	10,6
Στέγαση	232,18	11,2	249,55	11,8	191,6	10,7	139,72	10,1	100,95	11,9
Διαρκή αγαθά	138,80	6,7	149,45	7,1	134,49	7,5	112,47	8,1	71,05	8,3
Υγεία	134,27	6,5	142,10	6,7	128,17	7,2	94,30	6,8	48,23	5,7
Μεταφορές	274,37	13,3	283,36	13,4	225,83	12,6	168,40	12,2	110,52	13,0
Επικοινωνίες	89,63	4,3	94,04	4,4	80,95	4,5	48,87	3,5	15,04	1,8
Αναψυχή και πολιτισμός	100,17	4,9	102,05	4,8	90,11	5,0	68,01	4,9	34,10	4,0
Εκπαίδευση	66,80	3,2	64,82	3,1	51,34	2,9	38,68	2,8	20,78	2,4
Ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια	228,18	11,0	229,79	10,9	172,24	9,6	129,40	9,4	64,13	7,5
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	212,70	10,3	212,48	10,0	189,42	10,6	163,20	11,8	92,76	10,9

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, ΕΟΠ 2009— 1993/94

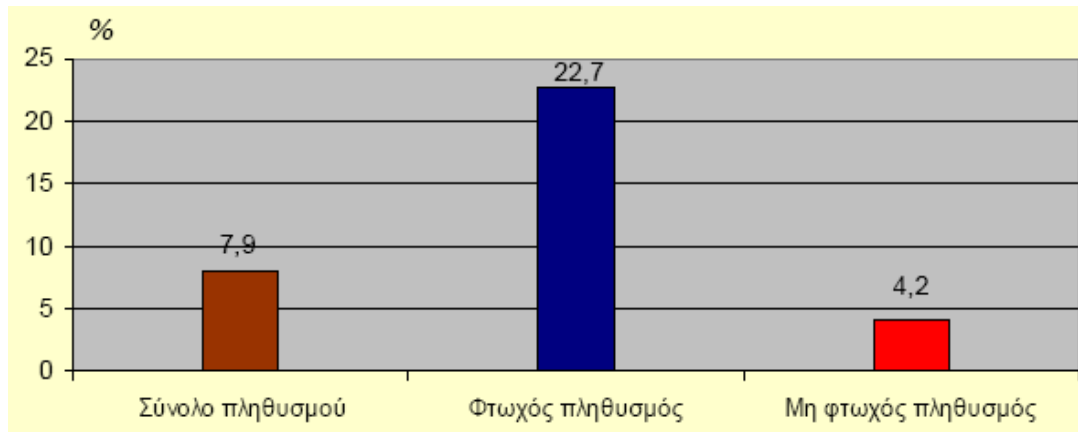
Όσον αφορά στα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής Έρευνας Εισοδήματος και Συνθηκών διαβίωσης των Νοικοκυριών, έτους 2010, δημοσιεύθηκαν σε δελτίο τύπου της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) στις 3/1/2012. Η Έρευνα διενεργήθηκε σε δείγμα ιδιωτικών νοικοκυριών όλων των περιοχών της χώρας συγκεντρώνοντας πληροφορίες για τη σύνθεσή τους, την απασχόληση των μελών τους, τις συνθήκες στέγασης και, κυρίως, για τις δαπάνες διαβίωσής τους, καθώς και για τα εισοδήματά τους. Τα στοιχεία που προκύπτουν είναι πλήρως εναρμονισμένα με τα στοιχεία των ερευνών των Εισοδημάτων και Συνθηκών διαβίωσης των Νοικοκυριών των άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Βασικός στόχος της έρευνας είναι η μελέτη, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, των συνθηκών διαβίωσης των νοικοκυριών σε σχέση, κυρίως, με το εισόδημά τους. Μέσω της Έρευνας Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των Νοικοκυριών έτους 2010, προκύπτουν αποτελέσματα σχετικά με την κατανομή του εισοδήματος, της φτώχειας και τον κοινωνικό αποκλεισμό των νοικοκυριών.

Τα αποτελέσματα της Έρευνας Εισοδήματος και Συνθηκών διαβίωσης των Νοικοκυριών, έτους 2010, ακολουθούν παρακάτω:

- ✓ Σύμφωνα με τους δείκτες των συνθηκών διαβίωσης του πληθυσμού της χώρας, προκύπτει ότι η στέρηση βασικών αγαθών και υπηρεσιών (δυσκολία ικανοποίησης βασικών αναγκών, ανεπαρκείς συνθήκες στέγασης, επιβάρυνση από τις δαπάνες στέγασης, αδυναμία αποπληρωμής δανείων ή αγορών με δόσεις, δυσκολίες στην πληρωμή πάγιων λογαριασμών, δυσκολία αντιμετώπισης των συνήθων αναγκών, ποιότητα ζωής) δεν αφορά μόνο το φτωχό πληθυσμό αλλά και μέρος του μη φτωχού πληθυσμού.
- ✓ Το 22,7% του φτωχού πληθυσμού δηλώνει ότι στερείται διατροφής που περιλαμβάνει κάθε δεύτερη ημέρα κοτόπουλο, κρέας, ψάρι ή λαχανικά ίσης θρεπτικής αξίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό του μη φτωχού πληθυσμού εκτιμάται σε 4,2% (Γράφημα 2.2).

Γράφημα 2.2: Οικονομική αδυναμία για διατροφή που να περιλαμβάνει κάθε δεύτερη ημέρα κρέας, κοτόπουλο, ψάρι ή λαχανικά ίσης θρεπτικής αξίας



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών διαβίωσης των Νοικοκυριών έτους 2010

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ

Σημαντικές οικονομικές μεταβολές που πραγματοποιούνται στην εποχή μας σε πολλές χώρες έχουν προωθήσει αλλαγές στη διαθεσιμότητα και κατανάλωση διαφορετικών τύπων τροφίμων των νοικοκυριών και επομένως, αλλαγές στην καταναλωτική διατροφική τους συμπεριφορά. Αντίστοιχες αλλαγές έχουν πραγματοποιηθεί και στην Ελλάδα λόγω της οικονομικής κρίσης που η χώρα διανύει, δηλαδή λόγω της ανόδου των τιμών των τροφίμων και της μείωσης των εισοδημάτων των ελληνικών νοικοκυριών.

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι να εξετάσει πώς οι οικονομικές αυτές μεταβολές, η άνοδος των τιμών των τροφίμων και η μείωση των εισοδημάτων των καταναλωτών, έχουν επηρεάσει και αλλάξει τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα στην περιοχή της Αττικής.

Πολλές έρευνες σε διάφορες χώρες μέχρι στιγμής έχουν εστιάσει στην εξέταση της επίδρασης ενός συνόλου παραγόντων στη διατροφή των καταναλωτών και των νοικοκυριών. Η πλειοψηφία των ερευνών αυτών εστιάζει σε μια ποικιλία κοινωνικοοικονομικών και δημογραφικών παραγόντων η οποία φαίνεται να έχει σημαντική επίδραση στις διατροφικές επιλογές των καταναλωτών και στα διατροφικά τους πρότυπα.

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση της μελέτης αυτής, οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διατροφική δαπάνη των καταναλωτών και την καταναλωτική διατροφική τους συμπεριφορά είναι οι παρακάτω: φύλο, εισόδημα (ετήσιο, μηνιαίο), ηλικία, φυλή/ εθνικότητα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση, επάγγελμα, μέγεθος και σύνθεση του νοικοκυριού. Πρόσθετοι προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης και δαπάνης για φαγητό είναι και η ύπαρξη και αριθμός παιδιών στο νοικοκυριό, η ύπαρξη δυο ή περισσότερων εισοδημάτων, οι δαπάνες για στέγαση και για υγεία, ο τομέας εργασιακής απασχόλησης (κατασκευαστικός, τομέας υπηρεσιών, βιομηχανικός, αγροτικός), το ωράριο εργασιακής απασχόλησης, η ιδιοκτησία της κατοικίας του νοικοκυριού, η περιοχή διαμονής του νοικοκυριού (αστική/ αγροτική) και η κοινωνικοοικονομική κατάσταση της περιοχής διαμονής.

Επιπλέον προσδιοριστικοί παράγοντες της κατανάλωσης και δαπάνης για φαγητό είναι: η προτίμηση της αγοράς λαχανικών από τη λαϊκή αγορά, η αντίληψη των καταναλωτών για την ακρίβεια των λαχανικών, η κατανάλωση μεμονωμένων τροφίμων-ποτών (π.χ. φρούτων, θαλασσινών, κρέατος, ελαιολάδου, λαχανικών, γαλακτοκομικών, καφέ, γλυκών, αλκοόλ), η κατανάλωση θρεπτικών συστατικών (βιταμίνες, φυτικές ίνες κ.ά.), η τιμή των τροφίμων, ο τύπος τροφίμου/ γεύματος (π.χ. φρέσκα τρόφιμα, τρόφιμα πολυτελείας κ.ά.), οι αλλαγές στο πραγματικό και αναμενόμενο εισόδημα, οι προσδοκίες εισοδήματος, οι αλλαγές στις τιμές των τροφίμων, η επιβολή φορολογικών μεταρρυθμίσεων και η συναισθηματική απόκριση των καταναλωτών απέναντι στην κρίση.

Παράλληλα, οι παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση και τη δαπάνη για διατροφή των καταναλωτών/ νοικοκυριών είναι και οι ακόλουθοι: η διατροφική γνώση, οι δεξιότητες στη μαγειρική, η αγάπη για τη φυσικότητα των τροφίμων, η άποψη του καταναλωτή ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά, το «εύκολο» φαγητό θεωρείται ακριβό, η φυσική προσπάθεια για μαγείρεμα, το κέρδος σε χρόνο, η πίεση χρόνου, το άγχος/ στρες, η κοινωνικότητα, η αποφυγή απόρριψης φαγητού, η αξία του χρήματος, η υγιεινή διατροφή, η περιεκτικότητα της διατροφής σε θρεπτικά συστατικά και σε ενέργεια, η δαπάνη για αγαθά και υπηρεσίες, η τήρηση διατροφικών συστάσεων, η χρονική διάρκεια της υγιεινής διατροφής, η συμμετοχή σε συσσίτιο, η ποικιλία τροφίμων, ο προγραμματισμός των γευμάτων, η καταναλωτική συμπεριφορά καθώς και η παροχή δωρεάν γευμάτων.

3.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ευρώπη

Η έρευνα των Nordstrom J. and L., Thunstrom (2011) μελετά την επίδραση των εισοδηματικά ουδέτερων φορολογικών μεταρρυθμίσεων στη βελτίωση της ποιότητας διατροφής και στην ενθάρρυνση κατανάλωσης υγιεινότερων προϊόντων σιταριού στο μέσο νοικοκυριό της Σουηδίας.

Μέσω της έρευνάς τους εκτιμήθηκε ένα σύστημα ζήτησης της κατανάλωσης σιταριού και στη συνέχεια εκτιμήθηκε η επίδραση τεσσάρων χρηματοδοτούμενων πολιτικών μεταρρυθμίσεων σε εισοδηματικές ομάδες με σκοπό να βελτιώσουν την

ποιότητα της δίαιτάς τους σε σιτάρι, να διπλασιάσουν δηλαδή την κατανάλωσή τους σε ψωμί και δημητριακά πρωινού, επιβεβαιώνοντας ότι η μισή κατανάλωση δημητριακών είναι ολικής αλέσεως.

Κατά τη διαμόρφωση ενός μοντέλου κατανάλωσης δημητριακών, θεωρήθηκε ότι τα νοικοκυριά κατανέμουν τα έξοδά τους σε τρεις κατηγορίες δημητριακών: προπαρασκευασμένα φαγητά, έτοιμα γεύματα και βασικά είδη διατροφής για μαγείρεμα, και έπειτα αποφασίζουν ποια προϊόντα των παραπάνω κατηγοριών θα αγοράσουν. Παρόλα αυτά, η συνολική κατανάλωση των νοικοκυριών σε δημητριακά δεν μπορεί να είναι γνωστή αφού προϊόντα δημητριακών καταναλώνονται και εκτός σπιτιού, όπως σε εστιατόρια, σχολείο κλπ.

Για τη διαμόρφωση της συνάρτησης ζήτησης των νοικοκυριών χρησιμοποιήθηκε η λειτουργική φόρμα των καταναλωτικών προτιμήσεων QUAIDS σύμφωνα με τους Deaton and Muellbauer's (1980), η οποία είναι βασισμένη στην σχετική κατανάλωση. Επίσης, χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο ζήτησης των Blundell et al. (1993) με εξαρτημένη μεταβλητή το μερίδιο του προϋπολογισμού ενός νοικοκυριού για ένα αγαθό-τρόφιμο.

Όσον αφορά στις φορολογικές μεταρρυθμίσεις, αυτές είναι οι παρακάτω:

α) (VAT) φορολόγηση: περιλαμβάνει επιδότηση των υγιεινών προϊόντων σήμανσης από τη σουηδική εθνική διοίκηση τροφίμων (SLV) καθώς και φόρο (VAT) σε ανθυγιεινά προϊόντα,

β) ειδικός φόρος κατανάλωσης: περιλαμβάνει επιδότηση στη περιεκτικότητα φυτικών ινών των δημητριακών και των προϊόντων του και φορολόγηση στη περιεκτικότητα πρόσθετης ζάχαρης ή κορεσμένων λιπαρών των δημητριακών και των προϊόντων του.

Οι φορολογικές μεταρρυθμίσεις αναλυτικότερα είναι οι εξής: 1) 0% φόρος σε ολικής αλέσεως ψωμί και δημητριακά πρωινού, 34,2% φόρος σε προϊόντα φούρνου και έτοιμα γεύματα και διατήρηση του φόρου στα υπόλοιπα προϊόντα σιταριού στο 10,71%, 2) 50% επιδότηση της τιμής των καταναλωτών του ολικής αλέσεως ψωμιού και δημητριακών πρωινού και 113% φόρο σε προϊόντα φούρνου και έτοιμα γεύματα και διατήρηση του φόρου στα υπόλοιπα προϊόντα σιταριού στα αρχικά του επίπεδα, 3) μεταρρύθμιση ειδικού φόρου κατανάλωσης περιλαμβάνοντας επιδότηση 0,046 SEK στην περιεκτικότητα γραμμαρίων φυτικών ινών ανά κιλού του προϊόντος και επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης 0,182 SEK σε γραμμάρια πρόσθετης ζάχαρης ανά κιλό του προϊόντος, και 4) μεταρρύθμιση ειδικού φόρου κατανάλωσης

περιλαμβάνοντας επιδότηση 0,046 SEK στην περιεκτικότητα γραμμαρίων φυτικών ινών ανά κιλό του προϊόντος και επιβολή ειδικού φόρου κατανάλωσης 0,325 SEK σε γραμμάρια κορεσμένου λίπους ανά κιλό του προϊόντος.

Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα από αγορές νοικοκυριών σε προϊόντα αρτοποιίας, ψωμιού, δημητριακών πρωινού, κατεψυγμένων και έτοιμων γευμάτων, ζυμαρικών, ρυζιού και αλευριού (τύπος, τιμή, μέγεθος των προϊόντων) του 2003 ιδιωτικής έρευνας αγοράς από τη GFK Σουηδίας, δεδομένα εξόδων των νοικοκυριών του 1996 για τον τύπο του ψωμιού που καταναλώνουν από τη στατιστική υπηρεσία της Σουηδίας (SCB) όπως και για το δείκτη τιμών του ψωμιού, καθώς και μια βάση δεδομένων της Σουηδικής Εθνικής Διοίκησης Τροφίμων (SLV) μέσω της οποίας έγινε αντιστοίχιση ανάμεσα στα παραπάνω προϊόντα των νοικοκυριών που αγοράστηκαν με τα θρεπτικά συστατικά που περιέχουν.

Το δείγμα της έρευνας της GFK της Σουηδίας αποτελούσε ένα σύνολο χιλίων εκατόν ενενήντα δυο νοικοκυριών με συγκεκριμένο εισόδημα, τα οποία χωρίστηκαν σε τέσσερις εισοδηματικές ομάδες ενώ το δείγμα της στατιστικής υπηρεσίας της Σουηδίας (SCB) αποτελούσε ένα σύνολο χιλίων εκατό τεσσάρων νοικοκυριών με δημογραφικά στοιχεία ίδια με αυτά των νοικοκυριών του GFK.

Σύμφωνα με την έρευνα, η κατανάλωση και δαπάνη των νοικοκυριών σε δημητριακά και προϊόντα τους εξαρτάται κυρίως από την τιμή τους, την επιβολή φορολογικών μεταρρυθμίσεων και το εισόδημα των νοικοκυριών. Όσον αφορά στην τιμή των δημητριακών και των προϊόντων τους, αυτή ήταν άμεσο αποτέλεσμα της επιβολής φορολογικών μεταρρυθμίσεων της Σουηδίας και οι οποίες οδήγησαν σε αύξηση της τιμής των προϊόντων αρτοποιίας και έτοιμων γευμάτων, τα οποία είναι πλούσια σε περιεκτικότητα λιπαρών, ζάχαρης και αλατιού, και σε μείωση της τιμής των δημητριακών και ψωμιού ολικής αλέσεως, τρόφιμα τα οποία περιέχουν μεγάλη ποσότητα φυτικών ινών και συνεπώς, συμβάλλουν στη βελτίωση της ποιότητας της διατροφής του νοικοκυριού. Επομένως, σκοπός της επιβολής των φορολογικών μεταρρυθμίσεων είναι η ενθάρρυνση κατανάλωσης πιο υγιεινών προϊόντων σιταριού καθώς και η βελτίωση της ποιότητας της διατροφής του νοικοκυριού.

Μέσα από την έρευνα γίνεται αντιληπτό ότι οι επιδράσεις στην υγεία των μελών του νοικοκυριού από την επιβολή των φορολογικών μεταρρυθμίσεων είναι δύσκολο να εκτιμηθούν. Όμως, οι συγκεκριμένες φορολογικές μεταρρυθμίσεις κατευθύνουν τους καταναλωτές στην κατανάλωση σιταριού σε πιο υγιεινά επίπεδα τελικά.

Συγκεκριμένα, τα υψηλόμισθα νοικοκυριά φαίνεται να πλεονεκτούν από πλευράς υγείας από την επιβολή και των δυο φορολογικών μεταρρυθμίσεων που αναφέρθηκαν παραπάνω, και από την μεταρρύθμιση ειδικού φόρου κατανάλωσης καθώς και από την φορολογική μεταρρύθμιση VAT.

Από πλευράς φορολογικής μεταρρύθμισης VAT, τα πιο υψηλόμισθα νοικοκυριά, όπως και όλα τα υπόλοιπα νοικοκυριά, αυξάνουν την κατανάλωσή τους σε φυτικές ίνες σε ποσοστό 38%, τόσο όσο είναι και η συνιστώμενη αύξηση της κατανάλωσης σε ένα μέσο νοικοκυριό. Παράλληλα, αυξάνεται και η πρόσληψη των ανθυγιεινών θρεπτικών συστατικών, παρατηρώντας τα πιο υψηλόμισθα νοικοκυριά να παρουσιάζουν τη μικρότερη αύξηση από όλα τα υπόλοιπα νοικοκυριά. Πρέπει να σημειωθεί ότι, ανεξαρτήτως εισοδήματος, όλα τα νοικοκυριά παρουσιάζουν περίπου τις ίδιες διατροφικές μεταβολές.

Από πλευράς μεταρρύθμισης ειδικού φόρου κατανάλωσης, η αύξηση της κατανάλωσης φυτικών ινών, καθώς και της πρόσληψης των ανθυγιεινών θρεπτικών συστατικών, είναι μικρότερη συγκριτικά με αυτή της φορολογικής μεταρρύθμισης VAT. Μάλιστα, η μεγαλύτερη αύξηση στην κατανάλωση φυτικών ινών (15-20%) και ανθυγιεινών θρεπτικών συστατικών σημειώνεται στα πιο χαμηλόμισθα νοικοκυριά, ενώ τα πιο υψηλόμισθα νοικοκυριά έχουν μικρότερη αύξηση στην κατανάλωση των παραπάνω θρεπτικών συστατικών. Συνεπώς, τα νοικοκυριά τα οποία πλεονεκτούν από πλευράς υγείας από την μεταρρύθμιση ειδικού φόρου κατανάλωσης είναι τα υψηλόμισθα.

Γενικότερα, η προσαρμογή στην κατανάλωση καθώς και η αλλαγή στην ποιότητα διατροφής, λόγω φορολογικών μεταρρυθμίσεων, είναι δύσκολο να προβλεφθεί μιας και εξαρτάται από ένα συνδυασμό τιμής και εισοδήματος.

Οι Barda C. and E., Sardianou (2010) έθεσαν ως σκοπό της έρευνάς τους τη σύνθεση του προφίλ των δραστήριων καταναλωτών στην Ελλάδα σε περίοδο πληθωρισμού-οικονομικής κρίσης λαμβάνοντας υπόψη τις μεταβολές στην κατανάλωση.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε νοικοκυριά της Αθήνας από το Σεπτέμβριο μέχρι το Νοέμβριο 2008. Για την έρευνα συμπληρώθηκαν διακόσια ερωτηματολόγια με επιτόπια συνέντευξη σε καταναλωτές. Συγκεκριμένα, ένας ενήλικας από κάθε νοικοκυριό (άνω των 18 ετών και εισοδηματίας) συμμετείχε στην έρευνα για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Η δειγματοληψία των νοικοκυριών έγινε τυχαία από πέντε αντιπροσωπευτικές περιοχές της Αθήνας. Οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν

για: φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση, μέγεθος νοικοκυριού, ύπαρξη παιδιών και αριθμό τους, μέσο μηνιαίο εισόδημα, μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό, εάν θεωρούν επαρκή το μισθό τους για την κάλυψη των διατροφικών τους αναγκών.

Από την έρευνα αυτή βρέθηκε ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη δαπάνη για τη διατροφή του καταναλωτή είναι οι παρακάτω: η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα, το μέγεθος της οικογένειας, η προτίμηση της αγοράς λαχανικών από τη λαϊκή αγορά και η αντίληψη για την ακρίβεια των λαχανικών.

Οι παραπάνω παράγοντες συσχετίζονται θετικά με τη καταναλωτική διατροφική δαπάνη. Συγκεκριμένα, προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα: όσο μεγαλύτερος σε ηλικία είναι ένας καταναλωτής, τόσο υψηλότερες είναι οι δαπάνες του για φαγητό, οι γυναίκες ξοδεύουν περισσότερα για φαγητό από ότι οι άνδρες, μια αύξηση στο εισόδημα του καταναλωτή θα οδηγήσει σε αύξηση στην κατανάλωση του φαγητού. Επιπλέον, όσο περισσότερα είναι τα μέλη ενός νοικοκυριού, τόσο μεγαλύτερη είναι η κατανάλωση φαγητού. Επίσης, η αγορά φρούτων και λαχανικών από τη λαϊκή αυξάνει τις δαπάνες για φαγητό και τα έξοδα για φαγητό αυξάνονται καθώς αυξάνονται οι τιμές των λαχανικών.

Όσον αφορά στη μείωση της κατανάλωσης των παρακάτω τροφίμων, ποτών, συνηθειών, όπως φρούτων, θαλασσινών, κρέατος, ελαιολάδου, λαχανικών, γαλακτοκομικών, καφέ, γλυκών, αλκοόλ και καπνίσματος, βρέθηκε ότι η τιμή τους παίζει καθοριστικό ρόλο. Συγκεκριμένα, μια αύξηση της τιμής στα φρούτα, θαλασσινά, κρέας, ελαιόλαδο, λαχανικά, γαλακτοκομικά, καφέ, γλυκά, αλκοόλ και τσιγάρο, θα έχει αποτέλεσμα τη μείωση της κατανάλωσής τους. Αντίθετα, μια αύξηση της τιμής του ψωμιού είναι ελάχιστα πιθανό να έχει ως αποτέλεσμα μια μείωση στην κατανάλωση του ψωμιού.

Παράλληλα, οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν τη δαπάνη για διασκέδαση σε περίοδο πληθωρισμού βρέθηκε ότι είναι το εισόδημα, το φύλο, η ηλικία, η ηλικία², η ιδιοκτησία της κατοικίας του καταναλωτή και η ιδιότητα του δημοσίου υπαλλήλου.

Συγκεκριμένα, το φύλο και η ηλικία συσχετίζονται θετικά με τη μείωση των εξόδων διασκέδασης του καταναλωτή λόγω της ακρίβειας, ενώ το εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας του καταναλωτή και η ιδιότητα του δημοσίου υπαλλήλου συσχετίζονται αρνητικά με τη μείωση των εξόδων διασκέδασης του καταναλωτή λόγω της ακρίβειας. Με άλλα λόγια, όσο περισσότερο αυξάνεται το εισόδημα, τόσο

μικρότερη είναι η πιθανότητα να μειωθούν τα έξοδα διασκέδασης λόγω της ακρίβειας, οι άντρες είναι πιθανότερο να μειώσουν τα έξοδα διασκέδασης συγκριτικά με τις γυναίκες, όσο αυξάνεται η ηλικία, τόσο μειώνονται τα έξοδα διασκέδασης, οι καταναλωτές που είναι ιδιοκτήτες της κατοικίας τους καθώς και οι καταναλωτές που είναι δημόσιοι υπάλληλοι εμφανίζουν μικρή πιθανότητα να μειώσουν τα έξοδα για διασκέδαση.

Όσον αφορά στην ηλικία², εμφανίζει και θετική και αρνητική συσχέτιση με τη μείωση των εξόδων διασκέδασης λόγω της ακρίβειας και συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται η ηλικία σε καταναλωτές κάτω των 50 ετών, μειώνονται τα έξοδα διασκέδασης λόγω ακρίβειας, ενώ όσο αυξάνεται η ηλικία σε καταναλωτές άνω των 50 ετών, μειώνεται η πιθανότητα να μειωθούν τα έξοδα διασκέδασης.

Η έρευνα αυτή εξέτασε και ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη συμμετοχή των καταναλωτών σε μποϊκοτάζ κατά της αύξησης των τιμών. Οι παράγοντες, λοιπόν, που επηρεάζουν τη συμμετοχή των καταναλωτών σε μποϊκοτάζ κατά της αύξησης των τιμών είναι οι εξής: το φύλο, η ηλικία, ο έλεγχος των τιμών και η αντίληψη των καταναλωτών ότι τα φρούτα, τα γαλακτοκομικά, το κρέας και το ψάρι είναι ακριβά. Αναλυτικότερα, προέκυψε ότι οι άντρες είναι λιγότερο πιθανό να μποϊκοτάρουν κάποια προϊόντα συγκριτικά με τις γυναίκες, όσο αυξάνεται η ηλικία σε καταναλωτές κάτω των 32 ετών, τόσο περισσότερο αυξάνεται η συμμετοχή σε καταναλωτικές ενώσεις και μποϊκοτάζ καθώς και όσο αυξάνεται η ηλικία σε καταναλωτές άνω των 32 ετών, τόσο περισσότερο μειώνεται η συμμετοχή σε καταναλωτικές ενώσεις και μποϊκοτάζ.

Επιπλέον, οι καταναλωτές που ελέγχουν τις τιμές είναι πολύ πιο πιθανό να συμμετέχουν σε μποϊκοτάζ και σε καταναλωτικές ενώσεις και όταν ο καταναλωτής πιστεύει ότι τα φρούτα, γαλακτοκομικά, κρέας και ψάρι είναι ακριβά είναι πολύ πιο πιθανό να είναι ενεργός καταναλωτής ενάντια στις αυξημένες τιμές.

Όσον αφορά στα συμπεράσματα/ αποτελέσματα της έρευνας, προέκυψε ότι οι 'νέοι' καταναλωτές περιορίζουν τις διατροφικές τους επιλογές, η κατανάλωση για φρούτα, κρέας, αλκοόλ, γλυκά και καφέ περιορίζεται λόγω της αύξησης των τιμών και το εισόδημα επηρεάζει τις καταναλωτικές αποφάσεις καθώς αυξάνονται οι τιμές. Επιπλέον αποτελέσματα της έρευνας ήταν ότι οι υψηλόμισθοι καταναλωτές ξοδεύουν περισσότερα χρήματα σε τρόφιμα και είναι λιγότερο πιθανό να είναι δραστήριοι καταναλωτές, οι γυναίκες που πραγματοποιούν έρευνα αγοράς είναι πιο πιθανό να συμμετάσχουν σε μποϊκοτάζ και μάλιστα ξοδεύουν περισσότερα χρήματα για φαγητό

συγκριτικά με τους άντρες και το 50% του δείγματος της έρευνας συμμετείχε σε οικονομικό μοιραστικό ως προς την αύξηση των τιμών. Επίσης, το 20% του δείγματος της έρευνας είναι μέλη μιας καταναλωτικής οργάνωσης, η πληροφόρηση των μη δραστήριων καταναλωτών ήταν ανεπαρκής και οι Έλληνες καταναλωτές αμφισβήτησαν το ρόλο και την επίδραση των καταναλωτικών οργανώσεων.

Σκοπός της έρευνας των Brunner T. *et. al.* (2010) ήταν να εξεταστεί ένα σύνολο πιθανών κινήτρων-παραγόντων που επηρέαζαν την κατανάλωση του «εύκολου» φαγητού ή διαφορετικά φαγητού «εύκολης προετοιμασίας» καθώς και να μετρηθεί η κατανάλωση αυτού. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2009 στο γερμανόφωνο κομμάτι της Ελβετίας με διανομή ερωτηματολογίου σχετικά με την συχνότητα κατανάλωσης «εύκολου» φαγητού. Για την πραγματοποίηση της έρευνας επιλέχθηκαν τυχαία εννιάκόσια δεκαοκτώ νοικοκυριά μέσω τηλεφωνικού καταλόγου. Οι ερωτώμενοι που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν οι υπεύθυνοι για την αγορά και ετοιμασία του φαγητού του νοικοκυριού. Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS.

Η έρευνα έδειξε ότι η συνολική κατανάλωση «εύκολου» φαγητού επηρεάζεται από τους ακόλουθους παράγοντες: ηλικία, φύλο, ύπαρξη παιδιών, εργασιακή απασχόληση, διατροφική γνώση, δεξιότητες στην μαγειρική, αγάπη για τη φυσικότητα των τροφίμων, άποψη του καταναλωτή ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά, το «εύκολο» φαγητό θεωρείται ακριβό, φυσική προσπάθεια για μαγείρεμα, κέρδος σε χρόνο.

Οι παράγοντες με τους οποίους η συνολική κατανάλωση «εύκολου» φαγητού εμφανίζει θετική συσχέτιση είναι το φύλο και η φυσική προσπάθεια για το μαγείρεμα. Με άλλα λόγια, οι γυναίκες καταναλώνουν λιγότερα «εύκολα» φαγητά σε σχέση με τους άντρες και όσο μικρότερη είναι η επιθυμία του καταναλωτή για καταβολή φυσικής προσπάθειας για το μαγείρεμα, τόσο μεγαλύτερη είναι και η συνολική κατανάλωση «εύκολου» φαγητού.

Οι παράγοντες με τους οποίους η συνολική κατανάλωση «εύκολου» φαγητού εμφανίζει αρνητική σημαντική συσχέτιση είναι η ηλικία, η ύπαρξη παιδιών, η εργασιακή απασχόληση, η διατροφική γνώση, οι δεξιότητες στην μαγειρική, η αγάπη για τη φυσικότητα των τροφίμων, η άποψη του καταναλωτή ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά, το «εύκολο» φαγητό θεωρείται ακριβό, και το κέρδος σε χρόνο. Συνεπώς, όσο μεγαλύτεροι σε ηλικία είναι οι καταναλωτές, τόσο λιγότερη είναι η

κατανάλωση «εύκολου» φαγητού, όταν στο νοικοκυριό υπάρχουν παιδιά μειώνεται η κατανάλωση «εύκολου» φαγητού και όταν κάποιος εργάζεται με πλήρης απασχόληση, μειώνει την κατανάλωση «εύκολου» φαγητού. Επίσης, ο καταναλωτής που έχει διατροφική γνώση, δεξιότητες στην μαγειρική, αγάπη για τη φυσικότητα των τροφίμων, άποψη ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά και θεωρεί το «εύκολο» φαγητό ακριβό μειώνει την συνολική κατανάλωση του «εύκολου» φαγητού.

Επίσης, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της συνολικής κατανάλωσης «εύκολου» φαγητού και των παρακάτω μεταβλητών: πνευματική προσπάθεια, πίεση του χρόνου, κοινωνικότητα, συμμετοχή-απόλαυση στο μαγείρεμα, αποφυγή απόρριψης φαγητού, αξία του χρήματος, χρόνος που ξοδεύεται στο μαγείρεμα, μόρφωση, εισόδημα, μέγεθος του νοικοκυριού, υγιεινή διατροφή.

Όσον αφορά στην κατανάλωση υψηλής επεξεργασίας τροφίμων, όπως είναι το έτοιμο γεύμα σε κονσέρβα, ένα έτοιμο παγωμένο γεύμα, τρόφιμα στιγμιαίας προετοιμασίας, αυτή εμφανίζει αρνητική σημαντική συσχέτιση με την ηλικία, το φύλο, την ύπαρξη παιδιών, την αγάπη για την φυσικότητα των τροφίμων, τη διατροφική γνώση, τις δεξιότητες στη μαγειρική και την κοινωνικότητα (δηλαδή όταν ο καταναλωτής απολαμβάνει το φαγητό με άλλους ανθρώπους, τόσο λιγότερο «εύκολο» φαγητό καταναλώνει).

Αντίθετα, η κατανάλωση υψηλής επεξεργασίας τροφίμων εμφανίζει θετική σημαντική συσχέτιση με την εργασιακή απασχόληση. Επίσης, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης υψηλής επεξεργασίας τροφίμων και των παρακάτω μεταβλητών: άποψη ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά, φυσική προσπάθεια για μαγείρεμα, σκέψη ότι το «εύκολο» φαγητό είναι ακριβό, κέρδος σε χρόνο, πνευματική προσπάθεια, πίεση του χρόνου, συμμετοχή-απόλαυση στο μαγείρεμα, αποφυγή απόρριψης φαγητού, αξία του χρήματος, χρόνος που ξοδεύεται στο μαγείρεμα, μόρφωση, εισόδημα, μέγεθος του νοικοκυριού, υγιεινή διατροφή.

Η έρευνα παρουσιάζει και τη συσχέτιση ανάμεσα στην κατανάλωση μέτριας επεξεργασίας τροφίμων (έτοιμα αγορασμένα σάντουιτς, παγωμένα φρέσκα ζυμαρικά, ζεστή/κατεψυγμένη έτοιμη πίτσα) και στους ακόλουθους παράγοντες: αφενός υπάρχει σημαντική αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης μέτριας επεξεργασίας τροφίμων και της ηλικίας, των δεξιοτήτων στη μαγειρική, της φυσικότητας των τροφίμων, της ύπαρξης παιδιών, της αποφυγής απόρριψης φαγητού (όταν ο καταναλωτής θέλει να αποφύγει την απόρριψη φαγητού, τόσο λιγότερη είναι η κατανάλωση τροφίμων μέτριας επεξεργασίας) και αφετέρου υπάρχει σημαντική

θετική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης μέτριας επεξεργασίας τροφίμων και της μόρφωσης (όσο υψηλότερο το μορφωτικό επίπεδο του καταναλωτή, τόσο μεγαλύτερη και η κατανάλωση τροφίμων μέτριας επεξεργασίας).

Αντίθετα, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης μέτριας επεξεργασίας τροφίμων και της άποψης ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά, της φυσικής προσπάθειας για μαγείρεμα, της άποψης ότι το «εύκολο» φαγητό είναι ακριβό, της αποταμίευσης χρόνου, της πνευματικής προσπάθειας, της πίεσης του χρόνου, της συμμετοχής-απόλαυσης στο μαγείρεμα, της αξίας του χρήματος, του χρόνου που ξοδεύεται στο μαγείρεμα, του εισοδήματος, του μεγέθους του νοικοκυριού, της κοινωνικότητας, του φύλου, της εργασιακής απασχόλησης, της υγιεινής διατροφής και της διατροφικής γνώσης.

Επιπλέον συσχέτιση βρέθηκε και μεταξύ της κατανάλωσης μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων (κατεψυγμένα προϊόντα π.χ. πατάτες, κατεψυγμένα/κονσερβοποιημένα λαχανικά, κατεψυγμένο κρέας και ψάρι) και των παραγόντων που ακολουθούν. Υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ κατανάλωσης μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων και των παρακάτω μεταβλητών: ηλικία, διατροφική γνώση, φυσική προσπάθεια για το μαγείρεμα, φυσικότητα τροφίμων. Επίσης, υπάρχει σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ κατανάλωσης μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων και της αξίας του χρήματος καθώς και του μεγέθους του νοικοκυριού, δηλαδή όταν ο καταναλωτής προσπαθεί να αποκτήσει την καλύτερη αξία του χρήματος και όσο μεγαλύτερο είναι το νοικοκυριό, τόσο υψηλότερη είναι η κατανάλωση μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων και τέλος, υπάρχει σημαντική αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων και της αποφυγής απόρριψης φαγητού: όταν το νοικοκυριό θέλει να αποφύγει την απόρριψη φαγητού, τόσο χαμηλότερη είναι η κατανάλωση μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων.

Πρέπει να σημειωθεί ότι δεν βρέθηκε να υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης μεμονωμένων συστατικών-τροφίμων και των παρακάτω μεταβλητών: άποψη ότι η μαγειρική είναι γυναικεία δουλειά, το «εύκολο» φαγητό θεωρείται ακριβό, αποταμίευση χρόνου, πνευματική προσπάθεια, πίεση του χρόνου, συμμετοχή-απόλαυση στο μαγείρεμα, χρόνος που ξοδεύεται στο μαγείρεμα, εισόδημα, κοινωνικότητα, φύλο, εργασιακή απασχόληση, υγιεινή διατροφή, μόρφωση, ύπαρξη παιδιών, δεξιότητες στην μαγειρική.

Παράλληλα προέκυψε συσχέτιση αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης σαλάτας και των παρακάτω μεταβλητών: ηλικία, διατροφική γνώση και άποψη ότι το «εύκολο» φαγητό - σαλάτες είναι ακριβό ενώ προέκυψε θετική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης σαλάτας και της άποψης ότι η μαγειρική αποτελεί γυναικεία δουλειά.

Συμπερασματικά, η έρευνα αυτή παρουσίασε την ικανότητα είκοσι δύο μεταβλητών να προβλέψουν την κατανάλωση του «εύκολου φαγητού -τροφίμων». Οι 15 από τις 22 μεταβλητές βρέθηκαν να έχουν σημαντική επίδραση είτε στη συνολική κατανάλωση του «εύκολου φαγητού -τροφίμων» είτε στην κατανάλωση μιας μόνο από τις τέσσερις παραπάνω κατηγορίες «εύκολου φαγητού -τροφίμων».

Η ηλικία ήταν η μοναδική μεταβλητή που πρόβλεψε την κατανάλωση και των τεσσάρων κατηγοριών «εύκολου φαγητού -τροφίμων», δηλαδή όσο μεγαλύτεροι σε ηλικία ήταν οι καταναλωτές, τόσο μικρότερη ήταν η κατανάλωση σε «εύκολο φαγητό -τρόφιμα». Αυτό συμβαίνει λόγω της επίδρασης της εποχής στην οποία μεγάλωσαν, δεν υπήρχαν τότε τα «εύκολα φαγητά -τρόφιμα». Οι μεγαλύτερης ηλικίας καταναλωτές δεν είναι διατεθειμένοι να κόψουν τις διατροφικές τους συνήθειες, δηλαδή την κατανάλωση συνηθισμένων μέχρι τότε φαγητών-τροφίμων.

Η ανάγκη για φυσικότητα των τροφίμων και η διατροφική γνώση ήταν εξίσου σημαντικές μεταβλητές για τις τρεις από τις τέσσερις κατηγορίες «εύκολου φαγητού -τροφίμων». Όσο μεγαλύτερη η είναι η ανάγκη για φυσικότητα των τροφίμων και η διατροφική γνώση των καταναλωτών, τόσο μικρότερη ήταν η κατανάλωση «εύκολου φαγητού -τροφίμων». Επίσης, η ύπαρξη παιδιών, οι υψηλές μαγειρικές δεξιότητες και η αποφυγή απόρριψης φαγητού μειώνουν την κατανάλωση «εύκολου φαγητού», επηρεάζοντας δυο από τις τέσσερις κατηγορίες «εύκολου φαγητού». Ακόμα, οι μαγειρικές δεξιότητες επηρεάζουν και την κατανάλωση υψηλής καθώς και μέτριας επεξεργασίας τροφίμων. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι κάποιος δεν χρειάζεται να έχει δεξιότητες στην μαγειρική είτε για να φτιάξει μια σαλάτα είτε ένα τρόφιμο μεμονωμένο.

Τέλος, σημειώνεται ότι οι μεταβλητές που σχετίζονται με το χρόνο και την προσπάθεια δεν επηρεάζουν την κατανάλωση του «εύκολου φαγητού» καθώς και το εισόδημα δεν συσχετίζεται σημαντικά με την κατανάλωση «εύκολου φαγητού» είτε γιατί τα αντίστοιχα τρόφιμα-φαγητά δεν είναι ιδιαίτερα ακριβά από τα υπόλοιπα συνηθισμένα τρόφιμα-φαγητά είτε γιατί λόγω υψηλού εισοδήματος στην Ελβετία είναι εύκολο να καταναλωθούν.

Η έρευνα των Jacobson D. *et. al.* (2010) πραγματοποιήθηκε το πρώτο εξάμηνο του 2004 στην Κύπρο. Η έρευνα μελετά α) εάν και πώς το εισόδημα και το μέγεθος του νοικοκυριού συσχετίζεται με τη δαπάνη στο φαγητό και στο ρουχισμό, β) εάν το φαγητό είναι δημόσιο ή ιδιωτικό αγαθό εντός των νοικοκυριών, γ) πώς το φαγητό συγκρίνεται με τον ρουχισμό και δ) εάν το φαγητό μπορεί να αντικατασταθεί με τον ρουχισμό.

Το δείγμα της έρευνας επιλέχθηκε τυχαία μέσω του τηλεφωνικού καταλόγου της Κύπρου και περιλάμβανε εξακόσια είκοσι πέντε νοικοκυριά. Η έρευνα βασίστηκε σε μια αυθεντική έρευνα οικογενειακού προϋπολογισμού της Στατιστικής υπηρεσίας της Κύπρου. Τα νοικοκυριά ερωτήθηκαν για τα πρότυπα κατανάλωσής τους στο φαγητό σε σχέση με το μέγεθος των νοικοκυριών και των διαφορετικών επιπέδων εισοδήματος. Τα δεδομένα αναφέρονται στο έτος 2004, εκτός από τα δεδομένα που αφορούν στα εισοδήματα που αποκτήθηκαν σε ετήσια βάση και αναφέρονται στα εισοδήματα που αποκτήθηκαν μέσα στο 2003.

Τα δεδομένα της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν για την πραγματοποίηση παλινδρομήσεων για να αναγνωριστούν οι μεταβλητές που σχετίζονται σημαντικά με τη δαπάνη για φαγητό. Η δαπάνη για φαγητό κατηγοριοποιήθηκε σε δαπάνη για φαγητό στο σπίτι, σε δαπάνη για φαγητό στο χέρι-εκτός σπιτιού, σε δαπάνη για φαγητό σε καφετέριες και μαγαζιά και σε δαπάνη για φαγητό σε εστιατόρια για λεπτομερέστερη έρευνα.

Στο πρώτο μοντέλο παλινδρόμησης της έρευνας ως εξαρτημένη μεταβλητή ήταν η δαπάνη για φαγητό και ως ανεξάρτητες μεταβλητές ήταν οι παρακάτω: τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα, το μέγεθος οικογένειας, η ηλικία της γυναίκας ως υπεύθυνη του νοικοκυριού και το μορφωτικό επίπεδο της γυναίκας του νοικοκυριού. Οι μεταβλητές εκείνες που έδειξαν να συσχετίζονται θετικά με τη δαπάνη για φαγητό ήταν τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα, το μέγεθος οικογένειας και η ηλικία της γυναίκας ως υπεύθυνη του νοικοκυριού.

Συμπερασματικά, μια αύξηση στο εισόδημα έχει ως αποτέλεσμα μια αύξηση της δαπάνης για φαγητό γεγονός το οποίο οφείλεται πιθανόν στην προτίμηση της ποιότητας από το νοικοκυριό παρά της ποσότητας μιας και τα πλούσια νοικοκυριά έχουν συνήθως πιο ακριβές προτιμήσεις και μια αύξηση του μεγέθους του νοικοκυριού έχει ως αποτέλεσμα μια αύξηση στη δαπάνη για φαγητό η οποία μπορεί να προκύψει από επιθυμία του νοικοκυριού για διαφορετικές ποικιλίες φαγητού μεταξύ των μελών της οικογένειας. Επίσης, όσο αυξάνεται η ηλικία της γυναίκας

αυξάνεται και η δαπάνη για φαγητό του νοικοκυριού το οποίο οφείλεται στο γεγονός ότι οι νεότερες γυναίκες είναι πολύ πιθανό να εργάζονται, ενώ οι μεγαλύτερες σε ηλικία γυναίκες είναι πιθανό να είναι σύζυγοι και να συμβαδίζουν με την παράδοση της Κύπρου ετοιμάζοντας φαγητό στο σπίτι όχι μόνο για την οικογένειά τους αλλά και για την οικογένεια των παιδιών τους.

Η επόμενη παλινδρόμηση που πραγματοποιήθηκε είχε ως εξαρτημένη μεταβλητή τη δαπάνη για φαγητό που έχει προετοιμαστεί εκτός σπιτιού και ως ανεξάρτητες μεταβλητές τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα, το μέγεθος οικογένειας, η ηλικία της γυναίκας ως υπεύθυνη του νοικοκυριού και το μορφωτικό της επίπεδο. Οι μεταβλητές εκείνες που έδειξαν να συσχετίζονται θετικά με τη δαπάνη για φαγητό προετοιμασμένο εκτός σπιτιού ήταν τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα και το μέγεθος της οικογένειας, ενώ η ηλικία της γυναίκας συσχετίζεται αρνητικά με τη δαπάνη για φαγητό προετοιμασμένο εκτός σπιτιού.

Όσον αφορά στη θετική συσχέτιση της δαπάνης για φαγητό προετοιμασμένο εκτός σπιτιού και των οικογενειακών μηνιαίων εσόδων, οι υψηλόμισθες οικογένειες είναι πολύ πιο πιθανό να αγοράζουν φαγητό προετοιμασμένο εκτός σπιτιού από το να το προετοιμάζουν στο σπίτι και ταυτόχρονα είναι φτωχές σε χρόνο, το οποίο καθιστά υψηλό το κόστος ευκαιρίας του χρόνου τους για προετοιμασία φαγητού συγκριτικά με αυτό των φτωχότερων. Ακόμη και τα φτωχότερα νοικοκυριά, αποτελούμενα από ένα άτομο, είναι πιθανό να αγοράσουν φαγητό εκτός σπιτιού αντί να το προετοιμάσουν. Το έτοιμο φαγητό είναι περισσότερο κοινόχρηστο για τα λιγότερο πλούσια νοικοκυριά.

Όσον αφορά στη θετική συσχέτιση της δαπάνης για φαγητό προετοιμασμένο εκτός σπιτιού και του μεγέθους του νοικοκυριού, μια αύξηση του αριθμού των ατόμων στο νοικοκυριό έχει ως αποτέλεσμα την κατανάλωση μεγαλύτερης ποσότητας φαγητού εκτός σπιτιού.

Όσον αφορά στην αρνητική συσχέτιση της ηλικίας της γυναίκας με τη δαπάνη για φαγητό προετοιμασμένο εκτός σπιτιού, όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία της γυναίκας, τόσο λιγότερη θα είναι η δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού. Αυτό οφείλεται στην παλιά παράδοση της γυναίκας που ετοιμάζει το φαγητό στο σπίτι και η οποία μπορεί να έχει και το εξής αποτέλεσμα: α) νεότερα νοικοκυριά μπορεί να σπαταλούν λιγότερα χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού μιας και έχουν έτοιμο σπιτικό φαγητό από την οικογένειά τους και β) νοικοκυριά αποτελούμενα από συνταξιούχους σπαταλούν περισσότερα χρήματα για προετοιμασία φαγητού στο

σπίτι λόγω της προετοιμασίας φαγητού και για τα παιδιά τους. Συνεπώς, το φαγητό που προετοιμάζεται στο σπίτι θεωρείται περισσότερο κοινόχρηστο σύμφωνα με τα δεδομένα της έρευνας.

Η τρίτη παλινδρόμηση της έρευνας που πραγματοποιήθηκε είχε ως εξαρτημένη μεταβλητή τη δαπάνη για φαγητό σε παμπ και καφετέριες και ως ανεξάρτητες μεταβλητές τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα, το μέγεθος οικογένειας και την ηλικία της γυναίκας ως υπεύθυνη του νοικοκυριού. Οι μεταβλητές εκείνες που έδειξαν να συσχετίζονται θετικά με τη δαπάνη για φαγητό σε παμπ και καφετέριες ήταν τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα και η ηλικία της γυναίκας ως υπεύθυνη του νοικοκυριού, η οποία έδειξε να έχει σημαντική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή της παλινδρόμησης.

Συγκεκριμένα, όσο υψηλότερο είναι το εισόδημα, τόσο πιο πολλά χρήματα σπαταλούνται στις παμπ και στις καφετέριες και όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία της γυναίκας-υπεύθυνης του νοικοκυριού, τόσο λιγότερα χρήματα σπαταλούνται σε παμπ και καφετέριες. Σύμφωνα με αυτή την παλινδρόμηση, το προφίλ των ατόμων που γευματίζουν σε παμπ και καφετέριες είναι νέοι άνθρωποι με μικρά νοικοκυριά οι οποίοι υποκαθιστούν το φαγητό του σπιτιού με έτοιμο φαγητό ή ροφήματα σε παμπ και καφετέριες.

Όσον αφορά στη δαπάνη για φαγητό σε εστιατόρια, αυτή συσχετίζεται αρνητικά με την ηλικία της γυναίκας ως υπεύθυνη του νοικοκυριού. Με άλλα λόγια, οι μεγαλύτερες σε ηλικία γυναίκες καταναλώνουν φαγητό στο σπίτι, ενώ οι μικρότερες γυναίκες δεν είναι συνηθισμένες να μαγειρεύουν και προτιμούν να συναναστρέφονται με κόσμο και φίλους σε εστιατόρια παρά στο σπίτι. Παράλληλα, η δαπάνη για φαγητό σε εστιατόρια εμφανίζει θετική ισχυρή συσχέτιση με το εισόδημα του νοικοκυριού. Με άλλα λόγια, όσο μεγαλύτερο είναι το εισόδημα, τόσο περισσότερα είναι τα έξοδα για φαγητό σε εστιατόρια.

Τέλος, η έρευνα πραγματοποίησε και άλλη μια παλινδρόμηση με εξαρτημένη μεταβλητή τη δαπάνη του νοικοκυριού σε παιδικό ρουχισμό και ανεξάρτητες μεταβλητές τα οικογενειακά μηνιαία έσοδα και το μέγεθος οικογένειας. Τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης έδειξαν ότι η δαπάνη σε παιδικό ρουχισμό είναι πιο ευαίσθητη στο μέγεθος του νοικοκυριού παρά στο οικογενειακό μηνιαίο εισόδημα. Αυτό υποδηλώνει ότι η δαπάνη σε παιδικό ρουχισμό δεν είναι και τόσο κοινόχρηστη και ότι ο παιδικός ρουχισμός, πιθανόν ο πιο κοινόχρηστος από όλους, είναι περισσότερο ιδιωτικό αγαθό από την δαπάνη για φαγητό. Αντίθετα, η δαπάνη σε

παιδικό ρουχισμό είναι λιγότερο ευαίσθητη στον αριθμό των ατόμων του νοικοκυριού και περισσότερο ευαίσθητη στο εισόδημα για τα λιγότερο πλούσια νοικοκυριά. Με άλλα λόγια, η παιδική ένδυση είναι περισσότερο κοινόχρηστη για τα σχετικά λιγότερο πλούσια νοικοκυριά της Κύπρου.

Η μελέτη των Urbonavicius S. and I., Pikturienne (2010) είχε ως σκοπό της να αναγνωρίσει τις συναισθηματικές αποκρίσεις των καταναλωτών στην οικονομική κρίση, να κατανοήσει πώς αυτές διαφέρουν μεταξύ των δυο γενεών (18-22 ετών και 45-65 ετών) και να συσχετίσει αυτές τις αποκρίσεις με τους προκαθορισμένους τους παράγοντες και ακριβείς καταναλωτικές συμπεριφορές.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με διανομή ερωτηματολογίων σε διακόσιους εξήντα έξι ερωτώμενους των δυο παραπάνω γενεών (generation Y και Bulldozer generation) στη Λιθουανία την άνοιξη του 2009. Οι καταναλωτές ερωτήθηκαν για τις απόψεις τους σχετικά με τις αλλαγές του παρόντος και του αναμενόμενου εισοδήματος καθώς και των επιπέδων τιμών, τη συναισθηματική τους απόκριση στην οικονομική κρίση, την αγοραστική συμπεριφορά τους σε τρεις κατηγορίες γρήγορα κινούμενων καταναλωτικών αγαθών καθώς και σε προσωπικά καταναλισκόμενες υπηρεσίες.

Η συναισθηματική απόκριση των καταναλωτών στην οικονομική κρίση εξαρτάται από τους παρακάτω παράγοντες: την ηλικία τους, τις αλλαγές στο πραγματικό τους εισόδημα, τις προσδοκίες τους για το εισόδημα, την αντίληψή τους σχετικά με τις αλλαγές του επιπέδου τιμών και τις προσδοκίες τους σχετικά με τις αλλαγές των επιπέδου τιμών.

Συγκεκριμένα, η μεγαλύτερη σε ηλικία γενιά καταναλωτών (Bulldozer generation) σε μια αλλαγή του πραγματικού και αναμενόμενου εισοδήματος δεν θα αλλάξει την καταναλωτική της συμπεριφορά και δεν είναι πρόθυμη να μειώσει την κατανάλωσή της με σκοπό τη επιβίωση και την αποταμίευση για το μέλλον. Η νεότερη γενιά (generation Y) προτιμά να διατηρήσει την καταναλωτική της συμπεριφορά χωρίς να κάνει καμία αλλαγή ή αρνείται να μειώσει την κατανάλωση με σκοπό την αποταμίευση για το μέλλον σε μια αλλαγή του αναμενόμενου εισοδήματος και τιμών.

Η συναισθηματική απόκριση των καταναλωτών και των δυο γενεών απέναντι στη κρίση επηρεάζεται σημαντικά από μεταβολές στο πραγματικό και αναμενόμενο εισόδημα ενώ επηρεάζεται ελάχιστα ή και καθόλου από μεταβολές στο πραγματικό και αναμενόμενο επίπεδο τιμών.

Η μεγαλύτερη σε ηλικία γενιά (Bulldozer generation) θα μειώσει την κατανάλωση των υπηρεσιών σε θέμα ποιότητας και ποσότητας περισσότερο σημαντικά από ότι η νεότερη γενιά (generation Y) σε περίπτωση της συναισθηματικής απόκρισης «μείωση των εξόδων της με σκοπό την αποταμίευση».

Παράλληλα, η έρευνα έδειξε ότι η συμπεριφορά των καταναλωτών εξαρτάται από τη συναισθηματική απόκριση των καταναλωτών. Ποικίλες συναισθηματικές αποκρίσεις απέναντι στην οικονομική κρίση εκφράζονται διαφορετικά στην ποσοτική και ποιοτική κατανάλωση τροφίμων και υπηρεσιών.

Συμπερασματικά, η κατανάλωση των υπηρεσιών επηρεάζεται περισσότερο συγκριτικά με την κατανάλωση φαγητού σε περίοδο κρίσης καθώς και η μεγαλύτερη σε ηλικία γενιά (Bulldozer generation) φαίνεται να είναι περισσότερο προβλέψιμη και σταθερή από την νεότερη γενιά (generation Y) σχετικά με το εισόδημα, την συναισθηματική απόκριση και την πραγματική κατανάλωση. Εάν η μεγαλύτερη σε ηλικία γενιά δηλώσει μια συναισθηματική απόκριση, αυτή η απόκριση αντανακλάται και στην καταναλωτική τους συμπεριφορά σε αντίθεση με την νεότερη γενιά που η συναισθηματική της απόκριση μπορεί να διαφέρει από την καταναλωτική της συμπεριφορά.

Οι Waterlander W. *et al.* (2010) έθεσαν ως σκοπό της μελέτης τους να εξετάσουν τη σχέση ανάμεσα στην ενέργεια που προσλαμβάνεται από κάθε τρόφιμο ξεχωριστά και από δίαιτες και στο κόστος της διατροφής των καταναλωτών, καθώς και να ερευνήσουν διαφορές στην ενέργεια που προσλαμβάνεται από τη διατροφή και στο κόστος της διατροφής των καταναλωτών ανάλογα με τα εισοδηματικά επίπεδα των καταναλωτών.

Η μελέτη αυτή χρησιμοποίησε δεδομένα από δυο έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στην Ολλανδία καθώς και πρόσφατες εθνικές τιμές τροφίμων του 2008 από δυο μεγάλα σουπερμάρκετ. Η πρώτη έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2000 με δείγμα τριακοσίων εβδομήντα τριών ενηλίκων με μέση ηλικία τριάντα έξι 36 ετών και η δεύτερη έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2007 με δείγμα διακοσίων ενηλίκων με μέση ηλικία εξήντα εννέα 69 ετών. Τα δεδομένα που αφορούν στη διατροφική πρόσληψη των ερωτώμενων συλλέχτηκαν ύστερα από επιτόπια συνέντευξη και διατροφικές ανακλήσεις προηγούμενου εικοσιτετραώρου. Οι τιμές των τροφίμων που συλλέχτηκαν το 2008 από επιτόπιες επισκέψεις σε σουπερμάρκετ καθώς και μέσω σελίδων διαδικτύου των σουπερμάρκετ χρησιμοποιήθηκαν για την εκτίμηση του κόστους της διατροφής των ερωτώμενων. Οι ερωτώμενοι επίσης

ερωτήθηκαν και για το εισόδημά τους. Το στατιστικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν το SPSS 15.

Αποτέλεσμα της έρευνας ήταν ότι υπάρχει αρνητική σημαντική συσχέτιση μεταξύ της ενεργειακής διατροφικής πρόσληψης και των μεταβλητών όπως κόστος των τροφίμων και κατανάλωση φρούτων και λαχανικών. Συγκεκριμένα, τρόφιμα καθώς και δίαιτα υψηλότερης απόδοσης ενέργειας, όπως το φυστικοβούτυρο, κοστίζουν λιγότερο συγκριτικά με τρόφιμα χαμηλότερης περιεκτικότητας σε ενέργεια, όπως για παράδειγμα το σπανάκι, και η ενέργεια που προσλαμβάνουν οι καταναλωτές από τη διατροφή τους είναι χαμηλότερη όσο περισσότερα φρούτα και λαχανικά καταναλώνουν.

Η επόμενη παλινδρόμηση που πραγματοποιήθηκε μεταξύ του κόστους διατροφής και των μεταβλητών κατανάλωση φρούτων και λαχανικών, εισόδημα και φύλο έδειξε ότι υπάρχει σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ του κόστους διατροφής και της κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών. Οπότε, το κόστος της διατροφής των καταναλωτών είναι μικρότερο όταν η διατροφή τους περιλαμβάνει μικρή ποσότητα φρούτων και λαχανικών συγκριτικά με μια διατροφή περισσότερο πλούσια σε θρεπτικά συστατικά. Ακόμη, υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του κόστους διατροφής και του εισοδήματος, δηλαδή όσο μεγαλύτερο είναι το εισόδημα των καταναλωτών τόσο μεγαλύτερο είναι το κόστος τους για διατροφή ενώ οι χαμηλόμισθοι καταναλωτές μειώνουν τα έξοδα για διατροφή, αγοράζοντας τρόφιμα με έκπτωση, χαμηλού κόστους ή εποχιακά τρόφιμα. Παράλληλα, υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ του κόστους της διατροφής και του φύλου: οι γυναίκες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα για διατροφή συγκριτικά με τους άνδρες.

Τέλος, μέσω της έρευνας φάνηκε ότι υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών και των μεταβλητών εισόδημα και φύλο, δηλαδή καθώς αυξάνεται το εισόδημα των ανδρών καταναλωτών μειώνεται η κατανάλωσή τους σε φρούτα και λαχανικά.

Σκοπός της μελέτης των Luchini S. *et al.* (2007) ήταν να εξετάσει την επίδραση των κοινωνικοδημογραφικών μεταβλητών στη δαπάνη για φαγητό. Για το σκοπό αυτό, δημιουργήθηκε ένα μοντέλο ζήτησης δυο σταδίων. Στο πρώτο στάδιο πραγματοποιήθηκε ανάλυση της κατανομής των συνολικών δαπανών σε κάθε ομάδα τροφίμων μέσω του μοντέλου του Engel και στο δεύτερο στάδιο εκτιμήθηκε το ολοκληρωμένο σύστημα ζήτησης AIDS.

Η έρευνα βασίζεται σε δεδομένα νοικοκυριών της Ιταλίας, τα οποία συλλέχθηκαν από την Ιταλική στατιστική υπηρεσία η οποία πραγματοποιήθηκε το 2000. Το δείγμα της έρευνας έφτασε τις είκοσι τρεις χιλιάδες νοικοκυριά από τρεις διαφορετικές περιοχές της Ιταλίας, τη νότια, κεντρική και βόρεια Ιταλία.

Η έρευνα λοιπόν έδειξε ότι η κατανάλωση κρέατος συσχετίζεται με τη σύνθεση της οικογένειας, και την ηλικία των μελών του νοικοκυριού καθώς και όσο περισσότερα μέλη έχει μια οικογένεια, τόσο μικρότερη είναι η δαπάνη της για φαγητού εκτός σπιτιού και μεγαλύτερη η κατανάλωσή της σε κρέας, ψωμί και δημητριακά.

Επίσης, όταν υπάρχει εκτεταμένη οικογένεια και τα μέλη είναι μεσαίας και μικρής ηλικίας, υπάρχει μεγάλη κατανάλωση ψωμιού και δημητριακών, η οποία ακολουθεί την κατανάλωση του κρέατος, και στη συνέχεια, ακολουθεί η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων, αυγών, φρούτων και λαχανικών.

Πρόσθετα, όταν αυξηθεί το εισόδημα, μειώνεται η κατανάλωση ψωμιού και δημητριακών, γαλακτοκομικών προϊόντων, αυγών και λιπαρών και αυξάνεται η κατανάλωση σε κρέας, ψάρι και λαχανικά.

Επίσης, όταν τα μέλη του νοικοκυριού είναι μικρής ηλικίας και το νοικοκυριό αποτελείται από ένα άτομο καθώς και όταν το νοικοκυριό έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο αυξάνεται η κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού. Αντίθετα, όσο περισσότερα μέλη έχει μια οικογένεια, τόσο μικρότερη η δαπάνη της για φαγητού εκτός σπιτιού.

Παράλληλα, η έρευνα έδειξε ότι τα νοικοκυριά χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, συγκριτικά με τα νοικοκυριά των υπόλοιπων μορφωτικών επιπέδων, έχουν τη μεγαλύτερη δαπάνη σε λιπαρά και κατανάλωση κρέατος και τη χαμηλότερη κατανάλωση σε φαγητό εκτός σπιτιού καθώς και συνολική δαπάνη για φαγητό. Αντίθετα, η δαπάνη για φαγητό δεν επηρεάζεται από την ηλικία των μελών του νοικοκυριού.

Σκοπός της έρευνας (cross-sectional) αυτής των Darmon N. *et al.* (2006) ήταν να προβλέψει την επίδραση του περιορισμού του κόστους στις διατροφικές επιλογές έτσι ώστε οι γυναίκες στη Γαλλία να αποκτήσουν μια διατροφικά επαρκή δίαιτα. Το δείγμα της έρευνας περιλάμβανε τετρακόσιες εβδομήντα έξι γυναίκες όλων των κοινωνικοοικονομικών επιπέδων από την περιοχή Val de Marne της Γαλλίας. Σχεδιάστηκαν γραμμικά μοντέλα καθημερινών διαίτων με ίδια ποσότητα θερμίδων, περιορισμένες σε κόστος και θρεπτικά συστατικά, προσεγγίζοντας ταυτόχρονα και τη μέση διατροφή των γυναικών της Γαλλίας του δείγματος της έρευνας.

Η έρευνα κατέληξε σε αρκετά αποτελέσματα-συμπεράσματα, όπως το ότι όσο περισσότερο τηρούνται οι συνιστώμενες ποσότητες σε θρεπτικά συστατικά στη διατροφή, η διατροφή περιλαμβάνει μεγάλες ποσότητες σε φρούτα, πράσινα λαχανικά και ψάρι, μικρότερες ποσότητες σε ψωμί, ρύζι, ζυμαρικά, επεξεργασμένο κρέας και αυγά καθώς και ελάχιστες ποσότητες ζωικού λίπους, τυριού και ανεπεξέργαστου κρέατος.

Επιπλέον συμπέρασμα ήταν ότι μια υγιεινή διατροφή, σύμφωνη με τις συνιστώμενες ποσότητες θρεπτικών συστατικών, έχει υψηλό κόστος, υποδηλώνοντας ότι το υψηλό κόστος διατροφής συνδέεται με μια πλούσια σε υγιεινά θρεπτικά συστατικά διατροφή και χαμηλή περιεκτικότητα σε ενέργεια η οποία περιλαμβάνει τρόφιμα όπως φρούτα, λαχανικά, κρέας, φυτικά λιπαρά, γιαούρτι.

Παράλληλα, όσο πιο φτωχή σε θρεπτικά συστατικά είναι η διατροφή και μεγαλύτερη η περιεκτικότητά της σε ενέργεια, τόσο μικρότερο είναι το κόστος της, γεγονός που συνεπάγεται από την υψηλή κατανάλωση τροφίμων του δείγματος της έρευνας όπως όσπρια, ξηροί καρποί, αποξηραμένα και επεξεργασμένα φρούτα, κακής ποιότητας κρέατα, σοκολάτα, γλυκά, δημητριακά με προσθήκη ζάχαρης/ λίπους.

Τέλος, το υψηλό κόστος μιας υγιεινής διατροφής, συνεπώς, θα αποθαρρύνει καταναλωτές με χαμηλούς μισθούς να τρέφονται υγιεινά. Διαφορετικά μπορούμε να πούμε ότι μόνο άτομα με υψηλό μισθό έχουν τη δυνατότητα να ακολουθούν μια υγιεινή διατροφή, δηλαδή να έχουν μια διατροφή επαρκή σε θρεπτικά συστατικά.

Η έρευνα των Ivanova L. *et al.* (2006) πραγματοποιήθηκε στη Βουλγαρία το 2004. Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκαν ετήσια δεδομένα από τη βουλγαρική εθνική έρευνα οικογενειακού προϋπολογισμού νοικοκυριών που πραγματοποιήθηκε από την εθνική στατιστική υπηρεσία της Βουλγαρίας.

Σκοπός της έρευνας αυτής ήταν να μελετηθούν οι αλλαγές στην κατανάλωση βασικών τροφίμων (εκτός των αλκοολούχων ποτών) και των θρεπτικών συστατικών, εξετάζοντας παράλληλα τις διαφορές στα διατροφικά πρότυπα πριν και μετά την οικονομική μεταβολή. Το δείγμα των νοικοκυριών της έρευνας ήταν τυχαίο και η συμμετοχή των νοικοκυριών εθελοντική. Το μέγεθος του δείγματος ποίκιλλε από έξι χιλιάδες νοικοκυριά για την περίοδο 1995-1997 έως τρεις χιλιάδες νοικοκυριά για τα έτη 1997, 1998, 1999 και 2002. Κάθε χρόνο επιλέχθηκαν διαφορετικά νοικοκυριά, με εξαίρεση την περίοδο 1995-1997.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα κρατούσαν ημερολόγιο από: όλες τις εισοδηματικές τους πηγές, τα έξοδά τους σχετικά με το φαγητό και άλλα προϊόντα

εκτός φαγητού, το σπιτικό φαγητό, τον αριθμό ημερών απουσίας, τον αριθμό των ατόμων που κατανάλωναν γεύματα στο σπίτι και αλλαγές στο νοικοκυριό. Τα νοικοκυριά κατέθεταν τα παραπάνω δεδομένα δυο φορές τον μήνα για ένα χρόνο για κάθε ετήσια έρευνα. Για την εκτίμηση της κατανάλωσης ενέργειας καθώς και του ποσοστού των θρεπτικών συστατικών της δίαιτάς τους, χρησιμοποιήθηκαν καταγραφές των προτύπων αγοράς και κατανάλωσης τροφίμων των νοικοκυριών ταυτόχρονα με τη χρήση δεδομένων προσλαμβανόμενης ενέργειας για τα τρόφιμα που καταναλώνονταν πιο συχνά καθώς και η κατανάλωσή τους σε λιπαρά, πρωτεΐνες και υδατάνθρακες σε γραμμάρια. Το στατιστικό πακέτο SPSS 12.0 χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας.

Η παλινδρόμηση που πραγματοποιήθηκε έδειξε ότι υπάρχει σημαντική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης βασικών τροφίμων και των αλλαγών στο εισόδημα. Όσο αυξάνεται το εισόδημα, τόσο μειώνεται και η κατανάλωση των περισσότερων βασικών τροφίμων και συνεπώς της προσλαμβανόμενης ενέργειας. Συγκεκριμένα, η κατανάλωση των περισσότερων βασικών τροφίμων μειώθηκε στη Βουλγαρία, οδηγώντας σε μείωση της κατά κεφαλήν κατανάλωσης ενέργειας σε 500 θερμίδες/ημέρα, ακολουθώντας την οικονομική μεταβολή του 1991. Άμεσο αποτέλεσμα ήταν να μειωθεί η κατανάλωση κρέατος, ψωμιού, γαλακτοκομικών προϊόντων, λαδιού, βουτύρου και ζάχαρης.

Ταυτόχρονα, προέκυψε αρνητική σημαντική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης βασικών τροφίμων και των αλλαγών στις τιμές. Η κατανάλωση των τροφίμων που ήταν πιο ακριβά μειώθηκε περισσότερο συγκριτικά με τα φθηνότερα τρόφιμα. Συγκεκριμένα, η κατανάλωση των τροφίμων που ήταν πιο ακριβά ανά μονάδα ενέργειας, όπως κρέας και γαλακτοκομικά προϊόντα, μειώθηκε περισσότερο συγκριτικά με τα φθηνότερα τρόφιμα, όπως δημητριακά και τα προϊόντα του. Η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών, καθώς και αυγών παρέμεινε σταθερή την περίοδο 1985-2002, ενώ η κατανάλωση για αλεύρι, ρύζι, λαρδί και πατάτες αυξήθηκε την ίδια περίοδο. Συνεπώς, παρατηρήθηκε μείωση κατανάλωσης στα παρακάτω θρεπτικά συστατικά, όπως 34% για τα ζωικά προϊόντα, 19% για τα ορατά λίπη και μόνο 10% για τους υδατάνθρακες.

Γενικότερα, προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα: η κατανάλωση φαγητού μειώθηκε χωρίς σημαντικές αλλαγές στα διατροφικά πρότυπα ως επακόλουθο της οικονομικής μεταβολής, υπάρχει αρνητική σημαντική συσχέτιση μεταξύ των οικονομικών μεταβολών (αλλαγές στο εισόδημα και αλλαγές στις τιμές αγοράς) και

της κατανάλωσης βασικών τροφίμων και θρεπτικών συστατικών, η αύξηση των τιμών των τροφίμων είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην μείωση της πρόσληψης ενέργειας ενός νοικοκυριού.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα διατροφικά πρότυπα άλλαξαν ελάχιστα στη Βουλγαρία λόγω της οικονομικής κρίσης. Συγκεκριμένα, μειώθηκε κυρίως η κατανάλωση τροφίμων που ήταν πιο ακριβά ανά μονάδα ενέργειας, όπως κρέας και γαλακτοκομικά προϊόντα, συγκριτικά με τα φθηνότερα τρόφιμα, όπως δημητριακά και τα προϊόντα του.

Όσον αφορά στο κόστος του φαγητού, αποτελεί ένα πολύ σημαντικό παράγοντα στην επιλογή και αγορά του φαγητού και μπορεί να επηρεάσει περισσότερο την αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή συγκριτικά με την γευστική του και καταναλωτική του προτίμηση. Πρόσθετα, η ανεργία, το εισόδημα του νοικοκυριού και ο πληθωρισμός παίζουν σημαντικό ρόλο στην αγορά και κατανάλωση τροφίμων. Όσο μειώνεται το εισόδημα των νοικοκυριών και οι τιμές των τροφίμων ανεβαίνουν, η αγορά των τροφίμων και η ενεργειακή πρόσληψη μειώνεται, κυρίως για τα πιο ακριβά τρόφιμα.

Αλλαγές στην ανεργία επηρεάζουν την ικανότητα ενός νοικοκυριού να αγοράσει ποιοτικά τρόφιμα, κυρίως σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Κοινωνικο-δημογραφικές αλλαγές, επίσης, επηρεάζουν την εθνική διατροφή και πιθανόν και τις ενεργειακές απαιτήσεις. Η μετανάστευση των νέων ενηλίκων της Βουλγαρίας είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση των ενεργειακών απαιτήσεων του πληθυσμού. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο πληθυσμός της Βουλγαρίας περιλάμβανε κυρίως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας καθώς και παιδιά, δηλαδή κατηγορίες ανθρώπων με μικρότερες ενεργειακές απαιτήσεις. Βέβαια, μείωση των ενεργειακών απαιτήσεων του καταναλωτή μπορεί να προκύψει και από την ανεργία.

Όσον αφορά στην έρευνα των Mutlu S. and A., Gracia (2006), σκοπός της μελέτης αυτής ήταν να αναλύσει τη σχέση που υπάρχει μεταξύ του φαγητού εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος και των κοινωνικοδημογραφικών και οικονομικών χαρακτηριστικών των νοικοκυριών της Ισπανίας.

Σε αυτή τη μελέτη, οι τύποι των γευμάτων που καταναλώνονται εκτός σπιτιού ορίζονται ως το πρωινό, το μεσημεριανό και το βραδινό γεύμα καθώς και τα σνακ. Όσον αφορά στον όρο γεύμα, η μελέτη αναφέρεται σε μεσημεριανά και βραδινά γεύματα εκτός σπιτιού και περιλαμβάνει το κυρίως γεύμα που καταναλώνεται σε καφετέριες, ξενοδοχεία, εστιατόρια, μπαρ και καφετέριες εταιρειών κ.ά. Όσον αφορά

στο πρωινό, η μελέτη αναφέρεται σε αυτό που καταναλώνεται οπουδήποτε. Όσον αφορά στα σνακ, η μελέτη αναφέρεται σε fast food, πίτσα, χάμπουργκερ, σάντουιτς κ.ά.

Τα δεδομένα της μελέτης προέρχονται από την ισπανική έρευνα νοικοκυριών που πραγματοποιήθηκε το 1996 από το ισπανικό στατιστικό ινστιτούτο. Τα δεδομένα της μελέτης παρέχουν πληροφορίες σε τριμηνιαία βάση για τα έξοδα των νοικοκυριών της Ισπανίας σε τρόφιμα και την ποσότητα τροφίμων που καταναλώθηκε από αυτά καθώς και για τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά τους. Το μέγεθος του δείγματος της μελέτης έφτασε τα δώδεκα χιλιάδες τριακόσια ισπανικά νοικοκυριά. Το μοντέλο που χρησιμοποιήθηκε για την καλύτερη κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς στο φαγητό εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος ήταν το dependent double-hurdle model.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, μια αύξηση στο εισόδημα του νοικοκυριού έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της δαπάνης για κάθε τύπο γεύματος (πρωινό, μεσημεριανό, βραδινό) ενώ όταν τα νοικοκυριά μένουν σε μικρές πόλεις έχουν λιγότερη δαπάνη σε φαγητό εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε έλλειψη σε εστιατόρια κάθε τύπου στις μικρές περιοχές παρά σε έλλειψη εστιατορίων ειδικευμένων σε ένα τύπο γεύματος ή άλλο.

Παράλληλα, νοικοκυριά με περιορισμένο χρόνο θα αυξήσουν τη ζήτησή τους σε βολικά τρόφιμα-γεύματα και θα αυξήσουν τα έξοδά τους σε φαγητό εκτός σπιτιού και συγκεκριμένα για τα κυρίως γεύματα σε αντίθεση με το να προετοιμάσουν φαγητό στο σπίτι.

Η έρευνα έδειξε, ακόμη, ότι όσο αυξάνεται το μέγεθος του νοικοκυριού, όταν η γυναίκα είναι η υπεύθυνη του νοικοκυριού και όσο μεγαλύτερη σε ηλικία είναι, μειώνεται η κατανάλωση του πρωινού και των κυρίως γευμάτων εκτός σπιτιού ενώ όταν το νοικοκυριό έχει ιδιόκτητη την κατοικία του αυξάνεται η κατανάλωση του πρωινού και των κυρίως γευμάτων εκτός σπιτιού. Επίσης, όσο αυξάνεται το μέγεθος του νοικοκυριού, αυξάνεται και η δαπάνη του νοικοκυριού σε σνακ.

Μια αύξηση στον αριθμό παιδιών ηλικίας έως 6 ετών έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της δαπάνης και κατανάλωσης του νοικοκυριού σε πρωινό εκτός σπιτιού, ενώ η κατανάλωση των σνακ αυξάνεται μιας και τα παιδιά προσλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος τους σε θρεπτικά συστατικά από σνακ και fast food.

Συνοψίζοντας, οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος (πρωινό, μεσημεριανό, βραδινό) είναι οι

παρακάτω: οικογενειακό εισόδημα, κόστος ευκαιρίας του χρόνου της υπεύθυνης του νοικοκυριού, μέγεθος του νοικοκυριού. Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη δαπάνη του νοικοκυριού για φαγητό εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος είναι το μέγεθος της πόλης όπου κατοικεί το νοικοκυριό.

Όσον αφορά στη δαπάνη για πρωινό εκτός σπιτιού, οι παράγοντες που την επηρεάζουν είναι οι παρακάτω: ύπαρξη παιδιών ηλικίας έως 6 ετών, ηλικία της γυναίκας που είναι η υπεύθυνη του νοικοκυριού, ιδιοκτησία της κατοικίας του νοικοκυριού, το φύλο του υπεύθυνου του νοικοκυριού.

Όσον αφορά στη δαπάνη για κυρίως γεύματα εκτός σπιτιού, οι παράγοντες που την επηρεάζουν είναι οι παρακάτω: ηλικία της γυναίκας που είναι η υπεύθυνη του νοικοκυριού, ιδιοκτησία της κατοικίας του νοικοκυριού, το φύλο του υπεύθυνου του νοικοκυριού.

Τέλος, όσον αφορά στη δαπάνη για σνακ εκτός σπιτιού, ένας άλλος παράγοντας που την επηρεάζει είναι η ύπαρξη παιδιών ηλικίας έως 6 ετών.

Η έρευνα των Januszezwska R. and J., Viaene (2005) πραγματοποιήθηκε στο Βέλγιο το 2001 με σκοπό α) να εξεταστεί εάν η ποσότητα του φαγητού που αγοράζεται/ καταναλώνεται διαφέρει μεταξύ των διαφορετικών εισοδηματικών ομάδων, β) να αναλύσει τη σχέση μεταξύ δαπανών φαγητού και εισοδήματος και γ) να ερευνήσει την επίδραση των κοινωνικοοικονομικών μεταβλητών στην κατανάλωση και δαπάνη φαγητού μεταξύ των εισοδηματικών ομάδων.

Τα δεδομένα της έρευνας, καταναλωτικά πρότυπα και συμπεριφορά των καταναλωτών, συλλέχτηκαν μέσω της GFK έρευνας, δηλαδή μέσω στοιχείων από barcode καταστημάτων τροφίμων. Το δείγμα περιλάμβανε πεντακόσια επτά νοικοκυριά του έτους 2001. Το δείγμα ερωτήθηκε επίσης και για δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά του χαρακτηριστικά, όπως οικογενειακό εισόδημα, μέγεθος νοικοκυριού, αριθμός των παιδιών του νοικοκυριού, περιοχή διαμονής, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα, ηλικία. Επίσης, ερωτήθηκε για την κατανάλωσή του στις παρακάτω ομάδες τροφίμων: κρέας, ψάρι, πουλερικά, γαλακτοκομικά, λιπαρά, λαχανικά και φρούτα. Για την επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε περιγραφική ανάλυση και παλινδρομήσεις.

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της έρευνας, αυτά ακολουθούν αμέσως παρακάτω: η ποσότητα των τροφίμων που καταναλώνονται και η αντίστοιχη δαπάνη για φαγητό αυξάνεται καθώς αυξάνεται η ηλικία των μελών των νοικοκυριών όλων των εισοδημάτων. Επίσης, υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της ποσότητας των τροφίμων

που καταναλώνονται και της αντίστοιχης δαπάνης τους και των μεταβλητών: περιοχή διαμονής, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα.

Το εισόδημα αποτελεί το βασικότερο παράγοντα ο οποίος επηρεάζει τη συνολική κατανάλωση και δαπάνη του νοικοκυριού για φαγητό, καθώς και την κατανάλωση και δαπάνη του νοικοκυριού για ψάρι, φρούτα και λαχανικά και γαλακτοκομικά. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι, σύμφωνα με την έρευνα, η συνολική κατανάλωση φαγητού του νοικοκυριού της χαμηλής εισοδηματικής ομάδας δεν είναι μικρότερη από την κατανάλωση της μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής ομάδας, οι χαμηλόμισθοι δεν καταναλώνουν σημαντικά λιγότερα λαχανικά και φρούτα συγκριτικά με τα νοικοκυριά μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής ομάδας και τα νοικοκυριά με χαμηλό εισόδημα ξοδεύουν σημαντικά λιγότερα χρήματα συνολικά για φαγητό και συγκεκριμένα, για κατανάλωση ψαριού, γαλακτοκομικών και λαχανικών.

Σκοπός της μελέτης των Boer M. *et al.* (2004) ήταν: α) να συγκρίνει υψηλής συχνότητας χρήστες 'βολικών', εύκολων τροφίμων με χαμηλής συχνότητας χρήστες σύμφωνα με τις γενικές, τις διατροφικές τους συνήθειες, τις διατροφικές τους συνήθειες και απόψεις τους σχετικά με 'βολικά', εύκολα τρόφιμα, β) να αναγνωρίσουν εάν οι γενικές, τις διατροφικές τους συνήθειες, οι διατροφικές τους συνήθειες και απόψεις τους σχετικά με 'βολικά', εύκολα τρόφιμα επηρεάζουν την κατανάλωση των 'βολικών', εύκολων τροφίμων.

Η μελέτη πραγματοποιήθηκε το 2001. Το δείγμα της μελέτης ήταν χίλια είκοσι τέσσερα νοικοκυριά της Ιρλανδίας, τα οποία ερωτήθηκαν μέσω ερωτηματολογίου για τις γενικότερες διατροφικές τους συνήθειες καθώς και για τις διατροφικές τους συνήθειες και απόψεις τους σχετικά με 'βολικά', εύκολα τρόφιμα διατροφή τους. Συγκεκριμένα, τα νοικοκυριά ερωτήθηκαν για την κατανάλωσή τους σε τέσσερις κατηγορίες 'βολικών', εύκολων τροφίμων: έτοιμα γεύματα, γεύματα στο χέρι, γεύματα σε εστιατόρια και γεύματα σε παμπ. Τα δεδομένα αναλύθηκαν με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS 10. Λογιστικές παλινδρομήσεις πραγματοποιήθηκαν με σκοπό να εξεταστεί ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την κατανάλωση για καθεμιά από τις παραπάνω κατηγορίες 'βολικών', εύκολων τροφίμων.

Παρακάτω ακολουθούν τα αποτελέσματα της έρευνας ανά τύπο γεύματος. Όσον αφορά στην κατανάλωση έτοιμων γευμάτων, εμφανίζεται θετική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης έτοιμων γευμάτων και των παρακάτω μεταβλητών:

κοινωνικότητα, γευματίζω μόνος, πίεση χρόνου, αξία του έτοιμου φαγητού, κάθε μέλος της οικογένειας γευματίζει ξεχωριστά και σε διαφορετική στιγμή. Με λίγα λόγια, η κατανάλωση έτοιμων γευμάτων αυξάνεται από καταναλωτές που χρησιμοποιούν το φαγητό για κοινωνικότητα, γευματίζουν μόνοι τους, θεωρούν υγιεινά τα έτοιμα γεύματα, έχουν πίεση χρόνου και γευματίζουν ξεχωριστά σαν οικογένεια. Ταυτόχρονα, εμφανίζεται αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης έτοιμων γευμάτων και της φρεσκάδας γευμάτων. Πιο συγκεκριμένα, η κατανάλωση έτοιμων γευμάτων μειώνεται όταν κάποιος προτιμά την κατανάλωση φρέσκων γευμάτων.

Όσον αφορά στην κατανάλωση γευμάτων στο χέρι-εκτός σπιτιού, εμφανίζεται θετική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης γευμάτων στο χέρι- εκτός σπιτιού και των παρακάτω μεταβλητών: κοινωνικότητα, καινοτομία, γευματίζω μόνος, ενδιαφέρον για το μαγείρεμα, στάση απέναντι στη διαφήμιση, σνακ αντί γευμάτων. Συνεπώς, καταναλωτές που χρησιμοποιούν το φαγητό για κοινωνικότητα, γευματίζουν μόνοι τους, τους αρέσει η καινοτομία, η μαγειρική, προτιμούν τα σνακ αντί γευμάτων και επηρεάζονται θετικά από τη διαφήμιση έχουν μεγάλη κατανάλωση σε γεύματα στο χέρι- εκτός σπιτιού.

Παράλληλα, εμφανίζεται αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης γευμάτων στο χέρι- εκτός σπιτιού και των παρακάτω μεταβλητών: φρεσκάδα γευμάτων, η γυναίκα αναλαμβάνει το μαγείρεμα, προτίμηση υγιεινού φαγητού. Δηλαδή, οι καταναλωτές μειώνουν την κατανάλωσή τους σε γεύματα στο χέρι- εκτός σπιτιού όταν προτιμούν φρέσκα και υγιεινά τρόφιμα καθώς και όταν η γυναίκα στο νοικοκυριό αναλαμβάνει την προετοιμασία φαγητού.

Όσον αφορά στην κατανάλωση γευμάτων σε εστιατόρια, παρατηρείται θετική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης γευμάτων σε εστιατόρια και της άποψης ότι γεύματα εκτός σπιτιού καταναλώνονται για κοινωνικότητα. Όταν ένας καταναλωτής θεωρεί ότι τα γεύματα εκτός σπιτιού καταναλώνονται για κοινωνικότητα αυξάνεται η κατανάλωσή του σε γεύματα σε εστιατόρια. Ακόμη, παρατηρείται αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης γευμάτων σε εστιατόρια και των παρακάτω μεταβλητών: τιμή και στρες. Όσο περισσότερο στρες έχει ο καταναλωτής και όσο περισσότερη ευαισθησία έχει στις τιμές μειώνεται η κατανάλωσή του για γεύματα σε εστιατόρια.

Τέλος, όσον αφορά στην κατανάλωση γευμάτων σε παμπ, παρατηρείται θετική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης γευμάτων σε παμπ και των παρακάτω

μεταβλητών: κοινωνικότητα, αξία του έτοιμου φαγητού. Όταν ένας καταναλωτής χρησιμοποιεί το φαγητό για κοινωνικότητα και δίνει αξία στα έτοιμα γεύματα αυξάνει και την κατανάλωσή του σε γεύματα σε παμπ. Επίσης, παρατηρείται αρνητική συσχέτιση μεταξύ της κατανάλωσης γευμάτων σε παμπ και της μεταβλητής 'η γυναίκα αναλαμβάνει το μαγείρεμα'. Όταν η γυναίκα αναλαμβάνει το μαγείρεμα στο σπίτι μειώνεται η κατανάλωση γευμάτων σε παμπ.

Συμπερασματικά, προκύπτει ότι τα έτοιμα γεύματα και γεύματα στο χέρι συγκριτικά με τα γεύματα σε εστιατόρια, και τα γεύματα σε παμπ, θεωρούνται περισσότερο ως κοινωνικό γεγονός, η τιμή αποτελεί τον κύριο παράγοντα για τη μείωση της κατανάλωσης γευμάτων σε εστιατόρια και σε παμπ και η καινοτομία αποτελεί σημαντικό παράγοντα της κατανάλωσης γευμάτων στο χέρι- εκτός σπιτιού.

Επίσης, η φρεσκάδα των γευμάτων επηρεάζει αρνητικά την κατανάλωση έτοιμων γευμάτων και γευμάτων στο χέρι- εκτός σπιτιού, λιγότερα γεύματα στο χέρι- εκτός σπιτιού καταναλώνονται όταν η γυναίκα του νοικοκυριού αναλαμβάνει το μαγείρεμα και η υγεία αποτελεί προτεραιότητα του καταναλωτή καθώς και η πίεση του χρόνου αυξάνει την κατανάλωση των έτοιμων γευμάτων και των γευμάτων στο χέρι- εκτός σπιτιού.

Επιπλέον, όταν δεν υπάρχει απόλαυση για το μαγείρεμα, όταν τα μέλη του νοικοκυριού γευματίζουν μόνα τους και δίνουν μεγάλη αξία στο έτοιμο φαγητό τότε αυξάνεται η κατανάλωση έτοιμων γευμάτων και τέλος, τα έτοιμα γεύματα συνδέονται με την άνεση, ενώ τα γεύματα σε εστιατόρια και σε παμπ συνδέονται με την κοινωνικοποίηση.

Όσον αφορά στη μελέτη των Moreira P. and P., Padrao (2004) σκοπός της ήταν να αξιολογήσει τη σημαντικότητα των εκπαιδευτικών και οικονομικών παραγόντων στη θεώρηση των διατροφικών προτύπων των Πορτογάλων ενηλίκων.

Το δείγμα της μελέτης (cross-sectional study) περιλάμβανε είκοσι χιλιάδες εννιάκοσιες ενενήντα επτά γυναίκες και δεκαοκτώ χιλιάδες εξακόσιους εξήντα τρεις άνδρες, όλοι Πορτογάλοι ενήλικες. Τα δεδομένα της μελέτης προέκυψαν από την τρίτη εθνική πορτογαλική έρευνα υγείας που πραγματοποιήθηκε το 1998-1999. Το δείγμα επιλέχθηκε τυχαία μετά από πολλά στάδια και ερωτήθηκε για το επίπεδο μόρφωσής του, το εισόδημα, τη φυσική του δραστηριότητα, τις συνήθειες του σχετικά με το κάπνισμα, το ύψος, το βάρος καθώς και για την πρόσληψη τροφίμων. Τα παραπάνω κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά συλλέχτηκαν έπειτα από επιτόπια συνέντευξη ενός μόνο ατόμου από κάθε νοικοκυριό.

Όσον αφορά στα δεδομένα που σχετίζονται με την κατανάλωση τροφίμων, ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να απαντήσουν ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες τροφίμων και ροφημάτων καταναλώνουν σε εβδομαδιαία και καθημερινή βάση: γάλα, σούπες λαχανικών, κρέας, ψάρι, λαχανικά, φρούτα, ψωμί, αμυλούχα τρόφιμα (ρύζι, μακαρόνια, πατάτες), μύρα, ποτά, κρασί. Όσον αφορά στο επίπεδο μόρφωσής τους, κατηγοριοποιήθηκαν σε τέσσερις ομάδες: λιγότερα από 4 χρόνια μόρφωσης, 5 έως 9 χρόνια μόρφωσης, 10 έως 12 χρόνια μόρφωσης και πάνω από 12 χρόνια μόρφωσης. Όσον αφορά στο εισόδημα, κατηγοριοποιήθηκαν σε τέσσερις ομάδες: λιγότερα από 315 ευρώ, 315 έως 547 ευρώ, 548 έως 815 ευρώ και πάνω από 815 ευρώ. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 12.

Στην προσπάθεια συσχέτισης της κατανάλωσης τροφίμων και των παρακάτω μεταβλητών επίπεδο μόρφωσης, φύλο και εισόδημα προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα. Οι υψηλού μορφωτικού επιπέδου καταναλωτές καταναλώνουν περισσότερα φρούτα, λαχανικά, γάλα, ψάρι και λιγότερο κρασί, αλκοολούχα ποτά, αμυλούχες τροφές (ρύζι, μακαρόνια, πατάτες, ψωμί) και δημητριακά συγκριτικά με τους χαμηλού μορφωτικού επιπέδου καταναλωτές. Οι άνδρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο καταναλώνουν περισσότερο κρέας και λιγότερη μύρα και οι άνδρες με υψηλότερο εισόδημα καταναλώνουν λιγότερο κρέας και περισσότερο γάλα.

Συμπέρασμα της έρευνας ήταν ότι το επίπεδο μόρφωσης των καταναλωτών είναι εκείνος ο παράγοντας που επηρεάζει σημαντικά την επιλογή τροφίμων των καταναλωτών ενώ το εισόδημα των καταναλωτών δεν επηρεάζει ιδιαίτερα την επιλογή και κατανάλωση τροφίμων από τους καταναλωτές.

Οι Darmon N. *et al.* (2003) πραγματοποίησαν έρευνα με σκοπό να μελετηθεί κατά πόσο ισχύει η υπόθεση ότι η υψηλή ενεργειακή πυκνότητα της συνολικής διαίτας συνδέεται με χαμηλό κόστος. Με άλλα λόγια, εκτιμάται το κόστος της γαλλικής διαίτας.

Για την έρευνα αυτή συνδέθηκαν δεδομένα διατροφικής πρόσληψης μιας διατροφικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των ετών 1988-1989 στη Γαλλία μαζί με μια πρόσφατη λίστα μέσων εθνικών τιμών τροφίμων του γαλλικού στατιστικού ινστιτούτου. Χρησιμοποιήθηκε, επίσης, μια διαδικασία δυο σταδίων ομαδοποίησης του δείγματος (cluster design sampling procedure).

Η μελέτη βασίστηκε σε δώδεκα περιοχές του Val-de-Marne οι οποίες επιλέχθηκαν σύμφωνα με την πιθανότητα του μεγέθους των περιοχών. Στο δεύτερο

στάδιο εβδομήντα πέντε οικογένειες από κάθε περιοχή επιλέχθηκαν τυχαία μέσω τηλεφωνικών καταλόγων. Η ανάλυση βασίστηκε σε οχτακόσιους τριάντα επτά ενήλικες ηλικίας 18 έως 76 ετών. Έμπειροι διατροφολόγοι πήραν συνέντευξη από τα άτομα των νοικοκυριών. Οι συμμετέχοντες απάντησαν σε ερωτηματολόγια που αφορούσαν στη συχνότητα και ποσότητα κατανάλωσης πενήντα επτά τροφίμων (με εξαίρεση τα αλκοολούχα ποτά) σε εβδομαδιαία βάση για περισσότερους από έξι μήνες. Τα τρόφιμα αυτά κατηγοριοποιήθηκαν σε ομάδες τροφίμων (δημητριακά, φρούτα και λαχανικά, κρέας, γαλακτοκομικά προϊόντα, λιπαρά και γλυκά). Μέσω αυτών των δεδομένων εκτιμήθηκε η διατροφική πρόσληψη των νοικοκυριών.

Παράλληλα, για την εκτίμηση του κόστους της δίαιτας των νοικοκυριών χρησιμοποιήθηκε μια λίστα των μέσων εθνικών τιμών των τροφίμων του 2002 που καταναλώθηκαν περισσότερο, σύμφωνα με το Γαλλικό εθνικό στατιστικό ινστιτούτο. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με την χρήση των στατιστικών πακέτων SPSS 9.0 και Statview 5.

Η ανάλυση των δεδομένων έδειξε ότι: α) υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της διατροφικής ενεργειακής πυκνότητας και της ποσοστιαίας ενέργειας από τα δημητριακά, τα λιπαρά και τα γλυκά, β) υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ της διατροφικής ενεργειακής πυκνότητας και της ποσοστιαίας ενέργειας από τα φρούτα, τα λαχανικά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Επίσης, εκτιμήθηκε από την έρευνα ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της διατροφικής ενεργειακής πυκνότητας και της περιεκτικότητας της δίαιτας σε θρεπτικά συστατικά. Συγκεκριμένα, υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της διατροφικής ενεργειακής πυκνότητας και της ποσοστιαίας ενέργειας από τη ζάχαρη και τα λιπαρά και ταυτόχρονα, υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ της διατροφικής ενεργειακής πυκνότητας και της ποσοστιαίας ενέργειας από πρωτεΐνες, φυτικές ίνες, βιταμίνη C. Το κρέας, τα φρούτα, τα λαχανικά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα έχουν υψηλότερη περιεκτικότητα σε νερό και συνεπώς, είναι χαμηλότερης ενεργειακής πυκνότητας σε σχέση με αυτή των λιπαρών και των γλυκών.

Η έρευνα οδήγησε και στο παρακάτω συμπέρασμα: υπάρχει αρνητική συσχέτιση μεταξύ του κόστους της διατροφής και της πρόσληψης ενέργειας από τη διατροφή, δηλαδή μια δίαιτα με μεγάλη ενεργειακή πρόσληψη κοστίζει λιγότερο συγκριτικά με μια δίαιτα με χαμηλότερη ενεργειακή πρόσληψη.

Τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν από την έρευνα ακολουθούν παρακάτω. Η κατανάλωση δίαιτας υψηλής ενεργειακής πυκνότητας συνδέεται με

υψηλή ενεργειακή πρόσληψη και παράλληλα, οι δίαιτες υψηλής ενεργειακής πυκνότητας τείνουν να είναι αυτές με υψηλή ποσότητα σε λιπαρά και γλυκά, ενώ δίαιτες με χαμηλότερη ενεργειακή πυκνότητα είναι αυτές που έχουν υψηλή ποσότητα σε γαλακτοκομικά προϊόντα, λαχανικά και φρούτα. Επιπλέον, δίαιτες υψηλής ενεργειακής πυκνότητας συνδέονται με χαμηλότερο κόστος, η ενεργειακή πυκνότητα μιας δίαιτας εξαρτάται από την περιεκτικότητά της σε νερό και το ενεργειακό κόστος των περισσότερων τροφίμων της ομάδας φρούτα και λαχανικά είναι μεγαλύτερο από αυτό της ομάδας λιπαρών και γλυκών. Παράλληλα, η φτώχεια και η παχυσαρκία συνδέονται με χαμηλό κόστος και υψηλή ευχαρίστηση από δίαιτες υψηλής ενεργειακής πυκνότητας και τρόφιμα υψηλής ενεργειακής πυκνότητας όπως δημητριακά, λιπαρά και γλυκά έχουν χαμηλό κόστος συγκριτικά με τρόφιμα όπως κρέας, λαχανικά και φρούτα και το αντίστροφο.

Σκοπός της μελέτης των Groth M. *et al.* (2001) ήταν να ερευνηθεί εάν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ του κοινωνικοοικονομικού επιπέδου των καταναλωτών και της υγιεινής διαίτας. Η έρευνα (cross-sectional) πραγματοποιήθηκε στη Δανία το 1995 και το δείγμα της έφτασε τα χίλια επτακόσια είκοσι δύο άτομα, άνδρες και γυναίκες ηλικίας 18-85 ετών. Το δείγμα της έρευνας ερωτήθηκε μέσω συνέντευξης για τη διατροφική του κατανάλωση (τρόφιμα και θρεπτικά συστατικά) και δαπάνη του καθώς και για τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με univariate και multivariate analysis. Το στατιστικό πακέτο που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση των δεδομένων ήταν το SAS.

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της έρευνας, η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών καθώς και η κατανάλωση λίπους συνδέεται σημαντικά με το επίπεδο μόρφωσης. Επίσης, όσο αυξάνεται το επίπεδο μόρφωσης, αυξάνεται η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών και μειώνεται η κατανάλωση λίπους και η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών για τις γυναίκες συνδέεται σημαντικά με την ηλικία, το εισόδημα, τη σύνθεση του νοικοκυριού και την περιθωριοποίησή τους από το εργατικό δυναμικό. Συγκεκριμένα, όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία της γυναίκας, τόσο περισσότερο αυξάνεται η κατανάλωση φρούτων και λαχανικών και λίπους, οι γυναίκες με το χαμηλότερο και το υψηλότερο εισόδημα έχουν τη χαμηλότερη κατανάλωση φρούτων και λαχανικών και όλες οι γυναίκες έχουν οικογένεια με παιδιά είχαν τη χαμηλότερη κατανάλωση φρούτων και λαχανικών συγκριτικά με τις αδέσμευτες γυναίκες ή τα ζευγάρια.

Επίσης, οι περιθωριοποιημένες από το εργατικό δυναμικό γυναίκες μειώνουν την κατανάλωσή τους σε φρούτα και λαχανικά και αυξάνουν την κατανάλωσή τους σε λίπος. Οι εργαζόμενες γυναίκες με υψηλό επίπεδο μισθού έχουν διατροφικές συνήθειες που συμφωνούν περισσότερο με τις συνιστώμενες διατροφικές οδηγίες σε κατανάλωση φρούτων, λαχανικών, φυτικών λιπαρών, ψαριού, συνολικών λιπαρών, αποβουτυρωμένου γάλακτος και τυριού συγκριτικά με τις διατροφικές συνήθειες των ανειδίκευτων εργαζομένων.

Τέλος, η κατανάλωση των ανδρών σε αλκοόλ, φρούτα, λαχανικά, φυτικά λιπαρά, ψάρι, συνολικά λιπαρά, αποβουτυρωμένο γάλα και τυρί συνδέεται με το μορφωτικό επίπεδό τους, την επαγγελματική τους κατάσταση και την περιθωριοποίησή τους από το εργατικό δυναμικό. Συγκεκριμένα, οι άνδρες εργαζόμενοι με υψηλό επίπεδο μισθού έχουν διατροφικές συνήθειες που συμφωνούν περισσότερο με τις συνιστώμενες διατροφικές οδηγίες σε κατανάλωση φρούτων, λαχανικών, φυτικών λιπαρών, ψαριού, συνολικών λιπαρών, αποβουτυρωμένου γάλακτος και τυριού συγκριτικά με τις διατροφικές συνήθειες των ανειδίκευτων εργαζομένων.

Επίσης, άνδρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο εμφανίζουν υψηλή κατανάλωση σε φρούτα και λαχανικά καθώς και οι περιθωριοποιημένοι από το εργατικό δυναμικό άνδρες αυξάνουν την κατανάλωσή τους σε φρούτα, λαχανικά και λίπος. Αντίθετα, όσο λιγότερη είναι η μόρφωση των ανδρών τόσο περισσότερο συμφωνεί η κατανάλωσή τους σε αλκοόλ με τη συνιστώμενη ποσότητα κατανάλωσης του αλκοόλ συγκριτικά με τους άνδρες καταναλωτές που έχουν υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης.

Όσον αφορά στην έρευνα των Mihalopoulos V. and M., Demoussis (2001), σκοπός της έρευνας αυτής ήταν να μελετήσει την κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού των ελληνικών νοικοκυριών.

Η έρευνα χρησιμοποίησε δεδομένα (cross-sectional) από την έρευνα «Οικογενειακού προϋπολογισμού» που πραγματοποιήθηκε από την εθνική στατιστική υπηρεσία της Ελλάδας τον Οκτώβριο του 1993 μέχρι το Σεπτέμβριο του 1994. Το δείγμα της έρευνας περιλάμβανε έξι χιλιάδες επτακόσια πενήντα ένα ελληνικά νοικοκυριά τα οποία ερωτήθηκαν για το φαγητό το οποίο καταναλώνουν, για τη δαπάνη τους σε φαγητό εκτός σπιτιού για μια περίοδο αναφοράς δυο εβδομάδων καθώς και για τα κοινωνικοοικονομικά και δημογραφικά τους χαρακτηριστικά. Το IHS double-hurdle participation μοντέλο χρησιμοποιήθηκε για τη στατιστική ανάλυση της κατανάλωσης φαγητού εκτός σπιτιού των ελληνικών

νοικοκυριών. Το στατιστικό πακέτο που χρησιμοποιήθηκε για την επεξεργασία των δεδομένων-οικονομετρική ανάλυση είναι το LIMDEP 7.

Η έρευνα κατέληξε στο ότι η δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού συσχετίζεται θετικά με το οικογενειακό εισόδημα, το μέγεθος και τον τύπο του νοικοκυριού, το μορφωτικό επίπεδο και το είδος της εργασιακής απασχόλησης του υπεύθυνου του νοικοκυριού. Συγκεκριμένα, καθώς αυξάνεται το οικογενειακό εισόδημα, ο αριθμός των ατόμων του νοικοκυριού, το μορφωτικό επίπεδο και ο υπεύθυνος του νοικοκυριού εργάζεται με πλήρης απασχόληση αυξάνεται και η δαπάνη του νοικοκυριού για φαγητό εκτός σπιτιού.

Επιπρόσθετα, νοικοκυριά με υπεύθυνους μεγάλης ηλικίας (55 ετών και άνω) καθώς και με παιδιά μικρής ηλικίας (17 ετών και κάτω) ξοδεύουν λιγότερα χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού και το οικογενειακό εισόδημα αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα στην κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού κυρίως για τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά, τα οποία θεωρούν το φαγητό εκτός σπιτιού ως αγαθό-γεύμα πολυτελείας.

Επίσης, ένα αστικό νοικοκυριό δαπάνη λιγότερα χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού συγκριτικά με ένα αγροτικό νοικοκυριό. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το φαγητό εκτός σπιτιού είναι φθηνότερο στις πόλεις συγκριτικά με το φαγητό εκτός σπιτιού στην επαρχία, γεγονός το οποίο οφείλεται στο μεγαλύτερο ανταγωνισμό που υπάρχει στην αγορά φαγητού εκτός σπιτιού σε αστικές περιοχές συγκριτικά με τις αγροτικές, επαρχιακές περιοχές. Τέλος, οι μορφωμένες Ελληνίδες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα στη κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού συγκριτικά με τις γυναίκες στην Ισπανία και την Αμερική, γεγονός το οποίο σχετίζεται με το αυξημένο ωράριο εργασιακής τους απασχόλησης λόγω του οποίου δεν υπάρχει χρόνος για προετοιμασία φαγητού στο σπίτι.

3.2 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ασία

Σκοπός της μελέτης των Zheng Z. *et al.* (2011) είναι η εκτίμηση των ελαστικότητας τιμής και εισοδήματος για πολλές ομάδες τροφίμων συνδεδεμένες με κάθε κατηγορία εισοδήματος, χαμηλού, μεσαίου και υψηλού εισοδήματος, των

αστικών νοικοκυριών της πιο αστικής περιοχής της Κίνας, χρησιμοποιώντας δεδομένα έρευνας για νοικοκυριά του 2004 της περιοχής Τζιανγκσού.

Με άλλα λόγια, σκοπός της μελέτης αυτής είναι η μέτρηση των επιδράσεων των εισοδηματικών επιπέδων στην κατανάλωση τροφίμων σε αστικά νοικοκυριά της Κίνας διαφορετικού εισοδήματος. Ένα σύστημα ζήτησης που περιλαμβάνει δέκα ομάδες τροφίμων εκτιμήθηκε χρησιμοποιώντας το μοντέλο ζήτησης LinQuad ξεχωριστά για νοικοκυριά χαμηλού, μεσαίου και υψηλού εισοδήματος. Τα δεδομένα αφορούν 2886 νοικοκυριά και οι ομάδες τροφίμων που αναλύονται στην μελέτη είναι οι παρακάτω: δημητριακά, λίπη και έλαια, κρέας, πουλερικά, αυγά, θαλασσινά προϊόντα, γαλακτοκομικά προϊόντα, φρούτα, λαχανικά, άλλα φαγητά.

Ένα σύστημα ζήτησης που περιλαμβάνει δέκα ομάδες τροφίμων εκτιμήθηκε χρησιμοποιώντας το μοντέλο ζήτησης LinQuad ξεχωριστά για νοικοκυριά χαμηλού, μεσαίου και υψηλού εισοδήματος.

Η πραγματοποίηση της παλινδρόμησης στην έρευνα έδειξε ότι τα έξοδα του νοικοκυριού για ένα τρόφιμο (δημητριακά, λίπη και έλαια, κρέας, πουλερικά, αυγά, θαλασσινά προϊόντα, γαλακτοκομικά προϊόντα, φρούτα, λαχανικά, άλλα φαγητά) εξαρτώνται από την τιμή του τροφίμου και το εισόδημα του νοικοκυριού. Τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης αναλύονται στις επόμενες παραγράφους.

Όσον αφορά στη συσχέτιση της τιμής του κάθε τροφίμου με τη δαπάνη του νοικοκυριού για καθεμιά ομάδα τροφίμου βρέθηκε ότι η ελαστικότητα της τιμής των θαλασσινών για την ομάδα μεσαίου εισοδήματος είναι θετική, ενώ οι ελαστικότητες των τιμών για τις υπόλοιπες ομάδες τροφίμων και για τις τρεις ομάδες εισοδήματος, χαμηλή, μεσαία, υψηλή, είναι αρνητική. Επίσης, η ζήτηση για αυγά για τη χαμηλή εισοδηματική ομάδα είναι η περισσότερο ανταποκρινόμενη στην τιμή ενώ η ζήτηση για τις υπόλοιπες ομάδες τροφίμων είναι ανελαστική ως προς τις αλλαγές των τιμών.

Επιπλέον, οι ελαστικότητες των τιμών για τη ζήτηση των δημητριακών, κρεάτων, αυγών, γαλακτοκομικών προϊόντων και φρούτων για την ομάδα χαμηλού εισοδήματος είναι μεγαλύτερες σε απόλυτα ποσά συγκριτικά με αυτές της μεσαίας και υψηλής εισοδηματικής ομάδας. Έτσι, για την πλειοψηφία των ομάδων τροφίμων, αλλαγές στις τιμές των τροφίμων στο Τζιανγκσού θα οδηγούσαν σε μεγαλύτερες προσαρμογές στα πρότυπα κατανάλωσης τροφίμων των χαμηλόμισθων νοικοκυριών συγκριτικά με τα μεσαίου και υψηλού εισοδήματος νοικοκυριά.

Οι καταναλωτές χαμηλού εισοδήματος στο Τζιανγκσού είναι η πιο ευαίσθητη εισοδηματική ομάδα στις αλλαγές τιμών των δημητριακών, κρεάτων και αυγών.

Συνεπώς, μια αλλαγή στις τιμές των δημητριακών προϊόντων, όπως το ρύζι και προϊόντα σιταριού, κρεάτων, όπως το χοιρινό, και των αυγών θα άλλαζε την κατανάλωση των νοικοκυριών χαμηλού εισοδήματος. Μειώνοντας, συνεπώς, τις τιμές αυτών των τροφίμων θα αυξανόταν η κατανάλωση των νοικοκυριών χαμηλού εισοδήματος στην αστική Κίνα.

Η ζήτηση των υψηλόμισθων νοικοκυριών για τα λίπη-έλαια και τα πουλερικά ανταποκρίνεται περισσότερο στην αλλαγή των τιμών συγκριτικά με αυτές της μεσαίας και χαμηλής εισοδηματικής ομάδας.

Γενικότερα, παρατηρείται μέσα από την έρευνα ότι οι καταναλωτές του αστικού Τζιανγκσού ανταποκρίνονται περισσότερο στις τιμές των ίδιων των ομάδων τροφίμων και στο εισόδημά τους παρά στις τιμές των άλλων ομάδων τροφίμων καθώς και ότι οι καταναλωτές και των τριών κατηγοριών εισοδήματος ανταποκρίνονται περισσότερο σε αλλαγές εισοδήματος για τρόφιμα ζωικής προέλευσης και φρούτα συγκριτικά με άλλες ομάδες τροφίμων.

Όσον αφορά στη συσχέτιση του εισοδήματος με τη δαπάνη του νοικοκυριού για καθεμιά ομάδα τροφίμου προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα: Οι εισοδηματικές ελαστικότητες των δέκα ομάδων τροφίμων είναι χαμηλότερες για τα υψηλόμισθα νοικοκυριά συγκριτικά με αυτές των νοικοκυριών μεσαίου και χαμηλού εισοδήματος. Με άλλα λόγια, η κατά κεφαλήν κατανάλωση τροφίμων των χαμηλόμισθων και μεσαίου εισοδήματος νοικοκυριών δεν θα συμβάδιζε με αυτή των υψηλόμισθων νοικοκυριών. Συγκεκριμένα, οι εισοδηματικές ελαστικότητες των χαμηλόμισθων νοικοκυριών για τις παρακάτω ομάδες τροφίμων: κρέας, πουλερικά, θαλασσινά προϊόντα, γαλακτοκομικά προϊόντα και φρούτα, εκτός αυτής των δημητριακών, είναι υψηλότερες συγκριτικά με αυτές των νοικοκυριών μεσαίου και υψηλού εισοδήματος, δηλαδή τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά αγοράζουν περισσότερη ποσότητα ακριβών τροφίμων όταν αυξηθεί το εισόδημά τους.

Συνεπώς, τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα ακολουθούν παρακάτω: μια αύξηση στην κατανομή του εισοδήματος μεταξύ των χαμηλόμισθων και μεσαίου εισοδήματος νοικοκυριών αναμένεται να οδηγήσει σε αύξηση στην κατά κεφαλήν κατανάλωση-ζήτηση των προϊόντων ζωικής προέλευσης (κρεάτων, αυγών, γαλακτοκομικών προϊόντων, πουλερικών, θαλασσινών προϊόντων) και φρούτων. Τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά σπαταλούν μεγάλο μέρος του εισοδήματός τους για τρόφιμα. Συνεπώς, οι υψηλότερες τιμές έχουν μεγαλύτερη επίδραση στα χαμηλόμισθα νοικοκυριά από ότι στα μεσαίου και υψηλού εισοδήματος και πιο

συγκεκριμένα, η ζήτηση των χαμηλόμισθων νοικοκυριών για κρέας, δημητριακά και αυγά ανταποκρίνεται περισσότερο στην αλλαγή των τιμών συγκριτικά με τα νοικοκυριά μεσαίου και υψηλού εισοδήματος. Με άλλα λόγια, η ζήτηση των χαμηλόμισθων νοικοκυριών ανταποκρίνεται περισσότερο στην αλλαγή τιμών και εισοδήματος συγκριτικά με τα νοικοκυριά υψηλού και μεσαίου εισοδήματος.

Σκοπός της μελέτης των Bai J. *et al.* (2010) ήταν να ερευνήσει τη δαπάνη των νοικοκυριών του Πεκίνου της Κίνας για φαγητό εκτός σπιτιού και τους παράγοντες που την επηρεάζουν.

Η έρευνα βασίζεται σε τριακόσια δεκαπέντε νοικοκυριά από τέσσερις περιοχές του Πεκίνου της Κίνας, η οποία πραγματοποιήθηκε τον Ιούλιο του 2007. Κάθε νοικοκυριό ερωτήθηκε για τα κοινωνικοοικονομικά και δημογραφικά του χαρακτηριστικά μέσω συνέντευξης ενώ, παράλληλα, κράτησε και ημερολόγιο κατανάλωσης και δαπάνης του σε φαγητό εντός και εκτός σπιτιού για μια περίοδο αναφοράς μιας εβδομάδας. Το φαγητό εκτός σπιτιού στην έρευνα περιλαμβάνει όλα τα γεύματα που σερβίρονται σε εστιατόρια, αλυσίδες fast food, καφετέριες και καταστήματα με μικρογεύματα ή γεύματα στο χέρι. Το box-cox double-hurdle μοντέλο χρησιμοποιήθηκε για την πραγματοποίηση της εμπειρικής ανάλυσης των δεδομένων της έρευνας.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψε ότι η δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού σε ένα νοικοκυριό επηρεάζεται από τους παρακάτω παράγοντες: οικογενειακό εισόδημα, κόστος ευκαιρίας του χρόνου, κατανάλωση γευμάτων που προσφέρονται δωρεάν στο νοικοκυριό από άλλες πηγές, ύπαρξη παιδιών και συνταξιούχων στο νοικοκυριό.

Συνεπώς, όταν αυξάνεται το οικογενειακό εισόδημα, το κόστος ευκαιρίας του χρόνου της υπευθύνου του νοικοκυριού, η κατανάλωση γευμάτων που προσφέρονται δωρεάν στο νοικοκυριό από άλλες πηγές, αυξάνεται και η δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού. Επίσης, όταν σε ένα νοικοκυριό αυξάνεται ο αριθμός των παιδιών και των συνταξιούχων στο νοικοκυριό, τότε μειώνονται τα έξοδα για φαγητό εκτός σπιτιού.

Η μελέτη των Souza A. and D., Jolliffe (2010) πραγματοποιήθηκε με σκοπό να κατανοηθεί πώς οι άνθρωποι του Αφγανιστάν επηρεάστηκαν και αντιμετώπισαν την άνοδο των τιμών των τροφίμων, δηλαδή εκτιμήθηκε η επίδραση της αύξησης των τιμών των τροφίμων στην ευημερία των νοικοκυριών του Αφγανιστάν. Συγκεκριμένα, μελετήθηκε η επίδραση της αύξησης της τιμής του σιταριού στην ευημερία των νοικοκυριών και στην διατροφή τους.

Η έρευνα (NRVA) πραγματοποιήθηκε σε είκοσι χιλιάδες πεντακόσια εβδομήντα έξι νοικοκυριά του Αφγανιστάν μεταξύ Αυγούστου 2007 και Σεπτεμβρίου 2008. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγιο το οποίο περιλάμβανε τρεις ενότητες ερωτήσεων: ερωτήσεις που αφορούν στο νοικοκυριό, την κοινότητα και μια έρευνα τιμών αγοράς σε περιφερειακό επίπεδο.

Για την επίτευξη αυτού του σκοπού πραγματοποιήθηκε παλινδρόμηση με εξαρτημένη μεταβλητή την ευημερία των νοικοκυριών του Αφγανιστάν, η οποία περιλαμβάνει την πραγματική μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση φαγητού, την κατά κεφαλήν καθημερινή πρόσληψη θερμίδων, την κατά κεφαλήν καθημερινή πρόσληψη πρωτεϊνών, τη διατροφική ποικιλία νοικοκυριού, τα έξοδα σε ομάδες τροφίμων, την κατά κεφαλήν κατανάλωση σιταριού, και ανεξάρτητες μεταβλητές την τιμή του εγχώριου σιταριού, την περιοχή διαμονής του νοικοκυριού (αγροτική/αστική), τον αριθμό των παιδιών στο νοικοκυριό, τη μορφολογία του εδάφους της περιοχής διαμονής του νοικοκυριού (ορεινή/ πεδινή περιοχή) και την οικονομική ενίσχυση του νοικοκυριού.

Τα αποτελέσματα, όσον αφορά στην επίδραση της τιμής του εγχώριου σιταριού στην ευημερία των νοικοκυριών του Αφγανιστάν, έδειξαν ότι η αύξηση στην τιμή του σιταριού οδηγεί σε μεγάλη μείωση στην πραγματική μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση φαγητού αλλά σε μικρότερη μείωση στην κατά κεφαλήν καθημερινή πρόσληψη θερμίδων. Τα νοικοκυριά αλλάζουν τη σύνθεση της διατροφής τους, απομακρύνονται από τρόφιμα πλούσια σε θρεπτικά συστατικά όπως το κρέας, φρούτα και λαχανικά και τείνουν σε σιτάρι καθώς και στην αγορά φθηνότερων προϊόντων. Αυτό οδηγεί σε χαμηλά επίπεδα ποικιλίας στην διατροφή, η οποία συνδέεται με φτωχή ποιότητα διατροφής και ανεπαρκή πρόσληψη θρεπτικών συστατικών.

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της επίδρασης της περιοχής διαμονής του νοικοκυριού (αγροτική/αστική) στην ευημερία των νοικοκυριών του Αφγανιστάν, έδειξαν ότι τα αγροτικά νοικοκυριά παρουσιάζουν μικρή μείωση στην πρόσληψη θερμίδων, ενώ τα αστικά νοικοκυριά μειώνουν την ποικιλία της διατροφής τους. Επίσης, η ζήτηση για σιτάρι και των προϊόντων του, στα αστικά νοικοκυριά, είναι αυξημένη καθώς αυξάνεται η τιμή τους (αγαθό giffen).

Η επίδραση του αριθμού των παιδιών στο νοικοκυριό στην ευημερία των νοικοκυριών του Αφγανιστάν ήταν σημαντική και έδειξε ότι όσο μεγαλώνει ο

αριθμός τους, τόσο μεγαλώνει και η πραγματική μηνιαία κατά κεφαλήν κατανάλωση φαγητού ενώ μειώνεται η κατά κεφαλήν καθημερινή πρόσληψη θερμίδων.

Τέλος, η επίδραση της μορφολογίας του εδάφους της περιοχής διαμονής του νοικοκυριού (ορεινή/ πεδινή περιοχή) και της οικονομικής ενίσχυσης του νοικοκυριού στην ευημερία των νοικοκυριών του Αφγανιστάν έδειξε ότι α) τα αγροτικά νοικοκυριά, μιας και έχουν πρόσβαση σε/ δυνατότητα για γεωργικές καλλιέργειες, παράγουν αρκετή ποσότητα τροφής και εμφανίζουν μεγαλύτερη κατανάλωση σιτηρών και άλλων προϊόντων, καθώς και β) ότι τα νοικοκυριά τα οποία δέχονται οικονομική ενίσχυση και διατροφική βοήθεια μπορεί να αντιδράσουν διαφορετικά σε μια αύξηση των τιμών.

Η έρευνα των Heng H. and A., Guan (2007) πραγματοποιήθηκε σε εννέα χιλιάδες εκατόν ογδόντα τέσσερα νοικοκυριά της Μαλαισίας τον Ιούλιο του 1998 έως τον Ιούνιο του 1999 με σκοπό να εξεταστούν τα πρότυπα δαπάνης των νοικοκυριών σε φαγητό εκτός σπιτιού. Σκοπός της μελέτης αυτής, δηλαδή, είναι η καλύτερη κατανόηση για το ποιοι κοινωνικοδημογραφικοί παράγοντες επηρεάζουν τη δαπάνη των καταναλωτών σε φαγητό εκτός σπιτιού στη Μαλαισία.

Το μοντέλο παλινδρόμησης που εφαρμόστηκε στη μελέτη αυτή είναι το Tobit model. Τα νοικοκυριά έκαναν λεπτομερειακή καταγραφή των δαπανών τους για περίοδο ενός μήνα. Επιπλέον, καταγράφηκαν τα κοινωνικοδημογραφικά χαρακτηριστικά τους. Τα νοικοκυριά επιλέχθηκαν μέσω πολλαπλών σταδίων και από διαφορετικές περιοχές.

Μέσω της έρευνας προέκυψε ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη συνολική μηνιαία δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού είναι η φυλή/ εθνικότητα, το συνολικό μηνιαίο εισόδημα του νοικοκυριού και η περιοχή διαμονής του νοικοκυριού (αστική, αγροτική), ενώ το μορφωτικό επίπεδο, το φύλο, το μέγεθος του νοικοκυριού και η ηλικία δεν φαίνεται να επηρεάζουν σημαντικά τη συνολική μηνιαία δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού.

Αναλυτικότερα, όσο αυξάνεται το εισόδημα των νοικοκυριών, θα αυξάνονται και τα έξοδά τους σε φαγητό εκτός σπιτιού εφόσον τα πλουσιότερα νοικοκυριά έχουν μεγαλύτερο εισόδημα για δαπάνες και συνεπώς, μπορούν να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα σε αγαθά και υπηρεσίες. Επίσης, τα κινέζικα νοικοκυριά και τα αστικά νοικοκυριά έχουν σημαντικά υψηλότερα έξοδα σε φαγητό εκτός σπιτιού γεγονός που οφείλεται πιθανόν στο ότι τα αστικά νοικοκυριά εκθέτονται σε μεγαλύτερη ποικιλία και διαθεσιμότητα φαγητού εκτός σπιτιού, περισσότερο μάρκετινγκ και κίνητρα

προώθησης καθώς και διαφορές του εργασιακού τρόπου ζωής συγκριτικά με τα αγροτικά νοικοκυριά.

Όσον αφορά στους υπόλοιπους παράγοντες πρέπει να αναφερθούν τα εξής: το φαγητό εκτός σπιτιού αποτελεί τρόπο ζωής στη Μαλαισία για όλα τα άτομα ανεξαρτήτως ηλικίας και τα μέλη του νοικοκυριού ανεξαρτήτως φύλου και μορφωτικού επιπέδου καταναλώνουν τον ίδιο τύπο φαγητού όταν δειπνούν εκτός σπιτιού όλοι μαζί. Παράλληλα, παρόλο που τα μεγαλύτερα σε μέγεθος νοικοκυριά έχουν υψηλότερα συνολικά έξοδα όταν τρώνε εκτός σπιτιού συγκριτικά με τα μικρότερα νοικοκυριά, αυτό δεν τα εμποδίζει να τρώνε φαγητό εκτός σπιτιού, λόγω της ύπαρξης μεγάλης ποικιλίας καταστημάτων με φαγητό εκτός σπιτιού στη Μαλαισία και του μεγάλου εύρους τιμών αυτών.

Η μελέτη των Islam M. and C., Siwar (2005) αναλύει τα πρότυπα δαπανών των χαμηλόμισθων νοικοκυριών της Μαλαισίας κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης. Σκοπός της μελέτης αυτής είναι η μελέτη της σχέσης που υπάρχει μεταξύ του εισοδήματος των νοικοκυριών και της κατανάλωσης των νοικοκυριών σε φαγητό καθώς και μη εδωδιμων προϊόντων.

Η μελέτη αυτή βασίστηκε στο μοντέλο του νόμου του Engel. Η συγκέντρωση δεδομένων πραγματοποιήθηκε μεταξύ του Ιουλίου 1998 και του Αυγούστου 1998. Οι απαιτούμενες πληροφορίες συλλέχτηκαν από δυο χιλιάδες χαμηλόμισθα νοικοκυριά διαφορετικών αστικών και αγροτικών περιοχών της Μαλαισίας. Στη μελέτη αυτή χρησιμοποιήθηκαν οι παρακάτω μέθοδοι για την ανάλυση των δεδομένων: semi-long function R^2 και generalized least squares (GLS).

Στη μελέτη αυτή πραγματοποιήθηκαν συσχετίσεις μεταξύ της δαπάνης του νοικοκυριού σε φαγητό και των παρακάτω μεταβλητών: συνολικό μηνιαίο εισόδημα του νοικοκυριού, περιοχή διαμονής του νοικοκυριού, μορφωτικό επίπεδο του νοικοκυριού, φύλο, εργασία στον κατασκευαστικό τομέα, εργασία στον τομέα υπηρεσιών, εργασία στο βιομηχανικό τομέα, εργασία στον αγροτικό τομέα, έξοδα του νοικοκυριού σε μη εδωδιμα αγαθά και υπηρεσίες, αύξηση των τιμών των τροφίμων.

Όσον αφορά στη συσχέτιση μεταξύ της δαπάνης του νοικοκυριού σε φαγητό και των μεταβλητών όπως το συνολικό μηνιαίο εισόδημα του νοικοκυριού, η περιοχή διαμονής του νοικοκυριού και η αύξηση των τιμών των τροφίμων, βρέθηκε ότι υπάρχει θετική σημαντική συσχέτιση μεταξύ της δαπάνης του νοικοκυριού σε φαγητό και των μεταβλητών όπως συνολικό μηνιαίο εισόδημα και αύξηση των τιμών των

τροφίμων καθώς και θετική συσχέτιση μεταξύ της περιοχής διαμονής του νοικοκυριού και της δαπάνης του για φαγητό.

Αναλυτικότερα, τα έξοδα σε φαγητό των χαμηλόμισθων νοικοκυριών μειώνονται περισσότερο συγκριτικά με τα υψηλόμισθα νοικοκυριά και τα αστικά νοικοκυριά μείωσαν περισσότερο τη δαπάνη τους για φαγητό συγκριτικά με τα αγροτικά νοικοκυριά. Παρόλα αυτά, παρατηρήθηκε μείωση στη δαπάνη του φαγητού και στα αστικά και στα αγροτικά νοικοκυριά. Επίσης, όσο υψηλότερες είναι οι τιμές των τροφίμων, τόσο περισσότερα χρήματα ξοδεύουν τα νοικοκυριά στο φαγητό.

Η συσχέτιση μεταξύ της δαπάνης του νοικοκυριού και των υπόλοιπων μεταβλητών όπως μορφωτικό επίπεδο του νοικοκυριού, φύλο, εργασία στον κατασκευαστικό τομέα, εργασία στον τομέα υπηρεσιών, εργασία στο βιομηχανικό τομέα, εργασία στον αγροτικό τομέα και έξοδα του νοικοκυριού σε μη edwδima αγαθά και υπηρεσίες βρέθηκε ότι ήταν αρνητική. Βέβαια, οι αρνητικές αυτές συσχετίσεις μεταξύ της δαπάνης του νοικοκυριού σε φαγητό και της εργασίας στον κατασκευαστικό τομέα και μεταξύ της δαπάνης του νοικοκυριού σε φαγητό και των edwδων του νοικοκυριού σε μη edwδima αγαθά και υπηρεσίες ήταν σημαντικές.

Αναλυτικότερα, η κατανάλωση και η δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό μειώθηκε από τους καταναλωτές με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο καθώς και από τα νοικοκυριά με υπεύθυνη του νοικοκυριού τη γυναίκα, αποτέλεσμα το οποίο οφείλεται πιθανόν στα μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες.

Παράλληλα, όταν οι καταναλωτές εργάζονται στον κατασκευαστικό τομέα, στον τομέα παροχής υπηρεσιών, στο βιομηχανικό τομέα και στον αγροτικό τομέα, τότε το νοικοκυριό μειώνει σε μεγάλο ποσοστό τις δαπάνες του σε φαγητό. Πρέπει να σημειωθεί ότι η μεγαλύτερη μείωση δαπανών σε φαγητό παρατηρείται στα νοικοκυριά που απασχολούνται στον κατασκευαστικό τομέα. Ακόμη, όσο μεγαλύτερα είναι τα έξοδα των νοικοκυριών σε φαγητό, τόσο λιγότερα είναι τα έξοδά τους σε μη edwδima αγαθά και υπηρεσίες, όπως ρουχισμός, διασκέδαση, στέγαση, μεταφορές, εκπαίδευση, ιατρική περίθαλψη, καύσιμα το οποίο υποδηλώνει ότι το φαγητό αποτελεί βασικό αγαθό των νοικοκυριών, ενώ τα μη edwδima αγαθά και υπηρεσίες αποτελούν είδος πολυτέλειας.

Σκοπός της μελέτης των Ham S. *et al.* (2004) ήταν να ερευνήσει εάν υπάρχει σχέση μεταξύ δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των νοικοκυριών της Αμερικής και της Κορέας και των δαπανών τους για φαγητό εκτός σπιτιού. Επιπλέον σκοπός της μελέτης ήταν η εύρεση των ομοιοτήτων και των

διαφορών μεταξύ των προτύπων δαπανών για φαγητό εκτός σπιτιού των δυο αυτών χωρών.

Τα δεδομένα της έρευνας προέκυψαν από έρευνα εισοδήματος και δαπανών της εθνικής στατιστικής υπηρεσίας της Κορέας και έρευνα του υπουργείου εργασίας της Αμερικής, έρευνες που έγιναν το 1999. Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω γραμμικών παλινδρομήσεων, OLS και Tobit analysis. Το σύνολο των νοικοκυριών που συμμετείχαν στην έρευνα της Κορέας ήταν 4576 και της Αμερικής ήταν 5005.

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της έρευνας, προέκυψε ότι το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο του υπεύθυνου του νοικοκυριού και η ύπαρξη δυο ή περισσότερων εισοδημάτων στα νοικοκυριά και στην Αμερική και στην Κορέα είναι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τις δαπάνες σε φαγητό εκτός σπιτιού. Με άλλα λόγια, όσο μεγαλύτερο είναι το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο των νοικοκυριών καθώς και όσο περισσότερα άτομα στο νοικοκυριό προσφέρουν εισοδήματα, τόσο μεγαλύτερη θα είναι η δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού.

Από την άλλη πλευρά, η ύπαρξη βρέφους ηλικίας μικρότερης των 2 ετών στα νοικοκυριά της Κορέας και της Αμερικής είναι παράγοντας που επηρεάζει αρνητικά τη δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού. Συνεπώς, τα νοικοκυριά με βρέφη ήταν πολύ πιο πιθανό να δαπανήσουν λιγότερα χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού.

Επίσης, το μέγεθος της οικογένειας και η οικογενειακή κατάσταση του υπεύθυνου του νοικοκυριού είναι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τη δαπάνη του νοικοκυριού στην Κορέα σε αντίθεση με τα νοικοκυριά της Αμερικής των οποίων η δαπάνη σε φαγητό δεν επηρεάζεται καθόλου από τους παράγοντες αυτούς. Δηλαδή όσο μεγαλύτερη είναι το νοικοκυριό και όταν ο/η υπεύθυνος/η του νοικοκυριού είναι ανύπαντρος/η τόσο μεγαλύτερη είναι η δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού,

Ο αριθμός των παιδιών των νοικοκυριών της Κορέας, επίσης, αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη δαπάνη σε φαγητό εκτός σπιτιού παρόλο που η δαπάνη των νοικοκυριών της Αμερικής δεν επηρεάζεται καθόλου από αυτό τον παράγοντα. Δηλαδή όσο περισσότερα παιδιά υπάρχουν στο νοικοκυριό της Κορέας τόσο λιγότερα είναι τα έξοδα σε φαγητό εκτός σπιτιού.

Τέλος, το φύλο του υπεύθυνου του νοικοκυριού στην Αμερική αποτελεί σημαντικό παράγοντα του ύψους των δαπανών σε φαγητό εκτός σπιτιού, παράγοντας ο οποίος δεν επηρεάζει καθόλου τη δαπάνη των νοικοκυριών της Κορέας. Όταν η γυναίκα είναι η υπεύθυνη του νοικοκυριού οι δαπάνες σε φαγητό εκτός σπιτιού μειώνονται.

3.3 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Αμερική

Η έρευνα των Aggarwal A. *et al.* (2012) έθεσε ως σκοπό της να εξετάσει εάν το κόστος της διατροφής μπορεί να μετριάσει την επίδραση των κοινωνικοοικονομικών διαφορών στην ποιότητα της διατροφής.

Η έρευνα (cross-sectional) βασίστηκε σε αντιπροσωπευτικό δείγμα χιλίων διακοσίων εξήντα έξι ενηλίκων του Κινγκ Κάουντι της Ουάσινγκτον και πραγματοποιήθηκε το 2008-09. Τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος συλλέχτηκαν μέσω τηλεφωνικής έρευνας. Επιπλέον, το δείγμα ερωτήθηκε για τη διατροφική του πρόσληψη και τη διατροφική του συχνότητα μέσω ερωτηματολογίου. Το κόστος της διατροφής των ερωτώμενων υπολογίστηκε λαμβάνοντας υπόψη τις τιμές των τροφίμων του ερωτηματολογίου.

Επίσης, οι δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν για την εκτίμηση της συνολικής ποιότητας της διατροφής ήταν η ενεργειακή πυκνότητα (kg/g) και η μέση αναλογία επάρκειας (Mean Adequacy Ratio). Η εξέταση της σχέσης μεταξύ κοινωνικοοικονομικών μεταβλητών και της διατροφικής ποιότητας πραγματοποιήθηκε με λογιστικές παλινδρομήσεις. Το STATA 10.0 ήταν το στατιστικό πακέτο που χρησιμοποιήθηκε για την επεξεργασία των δεδομένων.

Από την έρευνα προκύπτει ότι η ποιότητα της διατροφής του καταναλωτή δηλαδή η περιεκτικότητα της διατροφής του σε ενέργεια και η επάρκεια της διατροφής του, καθώς και το κόστος της διατροφής του καταναλωτή επηρεάζεται από το οικογενειακό εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο του νοικοκυριού. Παράλληλα, το κόστος διατροφής επηρεάζει την ποιότητα της διατροφής του νοικοκυριού.

Συγκεκριμένα, αποτελέσματα των παλινδρομήσεων έδειξαν ότι τα νοικοκυριά με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα καταναλώνουν τρόφιμα πλουσιότερα σε ενέργεια, φτωχά σε θρεπτικά συστατικά και αντιμετωπίζουν διατροφική ανεπάρκεια.

Επίσης, τα νοικοκυριά με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα έχουν διατροφή με χαμηλότερο διατροφικό κόστος, η οποία επομένως θα περιλαμβάνει τρόφιμα πλουσιότερα σε ενέργεια και φτωχά σε θρεπτικά συστατικά και παράλληλα, θα είναι και ανεπαρκής για τα μέλη του νοικοκυριού.

Παρατηρήθηκε, τέλος, ότι η σχέση μεταξύ της κοινωνικοοικονομικής κατάστασης και της διατροφικής ποιότητας μπορεί να μετριαστεί από τη διαμεσολάβηση του διατροφικού κόστους. Η επίδραση του εισοδήματος και του διατροφικού κόστους είναι σημαντική στην ποιότητα της διατροφής σε άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο συγκριτικά με άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι η μόρφωση ενός ατόμου αντανακλά την ικανότητά του να χρησιμοποιεί τη διατροφική γνώση πετυχαίνοντας καλύτερη ποιότητα στην διατροφή του ενώ έχει και οικονομικό περιορισμό.

Σκοπός της μελέτης των Miller C. and P., Branscum (2012) ήταν να εξετάσει την επίδραση της οικονομικής ύφεσης στην καταναλωτική και διατροφική συμπεριφορά των νοικοκυριών της Κολομβίας.

Το δείγμα της έρευνας, το οποίο αποτέλεσαν είκοσι πέντε γυναίκες οι οποίες ήταν και οι υπεύθυνες των νοικοκυριών τους, απάντησε σε συνέντευξη καθώς σε ερωτηματολόγιο σχετικά με τη διατροφική τους γνώση και τις διατροφικές τους επιλογές. Για την επεξεργασία των διατροφικών τους επιλογών χρησιμοποιήθηκαν ποιοτικές και ποσοτικές μέθοδοι. Τα γυναικεία νοικοκυριά που συμμετείχαν στην έρευνα είχαν παιδιά ηλικίας κάτω των 18 ετών και είχαν βιώσει την ανεργία ή την απώλεια της κατοικίας τους τον προηγούμενο χρόνο. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τον Ιούνιο μέχρι και τον Αύγουστο του 2009 στην Κολομβία.

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της έρευνας, η έρευνα έδειξε ότι η τιμή των τροφίμων και το εισόδημα και το φύλο του καταναλωτή επηρεάζουν την καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά, όπως επίσκεψη πολλών κυρίως εκπωτικών καταστημάτων, χρήση εκπωτικών κουπονιών, χρήση λίστας αγορών, προσμονή περιόδου εκπτώσεων, μείωση σπατάλης/ απόρριψης φαγητού, μείωση ποσότητας τροφίμων, μείωση δαπάνης σε φαγητό εκτός σπιτιού, καθώς και την αγορά συγκεκριμένων κατηγοριών τροφίμων.

Αναλυτικότερα, οι συμμετέχοντες, λόγω της τιμής των τροφίμων, ψώνιζαν από πολλές τοποθεσίες/ καταστήματα, παρακολουθούσαν τις διαφημίσεις των καταστημάτων, χρησιμοποιούσαν εκπωτικά κουπόνια, περίμεναν τις εκπτώσεις για συγκεκριμένα τρόφιμα και ψώνιζαν μικρότερες ποσότητες τροφίμων για να

μειώσουν τη δαπάνη για φαγητό. Επίσης, οι γυναίκες χαμηλού εισοδήματος ψωνίζουν από ποικιλία καταστημάτων, δημιουργούν λίστες τροφίμων για τις αγορές τους, επισκέπτονται συχνά τα καταστήματα τροφίμων, χρησιμοποιούν εκπτώτικα κουπόνια και αγοράζουν τρόφιμα με έκπτωση έτσι ώστε να κερδίσουν/ αποταμιεύσουν χρήματα.

Σύμφωνα με την έρευνα, όσο μειώνεται το εισόδημα των νοικοκυριών και αυξάνονται οι τιμές των τροφίμων, μειώνεται η κατανάλωση των νοικοκυριών σε φρέσκα φρούτα και λαχανικά, σε γλυκά και σε σνακ και αυξάνεται η κατανάλωση των κονσερβοποιημένων τροφίμων.

Ένα άλλο αποτέλεσμα της έρευνας είναι ότι το εισόδημα επηρεάζει τη δαπάνη του νοικοκυριού σε φαγητό εκτός σπιτιού. Τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά έχουν μεγαλύτερη διατροφική δαπάνη συγκριτικά με τα υψηλόμισθα και μικρή δαπάνη σε φαγητό εκτός σπιτιού. Όσον αφορά στην κατανάλωση σε φαγητό εκτός σπιτιού, τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά προτιμούν το fast-food φαγητό λόγω της χαμηλής τιμής του συγκριτικά με το φαγητό των εστιατορίων.

Επίσης, αποτέλεσμα της έρευνας αποτελεί και το παρακάτω: οι καταναλωτές θεωρούν τη διατροφή τους υγιεινή και υψηλής ποιότητας όταν περιλαμβάνει ποικιλία τροφίμων, φρέσκα φρούτα και λαχανικά, όταν καταναλώνουν ελάχιστη ποσότητα σε ζάχαρη, αλάτι, λίπος και κονσερβοποιημένα τρόφιμα.

Τέλος, σύμφωνα με την έρευνα, οι καταναλωτές φαίνεται να έχουν ικανοποιητική διατροφική γνώση όταν χρησιμοποιούν τις ετικέτες τροφίμων, προγραμματίζουν τα γεύματά τους, έχουν δεξιότητες στη μαγειρική και προγραμματίζουν, γνωρίζουν τη δαπάνη τους στο φαγητό.

Σκοπός της μελέτης των Gordon-Larsen P. *et al.* (2011) ήταν να εκτιμήσει τη σχέση που υπάρχει μεταξύ των τιμών των τροφίμων σε κοινωνικό επίπεδο και της διατροφικής πρόσληψης. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός της μελέτης ήταν να εξετάσει πώς η ποικιλία των τιμών των τροφίμων σε κοινωνικό επίπεδο συνδέεται με την κατανάλωση fast-food τροφίμων σε ατομικό επίπεδο λαμβάνοντας υπόψη τη φυλή/ εθνικότητα και το εισόδημα μεταξύ δυο κυμάτων, του κύματος II (1996) και του κύματος III (2001-2002).

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε με τη χρήση εθνικά αντιπροσωπευτικών δεδομένων δυο κυμάτων, του κύματος II (1996) και του κύματος III (2001-2002), της εθνικής μελέτης υγείας των εφήβων από εκατόν πενήντα οκτώ βασικές και

τριακόσιες εξήντα τρεις επερχόμενες κομητείες των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής.

Το δείγμα έφτασε τα έντεκα χιλιάδες ογδόντα οκτώ άτομα, το οποίο δείγμα αποτελείται από εφήβους και νέους ενήλικες, δηλαδή άτομα ηλικίας 11 έως 28 ετών. Στα δεδομένα τιμών της έρευνας περιλαμβάνονται τιμές για μια ποικιλία τροφίμων και υπηρεσιών. Όμως, από όλα αυτά τα δεδομένα χρησιμοποιούνται αυτά που αφορούν στις τιμές των χάμπουργκερ και της σόδας. Επίσης, στα δεδομένα περιλαμβάνεται και ο δείκτης τιμών του καταναλωτή. Το δείγμα ερωτήθηκε μέσω συνέντευξης για την ποσότητα και τη συχνότητα των τροφίμων fast-food που κατανάλωσαν σε περίοδο μιας εβδομάδας, δηλαδή πόσες ημέρες γευμάτιζε με τρόφιμα fast-food στα αντίστοιχα καταστήματα (McDonalds, Kentucky Fried chicken, Pizza Hut κλπ.) καθώς και σε τοπικά εστιατόρια fast-food. Επίσης, οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν για κοινωνικο-δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, όπως φυλή (λευκοί, μαύροι, Ασιάτες, Ισπανοί), ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, επίπεδο μόρφωσης και ηλικία. Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα STATA 10.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την κατανάλωση fast-food τροφίμων είναι το φύλο, η φυλή/ εθνικότητα και οι τιμές fast-food τροφίμων και της σόδας. Όταν οι τιμές των χάμπουργκερ και της σόδας μειωθούν, παρατηρείται μεγαλύτερη κατανάλωση γευμάτων fast-food από τους άνδρες συγκριτικά με τις γυναίκες και σημαντικά μικρότερη κατανάλωση από τους Ασιάτες, Ισπανούς και μη Ισπανούς μαύρους συγκριτικά με τους λευκούς. Συμπερασματικά, τα φαγητά εκτός σπιτιού και η σόδα είναι μεταξύ αυτών που ανταποκρίνονται περισσότερο στην αλλαγή των τιμών.

Σκοπός της μελέτης των Liu M. *et al.* (2011) ήταν να ερευνήσει τη δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού από νοικοκυριά που αποτελούνται από ανδρόγυνο και παιδιά, να εκτιμήσει τη διαφοροποιημένη επίδραση των δημογραφικών και οικονομικών μεταβλητών στη δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος και μεταξύ των διαφορετικών τύπων νοικοκυριών.

Αυτή η έρευνα των καταναλωτικών δαπανών πραγματοποιήθηκε το 2008 με 2009 στην Αμερική. Μέσω της έρευνας αυτής εκτιμήθηκε το σύστημα των δαπανών για πρωινό, μεσημεριανό και βραδινό. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων πραγματοποιείται με το σύστημα Tobit. Οι επιδράσεις των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών παραγόντων διαφέρουν ανά τύπο γεύματος. Οι πιο σημαντικοί

παράγοντες του φαγητού εκτός σπιτιού είναι το εισόδημα, οι ώρες εργασίας, η φυλή, η μόρφωση, η γεωγραφική περιοχή και η σύνθεση του νοικοκυριού. Στην έρευνα συμμετείχαν τρεις χιλιάδες εκατόν τριάντα δυο νοικοκυριά.

Οι παλινδρομήσεις που πραγματοποιήθηκαν έδειξαν ότι η κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού ανά τύπο γεύματος επηρεάζεται από τους παρακάτω παράγοντες: ώρες εργασίας, φυλή, μόρφωση, γεωγραφική περιοχή διαμονής του νοικοκυριού, σύνθεση του νοικοκυριού, ηλικία και συμμετοχή σε συσσίτιο. Πιο αναλυτικά, η δαπάνη του νοικοκυριού για μεσημεριανά γεύματα μειώνεται για τα «μαύρα» νοικοκυριά, τα νοικοκυριά που τρέφονται μέσω συσσιτίων, τα νοικοκυριά με υπεύθυνο μεγάλης ηλικίας και πολλές ώρες εργασίας καθώς και για τα νοικοκυριά με αρκετά μέλη ηλικίας κάτω των 18 ετών.

Επίσης, η έρευνα έδειξε ότι το μορφωτικό επίπεδο των μελών του νοικοκυριού με παιδιά έχει θετική και μικρή επίδραση στην κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού, όσο μεγαλύτερο είναι το ωράριο απασχόλησης του υπεύθυνου του νοικοκυριού στον εργασιακό χώρο τόσο συχνότερη θα είναι και η κατανάλωση γευμάτων εκτός σπιτιού. Παράλληλα, οι ώρες εργασίας δεν επηρεάζουν την κατανάλωση βραδινών γευμάτων.

Πρόσθετα αποτελέσματα της έρευνας είναι και τα παρακάτω: όσοι τρέφονται σε συσσίτια, αποφεύγουν όχι μόνο την κατανάλωση μεσημεριανών αλλά και βραδινών γευμάτων εκτός σπιτιού και κάθε πρόσθετο μέλος κάτω των 18 ετών στο νοικοκυριό μειώνει το επίπεδο των δαπανών αλλά σε όχι και τόσο σημαντικό βαθμό. Τέλος, τα αστικά νοικοκυριά καταναλώνουν συχνότερα φαγητό εκτός σπιτιού, λόγω της ευκολίας της πρόσβασής τους σε φαγητό εκτός σπιτιού καθώς και της μεγαλύτερης οικονομικής σταθερότητάς τους.

Η έρευνα των French S. *et al.* (2010) είχε σκοπό να ερευνήσει τις σχετικές με το εισόδημα διαφορές στην καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά των νοικοκυριών καθώς και την επίδραση του εισοδήματος των νοικοκυριών, της πρόσβασης των νοικοκυριών σε φαγητό εντός και εκτός σπιτιού και του κόστους του φαγητού στην καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά των νοικοκυριών. Οπότε, η παρούσα μελέτη αναφέρει συσχετίσεις μεταξύ οικογενειακού εισοδήματος, πηγών τροφίμων (φαγητό εντός και εκτός σπιτιού), τιμών τροφίμων και κατανάλωσης τροφίμων μεταξύ ενός δείγματος ενενήντα νοικοκυριών.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2007-2008 στη Μινεάπολη της Μινεσότα των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής. Το δείγμα της έρευνας ήταν τυχαίο. Τα

νοικοκυριά της έρευνας, και συγκεκριμένα ο υπεύθυνος των αγορών, είχαν συλλέξει αποδείξεις από αγορές τροφίμων για μια περίοδο τεσσάρων εβδομάδων και ερωτήθηκαν για την ποσότητα, το κόστος και την πηγή (όνομα και τύπο) των τροφίμων που αγόραζαν καθώς και για την κατανάλωσή τους σε φαγητό εκτός σπιτιού, ανεξάρτητα από την ύπαρξη αποδείξεων. Συνεπώς, υπολογίστηκαν τα μέσα κατά κεφαλήν μηνιαία έξοδα καθώς και οι κατά κεφαλήν ποσότητες τροφίμων που καταναλώθηκαν.

Όσον αφορά στα τρόφιμα που καταναλώνονταν εντός σπιτιού, καταγράφηκαν ελάχιστες κατηγορίες τροφίμων και ροφημάτων, ενώ, όσον αφορά στο φαγητό εκτός σπιτιού, όλα τα τρόφιμα καταγράφηκαν. Οι πηγές (όνομα και τύπος) και οι κατηγορίες τροφίμων εξετάστηκαν σύμφωνα με το εισόδημα των νοικοκυριών. Τα δεδομένα επεξεργάστηκαν με το στατιστικό πρόγραμμα SAS 8.2.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, τα νοικοκυριά υψηλότερου εισοδήματος περιλαμβάνουν μεγάλη ποικιλία τροφίμων στη διατροφή τους, έχουν μεγαλύτερη κατά κεφαλήν δαπάνη για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού, για αγορά φρούτων και λαχανικών, για σπιτική αγορά σνακ και γλυκών και για μη θερμιδογόνα ροφήματα εντός και εκτός σπιτιού συγκριτικά με νοικοκυριά χαμηλότερου εισοδήματος. Αντίθετα, τα νοικοκυριά χαμηλότερου εισοδήματος καταναλώνουν τα φθηνότερα φρούτα και λαχανικά και οι δαπάνες τους για ζαχαρούχα ροφήματα είναι υψηλότερες.

Τα νοικοκυριά μεσαίου και υψηλού εισοδήματος ξοδεύουν περισσότερα χρήματα κατά άτομο σε μανάβικα και συγκεκριμένα τα υψηλόμισθα νοικοκυριά δαπανούν περισσότερα χρήματα σε καταστήματα χονδρικής πώλησης καθώς και σε ειδικά καταστήματα τροφίμων. Επίσης, νοικοκυριά υψηλού και χαμηλού εισοδήματος έχουν παρόμοιο επίπεδο δαπανών σε εκπαιδευτικές αλυσίδες μανάβικων, μικρά μανάβικα, καταστήματα ευκολίας, βενζινάδικα και καταστήματα χωρίς φαγητό. Επιπλέον, νοικοκυριά υψηλότερου εισοδήματος ξοδεύουν περισσότερα χρήματα για φαγητό εκτός σπιτιού και συγκεκριμένα για εστιατόρια πλήρης παροχής υπηρεσιών, ενώ τα νοικοκυριά χαμηλού εισοδήματος ξοδεύουν περισσότερα χρήματα για μέρη που παρέχουν φαγητό με λιγότερες παροχές υπηρεσιών.

Οι Monsivais P. and A., Drewnowski (2009) εξέτασαν τη σχέση μεταξύ διατροφικής ενεργειακής πυκνότητας, διατροφικού κόστους και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών.

Το δείγμα της έρευνας έφτασε τα εκατόν εξήντα τέσσερα άτομα, άνδρες και γυναίκες ηλικίας 25-65 ετών και υπάλληλοι δημοσίου πανεπιστημίου της βορειοδυτικής πλευράς του Ειρηνικού, το οποίο ερωτήθηκε για τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά του χαρακτηριστικά καθώς και για τη διατροφική του πρόσληψη σε ενέργεια και θρεπτικά συστατικά και τη διατροφική του δαπάνη. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα μεταξύ Ιουνίου 2005 και Σεπτεμβρίου 2006.

Η μέτρηση της προσλαμβανόμενης ενέργειας καθώς και των θρεπτικών συστατικών της διατροφής πραγματοποιήθηκε μέσω ενός εργαλείου-ερωτηματολογίου διατροφικής συχνότητας (FFQ) και η δαπάνη της διατροφής (ημερήσιο κόστος της διατροφής) εκτιμήθηκε σύμφωνα με τις τιμές του 2006 των σουπερμάρκετ του Σιάτλ της Ουάσινγκτον. Η επεξεργασία των δεδομένων περιλάμβανε μοντέλα γραμμικών παλινδρομήσεων που εξέταζαν τη σύνδεση μεταξύ μόρφωσης, εισοδήματος και διατροφικών μεταβλητών.

Αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι δίαιτες με υψηλή περιεκτικότητα σε ενέργεια περιλαμβάνουν περισσότερα συνολικά λιπαρά και κορεσμένα λιπαρά και λιγότερες φυτικές ίνες και βιταμίνες και οι άνδρες έχουν υψηλότερο κόστος διατροφής, συγκριτικά με τις γυναίκες. Αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες τρώνε περισσότερο. Επιπλέον, δίαιτες με υψηλή περιεκτικότητα σε ενέργεια έχουν χαμηλό κόστος, η υψηλής ποιότητας διατροφή έχει υψηλότερο ενεργειακό κόστος και όταν αυξάνεται το κόστος της διατροφής αυξάνεται η κατανάλωση φυτικών ινών και βιταμίνης C, και για τα 2 φύλα, και συνεπώς, μειώνεται η προσλαμβανόμενη ενέργεια από τη διατροφή. Αντίθετα, όταν αυξάνεται το κόστος της διατροφής αυξάνεται η κατανάλωση βιταμίνης A και κορεσμένων λιπαρών στις γυναίκες, όταν το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο είναι υψηλό, μειώνεται η προσλαμβανόμενη ενέργεια από τη διατροφή και αυξάνεται το κόστος της διατροφής ενώ οι δίαιτες υψηλής ποιότητας διατροφής καταναλώνονται από γυναίκες υψηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης και έχουν υψηλότερο κόστος.

Σκοπός της έρευνας των Townsend M. *et al.* (2009) ήταν να εξετάσει εάν οι χαμηλές σε κόστος δίαιτες των χαμηλόμισθων γυναικών της Καλιφόρνιας είναι περιεκτικές σε ενέργεια αλλά φτωχές σε θρεπτικά συστατικά.

Το δείγμα της έρευνας έφτασε τα εκατόν δώδεκα άτομα, γυναίκες ηλικίας 18-45 ετών, οι οποίες ερωτήθηκαν για τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά τους χαρακτηριστικά καθώς και για τη διατροφική τους πρόσληψη σε ενέργεια και

θρεπτικά συστατικά και τη διατροφική τους δαπάνη. Η μέτρηση της προσλαμβανόμενης ενέργειας καθώς και των θρεπτικών συστατικών της διατροφής πραγματοποιήθηκε μέσω ενός εργαλείου-ερωτηματολογίου διατροφικής συχνότητας (FFQ) και η δαπάνη της διατροφής εκτιμήθηκε σύμφωνα με τις τοπικές τιμές των τροφίμων.

Η συσχέτιση της περιεκτικότητας των τροφίμων σε ενέργεια με το κόστος της ενέργειας των τροφίμων πραγματοποιήθηκε μονοπαραγοντική ανάλυση διασποράς. Άλλες τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν στην επεξεργασία των δεδομένων ήταν ανάλυση συσχετίσεων και bivariate analysis. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το χρονικό διάστημα μεταξύ Ιουνίου 2005 και Σεπτεμβρίου 2006.

Η έρευνα έδειξε ότι η υψηλή προσλαμβανόμενη ενέργεια από τη διατροφή συνδέεται σημαντικά με την υψηλή συνολική κατανάλωση λίπους και κορεσμένων λιπαρών και με τη χαμηλή κατανάλωση βιταμινών Α και C, ασβεστίου και φυτικών ινών και το χαμηλό κόστος της διατροφής συνδέεται σημαντικά με υψηλή ενεργειακή διατροφική πρόσληψη, συνολική πρόσληψη σε λιπαρά και κορεσμένα λιπαρά και με σημαντικά μικρότερη πρόσληψη σε βιταμίνες Α και C.

Σκοπός της μελέτης των Fan J. *et al.* (2007) ήταν να εξετάσει τη σχέση μεταξύ της κατανάλωσης φαγητού και της δαπάνης του φαγητού σε νοικοκυριά της Αμερικής.

Τα δεδομένα της έρευνας προέκυψαν από την έρευνα διατροφικής συμπεριφοράς και καταναλωτικών δαπανών που πραγματοποιήθηκε από τη στατιστική υπηρεσία της εργασίας της Αμερικής. Για την έρευνα χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα μεταξύ του 2001 και 2002 για 10967 νοικοκυριά.

Τα νοικοκυριά της έρευνας ερωτήθηκαν για τα δημογραφικά, κοινωνικοοικονομικά τους χαρακτηριστικά καθώς και για τη διατροφική τους συμπεριφορά και δαπάνη τους σε διατροφή αλλά και σε άλλες δαπάνες εκτός φαγητού. Η ανάλυση των δεδομένων, συγκεκριμένα των τροφίμων που καταναλώνονται, πραγματοποιήθηκε κατά ομάδες (cluster analysis) και μέσω multivariate analysis πραγματοποιήθηκε η συσχέτιση των κοινωνικοδημογραφικών χαρακτηριστικών των νοικοκυριών με τις ομάδες τροφίμων.

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της έρευνας, προέκυψε ότι καθώς αυξάνεται η ηλικία, αυξάνεται η κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού πλήρους παροχής υπηρεσιών, μειώνεται η κατανάλωση σε fast-food και φαγητό στη δουλειά, αυξάνεται

η κατανάλωση σε έτοιμο κατεψυγμένο φαγητό, σούπες, σνακ, ξηρούς καρπούς και συμπληρώματα βιταμινών και παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης αλκοόλ.

Επίσης, ομάδες μειονοτήτων, όπως τα μαύρα νοικοκυριά και τα ισπανικά νοικοκυριά, καταναλώνουν πολύ μεγάλη ποσότητα κρέατος, καταναλώνουν λιγότερο συχνά φαγητό εκτός σπιτιού πλήρους παροχής υπηρεσιών, έχουν λιγότερο συχνά ποικιλία στη διατροφή τους καθώς και μειωμένη κατανάλωση αλκοόλ συγκριτικά με τα λευκά νοικοκυριά. Μαύρα νοικοκυριά είναι πιο πιθανό να καταναλώνουν fast-food, φαγητό στη δουλειά συγκριτικά με τα λευκά νοικοκυριά. Τα μαύρα νοικοκυριά και τα ισπανικά νοικοκυριά συνδέονται με την παχυσαρκία.

Επιπλέον, καθώς αυξάνεται το επίπεδο μόρφωσης μειώνεται η κατανάλωση σε fast-food, κρέας και ροφήματα, δηλαδή τόσο πιο υγιεινή είναι και η διατροφή του. Παράλληλα, νοικοκυριά που αποτελούνται από ένα μόνο άτομο καταναλώνουν λιγότερο συχνά φαγητό στο σπίτι συγκριτικά με παντρεμένα ζευγάρια, ενώ οι ανύπαντρες γυναίκες καταναλώνουν περισσότερο συχνά σπιτικό φαγητό, ροφήματα και φαγητό στη δουλειά ενώ εμφανίζουν μικρότερη κατανάλωση σε κρέας συγκριτικά με τους ανύπαντρους άνδρες οι οποίοι εμφανίζουν μεγαλύτερη κατανάλωση σε αλκοόλ, fast-food και φαγητό στη δουλειά. Συνεπώς, τα νοικοκυριά με τη γυναίκα ως επικεφαλή έχουν υψηλότερη δαπάνη σε σπιτικό φαγητό.

Επιπρόσθετα, νοικοκυριά τα οποία μένουν σε αγροτική περιοχή καθώς και σε αστικές βορειοανατολικές περιοχές της Αμερικής καταναλώνουν περισσότερο συχνά φαγητό στο σπίτι συγκριτικά με νοικοκυριά που μένουν σε αστικές περιοχές της κεντρικής, νότιας και δυτικής Αμερικής. Επίσης, νοικοκυριά σε αστικές περιοχές της δυτικής, νότιας και κεντρικής-δυτικής Αμερικής καταναλώνουν περισσότερο fast-food και έχουν ποικιλία στη διατροφή τους και σε αστικές περιοχές, με μεγαλύτερο μέγεθος πληθυσμού παρατηρείται αύξηση της κατανάλωσης φαγητού πλήρους παροχής υπηρεσιών.

Ακόμη, νοικοκυριά στα οποία η απασχόληση του μέσου ενήλικα στην εργασία υπερβαίνει τις 35 ώρες εργασίας ανά βδομάδα η κατανάλωσή τους σε καταστήματα φαγητού πλήρους παροχής υπηρεσιών και fast-food αυξάνεται συγκριτικά με νοικοκυριά που εργάζονται λιγότερο από 35 ώρες την εβδομάδα. Συνεπώς, η κατανάλωση φαγητού εκτός σπιτιού συνδέεται σημαντικά με το ωράριο εργασιακής απασχόλησης.

Το ίδιο συμβαίνει και με την αύξηση του εισοδήματος, με τη διαφορά ότι η κατανάλωση φαγητού σε καταστήματα πλήρους παροχής υπηρεσιών είναι

μεγαλύτερη συγκριτικά με την κατανάλωση σε fast-food. Ακόμη, τα υψηλόμισθα νοικοκυριά εμφανίζουν θετική συσχέτιση με την κατανάλωση σε αλκοόλ και φαγητού στη δουλειά και αρνητική συσχέτιση με την κατανάλωση κρέατος.

Όσον αφορά στη μελέτη των Jang S. *et al.* (2007), σκοπός της είναι να εξετάσει τη σχέση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών μεταβλητών με τη δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού νοικοκυριών τρίτης ηλικίας.

Τα δεδομένα της έρευνας αυτής αποκτήθηκαν από την έρευνα καταναλωτικών δαπανών της στατιστικής υπηρεσίας εργασίας της Αμερικής μέσω συνέντευξης νοικοκυριών της Αμερικής το τελευταίο τρίμηνο του 2001. Τα νοικοκυριά ερωτήθηκαν για τα οικονομικά τους, τις δαπάνες τους σε φαγητό εκτός σπιτιού και τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά τους. Το δείγμα της έρευνας περιλάμβανε χίλια πεντακόσια πενήντα ένα νοικοκυριά με επικεφαλής άτομα του νοικοκυριού ηλικίας 65 ετών και άνω. Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο LIMDEP 8. Το μοντέλο που χρησιμοποιήθηκε για την κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς στο φαγητό εκτός σπιτιού ήταν το double-hurdle model του Heckman, το οποίο βοήθησε την έρευνα να εξετάσει την απόφαση συμμετοχής και δαπάνης σε φαγητό εκτός σπιτιού των νοικοκυριών τρίτης ηλικίας. Για αυτό το σκοπό η παλινδρόμηση πραγματοποιήθηκε σε δυο στάδια.

Το πρώτο στάδιο ανάλυσης παλινδρόμησης (probit) έδειξε ότι η κατανάλωση των νοικοκυριών τρίτης ηλικίας επηρεάζεται σημαντικά από τους παρακάτω παράγοντες: μέγεθος του νοικοκυριού, φυλή, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, εισόδημα, ιδιοκτησία της κατοικίας του νοικοκυριού, ιατρική δαπάνη.

Συγκεκριμένα, νοικοκυριά λευκής φυλής, νοικοκυριά με πολλά άτομα, νοικοκυριά που αποτελούνται από παντρεμένο ζευγάρι, νοικοκυριά με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, υψηλόμισθα νοικοκυριά καθώς και με αυξημένη ιατρική δαπάνη και με ιδιόκτητη την κατοικία τους έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να γευματίσουν εκτός σπιτιού.

Το δεύτερο στάδιο ανάλυσης παλινδρόμησης έδειξε ότι η δαπάνη των νοικοκυριών τρίτης ηλικίας επηρεάζεται σημαντικά από τους παρακάτω παράγοντες: μέγεθος του νοικοκυριού, ιδιοκτησία της κατοικίας του νοικοκυριού, αστική περιοχή διαμονής του νοικοκυριού τρίτης ηλικίας και μορφωτικό επίπεδο.

Συγκεκριμένα, νοικοκυριά με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, με ιδιόκτητη κατοικία και νοικοκυριά που μένουν σε αστικές περιοχές έχουν αυξημένη δαπάνη σε

φαγητό εκτός σπιτιού. Αυτό μπορεί να υποδηλώνει ότι οι τιμές των τροφίμων στις αστικές περιοχές είναι υψηλότερες συγκριτικά με τις τιμές αγροτικών περιοχών. Αντίθετα, όσο αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων του νοικοκυριού τρίτης ηλικίας μειώνεται η δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού. Αυτό οφείλεται πιθανόν στο ότι τα άτομα τρίτης ηλικίας ελέγχουν τη δαπάνη τους σε φαγητό εκτός σπιτιού λόγω του μειωμένου εισοδήματός τους.

Όσον αφορά ένα γενικότερο συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι τα νοικοκυριά τρίτης ηλικίας που είναι παντρεμένα, ανήκουν στη λευκή φυλή, ζουν σε αστικά περιβάλλοντα και έχουν ιδιόκτητη την κατοικία τους θα μπορούσαν να αποτελέσουν στόχο των εστιατορίων.

Με αφορμή την έρευνα των Ricciuto L. and V., Tarasuk (2007) εξετάστηκαν οι διαφορές στις επιλογές του φαγητού, όσον αφορά τη διατροφική ποιότητα, μεταξύ των νοικοκυριών του Καναδά από το 1986 έως το 2001. Στην έρευνα χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα από έρευνες οικογενειακών εξόδων για φαγητό για τις χρονολογίες 1986, 1992, 1996, 2001 για τριάντα πέντε χιλιάδες σαράντα οκτώ (35.048) νοικοκυριά του Καναδά. Το δείγμα της έρευνας επιλέχθηκε από την έρευνα εργατικού δυναμικού του Καναδά μέσω πολλών σταδίων.

Κοινωνικοδημογραφικά δεδομένα συλλέχτηκαν ύστερα από συνέντευξη του ατόμου που είναι υπεύθυνο για τα οικονομικά του νοικοκυριού. Το άτομο αυτό κρατούσε ημερολόγιο των εξόδων του νοικοκυριού για φαγητό για δυο εβδομάδες, καταγράφοντας τον τύπο και την ποσότητα του φαγητού και των ροφημάτων που αγοράζονταν από καταστήματα, την τιμή πληρωμής και τον τύπο του καταστήματος από όπου το φαγητό αγοράζόταν. Επίσης, καταγραφόντουσαν και τα έξοδα του νοικοκυριού για φαγητό σε εστιατόρια. Οι ποσότητες των τροφίμων που αγόραζε κάθε νοικοκυριό αξιοποιήθηκαν για τον υπολογισμό των ποσοτήτων των θρεπτικών συστατικών που κατανάλωναν καθώς και για την ποσότητα της ενέργειας που προσλάμβαναν, δηλαδή την ενεργειακή πυκνότητα, δεικτών που υποδηλώνουν την διατροφική ποιότητα των νοικοκυριών και χαρακτηρίζουν ποσοτικές και ποιοτικές διαφορές μεταξύ των διατροφικών επιλογών.

Ένας άλλος δείκτης της διατροφικής ποιότητας που εξετάστηκε ήταν και τα πρότυπα καταναλωτικής διατροφικής συμπεριφοράς. Αυτός ο δείκτης εξετάστηκε ως εξής: τα τρόφιμα κατηγοριοποιήθηκαν σε πέντε ομάδες τροφίμων (δημητριακά και τα προϊόντα του, φρούτα και λαχανικά, κρέας και εναλλακτικά τρόφιμα, γαλακτοκομικά προϊόντα και άλλα τρόφιμα) οι οποίες διαιρέθηκαν σε δεκαεπτά μικρότερες ομάδες

για να διαφοροποιηθούν τα τρόφιμα από πλευράς διατροφικής ποιότητας. Η κατανάλωση για κάθε ομάδα και υποομάδα τροφίμων μετρήθηκε μέσω της μέσης εβδομαδιαίας ποσότητας των τροφίμων που καταναλώνεται από τα νοικοκυριά. Για την στατιστική ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SAS/PC 8.02.

Από την έρευνα αυτή προέκυψε ότι η ποιότητα της διατροφής του καταναλωτή επηρεάζεται από το εισόδημα. Όταν γίνεται λόγος για ποιότητα διατροφής η έρευνα αναφέρεται σε α) ποσότητα θρεπτικών συστατικών (λιπαρά, πρωτεΐνες, νάτριο, υδατάνθρακες, μαγνήσιο, θιαμίνη, φυλλικό οξύ, ριβοφλαβίνη, σίδηρος, βιταμίνες A,C και B12) και ενεργειακή πυκνότητα της διατροφής καθώς και σε β) ποσότητα του φαγητού που αγοράζεται.

Υπάρχει σημαντική θετική συσχέτιση μεταξύ της ποσότητας της ενέργειας που καταναλώνεται, των βιταμινών A και C, φυλλικού οξέος και του εισοδήματος. Εξαιρέση αποτελούν τα λιπαρά και το νάτριο, τα οποία δεν έδειξαν καμία συσχέτιση με το εισόδημα, και οι υδατάνθρακες, οι οποίοι έδειξαν μια αρνητική συσχέτιση με το εισόδημα. Αρνητική συσχέτιση υπήρξε και μεταξύ εισοδήματος και ενεργειακής πυκνότητας.

Πρόσθετα, θετική συσχέτιση υπάρχει και μεταξύ της ποσότητας φρούτων και λαχανικών καθώς και δημητριακών πρωινού που καταναλώνεται από το νοικοκυριό και του εισοδήματος ενώ υπήρξε αρνητική συσχέτιση μεταξύ εισοδήματος και της κατανάλωσης λιπαρών.

Τα συμπεράσματα της έρευνας συνοψίζονται παρακάτω. Το υψηλότερο εισόδημα συνδέεται με την αγορά φαγητού υψηλότερης διατροφικής ποιότητας, δηλαδή με δίαιτες υψηλής προσλαμβανόμενης ενέργειας και ποσότητας σε θρεπτικά συστατικά καθώς και σε τρόφιμα χαμηλής περιεκτικότητας σε ενέργεια. Επίσης, τα νοικοκυριά με χαμηλότερο εισόδημα καταναλώνουν λιγότερα θρεπτικά συστατικά και ομάδες με υψηλότερη κοινωνικοοικονομική θέση ανταποκρίνονται περισσότερο στις διατροφικές συστάσεις, λόγω μεγαλύτερης επίγνωσής τους σε διατροφοεξαρτώμενες ασθένειες και στο ότι οι διατροφικές επιλογές μπορεί να επηρεάσουν την υγεία τους. Επιπρόσθετα, τρόφιμα με υψηλή διατροφική ποιότητα τείνουν να κοστίζουν περισσότερο και η κατανάλωση των τροφίμων της ομάδας δημητριακών παραμένει σταθερή για όλα τα νοικοκυριά διαφορετικού εισοδήματος.

Σκοπός μιας προηγούμενης μελέτης των Ricciuto L. *et al.* (2006) ήταν να χαρακτηρίσει τις σχέσεις μεταξύ επιλεγμένων κοινωνικοδημογραφικών παραγόντων

και επιλογής φαγητού μεταξύ των νοικοκυριών του Καναδά. Με άλλα λόγια, η μελέτη εκτίμησε την σχέση που υπάρχει μεταξύ κοινωνικοδημογραφικών χαρακτηριστικών των νοικοκυριών και της αγοράς τροφίμων.

Για τη μελέτη αυτή χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα έρευνας σχετική με τα διατροφικά έξοδα των νοικοκυριών του Καναδά η οποία πραγματοποιήθηκε από την στατιστική υπηρεσία του Καναδά το 1996. Τα κοινωνικοδημογραφικά δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω συνέντευξης του μέλους του νοικοκυριού το οποίο ήταν υπεύθυνο για τα οικονομικά της οικογένειας. Το άτομο αυτό, επίσης, κρατούσε ημερολόγιο για τα έξοδα του νοικοκυριού όσον αφορά στον τύπο, στην ποσότητα, στην πηγή (π.χ. σουπερμάρκετ, άνετο κατάστημα) και στις τιμές από όλα τα τρόφιμα που αγοράζονταν σε καταστήματα για μια περίοδο δυο εβδομάδων. Επίσης, καταγράφονταν και έξοδα σε καταστήματα μακριά από το σπίτι, έξοδα σε εστιατόρια καθώς και ο αριθμός των γευμάτων που σερβίρονταν σε επισκέπτες και λαμβάνονταν δωρεάν.

Το μέγεθος του δείγματος έφτασε τα εννέα χιλιάδες εννιακόσια εξήντα εννέα νοικοκυριά. Τα τρόφιμα που αγοράζονταν στα καταστήματα κατηγοριοποιήθηκαν σε πέντε ομάδες τροφίμων (δημητριακά, φρούτα και λαχανικά, γαλακτοκομικά προϊόντα, κρέας και εναλλακτικά, άλλα τρόφιμα). Επίσης, οι πέντε ομάδες τροφίμων διαχωρίστηκαν σε δεκαεπτά μικρότερες ομάδες τροφίμων, διαφοροποιώντας έτσι την ποιότητα των τροφίμων. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο SAS/PC 8.01.

Η έρευνα μελετά την επίδραση του μεγέθους του νοικοκυριού και τη σύνθεσή του, της ηλικίας των μελών του νοικοκυριού, του κατά κεφαλήν εισοδήματος του επικεφαλής του νοικοκυριού και του επιπέδου μόρφωσης του επικεφαλής του νοικοκυριού στην κατανάλωση και δαπάνη του νοικοκυριού για κάθε ομάδα τροφίμων (δημητριακά, φρούτα και λαχανικά, γαλακτοκομικά προϊόντα, κρέας και εναλλακτικά, άλλα τρόφιμα). Τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης έδειξαν ότι οι παραπάνω παράγοντες επηρεάζουν σε μεγάλο και σημαντικό βαθμό την κατανάλωση και δαπάνη του νοικοκυριού για καθεμιά από τις παραπάνω ομάδες τροφίμων.

Αναλυτικότερα, μία αύξηση στο μέγεθος του νοικοκυριού οδηγεί σε αύξηση της δαπάνης για τρόφιμα από όλες τις ομάδες καθώς και οι μεγαλύτεροι σε ηλικία καταναλωτές (άνω των εξήντα πέντε ετών) παρουσιάζουν μεγαλύτερη κατανάλωση φρούτων και λαχανικών και χαμηλότερη κατανάλωση ζωικού λίπους γεγονός που οφείλεται στο ενδιαφέρον τους για υγιεινή διατροφή. Αντίθετα, τα νοικοκυριά που

έχουν περισσότερα άτομα μικρότερης ηλικίας (κάτω των δεκαπέντε ετών) συνδέονταν με μικρότερες ποσότητες κατανάλωσης σε όλες τις ομάδες τροφίμων, εκτός αυτής των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η μεγαλύτερη κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων από τους μικρότερους σε ηλικία καταναλωτές (κάτω των δεκαπέντε ετών) οφείλεται στην ανάπτυξή τους. Επίσης, σε αυτού του είδους τα νοικοκυριά παρόλο που παρατηρείται μείωση στην κατανάλωση τροφίμων της ομάδας δημητριακών και «άλλων» τροφίμων, παρατηρείται αύξηση στην κατανάλωση δημητριακών πρωινού και γλυκών.

Πρόσθετα, το υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης συνδέεται με τη χαμηλότερη κατανάλωση συνηθισμένων προϊόντων (κρέας και «άλλων» τροφίμων) και τη μεγαλύτερη κατανάλωση φρούτων και λαχανικών. Μπορούμε να πούμε διαφορετικά ότι τα άτομα υψηλότερου επιπέδου μόρφωσης είναι περισσότερο ενήμερα για τις διατροφοεξαρτώμενες ασθένειες και πιστεύουν ότι οι διατροφικές τους επιλογές επηρεάζουν την υγεία τους. Έτσι εξηγείται λοιπόν η μεγαλύτερη κατανάλωση φρούτων και λαχανικών πλούσιων σε βιταμίνες Α, Β και C, χαμηλότερα λιπαρά γάλακτος, κόκκινου κρέατος, αυγών, ζάχαρης, και ροφημάτων.

Μια αύξηση στο εισόδημα του νοικοκυριού έχει αποτέλεσμα την αύξηση κατανάλωσης φρούτων και λαχανικών, κρέατος χαμηλών λιπαρών, ψαριού, πουλερικών και δημητριακών πρωινού. Παρόλο που το υψηλότερο εισόδημα συνδέεται με μεγαλύτερη κατανάλωση τροφίμων από όλες τις ομάδες, τα λιπαρά γάλακτος, το κρέας, τα αυγά και τη ζάχαρη αποτελούν εξαίρεση μιας και καταναλώνονται σε χαμηλότερες ποσότητες. Συμπερασματικά, όσο αυξάνεται το εισόδημα, τα νοικοκυριά σπαταλούν περισσότερα σχετικά με την αλλαγή του τύπου, της ποιότητας και της ποικιλίας των τροφίμων παρά στη ποσότητα των θερμίδων που καταναλώνουν.

Σκοπός της μελέτης των Kirlpatrick S. and V., Tarasuk (2003) ήταν να συγκρίνει τα πρότυπα διατροφικών δαπανών μεταξύ των χαμηλόμισθων και υψηλόμισθων νοικοκυριών του πληθυσμού του Καναδά και να εξετάσει τη σχέση μεταξύ των προτύπων των διατροφικών δαπανών και την ύπαρξη ή απουσία των πληρωμών για το σπίτι μεταξύ των χαμηλόμισθων νοικοκυριών. Πιο συγκεκριμένα, σκοπός αυτής της σύγκρισης ήταν να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο το εισόδημα επηρεάζει τη διατροφική δαπάνη καθώς και τους τύπους τροφίμων/ φαγητού που καταναλώνονται.

Τα δεδομένα της έρευνας (FOODEX Survey) προέρχονται από έρευνα του 1996 της στατιστικής υπηρεσίας του Καναδά που αφορά σε οικογενειακές διατροφικές δαπάνες. Στην έρευνα συμμετείχαν εννέα χιλιάδες επτακόσια ενενήντα τρία νοικοκυριά από δέκα διαφορετικές περιφέρειες του Καναδά, ο υπεύθυνος των οποίων ερωτήθηκε για κοινωνικοδημογραφικά του χαρακτηριστικά καθώς και για τη διατροφική δαπάνη και κατανάλωση του νοικοκυριού. Συγκεκριμένα, τα νοικοκυριά κατέγραψαν την κατανάλωσή τους εντός και εκτός σπιτιού, όπως συχνότητα, τύπος, πηγή (σουπερ-μάρκετ κ.ά.), καθώς και τις τιμές των τροφίμων για περίοδο μιας εβδομάδας. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο SAS/PC 8.01 και περιλάμβανε X^2 τεστ και πολλαπλές παλινδρομήσεις.

Τα αποτελέσματα-συμπεράσματα που προέκυψαν από την έρευνα παρατίθενται παρακάτω. Η συνολική δαπάνη για φαγητό και οι δαπάνες για φαγητό σε καταστήματα, σε εστιατόρια και σε καταστήματα κατά τη διάρκεια νυχτερινής εξόδου είναι χαμηλές για τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά συγκριτικά με όλα τα υπόλοιπα νοικοκυριά των εισοδηματικών ομάδων. Επίσης, τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά καταναλώνουν μικρότερες ποσότητες φρούτων, λαχανικών, δημητριακών και γαλακτοκομικών προϊόντων συγκριτικά με τα υψηλόμισθα νοικοκυριά ενώ δεν εμφανίζονται σημαντικές διαφορές στην ποσότητα κρέατος που καταναλώνεται και των υποκατάστατων του μεταξύ των χαμηλόμισθων νοικοκυριών και των υψηλόμισθων νοικοκυριών.

Σχετικά με το χαμηλό εισόδημα, αυτό επηρεάζει τη διατροφική δαπάνη των νοικοκυριών όλων των μορφωτικών επιπέδων συνεπώς, η κατανάλωση φρούτων, λαχανικών, κρέατος και γαλακτοκομικών προϊόντων περιορίζεται στα χαμηλόμισθα νοικοκυριά, ενώ η διατροφική δαπάνη των χαμηλόμισθων νοικοκυριών επηρεάζεται από την ύπαρξη επιπλέον πληρωμών των νοικοκυριών για στέγαση, είτε μέσω ενοικίου είτε μέσω δανείου. Με άλλα λόγια, η ύπαρξη πρόσθετων οικονομικών περιορισμών σε ένα νοικοκυριό επηρεάζει την κατανάλωση/ δαπάνη για φαγητό.

Όσον αφορά στην έρευνα των Raynor H. *et al.* (2002), σκοπός της ήταν να εκτιμηθεί το διατροφικό κόστος κατά τη διάρκεια μιας οικογενειακής παιδιατρικής παρέμβασης στην παχυσαρκία, δηλαδή τέθηκε το ερώτημα εάν μια διατροφή πλούσια σε θρεπτικά συστατικά, η οποία ακολουθεί τις διατροφικές συστάσεις, επηρεάζει το κόστος της διατροφής.

Αυτό πραγματοποιήθηκε ερευνώντας τις αλλαγές στο διατροφικό κόστος κατά τη διάρκεια της συμμετοχής οικογενειών σε θεραπεία κατά της παχυσαρκίας καθώς βελτιωνόταν η ποιότητα της διατροφής, και αναλύοντας την επίδραση του χρόνου στο διατροφικό κόστος έπειτα από βελτίωση της ποιότητας της διατροφής. Το δείγμα της έρευνας περιλάμβανε είκοσι οικογένειες με ένα παχύσαρκο παιδί ηλικίας 8 με 12 ετών οι οποίες ήταν υπό θεραπεία κατά της παχυσαρκίας.

Τα δεδομένα της έρευνας αποτελούσαν διατροφικά δεδομένα και δεδομένα κόστους της διατροφής των οικογενειών και συλλέχτηκαν από γονέα ή παιδί μέσω εικοσιτετράωρων ανακλήσεων: πριν από την έναρξη της θεραπείας, 6 και 12 μήνες κατά τη διάρκεια της θεραπείας. Κατά τη διάρκεια της διατροφικής παρέμβασης στις οικογένειες αυτές, η οποία κράτησε είκοσι εβδομάδες, δόθηκε έμφαση στην αύξηση της ενεργειακής διατροφικής πυκνότητας. Οι μετρήσεις που έγιναν κατά τη διάρκεια της θεραπείας αφορούσαν στην προσλαμβανόμενη ενέργεια, στην ποσοστιαία ενέργεια από πρωτεΐνη, λιπαρά και υδατάνθρακες, στις μερίδες και ποσοστιαίες μερίδες των ομάδων τροφίμων καθώς και στο καθημερινό διατροφικό κόστος. Η στατιστική ανάλυση πραγματοποιήθηκε με αναλύσεις διασποράς που περιλάμβαναν τις οικογενειακές ομάδες και το χρόνο. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο SYSTAT 7.0. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη Νέα Υόρκη.

Η έρευνα αυτή κατέληξε σε τρία αποτελέσματα-συμπεράσματα. Πρώτον, όταν η χρονική διάρκεια της υιοθέτησης και της διατήρησης μιας υγιεινής διατροφής είναι μεγάλη, μειώνεται σημαντικά η προσλαμβανόμενη ενέργεια της διατροφής του καταναλωτή μέσω της χαμηλότερης πρόσληψης ενέργειας από λιπαρά, της υψηλότερης πρόσληψης ενέργειας από πρωτεΐνες.

Δεύτερον, όταν η χρονική διάρκεια της υιοθέτησης και της διατήρησης μιας υγιεινής διατροφής είναι μεγάλη, αυξάνεται η ποσότητα των υγιεινών θρεπτικών συστατικών της διατροφής και μειώνεται η κατανάλωση της ποσότητας λίπους μέσω της αύξησης της κατανάλωσης των φρούτων και των λαχανικών και της μείωσης της κατανάλωσης κρέατος, επεξεργασμένων και έτοιμων φαγητών, fast-food.

Επίσης, όταν η χρονική διάρκεια της υιοθέτησης και της διατήρησης μιας υγιεινής διατροφής είναι μεγάλη, μειώνεται το διατροφικό κόστος του καταναλωτή μιας και με το πέρασμα του χρόνου, διαφορετικές διατροφικές επιλογές καθώς και μαγειρικές μέθοδοι μπορεί να ληφθούν οι οποίες οδηγούν σε χαμηλότερο διατροφικό κόστος και παράλληλα προσφέρουν μια υγιεινή διατροφή.

Οι Hersey J. *et al.* (2001) είχαν σκοπό να μελετήσουν τη σχέση μεταξύ των πρακτικών καταναλωτικής διατροφικής συμπεριφοράς και της διατροφικής ποιότητας των χαμηλόμισθων νοικοκυριών. Για αυτό το σκοπό χρησιμοποίησαν τα δεδομένα δυο διαφορετικών ερευνών της Αμερικής, την έρευνα του 1996 εθνικού διατροφικού προγράμματος της Αμερικής (NFSPS) και την έρευνα του 1998-99 προγράμματος που αφορά στη διατροφική γνώση και επέκταση αυτής (EFNEP).

Το δείγμα της πρώτης έρευνας περιλάμβανε 957 νοικοκυριά που τρέφονταν με συσσίτιο και το οποίο ερωτήθηκε για τη διατροφική του κατανάλωση (τρόφιμα και θρεπτικά συστατικά) και δαπάνη του, για καταναλωτικές διατροφικές πρακτικές καθώς και για δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με συσχέτιση κατά Pearson και πολλαπλές λογιστικές παλινδρομήσεις.

Το δείγμα της δεύτερης έρευνας περιλάμβανε πέντε χιλιάδες εκατόν πενήντα εννέα γυναικεία νοικοκυριά τα οποία ερωτήθηκαν για τη διατροφική τους κατανάλωση (τρόφιμα και θρεπτικά συστατικά) και δαπάνη τους, για καταναλωτικές διατροφικές πρακτικές καθώς και για δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά τους. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με πίνακες συχνοτήτων, συσχέτιση κατά Pearson και X^2 τεστ. Το στατιστικό πακέτο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το SAS 6.12.

Η έρευνα, μέσω πραγματοποίησης παλινδρομήσεων, έδειξε ότι τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά καταφεύγουν σε πολλές πρακτικές προσεκτικής αγοραστικής συμπεριφοράς, όπως: ψάχνουν για προσφορές προϊόντων, κάνουν χρήση λίστας αγορών, κάνουν σύγκριση μεταξύ καταστημάτων και χρήση κουπονιών. Οι παραπάνω πρακτικές προσεκτικής αγοραστικής συμπεριφοράς, όμως, συνδέονται με την επάρκεια θρεπτικών συστατικών στη διατροφή των χαμηλόμισθων νοικοκυριών.

Επίσης, τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά προτιμούν συχνότερα τις παρακάτω καταναλωτικές διατροφικές πρακτικές όπως προγραμματισμό γευμάτων, σύγκριση τιμών, χρήση λίστας αγορών και χρήση της διατροφικής ετικέτας και όταν λαμβάνουν υπόψη τους τις υγιεινές διατροφικές επιλογές και προγραμματίζουν τα γεύματά τους είναι πολύ πιο πιθανό να καλύψουν την ανάγκη τους σε βιταμίνη Β6, Α, C και σίδηρο, σύμφωνα με τις συνιστώμενες ποσότητες. Με άλλα λόγια, εμφανίζουν υψηλή κατανάλωση θρεπτικών συστατικών στη διατροφή τους.

Επιπλέον, σύμφωνα με την έρευνα, ισχύουν και τα παρακάτω: η χρήση της διατροφικής ετικέτας μειώνει την κατανάλωση σε λιπαρά, καθιστώντας υγιεινότερη

τη διατροφή των χαμηλόμισθων νοικοκυριών και τέλος, οι καταναλωτικές διατροφικές πρακτικές και συνεπώς, η διατροφική γνώση μπορούν να επηρεάσουν την διατροφική πρόσληψη των χαμηλόμισθων νοικοκυριών.

3.4 Παράγοντες που επηρεάζουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Αυστραλία

Σκοπός της cross-sectional μελέτης των Thornton L. *et al.* (2010) ήταν να εξετάσει εάν υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στις τοποθεσίες, όπου τα γεύματα ετοιμάζονται και καταναλώνονται, και στα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των γυναικών. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στην περιοχή Μετροπόλιταν της Μελβούρνης στην Αυστραλία το 2004. Το δείγμα περιλάμβανε χίλιες τριακόσιες είκοσι οκτώ γυναίκες από σαράντα πέντε γειτονιές της Μελβούρνης τυχαία επιλεγμένες για τη μελέτη της κοινωνικοοικονομικής κατάστασης και δραστηριότητας των γυναικών (SESAW).

Το δείγμα ερωτήθηκε για τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του καθώς και για την κατανάλωση γευμάτων του στις παρακάτω τοποθεσίες όπου τα γεύματα ετοιμάζονται και καταναλώνονται, όπως: α) στο σπίτι, β) fast-food γεύματα που καταναλώνονται στο σπίτι, γ) fast-food γεύματα που καταναλώνονται στο εστιατόριο, δ) συνολικά fast-food γεύματα, ε) γεύματα εστιατορίων που καταναλώνονται στο σπίτι (τα οποία δεν συμπεριλαμβάνονται στα fast-food γεύματα), στ) γεύματα εστιατορίων που καταναλώνονται στο εστιατόριο (τα οποία δεν συμπεριλαμβάνονται στα fast-food γεύματα) και ζ) όλα τα γεύματα εστιατορίων (τα οποία δεν συμπεριλαμβάνονται στα fast-food γεύματα).

Πολυεπίπεδη λογιστική παλινδρόμηση χρησιμοποιήθηκε για να εξεταστεί εάν η συχνή κατανάλωση γευμάτων από τις παραπάνω τοποθεσίες-πηγές εξαρτάται από το επίπεδο μόρφωσης, την απασχόληση, το οικογενειακό εισόδημα και το μειονεκτικό επίπεδο της περιοχής. Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα STATA 10.1.

Από την έρευνα αυτή προέκυψε ότι η κατανάλωση γευμάτων που ετοιμάζονται και καταναλώνονται στο σπίτι επηρεάζεται από την οικογενειακή κατάσταση, την ύπαρξη παιδιών, το επίπεδο μόρφωσης, το επάγγελμα και το φύλο

του καταναλωτή ενώ δεν επηρεάζεται καθόλου από το εισόδημα και την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της περιοχής διαμονής του καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, η συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων στο σπίτι ήταν μικρή από άτομα που ήταν ανύπαντρα, ζούσαν σε νοικοκυριά χωρίς παιδιά, ήταν απόφοιτοι λυκείου ή είχαν χαμηλό επίπεδο μόρφωσης και ήταν υπάλληλοι είτε γραφείου είτε βιομηχανίας. Αντίθετα, άτομα που δεν απασχολούνται στην αγορά εργασίας προτιμούσαν να καταναλώνουν σπιτικά γεύματα με σχετικά μεγάλη συχνότητα.

Επιπλέον αποτέλεσμα της έρευνας ήταν ότι η κατανάλωση γευμάτων fast-food που καταναλώνονται σε εστιατόριο επηρεάζεται από την οικογενειακή κατάσταση, την ύπαρξη παιδιών, το επίπεδο μόρφωσης, το επάγγελμα, το εισόδημα και την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της περιοχής διαμονής του καταναλωτή.

Αναλυτικότερα, προέκυψε ότι η συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων σε fast-food ήταν μικρή από άτομα που ήταν παντρεμένα, ζούσαν σε νοικοκυριά χωρίς παιδιά, είχαν υψηλό επίπεδο μόρφωσης, είχαν επιστημονική απασχόληση, είχαν υψηλότερα εισοδήματα ή ζούσαν σε περιοχές υψηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης. Αντίθετα, άτομα με μεσαία εισοδήματα καταναλώνουν συχνότερα γεύματα σε εστιατόριο fast-food καθώς και όσοι ζουν σε περιοχές χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης.

Όσον αφορά στην κατανάλωση γευμάτων fast-food που καταναλώνονται στο σπίτι βρέθηκε ότι επηρεάζεται από την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της περιοχής διαμονής του καταναλωτή μιας και η συχνότητα κατανάλωσης fast-food γευμάτων στο σπίτι είναι μεγάλη σε άτομα που ζουν σε περιοχή με μεσαία και χαμηλή κοινωνικοοικονομική κατάσταση, καθώς και ότι δεν επηρεάζεται καθόλου από το εισόδημα του καταναλωτή.

Το ίδιο συνέβη και με τη συνολική κατανάλωση γευμάτων fast-food με τη διαφορά ότι αυτή επηρεάζεται επιπλέον και από το επάγγελμα του καταναλωτή, δηλαδή οι εργαζόμενοι σε βιομηχανίες εμφανίζουν μεγαλύτερη συχνότητα κατανάλωσης fast-food γευμάτων συγκριτικά με τους εργαζόμενους σε επιστημονικά επαγγέλματα.

Σχετικά με την κατανάλωση γευμάτων εκτός των fast-food, αυτή επηρεάζεται από τους ακόλουθους παράγοντες: την οικογενειακή κατάσταση, την ύπαρξη παιδιών, το επίπεδο μόρφωσης, το επάγγελμα, το εισόδημα και την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της περιοχής διαμονής του καταναλωτή. Η συσχέτιση αυτή αναλύεται ως εξής: η συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων εκτός fast-food ήταν μεγάλη από άτομα

που ήταν παντρεμένα, ζούσαν σε νοικοκυριά χωρίς παιδιά, είχαν υψηλό επίπεδο μόρφωσης, είχαν επιστημονική απασχόληση, είχαν υψηλότερα εισοδήματα ή ζούσαν σε περιοχές υψηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης. Επίσης, άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, χαμηλό εισόδημα, εργαζόμενοι στη βιομηχανία και άνεργοι είχαν μικρή συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων εκτός των fast-food.

Πρόσθετα αποτελέσματα της έρευνας αυτής ήταν και τα παρακάτω: η κατανάλωση γευμάτων εστιατορίων που καταναλώνονται στο σπίτι (εκτός των fast-food) επηρεάζεται από το επάγγελμα και η κατανάλωση γευμάτων εστιατορίων που καταναλώνονται στο εστιατόριο (εκτός των fast-food) καθώς και η συνολική κατανάλωση γευμάτων εκτός των fast-food επηρεάζονται από το επάγγελμα, το εισόδημα και την κοινωνικοοικονομική κατάσταση της περιοχής διαμονής του καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, όσοι καταναλωτές ήταν άνεργοι είχαν μικρή συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων εστιατορίων στο σπίτι εκτός των fast-food.

Επίσης, καταναλωτές με χαμηλό καθώς και υψηλό εισόδημα, εργαζόμενοι στη βιομηχανία, άνεργοι καθώς και καταναλωτές που ζουν σε περιοχή χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης είχαν μικρή συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων στο εστιατόριο (εκτός των fast-food). Επιπλέον, οι άνεργοι καταναλωτές και όσοι καταναλωτές ζουν σε περιοχή μεσαίας και χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης είχαν μικρή συνολική κατανάλωση σε γεύματα εκτός των fast-food. Καταναλωτές με χαμηλό εισόδημα είχαν μέτρια κατανάλωση σε γεύματα εκτός των fast-food.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, προέκυψε ότι χαμηλά κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά στο άτομο και στην περιοχή διαμονής συνδέονται με μεγάλη πιθανότητα εβδομαδιαίας κατανάλωσης σε fast-food και μικρή πιθανότητα κατανάλωσης γευμάτων εκτός fast-food ενώ το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης καθώς και η ανεργία συνδέονται με συχνή κατανάλωση γευμάτων που ετοιμάζονται και καταναλώνονται στο σπίτι.

Επίσης, το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο συνδέεται με μεγάλη συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων fast-food εντός εστιατορίου και μικρή συχνότητα κατανάλωσης γευμάτων εντός σπιτιού καθώς και γευμάτων σε εστιατόριο (εκτός fast-food) το οποίο πιθανόν οφείλεται στην έλλειψη διατροφικής γνώσης, η οποία με τη σειρά της οδηγεί σε λιγότερο υγιεινές διατροφικές συνήθειες.

Παράλληλα, άνεργες γυναίκες εμφανίζουν μεγάλη συχνότητα κατανάλωσης σε σπιτικά γεύματα το οποίο πιθανόν οφείλεται στον αρκετό ελεύθερο χρόνο που

διαθέτουν και γυναίκες με χαμηλό εισόδημα καταναλώνουν γεύματα fast-food εντός εστιατορίου το οποίο πιθανόν συμβαίνει λόγω του χαμηλού κόστους τους, ενώ γυναίκες με υψηλό εισόδημα προτιμούν να καταναλώνουν γεύματα εντός εστιατορίων με γεύματα εκτός fast-food γεγονός που υποδηλώνει την ικανότητα να διαθέτουν χρήματα για ακριβότερες εναλλακτικές επιλογές γευμάτων καθώς και την επιλογή καλύτερης παροχής υπηρεσιών και ποιότητας γευμάτων.

Επιπλέον, οι γυναίκες που μένουν σε περιοχές χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης ήταν πολύ πιο πιθανό να καταναλώνουν φαγητό από εστιατόρια fast-food συγκριτικά με φαγητό από εστιατόρια εκτός των fast-food και τέλος, γεύματα fast-food καταναλώνονται από γυναίκες με χαμηλότερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά, ενώ γεύματα εκτός των fast-food καταναλώνονται από γυναίκες με υψηλότερα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά.

Όσον αφορά στη μελέτη των Hunter W. and T., Worsley (2009), σκοπός της μελέτης ήταν να εξεταστεί εάν οι μεγαλύτεροι σε ηλικία καταναλωτές (40-60 ετών) ξέρουν πώς να διατηρήσουν μια υγιεινή διαίτα με χαμηλότερα εισοδήματα στη συνταξιοδότησή τους. Με άλλα λόγια, η μελέτη διερευνά τη διατροφική και καταναλωτική συμπεριφορά του μεγαλύτερου σε ηλικία καταναλωτή (40-60 ετών) και πώς αυτοί διαφέρουν από τους νεότερους καθώς και τι αλλαγές περίμεναν να κάνουν στις καταναλωτικές και διατροφικές τους συνήθειες λόγω χαμηλότερων εισοδημάτων τους.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Αύγουστο του 2007 ταυτόχρονα σε δυο εμπορικά κέντρα της Μελβούρνης, στην Αυστραλία, με τριακόσιους πενήντα δυο ερωτηθέντες. Επίσης, πραγματοποιήθηκε ανάλυση με πίνακες συχνοτήτων (χ^2 τεστ) για να εξεταστούν διαφορές στις παρόντες και στις μελλοντικές διατροφικές καταναλωτικές συνήθειες μεταξύ φύλου, ηλικίας και κοινωνικοοικονομικών ομάδων, καθώς και αναμενόμενες αλλαγές στην αγορά τροφίμων σε περίπτωση που είχαν λιγότερα χρήματα στο μέλλον. Για την επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα περιγραφικής στατιστικής SPSS 14.01.

Σε μοντέλο παλινδρόμησης που πραγματοποιήθηκε στην έρευνα με εξαρτημένη μεταβλητή την προετοιμασία φαγητού (πρόχειρο φαγητό, εύκολης προετοιμασίας/ κατεψυγμένο φαγητό, φαγητό εκτός σπιτιού, φρέσκο και εύκολης προετοιμασίας φαγητό, ετοιμασία γευμάτων σε μεγάλη ποσότητα) και ανεξάρτητες μεταβλητές την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση και την εργασιακή απασχόληση προέκυψαν αποτελέσματα τα οποία ακολουθούν παρακάτω.

Όσον αφορά στη συσχέτιση μεταξύ ηλικίας και προετοιμασίας φαγητού, οι νεότεροι ενήλικες (ηλικίας 40 ετών και κάτω) ήταν τρεις φορές πιο πιθανό να ετοιμάζουν εύκολα, κατεψυγμένα φαγητά και πέντε φορές πιο πιθανό να χρησιμοποιούν τρόφιμα που αγοράζονται έτοιμα και παίρνονται στο χέρι-εκτός σπιτιού σε σχέση με αυτούς που έχουν ηλικία 60 ετών και άνω. Επίσης, στο μέλλον περιμένουν να χρησιμοποιούν τρόφιμα που αγοράζονται έτοιμα και παίρνονται στο χέρι- εκτός σπιτιού σε σύγκριση με καταναλωτικές ομάδες μεγαλύτερης ηλικίας, παρόλο που δεν υπήρχε καμία σημαντική διαφορά στην μελλοντική χρήση εύκολων, κατεψυγμένων τροφίμων μεταξύ των ηλικιακών ομάδων. Παράλληλα, οι νεότεροι σε ηλικία ενήλικες (ηλικίας 40 ετών και κάτω) περίμεναν να ετοιμάζουν φαγητά σε μεγάλες ποσότητες στο μέλλον.

Όσον αφορά στη συσχέτιση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και προετοιμασίας φαγητού, οι αδέσμευτοι ή χήροι συμμετέχοντες στην έρευνα τείνουν περισσότερο στο να χρησιμοποιούν εύκολα, κατεψυγμένα φαγητά συγκριτικά με αυτούς που ήταν παντρεμένοι και να ετοιμάζουν μεγάλες ποσότητες από αυτά τα φαγητά στο μέλλον. Οι συμμετέχοντες που είναι αδέσμευτοι ή χήροι τείνουν να χρησιμοποιούν εύκολα, κατεψυγμένα φαγητά και πρόχειρα φαγητά από έξω, στο χέρι. Η οικογενειακή κατάσταση συνδέεται με το οικογενειακό εισόδημα, γεγονός που δικαιολογεί την αγορά και προετοιμασία φαγητού σε μεγάλες ποσότητες από τους οι αδέσμευτους ή χήρους συμμετέχοντες προσπαθώντας να μειώσουν το κόστος του φαγητού. Επίσης, όσοι ζουν με άλλα άτομα σπάνια μαγειρεύουν φαγητά σε μεγάλες ποσότητες και ετοιμάζουν γεύματα ώστε να καλύπτονται οι ανάγκες όλων των ατόμων της οικογένειας.

Όσον αφορά στη συσχέτιση μεταξύ εργασιακής απασχόλησης και προετοιμασίας φαγητού, οι εργαζόμενοι με πλήρης απασχόληση καταναλώνουν έτοιμα φαγητά εκτός σπιτιού, στο χέρι τόσο συχνά όσο και οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης ή καθόλου αμειβόμενοι εργαζόμενοι. Η κατανάλωση αυτού του είδους φαγητού δικαιολογείται λόγω της έλλειψης χρόνου ιδιαίτερα από τους νεότερους και τους μεσήλικες με αυξημένες υποχρεώσεις και παιδιά.

Παράλληλα, η έρευνα μελέτησε και τις πιθανές μεταβολές στις μελλοντικές αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών σύμφωνα με την εργασιακή τους απασχόληση. Άτομα με εργασία μερικής απασχόλησης ή με χαμηλό εισόδημα θεωρούν αναγκαίο να αλλάξουν τις μελλοντικές αγοραστικές τους συνήθειες πλεονεκτώντας και στην υγεία τους. Οι αλλαγές που αναφέρθηκαν είναι: αλλαγή στον

τύπο του φαγητού, όπως αγοράζοντας λιγότερα πολυτελή τρόφιμα και προϊόντα ζαχαροπλαστικής καθώς και καταναλώνοντας λιγότερα έτοιμα φαγητά, στο χέρι. Επίσης, οι συμμετέχοντες ανέφεραν και την επιλογή φθηνότερων προϊόντων-προϊόντων φθηνότερης μάρκας, γεγονός που πιθανόν οδηγήσει και σε φτώχη σε θρεπτικά συστατικά διατροφή, γεμάτη ζάχαρη, αλάτι και λίπος μέσω των νέων και άγνωστων προϊόντων.

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν, οι καταναλωτές που πρόκειται να αλλάξουν τις αγοραστικές και καταναλωτικές τους συνήθειες, λόγω του μειωμένου-χαμηλού εισοδήματός τους-συνταξιοδότησής τους, είναι ενήλικες νεότερης ηλικίας (ηλικίας 40 ετών και κάτω) καθώς και ενήλικες μεγαλύτεροι σε ηλικία (40-60 ετών) και όχι ενήλικες άνω των 60 ετών καθώς και αδέσμευτοι ή χήροι.

Επιπλέον, οι αλλαγές που αναφέρθηκαν ότι θα πραγματοποιηθούν είναι μείωση της κατανάλωσης των φρέσκων τροφίμων-γευμάτων, μείωση της κατανάλωσης εύκολων ή κατεψυγμένων προϊόντων, μείωση της κατανάλωσης έτοιμων προϊόντων εκτός σπιτιού και αύξηση της συχνότητας προετοιμασίας φαγητού σε μεγάλες ποσότητες. Επιπλέον αλλαγές που αναφέρθηκαν είναι η αγορά λιγότερων πολυτελών τροφίμων, σνακ, προϊόντων ζαχαροπλαστικής καθώς και φθηνότερου κρέατος, η αγορά περισσότερο φρέσκων προϊόντων, λιγότερο επεξεργασμένων ή εύκολων φαγητών, η προετοιμασία φαγητών από ακατέργαστα συστατικά, η παραγωγή φρούτων και λαχανικών από τους ίδιους τους καταναλωτές και η αγορά προϊόντων φθηνότερης μάρκας, προϊόντων σε προσφορά, προϊόντων χαμηλότερης ποιότητας (προϊόντων αλυσίδας σουπερμάρκετ), προϊόντων από εκπτώτικα σουπερμάρκετ.

Επιπρόσθετα, αναφέρθηκε μείωση της ποσότητας τροφίμων που αγοράζουν, μείωση της συχνότητας κατανάλωσης γευμάτων εκτός σπιτιού, αγορά μεγάλων μερίδων φαγητού που θα μοιράζεται για περισσότερες μέρες, κυρίως κρέατος και μείωση των εξόδων σε άλλα προϊόντα και όχι στο φαγητό και τρόφιμα.

Οι Turrell G. *et al.* (2009) είχαν τον παρακάτω σκοπό στην έρευνά τους: να εξετάσουν τη σχέση που υπάρχει μεταξύ των κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών της περιοχής διαμονής των νοικοκυριών της Μελβούρνης και της καταναλωτικής διατροφικής συμπεριφοράς τους.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από το Σεπτέμβριο έως το Δεκέμβριο του 2003 στη Μελβούρνη της Αυστραλίας. Το σύνολο των νοικοκυριών που έλαβαν μέρος ήταν 2564 και ερωτήθηκαν για τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά τους

χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, σύνθεση του νοικοκυριού, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα, εισόδημα) καθώς και περιοχή διαμονής.

Παράλληλα, τα νοικοκυριά ερωτήθηκαν για την καταναλωτική διατροφική τους συμπεριφορά όπως για την κατανάλωσή τους σε διάφορα τρόφιμα όπως γάλα, ψωμί, ρύζι, ζυμαρικά, όσπρια, κονσερβοποιημένα φρούτα, γιαούρτι, τυρί, μοσχαρίσιο κρέας, ψάρι, πουλερικά, έλαια, βούτυρο και μαγειρικά λίπη καθώς και για την κατανάλωσή τους σε φρούτα και λαχανικά. Το στατιστικό πακέτο που χρησιμοποιήθηκε για την επεξεργασία των δεδομένων ήταν το STATA 9.2. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με πολλαπλές λογιστικές παλινδρομήσεις.

Τα συμπεράσματα της έρευνας παρατίθενται ακολούθως. Τα νοικοκυριά χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης καταναλώνουν ελάχιστα φρούτα και λαχανικά συγκριτικά με νοικοκυριά υψηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης και οι κάτοικοι περιοχών χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης είναι λιγότερο πιθανό να αγοράσουν τρόφιμα που είναι πλούσια σε φυτικές ίνες και χαμηλά σε λιπαρά, αλάτι και ζάχαρη συγκριτικά με κατοίκους περιοχών υψηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης. Με άλλα λόγια, κάτοικοι περιοχών χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης είναι λιγότερο πιθανό να καταναλώνουν τρόφιμα που συμβαδίζουν με τις διατροφικές συστάσεις. Επίσης, καταναλώνουν μικρή ποσότητα και ποικιλία φρούτων και τα νοικοκυριά με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο καθώς και χαμηλόμισθα νοικοκυριά καταναλώνουν μικρότερη ποικιλία τροφίμων συγκριτικά με τα νοικοκυριά υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου και τα υψηλόμισθα νοικοκυριά.

Οι Turrel G. *et al.* (2002) εξέτασαν τη σχέση μεταξύ της κοινωνικοοικονομικής κατάστασης των νοικοκυριών και της διατροφής, δηλαδή εάν το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα και το οικογενειακό εισόδημα επηρεάζει την αγορά και κατανάλωση φαγητού και συγκεκριμένα την κατανάλωση των φρούτων, των λαχανικών και των τροφίμων από παντοπωλεία.

Τα δεδομένα συλλέχτηκαν από χίλια τρία νοικοκυριά μέσω προσωπικής συνέντευξης του υπεύθυνου του νοικοκυριού. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην πόλη Μπρίσμπακ της Αυστραλίας το 2000. Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων και μέσω του στατιστικού πακέτου SAS.

Μέσα από την έρευνα προκύπτει ότι το «μορφωτικό επίπεδο» αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα κατανάλωσης τροφίμων μιας και αντανακλά την ικανότητα του ατόμου να εκτιμήσει και να κατανοήσει πληροφορίες σχετικά με την υγεία καθώς και να κάνει υγιεινές διατροφικές επιλογές και το «επάγγελμα» παίζει σημαντικό ρόλο στη διατροφή του ατόμου, μιας και επαγγέλματα σχετικά με τη βιομηχανία (blue collar) δεν συμβαδίζουν με τις συνιστώμενες διατροφικές πρακτικές. Συγκεκριμένα, άτομα που εργάζονται σε βιομηχανικά επαγγέλματα (blue collar) καταναλώνουν λιγότερα είδη φρέσκων φρούτων και λαχανικών και λιγότερο συχνά συγκριτικά με άλλα επαγγέλματα.

Ακόμη, το εισόδημα αποτελεί το σημαντικότερο παράγοντα που επηρεάζει την διατροφή ενός ατόμου και τα άτομα με χαμηλή κοινωνικοοικονομική κατάσταση μειονεκτούν από πλευράς υγιεινής διατροφής μιας και είναι λιγότερο πιθανό να καταναλώνουν τρόφιμα που είναι πλούσια σε φυτικές ίνες, χαμηλά σε λιπαρά, ζάχαρη και αλάτι. Συγκεκριμένα, άτομα που εργάζονται σε βιομηχανικά επαγγέλματα (blue collar), έχουν χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα, καταναλώνουν λιγότερα είδη φρέσκων φρούτων και λαχανικών και λιγότερο συχνά συγκριτικά με αυτούς που έχουν υψηλότερη κοινωνικοοικονομική κατάσταση.

Τέλος, τα χαμηλόμισθα νοικοκυριά αγοράζουν τρόφιμα από μικρά μαγαζιά, μιας και η περιοχή στην οποία μένουν έχει λιγότερα καταστήματα τροφίμων και μικρά, τα οποία με τη σειρά τους έχουν ελάχιστα τρόφιμα και λιγότερη ποικιλία τροφίμων καθώς και χαμηλότερης ποιότητας. Πρέπει να προστεθεί ότι άτομα χαμηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην πρόσβαση σε μεγάλες μονάδες καταστημάτων και συνεπώς στην κατανάλωση φθηνότερων τροφίμων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την προσφυγή τους σε ανθυγιεινές δίαιτες λόγω υψηλού κόστους των τροφίμων των μικρών καταστημάτων.

Β ΜΕΡΟΣ

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

4.1 Η μεθοδολογία της έρευνας

Σκοπός της δειγματοληπτικής έρευνας ήταν να διερευνήσει ποιες είναι οι διατροφικές συνήθειες των ερωτηθέντων, ποια είναι η δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού καθώς και η καταναλωτική τους διατροφική συμπεριφορά σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

Η συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών πραγματοποιήθηκε κατά το διάστημα 10 Απριλίου 2012 έως 30 Απριλίου 2012. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας συμπληρώθηκε από δείγμα 400 ατόμων, 200 από αυτά συμπλήρωσαν μέσω διαδικτύου την ηλεκτρονική φόρμα του ερωτηματολογίου και τα υπόλοιπα 200 συμπλήρωσαν την έντυπη μορφή του ερωτηματολογίου. Η ηλικία του δείγματος κυμαίνεται από 18 έως 70 ετών και κατοικεί στο νομό Αττικής.

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο περιέχει 49 ερωτήσεις ως επί το πλείστον κλειστού τύπου, καθώς και κάποιες ερωτήσεις ανοικτού τύπου, τις οποίες διέκρινε σαφήνεια και λογική ακολουθία. Σε κάποιες από τις ερωτήσεις δινόταν η δυνατότητα στον ερωτώμενο να επιλέξει περισσότερες από μια απαντήσεις και έτσι το σύνολο των μεταβλητών του ερωτηματολογίου έφτασε τις 234.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από τρεις ενότητες. Η πρώτη ενότητα αφορά στα βασικά στοιχεία του ερωτώμενου, δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά του χαρακτηριστικά, όπως το φύλο, η ηλικία, το επάγγελμα, η οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, το ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα, το ποσό μηνιαίας αποταμίευσης.

Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν στο φαγητό εντός και εκτός σπιτιού, και συγκεκριμένα, στην κατανάλωση και δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό που καταναλώνει/ παρασκευάζει εντός σπιτιού καθώς και για φαγητό που καταναλώνει/ έχει παρασκευαστεί εκτός σπιτιού.

Η τρίτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με την καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά του ερωτώμενου, τις καταναλωτικές του πρακτικές και τα κριτήρια επιλογής των τροφίμων/ γευμάτων που καταναλώνει.

Μετά τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων ακολούθησε το στάδιο της επεξεργασίας τους. Στο στάδιο αυτό πραγματοποιήθηκε ο έλεγχος όλων των ερωτηματολογίων προκειμένου να διασφαλιστεί ότι τα ερωτηματολόγια ήταν συμπληρωμένα πλήρως. Κατά τον έλεγχο παρατηρήθηκε ότι όλα τα ερωτηματολόγια ήταν συμπληρωμένα πλήρως, εκτός από κάποιες ερωτήσεις που δεν έπρεπε να απαντηθούν από τον ερωτώμενο σε περίπτωση που είχε απαντήσει αρνητικά στην αμέσως προηγούμενη. Επομένως, μόνο αυτοί που είχαν απαντήσει θετικά έπρεπε να τις απαντήσουν.

Ακολούθως, έγινε η κωδικοποίηση των μεταβλητών και των απαντήσεων και η καταγραφή τους σε στατιστικό πρόγραμμα μέσω του οποίου έγινε και η επεξεργασία τους. Το στατιστικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε ήταν το SPSS.

Προσθέτως, πραγματοποιήθηκαν κατανομές συχνοτήτων για το σύνολο των 234 μεταβλητών του ερωτηματολογίου, ενώ για τη δημιουργία διαγραμμάτων συχνοτήτων χρησιμοποιήθηκαν παράλληλα τα στατιστικά πακέτα Excel και SPSS.

Παράλληλα, στο στατιστικό πακέτο SPSS πραγματοποιήθηκαν και εκτιμήσεις παλινδρόμησης. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν από τις συγκεκριμένες στατιστικές πράξεις, καθώς και τα συμπεράσματα αναλύονται λεπτομερώς στις επόμενες ενότητες της συγκεκριμένης μελέτης.

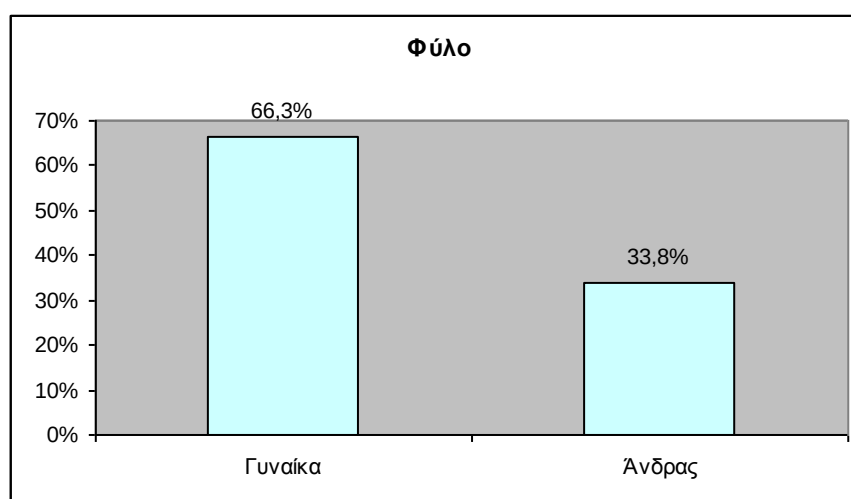
4.2 Το προφίλ του δείγματος των καταναλωτών που έχουν μεταβάλλει τα καταναλωτικά διατροφικά τους πρότυπα σε περίοδο οικονομικής κρίσης

Στην πιλοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο νομό Αττικής με αντικείμενο τις ΈΜεταβολές καταναλωτικών διατροφικών προτύπων σε περίοδο οικονομικής κρίσης΄΄ έλαβαν μέρος συνολικά τετρακόσια (400) άτομα.

Παρακάτω αναλύονται τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος που αποτελούν και την πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου.

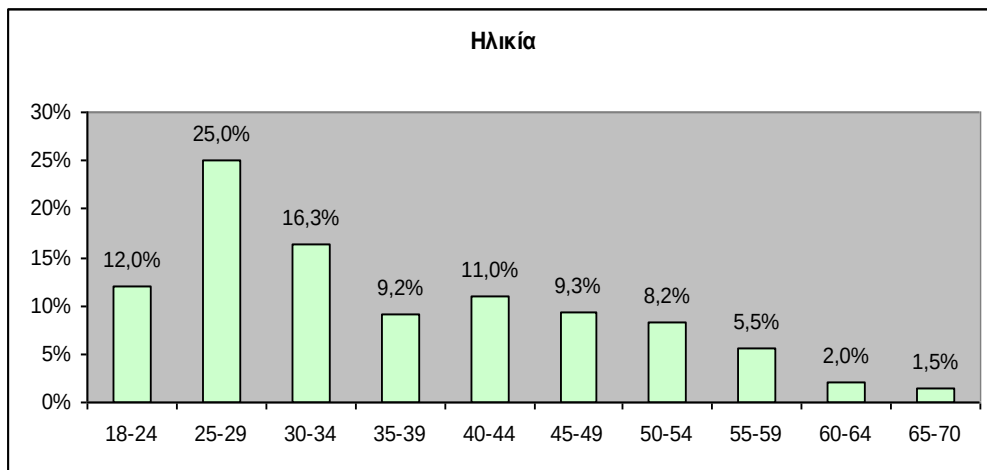
Τα ποσοστά συμμετοχής στην έρευνα είναι 66% γυναίκες και 34% άνδρες (βλ. πίνακα συχνοτήτων 1, διάγραμμα 4.1).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.1: Φύλο



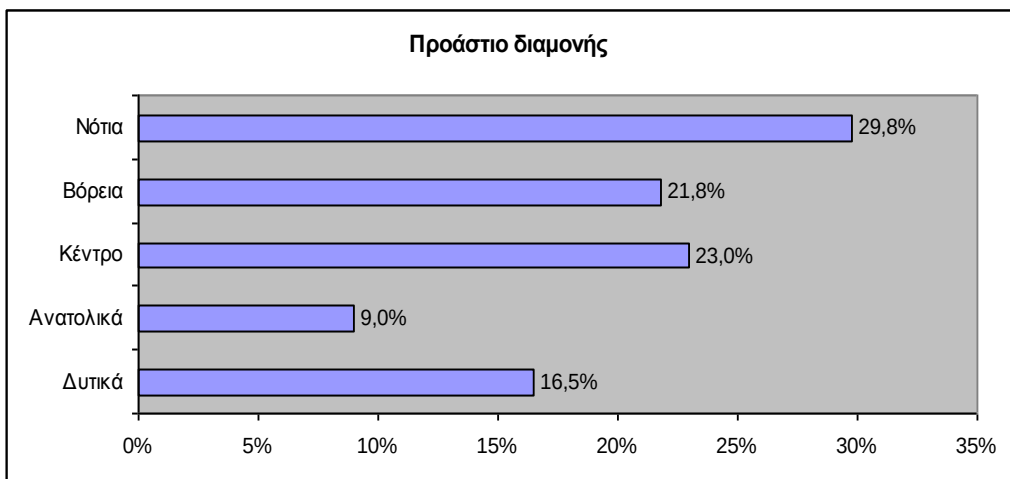
Η ηλικία του δείγματος κυμαίνεται από 18 έως και 70 έτη με αναλογία 12% για τις ηλικίες 18-24, 25% για τις ηλικίες 25-29, 16,3% για τις ηλικίες 30-34, 9,2% για τις ηλικίες 35-39 και 11% για τις ηλικίες 45-49. Ακόμα, το 8,2% του δείγματος αντιπροσωπεύεται από τις ηλικίες 50-54, το 5,5% από τις ηλικίες 55-59, το 2% από τις ηλικίες 60-64 και το υπόλοιπο 1,5% αντιπροσωπεύει το δείγμα ηλικίας 65-70 ετών (βλ. πίνακα συχνοτήτων 2, διάγραμμα 4.2).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.2: Ηλικία



Η πλειοψηφία του δείγματος 98,8% είναι ελληνικής υπηκοότητας ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό του δείγματος 1,3% είναι κυπριακής καταγωγής (βλ. πίνακα συχνοτήτων 3). Σχετικά με το προάστιο διαμονής του δείγματος, παρατηρείται ότι το 29,8% του δείγματος είναι κάτοικοι των νοτίων προαστίων, το 21,8% είναι κάτοικοι των βορείων προαστίων, το 23% κατοικούν στο κέντρο, το 16,5% κατοικεί στα δυτικά του νομού και το 9% κατοικεί στα ανατολικά προάστια (βλ. πίνακα συχνοτήτων 4, διάγραμμα 4.3).

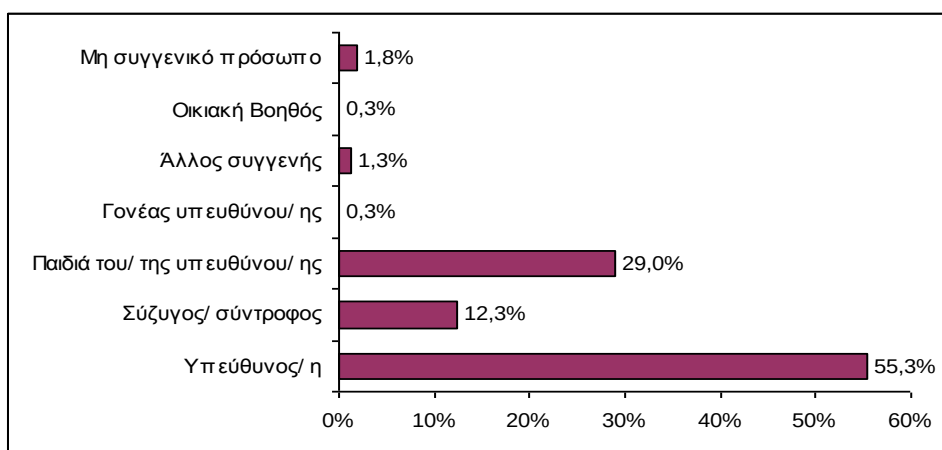
Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.3: Προάστιο διαμονής



Η σχέση των ερωτηθέντων με τον υπεύθυνο του νοικοκυριού είναι η εξής: το 53% του δείγματος είναι οι υπεύθυνοι του νοικοκυριού τους, το 29% είναι παιδιά του υπεύθυνου του νοικοκυριού, το 12,3% αποτελεί το σύζυγο/ σύντροφο του υπεύθυνου

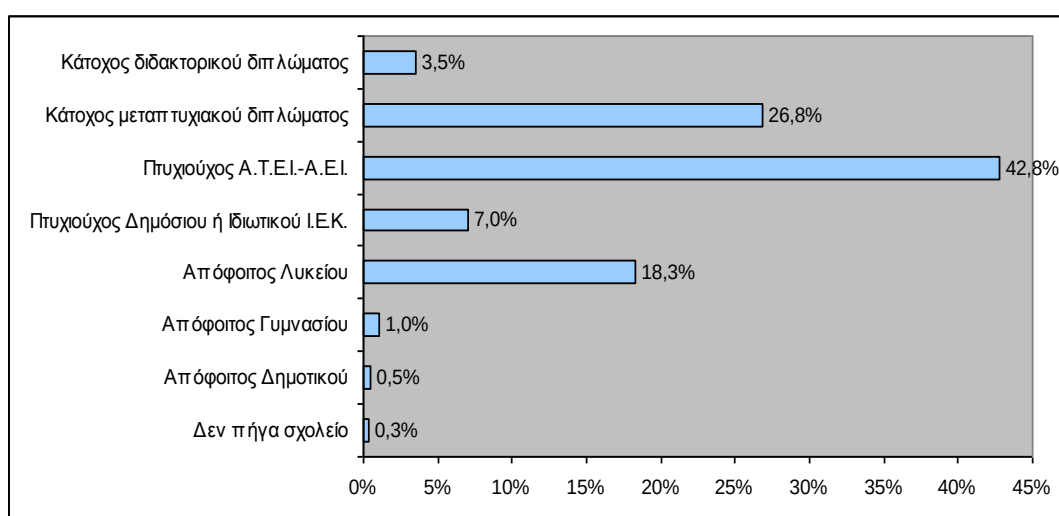
του νοικοκυριού τους, το 0,3% αποτελεί το γονέα του υπεύθυνου του νοικοκυριού τους, το 1,3% αποτελεί άλλο συγγενή του νοικοκυριού, το 0,3% αντιπροσωπεύει την οικιακή βοηθό του νοικοκυριού και το υπόλοιπο 1,8% αντιπροσωπεύει μη συγγενικό πρόσωπο του νοικοκυριού (βλ. πίνακα συχνοτήτων 5, διάγραμμα 4.4).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.4: Σχέση του ερωτώμενου με τον υπεύθυνο του νοικοκυριού



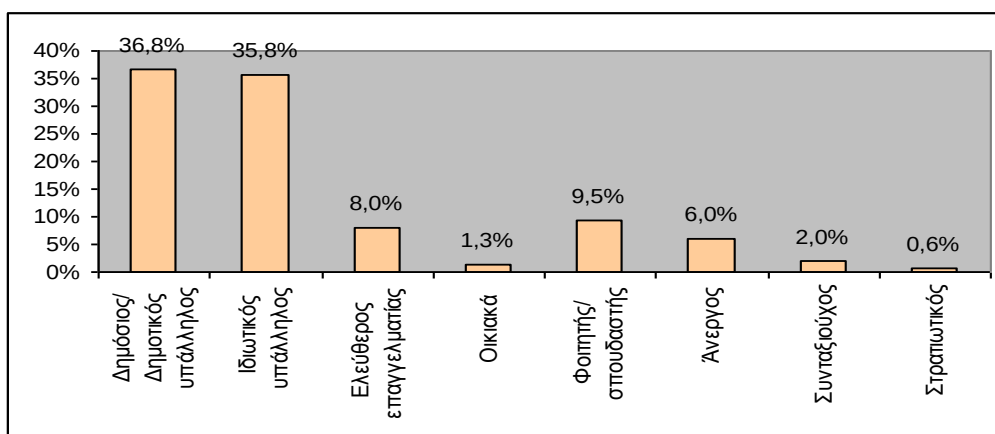
Όσον αφορά στο επίπεδο μόρφωσης των συμμετασχόντων στην έρευνα, το 42,8 % είναι πτυχιούχοι Α.Τ.Ε.Ι. – Α.Ε.Ι., το 26,8% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, το 18,3% αντιστοιχεί σε απόφοιτους Λυκείου, το 7% σε πτυχιούχους Δημόσιου ή Ιδιωτικού Ι.Ε.Κ., το 3,5% είναι κάτοχοι διδακτωρικού διπλώματος ενώ τα υπόλοιπα ποσοστά 1%, 0,5% και 0,3% είναι αντιστοίχως απόφοιτοι Γυμνασίου, Δημοτικού και δεν πήγαν στο σχολείο (βλ. πίνακα συχνοτήτων 6, διάγραμμα 4.5).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.5: Μορφωτικό επίπεδο



Η πλειοψηφία του δείγματος αποτελείται από δημόσιους και ιδιωτικούς υπαλλήλους καταλαμβάνοντας τα αντίστοιχα ποσοστά 36,8% και 35,8%. Το 9,5% του δείγματος αποτελείται από φοιτητές/ σπουδαστές, το 8% από ελεύθερους επαγγελματίες, το 6% είναι άνεργοι, το 2% είναι συνταξιούχοι, το 1,3% απασχολούνται στα οικιακά και τέλος, το 0,3% είναι στρατιωτικοί (βλ. πίνακα συχνοτήτων 7, διάγραμμα 4.6).

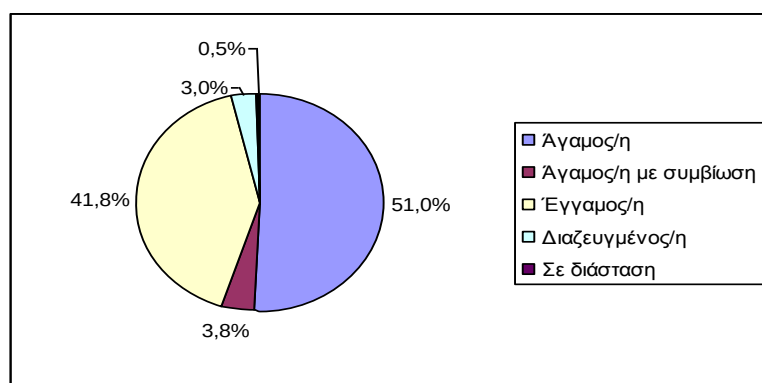
Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.6: Τωρινή απασχόληση



Επιπλέον, το 83,3% του δείγματος εργάζεται ή έχει εργαστεί με πλήρη απασχόληση, το 11% με μερική απασχόληση και ένα ποσοστό 5,8% δήλωσε ότι δεν έχει εργαστεί μέχρι στιγμής (βλ. πίνακα συχνοτήτων 8).

Η οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων έχει ως εξής: η πλειοψηφία του δείγματος 51% είναι άγαμοι ενώ το 3,8% του δείγματος είναι άγαμοι με συμβίωση, το 41,8% είναι έγγαμοι, το 3% είναι διαζευγμένοι και το υπόλοιπο 0,5% είναι σε διάσταση (βλ. πίνακα συχνοτήτων 9, διάγραμμα 4.7).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.7: Οικογενειακή κατάσταση



Η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας 33,3% δήλωσε ότι το νοικοκυριό της αποτελείται από τέσσερα μέλη, το 20,5% του δείγματος δήλωσε ότι το νοικοκυριό του περιλαμβάνει τρία μέλη, το 18,3% αποτελείται από ένα μέλος, το 14,8% από δυο μέλη και τα ποσοστά 9,8% και 4,5% του δείγματος δήλωσαν ότι ανήκουν σε πενταμελής και εξαμελής οικογένεια αντίστοιχα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 10).

Από το σύνολο του δείγματος της έρευνας, το 60% δήλωσε ότι δεν έχουν παιδιά, δηλαδή δεν είναι γονείς, ενώ το 40% έχουν ήδη παιδιά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 11). Από αυτό το 40% των ερωτηθέντων που έχουν παιδιά, το 56% δήλωσε ότι έχει δυο παιδιά, το 24% έχει ένα παιδί, το 14% έχει τρία παιδιά ενώ το 5,5% έχει τέσσερα παιδιά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 12). Όσον αφορά στη διαμονή των παιδιών τους στο ίδιο σπίτι με τους ερωτηθέντες, το 93% απάντησε ότι τα παιδιά μένουν μαζί τους στο ίδιο σπίτι και το 7% απάντησε ότι τα παιδιά δεν κατοικούν πλέον μαζί τους (βλ. πίνακα συχνοτήτων 13).

Όσον αφορά στην ηλικία του πρώτου παιδιού των ερωτηθέντων, το 11,2% του δείγματος έχει πρώτο παιδί ηλικίας από 1-5 έτη, το 11,2% του δείγματος έχει πρώτο παιδί ηλικίας από 6-10 έτη, το 20,5% έχει πρώτο παιδί ηλικίας 11-15 ετών, το 21% έχει πρώτο παιδί ηλικίας 16-20 ετών, το 20% πρώτο παιδί ηλικίας 21-25 ετών, το 13,2% πρώτο παιδί ηλικίας 26-30 ετών και το 4,3% έχει πρώτο παιδί ηλικίας 31-36 ετών (βλ. πίνακα συχνοτήτων 14).

Όσον αφορά στην ηλικία του δεύτερου παιδιού των ερωτηθέντων, το 13% του δείγματος έχει δεύτερο παιδί ηλικίας από 1-5 έτη, το 20% του δείγματος έχει δεύτερο παιδί ηλικίας από 6-10 έτη, το 30% έχει δεύτερο παιδί ηλικίας 11-15 ετών, το 12% έχει δεύτερο παιδί ηλικίας 16-20 ετών, το 15,5% δεύτερο παιδί ηλικίας 21-25 ετών και το 10% δεύτερο παιδί ηλικίας 26-30 ετών (βλ. πίνακα συχνοτήτων 15).

Επίσης, το 9% του δείγματος δήλωσε ότι έχει τρίτο παιδί ηλικίας από 1-5 έτη, το 30,3% του δείγματος έχει τρίτο παιδί ηλικίας από 6-10 έτη, επίσης, το 30% έχει τρίτο παιδί ηλικίας 11-15 ετών, το 12% έχει τρίτο παιδί ηλικίας 16-20 ετών και το 18,2% τρίτο παιδί ηλικίας 21-26 ετών (βλ. πίνακα συχνοτήτων 16).

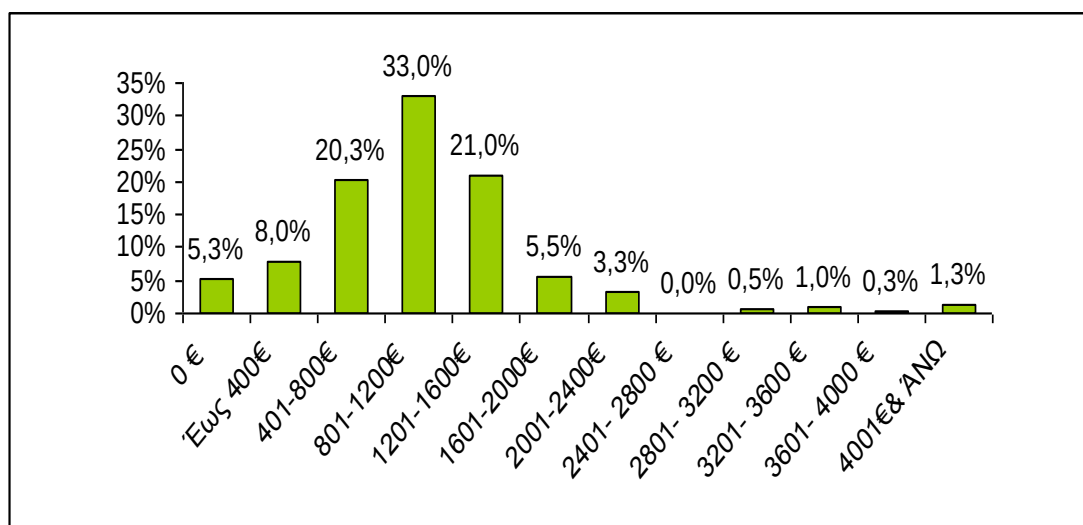
Σχετικά με την ηλικία του τέταρτου παιδιού των ερωτηθέντων που δήλωσαν εξαμελής οικογένεια, το 55,6% έχει τέταρτο παιδί ηλικίας 2-11 ετών και το 44,4% τέταρτο παιδί ηλικίας 12-21 ετών (βλ. πίνακα συχνοτήτων 17).

Όσον αφορά στους ερωτηθέντες που δήλωσαν ότι είναι παιδιά του υπεύθυνου του νοικοκυριού τους, το 31% μένει στο ίδιο σπίτι με τους γονείς του, ενώ το 69% δεν μένει πλέον στο ίδιο σπίτι με τους γονείς του (βλ. πίνακα συχνοτήτων 18) .

Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το 75,5% του δείγματος δήλωσε ότι η κατοικία στην οποία διαμένει είναι ιδιόκτητη, ενώ το 24,5% διαμένει σε ενοικιαζόμενη κατοικία (βλ. πίνακα συχνοτήτων 19).

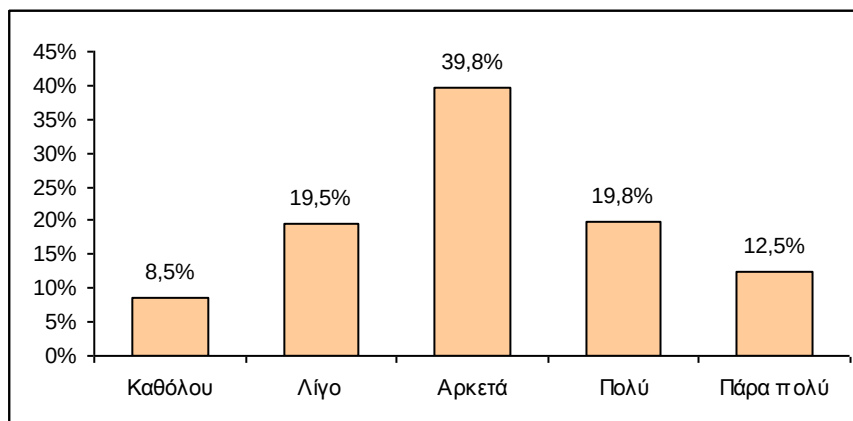
Όσον αφορά στο μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του δείγματος, οι τρεις κυρίαρχες κατηγορίες εισοδήματος του δείγματος της έρευνας είναι οι εξής: 801-1200 ευρώ με ποσοστό 33%, 1201-1600 ευρώ με ποσοστό 21%, 401-800 ευρώ με ποσοστό 20,3%. Οι υπόλοιπες κατηγορίες μηνιαίου καθαρού ατομικού εισοδήματος του δείγματος έχουν και αυτές ως εξής: 0 ευρώ 5,3%, έως 400 ευρώ 8%, 1601-2000 ευρώ 5,5%, 2001-2400 ευρώ 3,3% και το υπόλοιπο 3,7% έχει εισόδημα πάνω από 2401 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 20, διάγραμμα 4.8).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.8: Μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα



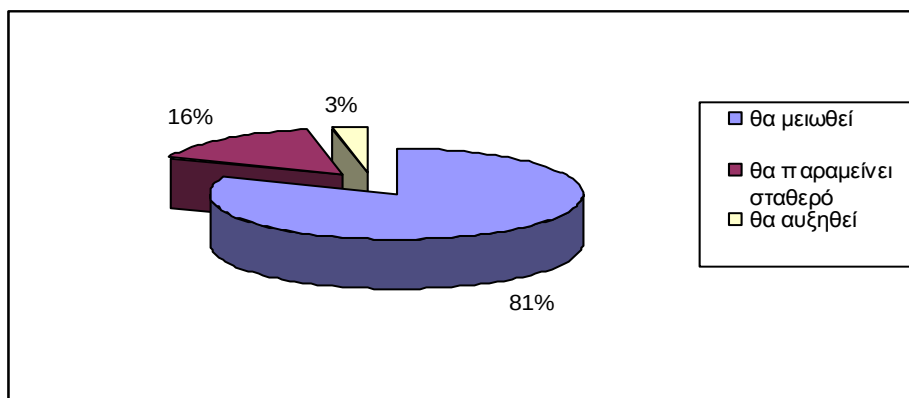
Στην ερώτηση ‘Σε τι βαθμό είχατε μείωση στο εισόδημά σας λόγω της οικονομικής κρίσης’, η πλειοψηφία του δείγματος 40% απάντησε ‘Αρκετά’, το 19,5% απάντησε ‘Πολύ’, επίσης το 19,5% απάντησε ‘Λίγο’, το 12,5% απάντησε ‘Πάρα πολύ’ ενώ το 8,5% απάντησε ‘Καθόλου’ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 21, διάγραμμα 4.9).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.9: Βαθμός μείωσης του εισοδήματος λόγω οικονομικής κρίσης



Σχετικά με την πρόβλεψη που ζητήθηκε στους ερωτηθέντες να κάνουν για μια πιθανή μελλοντική μεταβολή στο εισόδημά τους, το 81% εμφανίζεται απαισιόδοξο απαντώντας ότι πιστεύουν ότι το εισόδημά τους θα μειωθεί, το 16% δηλώνει ότι θα παραμείνει σταθερό ενώ μόνο το 3% του δείγματος εμφανίζεται αισιόδοξο και δηλώνει ότι το εισόδημά του θα αυξηθεί (βλ. πίνακα συχνοτήτων 22, διάγραμμα 4.10).

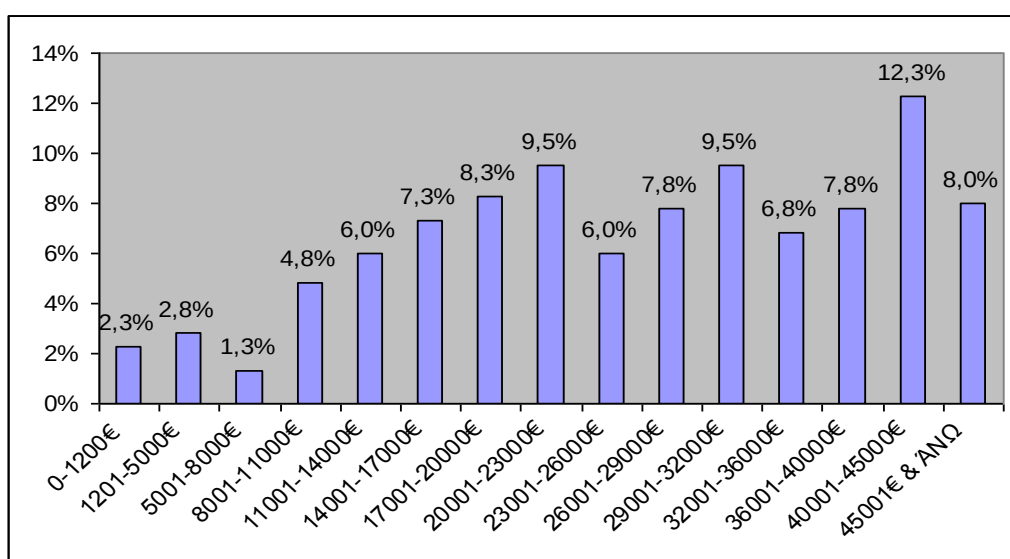
Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.10: Πρόβλεψη για το εισόδημα



Όσον αφορά στο ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα των ερωτηθέντων, το 12,3% του δείγματος δήλωσε ότι το ετήσιο καθαρό οικογενειακό του εισόδημα κυμαίνεται από 40001-45000 ευρώ, το 9,5% δήλωσε ότι έχει ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα που κυμαίνεται από 20001-23000 ευρώ καθώς και ένα ακριβώς ίδιο ποσοστό δηλώνει ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα 29001-32000

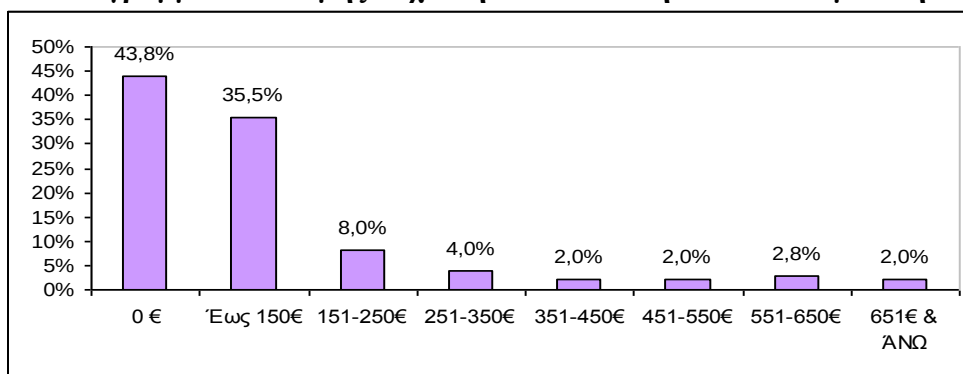
ευρώ, το 8,3% έχει ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα 17001-20000 ευρώ, το 8% έχει ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα 45001 ευρώ και πάνω και το 7,8% δηλώνει ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα 26001-29000 ευρώ καθώς και το ίδιο ποσοστό προκύπτει και για τους ερωτηθέντες με ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα 36001-40000 ευρώ. Τα υπόλοιπα ποσοστά για το ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα κατανέμονται στις υπόλοιπες κατηγορίες εισοδήματος (βλ. πίνακα συχνοτήτων 23, διάγραμμα 4.11).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.11: Ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα



Στην ερώτηση 'Πόσα χρήματα διαθέτετε κατά μέσο όρο μηνιαίως για αποταμίευση (σε €);', η πλειοψηφία του δείγματος 43,8% δηλώνει ότι δεν έχει την ικανότητα να αποταμιεύσει μηνιαία. Το 35,5% του δείγματος δηλώνει ότι αποταμιεύει μηνιαία έως 150 ευρώ, το 8% αποταμιεύει μηνιαία χρηματικό ποσό που κυμαίνεται από 151-250 ευρώ, το 4% αποταμιεύει μηνιαία χρηματικό ποσό που κυμαίνεται από 251-350 ευρώ, το 2,8% αποταμιεύει από 551-650 ευρώ μηνιαίως ενώ οι υπόλοιπες κατηγορίες μηνιαίας αποταμίευσης όπως 351-450 ευρώ, 451-550 ευρώ και 651 ευρώ και πάνω, καταλαμβάνουν ποσοστά 2% αντίστοιχα η καθεμία (βλ. πίνακα συχνοτήτων 24, διάγραμμα 4.12).

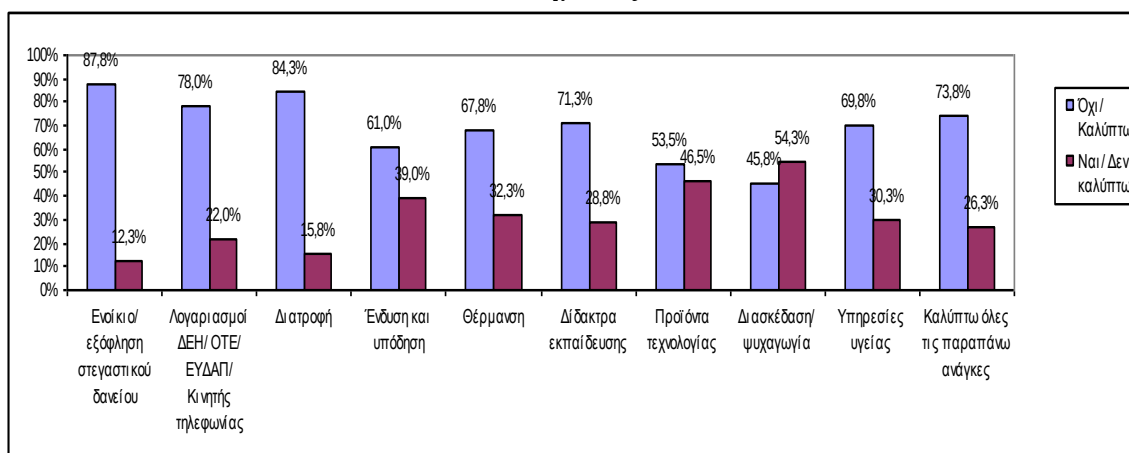
Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.12: Μηνιαία αποταμίευση



Σχετικά με την επάρκεια του εισοδήματος των ερωτηθέντων για την κάλυψη των αναγκών τους, το 72,5% του δείγματος απαντά ότι δεν επαρκεί το εισόδημά του για την κάλυψη των αναγκών του σε αντίθεση με το 27,5% που δηλώνει ότι το εισόδημά του επαρκεί για να καλύψει τις ανάγκες του (βλ. πίνακα συχνοτήτων 25).

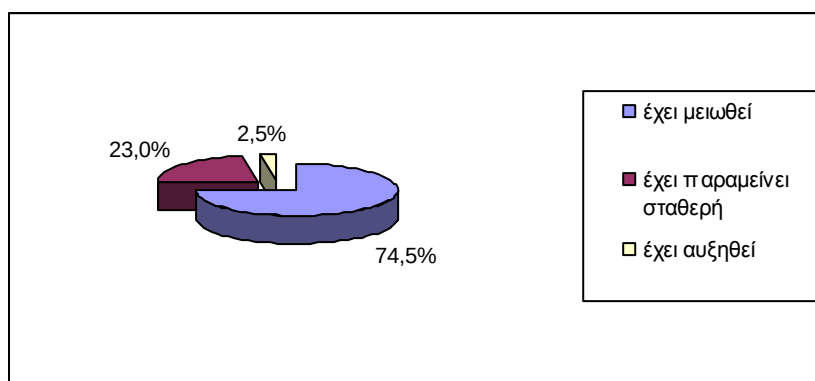
Όσον αφορά στις ανάγκες που οι ερωτηθέντες δεν μπορούν να καλύψουν λόγω του εισοδήματός τους, είναι οι παρακάτω: η διασκέδαση/ ψυχαγωγία (54,3%), η αγορά προϊόντων τεχνολογίας (46,5%), η ένδυση και υπόδηση (39%), η θέρμανση κατοικίας (πετρέλαιο, φυσικό αέριο) (32,3%), οι υπηρεσίες υγείας (30,3%), τα δίδακτρα εκπαίδευσης (ιδιωτικό σχολείο, φροντιστήρια, ιδιαίτερα) (28,8%), η πληρωμή λογαριασμών ΔΕΗ/ ΟΤΕ/ ΕΥΔΑΠ/ Κινητής Τηλεφωνίας (22%), η διατροφή (αγορές από σούπερ μάρκετ, λαϊκή αγορά, κτλ.) (15,8%), η πληρωμή του ενοικίου/ εξόφληση του στεγαστικού δανείου (12,3%), ενώ τέλος το ποσοστό των 26,3% του δείγματος συμφωνεί ότι καλύπτει όλες τις παραπάνω ανάγκες με το εισόδημά του (βλ. πίνακα συχνοτήτων 26 έως και 35, διάγραμμα 4.13).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.13: Ανάγκες που δεν καλύπτονται λόγω εισοδήματος



Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος της έρευνας 74,5% έχει μειώσει τη συνολική του δαπάνη για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, το 23% δηλώνει ότι η δαπάνη του φαγητό εντός και εκτός σπιτιού έχει παραμείνει σταθερή και το 2,5% δηλώνει ότι η δαπάνη του για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού έχει αυξηθεί κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης (βλ. πίνακα συχνοτήτων 36, διάγραμμα 4.14).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.14: Μεταβολή της δαπάνης για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης



Στην ερώτηση ‘Ποια είναι η μέση μηνιαία δαπάνη σας (σε €) για φαγητό εντός σπιτιού;’ οι απαντήσεις που δόθηκαν κυμαίνονται από 0 ευρώ έως και 1500 ευρώ. Συγκεκριμένα, το δείγμα της έρευνας απάντησε ότι η μέση μηνιαία δαπάνη του για φαγητό εντός σπιτιού που κυμαίνεται από 101-200 ευρώ αντιπροσωπεύει το 21,5%, το 19,7% του δείγματος πραγματοποιεί μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού που κυμαίνεται από 401-500 ευρώ, το 16,5% πραγματοποιεί μέση μηνιαία δαπάνη που κυμαίνεται από 301-400 ευρώ, το 14% πραγματοποιεί δαπάνη μεταξύ 210-300 ευρώ, το 10,3% δαπανά για φαγητό εντός σπιτιού από 0 έως 100 ευρώ καθώς και ένα ισόποσο ποσοστό 10,3% δαπανά από 501 έως και 700 ευρώ. Το υπόλοιπο 7,7% του δείγματος έχει μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού από 701-1500 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 37).

Σχετικά με τη μέση μηνιαία δαπάνη των ερωτηθέντων για φαγητό εκτός σπιτιού, το 59,3% δαπανά από 0 έως και 50 ευρώ για φαγητό εκτός σπιτιού με ιδιαίτερη προσοχή στο γεγονός ότι το 16,3% του ποσοστού αυτού αντιπροσωπεύει τους ερωτηθέντες που απάντησαν ότι η μέση μηνιαία δαπάνη τους για φαγητό εκτός σπιτιού είναι 0 ευρώ. Τα υπόλοιπα ποσοστά του δείγματος για μέση μηνιαία δαπάνη

εκτός σπιτιού κατανέμονται ως εξής: 24,2% με μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού από 51 έως και 100 ευρώ, 8% με μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού από 101 έως και 150 ευρώ, 4,8% με μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού από 151 έως και 200 ευρώ και 3% με μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού από 201 έως και 500 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 38).

Η μέση μηνιαία δαπάνη των ερωτηθέντων για φαγητό σε εστιατόρια/ταβέρνες, σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν, κυμαίνεται από 0 έως και 500 ευρώ. Συγκεκριμένα, το ποσοστό του δείγματος που η δαπάνη του κυμαίνεται από 0 έως και 50 ευρώ είναι 57%, δηλαδή αποτελεί και την πλειοψηφία του δείγματος. Το 24,3% δαπανά μηνιαία χρηματικό ποσό που κυμαίνεται από 51 έως και 100 ευρώ. Το ποσοστό 4,7% δαπανά 101-150 ευρώ, το 10,3% δαπανά 151-200 ευρώ και το ποσοστό 3,7% δαπανά 201-500 ευρώ μηνιαίως για φαγητό εκτός σπιτιού (βλ. πίνακα συχνοτήτων 39).

Επίσης, το δείγμα δαπανά μηνιαίως για εξόδους σε καφετέριες και μπαρ χρηματικό ποσό που κυμαίνεται από 0 έως και 550 ευρώ. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος 65,8% δαπανά από 0 έως και 50 ευρώ το μήνα, το 15,7% δαπανά 51-100 ευρώ το μήνα, το 8,3% δαπανά 101-150 ευρώ, το 7% δαπανά 151-200 ευρώ και τέλος, το 3,2% δαπανά το μήνα σε καφετέριες και μπαρ 201-550 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 40).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η πλειοψηφία του δείγματος δαπανά μηνιαίως α) για φαγητό εντός σπιτιού 101-200 ευρώ, β) για φαγητό εκτός σπιτιού 0-50 ευρώ, γ) για φαγητό σε εστιατόρια και ταβέρνες 0-50 ευρώ και δ) για εξόδους σε καφετέριες και μπαρ 0-50 ευρώ.

Σχετικά με τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για διαφορετικές κατηγορίες τροφίμων και ροφημάτων/ ποτών, οι πληροφορίες ακολουθούν στις επόμενες παραγράφους.

Η πλειοψηφία του δείγματος 29,7% δαπανά εβδομαδιαία για φρούτα από 5-10 ευρώ. Επίσης, το 28% δαπανά εβδομαδιαία σε φρούτα 11-20 ευρώ, το 20,3% δαπανά 0-5 ευρώ ενώ το 17,5% δαπανά εβδομαδιαία 21-30 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 41).

Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για λαχανικά κυμαίνεται από 0 έως και 50 ευρώ. Πιο συγκεκριμένα, 0-5 ευρώ δαπανά εβδομαδιαία για λαχανικά το 19,8%, 6-10 ευρώ δαπανά το 35%, 11-15 ευρώ δαπανά το 9,8%, 16-20 ευρώ δαπανά το 12,3%, 21-30

ευρώ δαπανά το 18,3% και το 4% του δείγματος έχει μέση εβδομαδιαία δαπάνη για λαχανικά από 31-50 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 42).

Όσον αφορά στη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για κρέας, τα ποσοστά έχουν ως εξής: 21,5% για μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας από 0 έως και 10 ευρώ, 29,7% για μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας από 11 έως και 20 ευρώ, 12,5% για μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας από 21 έως και 30 ευρώ, 6,5% από 30 έως και 40 ευρώ, 7,3% από 41-50 ευρώ και 4% για 51-60 ευρώ. Τα υπόλοιπα ποσοστά είναι τα εξής: 8,6% για μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας από 61 έως και 70 ευρώ, 10,3% για μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας από 71 έως και 100 ευρώ και 2,2% για μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας από 101 έως και 200 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 43).

Σχετικά με τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα, τα χρηματικά ποσά που διαθέτουν οι ερωτηθέντες για αυτά κυμαίνονται από 0 έως και 65 ευρώ. Αναλυτικότερα, το 52,3% ξοδεύει 0-10 ευρώ, το 25,5% ξοδεύει 11-20 ευρώ, το 15% ξοδεύει 21-30 ευρώ, το 4,3% δαπανά 31-40 ευρώ και το υπόλοιπο 3% δαπανά 41-65 ευρώ εβδομαδιαία για γαλακτοκομικά προϊόντα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 44).

Το δείγμα της έρευνας δαπανά εβδομαδιαία αρκετά χρήματα και για ψωμί. Μάλιστα, η πλειοψηφία του δείγματος 60,8% δαπανά 0-5 ευρώ την εβδομάδα για ψωμί, 6-10 ευρώ το 16,7%, 11-15 ευρώ το 16,3%, 16-20 ευρώ το 4,7% και 21-50 ευρώ την εβδομάδα το 1,5% του δείγματος (βλ. πίνακα συχνοτήτων 45).

Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για δημητριακά κατανέμεται στα παρακάτω ποσοστά: το 65,3% του δείγματος, η πλειοψηφία του δηλαδή, δαπανά εβδομαδιαία για δημητριακά 0-5 ευρώ, το 27,5% δαπανά 6-10 ευρώ, το 5,7% δαπανά 11-20 ευρώ και το υπόλοιπο 1,5% δαπανά από 21 έως και 50 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 46).

Στην ερώτηση 'Ποια είναι η μέση εβδομαδιαία δαπάνη σας (σε €) για ψάρια,' το δείγμα της έρευνας απάντησε ότι η δαπάνη του κυμαίνεται από 0 έως και 60 ευρώ. Αναλυτικότερα, το 26,8% δαπανά την εβδομάδα 0-5 ευρώ για ψάρια, το 32,2% δαπανά την εβδομάδα 6-10 ευρώ, το 31,3% δαπανά την εβδομάδα 11-20 ευρώ, το 7,5% δαπανά την εβδομάδα 21-40 ευρώ και το 2,2% δαπανά την εβδομάδα 41-60 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 47).

Σχετικά με τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για θαλασσινά, το 67,8% δαπανά 0-5 ευρώ, το 13,7% δαπανά 6-10 ευρώ, το 17,5% δαπανά 11-30 ευρώ

και το 1% έχει μέση εβδομαδιαία δαπάνη για θαλασσινά από 31 έως και 70 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 48).

Όσον αφορά στη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για όσπρια, η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε ότι το 60% δαπανά από 0 έως και 5 ευρώ, το 35% δαπανά από 6 έως και 10 ευρώ, το 5% δαπανά από 11 έως και 30 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 49).

Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για αυγά κυμαίνεται από 0 έως και 10 ευρώ και συγκεκριμένα, το 88% ξοδεύει 0 έως και 5 ευρώ για αυγά ενώ το υπόλοιπο 12% ξοδεύει 6-10 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 50).

Επιπλέον, το δείγμα ερωτήθηκε και για τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του σε ζυμαρικά. Το 50,8% του δείγματος δήλωσε ότι έχει μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ζυμαρικά 0-5 ευρώ, το 41,7% έχει μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ζυμαρικά 6-10 ευρώ και το 7,5% δαπανά εβδομαδιαία για ζυμαρικά 11-30 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 51).

Σε ερώτηση για τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για ελαιόλαδο, παρατηρούμε ότι αυτή κυμαίνεται από 0 έως και 40 ευρώ. Το δείγμα που δαπανά εβδομαδιαία για ελαιόλαδο 0-5 ευρώ φτάνει το 51,5%, το 30% δαπανά για ζυμαρικά 6-10 ευρώ και το 18% δαπανά 11-40 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 52).

Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του δείγματος για γλυκά κυμαίνεται από 0 έως και 50 ευρώ με την πλειοψηφία του δείγματος 50% να δαπανά εβδομαδιαία 0-5 ευρώ, το 19% του δείγματος να δαπανά 6-10 ευρώ, το 17% να δαπανά 11-20 ευρώ στα γλυκά, το 13% να ξοδεύει 21-30 ευρώ και το 2% να ξοδεύει 31-50 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 53).

Σχετικά με τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη των ερωτηθέντων για καφέ παρατηρείται ότι η πλειοψηφία 43,3% του δείγματος διαθέτει από 0 έως και 5 ευρώ, το 40,7% διαθέτει για κατανάλωση καφέ από 6 έως και 10 ευρώ, το 12% από 11-20 ευρώ και το υπόλοιπο 4% από 21-50 ευρώ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 54).

Τέλος, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για τα αλκοολούχα ποτά φτάνει και τα 150 ευρώ. Πιο αναλυτικά, το 48,5% του δείγματος μπορεί να διαθέσει για κατανάλωση από 0 έως και 5 ευρώ με την παρατήρηση ότι το μισό από αυτό το ποσοστό, δηλαδή το 26,3%, αντιπροσωπεύει αυτούς που δεν δαπανούν χρήματα για κατανάλωση αλκοόλ. Το 16,8% του δείγματος της έρευνας δαπανά χρήματα από 6-10 ευρώ, το 10% δαπανά χρηματικό ποσό μεταξύ 11-20 ευρώ, το 15,8% δαπανά 21-30 ευρώ, το 7,7% δαπανά την εβδομάδα για αλκοολούχα ποτά μεταξύ 31-60 ευρώ και

ένα ποσοστό του 1,5% του δείγματος δαπανά 61-150 ευρώ για αλκοολούχα ποτά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 55).

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, καταλήγουμε στο ότι η πλειοψηφία του δείγματος έχει μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα καθώς και για λαχανικά 6-10 ευρώ, για κρέας 11-20 ευρώ, για γαλακτοκομικά προϊόντα 0-10 ευρώ, για ψωμί καθώς και για δημητριακά διαθέτει την εβδομάδα 0-5 ευρώ, για ψάρια 6-10 ευρώ, για θαλασσινά 0-5 ευρώ, για κατανάλωση οσπρίων διαθέτει 0-5 ευρώ και για αυγά δαπανά 0-5 ευρώ. Ακόμα, η πλειοψηφία του δείγματος έχει μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ζυμαρικά 0-5 ευρώ, για ελαιόλαδο 0-5 ευρώ, για γλυκά 0-5 ευρώ, για καφέ 0-10 ευρώ και για αλκοολούχα ποτά 0-5 ευρώ.

Παρατηρούμε, με λίγα λόγια, ότι η δαπάνη σε όλες τις κατηγορίες τροφίμων είναι χαμηλή για την πλειοψηφία του δείγματος και κυρίως για τα γλυκά και τα αλκοολούχα ποτά παρατηρείται ότι η δαπάνη είναι αρκετά χαμηλή και έχει περιοριστεί σε σχετικά μεγάλο βαθμό το οποίο οφείλεται στο ότι τα γλυκά και τα αλκοολούχα ποτά αποτελούν, πλέον, λόγω της οικονομικής κρίσης, αποτελούν είδος πολυτελείας για τους καταναλωτές.

Όσον αφορά στην ερώτηση 'Σε ποιο/α από τα παρακάτω τρόφιμα της ομάδας ψωμί – δημητριακά δαπανάτε το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός σας;', το δείγμα απάντησε ότι το 65,8% δαπανά το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός του σε ζυμαρικά – ρύζι, το 42,3% δαπανά το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός του σε ψωμί, το 39% σε έτοιμα γεύματα (πίτσα, προϊόντα ζύμης κ.ά.), το 36% σε δημητριακά πρωινού και το 33,8% σε προϊόντα αρτοποιίας (κέικ, τσουρέκι κ.ά.) (βλ. πίνακα συχνοτήτων 56 έως και 60).

Σχετικά με τη συχνότητα κατανάλωσης των ερωτηθέντων σε φρούτα, τα δεδομένα της έρευνας δείχνουν ότι η πλειοψηφία 37,8% του δείγματος καταναλώνει φρούτα μια φορά την ημέρα, έπειτα ακολουθούν τα ποσοστά 18% για κατανάλωση φρούτων μια έως τρεις φορές την εβδομάδα και 18% για κατανάλωση φρούτων δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα, επόμενο έρχεται το ποσοστό 17,3% που καταναλώνει φρούτα τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα και τέλος, ακολουθούν τα ποσοστά 8,8% που καταναλώνουν φρούτα λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα και 0,3% που δεν καταναλώνουν φρούτα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 61).

Η συχνότητα κατανάλωσης λαχανικών για την πλειοψηφία του δείγματος 38,5% είναι μια φορά την ημέρα, όπως συμβαίνει και με τα φρούτα. Επιπλέον, το 25% του δείγματος καταναλώνει λαχανικά μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το

16,5% καταναλώνει λαχανικά δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα, το 16% τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα και το 4,5% καταναλώνει λαχανικά λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 62).

Σχετικά με τη συχνότητα κατανάλωσης κρέατος, η πλειοψηφία του δείγματος 60% προτιμά να καταναλώνει κρέας μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 25,3% καταναλώνει κρέας τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 10,8% καταναλώνει κρέας λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα ενώ μικρότερα ποσοστά όπως 2%, 1,8% και 0,3% καταναλώνουν αντιστοίχως μια φορά την ημέρα, δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα και ποτέ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 63).

Όσον αφορά στη συχνότητα κατανάλωσης για γαλακτοκομικά προϊόντα, η πλειοψηφία του δείγματος 39% καταναλώνει μια φορά την ημέρα γαλακτοκομικά προϊόντα, το 23% καταναλώνει τέσσερις με έξι φορές την ημέρα γαλακτοκομικά προϊόντα, το 21% καταναλώνει γαλακτοκομικά προϊόντα δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα, το 11,3% μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 5% λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα και το υπόλοιπο 0,8% ποτέ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 64).

Το 50% του δείγματος καταναλώνει μια φορά την ημέρα ψωμί, το 16,8% καταναλώνει ψωμί δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα ψωμί, το 11,8% καταναλώνει ψωμί μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 10,5% τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 7,8% καταναλώνει ψωμί λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα και τέλος, το 3,3% δεν καταναλώνει ποτέ ψωμί (βλ. πίνακα συχνοτήτων 65).

Σχετικά με τη συχνότητα κατανάλωσης των ερωτηθέντων σε δημητριακά, η πλειοψηφία τους 42,8% τα καταναλώνει καθημερινά από μια φορά, το 18,2% τα καταναλώνει λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 17, 5% τα καταναλώνει μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 9,3% τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, και το 6% δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 66).

Ακόμα, η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας 48,8% καταναλώνει ψάρια λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 38,8% μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 10,3% δεν καταναλώνει ψάρια, το 1,5% καταναλώνει τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα και το υπόλοιπο 0,8% καταναλώνει μια φορά την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 67). Η μειωμένη κατανάλωση σε ψάρια του

δείγματος πιθανόν οφείλεται στην υψηλή τιμή τους, σύμφωνα με τη γνώμη των ερωτηθέντων στην ερώτηση 41 του ερωτηματολογίου (βλ. πίνακα συχνοτήτων 162).

Το ίδιο ακριβώς παρατηρείται και στη συχνότητα κατανάλωσης ψαριών. Παρατηρούμε ότι το 58,3% καταναλώνει θαλασσινά λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 25,8% δεν καταναλώνει θαλασσινά, το 15% καταναλώνει μια με τρεις φορές την εβδομάδα θαλασσινά και δυο ισόποσα ποσοστά 0,5% του δείγματος καταναλώνουν θαλασσινά τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα καθώς και μια φορά την ημέρα θαλασσινά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 68). Η εξήγηση για τη μικρή συχνότητα κατανάλωσης σε θαλασσινά είναι η ίδια με αυτή των ψαριών (βλ. πίνακα συχνοτήτων 163), δηλαδή η υψηλή τιμή τους, σύμφωνα με την άποψη των ερωτηθέντων της έρευνας στην ερώτηση 41, οδηγεί τους καταναλωτές στη μείωση της συχνότητας της κατανάλωσης μιας και θεωρούν τα θαλασσινά είδος πολυτελείας στη διατροφή τους, όπως συμβαίνει άλλωστε και με τα ψάρια, αφού ταυτόχρονα έχει πραγματοποιηθεί και μείωση στο εισόδημα της πλειοψηφίας των ερωτηθέντων όπως είδαμε προηγουμένως.

Η συχνότητα κατανάλωσης οσπρίων για την πλειοψηφία του δείγματος 66,5% είναι μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 22,8% του δείγματος καταναλώνει όσπρια λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 5% καταναλώνει όσπρια τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 2,5% καταναλώνει όσπρια δυο ή και περισσότερες φορές την ημέρα, ενώ μικρότερα ποσοστά όπως 1,8% δεν καταναλώνει όσπρια και 1,5% καταναλώνει όσπρια μια φορά την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 69).

Σχετικά με τη συχνότητα κατανάλωσης αυγών, το 62,3% καταναλώνει αυγά μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 25,5% καταναλώνει αυγά λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 5,3% καταναλώνει αυγά τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 4,5% δεν καταναλώνει ποτέ και το 2,5% του δείγματος καταναλώνει αυγά μια φορά την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 70).

Τα ζυμαρικά, σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος, καταναλώνονται με την παρακάτω συχνότητα: 68% του δείγματος επιλέγει να τα καταναλώνει μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 15% τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 14,5% λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 2% καταναλώνει ζυμαρικά μια φορά την ημέρα και το 0,5% δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 71).

Το ελαιόλαδο καταναλώνεται μια φορά την ημέρα από την πλειοψηφία του δείγματος σε ποσοστό 55,3%, δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα σε ποσοστό 23,3%, τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα σε ποσοστό 13% και ποσοστά του δείγματος όπως 6,5% και 2% το καταναλώνουν μια με τρεις φορές την εβδομάδα καθώς και λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα αντίστοιχα (βλ. πίνακα συχνότητων 72).

Όσον αφορά στη συχνότητα κατανάλωσης των γλυκών, το 29,3% του δείγματος καταναλώνει γλυκά μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 26% τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 23,8% καταναλώνει γλυκά λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 13,5% καταναλώνει γλυκά μια φορά την ημέρα, το 5% δεν καταναλώνει γλυκά ενώ το 2,5% καταναλώνει δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα γλυκά (βλ. πίνακα συχνότητων 73). Γενικότερα, παρατηρείται ότι τα γλυκά προτιμώνται σχετικά συχνά και αποτελούν μέρος της διατροφής μας.

Ο καφές, επίσης, παρατηρούμε (βλ. πίνακα συχνότητων 74) ότι αποτελεί μια καθημερινή συνήθεια του δείγματος της έρευνας μιας και το 30,5% του δείγματος καταναλώνει δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα καφέ, το 27% καταναλώνει καφέ μια φορά την ημέρα και το 22% καταναλώνει καφέ τέσσερις με έξι φορές την ημέρα. Βέβαια, ένα μικρό ποσοστό 7,8% δεν καταναλώνει καφέ. Τα υπόλοιπα ποσοστά, όπως 6,8% και 6% καταναλώνουν, αντίστοιχα, μια με τρεις φορές την εβδομάδα και λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα.

Όσον αφορά στη συχνότητα κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία του δείγματος 36,5% καταναλώνει αλκοολούχα ποτά μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 31% καταναλώνει λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 16,8% δεν καταναλώνει αλκοολούχα ποτά, το 8,3% καταναλώνει αλκοολούχα ποτά τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 6% μια φορά την εβδομάδα και ένα πολύ μικρό ποσοστό 1,6% δυο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα (βλ. πίνακα συχνότητων 75). Με λίγα λόγια, η συχνότητα κατανάλωσης για τα αλκοολούχα ποτά είναι μικρή.

Όσον αφορά στην περιεκτικότητα της διατροφής των ερωτηθέντων σε θρεπτικά συστατικά, σύμφωνα με τις δηλώσεις των ερωτηθέντων, παρατηρούνται τα παρακάτω: το 72% του δείγματος δηλώνει ότι η διατροφή του περιλαμβάνει μεγάλη περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες, το 78,5% δηλώνει ότι η διατροφή του περιλαμβάνει μεγάλη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, το 79,3% σε υδατάνθρακες, το 72% σε βιταμίνες, το 61% σε ανόργανα στοιχεία, το 37,8% σε ακόρεστα λιπαρά, το 34,5% σε

ζάχαρη, το 31,5% σε κορεσμένα λιπαρά, το 23,5% σε αλάτι ενώ μόνο το 3,5% του δείγματος δεν γνωρίζει ποια είναι η σύσταση της διατροφής του σε θρεπτικά συστατικά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 76 έως και 85). Με λίγα λόγια, το δείγμα της έρευνας έχει διατροφική γνώση των τροφίμων που καταναλώνει ή τουλάχιστον έτσι πιστεύει.

Όταν το δείγμα της έρευνας ερωτήθηκε για τη συχνότητα παρασκευής σπιτικού φαγητού, το 48,8% απάντησε ότι μαγειρεύει στο σπίτι μια φορά την ημέρα, το 25,5% μαγειρεύει τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 14,8% μαγειρεύει μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 5,3% μαγειρεύει στο σπίτι λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 5% δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα και μόνο το 0,8% δεν μαγειρεύει ποτέ στο σπίτι (βλ. πίνακα συχνοτήτων 86).

Οι λόγοι για τους οποίους το δείγμα επιλέγει να καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό, σύμφωνα με την έρευνα, φαίνεται να είναι οι παρακάτω: το 85% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω υγιεινής διατροφής, το 72,8% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω εξοικονόμησης χρημάτων, το 51% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω φρεσκάδας γευμάτων και το 33% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω ύπαρξης παιδιών στο νοικοκυριό. Επιπλέον, το 22,5% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω απόλαυσης για το μαγείρεμα, το 10,5% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω διάθεσης χρόνου και ένα ποσοστό 8,8% καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό λόγω συνήθειας (βλ. πίνακα συχνοτήτων 87 έως και 93).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους το δείγμα καταναλώνει/ παρασκευάζει σπιτικό φαγητό είναι η υγιεινή διατροφή, η εξοικονόμηση χρημάτων, η φρεσκάδα γευμάτων και η ύπαρξη παιδιών στο νοικοκυριό.

Όσον αφορά στην κατανάλωση και στη συχνότητα κατανάλωσης των ερωτηθέντων σε φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας, οι απαντήσεις τους έχουν ως εξής: η συχνότητα παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από μεμονωμένα τρόφιμα (κατεψυγμένες πατάτες, κροκέτες, λαχανικά φρέσκα ή κονσέρβας, κατεψυγμένο κρέας ή ψάρι) για την πλειοψηφία του δείγματος 56,3% είναι λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 30,5% του δείγματος δεν καταναλώνει ποτέ τέτοιου τύπου τρόφιμα, το 9,8% παρασκευάζει/ καταναλώνει μεμονωμένα τρόφιμα ως φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας

μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 2,3% καταναλώνει τέτοιου τύπου τρόφιμα τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα ενώ μικρότερα ποσοστά, όπως 0,8% και 0,5%, καταναλώνουν/ παρασκευάζουν αντίστοιχα τέτοιου είδους τρόφιμα μια φορά την ημέρα ακόμα και δυο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 94).

Σχετικά με τη συχνότητα κατανάλωσης του δείγματος μέτριας επεξεργασίας τροφίμων (σάντουιτς, φρέσκα παγωμένα ζυμαρικά, πίτσα κ.ά.), η πλειοψηφία του δείγματος αποφεύγει να τα καταναλώνει συχνά και συγκεκριμένα, τα επιλέγει λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα. Ακόμα, το 21,3% του δείγματος δεν τα καταναλώνει και το 14,8% τα καταναλώνει μια με τρεις φορές την εβδομάδα. Μεγαλύτερη συχνότητα κατανάλωσης, όπως τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα καθώς και μια φορά την ημέρα, παρατηρείται για τα ποσοστά 3% και 1% του δείγματος αντίστοιχα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 95).

Το ποσοστό του δείγματος που δεν καταναλώνει τρόφιμα υψηλής επεξεργασίας (π.χ. κονσέρβες, στιγμιαίες σούπες ή ζυμαρικά, έτοιμα παγωμένα γεύματα κ.ά.) φτάνει το 68,3% ενώ το 23,8% καταναλώνει τρόφιμα υψηλής επεξεργασίας λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα. Μικρότερα ποσοστά καλύπτουν τη συχνότερη κατανάλωση τροφίμων υψηλής επεξεργασίας, όπως το 7% του δείγματος καταναλώνει τρόφιμα υψηλής επεξεργασίας μια με τρεις φορές την ημέρα, το 0,5% του δείγματος τέσσερις με έξι φορές την ημέρα, το 0,3% του δείγματος μια φορά την ημέρα και τέλος, το 0,3% δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 96).

Όσον αφορά στην προτίμηση παρασκευής/ κατανάλωσης σαλάτας φρούτων/ λαχανικών ως γεύμα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας, παρατηρούμε ότι το 30% του δείγματος καταναλώνει/ παρασκευάζει σαλάτα φρούτων/ λαχανικών τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, ενώ το 21,3% καταναλώνει/ παρασκευάζει σαλάτα φρούτων/ λαχανικών λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα. Δυο ισόποσα ποσοστά του δείγματος 14,8% καταναλώνουν/ παρασκευάζουν σαλάτα φρούτων/ λαχανικών μια με τρεις φορές την εβδομάδα καθώς και δεν καταναλώνουν/ παρασκευάζουν σαλάτα φρούτων/ λαχανικών. Μόνο ένα μικρό ποσοστό 6% καταναλώνει/ παρασκευάζει σαλάτα φρούτων/ λαχανικών δυο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 97).

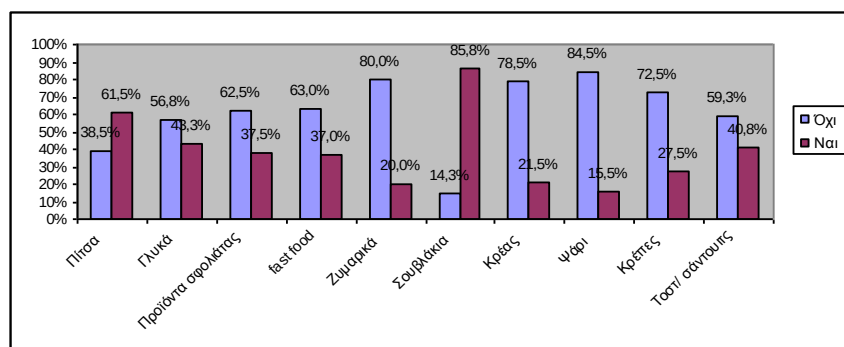
Οι λόγοι για τους οποίους το δείγμα επιλέγει να καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας, σύμφωνα με την έρευνα,

φαίνεται να είναι οι παρακάτω: το 60,5% καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας λόγω καταβολής λιγότερης προσπάθειας, το 57% καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας λόγω εξοικονόμησης χρόνου, το 19,3% καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας λόγω εξοικονόμησης χρημάτων και το 18,3% τα καταναλώνει/ παρασκευάζει λόγω ύπαρξης μικρού αριθμού ατόμων στο νοικοκυριό. Επιπλέον, το 9,3% καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας λόγω έλλειψης μαγειρικών δεξιοτήτων, το 4% καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας λόγω συνήθειας ενώ ένα ποσοστό 12,3% δεν καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας (βλ. πίνακα συχνοτήτων 98 έως και 104).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους το δείγμα καταναλώνει/ παρασκευάζει φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας είναι η καταβολή λιγότερης προσπάθειας, η εξοικονόμηση χρόνου, η εξοικονόμηση χρημάτων και η ύπαρξη μικρού αριθμού ατόμων στο νοικοκυριό.

Στην ερώτηση ‘Τι είδους γεύματα/ τρόφιμα καταναλώνετε εκτός σπιτιού;’, οι ερωτηθέντες απάντησαν σε ποσοστό 85,8% ότι καταναλώνουν σουβλάκια, σε ποσοστό 61,5% ότι καταναλώνουν πίτσα, σε ποσοστό 43,3% γλυκά, σε ποσοστό 40,8% τοστ/ σάντουιτς και σε ποσοστό 37,5% προϊόντα σφολιάτας καθώς και σε αντίστοιχο ποσοστό fast food. Επιπλέον, το 27,5% του δείγματος καταναλώνει κρέπες, το 21,5% καταναλώνει κρέας, το 20% καταναλώνει ζυμαρικά εκτός σπιτιού και το 15,5% καταναλώνει ψάρι εκτός σπιτιού (βλ. πίνακα συχνοτήτων 105 έως και 114, διάγραμμα 4.15).

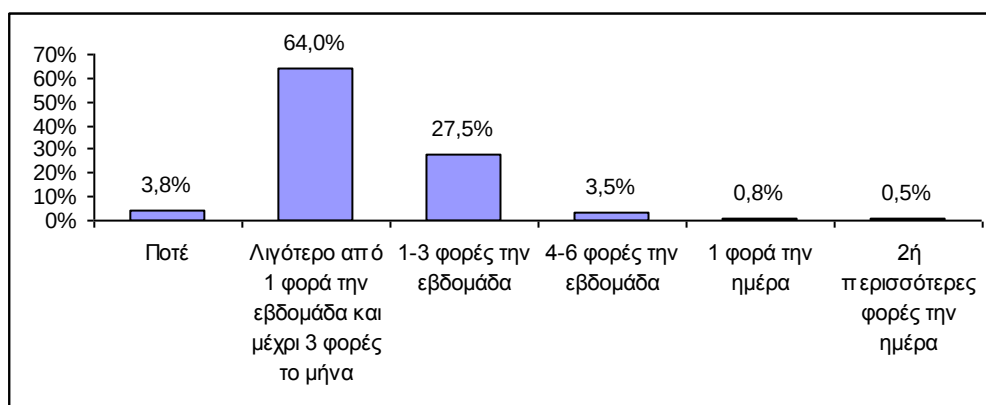
Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.15: Τρόφιμα που καταναλώνονται εκτός σπιτιού



Με άλλα λόγια, τα επικρατέστερα γεύματα/ τρόφιμα που οι ερωτηθέντες της έρευνας καταναλώνουν εκτός σπιτιού είναι το σουβλάκι, η πίτσα, τα γλυκά και τα τοστ/ σάντουιτς. Τα υπόλοιπα γεύματα/ τρόφιμα που το δείγμα της έρευνας καταναλώνει εκτός σπιτιού είναι τα προϊόντα σφολιάτας, το fast food, οι κρέπες, το κρέας, τα ζυμαρικά και το ψάρι.

Όσον αφορά στη συχνότητα κατανάλωσης τροφίμων εκτός σπιτιού του δείγματος της έρευνας, το 64% καταναλώνει γεύματα/ τρόφιμα εκτός σπιτιού λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 27,5% καταναλώνει γεύματα/ τρόφιμα εκτός σπιτιού μια με τρεις φορές την εβδομάδα και το 3,8% δεν καταναλώνει γεύματα/ τρόφιμα εκτός σπιτιού. Επίσης, το 3,5% του δείγματος καταναλώνει γεύματα/ τρόφιμα εκτός σπιτιού τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 0,8% μια φορά την ημέρα και το 0,5% δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 115, διάγραμμα 4.16).

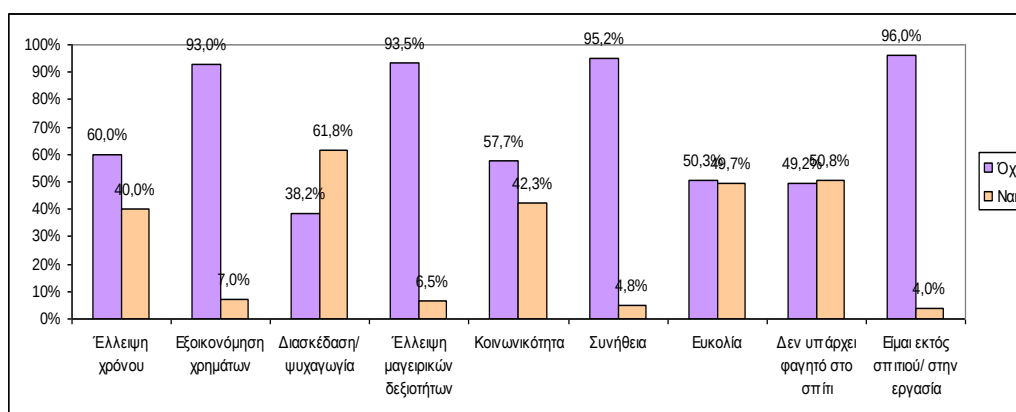
Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.16: Συχνότητα κατανάλωσης φαγητού εκτός σπιτιού



Σχετικά με τα καταστήματα/ εστιατόρια από τα οποία οι ερωτηθέντες προμηθεύονται/ καταναλώνουν τα έτοιμα (παρασκευασμένα εκτός σπιτιού) τρόφιμα/ γεύματα, προκύπτει ότι το 69,3% καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από καταστήματα που διαθέτουν διανομή/ delivery, το 66,3% καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από εστιατόρια/ταβέρνες, το 45,8% καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από καταστήματα με γεύματα στο χέρι-μικρογεύματα, το 37,8% καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από αλυσίδες fast-food και το 22,5% καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από καφετέριες. Μόνο το 5% του δείγματος δήλωσε ότι δεν καταναλώνει γεύματα που έχουν παρασκευαστεί εκτός σπιτιού (βλ. πίνακα συχνοτήτων 116 έως και 121).

Οι λόγοι για τους οποίους το δείγμα επιλέγει να καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού, σύμφωνα με την έρευνα, είναι οι παρακάτω: το 61,8% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω διασκέδασης/ ψυχαγωγίας, το 50,8% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω του ότι δεν υπάρχει φαγητό στο σπίτι, το 49,8% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω ευκολίας και το 42,3% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω κοινωνικότητας. Επιπλέον, το 40% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω εξοικονόμησης χρόνου, το 7% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω εξοικονόμησης χρημάτων, το 6,5% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω έλλειψης μαγειρικών δεξιοτήτων, το 4,8% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω συνήθειας ενώ ένα ποσοστό 4% καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού λόγω του ότι περνάει αρκετό χρόνο/ βρίσκεται εκτός σπιτιού/ στην εργασία (βλ. πίνακα συχνοτήτων 122 έως και 130, διάγραμμα 4.17).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.17: Λόγοι κατανάλωσης γευμάτων εκτός σπιτιού



Συνοψίζοντας, οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους το δείγμα καταναλώνει τρόφιμα εκτός σπιτιού είναι η διασκέδαση/ ψυχαγωγία, το ότι δεν υπάρχει φαγητό στο σπίτι, η ευκολία, η κοινωνικότητα και η εξοικονόμηση χρόνου.

Στην ερώτηση ‘Πώς θα χαρακτηρίζατε τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνετε εντός και εκτός σπιτιού;’, οι απαντήσεις των ερωτηθέντων μας οδηγούν στα παρακάτω αποτελέσματα: το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει η πλειοψηφία του δείγματος χαρακτηρίζεται ως υγιεινό σε ποσοστό 97,8%, καλής ποιότητας σε ποσοστό 91,3%, φρέσκο σε ποσοστό 90,3%, πλούσιας θρεπτικής αξίας σε ποσοστό 86,3%, γευστικό σε ποσοστό 80%, φθινό σε ποσοστό 70,5%, μεγάλης ποσότητας σε ποσοστό 58%, «εύκολης προετοιμασίας» σε ποσοστό 17,8%,

κατεψυγμένο σε ποσοστό 8,3%, ελάχιστης θρεπτικής αξίας σε ποσοστό 5% και κακής ποιότητας σε ποσοστό 2,3% (βλ. πίνακα συχνοτήτων 131, 133, 135, 137, 139, 141, 143, 145, 147, 149, 151).

Επιπλέον, το δείγμα της έρευνας χαρακτήρισε το φαγητό που παρασκευάζεται/ καταναλώνεται εκτός σπιτιού ως ελάχιστης θρεπτικής αξίας σε ποσοστό 73%, κατεψυγμένο σε ποσοστό 72,5%, «εύκολης προετοιμασίας» σε ποσοστό 70,5%, γευστικό σε ποσοστό 57,8%, κακής ποιότητας σε ποσοστό 57,5%, μεγάλης ποσότητας σε ποσοστό 24,8%, καλής ποιότητας σε ποσοστό 13,3%, φθινό σε ποσοστό 12,8%, φρέσκο σε ποσοστό 10,3%, υγιεινό σε ποσοστό 9%, πλούσιας θρεπτικής αξίας σε ποσοστό 6% (βλ. πίνακα συχνοτήτων 132, 134, 136, 138, 140, 142, 144, 146, 148, 150, 152).

Συνεπώς, για την πλειοψηφία του δείγματος το σπιτικό φαγητό χαρακτηρίζεται ως καλής ποιότητας, πλούσιας θρεπτικής αξίας, γευστικό, φθινό και μεγάλης ποσότητας. Αντίθετα, το φαγητό που καταναλώνεται εκτός σπιτιού για την πλειοψηφία του δείγματος το σπιτικό φαγητό χαρακτηρίζεται ως ελάχιστης θρεπτικής αξίας, κατεψυγμένο, «εύκολης προετοιμασίας», γευστικό, κακής ποιότητας και μεγάλης ποσότητας.

Στην ερώτηση 'Θεωρείτε ότι η διατροφή σας είναι υγιεινή;', η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε θετικά με ποσοστό 84% (βλ. πίνακα συχνοτήτων 153). Επίσης, στην ερώτηση 'Θεωρείτε ότι υιοθετήσατε πιο υγιεινές διατροφικές συνήθειες λόγω της αύξησης της τιμής των τροφίμων;', η πλειοψηφία του δείγματος δεν απάντησε θετικά με ποσοστό 76% (βλ. πίνακα συχνοτήτων 154).

Όσον αφορά στην άποψη των ερωτηθέντων για το ποια τρόφιμα/ ποτά θεωρούν ότι έχει αυξηθεί η τιμή το τελευταίο χρονικό διάστημα, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος απάντησε θετικά για τα παρακάτω τρόφιμα/ ποτά: φρούτα (59,8%), λαχανικά (56,5%), κρέας (67,8%), γαλακτοκομικά προϊόντα (64,8%), ψάρι (64,5%), θαλασσινά (50,3%), αλκοολούχα ποτά (61%) (βλ. πίνακα συχνοτήτων 1.155, 1.156, 1.157, 1.158, 1.161, 1.162, 1.169). Αρνητικά απάντησε για τα παρακάτω τρόφιμα: ψωμί (60,8%), δημητριακά (60,8%), όσπρια (79,3%), αυγά (78,8%), ζυμαρικά (70,8%), ελαιόλαδο (63%), γλυκά (54,8%) και καφέ (51,3%) (βλ. πίνακα συχνοτήτων 159, 160, 163 έως και 169).

Όσον αφορά στην άποψη των ερωτηθέντων σε ποια τρόφιμα/ προϊόντα θα επιθυμούσαν μείωση της τιμής τους, η πλειοψηφία του δείγματος θα επιθυμούσε μείωση στην τιμή των παρακάτω τροφίμων/ προϊόντων: φρούτα (67%), λαχανικά

(62,3%), κρέας (77,5%), γαλακτοκομικά προϊόντα (70%), ψάρι (73,3%), θαλασσινά (53,8%), ελαιόλαδο (52%) και καφέ (56,5%) (βλ. πίνακα συχνοτήτων 170 έως και 173, 176, 181, 183). Σχετικά με τα τρόφιμα/ προϊόντα στα οποία δεν θα επιθυμούσαν ιδιαίτερα μείωση της τιμής τους είναι τα ακόλουθα: ψωμί (55,5%), δημητριακά (51,8%), θαλασσινά (53,8%), όσπρια (67%), αυγά (67,8%), ζυμαρικά (64,5%), γλυκά (51%) και αλκοολούχα ποτά (51%) (βλ. πίνακα συχνοτήτων 174, 175, 177 έως και 180, 182, 184).

Σχετικά με το βαθμό μείωσης της κατανάλωσης των φρούτων από τους ερωτηθέντες, προκύπτει ότι η πλειοψηφία του δείγματος 62,3% δεν έχει μειώσει την κατανάλωση φρούτων, το 32,3% του δείγματος έχει μειώσει λίγο την κατανάλωση φρούτων, το 4% του δείγματος έχει μειώσει αρκετά την κατανάλωση των φρούτων, το 1,3% έχει μειώσει πολύ την κατανάλωσή του σε φρούτα και το 0,3% πάρα πολύ ((βλ. πίνακα συχνοτήτων 185).

Το δείγμα στην πλειοψηφία του με ποσοστό 63,3% δήλωσε ότι δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε λαχανικά, το 31,5% δήλωσε ότι έχει μειώσει λίγο την κατανάλωσή του σε λαχανικά, το 3,8% μείωσε αρκετά την κατανάλωσή του σε λαχανικά, το 1,3% μείωσε πολύ την κατανάλωσή του και το 0,3% πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 186). Με λίγα λόγια, η μείωση της κατανάλωσης σε φρούτα και λαχανικά έχει πραγματοποιηθεί σε ίδιο βαθμό.

Η μείωση που πραγματοποίησε το 46,3% του δείγματος της έρευνας στην κατανάλωση του κρέατος είναι ελάχιστη, το 27% μείωσε αρκετά την κατανάλωσή του σε κρέας, το 21,8% του δείγματος δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε κρέας, το 4,3% έχει μειώσει πολύ την κατανάλωση ενώ μόνο το 0,8% έχει πραγματοποιήσει πολύ μεγάλη μείωση στην κατανάλωση του κρέατος (βλ. πίνακα συχνοτήτων 187).

Όσον αφορά στο βαθμό μείωσης της κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων, το δείγμα σε ποσοστό 53% δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε γαλακτοκομικά προϊόντα. Το 40,5% έχει μειώσει λίγο την κατανάλωσή του σε γαλακτοκομικά προϊόντα ενώ μικρότερα ποσοστά όπως 4,8%, 1,5% και 0,3% αντιπροσωπεύουν τη μείωση της κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων στους αντίστοιχους βαθμούς αρκετά, πολύ και λίγο (βλ. πίνακα συχνοτήτων 188).

Σχετικά με το βαθμό μείωσης της κατανάλωσης του ψωμιού από τους ερωτηθέντες το 77% δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε ψωμί, το 10% μείωσε

λίγο την κατανάλωσή του σε ψωμί, το 4,3% μείωσε αρκετά την κατανάλωσή του σε ψωμί, το 2,8% πολύ και το 1% πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 189) .

Η μείωση που έχει πραγματοποιηθεί από την πλευρά του δείγματος της έρευνας στην κατανάλωση δημητριακών είναι ελάχιστη για το ποσοστό 40,8% του δείγματος, αρκετή για το ποσοστό 8,5%, πολύ μεγάλη για το ποσοστό 3% και πάρα πολύ μεγάλη για το 2% του δείγματος. Βέβαια, η πλειοψηφία του δείγματος 45,8% δεν μείωσε την κατανάλωσή του σε δημητριακά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 190).

Το 37% του δείγματος, που αποτελεί και την πλειοψηφία του, μείωσε αρκετά την κατανάλωσή του σε ψάρι, ενώ το 21,5% του δείγματος δεν τη μείωσε καθόλου. Το 28,3% του δείγματος έχει μειώσει ελάχιστα την κατανάλωση του ψαριού, το 9,8% πολύ και το 3,5% πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 191).

Η μείωση της κατανάλωσης των θαλασσινών από το 31% του δείγματος είναι αρκετή. Επιπλέον, το 25,8% δεν μείωσε την κατανάλωσή του σε ψάρι, το 19,5% μείωσε ελάχιστα την κατανάλωσή του σε ψάρι, το 15,3% πολύ και το 8,5% πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 192).

Σχετικά με τη μείωση της κατανάλωσης των οσπρίων, το 65% δεν μείωσε την κατανάλωσή του σε όσπρια, το 31,8% τη μείωσε ελάχιστα, το 2,5% τη μείωσε αρκετά και το 1% περίπου τη μείωσε πολύ και πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 193).

Όσον αφορά στη μείωση στην κατανάλωση των αυγών, τη πλειοψηφία του δείγματος 76,5% δεν την έχει μειώσει, το 17,5% μείωσε ελάχιστα την κατανάλωσή του σε αυγά ενώ τα ποσοστά του δείγματος που έχουν πραγματοποιήσει αρκετή, πολύ μεγάλη και πάρα πολύ μεγάλη μείωση καταλαμβάνουν τα ποσοστά των 4%, 1,3% και 0,8% αντίστοιχα (βλ. πίνακα συχνοτήτων 194).

Επίσης, δεν έχει πραγματοποιηθεί μείωση από την πλειοψηφία του δείγματος στην κατανάλωση των ζυμαρικών σε ποσοστό 65,5%. Το μεγαλύτερο από τα ποσοστά των μειώσεων στην κατανάλωση των ζυμαρικών είναι το 30,5% και αντιπροσωπεύει εκείνο το μέρος του δείγματος που μείωσε ελάχιστα την κατανάλωσή του σε ζυμαρικά, ενώ τα ποσοστά 3,5% και 0,5% του δείγματος αντιστοιχούν στους ερωτηθέντες που έχουν μειώσει σε αρκετό και πολύ μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή τους σε ζυμαρικά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 195).

Το 74,8% του δείγματος, επίσης, δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε ελαιόλαδο. Η μείωση που έχει πραγματοποιηθεί σε ελάχιστο βαθμό στην κατανάλωση του ελαιολάδου από τους ερωτηθέντες αντιπροσωπεύεται από το 17% του δείγματος, ενώ το 6,8% του δείγματος έχει μειώσει αρκετά την κατανάλωσή του

και το 1,5% έχει μειώσει κατά πολύ την κατανάλωσή του σε ελαιόλαδο (βλ. πίνακα συχνοτήτων 196).

Όσον αφορά στα γλυκά, παρατηρούμε ότι το 34,5% του δείγματος δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του, το 25,5% την έχει μειώσει ελάχιστα, το 16,3% αρκετά, το 16,3% πολύ και το 7,5% πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 197). Παρόλο που ένα σχετικά καλό ποσοστό δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε γλυκά, μια αρκετά καλή προσπάθεια για μείωση των γλυκών έχει ήδη ξεκινήσει να πραγματοποιείται σε διαφορετικούς βαθμούς.

Η μείωση της κατανάλωσης του καφέ έχει πραγματοποιηθεί ελάχιστα, σύμφωνα με το 33,3% του δείγματος, αρκετά, σύμφωνα με το 11,5% του δείγματος, πολύ, σύμφωνα με το 9,8% του δείγματος, και πάρα πολύ, σύμφωνα με το 4% του δείγματος. Αντίθετα, η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε ότι δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε καφέ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 198).

Η κατανάλωση των αλκοολούχων ποτών έχει μειωθεί κατά πολύ, σύμφωνα με το 27,3% του δείγματος, αρκετά, σύμφωνα με το 21,3% του δείγματος, λίγο σύμφωνα με 16,5% του δείγματος και πάρα πολύ, σύμφωνα με το 15% του δείγματος. Παρόλα αυτά, το 20% του δείγματος δεν έχει μειώσει την κατανάλωσή του σε αλκοολούχα ποτά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 199).

Όσον αφορά στις αλλαγές στις πρακτικές που έχουν πραγματοποιήσει οι ερωτηθέντες στην καταναλωτική διατροφική τους συμπεριφορά, αυτές είναι οι παρακάτω (βλ. πίνακα συχνοτήτων 200 έως και 214):

- ✓ αγορά των απαραίτητων και στην ποσότητα που χρειάζεται (78,8%),
- ✓ σύγκριση τιμών μεταξύ καταστημάτων (71,3%),
- ✓ επιλογή φθηνότερων εναλλακτικών τροφίμων (π.χ. χοιρινού αντί μοσχαρίσιου κρέατος) (71%),
- ✓ αποφυγή κατανάλωσης πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής (69,8%),
- ✓ προγραμματισμός των αγορών (66%),
- ✓ αναζήτηση ειδικών προσφορών τροφίμων και μεγαλύτερων συσκευασιών τροφίμων (65%),
- ✓ αγορά φθηνότερων μαρκών τροφίμων (63,3%),
- ✓ χρήση λίστας αγορών (59,8%),
- ✓ μείωση της ποσότητας των τροφίμων που αγοράζονται και καταναλώνονται (50,8%),

- ✓ αγορά τροφίμων αλυσίδας σουπερμάρκετ (41%),
- ✓ αγορά τροφίμων από περισσότερα και διαφορετικά καταστήματα μειώνοντας την πιστότητα σε ένα κύριο/ συνηθισμένο κατάστημα (32,5%),
- ✓ συχνότερη επίσκεψη των καταστημάτων από ότι πριν ξοδεύοντας λιγότερα χρήματα (30,3%),
- ✓ υποκατάσταση τροφίμων με άλλα/ μείωση της ποικιλίας τροφίμων (22%),
- ✓ μείωση της ποιότητας των τροφίμων που αγοράζονται και καταναλώνονται (19,8%),
- ✓ καμία μεταβολή στη δαπάνη για φαγητό παρά μόνο σε άλλες δαπάνες του νοικοκυριού (14,8%).

Σχετικά με το βαθμό που επηρεάζονται οι ερωτηθέντες από την τιμή, την ποσότητα, την ποιότητα, τα θρεπτικά συστατικά/ θρεπτική αξία, τη συσκευασία, την ημερομηνία παραγωγής και λήξης, τα σημεία πώλησης, την περιεκτικότητα του τροφίμου σε ενέργεια, τη γεύση, τη διαφήμιση και την ελληνική προέλευση των τροφίμων, τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις απαντήσεις του δείγματος της έρευνας αναλύονται στις επόμενες παραγράφους.

Συγκεκριμένα, το 30% του δείγματος επηρεάζεται αρκετά από την τιμή των τροφίμων/ γευμάτων, το 29% επηρεάζεται πολύ και το 26,8% του δείγματος επηρεάζεται πάρα πολύ από την τιμή των τροφίμων/ γευμάτων. Αντίθετα, το 1,5% του δείγματος δεν επηρεάζεται από την τιμή των τροφίμων/ γευμάτων ενώ το 12,8% επηρεάζεται λίγο (βλ. πίνακα συχνοτήτων 215).

Σχετικά με το βαθμό επιρροής της ποσότητας των τροφίμων/ γευμάτων στους ερωτηθέντες, το 33,8% επηρεάζεται αρκετά από την ποσότητα των τροφίμων, το 31% επηρεάζεται πολύ και το 14,8% επηρεάζεται πάρα πολύ από την ποσότητα των τροφίμων/ γευμάτων. Αντίθετα, το ποσοστό του δείγματος που επηρεάζεται ελάχιστα από την ποσότητα των τροφίμων/ γευμάτων είναι 17,8% ενώ το 2,8% δεν επηρεάζεται από την ποσότητα των τροφίμων/ γευμάτων (βλ. πίνακα συχνοτήτων 216).

Η ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων είναι ένας άλλος παράγοντας από τον οποίο επηρεάζεται το δείγμα της έρευνας. Συγκεκριμένα, το 39,3% επηρεάζεται πάρα πολύ από την ποιότητα των τροφίμων, το 37% πολύ και το 15,3% αρκετά. Αντίθετα, τα ποσοστά του δείγματος 5% και 3,5% επηρεάζονται αντίστοιχα λίγο και καθόλου από την ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων (βλ. πίνακα συχνοτήτων 217).

Η θρεπτική αξία των τροφίμων/ γευμάτων είναι, επίσης, ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει τους ερωτηθέντες. Αναλυτικότερα, το 37% των ερωτηθέντων επηρεάζεται πολύ από τη θρεπτική αξία των τροφίμων/ γευμάτων, το 24,3% του δείγματος επηρεάζεται πάρα πολύ από τη θρεπτική αξία των τροφίμων/ γευμάτων και το 26,5% επηρεάζεται αρκετά (βλ. πίνακα συχνοτήτων 218).

Επιπλέον, το 35,3% του δείγματος επηρεάζεται αρκετά από τη συσκευασία των τροφίμων/ γευμάτων, το 5,3% πολύ και το 2,3% πάρα πολύ. Παρόλα αυτά, το 33,3% του δείγματος επηρεάζεται ελάχιστα από τη συσκευασία των τροφίμων/ γευμάτων και το 24% δηλώνει ότι δεν επηρεάζεται από τη συσκευασία των τροφίμων/ γευμάτων (βλ. πίνακα συχνοτήτων 219).

Η ημερομηνία παραγωγής και λήξης των τροφίμων/ γευμάτων παίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή και κατανάλωση τροφίμων από τους ερωτηθέντες. Συγκεκριμένα, το 55% του δείγματος επηρεάζεται πάρα πολύ από την ημερομηνία παραγωγής και λήξης, το 23,8% πολύ και το 13,3% αρκετά. Αντίθετα, το ποσοστό του δείγματος που επηρεάζεται ελάχιστα από την ημερομηνία παραγωγής και λήξης των τροφίμων/ γευμάτων φτάνει το 5,3% και το ποσοστό που δεν επηρεάζεται από αυτή είναι μόνο το 2,8% του δείγματος (βλ. πίνακα συχνοτήτων 220).

Σχετικά με την ελληνική προέλευση των τροφίμων/ γευμάτων, το δείγμα δηλώνει σε ποσοστό 35,3% ότι επηρεάζεται πάρα πολύ από την ελληνική προέλευση των τροφίμων/ γευμάτων του, το 28,8% επηρεάζεται πολύ και το 23,5% αρκετά ενώ το 9,8% και το 2,8% επηρεάζονται ελάχιστα και καθόλου αντιστοίχως (βλ. πίνακα συχνοτήτων 221).

Όσον αφορά στην περιεκτικότητα των τροφίμων/ γευμάτων σε ενέργεια, το 34,3% των ερωτηθέντων επηρεάζεται αρκετά από την περιεκτικότητα των τροφίμων/ γευμάτων σε ενέργεια, το 23,5% πολύ και το 11,3% πάρα πολύ σε αντίθεση με το 22,5% του δείγματος της έρευνας που επηρεάζεται ελάχιστα και το 8,5% που δεν επηρεάζεται από την περιεκτικότητα των τροφίμων/ γευμάτων σε ενέργεια (βλ. πίνακα συχνοτήτων 222).

Πρόσθετα, η γεύση είναι ένα άλλος σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή και κατανάλωση τροφίμων/ γευμάτων από τους ερωτηθέντες. Αυτό εξηγείται μέσω των υψηλών ποσοστών του δείγματος, 43,8% και 21,3%, που δηλώνουν ότι η γεύση τους επηρεάζει πολύ και πάρα πολύ στην επιλογή και κατανάλωση των τροφίμων/ γευμάτων τους, καθώς και από το ποσοστό 27,3% που

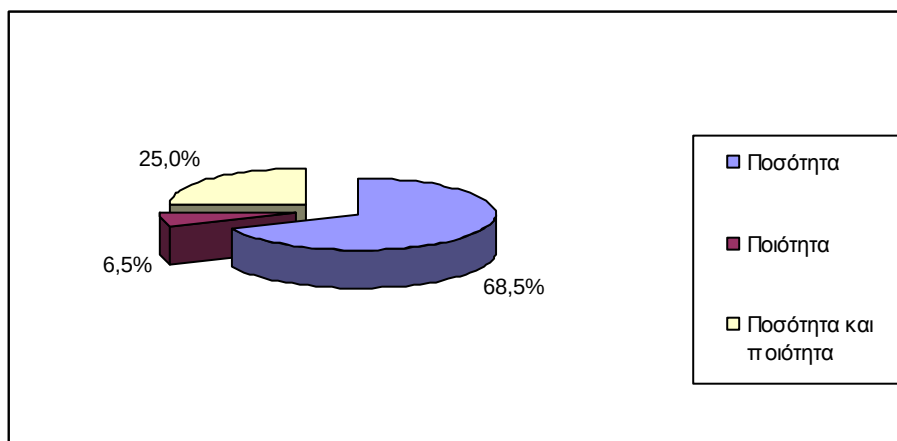
δηλώνει ότι επηρεάζεται αρκετά από τη γεύση των τροφίμων/ γευμάτων (βλ. πίνακα συχνοτήτων 223).

Επίσης, η διαφήμιση των τροφίμων/ γευμάτων δεν φαίνεται να επηρεάζει τους ερωτηθέντες στην επιλογή και κατανάλωση των τροφίμων/ γευμάτων τους. Συγκεκριμένα, το 49% του δείγματος δεν επηρεάζεται από τη διαφήμιση ενώ το 38% επηρεάζεται ελάχιστα από τη διαφήμιση. Αντίθετα, τα ποσοστά του δείγματος, όπως 11,3%, 1,0% και 0,8%, αντιπροσωπεύουν τους ερωτηθέντες που επηρεάζονται αρκετά, πολύ και πάρα πολύ αντίστοιχα από τη διαφήμιση (βλ. πίνακα συχνοτήτων 224).

Τέλος, το ποσοστό του δείγματος που δεν επηρεάζεται από τα σημεία πώλησης τροφίμων φτάνει το 49%. Το 38% δηλώνει ότι επηρεάζεται λίγο από τα σημεία πώλησης, το 11,3% δηλώνει ότι επηρεάζεται αρκετά από τα σημεία πώλησης, το 1% επηρεάζεται πολύ και το 0,8% επηρεάζεται πάρα πολύ (βλ. πίνακα συχνοτήτων 225).

Σύμφωνα με τις δηλώσεις του δείγματος για το εάν μείωσαν την ποσότητα, την ποιότητα ή ταυτόχρονα και την ποσότητα και την ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων λόγω της οικονομικής κρίσης, η πλειοψηφία του δείγματος 68,5% απάντησε ότι μείωσε την ποσότητα των τροφίμων/ γευμάτων του, το 25% μείωσε ταυτόχρονα και την ποσότητα και την ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων ενώ μόνο το 6,5% του δείγματος μείωσε την ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων (βλ. πίνακα συχνοτήτων 226, διάγραμμα 4.18).

Διάγραμμα κατανομής συχνοτήτων 4.18: Μείωση της κατανάλωσης των τροφίμων σε α) ποσότητα β) ποιότητα και γ) ποσότητα και ποιότητα



Σχετικά με τη συχνότητα αγοράς τροφίμων/ γευμάτων από το σουπερμάρκετ , ποσοστό 49,8% του δείγματος δηλώνει ότι εφοδιάζεται με τρόφιμα από τα σουπερμάρκετ μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 29% αγοράζει τρόφιμα τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα, το 2,5% μια φορά την ημέρα και το 0,5% δυο ή περισσότερες φορές την ημέρα. Αντίθετα, το 16,8% του δείγματος δήλωσε ότι αγοράζει τρόφιμα από το σουπερμάρκετ λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα. Γενικότερα, παρατηρούμε ότι τα σουπερμάρκετ, λόγω των χαμηλών τιμών και της ποικιλίας των τροφίμων που διαθέτουν, προτιμώνται από τους καταναλωτές σε αντίθεση με τα παντοπωλεία που έχουν υψηλότερες τιμές και μικρότερη ποικιλία τροφίμων. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας δήλωσε ότι δεν αγοράζει τρόφιμα από τα παντοπωλεία και μάλιστα, σε ποσοστό 66,3% (βλ. πίνακα συχνότητων 227).

Όσον αφορά στην επιλογή των μανάβικων για αγορές τροφίμων/ φρούτων και λαχανικών από τους ερωτηθέντες, η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας 41,8% δηλώνει ότι δεν αγοράζει ποτέ τρόφιμα/ φρούτα και λαχανικά από τα μανάβικα, το 30,8% αγοράζει λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 25% μια έως τρεις φορές την εβδομάδα και μικρότερα ποσοστά, όπως 1,8%, 0,5% και 0,3%, αγοράζει τρόφιμα/ φρούτα και λαχανικά από τα μανάβικα αρκετά, πολύ και πάρα πολύ αντιστοίχως (βλ. πίνακα συχνότητων 228).

Σχετικά με την προτίμηση του δείγματος να αγοράζει τρόφιμα/ φρούτα και λαχανικά από τη λαϊκή αγορά, παρατηρείται ότι το 55,8% την προτιμά και αγοράζει από αυτή μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 28% αγοράζει τρόφιμα/ φρούτα και λαχανικά λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, ενώ το 15,3% δεν αγοράζει ποτέ τρόφιμα/ φρούτα και λαχανικά από τη λαϊκή αγορά (βλ. πίνακα συχνότητων 229).

Ακόμη, το 66,3% του δείγματος δεν αγοράζει ποτέ τρόφιμα από παντοπωλεία, το 22,3% αγοράζει τρόφιμα από παντοπωλεία λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι τρεις φορές το μήνα, το 10,3% μια με τρεις φορές την εβδομάδα, το 1% τέσσερις με έξι φορές την εβδομάδα και το 0,3% αγοράζει τρόφιμα από παντοπωλεία μια φορά την ημέρα (βλ. πίνακα συχνότητων 230).

Επίσης, τα ψιλικά και το περίπτερο είναι από εκείνα τα σημεία πώλησης τα οποία η πλειοψηφία του δείγματος δεν προτιμά ιδιαίτερα συχνά για την αγορά τροφίμων, σνακ και ποτών, μιας και τα ποσοστά 49,5% και 48% αντιπροσωπεύουν εκείνους που δεν αγοράζουν τρόφιμα, σνακ και ποτά από τα ψιλικά και το περίπτερο

αντίστοιχα, το οποίο οφείλεται στη διάθεση ακριβότερων και μικρότερης ποικιλίας τροφίμων, σνακ και ποτών (βλ. πίνακα συχνότητων 231 και 232).

Τέλος, από την έρευνα προκύπτει ότι το 73% του δείγματος της έρευνας δεν έχει συμμετάσχει σε μποϊκοτάζ κατά της αύξησης των τιμών (βλ. πίνακα συχνότητων 233) και το 96,5% ελέγχει τις τιμές των τροφίμων (βλ. πίνακα συχνότητων 234).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΩΝ ΠΑΛΙΝΔΡΟΜΗΣΗΣ

Η εξακρίβωση της σχέσης μεταξύ τριών ή περισσότερων μεταβλητών είναι ο αντικειμενικός σκοπός αυτού του κεφαλαίου. Αναλυτικότερα, σκοπός του είναι, αφενός να διαπιστωθεί πώς μεταβάλλονται οι τιμές μια μεταβλητής (*εξαρτημένη μεταβλητή*) όταν είναι γνωστές οι τιμές των άλλων μεταβλητών (*ανεξάρτητες μεταβλητές*), και αφετέρου να διαπιστωθεί η ένταση με την οποία διαμορφώνονται οι τιμές της εξαρτημένης μεταβλητής, η οποία σχετίζεται με τις τιμές και τις μεταβολές των ανεξάρτητων μεταβλητών.

Στο κεφάλαιο αυτό, λοιπόν, πραγματοποιείται η ανάλυση και παρουσίαση των αποτελεσμάτων των εκτιμήσεων των παλινδρομήσεων για τους προσδιοριστικούς παράγοντες των μεταβολών των καταναλωτικών διατροφικών προτύπων σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων των υποδειγμάτων παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού, της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εκτός σπιτιού, της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φρούτα και της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο της οικονομικής κρίσης.

5.1 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης

Τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης παρουσιάζουν τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Συγκεκριμένα, μελετάται η επίδραση κάποιων παραγόντων στη μείωση της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Οι παράγοντες που μελετώνται είναι οι ακόλουθοι: το

φύλο, η ηλικία, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή απασχόληση, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των γλυκών, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των αλκοολούχων ποτών, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του κρέατος, η μη αγορά πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής και η χρήση λίστας αγορών.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές, δηλαδή οι παραπάνω προσδιοριστικοί παράγοντες, επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες που πραγματοποίησαν οι Aggarwal *et al.* (2012), Miller and Branscum (2012), Barda and Sardianou (2010), Jacobson *et al.* (2010), Waterlander *et al.* (2010), Hunter and Worsley (2009), Monsivais and Drewnowski (2009), Townsend *et al.* (2009), Fan *et al.* (2007), Luchini *et al.* (2007), Darmon *et al.* (2006), Ricciuto *et al.* (2006), Islam and Siwar (2005), Januszewska and Viaene (2005), Kirpatrick and Tarasuk (2003) και Hersey *et al.* (2001) σε διάφορες χώρες μέχρι σήμερα.

Η εξίσωση 5.1α που ακολουθεί παρακάτω, για την εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης, στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου λογιστικής παλινδρόμησης (Binary Logistic Regression). Η εξίσωση έχει ως εξαρτημένη μεταβλητή τη μείωση της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης, “foodexp0”, η οποία είναι ψευδομεταβλητή. Η εκτίμηση της λογιστικής παλινδρόμησης γίνεται λαμβάνοντας υπόψη το λόγο των πιθανοτήτων και η εκτίμηση των παραμέτρων b_i γίνεται με τη μέθοδο της μέγιστης πιθανοφάνειας.

Η γενική μορφή της εξίσωσης της παλινδρόμησης προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{foodexp0}_i = b_0 + b_1\text{gender}_i + b_2\text{age}_i + b_3\text{monthinc}_i + b_4\text{idiwtiko}_i + b_5\text{noluxury}_i + b_6\text{list}_i + b_7\text{consdri}_i + b_8\text{consswt}_i + b_9\text{consmeat}_i + \varepsilon_i \quad (5.1\alpha)$$

όπου,

(1) gender: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν είναι γυναίκα

(2) age: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου

- (3) monthinc: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου
- (4) idiwtiko: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι ιδιωτικός υπάλληλος και την τιμή 0 όταν δεν είναι ιδιωτικός υπάλληλος
- (5) poluxury: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος δεν αγοράζει πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής και την τιμή 0 όταν αγοράζει
- (6) list: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί λίστα αγοράς στα ψώνια του και την τιμή 0 όταν δεν χρησιμοποιεί
- (7) consdri: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το βαθμό μείωσης της κατανάλωσης του ερωτώμενου για αλκοολούχα ποτά και παίρνει την τιμή από 0 έως 4, όπου 0 = καθόλου και 4 = πάρα πολύ
- (8) consswt: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το βαθμό μείωσης της κατανάλωσης του ερωτώμενου για γλυκά και παίρνει την τιμή από 0 έως 4, όπου 0 = καθόλου και 4 = πάρα πολύ
- (9) consmeat: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το βαθμό μείωσης της κατανάλωσης του ερωτώμενου για κρέας και παίρνει την τιμή από 0 έως 4, όπου 0 = καθόλου και 4 = πάρα πολύ
- (10) ει: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον πίνακα 5.1 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης ($n = 400$). Στην πρώτη στήλη «Μεταβλητές», καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 5.1α. Στη δεύτερη στήλη, «Υπόδειγμα 1», παρουσιάζεται το αρχικό υπόδειγμα λογιστικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών. Στην τρίτη στήλη του πίνακα 5.1, «Υπόδειγμα 2», παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της τελικής εξίσωσης λογιστικής παλινδρόμησης 5.1β, ύστερα από αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών από το αρχικό υπόδειγμα.

Πίνακας 5.1: Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
σταθερά	-0,873 (2,358)	-0,884** (4,229)
gender	-0,780** (6,704)	-0,781** (6,877)
age	0,000 (0,001)	-
monthinc	-0,141* (2,793)	-0,142* (3,484)
idiwtiko	0,672** (4,442)	0,673** (4,478)
noluxury	1,235*** (18,642)	1,236*** (18,863)
list	0,590** (4,160)	0,590** 4,161
consdri	0,208* (3,090)	0,208* 3,127
consswt	0,399** (8,161)	0,399** (8,251)
consmeat	0,585** (9,132)	0,583*** (10,625)
R ² Nagelkerke	0,389	0,389
2 Log likelyhood	331,574	331, 575

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Επίσης, στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική Wald.

Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα του πίνακα 5.1 και συγκεκριμένα, από το Υπόδειγμα 1, η ανεξάρτητη μεταβλητή ηλικία, “age”, είναι μη στατιστικά σημαντική μεταβλητή και δεν επηρεάζει την εξαρτημένη μεταβλητή του

υποδείγματος, δηλαδή τη μείωση της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης (“foodexp0”).

Λαμβάνοντας υπόψη και τα αποτελέσματα στην τρίτη στήλη του πίνακα 5.1 του Υποδείγματος 2, η εκτιμώμενη εξίσωση του τελικού υποδείγματος της λογιστικής παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{foodexp0} = -0,884 - 0,781 * \text{gender} - 0,142 * \text{monthinc} + 0,673 * \text{idiwtiko} + 1,236 * \text{noluxury} + 0,590 * \text{list} + 0,208 * \text{consdri} + 0,399 * \text{consswt} + 0,583 * \text{consmeat} \quad (5.1\beta)$$

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 5.1 της τρίτης στήλης «Υπόδειγμα 2», τα οποία παρουσιάζονται και στην παραπάνω εκτιμώμενη τελική εξίσωση λογιστικής παλινδρόμησης 5.1β, το φύλο, “gender”, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ενώ έχει και εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Συνεπώς, οι γυναίκες είναι περισσότερο πιθανό να μειώσουν τη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με τους άνδρες. Το αποτέλεσμα αυτό είναι σύμφωνο με τη μελέτη των Barda and Sardianou (2010), Waterlander *et al.* (2010), Monsivais and Drewnowski (2009) και Islam and Siwar (2005).

Επιπρόσθετα, η μεταβλητή “monthinc” προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% και έχει και αυτή εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Συνεπώς, όταν μειωθεί το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου είναι περισσότερο πιθανό να μειωθεί και η δαπάνη του για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Επίσης, και οι έρευνες των Aggarwal *et al.* (2012), Barda and Sardianou (2010), Jacobson *et al.* (2010), Waterlander *et al.* (2010), Hunter and Worsley (2009), Monsivais and Drewnowski (2009), Luchini *et al.* (2007), Ricciuto *et al.* (2006), Islam and Siwar (2005), Januszewska and Viaene (2005), Kirlpatrick and Tarasuk (2003) οδηγήθηκαν στο ίδιο συμπέρασμα.

Όσον αφορά στη μεταβλητή που αντιπροσωπεύει τους ερωτώμενους που είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, “idiwtiko”, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5% έχοντας εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι όταν ο ερωτώμενος είναι ιδιωτικός

υπάλληλος είναι περισσότερο πιθανό να μειώσει τη δαπάνη του για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με κάποιον άλλο ερωτώμενο που δεν είναι ιδιωτικός υπάλληλος. Το ίδιο συμπέρασμα προέκυψε και από τις έρευνες των Hunter and Worsley (2009), Islam and Siwar (2005) και Januszezwska and Viaene (2005).

Θετική σημαντική συσχέτιση εμφανίζεται και μεταξύ της μη αγοράς πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής και της μείωσης της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Η μεταβλητή που αντιπροσωπεύει τους ερωτώμενους που δεν αγοράζουν πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής, “*no luxury*”, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Συνεπώς, όταν ο ερωτώμενος δεν αγοράζει πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής είναι περισσότερο πιθανό να μειώσει τη δαπάνη του για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με τους ερωτώμενους που αγοράζουν πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα συμφωνεί και με αυτό της έρευνας των Hunter and Worsley (2009) για την Αυστραλία.

Επίσης, η μεταβλητή “*list*”, η οποία αφορά στη χρήση λίστας αγορών από τον ερωτώμενο, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όταν ο ερωτώμενος κάνει χρήση λίστας αγορών είναι περισσότερο πιθανό να μειωθεί η δαπάνη του για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με ερωτώμενο που δεν κάνει χρήση λίστας αγορών. Όσον αφορά στην έρευνα των Miller and Branscum (2012) και Hersey *et al.* (2001), κατέληξαν και αυτοί στο ίδιο συμπέρασμα.

Η μεταβλητή “*consdri*” εκτιμάται να είναι και αυτή στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή είναι θετικό, άρα οι ερωτώμενοι που μειώνουν σε μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή τους για αλκοολούχα ποτά είναι περισσότερο πιθανό να μειώσουν τη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με τους ερωτώμενους που δε μειώνουν ή μειώνουν ελάχιστα την κατανάλωσή τους για αλκοολούχα ποτά. Τα αποτελέσματα των Waterlander *et al.*

(2010) και Darmon *et al.* (2006) συμφωνούν με το συγκεκριμένο αποτέλεσμα της έρευνας.

Σχετικά με τη μεταβλητή “cons_{swt}”, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Το πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή είναι και εδώ θετικό, άρα οι ερωτώμενοι που μειώνουν σε μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή τους για γλυκά είναι περισσότερο πιθανό να μειώσουν τη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με τους ερωτώμενους που δε μειώνουν ή μειώνουν ελάχιστα την κατανάλωσή τους για γλυκά. Οι μελέτες των Hunter and Worsley (2009) και Darmon *et al.* (2006) επιβεβαιώνουν το συμπέρασμα αυτό

Τέλος, όσον αφορά στη μεταβλητή “cons_{meat}”, είναι και αυτή στατιστικά σημαντική μεταβλητή και μάλιστα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι ο ερωτώμενος που θα μειώσει σε μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή του για κρέας είναι περισσότερο πιθανό να μειώσει τη δαπάνη του για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης συγκριτικά με τον ερωτώμενο ο οποίος δε μειώνει ή μειώνει ελάχιστα την κατανάλωσή του για κρέας. Αντίστοιχο συμπέρασμα είχαν και οι Waterlander *et al.* (2010), Monsivais and Drewnowski (2009), Darmon *et al.* (2006), Ricciuto *et al.* (2006) και Januszevska and Viaene (2005).

Το R^2 Nagelkerke είναι ο συντελεστής προσδιορισμού κατά Nagelkerke, αναφέρεται στο σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών και δείχνει πόσο καλά προσαρμόζονται τα δεδομένα. Στη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, ο συντελεστής αυτός ισούται με 0,389, δηλαδή οι ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν το 38,9% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν τη μείωση της δαπάνης του καταναλωτή για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι το φύλο, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή απασχόληση, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των γλυκών, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των αλκοολούχων ποτών, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του κρέατος, η μη αγορά πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής καθώς και η χρήση λίστας αγορών από τον καταναλωτή.

Αναλυτικότερα, οι καταναλωτές οι οποίοι είναι περισσότερο πιθανό να μειώσουν τη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι γυναίκες, καταναλωτές με χαμηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα και

καταναλωτές που είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Επίσης, πρόκειται για καταναλωτές που κάνουν χρήση της λίστας αγορών, δεν αγοράζουν πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής και μειώνουν σε μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή τους για αλκοολούχα ποτά, γλυκά και κρέας.

Θα μπορούσαμε να πούμε, λοιπόν, ότι το προφίλ των καταναλωτών που είναι περισσότερο πιθανό να μειώσουν τη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι γυναίκες, οι οποίες είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι με χαμηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα λόγω του οποίου αποφεύγουν να αγοράζουν πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής και μειώνουν σε μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή τους για αλκοολούχα ποτά, γλυκά και κρέας.

5.2 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού

Τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης παρουσιάζουν τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού. Συγκεκριμένα, μελετάται η επίδραση κάποιων παραγόντων στη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού. Οι παράγοντες που μελετώνται είναι οι ακόλουθοι: το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας, η οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, η τωρινή απασχόληση, η επάρκεια του εισοδήματος για την κάλυψη των αναγκών, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για λαχανικά, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα και το γεγονός ότι η διατροφή του καταναλωτή είναι υγιεινή.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές, δηλαδή οι παραπάνω προσδιοριστικοί παράγοντες, επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες που πραγματοποίησαν οι Barda and Sardanou (2010), French *et al.* (2010), Jacobson *et al.* (2010), Thornton *et al.* (2010), Fan *et al.* (2007), Luchini *et al.* (2007), Darmon *et al.* (2006), Islam and Siwar (2005) και Januszezwska and Viaene (2005) σε διάφορες χώρες μέχρι σήμερα.

Η εξίσωση 5.2α που ακολουθεί παρακάτω, για την εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων της μέσης μηνιαίας δαπάνης του καταναλωτή για φαγητό εντός σπιτιού, στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (OLS) και έχει ως εξαρτημένη μεταβλητή τη μέση μηνιαία δαπάνη του καταναλωτή για φαγητό εντός σπιτιού, “mfdexpin”, η οποία είναι ποσοτική μεταβλητή.

Η γενική μορφή της εξίσωσης της παλινδρόμησης προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{mfdexpin}_i = b_0 + b_1\text{gender}_i + b_2\text{age}_i + b_3\text{famsize}_i + b_4\text{monthinc}_i + b_5\text{htenure}_i + b_6\text{eggamos}_i + b_7\text{needsinc}_i + b_8\text{wexveget}_i + b_9\text{wexmeat}_i + b_{10}\text{wexmilk}_i + b_{11}\text{dthealth}_i + b_{12}\text{anergos}_i + b_{13}\text{lyceum}_i + \varepsilon_i \quad (5.2\alpha)$$

όπου,

- (1) gender: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν είναι γυναίκα
- (2) age: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου
- (3) famsize: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου
- (4) monthinc: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου
- (5) htenure: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος δεν κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία
- (6) eggamos: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι έγγαμος και την τιμή 0 όταν δεν είναι έγγαμος
- (7) needsinc: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν το εισόδημα του ερωτώμενου επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών του και την τιμή 0 όταν δεν επαρκεί
- (8) wexveget: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για λαχανικά
- (9) wexmeat: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για κρέας

- (10) wexmilk: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για γαλακτοκομικά προϊόντα
- (11) dthealth: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν η διατροφή του ερωτώμενου είναι υγιεινή και την τιμή 0 όταν δεν είναι υγιεινή
- (12) anergos: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνεργος και την τιμή 0 όταν δεν είναι άνεργος
- (13) lyceum: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος λυκείου και την τιμή 0 όταν δεν είναι απόφοιτος λυκείου
- (14) ει: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον πίνακα 5.2 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης του καταναλωτή για φαγητό εντός σπιτιού ($n = 400$). Στην πρώτη στήλη «Μεταβλητές», καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 5.2α. Στη δεύτερη στήλη, «Υπόδειγμα 1», παρουσιάζεται το αρχικό υπόδειγμα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών. Στην τρίτη στήλη του πίνακα 5.2, «Υπόδειγμα 2», παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της τελικής εξίσωσης πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης 5.2β, ύστερα από αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών από το αρχικό υπόδειγμα.

Πίνακας 5.2: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης για φαγητό εντός σπιτιού

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
σταθερά	4,101*** (32,717)	4,005** (37,218)
gender	-0,072 (-1,323)	-0,093* (-1,730)
age	0,014*** (4,566)	0,017*** (6,814)
famsize	0,109*** (5,300)	0,122*** (6,482)
monthinc	0,030* (1,730)	0,031* (1,730)

	(1,869)	(1,932)
htenure	0,052 (0,822)	-
eggamos	0,118 (1,566)	-
needsinc	0,224*** (3,794)	0,207*** (3,579)
wexveget	0,014*** (4,377)	0,015*** (4,638)
wexmeat	0,002** (2,689)	0,002** (2,864)
wexmilk	0,005** (2,102)	0,006** (2,467)
dthealth	0,145** (2,124)	0,153** (2,257)
anergos	0,183* (1,688)	0,194* (1,808)
lyceum	-0,034 (-0,529)	-
R(adj) ²	0,524	0,523
F-statistic	34,552***	44,558***

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Επίσης, στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 5.2 και συγκεκριμένα, με το Υπόδειγμα 1, η ιδιοκτησία της κατοικίας (“htenure”), η οικογενειακή κατάσταση (“eggamos”) και το μορφωτικό επίπεδο (“lyceum”) είναι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, δηλαδή δεν επηρεάζουν την εξαρτημένη μεταβλητή του υποδείγματος, τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού.

Συνεπώς, λαμβάνοντας υπόψη και τα αποτελέσματα στην τρίτη στήλη του πίνακα 5.2 του Υποδείγματος 2, η εκτιμώμενη εξίσωση του τελικού υποδείγματος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{mfdexpin} = 4,005 - 0,093 * \text{gender} + 0,017 * \text{age} + 0,122 * \text{famsize} + 0,031 * \text{monthinc} + 0,207 * \text{needsinc} + 0,015 * \text{wexveget} + 0,002 * \text{wexmeat} + 0,006 * \text{wexmilk} + 0,153 * \text{dthealth} + 0,194 * \text{anergos} \quad (5.2\beta)$$

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 5.2 της τρίτης στήλης «Υπόδειγμα 2», τα οποία παρουσιάζονται και στην παραπάνω εκτιμώμενη τελική εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης 5.2β, το φύλο, “gender”, είναι αρνητικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Με άλλα λόγια, οι γυναίκες έχουν μεγαλύτερη μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού συγκριτικά με τους άνδρες. Το αποτέλεσμα αυτό είναι σύμφωνο με τους Barda and Sardianou (2010), Thornton *et al.* (2010) και Fan *et al.* (2007).

Όσον αφορά στη μεταβλητή “age”, εμφανίζεται να είναι θετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Συνεπώς, όσο αυξάνεται η ηλικία του καταναλωτή, αυξάνεται και η μέση μηνιαία δαπάνη του για φαγητό εντός σπιτιού. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Barda and Sardianou (2010), Jacobson *et al.* (2010) και Januszezwska and Viaene (2005).

Επίσης, η μεταβλητή που αφορά στο μέγεθος της οικογένειας και συγκεκριμένα στον αριθμό των μελών του νοικοκυριού, “famsize”, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού τόσο μεγαλύτερη είναι και η μέση μηνιαία δαπάνη του νοικοκυριού για φαγητό εντός σπιτιού. Το αποτέλεσμα αυτό συμπίπτει με αυτό των Barda and Sardianou (2010), Jacobson *et al.* (2010), Thornton *et al.* (2010), Fan *et al.* (2007) και Luchini *et al.* (2007).

Σχετικά με τη μεταβλητή “monthinc”, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% και έχει και αυτή εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Συνεπώς, όσο αυξάνεται το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου αυξάνεται και η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εντός σπιτιού. Όσον αφορά σε προηγούμενες μελέτες που εξέτασαν τη σχέση αυτών των δυο μεταβλητών, οι Barda and Sardianou (2010), French *et al.* (2010), Jacobson *et al.* (2010), Darmon *et al.* (2006), Islam and Siwar (2005) και Januszezwska and Viaene (2005) κατέληξαν στο ίδιο συμπέρασμα.

Επιπλέον, η μεταβλητή “needsinc”, δηλαδή η επάρκεια του εισοδήματος του ερωτώμενου για την κάλυψη των αναγκών του, αποτελεί στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όταν το εισόδημα του ερωτώμενου επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών του, τότε η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εντός σπιτιού είναι μεγαλύτερη συγκριτικά με τη δαπάνη του ερωτώμενου που το εισόδημά του δεν επαρκεί για κάλυψη των αναγκών του.

Σχετικά με τη μεταβλητή “wexveget”, προκύπτει από το εκτιμώμενο Υπόδειγμα 2 ότι η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Συνεπώς, συμπεραίνουμε ότι όσο αυξάνεται η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για λαχανικά, τόσο αυξάνεται και η μέση μηνιαία δαπάνη του σε φαγητό εντός σπιτιού. Οι μελέτες των French *et al.* (2010) και Darmon *et al.* (2006), επίσης, συμφωνούν με το παραπάνω αποτέλεσμα.

Επιπλέον, η μεταβλητή “wexmeat”, δηλαδή η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας, εμφανίζεται να είναι και αυτή θετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή και μάλιστα, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Με άλλα λόγια, όσο μεγαλύτερη είναι η μέση εβδομαδιαία δαπάνη των ερωτώμενων για κρέας, τόσο μεγαλύτερη είναι και η μέση μηνιαία δαπάνη τους σε φαγητό εντός σπιτιού. Το συμπέρασμα αυτό συμφωνεί με τους Darmon *et al.* (2006), έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Γαλλία.

Όσον αφορά στη μέση εβδομαδιαία δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα, “wexmilk”, η μεταβλητή αυτή προκύπτει ότι είναι και αυτή με τη σειρά της στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι όσο αυξάνεται η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για γαλακτοκομικά προϊόντα, τόσο αυξάνεται και η μέση μηνιαία δαπάνη του σε φαγητό εντός σπιτιού. Σύμφωνα με το αποτέλεσμα αυτό είναι και οι Darmon *et al.* (2006), των οποίων η μελέτη πραγματοποιήθηκε στη Γαλλία.

Θετική συσχέτιση υπάρχει και μεταξύ της μέσης μηνιαίας δαπάνης του ερωτώμενου για φαγητό εντός σπιτιού και της υγιεινής διατροφής του. Συγκεκριμένα, η μεταβλητή “dthealth” προκύπτει ότι είναι θετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Μπορούμε να πούμε, δηλαδή, ότι όταν ο ερωτώμενος ακολουθεί μια υγιεινή διατροφή αυξάνεται η μέση μηνιαία δαπάνη του σε φαγητό εντός σπιτιού συγκριτικά με κάποιον ερωτώμενο που δεν ακολουθεί μια

υγιεινή διατροφή. Σε αυτό το συμπέρασμα κατέληξαν και οι μελέτες των French *et al.* (2010) και Darmon *et al.* (2006).

Άλλη μια μεταβλητή που εμφανίζει θετική σημαντική συσχέτιση με τη μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού είναι και η μεταβλητή “anergos”. Η συγκεκριμένη μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εντός σπιτιού είναι μεγάλη όταν δεν εργάζεται. Οι Thornton *et al.* (2010) κατέληξαν και αυτοί στο ίδιο συμπέρασμα.

Όσον αφορά στο $R(\text{adj})^2$ του τελικού υποδείγματος, πρέπει να σημειωθεί ότι έχει τιμή 0,523, το οποίο σημαίνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εξετάζονται στο υπόδειγμα ερμηνεύουν το 52,3% της εξαρτημένης μεταβλητής.

Σχετικά με τη στατιστική F, είναι μια κριτική η οποία εκφράζει τη συνολική ερμηνευτικότητα της παλινδρόμησης και στο συγκεκριμένο υπόδειγμα προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, υποδηλώνοντας ότι η εξαρτημένη μεταβλητή επηρεάζεται σημαντικά από τις ανεξάρτητες μεταβλητές του υποδείγματος. Συνεπώς, απορρίπτουμε την υπόθεση H_0 (όπου $b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = b_9 = b_{10} = b_{11} = b_{12} = b_{13}$) έναντι της H_1 (όπου έστω μια από τις b_0 έως b_{13} είναι διάφορη από το 0), οπότε και έχω ένδειξη καλής προσαρμογής του δείγματος.

Συνοψίζοντας, η γραμμική αυτή πολλαπλή παλινδρόμηση διερεύνησε ποιοι παράγοντες επηρεάζουν τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού. Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα, προέκυψε ότι η ηλικία, το μέγεθος της οικογένειας, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή απασχόληση του ερωτώμενου, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του για λαχανικά, κρέας και γαλακτοκομικά προϊόντα, η υγιεινή διατροφή καθώς και η επάρκεια του εισοδήματός του για την κάλυψη των αναγκών του επηρεάζουν θετικά τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού. Παράλληλα, η ηλικία ήταν η μοναδική μεταβλητή που βρέθηκε να συσχετίζεται αρνητικά με τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού.

Αναλυτικότερα, υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού παρατηρείται από γυναίκες, καταναλωτές που έχουν μεγαλύτερη ηλικία, καταναλωτές που έχουν υψηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα. Επίσης, υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού προκύπτει από καταναλωτές που το εισόδημά τους

επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών τους, νοικοκυριά αποτελούμενα από πολλά μέλη, καταναλωτές οι οποίοι ακολουθούν υγιεινή διατροφή, δαπανούν αρκετά χρήματα σε λαχανικά, κρέας, και γαλακτοκομικά προϊόντα. Επίσης, υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού εμφανίζεται και από καταναλωτές που δεν εργάζονται.

Θα μπορούσαμε, λοιπόν, να πούμε ότι υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού παρατηρείται από γυναίκες, μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίες είτε δεν εργάζονται είτε έχουν υψηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, το οποίο επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών τους. Επίσης, ακολουθούν υγιεινή διατροφή και το νοικοκυριό τους αποτελείται από πολλά μέλη δαπανώντας, έτσι, αρκετά χρήματα σε λαχανικά, κρέας, και γαλακτοκομικά προϊόντα.

5.3 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εκτός σπιτιού

Τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης παρουσιάζουν τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εκτός σπιτιού. Με άλλα λόγια, μελετάται η επίδραση κάποιων παραγόντων στη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού. Οι παράγοντες που μελετώνται είναι οι ακόλουθοι: το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας, το μορφωτικό επίπεδο, η τωρινή απασχόληση και το προάστιο διαμονής.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές, δηλαδή οι παραπάνω προσδιοριστικοί παράγοντες, επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες που πραγματοποίησαν οι Bai *et al.* (2010), Jacobson *et al.* (2010), Fan *et al.* (2007), Heng and Guan (2007), Jang *et al.* (2007), Mutlu and Gracia (2006), Ham *et al.* (2004), Kirlpatrick and Tarasuk (2003), Mihalopoulos and Demoussis (2001) σε διάφορες χώρες μέχρι σήμερα.

Η εξίσωση 5.3α που ακολουθεί παρακάτω, για την εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων της μέσης μηνιαίας δαπάνης του καταναλωτή για

φαγητό εκτός σπιτιού, στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (OLS) και έχει ως εξαρτημένη μεταβλητή τη μέση μηνιαία δαπάνη του καταναλωτή για φαγητό εκτός σπιτιού, “fdexpout”, η οποία είναι ποσοτική μεταβλητή.

Η γενική μορφή της εξίσωσης της παλινδρόμησης προσδιορίζεται ως εξής:

$$fdexpout_i = b_0 + b_1gender_i + b_2age_i + b_3famsize_i + b_4monthinc_i + b_5htenure_i + b_6dimosios_i + b_7lyceum_i + b_8boreia_i + \varepsilon_i \quad (5.3a)$$

όπου,

- (1) gender: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν είναι γυναίκα
- (2) age: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου
- (3) famsize: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου
- (4) monthinc: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου
- (5) htenure: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος δεν κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία
- (6) dimosios: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι δημόσιος υπάλληλος και την τιμή 0 όταν δεν είναι δημόσιος υπάλληλος
- (7) lyceum: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος λυκείου και την τιμή 0 όταν δεν είναι απόφοιτος λυκείου
- (8) boreia: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος κατοικεί στα βόρεια προάστια της Αττικής και την τιμή 0 όταν δεν κατοικεί στα βόρεια προάστια της Αττικής
- (9) ε_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον πίνακα 5.3 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης του καταναλωτή για φαγητό εκτός σπιτιού ($n = 400$). Στην πρώτη στήλη «Μεταβλητές»,

καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 5.3α. Στη δεύτερη στήλη, «Υπόδειγμα», παρουσιάζεται το υπόδειγμα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών.

Πίνακας 5.3: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης μηνιαίας δαπάνης για φαγητό εκτός σπιτιού

Μεταβλητές	Υπόδειγμα
σταθερά	2,982*** (18,989)
gender	0,221** (2,312)
age	0,012** (2,562)
famsize	0,059* (1,804)
monthinc	0,104*** (3,983)
htenure	0,189* (1,801)
dimosios	-0,184* (-1,841)
lyceum	-0,294** (-2,589)
boreia	0,271** (2,668)
R(adj) ²	0,198
F-statistic	11,279***

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Επίσης, στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα στη δεύτερη στήλη του πίνακα 5.3 του Υποδείγματος, η εκτιμώμενη εξίσωση του υποδείγματος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{fdexpout} = 2,982 + 0,221 * \text{gender} + 0,012 * \text{age} + 0,059 * \text{famsize} + 0,104 * \text{monthinc} + 0,189 * \text{htenure} - 0,184 * \text{dimosios} - 0,294 * \text{lyceum} + 0,271 * \text{boreia} \quad (5.3\beta)$$

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 5.3 της δεύτερης στήλης «Υπόδειγμα», τα οποία παρουσιάζονται και στην παραπάνω εκτιμώμενη εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης 5.3β, το φύλο, “gender”, είναι θετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Με άλλα λόγια, οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού συγκριτικά με τις γυναίκες. Το ίδιο αποτέλεσμα επιβεβαιώνεται και από τους Bai *et al.* (2010) και Ham *et al.* (2004).

Όσον αφορά στη μεταβλητή “age”, εμφανίζεται να είναι θετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Συνεπώς, όσο αυξάνεται η ηλικία του καταναλωτή, αυξάνεται και η μέση μηνιαία δαπάνη του για φαγητό εκτός σπιτιού. Το αποτέλεσμα αυτό προέκυψε και στη μελέτη των Mihalopoulos and Demoussis (2001) για την Ελλάδα.

Επίσης, η μεταβλητή που αφορά στο μέγεθος της οικογένειας και συγκεκριμένα στον αριθμό των μελών του νοικοκυριού, “famsize”, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού τόσο μεγαλύτερη είναι και η μέση μηνιαία δαπάνη του νοικοκυριού για φαγητό εκτός σπιτιού. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξαν και προηγούμενες μελέτες, όπως αυτές των Jacobson *et al.* (2010), Heng and Guan (2007), Jang *et al.* (2007), Ham *et al.* (2004) και Mihalopoulos and Demoussis (2001).

Σχετικά με τη μεταβλητή “monthinc”, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έχει και αυτή εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Συνεπώς, όσο αυξάνεται το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου αυξάνεται και η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου

για φαγητό εκτός σπιτιού. Οι Bai *et al.* (2010), Jacobson *et al.* (2010), Heng and Guan (2007), Jang *et al.* (2007), Ham *et al.* (2004), Kirlpatrick and Tarasuk (2003) και Mihalopoulos and Demoussis (2001) συμφωνούν με το συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

Επιπρόσθετα, η μεταβλητή “htenure”, η οποία αντιπροσωπεύει την ιδιόκτητη κατοικία του ερωτώμενου, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όταν ο ερωτώμενος κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία έχει μεγαλύτερη μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού συγκριτικά με ερωτώμενο που δεν κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία. Το αποτέλεσμα αυτό είχε και η έρευνα των Jang *et al.* (2007) και Mutlu and Gracia (2006).

Όσον αφορά στη μεταβλητή “dimosios”, εμφανίζεται και αυτή να είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% έχοντας όμως εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι όταν ο ερωτώμενος είναι δημόσιος υπάλληλος έχει μικρότερη μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού συγκριτικά με κάποιον άλλο ερωτώμενο που δεν είναι δημόσιος υπάλληλος. Το συμπέρασμα αυτό συμπίπτει με αυτό της έρευνας των Mutlu and Gracia (2006) για την Ισπανία.

Άλλη μια μεταβλητή που επηρεάζει σημαντικά τη μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού είναι το μορφωτικό επίπεδο και συγκεκριμένα, η μεταβλητή “lyceum”, η οποία είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ενώ έχει εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Συνεπώς, όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος λυκείου η μέση μηνιαία δαπάνη του για φαγητό εκτός σπιτιού είναι μικρότερη από αυτή κάποιου ερωτώμενου με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο. Όσον αφορά σε έρευνες που κατέληξαν στο ίδιο συμπέρασμα, είναι και εκείνες των Jang *et al.* (2007), Ham *et al.* (2004) και Mihalopoulos and Demoussis (2001).

Επιπλέον, η μεταβλητή “boreia” αποτελεί και αυτή με τη σειρά της μια στατιστικά σημαντική μεταβλητή, η οποία ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή “fdexprout” σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Μάλιστα, συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή λόγω του θετικού πρόσημου του εκτιμώμενου συντελεστή της. Οπότε, ο ερωτώμενος που είναι κάτοικος των βορείων προαστίων της Αττικής δαπανά περισσότερα χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού μηνιαία συγκριτικά με ερωτώμενο που κατοικεί σε κάποιο άλλο προάστιο της Αττικής. Στη θετική αυτή

συσχέτιση ανάμεσα στην περιοχή διαμονής και στη δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού κατέληξαν και οι έρευνες των Heng and Guan (2007) και Jang *et al.* (2007).

Όσον αφορά στο $R(\text{adj})^2$ του υποδείγματος, πρέπει να σημειωθεί ότι έχει τιμή 0,198, το οποίο σημαίνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εξετάζονται στο υπόδειγμα ερμηνεύουν το 19,8% της εξαρτημένης μεταβλητής “fdexprout”.

Σχετικά με τη στατιστική F, είναι μια κριτική η οποία εκφράζει τη συνολική ερμηνευτικότητα της παλινδρόμησης και στο συγκεκριμένο υπόδειγμα προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, υποδηλώνοντας ότι η εξαρτημένη μεταβλητή “fdexprout” επηρεάζεται σημαντικά από τις ανεξάρτητες μεταβλητές του τελικού υποδείγματος. Συνεπώς, απορρίπτουμε την υπόθεση H_0 (όπου $b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8$) έναντι της H_1 (όπου έστω μια από τις b_0 έως b_8 είναι διάφορη από το 0), οπότε και έχω ένδειξη καλής προσαρμογής του δείγματος.

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα της συγκεκριμένης πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης προέκυψαν τα παρακάτω: το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας και το προάστιο διαμονής του ερωτώμενου επηρεάζουν σημαντικά και θετικά τη μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εκτός σπιτιού. Αντίθετα, το μορφωτικό επίπεδο και η τωρινή απασχόληση του ερωτώμενου επηρεάζουν σημαντικά και αρνητικά τη μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εκτός σπιτιού.

Αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές οι οποίοι δαπανούν μηνιαία αρκετά χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού είναι κυρίως άνδρες, είναι άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, άτομα που το νοικοκυριό τους αποτελείται από πολλά μέλη, άτομα που έχουν υψηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, άτομα που δεν είναι απόφοιτοι λυκείου καθώς και άτομα που δεν είναι δημόσιοι υπάλληλοι. Επίσης, καταναλωτές με ιδιόκτητη κατοικία, καταναλωτές που είναι κάτοικοι των βορείων προαστίων της Αττικής εμφανίζουν υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού.

Θα μπορούσαμε να πούμε, σύμφωνα με τα παραπάνω, ότι άνδρες μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι δεν είναι δημόσιοι υπάλληλοι, έχουν υψηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο, είναι κάτοικοι των βορείων προαστίων της Αττικής σε ιδιόκτητη κατοικία και η οικογένειά τους περιλαμβάνει πολλά μέλη, έχουν υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού.

5.4 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φρούτα

Τα αποτελέσματα του συγκεκριμένου υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης παρουσιάζουν τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φρούτα. Συγκεκριμένα, σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης γραμμικής πολλαπλής παλινδρόμησης είναι ο προσδιορισμός εκείνων των παραγόντων που επηρεάζουν τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη των καταναλωτών για φρούτα. Οι παράγοντες που εξετάζονται είναι οι παρακάτω: το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας, το μορφωτικό επίπεδο, η τωρινή απασχόληση και το γεγονός ότι ο καταναλωτής ακολουθεί υγιεινή διατροφή.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές, δηλαδή οι παραπάνω προσδιοριστικοί παράγοντες, επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες που πραγματοποίησαν οι Waterlander *et al.* (2010), Turrel *et al.* (2009), Luchini *et al.* (2007), Ricciuto *et al.* (2006), Januszewska and Viaene (2005), Moreira and Padrao (2004), Kirlpatrick and Tarasuk (2003), Turrel *et al.* (2002), Groth *et al.* (2001) σε διάφορες χώρες μέχρι σήμερα.

Η εξίσωση 5.4α που ακολουθεί παρακάτω, για την εκτίμηση των προσδιοριστικών παραγόντων της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης του καταναλωτή για φρούτα, στηρίζεται στην εφαρμογή της μεθόδου πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (OLS) και έχει ως εξαρτημένη μεταβλητή τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη του καταναλωτή για φρούτα, “wexpfrut”, η οποία είναι ποσοτική μεταβλητή.

Η γενική μορφή της εξίσωσης της παλινδρόμησης προσδιορίζεται ως εξής:

$$\text{wexpfrut}_i = b_0 + b_1\text{gender}_i + b_2\text{age}_i + b_3\text{famsize}_i + b_4\text{monthinc}_i + b_5\text{htenure}_i + b_6\text{dimosios}_i + b_7\text{educ56}_i + b_8\text{dthealth}_i + \varepsilon_i \quad (5.4\alpha)$$

όπου,

- (1) gender: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν είναι γυναίκα
- (2) age: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου
- (3) famsize: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου
- (4) monthinc: ποσοτική μεταβλητή, η οποία εκφράζει το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου
- (5) htenure: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία και την τιμή 0 όταν ο ερωτώμενος δεν κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία
- (6) dimosios: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι δημόσιος υπάλληλος και την τιμή 0 όταν δεν είναι δημόσιος υπάλληλος
- (7) educ56: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι. ή κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος και την τιμή 0 όταν δεν είναι απόφοιτος Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι. ή κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος
- (8) dthealth: ψευδομεταβλητή, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 όταν η διατροφή του ερωτώμενου είναι υγιεινή και την τιμή 0 όταν δεν είναι υγιεινή
- (9) ει: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον πίνακα 5.4 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης του καταναλωτή για φρούτα ($n = 400$). Στην πρώτη στήλη «Μεταβλητές», καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 5.4α. Στη δεύτερη στήλη, «Υπόδειγμα 1», παρουσιάζεται το αρχικό υπόδειγμα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών. Στην τρίτη στήλη του πίνακα 5.4, «Υπόδειγμα 2», παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της τελικής εξίσωσης πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης 5.4β, ύστερα από αφαίρεση των μη στατιστικά σημαντικών μεταβλητών από το αρχικό υπόδειγμα.

Πίνακας 5.4: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης για φρούτα

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
σταθερά	1,132*** (7,215)	1,117*** (7,154)
gender	-0,119* (-1,673)	-0,118* (-1,655)
age	0,008** (2,295)	0,009** (2,790)
famsize	0,092*** (3,588)	0,089*** (3,489)
monthinc	0,048** (2,357)	0,047** (2,307)
htenure	0,327*** (3,934)	0,327*** (3,934)
dimosios	0,070 (0,978)	-
educ56	0,222** (3,010)	0,235*** (3,256)
dthealth	0,314*** (3,528)	0,317*** (3,566)
R(adj) ²	0,211	0,211
F-statistic	14,143***	16,029***

Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Επίσης, στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα του πίνακα 5.4 και συγκεκριμένα, από το Υπόδειγμα 1, η μεταβλητή δημόσιος υπάλληλος (“dimosios”) είναι μη στατιστικά σημαντική μεταβλητή και δεν επηρεάζει την εξαρτημένη μεταβλητή του υποδείγματος, δηλαδή τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη των καταναλωτών για φρούτα (“wexpfrut”).

Λαμβάνοντας υπόψη και τα αποτελέσματα στην τρίτη στήλη του πίνακα 5.4 του Υποδείγματος 2, η εκτιμώμενη εξίσωση του τελικού υποδείγματος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$wexpfrut = 1,117 - 0,118 * gender + 0,009 * age + 0,089 * famsize + 0,047 * monthinc + 0,327 * htenure + 0,235 * educ56 + 0,317 * dthealth \quad (5.4\beta)$$

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του πίνακα 5.4 της τρίτης στήλης «Υπόδειγμα 2», τα οποία παρουσιάζονται και στην παραπάνω εκτιμώμενη τελική εξίσωση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης 5.4β, το φύλο, “gender”, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10% ενώ έχει και εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Συνεπώς, οι γυναίκες δαπανούν περισσότερα χρήματα για φρούτα την εβδομάδα συγκριτικά με τους άνδρες. Το αποτέλεσμα αυτό είναι σύμφωνο με τη μελέτη των Groth *et al.* (2001) για τη Δανία.

Σχετικά με τη μεταβλητή “age”, προκύπτει να είναι θετικά στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Έτσι, καθώς αυξάνεται η ηλικία του καταναλωτή, αυξάνεται και η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του για φρούτα. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι έρευνες των Ricciuto *et al.* (2006) και Groth *et al.* (2001).

Όσον αφορά στη μεταβλητή που σχετίζεται με το μέγεθος της οικογένειας και συγκεκριμένα με τον αριθμό των μελών του νοικοκυριού, “famsize”, εμφανίζεται να είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όσο περισσότερα είναι τα μέλη του νοικοκυριού τόσο μεγαλύτερη είναι και η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του νοικοκυριού για φρούτα. Οι έρευνες των Luchini *et al.* (2007) και Ricciuto *et al.* (2006) συμφωνούν με το συγκεκριμένο αποτέλεσμα.

Επιπρόσθετα, η μεταβλητή “monthinc” προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και έχει και αυτή εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Συνεπώς, όταν αυξάνεται το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου αυξάνεται και η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φρούτα. Επίσης, και οι έρευνες των Turrel *et al.* (2009), Luchini *et al.* (2007), Ricciuto *et al.* (2006), Januszewska and Viaene (2005), Kirlpatrick and

Tarasuk (2003), Turrel *et al.* (2002) και Groth *et al.* (2001) οδηγήθηκαν στο ίδιο συμπέρασμα.

Παράλληλα, η μεταβλητή “htenure”, η οποία αφορά στην ιδιοκτησία της κατοικίας του ερωτώμενου, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όταν ο ερωτώμενος είναι ο ιδιοκτήτης της κατοικίας του δαπανά περισσότερα χρήματα για φρούτα την εβδομάδα συγκριτικά με ερωτώμενο που δεν κατοικεί σε ιδιόκτητη κατοικία. Όσον αφορά στην έρευνα των Turrel *et al.* (2009) για την Αυστραλία, κατέληξαν και αυτοί στο ίδιο συμπέρασμα.

Όσον αφορά στη μεταβλητή που αντιπροσωπεύει τους ερωτώμενους που είναι απόφοιτοι Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι. ή κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, “educ56”, προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% έχοντας εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι όταν ο ερωτώμενος είναι απόφοιτος Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι. ή κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος δαπανά περισσότερα χρήματα για φρούτα την εβδομάδα συγκριτικά με κάποιον άλλο ερωτώμενο που δεν έχει αποφοιτήσει από Α.Ε.Ι.-Τ.Ε.Ι. ή δεν κατέχει μεταπτυχιακό δίπλωμα. Το ίδιο συμπέρασμα προέκυψε και από τις έρευνες των Turrel *et al.* (2009), Ricciuto *et al.* (2006), Moreira and Padrao (2004), Kirlpatrick and Tarasuk (2003), Turrel *et al.* (2002) και Groth *et al.* (2001).

Θετική σημαντική συσχέτιση, τέλος, εμφανίζεται και μεταξύ της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης για φρούτα και της υγιεινής διατροφής του ερωτώμενου. Η μεταβλητή που αντιπροσωπεύει τους ερωτώμενους που θεωρούν ότι ακολουθούν υγιεινή διατροφή, “dthealth”, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και ο εκτιμώμενος συντελεστής της έχει θετικό πρόσημο. Συνεπώς, όταν ο ερωτώμενος ακολουθεί μια υγιεινή διατροφή η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του για φρούτα αυξάνεται συγκριτικά με τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα του ερωτώμενου που δεν τρέφεται υγιεινά. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα συμφωνεί και με αυτό των ερευνών των Waterlander *et al.* (2010) και Ricciuto *et al.* (2006).

Όσον αφορά στο $R(\text{adj})^2$ του δεύτερου υποδείγματος, πρέπει να σημειωθεί ότι έχει τιμή 0,211, το οποίο σημαίνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εξετάζονται στο τελικό υπόδειγμα ερμηνεύουν το 21,1% της εξαρτημένης μεταβλητής “wexpfrut”.

Σχετικά με τη στατιστική F, είναι μια κριτική η οποία εκφράζει τη συνολική ερμηνευτικότητα της παλινδρόμησης και στο συγκεκριμένο υπόδειγμα προκύπτει ότι είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, υποδηλώνοντας ότι η εξαρτημένη μεταβλητή “wexrfrut” επηρεάζεται σημαντικά από τις ανεξάρτητες μεταβλητές του τελικού υποδείγματος. Συνεπώς, απορρίπτουμε την υπόθεση H_0 (όπου $b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8$) έναντι της H_1 (όπου έστω μια από τις b_0 έως b_8 είναι διάφορη από το 0), οπότε και έχω ένδειξη καλής προσαρμογής του δείγματος.

Συνοψίζοντας, οι προσδιοριστικοί παράγοντες για τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα, σύμφωνα με το παραπάνω υπόδειγμα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης, είναι οι ακόλουθοι: το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας, το μορφωτικό επίπεδο, και το γεγονός ότι ο καταναλωτής ακολουθεί υγιεινή διατροφή.

Πιο συγκεκριμένα, υψηλή μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα παρατηρείται από γυναίκες, καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας και καταναλωτές υψηλού μορφωτικού επιπέδου και μηνιαίου καθαρού ατομικού εισοδήματος. Επιπλέον, υψηλή μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα παρατηρείται από άτομα που κατοικούν σε ιδιόκτητη κατοικία και άτομα που τρέφονται υγιεινά.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι γυναίκες, μεγαλύτερης ηλικίας, υψηλού μορφωτικού επιπέδου και μηνιαίου καθαρού ατομικού εισοδήματος, οι οποίες ακολουθούν υγιεινή διατροφή, κατοικούν σε ιδιόκτητη κατοικία και τα νοικοκυριά τους αποτελούνται από πολλά μέλη αυξάνουν τη μέση εβδομαδιαία δαπάνη τους για φρούτα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η αλλαγή των οικονομικών συνθηκών έχει επηρεάσει άμεσα την καταναλωτική διατροφική συμπεριφορά των καταναλωτών και συνεπώς, των νοικοκυριών πολλών χωρών, καθώς και της Ελλάδας. Η αγοραστική δυνατότητα των καταναλωτών και των νοικοκυριών έχει μειωθεί σε μεγάλο βαθμό λόγω της μείωσης του εισοδήματός τους και της παράλληλης αύξησης των τιμών των προϊόντων.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής, της οικονομικής κρίσης, παρατηρείται μείωση της συνολικής δαπάνης για φαγητό από την πλειοψηφία των καταναλωτών και συνεπώς, και των νοικοκυριών, μείωση της δαπάνης για φαγητό εντός σπιτιού, μείωση της δαπάνης για φαγητό εκτός σπιτιού, μεταβολή της κατανάλωσης και της δαπάνης των καταναλωτών και των νοικοκυριών για τα περισσότερα τρόφιμα, καθώς και μεταβολή των καταναλωτικών τους πρακτικών.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής είναι να προσδιορίσει τους παράγοντες που έχουν επηρεάσει και αλλάξει τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπα στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα, στην περιοχή της Αττικής, σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Γι' αυτό το λόγο, πραγματοποιήθηκε εμπειρική ανάλυση με σκοπό να διερευνηθούν ποιοι παράγοντες και πώς επηρεάζουν τη διατροφική δαπάνη των καταναλωτών και την καταναλωτική διατροφική τους συμπεριφορά σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

Σύμφωνα με την περιγραφική στατιστική ανάλυση της μελέτης αυτής που αφορά σε δείγμα 400 ατόμων, μείωση της δαπάνης για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης πραγματοποιήθηκε από το 74,5% του δείγματος της έρευνας. Όσον αφορά στους παράγοντες που προσδιορίζουν τη μείωση της δαπάνης των καταναλωτών και νοικοκυριών για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης, είναι το φύλο του καταναλωτή, το μηνιαίο του καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή του απασχόληση, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσής του για γλυκά, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσής του για αλκοολούχα ποτά, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσής του για κρέας, η μη αγορά πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής καθώς και η χρήση λίστας αγορών από τον καταναλωτή.

Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές οι οποίοι είναι περισσότερο πιθανό να μειώσουν τη δαπάνη τους για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι γυναίκες, καταναλωτές με χαμηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα και καταναλωτές που είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Παράλληλα, πρόκειται για καταναλωτές που κάνουν χρήση της λίστας αγορών, δεν αγοράζουν πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής και μειώνουν σε μεγάλο βαθμό την κατανάλωσή τους για αλκοολούχα ποτά, γλυκά και κρέας.

Όσον αφορά στη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού, το δείγμα της έρευνας δήλωσε ότι το χρηματικό ποσό που διαθέτει περίπου για φαγητό εντός σπιτιού κάθε μήνα κυμαίνεται από 0 έως και 1500 ευρώ, με την πλειοψηφία των καταναλωτών, 14,5%, να δαπανούν για φαγητό εντός σπιτιού περίπου 500 ευρώ το μήνα, ενώ η μέση τιμή της μέσης μηνιαίας δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού είναι 378,65 ευρώ.

Σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού, προέκυψε ότι η ηλικία του καταναλωτή, το μέγεθος της οικογένειάς του, το μηνιαίο καθαρό ατομικό του εισόδημα, η τωρινή απασχόλησή του, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του για λαχανικά, κρέας και γαλακτοκομικά προϊόντα, η υγιεινή διατροφή καθώς και η επάρκεια του εισοδήματός του για την κάλυψη των αναγκών του επηρεάζουν θετικά τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού. Μάλιστα, η ηλικία του καταναλωτή ήταν ο μοναδικός παράγοντας που βρέθηκε να επηρεάζει αρνητικά τη μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εντός σπιτιού.

Συμπερασματικά, υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού παρατηρείται από γυναίκες, καταναλωτές που έχουν μεγαλύτερη ηλικία, καταναλωτές που έχουν υψηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα. Επίσης, υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού προκύπτει από καταναλωτές που το εισόδημά τους επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών τους, νοικοκυριά αποτελούμενα από πολλά μέλη, καταναλωτές οι οποίοι ακολουθούν υγιεινή διατροφή και καταναλωτές που δαπανούν αρκετά χρήματα σε λαχανικά, κρέας, και γαλακτοκομικά προϊόντα. Επίσης, υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού εμφανίζεται και από καταναλωτές που δεν εργάζονται.

Η μέση μηνιαία δαπάνη των καταναλωτών για φαγητό εκτός σπιτιού, σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος της έρευνας, κυμαίνεται από 0 έως και 500 ευρώ, με μέση τιμή 72,94 ευρώ και με τα ποσοστά 16,3% και 15,3% του δείγματος να

δηλώνουν ότι η μέση μηνιαία δαπάνη τους για φαγητό εκτός σπιτιού είναι 0 και 100 ευρώ αντιστοίχως.

Παράλληλα, οι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά και θετικά τη μέση μηνιαία δαπάνη του καταναλωτή για φαγητό εκτός σπιτιού είναι οι ακόλουθοι: το φύλο του καταναλωτή, η ηλικία του, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού του, το μηνιαίο καθαρό ατομικό του εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας στην οποία διαμένει καθώς και το προάστιο διαμονής του. Αντίθετα, το μορφωτικό επίπεδο και η τωρινή απασχόληση του καταναλωτή επηρεάζουν σημαντικά και αρνητικά τη μέση μηνιαία δαπάνη του για φαγητό εκτός σπιτιού.

Διαφορετικά, μπορούμε να πούμε ότι οι καταναλωτές, οι οποίοι δαπανούν μηνιαία αρκετά χρήματα σε φαγητό εκτός σπιτιού, είναι κυρίως άνδρες, καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας, καταναλωτές που το νοικοκυριό τους αποτελείται από πολλά μέλη, καταναλωτές που έχουν υψηλό μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα και που δεν είναι απόφοιτοι λυκείου καθώς και καταναλωτές που δεν είναι δημόσιοι υπάλληλοι. Επίσης, καταναλωτές με ιδιόκτητη κατοικία καθώς και καταναλωτές που είναι κάτοικοι των βορείων προαστίων της Αττικής εμφανίζουν υψηλή μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού.

Επιπλέον, όσον αφορά στη μέση εβδομαδιαία δαπάνη των καταναλωτών για φρούτα, όπως προκύπτει και από τις απαντήσεις των ερωτώμενων, το μέγιστο χρηματικό ποσό που διαθέτει το δείγμα της έρευνας για αγορά φρούτων φτάνει τα 50 ευρώ, με μέση τιμή 15,51 ευρώ.

Στη διερεύνηση της μελέτης των προσδιοριστικών παραγόντων της μέσης εβδομαδιαίας δαπάνης του καταναλωτή για φρούτα εκτιμήθηκαν ότι είναι το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η ιδιοκτησία της κατοικίας, το μορφωτικό επίπεδο και το γεγονός ότι ο καταναλωτής ακολουθεί υγιεινή διατροφή.

Με άλλα λόγια, υψηλή μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα παρατηρείται από γυναίκες, καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας και καταναλωτές υψηλού μορφωτικού επιπέδου και μηνιαίου καθαρού ατομικού εισοδήματος. Επιπλέον, υψηλή μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα παρατηρείται από καταναλωτές που κατοικούν σε ιδιόκτητη κατοικία και καταναλωτές που τρέφονται υγιεινά.

Συνοψίζοντας τις παραπάνω εκτιμήσεις της έρευνας, οι προσδιοριστικοί παράγοντες της δαπάνης των καταναλωτών για φαγητό, εντός και εκτός σπιτιού, για μεμονωμένες κατηγορίες τροφίμων και συνεπώς, των μεταβολών των καταναλωτικών

διατροφικών προτύπων σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή απασχόληση, το μορφωτικό επίπεδο, η ιδιοκτησία της κατοικίας, το προάστιο διαμονής, η επάρκεια του εισοδήματος για την κάλυψη αναγκών, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για λαχανικά, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας, η μέση εβδομαδιαία δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα, η πραγματοποίηση υγιεινής διατροφής, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης για γλυκά, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης για αλκοολούχα ποτά, ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης για κρέας, η μη αγορά πολυτελών τροφίμων, σνακ και προϊόντων ζαχαροπλαστικής καθώς και η χρήση λίστας αγορών.

Από τους παραπάνω παράγοντες, εκείνοι που θεωρούνται ως οι βασικοί προσδιοριστικοί παράγοντες είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του καταναλωτή, δηλαδή το φύλο, η ηλικία, ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού, το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα, η τωρινή απασχόληση, το μορφωτικό επίπεδο, η ιδιοκτησία της κατοικίας και το προάστιο διαμονής του καταναλωτή.

Η διαμόρφωση του κοινωνικοοικονομικού προφίλ των καταναλωτών που μεταβάλλουν τα καταναλωτικά διατροφικά πρότυπά τους σε περίοδο οικονομικής κρίσης, μέσω της συγκεκριμένης έρευνας, και η γνώση αυτού θα βοηθήσει τους παραγωγούς και τις επιχειρήσεις παραγωγής τροφίμων/ γευμάτων, καθώς και τα καταστήματα παροχής γευμάτων/ τροφίμων, να αναδιαμορφώσουν τα χαρακτηριστικά των τροφίμων/ γευμάτων (τιμή, ποσότητα, ποιότητα, θρεπτική αξία, περιεκτικότητα σε ενέργεια, γεύση) που παράγουν/ παρέχουν σύμφωνα με τις ανάγκες των καταναλωτών και τις δύσκολες κοινωνικοοικονομικές συνθήκες που αντιμετωπίζουν την περίοδο αυτή της οικονομικής κρίσης. Επίσης, θα βοηθήσει στη διαμόρφωση μιας αποτελεσματικής στρατηγικής μάρκετινγκ προς όφελός τους για οικονομική και βιώσιμη ανάπτυξή τους, η οποία με τη σειρά της θα οδηγήσει σε βιώσιμη ανάπτυξη και οικονομική ανάκαμψη της χώρας μας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Aggarwal, A., Monsivais, P., Cook, A. and A., Drewnowski (2011), 'Does diet cost mediate the relation between socioeconomic position and diet quality?', *European Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 65, No. 9, pp. 1059–1066.
2. Bai, J., Wahl, T., Lohmar, B. and J., Huang (2010), 'Food Away from Home in Beijing: Effects of Wealth, Time and 'Free' Meals', *China Economic Review*, Vol. 21, No. 3, pp. 432-441.
3. Barda, C. and E., Sardianou (2010), 'Analysing consumers' 'activism' in response to rising prices', *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 34, pp. 133–139.
4. Brunner, T., van der Horst, K. and M., Siegrist (2010), 'Convenience food products. Drivers for Consumption', *Appetite*, Vol. 55, No. 3, pp. 498-506.
5. Darmon, N., Briend, A. and A., Drewnowski (2004), 'Energy-dense diets are associated with lower diet costs: a community study of French adults', *Public Health Nutrition*, Vol. 7, No. 1, pp. 21–27.
6. Darmon, N., Ferguson, E. and A., Briend (2006), 'Impact of a cost constraint on nutritionally adequate food choices for French women: An analysis by linear programming', *Journal of Nutrition Education and Behavior*, Vol. 38, No 2, pp. 82-90.
7. De Boer, M., McCarthy, M., Cowan, C. and I., Ryan (2004), 'The Influence of Lifestyle Characteristics and Beliefs about Convenience Food on the Demand for Convenience Foods in the Irish Market', *Food Quality and Preference*, Vol. 15, pp. 155-165.
8. D'Souza, A. and D., Jolliffe (2010), 'Rising Food Prices and Coping Strategies: Household-level Evidence from Afghanistan', Policy Research Working Paper No. 5466, Washington, DC, World Bank.

9. Fan, J., Brown, B., Kowaleski-Jones, L., Smith, K. and C., Zick (2007), 'Household Food Expenditure Patterns: A Cluster Analysis', *Monthly Labor Review*, Vol. 130, pp.38-51.
10. French, S., Wall, M. and N., Mitchell (2010), 'Household income differences in food sources and food items purchased', *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, Vol. 7, pp. 77.
11. Gordon-Larsen, P., Guilkey, D. and B., Popkin (2011), 'An economic analysis of community-level fast food prices and individual-level fast food intake: A longitudinal study', *Health and Place*, Vol. 17, No. 6, pp. 1235–1241.
12. Groth, M., Fagt, S. and L., Brondsted (2001), 'Social determinants of dietary habits in Denmark', *European Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 55, pp. 959–966.
13. Ham, S., Hwang, J. and W., Kim (2004), 'Household profiles affecting food-away-from-home expenditures: a comparison of Korean and US households', *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 23, No. 4, pp. 363–379.
14. Heng, H. and A., Guan (2007), 'Examining Malaysian household expenditure patterns on food-away-from-home', *Asian Journal of Agriculture and Development*, Vol. 4, No. 1, pp. 11–24.
15. Hersey, J., Anliker, J., Miller, C., Mullis, R., Daugherty, S., Das, S., Bray, C., Dennee, P., Sigman-Grant, M. and O., Thomas (2001), 'Food shopping practices are associated with dietary quality in low-income households', *Journal of Nutrition Education*, Vol. 33, pp. S16–S26.
16. Hunter, W. and T., Worsley (2009), 'Understanding the older food consumer. Present day behaviours and future expectations', *Appetite*, Vol. 52, pp. 147–154.
17. Islam, M. and C., Siwar (2005), 'Impact of the financial crisis on expenditure patterns in Malaysia: Special reference on low-income households', *Journal of Economic Research*, Vol. 10, No. 1, pp. 145-173.

18. Ivanova, L., Dimitrov, P., Ovcharova, D., Dellava, J. and J., Hoffman (2006), 'Economic transition and household food consumption: a study of Bulgaria from 1985 to 2002', *Economics and Human Biology*, Vol. 4, pp. 383-397.
19. Jacobson, D., Mavrikiou, P. and C., Minas (2010), 'Household size, income and expenditure on food: The case of Cyprus', *Journal of Socio-Economics*, Vol. 39, No. 2, pp. 319–328.
20. Jang, S., Ham, S. and G., Hong (2007), 'Food-away-from-home expenditure of senior households in the United States: A double-hurdle approach', *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 31, No. 2, pp.147–167.
21. Januszewska, R. and J., Viaene (2005), 'Food purchase behaviour of different consumer groups in Belgium', *The Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, Vol. 17, No. 2, pp. 213–227.
22. Kirkpatrick, S. and V., Tarasuk (2003), 'The relationship between low income and household food expenditure patterns in Canada', *Public Health Nutrition*, Vol. 6, No. 6, pp. 589–597.
23. Liu, M., Kasteridis, P. and S., Yen (2011), 'Household food expenditures away from home by type of meal', Paper prepared for presentation at the Agricultural and Applied Economics Association's 2011 AAEA and NAREA Joint Annual Meeting, Pittsburgh, Pennsylvania, July 24-26.
24. Luchini, S., Procidano, I., Gerolimetto, M. and C., Mauracher (2004), 'Analysing food expenditure using demographic variables : Microdata evidence from Italy', *Cahiers Options Mediterraneennes*, No. 64, pp. 213-226.
25. Mihalopoulos, V. and M., Demoussis (2001), 'Greek household consumption of food away from home: A microeconomic approach', *European Review of Agricultural Economics*, Vol. 28, No. 4, pp. 421–432.

26. Miller, C. and P., Branscum (2012), 'The effect of a recessionary economy on food choice: Implications for nutrition education', *Journal of Nutrition Education and Behavior*, Vol. 44, No. 2, pp. 100-106.
27. Monsivais, P. and A., Drewnowski (2009), 'Lower-energy-density diets are associated with higher monetary costs per kilocalorie and are consumed by women of higher socioeconomic status', *Journal of the American Dietetic Association*, Vol. 109, No. 5, pp. 814–822.
28. Moreira, P., and P., Padrao (2004) 'Educational and economic determinants of food intake in Portuguese adults: A cross-sectional survey', *BMC Public Health*, Vol. 2, No 4, pp.58.
29. Mutlu, S. and A., Garcia (2006), 'Spanish food expenditure away from home (FAFH): by type of meal', *Applied Economics*, Vol. 38, pp.1037–1047.
30. Nordstrom, J. and L., Thunstrom (2011), 'Can targeted food taxes and subsidies improve the diet? Distributional effects among income groups', *Food Policy*, Vol. 36, pp. 259-271.
31. Raynor, H., Kilanowski, C., Esterlis, I. and L., Epstein (2002), 'A cost-analysis of adopting a healthful diet in a family-based obesity treatment program', *Journal of the American Dietetic Association*, Vol. 102, No. 5, pp.645-656.
32. Ricciuto, L. and V., Tarasuk (2007), 'An examination of income-related disparities in the nutritional quality of food selections among Canadian households from 1986–2001', *Social Science and Medicine*, Vol. 64, No. 1, pp. 186–198.
33. Ricciuto, L., Tarasuk, V. and A., Yatchew (2006), 'Socio-demographic influences on food purchasing among Canadian households', *European Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 60, pp. 778–790.
34. Thornton, L., Crawford, D. and K., Ball (2011), 'Who is eating where? Findings from the SocioEconomic Status and Activity in Women (SESAW) study', *Public Health Nutrition*, Vol. 14, No. 3, pp. 523–531.

35. Townsend, M., Aaron, G., Monsivais, P., Keim, N. and A., Drewnowski (2009), 'Less-energy-dense diets of low-income women in California are associated with higher energy-adjusted diet costs', *American Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 89, No. 4, pp. 1220–1226.
36. Turrell, G., Bentley, R., Thomas, L., Jolley, D., Subramanian, S. and A., Kavanagh (2009), 'A multilevel study of area socio-economic status and food purchasing behaviour', Vol. 12, No. 11, pp. 2074–2083.
37. Turrell, G., Hewitt, B., Patterson, C. and B., Oldenburg (2003), 'Measuring socio-economic position in dietary research: is choice of socioeconomic indicator important?', *Public Health Nutrition*, Vol. 6, No. 2, pp. 191–200.
38. Urbonavicius, S. and I., Pikturniene (2010), 'Consumers in the face of economic crisis: Evidence from two generations in Lithuania', *Economics and Management*, Vol. 15, pp. 827-834.
39. Waterlander, W., de Haas, W., van Amstel, I., Schuit, A., Twisk, J., Visser, M., Seidell, J. and I., Steenhuis (2010), 'Energy density, energy costs and income- how are they related?', *Public Health Nutrition*, Vol. 13, No. 10, pp. 1599-1608.
40. Zheng, Z. and S., Henneberry (2011), 'Household food demand by income category: evidence from household survey data in an urban Chinese province', *Agribusiness*, Vol. 27, No. 1, pp. 99-113.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

www.statistics.gr

Τ ΜΕΡΟΣ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: «ΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε στα πλαίσια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας με θέμα *«Μεταβολές καταναλωτικών διατροφικών προτύπων σε περίοδο οικονομικής κρίσης»* και είναι ανώνυμο. Οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τις ανάγκες της παραπάνω εργασίας και είναι αυστηρά εμπιστευτικές. Παρακαλείσθε λοιπόν να συμμετέχετε στην έρευνα συμπληρώνοντας το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο ελεύθερα και με ειλικρίνεια.

Σας ευχαριστώ πολύ,

Κων/να Μπελεσιώτη

Μεταπτυχιακή φοιτήτρια ΠΜΣ "Βιώσιμη Ανάπτυξη - Αγωγή του Καταναλωτή"

Αριθμός ερωτηματολογίου:.....

Ημερομηνία συμπλήρωσης:.....

ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΤΟΜΟΥ - ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλο: Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐

2. Ηλικία:

3. Υπηκοότητα:.....

4. Παρακαλώ επιλέξτε το προάστιο της Αττικής στο οποίο κατοικείτε:

Δυτικά ☐

Ανατολικά ☐

Κέντρο ☐

Βόρεια ☐

Νότια ☐

5. Ποια είναι η σχέση σας με τον/ την υπεύθυνο/η του νοικοκυριού;

Υπεύθυνος/η	☐
Σύζυγος/ σύντροφος	☐
Παιδιά του/ της υπευθύνου/ης	☐
Γονέας υπευθύνου/ης	☐
Άλλος συγγενής	☐
Οικιακή βοηθός	☐
Μη συγγενικό πρόσωπο	☐

6. Παρακαλώ αναφέρετε το επίπεδο εκπαίδευσής σας.

Δεν πήγα σχολείο	☐
Απόφοιτος Δημοτικού	☐
Απόφοιτος Γυμνασίου	☐
Απόφοιτος Λυκείου	☐

Πτυχιούχος Δημόσιου ή Ιδιωτικού Ι.Ε.Κ	☐
Πτυχιούχος Α.Τ.Ε.Ι.-Α.Ε.Ι	☐
Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος	☐
Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος	☐

7. Παρακαλώ σημειώστε την τωρινή σας απασχόληση:

Δημόσιος/ Δημοτικός υπάλληλος	☐
Ιδιωτικός υπάλληλος	☐
Ελεύθερος επαγγελματίας	☐
Οικιακά	☐
Φοιτητής/ σπουδαστής	☐
Άνεργος	☐
Συνταξιούχος	☐
Άλλο	☐

8. Η εργασία σας είναι/ ήταν:

Πλήρους Απασχόλησης ☐

Μερικής Απασχόλησης ☐

Δεν έχω εργαστεί μέχρι στιγμής ☐

9. Παρακαλώ αναφέρετε την οικογενειακή σας κατάσταση.

Άγαμος/η	☐
Άγαμος/η με συμβίωση	☐
Έγγαμος/η	☐

Χήρος/α	☐
Διαζευγμένος/η	☐
Σε διάσταση	☐

10. Από πόσα μέλη αποτελείται το νοικοκυριό σας;

11. Έχετε παιδιά; ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

(Αν ΟΧΙ, παρακαλώ να προχωρήσετε στην ερώτηση 15)

12. Αν ΝΑΙ, πόσα;

13. Αν έχετε παιδιά, διαμένουν μαζί ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐ σας;

14. Αν έχετε παιδιά, παρακαλώ να συμπληρώσετε την ηλικία τους:

1ου παιδιού [.....] 3ου παιδιού [.....]

2ου παιδιού [.....] 4ου παιδιού [.....]

15. Κατοικείτε στο ίδιο σπίτι με τους γονείς σας; ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

16. Η κατοικία στην οποία διαμένετε είναι: Ιδιόκτητη ☐ Ενοικιαζόμενη ☐

17. Ποιο είναι, κατά προσέγγιση, το μηνιαίο καθαρό ατομικό σας εισόδημα;

0€		1201-1600€		2801- 3200 €	
Έως 400€		1601-2000€		3201- 3600 €	
401-800€		2001-2400€		3601- 4000 €	
801-1200€		2401- 2800 €		4001€& ΆΝΩ	

18. Σε τι βαθμό είχατε μείωση στο εισόδημά σας λόγω της οικονομικής κρίσης;

Καθόλου ☐ Λίγο ☐ Αρκετά ☐ Πολύ ☐ Πάρα πολύ ☐

19. Πιστεύετε ότι το εισόδημά σας θα :

μειωθεί; ☐ παραμείνει σταθερό; ☐ αυξηθεί; ☐

20. Ποιο είναι, κατά προσέγγιση, το ετήσιο καθαρό οικογενειακό σας εισόδημα;

0-1200€		14001-17000€		29001-32000€	
1201-5000€		17001-20000€		32001-36000€	
5001-8000€		20001-23000€		36001-40000€	
8001-11000€		23001-26000€		40001-45000€	
11001-14000€		26001-29000€		45001€ & ΆΝΩ	

21. Πόσα χρήματα διαθέτετε κατά μέσο όρο μηνιαίως για αποταμίευση (σε €);

0€		351-450€	
Έως 150€		451-550€	
151-250€		551-650€	
251-350€		651€ & ΆΝΩ	

22. Πιστεύετε ότι το εισόδημά σας επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών σας;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

23. Ποιες από τις ακόλουθες ανάγκες δεν μπορείτε να καλύψετε λόγω του εισοδήματός σας;
(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Ενοίκιο / Εξόφληση Στεγαστικού Δανείου.	
Λογαριασμούς: ΔΕΗ/ ΟΤΕ/ ΕΥΔΑΠ / Κινητή Τηλεφωνία	
Διατροφή (αγορές από σούπερ μάρκετ, λαϊκή αγορά, κτλ.)	
Ένδυση και υπόδηση	
Θέρμανση κατοικίας (πετρέλαιο, φυσικό αέριο)	
Δίδακτρα Εκπαίδευσης (ιδιωτικό σχολείο, φροντιστήρια, ιδιαίτερα)	
Αγορά προϊόντων τεχνολογίας	
Διασκέδαση / Ψυχαγωγία	
Υπηρεσίες υγείας	
Καλύπτω όλες τις παραπάνω ανάγκες	

ΔΑΠΑΝΗ ΓΙΑ ΦΑΓΗΤΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

24. Η δαπάνη σας για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης έχει:

μειωθεί;		παραμένει σταθερή;		αυξηθεί;	
----------	--	--------------------	--	----------	--

25. Ποια είναι η μέση μηνιαία δαπάνη σας (σε €)

- για φαγητό εντός σπιτιού;.....
- για φαγητό εκτός σπιτιού;.....
- για κατανάλωση φαγητού σε εστιατόρια/ταβέρνες;.....
- για εξόδους σας σε καφετέριες και μπαρ;

26. Ποια είναι η μέση εβδομαδιαία δαπάνη σας (σε €) για τα παρακάτω τρόφιμα/ ποτά;

	Κόστος
Φρούτα	
Λαχανικά	
Κρέας	
Γαλακτοκομικά προϊόντα	
Ψωμί	
Δημητριακά	
Ψάρια	
Θαλασσινά	
Όσπρια	
Αυγά	
Ζυμαρικά	
Ελαιόλαδο	
Γλυκά	
Καφέ	
Αλκοολούχα ποτά	

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

27. Σε ποιο/α από τα παρακάτω τρόφιμα δαπανάτε το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός σας; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Ψωμί	
Δημητριακά πρωινού	
Προϊόντα αρτοποιίας (κέικ, τσουρέκι κ.ά.)	
Έτοιμα γεύματα (πίτσα, προϊόντα ζύμης κ.ά.)	
Ζυμαρικά-ρύζι	

28. Πόσο συχνά καταναλώνετε τα παρακάτω τρόφιμα/ ποτά;

	Ποτέ	Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	1-3 φορές την εβδομάδα	4-6 φορές την εβδομάδα	1 φορά την ημέρα	2 ή περισσότερες φορές την ημέρα
Φρούτα						
Λαχανικά						
Κρέας						
Γαλακτοκομικά προϊόντα						

Ψωμί						
Δημητριακά						
Ψάρια						
Θαλασσινά						
Όσπρια						
Αυγά						
Ζυμαρικά						
Ελαιόλαδο						
Γλυκά						
Καφέ						
Αλκοολούχα ποτά						

29. Η διατροφή σας περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε: (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Φυτικές ίνες (φρούτα, λαχανικά, όσπρια, ολικής άλεσης δημητριακά)	
Πρωτεΐνες (κρέας, ψάρι, αυγό, όσπρια)	
Υδατάνθρακες (ψωμί, πατάτες, ρύζι, ζυμαρικά, δημητριακά)	
Ακόρεστα λιπαρά (ψάρι, ξηροί καρποί, ελαιόλαδο, καλαμποκέλαιο κ.ά.)	
Κορεσμένα λιπαρά (βούτυρο, λίπη σε γαλακτοκομικά και κρέας/αλλαντικά, μαργαρίνη)	
Αλάτι	
Βιταμίνες (φρούτα, λαχανικά, όσπρια, κρέας, ψάρι, γαλακτοκομικά, ολικής άλεσης δημητριακά)	
Ζάχαρη	
Ανόργανα στοιχεία: ασβέστιο, σίδηρος κ.ά. (φρούτα, λαχανικά, όσπρια, κρέας, ψάρι, γαλακτοκομικά, ολικής άλεσης δημητριακά)	
Δεν γνωρίζω	

30. Πόσο συχνά μαγειρεύετε στο σπίτι;

Ποτέ	
Λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	
1-3 φορές την εβδομάδα	
4-6 φορές την εβδομάδα	
Μια φορά την ημέρα	
Δύο ή περισσότερες φορές την ημέρα	

31. Για ποιους από τους παρακάτω λόγους παρασκευάζετε/ καταναλώνετε σπιτικό φαγητό; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Διάθεση χρόνου	
Εξοικονόμηση χρημάτων	
Ύπαρξη παιδιών στο νοικοκυριό	
Απόλαυση για το μαγείρεμα	
Από συνήθεια	
Υγιεινή διατροφή	
Φρεσκάδα γευμάτων	

32. Ποια και πόσο συχνά παρασκευάζετε/ καταναλώνετε από τα παρακάτω φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας;

	Ποτέ	Λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	1-3 φορές την εβδομάδα	4-6 φορές την εβδομάδα	1 φορά την ημέρα	2 ή περισσότερες φορές την ημέρα
Μεμονωμένα τρόφιμα (π.χ. κατεψυγμένες πατάτες, κροκέτες, λαχανικά φρέσκα ή κονσέρβας, κατεψυγμένο κρέας ή ψάρι)						
Μέτριας επεξεργασίας τρόφιμα (π.χ. σάντουιτς, φρέσκα παγωμένα ζυμαρικά, πίτσα κ.ά.)						
Υψηλής επεξεργασίας τρόφιμα (π.χ. κονσέρβες, στιγμιαίες σούπες ή ζυμαρικά, έτοιμα παγωμένα γεύματα κ.ά.)						
Σαλάτες λαχανικών/φρούτων						

33. Για ποιους από τους παρακάτω λόγους παρασκευάζετε/ καταναλώνετε φαγητά/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Εξοικονόμηση χρόνου	
Εξοικονόμηση χρημάτων	
Καταβολή λιγότερης προσπάθειας	
Ύπαρξη μικρού αριθμού ατόμων στο νοικοκυριό	
Έλλειψη μαγειρικών δεξιοτήτων	
Συνήθεια	
Δεν καταναλώνω τέτοιου τύπου φαγητά/ γεύματα	

34. Τι είδους γεύματα/ τρόφιμα καταναλώνετε εκτός σπιτιού; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Πίτσα	
Γλυκά	
Προϊόντα σφολιάτας	
Fast-food	
Ζυμαρικά	
Σουβλάκια	
Κρέας	
Ψάρι	
Κρέπες	
Τοστ/ σάντουιτς	
Άλλο, παρακαλώ σημειώστε.....	

35. Πόσο συχνά τρώτε εκτός σπιτιού;

Ποτέ	
Λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	
1-3 φορές την εβδομάδα	
4-6 φορές την εβδομάδα	
Μια φορά την ημέρα	
Δύο ή περισσότερες φορές την ημέρα	

36. Καταναλώνετε τρόφιμα/ γεύματα από:

(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Καταστήματα που διαθέτουν διανομή/ delivery	
Εστιατόρια/ταβέρνες	
Καφετέριες	
Αλυσίδες fast-food	
Καταστήματα με γεύματα στο χέρι-μικρογεύματα	
Άλλο, παρακαλώ σημειώστε.....	
Δεν καταναλώνω γεύματα που έχουν παρασκευαστεί εκτός σπιτιού	

37. Για ποιους από τους παρακάτω λόγους καταναλώνετε τρόφιμα εκτός σπιτιού;

(Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Έλλειψη χρόνου	
Εξοικονόμηση χρημάτων	
Διασκέδαση/ ψυχαγωγία	
Έλλειψη μαγειρικών δεξιοτήτων	
Κοινωνικότητα	
Συνήθεια	
Ευκολία	
Δεν υπάρχει φαγητό στο σπίτι	
Άλλο, παρακαλώ σημειώστε.....	

38. Πώς θα χαρακτηρίζατε τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνετε εντός και εκτός σπιτιού;

Παρακαλώ σημειώστε για καθεμιά από τις δυο περιπτώσεις.

	Στο σπίτι	Εκτός σπιτιού
Υγιεινά		
Πλούσιας θρεπτικής αξίας		
Ελάχιστης θρεπτικής αξίας		
Γευστικά		
Φθηνά		
Εύκολης και γρήγορης προετοιμασίας/ Πρόχειρα		
Φρέσκα		
Κατεψυγμένα		
Καλής ποιότητας		
Κακής ποιότητας		
Μεγάλης ποσότητας		

39. Θεωρείτε ότι η διατροφή σας είναι υγιεινή;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

ΤΙΜΕΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

40. Θεωρείτε ότι υιοθετήσατε πιο υγιεινές διατροφικές συνήθειες λόγω της αύξησης της τιμής των τροφίμων;

ΝΑΙ ☐

ΟΧΙ ☐

41. Σε ποιο/α από τα παρακάτω τρόφιμα/ ποτά θεωρείτε ότι έχει αυξηθεί η τιμή το τελευταίο χρονικό διάστημα; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Φρούτα	
Λαχανικά	
Κρέας	
Γαλακτοκομικά προϊόντα	
Ψωμί	
Δημητριακά	
Ψάρι	
Θαλασσινά	
Όσπρια	
Αυγά	
Ζυμαρικά	
Ελαιόλαδο	
Γλυκά	
Καφές	
Αλκοολούχα ποτά	

42. Σε ποιο/α από τα παρακάτω τρόφιμα/ προϊόντα θα επιθυμούσατε μείωση της τιμής του/ς; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Φρούτα	
Λαχανικά	
Κρέας	
Γαλακτοκομικά προϊόντα	
Ψωμί	
Δημητριακά	
Ψάρια	
Θαλασσινά	
Όσπρια	
Αυγά	
Ζυμαρικά	
Ελαιόλαδο	
Γλυκά	
Καφές	
Αλκοολούχα ποτά	

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΩΝ ΠΡΟΤΥΠΩΝ

43. Λόγω της οικονομικής κρίσης, σε τι βαθμό έχετε μειώσει την κατανάλωση για τα παρακάτω τρόφιμα/ ποτά;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Φρούτα					
Λαχανικά					
Κρέας					
Γαλακτοκομικά προϊόντα					
Ψωμί					
Δημητριακά					
Ψάρια					
Θαλασσινά					
Όσπρια					
Αυγά					
Ζυμαρικά					
Ελαιόλαδο					
Γλυκά					
Καφέ					
Αλκοολούχα ποτά					

44. Λόγω της οικονομικής κρίσης, παρακαλώ σημειώστε ποιες από τις παρακάτω αλλαγές έχετε πραγματοποιήσει όσον αφορά στη διατροφή σας και στην καταναλωτική διατροφική σας συμπεριφορά: (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μία απαντήσεις)

Αγοράζω φθηνότερες μάρκες τροφίμων	
Αγοράζω τρόφιμα αλυσίδας σουπερμάρκετ/ άγνωστες μάρκες τροφίμων	
Υποκαθιστώ τρόφιμα με άλλα/ Μειώνω την ποικιλία τροφίμων	
Δεν αγοράζω πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής	
Μειώνω την ποσότητα των τροφίμων που αγοράζω και τρώω	
Μειώνω την ποιότητα των τροφίμων που αγοράζω και τρώω	
Χρησιμοποιώ λίστες αγορών	
Προγραμματίζω τα ψώνια μου	
Αγοράζω ότι χρειάζεται και στην ποσότητα που χρειάζεται	
Συγκρίνω τιμές μεταξύ καταστημάτων	
Επισκέπτομαι τα καταστήματα συχνότερα από ότι πριν ξοδεύοντας λιγότερα χρήματα	
Ψωνίζω σε περισσότερα και διαφορετικά καταστήματα μειώνοντας την πιστότητα σε ένα κύριο/ συνηθισμένο κατάστημα	
Αναζητώ ειδικές προσφορές τροφίμων και μεγαλύτερες συσκευασίες τροφίμων	
Επιλέγω φθηνότερες εναλλακτικές τροφίμων (π.χ. χοιρινό αντί μοσχάρι/ μοσχάρι κρέατος)	
Δεν μείωσα τη δαπάνη για φαγητό αλλά άλλες δαπάνες του νοικοκυριού	

45. Σε τι βαθμό επηρεάζετε από τα παρακάτω κριτήρια όταν αγοράζετε τρόφιμα/ γεύματα;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Τιμή					
Ποσότητα					
Ποιότητα					
Θρεπτικά συστατικά/ θρεπτική αξία					
Συσκευασία					
Ημερομηνία παραγωγής και λήξης					
Ελληνική προέλευση					
Περιεκτικότητα σε ενέργεια					

Γεύση					
Διαφήμιση					
Σημεία πώλησης					

46. Λόγω ακρίβειας των τροφίμων, έχετε μειώσει την κατανάλωση των τροφίμων σε:

ποσότητα	
ποιότητα	
και ποιότητα και ποσότητα	

47. Λόγω της οικονομικής κρίσης, από πού και πόσο συχνά προτιμάτε να αγοράζετε τρόφιμα/ φρούτα, λαχανικά/ σνακ;

	Ποτέ	Λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	1-3 φορές την εβδομάδα	4-6 φορές την εβδομάδα	1 φορά την ημέρα	2 ή περισσότερες φορές την ημέρα
Σούπερ μάρκετ						
Μανάβικα						
Λαϊκή αγορά						
Παντοπωλεία						
Ψιλικά						
Περίπτερο						

48. Έχετε συμμετάσχει σε μποϊκοτάζ κατά της αύξησης των τιμών;

ΝΑΙ ☐

ΟΧΙ ☐

49. Ελέγχετε τις τιμές των τροφίμων;

ΝΑΙ ☐

ΟΧΙ ☐

Σας ευχαριστώ πολύ για τη συνεργασία σας!!!

Παράρτημα 2

Κωδικοποίηση	Περιγραφή μεταβλητών
gender	Το φύλο του ερωτώμενου
age	Η ηλικία του ερωτώμενου
ypikoot	Η υπηκοότητα του ερωτώμενου
proastio	Το προάστιο διαμονής του ερωτώμενου
relation	Η σχέση του ερωτώμενου με τον υπεύθυνο του νοικοκυριού
edulevel	Το μορφωτικό επίπεδο του ερωτώμενου
occupat	Η τωρινή απασχόληση του ερωτώμενου
jobhour	Ο τύπος απασχόλησης στην εργασία του ερωτώμενου
famsitu	Η οικογενειακή κατάσταση του ερωτώμενου
famsize	Ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού του ερωτώμενου
children	Ο ερωτώμενος έχει παιδιά
numchild	Ο αριθμός των παιδιών που έχει ο ερωτώμενος
livchild	Τα παιδιά του ερωτώμενου μένουν μαζί του
agekid1	Η ηλικία του πρώτου παιδιού του ερωτώμενου
agekid2	Η ηλικία του δεύτερου παιδιού του ερωτώμενου
agekid3	Η ηλικία του τρίτου παιδιού του ερωτώμενου
agekid4	Η ηλικία του τέταρτου παιδιού του ερωτώμενου
parents	Ο ερωτώμενος κατοικεί στο ίδιο σπίτι με τους γονείς του
housten	Η ιδιοκτησία της κατοικίας του ερωτώμενου
monthinc	Το μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου
redu_inc	Ο βαθμός της μείωσης του εισοδήματος του ερωτώμενου
inbelief	Η πρόβλεψη του ερωτώμενου για τη μείωση/ σταθερότητα/ αύξηση του εισοδήματός του
yearhsin	Το ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα του ερωτώμενου
savemont	Το μηνιαίο χρηματικό ποσό αποταμίευσης του ερωτώμενου
needsinc	Η επάρκεια του εισοδήματος του ερωτώμενου για την κάλυψη των αναγκών του
nsatrent	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να πληρώσει το ενοίκιο/ εξοφλήσει το στεγαστικό δάνειο λόγω του εισοδήματός του
nsatbill	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να πληρώσει τους λογαριασμούς ΔΕΗ/ ΟΤΕ/ ΕΥΔΑΠ/ Κινητής τηλεφωνίας λόγω του εισοδήματός του
nsatdiet	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να καλύψει τις δαπάνες του για διατροφή (αγορές από σουπερμάρκετ, λαϊκή αγορά κτλ.) λόγω του εισοδήματός του
nsatclot	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να καλύψει την ανάγκη της ένδυσης και υπόδησης λόγω του εισοδήματός του
nsatheat	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να καλύψει την ανάγκη της θέρμανσης της κατοικίας του (πετρέλαιο, φυσικό αέριο) λόγω του εισοδήματός του
nsateduc	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να πληρώσει τα δίδακτρα εκπαίδευσης (ιδιωτικό σχολείο, φροντιστήρια, ιδιαίτερα) λόγω του εισοδήματός του
nsattech	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να αγοράσει προϊόντα τεχνολογίας λόγω του εισοδήματός του

nsatente	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να καλύψει την ανάγκη του για διασκέδαση/ ψυχαγωγία λόγω του εισοδήματός του
nsatheal	Ο ερωτώμενος δεν μπορεί να πληρώσει για υπηρεσίες υγείας λόγω του εισοδήματός του
satneeds	Ο ερωτώμενος μπορεί να καλύψει όλες τις παραπάνω ανάγκες του με το εισόδημά του
foodexps	Η μεταβολή/ σταθερότητα της δαπάνης για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης
mfexp_in	Η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εντός σπιτιού
mfex_out	Η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φαγητό εκτός σπιτιού
mfex_re	Η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για κατανάλωση φαγητού σε εστιατόρια και ταβέρνες
mex_cafe	Η μέση μηνιαία δαπάνη του ερωτώμενου για κατανάλωση φαγητού σε καφετέριες
wexfruit	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για φρούτα
wexveget	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για λαχανικά
wexmeat	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για κρέας
wexmilk	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για γαλακτοκομικά προϊόντα
wexbread	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για ψωμί
wexgrain	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για δημητριακά
wexfish	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για ψάρι
wexseafo	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για θαλασσινά
wexlegum	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για όσπρια
wexeggs	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για αυγά
wexpasta	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για ζυμαρικά
wexoil	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για ελαιόλαδο
wexsweet	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για γλυκά
wexcoffe	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για καφέ
wexdrink	Η μέση εβδομαδιαία δαπάνη του ερωτώμενου για αλκοολούχα ποτά
hexbread	Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος του ερωτώμενου δαπανάται σε ψωμί
hexgrain	Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος του ερωτώμενου δαπανάται σε δημητριακά
hexbaker	Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος του ερωτώμενου δαπανάται σε προϊόντα αρτοποιίας (κέικ, τσουρέκι κ.ά.)
hexready	Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος του ερωτώμενου δαπανάται σε έτοιμα γεύματα (πίτσα, προϊόντα ζύμης κ.ά.)
hexpasta	Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος του ερωτώμενου δαπανάται σε ζυμαρικά - ρύζι
freqfruit	Η συχνότητα κατανάλωσης φρούτων του ερωτώμενου
freqvege	Η συχνότητα κατανάλωσης λαχανικών του ερωτώμενου
freqmeat	Η συχνότητα κατανάλωσης κρέατος του ερωτώμενου
freqmilk	Η συχνότητα κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων του ερωτώμενου
freqbrea	Η συχνότητα κατανάλωσης ψωμιού του ερωτώμενου

freqgrai	Η συχνότητα κατανάλωσης δημητριακών του ερωτώμενου
freqfish	Η συχνότητα κατανάλωσης ψαριού του ερωτώμενου
freqseaf	Η συχνότητα κατανάλωσης θαλασσινών του ερωτώμενου
freqlegu	Η συχνότητα κατανάλωσης οσπρίων του ερωτώμενου
freqeggs	Η συχνότητα κατανάλωσης αυγών του ερωτώμενου
freqpast	Η συχνότητα κατανάλωσης ζυμαρικών του ερωτώμενου
freqoil	Η συχνότητα κατανάλωσης ελαιόλαδου του ερωτώμενου
freqswee	Η συχνότητα κατανάλωσης γλυκών του ερωτώμενου
freqcoff	Η συχνότητα κατανάλωσης καφέ του ερωτώμενου
freqdrin	Η συχνότητα κατανάλωσης αλκοολούχων ποτών του ερωτώμενου
fit_ines	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε φυτικές ίνες
protein	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε πρωτεΐνες
carbohyd	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε υδατάνθρακες
unsatfat	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε ακόρεστα λιπαρά
sat_fat	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε κορεσμένα λιπαρά
salt	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε αλάτι
vitamine	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε βιταμίνες
sugar	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε ζάχαρη
anorgana	Η διατροφή του ερωτώμενου περιλαμβάνει μεγάλη ποσότητα σε ανόργανα στοιχεία
dontknow	Ο ερωτώμενος δε γνωρίζει ποια θρεπτικά συστατικά περιλαμβάνονται στη διατροφή του σε μεγάλη ποσότητα
freqcook	Η συχνότητα παρασκευής φαγητού στο σπίτι από τον ερωτώμενο
h_time	Η διάθεση χρόνου είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
h_econom	Η εξοικονόμηση χρημάτων είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
h_childr	Η ύπαρξη παιδιών στο νοικοκυριό είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
h_enj_ck	Η απόλαυση για το μαγείρεμα είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
h_habit	Η συνήθεια είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
h_health	Η υγιεινή διατροφή είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
h_fresh	Η φρεσκάδα των γευμάτων είναι ένας από τους λόγους

	παρασκευής/ κατανάλωσης σπιτικού φαγητού από τον ερωτώμενο
memonfd	Η συχνότητα κατανάλωσης μεμονωμένων τροφίμων (π.χ. κατεψυγμένες πατάτες, κροκέτες, λαχανικά φρέσκα ή κονσέρβας, κατεψυγμένο κρέας ή ψάρι) του ερωτώμενου
mprocess	Η συχνότητα κατανάλωσης μέτριας επεξεργασίας τροφίμων (π.χ. σάντουιτς, φρέσκα παγωμένα ζυμαρικά, πίτσα κ.ά.) του ερωτώμενου
hprocess	Η συχνότητα κατανάλωσης υψηλής επεξεργασίας τροφίμων (π.χ. κονσέρβες, στιγμιαίες σούπες ή ζυμαρικά, έτοιμα παγωμένα γεύματα κ.ά.) του ερωτώμενου
salads	Η συχνότητα κατανάλωσης σαλατών του ερωτώμενου
q_time	Η εξοικονόμηση χρόνου είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητού/ γεύματος «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από τον ερωτώμενο
q_econom	Η εξοικονόμηση χρημάτων είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητού/ γεύματος «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από τον ερωτώμενο
q_no_try	Η καταβολή λιγότερης προσπάθειας είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητού/ γεύματος «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από τον ερωτώμενο
q_famsiz	Η ύπαρξη μικρού αριθμού ατόμων είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητού/ γεύματος «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από τον ερωτώμενο
q_nocook	Η έλλειψη μαγειρικών δεξιοτήτων είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητού/ γεύματος «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από τον ερωτώμενο
q_habit	Η συνήθεια είναι ένας από τους λόγους παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητού/ γεύματος «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας από τον ερωτώμενο
q_dnteat	Ο ερωτώμενος δεν παρασκευάζει/ καταναλώνει φαγητό/ γεύματα «εύκολης και γρήγορης» προετοιμασίας
pizza	Ο ερωτώμενος καταναλώνει πίτσα εκτός σπιτιού
sweets	Ο ερωτώμενος καταναλώνει γλυκά εκτός σπιτιού
pastry	Ο ερωτώμενος καταναλώνει ζυμαρικά εκτός σπιτιού
fastfood	Ο ερωτώμενος καταναλώνει fast food εκτός σπιτιού
pasta	Ο ερωτώμενος καταναλώνει ζυμαρικά εκτός σπιτιού
souvlaki	Ο ερωτώμενος καταναλώνει σουβλάκι εκτός σπιτιού
meat	Ο ερωτώμενος καταναλώνει κρέας εκτός σπιτιού
fish	Ο ερωτώμενος καταναλώνει ψάρι εκτός σπιτιού
crepa	Ο ερωτώμενος καταναλώνει κρέπα εκτός σπιτιού
sandwich	Ο ερωτώμενος καταναλώνει σάντουιτς εκτός σπιτιού
fafhfreq	Η συχνότητα κατανάλωσης τροφίμων/ γευμάτων εκτός σπιτιού
delivery	Ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από καταστήματα που διαθέτουν διανομή/ delivery
restaura	Ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από εστιατόρια/ ταβέρνες
cafes	Ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από καφετέριες
fast_fd	Ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από αλυσίδες

	fast-food
takeaway	Ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα από καταστήματα με γεύματα στο χέρι-μικρογεύματα
no_fafh	Ο ερωτώμενος δεν καταναλώνει γεύματα που έχουν παρασκευαστεί εκτός σπιτιού
o_time	Η έλλειψη χρόνου είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_econom	Η εξοικονόμηση χρημάτων είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_entert	Η διασκέδαση/ ψυχαγωγία είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_nocook	Η έλλειψη μαγειρικών δεξιοτήτων είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_social	Η κοινωνικότητα είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_habit	Η συνήθεια είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_easy	Η ευκολία είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_nofood	Η ανυπαρξία φαγητού στο σπίτι είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
o_oxispi	Η παρεύρεση εκτός σπιτιού/ στην εργασία είναι ένας από τους λόγους που ο ερωτώμενος καταναλώνει τρόφιμα/ γεύματα εκτός σπιτιού
health1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι υγιεινά
health2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι υγιεινά
hnutr1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι πλούσιας θρεπτικής αξίας
hnutr2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι πλούσιας θρεπτικής αξίας
lnutr1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι ελάχιστης θρεπτικής αξίας
lnutr2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι ελάχιστης θρεπτικής αξίας
taste1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι γευστικά
taste2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι γευστικά
cheap1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι φθηνά
cheap2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι φθηνά
easy1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι εύκολης και γρήγορης προετοιμασίας/ πρόχειρα
easy2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι εύκολης και γρήγορης προετοιμασίας/ πρόχειρα

fresh1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι φρέσκα
fresh2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι φρέσκα
freeze1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι κατεψυγμένα
freeze2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι κατεψυγμένα
g_qual1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι καλής ποιότητας
g_qual2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι καλής ποιότητας
b_qual1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι κακής ποιότητας
b_qual2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι κακής ποιότητας
bgquant1	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εντός σπιτιού είναι μεγάλης ποσότητας
bgquant2	Τα τρόφιμα/ γεύματα που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι μεγάλης ποσότητας
dthealth	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι η διατροφή του είναι υγιεινή
dt_habit	Ο ερωτώμενος υιοθέτησε πιο υγιεινές διατροφικές συνήθειες λόγω της αύξησης της τιμής των τροφίμων
hprfruit	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των φρούτων το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprveget	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των λαχανικών το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprmeat	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή του κρέατος το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprmilk	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των γαλακτοκομικών προϊόντων το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprbread	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή του ψωμιού το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprgrain	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των δημητριακών το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprfish	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή του ψαριού το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprseafo	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των θαλασσινών το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprlegum	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των οσπρίων το τελευταίο χρονικό διάστημα
hpreggs	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των αυγών το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprpasta	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των ζυμαρικών το τελευταίο χρονικό διάστημα
hproil	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή του ελαιόλαδου το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprsweet	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των γλυκών το τελευταίο χρονικό διάστημα

hprcoffe	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή του καφέ το τελευταίο χρονικό διάστημα
hprdrink	Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι έχει αυξηθεί η τιμή των αλκοολούχων ποτών το τελευταίο χρονικό διάστημα
lprfruit	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των φρούτων
lprveget	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των λαχανικών
lprmeat	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής του κρέατος
lprmlk	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των γαλακτοκομικών προϊόντων
lprbread	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής του ψωμιού
lprgrain	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των δημητριακών
lprfish	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής του ψαριού
lprseafo	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των θαλασσινών
lprlegum	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των οσπρίων
lpreggs	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των αυγών
lprpasta	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των ζυμαρικών
lproil	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής του ελαιόλαδου
lprsweet	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των γλυκών
lprcoffe	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής του καφέ
lprdrink	Ο ερωτώμενος θα επιθυμούσε μείωση της τιμής των αλκοολούχων ποτών
consfr	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των φρούτων του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consveg	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των λαχανικών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consmt	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του κρέατος του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consmlk	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consbrd	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του ψωμιού του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consgrs	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των δημητριακών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consfis	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του ψαριού του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
conssea	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των θαλασσινών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consleg	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των οσπρίων του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consegg	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των αυγών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
conspas	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των ζυμαρικών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consoil	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του ελαιόλαδου του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consswt	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των γλυκών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης

conscof	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του καφέ του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
consdri	Ο βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των αλκοολούχων ποτών του ερωτώμενου λόγω της οικονομικής κρίσης
chpbrand	Ο ερωτώμενος αγοράζει φθηνότερες μάρκες τροφίμων λόγω της οικονομικής κρίσης
unknown	Ο ερωτώμενος αγοράζει τρόφιμα αλυσίδας σουπερμάρκετ/ άγνωστες μάρκες τροφίμων λόγω της οικονομικής κρίσης
substitu	Ο ερωτώμενος υποκαθιστά τρόφιμα με άλλα/ μειώνει την ποικιλία τροφίμων που καταναλώνει λόγω της οικονομικής κρίσης
noluxury	Ο ερωτώμενος δεν αγοράζει πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής λόγω της οικονομικής κρίσης
lowquant	Ο ερωτώμενος μειώνει την ποσότητα των τροφίμων που αγοράζει και τρώει λόγω της οικονομικής κρίσης
low_qual	Ο ερωτώμενος μειώνει την ποιότητα των τροφίμων που αγοράζει και τρώει λόγω της οικονομικής κρίσης
list	Ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί λίστα αγορών λόγω της οικονομικής κρίσης
programm	Ο ερωτώμενος προγραμματίζει τα ψώνια του λόγω της οικονομικής κρίσης
onlyneed	Ο ερωτώμενος αγοράζει ότι χρειάζεται και στη ποσότητα που χρειάζεται λόγω της οικονομικής κρίσης
compare	Ο ερωτώμενος συγκρίνει τις τιμές μεταξύ καταστημάτων λόγω της οικονομικής κρίσης
highfreq	Ο ερωτώμενος επισκέπτεται τα καταστήματα συχνότερα από ότι πριν ξοδεύοντας λιγότερα χρήματα λόγω της οικονομικής κρίσης
manystor	Ο ερωτώμενος ψωνίζει σε περισσότερα και διαφορετικά καταστήματα μειώνοντας την πιστότητα σε ένα κύριο/ συνηθισμένο κατάστημα λόγω της οικονομικής κρίσης
special	Ο ερωτώμενος αναζητά ειδικές προσφορές τροφίμων και μεγαλύτερες συσκευασίες τροφίμων λόγω της οικονομικής κρίσης
alternat	Ο ερωτώμενος επιλέγει φθηνότερες εναλλακτικές τροφίμων (π.χ. χοιρινό αντί μοσχαρίσιου κρέατος) λόγω της οικονομικής κρίσης
no_reduc	Ο ερωτώμενος δεν μείωσε τη δαπάνη του για φαγητό αλλά άλλες δαπάνες του νοικοκυριού λόγω της οικονομικής κρίσης
price	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την τιμή των τροφίμων/ γευμάτων
quantity	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ποσότητα των τροφίμων/ γευμάτων
quality	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων
nutrient	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη θρεπτική αξία των τροφίμων/ γευμάτων
package	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη συσκευασία των τροφίμων/ γευμάτων

expiring	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ημερομηνία παραγωγής και λήξης των τροφίμων/ γευμάτων
greek	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ελληνική προέλευση των τροφίμων/ γευμάτων
energy	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την περιεκτικότητα σε ενέργεια των τροφίμων/ γευμάτων
geusi	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη γεύση των τροφίμων/ γευμάτων
advertisi	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη διαφήμιση των τροφίμων/ γευμάτων
saleplac	Ο βαθμός στον οποίο επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τα σημεία πώλησης των τροφίμων/ γευμάτων
red_cons	Το είδος της μείωσης (α) σε ποσότητα, β) σε ποιότητα, γ) σε ποσότητα και ποιότητα) της κατανάλωσης των τροφίμων λόγω της ακρίβειας
supermar	Η συχνότητα αγοράς τροφίμων/ φρούτων, λαχανικών/ σνακ του ερωτώμενου από τα σουπερμάρκετ
manavika	Η συχνότητα αγοράς τροφίμων/ φρούτων, λαχανικών του ερωτώμενου από τα μανάβικα
laiki	Η συχνότητα αγοράς τροφίμων/ φρούτων, λαχανικών του ερωτώμενου από τη λαϊκή αγορά
pantopol	Η συχνότητα αγοράς τροφίμων/ φρούτων, λαχανικών/ σνακ του ερωτώμενου από τα παντοπωλεία
psilika	Η συχνότητα αγοράς τροφίμων/ φρούτων, λαχανικών/ σνακ του ερωτώμενου από τα ψιλικά
kiosk	Η συχνότητα αγοράς τροφίμων/ σνακ του ερωτώμενου από τα περίπτερο
boycott	Ο ερωτώμενος έχει συμμετάσχει σε μποϊκοτάζ κατά της αύξησης των τιμών
check_pr	Ο ερωτώμενος ελέγχει τις τιμές των τροφίμων

Παράρτημα 3

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
gender	400	0	1	0,34	0,47
age	400	18	70	36,6	11,57
ypikoot	400	0	1	0,99	0,11
proastio	400	0	4	2,39	1,42
relation	400	0	7	0,88	1,20
edulevel	400	0	7	4,84	1,19
occupat	400	0	7	1,41	1,71
jobhour	400	0	2	1,05	0,41
famsitu	400	0	5	1,02	1,13
famsize	400	1	6	3,16	1,41
children	400	0	1	0,40	0,49
numchild	400	1	4	2,0	0,79
livchild	400	0	1	0,93	0,25
agekid1	400	1	36	16,9	8,03
agekid2	400	1	30	14,38	7,43
agekid3	400	1	26	12,7	6,66
agekid4	400	2	21	11,44	7,18
parents	400	0	1	0,31	0,46
houseten	400	0	1	0,76	0,43
monthinc	400	0	11	3,13	1,80
redu_inc	400	0	4	2,08	1,11
inbelief	400	0	2	0,22	0,48
yearhsin	400	0	14	8,47	3,81
savemont	400	0	7	1,12	1,61
needsinc	400	0	1	0,28	0,45
nsatrent	400	0	1	0,12	0,33
nsatbill	400	0	1	0,22	0,41
nsatdiet	400	0	1	0,16	0,36
nsatclot	400	0	1	0,39	0,49
nsatheat	400	0	1	0,32	0,47
nsateduc	400	0	1	0,29	0,45
nsattech	400	0	1	0,47	0,50
nsatente	400	0	1	0,54	0,50
nsatheal	400	0	1	0,30	0,46
satneeds	400	0	1	0,26	0,44
foodexps	400	0	2	0,28	0,50
mfexp_in	400	0	1500	378,65	228,38
mfexp_out	400	0	500	72,94	85,82
mfexp_re	400	0	500	71,65	84,81
mex_cafe	400	0	550	67,74	76,38
wexfruit	400	0	50	15,51	10,40
wexveget	400	0	50	15,60	10,53

wexmeat	400	0	200	36,99	32,22
wexmilk	400	0	65	15,65	11,98
wexbread	400	0	50	6,44	6,14
wexgrain	400	0	50	5,86	5,30
wexfish	400	0	60	12,98	10,68
wexseafo	400	0	70	5,67	8,41
wexlegum	400	0	30	6,09	4,42
wexeggs	400	0	10	3,46	2,65
wexpasta	400	0	30	6,76	4,85
wexoil	400	0	40	7,3	6,39
wexsweet	400	0	50	9,91	9,42
wexcoffe	400	0	50	8,39	7,30
wexdrink	400	0	150	14,28	19,06
hexbread	400	0	1	0,42	0,49
hexgrain	400	0	1	0,36	0,48
hexbaker	400	0	1	0,34	0,47
hexready	400	0	1	0,39	0,49
hexpasta	400	0	1	0,66	0,48
freqfrut	400	0	5	3,38	1,23
freqvege	400	1	5	3,38	1,15
freqmeat	400	0	5	2,23	0,74
freqmilk	400	0	5	3,58	1,13
freqbrea	400	0	5	3,47	1,30
freqgrai	400	0	5	2,82	1,45
freqfish	400	0	4	1,34	0,71
freqseaf	400	0	4	0,92	0,68
freqlegu	400	0	5	1,89	0,79
freqeggs	400	0	4	1,76	0,73
freqpast	400	1	5	2,06	0,65
freqoil	400	1	5	3,91	0,89
freqswee	400	0	5	2,27	1,18
freqcoff	400	0	5	3,46	1,51
freqdrin	400	0	5	1,69	2,22
fit_ines	400	0	1	0,72	0,45
protein	400	0	1	0,79	0,41
carbohyd	400	0	1	0,79	0,41
unsatfat	400	0	1	0,38	0,49
sat_fat	400	0	1	0,32	0,47
salt	400	0	1	0,24	0,42
vitamine	400	0	1	0,72	0,45
sugar	400	0	1	0,38	0,45
anorgana	400	0	1	0,61	0,49
dontknow	400	0	1	0,03	0,18
freqcook	400	0	5	3,31	1,01
h_time	400	0	1	0,11	0,31
h_econom	400	0	1	0,73	0,45
h_childr	400	0	1	0,33	0,47
h_enj_ck	400	0	1	0,23	0,42

h_habit	400	0	1	0,08	0,28
h_health	400	0	1	0,85	0,36
h_fresh	400	0	1	0,51	0,50
memonfd	400	0	5	0,88	0,79
mprocess	400	0	4	1,02	0,76
hprocess	400	0	5	0,42	0,70
salads	400	0	5	2,24	1,46
q_time	400	0	1	0,57	0,50
q_econom	400	0	1	0,19	0,39
q_no_try	400	0	1	0,61	0,49
q_famsiz	400	0	1	0,18	0,39
q_nocook	400	0	1	0,09	0,29
q_habit	400	0	1	0,04	0,20
q_dnteat	400	0	1	0,12	0,33
pizza	400	0	1	0,62	0,49
sweets	400	0	1	0,43	0,50
pastry	400	0	1	0,38	0,48
fastfood	400	0	1	0,37	0,48
pasta	400	0	1	0,20	0,40
souvlaki	400	0	1	0,86	0,35
meat	400	0	1	0,22	0,41
fish	400	0	1	0,16	0,36
crepa	400	0	1	0,28	0,45
sandwich	400	0	1	0,41	0,49
fafhfreq	400	0	1	1,35	0,69
delivery	400	0	1	0,69	0,46
restaura	400	0	1	0,66	0,47
cafes	400	0	1	0,23	0,42
fast_fd	400	0	1	0,38	0,49
takeaway	400	0	1	0,46	0,50
no_fafh	400	0	1	0,05	0,22
o_time	400	0	1	0,40	0,49
o_econom	400	0	1	0,07	0,26
o_entert	400	0	1	0,62	0,49
o_nocook	400	0	1	0,06	0,25
o_social	400	0	1	0,42	0,49
o_habit	400	0	1	0,04	0,21
o_easy	400	0	1	0,50	0,50
o_nofood	400	0	1	0,51	0,50
o_oxispi	400	0	1	0,04	0,20
health1	400	0	1	0,98	0,15
health2	400	0	1	0,09	0,29
hnutr1	400	0	1	0,86	0,34
hnutr2	400	0	1	0,06	0,24
lnutr1	400	0	1	0,05	0,22
lnutr2	400	0	1	0,73	0,44
taste1	400	0	1	0,80	0,40
taste2	400	0	1	0,58	0,49

cheap1	400	0	1	0,71	0,46
cheap2	400	0	1	0,13	0,33
easy1	400	0	1	0,18	0,38
easy2	400	0	1	0,71	0,46
fresh1	400	0	1	0,90	0,30
fresh2	400	0	1	0,10	0,30
freeze1	400	0	1	0,08	0,28
freeze2	400	0	1	0,73	0,45
g_qual1	400	0	1	0,91	0,28
g_qual2	400	0	1	0,13	0,34
b_qual1	400	0	1	0,02	0,15
b_qual2	400	0	1	0,57	0,49
bgquant1	400	0	1	0,58	0,49
bgquant2	400	0	1	0,25	0,43
dthealth	400	0	1	0,84	0,37
dt_habit	400	0	1	0,24	0,43
hprfruit	400	0	1	0,60	0,49
hprveget	400	0	1	0,56	0,50
hprmeat	400	0	1	0,68	0,47
hprmilk	400	0	1	0,65	0,48
hprbread	400	0	1	0,39	0,49
hprgrain	400	0	1	0,39	0,49
hprfish	400	0	1	0,65	0,48
hprseafo	400	0	1	0,50	0,50
hprlegum	400	0	1	0,21	0,41
hpreggs	400	0	1	0,21	0,41
hprpasta	400	0	1	0,29	0,46
hproil	400	0	1	0,37	0,48
hprsweet	400	0	1	0,45	0,50
hprcoffe	400	0	1	0,49	0,50
hprdrink	400	0	1	0,61	0,49
lprfruit	400	0	1	0,67	0,47
lprveget	400	0	1	0,62	0,49
lprmeat	400	0	1	0,78	0,42
lprmilk	400	0	1	0,70	0,46
lprbread	400	0	1	0,45	0,50
lprgrain	400	0	1	0,48	0,50
lprfish	400	0	1	0,73	0,44
lprseafo	400	0	1	0,46	0,50
lprlegum	400	0	1	0,33	0,47
lpreggs	400	0	1	0,32	0,47
lprpasta	400	0	1	0,36	0,48
lproil	400	0	1	0,52	0,50
lprsweet	400	0	1	0,49	0,50
lprcoffe	400	0	1	0,56	0,50
lprdrink	400	0	1	0,51	0,50
consfr	400	0	4	0,45	0,66
consveg	400	0	4	0,44	0,66

consmt	400	0	4	1,16	0,84
consmlk	400	0	4	0,56	0,68
consbrd	400	0	4	0,36	0,78
consgrs	400	0	4	0,75	0,88
consfis	400	0	4	1,46	1,04
conssea	400	0	4	1,61	1,25
consleg	400	0	4	0,39	0,59
consegg	400	0	4	0,32	0,68
conspas	400	0	4	0,39	0,58
consoil	400	0	4	0,35	0,67
consswt	400	0	4	1,37	1,30
conscof	400	0	4	1,01	1,13
consdri	400	0	4	2,01	1,36
chpbrand	400	0	4	0,63	0,48
unknown	400	0	1	0,41	0,49
substitu	400	0	1	0,22	0,41
noluxury	400	0	1	0,70	0,46
lowquant	400	0	1	0,51	0,50
low_qual	400	0	1	0,20	0,40
list	400	0	1	0,60	0,49
programm	400	0	1	0,66	0,47
onlyneed	400	0	1	0,79	0,41
compare	400	0	1	0,71	0,45
highfreq	400	0	1	0,30	0,46
manystor	400	0	1	0,33	0,47
special	400	0	1	0,65	0,48
alternat	400	0	1	0,29	0,45
no_reduc	400	0	1	0,15	0,36
price	400	0	4	2,67	1,05
quantity	400	0	4	2,37	1,03
quality	400	0	4	3,04	1,03
nutrient	400	0	4	2,69	1,06
package	400	0	4	1,29	0,96
expiring	400	0	4	3,23	1,04
greek	400	0	4	2,84	1,10
energy	400	0	4	2,07	1,12
geusi	400	0	4	2,76	0,93
advertsi	400	0	4	0,67	0,77
saleplac	400	0	4	1,16	1,06
red_cons	400	0	2	0,56	0,86
supermar	400	0	5	2,16	0,80
manavika	400	0	5	0,89	0,90
laiki	400	0	5	1,43	0,77
pantopol	400	0	5	0,47	0,74
psilika	400	0	5	0,67	0,78
kiosk	400	0	5	0,73	0,91
boycott	400	0	1	0,27	0,44
check_pr	400	0	1	0,97	0,18

Παράρτημα 4

ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 1: Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Γυναίκα	265	66,3	66,3
Άνδρας	135	33,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 2: Ηλικία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
18	1	0,3	0,3
19	5	1,3	1,5
20	3	0,8	2,3
21	5	1,3	3,5
22	17	4,3	7,8
23	9	2,3	10,0
24	8	2,0	12,0
25	12	3,0	15,0
26	11	2,8	17,8
27	21	5,3	23,0
28	30	7,5	30,5
29	26	6,5	37,0
30	18	4,5	41,5
31	7	1,8	43,3
32	18	4,5	47,8
33	13	3,3	51,0
34	9	2,3	53,3
35	8	2,0	55,3
36	11	2,8	58,0
37	5	1,3	59,3
38	6	1,5	60,8
39	7	1,8	62,5
40	11	2,8	65,3
41	7	1,8	67,0
42	8	2,0	69,0
43	8	2,0	71,0
44	10	2,5	73,5
45	10	2,5	76,0
46	5	1,3	77,3
47	9	2,3	79,5
48	9	2,3	81,8
49	4	1,0	82,8
50	7	1,8	84,5

51	5	1,3	85,8
52	9	2,3	88,0
53	4	1,0	89,0
54	8	2,0	91,0
55	8	2,0	93,0
56	2	0,5	93,5
57	3	0,8	94,3
58	7	1,8	96
59	2	0,5	96,5
60	5	1,3	97,8
62	1	0,3	98,0
64	2	0,5	98,5
65	1	0,3	98,8
66	1	0,3	99,0
68	3	0,8	99,8
70	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 3: Υπηκοότητα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Κυπριακή	5	1,3	1,3
Ελληνική	395	98,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 4: Προάστιο διαμονής στην Αττική

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Δυτικά	66	16,5	16,5
Ανατολικά	36	9,0	25,5
Κέντρο	92	23,0	48,5
Βόρεια	87	21,8	70,3
Νότια	119	29,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 5: Η σχέση του ερωτώμενου με τον υπεύθυνο του νοικοκυριού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Υπεύθυνος/ η	221	55,3	55,3
Σύζυγος/ σύντροφος	49	12,3	67,5
Παιδιά του/ της υπευθύνου/ ης	116	29,0	96,5
Γονέας υπευθύνου/ ης	1	0,3	96,8
Άλλος συγγενής	5	1,3	98,0
Οικιακή Βοηθός	1	0,3	98,3
Μη συγγενικό	7	1,8	100,0

πρόσωπο			
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 6: Επίπεδο μόρφωσης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Δεν πήγα σχολείο	1	0,3	0,3
Απόφοιτος Δημοτικού	2	0,5	0,8
Απόφοιτος Γυμνασίου	4	1,0	1,8
Απόφοιτος Λυκείου	73	18,3	20,0
Πτυχιούχος Δημόσιου ή Ιδιωτικού Ι.Ε.Κ.	28	7,0	27,0
Πτυχιούχος Α.Τ.Ε.Ι.-Α.Ε.Ι.	171	42,8	69,8
Κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος	107	26,8	96,5
Κάτοχος διδακτορικού διπλώματος	14	3,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 7: Τωρινή απασχόληση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Δημόσιος/ Δημοτικός υπάλληλος	147	36,8	36,8
Ιδιωτικός υπάλληλος	143	35,8	72,5
Ελεύθερος επαγγελματίας	32	8,0	80,5
Οικιακά	5	1,3	81,8
Φοιτητής/ σπουδαστής	38	9,5	91,3
Άνεργος	24	6,0	97,3
Συνταξιούχος	8	2,0	99,3
Στρατιωτικός	3	0,6	100,0
Σύνολο	100	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 8: Τύπος απασχόλησης στην εργασία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Δεν έχω εργαστεί μέχρι στιγμής	23	5,8	5,8

Πλήρους Απασχόλησης	333	83,3	89,0
Μερικής Απασχόλησης	44	11,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 9: Οικογενειακή κατάσταση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Άγαμος/η	204	51,0	51,0
Άγαμος/η με συμβίωση	15	3,8	54,8
Έγγαμος/η	167	41,8	96,5
Διαζευγμένος/η	12	3,0	99,5
Σε διάσταση	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 10: Αριθμός των μελών του νοικοκυριού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
1	73	18,3	18,3
2	55	13,8	32,0
3	82	20,5	52,5
4	133	33,3	85,8
5	39	9,8	95,5
6	18	4,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 11: Ύπαρξη παιδιών στο νοικοκυριό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	239	59,8	59,8
Ναι	161	40,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 12: Αριθμός παιδιών στο νοικοκυριό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
1	39	24,2	24,2
2	90	55,9	80,1
3	23	14,3	94,4
4	9	5,6	100,0
Σύνολο	161	100,0	
Δεν απαντούν	239		
Σύνολο	400		

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 13: Διαμονή παιδιών στο νοικοκυριό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	11	6,8	6,8
Ναι	150	93,2	100,0
Σύνολο	161	100,0	
Δεν απαντούν	239		
Σύνολο	400		

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 14: Ηλικία 1^{ου} παιδιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
1	1	0,6	0,6
2	5	3,1	3,7
3	3	1,9	5,6
4	3	1,9	7,5
5	6	3,7	11,2
6	3	1,9	13,0
7	4	2,5	15,5
8	3	1,9	17,4
9	4	2,5	19,9
10	4	2,5	22,4
11	3	1,9	24,2
12	8	5,0	29,2
13	5	3,1	32,3
14	14	8,7	41,0
15	3	1,9	42,9
16	7	4,3	47,2
17	10	6,2	53,3
18	7	4,3	57,8
19	6	3,7	61,5
20	4	2,5	64,0
21	7	4,3	68,3
22	11	6,8	75,2
23	4	2,5	77,6
24	7	4,3	82,0
25	4	2,5	84,5
26	4	2,5	87,0
27	3	1,9	88,8
28	6	3,7	92,5
29	2	1,2	93,8
30	3	1,9	95,7
31	2	1,2	96,9
32	4	2,5	99,4
36	1	0,6	100,0
Σύνολο	161	100,0	
Δεν απαντούν	239		
Σύνολο	400		

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 15: Ηλικία 2^ο παιδιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
1	2	1,6	1,6
2	3	2,5	4,1
3	2	1,6	5,7
4	5	4,1	9,8
5	4	3,3	13,1
6	4	3,3	16,4
7	3	2,5	18,9
8	5	4,1	23,0
9	6	4,9	27,9
10	6	4,9	32,8
11	4	3,3	36,1
12	10	8,2	44,3
13	6	4,9	49,2
14	11	9,0	58,2
15	5	4,1	62,3
16	4	3,3	65,6
17	2	1,6	67,2
18	3	2,5	69,7
19	3	2,5	72,1
20	3	2,5	74,6
21	5	4,1	78,7
22	5	3,3	82,8
23	4	4,1	86,1
25	5	4,1	90,2
26	5	4,1	94,3
27	3	2,5	96,7
28	1	0,8	97,5
30	3	2,5	100,0
Σύνολο	122	100,0	
Δεν απαντούν	278		
Σύνολο	400		

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 16: Ηλικία 3^ο παιδιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
1	1	3,0	3,0
2	1	3,0	6,1
5	1	3,0	9,1
6	2	6,1	15,2
7	4	12,1	27,3
8	3	9,1	36,4
9	1	3,0	39,4
11	2	6,1	45,5
12	2	6,1	51,5
13	4	12,1	63,6

14	1	3,0	66,7
15	1	3,0	69,7
16	1	3,0	72,7
17	1	3,0	75,8
19	1	3,0	78,8
20	1	3,0	81,8
21	1	3,0	84,
22	1	3,0	87,9
23	2	6,1	93,9
24	1	3,0	97,0
26	1	3,0	100,0
Σύνολο	33	100,0	
Δεν απαντούν	367		
Σύνολο	400		

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 17: Ηλικία 4^{ου} παιδιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
2	1	11,1	11,1
4	1	11,1	22,2
5	1	11,1	33,3
8	1	11,1	44,4
11	1	11,1	55,6
14	1	11,1	66,7
18	1	11,1	77,8
20	1	11,1	88,9
21	1	11,1	100,0
Σύνολο	9	100,0	
Δεν απαντούν	391		
Σύνολο	400		

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 18: Συγκατοίκηση των παιδιών με τους γονείς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	276	69,0	69,0
Ναι	124	31,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 19: Ιδιοκτησία κατοικίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ενοικιαζόμενη	98	24,5	24,5
Ιδιόκτητη	302	75,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 20: Μηνιαίο καθαρό ατομικό εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0€	21	5,3	5,3

Έως 400€	32	8,0	13,3
401-800€	81	20,3	33,3
801-1200€	132	33,0	66,5
1201-1600€	84	21,0	87,5
1601-2000€	22	5,5	93,0
2001-2400€	13	3,3	96,3
2401- 2800 €	3	0,	97,0
2801- 3200 €	2	0,5	97,5
3201- 3600 €	4	1,0	98,5
3601- 4000 €	1	0,3	98,8
4001€& ΑΝΩ	5	1,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνотήτων 21: Βαθμός μείωσης του εισοδήματος λόγω οικονομικής κρίσης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	34	8,5	8,5
Λίγο	78	19,5	28,0
Αρκετά	159	39,8	67,8
Πολύ	79	19,8	87,5
Πάρα πολύ	50	12,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνотήτων 22: Πρόβλεψη του ερωτώμενου για το εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
θα μειωθεί	324	81,0	81,0
θα παραμείνει σταθερό	64	16,0	97,0
θα αυξηθεί	12	3,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνотήτων 23: Ετήσιο καθαρό οικογενειακό εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0-1200€	9	2,3	2,3
1201-5000€	11	2,8	5,0
5001-8000€	5	1,3	6,3
8001-11000€	19	4,8	11,0
11001-14000€	24	6,0	17,0
14001-17000€	29	7,3	24,3
17001-20000€	33	8,3	32,5
20001-23000€	38	9,5	42,0
23001-26000€	24	6,0	48,0
26001-29000€	31	7,8	55,8
29001-32000€	38	9,5	65,3
32001-36000€	27	6,8	72,0
36001-40000€	31	7,8	79,8

40001-45000€	49	12,3	92,0
45001€ & ΑΝΩ	32	8,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 24: Μηνιαία αποταμίευση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0€	175	43,8	43,8
Έως 150€	142	35,5	79,3
151-250€	32	8,0	87,3
251-350€	16	4,0	91,3
351-450€	8	2,0	93,3
451-550€	8	2,0	95,3
551-650€	11	2,8	98,0
651€ & ΑΝΩ	8	2,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 25: Επάρκεια εισοδήματος για κάλυψη των αναγκών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	290	72,5	72,5
Ναι	110	27,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 26: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την πληρωμή του ενοικίου/ εξόφληση στεγαστικού δανείου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	351	87,8	87,8
Ναι/ Δεν επαρκεί	49	12,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 27: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την πληρωμή λογαριασμών ΔΕΗ/ ΟΤΕ/ ΕΥΔΑΠ/ Κινητής τηλεφωνίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	312	78,0	78,0
Ναι/ Δεν επαρκεί	88	22,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 28: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την κάλυψη διατροφικών αναγκών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	337	84,3	84,3
Ναι/ Δεν επαρκεί	63	15,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 29: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την αγορά ένδυσης και υπόδησης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	244	61,0	61,0
Ναι/ Δεν επαρκεί	156	39,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 30: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών θέρμανσης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	271	67,8	67,8
Ναι/ Δεν επαρκεί	129	32,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 31: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την πληρωμή διδασκτρων εκπαίδευσης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	285	71,3	71,3
Ναι/ Δεν επαρκεί	115	28,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 32: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την αγορά προϊόντων τεχνολογίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	214	53,5	53,5
Ναι/ Δεν επαρκεί	186	46,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 33: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την κάλυψη της ανάγκης για διασκέδαση/ ψυχαγωγία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	183	45,8	45,8
Ναι/ Δεν επαρκεί	217	54,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 34: Το εισόδημα δεν επαρκεί για την πληρωμή υπηρεσιών υγείας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	279	69,8	69,8
Ναι/ Δεν επαρκεί	121	30,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 35: Κάλυψη όλων των παραπάνω αναγκών από το ερωτώμενο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι/ Επαρκεί	295	73,8	73,8
Ναι/ Δεν επαρκεί	105	26,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 36: Μεταβολή της δαπάνης για φαγητό εντός και εκτός σπιτιού κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
έχει μειωθεί	298	74,5	74,5
έχει παραμείνει σταθερή	92	23,0	97,5
έχει αυξηθεί	10	2,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 37: Μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εντός σπιτιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	2	0,5	0,5
20	1	0,3	0,8
30	1	0,3	1,0
40	1	0,3	1,3
50	8	2,0	3,3
60	3	0,8	4,0
70	2	0,5	4,5
100	23	5,8	10,3
120	6	1,5	11,8
130	2	0,5	12,3
150	22	5,5	17,8
170	1	0,3	18,0
180	3	0,8	18,8
200	52	13,0	31,8
250	14	3,5	35,3
290	1	0,3	35,5
300	41	10,3	45,8
320	3	0,8	46,5
330	1	0,3	46,8
350	17	4,3	51,0
360	1	0,3	51,3
370	1	0,3	51,5
380	1	0,3	51,8
400	42	10,5	62,3
450	16	4,0	66,3
460	1	0,3	66,5
480	3	0,8	67,3
490	1	0,3	67,5

500	58	14,5	82,0
550	15	3,8	85,8
600	16	4,0	89,8
640	1	0,3	90,0
650	2	0,5	90,5
700	7	1,8	92,3
740	1	0,3	92,5
750	1	0,3	92,8
800	13	3,3	96,0
850	1	0,3	96,3
900	3	0,8	97,0
1000	8	2,0	99,0
1100	1	0,3	99,3
1200	2	0,5	99,8
1500	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 38: Μέση μηνιαία δαπάνη για φαγητό εκτός σπιτιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	65	16,3	16,3
5	1	0,3	16,5
10	15	3,8	20,3
15	4	1,0	21,3
20	32	8,0	29,3
25	2	0,5	29,8
30	33	8,3	38,0
35	2	0,5	38,5
40	14	3,5	41,3
50	3	0,8	59,3
55	2	0,5	59,8
60	14	3,5	63,3
70	3	0,8	64,0
75	2	0,5	64,5
80	12	3,0	67,5
90	3	0,8	68,3
100	61	15,3	83,5
120	2	0,5	84,0
130	1	0,3	84,3
150	29	7,3	91,5
160	1	0,3	91,8
170	2	0,5	92,3
200	16	4,0	96,3
250	1	0,3	96,5
260	1	0,3	96,8
300	1	0,3	97,0
350	2	0,5	97,5
400	4	1,0	98,5

500	6	1,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 39: Μέση μηνιαία δαπάνη για κατανάλωση φαγητού σε εστιατόρια/ ταβέρνες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	124	31,0	31,0
5	1	0,3	31,3
10	6	1,5	32,8
15	3	0,8	33,5
20	11	2,8	36,3
25	1	0,3	36,5
30	14	3,5	40,0
40	8	2,0	42,0
45	1	0,3	42,3
50	59	14,8	57,0
60	14	3,5	60,5
70	10	2,5	63,0
80	22	5,5	68,5
90	1	0,3	68,8
100	50	12,5	81,3
120	2	0,5	81,8
150	17	4,3	86,0
160	1	0,3	86,3
180	1	0,3	86,5
200	39	9,8	96,3
220	1	0,3	96,5
250	2	0,5	97,0
280	1	0,3	97,3
300	4	1,0	98,3
350	1	0,3	98,5
400	3	0,8	99,3
500	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 40: Μέση μηνιαία δαπάνη για εξόδους σε μπαρ και καφετέριες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	64	16,0	16,0
5	4	1,0	17,0
10	18	4,5	21,5
15	7	1,8	23,3
20	39	9,8	33,0
25	9	2,3	35,3
30	22	5,5	40,8
35	1	0,3	41,0

40	9	2,3	43,3
50	90	22,5	65,8
60	9	2,3	68,0
70	6	1,5	69,5
80	8	2,0	71,5
90	1	0,3	71,8
100	39	9,8	81,5
120	2	0,5	82,0
150	31	7,8	89,8
170	11	2,8	92,5
180	1	0,3	92,8
200	16	4,0	96,8
250	1	0,3	97,0
300	7	1,8	98,8
350	2	0,5	99,3
400	1	0,3	99,5
500	1	0,3	99,8
550	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 41: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για φρούτα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	6	1,5	1,5
1	1	0,3	1,8
2	10	2,5	4,3
3	6	1,5	5,8
4	4	1,0	6,8
5	54	13,5	20,3
6	5	1,3	21,5
7	5	1,3	22,8
8	2	0,5	23,3
10	107	26,8	50,0
15	47	11,8	61,8
17	2	0,5	62,3
20	63	15,8	78,0
25	38	9,5	87,5
30	32	8,0	95,5
40	8	2,0	97,5
50	10	2,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 42: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για λαχανικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	4	1,0	1,0
1	1	0,3	1,3
2	9	2,3	3,5

3	5	1,3	4,8
4	1	0,3	5,0
5	59	14,8	19,8
6	2	0,5	20,3
7	2	0,5	20,8
8	8	2,0	22,8
10	128	32,0	54,8
15	39	9,8	64,5
20	49	12,3	76,8
25	11	2,8	79,5
30	62	15,5	95,0
35	4	1,0	96,0
40	10	2,5	98,5
45	1	0,3	98,8
50	5	1,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 43: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για κρέας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	10	2,5	2,5
3	2	0,5	3,0
4	1	0,3	3,3
5	11	2,8	6,0
6	3	0,8	6,8
7	2	0,5	7,3
8	6	1,5	8,8
9	1	0,3	9,0
10	50	12,5	21,5
12	2	0,5	22,0
14	1	0,3	22,3
15	35	8,8	31,0
17	7	1,8	32,8
20	64	16	48,8
25	14	3,5	52,3
30	36	9,0	61,3
35	8	2,0	63,3
40	38	4,5	67,8
45	1	0,3	68,0
50	28	7,0	75,0
55	2	0,5	75,5
60	14	3,5	79,0
65	21	5,3	84,3
70	13	3,3	87,5
80	8	2,0	89,5
85	14	3,5	93,0
90	3	0,8	93,8
100	16	4,0	97,8

120	3	0,8	98,5
130	1	0,3	98,8
140	1	0,3	99,0
150	1	0,3	99,3
200	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 44: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για γαλακτοκομικά προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	5	1,3	1,3
1	1	0,3	1,5
2	6	1,5	3,0
3	10	2,5	5,5
4	13	3,3	8,8
5	49	12,3	21,0
6	22	5,5	26,5
7	7	1,8	28,3
8	16	4,0	32,3
9	2	0,5	32,8
10	78	19,5	52,3
11	2	0,5	52,8
12	1	0,3	53,0
13	2	0,5	53,5
14	3	0,8	54,3
15	47	11,8	66,0
17	1	0,3	66,3
19	1	0,3	66,5
20	45	11,3	77,8
24	2	0,5	78,3
25	5	1,3	79,5
30	53	13,3	92,8
35	4	1,0	93,8
40	13	3,3	97,0
45	2	0,5	97,5
50	6	1,5	99,0
60	1	0,3	99,3
65	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 45: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ψωμί

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	27	6,8	6,8
1	12	3,0	9,8
2	34,0	8,5	18,3
3	60	15,0	33,3

4	22	5,6	38,8
5	88	22,0	60,8
6	35	8,8	69,5
7	14	3,5	73
8	13	3,3	76,3
10	5	1,3	77,5
11	49	12,3	89,8
12	3	0,8	93,5
15	13	3,3	93,8
17	1	0,3	94,0
19	1	0,3	94,3
20	17	4,3	98,5
30	2	0,5	99,0
40	2	0,5	99,5
45	1	0,3	99,8
50	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 46: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για δημητριακά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	37	9,3	9,3
1	14	3,5	12,8
2	30	7,5	20,3
3	30	7,5	27,8
4	31	7,8	35,5
5	119	29,8	65,3
6	41	10,3	75,5
7	13	3,3	78,8
8	12	3,0	81,8
9	1	0,3	82,0
10	43	10,8	92,8
11	1	0,3	93,0
13	1	0,3	93,3
15	10	2,5	95,8
20	11	2,8	98,5
25	3	0,8	98,5
30	1	0,3	99,3
40	1	0,3	99,8
50	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 47: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ψάρια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	56	14,0	14,0
2	4	1,0	15,0
3	12	3,0	18,0

4	7	1,8	19,8
5	28	7,0	26,8
6	7	1,8	28,5
7	11	2,8	31,3
8	7	1,8	33,0
8	1	0,3	33,3
10	103	25,8	59,0
13	2	0,5	59,5
15	33	8,3	67,8
16	1	0,3	68,0
18	1	0,3	68,3
20	88	22,0	90,3
25	1	0,3	90,5
30	18	4,5	95,0
35	2	0,5	95,5
40	9	2,3	97,8
45	1	0,3	98,0
50	7	1,8	99,8
60	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 48: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για θαλασσινά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	189	47,3	47,3
1	4	1,0	48,3
2	14	3,5	51,8
3	9	2,3	54,0
4	16	4,0	58,0
5	39	9,8	67,8
6	4	1,0	68,8
7	5	1,3	70,0
8	8	2,0	72,0
9	1	0,3	72,3
10	37	9,3	81,5
14	1	0,3	81,8
15	46	11,5	93,3
19	1	0,3	93,5
20	1	3,3	96,8
25	1	0,3	97,0
26	1	0,3	97,3
30	7	1,8	99,0
35	1	0,3	99,3
40	1	0,3	99,5
60	1	0,3	99,8
70	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 49: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για όσπρια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	21	5,3	5,3
1	13	3,3	8,5
2	39	9,8	18,3
3	35	8,8	27,0
4	20	5,0	32,0
5	110	27,5	59,5
6	37	9,3	68,8
7	14	3,5	72,3
8	9	2,3	74,5
9	1	0,3	74,8
10	78	19,5	94,3
12	1	0,3	94,5
13	2	0,5	95,0
15	8	0,2	97,0
20	9	2,3	99,3
30	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 50: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για αυγά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	36	9,0	9,0
1	53	13,3	22,3
2	70	17,5	39,8
3	99	24,8	64,5
4	18	4,5	69,0
5	76	19,0	88,0
6	8	2,0	90,0
8	3	0,8	90,8
10	37	9,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 51: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ζυμαρικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	5	1,3	1,3
1	14	3,5	4,8
2	51	12,8	17,5
3	42	10,5	28,0
4	18	4,5	32,5
5	73	18,3	50,8
6	18	4,5	55,3
7	34	8,5	63,8
8	28	7,0	70,8
9	2	0,5	71,3

10	85	21,3	92,5
12	2	0,5	93,0
13	1	0,3	93,3
15	5	1,3	94,5
17	1	0,3	94,8
18	1	0,3	95,0
20	16	4,0	99,0
30	4	1,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 52: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για ελαιόλαδο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	60	15,0	15,0
1	10	2,5	17,5
2	22	5,5	23,0
3	31	7,8	30,8
4	23	5,8	36,5
5	60	15,0	51,5
6	19	4,8	56,3
7	6	1,5	57,8
8	10	2,5	60,3
9	7	1,8	62,0
10	80	20,0	82,0
12	4	1,0	83,0
13	1	0,3	83,3
14	2	0,5	83,8
15	40	10,0	93,8
17	1	0,3	94,0
20	16	4,0	98,0
25	1	0,3	98,3
30	5	1,3	99,5
40	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 53: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για γλυκά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	57	14,3	14,3
1	10	2,5	16,8
2	36	9,0	25,08
3	20	5,0	30,8
4	14	3,5	34,3
5	61	15,3	49,5
6	8	2,0	51,5
7	3	0,8	52,3
8	10	2,5	54,8
10	55	13,8	68,5

13	1	0,3	68,8
14	1	0,3	69,0
15	36	9,0	78,0
20	31	7,8	85,8
23	1	0,3	86,0
24	1	0,3	86,3
25	39	9,8	96,0
27	1	0,3	96,3
30	8	2,0	98,3
35	1	0,3	98,5
40	5	1,3	99,8
50	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 54: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για καφέ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	33	8,3	8,3
1	15	3,8	12,0
2	27	6,8	18,8
3	22	5,5	24,3
4	14	3,5	27,8
5	62	15,5	43,3
6	9	2,3	45,5
7	36	9,0	54,5
8	12	3,0	57,5
9	5	1,3	58,8
10	101	25,3	84,0
13	1	0,3	84,3
14	1	0,3	84,5
15	7	1,8	86,3
18	12	3,0	89,3
20	27	6,8	96,0
25	6	1,5	97,5
30	6	1,5	99,0
40	2	0,5	99,5
50	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 55: Μέση εβδομαδιαία δαπάνη για αλκοολούχα ποτά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
0	105	26,3	26,3
1	4	1,0	27,3
2	14	3,5	30,8
3	17	4,3	35,0
4	7	1,8	36,8

5	47	11,8	48,5
6	5	1,3	49,8
7	6	1,5	51,3
8	3	0,8	52,0
9	2	0,5	52,5
10	51	12,8	65,3
12	1	0,3	65,5
13	1	0,3	65,8
15	16	4,0	69,8
20	21	5,3	75,0
24	1	0,3	75,3
25	4	1,0	76,3
30	58	14,5	90,8
33	1	70,3	91,0
50	29	7,3	98,3
60	1	0,3	98,5
70	1	0,3	98,8
90	1	0,3	99,0
100	1	0,3	99,3
120	2	0,5	99,8
150	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 56: Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος δαπανάται σε ψωμί

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	231	57,8	57,8
Ναι	169	42,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 57: Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος δαπανάται σε δημητριακά πρωινού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	256	64,0	64,0
Ναι	144	36,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 58: Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος δαπανάται σε προϊόντα αρτοποιίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	265	66,3	66,3
Ναι	135	33,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 59: Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος δαπανάται σε έτοιμα γεύματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	244	61,0	61,0
Ναι	156	39,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 60: Το μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματος δαπανάται σε ζυμαρικά-ρύζι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	137	34,3	34,3
Ναι	263	65,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 61: Συχνότητα κατανάλωσης σε φρούτα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	1	0,3	0,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	35	8,8	9,0
1-3 φορές την εβδομάδα	72	18,0	27,0
4-6 φορές την εβδομάδα	69	17,3	44,3
1 φορά την ημέρα	151	37,8	82,0
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	72	18,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 62: Συχνότητα κατανάλωσης σε λαχανικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	18	4,5	4,5
1-3 φορές την εβδομάδα	98	24,5	29,0
4-6 φορές την εβδομάδα	64	16,0	45,0
1 φορά την ημέρα	154	38,5	83,5
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	66	16,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 63: Συχνότητα κατανάλωσης σε κρέας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	1	0,3	0,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	43	10,8	11,0
1-3 φορές την εβδομάδα	240	60,0	71,0
4-6 φορές την εβδομάδα	101	25,3	96,3
1 φορά την ημέρα	8	2,0	98,3
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	7	1,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 64: Συχνότητα κατανάλωσης σε γαλακτοκομικά προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	3	0,8	0,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	20	5,0	5,8
1-3 φορές την εβδομάδα	45	11,3	17,0
4-6 φορές την εβδομάδα	92	23,0	40,0
1 φορά την ημέρα	156	39,0	79,0
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	84	21,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 65: Συχνότητα κατανάλωσης σε ψωμί

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	13	3,3	3,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	31	7,8	11,0
1-3 φορές την εβδομάδα	47	11,8	22,8
4-6 φορές την εβδομάδα	42	10,5	33,3
1 φορά την ημέρα	200	50,0	83,3
2 ή περισσότερες φορές	67	16,8	100,0

φορές την ημέρα			
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 66: Συχνότητα κατανάλωσης σε δημητριακά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	25	6,3	6,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	73	18,3	24,5
1-3 φορές την εβδομάδα	70	17,5	42,0
4-6 φορές την εβδομάδα	37	9,3	51,3
1 φορά την ημέρα	171	42,8	94,0
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	24	6,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 67: Συχνότητα κατανάλωσης σε ψάρια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	41	10,3	10,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	195	48,8	59,0
1-3 φορές την εβδομάδα	155	38,8	97,8
4-6 φορές την εβδομάδα	6	1,5	99,3
1 φορά την ημέρα	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 68: Συχνότητα κατανάλωσης σε θαλασσινά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	103	25,8	25,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	233	58,3	84,0
1-3 φορές την εβδομάδα	60,0	15,0	99,0
4-6 φορές την εβδομάδα	2,0	0,5	99,5
1 φορά την ημέρα	2,0	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 69: Συχνότητα κατανάλωσης σε όσπρια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	7	1,8	1,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	91	22,8	24,5
1-3 φορές την εβδομάδα	266	66,5	91,0
4-6 φορές την εβδομάδα	20	5,0	96,0
1 φορά την ημέρα	6	1,5	97,5
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	10	2,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 70: Συχνότητα κατανάλωσης σε αυγά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	18	4,5	4,5
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	102	25,5	30,0
1-3 φορές την εβδομάδα	249	62,3	92,3
4-6 φορές την εβδομάδα	21	5,3	97,5
1 φορά την ημέρα	10	2,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 71: Συχνότητα κατανάλωσης σε ζυμαρικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	58	14,5	14,5
1-3 φορές την εβδομάδα	272	68	82,5
4-6 φορές την εβδομάδα	60	15,0	97,5
1 φορά την ημέρα	8	2,0	99,5
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 72: Συχνότητα κατανάλωσης σε ελαιόλαδο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	8	2,0	2,0
1-3 φορές την εβδομάδα	26	6,5	8,5
4-6 φορές την εβδομάδα	52	13,0	21,5
1 φορά την ημέρα	221	55,3	76,8
2ή περισσότερες φορές την ημέρα	53	23,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 73: Συχνότητα κατανάλωσης σε γλυκά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	20	5,0	5,0
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	95	23,8	28,8
1-3 φορές την εβδομάδα	117	29,3	58,0
4-6 φορές την εβδομάδα	104	26,0	84,0
1 φορά την ημέρα	54	13,5	97,5
2ή περισσότερες φορές την ημέρα	10	2,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 74: Συχνότητα κατανάλωσης σε καφέ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	31	7,8	7,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	24	6,0	13,8
1-3 φορές την εβδομάδα	27	6,8	20,5
4-6 φορές την εβδομάδα	88	22,0	42,5
1 φορά την ημέρα	108	27,0	69,5
2ή περισσότερες φορές την ημέρα	122	30,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 75: Συχνότητα κατανάλωσης σε αλκοολούχα ποτά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	67	16,8	16,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	124	31,0	47,8
1-3 φορές την εβδομάδα	146	36,5	84,3
4-6 φορές την εβδομάδα	33	8,3	92,5
1 φορά την ημέρα	24	6,0	98,5
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	6	1,6	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 76: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε φυτικές ίνες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	112	28,0	28,0
Ναι	288	72,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 77: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε πρωτεΐνες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	86	21,5	21,5
Ναι	314	78,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 78: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε υδατάνθρακες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	83	20,8	20,8
Ναι	317	79,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 79: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε ακόρεστα λιπαρά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	249	62,3	62,3
Ναι	151	37,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 80: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε κορεσμένα λιπαρά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	274	68,5	68,5
Ναι	126	31,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 81: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε αλάτι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	306	76,5	76,5
Ναι	94	23,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 82: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε βιταμίνες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	112	28,0	28,0
Ναι	288	72,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 83: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε ζάχαρη

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	262	65,5	65,5
Ναι	138	34,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 84: Μεγάλη περιεκτικότητα της διατροφής σε ανόργανα στοιχεία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	156	39,0	39,0
Ναι	244	61,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 85: Ο ερωτώμενος δε γνωρίζει ποιο θρεπτικό συστατικό περιλαμβάνεται σε μεγάλη ποσότητα στη διατροφή του

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	386	96,5	96,5
Ναι	14	3,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 86: Συχνότητα παρασκευής σπιτικού φαγητού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	3	0,8	0,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	21	5,3	6,0
1-3 φορές την εβδομάδα	59	14,8	20,8
4-6 φορές την εβδομάδα	102	25,5	46,3
1 φορά την ημέρα	195	48,8	95,0
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	20	5,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 87: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω διάθεσης χρόνου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	358	89,5	89,5
Ναι	42	10,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 88: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω εξοικονόμησης χρημάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	109	27,3	27,3
Ναι	291	72,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 89: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω ύπαρξης παιδιών στο νοικοκυριό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	268	67,0	67,0
Ναι	132	33,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 90: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω απόλαυσης για το μαγείρεμα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	310	77,5	77,5
Ναι	90	22,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 91: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω συνήθειας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	365	91,3	91,3
Ναι	35	8,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 92: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω υγιεινής διατροφής

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	60	15,0	15,0
Ναι	340	85,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 93: Παρασκευή/ κατανάλωση σπιτικού φαγητού λόγω φρεσκάδας γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	196	49,0	49,0
Ναι	204	51,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 94: Συχνότητα παρασκευής/ κατανάλωσης μεμονωμένων τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	112	30,5	30,5
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	225	56,3	86,8
1-3 φορές την εβδομάδα	39	9,8	96,6
4-6 φορές την εβδομάδα	9	2,3	98,8
1 φορά την ημέρα	3	0,8	99,5
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 95: Συχνότητα παρασκευής/ κατανάλωσης μέτριας επεξεργασίας τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	85	21,3	21,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα	240	60,0	81,3

και μέχρι 3 φορές το μήνα			
1-3 φορές την εβδομάδα	59	14,8	96,0
4-6 φορές την εβδομάδα	12	3,0	99,0
1 φορά την ημέρα	4	1,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 96: Συχνότητα παρασκευής/ κατανάλωσης υψηλής επεξεργασίας τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	273	68,3	68,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	95	23,8	92,0
1-3 φορές την εβδομάδα	28	7,0	99,0
4-6 φορές την εβδομάδα	2	0,5	99,5
1 φορά την ημέρα	1	0,3	99,8
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 97: Συχνότητα παρασκευής/ κατανάλωσης σαλάτων λαχανικών/ φρούτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	59	14,8	14,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	85	21,3	36,0
1-3 φορές την εβδομάδα	59	14,8	50,8
4-6 φορές την εβδομάδα	120	30,0	80,8
1 φορά την ημέρα	53	13,3	94,0
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	24	6,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 98: Παρασκευή/ κατανάλωση φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας λόγω εξοικονόμησης χρόνου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	172	43,0	43,0
Ναι	228	57,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 99: Παρασκευή/ κατανάλωση φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας λόγω εξοικονόμησης χρημάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	323	80,8	80,8
Ναι	77	19,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 100: Παρασκευή/ κατανάλωση φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας λόγω καταβολής λιγότερης προσπάθειας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	158	39,5	39,5
Ναι	242	60,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 101: Παρασκευή/ κατανάλωση φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας λόγω ύπαρξης μικρού αριθμού ατόμων στο νοικοκυριό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	327	81,8	81,8
Ναι	73	18,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 102: Παρασκευή/ κατανάλωση φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας λόγω έλλειψης μαγειρικών δεξιοτήτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	363	90,8	90,8
Ναι	37	9,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 103: Παρασκευή/ κατανάλωση φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας λόγω συνήθειας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	384	96,0	96,0
Ναι	16	4,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 104: Αποφυγή παρασκευής/ κατανάλωσης φαγητών/ γευμάτων «εύκολης και εύκολης» προετοιμασίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	351	87,8	87,8
Ναι	49	12,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 105: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Πίτσα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	154	38,5	38,5
Ναι	246	61,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 106: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Γλυκά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	227	56,8	56,8
Ναι	113	43,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 107: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Προϊόντα σφολιάτας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	250	62,5	62,5
Ναι	150	37,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 108: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - fast food

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	252	63,0	63,0
Ναι	148	37,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 109: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Ζυμαρικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	320	80,0	80,0
Ναι	80,0	20,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 110: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Σουβλάκια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	57	14,3	14,3
Ναι	343	85,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 111: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Κρέας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	314	78,5	78,5
Ναι	86	21,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 112: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Ψάρι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	338	84,5	84,5
Ναι	62	15,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 113: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Κρέπες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	290	72,5	72,5
Ναι	110	27,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 114: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού - Τοστ/σάντουιτς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	237	59,3	59,3
Ναι	163	40,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 115: Συχνότητα κατανάλωσης τροφίμων εκτός σπιτιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	15	3,8	3,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	256	64,0	67,8
1-3 φορές την εβδομάδα	110	27,5	95,3
4-6 φορές την	14	3,5	98,8

εβδομάδα			
1 φορά την ημέρα	3	0,8	99,5
2ή περισσότερες φορές την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 116: Κατανάλωση τροφίμων/ γευμάτων από καταστήματα που διαθέτουν διανομή/ delivery

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	123	30,8	30,8
Ναι	277	69,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 117: Κατανάλωση τροφίμων/ γευμάτων από εστιατόρια/ ταβέρνες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	135	33,8	33,8
Ναι	265	66,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 118: Κατανάλωση τροφίμων/ γευμάτων από καφετέριες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	310	77,5	77,5
Ναι	90	22,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 119: Κατανάλωση τροφίμων/ γευμάτων από fast food

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	249	62,3	62,3
Ναι	151	37,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 120: Κατανάλωση τροφίμων/ γευμάτων στο χέρι - μικρογευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	217	54,3	54,3
Ναι	183	45,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 121: Δεν καταναλώνω γεύματα που έχουν παρασκευαστεί εκτός σπιτιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	380	95,0	95,0
Ναι	20	5,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 122: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω έλλειψης χρόνου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	240	60,0	60,0
Ναι	160	40,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 123: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω εξοικονόμησης χρημάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	372	93,0	93,0
Ναι	28	7,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 124: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω διασκέδασης/ ψυχαγωγίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	153	38,3	38,3
Ναι	247	61,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 125: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω έλλειψης μαγειρικών δεξιοτήτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	374	93,5	93,5
Ναι	26	6,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 126: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω κοινωνικότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	231	57,8	57,8
Ναι	169	42,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 127: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω συνήθειας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	381	95,3	95,3
Ναι	19	4,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 128: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω ευκολίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	201	50,3	50,3
Ναι	199	49,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 129: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω ανύπαρκτου φαγητού στο σπίτι

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	197	49,3	49,3
Ναι	203	50,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 130: Κατανάλωση τροφίμων εκτός σπιτιού λόγω παρέλευσης εκτός σπιτιού/ στην εργασία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	384	96,0	96,0
Ναι	16	4,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 131: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι υγιεινό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	9	2,3	2,3
Ναι	391	97,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 132: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι υγιεινό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	364	91,0	91,0
Ναι	36	9,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 133: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι πλούσιας θρεπτικής αξίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	55	13,8	13,8
Ναι	345	86,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 134: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι πλούσιας θρεπτικής αξίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	376	94,0	94,0
Ναι	24	6,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 135: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι ελάχιστης θρεπτικής αξίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	380	95,0	95,0
Ναι	20	5,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 136: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι ελάχιστης θρεπτικής αξίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	108	27,0	27,0
Ναι	292	73,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 137: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι γευστικό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	80	20,0	20,0
Ναι	320	80,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 138: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι γευστικό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	169	42,3	42,3
Ναι	231	57,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 139: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι φθηνό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	118	29,5	29,6
Ναι	282	70,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 140: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι φθηνό

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	349	87,3	87,3
Ναι	51	12,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 141: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι «εύκολης» προετοιμασίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	329	82,3	82,3
Ναι	71	17,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 142: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι «εύκολης» προετοιμασίας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	118	29,5	29,5
Ναι	282	70,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 143: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι φρέσκο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	39	9,8	9,8
Ναι	361	90,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 144: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι φρέσκο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	359	89,8	89,8
Ναι	41	10,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 145: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι κατεψυγμένο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	367	91,8	91,8
Ναι	33	8,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 146: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι κατεψυγμένο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	110	27,5	27,5
Ναι	290	72,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 147: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι καλής ποιότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	35	8,8	8,8
Ναι	365	91,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 148: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι καλής ποιότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	347	86,8	86,8
Ναι	53	13,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 149: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι κακής ποιότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	391	97,8	97,8
Ναι	9	2,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 150: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι κακής ποιότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	170	42,5	42,5
Ναι	230	57,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 151: Το σπιτικό φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος είναι μεγάλης ποσότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	168	42,0	42,0
Ναι	232	58,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 152: Το φαγητό που καταναλώνει ο ερωτώμενος εκτός σπιτιού είναι μεγάλης ποσότητας

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	301	75,3	75,3
Ναι	99	24,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 153: Η διατροφή του ερωτώμενου είναι υγιεινή

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	64	16,0	16,0
Ναι	336	84,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 154: Υιοθέτηση υγιεινών διατροφικών συνηθειών λόγω της αύξησης της τιμής των τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	304	76,0	76,0
Ναι	96	24,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 155: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των φρούτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	161	40,3	40,3
Ναι	239	59,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 156: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των λαχανικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	174	43,5	43,5
Ναι	226	56,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 157: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή του κρέατος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	129	32,3	32,3
Ναι	271	67,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 158: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των γαλακτοκομικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	141	35,3	35,3
Ναι	259	64,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 159: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή του ψωμιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	243	60,8	60,8
Ναι	157	39,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 160: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των δημητριακών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	243	60,8	60,8
Ναι	157	39,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 161: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή του ψαριού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	142	35,5	35,5
Ναι	258	64,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 162: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των θαλασσινών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	199	49,8	49,8
Ναι	201	50,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 163: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των οσπρίων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	317	79,3	79,3
Ναι	83	20,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 164: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των αυγών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	315	78,8	78,8
Ναι	85	21,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 165: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των ζυμαρικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	283	70,8	70,8
Ναι	117	29,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 166: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή του ελαιολάδου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	252	63,0	63,0
Ναι	148	37,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 167: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των γλυκών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	219	54,8	54,8
Ναι	181	45,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 168: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή του καφέ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	205	51,3	51,3
Ναι	195	48,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 169: Ο ερωτώμενος θεωρεί ότι αυξήθηκε η τιμή των αλκοολούχων ποτών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	156	39,0	39,0
Ναι	244	61,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 170: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των φρούτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	132	33,0	33,0
Ναι	268	67,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 171: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των λαχανικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	151	37,8	37,8
Ναι	249	62,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 172: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής του κρέατος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	90	22,5	22,5
Ναι	310	77,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 173: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των γαλακτοκομικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	120	30,0	30,0
Ναι	280	70,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 174: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής του ψωμιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	222	55,5	55,5
Ναι	178	44,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 175: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των δημητριακών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	207	51,8	51,8
Ναι	193	48,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 176: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής του ψαριού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	107	26,8	26,8
Ναι	293	73,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 177: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των θαλασσινών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	215	53,8	53,8
Ναι	185	46,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 178: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των οσπρίων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	268	67,0	67,0
Ναι	132	33,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 179: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των αυγών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	271	67,8	67,8
Ναι	129	32,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 180: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των ζυμαρικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	258	64,5	64,5
Ναι	132	35,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 181: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής του ελαιολάδου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	192	48,0	48,0
Ναι	208	52,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 182: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των γλυκών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	204	51,0	51,0
Ναι	196	49,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 183: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής του καφέ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	174	43,5	43,5
Ναι	226	56,5	100
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 184: Ο ερωτώμενος επιθυμεί μείωση της τιμής των αλκοολούχων ποτών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	196	51,0	51,0
Ναι	204	49,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 185: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των φρούτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	249	62,3	62,3
Λίγο	129	32,3	94,5
Αρκετά	16	4,0	98,5
Πολύ	5	1,3	99,8
Πάρα πολύ	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 186: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των λαχανικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	253	63,3	63,3
Λίγο	126	31,5	94,8

Αρκετά	15	3,8	98,5
Πολύ	5	1,3	99,8
Πάρα πολύ	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 187: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του κρέατος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	87	21,8	21,8
Λίγο	185	46,3	68,0
Αρκετά	108	27,0	95,0
Πολύ	17	4,3	99,3
Πάρα πολύ	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 188: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	212	53,0	53,0
Λίγο	162	40,5	93,5
Αρκετά	19	4,8	98,3
Πολύ	6	1,5	99,8
Πάρα πολύ	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 189: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του ψωμιού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	308	77,0	77,0
Λίγο	60	10,0	92,0
Αρκετά	17	4,3	96,3
Πολύ	11	2,8	99,0
Πάρα πολύ	4	1,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 190: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των δημητριακών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	183	45,8	45,8
Λίγο	163	40,8	86,5
Αρκετά	34	8,5	95,0
Πολύ	12	3,0	98,0
Πάρα πολύ	8	2,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 191: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του ψαριού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	86	21,5	21,5
Λίγο	113	28,3	49,8
Αρκετά	148	37,0	86,8
Πολύ	39	9,8	96,5
Πάρα πολύ	48	3,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 192: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των θαλασσινών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	103	25,8	25,8
Λίγο	78	19,5	45,3
Αρκετά	124	31,0	76,3
Πολύ	61	15,3	91,5
Πάρα πολύ	34	8,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 193: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των οσπρίων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	260	65,0	65,0
Λίγο	127	31,8	96,8
Αρκετά	10	2,5	99,3
Πολύ	2	0,5	99,8
Πάρα πολύ	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 194: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των αυγών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	306	76,5	76,5
Λίγο	70	17,5	94,0
Αρκετά	16	4,0	98,0
Πολύ	5	1,3	99,3
Πάρα πολύ	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 195: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των ζυμαρικών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	262	65,5	65,5
Λίγο	122	30,5	96,0
Αρκετά	14	3,5	99,5

Πολύ	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 196: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του ελαιολάδου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	299	74,8	74,8
Λίγο	68	17	91,8
Αρκετά	27	6,8	98,5
Πολύ	6	1,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 197: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των γλυκών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	138	34,5	34,5
Λίγο	102	25,5	60,0
Αρκετά	65	16,3	76,3
Πολύ	65	16,3	92,5
Πάρα πολύ	30	7,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 198: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης του καφέ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	166	41,5	41,5
Λίγο	133	33,3	74,8
Αρκετά	46	11,5	86,3
Πολύ	39	9,8	96,0
Πάρα πολύ	16	4,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 199: Βαθμός μείωσης της κατανάλωσης των αλκοολούχων ποτών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	80	20,0	20,0
Λίγο	66	16,5	36,5
Αρκετά	65	21,3	57,8
Πολύ	109	27,3	85,0
Πάρα πολύ	60	15	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 200: Αγοράζω φθηνότερες μάρκες τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	147	36,8	36,8
Ναι	253	63,3	100,0

Σύνολο	400	100,0	
--------	-----	-------	--

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 201: Αγοράζω τρόφιμα αλυσίδας σουπερμάρκετ/ άγνωστες μάρκες τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	236	59,0	59,0
Ναι	164	41,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 202: Υποκαθιστώ τρόφιμα με άλλα/ Μειώνω την ποικιλία τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	312	78,0	78,0
Ναι	88	22,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 203: Δεν αγοράζω πολυτελή τρόφιμα, σνακ και προϊόντα ζαχαροπλαστικής

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	121	30,3	30,3
Ναι	279	69,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 204: Μειώνω την ποσότητα των τροφίμων που αγοράζω και τρώω

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	197	49,3	49,3
Ναι	203	50,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 205: Μειώνω την ποιότητα των τροφίμων που αγοράζω και τρώω

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	321	80,3	80,3
Ναι	79	19,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 206: Χρησιμοποιώ λίστα αγορών

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	161	40,3	40,3
Ναι	239	59,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 207: Προγραμματίζω τα ψώνια μου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	136	34,0	34,0
Ναι	264	66,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 208: Αγοράζω ότι χρειάζεται και στη ποσότητα που χρειάζεται

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	85	21,3	21,3
Ναι	315	78,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 209: Συγκρίνω τιμές μεταξύ καταστημάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	115	28,8	28,8
Ναι	285	71,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 210: Επισκέπτομαι τα καταστήματα συχνότερα από ότι πριν ξοδεύοντας λιγότερα χρήματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	279	69,8	69,8
Ναι	121	30,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 211: Ψωνίζω σε περισσότερα και διαφορετικά καταστήματα μειώνοντας την πιστότητα σε ένα κύριο/ συνηθισμένο κατάστημα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	270	67,5	67,5
Ναι	130	32,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 212: Αναζητώ ειδικές προσφορές τροφίμων και μεγαλύτερες συσκευασίες τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	140	35,0	35,0
Ναι	260	65,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 213: Επιλέγω φθηνότερες εναλλακτικές τροφίμων (π.χ. χοιρινό αντί μοσχαρίσιου κρέατος)

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	284	71,0	71,0
Ναι	116	29,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 214: Δεν μείωσα την δαπάνη για φαγητό αλλά άλλες δαπάνες του νοικοκυριού

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	341	85,3	85,3
Ναι	59	14,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 215: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την τιμή των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	6	1,5	1,5
Λίγο	51	12,8	14,3
Αρκετά	120	30,0	44,3
Πολύ	116	29,0	73,3
Πάρα πολύ	107	26,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 216: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ποσότητα των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	11	2,8	2,8
Λίγο	71	17,8	20,5
Αρκετά	135	33,8	54,3
Πολύ	124,0	31,0	85,3
Πάρα πολύ	59,0	14,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 217: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ποιότητα των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	14	3,5	3,5
Λίγο	20	5,0	8,5
Αρκετά	61	15,3	23,8
Πολύ	148	37,0	60,8
Πάρα πολύ	157	39,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 218: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη θρεπτική αξία/ θρεπτικά συστατικά των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	18	4,5	4,5
Λίγο	31	7,8	12,3
Αρκετά	106	26,5	38,8
Πολύ	148	37,0	75,8
Πάρα πολύ	97	24,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 219: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη συσκευασία των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	96	24,0	24,0
Λίγο	133	33,3	57,3
Αρκετά	141	35,3	92,5
Πολύ	21	5,3	97,8
Πάρα πολύ	9	2,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 220: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ημερομηνία παραγωγής και λήξης των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	11	2,8	2,8
Λίγο	21	5,3	8,0
Αρκετά	53	13,3	21,3
Πολύ	95	23,8	45,0
Πάρα πολύ	220	55,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 221: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την ελληνική προέλευση των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	11	2,8	2,8
Λίγο	39	9,8	12,05
Αρκετά	94	23,5	36,0
Πολύ	115	28,8	64,08
Πάρα πολύ	141	35,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 222: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από την περιεκτικότητα των τροφίμων/ γευμάτων σε ενέργεια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	34	8,5	8,5

Λίγο	90	22,5	31,0
Αρκετά	137	34,3	65,3
Πολύ	94	23,5	88,8
Πάρα πολύ	45	11,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 223: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη γεύση των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	10	2,5	2,5
Λίγο	21	5,3	7,8
Αρκετά	109	27,3	35,0
Πολύ	175	43,8	78,8
Πάρα πολύ	85	21,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 224: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τη διαφήμιση των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	196	49,0	49,0
Λίγο	152	38,0	87,0
Αρκετά	45	11,3	98,3
Πολύ	4	1,0	99,3
Πάρα πολύ	3	0,8	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 225: Βαθμός που επηρεάζεται ο ερωτώμενος από τα σημεία πώλησης των τροφίμων/ γευμάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	130	32,5	32,5
Λίγο	136	34,0	66,5
Αρκετά	86	21,5	88,0
Πολύ	38	9,5	97,5
Πάρα πολύ	10	2,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 226: Μείωση της κατανάλωσης τροφίμων σε

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποσότητα	274	68,5	68,5
Ποιότητα	26	6,5	75,0
Ποσότητα και ποιότητα	100	25,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 227: Αγορά τροφίμων απο σούπερ μάρκετ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	6	1,5	1,5
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	67	16,8	18,3
1-3 φορές την εβδομάδα	199	49,8	68,0
4-6 φορές την εβδομάδα	116	29,0	97,0
1 φορά την ημέρα	10	2,5	99,5
2ή περισσότερες φορές την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 228: Αγορά τροφίμων από μανάβικα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	167	41,8	41,8
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	123	30,8	72,5
1-3 φορές την εβδομάδα	100	25,0	97,5
4-6 φορές την εβδομάδα	7	1,8	99,3
1 φορά την ημέρα	2	0,5	99,8
2ή περισσότερες φορές την ημέρα	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 229: Αγορά τροφίμων από λαϊκή αγορά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	61	15,3	15,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	112	28,0	43,3
1-3 φορές την εβδομάδα	223	55,8	99,0
4-6 φορές την εβδομάδα	2	0,5	99,5
1 φορά την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 230: Αγορά τροφίμων από παντοπωλεία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	265	66,3	66,3
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	89	22,3	88,5
1-3 φορές την εβδομάδα	41	10,3	98,8
4-6 φορές την εβδομάδα	4	1,0	99,8
1 φορά την ημέρα	1	0,3	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 231: Αγορά τροφίμων από ψιλικά

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	198	49,5	49,5
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	147	36,8	86,3
1-3 φορές την εβδομάδα	47	11,8	98,0
4-6 φορές την εβδομάδα	6	1,5	99,5
1 φορά την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 232: Αγορά τροφίμων από περίπτερο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Ποτέ	192	48,0	48,0
Λιγότερο από 1 φορά την εβδομάδα και μέχρι 3 φορές το μήνα	152	38,0	86,0
1-3 φορές την εβδομάδα	38	9,5	95,5
4-6 φορές την εβδομάδα	9	2,3	97,8
1 φορά την ημέρα	7	1,8	99,5
2 ή περισσότερες φορές την ημέρα	2	0,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 233: Συμμετοχή σε μποϊκοτάζ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	292	73,0	73,0
Ναι	108	27,0	100,0
Σύνολο	400	100,0	

Πίνακας κατανομής συχνοτήτων 234: Έλεγχος των τιμών των τροφίμων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα %
Όχι	14	3,5	3,5
Ναι	386	96,5	100,0
Σύνολο	400	100,0	